

# ACCESSIBLE DESIGN

The Periodical of

## アクセシブルデザインの総合情報誌 インクル No. 43

2006 (平成18) 年7月25日

No. 43

"Incl." by The Accessible Design Foundation of Japan (The Kyoyo-Hin Foundation)  
共生社会の実現を願う妖精「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

- 「なるほど共用品～共用品教材セット」が完成  
23の代表選手を集めた説明シート付きの学習用教材 (森川美和)..... 2
- <速報>2004年度 共用品市場規模調査  
前年比10.7%増の2兆6290億円、4年ぶりの2ケタ増 (凌竜也)..... 4
- 国際標準化100年記念事業を開催中 (和泉 章)..... 8
- <随想 私と共用品>第22回  
アクセシブルデザインと研究の“心” (佐川 賢)..... 9
- 第7回法人賛助会員報告会  
共用サービス、共用品教育、標準化について講演 (高嶋健夫)..... 10
- 日台合同の「共用品セミナー」、台北で開催 (星川安之)..... 12
- <ニュース&トピックス>  
(社福) ぶどうの木ロゴス点字図書館、「共用品白書」の点字データ版を制作へ  
(独)国立科学博物館が大文字版「新館ガイド」 (高嶋健夫)..... 13
- <キーワードで考える共用品講座> 第42講  
「共用品と流通 (第2回:設備、商品、ソフト) (後藤芳一)..... 14
- <事務局長だより>最近感じた「なるほど」 共用品閑話数題 (星川安之)..... 15
- 共用品通信・情報アラカルト..... 15
- <わが社のエース> カゴメ「トマトケチャップ」  
柔らかいチューブ容器に点字を表記 (高嶋健夫)  
奥 付..... 16



■ 「コミュニケーション支援用絵記号デザイン原則 (JIS T0103)」に記載されている絵記号例。左から「ビール」「暑い」「海」(共用品推進機構ホームページから無償ダウンロードできます)

財団法人 共用品推進機構

# 『なるほど共用品～共用品教材セット』が完成

## 23の代表選手を集めた説明シート付きの学習用教材

働共用品推進機構は働日本児童教育振興財団の助成ならびに30以上の企業・業界団体の協力を得て、学校や学童保育などの教育現場で利用してもらうための『なるほど共用品～共用品教材セット』を作成、7月から貸し出しを始めた。シャンプー容器をはじめ代表的な共用品23アイテムの見本とそれぞれについての説明シートをセットにした学習用教材で、子供たちが共用品をもっと身近に感じ、製品の工夫を知ることによって、モノ作りへの新たな視点を持ったり、多くの人に使いやすいモノとはどんなものかを理解したりするのを手助けすることを目的としている。

もりかわみわ  
(森川美和)



なるほど共用品  
共用品教材セット説明書

■「共用品教材セット説明書」の表紙

### 授業で共用品を“実体験”!

機構は発足以来、次代を担う子供たちに共用品・共用サービスや「共用品の心」を伝える教育事業に力を入れて取り組んでおり、その一環として、主に教育現場におけるバリアフリー教育に使用してもらうさまざまな教材を独自に開発・作成してきた。

主なものには、子供向け副読本『共用品って、何だろう? 共用品って、知ってる?』(小冊子版)、同冊子の教師・保護者向け解説書『指導者用ガイド

ブック』(冊子版)、機構ホームページに公開しているウェブ版『共用品キッズワールド』、幼児向け絵本『ぞうくんのさわってわかるぞう!』などがあり、希望に応じて、小中学校や幼稚園、自治会などに順次提供してきた。

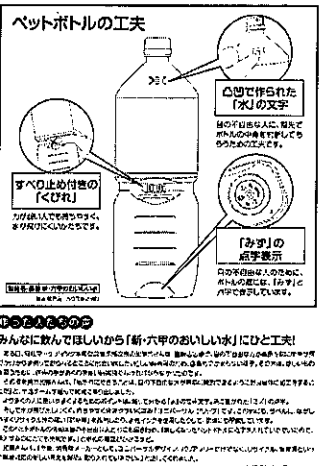
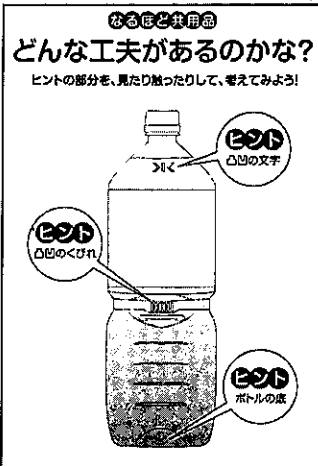
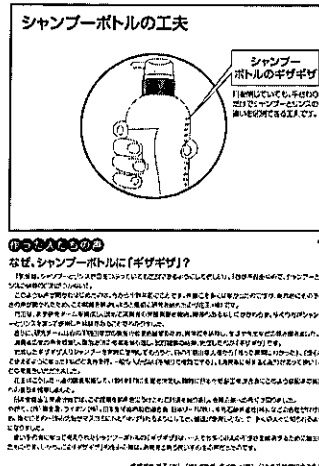
これらの教材は、全国各地の多くの教育現場で実際にご活用いただき、「子供たちや指導者らのバリアフリーに対する考え方に影響を与えた」といった報告をいただいている。

しかし、教育現場においては「実際に共用品を見せて授業を進めていきたい」とのニーズが強い反面、子供たちにわかりやすい共用品を多く集めることは難しく、「共用品をセットした教材があれば……」という声も聞かれていた。

そこで、日本児童教育振興財団の2005年度助成事業として、『なるほど共用品～共用品教材セット』を作成したもので、7月より研究指定校に貸し出しを開始することになった。

