

その1：ユニヴァーサルデザインの実現と普及のために

1. なぜ社会環境を考えるか

1.1 環境との関係

私たちは多くのことが自力でできる。

毎日の通勤、通学に電車やバスを使う人がある。もしそれらの交通手段が事故か何かで止まれば、会社にも学校にも行けなくなる。この状況のなかで、通勤・通学という行為の目的に対して「自力でできる」とはどういうことなのだろうか。歩いて行けるということだろうか。しかし長距離では無理だろう。少なくとも、定時に席に着くという通勤・通学の目的は達せられないだろう。

私たちの行動は、社会環境と自分の能力の組み合わせによって成り立っている。私は毎日、自分で仕事をしていると思っているし、こうして原稿を自分の意志で書いているが、それはコンピューターという道具がなければまったく成り立たない。すなわち、私の仕事は私の能力とコンピューターが組み合わせられて初めて成り立っているのである。

このように、私たちの活動には私たちの周りの環境が大きく影響しており、私たちは周りの環境がちゃんと動くことをあてにして活動の計画を立て、実行している。

ある人が障害があるか何かで、なんらかの不自由を抱えているとする。この人の不自由の理由とは、その人の身体に起因するものかといえるだろうか。同じ人でも社会環境のありようによって、できることが大きく異なる。歩けない人であっても、東京の中心部に住んでいれば車いすを使用して移動できるし、電車に乗って長距離移動もできる。一方でそのような社会インフラが整っていない場所に住んでいるために、家族の世話を受けてつ家の中にいるしかない人もたくさんいるのである。

このことは国際的な障害に関する定義にもうたわれている。2001年に世界保健機関（WHO）が採択した国際生活機能分類（International Classification of Functioning, Disability and Health：以下ICF）は国際的な障害の定義として広く知られている^{*1)}が、そこでは、障害とは本人の持つ要因（個人因子）と環境の持つ要因（環境因子）が相互に影響して生まれるものであるという相互作用モデルの考え方が採用されている（図1）。

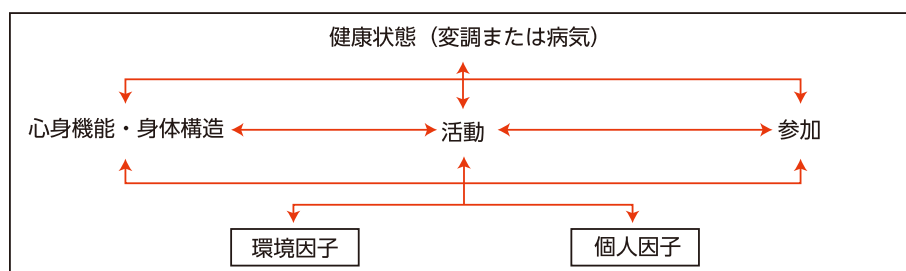


図1：ICFの生活機能モデル（WHO, 2001）

^{*1)} ICFは障害に特化したものではない。あらゆる人間の生活機能や活動について述べており、障害はそのなかの一つの部分としての扱いとなっている。

そして、障害という分類にかかわらず、たとえば日常的にすべての人が感じているやりにくさ、使いにくさ、わかりにくさも、個人因子と環境因子の相互作用モデルによって解釈できるのである。

1.2 社会モデルの視点

社会環境が整備されていくということは、人間の弱点を社会環境が補ってくれるようになると言い換えることができるかもしれない。空調が整備されれば冬の寒さや夏の暑さを感じることなく、作業効率を向上させることができる。

すなわち、私たちが何ができるか、あるいはどうできるかを語るとき、社会環境という要素を抜きにすることはできない。このように、ものごとを社会環境の視点から見ることを「社会モデル」という。ある人がバスに乗りづらいと訴えたとき、社会モデルの視点では、そのバスを乗りやすくできないかと考えるのである。

バリアフリー（以下、BF）の考え方も、BFを経験してそれを批判的に見るところから始まったユニヴァーサルデザイン（以下、UD）も、社会環境のあり方に対する視点から始まっており、社会モデルを起点にしているといえる。したがってUDを論じるとき、私たちは医療やリハビリテーションによって本人の身体状況をどうこうしようということについては重点を置かない。もともと人間の身体状況は多様である、ということからスタートするので、その多様さに対して社会環境をどうするかに検討の力点を置く。

以上のことから、ここでは私たちを取り巻く社会環境のありようと、それによって障害のある人たちがどのような影響を受けているかを述べ、UDへの理解につなげる端緒としたい。

