

IAUD Newsletter vol.5 第15号 (2012年12月号) 目次

1. IAUD アワード 2012 受賞紹介② 事業戦略部門金賞受賞・・・1
2. 手話用語 SWG 活動発足&第1回定例会開催報告・・・6
3. 「第1回 IAUD アンケート調査」へのご協力のお祝い・・・8
4. IAUD 定例セミナー開催のお知らせ・・・9
5. スペイン UD 通信・・・9
6. IAUD 2013年1月の予定・・・10



特集：IAUD アワード 2012 受賞紹介②

事業戦略部門 金賞受賞：

ソーシャルインクルージョンを目指した花王の取り組み

「IAUD アワード 2012」受賞紹介の2回目は、事業戦略部門金賞を受賞した「ソーシャルインクルージョンを目指した花王の取り組み」です。審査委員長のロジャー・コールマン英国王立芸術大学院名誉教授は、「大企業による UD への長期的取り組みの素晴らしい例であり、消費財を製造する企業の優れたモデルである。本当の意味でのインクルーシヴデザインの改革を通して、花王は障がいをもつ人や高齢者の生活を優しく安全なものとすると同時に、全てのユーザーに恩恵をもたらすことに成功した」と評価しています。この取り組みを、花王㈱ユニバーサルデザイン推進プロジェクト様にご紹介させていただきます。

花王の歴史と UD



花王の歴史は 1890 年に化粧石鹸を「花王石鹸」という名前で発売したことに始まります。当時、国産の石鹸は皮膚を傷めるような粗悪なものが多かった所に、「顔も洗える」高品質な国産石鹸であるという意味を込めて「花王石鹸」と命名されました。これが今の花王の社名の起源です。花王は、「だれも」が「ふつう」に「安心して」使えるもの。お使いいただくことに、喜びや満足を感じていただけるもの。その実現のために、お客さまからご意見をいただきながら、常に工夫を重ね続けてきました。

その後も 1960 年に日本発の液体シャンプーを発売。1978 年の生理用ナプキン「ロリエ」、1983 年のベビー用おむつ「メリーズ」では、自社で開発した高分子吸水ポリマーを応用して、うすくて吸水性が高く、液もどりせずに使用感のよいものを開発し、女性の社会進出や育児負担の軽減に貢献してきました。

1980年代後半に、UDの概念がロナルドメイス氏によって提唱されますが、その頃花王ではシャンプーボトルの刻みに取り組んでいます。

花王の消費者相談窓口に寄せられたお客さまの声の中に、「シャンプーとリンスが同じ形の容器なので間違えてしまう」「目が不自由なので容器に工夫をしてほしい」という声が少数ですがありました。改めて調査してみると、視覚障がいの方だけでなく、非常に多くの方が、シャンプーとリンスを間違えていることがわかりました。そこで、視覚障がいの方にご協力いただいて、様々な識別の方法を検討し、ボトルの側面に「刻み」を入れる現在の形になりました。



あらたな指針でソーシャルインクルージョンをめざす 人にやさしいモノづくり

日本の65歳以上の方が人口に占める割合は23%を超え、今後もこの割合は増加していくことを受け、2011年に『花王ユニバーサルデザイン指針』を策定いたしました。指針は「わかりやすさ」「使いやすさ」「安全」に配慮する『人にやさしいモノづくり』を基本としています。商品情報を知る、購入する、持ち運ぶ、使う、保管する、廃棄するといった製品のライフサイクルの中でこれらの配慮が実践されていることが大切です。

人にやさしいモノづくり
 多様なお客様に、ふつうにわかりやすく、ふつうに使いやすく
 安心して使って頂けることを目指します。

User-friendly products
 We strive to deliver "user-friendly products" by focusing on
 "accessibility," "safety" and "usability".

Accessibility
接しやすさ

Safety
安全

Usability
使いやすさ

見やすいカテゴリー表示 かびとり剤の安全ロック 使いやすい詰め替え容器

うれしいをかたちにするモノづくり

2番目は、『うれしいをかたちにするモノづくり』です。毎日お使いいただく製品に、ふと感じていた不便さが改善されるとうれしいものです。このうれしさが愛着を生んで、その製品を永く使い続けていただくことにつながります。我々の活動は製品の欠陥を直していくのではなく、お客さまのうれしいを作っていく活動であると位置付けています。

「うれしい」をかたちにするモノづくり

毎日お使いいただく製品だからこそ、使うことの先にある“うれしさ”や“感動”を創りだしていくことに努めてまいります。

Creating joy through products

We strive to create products
that bring joy to people in their daily lives.

