

IAUD Newsletter 第11号 (2009年2月号) 目次

1. 特集：生活者の視点で考える (5) ～企業人も生活者、(社)日本フィランソロピー協会に聞くUD～	1
2. 三菱電機グループのユニバーサルデザインの取り組み	6
3. イトーキのユニバーサルデザイン	14
4. 積水ハウスのUDの取り組み	20
5. 情報交流センターご紹介 ～IAUD活動活性化のため、顔の見えるセンターを目指して～	27
6. 世界のUD動向：ユニヴァーサルデザイン・アワード'09 審査会参加報告 ほか	29

特集：生活者の視点で考える(5)

～企業人も生活者、(社)日本フィランソロピー協会に聞くUD～



IAUDで活動されている人は何らかのかたちで企業や団体に属している方が多いと思いますが、忘れがちなのは、みんなが企業人・組織人である前に、一人の市民であり生活者ということです。今回の特集では、企業と生活者としての個人に焦点を当て、その関係がどうあるべきか、というところからUDを考えてみたいと思います。お話しをお伺いしたのは社団法人日本フィランソロピー協会の高橋陽子理事長です。日本におけるフィランソロピー活動の草分け的存在であり、企業の社会貢献活動の支援や行政・NPOとの連携を推進することで、そこに属している個人の社会貢献への意識づくりや活動参加をしやすい環境づくりなどに、長年にわたり取り組まれています。

日時： 2008年12月19日

場所： 日本フィランソロピー協会オフィス（東京・大手町）

ゲスト： 社団法人日本フィランソロピー協会 高橋陽子理事長

聞き手： 成川匡文（IAUD 副理事長／情報交流センター所長）
川原啓嗣（IAUD専務理事／情報交流センター副所長）
葛谷邦夫（情報交流センター）

成川： UDのお話に入る前にまず、日本フィランソロピー協会さんの生い立ちと、どういう事をなさっているのか活動の概要からお伺いできますか？

高橋： 1991年から今のような活動をしていますが、ミッションは民主主義を健全に育てるということなんです。日本は行政に依存するところが大きい社会です。本来の民主主義というのは自分たちの問題は自分たちでまず考えるというのが基本で、そこで解決できないから所属する組織に協力を求めたり民間で解決できないから行政に要望を出すというものでしょう。そういう意味でフィランソロピーは民主主義の基本じゃないかなということで活動をはじめました。

ですから本来は個人がターゲットなんです。日本は企業社会ですから突然個人にボランティアだ、寄付だといっても怖くてできない、ステップとして社員や周りの人たちがやりやすいように啓発したりリードしたりする役割を企業に果たしていただくということで、企業の社会貢献のお手伝いや推進をしている訳です。



成川： そうすると会員は企業が中心ということでしょうか？

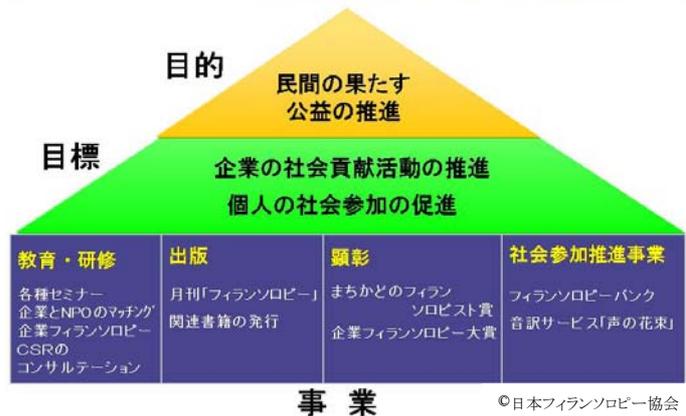
高橋： そうですね、具体的には企業のCSRや社会貢献ご担当の方とのお付き合いが多く、現在会員数は109社になっています。毎月、定例セミナーを開催したり、月刊誌「フィランソロピー」の出版、2つの顕彰事業、あとはコンサルティングや共同事業としてシンポジウムなどを主催しています。公的な補助金などは全くいただきずにやっています、「正しい貧しさ」と言っていますが。（笑）

顕彰事業は個人の文化を醸成したいということで、「まちかどのフィランソロピスト賞」として社会に役立つ寄付を行った人を紹介しています。寄付した人が悪く言われて傷つくというようなこともあり、掘り起こしがなかなか大変ですが、11回目となる今回は、児童養護施設への寄付を10数年続けておられる競馬騎手の今野忠成さん、アフリカのマラリア対策として蚊帳を寄贈する活動を続けておられる三島治さん、シーズンで記録した盗塁数に応じて全国の病院や福祉施設に車椅子を寄贈する活動を続けておられる阪神タイガースの赤星選手、本人も車いすでインドネシアの障害児へ中古の車いすを10年前から贈り続けておられる大学生の戸津亜里紗さんの4名に贈呈しました。賞金は一円もないお節介な賞です。選考は会員企業の方をお願いしていて謝礼もありませんが、選考委員の方にお聞きすると、毎日会社で生臭い話やドロドロしたことがいっぱいあるけれど、審査のヒアリングでこういうお話をお聞きすると清々しくてさわやかな気分になる、それが一番の謝礼だとおっしゃってくださいます。



企業を対象にした「企業フィランソロピー大賞」は第6回目になりますが、今回は寄付金を価格に含めた商品を通信販売されているフェリシモさんが受賞、特別賞は途上国の栄養改善活動に取り組まれている味の素さんや、IAUD会員では八丈島のUDキャンプを支援されている丹青社さんなど4社に受賞していただきました。企業の社会貢献というのは社会

(社)日本フィランソロピー協会の事業紹介



高橋： ユニヴァーサルデザインということでのサービスとしては、社員のボランティアを広げることが目的のひとつですが、一つのモデルを

作ってみようということで、雑誌や本、生活情報などの活字情報を人の声で録音してインターネットで配信する「声の花束」というサービスを、もう10年以上続けています。ボランティアさんもどんどん増えていますが、それをコーディネートするのなかなか大変で、そういうボランティアもいるといいんですけどね。週刊誌や本の他に、人に聞きたいけどなかなか聞けないという生活情報や、プライバシーに属する手紙や薬の飲み方など、あとは企業のカatalogなど社員の方にボランティアで読んでいただいているものもあります。最初は視覚障害の方のためにはじめたのですが、最近は、高齢者や日本語を学ぶ外国人などに広がっています。

成川： 会社の制度としてもボランティア活動に対して支援するというようなことが始まっていますから、少しは企業も進んできたと思っていいのでしょうか。しかし全ての企業がCSRなりフィランソロピーの本来の意義を理解してやっているのではなく、企業活動としてはまず収益が優先されるし、企業としてCSRもやらなくてはいけないという悪くいえば世間体のために仕方なくやっている部分もあるような気がするのですが、それはしょうがないのでしょうか？

高橋： 動機はそういうことでもしょうがないでしょうし、やらないよりはましだとは思いますが、仕方なくやっていたら競争力にもならないし皆がやりだしたら差別化にもならないですよ。そういう意味で、今回大賞を受賞なさったフェリシモさんでは、「事業性」と「社会性」と「独創性」の重なった部分を広げていくというのが社長さんの考え方で、それはまさに本業としてやるしかない訳です。事業としても成り立たせ社会に役に立たせるためには「独創性」が必要です。そのために工夫をすることこそがCSRや社会貢献の意味だろうと、それをコストと考えると儲かっている時は多少するけれど、ダメになったらやめるということで、それは大変もったいないことです。それを事業としてやることはかなり厳しいけれど、厳しかったらその分ものすごく工夫しなければいけないでしょう、そこに会社のイノベーションや発展があるんだということです。そのためにはトップが覚悟を示してやらないと無理ですよ。

成川： 1991年当時のことを思い出してみると「フィランソロピー」とか「メセナ」などの言葉がどんどん出てきて、いろんな企業が取り組んでいたけれど、景気が悪くなるとともにあまり聞かなくなるということがありました。おっしゃるようにそういう部分をコストと考えるから真っ先に削減やリストラの対象となってしまう訳ですね。

高橋： メンタルヘルスの側面から考えてみても、社会貢献なんかやっている場合じゃないとリストラで仕事の量は変わらず人数だけ減らされて、残った人がハッピーかという余計に



大変で、生産性を上げるためにがんばっているはずなのに、結局、精神的に参ってしまったり身体を壊したり、会社や仕事に誇りが持てなくなって、モチベーションが下がってしまい、結果的に生産性が下がってしまうという悪循環が起こっています。経済危機といわれる今こそ、企業の原点に戻って社会における企業責任を考える時ではないでしょうか。

川原： 「まちかどのフィランソロピスト賞」のお話をお聞きしていると、皆さん人のためでなく自分のため、最初の志や信念にもとづいて自分自身の存在の証明のために活動を続けておられるというところがあります。法人にとっても理屈としてはおそらく同じで、なかなか難しいのですが、自らの存在を証明するために必要な活動と考えて、熱意をもって続けてやっていくことが評価される、ということでしょうか。

高橋： ある企業のトップの方がおっしゃっていたのは、自分はいつまでもいる訳じゃない、自分が終わった後にポシャってしまっちはいけないので、いかに企業文化にしておくかということが大切で、そのためには社員を育てておかなければいけない、ということでした。

成川： 企業といっても実際に動いているのは個人なので、例えばコンプライアンスの問題などにしても、メンタル面だとか一人一人のモチベーションというのが非常に大事なんですね。ですから、おっしゃっていることはまさに、企業はどうあるべきか、ということそのものだと思います。

高橋： コンプライアンスもみんなわかっているけども守られない訳で、フィランソピーはそういうことを進める漢方薬だといっています。会社がすぐにどうなるというものではないけれど、これはどうしても放っておけないといえる社員とそれを受け止める風通しの良さをつくるしかないと思います。

ある福岡の洋菓子屋の社長さんは、店舗や事業拡大を第一に考えるのではなく、一つの店舗にこだわって味を追求し、社員を大切にするという考え方で、そうすると社員もそれに応えてくれるということでした。ある賞を受賞されたのですがそれは社員にどう影響を与え感化していくかという「感化力」ということで、企業トップのリーダーシップとして非常に大切なことだと思います。口で言うだけでなく自ら行動して背中を見せるということですね。職人や匠の世界では特にそのことが大事ですが、企業においてもつくる人のデザイナー魂や技術者の職人魂というのが「感化力」としてはたらくのではないのでしょうか。それが実現することで社員のモチベーションも高まっていく訳です。

成川： お伺いしているとユニヴァーサルデザインと重なるところがずいぶんありますね。IAUDが目指すUDも根っここのところは同じだと思うのですが、社会を楽しく豊かにしていくには、一人一人の生活者が楽しく豊かでなくてはいけない。IAUDの会員は企業が多いのでどうしてもつくり手としての企業の考え方が強くなってしまいがちです。そういう個人としての生活者の視点をどう取り入れていくかということが大きな課題ですね。

高橋： 企業はかなり努力されていると思いますが、一方で弱者といわれる生活者の方があまり変わっていない部分もあって、私のためだけにという姿勢が強くなり過ぎるとメーカーのモニター制度なども形だけのものになってしまう恐れもあります。誰にでもというUDの考え方は理念としては大事だけれど、すべてのニーズを聞き入れると収拾がつかなくなり逆に誰も使えないものになるという弊害もあるので、みんなが少しずつ我慢するというのもないとうUDが実現しないのではないのでしょうか。

川原： UDの専門家の方がよく言うのは、一つの解にあまり多くを詰め過ぎるといけない、そう



いう意味では100%UDというのはないということです。あるものを必要としている人もいればそうでない人もいて、必要でない人には別な解が必要かもしれない。重要なのはA、B、C、D・・・と解がいくつもあってそこから選択できるということが本来のUDということです。中にはオーダーメイドでなければだめな人もいて、少々コストが高くなることもあるでしょうが、その場合は保険だとか社会的なシステムを利用して解消するというようなことまで広げればいろんな知恵があるはずで、それをみんなで考えていきましょうということだと思います。

高橋： こういう障害者のためにと考えてつくるより、具体的に〇〇さんがこういうことで困っているからそれを解決するため、その人一人のためにつくったものの方が、以外と普遍性のあるものができるということもあるのではないのでしょうか。

川原： IAUDでやっている48時間デザインマラソンではデザイナーがいろんな障害をもったユーザーさんと一緒に丸2日間デザイン作業をやるのですが、参加したデザイナーのモチベーションがものすごく上がるんです。不特定多数のボヤツとした平均的な人をターゲットにするのではなく、目の前にいる人のためにデザインするんだということですからね。

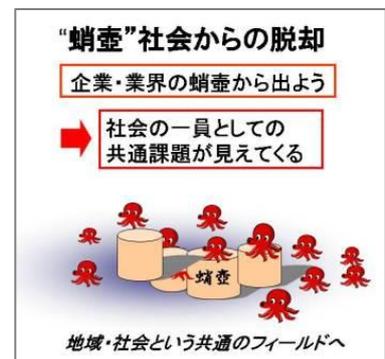
高橋： なるほど、モチベーションを高くしてデザインしたものの方が、結果的に質的にも高いものになるということもあるでしょうね。

成川： 企業でも、モニターを集めていろんなニーズを吸い上げて、その最大公約数的なものをつくってしまうと、結局誰にも使われないものになってしまうという悩みもあります。48時間デザインマラソンのように一人のためにデザインしてそこから広げていくというやり方も、企業のデザインプロセスとして、取り入れられて良いかも知れませんね。

川原： 高橋さんがフィランソロピー協会の説明で使われているスライドで企業への期待ということで、蛸壺から出ようというのが強く印象に残っているのですが、最後に高橋さんのIAUD会員という立場からIAUDに期待される場所はありますか？

高橋： IAUDというのはある意味、少し蛸壺から出てきたところという状態でしょう、具体的にIAUD発というものが出来たら素敵だと思いますね。組織としては公益性の高い団体なので、求心力として常に大義を見せ続けること、社会的にもPRし続けることが大事で、それがなくなると会員間の競争になってしまいます。こういう時代になってきたら、企業の経営者の方も、高く掲げた公益性に向かっていくことを企業の競争力にしていくという考え方もかなり出てきているのではないのでしょうか。

成川： 今日のお話をお聞きして、IAUDがお役に立てるようなアウトプットをお出しできたらいいなと感じました。今後ともよろしくお祈りします。



©日本フィランソロピー協会

この他にも会員企業の具体的な活動や受賞者のお話をたくさんお聞きしましたが、残念ながら誌面の都合でご紹介しきれませんでした。ご興味のある方は下記ホームページや、月刊誌「フィランソロピー」などいただいた資料はIAUDサロンにおいておきますので、ぜひご覧ください。

