

1

00:00:00.000 → 00:06:34.200

本日は、トヨタ自動車ビジョンデザイン部の稲垣氏からのご挨拶の後、インクルーシブデザインネットワーク理事長の西川氏が、インクルーシブデザインネットワークの活動報告とアイデアソンの案内を行いました。その後、青木秀仁氏が、UD トークの開発経緯や、シビックテックによる地域課題解決の取り組みについて講演しました。スライドは 70 枚近くあり、一時間で収めることを目指していたとのことでした。

2

00:06:34.200 → 00:13:47.849

この動画では、青木秀仁氏が自己紹介をし、UD トークとビジネスモデル、アクセシビリティ、シビックテック地域活動の話をするを紹介しています。UD トークは、音声認識と自動翻訳を使った多言語コミュニケーションアプリであり、最近ではテキスト入力や議事録作成にも使われています。青木氏は、このアプリの開発のきっかけは聴覚障害がある方との出会いだったと説明しています。

3

00:13:47.849 → 00:20:10.700

この話は、アプリ開発者の青木さんが、耳が聞こえない方と出会ったことから、自分が話を伝えることができない課題があることに気づき、UD トークという音声認識を活用したアプリを開発した経緯を語っています。当初は世間の反応が冷たく、聴覚障害者の文字支援が主流だったため、開発を続けることに対して批判的な意見もあったが、自分自身が課題を解決するために作ったアプリであり、自己資本で開発を続けているとのことでした。

4

00:20:10.799 → 00:25:58.000

UD トークは、Apple や Google が提供するアプリのビジネス数を支えるインフラを活用し、中小零細企業にとってありがたいビジネスを展開している。UD トークは、無料版と有料版のアプリを提供しており、音声データの収集を行うかどうかの違いである。UD トークは、体験が大事だと考えており、有料版と無料版の機能差はない。UD トークのビジネスの収益源は、月額利用料と法人向けプラン、アプリ内課金である。UD トークは、トヨタグループなどの大規模な契約もあり、台数制限なしの法人向けプランを提供している。UD トークは、売り上げは億単位であるが、ランニングコストがかなりかかるため、利益率はあまり大きくない。UD トークは、音声認識アプリを安価に提供することが強みである。UD トークは、1 人でもビジネスを展開できる時代であり、プロダクトオーナーとして大事にしている 3 つのことがある。

5

00:25:58.250 → 00:31:21.000

UD トークは営業をしておらず、口コミや提案によってアプリのダウンロードや法人向けプランの販売を行っている。プロダクトオーナーとして、人の意見を聞かず自分が欲しいものを作り、友人や家族、高校生などからの意見を取り入れることが多い。受託案件は面白くなく、自分が作りたいもの以外は作りたくないという考えを持っている。UD トークは自分が欲しいものなので、使っているとアイデアが自然と出てくる。

6

00:31:21.000 → 00:36:32.799

UD トークの開発者は、技術やデバイスの進化によって新しいアイデアが生まれると語り、UD トークキーボードのリリースによって、UD トークを毎日使えるアプリとして普及させたいと考えていることを明かした。また、Apple の眼鏡型ディスプレイや ChatGPT などの新しい技術にも期待しており、最近では音声入力アプリよりも音声入力に対応したアプリに力を入れているという。また、UD トーク関連の新しいアプリもリリースしており、ユーザーからの要望に応えることを大切にしていると述べた。

7

00:36:34.750 → 00:43:52.150

この動画では、ユニバーサルデザインについて話されています。共用品ネットという団体に参加して、視覚障害や聴覚障害の方々と接する機会があり、自分が使いやすいものは他の人も使いやすいだろうという考え方を持つようになったと話されています。また、Web アクセシビリティについても触れられており、目が見えない人がスマホのヘビーユーザーであることや、UD トークのユーザーが話し手であるため、目が見えない人がユーザーとして重要であることが語られています。

8

00:43:52.150 → 00:49:01.849

アプリ開発において、VoiceOver や多言語対応、カラーユニバーサルデザインなどのアクセシビリティに対応することが重要であると述べられている。特に、VoiceOver に関しては、初めから対応することが楽であると強調されている。また、カラーユニバーサルデザインについては、赤と緑を積極的に使えるようになるための知識が必要であり、色弱の人に使ってもらってチェックすることが重要であると述べられている。さらに、アクセシビリティとバリアフリーは異なる概念であることが指摘されている。

9

00:49:02.299 → 00:54:10.849

アクセシビリティは、障害のある人が使いやすいものを作ることで、みんなが使いやすくなるという考え方である。平等と公平の違いを例に挙げ、アクセシビリティの概念を説明した。同じものを与えるのではなく、必要なものを用意することがアクセシビリティの考え方である。アクセシブルとアシスティブという言葉があり、アクセシブルは便利なサポート、アシスティブは必要な手段という意味である。重要なのは、アクセシブルとアシスティブが重なる部分であり、字幕や読み上げ、見やすさや聞きやすさなどが含まれる。参加する人が伝えたい人がどういふ人なのかによって、いろんな手段を考えることが大切である。例えば、耳が聞こえない人には手話通訳や字幕、目が見えない人には写真や図を説明することが必要である。車いすの人にもオンラインで参加できるように配慮されている。

