

IAUD Newsletter vol.2 第5号（2009年8月号）目次

1. *towards2010* 戸田顧問に聞く ～初心にかえってブレイクスルーを！～ 1
2. 東洋インキグループのUDへの取り組み
～誰もが快適に暮らせる社会の実現へ～ 7
3. Case Study：余暇のUDプロジェクト ～CM字幕大作戦のその後～ 14
4. 世界のUD動向：キッズデザイン博2009、IFA国際フォーラム
【UD2010ウォッチング】ほか 22

今回の“*towards2010*”では戸田一雄顧問にお話を伺います。ご存じのようにIAUD設立時から2007年まで評議員会議長を務められた同氏は、国際会議の組織委員会副会長として2002年と2006年の2度の国際会議で大役を果たされました。第3回目となる2010年の国際会議は初回とは背景の違いこそあれ、会議の準備を進めるうえでの困難な状況という点では共通するものがあり、資金集めから奔走された当時の活動が、IAUD設立とその後の展開につながる基盤となったといえるでしょう。当時の関係者の皆さんの熱い思いやスタンスは、来年に国際会議を控え、準備に取り組まれている皆さまや、これから参加を検討される会員の皆さまにとっても、大いに参考とすべき点があるのではないのでしょうか。

towards2010

戸田顧問に聞く

～初心にかえってブレイクスルーを！～



日 時; 2009 年7月14 日(火) 15 時 00 分～16 時 30 分

場 所; IAUD サロン

ゲスト; 戸田一雄 IAUD 顧問 (前評議員会議長)

聞き手; 成川匡文 (IAUD 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)

川原久美子 (IAUD 事務局長)

成川 : 今年は Newsletter 巻頭の特集として IAUD 発足の当初からいらっしゃる方々に話しをお伺いしています。私が理事長になってからだけでも理事会のメンバーがかなり入れかわっているのですが、本日は、今一度原点に立ち戻って、2002 年から 2003 年あたりの IAUD 発足当時、一体どういうところから始まったのかということを中心にお聞きしたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

戸田 : 最近、日本の強みとしての UD に対する思い、IAUD 設立への流れ、具体的には 2002 年の国際会議から IAUD 設立、2004 年のブラジル (21 世紀のためのデザインⅢ、UD 国際会議) 参加、2006 年の京都での国際会議の実施などについて話をする機会があったのですが、日本人と UD 思想はもともと強い結びつきがあって、日本の強みの一部なんですよ。

川原 : そういえば 2004 年の国際会議の基調講演で話されたのも、扇子や風呂敷などの例をあげられて、日本古来の歴史文化のなかに UD に通じるものがあるというような内容でしたね。



戸田 : 英語でいえば UD ですが、日本語でいえば「気配り」とか「思いやり」というんですか、日本古来よりあるものですからね。海外から見るとなぜと思われるかも知れませんが、メンタルには UD に通じる強い歴史を持っている国だと思います。

2002 年の横浜の国際会議については川原夫妻がもっともダイナミックに動かれていたと思いますが、関係者の皆さんそれぞれの切り口でのアプローチがあって、例えば、古瀬さんは学術的なアプローチをされています。私は私で殿下との出会いから UD への強い思いが始まっているわけですね。

川原久 : 米国での 2000 年の国際会議の翌年 2001 年の冬、海外のヴァレリー・フレッチャーさんやレスリー・ヤングさんなど UD 関係の方が熊本にシンポジウムで来られました。地方の会議で 500～600 人が集まるというのは大変なことなのですが、その方々から日本の UD は一般市民も企業も大変盛りあがっている、製品もいろいろ出始めており、会議だけでなくそんな事例も見てみたいという声が強くなりました。



成川 : ところで、IAUD 発足当時のお話を伺っていると、要所で殿下のお話が必ず出てくるのですが、戸田顧問と殿下との出会いというのはどんなことだったのでしょうか？

戸田 : 最初にお会いしたのは 2000 年の秋、吉備高原での車いすマラソン (岡山吉備高原車いすふれあいロードレース) ですが、岡山にはこの関係で何度かお出でいただきました。大阪から岡山まで行って殿下をお出迎えし、お話をさせていただくこともよくありましたが、いろいろお話を伺って殿下の UD に対する熱き思いにはものすごく感化されました。一方で、本当に UD を解ってデザインしているデザイナーがあまりいないんだよな、という殿下のご心配もよくお聞きしました。そこで川原さんデザインの時計 (タッチ・ミー) の話なども成功事例として何度もお聞きしました。

横浜の国際会議で本当に感激したのは潮谷 (熊本県) 知事がわざわざ出てこられたこ

とと、もう一つは同時通訳が見事だったことですね。横浜の国際会議では展示会もやったのですが、今から考えると例えばルーズリーフの穴がすっと通るように、本当にUDを体系的に取り組んでいる企業はまだ少なかったですね。あともう一つ、海外の方が非常に驚かれたのは、参加者に配った手提げ袋に競合企業のロゴがずらっと並んでいたことです。日本の企業というのは呉越同舟のこんな活動をするのか？と驚かれていました。

そうして横浜でやったことを、きちんとした形にしていこうということになっていくわけですが、企業の側からいうといろんな商品がどんどんデジタル化し難しくなっていくわけですね。それにしただけで専門用語もでてくる、文字も小さくなるなど、高齢化ということと相入れない方向になってくる。もう一つは国際化が進むにつれて、海外から来た人も日本のことがよく分からないし、日本の人も中途半端で海外のことが分からない、本当にこれからでてくるグローバル化ということを経済としてどうしていくかという問題がありました。工業製品としてのまとまりを作っていくことが日本の商品全体から考えれば絶対に必要だし、それを生かしていったら国策としても大きなパワーになっていくんじゃないかなと。最近では環境が大変な話になっていますが、当時でいえばUDは環境と遜色がないくらい輝きをもっていただいていたと思います。そんなことで新しいUD推進をやっていかなければと考えていました。



昨日、これまでの Newsletter で他の方のインタビュー記事をみていたら、横浜のお礼に殿下のところへ伺った際、次なることを全く考えてなかったというようなことを何人かがおっしゃっていましたが、その人の感じ方はそうだったかもしれないけれど、私の中には、そのときすでに次の姿が間違いなくあったと思います。いろんなことがあっても殿下に総裁になっていただくということで、気持ちを引き締めて宮邸に入りました。山本さん（会長）も同じ思いだったと思いますよ。私も山本さんも新しいUD組織の幕開けを確信していたと思います。

川原：　そうですか、あの時点でそこまで考えておられたというのは初めてお聞きしました。正直いって私たちはあの時点で団体をつくるというところまでは考えていなかったです。それはまさに経営者の発想ですね。

戸田：　日本で本当にUDを定着させようと思えば、学術的な本質論やべき論も良いのですが、それだけでは進まない。私は企業しか経験はなかったのでその立場からいえば、UDを広く普及させるには各企業が関心をもって、企業がUD化競争をしてアウトプットを出していかないとどうにもならない、ということを一所懸命考えていましたね。

工業製品化を進めるためにもポリシーを通してUDスタンダードを作れるような機構がないとどう考えてもまとまりっこないので、会長に山本さん、議長を私にという流れになっていったわけです。