◆社団法人日本フィランソロピー協会ホームページ：<http://www.philanthropy.or.jp/>

三菱電機グループのユニバーサルデザインの取り組み

三菱電機株式会社 デザイン研究所 原 正樹

1. はじめに

三菱電機グループでは身近な家電製品から宇宙衛星までさまざまなジャンルの製品開発を行っています。その中で当社は、ユニバーサルデザイン（UD）への取り組みを、環境への取り組みと同様に企業の社会的責務の一つとして取り組んでいます。デザイン研究所では、「ものづくり強化」の経営方針の下、UDをデザインの基本品質として捉え、製品開発への適用のみならず、UDの技術を磨く基礎研究、研修などを通じた社内への普及活動や情報共有に取り組んでいます。

今回、当社のUDへの取り組み紹介の機会をいただきましたので、まず、当社独自のUD開発・評価ツール「UD-Checker」を中心にUD開発の考え方を紹介し、後半に具体的取り組み事例として、公共性の高いトレインビジョン、エレベーター、成熟商品である家電製品を紹介し、皆さまのお役に立ちたいと考えています。

2. UD開発の取組み UD開発評価ツール「UD-Checker」

さまざまな分野でUDが求められる一方、「どのくらい配慮をすればUDといえるのか」といった明確な基準や方法論がないことから、設計・技術者にとってUD開発があいまいなものと捉えられがちでした。そこで、多様な製品を同じ評価軸で評価できるUD開発評価システムを構築し、製品開発に適用したいと考え「UD-Checker」を開発しました。

2.1. UD開発の目標

三菱電機デザイン研究所ではUD開発の理念として、「より多くの人を使いやすいものづくり、生活しやすい環境づくり」を掲げ、「できるだけ多くの人にとって満足度の高い生活環境と共有品の提供を目指す」ことを目標にUD開発を実践してきました。つまりUDはある完成されたモノを示すのではなく、少しでも使いやすい製品を提供するための日々の開発活動そのものであると認識してデザイン開発を行っています。

私たちは、さまざまなユーザーの内、製品を使用する際、最も困難な状況にある障害者と高齢者について正しく理解し、困難さを把握することで、共通の問題点や解決のためのヒントを得るというアプローチをとっています。たとえば、高齢者や障害者がターゲットユーザーでなくとも、UDの配慮をすることにより、さまざまなユーザーにとって使いやすい製品ができると考えています。

2.2. UD開発の経緯

ユーザビリティ向上のためには、常にユーザー視点での評価・検証を繰り返し実施し、開発にフィードバックすることが重要です。ユーザビリティに対する取り組みは古くから実施しており、オフコンなどのVDTターミナルでの疲労軽減や監視制御室のオペレーターの視認性・快適性向上などに取り組んできました。

1990年頃、ユーザビリティの改善・向上を目的として、デザイン開発の中にユーザー視点での客観的評価を組み込み、専門の評価部門を設置して取り組みはじめました。ターゲットとするユーザーを対象に、評価スタッフとデザイナー、設計者などの開発に携わるメンバーが共同で評価

を実施する「ユーザビリティワークショップ」を実践してきました。

一方、UD への取り組みを始めた当初、高齢者や障害者の身体特性を把握するとともに、どのような不便さがあるのか、それを解決するには何を考慮すべきか、という視点で UD 配慮指針（チェックリスト）を作成しました。

このような考えを基に、UD 開発を推進してきたわけですが、製品開発の現場では UD の概念や重要性は理解するものの「具体論についてはどう進めればよいかよくわからない」という声を聞くことが多く、また、全ての機種開発に対して「ユーザビリティワークショップ」を実施することも困難です。

そこで、UD 開発の浸透と効率化を目的に、前出の UD 配慮指針（チェックリスト）をベースにして、全ての製品を同じ評価軸で評価できる評価ツール「UD-Checker」を開発し、UD 開発評価システムを構築しました。常により良い UD 開発を行うには、何らかの指標が必要であると考え、製品の特質を勘案した目標設定及び達成度合いを計るというシステムを構築しています。本ツールを用いて、機種に応じた UD 開発目標を明確化し、開発プロセスごとに UD 達成度チェックを行うことで、具体的な改善ポイントや他社製品との UD 面での競争力を把握できます。また、このツールを使って評価を行うことで、設計者は何を考慮すべきか、次第に頭に刷り込まれていく、という教育的効果も狙いの一つとして考えています。

3. UD チェッカー

3.1 UD 開発プロセスと評価ツールの概要

ここでは、UD-Checker を適用する UD 開発プロセスと、ツールの構成について説明します。

製品開発にユーザーの意見（評価）を取り入れる製品開発プロセスを定義した国際規格 ISO13407 (JIS Z 8530)「インタラクティブシステムの人間中心設計プロセス」に基づき、各開発段階において、適切な評価を実施する標準的な UD 開発プロセスを構築しました。（図 1）

UD 評価ツールは STEP1～4 で構成されています。まず「UD 開発機種選定」の段階では、評価ツールの STEP1 を使って、製品の特質（Context of Use）すなわち製品の機能や想定されるユーザー、使用環境などの条件を整理します。

次の「ゴールの明確化」の段階では、評価ツールの STEP2 を用いて UD 必要度評価を行い、目標設定をします。

UD 達成度チェックは、UD-CheckerのSTEP3,4を使用し、(1)開発スタート時（現行製品）の問題点検証、(2)製品プロトタイプ/シミュレーションの評価、(3)製品化後（完成品）の検証の

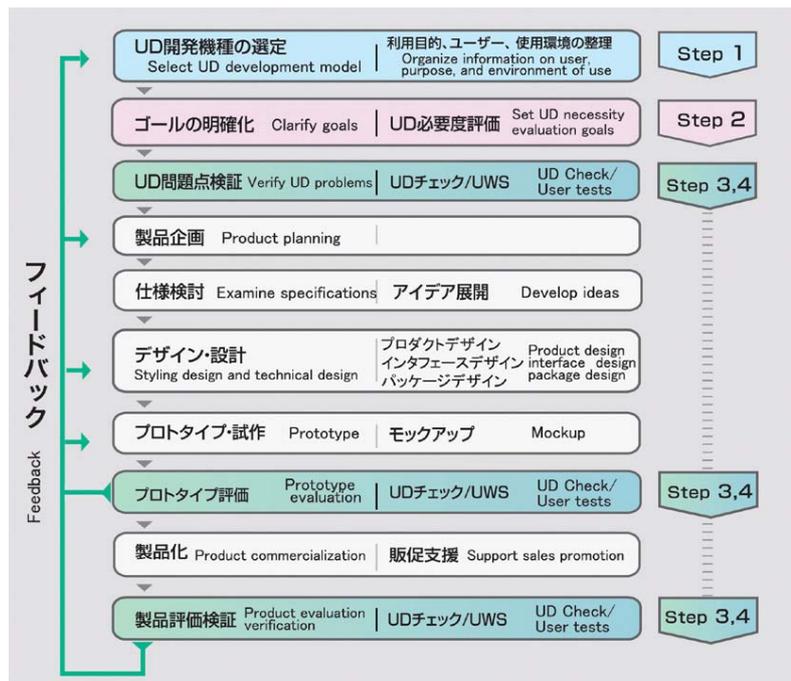


図1 UD 開発プロセス

3回のタイミングで実施します。その際、ユーザーテスト法、あるいはインスペクション法によりUD視点でのユーザビリティ評価を実施することを推奨し、その評価を基に達成度チェックを行います。UDチェックには、各機種的设计者、デザイナー、ユーザビリティ評価の専門家が参加することを原則として、運用しています。この結果は適宜開発にフィードバックし、改善を図っています。

3.2 UD-Checker のデザイン開発への適用と効果

デザイン研究所では、2005年度よりUD開発を推進するために、デザイン開発を行う家電製品、情報通信機器、公共機器などの主要機種について、UD評価ツールの適用を義務付け、UD達成度評価を実施しています。また、住設・家電製品を販売する事業部と連携し、「より豊かな生活」と「環境型社会への貢献」を目指した「ユニ&エコ」商品の開発にUD-Checkerを適用し、UD製品開発に重点的に取り組んでいます。

3.3 UD-Checker 適用の効果

UD-Checkerの開発への適用には、以下のようなメリットがあります。

- (1) 想定ユーザーにとっての配慮すべき項目を細かく設定しているため、見落としをなくし、問題となる要因を特定し、改善が必要な項目の優先順位を判定できる。
- (2) 開発目標レベルを示し、開発者相互に共有することで、目標に応じた改善指針を立てやすい。同時に他社品との比較評価を実施することで、UD視点での競争力を判定でき、改善ポイントやアピールポイントを把握できる。
- (3) UD達成度評価のデータベースを構築し、そのデータ活用により、より横断的なUD開発が可能となる。

実際に、これまでUD-Checkerを適用してきたことで、デザイナーや設計者の意識が大きく変化してきました。プロダクトデザイナーもインタフェースデザイナーも使う人を思い描きながら、UD配慮の視点を常に意識し、デザインを行うようになりました。全ての設計者に浸透するにはまだ時間が必要ですが、UD-Checkerは社内に定着しつつあり、UD開発支援のツールとして効果が出始めたといえます。

4. 製品への適用事例

4.1 列車情報システム「トレインビジョン」

「トレインビジョン」は列車のドア上部*に2つの液晶ディスプレイを設置し、一方の画面には行き先案内や運行状況などを、もう一方の画面には広告、ニュース・天気予報やお役立ち・暇つぶしコンテンツなど乗客に役立つ最新情報を表示しています。2002年4月にJR東日本・山手線に本格導入され、今ではJR西日本をはじめ、私鉄や公営交通など多くの路線で採用されています。

* ドア上部以外に設置することもあります。

「トレインビジョン」は、三菱電機から鉄道会社への提案から生まれました。従来の音声アナウンスに加えて視覚情報を提供することで、慣れない旅行者や外国人、「聞こえ」に障害がある方だけでなく、騒音でアナウンスが聞き取れなかったときや居眠りしていても起きて見れば居場所がすぐにわかるなど、多くの人に喜ばれています。

運行情報は高速無線通信で配信され、常にタイムリーな情報を提供することができます。例えば、地震などの災害時、事故による不通や遅延情報、振替輸送の情報など、交通事業者がタイムリーに伝えたい情報を表示することができ、乗客に最新の情報を伝えて安全・安心に対応していただくことができ、サービス向上につながるという側面も持っています。

・トレインビジョンのインターフェースデザイン

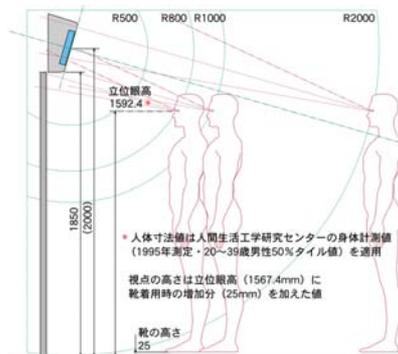
列車内の乗客は座席に座っていたり、立っていたり、さまざまな状況が考えられます。また、駅に停車するたびに入れ替わっていきます。私たちは、2002年のトレインビジョンの導入時に以下のような検討を行いました。

- (1) 表示装置に関する視認性検討：混雑する車内でどの位置からでも情報を確認できるための表示装置の設置場所、サイズなど
- (2) 表示内容の視認性検討：表示装置のサイズ、視野角、視距離などの条件において、さまざまなユーザーを考慮した文字サイズ、書体、色彩、直感的にわかりやすいグラフィック表現など
- (3) 列車走行状況に応じた情報提供：駅停車時、走行時、次駅到着時などに乗客が必要とする情報を表示するため、表示のタイミング、情報量、表示時間など

2008年4月に運転開始した西武鉄道30000系トレインビジョンの開発では、更に一歩進める取り組みを行いました。

- (4) わかりやすい画面デザイン：表示する情報の優先順位を考慮し、重要情報は列車内で想定される最大視距離から、高齢者でも読みやすい文字高をJIS S0032の最小可読文字サイズ計算式により決定。配置の統一、グラフィック表現のリファインなど
- (5) UD視点からのカラーデザイン：交通事業者のコーポレートカラーなどを考慮しつつ、高齢者や色弱者にとっても見やすくわかりやすい、色だけに頼らない画面デザイン

2006年12月に「バリアフリー新法(高齢者・障害者等の移動等の円滑化の推進に関する法律)」が施行され、整備ガイドラインの中で従来のアナウンスに加え、次に停車する駅名等の必要な情報を文字などにより表示する設備を備えなければならないと明記され、更にトレインビジョンのような見やすい表示や緊急時に対応できる表示設備が推奨されました。これは、列車内での情報メディアとして、視覚情報の必要性が広く社会的にも認知されたといえるでしょう。



JR 東日本の山手線 E231系トレインビジョン

列車内における表示装置の視認性検証

西武鉄道30000系トレインビジョンの画面例

4.2 標準形エレベーター AXIEZ(アクシーズ)

エレベーターは、高齢者や障害者にとって、ビル内の上下移動に欠かせない乗り物であり、不特定多数の人が利用する公共性の高い製品です。公共の場に設置する機器はパーソナルユースの製品と異なり、ユーザーが使う機器を選ぶことができないため「誰にでも」使える必要があります。そのため、私たちはよりアクセシブルな製品を目指し、身体に障害のある人や高齢者を対象とした情報交換の場を設け、開発への反映を行ってきました。製品企画の段階ではエレベーターにおける問題点抽出の為の実態調査や情報収集を実施、製品開発段階では様々なユーザビリティワークショップ（ユーザーテスト）を行い、UDエレベーターの開発に取り組んでいます。

2005年春に発売した標準形エレベーターAXIEZ(アクシーズ)では、側面壁操作盤を標準仕様にするという思い切った提案を行いました。また、2008年秋にモデルチェンジを行い、新ドアセンサーを追加し、ドア周りの安全性を更に高めました。

- (1) 側面壁操作盤：車いすの方が乗り込んだままの方向で操作ができ、何台かに1台の車いす仕様のエレベーターだけでなく、当社標準形エレベーターすべてを車いすの人も使えるようにするというコンセプトの提案です。また、低い位置に主要な操作ボタンを集中して配置、背の高い人にも配慮して下部は斜めにしました。弱視の方に配慮して、壁面の色にかかわらず操作盤を見つけやすいように明度差のあるツートンカラーを採用しました。
- (2) 安全に配慮したドアシステム：操作盤のデザインだけでなく、ユニバーサルドアシステム（マルチビームドアセンサー、気配りドア、敷居間隔 10mm、ホールモーションセンサー）、業界初の面状検出型のラインシグナルドアセンサーによって、より安全に多くの人に利用していただけるような仕様になっています。

