

IAUD

Newsletter from London

IAUD会員各位

本書はヨーロッパの視点から見たユニヴァーサルデザインにおける重要な最近の進展のいくつかのをご紹介します短いニュースレターです。将来的には定期的に更新していければと考えています。また、IAUDの仕事は私のヨーロッパの同僚へ紹介する機会を探して行こうと思います。

Roger Coleman ロンドン、2005年3月7日

更に勢いを増すユニヴァーサルデザイン

ユニヴァーサルデザインは企業によるアイデアの採用の仕方や、市場の新製品やサービスにおける障害者の切望から、現実なものへと重要な変化をとげています。

また、ユニヴァーサルデザインが収益性、マーケットシェアを高め、地域およびグローバル市場で真の競走上の優位性を与えるような新しい段階に差し掛かっていることを示すよいエビデンスもあります。

これを支持して、イギリス、ヨーロッパ、および米国からの事例をいくつかIAUD会員と共有したいと思います。しかし、日本が遅れているのかもしれないという意味でこのようなお話をするのは断じてありません。むしろ逆です。IAUDの設立は他の国々にユニヴァーサルデザインの重要性に関するメッセージを發しました。そして、2004年12月に行なわれたリオデジャネイロのコンファレンスでのIAUDのプレゼンテーションは日本で重要かつ急速な進歩が起きていることを示し、同時に特に導入においては日本企業が深く関わり、リーダーシップを發揮していることも示されました。

私達は、感情的、美的なクオリティを持つアビリティフレンドリーデザインの作成に近づきつつあるのではないかと私は思います。結果は私が「楽しみのためのデザイン」と呼ぶものとなるでしょう。あらゆる年齢と能力の人々に質の高いユーザ経験と満足度を提供しようと試みるデザイン。ユーザを喜ばせ、魅了し、よりよい生活の質と充実感を与える、美意識を伴った直感的なユーザビリティと他のクオリティの組み合わせが目標です。社会的、技術的な開発は消費者期待を高めるばかりですが、その目標を意識し続ける企業は取引先と強い関係を築き、成果を得ることができるでしょう。また、それを行なわない企業は市場で制裁を受けることとなるでしょう。

消費者はインターネットによって製品、サービス、および背後にある企業に関する情報に容易にアクセスできるようになりました。私たちは、価格や特徴だけでなく、Amazon.comなどのウェブサイトにあるレビューのような形による他の消費者の意見だけでなく、掲示板、ブログ、ニュースグループにあるコメントまでも比較対照することができるのです。

将来、市場における製品やブランドの成否を決定するのは満足し、知識を持つ顧客のネットワークとなるでしょう。この傾向はユニヴァーサルデザインを採用し、消費者に提供されるものがより多

くの人を対象とし、受け入れることができるよう努力を惜しまず、すべてのユーザに喜びをもたらすような企業に有利となるでしょう。

News stories: USA

ユーザビリティ-IT製品の重要な要素

2003年、2004年に、ソフトウェア最大手のマイクロソフトは生産年齢人口の能力範囲とコンピュータ技術とその使用への影響について標本調査を委託しました。目的は米国の労働年齢の成人と現在のコンピュータユーザの肉体的、認知的能力の範囲を確認することと、コンピュータの使用を制限する問題や障害の種類、範囲、重傷度、利用しやすい技術により恩恵を受ける人数を確認することでした。

調査は一流のコンサルタント会社、Forrester Research Inc. によって2003年に行われ、結果が分析されると、標本抽出された1万5000人の人は明確で非常に強力なメッセージを発していました:オペレーティングシステム内に埋もれている、主流のユーザにもすぐわかるものではないアクセシビリティ機能は57%の人にとって有益であることがわかったのです。言い換えればマイクロソフトが少数派と見なした障害者、高齢者ユーザ-向けに開発されたソフトウェアは大半のユーザにとっても有益であるということです。

調査の第二フェーズは2004年に行なわれた追跡調査でした。ここではアクセシブル技術が有益となる可能性がある、もしくは可能性が非常に高いと第一フェーズで識別された人たちのコンピューターおよびアクセシブル技術の使用を検証しました。報告書はアクセシブル技術の需要の成長の予測と、特にこの技術を見つけやすく、使いやすくすることによるIT業界にとっての機会の概要で締めくくられています。

