

IAUD Newsletter vol.3 第6号（2010年9月号）目次

1. 特集：*towards2010* 国際 UD 会議地元委員会河原林会長に聞く
～会議を契機に人の絆と意識のさらなる深まりを期待～ 1
2. バンダイのユニバーサルデザイン～世界中のお客様に「夢」と「感動」を～ 7
3. CaseStudy：食の UD プロジェクト 「やけど注意」を伝えるピクトグラム 11
4. 世界の UD 動向：パーソナルモビリティの可能性
～「HEALTH & REHAB」と「The Mobility Roadshow」の視察を通じて～ 17
【UD2010 ウォッチング】 24

国際 UD 会議の組織として開催地の自治体や市民団体、教育機関などで構成される地元委員会（浜松ほっとコーナー実行委員会）が組織され、国際会議での具体的な企画の検討を進めてきましたが、概ねその内容が見えてきました。浜松市は全国の自治体の中でも早くから UD に取り組み、最初に条例に取り入れた自治体で、市民団体の活動も大変活発な地域です。今月の特集ではこの地元委員会の会長を務められている静岡文化芸術大学の河原林桂一郎副学長にお話を伺いました。UD を早々にまちづくりに取り入れてきた、静岡県や浜松市の背景にある精神風土や、そこから生まれてきた市民活動、そして同委員会の活動の最新状況をご紹介します。

特集：*towards2010*

国際 UD 会議地元委員会河原林会長に聞く ～会議を契機に人の絆と意識のさらなる深まりを期待～



日 時：2010 年 8 月 17 日（火）15：00～16：30

場 所：静岡文化芸術大学 副学長室

お話し：河原林 桂一郎 静岡文化芸術大学副学長

／国際 UD 会議 2010 地元委員会(浜松ほっとコーナー実行委員会)会長

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

成川： 本日は猛暑がつづく中、貴重なお時間をいただきありがとうございます。さて、国際会議までいよいよ2か月足らずとなりました。先生には国際会議の地元委員会（浜松ほっとコーナー実行委員会）の会長という重要な役目をお願いしておりますが、まずはその状況や取り組みの特徴などについてご紹介いただけますか。

河原林： 国際 UD 会議の展示会場の一角を、地元の市民や事業者、大学、行政などが協働して創り上げてきた UD の取り組みや活動を開催地として紹介し、会場に来られた多様な方々と交流しながら情報発信する場を「浜松ほっとコーナー」という名称で設置する計画で、さまざまな企画を検討してきました。組織として「展示部会」、「イベント部会」、「もてなし部会」という3つの専門部会を設け、具体的な内容や参加団体などを検討し、ほぼ目途がついてきました。



今回の国際会議が浜松市で開催されるに際しては、いろいろな考え方はあったのですが、浜松市は UD に取り組んで 10 年になり、UD を全国で初めて条例にした自治体として今回の国際 UD 会議を一つの節目として次の 10 年に向けさらに飛躍したいという想いで企画に取り組んできました。10 年間やってきてハード的な解決は、時間をかければ次第にできてきたのですが、一番大切なのは地域の絆やソフトの問題だという認識が次第に強くなってきて、国際会議をイベントとして成功させると同時に、この会議を機に「市民力で“地域の絆“再生へ」向けて次の 10 年で地域の人の絆がさらに深まっていくことを期待しています。

横浜や京都と比較すると地元が関係する部分は、正直なところ学術研究的な発表という面ではやや少ないかも知れませんが、そのかわり一般市民の方々の参加はとても多いですし、イベントでもそういう団体の方の強い想いを披露してもらえと思っています。気づきからはじまり問題発見から解決に向けて行動に移すという一連の UD のプロセスを、これまではそれぞれの団体で取り組んできたのですが、国際会議を契機にそれらを経糸・横糸として一つにまとめていくということが一番のねらいと考えています。

また、これまでのように大都市でなく人口が 80 万人という中規模の都市で開催することのメリットとして、参加している市民が会議参加者を身近に感じながらお迎えし、その中で自らも成長していこうという熱意が大変強く感じられることです。委員会に参加すると、10 年の間、最初からずっと UD の活動に関わってきた創成期の人達が、継続して今も活動を引っばっておられることがはっきりと感じられて、毎回新しい発見があります。

川原： これまでの会議でも市民団体の方は参加されていましたが、今回の浜松市のように福祉のまちづくり市民ネットワークなど UD に関係した NPO 団体の参加が多いという点は少し違ってきますね。

成川： 大都市だけでなくいろいろな地域で国際会議を開催するというのは総裁のお考えでもありますが、UDは何もアカデミズムだけではないので、UDに関連した世界の知見と地域の活動が一つに融合するととても良いチャンスだという気がします。

河原林： そういう意味では地に足のついた UD 活動を続けてこられた人達ばかりなので、その人達がさらに輪を広げていこうという想いは、将来の大きな夢を語るというだけではなく、それほど恰好は良くないですが、泥臭い一つ一つの活動が積み重なり厚みのある確かなものとなって実績につながっており、非常に大きい意味があると思います。浜松ほっとコーナーのステージでは、世界から参加される方々に対して訴えるということも当然ありますが、それ以上に地元の人達にもたくさん来ていただき、そういうことをしっかり伝えたいと考えています。ただ気づくだけでなく、具体的な行動に移していただきたいということが委員会としての共通の想いです。日頃の活動でこの問題はどうしたら良いかというとき、すぐにあの人に相談してみようというような具体的な動きになります。市民ネットワークとはこういうことかなと感じることが本当に多いです。

もう一つはこれを機会に、街の活性化につなげたいということがあります。UDも街ぐるみで取り組むと、店を改装しようとか研修会をやろうという動きになり、例えばツーリズムなどいろいろなビジネスにつながっていきます。市民レベルで善意や好意で取り組む部分と、街の活性化やビジネスにつなげたいという両面があっても良いと思っています。

私たち大学としても、学生がキャンパス内で勉強するだけでなく、街へ出て生でその現場を体験していくことによって学ぶことは大変多く、国際会議は学生にとっても大きく成長できる絶好の機会だと考えています。

成川： 一方でそういった市民レベルの活動や街ぐるみの取り組み紹介があり、一方で論文発表などを中心としたアカデミックな部分があり、それらが融合することでこれまでとは少し違った国際会議になりそうな感じがしますね。展示会場の内容にしても前回、前々回とはかなり異なった取り組みがされていて、何が起こるか分からないところもありますが、新しい展開として大変楽しみです。

河原林： 今回、展示コーナーにいろんな団体の方が参加を表明されて連鎖反応が起こり、当初の予想を越え参加希望が増えてきてブースの数が足りなくなり、現在、地元企業の展示を含めて調整に追われているという状態です。

浜松市の小中学校ではこれまでも毎年、総合学習などでUD教育に取り組んできましたが、今回は国際会議の場でこれまでの積み上げの成果を発表できるということで、夏休み前からこれまで以上に熱心に準備にとりかかっていると聞いています。

国際会議には海外からもたくさんの方に来ていただくのですが、浜松は日系のブラジル人など外国人で居住されている方の比率が全国的にも高い地域ということもあり、多文化共生といいますか多様性を受容していくという点で、今回の国際会議のテーマであるサスティナブルというところにもつながると思っています。

われわれ大学はどうしても考え方が先行してしまうのですが、「もてなし部会」では来週、私も参加しますが、浜松駅



会場までの誘導ルート実証作業の様子(8月26日)