標準形エレベーター AXIEZ



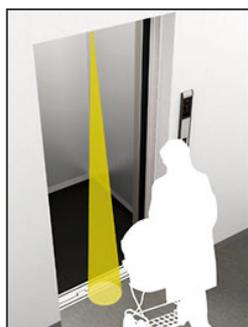
マルチビームドアセンサー
 出入り口全面に設けた最大80本の赤外線ビームで乗客の乗り降りを見守ります。



気配りドア
 戸袋付近に近づく乗客の手指や小荷物などを感知し、戸開閉とその速度を制御します。



側面壁操作盤



ホールモーションセンサー
 乗場に近赤外線利用の反射型光電装を設置。閉じかけたドアに近づく乗客や荷物を感知し、はさまれを防ぎます。



ラインシグナルドアセンサー
 光で利用者にドアの動き始めを知らせ、注意を促すだけでなく、面状検知センサーで指や紐などの細いものも検知します。

4.3 「ユニ&エコ」トータル家電戦略

三菱電機では、家電品の開発にあたり、「より多くの人に使いやすいユニバーサルデザイン」と、「地球への負担を少なく」し、「商品のライフエンドまで考える」環境配慮設計による、ユニ&エコ商品の実現で豊かな持続型社会を目指しています。

人も地球も、気持ちよく。

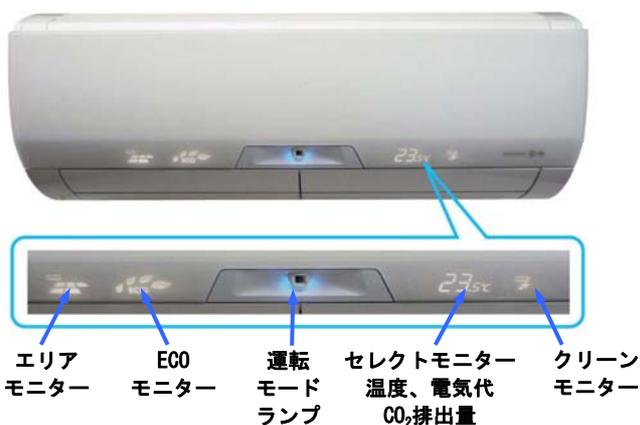


・ルームエアコン 霧ヶ峰 ZW シリーズ

エアコン本体に機器の状態をユーザーにわかりやすく表示する省エネお知らせサインを搭載しました。葉っぱの枚数で省エネを実感できる ECO モニターは好評です。以下のような UD に対する配慮を実現しました。

- (1) 省エネお知らせサイン：エアコン本体に機器の状態をわかりやすく表示します。
 - ・ECOモニターは葉っぱの枚数で省エネを実感できます。ムーブアイセンサーによって人の居場所、人や部屋の状況、人の体温などを感知して省エネ制御をしているときに表示されます。
 - ・08年10月31日発売モデルからは、セレクトモニターと運転モードランプを搭載。セレクトモニターは、電気代、体感温度、CO₂排出量を切り替えて表示することができ、節約した電気代を計算することもできます。
- (2) 運転モードランプはリモコン操作に反応して暖房・冷房などの運転モードに応じた色が点灯し、従来の報知音だけでなく光のフィードバックを追加し聴覚障害の方への配慮を実現しました。
- (3) ユニバーサルデザインリモコン：人との接点であるリモコンを使いやすくしました。
 - ・大型液晶表示部とわかりやすいボタン配置：視力の低下や高齢ユーザーに配慮し、液晶表示部やボタン、文字サイズを大きくしてコントラストを上げ、ボタンは押しやすくメイン機能が一目でわかる配列としました。
 - ・握りやすく、誤動作の防止も考慮した形状：ユーザー評価を基に、形状、サイズ、重量バランスを決定し、手になじむ握りやすい形状です。前面外周に凸形状を設けているので、逆さに置いて押しても、誤動作しません。
 - ・多目的に使える大型ストラップ穴：ストラップの装着や壁面にかけるなど、多様な使用状況に対応するため、裏面に伸縮式のフックを設けました。穴を大きくしたので引っ掛けやすく、ヒモの太さや種類を問わず大まかな動作で装着できるようにしました。

ルームエアコン霧ヶ峰 ZW シリーズ



ユニバーサルデザインリモコン

・ AV 機器：液晶テレビ REAL

液晶テレビや DVD レコーダーなどの AV 機器は、多機能化・高機能化が進んでいますが、より美しい映像をよりかんたんな操作で楽しんでいただくため、さまざまな UD のアプローチを行っています。

- (1) オートターン：楽な姿勢・身体負荷への配慮。リモコン操作でテレビ画面を左右 20 度ずつ向けることができ、視聴者の居場所にあわせて向きを変えられるため、映像と音声をベストポジションで楽しむことができます。
- (2) 家庭画質モード：身体負荷への配慮。液晶テレビは、購入時に量販店などの明るい売り場で見ると実際に家庭で使用する時では、最適な明るさやコントラストが必ずしも同じではありません。そこで実験により、調整すべきパラメーターを見出しました。見る人の世代や部屋の明るさなどに合わせて最適画質に自動コントロールすることで、疲労感を低減します。また、必要以上に輝度を上げることがないので消費電力削減にも貢献しています。
- (3) ユニバーサルリモコン：わかりやすさへの配慮。リモコンカバーの入れ替えで 2 通りの顔。「基本操作」バージョンと使い込み操作バージョンに変更できます。ふだんよく使うボタンを大きく見やすくレイアウトし持ちやすさにも配慮したリモコンです。「かんたん操作メニュー」対応で、さらにスピーディーに操作できます。
- (4) かんたん操作メニュー：その時に見ている映像に対応した機能メニューを表示、使用頻度の高い機能をボタン一つでリストアップします。
- (5) 音声読み上げ機能：障害への配慮。電子番組表 (EPG) 情報や、初期設定時に音声で読み上げてアシストする「音声読み上げ機能」も搭載しています。

液晶TV REAL MZWシリーズ

- 見やすい、使いやすい「ユニバーサルリモコン」
リモコンカバーの入れ替えで2通りの顔
「かんたん操作メニュー」にも対応

「基本操作」バージョン→

- EPG情報や初期設定を声で
読み上げ、アシストする
「音声読み上げ機能」



- 見る人の世代や部屋の明るさなどに
合わせて、最適画質に
自動コントロールしてくれる
「家庭画質モード」を搭載
→疲労感の低減と消費電力削減



*この図は家庭画質モードの効果のイメージを表現したものです。

「家庭画質モード」の効果イメージ

・ AV 機器 : HDD 内蔵ブルーレイディスクレコーダー DVR-BZ200

(1) グッド楽リモコン : 使いやすさを追求し、世界初の液晶タッチパネルを採用したリモコンを商品化しました。「テレビを見たい」「録画予約をしたい」「録画した番組を再生したい」など、その時、操作に必要なボタンだけを大きな文字ではっきり表示して、直感的な操作を実現しました。液晶画面にタッチするだけでかんたんに操作できます。

特に「かんたん予約」では画面に表示された数字の順番に選択していけば、予約が完了します。高齢者を対象としたユーザー調査(60歳以上50名)では、表示のわかりやすさやボタン表示の少なさ、押したことが表示色と音で確認できること等が好評でした。

(2) 「使いかたナビ*」ボタン : 「こんなことしたいけど、できるかな?」「操作がわからなくなった」というとき、『使いかたナビ』が便利です。操作手順を画面に表示するので、わからないことがその場で解決でき、レコーダーの機能をフルに活用していただけます。

*株式会社カナックの登録商標

HDD 内蔵ブルーレイディスクレコーダー DVR-BZ200



7. まとめ

UDのアプローチは社内に浸透してきています。こつこつとした小さな改善努力の必要性だけでなく、製品力向上のために、今やUDは欠かせないものになってきています。

UDをデザインの品質と捉えて改善に取り組む一方、UDの研究に携わるメンバーだけではなく、デザイン研究所のすべてのデザイナー、製品設計に関わる一人ひとりのUD開発能力を向上させ、より新しい発想のUD事例を増やしていきたいと考えています。また、独自のUD技術の高度化にも引き続き取り組みます。

今後も、高齢社会に向けてよりよいUD製品を増やし、できるだけ多くの方が使いやすいものづくり、生活しやすい環境づくりの実現のために努力していきます。

以上

イトーキのユニバーサルデザイン

株式会社イトーキ
Ud&Ecco推進部長 中山 和明

1. イトーキの企業理念とUDの考え方

イトーキでは1999年から「Ud&Eco style (ユーデコスタイル)」を企業理念として掲げています。ユーデコというのはUd (ユニバーサルデザイン) とEco (エコデザイン) をあわせた造語で、これにスタイルを付け加えることで、「すべての人が持続的に快適に暮らせる共創社会の実現を目指すこと」という、単なるデザイン領域を超えた、イトーキが企業活動全体として推し進め、目指している企業姿勢を表しています。

一般的に知られているユニバーサルデザインの定義と7原則で示されている内容は、個別には従来から工業製品の世界でも考慮してきたものでした。しかしあらためてこれらを「ユニバーサルデザインの考え方」として、これに沿うように具体的な取り組みを始めますと、さまざまな意見や疑問がでてきました。

そこでまずUDの考え方を咀嚼し、イトーキとしてのUDの考え方を作ることが必要となり、以下の整理を行いました。

はじめに取り組みの立場を明らかにするために、取り組みの立場を『製品』『場』『社会』という3つの階層に分けました。

『製品』の階層とは文字通り製品を作る立場のことで、個々の製品がより多くの人により使いやすくなるよう考えることです。

『場』の階層とは製品のラインナップやレイアウトなど、運用計画でより使いやすいように考えることです。たとえば、徒歩と車椅子の人が両方使うカウンターを考えると、来た人に合わせて高さ調節できるものを選ぶ(製品の階層での解決策)のと、高いものと低いものを両方用意しておく(場の階層での解決策)のとを比較して、コストや使用

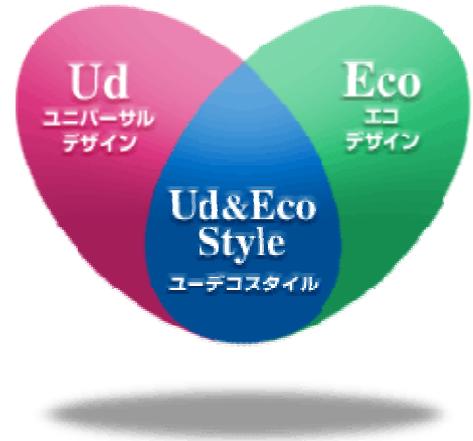


図1 企業理念

製品	個々の製品でより多くの人により快適に使えるよう工夫する。	
例) 多くの人の使いやすい高さに引き手を集中した収納		
場	商品のラインナップやレイアウトなどでより使いやすいよう計画する。	
例) 大人/子供、徒歩/車椅子など		① 個々の製品がより多くの人をカバーする
社会	他の人や製品・環境に対する理解・行動で快適な社会を実現する。	
例) 人々の理解で必要な人に座席が使われるシステム		

図2 UDを実現する3つの階層

頻度に合わせてもっとも適切な方法を選択することができます。製品のラインナップでUDを達成する、というのも選択肢を用意することによってトータルで満足する人を増やすという考え方は、図3の破線枠・斜線の四角がユーザの広がり、その中の実線枠白の四角がそれぞれの製品でカバーしている範囲だとします。現状のように残っている斜線部分の面積（残っているユーザ）を理想のようにできる限りカバーできるようにするのがUDです。

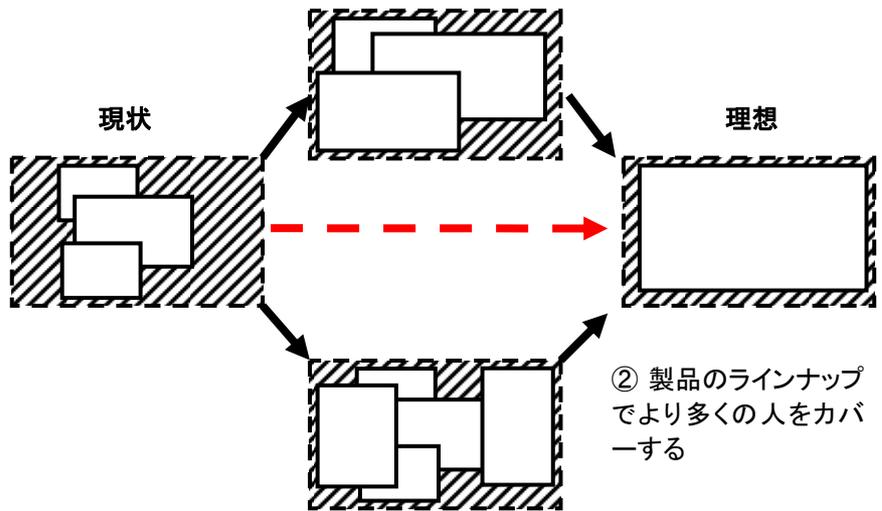


図3 UD実現の2つのストーリー

通常は①のように、個別の製品をより多くの人が使えらるようにしますが、②のように、現状足りていない部分を補うようにきちんと計画された製品ラインナップにより、トータルでカバーする範囲を増やすという考え方が場のUDとなります。

『社会』の階層とは人々の理解・行動のことで、たとえば普通の座席をルールと理解によって、より必要度の高い人に優先的に使われるものにすることができます。取り組みの立場を階層で区別することで、それぞれの立場でできることが明確になるとともに、階層の重ね合わせで一番効率がよく現実的な方法を考えることができます。製品や運用を計画するときには使い手がどのように理解・行動するかを考慮しなければならないし、その時点で解決できない課題を人の理解で補うこともできます。このように階層の明確化と重ねあわせで、「すべての人が使いやすい」に近づくことができるようになります。つまり掲げた理想が高すぎる非現実的なものではなく、完璧ではなくとも達成可能なものとなるという事です。

次に具体的な製品を設計するに当たり出てくる疑問：なにから手をつければよいか？に答えるため、UDの定義と理念を咀嚼して、イトーキなりに再構築しました。まず、配慮のポイントを人間の多様性を理解するための3側面、「からだ」「感覚」「あたま」に分け、配慮事項を重複のないように考え尽くします。ただしUDのもっとも基本的で重要な考え方である安全性と、3つの側面を個別に考えていると見落としがちになる自由度を加え、安全、からだ、感覚、あたま、自由度の順番で考えることとしました。製品や空間を設計するときには社内でまとめた配慮事項をこれらの項目で分類、整理してまとめたガイドラインを参照します。