この調査がマイクロソフトに与えた影響は顕著であり、アクセシビリティはマネジメントとソフトウェア開発者にとって重要な検討課題となりました。ユーザビリティと喜びの集合から来るwin-winの関係を私達はそこに見たのです。高められたユーザビリティは、障害者を雇う法的な義務がある会社とそのニーズを満たす計算装置を追加費用なしもしくは少しの追加費用で提供できるということだけを意味しているわけではありません。全ての人と同じ設備を使用できるため、恥ずかしさがなくなり、障害を持つ従業員が特別な、適した環境のみに制限されることがなくなることも意味します。しかしそれ以上に、これは労働者の大半が自分の仕事を簡単に、より楽しく感じることを意味します。

電子機器の大手フィリップス社が2004年に開始した研究はマイクロソフト視点を裏付けるものでした。フィリップス社ではヘルスケアと、ライフスタイル、実現技術という連動する3つの商業部門が活発です。研究は、小さいが、米国人口の代表的な標本である年齢18~75+までの1,501人の米国のインターネットユーザを対象として2004年7月に行なわれたウェブベースのオンラインアンケートからこれら3つのセクターの集合を調整することを意図しています。主としてヘルスケアと幸福に対する姿勢を検証していますが、例えば回答者の3人に2人は(女性74%、男性53%)「組み立てや操作

が複雑すぎる」ように見えるため、テクノロジー製品に対する興味がなくなったと報告しています。これに対し、「テクノロジー製品を使うのは簡単である」と信じているのはわずか13%です(女性8%、男性19%)。

技術製品の購買決定においてユーザビリティが重要な要因であることは明確です。しかし、ユニヴァーサルデザインの重要性は限界に近い、難しいケースの理解と設計はイノベーションを後押しするだけではなく、大半のユーザーにとって非常に有益となります。その上、購買後に使い方が難しいと判明するテクノロジー製品は消費者を満足させることはできず、インターネット上で他の消費者に不満を伝えるため、ブランドが実際に損害を負うことにつながります。

参考文献とリンク:

www.microsoft.com/enable/research/phase2T

www.microsoft.com/enable/research/phase1

フィリップス社の指標：ヘルスケア、ライフスタイル、技術の集合の較正

www.usa.philips.com/Assets/Downloadable?le/603043_USindex_FINAL-13091.pdf

News stories: UK

Skyテレビ

イギリスの衛星放送局Skyは誰にでも利用しやすいサービスにするために苦心し、インクルーシブなデザインやユニヴァーサルデザインに深く関わっている。初めは1995年に制定されたイギリスの障害差別法（2004年10月に主要な要素がすべて実施可能となった）という形で、法律に動かされていましたが、積極的に障害があるユーザを満たすことによって、Skyは追加加入者を引き付けることができるということに気付きました。これは、充実したコンテンツのための設備の費用に相当し、最終的には利益もでるようになると考えられます。

Skyはインクルーシブに設計され、すべての加入者に適当なセットトップボックスを1種類のみ提供しています。また、それと共にさまざまな統合アクセシビリティサービスや障害者の相談も受け付けています。障害戦略はビジネスニーズを障害者のニーズに結びつけること、サービスと番組においてインクルーシブに提供することで社会的、経済的な利益を提供することを目指しています。障害を持つ消費者からのフィードバックが変更すべき7つのポイントが特定され、この戦略の形成を助けてきました。結果Skyはイギリスの放送局で初めて副音声解説を提供し、他の放送局がマーケットシェアを保つには追わなければならない先導者となっています。

社会的包括性とイノベーションにおいてSkyブランドが確立されるばかりでなく、友人や家族にSkyを紹介している障害者コミュニティで、サービスに大変満足しているユーザのネットワークが出来上がってきています。このようにSkyは元々法律上の義務やビジネスコストと考えられたものを直接的、また間接的に消費者ベースとシェアを伸ばし、Skyブランドを強化する収益源へと変えて行っています。

ユーザビリティ機能をコア番組に埋め込むのが中心、そして勝利の戦略となりました。障害を持つユーザがこれらのサービスにアクセスするために特殊な装置を必要としないため、ホテル、友人宅、自宅などどこにいても、同じアクセシビリティを楽しむことができるのです。これは、Skyの加入者ベースを増加させる満足度を増し、好循環を生み出しています。

