

IAUD Newsletter vol.3 第3号（2010年6月号）目次

1. 特集：*towards2010* 「世界を変えるデザイン展」会場から
～今までのやり方では何も解決しない、新しいアプローチが必要～ 1
2. NEC グループの UD への取り組み
～「人と地球にやさしい情報社会」の実現を目指して～ 8
3. CaseStudy：メディアの UD プロジェクト
「カラーユニバーサルデザイン配色セット」開発への取り組み 16
4. 世界の UD 動向：ノルウェー「INNOVATION FOR ALL 2010」参加報告
【UD2010 ウォッチング】ほか 21

今秋浜松市で開催される国際 UD 会議のテーマは「人と地球の未来のために～持続可能な共生社会の実現へ向けて」と、UD に軸足を置きながら、環境や社会問題を強く意識した内容となっています。今月号の巻頭特集では先月 15 日から六本木の東京ミッドタウン・デザインハブで開催されている「世界を変えるデザイン展」の会場を訪ね、同イベントでカンファレンスのファシリテーターやインドの喘息患者のためのデザインワークショップをプロデュースされた東京造形大学デザイン学科の益田文和教授にお話を伺いました。「デザインで社会的な問題をどこまで解決できるのか？」という命題は国際 UD 会議のセッションでも重要な論点の一つになりますが、会場では若い人が目立ち、熱心に見入る姿が大変印象的でした。

特集：*towards2010*

「世界を変えるデザイン展」会場から ～今までのやり方では何も解決しない、新しいアプローチが必要～



日 時：2010年5月28日(金) 16:00~17:00

場 所：東京ミッドタウン・デザインハブ（東京・六本木）

「世界を変えるデザイン展」会場および、
財団法人日本産業デザイン振興会 会議室

お話し：益田文和教授（東京造形大学デザイン学科）

聞き手：川原 啓嗣（IAUD 専務理事／情報交流センター副所長）

川原： 本日はイベント開催中のお忙しいスケジュールを縫って、貴重なお時間をいただきありがとうございます。早速ですが、「社会的な問題を解決するためにデザインがどう関わるか？」ということは、UD とサステナブルデザイン共通の命題で、デザイナーにとっても関心が高まってきています。今回のこの「世界を変えるデザイン展」はその意味でもとても興味深いイベントだと思いますが、まずはその開催経緯や益田先生との関わりについてお聞かせください。

益田： 最初にこの展覧会と私の関係ですが、展覧会自体の主催は、世界を変えるデザイン展実行委員会、日本財団と NPO の CANPAN センターです。中心となったのは実行委員長も務めている本村拓人さんという 20 代の青年です。2007 年、アメリカのスミソニアン/クーパー・ヒューイット国立デザイン博物館で開催された「残りの 90%のためのデザイン展」に触発され、そこで展示されたようなものを中心に自分で世界中を歩き回ってかき集めたんですね。彼自身は特にデザインのバックグラウンドを持っている訳ではないのですが、何でこんなものがあるんだろう、というところからこれまで知らなかった地元のさまざまな現実やニーズが見えてきて、それに応えていくには広義のデザインが重要だと気づかれたようです。そこからデザインの、彼的には「ものづくり」の目で見始めたという経緯があります。それで産業デザイン振興会との関係もできて、この展覧会やセミナー、ワークショップが実現したということです。



今年 3 月にわれわれが開催した「第 4 回サステナブルデザイン国際会議」は、実行委員会の構成を今回からガラリと変えて 20 代 30 代の若い人たちに全てまかせたのですが、彼らの目から見てアクティブで正しいビジネスが次々に生まれている、それらを評価する前に実際にやっている人に話を聞こうということになり、ピックアップした中の一人に本村さんがい



ました。彼の会議での発表に動かされて、われわれも何かしようということ、私も今回、2 日目のシンポジウムのファシリテーターを務め、デザインワークショップを一つすることになりました。サステナブルデザイン国際会議で彼らの活動を取り上げ、彼らの企画に私も参画するという協力関係ですね。もう一つの会場であるアクシスギャラリーも最近、ソーシャルデザインに関連したテーマに強い関心をもっており、ひとつのまとまったムーブメントになった訳です。

このような活動は BOP (Bottom of the Pyramid) というくりに

されてしまいますが、それはとにかく上から目線になりがちです。企業も熱心ですが、CSR やマーケティングとしてしか捉えられないとすると問題です。

これらは 1970 年代すでにヴィクター・パパネック氏が「生きのびるためのデザイン」のなかで言っていたことそのままなんです。40 年の時を経てやっと具体的な動きになってきたということですが、一時的な流行りとして消費されてしまわないよう注意が必要です。

川原： 私も全く同感で、パパネック氏の考え方が今になってやっと真面目に実践される時代になってきたか、という感じを受けますね。

益田： 「残りの 90%のためのデザイン」とはこれまでデザインの対象とされたものは世界人口の 10%の人のためにしか役立っていないということですが、障害者でもなく高齢者でもな



い、ごく普通の 90%の人たちにもう一度正面から向き合おう、というまさに UD の考え方そのものの活動で、「ユニヴァーサル」という言葉が改めて意味を持ってきたということです。

そうするとデザイナーに何ができるかということですが、今までと同じやり方をしていたのでは何も解決できないということが見えてきて、改めて新しいアプローチや方法論が求められています。

私のプロデュースするデザインワークショップではフリーハンドで進めようということで、まず何が問題なのかを実行委員の熊坂さんという若者が実際にインドに行って見てくることから始めました。彼は「インド人はなぜマスクをしないのか？」という疑問を持ち帰ってきました。全世界で 1 億 5 千万人いる喘息患者の 3 分の 1 がインドで生活しているといわれています。同じアジアでもベトナムや台湾ではさまざまなデザインのマスクがブームになっていますが、大気汚染が進むインドではマスクをしている人を見かけない。マスクをしていると保菌者と見られて人が近寄らないなどの理由は考えられますが、実際に聞いてみるとマスクの効用を知らないとか、デリーに住む人は街の空気が汚れているなんて思ったこともない、ということも分かってきました。このワークショップは現地の生活環境を配慮した、手に入れやすく繰り返し使えるマスクのアイデアを開発してプロトタイプをつくり、皆で現地に持って行ってその気にさせようという、余計なおせっかいプロジェクトです。

川原： パパネック氏は ‘Think globally, Act locally.’ という言葉を使い、グローバルに考えるのはいいけれど、まず身近なとっかかりやすい問題から考えた方がいいよと、ということをよくおっしゃっていました。その意味でも、とにかく現地を知らなくてははいけませんね。

益田： 私もこのような活動は最終的には現地のデザイナーがやるべきだと思っています。しかし、例えばフィリピンの社会問題について現地のデザイナーと話しても、彼らも問題としては分かっているけれど、企業や富裕層相手にデザイナーとしての職能を確立していくことと、場合によっては矛盾することも起こってきて、彼らとしても難しい立場です。

そういう意味では、われわれはやることやってしまった感があるので、中南米やアフリカなどに出かけて行くオランダのデザイナーなどを見習って、日本人の若いデザイナーもこれからはどんどんそんなことをやってもいいんじゃないかなと思います。うまくいけば日本で

はもう活用されていないテクノロジーが、また生きてくる可能性もあります。

オランダのフィリップスもビジネスということでは難しい問題もあるでしょうが、例えば照明部門のマネージャーが現地に出かけて行って、長期的な取り組みを仕掛けていくというようなことを熱心にやっています。

川原： 長期的な取り組みというところが重要なのでしょう、短期的な成果を求めがちな大企業でも考え方を工夫すればビジネスにもつながるということですね。そのような話を社内で決裁を得るまでもっていくためには、一体何が必要なのでしょう。関係者の熱意に頼るしかないのでしょうかね。

益田： フィリップスの例を見ると明らかにデルフト工科大学の学生や若い教育者の力ですね。彼らが発案し提案した中から少しでもビジネスの可能性のあるものをピックアップして、社内で検討するということをやっています。ともするとCSRになってしまい、そうなると予算も限られてくるのですが、フィリップスの場合は現業である照明部門のマネージャーが出てくるところが違ってきますね。日本も次第に変わってきているとは思いますが。