の新幹線口から会場のアクトシティ浜松までの誘導ルートの実証作業を行います。部会長はじめ皆さん現場主義で自ら確認するという姿勢で取り組んでいただいています。現在、イベントに参加したり、国際会議に参加される方をお迎えするボランティアの計画も進めていますが、全体で何人というだけでなく、具体的にいつ、どこに何人配置してという現場が見えるレベルで考えていただき大変助かっています。

成川： 浜松という地域は私から見ても市の職員の方々も UD に関して非常に力が入っていますが、市民の皆さんがさらに熱心に取り組まれているというのは本当に心強くて良いですね。自治体や学校が積極的で、市民団体や地元企業が協力して取り組まれているということで、浜松は UD の先進地域として条件が揃っているなという感じがします。

川原： 以前に鈴木市長にお話を伺ったとき、UD を推進する原動力としてこの地域に特有の「やらまいか精神」という気質、精神風土があるということをおっしゃっていました。

河原林： 「やらまいか精神」というのは議論する前にまずやってみるということです。大変創造的でものづくりということでは、この地域でいろいろな会社が創業していますが、リアルなものを信じてあまりヴァーチャルなところへ行かないという風土がありますね。遠州の人達というのはものすごく気立てが優しくて、個人も企業も非常におっとりしているという面がありますが、人と競い合うより自分が気に入ったものを生み出そうということが創造的な精神風土につながっているという気がします。

浜松は地政学的にみるとヨーロッパでいえばスイスに似ているといわれていて、人が集まり通過していく要所というところが共通しています。外から来た人達に対し最初は少しガードが堅いけれども、良い点を取り入れて成長し、次のステップに進むという土地柄をもっている地域です。多様なものが集まり新しいものを生み出していくという風土は UD のコンセプトにも通じるところがあり、そういう意味では国際会議の開催地としては最適な地域ではないでしょうか。

川原： 今回の国際会議では、そういった地元の市民団体の皆さんや全国展開されている大手を含めて地場の企業の参加、海外からの講演者や展示、そして経済産業省の子供の安心・安全に関連する展示など、幅広い内容がミックスされて、いろんな意味で多様性が集約されていると思います。

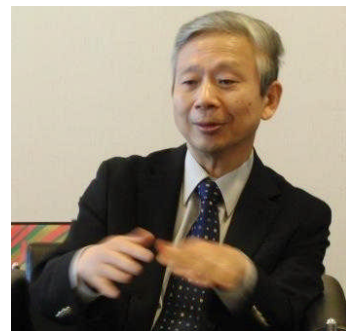


冒頭で先生もおっしゃっていましたが、ハード面では日本はかなり進んでいるとはいえ、人の絆とかソフト・心の問題について、今回の国際会議のセッションや講演の企画でもどのように切り込んでいけるかということが大きな課題だと考えていまして、NPO 団体など市民サイドからのアプローチについても大変期待しているのですが、そのあたりについてはいかがでしょうか？

河原林： 最終日に「浜松ほっとコーナー宣言」というのを発表するのですが、その中で例えば、日本の点字というのは浜松が発祥の地で、NPO 法人六星とも関係の深い浜松出身の教育者でもあった石川倉次という方が 1890 年に発明し、日本点字として正式採用された（因みに会議開催中の 11 月 1 日が「日本点字の日」）といった史実を含め、改めて掘り起こしたいと思っています。また、浜松の UD の次の 10 年に向けて目に見えない障がい、例えば、知能は非常に高いけれどコミュニケー

ション能力が不足しているという発達障がいや学習障がい、あるいはさきほどの海外の文化や言葉の多様性などを含めた UD に踏み込んでいきたいと考えています。

デザインの世界ではバウハウスの試みの中に「ユニヴァーサルなデザイン」という考え方があります。工業化し機能的で合理的、均質なものを世界中の人に使ってもらうことでユニヴァーサルなデザインを実現するという考えです。今日的には環境は全く違いますが、情報時代という新しい状況において、文化の違いや見えない障がいなどいろいろなことに対して新たなユニヴァーサルなデザインにどう取り組んでいくか、「次世代型 UD」と呼んでいます。結局それを請けるのは人の役目、ソフトの部分になるであろうと考えています。またその先には「UD=グッドビジネス」ととらえ、先駆的に取り組んでいくことが地域の繁栄にもつながり、浜松は規模は小さいけれど UD で先頭を走る典型になろう、と市の審議会などでも議論をしているところです。



今回、発達障がいなどフィジカルでない障がいの者の団体も多く参加されます。これまではどうしても隠しておきたくなりがちな部分でしたが、勇気をもって見せていこうとされていて、まずは気づきと正しい知識を持っていただこうと、大変意気込んで取り組んでおられます。その他にも日系ブラジル人の方に日本語を教えられている団体や、アートを通じて障がい者の方をサポートされている団体など、さまざまな活動紹介や講演が企画されており、私自身もこの機会に勉強させていただこうと思っています。

また、本学のキャンパスは「48 時間デザインマラソン」の会場としてもお使いいただきます。大学独自の UD イベントとしても鴨志田元デザイン学部長の講演会や地域の方とのパネルディスカッション、自助具に関する展示や UD 絵本コンテストなどいろいろな企画の準備を進めているところです。

成川： 「48 時間デザインマラソン」についてはプレイヴェントの際もご協力いただいて大変感謝しておりますが、内容も次第に充実してきていて、プレゼンテーションを見た人で感動した



という方が多いですね。実際に体験しないとなかなか理解できないのですが、企業の中のデザイナーにとっても、学生のボランティアとしても、このようなプログラムに参加することは本当に貴重な体験になると思います。荒井先生もおっしゃっていましたが、教育プログラムの一つとしても大変有意義です。企業の中のデザイナーも本当はそういった UD のアプローチで問題解決していく力をもっていると思うのですが、社内でのポジションや力関係などでなかなか十分に力が発揮しきれない状況にあって、それを覚醒させるプログラムという意味でも、将来的には IAUD の重要な事業になるのではないかと思います。

河原林： リアルな形で体験できるというのは大変重要なことで、あちこちで定着していくと良いですね。ユーザー・インvolvメントというデザイン手法がありますが、今後の企業活動でもウィキ・ペディアや Linux のような集合知というか、オープンソーシングでのやり方が重要になってくると思います。必ずしも「48 時間デザインマラソン」のように障がいのある方のための企画ということでもなくとも良いと思いますが、新しい事業展開をするときに市民団体と協力するなど一般市民レベルを巻き込んだプラットフォームを活用して、企業のデザイナーも今後は半分会社から出て、自らそのプラットフォームをファシリテート（収束し

て問題解決する) していくことが機能として求められてくると思います。デザイナーが社会的なつながりをもっと強く持って活動していくことで新しい展開が生まれてくるのではないのでしょうか。クラウドソーシングなど最新の技術でリアルタイムにやる方法もありますが、デザイナーはもっと泥臭い土着的なやり方、動きをしていくことが重要でしょう。

米国では企業内デザイナーは自動車産業などごく一部の業種を除いて、今や絶滅種となりつつあり、デザインという職種で残っているのはコンサルタンシー業へと変化しつつあります。日本も視点を変えて新しい展開を考えていく必要があります。そのためには IAUD の取り組みや社会的なテーマをやっていく中にヒントがあると考えています。デザインも経営の問題として、経営トップが気づいてさらにうまく使っていく必要がありますね。

川原： その意味で今回の国際会議でも経営者のセッションを企画していますが、UD は企業経営にとっても先進的なコンセプトで、日本の企業でも気づいている経営者もいますし、今の日本ならできるだろうと考えています。

河原林： デザインが重要だということは 40 年前から言われていることで、バブルのころは環境が良かったので何とかそうやっていきましたが、経済状況が厳しくなってくると次第にそれも難しくなってきました。国際会議を一つのきっかけとしてデザインの力を再度発揮できる状況にしていきたいところですね。