人や社会とつながるモノづくり

3番目は、年齢・性別・国籍、身体の状態などの多様性に配慮し、お客さまと製品の関係性だけでなく、人と人、人と社会の関係性の中に価値を広げていく『人や社会とつながるモノづくり』です。

現在テレビCMの字幕化に取り組んでいますが、これは聴覚に障がいを持たれている方に、製品の情報を伝えるというだけではありません。CMの内容が伝わることは家族や友人との話材を提供することでもありますし、ご高齢の方で聞こえにくい方や、小さなお子さんがいて音声を大きく出来ない方、公共施設など、様々な生活環境において必要とされるサービスです。このように製品やサービスの価値を通して、より多くの人々に生活の豊かさを実感していただく『Social inclusion』を目指しています。

人や社会とつながるモノづくり

豊かな生活体験を提供していくことで、人と製品の関係性の中だけでなく、人と人、人と社会の関係性の中に価値を広げてまいります。

Social inclusion

By giving due consideration to diversity and
diverse relationships as we influence lifestyles,
we aim to contribute to the promotion of social inclusion.



字幕CM放送による情報格差の是正

ひとつひとつの商品に込められたさまざまな配慮

製品やサービスの事例をいくつかご紹介します。

■画期的なフロア用掃除用具「クイックルワイパー」



「クイックルワイパー」は 1994 年に発売された床用のお掃除ワイパーです。一般的な掃除機の 10 分の 1 以下の軽さで、掃除機並みの髪の毛やホコリなどのダスト捕集力があり、掃除機が入らない狭いすき間や、壁、天井も楽にお掃除ができ、軽くて操作性がよいことから多くのお客さまにご愛用頂いております。



息子さん夫婦と同居し始めたご高齢の方からは、同居しはじめた当初は家事に参加できなかったが、この製品を使って掃除をすることで家族から喜ばれる役割ができたというお手紙をいただきました。お年寄りや、小さな子ども、車いすの方、家事の苦手なおとうさん、家族の誰もが手軽にいつでもお掃除ができます。日本では 70%の方が一度は使ったことがあるという日本の掃除習慣を変えた商品となりました。

■節水・超コンパクト衣料用洗剤「アタック Neo」



1kg



400g

次は 2009 年に発売された超コンパクトの液体衣料用洗剤「アタック Neo」です。

衣類に残りにくい洗浄成分を開発し、通常 2 回行っていたすすぎを 1 回で済むようにしたものです。全自動洗濯機の標準的な洗濯条件で洗濯 1 回あたり水約 28 リットルの節約、洗濯時間も 10 分短縮できます。

また洗浄成分を高濃度化することにより、従来 1kg だったものを、使用回数は同じで 400g まで軽量化しています。お買物の時の持ち運びや計量が楽にできるようになりました。

実際にお客さまからは、「毎日のお洗濯で節約ができる」「置き場所を取らないし買い物も楽」といったご意見や、共働きの方や小さなお子さんがいらっしゃるご家庭からは「朝

や夜の忙しいときも洗濯時間が短くなって助かる」といったご意見が多数寄せられました。

この洗濯時間の短縮と節水は、さまざまな状況のあらゆる人に貢献します。水が配給となり、洗濯機の台数も限られている東日本大震災後の避難所でも役に立ったとのお声をいただきました。

多様性に配慮した情報の発信 テレビ CM の字幕化による情報格差の是正

3 つ目は、2011 年から取り組んでいるテレビ CM にも字幕をつけようという活動です。きっかけは社内で行なった UD セミナーでした。セミナーの講演で、ご自身も聴覚障がいをお持ちの講師の方が、是非 CM にも字幕をつけて欲しいということを訴えかけられました。

字幕をつける意義

- 広告を知ることによる情報伝達以上の「価値」の提供
買い物する「楽しみ」が増える。
家族や友人との「話材」が増える。
「流行」がわかる。CM そのもの楽しい。
- 字幕が有効なさまざまな状況
待合室や交通機関内、深夜など
音声を消した状態での視聴。
屋外や店舗内など、騒がしい環境での視聴。



高齢化が進む日本の難聴者人口は約 2,000 万人^{*1}いるといわれています。これは人口の 15.4%にも相当します。※1：2003 年日本補聴器工業会調べ。