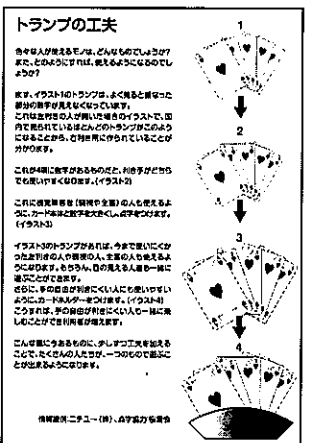
### トランプ、シャンプー、共遊玩具……

教材セットに入っているのは、おなじみの共用トランプ、シャンプー容器、共遊玩具など、全部で23アイテム(別掲の一覧表を参照)。製品見本のほかに、「共用品教材セット説明書」が同梱されており、それぞれの製品の工夫や配慮点はもちろん、その製品が生まれた背景や開発・発売した企業の人たちの話なども盛り込んでいる。



編集に当たっては、東京都小平市立小平第四小学校教諭の奥山文子先生、同府中市立府中第一中学校教諭の酒井佳子先生、同昭島市立拝島第三小学校教諭の坂本千代先生、千葉大学助教授の土田祐一先生のご協力をいただいている。

「共用品教材セット」の貸出期間は1回当たり1週間前後。原則的に無料で貸し出すが、往復の送料をご負担いただくことと、同封するアンケートにお答えいただくことをお願いしている。



■表に製品のイラスト、裏に解説がある説明シート。左上が「シャンプーボトル」、右上が「ペットボトル」、右下が「共用トランプ」

### ■『共用品教材セット』に収録した共用品(カッコ内は提供企業・団体)

トランプ(ニチユ-株)/共遊玩具(株)日本玩具協会/シャンプーボトル(花王株、株)資生堂、ライオン株、日本生活協同組合連合会/ステープラー(コクヨS&T株)/マルチタイマー(株)佐藤計量器製作所/「らくらく実感オープナー」(株)ダイイチ/ペットボトル(ハウス食品株)/「あゆみシューズ」(徳武産業株)/電子体温計(シチズン・システムズ株)/電波クロック(セイコークロック株)/携帯電話「らくらくホン」(NTTドコモ株)/発光タイマー(株)ワールドパイオニア/耳式体温計(テルモ株)/缶チューハイ・缶ビール(宝酒造株、アサ

ヒビール株、キリンビール株、サッポロビール株、サントリー株、オリオンビール株)/牛乳パック(財)すこやか食生活協会、(株)日本酪農乳業協会/「シルコットウエットティッシュ」(ユニ・チャーム株)/オセロゲーム(株)メガハウス/簡易筆談器(株)ワールドパイオニア/チューブ入りトマトケチャップ(カゴメ株)/「カラスティックのり」(株)住友スリーエム/家庭用ラップフィルム(家庭用ラップ技術連絡会、メーカー各社)/チューブ入りソース(オタフクソース株)/びん入りジャム(アヲハタ株)

# 2004年度 共用品市場規模調査 前年比10.7%増の2兆6290億円に 家電製品が牽引して、4年ぶりに2ケタ増

凌電也・(株)日本能率協会総合研究所 産業経営研究部主任研究員

財共用品推進機構は平成16年度（2004年度）の共用品の国内出荷額をまとめた。それによると、2004年度（05年3月末現在）の共用品の国内市場規模は2兆6290億円と推計され、前年比10.7%増となった。景気回復を背景とした白物家電や薄型テレビ、DVDレコーダーなど映像機器の高い伸びに支えられて、4年ぶりの2ケタ成長となった。

本調査は、共用品の市場動向を把握する定点調査として、1997年度より経済産業省の委託事業として開始された。その後2003年度からは機構の自主事業として継続され、今回で8回目（自主事業としては3回目）を数えるに至る。

■図表1：共用品の概念整理

◆定義	身体的な特性や障害にかかわらず、より多くの人々が共に利用しやすい製品・施設・サービス
◆原則	1. 多様な人々の身体・知覚特性に対応しやすい 2. 視覚・聴覚・触覚など複数の方法によりわかりやすくコミュニケーションできる 3. 直感的でわかりやすく、心理的負担が少なく操作・利用できる 4. 素材・構造・機能・手順・環境などが配慮され、安全に利用できる
※さらに共用品・共用サービスとは、次の三者を包含する概念である	・はじめからすべての人々を対象に適合するよう考える共用設計 ・一般製品の利用上の不都合をなくすバリア解消設計 ・福祉用具がもとで一般化した福祉目的の設計

■図表2：アンケート調査の配布・回収状況

調査種別	対象	配布数	回収	回収率
個別調査	(個別企業)	190社	111社	58.4%
業界団体調査	家電製品協会	16社	16社	100.0%
	日本照明器具工業会	14社	14社	100.0%
	日本玩具協会	21社	13社	61.9%
	ビール酒造組合	5社	4社	80.0%
合計		246社	158社	64.2%

調査対象を検討するにあたり、「共用品」という言葉の示す概念を、図表1のように定義・原則という形で整理し、調査対象を決めるうえでの基盤としている。このような概念整理に基づき、昨年同様の28の品目を対象とする、04年度における共用品国内出荷高について、主にアンケート形式での調査を実施した。具体的な調査対象品目と配慮点は図表4に、アンケートの配布・回収状況は図表2に示すとおりである。

