

インクル

第24号 2003(平成15)年5月25日

"Incl." by The Kyoyo-Hin Foundation
共生社会の実現を願う英称「インクル」。「包括的教育理念」を意味する英語「インクルージョン」から名付けました

目次 / Contents

共用品推進機構の平成15年度事業計画	2
新規に「不便さ定量調査」や「無線IC利用研究」(森川美和)	
速報・2001年度共用品市場規模調査	4
景気低迷を映し、微増に留まる 出荷金額は前年比0.2%増の2兆1972億円(凌 電也)	
キーワードで考える共用品講座 第23講	8
「共用品の弾性値」その2：伸びを評価する(後藤芳一)	
随想 私と共用品 第5回	9
“思い込み”で広げよう、共用品の輪！(望月庸光)	
欧州規格作成機関ダブリン会議報告	10
「ISO/IECガイド71」の普及に確かな道筋(星川安之)	
この業界・この団体(財)高齢者住宅財団	12
住環境から快適なシニアライフを支援(高嶋健夫)	
「共用品ビジネス実践講座」第6回	13
日本発の高齢化対応モデルの確立を目指せ！(高嶋健夫)	
ニュース&トピックス	14
共用品ネット、3つの凸表示のロゴマーク決定(児山啓一) 「共用品サロン」、第2回・第3回を開催(高嶋健夫)	
共用品通信・情報アラカルト	15
事務局長だより 「福祉先進国」の虚実、スウェーデン盲人施設訪問記(星川安之)	
奥付	16

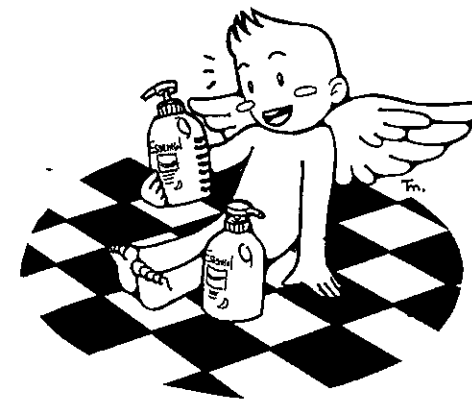


イラスト 牧内智子

新規に「不便さ定量調査」や「無線IC利用研究」

財共用品推進機構の平成15年度の事業計画が決定した。①共用品・共用サービスに関する調査・研究・開発、②標準化の推進、③普及・啓発、④人材育成、⑤情報の収集と提供、⑥国内外関係機関との交流と協力——の6つの事業分野ごとに活動を展開する。
(森川 美和)

【調査・研究、標準化の推進】

高度化ビジョンの「行動計画」作成

調査・研究・開発事業としては、別表に示した6つの事業を計画している。このうち、(1)の「障害児・者／高齢者等の日常生活環境における不便さ等の実態調査」は自主事業。平成14年度に実施した「障害者・高齢者団体への日常生活における不便さプリ調査」(定性調査、本誌21号を参照)の分析を基に、2～3の障害者団体への定量調査を行う。(2)の共用品市場高度化調査では、昨年度に経済産業省からの受託事業として作成した「共用品市場高度化ビジョン」を受けて、今年度は同ビジョンの各項目に関するアクションプランの作成を行う。

平成7(1995)年度より実施している共用品市場規模調査は、今年度から自主事業として引き続き実施し、時系列にデータを蓄積していく計画だ。

(5)の「無線ICチップによる障害者・高齢者配慮支援システム基盤整備事業」は、新規の受託事業。「無線ICチップ」は、無線によってデータの読み出しや書き込みのできる半導体のことで、バーコードに代わる「ICタグ」など応用分野の研究が急速に進んでいる。本事業はこの「無線ICチップ」を利用し、障害者・高齢者配慮支援を行える可能性のある製品・サービス・施設などを探ると共に、互換性や標準化の問題など、普及への課題を洗い出す。

2001年11月に発効した「ISO/IECガイド71」が来月にも日本工業規格(JIS)となり、日本工業標準調査会の消費者政策特別委員会では「ガイド71」の普及発展目的で作成した「高齢者・障害者配慮標

準化におけるビジョン」が近く公表される。機構は同ビジョン作成にあたり、関連業界、高齢者・障害者・消費者団体へのニーズ調査を担当した。今年度はその中から優先順位の高い案件を、機構が事務局になり調査・研究を行う。それと共に、JIS原案作成の事務局を担当する。

【普及・啓発、人材育成、情報提供】

セミナーを充実、表彰制度も検討

各企業、各業界団体、各種関連団体が共用品・共用サービスをより消費者・利用者ニーズに合った方向で実現できるように、機構では一貫して普及支援活動を行っている。今年度の普及活動としては、①共用品・共用サービス展示会の実施、②イベントにおける「高齢者・障害者配慮マニュアル」作成の検討、③子供向け「共用品副読本」のホームページでの発展、④共用品の普及・啓発のための書籍・ビデオの企画と制作、⑤表彰制度、マーク等のあり方に関する検討——などを計画している。

共用品・共用サービスの普及を継続的に促進していくためには、商品の供給や流通面で共用品・共用サービスを推進する企業人をはじめ、商品の企画・開発などに利用者の立場からコミットできる高齢者・障害者を含む消費者、地域での普及の推進役となる行政・専門機関などにおける人材の育成が不可欠である。このため、今年度も引き続き、幅広い人材を対象にしたシンポジウム・講演、企業人向け講座を実施する。企業人向け講座は昨年度、6回連続コースによる「共用品ビジネス実践講座」として初めて実施したが、今年度はよりプログラムを多様化し、7月から順次開講する予定。

情報提供による共用品・共用サービスの普及支援は、共用品推進機構の重要な役割の1つとなっている。平成15年度も「不便さデータベースの整備」と機関誌発行やホームページを通じた情報提供などの活動に引き続き取り組む。

このうち、障害者・高齢者の日常生活での不便さデータベースについては、近い将来のウェブサイト上での公開を目指し、その具体化を図っていく。なお、既存の各種『不便さ調査報告書』については、今年度も依頼に応じて実費配布を継続実施する。情報提供では、本誌『インクル』の発行、メールマガジン方式による『共用品推進機構だより』の配信、機構ホームページなどにより、機構の活動、関係情報などを提供する。書籍の刊行も引き続き行う。

【国内外関係機関との交流】

アジア諸国との連携を強化

共用品推進機構では国内の関係機関との交流を深め、共用品・共用サービスに関する現状の把握と課題の検討を行っている。昨年度は各業界団体、障害者・高齢者を含む各種団体との協議会「共用品・共用サービス促進会議」を2カ月に1回程度開催した。今年度はこれをさらに発展させ、共用品のいっそうの普及と発展を図る計画である。

一方、海外の関係機関との交流では、国際標準化機構・国際電気標準会議(ISO/IEC)、および欧州の規格機関であるCEN/CENELECなど、国際規格

■共用品推進機構の平成15年度の事業概要

1. 調査・研究・開発
 - (1) 障害者／高齢者等の日常生活環境における不便さ等の実態調査・研究・開発
 - (2) 共用品市場高度化調査
 - (3) 共用品データベースの研究・開発
 - (4) 共創システム・モニタリング調査システムの構築
 - (5) 無線ICチップによる障害者・高齢者配慮支援システム基盤整備事業
 - (6) 公共物・施設の使いやすさに関する調査研究
2. 標準化の推進
3. 普及・啓発
 - (1) 共用品・共用サービス展示会の実施
 - (2) 「高齢者・障害者配慮マニュアル」作成検討
 - (3) 子供向け「共用品副読本」のHPでの発展
 - (4) 書籍・ビデオの企画・制作
 - (5) 表彰制度、マーク等のあり方に関する検討
4. 人材育成
5. 情報の収集・提供
 - (1) 不便さデータベース
 - (2) 共用品・共用サービスに関する情報提供
 - (3) 不便さ調査報告書の配布
6. 国内外関係機関等との交流及び協力
 - (1) 国内の関係機関との交流
 - (2) 海外の関係機関と交流

作成機関とのいっそうの連携を図る。それと共に、今年度は中国、韓国をはじめアジア各国の規格機関、高齢者・障害者配慮に関連する機関との協議など、アジアとの連携強化を促進する。

■平成15年度法人賛助会員一覧(4月末現在)

