

多様性を、事業のエンジンに。

”マイノリティ” の意見を ”みんなの使いやすさ” に変えるバリアフリー事業

一般社団法人 Ayumi

法人紹介

店舗に特化して接客・環境・情報の 3つのバリアフリーに関わるサービスを**一気通貫**で提供



障害者対応を講習を通じて
接客力向上を目指す

建築会社・工務店と連携し
バリアフリー改修にも対応

障害者がバリアフリー調査を行い
信頼できる正確な情報を開示

バリアフリー対策・障害者受け入れ熟練度

VISION

障害の有無に関係なく、選択肢のある社会に

MISSION

障害という言葉から生まれる認識・潜在意識を組み替える

CONCEPT

”できない”を”価値”に変え、事業を＋N発展させる

01

どんな課題が存在するか？

調べても情報に辿り着けない
障害者・その家族は何%？

Ayumiが解決する4つの課題

多様なユーザー

調べても出てこない
障害当事者と
その家族が抱える
情報格差

働きたくても
働けない就労課題
機会格差
新たな働き方

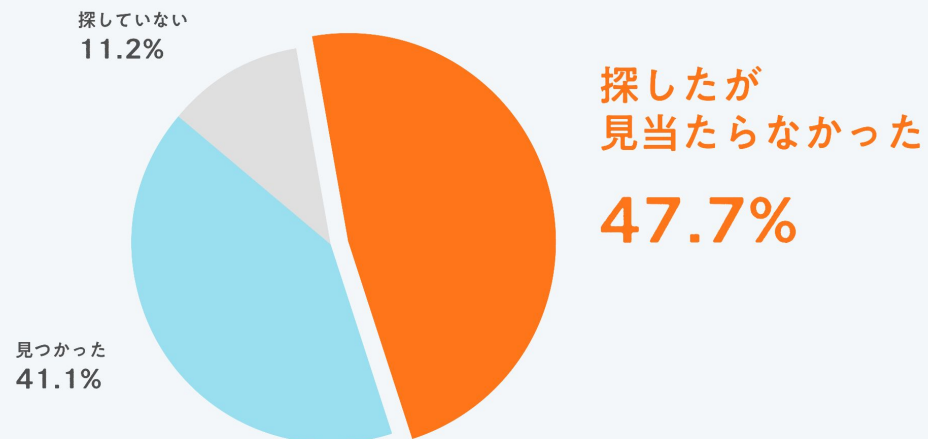
企業・店舗

障害者対応の
商品や店舗を
広げられない
**障害者と繋が
りが無い会社**

法律改正を知らず
訴訟されてしまう
**店舗における
障害者対応**

障害を感じている方の課題 -約2人に1人が求めている情報が見つかっていない

上記で回答した困りごとについて、
解決できる情報は見つかりましたか？



Googleのサジェストで出てくるほど問題になっている



出典/ 有効回答:障害のある人や障害当事者の親を含めた109名 | Ayumi webリサーチ実施

調べても出てこないため、やりたいことや外出を諦める

身体障害者や障害児の家族が求めている / 興味を寄せている情報

障害者でもデートでいけるような
気の利いたおしゃれなカフェを知りたい

障害者でも就労可能性を探したい

これから障害児を育てる親に、
私と同じ思いをしてほしくない

障害者や医療的ケア児向けの
旅行支援サービスを知りたい

障害者でも泊まれるホテルや旅館を
教えて欲しい！

移動や旅行に不便を感じないための
商品やサービスを教えて！



私たちに届く企業の悩み



合理的配慮・バリアフリーの重要性は理解しているが方法がわからない

対外的なアピールのためだけでなく企業価値向上に繋がることをしたい

障害者が抱える課題を解決するためサービスを始めたが上手くいかない

障害者への配慮(合理的配慮)が義務化

2024年4月1日より、

障害者への[合理的配慮の義務化]

2024年4月1日から

障害者差別解消法が変わります！

- ・ 事業者による合理的配慮の提供が義務化されます
- ・ 改定された基本方針では、障害を理由とする差別の解消を推進するための政府全体の方針を示しています。



※参照は[こちら](#)

障害者対応が
コンプライアンスの時代へ



組織全体で
障害者対応・バリアフリー対策
をしていく必要があります

想定される企業・店舗のリスク

訴訟・提訴

※コンプライアンス

炎上

※レピュテーションリスク

風評被害

※間違った解釈でのクチコミ

人材流出

※ブランディング

障害者達にとってはバリアフリー未対応でクレーム / 訴訟に発展

時代の流れに応じて医療的ケア児や障害者への合理的配慮に関する法整備が行われているにも関わらず、全く知らない事業者等も多く存在し、入店拒否なども未だにあります

精神障害理由の入店拒否は差別 ネットカフェに賠償命令

2012年11月2日 20:07 | 無料公開

精神障害を理由に入店を拒んだのは差別で違法だとして、東京都国分寺市に住む統合失調症の男性（43）が、同市内のインターネットカフェ側に200万円の損害賠償を求めた訴訟の判決で、東京地裁は2日、70万円の支払いを命じた。