川原： 企業でもうまく後押しできるしくみがあるといいなと思うのですが、IAUD で継続して開催しているユーザー対話型のワークショップ「48 時間デザインマラソン」はユーザーとしての障害者がデザイナーとチームを組んで、丸2日間、缶詰になって行動を共にするなかでデザイン提案までもっていくというプロジェクトです。参加した企業のデザイナーからは、



目の前の人のためにデザインすることで効果が実感でき、デザインという職業の意義を改めて認識できてモチベーションが非常に高まると聞いています。それをサポートする学生の反応も大変良いですし、参加した企業のデザイナーが会社へ持ち帰ってその可能性をしっかりと伝えてくれれば、ビジネスへのサイクルも回り出すのではと考えられます。そういう意味で大変うまくいっているプロジェクトなのですが、益田先生のサステナブルデザインの活動とうまく合わせると何か可能性がありそうですし、そういったビジネスモデルが必要なのではないでしょうか。

益田： そうですね、今回のサステナブルデザイン国際会議でも指摘されたのですが、その場合にビジネス原理だけで発想するとうまくいかないのが、NGO などが間に入って水先案内をするのが良いということです。例えば、フィリピンのいわゆるスモークマウンテンの子供たちを救済するため、現地でつくったものを日本で販売する活動をしている NGO の一つはそのメンバーのほとんどが日本人ですが、デザイナーとそのようなマーケットを考える人との立体的な共同作業が重要となるでしょう。

川原： 秋の国際 UD 会議でもぜひそのようなことを踏まえた展開について議論できればと思います。ところで、IAUD の活動や存在を外からご覧になって、どのようにお感じでしょうか？ こうすればもっと良いのにと感じられることなどありましたら、ぜひお聞かせください。

益田： そういう意味ではいつも感心しているのですが、組織づくりのうまさというか基盤づくりということでは非常に堅実で持続可能な活動ができるかたちになっていて、われわれも見

習うべきと感じています。企業もちろんそうですし、政府関係もそうですし、盤石な一つの共同のプラットフォームとなっていると思います。

今後、もしそれをもっと活用していけるとすると、UD という概念の中でさらにどんどん進化させていくと同時に、もっと広げていくことが必要でしょう。UD はベーシックなところではわれわれのサステナブルデザイン活動とかなり共通するところもありますし、どちらも、より良い社会をつくっていくための、これからの時代の価値観だと思います。

川原： ありがとうございます、そういつていただけると大変こころ強いです。その他に例えば日本の企業に対して何かアドヴァイスはありますか？

益田： 日本の企業は米国などと比較するとレスポンスは良いけれど、あくまで企業の活動の枠に縛られています。また、UD についてあちこちから声は聞きますが、まだまだ正しく理解されていないところも多く、活動や実績を単なる CSR としての広報や宣伝文句のレベルでなく、企業がスポンサーシップとして率先して活動できるような状況をつくっていけたら良いと思います。マーケットはどんどん変わっているので、継続して取り組んでいけば必ずビジネスにもつながっていくでしょう。

川原： なるほど。益田さんご自身の今後の展望などをお聞かせいただけますか？

益田： エコやUD などいろいろ出てきましたが、それらを束ねて見たとき、20 世紀型のマスマーケットに対してどう貢献していくかというデザインは私のなかではもう既に終わっています。語弊を恐れずにいうと、本来的にデザインがもっている力を発揮するためには、これまでの既成概念や社会的なしくみからデザイナーやデザイン界を解放し、本来のデザインの状況をつくり出していく必要があると思っています。これまでのデザインは産業を支え、技術を発展させてきたという点で社会性が担保されてきた訳ですが、ダメな部分は、ICT などサポートするしくみは既にあるのに、デザインの成果をきちんと評価したり、再現するための研究が不十分で、まだまだ暗黙知のレベルに留まっていることです。新しい動きはまだまだはじまったばかりですが、これらの活動を次の時代に向けての萌芽とするためには、デザインをデザイナーだけのものにしないで人々の中に還してゆく必要があります。20 世紀型のデザインがある部分で不要なものを大量に生み出したことの行き過ぎや揺り戻しをクールに見直すことが必要でしょう。

川原： 今、20 世紀のデザイン運動を振り返って論評しているように、何十年か先の未来から振り返って 21 世紀のデザインがどのように評価されデザイン史として表現されるのか分かりませんが、本来デザインにはソーシャルデザインとしてのUD やエコなども含まれていたはずで、すでにそこに真のデザインの姿があったのではないのでしょうか。

益田： 全くそうですね、これはときどき使う比喻なのですが、例えば石器時代に「矢尻をつくらう」というとき、材料となる黒曜石を使い捨てにし続けるといつかなくなってしまうことは誰にでも容易に想像できることです。最近、材料の使用量を抑えるための替え刃式の矢尻らしきものが新潟県で見つかったのですが、これは全くエコデザインそのものです。しかしそれをデザインというか、それを考えた人をデザイナーというかなど別にどうでもよい訳です。ここで展示しているものを見ても皆さんよく勘違いされるのですが、別に先進国のデザ

イナーが第三世界のための社会貢献としてやったものではなくて、現地のニーズに応じてだれかが工夫してつくったものが並んでいるだけで、それが普通だと思うんです。

川原： 秋の浜松の国際 UD 会議でも、益田さんには講演などぜひご協力をお願いしたいと思いますし、この「世界を変えるデザイン展」や本日伺ったこともセッションや展示でご紹介できれば良いですね。UD とサステナブルデザインはどちらがどうということでもなく、定義付けをして境界をつくっても意味がありませんので、おたがいに連携して展開していければ良いと思います。

益田： そうですね、次のサステナブルデザイン国際会議は来年 2 月に山形で開催を予定していますので、ぜひ国際 UD 会議からうまくつなげて、ひとつの動きにできれば良いと思います。

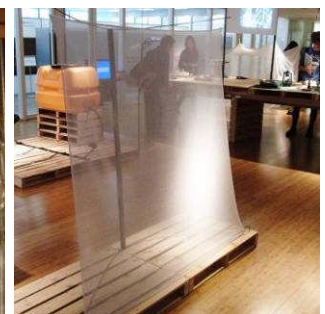
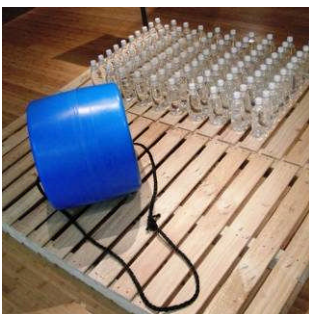
川原： 本日は、ずい分濃密なお話ができ充実した時間を過ごすことができました。今後ともよろしく願ひいたします、本当にありがとうございました。

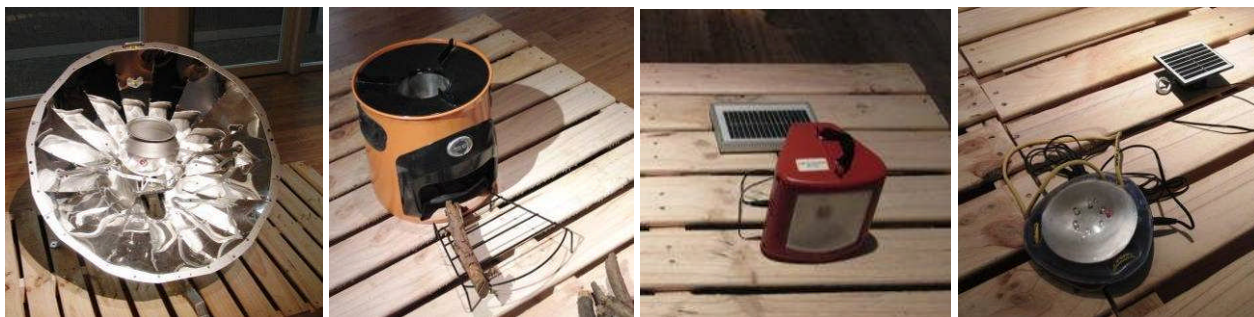


以下「世界を変えるデザイン展」の会場の様子を写真で簡単にご紹介します。



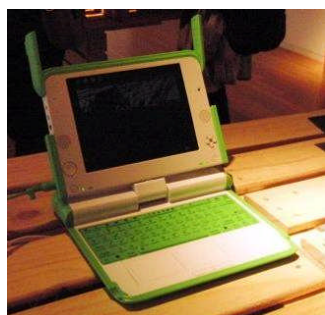
展示でまず目立つのは生きるために重要な「水」に関連するもの。会場に入ると最初に目に入るのが赤い灌漑用ポンプ。手回し式、足踏み式など、動力を使用しないプリミティブなもの。(写真左) 左下の「Q Drum」は転がして一度に 500 の水が運べる。以下右へ順番に、汚れた水をろ過する「LifeStraw」、ペットボトルの水を太陽光で殺菌するパネル、空気中の水分を集めるネット。