- | | | |
|-----------------------|---------------------------|---|
| 1 アイホン(株) | 28 (株)GKデザイン機構 | 56 日本ビクター(株) |
| 2 (株)アサツーディ・ケイ | 29 静岡県 | 57 (株)日本玩具協会 |
| 3 アサヒビール(株) | 30 (株)資生堂 | 58 日本山村硝子(株) |
| 4 石川県バリアフリー機器等開発研究調査会 | 31 (株)集英社 | 59 日本トイザラス(株) |
| 5 (株)イトーキ | 32 (株)小学館 | 60 (株)乃村工藝社 |
| 6 (株)I N A X | 33 (株)小学館プロダクション | 61 (株)博報堂 |
| 7 (株)インターリスク総研 | 34 (株)スワニー | 62 (株)ハピネット |
| 8 (株)内田洋行 | 35 セイコーエプソン(株) | 63 (株)バンダイ |
| 9 (株)エポック社 | 36 (株)積水樹脂デザインセンター | 64 (株)日立製作所 |
| 10 大阪ガス(株) | 37 (株)千趣会 | 65 (株)ヒューマンルネッサンス研究所 |
| 11 沖電気工業(株) | 38 ソニー(株) | 66 フクビ化学工業(株) |
| 12 オムロン(株) | 39 大日本紙業(株) | 67 (株)藤子・F・不二雄プロ |
| 13 (株)オリエンタルランド | 40 大日本印刷(株) | 68 本田技研工業(株) |
| 14 花王(株) | 41 (株)高島屋 | 69 Microsoft Co.,Ltd. マイクロソフト(株) |
| 15 カゴメ(株) | 42 (株)タカラ | 70 Microsoft Asia Ltd. マイクロソフトアジアリミテッド |
| 16 鴨志田デザイン事務所 | 43 タマチ電機(株) | 71 Microsoft Product Development Ltd. マイクロソフトプロダクトディベロップメント |
| 17 キヤノン(株) | 44 (株)電通 | 72 松下電器産業(株) |
| 18 (株)久家道子エンプロイダリー | 45 徳武産業(株) | 73 松下電工(株) |
| 19 (株)GRIX | 46 (株)図書館流通センター | 74 盛田(株) |
| 20 (株)講談社 | 47 (株)トミー | 75 ヤマハ(株) |
| 21 (株)小松製作所 | 48 (株)虎屋 | 76 (株)ユーディー・ジャパン |
| 22 コンビ(株) | 49 (株)永谷園 | 77 ユニ・チャーム(株) |
| 23 (株)山九 | 50 (株)ナナ・コーポレート・コミュニケーション | 78 (株)リクルートエイブリック |
| 24 山陽プレス工業(株) | 51 日本政策投資銀行 | 79 (株)ロフト |
| 25 (株)サンエツ | 52 (株)日本能率協会マネジメントセンター | |
| 26 (株)サンリオ | 53 日本福祉大学 | |
| 27 サントリー(株) | 54 (株)日本能率協会総合研究所 | |
| | 55 日本生活協同組合連合会 | |

景気低迷を映し、微増に留まる 出荷金額は前年比0.2%増の2兆1972億円

2001年度の国内共用品市場規模は前年比0.2%増の2兆1972億円（速報ベース）となり、景気低迷を受けて、かろうじてプラス成長を確保したものの、調査開始以来最も低い伸びに留まった。内容を見ると、家電製品、情報・通信機器をはじめ有力製品分野で、デフレによる製品単価の下落が響いた模様だが、その一方で住宅設備やガス器具など引き続き高い伸びを示している分野も多く、全体としては底堅い動きとなっており、各市場での共用品の定着ぶりを反映する結果と言えそうだ。調査・分析を担当した凌竜也・(株)日本能率協会総合研究所産業経営研究部主任研究員に、今回の調査結果の概要を報告してもらった。

《調査の概要と全体の推移》

主要28品目、前年水準を維持

この調査は、福祉用具産業の周辺領域として、専門の福祉用具としては捉えにくい福祉と産業政策の両観点から重要性を増してきている「共用品」の市場動向を把握するもので、1997年度以来継続的に実施しており、今回で6回目。

対象は、図表1に示すように「共用福祉用具」「共用設計製品」「バリア解消商品」のいずれかに該当するもので、「除外対象品目」に掲げた品目を除いたものとしている。

品目は、調査開始当初発足した検討委員会で18品目を選定し、その後96年度と98年度の2度にわたって品目を追加、現在は28品目。

共用化配慮のあり方としては「製品本体の配慮」がなされた製品と、ビールの缶ブタの点字表示に代

表される「容器・包装の配慮」がなされた製品が存在している。そこで後者については製造品出荷額全体金額の中の容器・包装部分の金額割合を推計し、製品全体として把握した出荷金額に乗じて推計を試みている。

また、市場規模把握対象品目が調査開始当初より拡大していることを踏まえ、品目を増やした時期に市場規模が急速に拡大しているかのような誤解を避けるため、対象品目の変更時点を含めた経年比較ができるように、対象品目の変更された各年度ごとに集計を実施している。

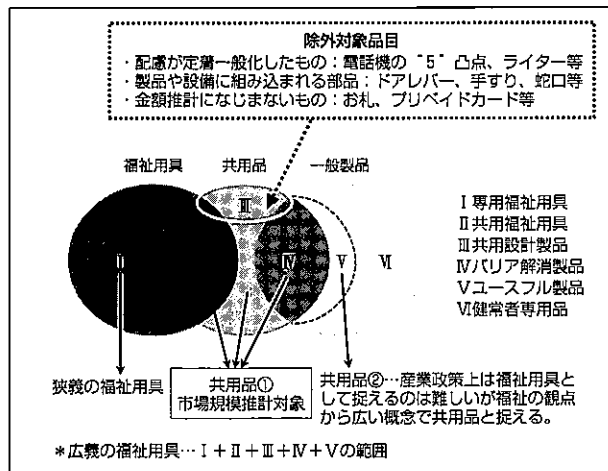
なお、共用品市場規模調査では、例年、福祉用具市場規模調査と連携をとり、当該調査と重複する品目やデータについては、それらを共有化することで、一貫性を保つようにしている。

具体的には「温水洗浄便座」「ホームエレベーター」「輸送用機器（乗用車・バス）」などがこれに該当しているが、これらについては、福祉用具市場規模調査等のデータが出揃っていないため、現段階では暫定数値として、昨年度と同じ数値とみなして集計をした。

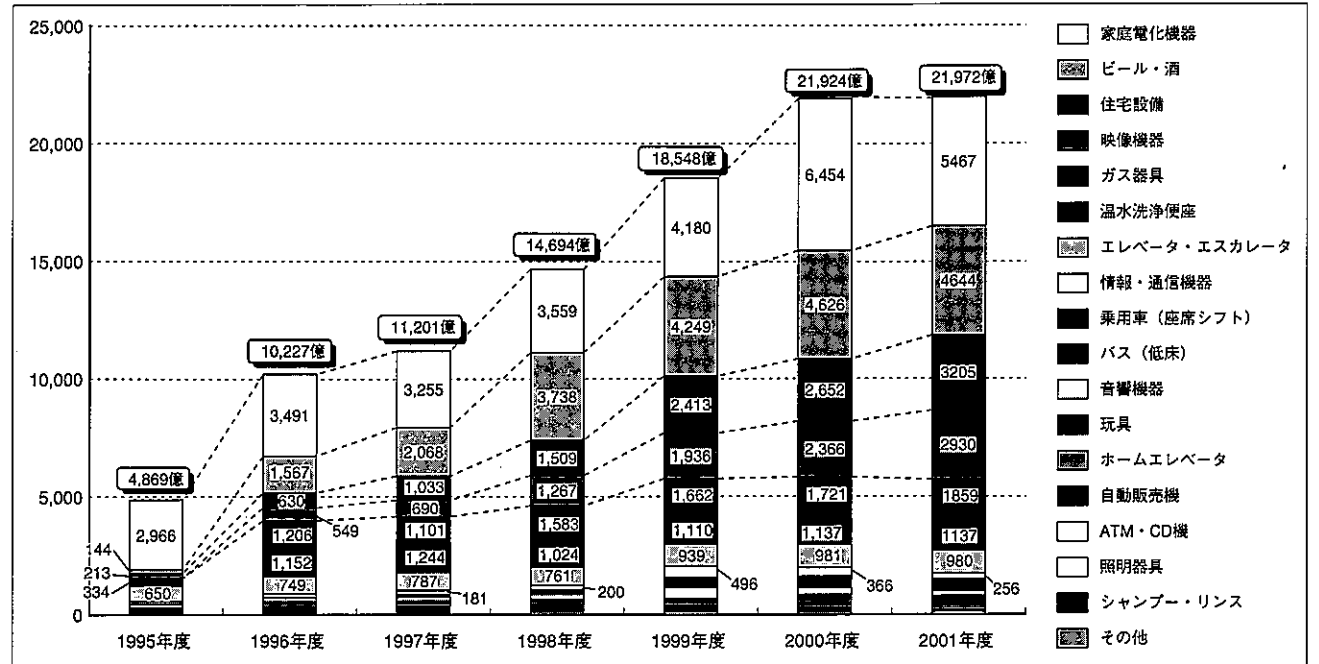
このような条件の下で、2000年度と同様の28品目を対象とした、2001年度の共用品市場規模は、図表2及び3にも示されているように、合計で2兆1972億円となり、2000年度の規模（2兆1924億円）をわずかながら上回る（0.2%増）結果となった。