男性側によると、精神障害が理由の入店拒否で賠償を命じる判決は初めてとみられる。

矢尾渉裁判長は「精神障害者と認定されていることを理由に入店を拒否しており、公序良俗に反する違法な差別行為だ」と指摘。ネットカフェ側は、男性が店内で暴れたのが理由だと主張したが、「認める証拠はない」と退けた。



車椅子入店拒否のスポーツジム会社に33万円支払い命令 東京地裁

毎日新聞 2021年10月28日



中嶋涼子の車椅子ですがなにか!?! -Life on Wheels-
@NakashimaMinion

久々に泣いた。知人にすごくいい皮膚科があると薦められ行く気満々で仕事後に病院の前まで行ってエレベーターがあるビルだったけど入り口段差があったから皮膚科に電話して車椅子なんですけどって言った瞬間に、無理ですねー。と断られ車椅子だとボコボコな顔を治すのも無理なのかと思って泣いてる。

[Translate Tweet](#)


4:29 PM · Jul 29, 2021 · Twitter for iPhone

3,041 Retweets 335 Quote Tweets 9,952 Likes

メディアでも拡散されてしまい
悪いクチコミが広がる

経済的/社会的損失により
大きなダメージを負ってしまう

2024年3月15日17時に起きた出来事



中嶋涼子@Ryoko Nakajima

@NakashimaMinion

久々に悔しい気持ちになった。

今日は映画「#52ヘルツのクジラたち」を見てきたんだけど、トランスジェンダーの人が生きづらさを抱え差別を受ける話で辛すぎて発作起きるくらい泣ける映画だったんだけど、その後更に泣ける事があった。

ちょうどいい時間の映画がイオンシネマのグランシアターっていうちょっとお値段張るけどリクライニングできて足があげられるプレミアムシートがある豪華な劇場で4段の段差がある席しかないところで見ただけで、今まで何度もその劇場に一人で見に行っていた映画館の人が手伝ってくれたのに、今日は見終わった後急に支配人みたいな人が来て急に「この劇場はご覧の通り段差があって危なくて、お手伝いできるスタッフもそこまで時間があるわけではないので、今後はこの劇場以外で見てもらえるとお互いいい気分であらうと思うのですがいいでしょうか。」って言われてすごく悲しかった。。

「え、でも今まで手伝って頂いて3回以上ここで見てるんですが？」って言ったら、他の係員に聞いたところそう言った経験はないとおっしゃっていて、ごめんなさいって謝られて、なんかすごく悔しくて悲しくてトイレで泣いた。

「52ヘルツのクジラたち」のトランスジェンダーでやり場のない悲しさを抱える主人公と重ね合わせて余計泣いたw

なんでいきなりダメになるんだろう！
悲しさを通り越して今は行き場のない怒りに変わってきた。

その時に言い返せなかった自分にも腹が立つ。

イオンシネマの社長と話したい。

5:17 PM · Mar 15, 2024 · 30.8M Views

1.5K

12K

13K

4.7K

8,000万を超えるPV 各種メディアも取り上げる

5:17 PM · Mar 15, 2024 · 30.8M Views

1.5K

12K

13K

4.7K

イオンシネマ、移動の手伝いで「従業員が不適切な発言」と謝罪。
車椅子ユーザーの介助巡り議論に

3/16(土) 14:42 配信 1228





イオンシネマの公式X

イオンシネマを運営するイオンエンターテイメントは3月16日、映画館を利用した来館客に対し、従業員が不適切な発言したとして謝罪文を発表した。

【画像】「指導不足によるものと猛省」イオンシネマの謝罪全文

イオンシネマを利用した車椅子ユーザーが、映画の鑑賞後、スタッフから今後は別の劇場を利用するよう伝えられたという趣旨の投稿をSNS上で出したところ、イオンシネマ側の対応を巡り議論を呼んでいた。

同社は、【弊社従業員による不適切な対応に関するお詫び】と題する文書を発表した。

謝罪文を公表することとなりました

【弊社従業員による不適切な対応に関するお詫び】

この度は弊社従業員によるお客さまへの不適切な対応につきまして、お客さまおよび関係者の皆さまにご不快の念をおかけしましたこと、心よりお詫び申し上げます。

弊社が運営するイオンシネマシアタス調布のグランシアターにおいて、お客さまの映画ご鑑賞後に弊社従業員がご移動のお手伝いをさせていただく際、お客さまに対し、不適切な発言をしたことが判明いたしました。お客さまは楽しみに当劇場にお越しいただいたにもかかわらず、不適切な対応により大変不快なお思いをさせてしまいました。弊社の従業員への指導不足によるものと猛省しております。

日頃より弊社イオンシネマをご愛顧いただいているお客さま、関係者の方々へも多大なるご迷惑、ご心配をお掛けしておりますこと、重ねてお詫び申し上げます。

今回の件を重く受け止め、イオンシネマシアタス調布を含む全てのイオンシネマにおいて、従業員へのお客さま対応の教育再徹底と再発防止策を講じると共に、設備の改善を進め、お客さまの信頼回復に努めて参ります。

2024年3月16日
イオンエンターテイメント株式会社

Xの投稿
URL : <https://twitter.com/NakashimaMinion/status/1768551963111927926?s=20>

©2025 Ayumi Inc.

社会に良いことだと思って事業を始めるも予想と違う結果に ...

