

CO-CREATION



すべての人に平等なインターネット体験を



Webアクセシビリティへの対応義務化について

Webアクセシビリティ改善による 企業価値向上のご提案

Webアクセシビリティへの対応義務化について

2024年6月の障害者差別解消法の改正にあたり、
Webアクセシビリティへの対応義務化が注目を集めています。

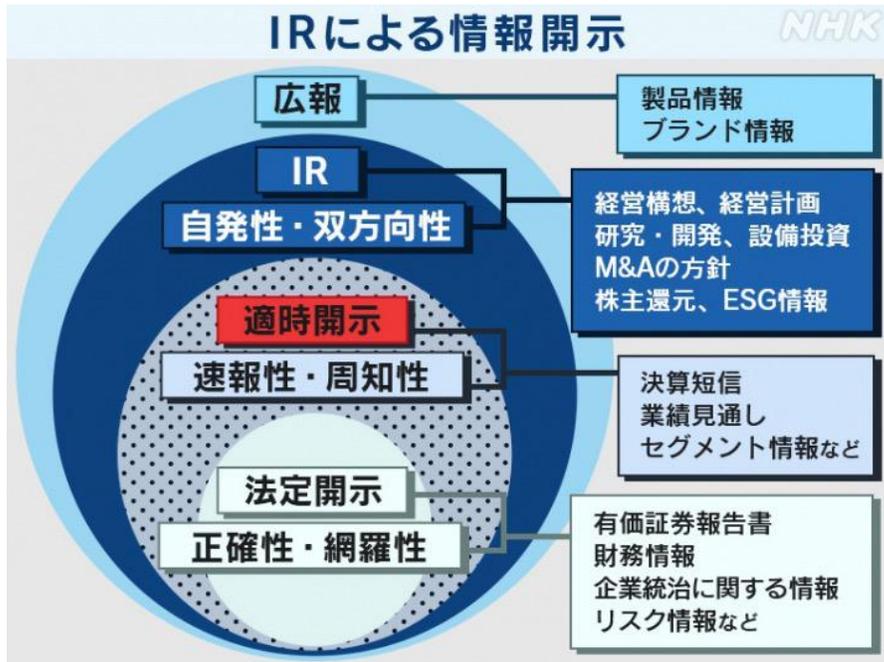
2024年から国内の全企業サイトに
努力義務だった「**合理的配慮の提供**」が**義務化**されます



Webアクセシビリティ対応を整えるためのポイントを整理し
本当に必要な対応策の検討・実装において**伴走支援**いたします。

デジタル（WEB）アクセシビリティに関する基準

IR（Investor Relations）



引用
https://www3.nhk.or.jp/news/special/news_seminar/syukatsu/syukatsu407/

ブランディング



SDGs

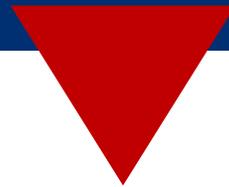


Digital Accessibility

なぜ、デジタル (WEB) アクセシビリティが重要視されているのか

ダイバーシティ (Diversity)

1. 人種・年齢・性別・国籍・宗教など、異なる属性を持つ人材
2. 企業においては、学歴・職歴のほか、シニア、障がい者、LGBTQ（性的少数者）など人材の多様性



ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

1. 多様な従業員が活躍できる環境づくりと、その機会が平等に与えられる
2. 個々の可能性を最大限に発揮する、成功への障壁を取り除くエクイティ（公平性）による環境づくり

デジタル（ウェブ） アクセシビリティが重要な背景に、
現代社会において、ダイバーシティとインクルージョンの推進に
積極的に取り組む必要性があります。

ダイバーシティの種類

1. デモグラフィック型（表層的ダイバーシティ）
→性別・年齢・人種・国籍など生まれもった外面的な多様性
2. タスク型（深層的ダイバーシティ）
→デモグラフィック型が外面的な多様性を意味するのに対し、タスク型ダイバーシティは内面的な多様性を指し、能力・経験・知識・宗教・パーソナリティなど、後天的な個性を重要視
3. オピニオン型
→組織の多様性を推進する取り組みや環境を意味する