景気が低迷を続ける中、28品目全体で見ればその影響を受けて大きく後退することなく、前年度水準を維持している。

■図表1 市場規模調査把握のための共用区分



■図表2 共用品市場規模の推移（暫定）（単位：億円）



《品目別の動向》 二極化現象くっきり

全体金額では前年度と変化がないが、品目別に見ると若干傾向に違いが見受けられる。

まず、主要品目の中で金額が減少した「家庭電化機器」（▲15.3%、987億円減）については、昨年の伸びの大きな要因となった洗濯乾燥機をはじめ、各種商品で、高級型商品から普及型商品に需要が移行し、製品価格全体も下落してきている点その背景として挙げられる。

この他、全体金額の大きなものの中では「玩具」（▲16.8%、34億円減）、「自動販売機」（▲19.4%、26億円減）、「情報・通信機器」（▲30.0%、110億円減）などで、出荷金額が減少している。「玩具」については、全体的に売り上げが減少している中で、各社が「共遊玩具」の対象となる14歳以下向け商品から、ゲームソフトをはじめとする15歳以上を主な対象とする商品に力を入れてきている傾向が背景にあると考えられる。

「自動販売機」については、周期的な変動の中で谷間を迎えているという背景もあるが、全体的に主要顧客である飲料メーカーが入れ替えを先延ばしにしたり、共用設計の機種が高価格であるために買

い控える傾向も出てきている。「情報・通信機器」については、携帯電話の普及一巡に伴う電話機の金額の減少が一因と見られている。

一方、主力商品の中で「住宅設備」（20.9%、553億円増）、「ガス器具」（8.0%、138億円増）などではこれまで同様、堅調に出荷額が伸びた。特に「住宅設備」については、ユニットバスの分野で「床のフラット化」や「入り口の段差解消（2cm以下）」の配慮をした製品が、一戸建て分野（リフォーム需要を含む）を中心に急速に普及したことが背景にあると考えられる。

ちなみにこの傾向は、2002年度にかけて集合住宅でも見られており、来年度調査においても当該分野では大きな伸びが予想される。

《共用品シェア》 ガス器具、ビールが群を抜く普及率

対象品目の中で品目別に国内全体の出荷金額との比較が可能な19品目については、対象品目全体の出荷金額に占める共用品の割合を把握した。この共用品シェア（共用品化率）についても、これまでの調査過程で対象品目に変動があることを踏まえ、97年度調査、98年度調査、99～2001年度調査の、それぞれの対象品目で見た時のシェアを推計し、経年比較

■図表3 共用品出荷金額の推計

配慮分類	品目	共用理由	データ開始年度	金額(億円)													伸び率			
				1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01				
一般機械器具	エレベーター	階数スイッチに点字表示されている、階数表示を音声で行う、階数スイッチが車いすでも使用可能な位置にある	1995年度	650	721	759	734	907	958	960	10.9%	5.3%	-3.3%	23.6%	5.7%	0.2%				
	エスカレーター	ステップがフラットになり、車いすの使用が可能	1996年度	-	28	28	27	33	23	20	-	0.0%	-3.6%	21.8%	-30.9%	-11.9%				
	ホームエレベーター	階段での上下移動を解消している	1996年度	-	130	134	120	133	131	119	-	3.1%	-10.4%	10.8%	-1.5%	0.0%				
	自動販売機	コイン投入口とボタンが低い位置になっており、車いすでも操作可能、表示部に点字	1995年度	85	114	124	137	91	133	107	34.1%	8.8%	10.3%	-33.6%	46.1%	-19.4%				
	駅ホーム用自動ドア・自動改札	電車の扉の位置に合わせてホームに設置されている(自動ドア)、車椅子でも通れるように幅を広くしてある(自動改札)	1995年度	7	10	15	12	14	5	14	42.9%	50.0%	-21.9%	15.6%	-59.6%	155.8%				
	ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで種別でき、音声で応答がある、点字表示など	1995年度	3	3	4	5	16	100	94	0.0%	33.3%	21.3%	232.1%	520.1%	-5.9%				
	温水洗浄便座	用便後温水で洗浄、上放が不自由でも清潔に用便可能	1996年度	-	1,152	1,244	1,024	1,110	1,137	1,137	-	8.0%	-17.7%	8.4%	2.4%	0.0%				
	複写機	車いすでも操作しやすいようにディスプレイ部の傾斜、低位置化など	1998年度	-	-	-	44	44	49	49	-	-	-	0.0%	10.0%	0.3%				
	電気機械	家庭電化機器	点字や凸表示等がある、点字またはカセットテープの取扱説明書がある、操作方法/操作結果や状態が音声によって表示される、文字放送を受信できる	1995年度	2,966	3,491	3,255	3,559	4,180	6,454	5,467	17.7%	-6.8%	9.3%	17.4%	54.4%	-15.3%			
		音響機器		1995年度	152	143	153	193	480	275	197	-5.9%	7.0%	25.9%	148.9%	-42.6%	-28.4%			
映像機器			1995年度	213	549	690	1,267	1,936	2,366	2,930	157.7%	25.7%	83.6%	52.8%	22.2%	23.8%				
情報・通信機器			1995年度	99	151	181	200	496	366	256	52.5%	19.9%	10.3%	148.2%	-26.3%	-30.0%				
照明器具		器具が昇降し、電球の取り替えが容易	1996年度	-	64	71	79	81	87	91	-	10.9%	10.7%	3.0%	7.0%	5.1%				
輸送用機械	乗用車(座席シフト)	助手席、後部座席が車いすで乗りやすいように回転・移動する	1995年度	2	9	17	122	181	249	249	350.0%	88.9%	618.1%	48.3%	37.6%	0.0%				
	バス(低床)	車いすや高齢者でも乗りやすいように乗降部や床を低くした	1995年度	14	22	86	76	222	248	248	57.1%	290.9%	-11.6%	192.1%	11.9%	-0.1%				
	精密機械器具	時計・はかり	1995年度	1	3	2	1	1	3	6	200.0%	-33.3%	-51.1%	-22.5%	329.3%	84.5%				
	金属製品	ガス器具	押しボタンタイプで簡単操作、点字表示、点字取扱説明書がついている、音声や光で作動状態を知らせる、立消え安全装置がついている	1995年度	334	1,206	1,101	1,583	1,662	1,721	1,859	261.1%	-8.7%	43.8%	5.0%	3.5%	8.0%			
住宅設備	住宅設備	段差解消・手すりの設置・腰掛けでの出入り容易な浴槽(以上浴室ユニット)、洗面台の昇降可能な車椅子での利用可能な取付(洗面化粧台)、カウンターの高さ変更容易・上部棚を手動や自動で下げられる設計(システムキッチン)	1996年度	-	630	1,033	1,509	2,413	2,652	3,205	-	64.0%	46.1%	59.9%	9.9%	20.9%				
	機(天板上下)	天板が昇降できるもの	1996年度	-	3	3	5	7	6	7	0.0%	54.4%	58.9%	-23.4%	24.2%					
その他	玩具	操作部等に凸表示がある、色の区別が手触りでも分かるようになっている、点字シールが添付されている、電話等の玩具で「5」に凸表示がある、音が出ていることが光など音以外の方法で確認できる、筆談でのコミュニケーションができる、手で触っても崩れたりずれたりしない(盲導犬マーク、うさぎマークの玩具)	1995年度	77	84	93	90	163	205	171	9.1%	10.7%	-3.7%	81.7%	26.3%	-16.8%				
	ケトル	沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度	-	13	12	11	9	9	8	-	-7.7%	-7.8%	-16.2%	-6.3%	-7.9%				
	大活字書籍・朗読テープ	見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	-	4	5	4	3	4	2	-	25.0%	-23.4%	-24.1%	47.1%	-53.2%				
	その他(家庭用ミシン、触地図)	糸かけ、ダイヤル式、スピードが遅い等操作が容易にできる(家庭用ミシン)、凹凸が付いており手で触って分かる地図(触地図)	1995年度	2	2	2	1	1	2	1	0.0%	0.0%	-37.4%	-23.4%	92.9%	-46.0%				
	ビール・酒	上部に点字でビールあるいは酒と表示、非アルコール飲料と区別	1995年度	144	1,567	2,068	3,738	4,249	4,626	4,644	988.2%	32.0%	80.7%	13.7%	8.9%	0.4%				
容器・包装の配慮	シャンプー・リンス	シャンプー容器側面にギザギザがあり、リンス容器と区別できる	1995年度	119	126	119	105	60	72	75	5.9%	-5.6%	-11.8%	-42.9%	19.5%	4.8%				
	医薬品	パッケージに点字が付いている、点字の取扱説明書が付いている	1995年度	1	2	2	4	2	4	5	100.0%	0.0%	86.5%	-35.8%	67.3%	24.8%				
	家庭用ラップ	家庭用ホイルと区別するために凸マークがついている	1998年度	-	-	-	46	55	41	39	-	-	-	18.4%	-26.2%	-3.9%				
	計①97年度調査品目ベース(95年度より)			4,869	8,231	8,699	11,852	14,692	17,810	17,303	69.0%	5.7%	36.2%	24.0%	21.2%	-2.8%				
計②98年度調査品目ベース(96年度より)			10,227	11,201	14,803	18,449	21,835	21,884		9.5%	30.4%	26.3%	18.4%	0.2%						
計③99年度、00年度、01年度調査品目ベース(98年度より)					14,694	18,548	21,924	21,972				26.2%	18.2%	0.2%						