次に多かったのが「エネルギー」や「CO₂削減」に関連する展示。

上の写真、左から太陽光を活用した調理器具「Solar Cooker」、熱効率を高め調理時間を短縮し燃料消費と CO₂ 削減する家庭用コンロ「Envirofit」、ソーラパネルと充電電池、LED を組み合わせた照明器具2点。右端のものは工業製品というより現地で手づくりされた感じがする。



ネットワークの発達とパソコンの普及は、情報の伝達スピードを大幅に早め、生活に大きな変化をもたらしたが、一方で世界では経済的な理由で高価な機器やインフラを活用できない人の方が圧倒的に多い。

左の写真は「残り 90%のためのデザイン」でも 100 ドル PC として紹介された子供用ノートパソコン「X0」、世界の子供たちに教育の機会を与えた。低コストで低消費電力、無線ネットワークの使用、リサイクル素材など幅広い配慮がなされている。



保健衛生・医療などに関連する展示もかなりあった。

写真上、左から自宅でお産をするためのキット、保育器のない環境で乳児の体温を維持するための保温袋、視度を自分で調整できる老眼鏡、低コストの義足。世界では戦禍の犠牲になる子どもも相変わらず後を絶たないが、デザインがどこまで厳しい現実に向き合う力になり得るか？



左端の写真は空き缶で作ったトウモロコシの実を取る道具。われわれの身の回りはほとんど工業製品で埋め尽くされている。そこで果たすデザインの役割を改めて考え直させられる。

会場では若い人たちの姿が目立ち、将来への希望が強く感じられた。

最後に会場で配布されていたパンフレットから引用させていただき、締めくくりとします。

「見る」だけでも、「学ぶ」だけでも世界を変えることはできない。世界を変えるには、個々人の「行動」が必要であり、この世で何か新しいものを創造するプロセスは、はじめから何もかも計画するよりも、一歩進み行動することが必要となる。(以下略)

NECグループのUDへの取り組み

～「人と地球にやさしい情報社会」の実現を目指して～

NEC マーケティング本部
ユニバーサルデザイン・ブランド戦略室
飯田 淳

1. はじめに

NEC グループでは、次の時代に向けて成長・発展していくために、企業理念に基づき、目指すべき具体的な社会像と NEC グループのありたい姿を検討し、2008 年 4 月に「NEC グループビジョン 2017」を制定しました。その中で謳われている「人と地球にやさしい情報社会」を実現するためには、商品・サービスの UD 配慮が不可欠な要素のひとつであると位置づけ、

人と地球にやさしい情報社会を
イノベーションで実現する
グローバルリーディングカンパニー

NECグループビジョン2017

図 1. NEC グループビジョン 2017

「多様なニーズを持つ、より多くのユーザーへ、使いやすく、魅力的な製品・サービス・ソリューションを提供することにより人と地球にやさしい情報社会を実現すること」を、「NEC グループのユニバーサルデザイン」として定義し、推進しています。

本稿では、NEC グループにおけるユニバーサルデザイン(UD)の考え方や商品・サービスの事例、グループ内への UD/ユーザー中心設計 (UCD) の浸透のための活動など、NEC グループにおける取り組みをご紹介します。

2. NEC グループの UD とユーザー中心のものづくり (UCD)

UD 推進にあたっては、ロナルド・メイス博士が提唱した「ユニバーサルデザイン 7 原則」に基づき、自社・グループの事業内容に照らして表現を再構成し、次の 7 つを NEC の UD 基本項目と定めています。

- ① 魅力的で快適なデザインであること
- ② 利用するうえでの柔軟性があること
- ③ 様々な使用環境や状況に配慮すること
- ④ 操作しやすいこと
- ⑤ 必要な情報が直感的にわかりやすいこと
- ⑥ 負担が少ないこと
- ⑦ 安全と安心に配慮すること

また、UD 配慮も含め、お客さまが心から満足する魅力的な商品・サービスの提供を実現するために必要な、常にユーザー視点で開発・設計をするプロセス・手法として、ユーザー中心設計 (UCD) を位置づけ、NEC グループ内での啓発と浸透、事例紹介、要員教育、ツールの提供等を推進しています。

NEC グループは、個人のお客さま（BtoC）に留まらず、企業や官公庁のお客さま（BtoB）も含めた幅広い分野で、また、様々な商品・サービスを持つ NEC グループ一体となった UD/UCD の推進を目指しています。

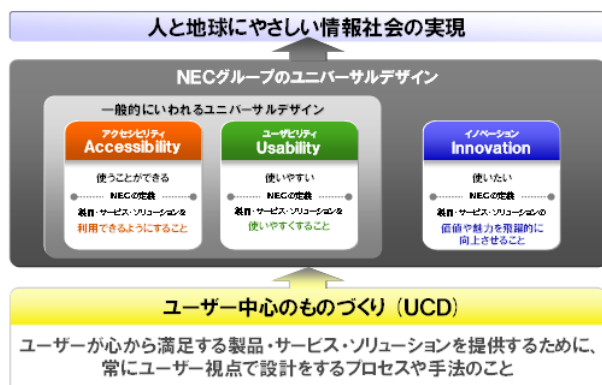


図 2. ユーザー中心のものづくり (UCD)

NECらしい UD を特徴づける要素として、①「アクセシビリティ」、②「ユーザビリティ」の二つに、③「イノベーション」を加え、NEC グループビジョンの実現に向けたアプローチのひとつとして位置づけています。

3. NEC としての推進活動

NEC グループ内における UD/UCD の浸透推進のため、当ユニバーサルデザイン・ブランド戦略室が関係部門との協力により推進している活動を以下にご紹介します。

・商品・サービス事例のベストプラクティスのグループ内展開と開発支援

グループ内の UD 配慮/UCD プロセス・手法を採用した商品・サービス事例を収集し、グループ内イントラネットおよび社外サイトにて公開しています。

また、実際の商品・サービス開発活動の中での調査、評価等の活動支援の中で、その状況を取材・記録し、各部門が具体的にどのような調査や評価を行っているのかも含めてイントラネット内で公開することにより、開発プロセス・手法やノウハウを共有・横展開して、新たにこうした開発に取り組もうとする部門の参考となるようにしています。



図 3. 商品・サービス事例の展開

社外サイトに、UD に配慮した商品・サービス事例を掲載し、開発チームのこだわりや工夫を凝らした調査や評価の手法をご紹介します。また、グループ内イントラサイトでも紹介するほか、実プロジェクトでの開発プロセス例などと共に掲載して開発プロセス・手法やノウハウを他部門の開発関係者が参考にできるように配慮しています(写真左:NEC 社外サイトでの事例紹介ページ、写真右上: TWINPOS5500Si 開発時に、身長差や車いすからの利用など様々な条件での操作や品物のバーコードスキャンのしやすさを評価するため試作されたペーパープロトタイプ、写真右下: 堅牢ノート ShieldPRO N22A の過酷な耐久テストの様子)。

例紹介ページ、写真右上: TWINPOS5500Si 開発時に、身長差や車いすからの利用など様々な条件での操作や品物のバーコードスキャンのしやすさを評価するため試作されたペーパープロトタイプ、写真右下: 堅牢ノート ShieldPRO N22A の過酷な耐久テストの様子)。

・UD/UCD の専門家育成

外部有識者、NEC グループ内関係部門と協力し、UD 配慮、UCD プロセス・手法を実践するための教育コンテンツを、初歩～専門までのレベルに合わせた体系的な形で制作しています。

それらは、初歩レベルの Web 研修（現在は NEC 本社およびグループ会社数社。今後対象拡大予定）から、座学と実習による集合制の専門教育の実施まで、教材として使用されると共に、イントラサイトから自由にダウンロードして活用できるようにしています。