成川： 最後になりますが、今回の国際 UD 会議や IAUD に対して期待することや望むことなどはおありでしょうか？

河原林： 国際会議に限らず一般論になりますが、こういう経済情勢になってくるとお金（経済原理）で物事を決めることが多くなり、それがすべての物事をおかしくしているという感じがします。本来は理念や戦略が最初にあるべきということには頭では理解していても、現実的にはなかなか難しい。しかし、もう一度原点に戻って少しでも別の価値観で物事を考えること、そもそもどうあるべきかから考え始めることが重要なのではないのでしょうか。その意味で市民団体の良さは、お金だけに頼らずリスクもあるけれどこっちがダメなら他でカバーするという代替機能がとても強いということです。企業もそういうところと一緒にやっていくことを今後は考えても良いのではないのでしょうか。

成川： 国際 UD 会議も資金面では本当に苦労していますが、それを克服して頑張っていきたいと思います。国際会議まであとわずかですが、地元委員会として浜松ほっとコーナーをよろしく願いいたします。本日は貴重なお話を伺うことができ本当にありがとうございました。



バンダイのユニバーサルデザイン

～世界中のお客様に「夢」と「感動」を～

(株)バンダイ プロダクト保証部
三本松 真広

はじめに

弊社では積極的に UD を推進しており、事業部横断型のプロジェクト制で全社をあげて活動しています。定期的な会合でアイデアを出し合い、良い工夫は社内に水平展開したり、品質基準化するところまで徹底しています。

また玩具業界独自の取り組みである目や耳の不自由なお子様や大人でも一緒に楽しめる「共遊玩具」の活動に参加しています。

活動概要

私たちバンダイは、世界中のお客様に「夢」と「感動」をお届けするために、社員一人ひとりが UD の考え方を共有し、商品・サービスを日々進化させていきたいと考えています。

性別・年齢・国籍・障がいの有無・力の個人差などに関係なく、一人でも多くのお客様に、私たちの商品やサービスを楽しんでいただきたい。そのために「今より一歩」をキーワードに、より使いやすい、よりわかりやすく、そして楽しいと感じていただけるよう、様々な工夫を重ねています。玩具においては、元来より主なユーザーが小さなお子様であることが多いため、「誤使用という考え方は存在しない」とことと「取扱説明書を読まなくとも主となる遊び方が容易に想定できること」を意識した商品づくりを心がけています。また、とくに弊社においてはキャラクタービジネスが主軸であり商品の販売期間が番組の放送期間に連動することが多いことからランニングチェンジができるアイテムがごく少数であります。

このような業界特有の背景から、更に UD を推進する上では、さまざまなケースを想定・調査し、互いに情報を交換しながら開発にあたる努力を惜しまないことが、バンダイならではの UD を実現させる道だと考えています。

そして、いずれは、すべての人に使いやすい商品開発が当たり前になり、UD という概念すらなくなるような社会の実現に向けての貢献に繋がれば、と考えています。

社内啓発・情報交流

当社の UD 推進活動は「ユニバーサルデザインプロジェクト」において、1 年ごとに成果を取りまとめています。

プロジェクトは、商品やサービスを取り扱うすべての事業部門より 1 名以上の委員を選出し、2 ヶ月に 1 度の全体会合で目標設定とその進捗報告、情報交換・共有、新しい UD アイデアの検討、などを行います。

このとき、社内に 1 名でも多くの UD の理解者を増やすため、プロジェクト委員は原則として任期を 1 年とし、毎年メンバーを入れ替えています。

また、基本的な UD 知識のフォローアップのため、新入社員向け研修（年 1 回）や事業部門別研修（テーマ別に不定期に開催）を実施したり、社員向けに UD に関する情報をまとめたリーフレット

これらの啓発活動が、当社の新しいUD アイデアの創出と商品化事例の伸びに繋がっています。

来場されるお客様に、世の中には様々な環境下の方がいらっしゃることや、UDによる課題解決の可能性も理解を深めていただき、この取り組みの大切さがきちんと伝わるように努めています。



おもちゃドリーム in 旭川での UD への取り組み紹介の様子

今年度、弊社は同協会の共遊玩具推進部の副部長を担当しており、業界をあげての普及活動について積極的に提案・参加すると同時に、弊社内でも呼びかけを強化し、共遊玩具の「新規登録数」においては業界1位となっています。



<http://www.toys.or.jp/>

色弱者への配慮

商品パッケージにおける内容物の説明や注意表記といった「文字」について、誰にでも必要情報が正しく読み取ることができるように、カラーUDに配慮しています。当初は1部門のみの取り組みでしたが、現在ではプロジェクト委員の賛同・働きかけにより全部門へ水平展開しています。

特に、パッケージのデザインを外注している各制作会社のデザイナーを対象に、色の見え方に関する幅広い理解を促すために弊社主催で勉強会を実施し、社内に留まらず知識の普及に努めました。

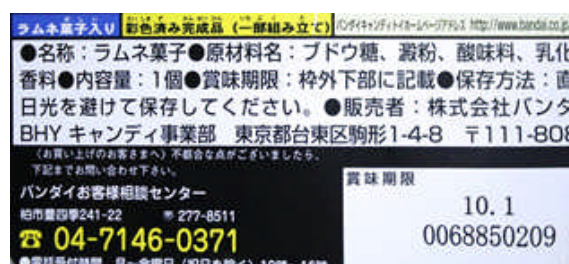
更には、パッケージに記載する注意表記へのカラーUDの配慮は、バンダイから発売される全商品に徹底導入するために弊社の品質基準の1項目に追加しました。

色弱者への配慮は、今では「今より一歩」の一つとして、弊社スタッフの誰もがやらなくてはならない当たり前のことであると認識しています。

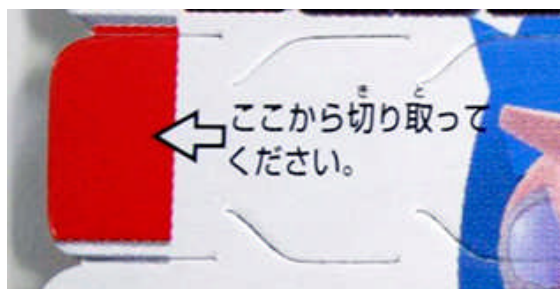
過去商品



変更後



色弱の方には見えにくかった黒地に赤色の組み合わせを見えやすく黄色に変更しています。

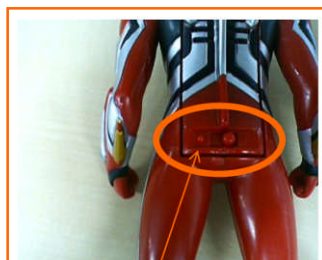


切り取り口の表記も色を付けることにより、分かりやすいようにしています。

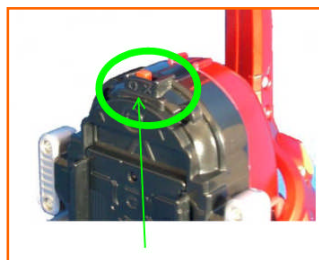
電源スイッチの ON/OFF 表示の工夫

玩具には電力を使用した商品も多いことから、JIS規格をもとにスイッチのON側に凸点を付けることで目の不自由な方でも触ってわかる工夫を徹底、こちらも弊社の品質基準としました。