●各年度によって対象となった調査回答企業に多少の差がある。
 ※1:95年度のエレベーターの金額にはエスカレーターが含まれている(96年度以降は両者を区分している)。
 ※2:低床バスについては昨年度まで「ニーリング機能つきバス」のみを対象としていたが、業界内における「低床バス」の認識は現在「ノンステップバス+ワンステップバス」といった範囲であることを踏まえ、99年度よりこの定義を採用した結果、98年度と比較して金額が大きく伸びている。
 ※3:00年度の市場規模金額は、ビール・酒の金額に今回の調査で変更があり、選って修正をした結果、全体金額も修正されている。
 ※4:「ホームエレベーター」「温水洗浄便座」「乗用車(座席シフト)」「低床バス」については、暫定的に昨年度データを流用して集計。

図表4 共用品(19品目)のシェアの推計(%)

配慮分類	分類	品目	共用品シェア(%)						
			95年度	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度
製品本体	一般機械器具	エレベーター	19.3%	22.7%	24.3%	25.2%	34.6%	41.8%	49.6%
		エスカレーター	-	5.7%	5.3%	5.1%	7.2%	5.3%	5.9%
		自動販売機	3.2%	3.8%	4.5%	4.3%	3.4%	5.5%	5.2%
		複写機	-	-	-	0.6%	0.6%	0.7%	0.9%
	電気機械	家庭電化機器	11.6%	13.7%	13.7%	16.6%	20.9%	32.8%	29.3%
		音響機器	0.9%	1.0%	1.0%	1.3%	3.4%	2.1%	1.6%
		映像機器	0.8%	2.4%	3.0%	5.7%	10.2%	10.9%	15.3%
		情報通信機器	0.8%	1.2%	1.5%	1.8%	4.8%	4.1%	3.5%
		照明器具	-	1.1%	1.2%	1.5%	2.1%	2.2%	2.6%
		輸送用機械器具	乗用車	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%
バス	0.9%	1.1%	4.3%	4.0%	15.1%	16.0%	18.0%		
精密機械器具	時計・はかり	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	
金属製品	ガス器具	7.2%	26.0%	25.6%	41.6%	50.7%	55.8%	61.6%	
	機	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.2%	0.3%	
	玩具	1.2%	1.3%	1.6%	1.3%	5.3%	8.2%	6.5%	
	大活字書籍	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
容器・包装	食料品	ビール・酒(その他の蒸留酒・混成酒)	1.8%	20.3%	26.4%	48.7%	56.0%	60.3%	59.0%
	シャンプー	66.1%	57.6%	57.7%	52.5%	30.2%	37.9%	37.8%	
	医薬品	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	
	計①97年度調査品目ベース	2.1%	3.1%	3.2%	5.0%	6.5%	8.1%	7.9%	
計②98年度調査品目ベース			6.0%	4.7%	6.1%	7.6%	7.4%		
計③99年度調査品目ベース				4.5%	6.0%	7.4%	7.3%		

※1:95年度のエレベーターの金額にはエスカレーターが含まれている(96年度以降は両者を区分している)。

を可能とした。これらをまとめて図表4に示している。

全体金額との比較が可能な19品目に関する2001年度の共用品全体のシェアは、昨年とほぼ同水準の7.3%となった。品目別に見ると、「ガス器具」(61.6%)、「ビール・酒」(59.0%)のシェアが群を抜いており、「エレベーター」(49.6%)、「シャンプー」(37.8%)などが続いている。一方、これらを除いた品目について見ると、5%前後、もしくはそれ以下のものも多い。

シェアに関する数値の品目による格差の背景には、共用化配慮の進展度合いの他に、調査への協力会社数や、配慮点レベルのバラツキなどさまざまな要因があり、一概に、単年度で出される出荷金額の数字のみでその普及度合いを判断できるものではない。しかし、シェアの推移に着目してみると、普及が着実に進んでいるエレベーターやガス器具のような品目もあり、これらが今後それぞれの業界での普及率向上を検討するうえでの1つのモデルと考えられる。

「今後の展望と課題」

「量的普及」と共に「質的向上」も

共用品の出荷額は、調査開始当初の95年度から2000年度までに4倍以上にまで成長した。そして2001年度では前年度とほぼ同水準となっている。この背景には、調査品目と配慮点自身について、ここ数年、追加や変更を加えていないこともあり、実際には、情報機器、文具、牛乳(紙パック入り製品)などで多くの共用品が登場している状況を鑑みると、「共用品市場」そのものは相当に拡大が継続していることが推測される。

一方、今回対象とした28品目に着目すると、共用化配慮が進んでいない品目については、堅調に普及が進んできた他の品目などの状況を参考にしながら、量的な拡大を目指すことが重要である。それと共に、缶ビールのパッケージ配慮に代表されるように、ある程度普及が定着してきた品目については、違った角度から配慮水準をより高める工夫に向けた取り組みが活発化され、競争の中で「配慮の質」が高まることを期待される。

「共用品の弾性値（その2：伸びを評価する）」

後藤芳一（共用品推進機構運営委員、日本福祉大学客員教授）

共用品^{③⑥⑩⑬⑮⑰⑲}の2001年度の市場規模が公表された。その伸びは「どの程度順調なのか」、関連する指標と比べることで点検できる。（小さい添え字^{①-⑳}は、同様の用語が「インクル」第1～22号の本欄に既出であることを示す）。

1. 共用品のデフレータと弾性値

共用品の伸びの順調さを「弾性値」で表示する。関連指標の伸びを「デフレータ」とすると、

共用品の弾性値 = 共用品伸び率 ÷ デフレータ

という関係になる。弾性値が1より大きい品目は、水準以上に伸びていることになる。

「デフレータ」は利用者数、社会的な関心、利用環境の整備状況をもとに決められる。統計の揃う1996年度から2001年度をみると、「高齢者^{①-⑤⑦⑧⑩-⑬⑭⑲}・障害者^{①-⑤⑧⑩⑬⑭⑲}」の人口は年率3%程度、これらに関する社会的な関心は同10%程度伸びている。公共施設^{②③④⑨⑲}や交通^{⑩⑬-⑲}関係の環境の整備は年率40%程度伸びている。また「共用品」や「バリアフリー」^{③⑥⑩⑬⑮⑰⑲}に関する社会的な関心は、年率30%程度伸びている。（01年度までの市場規模の変化は本誌今号4～7頁を参照。デフレータの詳細な内訳は、前号の本欄第22講を参照）。