また、教育の一部には情報保障（PC による文字通訳）も導入し、聴覚障がいのある社員も受講を可能にするだけでなく、一般の参加者にも受講内容をフォローしやすくしています。

上記以外でも、ユーザーインタビュー～観察～課題抽出～プロトタイプ作成を 1 日で体験するワークショップなども開催し、開発要員の育成を推進しています。



図 4. UD/UCD セミナーの様子

社内外の有識者を講師に年数回開催しています。PC 文字通訳による情報保障を行い、聴覚障がいのある社員も聴講が可能となるだけでなく、一般の参加者も講義内容のフォローがしやすくなっています。

・ ツール整備

グループ内関係部門と共同で、開発現場で活用できる以下のツールを制作し、イントラネットで公開しています。これらのツールの活用により、自部門での自発的な取り組みや部門毎のガイドライン作成などにつながっています。



図 6. ワンポイント UD（UD のヒント動画）

UD 配慮商品・サービス開発の際に配慮すべき事項のヒントを説明した 1 分程度の動画を数点制作しイントラサイトに掲載しています。左の例では、荷物で両手が塞がっている状態で飲料の自動販売機で買い物をするユーザーの気持ちを体感しています。

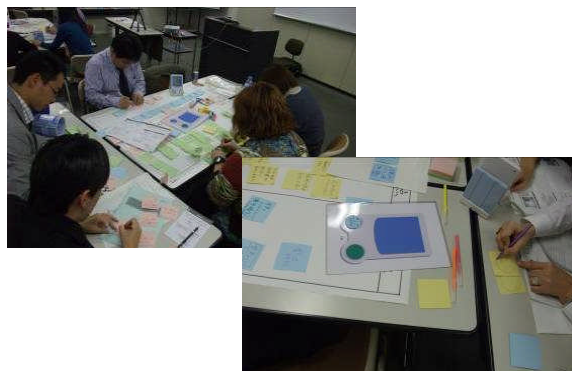


図 5. ワークショップの様子

電子血圧計の操作画面の改善をテーマに、実際の障がい者・高齢者にインタビューし、その結果から課題抽出、操作画面改善のアイデア検討を行い、ペーパープロトタイピングによる操作シミュレーションを作成、グループ発表と、一連の流れを 1 日で学びます。



図 7. UD 基本項目チェックリスト

商品・サービス企画・開発において配慮すべき基本ポイントをリスト化し、ダウンロードできるようにしています。個別の商品・サービス用のチェックリストを作成する際のヒントとしても活用できます。

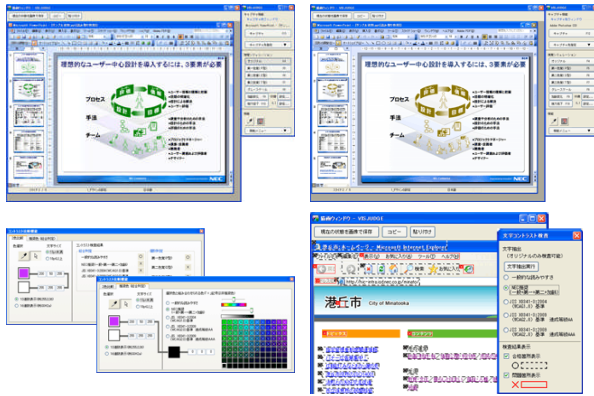


図 8. グループ内向け視覚特性評価ツール

文字色と背景色などの複数の色の組み合わせが、色覚特性のあるかたにも見分けやすいかどうかを調べるツールを研究部門と共同で開発、グループ内ツールとして提供しています。3種類の色覚特性（P型、D型、T型）、グレースケール（モノクロ印刷での見え方）、加齢変化（高齢者固有の水晶体の黄変）、視力低下（視力低下によるぼやけ）など各種視覚特性のシミュレーションや任意の2色のコントラスト判定、文字コントラスト検査などが行えます。

また、営業活動やプレゼンテーション等におけるUD配慮を支援するガイドブックも用意し、事業活動全般におけるUD配慮を進めています。

・ NEC グループ内「ものづくり論文大会」

毎年、NEC グループ内商品開発部門の生産革新事例を紹介するイベントとして開催される「ものづくり論文大会」に、2年前、UD/UCD 部門を新設しました。これにより事業部門の取り組み事例やノウハウの情報共有、開発メンバーのモチベーション向上を狙っています。

・ 社内モニター組織

商品・サービス開発における調査や評価のため、あらかじめ属性や嗜好等をアンケートで調査した社員（NECのみ）をモニター要員として登録しています。

事業部門にとっては、比較的安価に利用でき秘密保持がしやすいこと、参加する社員にとっては商品開発におけるユーザー視点の気づきや使いやすさについての理解が深まる、といったメリットがあります。



図 10. 社内モニターによる評価の様子

被験者に対するインタビュー調査をおこなっています。

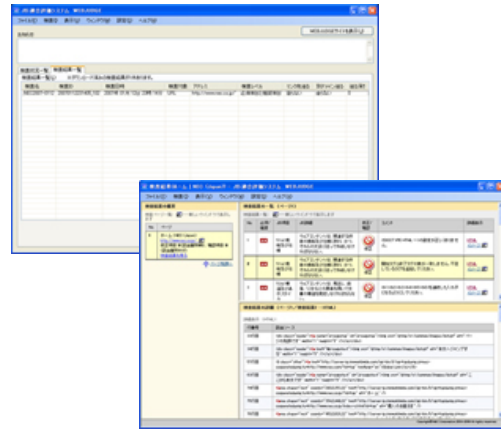


図 9. グループ内向け Web アクセシビリティ評価ツール

Web コンテンツのアクセシビリティが、JIS 規格「JIS X 8341-3:高齢者・障害者等 配慮設計指針-情報通信における機器、ソフトウェア及びサービス-第 3 部:ウェブコンテンツ」に適合しているかどうかを自動的に検査するシステムです。

・展示会対応

例年 11 月に開催される、NEC グループ単独展「C&C ユーザーフォーラム& iEXPO」において、一部講演の手話による通訳、点字版会場案内の用意やメインステージでの情報保障、グループ内の手話サークルと展示会部門との協力による、聴覚障がいの方向けのツアーなどを実施しています。また、展示会全般における UD マニュアル（運営編/接客編）を用意し、会場対応やサービスのレベルアップに努めています。



図 11. 手話通訳ツアー

C&C ユーザーフォーラム&iEXPO2009 の様子。黄色いウィンドブレーカーが手話案内ツアーの関係者。写真中央の手話サークルの健聴者のメンバーがブース説明員の説明をお客さまに手話通訳しています。

4. 商品・サービス事例

上に述べた UD 配慮や、UCD プロセス・手法を開発に用いた NEC グループの商品・サービスの事例が増えてきています。パソコンや携帯電話、FAX など BtoC 向けのものはもちろん、近年では BtoB 向けの商品・サービスでの取り組みも強化しています。以下に代表的な事例と配慮ポイントをご紹介します。

（ご参考：NEC の UD <http://www.nec.co.jp/design/ja/ud/case/index.html> ）

(1) セブン銀行 ATM（現金自動預払機）

○ポイント①： 利用する上での柔軟性
インターホンのテンキー操作と音声ガイダンスシステムにより、視覚障がいのあるかたも一人で操作が可能なので、安心・安全かつ便利にお使いいただけます。また、外国の方うれしい英・韓・中・ポルトガル語の 4 カ国語の海外カードへの対応。紙幣投入口が体に近い位置に配置され、上肢に障がいのあるかたにも紙幣の出し入れがしやすく、従来機種よりも低い位置での操作が可能のため、背の低いかた、手の上げにくいかたでも操作が可能です。

○ポイント②： 操作のしやすさ
操作しやすいハードキーを使っています。

○ポイント③： 安全・安心への配慮
第三者のいたずら防止のため、インターホン操作による取引の場合、本体側タッチパネルやテンキーの操作ができなくなる設定です。



図 12. セブン銀行 ATM

実際に視覚障がいのあるかたに使っていただきながら、音声ガイダンスシステムを評価・改善することで、より使いやすい ATM を実現しました。

(2) 自治体業務システム GPRIME

事務を効率化し、様々な業務シーンで活用できる大規模業務システムです。

○ポイント①： 利用する上での柔軟性

リンクボタンやエリアの開閉、ショートカットキー等、マウス、キーボード、いずれにも対応する柔軟かつ効率的な操作に必要なユーザーインターフェース(UI)を装備。各処理はナビゲーションやガイドライン付で作業者が業務を理解しながら効率よく作業できます。また、画面の大きさを自由に変更でき、表示文字の大きさも相対的な変更が可能で(リキッドレイアウト)、端末画面サイズを問わず使いやすくなっています。