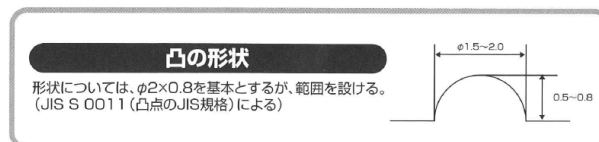
また、メインターゲットであるお子様がスイッチ部分に表記されている「ON/OFF」という英語表記がわからないことから、「今より一歩」わかりやすくするためONを「○」、OFFを「×」と表記するよう改善しました。



電源スイッチのON側に凸点を表示したことで、触ることで電源のON/OFF状態を確認できる



電源スイッチのON側に「○」、OFF側に「×」の表示をつけることで、電源の状態を確認しやすく、触ることで確認することが可能



パッケージデザインの工夫

弊社商品を手に取られたお子様は、大好きな玩具を「自分の手（力）で」、「すぐに開けたい」、という気持ちになるだろうことを考え、デザイン面の見直しによるパッケージの開けやすさを追求しています。

カラーUD を考慮しつつ開け口の見つけやすい色の使い方を工夫したり、箱を開けるときに指をひっかけやすい形状になるよう凹みをつけたり、孔を開けたり、パッケージ体裁に合わせて「今より一歩」開けやすくする小さな工夫を重ねています。

新しく考え出されたアイデアはユニバーサルデザインプロジェクトにて情報共有され、同じように導入が可能な商品への水平展開が行われます。



これら弊社のパッケージへの取り組みに関しては、10月に開催される2010東京国際包装展においても展示と講演を行う予定でございます。御興味のある方は是非、バンダイブースにも足を運んでいただければ幸いです。

これからも全社一丸となり「今より一歩」を心がけ、バンダイならではのUDを追求していくことで一人でも多くの方に楽しんでいただけるモノづくりができるように精進して参ります。

Case study: 食の UD プロジェクト

「やけど注意」を伝えるピクトグラム

中川理事ごあいさつ

本年3月より理事に就任し、「食のUDプロジェクト」を担当しております株式会社乃村工藝社の中川です。企業経営において社会的責任が重要視されている昨今の状況の中で、食品業界は、表示偽装事件が多発し、消費者が食品、特にパッケージを注意深く見る光景が当たり前の時代になってきました。生産者と生活者との信頼関係で成り立っていた「安全」が疑問視され出した食品業界の中で、パッケージデザインの分かりやすさ、扱いやすさ、やさしさがより重要になってきている、という背景を受け、本プロジェクトはUDの視点からパッケージのリサーチや新たなデザインの検討を続けてきております。そして、プロジェクトメンバーの熱意は、－「やけど注意」を表すピクトグラム－として結実、マスコミにも掲載される素晴らしい成果をあげております。さて今年は「第3回国際ユニヴァーサルデザイン会議 in はままつ」が開催されます。プロジェクトの成果を新世界に向けて発信する重要な節目として、プロジェクトメンバーをバックアップしていきたいと思えます。微力ですが、よろしくお願いいたします。

大日本印刷株式会社 土村健治
キューピー株式会社 加瀬暁子

「食のUDプロジェクト」は、2006年に研究開発企画部会第6番目のプロジェクトチームとして発足、以来UDの観点から、主に食品パッケージに共通する項目をテーマとして掲げ活動。生活者の方々にとって快適な「食品パッケージ～表示及び形態」のあるべき姿を考え、そのアプローチを行っています。

スーパーやコンビニエンスストアなどの売場に並ぶ様々な「食品」の中には、冷凍食品、加工食品、即席カップ麺など、加熱が必要なものも多くあります。熱湯を注いだり、電子レンジで加熱するなど、パッケージの進歩により、食品を温めておいしく食べる事はいまや当たり前の事になっていますが、「加熱調理」には必ず「やけど」というリスクが伴います。「やけど」をしないための安全性への配慮は、例えばカップ麺やカップスープ等の断熱性のある二重カップ化や、電子レンジ対応レトルトパウチ等の持ち手部分を確保したシール形状等、パッケージ構造上の工夫はされています。しかし、まず第一に、生活者に加熱食品の「やけど」の危険性を「意識」してもらう事が重要になってきます。

1. 「やけど注意」を表すピクトグラムの現状

食品調理時における「やけど」のリスクを軽減させるために、食品メーカーはパッケージに「やけど注意」を促す「表示」をしています(写真1)。多くのケースで「図記号＝ピクトグラム」と“やけど注意”という「文字表記」の二つの要素を組み合わせるパターンとなっています。包装容器に表示されるピクトグラムとしては「冷凍食品」「即席麺」など食品業界の一部で共通の図記号・デザインが公開され、実際に製品パッケージに表示されていますが、食品



写真1 異なる「やけど注意」マーク

業界全体を見たときに共通化、統一化されている表示は限られており、特に「やけど注意」の表示に関しては各社独自のデザインが表示され、市場にいろいろなデザインの図記号が混在しているのが現状です。より理解度の高いデザインになるようピクトグラムを検討し、決定したデザインを統一マークとして、業界の「共通表示」としていくことが、生活者に直感的に「やけど注意」を促す効果的な方法だとプロジェクトでは考えました。

2. わかりづらい現行ピクトグラム～第一次調査

性別・年齢・国籍を問わず、より多くの人々が直感的に理解しやすい、シンプルな「やけど注意」表示とはどういうものか。「食のUDプロジェクト」ではまず、パッケージに使われている「やけど注意」のデザインサンプルを市場から収集し現状を調査。そしてそのデザインが情報伝達の観点からの確かなデザインであるかを調べる事としました。その方法として、図記号に付帯する文字表記を削除し、図記号だけの状態にして、そのデザインが何を表すものかを一般の人に回答してもらう形でアンケート調査を実施しました。（実際のパッケージには、図記号と文字が併記されるケースが一般的ですが、純粋にピクトグラムとしての識別性を判断するため、敢えてハードルを高くして検証を行いました）またその調査では「やけど注意」ピクトグラムだけではなく、既にJIS化されている複数の「案内用図記号」も併せて、その記号が表す意味を回答させる方法をとりました。（図1／図2）



図1 案内用図記号(例)



図2 やけど注意の図記号(例)

これは一般に広く普及しているピクトグラムと同一条件で調査する事で、「やけど注意」ピクトグラムの理解度を相対的に判断するためです。そして調査の結果、現在使用されている「やけど注意」のデザインに関しては一部のデザインを除き、理解度が低いものが多くあることがわかりました。その反面、一般に普及している「案内用図記号（くず入れ・身障者用設備・リサイクル施設…など）」には馴染みのある図柄が多いこともあり、総じて理解度は高い数値となりました（写真2）。

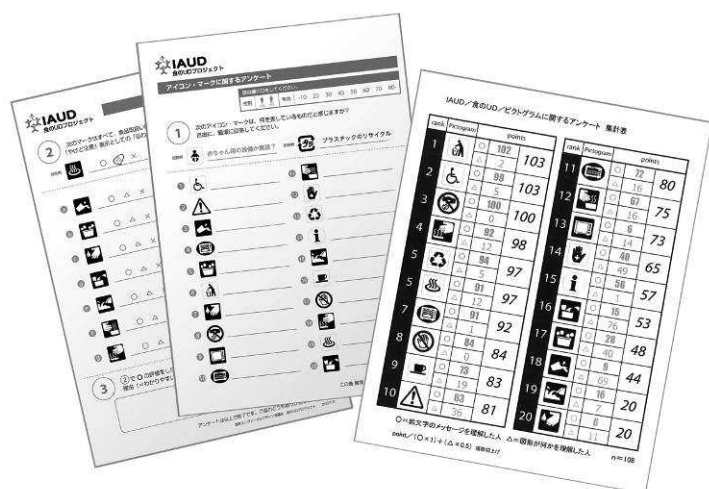


写真2 第一回アンケートシートと集計結果

3. 表現に最適なモチーフ選定～第二次調査

調査した「やけど注意」デザインの中で、比較的理解度が高かったピクトグラムに共通する要素とはなにか。また逆に理解度の低いデザインはどこに問題点があるのか。第一次調査の結果から各要素を洗い出し、「やけど注意」を効果的に表現するための「鍵」となる要素をピックアップして検証しました。そしてプロジェクトメンバーで検討を重ね、様々な角度からモチーフを考案し、100点余りに及ぶデザインを作成しました。(図3)