2. 共用品市場の伸びの評価（全体の評価）

共用品の市場は、1兆227億円（96年度）から2兆1972億円（01年度）へ、年平均16.5%伸びた。成長率の大きさから、共用品は福祉用具（広義）^{③⑥⑩⑬⑮⑰⑲}の伸びを支える成長点といわれる。

しかし、共用品のデフレータを30%とすると、弾性値は0.55となる。この結果は、共用品の市場が周りの状況ほどは伸びていないことを示す。

この背景は、製品全体の出荷額が減少したため、共用品の浸透は進んだが、金額の伸びが抑えられたと考えられる。現に、共用品のシェアは3.1%（96年度）から7.3%（01年度）へ増加している。

他の要因として、弾性値の不足分は、共用品の伸びる余地が残されていると見ることもできる。

3. 共用品市場の伸びを支えた品目

共用品全体の、96年度から01年度の間の市場規模の伸び率（年平均16.5%）を基準にして、伸びの大きい品目を挙げると、「ATM・CD機」^{⑤⑦⑧⑩-⑲}（同99.2%）、「乗用車（座席シフト）」^{⑩⑬-⑲}（同94.3%）、「バス（低床）」^{③⑥⑩⑬⑲}（同62.3%）、「映像機器」^{⑩⑬}（同39.8%）、「住宅設備」^{⑤-⑧⑩⑬-⑲}（同38.5%）、「ビール・酒」^{⑦⑧⑩}（同24.3%）となる。

特に後の3者は、絶対額も大きい。絶対額の大きさでは、「家庭電化機器」^{⑤⑧-⑩⑬⑭⑲}（同9.4%）も大きい。これらの品目が、共用品の市場の伸びを支えている。

4. 共用品市場の伸びの評価（品目別の評価）

さて、共用品の伸びを支える3.の品目であるが、各々を取り巻く条件と比べても十分に伸びているのであろうか。ここでも、弾性値が活用できる。

デフレータは、1.から、公共施設や交通関係の「エレベーター」^{②③④⑨⑲}、「エスカレーター」^{②③④⑨⑲}、「自動販売機」^{⑥⑦⑧⑩-⑲}、「駅ホーム用自動ドア・自動改札」^{⑤⑩⑬⑲}、「ATM・CD機」^{⑤⑦⑧⑩⑬⑲}、「乗用車（座席シフト）」^{⑩⑬-⑲}、「バス（低床）」^{③⑥⑩⑬⑲}を40%、残りの品目を10%とした。

弾性値の高い順に、「映像機器」（弾性値3.98）、「住宅設備」（同3.85）、「ビール・酒」（同2.43）、「ATM・CD機」（同2.48）、「乗用車（座席シフト）」（同2.36）、「医薬品」^⑩（同2.01）、「机（天板上下）」^⑩（同1.85）、「バス（低床）」（同1.56）、「玩具」^{⑥⑦⑧⑩⑬⑲}（同1.53）、「時計・はかり」^⑩（同1.49）、「情報・通信機器」^{⑦⑧⑩-⑲}（同1.11）となる。

伸びは各品目の市場の成熟度にも影響される。よって、弾性値のみですべてを評価できるわけではない。

随想 第5回 私と共用品

“思い込み”で広げよう、共用品の輪！

もちづき 望月 のぶあき 庸光（財共用品推進機構企画委員、(株)オリエンタルランド勤務）

共用品推進機構の前身であったE&Cプロジェクトのスタート時に、なぜか、あまり崇高な志も能力もない普通人である私とその場にいた。当時のE&Cは守る物もなく、だれも踏んでいない新雪に自分の足跡を付けるような心地よさがあった。

20世紀型の方方程式ではやっていけない時代、既存・既成・他の国の物真似で踏み固められた旧道を歩むだけでは何も解決しない時代になった。そんな21世紀の日本は「チャレンジの時代」であり、改めて、E&C当時のように新雪を踏める時代かもしれないと思いつけている。

共用品推進機構には様々な能力と知識と知恵を備えた人々が集まり、金太郎飴ではなく意見も様々である。サーカスの団長のように皆の良いところを引き出してくれている星川安之専務理事の手腕によるところが大きい。いろいろな考えや視点で自由に意見を交わせる良い伝統は共用品推進機構の強みだと考えている。そこで、私の「思い込み事例」の一部をご披露したいと思う。

【その1】 仕事柄、渡米することが多いため、20数年前から幾たびもラスベガスを訪れている。そこで得た持論が「アメリカの今を見なければラスベガスに行け」。ここに三日もいれば、米国内外の経済状況・移民・治安・文化・流行・テクノロジーなど、すべてがよくわかる。

実はラスベガスには高齢者ギャンブラーが非常に多く、障害のある人も多数訪れている。ラスベガスは「共用品ビジネス」の参考となることがいっぱいある。特に感じるのは、高齢の紳士淑女の元気なことと服装が派手なこと。決して高額をつぎ込むことはなく、25セント硬貨がいっぱい入ったバケツを抱えてご同輩たちと楽しそうに情報交換している。

ギャンブルは年齢も障害も関係なく、つねに公平。欲に絡むと人間は底知れぬエネルギーを出す。それが大切。頭の中はフル回転状態。こんな刺激も

必要ではないだろうか。

【その2】 年々盛り上がりを見せる国際福祉機器展。毎年会場場でモニターすることがある。それは、来場された障害のある方たちの表情の変化である。



何年か前の表情は、まるでカルチェラタンの解放区を闊歩する学生のごとくであった。それは逆に、会場外の環境が障害者にとっていかに厳しく、やらなければならないことがたくさんあるかを現している。と受け止めていた。

しかし最近、それが明らかに変わってきているように思う。徐々にではあるが、確実に、変化しているように実感されるのだが……。

【その3】 共用品との付き合いを始めて、いろいろな分野の魅力的な人々から刺激を受け、気持ちの良い汗をかける活動に関わることができた。ただ、ずっと思っていることがある。「志を持ったプロフェッショナル」が集まって共用品に関する活動をやっているうちはまだだめで、「志のないプロフェッショナル」が集まってきたら本物だと。

さて、最近のトレンドを見ると、ひと昔前の「文化包丁」「文化住宅」「文化鍋」のように、やたらと「UD〇〇」と名付けた商品が増えてきている。共用品やユニバーサルデザインが身近になることは結構だが、魑魅魍魎対策も今後は必要だと思う。

乏しい資源、狭い国土の島国である日本だからこそ新たな価値を創出する環境がある。人を大切にしたいチャレンジ精神で進めば、これからの日本はなかなか面白い時代かもしれない。共用品が広がるために何ができるかを模索しながら頑張っていきたいと思っている。また皆さんの思い込みを聞かせていただくことを楽しみに……。

（題字は中野奈津美・財共用品推進機構運営委員）

「ISO/IECガイド71」の普及に確かな道筋

アイルランドの首都・ダブリンで4月17日、欧州標準化委員会・欧州電気標準化委員会・欧州通信規格協会（CEN/CENELEC/ETSI）の三者合同の会議が開かれた。目的は、2001年11月に制定された「ISO/IECガイド71」（規格作成における高齢者、障害のある人々のニーズへの配慮指針）を、欧州諸国でどのように普及させていくかの検討である。会議の概要を報告する。（星川 安之）

日本が唯一オブザーバー参加

この委員会は、欧州連合（EU）から欧州で規格を作成している3機関に対して、2003年4月を締め切りとするマニフェスト（指令）が出たことにより開始された。2001年12月にミラノ、2002年10月バルセロナで検討会議が行われ、その間小委員会が数回開かれ、今回が最終会議となる。会議には、欧州各国から21名が参加し、EU域外からは唯一、「ガイド71」の議長国として日本から前回までと同様に4名がオブザーバーとして出席した。

会議では、委員長選出、参加者の自己紹介などに続いて、まず、規格化に向けた現在までの作業経過が各担当者から報告された。最初に、「ISO/IECガイド71」を欧州における「CEN/CENELECガイド6」として採用したことを受け、その普及のメカニズム作りに関して、以下の4点が報告された。

① セクターガイドの作成

作成する必要のあるセクターガイド範囲を検討し、製品、表示、交通機関、と定め、最初として交通機関のセクターガイド作成に取りかかり、現在最終のまとめに入っている。5月26日に、第3回の委員会を開催予定。なお、同委員会には日本からもオブザーバー参加している。