バリアフリー・ノーマライゼーション・多様性を意識した商品

という聞こえはいいがターゲットが定まらないものばかり ...開発後のマーケティングコストがかさみ売れない商品に



大企業でさえ、集客に課題を抱えています

障害者向け商品であっても訴求する人(=お金を払う人)が違うことを
想定してマーケティングを組む必要があります

※車椅子利用者のこどもがいる家族は以下の写真やWEBサイトの設計だと【安心材料】がありません

車椅子対応
しているか不明



車椅子利用者が
使えない設計



健常者の子が
想定されている



WEBサイト上で
タップできない



車いすの方でも安心してお越しください



地下駐車場にバリアフリー駐車場があります。



ショールーム内にバリアフリートイレがあります。



トイレにキッズチェアがございますので、お子様も一緒にご利用いただけます。



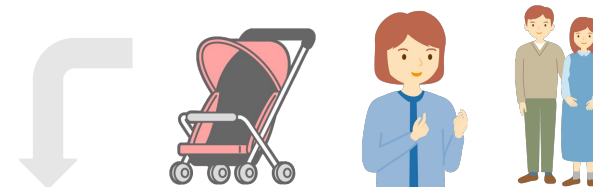
ノア
車いす仕様車タイプⅠ
車いす1名仕様

車いすの方がコミュニケーションを取りやすい
2列目に乗車できます。
また、ストレッチャーの乗車もできます。

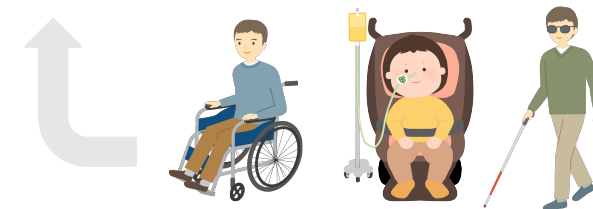
従来の店舗・事業・商品・サービス開発

多様なユーザーが関わる タイミングが限定的 なことが多い

※事業・商品・サービスの開発後にユーザーテストしても改善しきれないことが多い



企画立案 メンバーアサイン 企画実行 運営/管理 改善



デザイナーや作り手が現場と連携しながら企画し、実行することがほとんど
実行後、課題が見つかる又は実行前にオプションとして ”部分的に” 特別なユーザー向けの対策を実施

結果的に、現場から
「業務負担がさらに増える」「他のことが優先順位が高い」と、落とし込めなくなってしまう

02

なぜ私が創業し、
やり続けるのか？

従兄弟と亡き祖母の存在と願い

車椅子生活 4ヶ月の体験



起業の全てのスタートは車椅子生活 4ヶ月から始まりました



現在は車椅子ユーザーの妻とも結婚し、事業に力が入ります



身近にある情報格差 → 諦め ～後悔が残るできごと～

前撮り用のドレス・ウェディングドレス・結婚式場の話し



山口 広登

2024年7月9日 · 🌐

【絶対に諦めません】

こんな投稿するべきではないかもしれませんが、決意表明でもあるのであえて載せます。

奥さんの夢の1つに「花嫁姿を家族や今までお世話になった人に見てもらいたい」というのがあります。

普段の奥さんの様子だと、特にお母さんだと思っています。お母さんは奥さんが大変な時にいつもそばにいてくれたと聞きます。

奥さんとの式に向け、車椅子でも着れて自走できるウェディングドレスを探していました。

車椅子で着れるウェディングドレスはあっても、自走できる（動ける）ドレスはなかなか見つかりませんでした。

着れても、車椅子で動けないとバージンロードを歩けません。

車椅子ユーザーでも心置きなくできる結婚式を探しても選択肢が少なかったのに、ウェディングドレスでも「選択肢の少なさ」に現実を突きつけられました。

それでもなんとか色々を探して、やっとの思いで見つけた車椅子でも着れて自走できるウェディングドレス。

やりとりが始まって2ヶ月以上経った現在。

色々と問題が発生して、このままだと、前撮りはできても、結婚式当日に着るドレスがありません。

今まで奥さんと2年以上関わってきたなかで、一度も出てこなかったあの言葉。

「もういいかな、やっぱり無理なんだよ。」

「大丈夫、慣れてるから心配しないで。」

聞きたくないとも言わないし、その言葉を使ってほしくないとも思いません。

でもまた、あの時の従兄弟同様に言わせてしまいました。

自分は、この言葉を、諦めに慣れている現状を、減らすためにAyumiを立ち上げて今でもやっています。

絶対に諦めず奥さんが着れて自走できるウェディングドレスを必ず見つけます！！

もう二度と、奥さんからこの言葉が出てこないために。

慣れてるから大丈夫
心配しないで

私が我慢すれば大丈夫

やっぱり無理だったんだよ

みんなと一緒に “情報” を探して、与えてくれて、機会が広がった

妻の念願だった海沿いの前撮り



結婚情報誌「ゼクシィ」への掲載



	永続的	一時的	状況次第
触る	 腕のない	 骨折	 子どもを抱える
見る	 盲目	 白内障	 運転中
聴く	 難聴	 耳の感染症	 バーテンダー
話す	 話せない	 風邪・喉痛	 方言・なまり