川原久：　当時、本当に全力で動いていただいたんですよね。大阪の企業に声をかけてまとめてくださったり、全国ほとんどのところへ足を運んでいただきました。

戸田：　いやいやそれはね、やはりみんなの力ですよ。横浜の成功でものすごくまとまり感ができた。いろんな企業がそれで交流が始まって、何かをやるときに資金面でのご願いも気軽にできるような関係ができてきた。しかし、そういう関係以外にどうしても入っていただきたい企業もあるわけで、そういうところにはずい分説明に回りました。当時、経済環境は決して良くはなかったけれど、お金が集まらずに悩んだという記憶はないですね。その後、他の団体の立ち上げも頼まれて経験しましたが、経済環境が横浜のときより良かったにもかかわらず、これほどうまくはいかなかったです。IAUDの場合は本当に皆さん協力的でした。私たちも全員が真剣だった。

川原：あの頃、設立準備委員会のメンバーで活動されていた方々は、各社のデザインセンター長クラスの方々と、その後 IAUD の理事になる人達ですが、これはやらねばという意気込みがありましたね。日本の産業のためには文句なしにやらなきゃいけないという大義があったと思います。だから、あまりくどくど説明した記憶がないですね。

戸田：それは企業のトップも同じだったです。共通した強みを持ちたいという気持ちもあったのではないのでしょうか。その意味で大義というのは大事ですね。そして、その大義をずっと説いていただいたのが殿下でした。

松下でいうと当時の中村社長が自ら、新製品には必ず一つは UD の特長を入れるようにと伝えてくれたのが良かったですね。一つのメーカーが走り出すと、皆が同じような方向に進んでいきます。

発会式もまた賑やかで、当時の経済産業大臣の中川さんや経団連から西室さんなど、そうそうたるメンバーが一堂に会しました。あんな華々しい立ち上げはなかったですね。



成川：横浜のころと比較して現在の UD の状況は進んできたと思われますか？ 先ほどルーズリーフの例えがありましたが、穴が揃ってきたとか数が増えてきたとか、ご覧になっていて、その後の変化はあったのでしょうか？

戸田：横浜から京都の会議くらいまでの時期が第一世代とすると、その後、世代交代があり、その際、大義がどういうふうな伝わり方をしたのか、少しトーンダウンしてきたのかな。デジタル化の一方で高齢化が進んできた現在、基本的に UD に対するニーズが下がっているということは全くなく、ますます重要になっているはずですが、このところ当時の強い流れが少し弱まっている感じを受けます。

そんな中、ずっと心配してきたのはデザイナーなんですよ。企業の中での立場が弱く、本当はデザインはすごい価値を生んでいるはずなのに、会社の中でなかなか理解してもらえなくて、苦労している。例えば IAUD の相乗りの活動について、デザインノウハウを渡しにしているという誤解をうけたりしている。デザイナーが自由に UD など新しい共通のテーマをものにしていけるような活動を、もっとできるようにならないといけないですね。



成川：私が理事になった当時、設立当初から理事をされている方がたくさんいて、理事会でも活発な議論が交わされていました。その後、任期などで人が徐々に交代していくと、2002 年、2003 年当初の想いで動いているというよりは、業務の引き継ぎという意識が強いのではないかという危機感を感じるときがあります。今回のようなインタビューも、そんな気持ちを少しでも思い出していただくという気持ちがあります。

戸田：もう一度原点に返って、今この時代、なぜ UD なのかということを、シンプルに分かりやすく説くということをしていかなければいけないと思いますね。トップに対する語りかけも少なくなってきたんじゃないですかね。

成川：トップの方に話して全くだめだと言われる方はまずいないとは思いますが、会員企業の中で担当者とトップの方が話ができていくのかということもありますね。IAUD の活動により日本の企業はこういうことができる、ということを社内でしっかり説明できるアウトプットも出していかなくてはならないとは思いますが。

戸田： UD 実践マニュアルのようなものとか、これがあれば UD の設計がスムーズに進むという
ような共通的なものを会員に配ってあげるとか、何か IAUD の存在意義を感じてもらえる
ものがあるといいですね。

川原： 実はプロジェクトの活動成果として、小冊子などにまとめられているものがある
のですが、活動をしている期間やプロジェクトメンバーの中だけで流通して終わりに
なっているものも多く、最近、事
務局で棚卸しをしてもらって
いますが、宝の山のような資料がた
くさん眠っているんですね。これ
らの資料をまず公開すること
により、いろいろ問い合わせがあ
ったり新たな気づきがあったり、ま
た新しいフェーズに発展してい
くと思います。



戸田： 最初から書籍化するというのもリスクもあり難しいので、最初はネットワーク上で公開
して、反応の高いものを DVD にするとか書籍にするなど、どんどん活用していけば良い
のではないのでしょうか。

成川： あるプロジェクトでは各社のノウハウの問題もあって、業界のコアとなるテーマがやり
にくいという声もあるのですが、ある程度のところは共通の基盤として生かして、その
先を切磋琢磨していくという姿が良いだろうと考えています。最初から作るのと違い、
今までやってきたものがあるわけなので、ぜひやっていきたいと思います。

著作権の問題も確かにあり、また、会員のメリットとしてプロジェクトでクローズし
た情報として持っていたいという気持ちも理解できますが、時間も経っていることな
ので、そろそろ成果を見えるかたちにしていかないと、会員だけでなく省庁などの外部か
らでも評価されないですから、これまで以上にもっと戦略的に考えていきたいと思
います。

また、今年に入って会費の問題などもあり退会される会員や、理事会社を辞退される
企業がでています。プロジェクト活動に参加していた人が出張費が出ないので活動に
参加できないというような問題もでてきています。しかし、退会を表明されたところ
でも、担当者でなくトップに直接お話しすると踏みとどまっていた企業もあります
ので、そういうところでもしっかり説明できるように情報をだしていきたいと思
います。

戸田： IAUD の事業にもつながる話でもあるけれど、それ以上にしっかりアウトプットを見
せていって、お金を出してくれる企業にも意識を植え付けていくことが大事だと思
います。プロジェクトリーダーの責任としてまとめて公開していかないと、外から
IAUD の価値を認めてもらえないよ、というくらいの気持ちで取り組んでいただ
きたいですね。

成川： 現在、来年の国際会議の実行委員会を立ち上げて準備を進めています。今回は、理事全
員に委員として入っていただいているのですが、前回の経験のない方も多く、資金的
にも大変厳しいという悩みがあって、岡本議長からは松竹梅でいうと
「梅」でもなく「小梅」くらいでやるように言われています（笑）。そ
の分、できるかぎり手作りでやって、成果は「松」にしたいというこ
とで、開催地の自治体にもいろいろな支援を働きかけていますし、危
機感をもってしっかり PR していかないといけないと思っています。



協賛金の一口の金額を小さくするなど、出していただきやすい工夫
もいるでしょうし、今回は理事会社については理事会でお願いした
だけでしたが、今回は個別にお願いして回ることも必要と思っています。

理事企業へは殿下（正確には宮務官のお名前）からと、山本会長からお願いのレターをすでにだしていただいていた、景気回復の状況をみながら個別にお願いするタイミングを測っているところです。

戸田： 来年の10月というともうあまり時間がないですね。景気の影響を受けても頑張っておられる企業もあるので、そういう可能性のあるところには積極的に再度チャレンジ、いろいろな手をつかって、お願いする対象企業も京都のときの倍くらい幅を広げ、お願い金額も少し下げてもいいでしょうね。