② ヘルプデスクの設置

規格を作成する際、高齢者・障害者配慮を行うに

あたり、問い合わせ先の設置が、前回から検討事項に挙げられているが、運用資金調達に関しイタリア盲人協会が、助成団体と交渉することとなった。

③ 参考資料集（ビブリオグラフィ）の作成

ウェブサイト上で関連の資料を委員や関係機関に募集したところ、278の資料が集まった。それを13の分野別に分け、さらに吟味し相応しいものを最終的に資料集としてまとめる計画である。なお、日本の資料は「高齢者・障害者配慮JIS」と「Kyoyo-Hin White Paper（共用品白書英文版）」が掲載されている。

④ ワークショップの開催

「ガイド6」の普及を目的に、アクセシブルデザインに関するワークショップを現在までに2回実施（デンマーク・2002年9月9日、フランス・2003年3月27日）。いずれも、欧州各国から200人前後の出席者があり有効な情報交換ができたとの報告があった。また、第3回目をベルギー・ブリュッセルで今年秋に開催することを予定している。

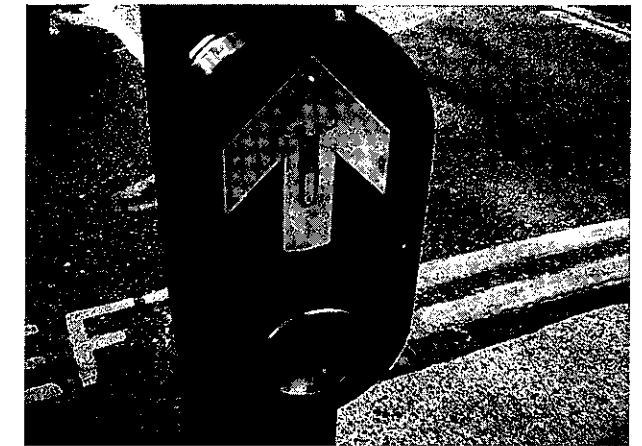
続いて会議では、マニフェスト報告書作成に関して、現在までに完成している文書（ドキュメント）は4月30日に提出、正式な報告書は5月31日に提出予定との報告があった。次いでドイツの委員より、日本から昨年9月、ISO人間工学委員会（ISO/TC 159 AHG）に提案し、可決された「人間工学の側面からガイド71のセクターガイドを作成する」件に関して報告があった。今回の委員会でも「セクターガイドに関してはISOの場で議論することが望ましい」として、日本の提案に関しては賛同が得られた。

日本の発表に委員全員が拍手！

最後に、日本における高齢者・障害者配慮標準化の状況と計画を、高橋玲子さんが説明した。主な点



■ダブリン会議の様（左）と、同市内で見つけた盲人用信号ボタン。振動もする（右）（撮影：星川安之）



は、①「ガイド71」が間もなくJIS化されること、②高齢者・障害者配慮標準化に関する国内ビジョンを作成中であること、③交通バリアフリー法の現状——などで、高橋さんが発表を終えると、日本のアクションに対して委員全員から拍手が起こった。

今回の委員会における決議事項のうち、主なものを抜粋すると以下の通りである。

- ・本委員会は、「集合交通機関に関する規格作成における高齢者、障害者のニーズへの配慮ガイドライン」についての作業を支持し、これが欧州規格作成機関のガイドとして出版されることを推奨する。ISO/TC159AHGにより作成中の技術報告書は、参照資料として検討されなければならない。
- ・人間工学に基づく総合的なデータが必要であり、そのための適切な作業が望まれることを認める。
- ・ISO/TC159が主導的な立場で「ISO/IECガイド71」の活用法に関する作業を行うことを、AHG「特殊な条件を伴う人々の人間工学」の設置を含めて歓迎する。
- ・本委員会、消費者および業界団体が協力し合い一般市場にある製品やサービスの中から良い実例になり得るものを鑑定するプログラムを、EUと欧州の標準化団体が開始することを推奨する。
- ・本委員会に提出された参考資料集（ビブリオグラフィ）が、編集上の修正および質についての監査に関する序文が加えられた上で、交付可能な「資料集」として認められることを推奨する。

日欧間での情報共有化の第一歩

3回の会議を終え、「ISO/IECガイド71」を欧州諸国の中で普及させる土壌は築かれた。しかし、実際の高齢者・障害者配慮標準化の成果が問われるのは、まさにこれから。その意味で、この委員会で検討してきた「セクターガイド」が、日本からの提案もあり、欧州だけでなく、国際的な視点に立ってISOなどの場で話し合うことが重要であるとの方向性が示されたことは、大きな成果と思われる。

2つ目の成果は、関連の資料集の作成が行われ、日本のJISもその中に記載することができ、欧州と日本間で情報共有化の第一歩を築くことができたことが挙げられる。

その他にも、交通関係のセクターガイド作成チームの発足、普及のためのワークショップの開催など、次に繋がるものが数多く生まれている。その芽を作るにあたって、オブザーバーという立場ではあるが、「ガイド71」の議長国を務めた日本が参加し、ポイントごとに意見提示、情報提供が行えたことは、両者にとって大変有意義であったと思われる。

検討してきた中では、ヘルプデスクの設置が、費用面の工面ができず、計画が前に進まなかったことは残念である。日本においても、高齢者・障害者配慮標準化を進める場合、ヘルプデスクの機能は必要と思われ、今後の前進を再度試みる必要がある。

今後はEUのみならず、米国、アジア諸国など、さらに広い範囲での協力関係を保ち、積み上げていくことが必要と強く思った次第である。

<この業界・この団体> 高齢者住宅財団 住環境から快適なシニアライフを支援

大規模公共施設などのバリアフリー化を義務付けた改正ハートビル法がこの4月に施行されるなど、社会環境整備が着実に進展している。こうした中で、「住宅のバリアフリー化」推進の一翼を担っているのが、高齢者住宅財団だ。「いい住まい・いいシニアライフ」というキャッチフレーズに示されるように、高齢社会に対応した住宅と生活関連サービスの整備促進を目的に活動している厚生労働省、国土交通省所轄の公益法人である。設立は1993年で、都道府県、政令指定都市、都市基盤整備公団など61団体と、民間企業70社が出捐している。

バリアフリーリフォーム向けの融資制度

主な事業としては、高齢者居住に関する調査研究、普及・啓発、事業化支援、高齢者受託の認定・管理運営、人材育成などに取り組んでいる。さらに、2001年10月には「高齢者の居住の安定確保に関する法律」の施行に伴って「高齢者居住支援センター」に指定され、①「高齢者円滑入居賃貸住宅」として登録された住宅の入居者の家賃債務保証、②住宅金融公庫のバリアフリーリフォームのための「高齢者向け返済特例制度」の債務保証——などを行っている。

このうち、返済特例制度は満60歳以上の人が戸建ての持ち家をバリアフリーに改造する際に利用できる。対象は①床の段差解消、②廊下・部屋の出入り口の拡幅、③浴室や階段への手すり設置——のいずれ

あなたの住まい
バリアフリーにしませんか?

高齢者住宅財団が「高齢者居住支援センター」として取り組んでいるバリアフリーリフォーム融資のPR資料

■ 高齢者住宅財団

設立：1993年
会長：河野正三（こうの・しょうぞう）氏
事務局：〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-20-9
京橋第8長岡ビル4階
問い合わせ先：TEL03-3206-6437 FAX03-3206-5256
ホームページ：http://www.koujuuzai.or.jp/

れかで、同財団が債務保証する形で住宅金融公庫から最高500万円まで融資が受けられる。利用に際しては同財団のカウンセリングと簡易不動産鑑定を受けることが必要。

最大の特色は、月々の返済は金利分だけで、元金は亡くなった後で相続人が一括返済すればよい点だ。定年退職した後の高齢者は一般に年金収入などキャッシュフローが限られ、住宅改造までは手が回らないという人が多いことに配慮した。同財団では「年金収入のみの方でも利用しやすくなっている」とPRしている。（高嶋 健夫）

<共用品・共用サービス促進会議委員からひと言>
住宅ストック活用を“予防改造”を推進
中山 泰・高齢者住宅財団企画総務部長

当財団にとって目下の重点事業の1つがバリアフリーリフォームに対する融資制度の利用拡大だ。「バリアフリー住宅」はもはや当たり前になりつつある。しかし、従来は年を取り、体が弱くなってから改造するケースが多かった。これに対して、最近は元気がうちにリフォームし、改造後の住環境に慣れておく「介護予防の住宅改造」の考え方が注目されている。