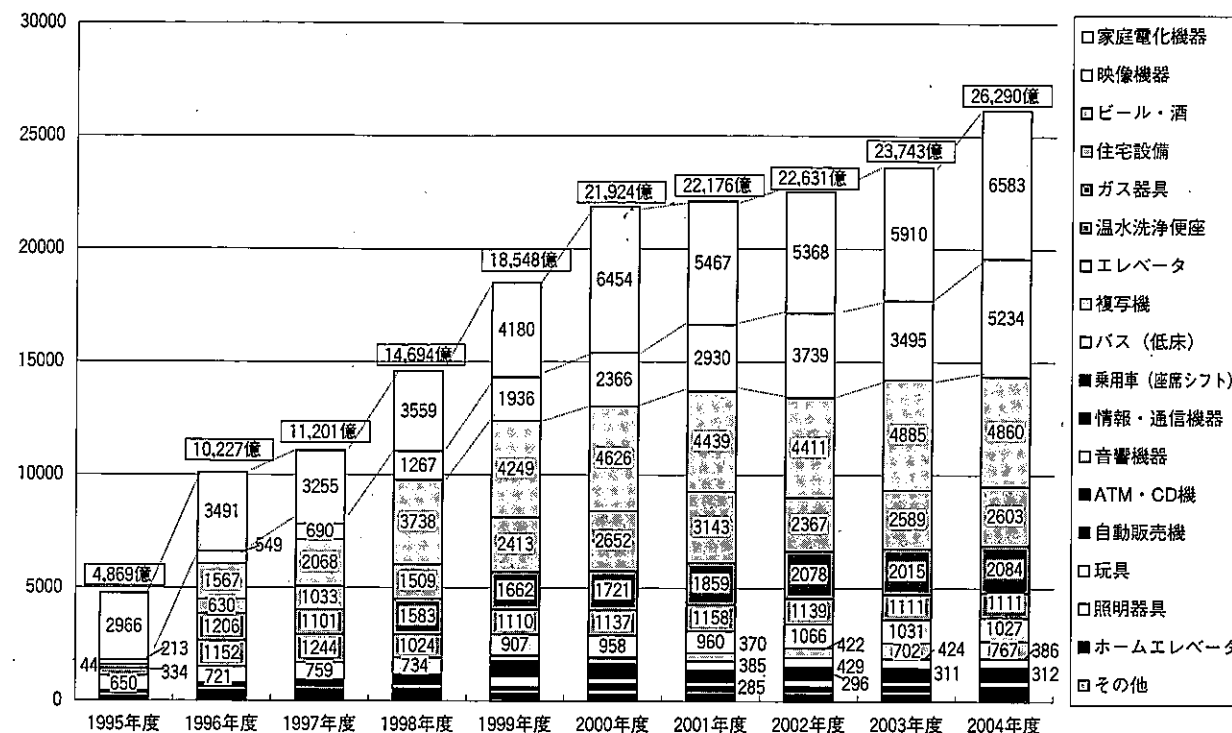
## 住宅設備、ガス器具は増加、ビール・酒は微減

2004年度における共用品市場規模は2兆6290億円と推計され、前年度と比較して2547億円、10.7%の増加となり、4年ぶりの2ケタ成長となった（図表3、4参照）。この成長の最も大きな要因となったのは映像機器（5234億円、前年比49.8%増）の躍進である。この背景としては主力のテレビで、ブラウン管から液晶テレビ、プラズマテレビへの買い替えが進んだこと、さらに録画再生機分野でもVTRからDVDレコーダーへの買い替え需要が発生したことなどが挙げられる。この結果、映像機器は品目別の順位でも「ビール・酒」を抜き、「家庭電化機器」に次ぐ第2位となった。

その「家庭電化機器」についても、今回調査で6583億円（前年比11.4%増）と金額を増やした。洗濯機、冷蔵庫、エアコンなどの主力製品、いわゆる白物家電が着実に出荷金額を伸ばし、これに伴って共用品市場も伸びる結果となった。

ここ数年、主要品目の中でも特にこうした家庭電化機器や映像機器の分野では、新製品の投入により品目全体の金額が大きく伸びるのに連動して、共用品の出荷高も伸びるケースが目立っており、新製品投入時に着実に共用化配慮が浸透していることがうかがえる。

■図表3：共用品市場規模推移（単位：億円）



一方、品目別に見て順位を1つ下げた「ビール・酒」は、4860億円（同0.5%減）と、わずかながら出荷高が減少した。主力であるビールや発泡酒では容器配慮がほぼ100%近く普及しているため、ビール・発泡酒全体の市場規模の減少が反映された結果だが、一方でビールテイスト飲料が登場し、缶入りの焼酎やウイスキーが金額を伸ばすなど、ビール・発泡酒以外の出荷高が増加し、市場構造の改革が起きている。

このほか、「住宅設備」（前年比14億円、0.5%増）、「ガス器具」（同69億円、3.4%増）などをはじめ、多くの品目で、着実に出荷高が増加したことが市場規模全体金額の伸びにつながった。逆に市場規模全体も縮小している「玩具」（同65億円、38.9%減）や、車いす対応としてエレベーターの設置が優先される傾向の中、需要の周期変動の影響も受ける「エスカレーター」（同約1億円、25.0%減）などでの減少が目立っている。

## 品目ごとに跛行が目立つ「共用品普及度」

市場規模の対象品目の中で、製品本体の一部機能に配慮がなされている品目については、その配慮点がより多くの製品ラインに展開され、基本仕様となることが望まれる。そこで該当品目に関する工業統

計データに基づき、「全製品の出荷額に占める共用品出荷額の割合(%)」を「共用品普及度」として試算し、その進展の推移を見たのが図表5である。

これによると「ガス器具」「エレベーター」「家庭用電化機器」「映像機器」などで、ここ10年間で着実に普及が進んでいる様子が見え始める。このように共用化配慮が進む品目がある一方で、10年間の推移を見てもあまり進展のない品目も存在している。出荷額の算出方法について（一部推計を実施するもの）回答企業の積み上げを基本としている関係上、調査協力が困難な企業が多い品目では、出荷額を低めに見積もらざるを得ないなど、普及度が低いとは一概にいえない部分もあるが、特にこうした普及度が低いとされる品目については、その背景要因を検討することが求められる。

なお、バスについてはこの図表を見る限り、（共用品とした）低床バスの普及が、ここ2年ほど進んでいないようにも見えるが、必ずしもそうとはいえない。観光バスや法人マイクロバスなどを含んだ、工業統計データの年間出荷高に基づいた数値ではなく、公共交通機関である「乗合バス」に限定し、かつ毎年の出荷高ではなく、登録台数（＝現在走っているバスの台数）に着目して、低床バスの普及度を見た場合、図表6（日本バス協会資料より作成）の

