

クワイ
エツト
アワー

Quiet Hour

実施のための
サポートブック



0. はじめに

洋服・雑貨・食料品など興味をそそるものが立ち並ぶ店舗、家族連れなど多くの人でにぎわうフードコート、リズミカルな音楽と共に広場で催されるステージ... 商業施設は、豊富な品揃えで人々の生活を支え、また賑やかな雰囲気を訪れる人を楽しませてくれます。

実はそんな賑やかな空間に過ごしにくさを感じている人がいることをご存じでしょうか。

発達障害のある方の中には、「感覚過敏」という、音や光といった刺激を他の多くの人よりも多く受け取ってしまう特性を持つ方がいます。そして、その「感覚過敏」のある方たちにとっては、商業施設は刺激が多く、興奮したり、ひどく疲れたりし、利用にハードルを感じる対象となっています。

そのような特性を持つ方にとっても、安心して買い物ができる環境をつくるための取り組みとして、「クワイエットアワー」があります。一時的に音や光の刺激を緩和して営業する取り組みのことで、イギリスやニュージーランドなど各国でひろがりつつあります。

このように、障害のある方と環境との間に生まれてしまうハードルは、環境側が少しの工夫を行うことで取り除かれ、それによって誰もが過ごしやすい社会をつくることができます。

本書は、「クワイエットアワー」の取り組みを国内でもひろげていくため、商業施設において「感覚過敏」のある当事者が感じている具体的な課題と、その課題を解決するために商業施設側が実施できる環境整備の方法についてをまとめました。



多様なお客様がいらっしゃる商業施設での実現可能性も踏まえ、シンプルな3ステップで整理をし、実施にあたってのチェックリストもつけています。全国の商業施設の運営者様にご活用いただければ幸いです。

本書が、発達障害のある方が社会の中で抱える課題への理解の促進と、誰もが過ごしやすい環境づくりに貢献できれば幸いです。



目次

0. はじめに
1. 発達障害について知る
 - 1.1. 発達障害とはなにか
 - 1.2. 発達障害の障害種別とその特徴
 - 1.3. 発達障害のある方はどれくらいいるか
 - 1.4. 発達障害のある方に見られる感覚過敏とは
2. クワイエットアワーについて知る
 - 2.1. 感覚過敏とクワイエットアワー
 - 2.2. クワイエットアワーで出来る具体的対処法の観点
 - 2.3. 聴覚上の課題と対処法
 - 2.4. 視覚上の課題と対処法
 - 2.5. 嗅覚上の課題と対処法
3. クワイエットアワーを実施する
 - 3.1. 実施エリアと実施事項を検討する
 - 3.1.1 発達障害のある当事者が利用したいエリアか
 - 3.1.2. 通常営業時の利用にハードルがあるか
 - 3.1.3. 対処が可能であるか
 - 3.2. ツールを活用する



1 発達障害について知る

1.1 発達障害とはなにか

発達障害とは、生まれつきの脳機能の発達のアンバランスさ・凸凹（でこぼこ）と、その人が過ごす環境や周囲の人とのかかわりのミスマッチから、社会生活に困難が発生する障害のことです。

日本では、発達障害者支援法（平成16年制定）によって、次のように定義されています。

自閉症、アスペルガー症候群その他広汎性発達障害、学習障害、注意欠陥多動性障害その他これに類する脳機能の障害であってその症状が通常低年齢において発現するものとして政令で定めるもの

発達障害を理解する上での難しさは、その障害が見た目からは分かりにくいことにあります。発達障害のある方は得意なこと不得意なことの差が非常に大きかったり、他の多くの人と比べて違った物事の見え方や考え方をしたりすることが多いです。また、その特性や症状が一人一人大きく違うことも特徴です。

本人は悪気なく行動しているつもりでも、「衝動的でわがままだ」「親のしつけに問題がある」などと誤解や批判を受けるなど、その特性から「困った人」と捉えられてしまうこともあります。その人が「困っている」ことに早く気づき、周囲が理解し、一人ひとりに合った対応をすることがとても大切です。

参考：https://h-navi.jp/column/article/35027050#headline_154961
https://h-navi.jp/column/article/134#headline_131892