誰もが同じ状況になりえる。
もし、できないことが増えても、
未来に期待できる社会を作る

03

Ayumiが提供する解決策

ふらっと。～バリアフリー情報サイト～ とは？

情報を求める当事者とバリアフリー対応している企業を **マッチング**

商品やサービスを障害者に
知って欲しい企業



バリアフリー情報を
探している障害当事者



ふらっと。～バリアフリー情報サイト～ とは？

車椅子利用者を中心とした身体障害者や家族に向けた
おでかけ・外出・仕事・生活に関わる情報を提供するサイト



バリアフリー情報

ライフハック

制度情報

日常生活 / 雇用 / 娯楽

挑戦者を応援するインタビュー情報

情報提供するだけでなく、フルリモートワークで仕事の創出も行う

情報が見つからない

やりたいことができない

情報がない

雇用されない



情報の発信・障害者の雇用

Ayumiのメディア



Ayumiが運営するメディアの数値一覧

WEBサイト



月間閲覧数: **155,000**

バリアフリーメディア: 105,000PV・各種SNS合計: 50,000PV

フォロワー属性: **障害者・その家族** ※特に車椅子利用者・障害児家族のフォロワーが多数



月間ユーザー数: **62,000**



年齢層: **20代～50代**

※1位は20代、2位は30代



男女比:  45%  55%

各種SNS



総フォロワー: **3,200**

※Instagram・X(旧:Twitter)・公式LINE



年齢層: **20代～40代**

※1位は30代、2位は40代



男女比:  45%  55%

ふらっと。～バリアフリー情報サイトの強み



同じ課題を経験した障害者や家族が運営！
必要な情報を当事者目線でお届けすることができる

※後発ながらも運営から約2年半で検索上位に

バリアフリー情報サイト Google
検索順位

1位

月間PV数

10万超

障害者をターゲットとしたサービスの伴走支援サービスを提供

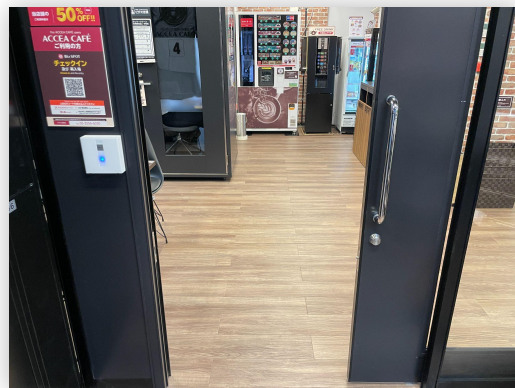


障害者のためにサービスを始めるも障害者の意見が入っていないものは存在
障害者だけでなくその家族・医療的ケア児・障害児を持つ家族・高齢者など
多種多様な障害を抱えている人たちの意見を貯めているAyumiから監修 / アドバイス

バリアフリー対策支援事例 - アクセアカフェ 麴町店



入り口をフラットに



スライドドアに変更



スライドドアに変更
(ドアを軽くする工夫も)



手すりの設置・非常事態ボタンの設置

身体障害者にも配慮 したお店作りにも対応

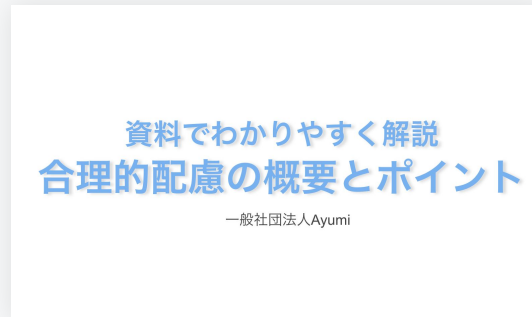
集客の成功事例 - 飲食店 - 物理的バリアフリー



1年間の売上が **前年比120%**、**集客率も121%**と伸びた

合理的配慮や障害者活躍に関する研修・講習の資料イメージ

※一部掲載



事例：脳性麻痺の車椅子利用者が自動販売機で飲み物を頼むための配慮 - 株式会社アクセア

業界内外問わず共創・協業してきた Ayumi

事故防止エスカレーター・WEBアクセシビリティ・建築・商品開発
採用におけるユニバーサルデザイン動画・インクルーシブデザイン



Members

UD エスカレーター
ESCALATOR



ユニウェブ



HOGAKU



阿部建設株式会社

POWERWORKS
Create Together, Drive Society



バリアフリー・ユニバーサルデザイン・障害に関わる文脈で
コラボをしながら収益を生める体制の土台作りをしていきました
ネットワークで繋ぎながら、マーケットに繋げていくことも可能に