詳しくはこちら

https://prtimes.jp/magazine/diversity/#chap_lpxpa1ap

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DEI）が重要な背景

1. 経済のグローバル化

近年では経済のグローバル化が進展し、海外企業が日本に進出したり日本企業が海外に進出したりしています。このような環境下では、国籍・人種に関係なく多様な価値観や経験を持つ人材を採用する必要が出てきました。

2. 労働市場の変化

少子高齢化が進む日本では、労働人口の減少による人材不足が深刻化しており、サービスや商品の供給が需要に追いつかなくなることが懸念されています。こうした状況下では、外国人やシニア層、障がい者、LGBTQなど多様な人材の雇用が求められるようになっています。

3. 労働者の意識の変化

人材の多様化にともない、労働者の雇用意識や仕事に対する価値観も多様化しています。例えば、仕事のやりがいや達成感、個性・スキル・ワークライフバランスの重視、帰属意識の希薄化など、労働者の意識もさまざまです。企業はそれらを理解し、個々が活躍できる環境を整備する必要があります。

4. 生活者ニーズの多様化

近年では生活者のニーズも多様化しています。「モノへの消費」から「コトへの消費」へと生活者の消費志向が変化している現代において、企業は戦略の転換を求められています。生活者の消費行動に合った企業戦略を実現するためにも、多様な人材を雇用し柔軟に対応していかなければなりません。

5. 社会的要請の増加

近年では、「同性カップルでも、異性カップルと同様のサービスを受けたい」など、多様性やインクルージョンに対する社会的な要請が高まっていることも、ダイバーシティが重要視されている背景に挙げられます。世の中の声に耳を傾けダイバーシティを推進することは、企業や組織にとって重要なCSR（企業の社会的責任）活動となっています。

今後、企業として、社会的責任としての 企業評判&法的要件として規制を重んじることで



- ・労働人口減少により人材難に向け、「労働力の多様性」のアピール
- ・顧客層が多様である現代社会において、組織がダイバーシティを重視することで、「競合他社とのビジネス戦略」に差別化できる
- ・従業員が自分らしく働くことができる環境を提供することは、「従業員のエンゲージメントとモラル」の向上に寄与

海外のWebアクセシビリティへ対応動向

米国

障がいを持つアメリカ人法（ADA）は1990年7月に成立しました。この法律は1964年制定の公民権法が人種、性別、出身国、宗教による差別禁止をしていたのと同様に、障がいを持つ人が米国社会に完全に参加できることを保証したものです。

ADA法（Americans with Disabilities Act）のもと、リハビリテーション法508条を改定し、**Webを含むIT製品・サービスの政府調達基準**が定められています。

客観的な検証が可能となり障害者からの苦情、訴訟が多く発生しました。

ADA法は、**米国以外の製品・サービスも対象**となりますのでグローバル企業は注意が必要です。

欧米各国

イギリスでは平等法（DDA）、フランスでは障がい者基本法など、**各国の障害者差別禁止法**のもと、Webアクセシビリティ対応に力をいれています。

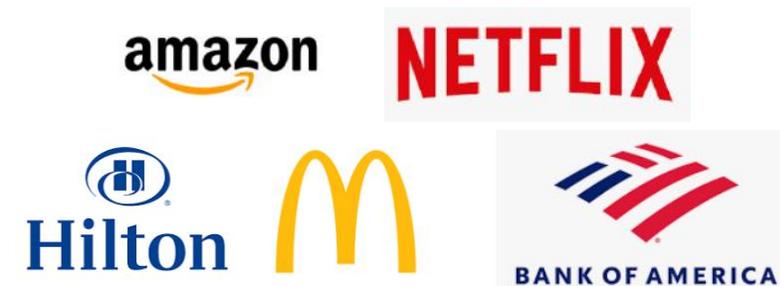
海外の訴訟例

日本では違反時のペナルティや罰則規定は現在策定中です。
海外では訴訟件数が急増しています。

社名・組織名	業種	概要
ナイキ(NIKE)	メーカー	目の不自由な方がウェブサイトの全ての内容にアクセス不可
ウィンディキシー (Winn-Dixie Stores)	食料品店	障害を持つ方に対してADAの基準に沿っていないとして訴訟
フーターズ・アメリカ (Hooters of America)	レストラン	目の不自由な方がウェブサイトの内容をスクリーンリーダーで読み取り不可
Target	米国 大手小売チェーン	WebサイトのWebアクセシビリティの不十分さが理由
ビヨンセファンクラブ	エンタメ	視覚障がい者から「閲覧」と「購入」ができないと訴訟