図3 図記号初期デザイン

これらをベースに、デザインのさらなる精査を行い、

「適切に判断できるか」

「直感的に判断できるか」

「シンプルで明解か」

「他情報の中でも目立つビジュアルか」

「より多くの人に伝わるか」

「小さな表示にした場合でも見やすいか」

「親しみがもてるか」

「美しいか」

などの要素を軸に検討し、方向性の違う9つのパターンを選定しました<第一次選定>。

第一次で選定した9つの案は「火」「湯気」「蒸気」「手指」といったモチーフをベースに、「四角形」「正円」「三角形」のフレームに組み合わせたものです。そのピクトグラムが客観的にどう判断されるのか。再度アンケート調査を実施し、第三者の意見を収集しました。(写真3)

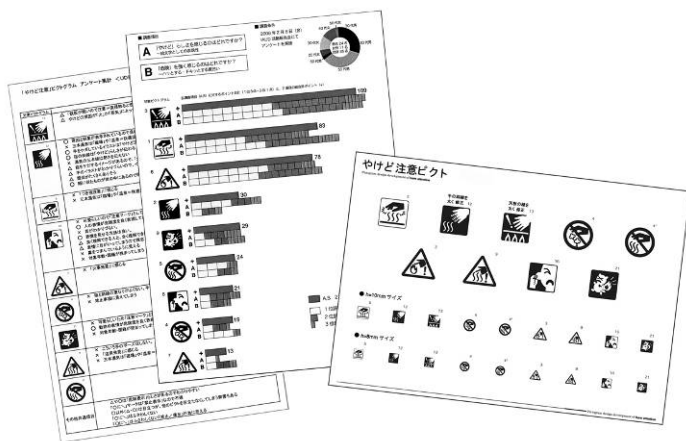


写真3 第二回アンケート集計結果

設定した質問は下記の2項目。

- ①「やけど」らしさを感じるものは？ <絵文字としての表現性>
- ②「危険」を強く感じるものは？ <ハッとする・ドキッとする度合>

この回答結果を元にキーとなるモチーフや、図形からくるイメージなどを再度検証。表現の補正を行い、デザインアレンジを加えたピクトグラムを作成。その後も数回に渡る変更、調整を加えながら、さらに絞り込んだデザインを作成。そして次のステップとして JIS 規格に則った試験方法<消費者用警告図記号一試験の手順 JIS S 0102>により、最終的な評価を行いました。

4. JIS 消費者用警告図記号試験

「消費者用警告図記号一試験の手順」とは、注意や指示などの伝達事項をビジュアルで表示する図記号の“理解度と視認性”を評価するための試験方法です。試験手順に則り、候補としたデザイン対し、1案につき60名を超える方々に協力頂き調査を実施しました。

<モニター属性として、性別や年齢層(①15~30歳/②31~50歳/③51歳以上)毎にそれぞれがほぼ均等となるようモニターを選出。候補が3案あったため、すべて重複しないモニター180名超から回答を得ました。>

この試験方法は、提案されたピクトグラムの理解度を評価する「理解度試験」と、図記号を縮小した際の見えやすさ、確認しやすさを評価する「視認性試験」の二本立てとなっています。この方法に則り、2009年6~7月の間に第一回目の試験を実施しました。しかしこの時の試験結果では、候補となっていた3つのデザイン案に対する評価が思わしくなく、「そのまま問題なく使用可能」という基準には到達しませんでした。この結果を踏まえ、再度問題点を検証し、さらなる改良を加えたデザインを作成。そして同年8~9月にかけて同様の JIS 試験を実施。その結果、最終的に3点すべてのピクトグラムデザイン案が、合格基準となる点数評価を得るに至りました。(図4)(図5)

消費者用警告図記号一理解度・視認性試験 評価結果																																											
JIS 消費者用警告図記号一試験の手順 第10版 国際ユニヴァーサルデザイン協議会 食のUDプロジェクト (2009.10.1)																																											
No. 01																																											
【理解度】 82.5点 【視認性】 84.8点																																											
【理解度試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>80</td><td>85</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> </tbody> </table> 【視認性試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>80</td><td>85</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>80</td><td>82.5</td></tr> </tbody> </table>				性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	80	82.5	31~50歳	80	85	82.5	51歳以上	85	80	82.5	合計	85	80	82.5	性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	80	82.5	31~50歳	80	85	82.5	51歳以上	85	80	82.5	合計	85	80	82.5
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	80	82.5																																								
31~50歳	80	85	82.5																																								
51歳以上	85	80	82.5																																								
合計	85	80	82.5																																								
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	80	82.5																																								
31~50歳	80	85	82.5																																								
51歳以上	85	80	82.5																																								
合計	85	80	82.5																																								
No. 02																																											
【理解度】 86.3点 【視認性】 87.5点																																											
【理解度試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>87</td><td>85</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> </tbody> </table> 【視認性試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>87</td><td>85</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>87</td><td>86.3</td></tr> </tbody> </table>				性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	87	86.3	31~50歳	87	85	86.3	51歳以上	85	87	86.3	合計	85	87	86.3	性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	87	86.3	31~50歳	87	85	86.3	51歳以上	85	87	86.3	合計	85	87	86.3
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	87	86.3																																								
31~50歳	87	85	86.3																																								
51歳以上	85	87	86.3																																								
合計	85	87	86.3																																								
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	87	86.3																																								
31~50歳	87	85	86.3																																								
51歳以上	85	87	86.3																																								
合計	85	87	86.3																																								
No. 03																																											
【理解度】 86.5点 【視認性】 86.8点																																											
【理解度試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>87</td><td>85</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> </tbody> </table> 【視認性試験結果】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th><th>女性</th><th>男性</th><th>合計</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15~30歳</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>31~50歳</td><td>87</td><td>85</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>51歳以上</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>85</td><td>87</td><td>86.5</td></tr> </tbody> </table>				性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	87	86.5	31~50歳	87	85	86.5	51歳以上	85	87	86.5	合計	85	87	86.5	性別	女性	男性	合計	15~30歳	85	87	86.5	31~50歳	87	85	86.5	51歳以上	85	87	86.5	合計	85	87	86.5
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	87	86.5																																								
31~50歳	87	85	86.5																																								
51歳以上	85	87	86.5																																								
合計	85	87	86.5																																								
性別	女性	男性	合計																																								
15~30歳	85	87	86.5																																								
31~50歳	87	85	86.5																																								
51歳以上	85	87	86.5																																								
合計	85	87	86.5																																								



食のUDプロジェクト

IAUD 国際ユニヴァーサルデザイン協議会
International Association for Universal Design

図4 消費者用警告図記号試験結果

図5 やけど注意/蒸気注意図記号

5. 新ピクトグラム、製品パッケージへの展開

「やけど注意」ピクトグラムに関する「食のUDプロジェクト」の活動に、大手食品メーカーの「キューピー(本社:東京都渋谷区)」が賛同。同プロジェクトに参加し、共に「食のUD」に対する取り組みを進めて行く事となりました。そして同社の製品パッケージに早速新しいピクトグラムを採用する運びとなり、プロジェクトテーマとして進めてきた「やけど注意」ピクトグラムの採用第一号となりました。(2010年4月、国際ユニヴァーサルデザイン協議会から正式にニュースリリース。食品業界以外からも複数の問合せを受けています。)