共創・協働してきている多様性のある人たち

#PT・OT・ST

#高齢者支援団体

#視覚障害者の団体

#視覚障害者の団体

#車椅子ユーザー

#全盲・見えづらい

#ケアマネージャー

#感覚過敏

#医療的ケア児

#ダウン症 支援団体

#アトピー患者

#聴覚障害者の団体

#脳卒中患者

#脳卒中患者の団体

#重度障害児

#重度障害児

#移動 / 旅行支援

#義手・義足

#パラアスリート

#LGBTQ

#移動 / 旅行支援

#ASD / ADHD

#ヤングケアラー

#精神障害者

Ayumiが積み上げてきた信頼とノウハウ

ハード面・ソフト面
バリアフリー対策
におけるアドバイス

バリアフリー建築に
関する監修

障害者をターゲットと
したサービスの伴走支援

合理的配慮にもとづく
接客力向上の支援 / 研
修

障害者と共に作る
バリアフリー情報サイト

業界内外問わず
共創・協業



幅広くバリアフリー・ユニバーサルデザインに関わり、
”知見” と ”障害者の声” をどこよりも貯めてきました

Ayumiが実施する付加価値に繋がる事業・商品・サービス開発

企画段階から 多様なユーザーの意見を取り入れる共創プロセス



今まで築いたネットワークを使い、多様なニーズに対応し、
メインターゲットにも訴求しながら、1人でも多くの人が使いやすくします

”誰も取り残されない”イノベーション・本質的で生産性もあがるサービス設計と PR支援が可能

Ayumiが実施する付加価値に繋がる事業・商品・サービス開発

調査・観察・発見・発散 → 整理・収束

アイデアの創出・価値提供の整理

運用の改善を繰り返す

課題を抽出による課題発見

解決策を練る、つくる

サービスを届ける

ワークショップ

アイデア出し ワークショップ

プロトタイプ検証と改善

アンケート

実現可能性踏まえた選抜

振り返り→さらなる検証と改善

インタビュー

リードユーザーと議論

問題定義



誰もが使いやすいを目指すサービス・商品



ゴーフライイーズ



誰もが使いやすいを目指すモノ・コト



Ⓑ btrax



Ayumiが企業・組織にもたらす 6つの価値

新たな顧客や投資家
からの興味関心・投資

アウターブランディング
インナーブランディング

信用力の向上
事業の持続性向上

人事・採用における差別化

毀損リスク・訴訟回避

イノベーション創出
新たな価値の創造

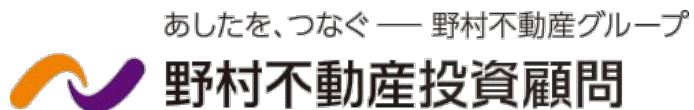


他の法人が行っていないからこそ

”マスにも広がる排除される人の課題” を取り入れた事業戦略・開発

一般社団法人 Ayumiの支援・研修実績

※一部掲載(ロゴ掲載によるPR実績も含まます)