10

00:54:10.849 → 00:59:53.700

本日のイベントは、多くの人に参加しやすい選択肢があり、情報が伝わるように配慮されている。情報が伝わらない場合は、情報を伝えることが大切であるが、聞こえたり見えたりする人でも、理解できないことがあるため、アクセシビリティの意識が必要である。社会モデルと医学モデルについても説明があり、聴覚障害に関しては、社会モデル的な解決が必要であるということが述べられた。アクセシビリティの取り組みは、Code for Nerima を含む会社の事業の根幹であり、シビックテックの話についても触れられた。Code for Japan という団体があり、全国に80を超えるCode for が冠についた団体があることが紹介された。

11

00:59:53.700 → 01:05:23.900

Code for Nerima は、シビックテック団体の一つで、テクノロジーを活用して地域課題を解決することを目的としています。練馬区情報化基本計画にもシビックテック団体として記載されており、練馬区議会でも取り上げられています。Code for Nerima は、練馬区の協働推進課と連携し、地域活動やイベントに参加し、アクセシビリティの向上にも取り組んでいます。例えば、地域団体の動画に字幕や音声ガイドをつけたり、地域活動のイベントに字幕のサポートを提供したりしています。また、「つながるカレッジ」という教育プログラムにも協力しており、オンライン配信にも対応しています。練馬区の成人式も字幕付きオンライン配信を行っており、Code for Nerima もそのサポートをしています。

12

01:05:24.049 → 01:10:28.450

練馬区の成人式では、多言語の字幕がついており、手話通訳も当たり前につくようになっている。これは、東京で新成人の8人に1人が外国人であることから、必要性が高まったためである。アクセシビリティは、誰かのためで

はなく自分たちのためであるということ意識し、イベントや会議などで配慮することが大切である。Code for Japan では、アクセシビリティガイドラインを作成し、必要な手段を主催者と参加者で話し合って選択する柔軟性がある。字幕や手話通訳は、必要な方がいたら用意することが望ましい。

13

01:10:29.599 → 01:15:24.849

この話では、ビジネスや福祉サービス、自治体のイベントなど、どのような場でも、アクセシビリティに配慮することが重要であると述べられています。特に、自治体が開催するイベントでは、手話通訳や字幕などのアクセシビリティを整えることができるため、積極的に取り組むべきだとの意見が述べられています。また、自分が聴覚障害者や視覚障害者、車椅子利用者だった場合、イベントに参加できるかどうかを考えることが大切であるとも述べられています。さらに、プロボノ活動やイベントについても紹介され、英語の会話イベントやガンプライイベントなど、アクセシビリティに配慮した取り組みが行われていることが紹介されています。

14

01:15:25.299 → 01:21:11.700

アクセシビリティに関する話題を扱うイベントに参加する際には、できるだけ多くの人に参加できるようにアクセシブルな環境を作ることが大切だということ述べた。また、質疑応答の中で、UD トークの開発に至るきっかけについて、自分が伝えられないことに問題があるという考え方を持ったことが関係していると話した。障害がある人に対しても、英語を話す人に対しても、伝える方法を考えることが大切であり、アクセシビリティは自分たちのためにも必要なものであるということ強調した。最後に、アクセシビリティについての意識を高めることが重要であると述べた。

15

01:21:11.700 → 01:26:45.650

青木さんは、プロダクトオーナーとして大事にしていることとして、人の意見を聞かないことと、自分が欲しいものを作ることを挙げています。しかし、視聴覚に障害のある方など、ユーザーの意見を聞いて改善することもあると話しています。また、UD トークの開発には、1000 社ほどのニーズがあったというわけではなく、開発してみても意外とニーズがあったということです。トヨタ自動車の Lee さんは、お客様の声を分析して、ユニバーサルデザインの観点で、耳の間聞こえない方が安心して運転できるようなアイテムの開発に取り組んでいる中で、UD トークを活用していることを話しています。

16

01:26:45.650 → 01:32:13.950

青木さんは、UD トークを開発するきっかけとして、自分自身が必要だと感じたことや、同じようなニーズを持つ人がいると思ったことがあったと述べました。企業向けのサービスをリリースしたところ、予想以上に契約が取れたため、事業として成功する可能性があると感じたと語りました。ただ、開発コストやランニングコストの問題や、妻に負担をかけることなど、精神的な負担もあったと述べました。また、アクセシビリティに取り組むことがビジネスになるという考え方に賛同し、全ての企業が潜在顧客にアプローチするためにアクセシビリティに取り組むべきだと述べました。最後に、ビジョンデザイン部の中嶋さんは、限定された目線で開発をしてしまっていた可能性があるかと反省し、人間レベルや生き物レベルでのコミュニケーションに集中することが、可能性を広げると述べました。

17

01:32:13.950 → 01:34:34.450

この文章は、インクルーシブデザインについて話しています。ハンディキャップのある人だけでなく、全ての人に対して使いやすいデザインを目指すことが大切だと述べています。また、お客様目線ではなく、人間目線で考えることが重要であるとしています。若手も参考にして、楽しくコミュニケーションをとっていきたいと思っていますと述べています。最後に、UD 講演会を終了し、質問等があれば受け付けている旨を伝えています。