テレビ放送のデジタル化により、番組での字幕表示が普及してきましたが、放送全体の 18%を占めるテレビ CM には字幕がありません。前述しましたように、字幕をつけることは単に広告内容の情報伝達以上の価値があり、字幕が必要とされる多くの環境が存在しています。

テレビ CM の字幕化の実現には、さまざまな技術的課題があります。1 行の文字数、文字のサイズ、色、フォント、短い CM 時間に字幕を入れるタイミング、長さなど字幕製

作上の技術的な制約を踏まえた上で、読み手側にとって読みやすく、理解しやすい字幕表現を構築していくことが要求されます。さらに各放送局個別の装置的な課題の確認など、解決には放送局と広告主が協力して、トライアルを積み重ねる必要があります。社内で検討を重ね、聴覚障がいのある方やご高齢で聞こえ難い方、また UD に詳しい専門家の方に実際に見ていただき、ご意見を頂きながら字幕の研究を進めました。



高齢者との意見交換会

花王は、すでに 150 本以上の CM を字幕化し、トライアル放送も実施してノウハウを蓄積しています。(第 1 次：2011 年 8 月～9 月／フジテレビ系列、第 2 次：2012 年 1 月～4 月／TBS テレビ系列、第 3 次：2012 年 10 月～／フジテレビ系列・TBS 系列・テレビ東京)

また、花王 Web サイト「花王 CM チャンネル」でも字幕 CM を公開しています。今回の「第 4 回国際 UD 会議 2012 in 福岡」において、テレビ CM の字幕化の取り組みについてご紹介させていただきました。今後も、活動内容を発信し社会的関心を高めていくこと、また複数の企業との研究情報の共有やトライアル放送を実施するなど、字幕 CM 本格放送の早期実現に向けた活動を継続していきます。(了)

※「IAUD アワード 2012」審査及び受賞理由は以下のサイトをご覧ください↓

<http://www.iaud.net/dayori-f/archives/1211/22-204500.php>

手話による情報発信の普及促進を目指して 手話用語 SWG 活動発足&第 1 回定例会開催報告

標準化研究 WG は、言葉や文化が異なる人々にもできるだけ分かりやすい手話の検討をしながら、手話提供の標準化を目標に社会への普及促進を進めていく新たな取り組みを開始するため、この度「手話用語サブワーキンググループ(SWG)」を発足し、第 1 回定例会を 11 月 30 日(金)に IAUD サロンで開催しました。当日の様子を、手話用語 SWG メンバーに報告していただきます。

当事者など 8 名が参加



2012 年 4 月より発足準備を進め、10 月より「第 4 回国際 UD 会議 2012 in 福岡」や IAUD 公式サイトを通じて活動メンバーの募集を行ってまいりました手話用語 SWG は、第 1 回目の定例会を 11 月 30 日に開催しました。参加したメンバーは IT 機器やオフィス機器メーカーのデザイナーや教育担当者、NPO 法人の障がい当事者など 8 名で、内訳は聴覚障がい者が 4 名、聴者が 4 名です。

会議中のコミュニケーションは、江戸川手話通訳者協会による手話通訳を介して行われました。聴者の数名は以前から手話に興味があり、自ら覚えた手話で自己紹介をして下さいました。

初回の会合ということで、手話用語 SWG の活動目的やスケジュール案の紹介の後、参加メンバーで意見交換を行い、今後の具体的な活動検討をしました。

作り手には手話も提供してほしい

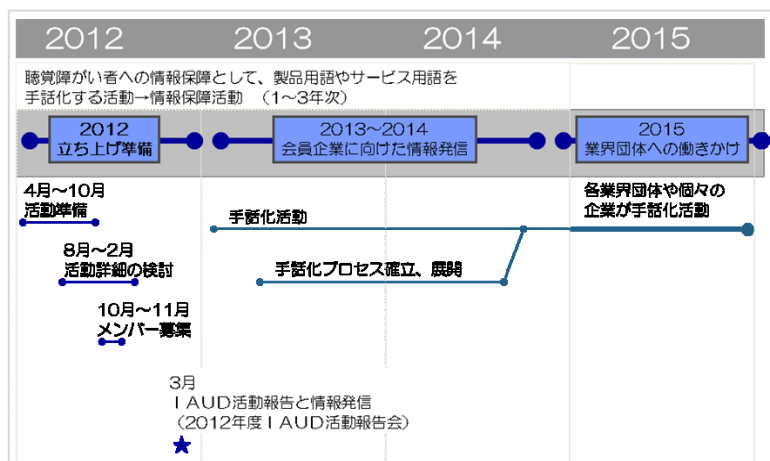
手話用語 SWG は、標準化研究 WG 内のサブワーキンググループとして、聴覚障がいにスポットをあてた研究や提言活動を計画しています。