1.2 発達障害の障害種別と特徴

発達障害は特性や現れる困りごとによって、下記のような障害種別に分けられます。

発達障害のある方の特性や症状の程度は一人ひとりで異なるため、必ずしもすべてが当てはまるわけではありませんが、ここでは他の診断基準も参考にしつつ、主にWHOの『ICD-10』に準拠し、それぞれの障害種別について主にみられる特徴を紹介します。

■ 広汎性発達障害 (ASD : 自閉スペクトラム症/自閉症スペクトラム障害)

対人関係・社会性やコミュニケーション能力に障害があり、物事に強いこだわりがあります。また感覚が定型発達の方と比べてとても過敏（または鈍麻）であったり、柔軟に思考することや変化に対処するのが難しいこともあります。

■ 注意欠如・多動性障害 (ADHD)

「不注意・多動性・衝動性」と言われる、「落ち着きがない」「集中力がない」などの特性が、社会的な活動や学業、日常生活に支障をきたすほどの程度で見られます。

■ 学習障害 (LD)

全般的な知的発達に遅れはないが、読む・書く・聞く・計算などのある特定分野における理解・能力取得に極端な困難さがあります。

■ 知的障害

日常生活や学校生活の上で、知的能力の発達の遅れから、学習やコミュニケーション、認知の困難が見られます。また、生活能力・適応能力にも困難が見られます。



※この図は、ICD-10と DSM-IV-TR、DSM-5を参考にして作成した概念図です。

1.3 発達障害のある方はどれくらいいるか

発達障害の可能性のある方の数は、増加傾向にあります。

文部科学省の2012年の調査によると、公立小中学校の通常学級に在籍する児童・生徒の中で発達障害の特徴を示す子どもは全体の6.5%という結果になりました。これは、診断を受けている子どもの数ではありませんが、発達障害の可能性があり特別な教育的支援を必要とする児童が40人学級で2~3人の割合でいるということになります。

さらに、通級による指導*を受けている児童生徒数も、右肩上がり増加しており、発達障害のある子どもの数は全体的に増加傾向です。

また、統一的な調査が十分に行われていないため、全体的な人数は明らかになっていませんが、大人になってから何かをきっかけに診察を受け気づくという人もおり、何らかの発達障害の特性で生活のしづらさを抱えている人は、年齢を問わず一定の割合で存在していると考えられます。

*通級・・・大部分の授業を在籍する通常の学級で受けながら、一部の時間で障害に応じた特別な指導を実施する授業形態

参考：「通常の学級に在籍する特別な教育的支援を必要とする児童生徒に関する全国実態調査」 | 文部科学省
https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/tokubetu/material/1328729.htm

令和元年度 通級による指導実施状況調査結果について | 文部科学省
https://www.mext.go.jp/content/20200317-mxt_tokubetu01-000005538-02.pdf



クラスに約 **2~3** 人

※ 1学級40人の場合

1.4 発達障害のある方に見られる「感覚過敏」

発達障害のある方の多くに見られる特性として「感覚過敏」があります。

「感覚過敏」とは、感覚のはたらきに偏りがあることが原因で、光や音などをはじめとする特定の刺激を過剰に受け取ってしまう状態のことを指し、他の多くの人にとっては平気な刺激を過剰に怖がったり、多くの刺激を受け取りすぎることによってストレスが増したりすることがあります。ただし、同じ人の中でも感覚の種類によって過敏な場合と感じにくい場合が共存していることが多く、感じ方の個人差が大きい前提で考えることが大切です。

参考：<https://h-navi.jp/column/article/35025696>



2 クワイエットアワーについて知る

2.1 感覚過敏とクワイエットアワー

感覚の過敏性のある方が、日常生活において特に困難を感じやすい場面の一つに、商業施設の利用があげられます。そういった方でも安心して買い物にいけるよう、「クワイエットアワー」の取り組みが世界で広がっています。