やけど注意



やけど注意



蒸気注意

●レトルト食品パッケージへのピクトグラム採用の経緯（キューピー株式会社）

パッケージには各カテゴリーごとに記載内容が定められ、商品情報、使用方法、注意喚起表記等、限られたスペースの中に数多くの情報が盛り込まれています。またその情報の中には「消費者にとって必要な情報」と「メーカーが消費者に伝えたい情報」があります。その数多くの情報を「よりわかりやすく」「見やすく」「明確」にすることを常に心がけてパッケージ表示を作成しています。「よりわかりやすく」を意識していてもユニヴァーサルデザインには完成型がないために、継続して改善していくことが、よりよいパッケージづくりに繋がっていきます。

注意を促す表示はさまざまで、「文章」で記載しているものやピクトグラム（絵文字）で記載しているものがあり、中でもピクトグラム（絵文字）は数多くのデザインが存在しています。「やけど注意」を示すピクトグラム（絵文字）だけを見ても、多数のデザインがあり、業界団体が定めているものや、独自で作成しているものがあり、メーカーごと、カテゴリーごと、商品ごとに異なる表示をしています。実際には文章で記載しているものも多く、その中でも使用している『やけど注意』マークは、キューピー独自に作成したものを採用しており、シリーズや商品ごとに異なる状況でした。そして混在するマークをそろえていくことこそが難しい状況でした。



▲ヤケドに注意！

※「やけど注意」を示すマーク（キューピー）

注意を促す表示は重要度の高いものが多く、直感的に認識できることが一番大切です。表示をそろえていく動きの中で、今回のIAUDの取組みである「やけど注意」のピクトグラムの存在を知り、すぐに採用していくことを検討しました。「やけど注意」のピクトグラムの認識度調査を見てもわかるように、ピクトグラムはすぐそばに記載されている文字情報があって始めて認識されているということを知りました。「やけど注意」は重要度の高い項目であり、数多くの食品に使われています。現在は多数のマークがありますが、「共通認識」となるマークが使われれば、消費者によりわかりやすい表示となります。そこで第三者が作成したものであれば、採用しやすくまたそれが広く普及することでマークとして認識が広がればと思います。このマークがスタンダード化（さまざまなメーカーが同じマークを使用）することで、「やけど注意マーク」であるという認識がより高まり、消費者にとって共通認識として捉えられるようになれば、文字情報がなくても、誰もが「やけど注意」として認識できるようになれば良いと思います。

●採用商品

【キューピーレンジクック】（レンジ対応商品）



【キューピー やさしい献立】



6. より広い分野、業界への普及を

電子レンジやガスコンロで飲食物を加熱する際の突沸事故や、湯たんぽなどの低温やけどの事例が少し前の新聞で報道されていました。生活者に「やけどの注意喚起」表示をわかりやすいデザインで伝える事は、すべての方をやけどのリスクから避けるための有効な手段です。今回のピクトグラムは、食品の容器包装を中心にその普及、認知度の向上を進めていきますが、例えば加熱調理を行うための「家電製品」や、やけどの危険性がある「工業製品」など、食品パッケージに留まらず、より広い業界で使用され、より多くの人に認知されていく事が、社会や生活者の本当の利益につながると考えています。「やけど」の注意喚起が必要なすべての製品の共通表示となることを目標に、この表示におけるユニバーサルデザインの取組み、普及活動をさらに進めていきたいと考えています。

世界の UD 動向

パーソナルモビリティ*の可能性

～「HEALTH&REHAB」と「The Mobility Roadshow」の視察を通じて～

株式会社グラディエ
代表取締役 磯村 歩



* 1～2人乗りの移動機器。一般にはセグウェイなど動力を有するものを指すが、本稿では車いす、電動車いす、電動三・四輪車、自転車、車いす乗降用自家用車等々の総称として使用する。

1. はじめに

現在、私は欧州におけるユニヴァーサルデザイン等の研究のためデンマークに滞在している。先日、福祉関連用具の展示会である「HEALTH&REHAB」（デンマーク）、「The Mobility Roadshow」（イギリス）を視察したが、パーソナルモビリティの充実に大きな感銘を受けた。本稿ではこの2つの展示会におけるパーソナルモビリティと、デンマークでの日々の生活における印象も含めてご紹介したい。最後にこれらを踏まえ、今後の日本のユニヴァーサルデザインの可能性についても考察してみたい。

2. 「HEALTH&REHAB」と「The Mobility Road Show」の概略

福祉関連用具では北欧最大といわれる「HEALTH&REHAB」は、展示ブース、入場者数共に日本の「国際福祉機器展H.C.R.」の1/2程度の規模だ。但し情報保障などのIT関連は対象外となっている。会場は「COP15」が開催された「BellaCenter」で、コペンハーゲン中央駅から電車で30分程の新興住宅地にある。エントランス前には風力発電の原寸大の翼が展示されるなど環境立国を誇示する。会場内は緑化と採光が十分に取り入れられた心地よい空間だ。

ロンドンから電車で1時間程にあるPeterborough近郊で開催された「The Mobility Roadshow」は、車いす使用者、高齢者などに向けたパーソナルモビリティに限定した展示会だ。展示スペースは屋内外含め「東京ビックサイト」の西展示棟程度の規模だ。なお屋外では来場者が実際に展示品に試乗でき、且つ障がい者に向けた各種レジャーも体験出来るようになっている。

3. 用途開拓が進むパーソナルモビリティ

ここからは展示品をカテゴリー毎にご紹介する。まずはアウトドア仕様について、雨天などの天候に対応したもの、安定した長距離走行、より過酷なアウトドアスポーツを志向したもの、自動車への可搬性を考慮したものなど幅広い展開をみせていた。

電動三輪車・四輪車はより日常生活のニーズに対応したものが多い。自動車さながらに快適な室内空間を装備したもの、レインフードなどによる雨天対応、友人宅、旅行先に車で持って行けるようにコンパクト化が図られたもの、更には専用スーツケースの中に収まるものなどがみられた。



車いすはよりユーザーの趣味志向に応えるものが提案されている。グリップ性の高いタイヤを履き荒地での走破性を図ったもの、車体後部に車輪を配し山場など傾斜面での安定性を狙ったもの、幅広のタイヤを取り付け砂場での走破性を図ったもの、更には変速機、ドラムブレーキなどマウンテンバイクさながらの装備を有するものなどがみられた。そしてピンク、グリーンなど彩度の高いボディカラーと各種アルミパーツの材質感によって、いずれもスポーティーで魅力的なモデルとなっていた。



更には特定のスポーツ用途に向け、ダンス用には軽量化等により操舵性を高めたもの、バスケットボール用には衝突時の安定性向上のため車輪をハの字型に配したもの、フットボール用にはボールを蹴るためのガードを装備したものなどがあった。



特にユニークなものとしては、ゴルフ用の電動車いすだ、移動する時は座位ポジションだが、ショットを打つ時は立位ポジションに変えられるものだ。当然、グリーン内の芝生やバンカーでも走破可能のようにグリップ性の高いタイヤが装備されている。そして、ニーズ探索中ということだったが、車いす用のキャタピラアダプターが展示されていた。車いすのまま乗降し、キャタピラーで移動する。沼地などの悪路での走破性向上を狙ったものだ。



