

FUJITSU THE POSSIBILITIES ARE INFINITE 1

JEITAアクセシビリティビジネス化専門委員会の
活動内容について
～海外企業のアクセシビリティビジネスの動向他～

富士通株式会社 飯塚 潤一
(JEITAアクセシビリティビジネス化専門委員会委員)

アクセシビリティ事業委員会の活動について²

■ 経緯

- ・'88年: JEITA「ヒューマニティエレクトロニクス調査委員会」設置
- ・'86年の米国「リハビリテーション法508条」制定がきっかけ

■ 成果

- ・'90年: 「情報処理機器アクセシビリティ指針」公表('95, '00年改訂)

■ 主な活動

- ・アクセシビリティ指針の作成・普及活動
- ・指針解説書(開発者向け解説書、利用者向け解説書)の作成
- ・国内外の動向(法律・ガイドライン等)に関する調査
- ・標準化に向けた調査研究

■ 参加企業(順不同)

- ・富士通、日本電気、日本アイ・ビー・エム、日立製作所、沖電気工業、リコー、富士ゼロックス、ソニー、東芝、松下電器産業、マイクロソフト、アメディア、ユーディット

委員会ウェブサイトのご紹介 3

JEITAホームページ(<http://www.jeita.or.jp/>) - (パーソナル情報)

米国のアクセシビリティ市場規模 4

- AAC製品分野を中心とし1億ドル市場
 - 年間80～100百万ドル(推定): AAC機器が中心
参考: 車椅子/在宅介護用具市場: 約20億ドル('99年)
- 日米市場規模比較(インタビューから)
 - 人口はカナダを含め日本の3倍
 - 社会/制度の違いにより日米で3～10倍の格差(製品による)

(参考) 主要企業の規模
 コミュニケーションエイド関連の主要企業

AbleNet	Don Johnston	Mayer-Johnson	DynaVox Systems	ZYGO Industries
40名	70名	23名	150名	30名

視覚障害関連の主要企業

Algorithmic Implementations	Freedom Scientific	ViewPlus Technologies
18名	177名	11名

米国アクセシビリティ市場の特徴(1/3) 5

■教育ビジネス色が強い

- 特徴: 障害者に医療介護ではなく教育を提供
- IDEA: 障害者(3~18歳)に学校教育を義務化(無料)
教師/専門職が機器の使い方を教育/サポート
中間ユーザー・中間支援者としての役割
- リハ法、ADA: 障害者の雇用保障、就労支援
それを実現するために能力開発、教育の重要性が認識

■政府ファンディングが重要

- 市場拡大のポイント(米国の経営者のインタビュー)
ファンディング、広報/普及活動、技術
ファンディング(研究開発、事業化の資金を含む)さえ解決
すれば、広報/普及活動、技術の問題は少ないという認識
- 教育現場に投入されている政府資金は、成人/シニア
向けの医療介護分野には用意されていない。

米国アクセシビリティ市場の特徴(2/3) 6

■活発なベンチャー企業と効果的な産学官連携

- アクセシビリティ企業は「ITベンダー系」と「ATベンダー系」
後者は障害者本人、教育関係者、IT企業からのスピンアウト等
- RERCは連邦政府機関NIDRRから障害者技術分野の研究プ
ロジェクトを大学等に委託する仕組み。基礎研究・開発、事業
化、トレーニング、人材育成等に多大な貢献。
- 大学発ベンチャーは「自ら事業化」と「事業者or投資家を探す」
後者は、企業側は資金提供と事業化、大学はロイヤリティ収入
- 産学連携は、(1)公的資金よりも継続性が高い、(2)市場ニーズ
や事業性の観点から現実的な研究ができる、(3)ロイヤリティを
めぐるトラブルも生じにくいなど、双方にメリットが高いと認識

■充実した中間支援者育成体制

- 障害者教育や医療分野にアクセシビリティ機器に精通した中
間支援者が多数存在し、市場の厚みを支えている。
CSUNやRESNA等の研修・講習プログラムの成果

米国アクセシビリティ市場の特徴(3/3) 7

■リハビリテーション法508条の影響(‘01年6月施行)