英国貿易産業省資金を提供された認識プログラム

別の結び付きはSkyとイギリスの主要慈善団体であるScopeのものである。ScopeはSkyと共に、誰にでも使いやすいアクセシブルリモコンの開発を行なってきました。ほとんどの人々、特に高齢者にとって現在のデザインは使いにくくなっています。本当にインクルーシブなりモコンを開発することでSkyは、すべての加入者の視聴経験を改良を試みています。ここでも目的は、Sky加入者全てがどこにいても使用できるユニヴァーサルなりモコンを1つ作ることです。

障害者、特に脳性麻痺患者の一般の生活への包括に熱心であるScopeにとってこのプロジェクトに参加するということは重要なことです。Scopeによって組織された機関であるイギリスの慈善団体及びボランティアセクタの「障害サミット」で、ユニヴァーサルもしくはインクルーシブデザインはイギリスにおける障害者を通常の生活や仕事へ統合するためのカギであるという意見が一致しました。このことがユニヴァーサルデザインを活動の中心に置き、大企業の関心を集め、ユニヴァーサル製品やサービスの開発を促進することに努めるとScopeに決意させました。Scopeは当初「インクルーシブテクノロジーやデザインのためのセンター」を設立しようと考えていたのですが、これはすぐに、関心を持つ組織のネットワークとなりました。組織にはScopeのイニシアティブを支える技能や専門的技術を持つHelen Hamlyn Research Centreも含まれています。

このアイデアはイギリス貿易産業省(DTI)に伝えられました。イギリス貿易産業省は、イギリスにおけるユニヴァーサル/インクルーシブなデザインを確実に理解することを今後の活動の最優先にしようとしているイギリス企業の認識レベルを対象とした15万ポンドの徹底的なアンケート研究へ資金提供をしました。今後の目標は更なるパイロットワーク・ショップを通じて、業界のための試験的研修パッケージを開発することです。そして、それを向上させ、Scopeが他の高齢者、障害者のための組織と共に率先して行なう効果的なプログラムにすることです。

業界からの反応は非常に良く、調査結果が発表され次第IAUDから情報にアクセスできるようにしたいと思っています。

Case study: B&Q

ユニヴァーサルデザインがイノベーションを動かす

B&Qの例はSkyの事例との共通点を多く持っています。現在SkyのHead of DiversityであるKay Allen氏が以前B&Qにおいて同じ職に就いていたことを考えればそれもうなずけるでしょう。イギリスの大手ホームセンターで世界でも3位であるB&Qはイギリスでドゥ・イット・ユアセルフまたはDIYマーケットと呼ばれる市場を独占していました。B&Qは早い段階から高齢の消費者に関心を持っており、若い人員よりも適応力、信頼感、忠実さを持つ高齢の従業員を雇うことの利点もわかっていました。また、高齢の販売スタッフは、高齢の顧客に歓迎され、地域のコミュニティーとの関係を築く助けとなるとB&Qは考えました。この基本的な認識からB&Qは障害差別法に迅速に応じ、高齢者・障害者の顧客と高齢者・障害者の従業員両方にとって利用しやすい店舗を目指した多様性戦略を導入しました。

数年前、若者達と比較してDIYに対する関心は50歳以上の方が顕著で、存続しており、65歳以降次第に小さくなるということを議論するため私はB&Qにアプローチしました。使いやすいDIYの道具や機器は大きなビジネス・チャンスかもしれないというのが私の提案でした。そして、全ての人が魅力を感じ、高齢者にもやさしい浴室や台所製品という更なる可能性につながるのではないかというものでした。これはB&QとHelen Hamlyn Research Centreとの今では長期にわたる共同制作につながりました。





B&Qはそれまでデザインを使ったことはなく、特に製品のデザインのためにはデザイナーを雇ったことでもありませんでした。ビジネスモデルは主にアジア、特に中国から部品を調達し価格優位性をもって販売するというに基づいていました。電動工具の最初の検査では大きなユーザビリティ問題が確認され、製品購入者が使いやすさ機能の確認やそれについて尋ねるのを助けるためのガイドが作成されました。工具や電動工具を長年使用している高齢の女性と退職した店員を含む高齢のユーザとの研究がこれに続きました。