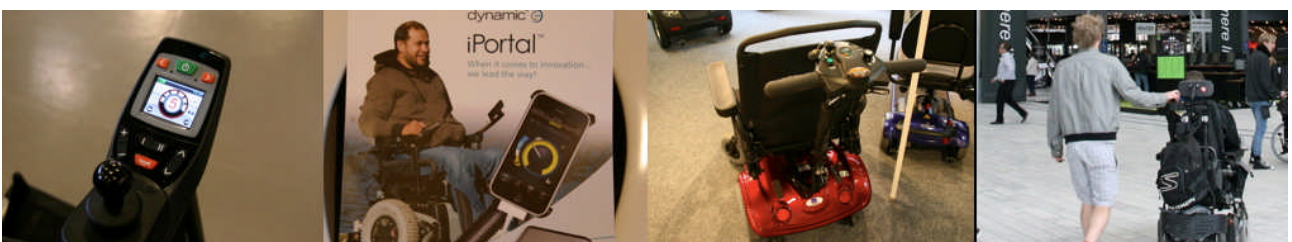
歩行補助車においても、可搬性を考慮し畳めるもの、ビーチなどでタイヤが埋もれないように、タイヤを二重に装備するなどの配慮が見られた。日本製品は高齢者ユーザーの嗜好を意識してかベージュ色やグレー色のものが多いように思うが、こちらは黒とシルバーを基調としたスポーティーなスタイルが多い。中には目障りな金属フレームをうまくカバーリングし、外観の美しさを商品の特徴として強く打ち出しているものもあった。



さて、今度は高機能化と操作性向上という点で見てみよう。車いすにおいては、アシスト機能の充実が一つの傾向だ。車軸を電動でアシストするもの、車いす底部の小型駆動部（着脱可能）でアシストするもの、“タイヤを回す”のではなく“レバーを動かして”移動するものなど様々な提案がされていた。また欧州における肥満人口を反映してか、肥満対応の幅広バージョンもあった。



電動車いすは液晶表示による操作感の向上を狙ったもの、iPhone、iPodtouchと接続し走行状況をナビゲートするもの（iPortal）、また介助者専用のハンドルを本体後側に装備するなどの工夫がみられた。デンマークではパーソナルアシスタント制度という障がい者がヘルパーを雇用出来る仕組みがある。こちらではヘルパーの付き添いを得ながら街を散策する電動車いすユーザーをよくみかけるが、こうした背景がそこにはある。



食事用ロボットアームを装着した電動車いすの試作モデルを展示し、車いすユーザー自身で生活出来るシステムを模索するところもあった。会場には多くの電動車いす、電動三輪車・四輪車ユー

ザーが来場していたが、杖の固定治具を後部に装備するもの、前面にナビゲーションを装備するもの、太陽電池を装備するものなどユーザー自身による様々な工夫がみられた。特に電動のパーソナルモビリティにおける外出先での電池切れは、誰しも避けたいものだろう。太陽電池のような自家発電と共にどこでも充電できるインフラの普及も期待したいところだ。



電動車いすの最新モデルは一般のモーターサイクルデザインに近い、よりスポーティーで高級感のある外観デザインが施されている。またフレームなど金属部分の露出を樹脂カバーで丁寧に覆うなど細かな配慮が行き届いているのが分かる。



自動車に関しては車いす、電動車いす、電動四輪車・三輪車の乗降性に様々な工夫が見られた。車いすの収納に関しては、天井のカーゴに収納するものに加え、トランク部から運転席近傍までリフトアームが届き、そのままトランクに収納出来るものなどあった。また着脱可能な助手席に車輪を装着して車いすにするなどのユニークな取り組みもあった。車いす及び電動車いすのまま乗降できるタイプは、自動車後部からそのまま運転席や助手席までエントリーできるものが主流だったが、最も印象的だったのは、助手席側から電動車いすのまま乗車できるものだ。乗降は30秒程度で完了する。前述の自動車後部からエントリーするものは、乗降のたびに荷物を除けなければならないが、これならばその必要がない。



さて次は、“二人で楽しめる”という視点でご紹介する。デンマークは自転車大国としても有名だが、子供と大人、または車いすユーザーと介助者が一緒に乗れるなどユニークな自転車が数多く

展示されていた。前輪に子供用シートが装備されているもの、車いすに乗ったまま自転車の前輪側に乗るもの、二人が横に並んで“足で漕ぐもの”や“手で漕ぐもの（ハンドサイクリング）”などがあった。その多くは電動アシストを装備し、大きな負荷なく楽しめるように配慮されている。



ハンドサイクリングの自転車においては、スポーツ用モデルも展示されていた。ロードレーサータイプ、マウンテンバイクタイプ、そして会場には簡易シミュレーションによるアトラクションも提供されていた。



両展示会は体験コーナーも充実していた。車いす、もしくは電動車いすでタイムを競う障害物レース、上肢だけを使って登るクライミング、バイクのようにハンドルで運転出来るゴーカート、そしてダンス、ホッケー、アーチェリーなどがあった。また体験はできないものの車いすユーザーに向けた射撃クラブ、小型軽飛行機クラブ（Aerobility）などの紹介もあった。リフト付キャンピングカー、医療支援が付帯したリフト付大型バス旅行サービスなどアクティビティを広げる幅広い用具とソリューション提案もされていた。以上、パーソナルモビリティにおける幅広い用途提案を感じていただけたと思う。



4. パーソナルモビリティ普及の背景



デンマークの街では電動三輪車・四輪車をよくみかける。前述の展示会の説明員によれば、コムーネ（日本の市に相当する）によって支給基準は異なるものの、電動三輪車・四輪車を希望する高齢者は購入代金の50%もの補助を受けられるという。因に数年前までは全額補助であった。また松葉杖で歩行可能な障がい者も、行動範囲に制限があるとして電動三輪車・四輪車を支給されるケースも多い。こうした制度上の恩恵が普及を後押ししていると考えられる。

イギリスでは「ショップモビリティ」という街の活性化活動が普及しているという。ボランティア団体などが高齢者に電動三輪車・四輪車を貸し出し、近隣商店での購入機会を増やそうというものだ。日本でも数年前から取り組みがなされているようだが、移動機器に対する抵抗感などから普及が進まないという。

そもそも福祉用具に対する価値観が、欧州と日本のそれとは異なるのではないかと感じている。私が留学していたエグモントホイスコーレン（デンマーク）では、障がいをもった多くの学生が松葉杖、車いす、電動三輪車・四輪車をシーンに応じて使い分けていた。またデンマークでは、労働基準法の規定により介助者は介助サービス利用者を担いではいけないことになっている。介助者の腰への負担に配慮したものだが、代わりに移動式リフトが日常的に活用されている。日本のある介護福祉士は「こうした用具があるのは分かっているが、使うと時間がかかるので、つい自分で担いでしまう」ともらす。生活シーンによって用具を使い分ける習慣に加え、こうした労働者を保護する法的拘束力も相まって、デンマークでは福祉用具を積極的に利用する。こうしたことも普及の一つの背景であろう。

5. 今後の日本における課題

最後に三点ほど提言をしたい。一点目は福祉用具の外観デザインについてである。本稿でご紹介した展示品は、非常に魅力的なものばかりであった。そして、きっとそれを使うユーザーも、かつこうよく見えるはずだと想像するのである。こうしたことが福祉に対する同情的観念を改めさせ、同じ目線に立った相互理解の一助になると考える。ユニヴァーサルデザインは、様々な特性の方々が分け隔てなく使用できることを志向し、且つより美しく魅力的であることを目指している。同様に、特定のユーザーが使用する福祉用具においても、美しく魅力的であって欲しいと思うのである。