川原： 省庁関係にもお願いに行かなければいけませんし、2002年のときのように候補先をリストアップして、皆さんで手分けしてあたっていきたいと思います。

成川： 最後に今のIAUDに対して望まれることや、「喝」を入れたいことなどありましたら（笑）、一言、よろしくお願いします。

戸田： 初心にかえて、時代をブレイクスルーするつもりで、とにかくバイタリティをもって、新しいことをやっていくんだという大きな志を、もう一度燃やしていただきたいですね。

UDは不滅！ますます高齢化していく社会で、それが無視できる時代ではないわけですから、弱気になるのはもったいないですね。とにかくダメもとでもいいから、何でもやりましょう。さりげなく、手作りで、大胆に！（笑）



成川： 元気の出る言葉をいただいたところで、そろそろお時間がきました。本日はお忙しいところ本当にありがとうございました。

東洋インキグループのUDへの取り組み

～誰もが快適に暮らせる社会の実現へ～

東洋インキ製造株式会社
CNK 本部マーケティング部
石鍋 宏一

■はじめに

東洋インキグループは、「世界にひろがる生活文化創造企業」を経営理念に掲げ、スペシャリティケミカルメーカーとして社会的責任を果たし、全てのステークホルダーの方々の満足度を高めていくことで、企業グループとして価値向上に努めております。

2005年に、「CSR憲章」ならびに「CSR行動指針」を制定、グループ企業全体へ展開し、単なる企業としての活動を超えて、社員一人ひとりが“生活者”として社会に貢献するべく活動しております。

こうした考え方を具体的な活動に落とし込んだものの一つが「色覚UDコンセプト UDing」です。

CSR憲章(2005年4月18日制定)

私たち東洋インキグループは創業以来、事業と製品・サービスを通じて顧客・社員・社会における生活文化を創造することを目指し、常に社会と共存し、信頼を得、企業グループとしての責務を果たすことを最優先に取り組んでまいりました。

今、私たちは、自身が化学製造業を中核とする企業グループであり、社会に大きな影響を及ぼしうることを十分に再認識し、その上であらゆるステークホルダー(利害関係者)との良好な関係を構築・維持すべきであると考えます。そのためには、ステークホルダーと同じ視点で自身の企業活動を評価し、経済・社会・人・環境の側面においてバランスの取れた経営を遂行することこそが、企業としての有形・無形の価値を形成し、社会的責任を果たすための最重要な課題であると位置付けます。

東洋インキグループは、今後も公正かつ自由な競争を継続しながらも、未来における文化的かつ幸福な社会の実現に一層の寄与ができるよう努めます。

■色覚UDコンセプト “UDing”

東洋インキグループは、印刷インキや顔料、各種着色剤などを中心に色彩に関して幅広く事業を行い、そのなかで、情報伝達手段としての「色彩コミュニケーション」へも積極的に取り組んでまいりました。

「色彩コミュニケーション」をUD的発想で捉え、誰でも・どのような人でも平等に色を通じたコミュニケーションができるようにするにはどうしたらよいか、色材メーカーが取り組む色に関するUDとは何かを考えました。

その答えがカラーユニバーサルデザイン(カラーUD)への取り組みであり、そのコンセプトを「UDing(ユーディング)」と名づけました。

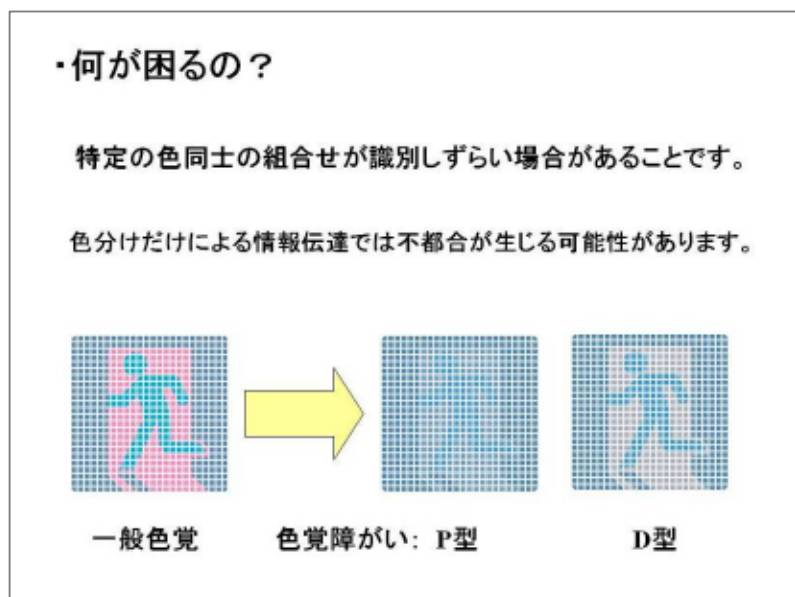
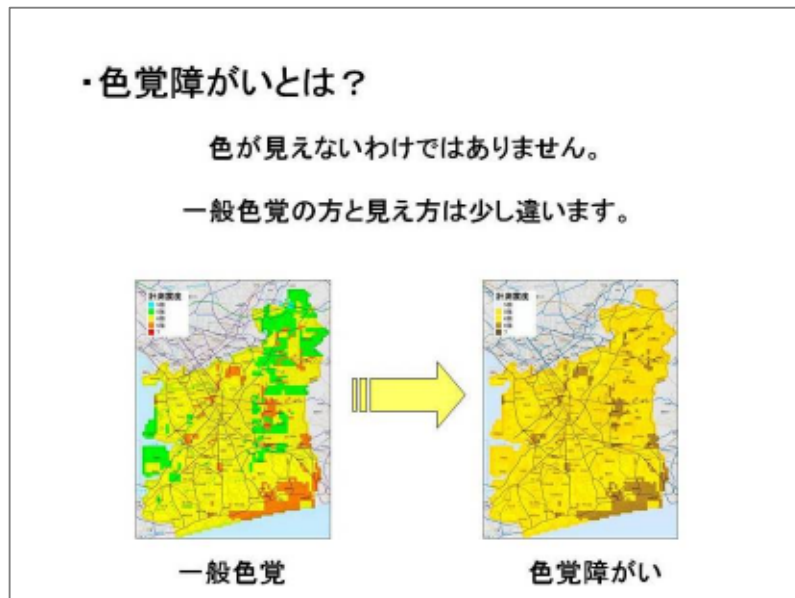


■色覚障がいと UDing テクノロジー

日本人男性の約 5 % (約 20 人に 1 人)、日本人女性の 0.2 % (約 500 人に 1 人) といわれる色覚障がい。日本の人口から計算するとおおよそ 320 万人の方が色覚障がいを持っていると予想されています。一般色覚では、網膜にある赤・緑・青を感じる 3 つの視細胞で色を感じますが、大多数の色覚障がいの方は 2 つの視細胞で色を感じるために、特定の色を認識しづらかったり、特定の色同士が判別しにくいという特性を持っています。