■図表4：1995～2004年度・共用品市場規模推移（金額明細）

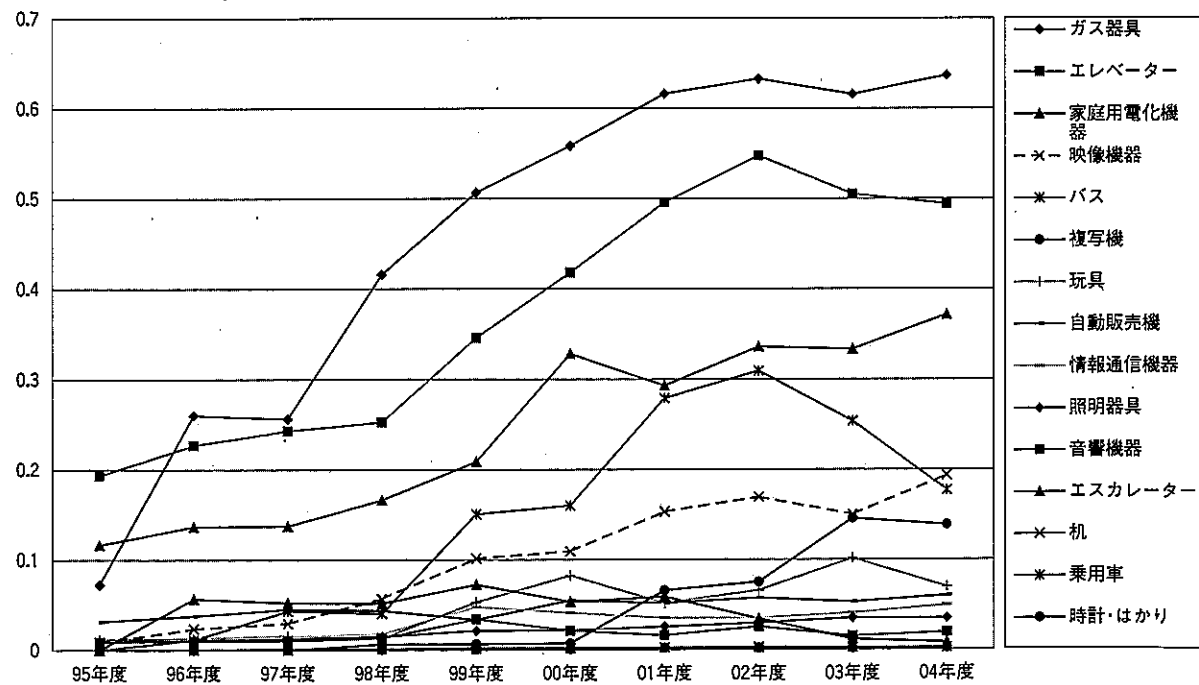
配慮分類	品目分類	品目	共用品理由	データ開始年度	
製品本体の配慮	一般機械器具	エレベーター	階数スイッチに点字表示されている、階数表示を音声で行う、階数スイッチが車椅子でも使用可能な位置にある	1995年度	
		エスカレーター	ステップがフラットになり、車椅子の使用が可能	1996年度	
		ホームエレベーター	階段での上下移動を解消している	1996年度	
		自動販売機	コイン投入口とボタンが低い位置になっており、車椅子でも操作可能、表示部に点字	1995年度	
		駅ホーム用自動ドア・自動改札	電車の扉の位置に合わせてホームに設置されている（自動ドア）、車椅子でも通れるように幅を広くしてある（自動改札）	1995年度	
		ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで機別でき、音声で応答がある、点字表示など	1995年度	
		温水洗浄便座	用便後温水で洗浄、上肢が不自由でも清潔に用便可能	1996年度	
	電気機械	複写機	車椅子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	
		家庭電化機器		1995年度	
		音響機器	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や音声によって表示される、文字放送を受信できる	1995年度	
		映像機器		1995年度	
	輸送用機械器具	情報・通信機器		1995年度	
		照明器具	器具が昇降し、電球の取り替えが容易	1996年度	
	精密機械器具	乗用車（座席シフト）	助手席、後部座席が車椅子でも乗りやすいように回転・移動する	1995年度	
		バス（低床）	車椅子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	
	金属製品	時計・はかり	凸表示や凸文字表示があり触って分かる、音声表示がある、数字表示部が見やすいよう大きな文字	1995年度	
		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
			住宅設備	段差解消・手すりの設置・腰掛ける出入り容易な浴槽（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設計（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
		その他	机（天板上下）	天板が昇降できるもの	1996年度
			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出来る、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
			ケトル	沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度
大活字書籍			見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	
その他（家庭用マシン、触地図等）		糸かけ、ダイヤル式、スピードが遅い等操作が容易に出来る（家庭用マシン）、凹凸が付いており手で触って分かる地図（触地図）	1995年度		
容器・包装の配慮		食料品	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
		化学工業品	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
	医薬品		パッケージに点字が付いている、点字の取り扱い説明書が付いている	1995年度	
	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	

計①97年度調査品目ベース（95年度より）  
 計②98年度調査品目ベース（96年度より）  
 計③99年度、00年度、01年度調査品目ベース（98年度より）  
 #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98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、99年度より「ノンステップバス ワンステップバス」といった定義を採用した  
 #3：大活字書籍については、家庭用マシンや触地図等と同様、回答企業が少ないため、2003年度より一括した数値としている。