二点目は前述の「ショップモビリティ」という観点で、高齢者福祉と産業発展における大きな可能性についてである。日本における超高齢化社会における一つの大きな課題は、孤独死など高齢者の社会的繋がり喪失である。もしパーソナルモビリティが広く普及すれば、高齢者の外出機会が増え、周辺住民との接点が生まれるだろう。そして行動範囲が広がった高齢者は、近隣商店の新たな顧客となり、街の活性化にも繋がる。日本の「ショップモビリティ」における先行事例は必ずしも良好な成果をあげているわけではないようだが、改めてパーソナルモビリティの商品力向上と公共交通の整備を官民一体となって取り組むべきだと考える。また近年、日本の自動車メーカーは自動車に変わる新たな商材を模索している。パーソナルモビリティの市場拡大は、彼らにとっても大きなビジネスチャンスとなりうるはずである。

三点目はサスティナビリティにも繋がる可能性についてである。デンマークでは主要道路のほとんどに自転車専用道路が整備され、且つ自転車のまま電車に乗れるなど、自転車の公共交通におけるアクセシビリティが非常に高い。これが結果として乳母車、歩行補助器、車いす、電動車いす、電動三輪車・四輪車など全ての移動機器に対するアクセシビリティの向上に繋がっている。このようにパーソナルモビリティを公共交通の基本インフラとして整備を進めれば、より多くのユーザーを受け入れることになるはずである。更にそれは、内燃機関を有する移動機器に代わり、エコフレンドリーな交通手段の普及促進にも繋がる。ユニヴァーサルデザインの追求によりユーザーの選択肢が増えることは、結果としてサスティナブルな移動機器と手段も包含するという一挙両得の可能性があると考えるのである。



最後に一つお知らせをしたい。私は「第三回国際ユニヴァーサルデザイン会議」にて、デンマークのユニヴァーサルデザインとサスティナブルデザインをテーマに特別セッションをもつ予定である。デンマークは「ノーマライゼーション」「COP15の開催国」「世界一幸せな国（イギリスのLeicester大学の調査）」など話題に上ることも多いように思う。同セッションでは私の滞在の実感に加え、デンマークからも講演者を招聘し、デンマークの実状をご紹介します。それを通じて、日本のユニヴァーサルデザインの未来を皆さんと一緒に考えたいと思っている。

■関連及び参考資料

福祉用具か、補助用具か（イソムラ式）

<http://isoamu.exblog.jp/13683287/>

福祉用具の定義（イソムラ式）

<http://isoamu.exblog.jp/13608294/>

Accessible to Enjoyable（イソムラ式）

<http://isoamu.exblog.jp/14114913/>

「HEALTH&REHAB」

<http://health-rehab.com/Forside.1016.aspx>

「The Mobility Roadshow」

<http://www.mobilityroadshow.co.uk/>

ショップモビリティ（Shopmobility）

<http://tanfu.fhw.oka-pu.ac.jp/topics/topic003.html>

電動三輪車四輪者 使い方手引き 財団法人テクノエイド協会発行

<http://www.techno-aids.or.jp/vol13.pdf>

介護保険給付福祉用具情報 財団法人テクノエイド協会

<http://www.techno-aids.or.jp/kaigo/kokuji.shtml>

日常生活用具給付等事業の概要 厚生労働省

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/shougaihoken/yogu/seikatsu.html>

介護・高齢者福祉 〜明るい高齢社会の実現に向けて〜

<http://www.mhlw.go.jp/topics/kaigo/>

【UD2010 ウォッチング】

●UD2010 実行委員会が浜松で開催されました！

国際 UD 会議 2010 第 22 回実行委員会が 8 月 26 日(木)、会場となるアクトシティ浜松で開催されました。委員会の前後には実際に使用する大ホールや会議室、展示ホールの見学も行われ、いよいよ 2 か月後に迫った会議開催に向けて、進捗状況の確認と課題の検討が行われました。



●浜松駅から会場までの誘導ルートについて実証作業を実施

地元委員会（浜松ほっとコーナー実行委員会）の「もてなし部会」メンバーが中心となり、浜松駅の新幹線改札口から会場のアクトシティ浜松までの誘導ルートの確認作業を行いました。

地元委員会からは河原林会長をはじめ、もてなし部会長の NPO 福祉のまちづくり市民ネットワークの内田専務理事など 5 名のメンバーと事務局、IAUD からは川原専務理事と理事数名、川原事務局長が加わり実施されました。新幹線改札口からスタートし車いす動線を含め、実際の誘導ルートを歩いてみて自らの目と足で体験し、誘導サインやルートの検証を行いました。具体的なサイン計画や運営に反映される予定です。



【編集後記】○ある缶コーヒーのテレビCM。「直接会った方がいいに決まってるだろう。」と言って外出の準備をする上司に対して、「メールの方がいいと思います。正確だし、資料も送れますし。」と答える部下。何か違うなという表情をしながら上司はその場を離れて、とある場所で缶コーヒーを飲む。するとそこへ部下が現れ、「済みません。やっぱり、会いに来てほしいって」と報告し、2人して出かけるところでCMが終わる。メールを駆使する若者と、それに「しっくり」こない年長者の対比が面白いし、コミュニケーションの重要性を思い起こさせてくれる。メールは便利ではあるが、情報発信者の熱意や人となりは伝わらない。また受け手が情報に接した時の表情の変化や眼の動き、息づかいなども見えず、相手の真意を確かめにくい。直接会って伝えるのが良いことは分かっているが、時間とお金がかかりすぎるし、全てという訳にはいかない。そこで便利で簡単なメールが主な情報伝達手段となってきた。でも頼りすぎていないだろうか。メールは非常に便利なコミュニケーション手段だということに、異論をはさむ人はいないだろう。しかし、「一方的な伝達手段」「ホンネで話し合う場面の減少」「送っただけで報告したと思ひ込み」「『言った』『聞いていない』の行き違いが発生」「多すぎて軽重が区別不能」といったような弊害があることが指摘されている。コミュニケーションとは、双方向の言葉のやりとりであり、分かり合おうとするプロセスでもある。メールだけでは十分なコミュニケーションをとることが難しい面があるのだから、電話で連絡するなど、「ひと手間の工夫」が必要ではないだろうか。(矢辺)

○足首を軽く剥離骨折し初めて松葉杖を使いましたが、いくつかユーザーとして気づきがあったので紹介します。少し驚いたのは松葉杖も慣れると意外にスピードが出るということです。腋の下から足先までの長さがストライドになり、特に私のような典型的な古い日本人体形(要は短足)からすると極端に大股で歩く感じです。しかし、調子に乗ってビュンビュンとばしていると腕の疲れが尋常ではないので要注意です。次に気づいたのは意外に幅をとること。使い始めた翌日、新幹線で出張することになったのですが、ややハの字に開くと安定するので、先端を肩幅の倍くらいに開くことになり、新幹線の通路でも狭い感じがしました。そういえば車いすに対する通路幅はガイドラインなどでよく目にしますが、松葉杖に関してはあまり見かけない気がします。また、松葉杖の効用については不謹慎ですが周りがとても親切にしてくれるということがあります。電車で席を譲られるほか、新幹線のトイレでは近くにいた車内販売の女性がドアを開けてくれたりしました。ケガは軽傷だったのと腋の下が暑さと筋肉痛で辛くなったので2週間ほどで使うのをやめました。松葉杖もグリップ形状やサイズ調整など道具としての使い勝手という点では、デザインが入り込む余地がまだまだあるなと感じました。(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.6

2010 年9月13 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