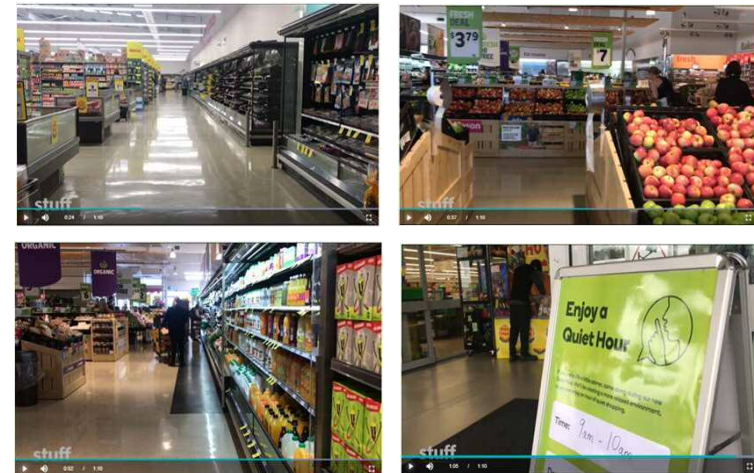
感覚の過敏性のある方にとって、商業施設は音や光などの刺激が多く、興奮したり、ひどく疲れたりすることがあります。「クワイエットアワー」とは、そういった感覚過敏のある方に配慮し、一時的に音や光の刺激を緩和して営業する取り組みのことです。

右に示す写真は、ニュージーランドのスーパーマーケットチェーン Countdownにおけるクワイエットアワーの様子です。毎週水曜日の午前9時～10時に実施をしています。

館内の照明の中で、スポットライト型の照明などを消灯しているほか、陳列棚の照明も一部を落としている様子が伺えます。また、実施中は立て看板（写真右下）を掲示し、利用客への理解を呼びかけています。

クワイエットアワーを推進する代表的な国として挙げられるのはイギリスで、2017年の取組開始以降15,000店舗以上がこの取り組みを実施しています。さらに現在では、前述のニュージーランドやスイスをはじめとする各国でも、週に1日1時間「クワイエットアワー」がもうけられるなど、取り組みが広がっています。

感覚過敏の方だけでなく、高齢者など、控えめな刺激を好む方にとっても利用しやすい環境と位置づけ実施している施設も存在しています。



<https://www.stuff.co.nz/business/116432366/countdown-rolls-out-nationwide-lowsensory-quiet-hours-after-successful-trials>

2.2 クワイエットアワーで出来る具体的対処法の観点

商業施設の中で感じられる刺激は、大きく「聴覚」「視覚」「嗅覚」の3種類の感覚に分類して考えることができます。

「クワイエットアワー」のような取り組みは、日本においても求められていますが、まだ事例は多くありません。具体的にはどのような配慮をする必要があるのでしょうか。

本書ではここから、聴覚・視覚・嗅覚の3つの感覚ごとに、感覚過敏のある方が困難を感じる空間的特徴と、その対処法について示します。










前述した通り、感じ方には個人差が大きく、発達障害のある当事者が以下に示す課題を一律に感じているわけではないことをあらかじめ理解しておく必要があります。

<http://enablemagazine.co.uk/autism-hour-on-the-clock/>










2.3 聴覚に関する困難と対処法 1/2

聴覚に関する困難は、大きく下記2種類に分類されます。

- ①聴覚フィルタリング：複数の音が混ざってしまい、特定の音が聞き取れなかったり、気が散りやすかったりする
- ②聴覚過敏：突然の音や大きな音に対して敏感で、痛みや苦痛を伴う場合がある

	課題	対処法
<p> 場面</p>	館内全体や各店舗のBGM	<p>共用エリア・テナント店舗のBGMを統一し、音量を下げる 音楽の種類は、落ち着いた起伏の小さいものが望ましい</p>
<p> 当事者の声</p>	「ショッピングモール全体の音楽と、お店の中の音楽と重複している場所があり、嫌だ」 「音が混ざって聞こえるところが苦手」「アップテンポでボリュームが大きいと気になる」	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の音が混ざっている空間では、一般的な聴覚を持つ人以上に、ストレスを感じる ・館内アナウンスと混ざると聞き取ることができない 	
<p> 場面</p>	館内・店内アナウンス	<p>防災や迷子など必要な内容に限定する</p>
<p> 当事者の声</p>	「服を選んでいるときに、別のアナウンスが入ってくるとそちらに気持ちが行ってしまう」 「スピーカーを通しての、マイクの割れた音というか、ガザガザというような音が苦手」	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・突然大きな音が流れると驚く ・気が散って買い物に集中できない 	<p>音量が段階的にあがるメロディーを使用する</p>
<p> 場面</p>	呼び込み・接客などの店員の声	<p>大声量の呼び込みを抑える</p> <p>突然の声掛けが苦手な人への配慮するための感覚過敏シールのようなマークを用意する</p>
<p> 当事者の声</p>	「『タイムセール何パーセントOFFですー！』みたいなことを何回も言っているのが気になる」、「『いらっしゃいませ』と声をかけられるのは、お店的には大事なことだとは思いますが、その音が突然出てくるとドキッとして落ち着いて買い物ができなくなる」	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・タイムセールなど大きな声量での呼び込みはストレスがかかる／・商品を見ている際に突然話しかけられると驚いてしまい、対応方法が分からず店を出てしまう／・話しかけられると苦手なのに声を掛けられる 	