●ITベンダー系アクセシビリティ担当者

- ・「アクセシブルな製品でなければ連邦政府等の市場を失う恐れがある」というのが基本的認識。
- ・ただし、アクセシビリティ関連予算は開示されていない。
- ・商談獲得にアクセシビリティが必須事項という証拠もない
IT企業として積極的に対応できていないというのが実情か。

●ATベンダー系

- ・経営のマイナス要因ではないが、最重要テーマではない。
- ・景気後退の影響もあり効果が現れているとは言えない
- ・長期的な成長機会を共有、獲得できると考えている

インタビューによる限り、施行の影響と今後の見通しに関して業界として明確な回答を用意できていない。

米国企業の業界横断的な取組み事例 8

■ ATIA : Assistive Technology Industry Association

●ITベンダーがATベンダーを支援するために設立

- ・ATベンダーが共同してデモ、教育などをする場。
- ・政府やITベンダーに意見を表明する場。
- ・ITベンダーから最新の技術をATベンダーに提供。

■ ATA : The Alliance for Technology Access

●個人、団体、開発者、販売者の連携と障害者へのサービス提供を行う全米ネットワーク。

- ・6万2千人の障害者に対するサービスの提供。
- ・18万6千人の先生、セラピスト等への技術支援。等

■ CAMA : Communication Aid Manufacturers Association

●AAC機器メーカー、販売事業者が中心の団体。

- ・「AACワークショップ」(共同営業キャラバン)

日本のアクセシビリティ市場に対する意見⁹

■米国の10年前と類似した日本市場

- (1)公的補助がないと研究開発できない、(2)ユーザーサポート負担が過大、など日本の厳しい経営環境は、米国の市場拡大前の状況と同じ。米国でもこの10年間でやっと利益を出せる市場になった。

■製品分野によって異なる日本市場特性

- コミュニケーションエイド(AAC)機器企業：
 - ・高価格製品の販売が困難な市場
ビジネスインフラが整備されていない
 - ・障害者教育が特別扱いされず医療保障主導の福祉用具市場
英国,ノルウェー:好ましい市場
日本,ドイツ,フランス:売れ行きが悪い
- 視覚障害関係企業(点字プリンタ,拡大読書器):
 - ・日本は十分に大きな市場である

日本のアクセシビリティ市場の課題(1/2)¹⁰

■市場上の課題

- 規模の小ささ
- ニーズが細分化
- 潜在的な市場の存在

■事業活動の課題

- 商品企画・開発において費用・労力をかけられない
- 生産・製造におけるコストの増加
- 効率的・効果的な販売・広告宣伝ができない
- ユーザーサポートによる企業の負担増

日本のアクセシビリティ市場の課題(2/2) ¹¹

- 企業戦略における課題
 - 事業の継続・新規参入が困難
- 行政の制度上の課題
 - 開発補助制度の課題
 - アクセシビリティ機器の購入補助制度の課題

解決の方向性(1/3)

12

『共同化・外部委託による企業負担・リスクの分散』

- 企画・開発段階の共同化
 - アクセシビリティ技術・ニーズのデータベースの構築
 - 産官学・ユーザーの交流機会の提供
 - アクセシビリティ分野のマーケティング専門会社の設立
- 製造・生産段階の共同化・外部委託
- 販売・広告宣伝の共同化
 - 共同カタログの作成
 - 海外への共同販売に向けた取組み
- サポートの共同化
 - 企業によるパソボラ等非営利団体の組織化
 - マニュアルライブラリーの構築

解決の方向性(2/3)

13

『中間支援者育成による企業負担の軽減』

- リハビリテーション・エンジニアの育成
- 医療従事者のアクセシビリティ中間支援者としての育成
- パソコンボランティアの育成

『その他』

- アクセシビリティ活動指標の作成

解決の方向性(3/3)

14

『行政等に対する提言』

- 購入補助制度の見直し
- 開発補助制度の見直し
- アクセシビリティ市場としての教育現場
- 障害者の高等教育の強化
- 産官学・公民の連携強化



THE POSSIBILITIES ARE INFINITE

JEITAアクセシビリティ事業委員会のウェブサイト

<http://it.jeita.or.jp/perinfo/committee/accessibility/index.html>

富士通のアクセシビリティウェブサイト

<http://jp.fujitsu.com/accessibility/>