○ポイント②： 操作のしやすさ

システムを通じて一貫した UI とデザインによる操作の効率化で、意図しない操作や、単純なオペレーションミスを低減しました。

○ポイント③： 直感的なわかりやすさ

必須入力マーク、入力補助起動アイコン等、直感的にわかりやすく、視線移動・アクセシビリティにも配慮した設計となっています。

○ポイント④： 魅力的で快適なデザイン

使用者個人ごとにテンプレートの切り替えで業務システムのデザインを選択可能です。

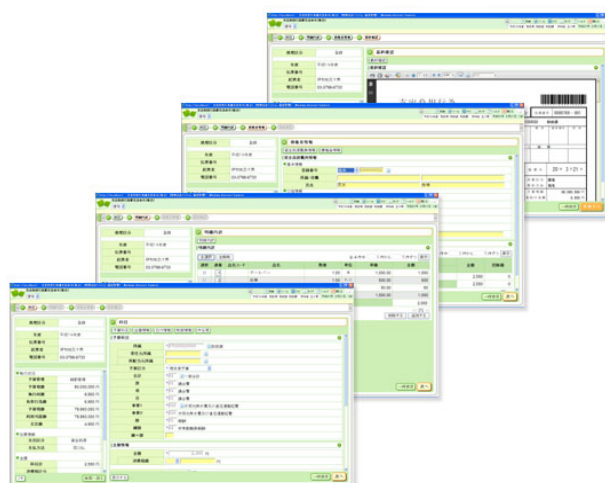


図 13. 自治体業務システム GPRIME

ペーパープロトタイピングによる評価など、ユーザー視点での検討と検証を行いました。直感的に操作できるよう、画面表現に一貫性をもたせて情報の把握のしやすさ、呼び出しやすさなどに配慮しています。

(3) TWINPOS5500Si (POS)

初めての利用でも簡単に操作できる電子マネー決済専用セルフ POS です。

○ポイント①： 利用する上での柔軟性

マルチサービスリーダー採用により様々な電子マネー(8種)に対応しています。

○ポイント②： 様々な使用環境への配慮

スキャナ・プリンタ・マルチサービスリーダーを一体化し、A4 サイズ相当のスペースに全機能を集約することで、様々な店舗の設置環境に対応可能としています。

○ポイント③： 操作のしやすさ

操作性と視認性のよいタッチパネル液晶ディスプレイを採用。商品を読み取る固定スキャナは斜め上からスキャンすることで、お弁当なども高く持ち上げることなく、バーコードを上に向けたまま水平な状態で読み取り可能です。

○ポイント④： 直感的なわかりやすさ

音声ガイダンスとわかりやすい画面指示により、初めて利用されるかたでも簡単に操作できます。



図 14. TWINPOS5500Si (POS)

実際の店舗で実証実験を行い、様々な店舗環境への対応や、「少額決済はスピーディーに行いたい」というお客様の要望にこたえています。

(4) 組み込み機器用 UD フォント FontAvenue

可読性、表示適性、視認性、識別性に配慮した誰もが「見やすく」「読みやすい」組み込み機器用のフォントです。携帯電話やデジタル家電、車載機器、産業機器など、多くの導入実績があります。ユニバーサルデザインフォントとして、使いやすい 3 書体を提供しています (図 15 上)。

○ポイント①: 文章や文字列の読みやすさ

漢字、英文字、かな文字の高さを最適化し、文字列のガタツキを少なくすることで読みやすさを向上させています (図 15 中)。

○ポイント②: 表示機器での再現性の高さ

曲線部分をシンプルな線で表現することにより、ガタツキを防止し、表示デバイス上でのデザインの再現性を確保しています。

○ポイント③: 文字視認の明確さ

漢字のアシ (横線から下に突き出している部分) をなくしてすっきりとさせ、ふところ (文字の内側の空間) を広くとりました。

○ポイント④: 誤認を防ぐ文字の識別性

数字の 3 や 8、英字のエスやシーがクリアに見えるようにし、形状を混同しやすい数字の 1、大文字のアイと小文字のエル、縦線などを明確に区別できるようにしています (図 15 下)。

(5) 議事録作成支援ソリューション VoiceGraphy

リアルタイムで議事録や講演録を自動作成するソリューションです。

○ポイント①: 負担の軽減

リアルタイム音声認識機能で、会議の開始と同時に音声認識を開始し、音声を瞬時に文字に変換するため、会議終了時には議事録のドラフト版が完成。修正の際は、音声認識結果を修正するため、一からの書き起こしは不要で、編集作業にかかる時間が 30～50%短縮されます。しかも、編集ソフトの操作だけで済むため、編集作業者の作業負担が軽減します。

○ポイント②: 直感的なわかりやすさ

操作ボタンの大きさや配置・利用者の目線の動きなどを考慮した画面レイアウトなど、細かなユーザビリティにも配慮しています。

○ポイント③: 操作のしやすさ

編集ツールはオーディオ機能と編集機能が一体化し、音声の再生箇所と編集・修正箇所が連動することで、原稿作成の作業が格段にスピードアップ

FA UDゴシック

この夏、お天気プロと一緒に節電を考えよう！

FA UD丸ゴシック

この夏、お天気プロと一緒に節電を考えよう！

FA UD太丸ゴシック

この夏、お天気プロと一緒に節電を考えよう！

FAゴシック (行間0:ベタ組) 渋滞情報 選択設定機能 TV番組表から録画選択 ビデオ予約ON/OFF W操作3可能レベル67	■■■■■■■■■■ TV番組表から録画選択
FAUDゴシック (行間0:ベタ組) 渋滞情報 選択設定機能 TV番組表から録画選択 ビデオ予約ON/OFF W操作3可能レベル67	■■■■■■■■■■ TV番組表から録画選択

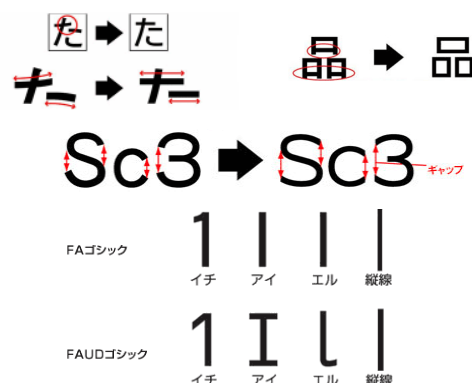


図 15. FontAvenue



図 16. VoiceGraphy

業界トップレベルの音声認識技術をもとに、会議の音声を文字に自動変換し、オーディオと文字編集が一体化した編集ツールにより、迅速かつ容易に議事録を作成できる新しいソリューション

します。

これを毎日の朝礼やミーティングの際に活用し、会話の内容をリアルタイムでパソコン画面に表示させることで、聴覚障がいのある社員を含めたチームメンバー全員が内容をスムーズに理解、共有できる環境を構築し、部門全体の業務効率化も実現した活用事例があります。

(事例紹介) <http://www.nec.co.jp/library/jirei/mazda2/index.html>

6. おわりに

今後、人々の生活の中で高度な IT やネットワーク技術を活用した商品やサービスを利用する機会がますます増えてきますが、社会の高齢化や、多様な人々の社会参画が広がるにつれて、それらを簡単に、しかも安心・安全に使えるというニーズが一層高まることは想像に難くありません。このような状況の下、NEC グループも一丸となって、優れた技術を人類の幸福や持続可能な社会の発展に最大限に活かすとともに、お客さまに選んでいただける魅力ある商品・サービスにして提供することで、このニーズに応えていかなければなりません。

「人と地球にやさしい情報社会」実現に向けて、UD 配慮や UCD プロセス・手法の開発への適用を推進することで、より多くのイノベティブでビジネスや生活にとって価値の高い商品・サービスをお客さまにご提供できるように、これからも活動が続けていきたいと思ひます。

(ご参考)

NEC のデザイン (社外向け Web サイト)