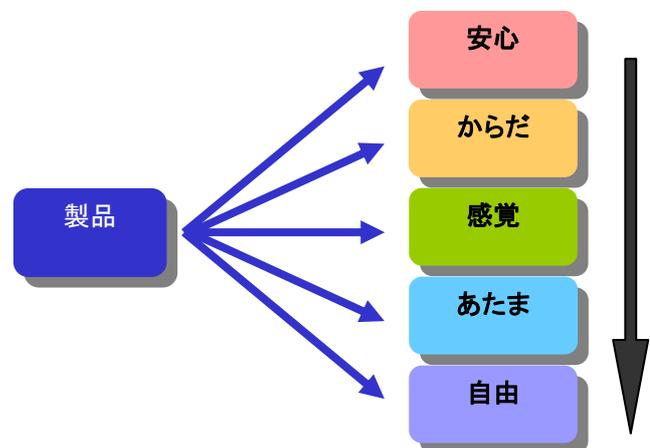


図4 UDに取り組むための整理

2. オフィスのUD

公共施設や家庭に比べ、一昔前までのオフィスでは、人の多様性について考慮しなくてもそれほど大きな問題は起きませんでした。オフィスで働く人の大多数が「若くて健康な男性」に代表される比較的均質な特性を持っていたためです。ところが少子高齢化やグローバル化、IT化や

雇用機会に関する法整備の影響等で、オフィスで働く人が多様になってきました。逆に言うと多様な特性の人を受け入れられなければ働く人を確保できなくなってきており、オフィスのUD化は切実な課題となってきました。多様性に対応する必要はわかっていますが、ある程度の量産を前提とするオフィス用製品の場合、一部の人のために特別につける機能が製品全体の価格を押し上げるような方法だと実現が難しくなります。図5のキャビネットは、取っ手部分を拡大すると図6のようになっています。従来のキャビネットの取っ手は、指をかけて引くための凹部の中に、ラッチという引っかかりを解除する操作部がついていました。この形だと、手が不自由だったり怪我をしている場合には使えません。そこで指をかけて引く部分の反対側を凸状にし、ここを押すことでも扉が開くようになっています。こうすることで、操作に不自由していた人が使えるようになるのはもちろん、荷物を持って手がふさがっているときにも肘で押して開けるので、いったん荷物を置いたりせずに開けることができます。この機能を「手の不自由な方や怪我をしたときのために必要なもの」として作りこんだり説明したりしたら、今現在そのオフィスに手の不自由な人が働いている場合には買うかもしれませんが、将来の変化に対する備えとして購入するケースは少なくなる可能性があります。少数派だけが使うものとせず、大多数の人が便利なものにする事で普及を促し、本当に必要な人に使ってもらうチャンスを増やすことができた事例です。



図5 プラニティライン



図6 取っ手の形状と操作方法



図7 使用例

3. UD製品開発事例

1の図3で示した二つのストーリーに該当する事例を紹介いたします。

3. 1 スピーナチェアの開発

一つ目は図3の①、個々の製品で「より多くの人をカバーする」を目指した姿勢サポート椅子です。

開発のきっかけはあるユーザからの、「ショールームで座ったときは快適だったのに、実際に使ってみるとどうも座り心地が悪い」という声でした。担当者が訪問して実際にその椅子が使われている様子を見ますと、座面の前のほうに腰掛けたり前のめりになったりして、背もたれを使っていない人が多く見受けられました。ショールームで座る姿勢と実際の仕事での姿勢が違ったため、「座り心地が悪い」と感じたようでした。担当者は「きちんと背もたれを使えるように正しく座ってください。」と説明しその件につ

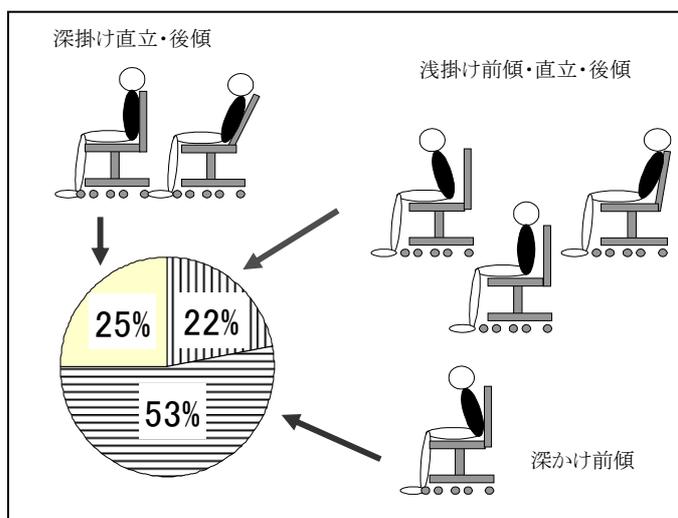


図8 仕事での姿勢とその割合

いては理解を得ることができましたが、開発者が想定する正しい姿勢で座っている人は実際どの程度いるのだろうか、という観点で調査を行ってみました。実際の仕事中の姿勢を観察し、着座位置や体幹の角度で姿勢を分類しました。その結果、職種による傾向や個人差はあるものの、平均すると座面に深く腰掛けて背もたれにもたれる「開発時に想定していた正しい着座姿勢」は全体の3割以下で、その他は前のめりや座面の前のほうに座る姿勢となっていました(図8)。しかも一日の仕事、ワーカーは頻りに姿勢を変えています。忙しい仕事に姿勢を変えるたびに調節操作をすることはほとんど不可能と思われました。

そこで着座位置や姿勢が変わってもきちんとした姿勢を保てるような支え方を、複雑な調節なしで実現するメカニズムを開発しました。座ると座面が沈みながら後ろにスライドして着座位置を背もたれに近づけるパッシブスライドシート(PSS)と、座面の動きに連動して背もたれの腰の部分が前にせり出すアクティブランバーサポート(ALS)という機構です(図9)。座ってからの姿勢変化に対しても柔軟な背もたれが追従し、常に腰を支えます。座面の前のほうに座った時の姿勢を既存品と比較する実験で、腰の支えがない既存品では骨盤の角度が不安定になるのに対し、この機構を備えたスピーナではランバーサポートにより骨盤の角度が安定することが確認されました。(図10)

またこの椅子は「さまざまな体格の人の、さまざまな座り方にきただけ操作しないで対応する」ことを目指しましたので、調節部を設けるかどうかを細かく確認して仕様を決定しました。背もたれが倒れるときに体を支えるばねの強さは、体格と腹筋の強さによって必要な力が変わるため、調節が必要なことがわかっています。一般的に背もたれが傾斜する椅子では、小柄な人が楽に背もたれを倒せる強さにすると、大柄な人がもたれた時に軽く動きすぎて不安を感じてしまいます。そのためスピーナにも背もたれの反力を変えるための調節部がついています。今回開発した腰を支えるALS機構の「せり出す強さ」については、過去のデータがなかったため、嗜好調査をしたところ、短時間の着座評価ではかなり広い範囲にばらつきました(図11の実線矢印で示す範囲)。しかしある程度の時間座り続けると、その値は体格の違いによらず、比較的狭い範囲に収束することが判明致しました(図11の破線矢印で示す範囲)。そこでALSにはあえて調節部を設けませんでした。こうして完成したのが図12のスピーナチェアです。

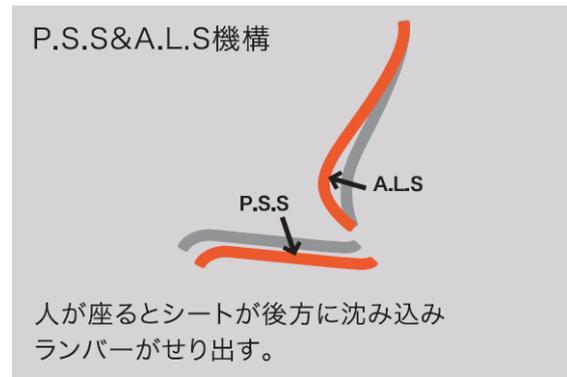


図9 PSS&ALS 機構

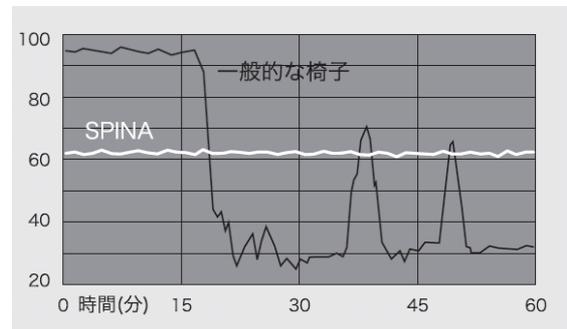


図10 着座中の骨盤確度

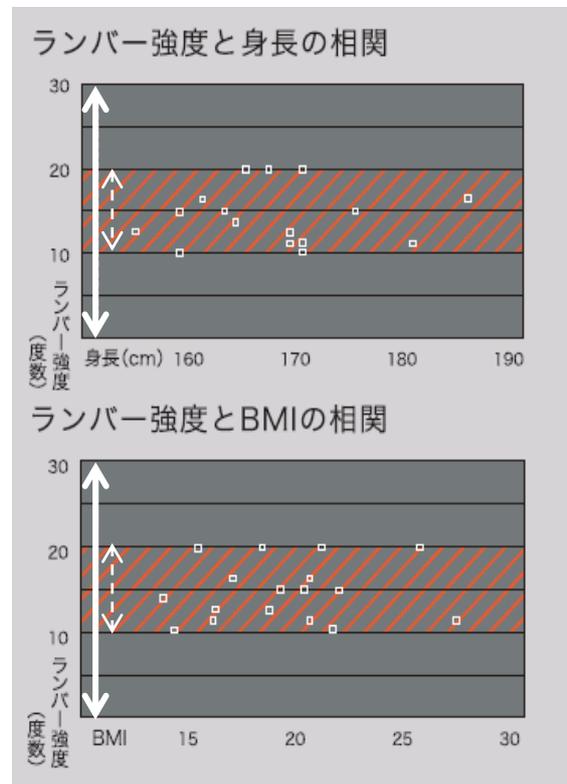


図11 ALS強度と体格の関係



図 12 スピーナチェア

3. 2 カシコチェアの開発

二つ目に②の製品のラインナップで「カバーする人を増やした」女性に配慮した事例を紹介いたします。

今ではオフィスワーカーの約半数、また着座時間の長い事務職に限ってみますとその約6割が女性です。しかしながら男性中心の期間が長かったオフィスで作られ使われてきたオフィスチェアは、無意識のうちに男性中心の仕様になっているのでは？という疑問から女性の多い職場を訪問し、観察とインタビューを行い、そこで出た意見を数で確認するためにアンケートを実施しました。

結果、疲労を感じる部位で一番違うのは冷えやむくみの有無と言う事が判明しました(図13)。女性の約9割がむくみを訴えたのに対し、男性は2割以下でした。次に仕事中の姿勢頻度(本人の自覚による)を訊ねますと、女性は背もたれを倒し、もたれる姿勢をとる人がほとんどいないことがわかりました(図14)。仕事中の意識に関する質問では、女性のほうが「仕事中は背筋を伸ばすようにしている」や「仕事中に背もたれを倒してもたれるのは気がひける」などの項目で「そう思う」

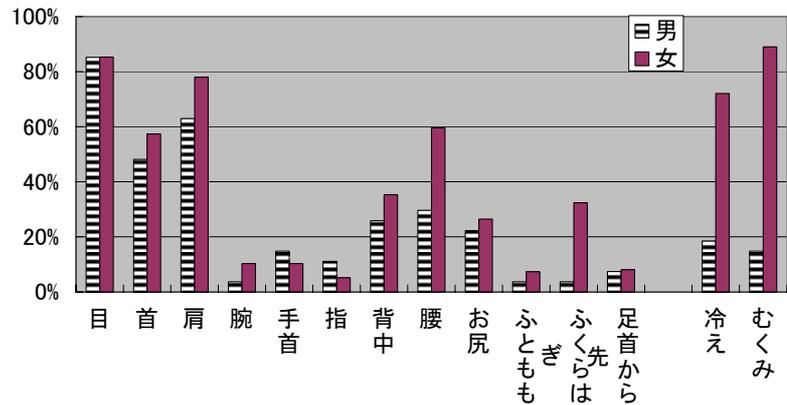


図 13 疲労部位、冷え・むくみの有無

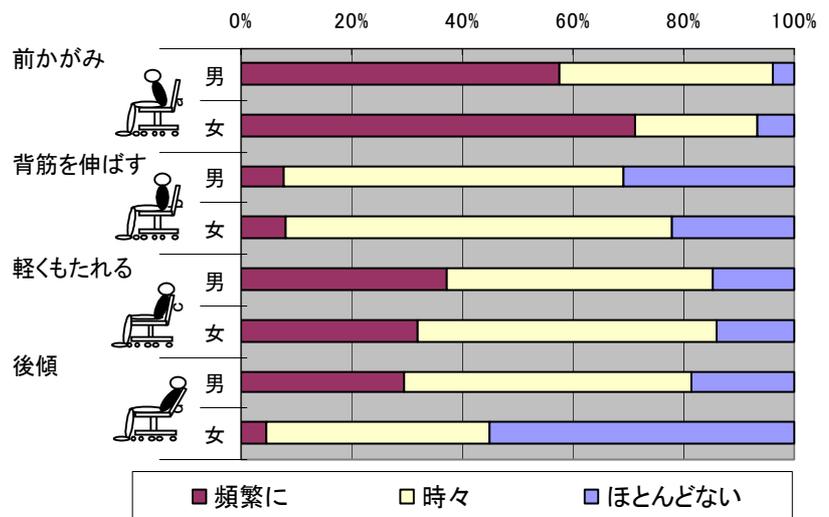


図 14 仕事中の姿勢

「ややそう思う」と答えた人の割合が高く、オフィスで働く女性がきちんと見えるように気を使っている様子が明らかになりました（図 14）。以上のことから、女性の身体特性と心理特性に配慮した女性向けチェアを開発することに致しました。

まず座面の形状を従来品より深くし（図 15）、これにより座面のフィット感をより向上させることができました。

次に大腿部裏側の圧迫を軽減し下腿のむくみを緩和するため、座面の中ほどから前半分を約 15° 下げられるようにしました（図 16）。この機構で、従来品に比べて平均約 40% のむくみ軽減効果があることがわかりました。

また後傾を好まず、きちんとした姿勢をとりたいという心理に配慮して、従来品に比べ背もたれの初期角度を起こし、背筋を伸ばした姿勢を楽に支えられるようになっています。背もたれ傾斜角度も従来品よりあえて少なくし、もたれてもだらしなく見えないところで止まるようになっています。背もたれは傾斜角度に応じて、背筋を伸ばした姿勢を支えるのに適した形から軽くもたれて楽な形に変化するので、少ない傾斜角度の中で大きな姿勢変化が得られ、長時間の座位作業も楽に行うことができます。

このほか体格差や女性特有の振る舞いなどにも配慮して作ったのが図 19 のカシコチェアとなります。従来の製品では満足していなかった人のための選択肢を増やし、製品群としてのUD化をはかった事例ということが出来ます。