Helen Hamlyn研究所のリサーチアソシエイトであるMatt White氏は更に4つの新しいもしくは改良した製品のデザインを開発し、5つの特許を取得しました。このうち2つ（使いやすいストラップ付きの軽量パーム・サンダーと軽量電動スクロッドドライバー）は完全開発に選ばれ、2002年のクリスマスに間に合うように市場に販売されました。軽量で使いやすいだけでなくデザインの価値も本当に持っているとして認識されるように、Matt White氏は製品のスタイリングとパッケージに特別の注意を向けました。製品は良く売れ、イギリス市場の電動工具トップ10に2回投票されました。



Matt White氏は、B&Qのデザイナーとしての仕事を続け、2回目のリサーチアソシエイトプロジェクトでは庭園用電動工具が調査されました。これもガーデニングへの関心が高い特に高齢者の間では大きな市場となる可能性を秘めています。

リサーチアソシエイトRobert Brown氏は高齢の園芸家のグループを製品テストのために集め、彼らは製品を持ち帰り、組み立て、自分の庭で使用しました。ここでも組み立ての説明書やマニュアルから使いやすさまで、多くの問題が発覚しました。結果、新たな革新的なデザインが出来上がり、そのうち2つは生産されました。

この事例の大切な要素は、B&Qがこれら2つのユニヴァーサルデザイン共同制作を通じてデザインの力、重要性を高く評価したということです。結果、B&Qはよりインクルーシブなデザイン、真のイノベーション、顧客満足によるより大きな利益とブランド力の関連をはっきりと見るできるようになりました。これは会社にとって大変意味のある工程となりましたが、ここで終わりませんでした。まずHelen Hamlyn Research CentreはB&Qのシニアマネージャーのためにイノベーション・デーを開催し、デザイン

に対する会社内のより深い理解につながりました。2つ目に リサーチアソシエイトRobert Brown氏はユニヴァーサル・インクルーシヴデザインおよび持続できるデザインのガイドラインの作成に任命されました。これはB&QだけではなくB&Qを所有するKingfisherグループ全体のものです。

News stories: UK

新英国規格

BS7000デザインマネジメントシリーズ内の新しいイギリスの規格の公表と一致しているため、DTIによって資金を供給されたイニシアティブ(3ページ)はタイムリーです。BS7000-6はすべての企業、公共部門、非営利団体内でインクルーシヴもしくはユニヴァーサルデザインを管理する総合手引書です。規格は所有者経営者、取締役、幹部役員、幹部補佐までを含む幹部社員やデザイン実務者がさまざまなユーザのニーズを、否定的な評価なく理解、対応することができるようなフレームワークを提供しています。

規格はユニヴァーサル/インクルーシヴなデザインの実践ではなく、マネジメントに焦点をあわせています。2つの主なセクションはそれぞれ組織レベルとプロジェクトレベルにおける手引きとなっています。規格はアプローチやソリューションが適切であることを確認するため、ターゲットの顧客と協議する重要性を強調しています。製品が市場に出る以前もその後も、すべての段階においてすべての規律が効果的に貢献するように、開発過程における綿密な調整を行なうことが強調されています。

プロジェクトレベルでユニヴァーサル/インクルーシヴデザインを管理しているセクションは主にユニヴァーサル/インクルーシヴデザインプロジェクトにおける主要なステージ全ての数字や図で占められています。それぞれがステージ目的の詳細、行なわれるべきユニヴァーサルデザインタスク、仕事を容易にするツールやテクニック、主要な成果物、そしてプロジェクトが次のステージに進むための基準を含んでいます。

2つの大量な付属書類にはユニヴァーサル/インクルーシヴデザインに専門的な手法を採用するケースを補足するさらなるエビデンスが含まれています。1つは人口、社会、法律に見られる傾向を要約しており、社会の多様性、障害の種類、仕事環境や公共の環境への影響についていくつかの見識を提供しています。もう1つは様々なプロジェクトの段階で仕事を容易にするツールとテクニックについて概説しています。中にはユニヴァーサル/インクルーシヴデザインの仕事のためだけに開発されたものもあります。

私はドラフティング・パネルのメンバーであり、業界、デザイン、教育がユニヴァーサル/インクルーシヴデザインを導入するのを助けるため、インターネット上の補足資料が確実に利用できるよう