<http://www.nec.co.jp/design/ja/>

以 上

Case study: メディアのUDプロジェクト

「カラーユニバーサルデザイン配色セット」開発への取り組み

主 査：伊賀公一（カラーユニバーサルデザイン機構）

副主査：亀田和宏（DNP メディアクリエイト）

メディアのUDプロジェクトは、IAUDの研究部会のプロジェクトとして最も新しく2008年夏に活動を開始した。発足当初、メディアという言葉の意味の広さから研究テーマの絞り込みが難しく、参加メンバーも印刷関連企業が主体だったことから、お手盛りのテーマにならないよう、じっくり社会的課題の抽出に努めることにした。

プロジェクト活動は、「公共性がある」、「利害を損なわない」、「楽しい」、「ひらかれた運営」などをメンバー間での決め事とし、先進事例の視察、他の先行プロジェクトへの参加、有識者へのヒヤリングを行い、現代社会に潜在するハザード収集と分析を行ってきた。その活動の中で「色」の果たす役割と課題の大きさに自然と議論が集まっていった。

以下、メディアを取り巻く「色」についての情報提供と、現在、当プロジェクトが取り組む研究課題「カラーユニバーサルデザイン配色セット」について紹介する。

＜「色」の抱える社会的課題＞

人はあらゆる活動で色を使う。単色から多色まで、色でどんなイメージを訴え、伝えようとしているのか。現代社会において、色はますます重要な情報伝達手段になってきた。表示技術と制作技術の進化・発達で、10年ほど前までは白黒が当たり前だった新聞・雑誌・教科書・一般書籍などは、みるみるカラーになっていった。いまやカラーでないとみずぼらしく見える＝モノが売れない時代である。コピー機や携帯電話、自動券売機、現金自動預け払い機(ATM)などの操作画面も、ほとんどがカラーになった。

電光掲示板も多色のものが当たり前になっている。電子機器や家電製品のパイロットランプは、昔は1色で点灯と消灯だけだったのが、何色も違う色に点灯して情報を伝え分けるのが当たり前になった。公共施設や博物館、展示会場などは場所ごとにテーマカラーに色分けされ、カラフルな説明表示であふれている。鉄道の駅では各路線が色分けされて誘導表示され、路線図や時刻表はさまざまな色の線や文字で塗り分けられている。

一方で、人間の色の感じ方は一様ではない。遺伝子のタイプの違いやさまざまな目の疾患によって色の見え方が一般の人と異なる人が、合計すると日本に500万人以上存在する。そのうち、色覚検査などで「生まれつきの色覚異常（先天性の色覚障害）」といわれる人は日本では男性の約20人に1人、女性では約500人に1人いる。白人男性では12人に1人の割合であり世界では約2億人という数になってしまうほどだ。日本では高齢者社会に移行してゆくことから白内障などの後天的に色覚特性変化する人も145万人を超えているといわれている。こうした多様な色覚を持つさまざまな人に配慮して、なるべく全ての人に情報がきちんと伝わるように利用者側の視点に立ってつくられたデザインが必要になっている。

＜カラーユニバーサルデザインの現状＞

現代では色を使って情報を伝えるケースが、10年前20年前に比べてはるかに多くなっている。ところがこれらの表示は一般色覚型（C型）の色の見え方だけを考えて設計される場合が多いた

め、充電アダプターのように、色弱者が情報を読み取れずに不便を感じるケースが増えている（図1）。色弱者にとって、社会は昔より暮らしにくくなっているのだが、色弱者は長く泣き寝入りしてきた。

これを解決するのがカラーユニバーサルデザインである。カラーユニバーサルデザインに配慮することにより、色を上手に使い、全ての人に美しく感じられるカラフルなデザインを創りつつ、なおかつ情報をきちんと伝えることが可能になる。東京メトロの路線図や案内看板は2005年より大幅にカラーユニバーサルデザイン対応されるようになった。それまで色のついた○印だけであったものに、路線名を表すアルファベットが記載されるようになったのをはじめとして、路線名称が路線図の各所に書かれるようになった。利用者が一人当たり駅に滞在する時間が画期的に減少したと言う（図2）。

また、2008年で約1,060社の企業がCSR報告書や環境報告書などを発行している。これらの報告書の多くはグラフや組織図などをできるだけわかりやすく、正確に情報を伝達するため色付して表現しているが、色覚によっては何を指すのかわからなかったり、文字や図形が背景に溶け込んだりしてしまう可能性がある。2005年より各企業がカラーユニバーサルデザインに対応するようになって、いまや2割3割を超えて対応するに至っている。

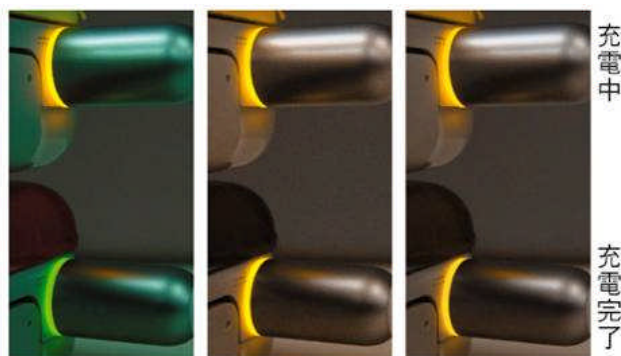


図1 充電アダプターの例



図2 東京メトロの路線図

＜カラーユニバーサルデザインを推進するツール＞

カラーユニバーサルデザインを良く研究することで、多様な色覚に配慮した色使いはどのようなものであるか分かるようになるが、直感的に理解するためのチェックツールがある。これはいわゆる「色覚シミュレーション」と呼ばれることが多いもので、パソコン用のソフトやディスプレイ、あるいはメガネタイプの特殊フィルターがある。

もちろん人の色覚を再現することは困難であり、また色覚には多様性がある。チェックツールのほとんどは「色の見分けにくさ」を理解するためのものである。これらのツール類にはそれぞれ特徴があり、目的と合致したものを使う必要があり使用方法や選定を間違えるとうまくチェックできない。ツール類として以下のようなものがあげられる。

（1）イラストレータ・フォトショップ（CS4）は全世界で色覚シミュレーションツールを標準搭載している。デザイン作業中に色弱者の見分けにくい色づかいを確認することができ、オリジナルの作業スペースと別に、確認用の作業スペースを開くことが出来、リアルタイムでオリジナル・P型・D型の画面を同時に見ながら作業できる。フォトショップではチェックした結果をPDFとして保存・印刷することができる。

<http://www.adobe.co.jp/>

（2）「UDing シミュレーター」と「UDing CFUD（ColorFinder For UD）」という2つのカラーユニバーサルデザイン支援ツールは東洋インキ製造株式会社が無償提供している。この2つには他

のソフトと異なり「自動認識」という機能が付いている（2010年1月現在）。他のチェックツールではC型の人が見て自分の目で問題点を確認するようになっているが、本ソフトは「評価判断」機能で、見分けにくい色をガイドする。

「UDingシミュレーター」は、すでに制作されたデザインが色覚の違いによって、どの様に見えるかを確認するためのソフトである。問題がありそうな箇所を自動抽出し、反転表示して見分けにくい色がどこにあるか知らせてくれる。また、その自動抽出された判別しづらい配色を適切な配色に自動変換することもできる。

「UDing CFUD」は、使いたい色を選んでゆくと言う作り手側に立ったアプローチである。デザインをするときに、どのような色をどのように配色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状のソフトである。1つの色を選択するとその色と混同する色を×マークで表示する機能を備えておりこのソフトで表示される色は、色見本帳「COLOR FINDER」と同じ色番号がつけられている。この2つのソフトは、WEBサイトから申し込み入手することができる。

<http://www.toyoink.co.jp/>

（3）ディスプレイでは、P型D型の見え方をリアルタイムに色覚シミュレーションを表示し、確認するためのチェックモニター「Flex Scan」と「ColorEdge」を株式会社ナナオが販売している。製品添付の色覚シミュレーションソフト「UniColor Pro」とモニター内部の色域変換機能を使い、モニター表示の色変換を行うしくみだ。表示は、C型、P型、D型の3つのモードで行うことができ、切り替えは画面上のアイコンをクリックするか、キーボードのショートカットで瞬時に行うことができる。静止画はもちろん動画などもリアルタイムにシミュレートでき、点滅して色が変化するWEB表示や動画フラッシュの確認、公共施設における案内表示や警告表示が見やすいかどうかを映像で確認することもできる。