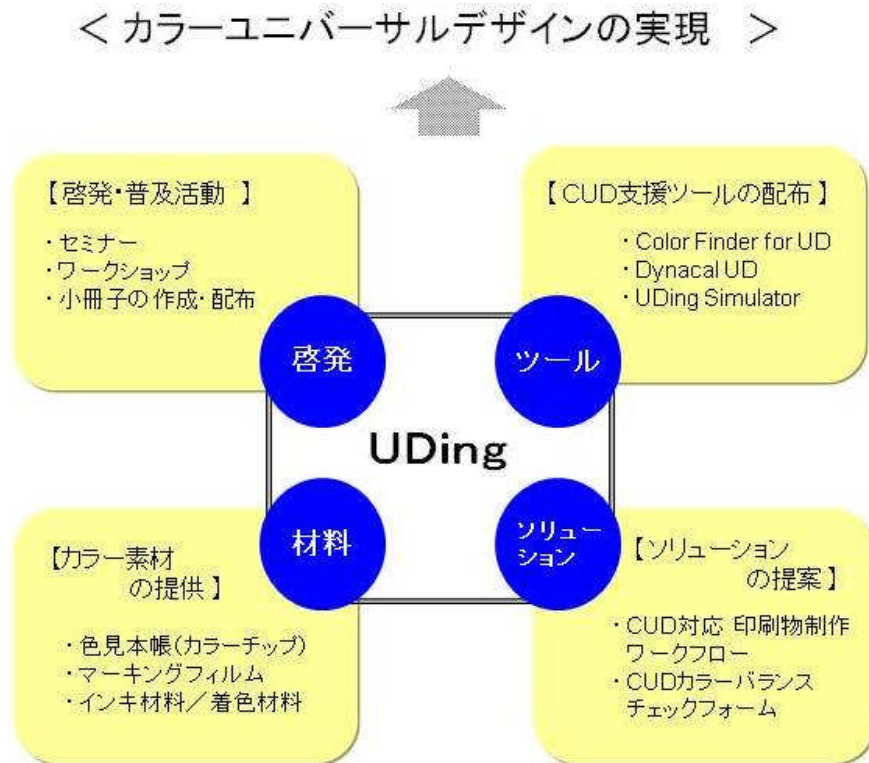
UDing テクノロジーはこのような色覚タイプの違いによる不便さを、デザインの段階からとりのぞいていくことで、カラーUD を簡単に実現できるテクノロジーです。

独自の色変換技術を利用してカラーUD への取り組みを開始したのが 2002 年でした。その後、豊橋技術科学大学情報工学系 中内茂樹教授と共同で研究を行い、2004 年 1 月「色覚障がいがあった場合にも識別しやすくなるように、カラーデザインを自動修正するテクノロジー」を発表しました。これは、色覚障がいの方にとって判別がしにくい配色をできるだけオリジナルのカラーバランスを崩さずに自動色修正を可能とするものです。さらにこの技術をベースとして、2 種類のカラーUD 支援ツール (ソフトウェア) を開発しました。



■UDing 推進活動

現在東洋インキグループでは、前述の UDing テクノロジーと総合色材メーカーとして蓄積してきた色の素材に関する技術や色をコントロールする技術（カラーマネジメント）等をリンクさせて、4つのドメインでカラーUDの推進活動を行っています。



■カラーUDの啓発と普及

行政機関、各種組合・団体、企業等から「カラーUD についての勉強をしたい」「取り組みたいので説明して欲しい」等のご質問やご要望を多数頂いております。それにお答えして、セミナー形式でのプレゼンテーションや、色を配色してその見やすさ見づらさを体験するワークショップの開催、イベントや展示会に出展して参加者・来場者への説明等、カラーUD の啓発・普及活動を行っています。

また、カラーUD を分かりやすく理解して頂くためのドキュメントや小冊子を作成し、セミナー開催時等にお配りしています。

[台湾デザインエキスポ 2008]



[オリジナルの小冊子]



■カラーUDを実現するカラー素材

カラーUDの多くはデータを作成したら終わりではなく、実用的な製品や物になってはじめて効果を発揮します。それには設計デザインの担当者と製品の作り手とが正しく色のコミュニケーションをすることが大切です。そして、デザインされた色を忠実に表現するための色の素材（色材）も重要な要素となります。東洋インキグループでは、色材の総合メーカーとして様々なシチュエーションでお使いいただける各種色材を豊富にご用意しています。

また、カラーコミュニケーションのベースとなる色見本帳をカラーUD 支援ツールと対応させる事により、効率的なカラーUD デザインの作成をお手伝いします。

●COLOR FINDER(カラーファインダー) CFUD 対応色見本帳

COLOR FINDER は、日本で一番最初に企画制作された色見本帳で、長年、色に関わる仕事の現場で広くご利用いただいています。1050 色もの色を掲載し、幅広いクリエーションを支えます。印刷時の色再現性を重視し、通常のオフセット印刷で印刷しています。



●DYNACAL (ダイナカル) UD 対応マーキングフィルム



屋外サイン用マーキングフィルム「DYNACAL」には、屋外での褪色が少なく、伸縮性に優れ、施工性も良好という特性があります。塗料と比べ既に色の着いたフィルムを扱うので、刷毛によるスジ／スプレーによるムラなどはありません。色数は291色（非透過色185色／透過色106色）あり、特注色も300mから対応します。

■カラーUD 支援ツール

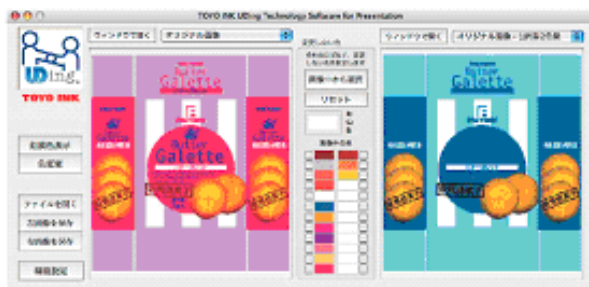
UDing テクノロジーをベースとした2種類のカラーUD 支援ツール（ソフトウェア）を開発し、無償で配布をしています。2004 年の配布開始から現在まで、約 5,000 本を提供しており、様々な分野の皆さまにお使いいただいています。

●UDing シミュレーター

すでに制作されたデザインに対し、色覚障がいがあった場合にどのように見えているかを確認すると同時に、判別しづらい配色を自動的に色変換してくれるソフトウェアです。



2008 年度 グッドデザイン賞受賞



●CFUD（カラーファインダーフォーユニバーサルデザイン）

色覚障がいに配慮したデザインをする際に、どのような配色をすればよいかを確認しながら作業を進められるカラーパレット作成ソフトウェアです。

○カラーUD 支援ツールのご利用（無償）は以下
ホームページよりお申し込みください。

<http://www.toyoink.co.jp/ud/index.html>



■カラーUD 支援ツールの使用事例

・株式会社バンダイ様：食玩パッケージ

東京商工会議所主催エコユニットアワード 2008 の優秀賞の受賞や、本社や工場にソーラーパネルを設置するなど会社を挙げてエコ活動を実践している大手玩具メーカーのバンダイ様。玩具本体やそのパッケージにユニバーサルデザインの考え方を採用して、だれもが安全で使いやすい製品を開発されています。カラーUD についても積極的に取り組まれており、ガシャポン®（カプセルトイ自動販売機）正面の商品説明案内や食玩（食品に付属して販売される玩具）パッケージの一部でカラーデザイン部分に UDing ツールをご使用いただいています。

[UDing ツールを使用した食玩パッケージ]