金額（億円）	金額（億円）										伸び率（%）
	1995年度	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	
#1	650	721	759	734	907	958	960	1,066	1,031	1,027	△0.4%
	-	28	28	27	33	23	20	11	4	3	△25.0%
	-	130	134	120	133	131	124	115	93	93	0.0%
	85	114	124	137	91	133	107	98	85	111	30.6%
	7	10	15	12	14	5	14	12	23	26	13.0%
	3	3	4	5	16	100	94	99	128	138	7.8%
	-	1,152	1,244	1,024	1,110	1,137	1,158	1,139	1,111	1,111	0.0%
	-	-	-	44	44	49	370	422	702	767	9.3%
	2,966	3,491	3,255	3,559	4,180	6,454	5,467	5,368	5,910	6,583	11.4%
	152	143	153	193	480	275	197	324	216	247	14.4%
	213	549	690	1,267	1,936	2,366	2,930	3,739	3,495	5,234	49.8%
	99	151	181	200	496	366	256	244	263	306	16.3%
	-	64	71	79	81	87	91	91	97	98	1.0%
	2	9	17	122	181	249	285	296	311	312	0.3%
	14	22	86	76	222	248	385	429	424	386	△9.0%
	1	3	2	1	1	3	6	5	4	5	25.0%
	334	1,206	1,101	1,583	1,662	1,721	1,859	2,078	2,015	2,084	3.4%
	-	630	1,033	1,509	2,413	2,652	3,143	2,367	2,589	2,603	0.5%
	-	3	3	5	7	6	6	6	5	5	0.0%
	77	84	93	90	163	205	135	139	167	102	△38.9%
	-	13	12	11	9	9	8	6	5	5	0.0%
	-	4	5	4	3	4	2	2	-	-	-
	2	2	2	1	1	2	1	7	9	11	22.2%
	144	1,567	2,068	3,738	4,249	4,626	4,439	4,411	4,885	4,860	△0.5%
	119	126	119	105	60	72	75	107	118	120	1.7%
	1	2	2	4	2	4	5	5	7	7	0.0%
	-	-	-	46	55	41	39	45	46	46	0.0%
	4,869	8,231	8,699	11,852	14,692	17,810	17,235	18,438	19,095	21,559	12.9%
	-	10,227	11,201	14,603	18,449	21,835	21,767	22,164	22,995	25,477	10.8%
	-	-	-	14,694	18,548	21,924	22,176	22,631	23,743	26,290	10.7%

※、98年度と比較して金額が大きく伸びている。

図表5：製品本体配慮品目における、「共用品普及度」の推移



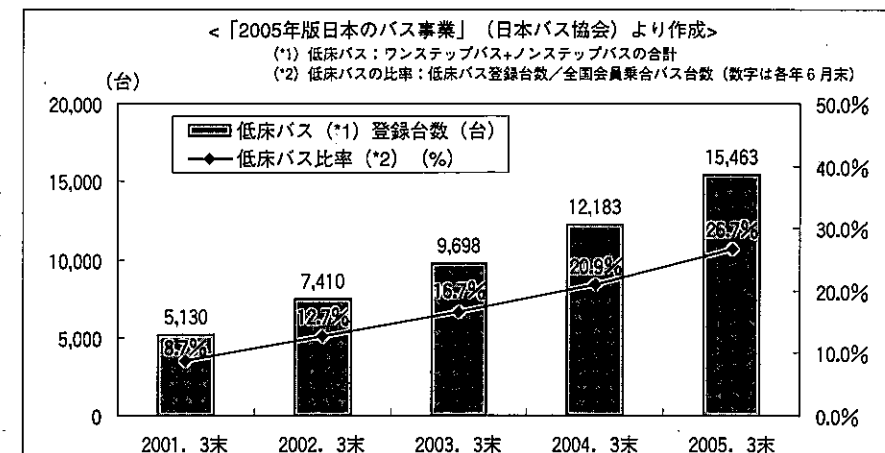
ように、乗合バスの分野では低床バスの普及が着実に進んでいることがうかがえる。

一方、包装・容器への配慮品目については、「ビール・酒」「シャンプー・リンス」「家庭用ラップ」の3品目については大手製造会社が配慮をほぼ軒並み採用しており、結果としてそれぞれの配慮に限れば100%近く普及している。

ただし、医薬品（調査対象では家庭用のみ）については、回収状況が低調であることに加え、回答企業の中でも「該当なし」との企業があるなど、共用化配慮への取り組みはまだ一部にとどまっているのが実態のようである。

今後、共用品の確実な社会への普及に向けて品目別の対応策の検討も欠かせない。そのためには出荷高の調査に加え、品目別の普及状況や配慮点の課題を把握する調査も必要となってきた。

■図表6：乗合バスにおける低床バスの普及状況



## 国際標準化100年記念事業を開催中

皆様のご参加をお待ちしています！

和泉 章・経済産業省情報電気標準化推進室長

今年は「国際標準化100年」の記念年であり、アクセシブルデザインの標準化に取り組んでいる財共用品推進機構も記念事業実行委員会に参加させていただいている。そこで、現在開催中、あるいは今後開催される記念事業の概要について、経済産業省情報電気標準化推進室の和泉章室長にご寄稿いただいた。

本年2006年は、電気電子分野の国際標準化機関であるIEC（国際電気標準会議）の設立100周年にあたり、また、その設立会議に出席した日本にとっても国際標準化活動参画100年の節目の年となります。

そこで、経済産業省・日本工業標準調査会、(財)日本規格協会、(財)共用品推進機構、産業界、学会などからなる「国際標準化100年記念事業実行委員会」では、広く国民の皆様様に標準化の重要性について知っていただくことを目的に、本年度、各種の記念事業を実施しています。

現在、以下の3つの事業などを実施中ですが、10月には記念シンポジウム、記念展示会も開催する予定です。

「標準」は、私たちの生活・社会・経済を支える重要なインフラであり、アクセシブルデザインなどその役割はますます広がっています。本記念事業を契機に、小中高校生を含め多くの皆様が標準の重要性についての理解を深めていただくことを期待しています。

本記念事業の最新情報の入手や応募方法などについては、国際標準化100年公式ホームページ (<http://www.standard100.jp>) からお願いいたします。皆様のご参加をお待ちしております。