長崎県ユニバーサルツーリズムセンター
NAGASAKI Universal Tourism



株式会社

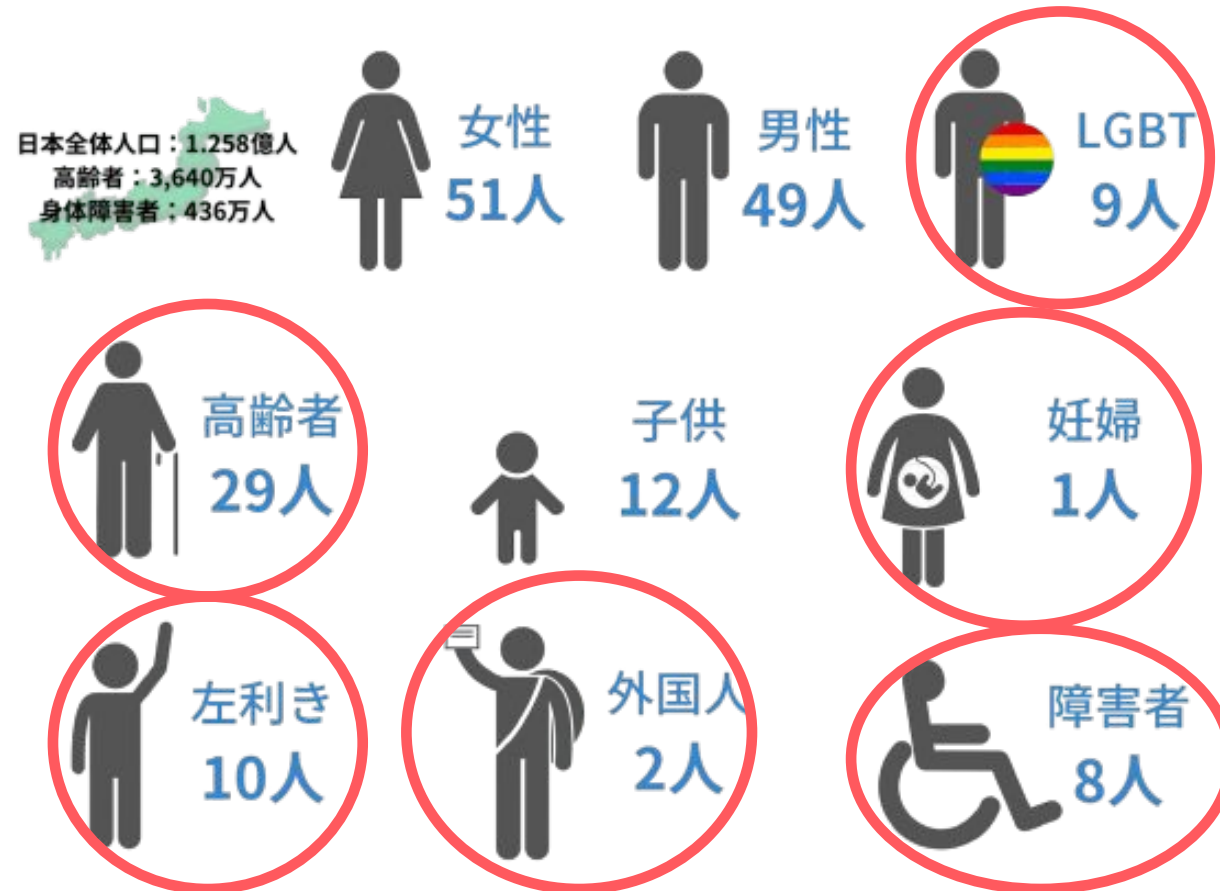


04

この事業の可能性

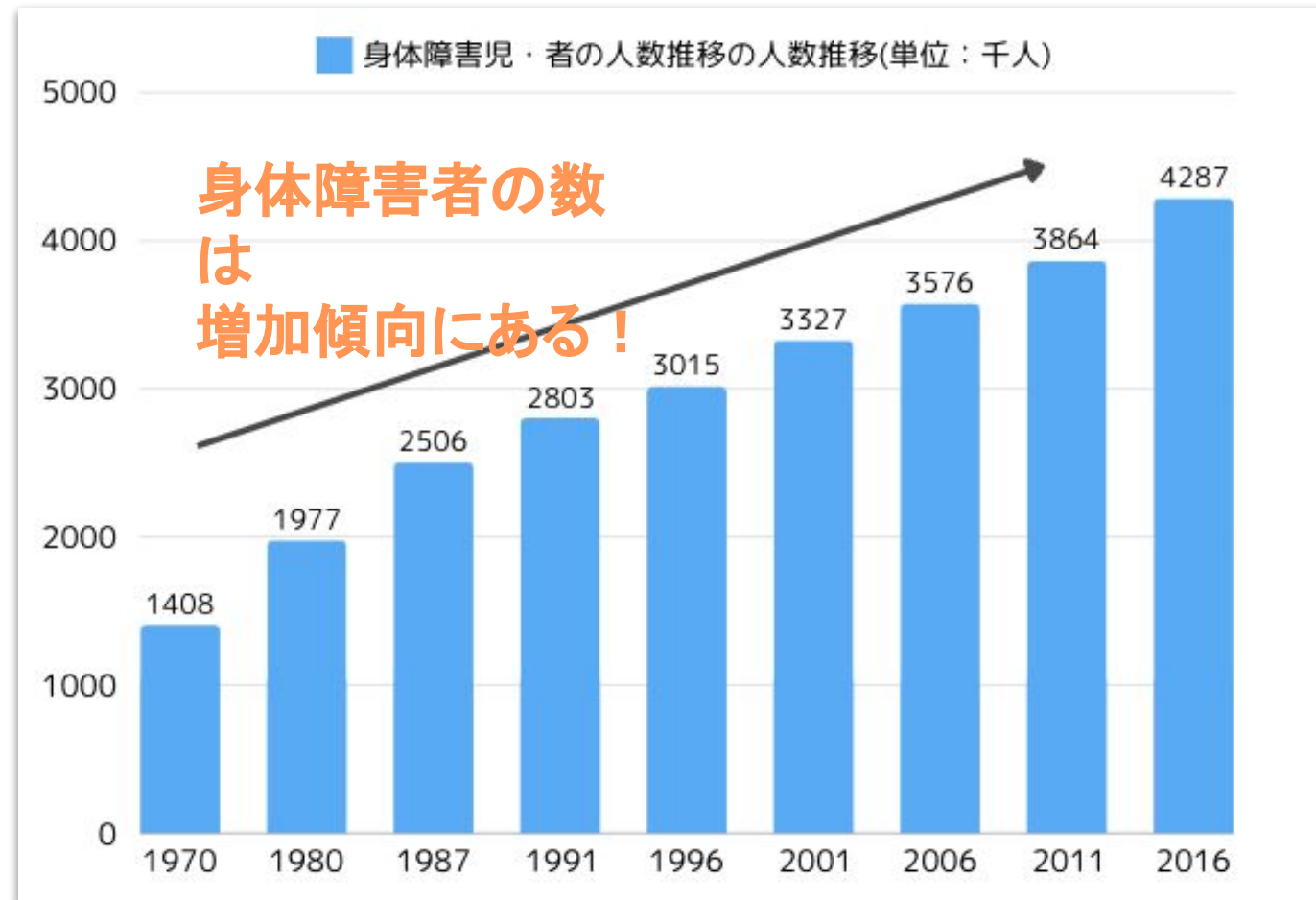
何故、ユニバーサルデザインやバリアフリーが大事なのか？

日本が100人の村であれば、



(参照元)
厚生労働省「人口動態統計」令和2年 総務省「人口推計」令和2年 内閣府「障害者白書」令和2年 「LGBT調査2018」平成30年

市場規模から見るバリアフリー対策の重要性①



バリアフリーの需要は 年々高まっている！



市場規模から見るバリアフリー対策の重要性②

障害者の来店時、1名以上の同行者がいる場合 9割

872 万人へのアプローチが可能

※436万人（身体障害者）+436万人（同行者・補助者）

障害者1名の来店で

2名 の来店に
繋がる！

身体障害者のリピート率は健常者に比べ

2.8倍

身体障害者を1人集客すること
(健常者に比べて)