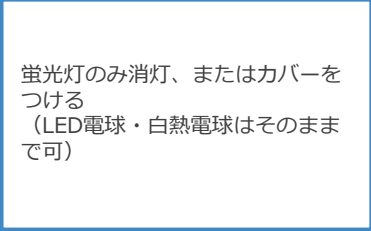




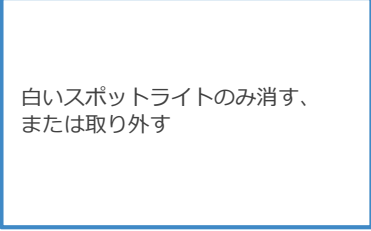


2.3 聴覚に関する困難と対処法 2/2

	課題	対処法
<p> 場面</p> <p> 当事者の声</p> <p> ポイント</p>	<p>各店舗から突然発生する音</p> <p>「出所がわからない音が怖い」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗の作業音や、おもちゃ売場の鳴り物など、予測できず発生する音に対して過敏性を示す ・突然の音は聴覚過敏のお子さんのパニックを誘発しやすい 	<p>突然の大きな音が鳴る機会が減るよう従業員へ伝達する</p> <p>業務上やむを得ない箇所は注意マップを作成し記載</p>
<p> 場面</p> <p> 当事者の声</p> <p> ポイント</p>	<p>トイレのハンドドライヤー</p> <p>「ハンドドライヤーはとにかく苦手です。他の人が使っているのも怖いので、音が鳴ると逃げてしまいます。」 「ハンドドライヤーから離れている洗面所を選んだり、イヤーマフをつけて手を洗わせたりしています。」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通常の生活環境においては問題がなくても、特定の音に対して特に過敏性を示す場合がある ・ハンドドライヤーは特に苦手な音としてよく上げられる 	<p>一時停止する</p>
<p> 場面</p> <p> 当事者の声</p> <p> ポイント</p>	<p>商品紹介のディスプレイから発生する音</p> <p>「CMの動画を流すような小さいテレビの音って結構小さい割に響いて、あまり好きではない。そこにあることによって商品にうまく集中できなかったり、音が増えて気になったりする。」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・BGMや他のアナウンスと混ざることによってストレスがかかる 	<p>音をOFFにする</p>




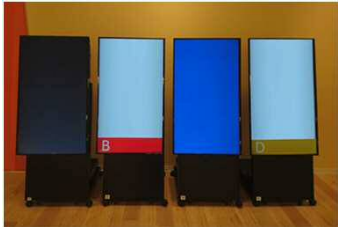





2.4 視覚に関する困難と対処法 1/2

視覚に関する困難は、大きく下記2種類に分類されます。










- ①視覚過敏：一般的な方が気にならない程度の明るさでも眩しいと感じる
 - ②視覚の識別・フィルタリングの問題：似ている形や文字の形がわからなかったり、ごちゃごちゃした中で探し物を見つけることが苦手だったりする
- ここでは、クワイエットアワーで解決し得る、①視覚過敏(光) について記載します。

	課題		対処法
 場面	蛍光灯		 <p>蛍光灯のみ消灯、またはカバーをつける (LED電球・白熱電球はそのままでも可)</p>
 当事者の声	「蛍光灯の強い光は苦手。そういう場所に長時間いた後は気が立ってしまう」 「上に蛍光灯がついているところが、眩しくて大変だと思う」		
 ポイント	・白熱電球やLEDに比べて、蛍光灯は過敏性を誘発しやすい傾向にある		
 場面	スポットライト・青白い電球		 <p>白いスポットライトのみ消す、または取り外す</p>
 当事者の声	「白い光のほうが暖色より痛く感じて、頭が痛く感じる」 「暖色系の明かりのような、温かみのある色は落ち着く」		
 ポイント	・スポットライトは直線的に強く光が届き、刺激が強く感じられる場合がある ・暖色系に比べ青白い色を苦手とする傾向がある		