### 【標準化クイズ】

標準をテーマにインターネットで回答いただくクイズを7月から2カ月ごとに計4回実施します。問



International Standardization

国際標準化

題や応募フォーマットなどは公式ホームページに掲載されています。

第1回の応募締め切りは8月31日、第2回は9月初旬更新・10月31日締め切り、第3回は11月初旬更新・12月27日締め切り、第4回は来年1月初旬更新・同2月28日締め切りとなります。

各回の全問正解者には抽選で景品を差し上げます。

### 【標準化川柳募集（8月18日まで）】

「標準（スタンダード）」「標準化」「国際標準化」に関連するユニークな川柳を募集しています。入賞作には、賞状、賞金などを差し上げます。

### 【出前授業実施希望校募集（7月31日まで）】

小学校（中・高学年）・中学校・高校・高等専門学校の子供・生徒・学生を対象に、専門家を学校へ派遣して「標準」について実例による授業を行います。出前授業の実施時期は今年9月4日（月）～12月22日（金）。専門家の派遣にかかわる費用をご負担いただくことはありません。

### 【国際標準化100年記念シンポジウム】

10月13日（金）に東京・大手町のJAビルにて開催を予定しています。ご案内は、詳細が決まり次第、公式ホームページにてお知らせいたします。

以上に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

### ■国際標準化100年記念事業実行委員会事務局

(財)日本規格協会総務企画部広報室内)

TEL: 03-3583-8011 (受付時間は午前10時～12時、午後1時～5時、土日祝祭日を除く)

ホームページ: <http://www.standard100.jp>

e-mail: [inquiry@standard100.jp](mailto:inquiry@standard100.jp)

## 随想 第22回 アクセシブルデザインと研究の“心”

私と共用品

佐川 賢 (財)産業技術総合研究所 人間福祉工学部門 アクセシブルデザイン研究グループ長

今年4月末に米国のデイトンという町で国際標準化機構 (ISO) TC159「人間工学」の総会が開かれた。日本工業標準調査会 (JISC) を中心とした国内のアクセシブルデザイン推進グループ (共用品推進機構、産総研、TC159国内委員会、NITE、日本規格協会など) は協力して、アクセシブルデザインのための新しいグループ作り (新SC) を提案した。

結果は、残念ながら否決であった。理由として、アクセシブルデザインとは種々の分野で各々が対応するもの、1カ所に集めて行くものではない、とのこと。確かにそれは理解できる。しかし、提案の意図は違う。日本は規格開発に必要な共通基盤技術を開発しようとしたのである。各分野が個別に開発すべきアクセシブルデザインを否定したり、阻害するものではない。むしろ、それを促進するための提案である。

例えば、シャンプーのギザギザやプリペイドカードの切り欠きなど、触覚利用の規格は多い。そうした触覚情報をさまざまな場面で活用する時の、触刺激の大きさ、高さ、溝の深さなどを人間の基本特性に基づいて定量的にデザインしようというものである。やや理解されなかったような感があり、残念であった。

しかし、新SCは否定されたとはいえ、日本のこれまでの努力や貢献は理解されたように思える。そのためか、引き続きTC159におけるアクセシブルデザインの牽引役を日本が担うことになった。悲喜こもごもというところか。

### 専門家の心はどこを向いているのか……

会議で感じたことが1つある。こうした議論をする時に、それぞれの専門家の“心”がどこを向いているか。そこが掴みきれない。誰もが高齢者や障害者のために良かれと思って議論している。問題は議論の“心”である。目的を同じにしながらも、その“心”に温度差を感じるのは私だけであろうか。こ

れまであまり配慮されてこなかった高齢者や障害者に1つでも良いデザインを、という時に、「新SCは混乱を招く」、「1カ所でやるべきでない」、「あちらでやっているものを邪魔するな」という意見が出てくるのは何か大事なものが欠けてはいないか。

理屈ではない、倫理でもない、夢でもない、やはり“心”である。委員会のメンバーはみな、それなりの見識と専門性がある。どのメンバーもアクセシブルデザインは大事で普及させるべしと信じている。それでも、人間付き合いと同じように、取り組む“心”のあり方は異なるのであろうか？

### 100万人に役立つ技術も、1人のための技術も

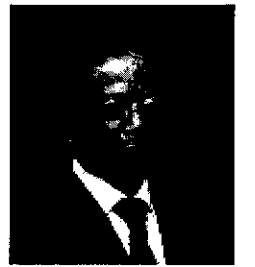
私の所属する産総研では研究者が日夜、最先端の研究に取り組んでいる。ナノテクなどこれからの期待を背負った華麗な技術の世界もある。みな最終的に科学技術は人間やその生活のために役立つと信じている。それでも重要と言われる研究に“心”をあまり感じない場合もある。逆に、いわゆる泥臭い研究でも優しさを感じるものもある。

100万人のために役立つ技術も、1人の障害者の生活を便利にする技術も、共に大事である。その“心”が大切な要素となり、強いては大きな研究を動かす原動力になると私は信じている。産総研でも、この“心”を大切にしたい。

だいたい前の話ではあるが、旧通産省で人間に関するプロジェクトが走り出したころ、「これは通産省の良心である」と言った人がいたという。これからは良心や心が、冷静な科学技術の世界でも1つの重要な視点として認められるようになればと思う。

アクセシブルデザインは、まさにその心が問われる技術領域である。

(題字は中野奈津美・財共用品推進機構運営委員)



## 〈第7回法人賛助会員報告会〉 共用サービス、共用品教育、標準化について講演

（財）共用品推進機構の第7回法人賛助会員活動報告会が7月4日、東京六本木の国際文化会館で開催された。例年を上回る約100人の法人賛助会員関係者らが参加し、恒例の機構による第7期（平成17年度）の活動報告のほか、今年度はアサツー ディー・ケイ（2005日本国際博覧会運営責任者）の浅和一雄氏、荒川区教育委員会生涯学習課室幼稚園研修指導員の池田洋子氏、（財）産業技術総合研究所の人間福祉工学アクセシブルデザイン研究グループ長の佐川賢氏の3人をゲストスピーカーに招き、「愛・地球博におけるバリアフリーサービス」「共用品読み聞かせ会」「国内外におけるアクセシブルデザインの標準化」について講演いただいた。その概要を本誌に再録しておく。（高嶋 英夫）