©ABC・東映アニメーション

©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TVTokyo・ShoPro・JR Kikaku

©Pokémon ©2009 ピカチュウプロジェクト

©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

■カラーUD ソリューションの提案

今年2月、コニカミノルタグラフィックイメージング（株）様と共同で、「CUD 対応印刷物 制作ワークフロー」を発表しました。

このワークフローは、UDing カラーUD 支援ツールとデジタル色校正機（デジタルコンセンサスプレミアム）、各種プロファイルを有機的に組み合わせて、カラーUD に対応した印刷物の制作を容易に実現します。

また、新たに作成した「CUD カラーバランスチェックフォーム」を合わせて提供しています。このチェックフォームを使用する事で、基本色のカラーバランス確認と同時に各色のカラーUD シミュレーションを印刷物上で確認することができます。

[CUD 対応印刷物制作ワークフロー]



**CFUD+Illustratorでデータ
作成→UDingシミュレーター
で確認**

デジタルコンセンサスプレミアムで色校正出力



**本機印刷に限りなく近い出力
(東洋インキ標準色準拠プロファイル
を使用)**

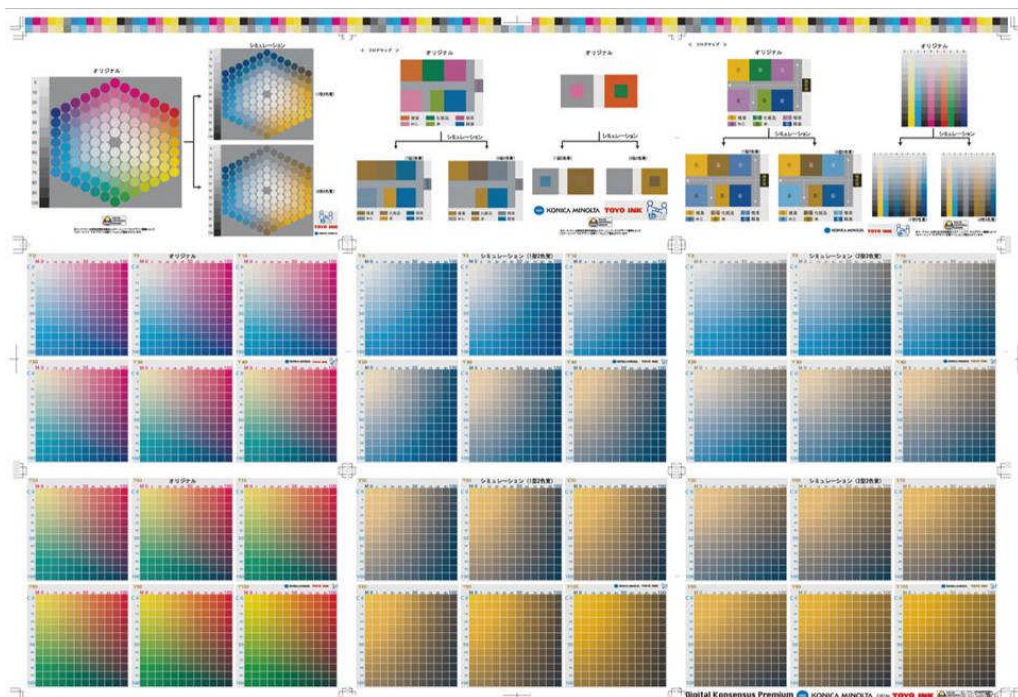
データ出力(版作成)

デジタルコンセンサスプレミアムを見本に本機印刷



**本機で合わせやすい見本で
印刷するため効率的**

[CUD カラーバランスチェックフォーム]



■おわりに

東洋インキグループでは以上のようなカラーUD 推進活動を、事業を通じた CSR 活動の重要な柱と位置づけ、今後も注力してまいります。

また、大学をはじめとした各種学校との産学連携活動や、視覚科学技術研究団体との、物の見え方や色の感じ方の研究、視覚的技術を利用した応用研究、社内の各研究部門での、環境調和型各種材料や天然素材を活用した色材、太陽電池用部材等の研究開発も行っています。その成果を製品やサービスを通じて広く普及させることで、誰もが快適に暮らせる社会の実現を目指していきます。

Case study: 余暇のUDプロジェクト

～CM字幕大作戦のその後～

余暇のUDプロジェクト 主査
原田 保（株式会社NTTデータ）

余暇のUDプロジェクトは、IAUD Newsletterの記念すべき第一号(2008年4月号)に、「テレビコマーシャルに字幕を」というタイトルで、プロジェクトに取り組んでいる「テレビコマーシャルの字幕」に関する記事を寄稿させていただきました。

今回は、前回の寄稿から1年以上が経過した今の「テレビコマーシャルの字幕」の状況と、余暇のUDプロジェクトの(テレビコマーシャルの字幕に関する)これまでの取り組みとについて、レポートいたします。

今回は、余暇のUDプロジェクトの中で「テレビコマーシャルの字幕」を担当しているメンバー(インドア・チーム)によるリレー・エッセイ風にお届けいたします。

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. CMにも字幕が欲しい | 松森 果林 |
| 2. 字幕放送の現状 | 山田 淳司(株式会社DNP映像センター) |
| 3. 関係者へのヒアリング | 土屋 亮介(パイオニア株式会社) |
| 4. CM字幕サンプルを見た生活者の反応 | 神戸 由香(パイオニア株式会社) |
| 5. まとめ | 久保田 太栄(株式会社日立製作所) |

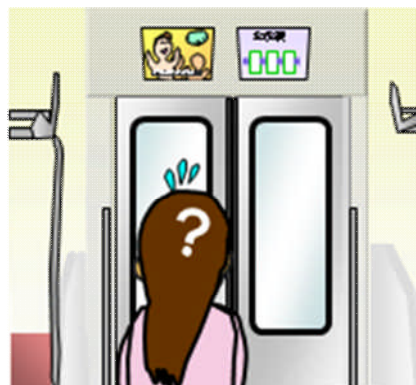
1. CMにも字幕がほしい！

松森 果林

ご存知でしたか？テレビCMには字幕がありません。

■だれか教えて！

最近、新しい電車ではドアの上部に設置した液晶画面を使って運行情報や広告を流していますね。あるとき、某タレントさんが出演しているCMに釘付けに。これから余暇のUDプロジェクトの会合だというのに、CM見たさに降りる駅を二つも通過してしまいました。私はそのタレントさんの大ファンではありませんが、彼らが出演するCMはいつも楽しそう。そう、テレビでは「楽しそう」というだけしか伝わってこないのです。字幕がないから聞こえない私には内容が分からないのです。車内でのこうしたCMにも字幕がつき、あのCMってこんな内容だったんだ！と初めて知りました。会合の遅刻は確実！たかがCMで・・・と思う人もいるかもしれませんが、一度テレビの音を消した状態で見てみてください。



■電車内の字幕付きコマーシャル

■字幕放送とは？

テレビの音声や効果音を、文字や記号で表示する技術で、ナレーションやアナウンスの内容を聴覚に障害がある人も把握することができます。地上デジタル放送の規格では、字幕表示が標準装備となり、電車の中でワンセグ字幕を楽しむ姿も見かけるようになりました。ところが、民間放送の20%をしめるCMには字幕がつかないのです。