聴覚障がい者が製品やサービスを利用する際に、用語や名称を手話で表現することができず、コミュニケーションに困っているという現実を知ってもらうことや、作り手が手話も含めた情報が提供できるよう、プロセスの構築や業界への普及促進活動に発展させていきたいと考えています。

■活動の目的

- ① 製造事業者が提供する製品の「機能用語」やサービス事業者が提供する「サービス名称」は、その言葉を表示する手話がなく、聴覚障がい者が困っているという現実を事業者に知ってもらう。
- ② 「新しい用語」と一緒に手話表現を生活者に提供するためのしくみを検討する。
- ③ 産業界全般に向けて情報発信し、手話提供を普及促進する。

■活動スケジュール



様々な課題が浮き彫りに

意見交換では、聴覚障がいのあるメンバーから、普段の日常生活に直結した様々な意見が出され、コミュニケーションの不便さを再認識するとともに、課題の多さをメンバーで共有することができました。

また、社員研修の場やお客様を対象とした製品の使い方教室などで、聴覚障がいの受講者に対して十分なフォローをすることができず困っている、という聴者側の悩みも出されました。

NPO 法人日本聴覚障害者コンピュータ協会でコンピュータ用語を手話化した経験をもつメンバーからは、「コンピュータ用語の手話」をまとめて小冊子を作成したものの、普及が課題であると挙げられ、全国の特別支援学校（ろう学校）に小冊子を配布することで生徒さん向けに専門用語の浸透を図った、という事例紹介がありました。

他にも手話を作成している団体がいくつか存在しており、手話普及のためにも、各団体

と情報共有していく必要があるとの意見もありました。

その他の意見（抜粋）

- ・ 東日本大震災では、避難情報を受け取れなかった聴覚障がいの方が亡くなられたとの話がある。震災関連の手話についてもしっかりと普及させていきたい。
- ・ 新しい手話を提供する際には、外国人も理解できるようなものにしたい。
- ・ 聴覚障がい者スポーツでは、どうやって試合中に作戦を伝えているのだろうか？
- ・ 携帯電話やスマートフォンの手話は少ないのでは？（例：「パケホーダイ」の手話表現は？）

今回の会議では、積極的な意見や課題提起が多数出され、有意義な会合の場となりました。次回の会議では、生活者視点でのリアルな課題を掘り起しながら手話用語 SWG 内の知見を高めていくとともに、次年度活動を具現化していく予定です。

手話用語 SWG 活動メンバー募集！

手話用語 SWG は、業種業態を問わず一緒に活動していただけるメンバーを随時募集しております。

手話に興味のある方、聴覚に障がいのある方、お客様との窓口業務に携わっている方等のご参加をお待ちしております。

ご参加いただける方は、IAUD 事務局までご連絡ください。

「第 1 回 IAUD アンケート調査」ご協力をお願い

IAUD はより充実した運営と活動のために、「第 1 回 IAUD アンケート調査」を 2013 年 1 月 14 日まで、IAUD 公式 HP 上で実施します。

このアンケート調査を通じて、UD の普及状況やそれに対するみなさまの要望を把握するとともに、現状の IAUD の活動に対する認知度や評価を確認させていただきます。調査結果を踏まえ、UD の更なる普及と実現に向けて、常に生活者視点に立った活動を推進して参ります。

アンケートの質問は UD や IAUD、プロフィールについてなど 15 項目で、所要時間は 5 分程度です。結果は 2013 年 3 月に IAUD ホームページで公表の予定です。

アンケートにご協力してくださる方は、以下のページからお願いいたします。

<http://www.iaud.net/udroom/archives/1212/10-000000.php>

IAUD 定例セミナー 開催のお知らせ

IAUD は 2013 年 1 月より、各省庁や自治体関係者を講師に、UD に関する政策や課題などについてお話いただくセミナーを、会員の皆様を対象に定期的で開催します。



第 1 回目を 2013 年 1 月 9 日（水）午後 2 時より、（株）リコー大森事業所本館ホール（東京都大田区）で開催します。今回は、内閣府大臣官房審議官の渋谷和久氏（写真左）、経済産業省商務情報政策局クリエイティブ産業課長の岸本道弘氏（写真右）を講師にお迎えし、それぞれ「人にやさしいまちづくり」「クール・ジャパン産業を海外へ」をテーマにお話ししていただきます。