### 「信頼獲得」こそが共用サービスの根幹 アサツー ディー・ケイ 浅和一雄氏

昨年開催された「愛・地球博」で日本政府が出展したパビリオンの運営を担当した浅和氏は「国内におけるアクセシブルデザインサービスのあり方～誰も知らない2005年愛知万博舞台裏を通して」と題して、長久手日本館、瀬戸日本館、サイバー日本館（ウェブサイト）において実施したバリアフリーサービスの取り組みについて概要を報告した。

これら政府出展3館では「人にやさしい新時代の博覧会を象徴する徹底したバリアフリー対策を講じ、すべての来館者に満足いただける日本館を目指す」ことを共通テーマに掲げ、2003年度に基本計画を策定し、04年度にサービス体制の整備とスタッフ教育を実施した。サービス体制については、①責任者となるケアディレクター（CD）、②CDを補佐するアシスタント・ケアディレクター（ACD、長久手館のみに配置）、③CDやACDの指示に従って実際に来館者をアテンドするケアスタッフ（CS）、④同じくCSと共にサービスを推進するケアボランティア（CV）——を配置した。

さらに、05年度の開期中は、課題への迅速な対応とスタッフアンケートなどによる点検と達成度の検証に取り組んだ（これには共用品推進機構も協力しており、詳細は本誌第41号p4～7を参照）。

今回のバリアフリーサービスへの取り組みで得た教訓として、①運営計画作りでは、明確な運営方針（業務の判断基準）を設定し、課題の抽出とその対応策を徹底的に検討すること、②スタッフの採用では、明確な採用基準を設け、妥協せずに適性検査を実施して、信頼できるスタッフを確保すること（特に基準には経験を勘案すること）、③業務の実施に

際しては、スタッフへの情報開示と共有化を徹底し、専門家のアドバイスなどを受けつつ問題解決を先送りせず、（運営主体が）スタッフから信頼を得ること——の3点を指摘した。

具体的な“気づき”の例としては、「点字はわからないから点字パンフレットは要りません」というある視覚障害者の声や、「耳の不自由な方を外見で判断するのは本当に難しいんですね」というケアスタッフの率直な意見などが紹介された。

こうした教訓を踏まえて、浅和氏は最後に、アクティブな障害者や高齢者の増加への対応、ベビーカーによる観覧規制の緩和など「イベントにおける新しい評価軸」を提案し、今後のバリアフリーサービスの普及、標準化、マニュアル整備につなげていきたい、と結んだ。

### 見て、触れて、感じて、遊んで 荒川区教育委員会 池田洋子氏

池田氏は幼稚園教育に39年間携わり、現在は荒川区の嘱託幼稚園研修指導員を続けるかたわら、同区シルバー大学で「朗読」の講師も務める。昨年度、共用品推進機構が「子どもゆめ基金」の助成事業として幼稚園7園、養護学校1校の計8回開催した「バリアフリー2005読み聞かせ会」では、“読み聞かせ役”を担当した。その際に体験した出来事の数々を「ちいさな心にバリアフリーの灯がともった！」と題して報告した。

読み聞かせ会では、共用品の紹介、『ぞうくんのさわってわかるぞう』（制作・共用品推進機構＝詳細は本誌第35号p2～4を参照）など絵本の読み聞かせ、さらには視覚障害のある人や聴覚障害のある人、手話通訳者や盲導犬との触れ合いなど、多彩なプログラムを実施。それらを通じて、子供たちだけ

でなく、一緒に参加した保護者・先生の間にもバリアフリーや共用品についての理解が深まったと報告。子供たちの反響の中で特に印象的だった例としては、一緒に遊んでくれた全盲の高橋玲子さん（タカラトミー勤務）の反応や動作の俊敏さに素直に驚き、目の不自由な人の特性について理解していった姿を紹介した。

参加者からは「これからは買い物しながら子供と共用品を探したい」、「全盲の方や点字について身近に感じるようになり、「ここにもある」と生活の中で見つけだしたりしている」、「幼児にとってバリアフリーの第一歩となる試み。他人への思いやりの気持ちや、いろいろな人がいるんだという認識を育てるためにも必要と思う」など、企画に賛同したり、今後の継続を要望する声が多数寄せられた。

最後に池田氏は「共用品が教育現場に与える影響は極めて大きい」と、共用品教育がさらに普及・発展することを期待するコメントで締めくくった。

### 国際標準化、期待高まる日本の役割 産業技術総合研究所 佐川 賢氏

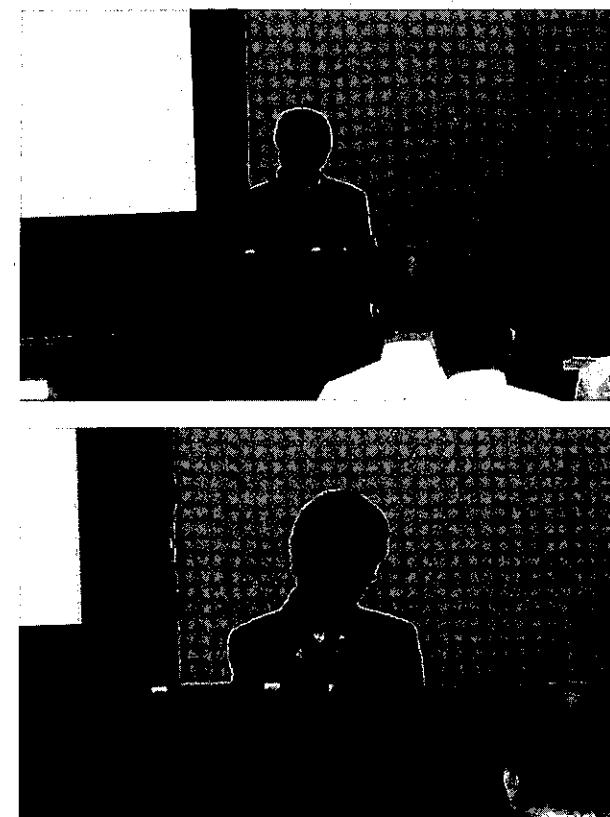
産総研でアクセシブルデザイン（AD）関連の標準化のまとめ役である佐川氏は「国際的に広がるAD～日本発のADへの期待と影響」と題して、国際標準化機構（ISO）を中心とする国際標準作りのこれまでの歴史を総括すると共に、最新情勢や今後の展望について報告した。