<http://www.eizo.co.jp/>

（4）色弱模擬フィルター「バリエントール」をC型色覚者が装着すると、P型強度とD型強度の色の見分けにくさを簡単に体感することができる。実際に人がその色をどのような色として見ているかを正確に再現することはできないが、看板や印刷物に使われている配色の見分けにくさ、不自由さが分かる。伊藤光学工業株式会社から、この製品が販売されるまでは、印刷物が見やすいかどうかを調べるといった場合、その看板を写真や動画データにしてパソコンに取り込み、シミュレートするという作業が必要だったが、パソコンが使えない人でも、かけるだけで異なった色覚型の世界を体験することができるようになった(図3)。



図3 色弱模擬フィルター「バリエントール」

<http://www.variantor.com/jp/>

（5）「ユニバーサルデザイン推奨配色」は、2009年に東京大学、日本塗料工業会、DIC株式会社、カラーユニバーサルデザイン機構が発表した(図4)。さまざまな色覚タイプの被験者とともに、印刷用の色票や塗料の色見本での検証を重ね開発された。プロセスカラー印刷において情報を色分けして伝える時に、文字やサインなど比較的小さい面積でも見分けやすい高彩度アクセントカラー9色、案内図や地図の塗り分けなど広い面積に用いる高明度のベースカラー7色、これらの色と誤認しにくい無彩色4色の合計20色からなる。

http://jfly.iam.u-tokyo.ac.jp/color/CUD_set/

色覚の多様性に配慮した案内サイン図表等用のカラーユニバーサルデザイン推奨配色セット			
アクセントカラー 小面積の文字・サインにも使える高彩度な色		ベースカラー 大面積の塗り分け専用の高明度の色	
基本色		基本色	
	赤 F08-50V * 0,75,95,0 8,75R 5/12 255,51,0		クリーム F25-90H * 0,3,40,0 5Y 9/4 255,255,153
	黄色 F27-85V * 0,0,100,0 7,5Y 8,5/12 255,255,0		明るい緑 E42-70H 45,0,45,0 2,5G 7/4 118,228,166
	緑 F47-60T * 75,0,65,0 7,5G 6/10 51,153,102		明るい空色 E69-80H 30,0,0,0 10B 8/4 180,235,250
	青 E77-40V 100,45,0,0 7,5PB 4/12 0,85,255	追加色	
	空色 F69-70P * 55,0,0,0 10B 7/8 102,204,255		明るいピンク E05-80L 0,25,15,0 5R 8/6 255,211,204
追加色			ページ E19-75L 0,25,45,0 10YR 7,5/6 235,190,140
	ピンク E02-70T 0,55,35,0 2,5R 7/10 255,153,153		明るい黄緑 E32-80P 25,0,80,0 2,5GY 8/6 203,242,102
	オレンジ E15-65X 0,45,100,0 5YR 6,5/14 255,153,0		明るい紫 F82-70H * 25,30,0,0 2,5P 7/4 196,180,220
	紫 E89-40T 30,95,0,0 10P 4/10 153,0,102	代替色 (JFMA 色票のみ)	
	茶 E09-30L 55,90,100,0 10R 3/6 102,51,0		代替黄 E27-90P 7,5Y 9/8
			代替緑 E45-60L 5G 6/6
		色がついているのと間違えにくい無彩色	
			白 EN93 0,0,0,0 N 9,3 255,255,255
			明るいグレー E75-80B 15,10,10,0 5PB 8/1 204,204,204
			グレー E75-60D 18,10,0,55 5PB 5/2 114,132,144
			黒 EN-15 50,50,50,100 N 1,5 0,0,0
※色名は案内図の凡例などに表記する際に推奨する一般名称です。 ※どのような人にも、どのような照明条件下でもまぎらわしく感じないことを保証するものではありません。 ※本配色セットは、今後実際の使用実績から得られたノウハウを反映して、逐次改訂してゆく可能性があります。特にRGB値はまた暫定仕様ですので、ご注意ください。 ※日本塗料工業会JFMA色票値に*のついたものは2011年F版で収録予定の色、Eで始まるものは現在の2009年E版に収録されている色です。詳細は日本塗料工業会事務局にお問い合わせください。 ※CMYK値は標準的なコート紙にオフセット印刷した状態、RGB値はsRGB規格でキャリブレーションしたモニターで表示した状態を基準にしています。それ以外の紙質、インキ、モニターでは正確な色が再現できないことがあります。 ※本データは印刷用のため、JFMA色票の色調とは若干異なります。JFMA色票の正確な色は色票をご覧ください。 ※少数の色だけを組み合わせる場合、表示色によって見分けやすさが変化します。詳細はホームページをご覧ください。 http://fly.jam.u-tokyo.ac.jp/colorset/			

図4 ユニバーサルデザイン推奨配色

＜「カラーユニバーサルデザイン配色セット」への取り組み＞

現状までの取り組みを振り返ると、顕在化してきた課題に社会が対応してきたと言える。バリアーとなっている現象に利用者の視点を追求し、無秩序に色数が増えがちな一貫性のない色彩設計を一から吟味しなおし、伝えたい情報の優先順位を考えデザインをするということである。これは結果として、一般の人にとっても「整理された見やすいデザイン」になり、色弱者のためだけでなく全ての人に価値あるものとなっている。一方で、判別性という視点だけでは解決しにくい課題も出てきた。

ひとつひとつの色は単独で存在しない。日常生活のなかにあるさまざまな色をどうとらえ、どう使っていったらいいのか。無限にある配色を使いこなすために、色の意味をイメージ（言葉）で系統立てシステム化されている（図5）。この色とイメージ（言葉）を関連させた配色でカラーユニバーサルデザインを考えた時、例えば一つの決まったカラーパレットだけで、情報の受け手が感じる印象や心理を考慮しながら多くの利用者に共感をもつデザインが達成できるか、という課題に行きついた。

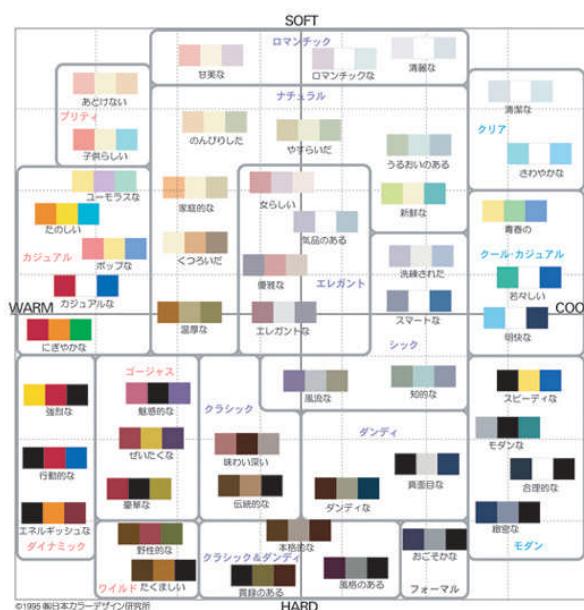


図5 カラーイメージマップ
(C) 1995 日本カラーデザイン研究所

つまり、送り手（作り手）の知識不足から単一の配色さえ使っていればいいといった考えに至らないように、一つではない「多様な選択肢」があることを作り手視点から社会に提言していく試みが「カラーユニバーサルデザイン配色セット」になる。具体的には、色とイメージ（言葉）を関連させた配色の中から、判別性と感性から抽出・追加を繰り返し、カラーユニバーサルデザインを色弱者のためだけの特殊なデザインから、一般の人にとってもさらに価値あるものへ進化させるツール（配色）を作り上げていく。当プロジェクトでは、第一歩とし「カラーユニバーサルデザイン配色セット」の提言を10月の国際UD会議において計画している。

＊ 先天的な色覚の多様性を「色覚障がい」「色覚異常」と呼ぶべきではないことから「色弱者（無配慮な色彩計画が作り出した弱者の意）」
 また色覚のタイプにより「P型D型」等と呼び色弱者でない者を「正常」ではなく、「一般色覚者・C型」と表記した（図6）。