「障害は個性だ」という言説があるが、社会モデルの視点に立つとき、その立場をとることはできない。この考え方は障害を個人に帰属する個人因子の視点からとらえているものであるが、その視点に立つ限り、障害と社会環境の関係は見えなくなってしまう。

日本語で「障害」という場合、先述したように個人因子と環境因子の結果としての事象を表す場合と、個人因子によるものを表す場合、また環境因子によるものを表す場合がある（環境因子によるもの場合は「障壁」という表現もある）。「障害は個性だ」といった場合、そこには、障害は個人に帰属するものだという意識が明らかにあり、それは個人因子にのみ着目するICF以前の障害観だといわざるを得ない。

ICFで述べているように、障害を各人の個別の事情と環境との相互作用の関係で考えると、たとえ本人に変化がなくても環境の変化に応じて行為のしづらさの態様や程度は変化し、したがって環境の工夫によって困難さを軽減あるいは解消できると論じることができる。

以上のことから、UDを語るうえでは「障害は個性だ」という言説との間にズレが生じるのである。

また、「障害」という言葉には否定的な意味合いが含まれているために、「害」の字を使うことを嫌う人たちがいるが、これも社会モデルからは別の考え方を提示できる。

もともと、なんらかの妨げとなるものを表すときに「障害」と「障礙」（碍は略字）という表現があったが、1946年につくられた当用漢字表告示に掲載された1,850文字には「碍」の字が含まれず、一般的に使いつらくなってしまった。国の施策として身体的になんらかの不自由を抱える人に「しょうがい」という表現が当てられたのは、1950年に施行された「身体障害者福祉法」からだといわれているが、ここでは「障害」という文字が使われ、その影響から「害」を用いることが一般化した。1981年には当用

漢字表が廃止され、その後継として常用漢字表が告示された。その後、2010年には新たな常用漢字表が告示されたが、やはり「碍」の字は含まれず今日に至っている。

「害」を使うことに対して一部の障害のある当事者は、「自分たちは“害”なのか」と嫌悪感を示しており、これに呼応して「碍」を使おうという動きや、音だけを取って「がい」とひらがな書きにする動きが生まれている。とくに「がい」については、障害のある人に対するマイナスイメージを抑えたいという意向からか、行政、マスコミ、教育現場等でしばしば使われるようになっていく。これについては、批判を恐れるあまりの表面的な対応であるという指摘もある。

先述したように、社会モデルでは原因を社会の側から見る視点に立つ。すなわち「障害」とは社会環境の不備で生まれるものであって、「障害者」とはその社会環境の不備によって不利を被る人のことを指すと考える。事件の「被害者」といったとき、「害」は被害者にあるのではなく「加害者」から持ち込まれるものである。すなわち「障害者」とは社会環境から「害」を受けている人であり、「害」は社会の側にあるのである。したがって社会モデルの考え方によれば、「害」は「碍」でも「がい」でもなく、「害」でなければ論理的に成り立たなくなるのである。

2. なぜ高齢や障害を題材にするか

ここまでUDや社会モデルの説明に際して「障害」を題材にしてきた。UDは誰でも使いやすいということを目指しているという割には、高齢や障害を題材にすることが多く、バランスを欠いているのではないかという指摘がある。

たしかに人の持つ身体的な能力を分布図に示すとしたら、高齢の人や障害のある人はその端のほうに位置する少数派である。「誰でも」とか「みんな」というのであれば、分布図の中心にある層、多数派のところについてなぜ言及しないのだろうか。

世にあふれる大量生産品は、一つ一つの利幅は小さいものの、大量に購入されることで利益を出す。したがって多くの場合、そのターゲットはマーケットのなかで多数派を占める人たちである。しかしその多数派をめがけた製品では使いにくい、あるいは使えない人たちが一定数いて、その人たちも生活の目的を達するためには何がしかのものを必要としている。たとえば壁の照明スイッチを入れるという動作が、指先が動きにくくてできない人がいる。しかしスイッチが入れられないからといって、その人が夜の照明を必要としないわけではない。この人は普通のマーケットでは使える製品が手に入らないため、さまざまな特殊品を扱う店を訪ねて自分が使えるスイッチを探し出さるか、誰か知り合いの器用な人に頼んでなんとか使えるものを作ってもらるか、または家族か誰かに頼んでスイッチを入れてもらうか、人とは異なるなんらかの解決策を考え出さなければならない。それらは大量生産されたものよりは明らかに費用や手間がかかり、そしてたいていの場合は見た目も美しい結果にはならない。