に努力しました。

ユニヴァーサル/インクルーシヴデザインについての私が書いている「knowledge cell」はUK Design Councilのウェブサイトであり、広範な文献目録とウェブサイトのリストを含んでいます。1ページ目には前述の主な資料へのリンクが貼られており、UK Design Councilのホームページには規格についてのお話があり、Scope CITDアンケートのホームページへリンクが貼られています。Helen Hamlyn Research Centreのホームページにはリンクや更なる情報があります。これらのURLから多くの情報にアクセスすることができ、世界中のその他の主要なサイトのリンクを見つけることができるでしょう。近い将来より大きく発展させたいと思っていますが、my knowledge cellにはIAUDに関する短い記事もあります。

参考文献とリンク：

My knowledge cell は下記をご覧ください。

www.designcouncil.org.uk/inclusivedesign

Helen Hamlyn Research CentreのURLは下記の通りです。

www.hhrc.rca.ac.uk

News stories: UK

調査事項

私の同僚であるケンブリッジ大学Engineering Design Centre所長、John Clarkson教授は「デザイン除外」という概念の統計的基礎を構築するため大変な研究をされました。その間Helen Hamlyn Research Centreの私のチームは、ユニヴァーサル/インクルーシヴデザイン戦略および実行によりデザイン除外に対抗できることを示すため実証プロジェクトを実施していました。私の意見では、デザイン除外は重要な概念です。それは人々が特定のデザイン上の特徴によりどのように排除されるかを定義しています。

この除外を理解し、取り組み、修正することで飛躍的に使いやすい製品やサービス、またより大きな市場へとつながります。Clarkson教授と彼のチームが行なったのはデザイン要素に人口の割合などの数字をつけ始めることでした。こうすることで、下手なデザイン特徴の結果、製品やサービスの使用やアクセスから何人の人々が排除されるかもしれないかを私たちは正確に測定できます。この概念の持つ力は、数値で表すことができるため、潜在的なマーケットシェアに関連付けることができることです。

このように、私達はマイクロソフトの調査が何を意味していたのかをはっきりと述べることができます。ユーザのアクセシビリティが高まると以前に排除された市場部門へのアクセシビリティも高まります。すなわちエンドユーザのアクセシビリティはメーカーとサービスプロバイダーの市場アクセスと同じだということです。アクセシビリティは市場的には筋がかなっており、同様に包括性はデザインの的に通りに合っています。

Clarkson教授と彼のチームが取り組まねばならなかった問題は、既存のデータセットが不完全で、互換性が完全ではなく、いくつかの重要な要素を数値化していないというものでした。必要なのはマイクロソフトやフィリップスのデータのような、より多くの標本調査です。人口全体の機能的能力が具体的に測定可能で、さまざまなタスクや活動を実行する能力と関連付けることができるようなものでなければいけません。そのデータセットがあれば、デザインの決定が与える含まれる人口と除外される人口への影響を数値的に測定することがより可能となります。言い換えれば、潜在販売力と実際のアクセシビリティの関係が明白となります。その時、私たちはキャンペーンを止め、導入を進めることができます。

Clarkson教授はイギリスのための適切な標本調査のデザインに取り組んでいらっしゃいます。その方法論は他の人口にも適応可能です。完全な標本調査の費用は100-200万ポンド程度であり、現在のところイギリスの研究基金助成団体にこのような研究を支持するものはありません。しかしClarkson教授と私は英国上院の老化に関する調査で、データに関係づける能力の必要性に関して説明を行ないました。そのような調査をイギリスで行なう方法が見つければいいと思います。

データがあれば多くを一般化することができますが、同じ方法論を使用し、本当に比較可能なデータを生成している他の研究が全世界の全体像を見せ始めています。これはグローバルマーケットにおいては必要不可欠なものです。そのような研究を開始できるのであれば、日本が先行するチャンスがあります。最初に一步踏み出す国が先へと進み、それを追う他国の基準を設定するでしょう。このような研究は重要でタイムリーに知識を進歩させるため、Clarkson教授は私同様、喜んで日本のイニシアティブを支援してくれるでしょう。