最後に

イトーキでは、ユニバーサルデザインは市場や社会が必要とするから取り組むのは勿論の事、多様なニーズにきめ細かく対応することで新たなソリューション開拓にも繋がるとも考えています。まだまだ現在の取り組みだけでは不十分な点も多々ありますが、空間全体に対するUDへのアプローチや以降のメンテナンス段階（ユーザが製品や空間を使用し始めてから行う維持と改良）に於けるUDへのアプローチというようにできる限り対応範囲を広げて今後とも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

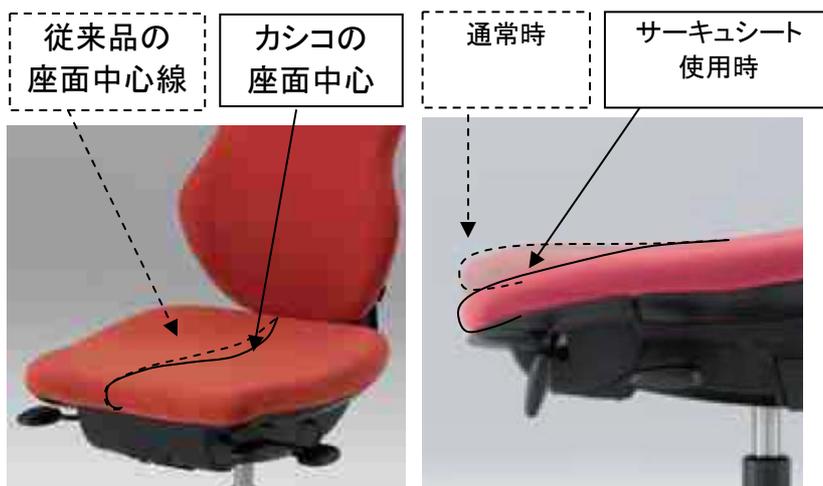


図 15 座面形状

図 16 サーキュシート

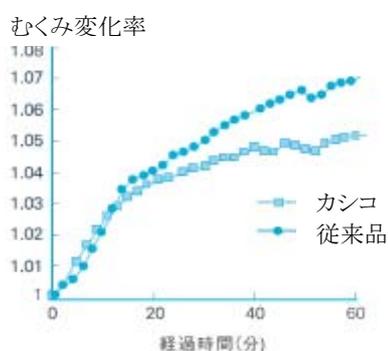


図 17 むくみ変化率

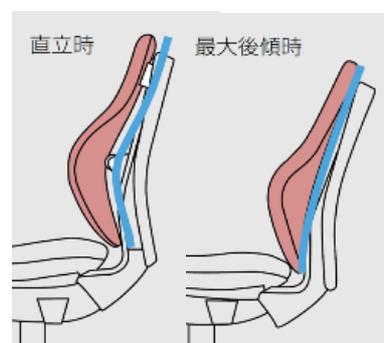


図 18 ブレスバック機構



図 19 カシコチェア

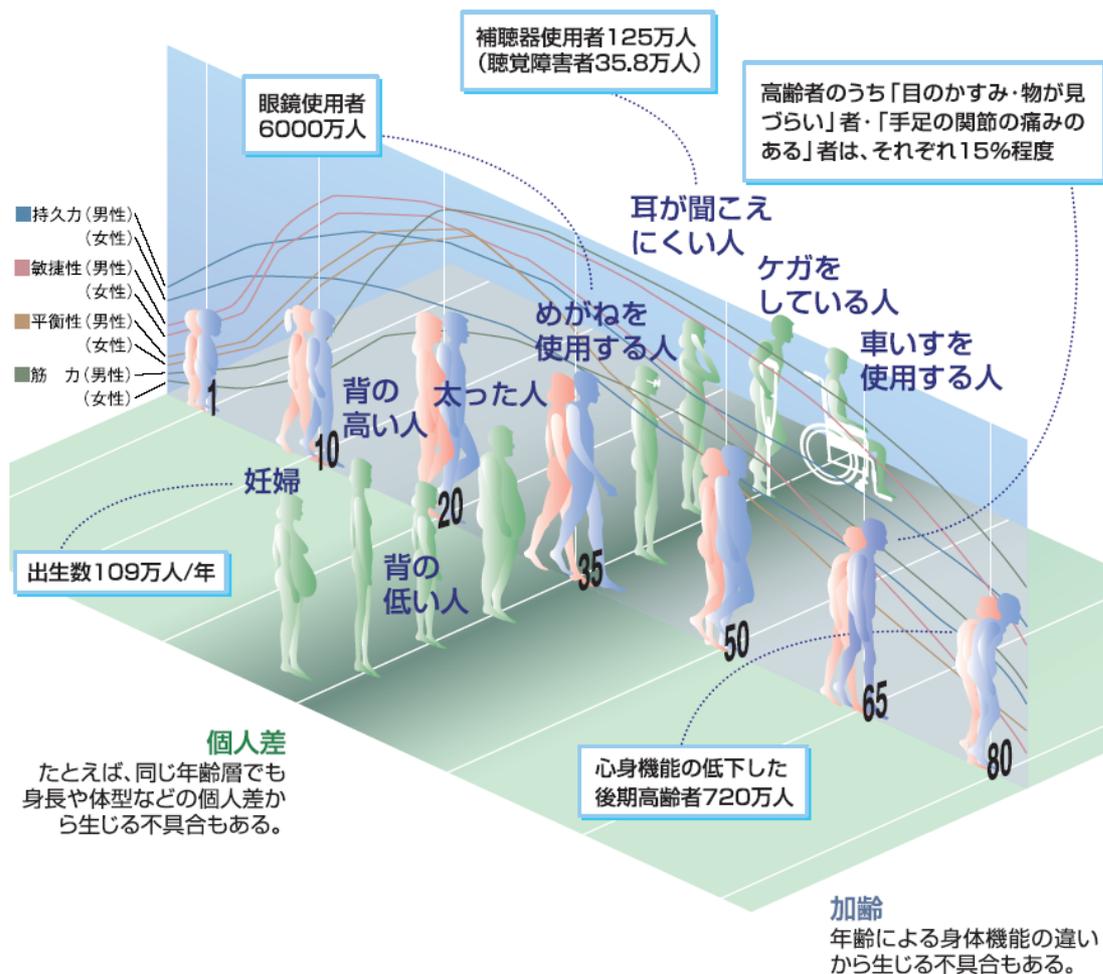
積水ハウスのUDの取り組み

積水ハウス(株) ハートフル生活研究所
安全安心研究担当グループリーダー 田中眞二

1. はじめに

積水ハウスは、「いつも今が快適」な「生涯住宅」を提供するために、お客様ひとり一人のご要望に基づいて一邸一邸個別に設計・ご提案させていただくコンサルティングハウジングを事業の基本としています。1980年代に「生涯住宅」という言葉を使い始めた当初は、バリアフリー的な機能面にフォーカスしていましたが、現在では、ご入居後のアフターメンテナンスやリフォーム、住み替えのサポートといった、住まいに関わるあらゆるニーズにお応えし続けることでお客様の生涯にわたる「いつも今が快適」を実現する当社の基本姿勢・思想を表現する言葉となっています。このような背景の中、当社では2002年に「暮らしやすさを実感できる、住宅のユニバーサルデザイン」を「積水ハウスユニバーサルデザイン(SH-UD)」として社内基準ならびに推進体制を整備し、当社が供給する全ての戸建住宅でユニバーサルデザインを実践することを表明しました。

本稿では、積水ハウスのUD(SH-UD)の取り組みを紹介するにあたって、まず、我が国におけるUDにつながる過去の技術開発事例をご紹介します、住宅のUDの考え方がどのように構築されてきたかをご紹介します。と思います。



2. 住宅におけるUD関連技術開発の経緯

①新住宅開発プロジェクト(高齢者・身体障害者ケアシステム技術の開発)

1980年から1985年に実施された通商産業省のプロジェクトです。高齢者・身体障害者の居住環境整備は、障害の種類、程度により千差万別であるため、個別対応が基本となり、特別仕様、特注で対応することが普通でした。そのため、コストが嵩むことに加え、携わる設計者・技術者の知識・技量によって、できあがるものの完成度、性能が大きく左右されてしまうこととなります。



図1 新住宅開発PJ プロトモデル

そこで、このプロジェクトでは、障害に伴うニーズを体系化して、住宅・設備機器に求められる仕様を明確にし、これに応えるプロダクト（工業製品）として一定の性能を確保したものを安価に供給するシステム

を構築することを目的としました。このプロジェクトの成果物として、住宅用エレベーター、天井走行リフト、電動昇降キッチン、車椅子利用可能ユニットバスなど、現在、市販されているさまざまな住宅設備機器が開発されました。当社は、これらの開発部品を一棟の住宅（プロトモデル）にまとめて建設する仕事を担当しました。

このような”モノ”の開発に加え、このプロジェクトでは「レベル移行住宅の概念」という重要なコンセプトが提示されています。これは、人を移動能力に基づいて4つの”レベル”（Ⅰ通常歩行可能、Ⅱ歩行困難、Ⅲ常時車いす使用、Ⅳ寝たきり）に分類し、それぞれに求められる住宅の性能を明示しました。そして、人は誰でも老化とともにレベルⅠから最終的にはレベルⅣまで移行していくのであるから、住宅も、これら4つのレベルに適宜対応できるような可変性を持つべきであるとしてしました。さらに、レベルⅡ（歩行困難）に対応できる住宅であれば、高齢者を含む大多数の人にとって、とくに大きな改造をしなくても住み続けることが可能であり、万一、レベルⅢ、レベルⅣへ移行することになっても、比較的軽微な改造で住むことから、これからの日本住宅は、レベルⅡ（歩行困難）程度の性能を標準とすることが望ましいとされました。

基本の性能をしっかりと確保することで、できるだけ多くの人々のニーズを満たし、それで対応しきれないニーズは個別に対応する、という現在の住宅のユニバーサルデザインの基本形が、この「レベル移行住宅の概念」だと言えます。

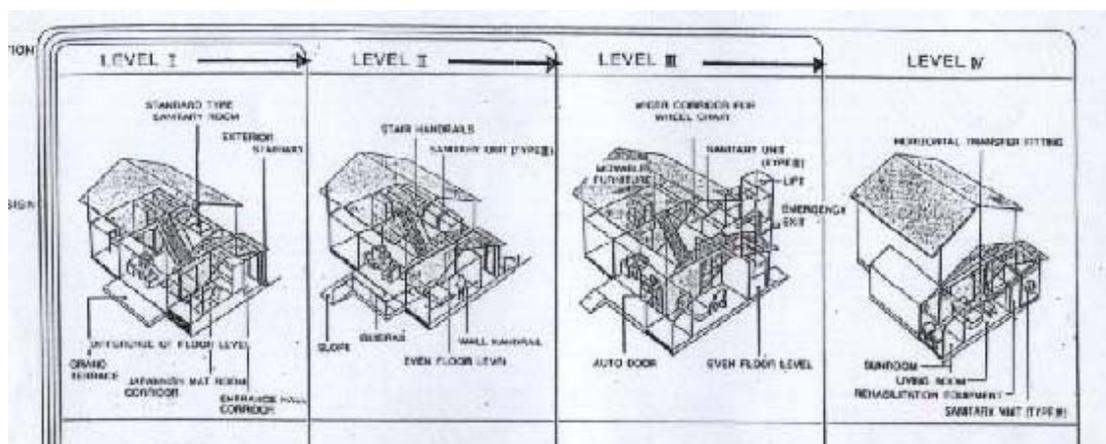
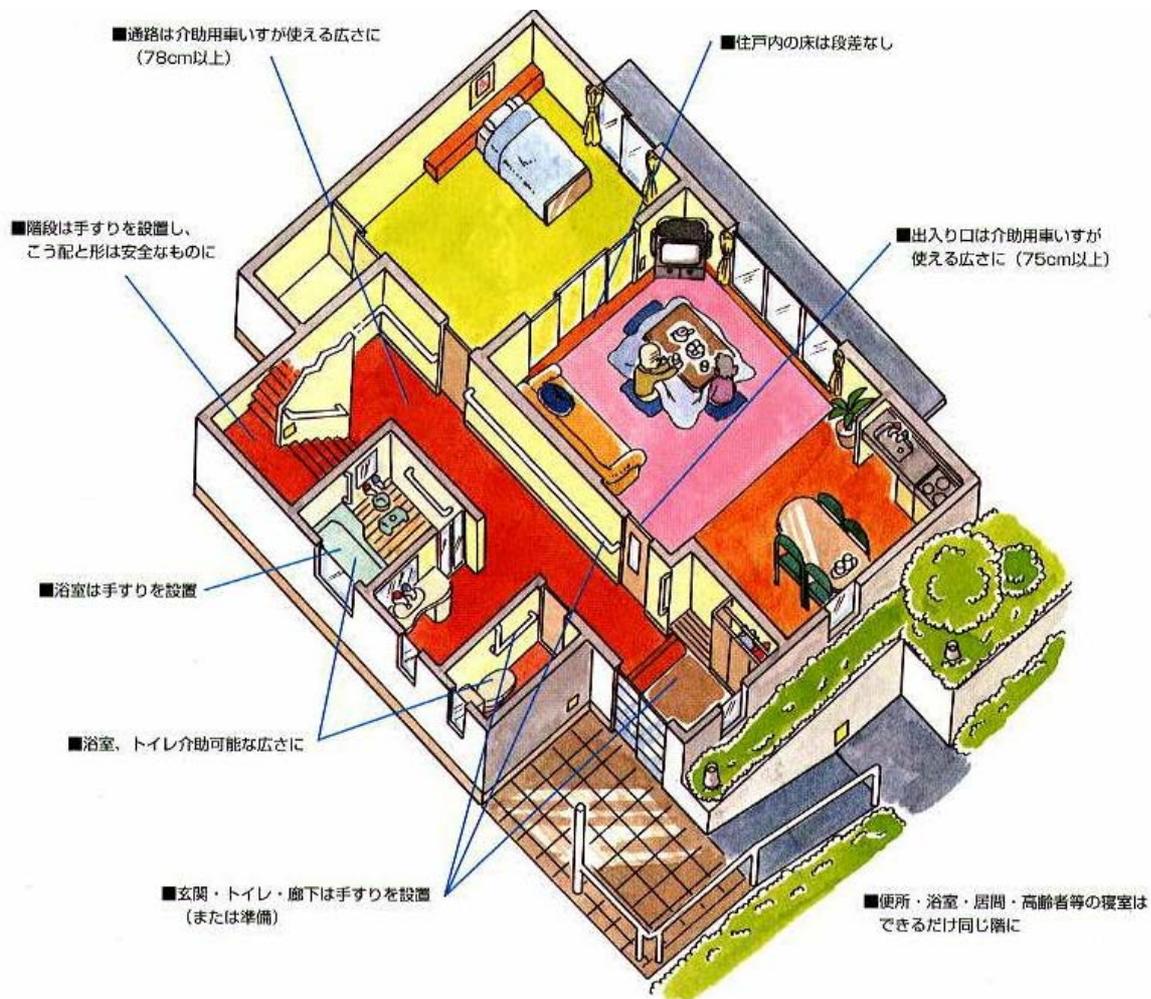