誰でも長年住み慣れたわが家にいつまでも住み続けたいもの。また社会的に見ても、膨大な住宅ストックをいかに高齢社会に対応して改造していくかが大きな課題となっている。その意味からも、関係機関や共用品・共用サービス促進会議のメンバー団体などのお力もお借りしながら、この制度の積極的な利用を働きかけていきたいと考えている。（談）

《共用品ビジネス実践講座》第6回

日本発の高齢化対応モデルの確立を目指せ！

財共用品推進機構が主催する「共用品ビジネス実践講座」の最終第6回講座が3月5日に東京・猿楽町の機構事務局会議室で開催された。今回は法人賛助会員の十河孝男・徳武産業(株)社長、本講座のコーディネーターを務めた後藤芳一・日本福祉大学客員教授が登壇した。最後に、鴨志田厚子理事長から参加者全員に修了証が手渡され、半年間にわたる講座を締めくくった。（高嶋 健夫）

提言：十河孝男氏 「販売システムとしての共用品」 鍵は「サイズ違い販売」と「手書きカード」



高齢者の室内履き用の軽量シューズ「あゆみシューズ」を大ヒットさせた十河氏は、販売・サービスシステムを中心に徳武産業のビジネスモデルを詳しく紹介した。開発過程では、転倒防止を図るために軽量化、つま先を上げたデザインの採用など従来にない付加機能を徹底的に追求。それと共に、高齢者に喜ばれるカラフルな色バリエーションを展開した。そのうえで、抵抗する小売店や問屋を説得して、「左右サイズ違い」、もしくは「片足だけ」で買える同社独自の販売方式を導入した。

これらに加えて、1つひとつの製品に社員の手書きによるメッセージカードを封入するなど、温もりが伝わるソフトサービスに力を入れた結果、施設入居者をはじめ高齢者の間に知名度や信頼性が静かに浸透していった。こうして、「あゆみシューズ」は1995年の発売以来、徐々に支持層を拡大、今年2月には累計販売数100万足を突破。高齢者・障害者向けの軽量シューズ分野では競合大手を抑えてトップブランドの地位を確立している。

同社ではさらなる販売・サービス体制の強化を目指して、①即日出荷体制の確立、②できる限りユーザーの要望に合わせる「パーツオーダーシステム」

の導入、③寒冷地仕様の本格的な外履き用など商品構成の充実——などに取り組んでいる。十河氏は「今後も『必要なモノを必要な人に』を基本に共用品ビジネスを展開していく」と強調した。

講座：後藤芳一氏 「共用品の経済産業活動における今日的意義」 個人が社会を変える新しいモデル



後藤氏はマクロ的な視点から、今日の経済社会における共用品の意義を分析。1993年に福祉用具法が施行され、通商産業省（当時）が福祉用具産業政策を始めた。福祉用具の分野は、経済の役割でいうと「公正」（福祉政策）が先行し、後で「効率」（産業政策）を関与させた。通常のやり方とは順序が逆である。この手法は、官需依存分野を合理化させる際の先例になり得る。

注目点は第1に、共用品という新しい概念が、産業政策の立ち上げを先導したこと。共用品は市場原理によって不便さに対応できる範囲を拡げ、需給の双方に選択肢を加えた。第2は、市民団体である共用品推進機構が政策と連携したこと。共用品の「定義」と「統計」を整備し、日本から提案して「国際規格」ができた。第3は、高齢化に対応する社会モデルという点である。日本は2030年頃まで他国より速く高齢化する。これは、新たな対応モデルを作って発信するチャンスであり、共用品は日本発の社会モデルになり得る。「いち早く確立して国際社会に向けて提示していくべき」と後藤氏は力説する。

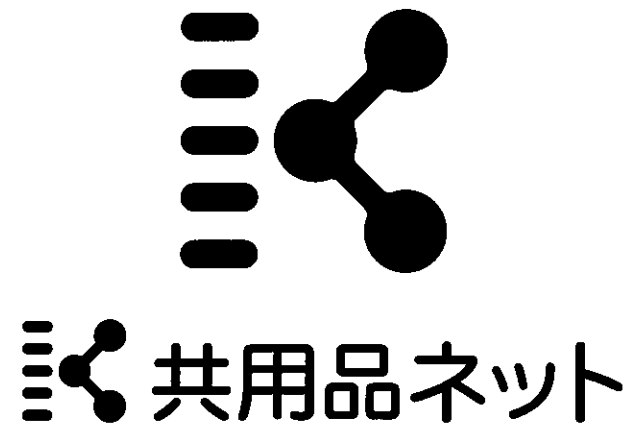
共用品で進めているこのような取り組みは、他の分野に適用できる普遍性を持つ。つまり、置かれた環境に対して、日本の利点であるきめ細かい目線で対応を見つけていく。その過程で「新しい枠組みによって、意識のある個人が、社会のニーズに働きかけていく。それがビジネスとも調和する。これらが6回の講座のテーマであった」と総括した。

共用品ネット、3つの凸表示のロゴマーク決定

共用品ネット（財団法人共用品推進機構個人賛助会員の会）の「ロゴマーク」が決まった。マークは、前身であるE&Cプロジェクト発祥の原点である「小さな凸表示」と、共用品のシンボルである「シャンプーのギザギザ」をテーマにしたものである。そして、お互いに結ばれた3つの凸表示は会員のネットワークを示している。

ロゴタイプ（共用品ネットの文字）は当初、本誌「インクル」などで使われているバリアフリー書体と共通にする案で進んでいたが、マークとの整合などを考えて丸ゴシック体をベースにしたものになった。

マークとロゴタイプは、縮小や立体コピーでも鮮明に判読できることを前提として作られている。今までにいくつもマークやロゴタイプを作ってきたが、「視覚と触知の共用」を条件にしたデザインは初め



での経験で、とてもやりがいがあった。また、1年以上前からメンバー公募で集まった28点から選定基準、配慮点審査と数回の投票を経て決定しただけに、皆さんに喜んで使っていただければ、制作者としてうれしい限りである。

(児山 啓一=個人賛助会員)

共用品サロン、第2回・第3回を開催

個人賛助会員、法人賛助会員をはじめ共用品・共用サービスに感心のある人たちの交流と情報交換の場としてスタートした「共用品サロン」の第2回、第3回の集いがそれぞれ3月14日、4月12日に、東京・猿楽町の機構事務局で開かれた。いずれも満員の50名近い参加者があり、参加者自身による多彩なミニプレゼンテーションも定着してきた。

第2回は鴨志田厚子理事長のトークをメインに、永井武志・共用品ネット代表による共用品ネットの活動紹介、トミー・高橋玲子さんが出演したTV番組のビデオ上映が行われた。さらに、参加者の中から、凸版印刷・佐藤安弘さん、フレックスインターナショナル・中野彰夫さん、ウエルハーモニー・田中義明さん、ジェルテック・東田勇さん、梨木かおさん（映画「朋の時間」ご案内）、写真家・星川

ひろ子さんがミニプレゼンテーションを行った。

第3回目は、花島弘・共用品推進機構理事が日本点字図書館における盲人用具の輸入・開発・普及の歴史を、機構の収蔵サンプルを手にしながら紹介。花島さんのお話の後は、UDジャパンの内田早苗さん、ナナ・コーポレート・コミュニケーションの福西七恵さんと作家である郡司ななえさん、山陽プレス工業の檜垣昌子さんの3組のミニプレゼンテーションが行われた。

回を重ねるたびに「サロンらしさ」が浸透、楽しく有意義な交流・情報交換の時間が定着しつつあるように思える。「共用品サロン」は原則として、毎月第2金曜日の夜に開催していく予定で、たくさんの方のご参加をお待ちしている。

(高嶋 健夫)

【イベントのご案内】

○共用品サロン（共用品推進機構主催）

原則として毎月第2金曜日午後7時から、東京・猿楽町の機構事務局会議室で開催。6月は13日、7月は11日にそれぞれ開催。6月のゲストは中國秀喜・ワールドバイオニア社長を予定。7月は未定。参加・発表申し込みは事務局まで。

【トピックス】

○日本玩具協会、共遊玩具カタログ発行

共遊玩具カタログ『目や耳の不自由な子どもたちと一緒に楽しめるおもちゃ』2003年版が発行された。問い合わせ、申し込みは同協会まで。HPアドレスは<http://www.toys.or.jp>