開催の詳細及び参加ご希望の方は下記のページをご覧ください↓

<http://www.iaud.net/event/archives/1211/29-141609.php>



スペイン UD 通信

4. ピクトグラム

スペインの食品や日用品に掲載されているピクトグラムや便利な表示をご紹介します。



左のうさぎのマークは、動物実験をしていない商品を示すピクトグラム。シャンプーのボトルに掲載されていました。

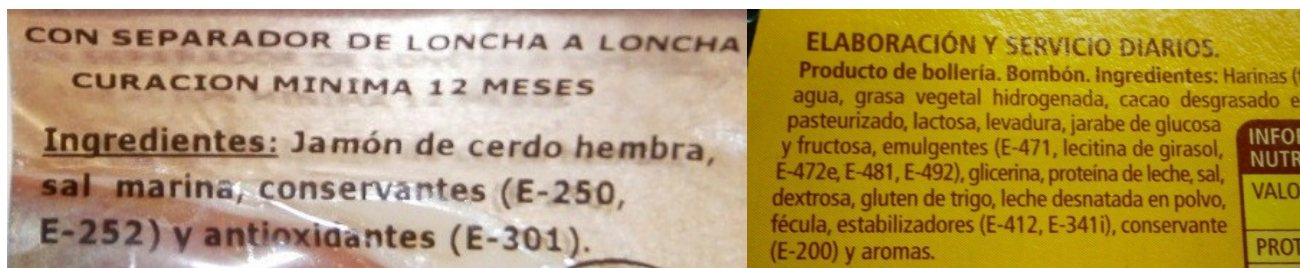
右の妊婦のマークは、妊娠中の女性が摂取してはいけないことを示すピクトグラム。スペインカタルーニャ地方の発砲ワイン「カヴァ」のボトルに表示されていました。



左はキッチンの油污れを落とす洗剤のボトルに表示されていたピクトグラム。かぶれや炎症を起こすことを示します。

中央は食器洗い洗剤のボトルに表示されていたピクトグラム。子供の手の届かないところに置くこと、目に入った場合は水で洗い流すこと、口にしてはいけないことを示しています。

右は防虫スプレー缶に掲載されていたピクトグラム。「環境に危険」と書かれています。



左はスペイン名物の生ハム、右は菓子パンのパッケージに掲載されていた原材料表示です。スペインで販売されている食品の原材料表示には、E-250やE-471などをよく目にします。これはE番号(E number)という、欧州連合内ですべての食品添加物に付与される分類番号です。E100番台は着色料、E200番台は防腐剤、E300番台は酸化防止剤およびpH調整剤、E400番台は増粘剤、安定剤、乳化剤などと分類されています。

各国で言語が違う欧州連合内では、添加物の単語を知らなくても、このE番号を見ただけで誰もが簡単に添加物が含まれていると理解できます。

買い物時には、必ずE番号があるかをチェック。これで無用な添加物摂取を避けることができ、大変便利です。(了)

IAUD 2013年1月の予定

- 9日(水) 14時～定例セミナー(株リコー大森事業所本館ホール)
- 10日(木) 14時半～メディアのUDPJ定例会(DNP市谷田町ビル)
- 11日(金) 10時～研究部会定例会(IAUDサロン)
- 15日(火) 15時～協同事業検討委員会会合(IAUDサロン)
- 17日(木) 13時～情報交流センター会合(IAUDサロン)
15時～運営企画会議会合(IAUDサロン)
- 18日(金) 13時～手話用語SWG
「医療機器における手話コミュニケーション」講演会(キヤノン(株)本社)
- 23日(水) 13時半～余暇のUDPJ定例会(DNP五反田ビル)
- 31日(木) 15時～理事会会合(積水ハウス(株)赤坂ガーデンシティ)

※IAUD事務局は12月27日(木)～1月6日(日)まで、IAUDサロンは12月26日(水)～1月6日(日)まで休業します。

次号は2013年1月発行予定

特集：新年特集 岡本議長インタビュー「2012年の振り返りと2013年の抱負」(予定)

無断転載禁止

IAUD 情報交流センター(IAUDサロン)：

〒104-0032 東京都中央区八丁堀 2-25-9 トヨタ八丁堀ビル 4階
電話：03-5541-5846 FAX：03-5541-5847 e-mail：salon@iaud.net