図2 レベル移行住宅の概念

②長寿社会における居住環境向上技術の開発

建設省が1987年から5ヵ年にわたって実施したプロジェクトです。これからの長寿社会においては、「すべての住宅に高齢者が居住する可能性があると考える必要があり、加齢による身体機能の低下や障害が生じた場合にも基本的にそのまま住み続けられることが望まれる」*）として、そのために必要な研究開発を行うことを目的としていました。このプロジェクトの成果として、1995年に「長寿社会対応戸建住宅設計指針」が発表され、上記の目標を満たすために「介助車いすを利用する場合にあっても、(中略)、最低限必要な移動を可能とする仕様」の確保が住宅には必要という考えに基づいて基準が設定されました。この指針はその後、住宅金融公庫の「バリアフリータイプ基準」、「住宅の品質確保の促進等に関する法律」の「日本住宅性能表示基準」などに反映され、さらに2001年「高齢者の居住の安定確保に関する法律」の「高齢者が居住する住宅の設計に係る指針」に継承され、我が国の住宅バリアフリー化に多大な貢献を果たしました。

当社は本プロジェクトにおいて、長寿社会住宅にふさわしい手すり、建具ハンドル、階段、浴室、キッチンなどについて人間工学実験に基づく検討を行い、一部の製品化を行いました。これら成果は「長寿社会対応戸建住宅設計指針」に反映されました。



長寿社会対応住宅のイメージ

図3 長寿社会対応住宅のイメージ

3. 人間工学に基づくモノづくり

1980年代後半から90年代にかけて、設備機器や部品について、高齢者を被験者とした人間工学的実験を重ね、その結果を反映したより安全で使いやすい製品を開発してきました。

図4に示すユニットバスは、そうして開発した住宅部品の一例です。主な特徴は、敷居段差が少なくゆったりとした通過幅の出入口、浴槽に跨ぎ入る際に使用する握りやすい手摺、洗い場床・浴槽底の滑り止め加工などで、より安全で使いやすい設計となっています。普段の入浴が安全快適に行え、万一、シャワーチェアによる介助入浴を行うようになった場合にも特別な変更なしにそのまま対応することができる性能を持っています。

開発にあたっては、浴槽に跨ぎ入る際に握る手摺の位置、跨ぎやすい浴槽縁の高さ、適切な浴用イスの高さ、シャワーフックの位置など、様々な観点から高齢者を被験者とする実験を行い、得られたデータを分析して最適な寸法・形状を導き出しました(図5)。

1996年に当社ユニットバスの全面改定を行った際に、これらの仕様(出入り口段差無し、手すり設置、床滑り止めなど)を高齢者向けの特別仕様でなく、家族の誰にとってもありがたい「ユニバーサルデザイン」として、全てのユニットバスで採用することとしました。これが当社で「ユニバーサルデザイン」という言葉を最初に使用した例となりました。

この他にも、高齢者を被験者とした実験を行って設計要件を明らかにしていくアプローチによって、階段、システムキッチン、洗面化粧台、トイレ手摺など多数の部品を開発しました(図6、7)。



図4 人間工学実験に基づくユニットバス



図5 高齢者による入浴動作実験



図6 昇降しやすい回り階段



図7 トイレ手すり

4. SH-UD の考え方

これまでの取り組みを「積水ハウスイニバーサルデザイン(SH-UD)」として2002年に体系化して社内基準の策定ならびに推進体制の構築などを行いました。

まず、住宅では「安全」と「使いやすさ」が生活の基盤であると考え、SH-UDの基本を「安全」と「使いやすさ」としました。また、どの住宅にも適用できる安全と使いやすさを「SH-UD ベーシック」とし、それに対応しきれない障害配慮設計を「SH-UD チャレンジング」と名付けて、積水ハウスが提供する住宅全体をカバーする仕組みと体制を構築しました。

5. SH-UD ベーシック

SH-UDの基本である「安全」と「使いやすさ」を具現化するために、生活行動を4つに分類し(移動、作業、操作、認知)それぞれにおける「安全」「使いやすさ」の目標を定めました。例えば、「移動」行動における「安全」とは「転びにくい」という目標として表現する、という具合です。続いて、「転びにくい」を建築で実現するためにはといった具合にブレイクダウンしていき、「性能目標」という社内基準を作成しました。これは、人にとっての「安全」「使いやすさ」の価値を実現する視点から建築設計の方向性を導き出したものであり、SH-UD ベーシックのいわば「憲法」にあたるものと言えます。

続いて、階段、浴室、キッチン、といった住宅部品、プロダクトごとに、「性能目標」を念頭においた「モノづくりガイドライン」を作成しています。「性能目標」が人にとってのありがたさに基づく方向性を示すものであるのに対し、「ガイドライン」は技術的な可能性を加味した当面の具体的な目標値・仕様を示すものです。これらの社内資料を活用して、SH-UD ベーシックの部品整備を進めています。

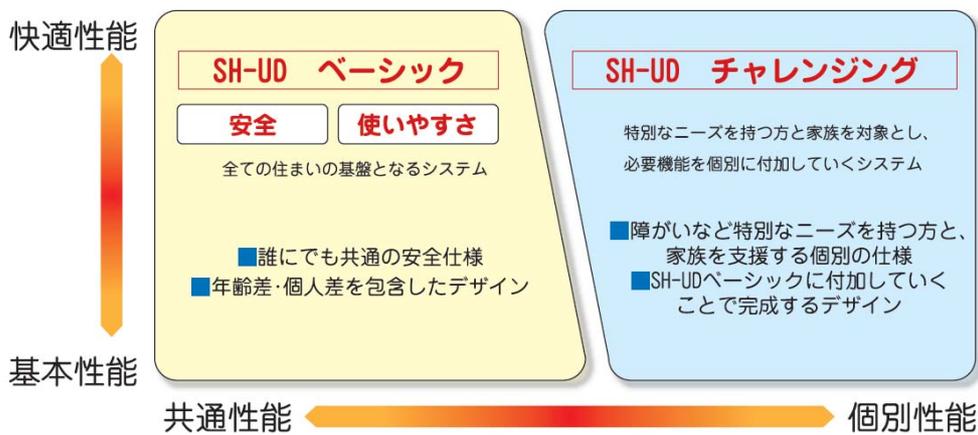


図8 SH-UD の考え方

		生活行動			
		移動する	作業する	操作する	認知する
必要性能	安全 SAFETY	アクティブセーフティ ● 転びにくい ● ぶつかりにくい ● 転んでも怪我をしにくい パッシブセーフティ ● ぶつかっても怪我をしにくい	● 姿勢を保ちやすい ● 墜落しにくい ● 人にものを当てにくい ● 火傷・その他の怪我をしにくい	● 狭みにくい ● 擦り傷・切り傷をおこしにくい ● 挟んでも怪我をしにくい	● 危険を確実に認知できる ● 危険につながる誤操作を防ぐ ● 誤使用しても怪我をしにくい
	使いやすさ EASY	しやすい 疲れにくい すぐできる ● 通過しやすい ● 疲れずに移動できる ● すぐに移動できる	● 疲れずに作業できる ● 動きやすい	● 操作しやすい ● 操作に必要な力が小さい ● 簡単に操作できる	● 理解しやすい ● 必要な情報がすぐわかる

図9 SH-UD ベーシックの目標

6. SH-UD チャレンジング

身体障害などにより、SH-UD ベーシックでは対応しきれない、個別で特別な建築的ニーズがあります。例えば、車いすから便器に移乗するために十分なスペースが必要であるとか(図 10)、床を這って移動するので便器は床にを埋め込んで欲しい(図 11)、などといったニーズです。SH-UD チャレンジングはこのようなニーズに対応するためのデザインシステムです。

当社は、身体障害者に対する配慮住宅をこれまでに 1500 棟ほど建設してきており、この実績を積む過程で培ったノウハウを体系化して、身体障害者の個別のニーズを的確に把握して最適な解を提供するための様々な資料、ツールを整備してきました。しかし、資料やツールを整備するだけでは個別解への対応は十分とは言えませんでした。そこで、これらのツールを的確に使いこなして、実際に配慮住宅設計を行う人材を育成することが重要と考え、全国的な研修を実施しています。

この研修は「SH-UD マスタープランナー養成研修」と呼ばれ、2002 年 6 月から開始しています。研修生は、全国事業所における設計部門の責任者またはそれに準ずる立場の者で、おおむね 10～15 年程度の設計経験を持つ社員です。これまでに約 300 人が修了しており、研修修了者の全事



図 10 車いす使用者のためのトイレ



図 11 床を這って利用するトイレ



図 12 研修風景



図 13 研修風景

業所への配置という目標は達成されました。現在は、昇進や配置転換などの人事異動に伴う欠員補充のための研修を年に数回実施しています。会場は当社研究所を用い、2泊3日の集中型研修として実施しています。最終日に実施される筆記試験と実技試験に合格することが修了要件となっています。さらに、この研修を修了し、東京商工会議所が実施する福祉住環境コーディネーター2級試験に合格した者に対して、「SH-UD マスタープランナー」という社内資格を与え、事業の最前線におけるユニバーサルデザインの推進役として活躍してもらっています。研修プログラムのうちの「動作体験」では、朝から夕方までほぼ丸一日を使って、車いすを使う場合、介助される場合等々、様々な身体状況における動作の特徴および住宅設計での対応方法を、玄関、建具、寝室、洗面、浴室、トイレ等の住宅各部位に関して、実際に自分の体を動かしてもらって、自身の体験を通して学んでもらっています(図 12、13)。

終わりに

本稿では住宅のUDの考え方を交えながら当社のUDの取り組みについてご紹介しました。住宅のUDの基本的な枠組み自体はすでに10年～20年前に提示されており、昨今では、基本的なバリアフリー性能は新築住宅では当たり前になったという状況をみれば、一定以上の成果は得られたと言ってよいと思います。しかし、それがUDが目指していたことか、あるいは、UDが本当に魅力的な価値にまでなっているか、といえ、まだまだできていないことがたくさんあると思います。

魅力的なデザインであれば即ちそれがUDである、というようなことが理想だと思いますが、そのためには何か新しい考え方、枠組みが必要ではないかと思えます。これからも試行錯誤しながら答えを探していきたいと考えています。

情報交流センターご紹介

～IAUD活動活性化のため、顔の見えるセンターを目指して～

はじめに

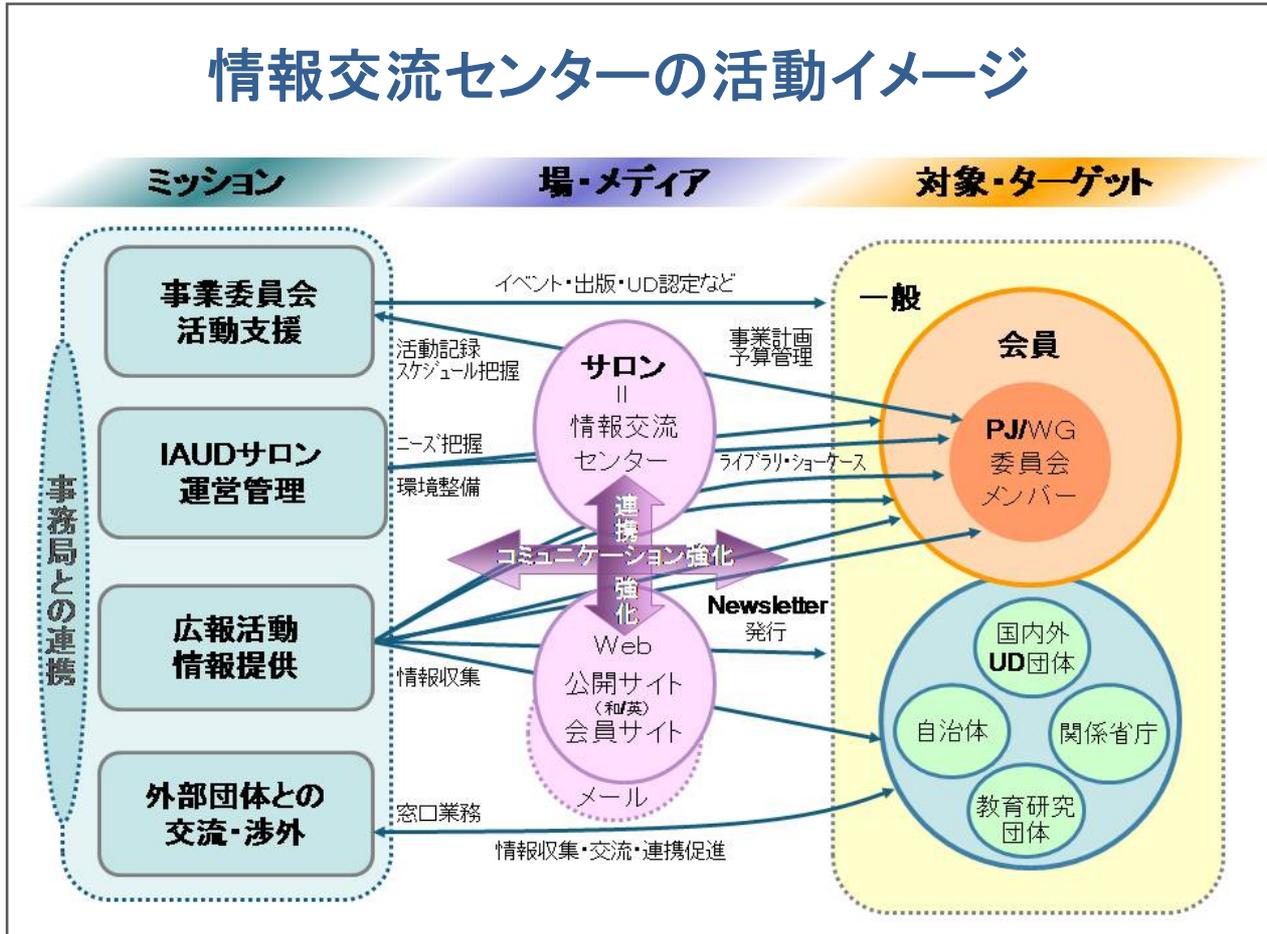
2008 年度も残り 2 か月足らずとなりました。ビジネス環境は日々厳しさを増していますが、IAUD 会員の皆さまも年度末に向けて多用な毎日を過ごされているかと思えます。今年度からスタートした情報交流センターは、成川所長（IAUD 副理事長）と川原副所長（IAUD 専務理事）の体制で活動を開始しました。その後、専従者が加わり IAUD サロンに隣接したオフィスで具体的な業務に取り組み、1 月からは当初計画の専従者 3 名体制となりました。そこで今月号では、センターの活動概要をご紹介します。