UDを最初に提唱したロナルド・メイスは、幼いときにかかったポリオのために車いすでの一生を過ごした。彼は暮らしの端々で、車いすからは手の届かない高さにあるスイッチとか、車いすでは近づけないところにある器具とか、あるいは車いすでは通うことができない学校とかといった、彼のニーズを無視した環境に出合った。そして、どうして自分だけがこんな不便な思いをして、余分なお金を出して、しかも美しくないものや、自分に合わないやり方をあてがわれなければならないのだろうかという疑問を抱き続けていた。

彼はデザインの才能を持ち、建築や製品デザインを業としていたため、デザインの力でその問題が解決できるはずだと考えるようになった。彼の視点の先にあったのは、多数派によってつくられた社会から締め出されそうになりながらも、そのなかでしか生きていく術のない人たちであり、大量生産を主としたマーケットの端にいる人たちであった。

しかし彼はその問題解決の手段として、特殊なものややり方という考えは持たなかった。彼は汎用品のデザインを工夫することで、マーケットにいる、より幅広い人をカバーできるものができるはずだという信念のもとに、UDという理念を確立したのである。

したがってUDという文脈で考えれば、高齢の人や障害のある人とは、大多数を狙ってつくられたマーケットや社会から常に不便さを被っている人たちということになる。

子育てをしている人たちにその苦勞を聞くと、たいていは今のことしか話さない。乳幼児はきわめて手のかかる存在だから、外出、移動、授乳、排せつ、食事等、どの生活動作をとっても困難さに満ち溢れている。しかも少子化のために、多くの親はその育児が初体験であり、慣れていないから困難さはさらに大きいものとなる。しかし子どもは徐々に成長し、困難さの内容も変化していく。そうすると親は日々変化していく困難さに対応するのが精いっぱい、しかもそれは苦勞しながらもなんとなく克服できるものであるから後に残らない。もちろん記憶としては残るのだが、それは時の経過とともに目の前から過ぎ去ることで解決していくのである。このようにある困難さがあっても短期間で過ぎ去っていくものとか、なんらかの工夫で解決されるものは、それを問題と認識して解決しようという力にはなりにくい。

一方で高齢の人の抱える問題は、時の経過とともに過ぎ去るどころかどんどん深刻になっていく。障害のある人の社会参加に関する問題は一生つきまとう。こういう人たちのところには困難さに対する経験が蓄積されていき、それゆえに解決が強く待ち望まれているのである。すなわち、高齢の人や障害のある人はかなり重度な困難さを継続的に体験し、しかもそれが長期にわたるという点で、ニーズを探るのに適したユーザー群だということができるのである。なぜUDは高齢や障害を題材にするかという理由がここにある。

ただ、もちろん高齢の人や障害のある人からでは知ることのできないニーズも多い。子どもの成長とともに動いていくとしても、乳児の子育てにはそれ特有のニーズがあり、また多様なニーズがある。したがって高齢や障害の分野を調べたからといってUDが実現すると考えてはいけない。ニーズを知るには幅広い利用者層を把握しなければならず、つくり手側には利用者の多様さに常に敏感であることが求められるという点を強調しておきたい。

3. BFとどう違うのか

高齢の人や障害のある人を対象とするということになると、BFとどう違うのかという疑問がわいてくる。

しばしばUDとBFはどう違うのかという設問がなされ、それに対しては、「BFは問題点にあとから気づいて直していくという修繕的な考え方であり、UDは最初から多様なニーズを考慮してつくっておくところに違いがある」等といった説明がなされているのを目にする。あるいは「BFは高齢の人や障害のある人への対応であり、UDはみんなへの対応である」といった説明がなされている場合もある。しかしながら、これではなかなか具体的なイメージがわからない。

高齢の人や障害のある人からニーズを聞き出したとしても、それをどう実現するかで結果は大きく異なってくる。高齢になると前かがみの姿勢で靴をはくことが苦痛になってくる。かといってサンダルのような簡単にはけるものではすぐに脱げてしまうかもしれないし、足にフィットしていないとつまずいたりして危険でもある。そこでA社は、はきやすく、しかも足にフィットする靴を作って、高齢者用として売り出したとする。一方でB社は同様にはきやすく、しかも足にフィットする靴を作って、若者向けから高齢の人向けまで幅広いラインナップを揃えたとする。A社とB社は作る動機は同じでも、マーケットにおける展開はまったく異なった戦略を取ったことになる。このように、高齢の人や障害のある人からニーズを調べて得たものを、高齢の人や障害のある人に対して提供する考え方と、そのニーズをもっと普遍的に考え、実は高齢の人でなくても同様に前かがみでの靴の着脱に困難を感じている人がいるのだという視点で、より汎用的なものに展開していくという考え方には、根本的な違いがある(図2)。