訴訟経験企業の一例



大手主要企業の対応状況

大手企業は対応を開始していますが、規格を満たしているのは数社のみ

Webアクセシビリティ方針				試験結果 (ウェブアクセシビリティ基盤委員会)			
企業名	対象範囲	目標等級	対応度	試験方法	等級	対応度	単位
味の素株式会社	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	AA	適合	ページ単位
株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	AA	準拠	ページ単位
株式会社日立製作所	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	AA	準拠	ページ単位
キッコーマン食品株式会社	明記	A	一部準拠	JIS 2016-JB	A	一部準拠	一式単位
日本電気株式会社	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	AA	準拠	ページ単位
パナソニック株式会社グループ	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	AA	準拠	ページ単位
富士通株式会社	なし	AA	準拠	JIS 2010-簡条8	AA	一部準拠	一式単位
三菱電機株式会社	明記	AA	準拠	JIS 2016-JB	A	一部準拠	ページ単位
ヤフー株式会社	明記	A	準拠	JIS 2016-JB	A	準拠	ページ単位
岩崎電気株式会社	明記	A	準拠	JIS 2016-JB	A	一部準拠	ページ単位
コニカミノルタ株式会社	明記	A	準拠	JIS 2010-簡条8	A	準拠	ページ単位

<参考>一般企業におけるウェブアクセシビリティ方針策定と試験結果表示の実態調査

© ITOCHU INTERACTIVE CORPORATION. all rights reserved.

ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

そもそも弊社、伊藤忠インタラクティブって？

ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

伊藤忠インタラクティブ株式会社

ITOCHU INTERACTIVE CORP.

本社所在地	〒106-0047 東京都港区南麻布3-20-1 Daiwa 麻布テラス3F
TEL	03-6408-1770 (代表)
FAX	03-6408-1801
代表取締役	野波 宏安
設立	1982年1月
資本金	4億円
株主	伊藤忠商事株式会社
従業員数	115名



事業企画

サービス設計

サービス構築

プロモーション

運用

新規事業
アイデア

収支計画

ブランディング

システム要件定義

UI / UX
フロントエンド
バックエンド
インフラ

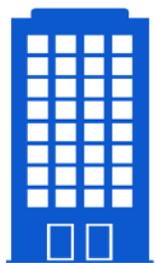
企画
制作
検証

サービス運用

システム運用

売上構成 2022年度

60% 40%

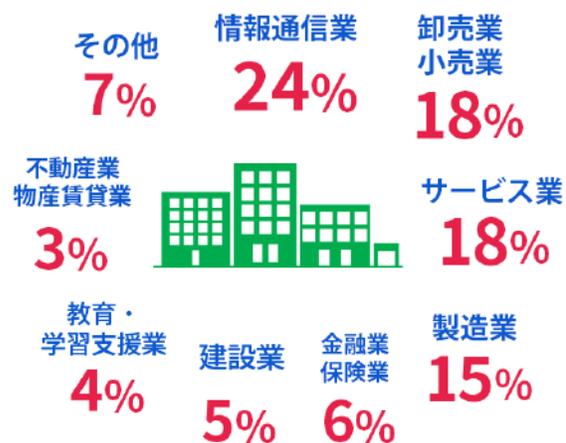


伊藤忠グループ



その他

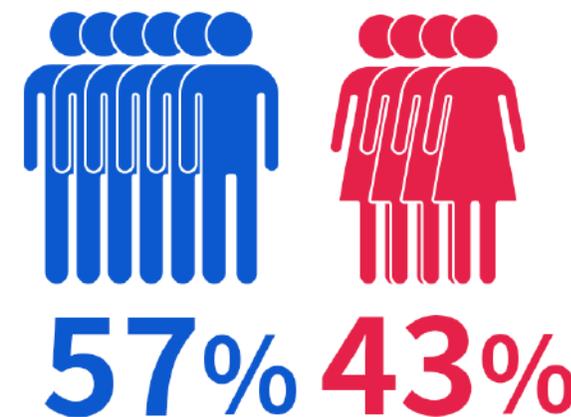
取引先業界



職種



男女比



弊社としてデジタル (WEB)

アクセシビリティ改善のためにできること

1. 梅プラン→ツール導入のご提案
2. 竹プラン→ツール導入+サイト微改修
3. 松プラン→サイトの全体的改修+ブランディング設計

梅プラン

現状分析



簡易ツール導入支援



導入修正・保守

竹プラン

現状分析



競合調査・方針策定



簡易サイト改修



調査・証明書発行

松プラン

現状分析



競合調査・方針策定



ブランディング設計



サイトリニューアル



調査・証明書発行

⋮ Other..