CUDOの新呼称		従来の呼称		
C型	一般色覚者	色覚正常		3色型
P型（強・弱）	色弱者	第1	色盲・色弱	赤緑色盲
D型（強・弱）		第2	色覚異常	
T型		第3	色覚障害	異常3色型
A型		全色盲		1色型

図6 色覚呼称一覧

＊資料提供：NPO 法人カラーユニバーサルデザイン協議会
 (株)日本カラーデザイン研究所

世界の UD 動向

■ノルウェー「INNOVATION FOR ALL 2010」参加報告

パナソニック株式会社

デザインカンパニー 阿部 亨

ノルウェーのオスロで「INNOVATION FOR ALL 2010 (The European Business Conference on Inclusive Design 2010)」という UD とビジネスをテーマにした国際会議が開催されました。

RCA のジュリア・カセムさんから IAUD を通じてパナソニックに招待講演のご案内があり、出席させていただきました。

当日は、ノルウェー王室のメッテ・マリット皇太子妃のオープニングスピーチで開幕し、貿易産業大臣のレクチャーに続いて UD や人間工学の研究者、ブランディング専門家、企業の CSR 責任者など計 5 名が講演を行いました。

当社は、環境革新企業の実現に向け、エコと UD を商品開発の両輪と位置づけていることを紹介し、当社 UD 開発のベースとなる UD 方針、UD 基本 6 要素について解説しました。

そして、エコナビや LED 電球、ダブルヘッドベースアイロン、福祉機器など、最新の商品や研究成果を 45 分にわたって映像を交えながら紹介し、「第 3 回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2010 in はままつ」のご案内もさせていただきました。

貴重な機会を頂戴することができ、ご協力いただいた関係者の皆様にこの場をお借りして厚く御礼申し上げます。



<会議概要>

- ・ 名称： INNOVATION FOR All 2010
(The European Business Conference on Inclusive Design 2010)
- ・ 会期： 2010 年 5 月 20～21 日
- ・ 会場： Norwegian Centre for Design and Architecture
(ノルウェー・オスロ)
- ・ 主催： ノルウェーデザイン協会
- ・ 後援： RCA ヘレンハムリンセンター
- ・ 趣旨： Inclusive Design (UD)を機軸とした欧州（北欧）のデザインビジネス活性化

INNOVATION FOR ALL 2010



<おもな講演者>

Michael Wolff (Michael Wolff & Company)
Dan Formosa (Smart Design)
Liz Williams (British Telecom)
Safak Pavey (United Nations)

講演風景

「Panasonic は UD 戦略でどのようにして製品革新の最前線に立ったか」

(How Universal Design strategy takes Panasonic to the forefront of product innovation) と題して、サステナブルデザインとUDの取り組みを紹介しました。



24 時間デザインチャレンジも行われました。

Norwegian Centre for Design and Architecture

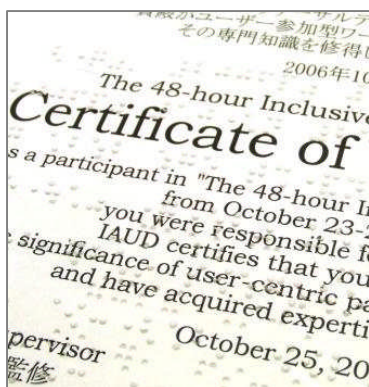


以上

以下の主催者サイトもご覧ください。

<http://www.norskdsgn.no/innovation-for-all-2010/category8559.html>

■「48 時間デザインマラソン」参加者に修了証をお渡ししています。



2006 年より IAUD で開催している「48 時間デザインマラソン」に参加いただいた方々に、その証として『修了証』をお渡ししています。すでに対象となる方には発送を始めていますが、所属先や住所の変更などにより、届かない方が見受けられます。ご本人またはそのような方をご存じの方は事務局までお知らせください。

IAUD として最初の 48 時間デザインマラソンは、京都で国際会議を開催した 2006 年に始まりました。その後、千葉、名古屋、浜松と、これまで 4 回行いました。これまで参加されたリーダー、デザイナー、ボランティア、ユーザーなどの総数は 181 人にも上ります。

今回、修了証を作成したのは参加された皆さまのユニヴァーサルデザインに対する知見や課題発掘からデザイン開発にいたるアプローチ能力が高いレベルに達したことに對し、改めて敬意を表し、今後様々な場面でこの実績を活用いただきたいという想いをお伝えするためです。

今後は、ワークショップが修了する都度、修了証をお渡しすることになります。「48 時間デザインマラソン」は今年 10 月に浜松市で開催される国際 UD 会議のプログラムとしても予定されており、間もなく参加者の募集が始まります。皆さまの積極的な参加をお待ちしています。

【UD2010 ウォッチング】

●会議参加登録を開始しました

「第 3 回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2010 in はままつ」にご参加いただくには、登録が必要です。登録には、全日程参加できる正参加者登録と一日単位の日参加者登録があります。早めに登録いただくと参加料の割引もありますので、早めのお申し込みをお勧めします。

- ・ 早期登録：2010 年 7 月 30 日(金) 日本時間 15:00 まで (参加料当日 5 万円のところを 3 万円)
- ・ 事前登録：2010 年 10 月 22 日(金) 日本時間正午まで () 4 万円)

※詳しくはこちらをご覧ください。→ <http://www.ud2010.net/registration/index.html>

●国際会議併設展示会の出展募集を開始しました。

今秋開催されます国際会議の期間中、より多くの方々に UD を理解していただけるよう、どなたでも無料でご入場いただける展示会を開催いたします。応募締切は 6 月 30 日です。

※詳しくはこちらをご覧ください。→ <http://www.ud2010.net/news/100526.html>

●国際 UD 会議実行委員会開催予定

6 月 18 日(金) 国際 UD 会議 2010 第16回実行委員会 (IAUD サロン)

【編集後記】〇BMIをご存知でしょうか。体重(kg)÷身長(m)÷身長(m)で求める数値で、それが24.0を超えると「メタボ」と診断され、22.0が理想だと言われます。先日の健康診断で判明した私のBMIは23.9で、きわどくセーフでした。それでもメタボ予備軍とのことで、看護師からイエローカードを突きつけられました。診断の前に提出した毎日の暮らしぶりのチェックの結果、「運動不足」が最大の要因であり、1日に1万歩以上歩くようにと指導です。そこで一念発起です。通勤で使う最寄りの駅を1駅遠くにしました。片道の歩行時間は約3倍の35分くらいになりました。そこで、朝起きる時間を約1時間早くし、ウォーキングシューズも用意して、毎日実行しています。早くも1ヶ月以上経過いたしました。嬉しいかな、ダイエットの効果が現れてBMIも改善されました。さらに早起きとウォーキングには、もっと素晴らしいものをもたらしてくれました。体調が良いのは当然ですが、ゴルフのスコアが良くなりました。何よりも素晴らしいのは、今まで感じることの無かった自然に出会い感動することができることです。小さな川に泳ぐ鴨の親子、冬眠から覚めた蛇との遭遇、茜色に染まった夕焼け空を見上げたらコウモリが多く飛んでいる、などなど。東京も捨てたものじゃありません。自然はしっかり、身近なところにあります。(矢辺)

〇空気を読めない人のことを若い人たちが携帯メールなどで「KY」と省略して使うというのはもう少し古い話になってしまいました。また、その前にも人の性格や物事を何でも「明るい・暗い」と単純化して面白がっていたころもありました。これらは一過性の流行りといってしまうと済んでしまえばそれで済んでしまえば、その背景にある感情を考えてみると、ただ面白がっているだけでなく、差別意識や学校などで起こっている集団的なイジメが起こる感情に通じるものを感じます。例えば「空気を読めない」というのは場合によってはまわりに迷惑をかけてしまうことがあるかも知れませんが、皆がまわりの顔色を伺って行動する状態というのは果たして歓迎すべきことなのでしょうか？一人一人異なる人格を「あの人はKYだ」とか「あの人は暗い」という一言でバツサリ全否定してしまうのは、言葉の暴力といってもよいでしょう。しかし、かといって言葉狩りになってはいけないのですが、空気を読めない人や性格の暗い人にも良いところはたくさんあって、お互いに性格の違いを認め合うことから、暮らしやすい社会というものが生まれてくるように思います。またそれ以前に世の中の人々がみんな、やけに明るいとか空気を読める人ばかりでは、つまらない気がします。(薦)

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.3 No.3

2010年6月11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