で **約6倍** の新規集客
が見込める

市場規模から見るバリアフリー対策の重要性③

総勢約4231万人 に届けることができる



車椅子利用者
200万人



高齢者
3,640万人



視覚障害者
31.2万人



聴覚障害者
29.7万人



発達障害者
48.1万人



医療的ケア児
2万人



ベビーカー利用者
(3歳未満の子供)
280万人

この層にサービスや商品、事業を届けたいと考えている企業のサポートも可能になります

世界でも日本でも市場規模としてポテンシャルある業種になっていく

01 2024年に141億米ドルと推定された DE&Iの世界市場は、2030年には **271億米ドル** に達する

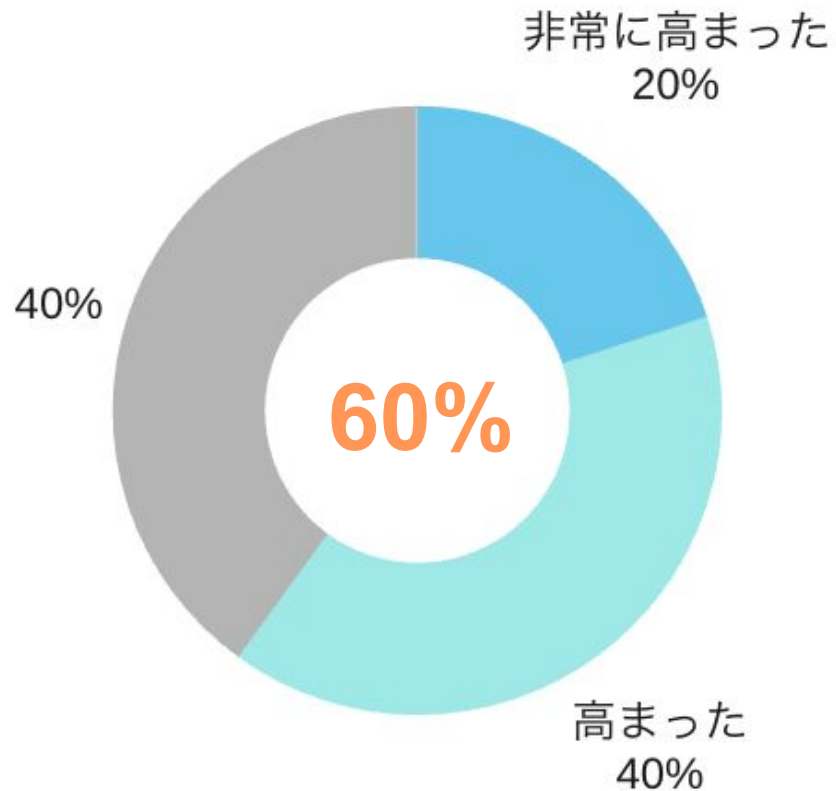
02 矢野経済研究所によると、日本市場規模は 2021年時点で **642億9,700万円** と推計されています

障害のある方の課題から生まれたサービス・商品・デザインが、やがて多くの人に届く



経営戦略としての多様な背景のある人を巻き込んだサービス開発

過去2年間で経営における DEI
サステナビリティの優先度があがった



サステナビリティ・DEIの優先順位が高まった理由

- 01.若い世代のサステナビリティに対する意識が高く、事業に影響を与えているから **54%**
- 02.政府の規制やガイドライン、消費団体からの要望に対応するため **49%**
- 03.商品・サービスの価値向上や企業のブランド価値向上につながるから **43%**
- 04.消費者や顧客がサステナビリティの向上に貢献することを求めているから **39%**

社会に何かしらの障害を感じている人の総数

世界で多様な課題を抱える方たち

People with Diverse Issues Around the World



約13億人

約13億人(世界人口の15%)がなにかしらの障がいを抱えながら生活しています。家族の介護者などがいによって直接的、間接的に影響を受ける人の数は 20億人(世界人口の約30%に上ります)。

世界で障害を抱える人の割合



約13億人 (世界人口の15%) がなにかしらの障がいを抱えながら生活しています。また、家族や施設の介護者など障がいによって直接的、間接的に影響を受ける人の数は20億人 (世界人口の約30%)に上ります。

05

大切にしている 3つの考え



”できない”を

”価値”に変える

“压倒的中立”