「CMにも字幕を！」そんな生活者の切実な声に耳を傾け、CM字幕の実現に向けて調査や提言を続けてきました。



■字幕制作現場

■これまでの活動経緯

- 2006年 字幕放送の状況や制作現場の実態など、字幕の基本について調査し、「字幕のお話」という冊子を作成、京都の国際会議でご紹介しました。
- 2007年 CMに字幕はない理由を調査し、企業や生活者へ意識アンケートを実施し、報告書としてまとめました。また、企業からCM映像をお借りして、実際に字幕をつけたサンプルを制作しました。
- 2008年 CMサンプルを生活者に見ていただき、結果を分析するとともにCM関係者団体や官庁に対し、勉強会を開いたり、ヒアリングを実施してきました。

■わたしたちが目指すところ

あたりまえの情報があたりまえに伝わる。これは人間としてわがままな要望なのでしょうか？

CMに字幕をつければ聴覚に障害のある人だけでなく、高齢者や音を出せない環境でも情報が伝わります。結果として、広告効果の拡大、新たなビジネスチャンスにもつながります。できない理由を並べるのではなく、どうしたらできるだろうか？そんなふうと一緒に考えてくれる姿勢を生活者は望んでいるのです。



■冊子「字幕のお話」



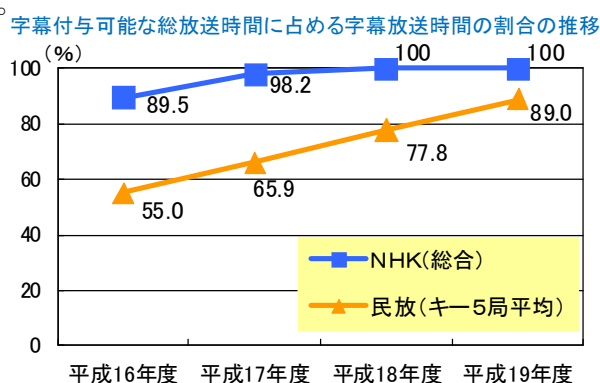
CM字幕に関する意識調査実施

■生活者・企業へのアンケート

地上デジタル放送対応のテレビに 字幕表示機能があるのを知っていますか？

2011 年 7 月に現行のアナログテレビ放送が終了し、デジタルテレビ放送に移行します。地デジ対応テレビやワンセグテレビ、簡易チューナーなど、地上デジタル対応機器の世帯普及率は 60.7%(2009 年 5 月発表)に増加しています。地上デジタル放送では、高齢者や障がいのある方にやさしいサービスのひとつとして、字幕放送が簡単に楽しめるようになりました。地上アナログテレビ放送の場合は、特別なアダプターが必要でしたが、地上デジタル放送では、受信機の標準機能として字幕放送を楽しむことができます。

現在、全ての放送番組において、字幕放送を楽しめるわけでもありません。総務省のデータによると、NHK（総合）は字幕付与可能な総放送時間に占める字幕放送時間の割合が平成 18 年度に 100%に達し、平成 19 年度もその割合を継続しています。在京キー5 局においては平成 19 年度に 89.0%となっており、着実に字幕放送は広がりを見せています



字幕付与可能な放送時間の定義においても行政指針が改正されました。平成 9 年に策定された行政指針において、「字幕付与可能な放送時間」とは、次に掲げる放送番組を除く午前 7 時から午後 12 時までの放送番組の放送時間数とされていました。

- ・技術的に字幕を付することができない放送番組
(例 現在のところニュース・スポーツ中継等の生番組)
- ・オープンキャプション字幕付き映画、手話等により音声を説明している放送番組
(例 字幕付映画、手話のニュース)
- ・外国語の番組
- ・大部分が歌唱・器楽演奏の音楽番組
- ・権利処理上の理由等により字幕を付することができない放送番組
- ・再放送番組

そして、平成 19 年 10 月、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」において、字幕付与可能な放送番組の定義が拡大され、以下の番組が新たに字幕付与可能な放送番組に含まれました。

- ・複数人が同時に会話をを行う場合以外の生放送番組
- ・手話により音声を説明している放送番組
- ・大部分が歌唱の音楽番組

さらに、データ放送やオープンキャプションにより番組の大部分を説明している場合も、字幕放送に含まれることになりました。また、新たに放送する放送番組だけでなく、再放送番組も含め、平成 29 年度(2017 年度)までに、対象の放送番組の全てに字幕が付与されることが目標とされました。こうした現状からも字幕放送は、益々充実していくでしょう。

しかし・・・

民放の総放送時間の約 20%を占める

「テレビCM」には 字幕が付与されていません。

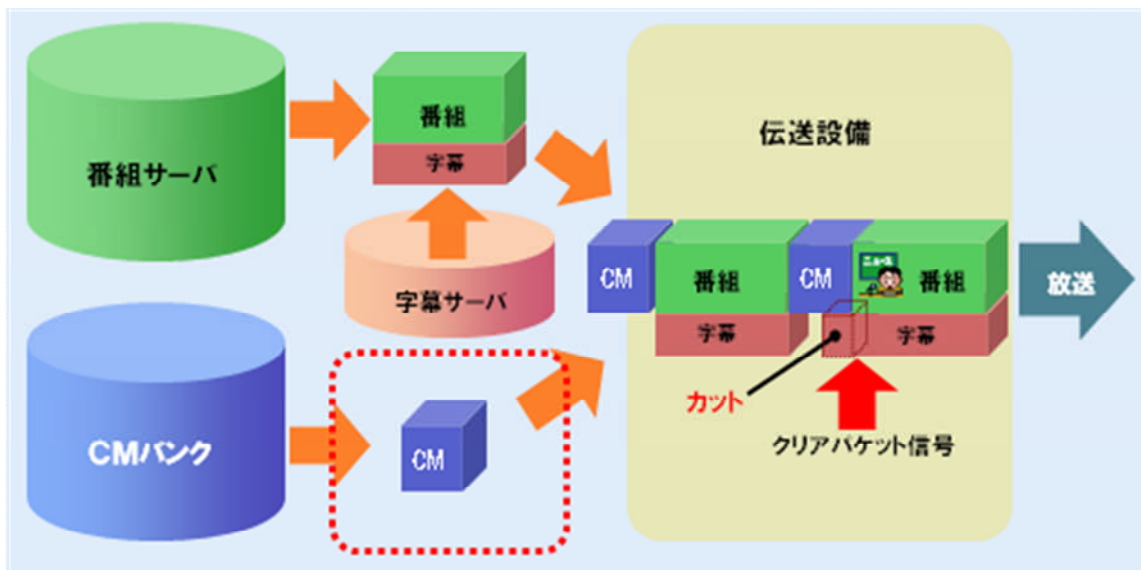
総務省が公表している改正された行政指針には、テレビコマーシャルについての記述はみられません。行政指針は放送番組が対象のようです。

CM 字幕実現のために . . .