活動のミッション

年初の事業計画では以下の 7 項目が活動骨子として掲げられていました。

1. 国内外向け広報活動として公式 Web サイトの企画運営を行なう
2. 会員向け UD 情報提供として、月刊の Newsletter を発行（Web 配信）する
3. 会員向け UD 情報提供として、Web 会員サイトの企画運営を行なう
4. 会員向け一般情報提供として、適宜会員一斉同報通信を行なう
5. 部会や PJ/WG 活動の場としてのサロンを運営管理する
6. 国内外 UD 団体、及び関係省庁・自治体などとの交流・渉外を行なう
7. 三事業委員会の活動支援を行なう

「コミュニケーション」をキーワードに、各事業委員会や事務局とも連携しながら IAUD の活動を活性化していくことが情報交流センターに求められる使命ですが、少しブレイクダウンして図示してみますと以下のようなイメージになります。



現時点で対応できているレベルは、周りの大きな期待や私たちが考える「あるべき姿」には達していませんが、とりあえず走りながら考えて多くの課題を一つずつ乗り越えているというのが実情です。

来年度に向けて

情報交流センターの活動の基本は、会員が共有すべき基本的な情報や UD に関連した最新動向など、会員のニーズに対応した情報の発信と情報の共有に着実に取り組むことと考えています。具体的には Web サイトと Newsletter の 2 つのメディアの内容の充実や再構築を進め、IAUD 活動の柱として会員の皆さまが活用できるものに育てていくことが第一の課題です。

もう一つ重要な活動は三事業委員会の活動支援です。IAUD の活動の中では、会員が参加して行われている研究開発企画部会のプロジェクトやワーキンググループでの活動が最も重要で中心となるものですが、そこで得られた成果や UD に関連したノウハウを、IAUD が目指す社会を実現するために活用することが三事業委員会のミッションです。情報交流センターは、認定、普及、出版という三つの事業委員会の活動を支援していきます。

情報交流センターはこれらの活動を通し、先月号の特集でも紹介した「IAUD 中期活動計画」のアクションプランを推進していきたいと考えていますが、力不足なところも多々あり、会員の皆さまのご理解とご支援をよろしくお願いいたします。

◆センター員からひとこと



所長 成川 匡文 (なりかわ・まさふみ)

センターは会員の皆様や広く海外も含めた一般の皆様と IAUD との情報交流の窓口として昨年4月にスタートしました。年があけてスタッフも充実し、ようやく本格的な活動ができる体制になりました。体制ができたことに安心せず、皆様との接点をより多く持つよう努力するとともに、明るく楽しい仕事ができるよう一同一致協力してセンターの活動を展開していきたいと思っております。どうぞ暖かく、また厳しい目でお見守り下さるよう切にお願いいたします。



副所長 川原 啓嗣 (かわはら・けいじ)

4月の発足より、成川所長と共に、IAUD Newsletter 編集など必死でやって来ましたが、専従スタッフの方々も揃い、やっと肩の荷が降りたとホッとしております。しかし、2月末のUD大会、そして次年度の事業計画策定等、まだまだ気が抜けませんので、皆さまと力を合わせつつ、何とか切り抜けていきたいと存じます。今年は情報交流センターの真骨頂を発揮すべく、パワー全開で望みたいと考えます。



ディレクター 森井 秀司 (もりい・しゅうじ)

主担当業務は IAUD ウェブサイト企画運営、認定事業委員会の支援です。これまで音声処理(合成・認識)や通信・ネットワーク分野の研究開発に従事してきました。最近の3年間は情報アクセシビリティの国際標準化を推進してきました。今後、規格動向など UD 関連情報の収集/発信をしていきたいと考えています。収集してほしい情報など、要望がございましたらご連絡ください。



ディレクター 矢辺 憲二 (やべ・けんじ)

1月にトヨタ自動車(株)より派遣されました。この1ヶ月間は、先に専従で派遣されたお二方の活動とお言葉を頼りに、IAUD の活動について勉強いたしました。主に担当するのは、普及事業委員会です。毛利元就の「三本の矢」の逸話のように皆で力をあわせ、会員の皆様の活動へのお力添えができるような情報交流センターとなるよう、頑張っていきたいと思っています。よろしくお願いいたします。



ディレクター 蔦谷 邦夫 (つたたに・くにお)

昨年の夏から活動に加わり、Newsletter のしめ切りに追われる毎日でしたが、体制も整い、頭も体もますますフル回転させねばと気持ちを新たにしています。Newsletter と出版事業委員会を中心に担当します。皆さまと力を合わせ、楽しみながらやり抜いていきたいと思っております。課題は多いですが、IAUD をつなぐ接着剤の役割をはたせるようがんばりますので、これからもよろしく申し上げます。

世界の UD 動向

ユニヴァーサルデザイン・アワード '09 審査会参加報告

IAUD 専務理事 川原啓嗣

ドイツのユニヴァーサルデザイン GmbH (有限会社) が主催するユニヴァーサルデザイン・アワードは、iF インターナショナル・フォーラム・デザイン GmbH との連携による、新たなコミュニケーションツールとして昨年開始されたイベントである。昨年は、18 か国から 131 のエントリーがあり、多くの日本企業も受賞している。二回目となる今回は金融不況の影響もあり、昨年の約半数の応募点数とのことで、トーマス・バーデ専務取締役 (Managing Director) は、とても満足できない数だとこぼしていた。

1月14日(金)に、ハノーバー駅近くの手工業会館 (Handwerkskammer) を会場として開催された審査会は、地元ドイツのフリッツ・フレンクラー氏を審査員長として、同じくドイツのミグエル・ヘルフリッヒ氏、そして日本から招待された私の3名を審査員とし、モデレーターとして iF のラルフ・ヴィークマン専務取締役、そしてバーデ氏も責任者として立ち会いながら、厳粛ながらも、ややこじんまりとしたアットホームな雰囲気で行われた。評価基準として掲げられたのは、ユニヴァーサルデザインの7原則から、①誰にでも公平に利用できること②使う上で自由度が高いこと③使い方が簡単ですぐわかること④うっかりミスしても安全なこと、の4項目に加えて、⑤経済的に実現可能であること (Economic feasibility) の5項目である。

まず、第1ラウンドは、3名の審査員がエントリー商品をざっと回覧し、緑、黄、赤の3種類のマーカーのいずれかを置いていくこととされた。ちなみに緑は合格、黄は保留、赤は不合格の印である。審査員は必ずいずれか一つのマーカーを置かねばならず、緑を2個以上獲得したエントリーは即合格、逆に赤を2個以上付けられた商品は不合格とされた。

第2ラウンドでは、黄を2個以上か、緑、黄、赤の3個が並んだ商品について、3審査員がそれぞれ自分の見解を述べながら協議し、合否を決定した。日本からエントリーされた商品については概ね好評だったものの、日本とドイツの生活文化、あるいは生活習慣の違いによる意見の相違もあり、厳しい評価を受けた商品もあった。エントリーの中に、審査員長のフレンクラー氏のデザインによる商品があったが、これについては、氏が会場より出て棄権し、私とヘルフリッヒ氏の2名で評価を行なった。第2ラウンドは、合否判定の難しいアイテムばかりのためか、白熱した議論でなかなか決着が付かず、予定時間をかなり過ぎ、ようやく全ての評価を終えた時は、皆、憔悴と安堵の入り混じった表情だった。

その晩、主催者が用意した晚餐会のビールは格別に旨かったことを付け加えなければならない。また、はるばる、日本より駆けつけユニヴァーサルデザイン・アワードの審査をお手伝いしたことが、今後の新たな国際的連携に繋がれば、望外の喜びである。



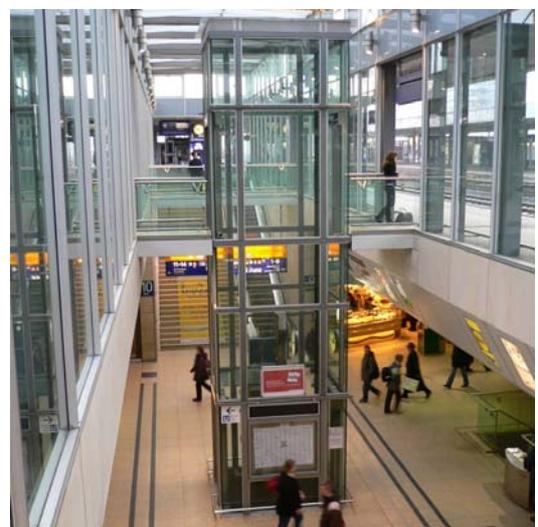
バウハウス大学 (ワイマール)





ベンツ製の連結バスはバス停に止まると車高が低くなり乗降しやすくなる（ワイマール）

さて、今回、私にはユニヴァーサルデザイン・アワード審査会に参加するほか、ドイツの3つの大学でユニヴァーサルデザインの講義を行なうミッションもあった。これらは、すべてバーデ氏がアレンジしてくれたもので、その3つの大学とは、ワイマールのバウハウス大学、キールのムテジウス大学、そしてマクデブルグのマクデブルグ大学である。うち、ワイマールのバウハウス大学は、デザインを学んだ者であれば誰でも知っている、1919年に開校した、あのバウハウスの最初の校舎なのだ。学生の頃、本の挿絵のモノクロ写真でしか見たことのない校舎の中へ足を踏み入れた時は感動で震えたが、そのバウハウスで講義を行なうなど、教師冥利に尽きるというべきか、まさに夢のような出来事であった。キールのムテジウス大学のムテジウスとは、これもデザイン史では有名なドイツ工作連盟の中心的人物、ヘルマン・ムテジウスに由来するとのこと。さらにマクデブルグ大学はデザインとは直接関係ないが、「マクデブルグの半球」を16頭の馬に引かせ、物理学の真空の証明を行なったゲーリケが、当時、マクデブルグ市長だったことを強調している。ちなみに、マクデブルグ大学のデザイン学生の質は極めて高く、大学の設備もマッキントッシュなど最新のものが備えられていた。旧東ドイツ地区には優先的に教育設備資金が回されるとのこと。そのためもあって、1990年のベルリンの壁崩壊とドイツ統一後、失業率の高さと低所得に喘いでいる旧東ドイツの人々だが、こと若い世代は概して学業に真面目で質が高いのだという。しかし、この世界的金融不況の影響で、昔の共産主義を懐かしむ人がさらに増え、マルクスの資本論がベストセラーとなっているそうだ。「強欲な銀行家のおかげで、貧しい人々が高い税金を払わせられる。」との訴えに、返す言葉はない。貧困の解消も、ユニヴァーサルデザインの目的と謳ったのは、2006年の国際ユニヴァーサルデザイン宣言だが、道は果てしなく遠いようだ・・・。



コンコースからプラットフォーム（9番、10番ホーム）へ上がるエレベータ（ハノーバー駅）



有料公衆トイレのサイン（ハノーバー駅）



ピクトグラムを多用した案内表示（ハノーバー駅）



ICE 乗降口からホームへ渡されるステップ



左下図は列車の各車両とホームの位置関係を示す

9日間のドイツ滞在の間、6都市をインターシティ（IC）、またはインターシティ・エクスプレス（ICE）で移動したが、駅や列車のアクセシビリティについても、日本とは異なるアプローチを見ることができ、いろいろと考えさせられた。先に、バルセロナのレポートでも報じたように、駅の表示に英語が少ないのは驚いた。その代わりというべきか、ピクトグラムの表示が多い。ただし、問題はそのピクトグラムが必ずしも、誰にでも理解可能とは限らないことだ。こと、サイン表示のユニヴァーサルデザインに関しては、2006年の京都の国際会議において、招待講師として基調講演を行なったロジャー・ホワイトハウス氏がベンチマークとなる優れたコンセプトを示しており、日本を含め、世界各地のサイン計画も速やかに見習うべきだろう。

（詳しく知りたい方は、IAUDが今月発刊する「講演集」をお買い求めいただきたい。）

ユニヴァーサルデザインの普及発展を目的に掲げたIAUDも設立以来、丸5年が過ぎたが、Newsletter 今月号冒頭の特集記事において、日本フィランソロピー協会の高橋理事長も述べておられるように、タコ壺から出て、広い世界を見ることは確かに必要だと、つくづく感じた今回のドイツ訪問であった。



かつてベルリンを東西に分断していたブランデンブルグ門の「壁」は既がない（ベルリン）

■ 名 称 : 2009年 IAUDユニヴァーサルデザイン大会 in 東海
IAUD Universal Design Exposition in TOKAI 2009

■ 開催趣旨: 地球環境問題と並び、世界的な関心事となりつつあるユニヴァーサルデザイン(UD)への更なる理解と普及促進を目的として開催いたします。IAUDは2003年に発足以来5周年という節目を迎え、2010年開催予定の第3回国際UD会議へと繋げていくためのプレイベントとしての位置づけで開かれる今回の大会では、世界に先駆けて超高齢社会に突入した日本において、一人でも多くの人々が快適で暮らしやすいと実感できる社会を築くためには一体何が必要なのか、また産・官・学の立場を超えた連携は果たして可能なのか等の問題を2日間に渡り、考えていきます。

■ 開催日程: ●シンポジウム(基調講演、パネルディスカッションほか) 2009年2月27日(金) 入場無料(要:事前登録)
●展示会(UD製品展示、UD研究発表パネル展示ほか) 2009年2月27日(金)~28日(土) 入場無料
●48時間デザインマラソン(チーム作業/公開プレゼンテーションほか)
2009年2月25日(水)~27日(金) 見学可能・公開プレゼンテーション入場無料(要:事前登録)

■ 開催場所: 名古屋市中小企業振興会館(吹上ホール)
〒464-0856 名古屋市千種区吹上二丁目6番3号
TEL:052-735-2111
<http://www.u-net.city.nagoya.jp/fukiage/index.html>
車椅子をご利用の方は、地下鉄桜通線「吹上駅(エレベータ有)5番出口」が便利です。

●アクセス(「名古屋市中小企業振興会館HP」より抜粋)



■ 主 催 : 国際ユニヴァーサルデザイン協議会(IAUD)

■ 展示協賛: アイシン精機(株)、伊藤光学工業(株)、(株)イトーキ、(株)岡村製作所、(株)川島織物セルコン、国際電業(株)、セーレン(株)、積水ハウス(株)、大日本印刷(株)、(株)デンソー、(株)東芝、TOTO(株)、トヨタ自動車(株)、トヨタ車体(株)、トヨタ紡織(株)、トヨタホーム愛知(株)、名古屋国際見本市委員会、日産自動車(株)、日本電気(株)、パナソニック(株)(パナソニックグループ)、(株)日立製作所、富士通(株)、三菱電機(株)、三菱農機(株)、(株)リコー