仕事を通じて可能性を常に広げることも、常に本気で取り組む

右手首と首から上しか動かない



¥ 現在の支援総額
1,667,500円
111%
目標金額は1,500,000円

👤 支援者数
259人

🕒 募集終了まで残り
終了



合同会社ライクユー 執行役員/事業責任者 赤石 理人

情報格差の解決による外出の創出は、経済発展にも繋がる



また長崎に行きたい

飛行機は最初凄く怖かったけど、
事前情報もあったから安心できた

次は、沖縄・北海道とか行けないかな？

人の幸せは、移動距離や体験の数に比例する

私たちの活動は、**ビジネス**というよりも

障害児・者達が情報・機会を

自由に得られる権利を取り戻す

という **社会運動** なのです。

補足説明資料

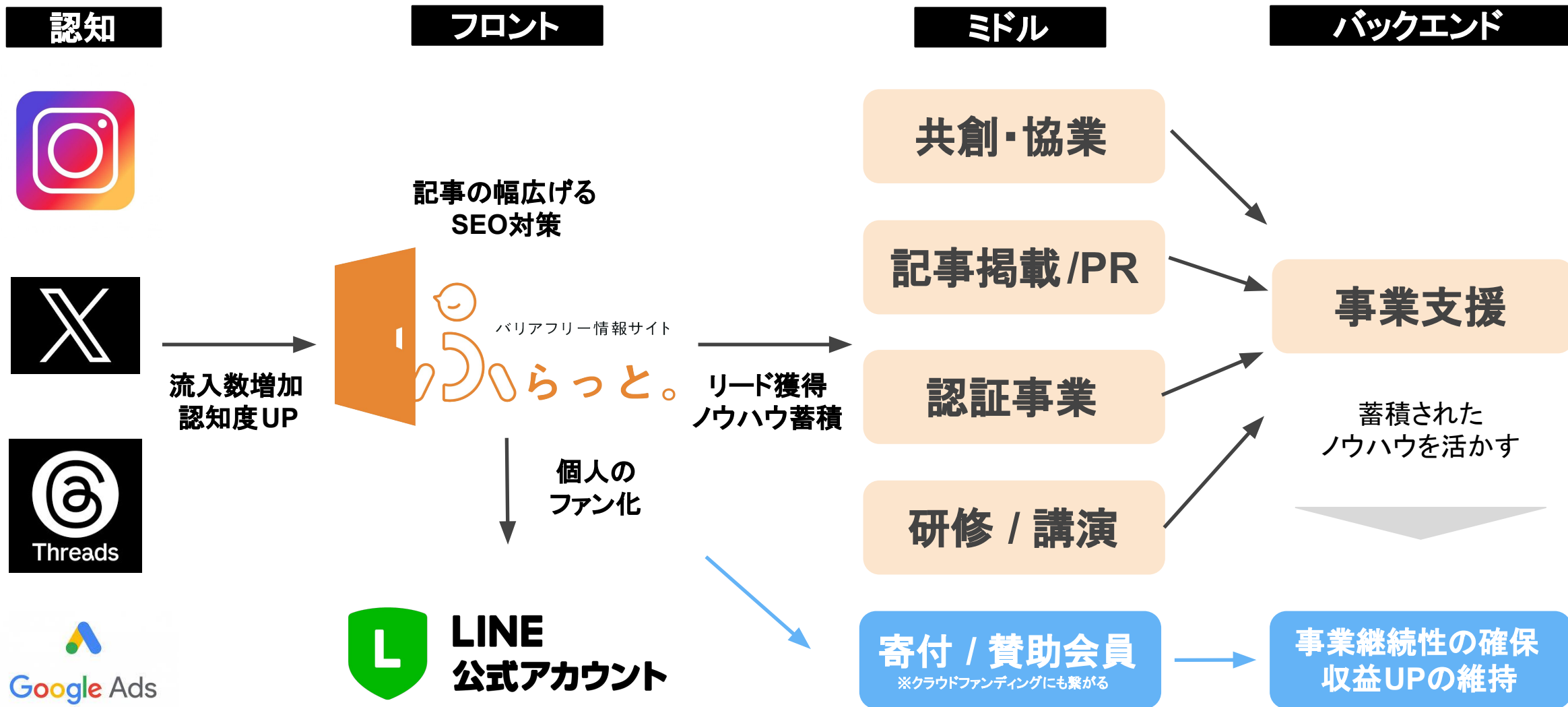
他法人との差別化

他社に比べて
支援内容が充

	実 一般社団法人Ayumi	インクルーシブデザイン A社	経営コンサル 事業戦略設計コンサル
LTV ✖ 社会的付加価値 の最大化	○	△ (社会的付加価値にフォーカス)	△ (LTV・売上にフォーカス)
情報発信・PR・広報	○	×	×
障害者雇用の定着・戦力化支援 ※合理的配慮に基づくアドバイスも可能	○ (現場に伺い講習を実施)	×	×
非財務の取り組みを数値化	○ (TERRASTとの連携で可能)	×	×
インクルーシブデザインコンサル	○	○	×
ユーザーリサーチ・インサイト調査	○	○	△ (他社連携により費用が高額に)
ローンチ後のフォローアップ ※社内へDEIBの浸透も踏まえた内製化支援	○	△ (ローンチ→発表で終了)	×

事業の関連性 (現状:メディアを見た会社からの依頼が多数)

アップセル・クロスセル・受注金額 UPを実現していきます





日本は他国に類を見ない速度で身体障害者・高齢者が増えています
そんな、先進国の日本だからこそ、

バリアフリーにおいても先進国にしたいと私たちは考えています。

コミュニケーション・サービス・環境・意識・情報の在り方など

日常にはありとあらゆるものが存在しています。

障がい者と健常者の間での区別がなく、

世の中が障害者に対して、風通しが良くすることが当法人の使命です。

“できない”を“価値”に変え、

私たちは社会を、日本を、世界を、革新していきます。