CM 字幕を実現するためには、テレビ CM にも放送局にも問題点がありました。テレビ CM を制作する側の問題点として、日本民間放送連盟（民放連）と日本広告業協会（業協）との間で結んだ「サイマル放送時のテレビ CM 素材搬入基準」（2005 年）には「字幕放送は取り扱えません。」と明記されていました。しかし、2008 年 4 月に CM 素材搬入基準が改定され、この一文は削除されました。CM 字幕の実現へ一歩前進しましたが、明確な基準が出来たわけではありません。

一方、放送局側にはテレビ CM に字幕を重畳するシステムがありません。放送番組には字幕サーバーというシステムで番組に字幕が付与されます。CM を送出するシステムにはそれがありません。さらに CM を放送する際、「クリアパケット信号」を使用して、番組の字幕が CM にまで入り込まないように仕組みになっており、テレビ CM が放送されている時は、一切、放送字幕が表示されないようになっています。

放送機器システムのイメージ



この他、各放送局におけるCM放送の運用の見直しや全国ネットとローカル局のシステムの違い、字幕制作コストなど、さまざまな問題がありますが、広告主である企業が「字幕をつける」と意思表示をし、行政や関連団体が協力して行ければ、決して不可能ではないと考えます。

3. 関係者へのヒアリング

土屋亮介（パイオニア株式会社）

字幕放送の現状やCMに字幕がない要因に関する調査を進めるとともに、CM字幕の実現に向けて、私たちプロジェクトでは積極的に関係者との情報交換を行いました。まず最初に、コマーシャルの依頼主である企業、その広告に関連する各種団体、そして放送を国として司る総務省です。ヒアリングにあたっては、これまでの私たちの取り組みの紹介と調査結果の報告（右図のような資料を使用）、そしてCM字幕実現に向けての理解と協力をお願いしました。



ヒアリング用にCM字幕に関する提言資料
（余暇のUDプロジェクト作成）

企業訪問

CMの発信元は企業です。まずは企業が字幕付きCMの要望を出さないと、何も始まりません。そこで実際にCMを流している企業を訪問し、CM字幕に関する意見交換を行いました。

（IAUD参加企業2社訪問 時期：2008年7月～8月）

以下、そのときに頂いた主な意見です。

- ・1社提供番組にて字幕をつけてみたい、という依頼は可能である。
- ・本筋から言えば、関係団体（JAAなど）に話をしてクライアント全体の総意として放送局を動かして行くのが良い。
- ・当たり前の情報保障として字幕を付ける、ということであれば企業としてやらないわけにはいかない。
- ・しかし簡単には広告代理店に依頼はできないので、まずアドバイザーズ協会に電波委員会があるので、まずそちらへ話してみてもどうか？

企業としては興味があるが、実現する環境が整わないと、広告代理店に対して依頼しづらいという印象を受けました。

総務省訪問

番組の字幕化の普及に関しては総務省が指針を出すなど積極的に推進しています。そこで字幕化の対象にCMも加えられないか、という要望を持って総務省の担当部署を訪問しました。訪問したのは総務省 情報流通行政局 情報通信利用促進課です。

情報通信利用促進課の担当者によると、番組の字幕化は官としても推進すべきだが、CMはあくまでも民間主導の案件なので、省庁としては民間に口を出して努力目標を設定するのは難しい、とのことでした。CM自体は、スポンサーである企業の自由意志の範疇にすぎないという考えのようです。

このように、企業や関係する団体をほぼ訪問しましたが、CM字幕実現に向けた積極的なご意見は残念ながらいただけませんでした。

しかし、どの団体もCM字幕の必要性については、一定の理解を示していただけました。私たち余暇のUDプロジェクトでは、今後この件については生活者の声（ニーズ）を届けたり、適宜、情報交換を行っていきたいと考えています。

なお、CM 関係の団体は多数あるため、これまで訪問した企業や団体各々の関係と、ヒアリングしたときのご意見の要約を以下に図解します。

CM字幕に関する関係団体



4. CM字幕サンプルを見た生活者の反応

神戸 由香(パイオニア株式会社)

CM字幕の必要性を問いかけてきた私たち。でも実際にCM字幕を見たことがなければ、実感がわきません。そこで余暇のUDプロジェクトでは、会員企業からお借りしたCMに字幕をつけ(2007年度の活動報告会で上映したものの一部)、生活者に実際に見ていただいた上でアンケート調査を行いました。聴覚障害者団体などに協力を求め、5回にわたって実施。意見交換や質疑応答も活発に行われ、生活者の生の声を集めることができました。

アンケートではCM字幕のニーズをはじめ、表現のあり方や字幕付与による企業イメージ、商品の購買意欲の変化などについても聞きました。

有効回答数は94名です(聴覚障害者62名、聴者:聞こえる人32名)。

「CMに字幕が欲しいと思いましたか?」という問いに対しての5段階評価(とても欲しい、まあ欲しい、あまり欲しくない、欲しくない、どちらでもない)では、右図のように聴覚障害者で9割以上、聴者でも約8割近くの方がCMに字幕を欲していることがわかりました。

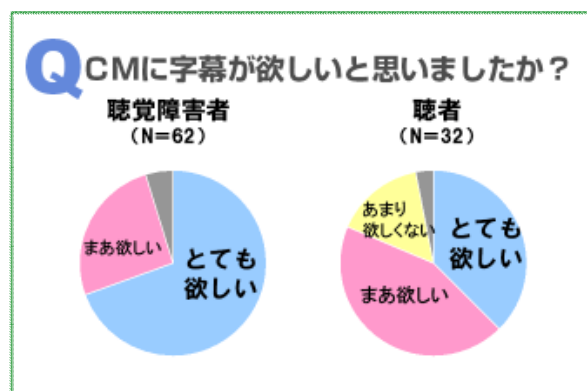
理由として、聴覚障害者の多くは「内容を知りたい」という切実な声が多く、聴者は字幕の副次的な利便性に注目していることが伺えました。

なお、適切な字幕をつけたCMがあったらその企業や商品に対する印象はどうか、と尋ねたところ、聴覚障害者、聴者ともに8割近くが、企業に対してプラスイメージを持つとの回答。特に聴覚障害者はCMをじっくり見るようになると共に、商品の購買意欲が増すという傾向が見られました。



CM字幕アンケート調査風景

(左:筑波技術大学/右:東京都中途失聴難聴者協会)



アンケート結果の集計例

生活者の生の声(自由記述より)

★聴覚障害者

命にかかわることではありませんが、こういう音声を知っているのと知らないのとでは、生活の潤いが違うと思いました。

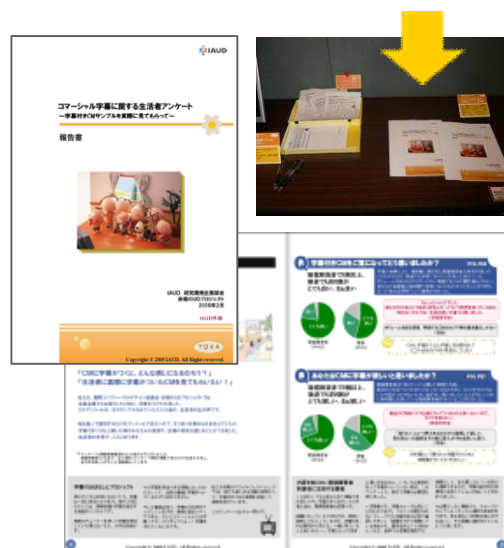
字幕の有無は、聴覚障害者にとっては、天国と地獄ぐらい違う。

最近のCMはドラマ仕様になっているものも多いらしいので、セリフを知りたい!