○日本ホテル協会、『THE HOTEL INDEX』発行

日本全国約300のホテルを紹介。身体障害者用トイレがあるなどを表示している。HPアドレスは<http://www.j-hotel.or.jp>

○全国知的障害養護学校長会・勸安田生命社会事業団、コミュニケーションボードを製作

知的障害の子供たちが身近な町で利用するコミュニケーションボード「わたしの伝えたいこと」を製作し、全国の知的障害養護学校に配布。

○交通エコロジー・モビリティ財団が報告書発行

『高齢者・障害者向け地域福祉交通サービスの整備方策に関する調査報告書』、『視覚障害者・聴覚障害者等交通情報提供マニュアル作成のための調査報告書』をそれぞれ発行した。HPアドレスは<http://www.ecomo.or.jp/>

○すこやか食生活協会が図書を刊行

『かしこく選んで食は豊かに～選べるユニバーサルデザイン』を刊行。価格は1500円。HPアドレスは<http://www.sukoyakanet.or.jp/>

【高齢者・障害者配慮関連ISO、JISの動き】

○日本工業標準調査会・消費者政策特別委員会（3月24日）

「高齢者・障害者配慮標準化ビジョン案」を報告。

○「ガイド71」JIS化委員会（3月19日）

ガイド71のJIS原案に関し、日本工業標準調査会標準部において審議の結果承認され、6月の発行を目指し、解説部分の執筆作業に移った。

○TC159アドホックタグ委員会（3月26日）

第1回委員会がフランスで開催され、ガイド71のセクターガイド作成に関して議論が行われた。

○ISO/TC159（人間工学）アドホックタグ国内対策委員会（4月22日）

第2回国内委員会が開かれ、フランス、アイルランドで開かれた2回の欧州規格作成機関合同委員会報告と共に、今後の作業検討が行われた。

【報道・マスメディア】

○共用品・共用サービスのキャンペーン広告が再開

（財団法人共用品推進機構が小学館の全面協力を得て展開、好評を博した『女性セブン』と『週刊ポスト』誌での連続キャンペーン広告が5月から再開した。新連載のタイトルは「バリアフリームーブメント」。前回同様、事務局・森川美和さんが執筆を担当する。

○TBS「ニュース23」で「ツーリズム・フォー・オール」を特集（5月7日）

個人賛助会員の松森果林さんらが出演した。

【共用品推進機構の動き】

○医学会総会 展示会に出展（4月2～8日）

福岡ドームで開催。代表的な共用品や配慮点をクイズ形式にしたパネルなどを展示。会期中は多くの人で賑わい注目を集めた。

○第9回理事会（3月14日）

平成15年度事業計画、予算案を審議し合意された。

○第7回評議員会（3月11日）

平成15年度事業計画、予算案を審議し合意された。

○第15回運営委員会（3月24日）

○第16回運営委員会（4月22日）

平成15年度事業についての討議が行われた。

○第29回企画委員会（3月19日）

○第30回企画委員会（4月23日）

平成15年度事業についての討議が行われた。

○聴覚障害者に対するニーズ・シーズ調査委員会

第3回ニーズ・シーズ合同委員会開催（3月17日）

○共用品市場高度化委員会

第4回委員会を開催（3月28日）

<読者の皆様へのお願い>

「共用品通信 情報アラカルト」欄では新製品・新サービス、セミナー・講演・展示会、モニター募集など、個人・法人賛助会員の皆様からのお知らせも掲載致します。事務局「インクル編集担当宛」に、ニュースリリース、イベント案内などの情報をお寄せください。Eメールも歓迎です。

「福祉先進国」の虚実 スウェーデン盲人施設訪問記

☆…ダブリンでの欧州規格機関の会議に出席した後、スウェーデンのストックホルムに立ち寄り、視覚障害関連の施設を訪問してきた。

スウェーデンの盲人人口は約1万人、その中で点字が読めるのは2000人。ろう学校を除き、特殊学校はすべでなく、障害の有無に関わらず普通校に入学する。手話は「公用語」になっているので、ろう学校だけは特別に存在するとの説明であった。

では、視覚に障害のある生徒たちに点字などを特別に教育する必要はないのか。その疑問に答えてくれたのが、スウェーデン特殊教育研究所。盲学校だったこの施設は、今でも国中から数多くの目の不自由な子供たちが訪れる。普段は普通校で学びながら、1年に少なくとも1週間、同じ年齢の子供たちが一緒に点字、触覚での教育を学ぶ機会を国が与えている。点字などの学習もさることながら、真の狙いは同じ障害を抱えた仲間同士の交流にある。日本では、障害のない生徒との交流が1週間あるだけだ。彼我の違いに改めて驚かされた。

☆…半面、スウェーデンでは地下鉄、バスなど公共交通機関のバリアフリー化はあまり進んでいないという。そう教えてくれたのは、スウェーデン盲人協会で働く全盲のエバ・ボル

ク女史。彼女が普段利用する交通機関はタクシーだ。5年前、足や目が不自由な人などが地下鉄と同じ料金でタクシーを利用できる制度ができた。差額は政府が支払う。

だから、足や目の不自由な人はもっぱらタクシーを利用する。このため、政府の差額に対する助成額は約800億円に上る。さすがにここに来て、政府も負担額の多さに制度の見直しを検討し始めているそうだ。

星川 安之



事務局
長
だより

また彼女に、点字図書、朗読テープの作り方を聞いたところ、すべて「プロ」が仕事として行っているとのこと。「日本では多くのボランティアが福祉を支えている」と話すと、「スウェーデン人は忙しく、ボランティアをしている時間がない」との返事がかえってきた。この国に来る前、スウェーデン在住の方に「日本の忙しさは通用しない」と言われていただけに、このコメントはちょっと意外だった。

☆…最後に訪ねた施設は、スウェー

デン障害研究所。1968年政府によって障害者の社会参加を促す目的で設立された。現在は、主に①福祉用具、アクセシビリティ（共用品）の開発、②リサーチ事業（障害者へのインタビュー・統計調査など）、③給付に関する業務・研究、④情報提供（ウェブサイト作成）、⑤国際交流——などの事業を行っている。スウェーデンの福祉の中心部分を担っている機関の1つである。

この研究所が2001年、「スウェーデン福祉研究所」という名称の株式会社を設立した。目的は、毎年数多く訪れる日本からの見学者をより要望に合った形で受け入れるため、研究制度、実習などのプログラムを有料で提供すること。日本のスウェーデン大使館にも出先機関が設けられ、営業も開始している。どんなビジネスも需要があって初めて成り立つものとはいえ、「他の国は？」と聞くと、「まだ日本だけ」。何とも考えさせられる新事業ではある。

「福祉先進国」があまりにも耳にたこになっている部分、人口の少なさをゆえにできることとできないこと……。

わずか2日間の滞在であったが、今回の訪問で個人的に強く思ったことは「先入観は、時として思考の邪魔になる」であった。（★）

作る人と使う人の共用品情報誌

インクル 第24号

2003（平成15）年5月25日発行

"Incl." vol.4 no.24

@The Kyoyo-Hin Foundation, 2003

隔月刊、奇数月に発行

一般頒価 1部1000円

（但し、個人・法人賛助会員については、購読料は年会費の中に含まれています）

※視覚に障害のある方など、墨字版のご利用できない方にはTXTファイルのフロッピーディスクを提供しています。必要のある方は、事務局までお申し出ください。

編集・発行 財共用品推進機構

郵便番号 101-0064

東京都千代田区猿樂町2-5-4 OGAビル2F

電話：03-5280-0020

ファクス：03-5280-2373

Eメール：jimukyoku@kyoyohin.org

ホームページURL：http://kyoyohin.org/

発行人 鴨志田厚子

事務局 星川 安之

万代 善久

森川 美和

橋本 英和

金丸 淳子

編集長 高嶋 健夫

執筆・協力 小塚 通宏

後藤 芳一

児山 啓一

凌 竜也

中野奈津美

牧内 智子

望月 庸光

山本百合子

印刷・製本 ベスト・イーグル機/三栄印刷機

本誌の全部または一部を視覚障害者やこのままの形では利用できない方々のために、非営利の目的で点訳、音訳、拡大複製することを承認いたします。その場合は、財共用品推進機構までご連絡ください。

上記以外の目的で、無断で複製することは著作権者の権利侵害になります。