News stories: Scandinavia

ヨーロッパで

スカンジナビアデザインの年2005の関係でユニヴァーサルデザインはスカンジナビアの検討事項の中でも位置づけが高くなってきています。スカンジナビアではユニヴァーサルデザインではなくDesign for Allという言葉が使用されていますが、意味は大変似ています。今年はじめのイベントはストックホルムにあるスウェーデンのデザイン大学、Konstfackの新校舎で1月26日に開催されたDesign for Allのコンファレンスです。私が業界とのコラボレーションについての基調講演を依頼され、Ergonomi Design Gruppen、Maria Benktzon氏と共に行ないました。Maira BenktzonはスウェーデンにおけるDesign for Allの発展と彼女が長年に渡って率いてきたErgonomiの功績について素晴らしいプレゼンテーションを行ないました。

私は代表や発表者の質に感動しました。コンファレンスは、スウェーデン政府の大臣で、健康と障害の特殊責任を持つ方と、消費経済課の方によって開会、閉会されました。他にはデザインおよびデザインマネジメントコミュニティの有力者などがスピーカーとして出席していました。

Maria Benktzon氏のプレゼンテーションからはっきりしたことは、60年代70年代に導入された社会保証及び福祉事業と、Ergonomiの非常に才能のある人たちのおかげで、スウェーデンは非常に早い

段階でこの分野で発展したということです。結果として、Design for Allの早期の可能性を定義し、アシスティブ製品の品質はよいデザインにより顕著に向上できることを示したのはMariaの研究でした。それだけではなく、障害者や関節炎患者のMariaの研究は、専門家や消費者市場の主流デザインとしても使用できる、人間工学やデザイン要素の研究と理解の新しい方法の開発に取り組む刺激を彼女に与えました。これはユニヴァーサルデザインが設計法や主流市場におけるイノベーションを動かす可能性を明らかにしました。

多くの理由からスウェーデンは国としてこの早めのリードに乗ることができず、現在では他国に追いつかなければならないと感じています。今後意図することはこれだという明らかなメッセージがコンファレンスで発せられました。チャンスを逸したという認識があり、追いつく必要性は政府や障害者のための組織の検討課題の中で高く位置づけられているのだと思います。これはスウェーデンだけではなく、他の北欧諸国でも同様です。年内に計画されている他のイベントがこれを示しています。

主要なデザインイベントで、スカンジナビアのデザイン団体がICSID、IFI、およびIcogradaと共同で主催するWorld Design Congress (ERA05)が9月21日から29日まで開催されます。主会場はコペンハーゲン、準議会はオスロ、マルメ、およびヘルシンキで行なわれます。9月22日から24日までオスロで開催される準議会のテーマは「国境を越えたデザイン」というもので、私が基調演説を行なう全てに対するデザインという1日セミナーを含んでいます。イベントはビジネスとデザインコミュニティをターゲットとし、Norwegian Design CouncilのJannicke Hollen氏によると「ビジネスリーダーやデザイナーの間で、インクルーシヴな社会や今後の商業上の成功に必要なツールとしてのdesign for allの認識を高める」ことを意図しています。

また、コペンハーゲンのメインコンファレンスでも9月27日に、高齢人口とユニヴァーサルデザインに注目した「社会の動き：デザイン、人口統計の傾向」のセッションでの講演に招待されました。あらゆる兆候が、ユニヴァーサルデザインがスカンジナビアで重要な問題となりつつあることを示しています。私はフィンランドの同僚との長年に渡る協力から、これらが重要な課題であったということを知っています。私はスカンジナビアにおいて本格化に近づきつつあり、大手企業がユニヴァーサルデザインを買い付け始めるのが近いうちに見られるだろうと感じています。

Maria Benktzon氏がシニアデザイナー兼研究者として席を置くErgonomiが東京に小さな事務所を構え、日本企業と仕事をする予定だということをIAUDに伝えておきたいと思っています。

連絡先:

Ergonomi Design Japan KK,
Dag Klingstedt
東京世田谷区新町2-36-6
dag.klingstedt@ergonomiedesign.com

Into production

ロンドンの王立芸術大学院にあるHelen hamlyn Research Centreはいいデザインプロジェクトを生産まで持つていくことにより注目しています。この工程の一環として我々は正しいスキルと専門性を持った中心となる若いユニヴァーサルもしくはインクルーシヴデザイナーを育てています。過去5年間、私たちはビジネスやプロのデザイン会社と協力しましたが、ようやく有望な結果が見え始めてきました。ここでのさらなる発展は研究センターの姉妹組織であるInnovation RCAの設立です。知的所有権を保護し、メーカーや他の施設との契約に参入することができる組織です。最近の成功例のいくつかをこのページに示します。