★聴者

子供が寝ていても音を出さずにテレビを楽しめる。

洗剤とか薬とか金融とか字幕をつけたほうが良いCMは存在すると思う。



「コマーシャル字幕に関する生活者アンケート」報告書:名古屋のUD大会で展示しました(右上)。一部サロンに置いてあるので、興味のある方はぜひご覧ください。

2009年2月に開催した「IAUD ユニヴァーサルデザイン大会 in 東海」では、私たちの活動経緯やCM字幕の概要、実際にCM字幕サンプルを見た生活者の声などを展示ブースで紹介し、来場者のみなさまから貴重なご意見をいただきました。そして、CM字幕サンプルを見た来場者からもニーズの高さがうかがえましたが、実際にCM字幕を実現するための設備や運用の整備には、まだまだ課題があることも事実です。

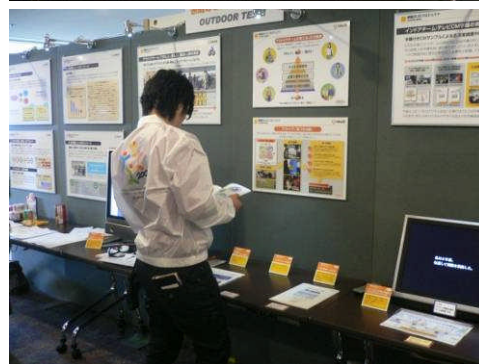
また、字幕放送の認知度やCMに字幕が付くことの有用性が、まだまだ生活者に知られていないことも再認識しました。これまで情報保障のニーズとして挙がって来なかったのは、CMよりもまず番組への適切な字幕付与が求められていたからでしょう。

CMは命に関わるような情報ではないと考える人もいますが、昨今は、安全に関わるリコールCMや振り込め詐欺、感染症対策のCMなど、生命や財産に影響を与えかねない情報も増えています。CMは生活者に理解されてこそ意味があるのに、その当たり前のことがずっと忘れられていたような気がします。

私たちは、字幕放送というテクノロジーを手に入れました。

「字幕放送でCMを楽しめる！」

そんな当たり前の情報保障が、ある意味、生活にゆとりを与え、よりよいコミュニケーションの幅を広げていく、私たちは、そんな未来を描きながら地道に啓発活動をしていきたいと考えています。



ユニヴァーサルデザイン大会 in 東海での展示

ご参考

CM字幕サイト

株式会社カンバスが運営する「CM字幕サイト」で、字幕の付いたCMを体験することができます。

<http://www.jimaku.com/>



ご注意：CM字幕サイト専用のソフトウェア（JIDELプレイヤー）で再生されるため、地上デジタル放送の字幕とは、字幕の見栄え等が異なります。また、JIDELプレイヤーは現在、WindowsのIE（インターネットエクスプローラ）6.0から7.0での対応です。対応ブラウザ以外の場合は、フラッシュ版でご覧いただけます。

世界の UD 動向

●「キッズデザイン博 2009」開催

第3回キッズデザイン賞受賞作品を実際に手にとり、体験できる展示会です。今回のキッズデザイン賞は過去最多の302点の応募があり、その中から182点が出展されました。8月5日に最終審査が行われ、大賞、金賞、部門賞が決定します。「キッズデザイン博 2009」では受賞作品の展示の他にもキッズデザインをテーマにしたシンポジウムや、親子で楽しめるワークショップなど楽しいプログラムが予定されています。



日 時： 2009年8月6日(木)～9日(日) 10:00～19:00 ※土日は17:00まで
会 場： TEPIA (東京・青山)
主 催： キッズデザイン協議会 (内閣府認証 NPO)
共 催： 経済産業省、財団法人機械産業記念事業財団
後 援： 内閣府、総務省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省、環境省、東京都、板橋区、財団法人日本産業デザイン振興会、日本赤十字社
協 賛： 安藤建設、鹿島建設、CSK ホールディングス、積水ハウス、東京ガス、東京電力、トステム住宅研究所、凸版印刷、富士通、フレイベル館、ミサワホーム、モノづくり推進会議

詳しくは主催者公式サイトまで <http://www.kidsdesign.jp/kdexpo2009/>

●秋田市で IFA の国際フォーラム「Ageing in Place & Age Friendly Cities」 ～Active Action on Ageing～ 開催

この国際フォーラムは国際高齢者団体連盟 (IFA) によって招集され、Friends of IFA (FOIFA) Japan を含む NGO が協力して開催されます。すべての人々が幸せに歳を重ねていくための情報と知識を交換し国際的な交流の場とすることをねらいとして、行政関係者、学界、市民団体などの代表が集まり、さまざまな方策について議論されます。

日 時： 2009年10月10日(土)・11日(日) ※9日(金)開会式
会 場： 秋田 ALVE コンベンションセンター (秋田県秋田市)
主 催： 国際高齢者団体連盟 (IFA)、Friends of IFA (FOIFA) Japan 他
テーマ： 1. Ageing in Place のモデル
2. エイジ・フレンドリー・コミュニティー
3. テクノロジー

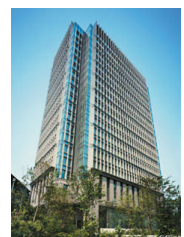
詳しくは主催者公式サイトまで <http://www.aip-afc.jp/index.htm>

【UD2010 ウォッチング】

●第2回実行委員会開催

去る7月28日(火)午後、東京・赤坂にある積水ハウス株式会社の東京支社 (赤坂ガーデンシティ) 会議室にて、「第3回国際ユニバーサルデザイン会議 2010」実行委員会が開催されました。

第2回目となる今回は、協賛計画、資金計画、会議テーマや主要イベント、および今年12月に予定されているプレイヴェントなどについて議論されました。今後さらに計画の詳細が検討され、9月にプレス発表が予定されています。



【編集後記】○日本で皆既日食を観測できた7月22日は大変な騒ぎだった。また22日以前も皆既日食に関して様々なことがテレビニュースで取り上げられていた。皆既日食が起こる理由や観測できる地域といった天文学的な話に加え、トカラ列島への観測ツアーや漁船や飛行機に乗って見るツアーといった皆既日食観測ツアーの様子などでも紹介されていた。晴天になって皆が壮大な天体ショーを見られたら良かったのだが、悪天候のために徒労に終わった人もあった。テレビ各局では、コロナやダイヤモンドリングといった映像が放映されたが、理屈抜きで全てが素晴らしいものだった。小学生のころ、ガラス板にロウソクのススを着けて太陽をみた記憶がある。調べてみると昭和33年に九州で金環日食が見えたとの記録があった。日食は世界的には毎年起こっているらしい。お金と時間と追いかける気力があれば、毎年見ることが出来るそうである。(矢)

○このところの梅雨に逆戻りしたような天候不順や、局地的な集中豪雨など、原因のひとつはエルニーニョ現象だそうです。昨今は環境問題にスポットライトが集中していますが、「地球にやさしい」ということもその究極には、いかに「人間にとって暮らしやすいか」というところに辿りつきます。一方でUDも、人を取りまくもの・サービスや空間という環境としてとらえることができます。そういう意味で環境問題もUDも根っこは一つ、同じくらいに重要で分けて考えることのできないテーマといえます。両者に相通じるコンセプトとして「サステナブル」という言葉が思い起こされます。また、その施策の効果として恩恵を受けるのが特定の人に限られていては意味がないので「公平さ」ということも共通課題として重要といえます。将来にわたり、誰にとってもより暮らしやすく持続可能な社会・環境をどこまでつくっていけるか、今この現在、真剣に考え実践していくことが私たち一人一人に迫られています。来年の国際会議のテーマが実行委員会で検討されていますが、地球規模の視点と次の世代につながる時間レンジでの議論が望まれるところです。(蔦)

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 vol.2 No.5
2009年8月3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