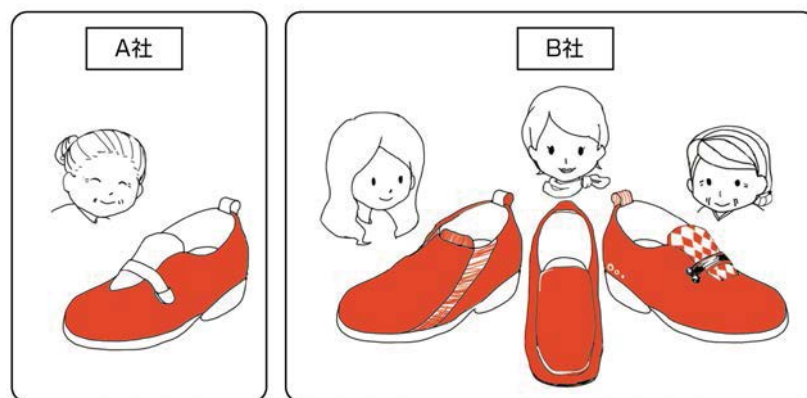


図2：BFとUDの違いのイメージ（靴の例）

先述したように、ロナルド・メイスは障害がある自分自身に適した製品が一般のマーケットにはないことを問題視していた。ニーズを解決した製品を特殊品として売り出せば、それはBFとしての解決になるであろうし、一般品として売り出せばUDとしての解決になるであろう。もちろん、ただ一般品の商品棚に並べればいいわけではなく、高齢の人や障害のある人といった少数派のニーズのどこがより広範なニーズに合致するのを見極め、汎用品としてマーケットで評価されるものに仕上げる工夫が求められる。

ここで注意しなければならないのは、一つの製品や一つのやり方ですべての人のニーズを満足させることはできないとの自覚を、つくり手側が持つことである。

ある人のニーズは隣の人と一致するわけではない。一人一人が少しずつ異なりながら多様なニーズの分布をかたちづくっている。それらすべてを一つの製品や一つのやり方で満足するのは不可能であり、この点で有効なのは選択肢であると考えられる。

駅等の公共交通機関では改札とホームを結ぶ上下移動手段として、階段、エスカレーター、エレベーターが設置されている。それぞれの設備には異なる特徴があり、利用者は自分のニーズに合わせてどれを使うかを選ぶことができる(写真1)。デパートの商品棚には一つのブランドでサイズや仕様が少しずつ異なった製品が並べられていて、顧客は自分の気に入ったものを自由に選ぶことができる。



写真1：駅の階段、エスカレーター、エレベーターの設置例

もちろん、一つ一つの基本的なデザインがより幅広いニーズを引き受けられるようになる必要があるが、それだけでは限界があるのも明らかである。このように使い手に選択肢を提供することでそれぞれのニーズを受け止めるという工夫が必要であり、有効である。

4. ニーズ (必要なもの) とウォンツ (欲しいもの)

使い手は製品や環境に対してさまざまな要望を持っている。それらは「～であってほしい」というかたちで表れてくるが、ここには二つの意味がある。

先述した、高齢になると前かがみの姿勢で靴をはくことが苦痛になってくるという問題を例にとる。

調査をして、工夫を重ねて、前かがみにならなくても着脱が容易で、しかも足にフィットする靴ができたとする。しかしそれだけで商品が売れるわけではない。

使い手は使いやすさのほかにも、色、サイズ、外見、手入れのしやすさ等、さまざまな尺度を当てはめながら商品を選んでいる。それらはどれも「～であってほしい」という言葉で表現できるが、色や外見は、たとえそれが自分の気に入らないものだとしても、着脱が簡単で足にフィットするという、その靴の機能には影響しない。逆に機能的にはとても使いにくいけれど、色や外見が魅力的な靴もある。靴が持つ本来の役割からすれば、前者は使い手が靴に対して求める「必要なもの＝ニーズ (Needs)」であり、後者は個々人が靴に求める「欲しいもの＝ウォンツ (Wants)」である (図3)。

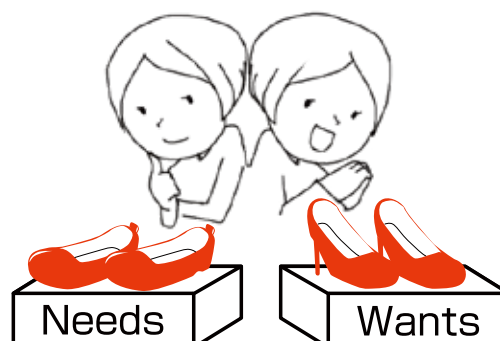


図3：ニーズとウォンツのイメージ (靴の例)