RCA卒業生Lisa-Dionne Morris作 landscaped tableware
www.landscapedtableware.com



HHRCリサーチアソシエイトNatascha Frensch作 Read Regular, 難読症状者のためのフォント
www.readregular.com



Factory Design 作 Easy grip frying pan、英国企業のため開発中
www.factorydesign.co.uk



RCA 卒業生 Hugo Glover 作 Pill Popper、ブリスター包装の開封を助けます。



Where next: challenges and opportunities

リオデジャネイロ：道を示す日本

リオデジャネイロのコンファレンスの特別セッションで示されたIAUDメンバーによる進歩に私は深く感心しました。特に若いマネージャやデザイナーの熱意がはっきり感じられ、それら企業にユニヴァーサルデザインを統合するための意欲は大変励みになりました。日本に非常にモチベーションの高い若年層の新しい世代が出てきているのは明らかです。これは歓迎すべき兆候であり、大きな前進を意味します。

マイクロソフトとフィリップスによって行なわれた研究は非常に異なった様相を見せていますが、コンファレンスでは提示されたようなアメリカの経験は少し活力を失ったように感じました。アメリカでは、私が本当の難しさがあると考えた新製品の開発やイノベーションではなく、主として障害やアクセスがまだ強調されています。

イギリスの経験は、極端なユーザとの連携がイノベーションに通じると立証しました。しかしイギリスでは、DTIから資金を供給された認識プログラムが示すようにユニヴァーサルデザインに大きな関心があるにも関わらず、理解度は依然低いままです。現在では英国規格ができましたが、業界やビジネス界において、日本では顕著にみられる商業意識が欠如しています。この意味では我々は遅れていると言えるでしょう。

ヨーロッパにはMaria Benktzon氏のような人々やErgonomiのような企業による、プロダクトデザインにおける草分け的な功績の歴史がありますが、ユニヴァーサルデザインを良いデザインとイノベーションよりむしろ障害と同一視する傾向がまだあります。私たちには、互いから学ぶことが多くありますが、IAUDにおいて日本はユニヴァーサルデザインの新しい導入フェーズにおいて顕著なリードを取ったと感じています。IAUDにいる私のすべての同僚に祝辞を述べたいと思います。私は4月上旬にここRCAで開かれるINCLUDEコンファレンスにて皆さんの仕事を発表するのをたいへん楽しみにしています。大変な感心を集めることでしょう。

今後の挑戦

私たちには直面する4つの主要な問題があると私は思います。まずはユニヴァーサルデザインを楽しめるレベルのデザインにまで高めるといことです。これには消費者のこと、願望やライフスタイルの目標を更に学ぶことが必要です。

2つ目はユーザ能力をより正確に把握するということです。特定の製品やサービス機能がユーザへ及ぼす影響を測定し、私達が設計したものを使用したり、楽しむことができない人々の数を定量化することができる本格的な研究を必要とします。また、そのデータを使用して、デザイン改善とイノベーションが市場へ与える影響を計算しなければいけません。

3つ目に、ユニヴァーサルデザイン製品やサービスを消費者にどのように宣伝、販売するかを学ぶ必要があります。これはマーケティング方法の大きな変更が必要となり、消費者と新たな関係を築かなければいけないため、難しい問題です。しかし、消費者が根本的に振る舞いを変え、インターネットや携帯電話で意見を共有するにつれ、ユニヴァーサルデザインの本当の利得や価値をエンドユ

ーザーに伝えるということが重要となって来るでしょう。

これを実現するためには、4つ目の挑戦である、消費者の教育を行わなければいけないと私は考えます。長年の間、宣伝の目的は消費者の注目をブランドに集め、ブランドの存在感を保つことでした。現在では十分な情報を得た上で決断することを消費者に推奨し、ユニヴァーサルデザインの利得や喜びを理解してもらうことが必要だと思います。

この良い例が日本での新しい変化です。年間25万人以上が訪れる東京のTEPCO Lifestyle Laboratoryは明確な情報や買う前に製品を試す機会に消費者が飢えているのを示しました。IAUDはこの事例を基礎とし、未来のネットワークでつながっている消費者を教育する新しい方法を開発していければと思います。