2.4 視覚に関する困難と対処法 2/2

	課題		対処法
<p> 場面</p>	陳列棚の光		<p>蛍光灯や、直接目に入る白い光は消灯</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「商品をきれいに見せるために下から照らしているようなお店は（利用が）難しい」 「棚が鏡のような反射しやすい素材の時、光が強そうなので近寄らないようにする」</p>		
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商品を照らす陳列棚の光がまぶしい。それにより商品が見にくくなる場合もある。 		
<p> 場面</p>	モニター・ディスプレイ		<p>必要最低限の物に絞り、 その他はOFFにする</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「ディスプレイの明るさと、映像が動いているというマルチな刺激がちょっと辛い」 「商品のコマーシャルがモニターで流れていたりするのは、すぐく気になるので、ずっと見ていると、一通り見てからでないと前に進めなくなる。」</p>		
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイの光の刺激が強いことがある ・映像が動いている場合、注意が散漫になりやすい ・対照的に、映像を見続けてしまうお子さんもいる 		
<p> 場面</p>	壁・床の反射		<p>店舗全体の照明を間引き、 光の総量を調整する</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「天井の光が床に反射したり壁に反射したりするのがしんどくなる」 「白い壁が苦手。そこに光が反射すると目が疲れて気持ち悪い」</p>		
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・白い壁は光を反射しやすく、全体的にまぶしく感じる ・反射しやすい色・素材の床には、天井の光が反射し、まぶしく感じる 		

2.5 嗅覚に関する困難と対処法

	課題	対処法
<p> 場面</p>	化粧品や香水・アロマなどのおい	<p>注意マップを作成し、記載</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「化粧品売り場や、ハンドクリーム・アロマのようなにおいがするところは嫌がる」 「フレグランス系など、いろいろなものが混ざった香りがすると、疲れてしまう」</p>	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コスメ系の売り場はにおいが強いいため、避けて通行することが多い ・洋服店なども店舗によってにおいが強いところがあり気分が悪くなることもあるので利用できない 	
<p> 場面</p>	揚げ物や生鮮食品のおい	<p>定期的な換気</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「試食の焼いている匂いや、魚の生臭いにおいがダメです」 「焼き芋を入口で焼いていたりとすると、そこから先にもう入れない。でもそこで焼き芋を焼いているということがわかっていたら、鼻をつまんでにおいがしないところまで行ける。」</p>	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・フロアマップに掲載されていないことが多く、避けられない場合がある。 	
<p> 場面</p>	人混みにおけるおい等、その他のにおい	<p>定期的な換気</p>
<p> 当事者の声</p>	<p>「雨の後の蒸れたようなにおいで居心地が悪くなってしまって、その場にいられなくなるということはよくあります」 「フードコートだったら食べ物屋さんの近くの椅子には座らず、真ん中あたりの人通りがあって空気が流れているような場所で食べるなど、席を工夫している」</p>	
<p> ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・人によって苦手なおいが異なる (例えば人混みの中でにおいが混ざり合うことを苦手とする人もいる) 	



3 クワイエットアワーを実施する

3.1 実施エリアと実施事項を検討する

多様なお客様を相手にしている商業施設にとって、はじめから100%の環境整備を目指すことは難しい場合もあります。クワイエットアワーを初めて実施する際は、以下の3つの観点から、実施エリアと実施事項を検討すると良いでしょう。



実施エリアと実施事項を決める

3.1 発達障害のある当事者が利用したいエリアか 1/3

発達障害、特に感覚過敏のある方の中には、例えば洋服や普段からよく使うものを選ぶ際には、素材などにもこだわりがあるために直接店舗で実物を見てから購入したいという方も多くいます。
特に利用したいエリアについて、以下のような声があがっています。

- ◆服・靴エリア（子連れの場合は子供服エリア）
「本人のこだわりが強いので、インターネットで買うと、思っていた色や大きさと違ったりすることがあるので店舗で本人に見せてから買う事が多い。」
「感覚過敏があるので、服の素材やタグ（が痛くないか）を確認したいので店舗に行く。」
- ◆日用品・学用品エリア
「すぐに必要なものは店舗に買いに行く。」
「ネットで変わると触り心地が想像と違ったり、においが抜けるまで使えない。」
- ◆食料品エリア
「食料品はその日の新鮮なものを選びたいので店舗で買いたい。」

