



ユニバーサルデザイン 特集に寄せて

取締役専務

伊東 千敏

ユニバーサルデザインに関しては、本誌の2003年5月号において特集を発刊いたしました。当時は、米国リハビリテーション法508条の制定や、日本政府のe-Japan計画の発表を背景に、企業経営の視点から「環境」などに並び、「ユニバーサルデザイン」がまさに注目され始めた時期でありました。

米国から始まったユニバーサルデザインの考え方は、日本においては、製品・サービスの操作性の改善の面で重要な課題として取組みが進んでいます。さらに、韓国をはじめ、アジア各国の産業界にも拡大し、今や、グローバルなテーマとして位置付けられると言えます。こうした活動から優れた製品やサービスが生み出されることにより、ユニバーサルデザインがますます広く市場に浸透していくことが予想できます。その上、ユニバーサルデザインは、ITメーカだけでなく、すべての企業も同じく推進していかねばならないテーマです。

富士通は、いち早く使いやすい製品・サービスの提供に努め、現金自動取引装置「FACT-V」や「らくらくホン」などの製品提供、「富士通ウェブ・アクセシビリティ指針」の公開などを実施してまいりました。現在では、ユニバーサルデザインの推進は、「いつでも」「どこでも」「誰でも」情報にアクセスし、豊かな生活や創造的で効率的な仕事の実現を目指すユビキタスネット社会実現のための非常に重要な要素の一つとして位置付けられるものとなりました。そのために、富士通では、まず、ユニバーサルデザインを全社的な課題として位置付け、お客様中心の開発プロセスを創り、お客様のご意見を生かしながら個々の製品やサービスの改善を推進しています。さらに、ハードウェア、ソフトウェア、Webコンテンツなどの「IT製品やサービス」とそれを活用する「施設空間」、そこで行われる「業務やコミュニケーション」など、ユニバーサルデザインの領域を広げ、まず自ら実践し、そこでの成果を生かし、全体的な視点からソリューションをお客様に提供できるよう努力をしています。このように製品、サービス全体にユニバーサルデザインの視点を加え改善を進めることは、お客様起点の経営につながることを確信しています。

今回の特集では、日米のユニバーサルデザインの最新動向をはじめとして、富士通の全社横断的な推進状況と具体的な取組みに関して紹介しています。

本特集号が、グローバルな課題として拡大するユニバーサルデザインの現状と、その対応策に関する理解を深め、富士通とともに、お客様ご自身がユニバーサルデザインを推進していただくきっかけになればと期待しております。