梅プラン ▶ 現状分析から対応義務化を満たした、アクセシビリティ対策をご提供



※ツール例



対象期間：1ヶ月～



Step1：現状分析

Step2：簡易ツール導入支援

Step3：導入後調整・保守

竹プラン ▶ 現状分析+既存サイトにアクセシビリティ対応デザイン修正ご提供

対象期間：2ヶ月～



Step1：現状把握・方針策定

Step2：簡易サイト改修

Step3：調査・証明書発行

松プラン ▶ 現状分析+ブランディング+サイトリニューアルをご提供

対象期間：3ヶ月～



Step1：現状把握・方針策定

Step2：サイト改修支援

Step3：調査・証明書発行

数字でわかるサイト現状

弊社では、
 ユーザービリティランキングと
 同じ基準でチェックができます

順位	昨年 順位	企業名	スコア	改善率	評価	コメント
1位	3位	株式会社A	95.0	100%	優	操作性が非常に高い
2位	1位	株式会社B	92.0	95%	良	デザインが美しい
3位	2位	株式会社C	88.0	90%	可	検索機能が使いやすい
4位	16位	株式会社D	85.0	85%	可	モバイル対応が徹底している
5位	5位	株式会社E	82.0	80%	可	コンテンツが充実している
6位	9位	株式会社F	78.0	75%	可	アクセシビリティが向上している
7位	11位	株式会社G	75.0	70%	可	セキュリティが強化されている
8位	4位	株式会社H	72.0	65%	可	カスタマーサポートが丁寧
9位	27位	株式会社I	68.0	60%	可	更新頻度が定期的
10位	8位	株式会社J	65.0	55%	可	問い合わせフォームが分かりやすい

コンサルティング支援の流れ

アクセシビリティ改善のプロセス

お客様ホームページのWebアクセシビリティ対応問題の改善に向け、以下のプロセスでご支援します



現状把握

日本産業規格（JIS X 8341-3:2016）・国際標準規格（WCAG 2.0, WCAG 2.1）に基づき、ホームページを検査し、**アセスメント**をいたします。
アクセシビリティ達成状況の調査を行い、今後の基本対応方針の提案を行います。
必要に応じて社内メンバーの意識調査なども行います。

立案

Webアクセシビリティ対応の**活動計画を立案**いたします。
お客様とともにアクセシビリティ推進体制の構築を行います。
実施していくためのアクセシビリティ方針、研修の提供、ガイドラインの作成など行います。

改善の実施

活動計画に沿ってホームページの**改善を実施**いたします。
Webサイトの規格に基づく診断、結果報告、修正支援、修正後の検査証の発行、ユーザー評価の実施など行います。アクセシビリティ方針、検査結果証明書及び適合証明書の公開を行います。

方針公開の検討

改善が完了したら、Webアクセシビリティ対応の方針と**結果をホームページ上に公開**します。
アクセシビリティ方針、検査結果証明書及び適合証明書の公開を行います。

包括的なコンサルティングも 伴走支援も

次のコンサルティングサービスを通して、お客様のWebアクセシビリティ対応をご支援します。

1：プロジェクトの推進

プロジェクト計画をお客様に代わって立案し、ファシリテーションしながらプロジェクトを推進いたします。

2：方針策定のご支援

総務省による「みんなの公共サイト運用ガイドライン」に従った方針の策定や、企業方針、SDGs、ESG、CSR活動などに配慮した方針の策定をご支援いたします。

3：ガイドライン作成

Webサイトの品質を維持運用するために遵守すべきWebアクセシビリティガイドライン作成のご支援をいたします。

アクセシビリティ改善のプロセスに則り、伴走支援をいたします。

包括的なコンサルティングサービスをご提供しています。

お客様への最適な計画をご提案し、計画の実行にあたって伴走支援をいたします。

ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

ご検討をよろしく申し上げます