■ 協力(予定): 愛知県、岐阜県、静岡県、三重県、日進市、浜松市、京都工芸繊維大学、名古屋工業大学、愛知県立芸術大学、名古屋市立大学、静岡文化芸術大学、名古屋学芸大学、日本福祉大学、AJU自立の家、日進市障害者団体連絡会

■ 後援(予定): 内閣府、総務省、経済産業省、国土交通省、厚生労働省、名古屋市、中日新聞、朝日新聞、読売新聞、日刊工業新聞、中部日本放送、中京テレビ、テレビ愛知、メ〜テレ、(財)国際デザイン交流協会、(財)日本産業デザイン振興会、(株)国際デザインセンター、(社)土木学会、(社)日本建築学会、基礎デザイン学会、日本感性工学会、日本デザイン学会、日本人間工学会、日本福祉のまちづくり学会、ヒューマンインタフェース学会、(財)共用品推進機構、交通エコロジー・モビリティ財団、(社)日本インダストリアルデザイナー協会、(社)日本グラフィックデザイナー協会、(NPO)ユニバーサルファッション協会、デザイン&ビジネスフォーラム、ユニバーサルデザインコンソーシアム、ユニバーサルデザインフォーラム、柏朋会

■ 参加申込 : どなたでもご入場いただけますが、27日のシンポジウム(基調講演、パネルディスカッション)/成果発表/48時間デザインマラソンプレゼンテーション・公開審査に参加ご希望の方は、事前にお申込が必要です。下記ウェブページよりオンライン申込フォームにてご登録いただくか、事務局宛にメールまたはファックスで住所・氏名・連絡先をお知らせください。定員に達しましたら募集を締め切らせていただきます。

＜ウェブページURL・2009年 IAUDユニヴァーサルデザイン大会 in 東海開催のご案内＞

<http://www.iaud.net/event/archives/0812/01-090909.php> ※「参加登録」欄をご参照ください

■プログラム

2月27日(金)

<シンポジウム/成果発表/48時間デザインマラソンプレゼンテーション>

..... 10:00-18:00 7階メインホール

9:00より 受付開始

■午前の部

- 10:00 開会の辞・ IAUD組織/活動紹介 理事長 吉浜万蔵
- 10:15 研究開発企画部会概況紹介 企画部会長 大澤隆男
- 10:25 研究開発企画部会成果発表
- (12:00-13:00 昼休憩)

■午後の部

- 13:00 ご挨拶 会長 山本卓眞
- 13:05 おことば 総裁 寛仁親王殿下
- 13:20 基調講演
テーマ:ユニヴァーサルデザインのある暮らし
サブテーマ:暮らしの中の移動と心のUD
AJU自立の家専務理事 山田昭義
- 14:10 パネルディスカッション
AJU自立の家 施設長 浅井貴代子
トヨタ自動車(株) デザイン開発部長 長屋昭浩
(株)INAX デザイン統括部長 高野秀士
(株)日建設計 理事・技師長 赤司博之
- 16:00 48時間デザインマラソンプレゼンテーション/審査/表彰/講評
- 17:50 閉会の辞 評議員会議長 岡本一雄
- 18:00 閉会
- 18:30 懇親会

< 展示会 >

..... 10:00-17:30 9階展望ホール

2月28日(土)

< 展示会 >

..... 9:30-15:00 9階展望ホール

■48時間デザインマラソン プログラム

2月25日(水)

■開会式/テーマ発表 ■チーム作業

2月26日(木)

■屋外サーベイ ■チーム作業

2月27日(金)

■チーム作業 ■プレゼンテーション ■公開審査/表彰式/講評

展示会では、下記32企業/団体がユニヴァーサルデザインの商品紹介・研究発表を行います。

- 出展企業/団体： アイシン精機(株)、(株)イトーキ、伊藤光学工業(株)、(株)岡村製作所、(株)川島織物セルコン、京都工芸繊維大学、国際電業(株)、静岡県、静岡文化芸術大学、セーレン(株)、積水ハウス(株)、大日本印刷(株)、(株)デンソー、(株)東芝、TOTO(株)、トヨタ自動車(株)、トヨタ車体(株)、トヨタ紡織(株)、トヨタホーム愛知(株)、名古屋学芸大学、名古屋工業大学、名古屋国際見本市委員会、日本福祉大学、日産自動車(株)、日本電気(株)、パナソニック(株)(パナソニックグループ)、浜松市、(株)日立製作所、富士通(株)、三菱電機(株)、三菱農機(株)、(株)リコー
- 出展概要(一例)： ●トヨタ自動車(株)
 - 【トヨタ自動車のUD取り組み】
 - トヨタ自動車のUDフィロソフィーと現在の生産車のUD説明と持続可能な将来に向けてのパーソナルモビリティ i-REALと近距離移動用ロボットモビロの実車紹介をします。i-REALについては展示ブース内での動的展示を実施予定です。
 - パナソニック(株)(パナソニックグループ)
 - 【パナソニックのユニバーサルデザイン】
 - パナソニックグループの下記UD取り組みを紹介
 - ①ユニバーサルデザイン研究 ②携帯用会話補助装置「レッツチャット」他、障害者対応商品事例
 - ③代表的ユニバーサルデザイン商品事例
 - 名古屋学芸大学
 - 【デザイン教育におけるUDの試み】
 - 名古屋学芸大学はユニヴァーサル・デザインやエコロジカル・デザイン、サステナブル・デザイン等々社会的な諸問題を重要視し、授業に取り入れて研究課題としております。
 - 静岡県
 - 【誰もが暮らしやすい魅力ある“しずおか”】
 - 静岡県は、誰もが自由に活動し、いきいきと生活できる魅力ある“しずおか”を実現するため、全国で初めてUDを行政運営の基本的な考え方に位置づけ、誰もが暮らしやすい「まち、もの、環境づくり」を推進しています。

特別ワークショップ:48時間デザインマラソン

本企画は、IAUDが2004年から取り組んでいるワークショップ活動 及び 2006、2007年に実施した特別ワークショップ「48時間デザインマラソン」におけるユーザー対話型ワークショップの経験を基に、その活動をさらに進化させ、参加者全員がユニヴァーサルデザインの本質に触れることができる機会の創出と、参加者自身が発想し発表できる場を設けること、また、ユニヴァーサルデザイン活動がリードできる人材育成を主たる目的としております。

- 協 力：AJU自立の家、日進市障害者団体連絡会
- 屋外サーベイ会場提供：住友林業(株)、積水ハウス(株)、大和ハウス工業(株)、トヨタホーム(株)
- 活動概要：あらかじめ決められた5名のチームリーダーの下、5つのチームに分かれて編成されます。各チームは当日発表されるテーマに基づき、48時間という限られた時間内に競争設計を行います。前半は主に、ユーザーと共に生活現場へ出かけ問題点を抽出すること、後半は、デザインの総合化とプレゼンテーション資料作成に費やされます。最終日には、会員企業関係者、趣旨に賛同し見学頂ける一般来場及びマスメディアに対し「IAUDユニヴァーサルデザイン大会 in 東海」の中で公開プレゼンテーションを行い会議参加者全員の公開審査を経て優秀作が表彰されます。
- 参加企業：(株)INAX、(株)岡村製作所、(株)オーテックジャパン、(株)川島織物セルコン、コクヨファニチャー(株)、昌栄印刷(株)、日産自動車(株)、豊田合成(株)、トヨタ自動車(株)、トヨタ紡織(株)、日本電気(株)、パナソニック電工(株)、(株)日立製作所、日野自動車(株)、富士通(株)、プラザー工業(株)、(株)リコー
- 学生ボランティア協力：愛知県立芸術大学、京都工芸繊維大学、名古屋市立大学、名古屋工業大学、筑波大学、日本福祉大学

■「第2回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2006 in 京都」講演集 CD-ROM 販売のお知らせ

「第2回国際ユニヴァーサルデザイン会議2006 in 京都」(UD2006)の講演集CD-ROMが完成いたしました。UD2006のセッションにおける基調講演、パネルディスカッションの記録を英文版と和文版で収録(36講演掲載)しており、各分野第一線のUD研究者による講演の貴重な記録となっております。

ご希望の方は必要事項をご記入の上、Eメール (info@iaud.net) またはファックス (045-901-8417) にてIAUD事務局までお申込みください。

●「第2回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2006 in 京都」講演集 CD-ROM

体裁	CD-ROM
総合監修	ロジャー・コールマン (英国王立芸術大学院ヘレン・ハムリン研究所名誉教授)
販売価格	¥6,750 (本体 ¥5,000、消費税 ¥250、送料手数料 ¥1,500)

- ・ユニヴァーサルデザインの今日と未来
- ・超高齢社会における UD
- ・地域社会の UD
- ・ユーザーは何をするべきか
- ・情報伝達の UD
- ・都市・防災の UD
- ・多数世界の UD
- ・公共交通の UD
- ・生活用品の UD
- ・サステナブルデザイン
- ・我々はどこへ向かうのか 他

※「第2回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2006 in 京都」の概要は <http://www.iaud.net/ud2006/jp/index.html> でご覧いただけます。

「第2回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2006 in 京都」講演集 申込書

フリガナ		
お名前		
所属		
送付先	〒	
電話 :	FAX :	E-mail :

目次

<p>International Conference for Universal Design</p> <p>「ユーザーは何をすべきか」 (消費者団体代表による講演) フランチェスク・アラガイ (パネリスト) 浅岡 美恵 (京都弁論家) 三沢 邦子 (社団法人) 山根 香織 (主婦連合会) 角田 禮子 (関西消費生活センター) コーディネーター 高橋 陽子 (社団法人)</p> <p>「情報伝達のUD」 ロジャー・ホワイティング ラリー・ゴールドマン</p> <p>「都市・防災のUD」 ウォルフガング・ブロン エドウィナ・ジュエ</p> <p>「医療・介護のUD」 「全人間的復権としてのUD」 上田 敏 (財団法人) 「良くする介護とUD」 大川 弥生 (国立長寿医療研究センター)</p> <p>「社会システムデザイン」 パネリスト 澤田 誠二 (明治大学) 黒岩 卓夫 (医療法人) 細野 助博 (中央大学) 宮川 公男 (一橋大学) モンテ・カセム (立命館大学) 小野 敏 (工学院大学) コーディネーター 田尾 陽一 (工学院大学)</p> <p>「多数世界のUD」 シンガナバリ・バラット</p> <p>●● IAUD セッション ●● 「IAUDの目指す社会」 「IAUDの調査研究活動」 「IAUDが進めるUDガイドライン」 「UDの事例紹介」 「対話の実践はどう進んだのか」</p>	<p>「世界の中の日本」 1 相馬 雪香 (難民を助ける会会長/財団法人尾崎行雄記念財団副会長)</p> <p>「光音 ことば」 5 福島 智 (東京大学先端科学技術研究センター助教授)</p> <p>「ユニヴァーサルデザインの今日と未来」 12 パネリスト ロジャー・コールマン (王立芸術大学院ヘレンハムリン研究所教授: 英国) ヴァレリー・フレッチャー (アダプティブ・エンバイロメンツ所長: 米国) ジェーン・バラット (世界高齢者団体連盟事務局長: カナダ) フランチェスク・アラガイ (デザインフォーオール財団代表: スペイン) アレックス・リー (OXO インターナショナル社長: 米国) コーディネーター 川口 光男 (IAUD 理事長)</p> <p>「超高齢社会におけるUD」 26 ヴァレリー・フレッチャー (アダプティブ・エンバイロメンツ所長: 米国) ジェーン・バラット (世界高齢者団体連盟事務局長: カナダ)</p> <p>「地域社会のUD」 36 (自治体首長サミットパネルディスカッション) パネリスト 清原 慶子 (三鷹市長) 土野 守 (高山市長) 潮谷 義子 (熊本県知事) 山田 啓二 (京都府知事) コーディネーター 清水 鳩子 (主婦連合会参与)</p> <p>「日本の進むべき道」 48 (各省庁代表によるパネルディスカッション) パネリスト 齋藤 敦 (内閣府 政策統括官 (共生社会政策担当) 付参事官) 横田 一磨 (総務省 情報通信政策局情報通信利用促進課課長補佐) 石井 喜三郎 (国土交通省 総合政策局政策課長) 木方 幸久 (経済産業省 製造産業局デザイン・人間生活システム政策室長) 古都 賢一 (厚生労働省 老健局振興課長) 相澤 幸一 (経済産業省 産業技術環境局環境生活標準化推進室長) コーディネーター 古瀬 敏 (静岡文化芸術大学教授)</p>	<p>29</p> <p>29</p> <p>31</p> <p>34</p> <p>35</p> <p>36</p>
---	---	---

【編集後記】○年明けの1ヶ月があわただしく過ぎ、早くも2月の声を聞きました。新年度に向けて、Newsletterの役割を再確認してより良いものにしていきたいと思います。そのためにも皆さんの声を反映できるよう、仕組みづくりも含めて検討していきたいと思っています。皆さんの声、お聞かせください。(M.N)

○経済恐慌に端を発する不況の嵐、インフルエンザの蔓延など聞こえてくるのは暗いニュースばかりですが、会員の皆さまも年度末の追い込みやIAUDの活動のまとめなどに追われていらっしゃると思います。今月末には名古屋でのUD大会の開催が迫っており、関係されている方は輪をかけてご多用のことと思います。そんな中でのNewsletterの企画構成も四苦八苦しましたが、何とか発行にこぎつけました。お忙しいなかご執筆いただいた皆さまに心より感謝また感謝の気持ちでいっぱいです。先月から新しいメンバーも加わり、Newsletterもより充実した内容でお届けできるものと気合を入れ直しています。ぜひ、会員の皆さまも情報発信のツールとしてご活用ください。(薫)

IAUD Newsletterでは、誌面を会員の皆さまのUDに関わる情報交換の場と位置づけています。ぜひ、会員企業のUD商品開発事例やPJ/WGの活動成果事例等の情報をお寄せください。また、国内外のUD関連イベント、シンポジウム等の開催情報もお知らせください。ご連絡は、news@iaud.netへ直接、メールをお送りいただくか、事務局あるいは情報交流センターまでお問い合わせいただいても結構です。

無断転載禁止

IAUD Newsletter No.11

2009年2月2日発行

国際ユニヴァーサルデザイン協議会

事務局 : 225-0003 横浜市青葉区新石川 2-13-18-110

電話: 045-901-8420 FAX: 045-901-8417

e-mail: info@iaud.net

情報交流センター: 104-0032 東京都中央区八丁堀 2-25-9

(IAUD サロン)

トヨタ八丁堀ビル 4階

電話: 03-5541-5846 FAX: 03-5541-5847

e-mail: salon@iaud.net