3.1 通常営業時の環境には利用のハードルとなる特徴があるか 2/3

各商業施設によって、使用しているBGMの種類や音量は異なります。また、最近では、照明に暖色系のLEDを使用していることも多く、通常営業時でも刺激が緩やかな場合も多くあります。まずは、自施設の通常営業時の音・光・においについて、発達障害のある当事者にとって利用のハードルとなり、配慮が必要な箇所があるかを確認しましょう。

課題		配慮必要の有無✓
音の課題	BGM	館内全体・各店舗のBGMが大きく、混ざり合っている箇所はあるか
	館内アナウンス	必須情報以外に流している館内アナウンスはないか
		館内アナウンス開始時のメロディーは大きすぎないか
	接客	大声量の呼び込みはしていないか
		店員の声掛けの頻度はどの程度か
	ディスプレイ	デジタルサイネージや商品紹介ディスプレイから音は出ているか
	ハンドドライヤー	トイレにハンドドライヤーは設置されているか
突如の音	予期せず大きな音が発生するエリアはないか	
光・色の課題	蛍光灯	蛍光灯を使用しているか
	スポットライト・青白い電球	白いスポットライトを使用しているか
	ディスプレイ	デジタルサイネージや商品紹介のディスプレイを使用している箇所はあるか
	陳列棚	陳列棚のライトは直接目に届いていないか
	壁・床の反射	店舗全体の照明の総量はどうか（過度に明るい場所はないか）
	掲示物	ポスターなどの掲示物に色の強いものはないか
においの課題	商品のにおい	においが強いフロアやエリアはあるか（アロマ系/食べ物系）

3.1 対処が可能であるか 3/3

通常営業時の状態を確認したら、クワイエットアワーでまず優先的に取り組むことを決め、対処法を実行しましょう。本書では専門家による監修のもと、クワイエットアワー実施のための段階として、【まずは実施できると良いこと】と【できれば実施したいこと】の2段階に分けて整理しました。各商業施設ごとに、どの程度実施可能であるかを確認し、段階的に実施することも得策です。

	まずは実施できると良いこと	できれば実施したいこと
音	<ul style="list-style-type: none">【BGM】 共用エリア・テナント店舗のBGMを統一し、音量を下げる【館内アナウンス】 防災や迷子など必要な内容に限定する【接客】 大声量の呼び込みは控える【ディスプレイ】 音量を落とす	<ul style="list-style-type: none">【館内アナウンス】 館内アナウンスは音量が段階的にあがるメロディーを使用する【接客】 突然の声掛けを控える、または感覚過敏シールのようなマークを用意する【突然発生する音】 発生可能性のある場所を記載した注意マップを作成する【ハンドドライヤー】 一時利用停止する
光・色	<ul style="list-style-type: none">【蛍光灯】 蛍光灯は消灯、またはカバーをつける【スポットライト・青白い電球】 ・白色のスポットライトは消す、または取り外す【ディスプレイ】 必要最低限のものに絞り、そのほかはOFFにする	<ul style="list-style-type: none">【陳列棚】 陳列棚のライト（直接目に入るもの）は消灯する【壁・床への反射】 店内全体的な照明の間引きを行う【掲示物】 色の刺激の強い掲示物等は可能な範囲で撤去をする
におい		<ul style="list-style-type: none">【商品のにおい】 においの強い箇所を記載した注意マップを作成する

通常営業時の状態と、上記に示した対処法の実現可能性を踏まえ、クワイエットアワーの実施エリアと実施事項を確定させましょう。

3.2 ツールを活用する

■一般利用客への周知のためのポスター



クワイエットアワーを実施する際には、通常時と異なる環境で営業していることを、一般の利用客にも周知する必要があります。

その際に商業施設のご担当者ができる掲示物は下記からダウンロード可能です。（無料）

<URL>

<https://www.city.kawasaki.jp/2020olypara/page/0000134874.html>





2021年 発行

発行：川崎市市民文化局オリンピックパラリンピック推進室
川崎市川崎区駅前本町11-2(フロンティアビル 9F)
電話：044-200-0809
FAX：044-200-3599

編集協力：株式会社LITALICOメディア&ソリューションズ
info@h-navi.jp

監修：LITALICO研究所 野田遥・野口晃菜