佐川氏はまず「規格の分野では、日本がADの概念や技術を広く普及させる活動を活発に展開している」としたうえで、これまでの歴史を、次の3つの期間に分けて捉える考え方を示した。

- ・第1期（創生期）＝1990年代～2001年11月（「ISO/IECガイド71」の発行まで）
- ・第2期（展開期）＝01年11月～06年現在（「ガイド71」以降の普及・フォローアップ活動）
- ・第3期（定着期）＝06年現在以降（個別規格の開発に向けた活動）

第1期では、日本が発議し、議長国になる形で、ADに関する基本指針「ガイド71」が制定された。ここでは、共用品推進機構の貢献も大きかった。

第2期は「ガイド71」の普及のための活動が展開された。02年にISOのTC159「人間工学」総会でADのための新たな作業課題を日本が提案。その戦略検討のためのアドホックグループが発足し、産総



■講演する浅和一雄氏（上）と池田洋子氏

研が中心になって活動を開始。そこから「ガイド71」の実践のための技術ガイドライン「ISO TR22411」が開発された。

他方、国内では日本工業規格の「高齢者・障害者配慮JIS」の制定が進むと共に、共用品推進機構が中心となって日中韓3カ国によるADのアジアスタンダード作りが始まった。

そして、今後の第3期では、これまでのTC159の活動やアジアでの活動が一体化して、ADの個別規格作りが始まる段階に入る。そのとっかかりとして、TC159にADを専門とする新しいSC（サブコミッティー）の設立を日本から提案したが、残念ながら時期尚早で成立しなかった。ただ、これまでの日本のリーダーシップや貢献度は高く評価され、今後も日本が中心となってADの個別規格作りを推進していくことが要請された。

現在、人間工学系のADは日本が中心となってTC159で整備が推進されている一方、情報関係のADは米国を中心に整備が進んでいる。そうした中で、佐川氏は「今後は日用品のADを推進するグループが必要」とする。それを担う役割を果たすべきなのは日本であり、それには経済産業省、産総研、日本工業標準調査会（JISC）、共用品推進機構など関係機関が強力に連携する必要があると訴えた。

# 日台合同の「共用品セミナー」、台北で開催

## 台湾も共用品の普及促進に強い意欲

5月12日、台湾・台北市内において、「台日共用品セミナー」が開催された。このセミナーは、昨年春に、台湾の経済部工業局、財団法人医療工業技術発展センター医療保健器材推進チーム、そして台湾の民間企業の方々が、福祉用具や共用品に関する情報収集のために来日されたことをきっかけに、計画され、実現したものである。

台湾においても、高齢化社会の到来は間近に迫っており、より多くの人たちが暮らしやすい社会作りは喫緊の課題となっている。そこで、「ISO/IECガイド71」の提案国であり、共用品の市場規模が2兆6000億円に達している日本と情報交換の場を持ち、お互いのバリアフリー社会作りに役立てていこうという狙いがある。

セミナーには、日本から経済産業省医療福祉機器産業室の渡辺直人課長補佐と私（星川）が参加し、それぞれ講演を行った。当日は、官・民併せておよそ200人が訪れ、会場はいっぱいの状況であった。会場入り口横には、私たちが日本から運んだ共用品のサンプルが展示され、その壁面には機構が作成した「共用品ってなに？」を台湾語（中国語）に翻訳したパネルが掲示され、セミナー前の時間や休憩中に、熱心に触ったり、見たりしていただいた。

セミナーは、冒頭に台湾の経済部工業局民生化工組長・李國貞氏の挨拶から始まり、続いて現地の「日本交流協会」の市川隆治副所長が、中国語で



■講演する渡辺直人・経産省医福室課長補佐

「共用品の意義及び日本と台湾との情報交換の意義」と題してスピーチされた。その後、午前中は渡辺補佐が日本の福祉用具の現状ならびに国の政策について講演し、多くの参加者の関心を集めた。

午後は、星川より「共用品とは何か？」についてスライドを示しながら説明したほか、共用品を開発するための考慮点の標準化、普及のための展示会、子供たちへの教材づくりについて紹介した。

その後、台湾側から、「衣料」「交通」「施設」「食事」に関して、それぞれの専門家から話があり、内容の濃いセミナーが実施された。

台湾では今後、医療工業技術発展センターが中心となって「共用品」の普及を図っていく計画で、共用品推進機構とも情報交換を行いながら、「バリアフリー社会」の実現を目指すとのことであった。

(星川安之)



■「台日共用品」などと翻訳された共用品のパネルが会場に展示された。



## ●ニュース&トピックス

(社福) ぶどうの木 ロゴス点字図書館

### 『共用品白書』の点字データ版を制作へ

(社福) ぶどうの木 ロゴス点字図書館 (館長・高橋秀治氏) は今年度事業の一環として、日本郵政公社の年賀寄附金の助成を得て、『共用品白書』(助共用品推進機構編、ぎょうせい発行)の点字データ版を制作する。すでに編集委員会が発足、今年内に入力・校正作業を終えたいと、点字化したデータをフロッピーディスク(FD)に落とし込み、来年1月末をメドに全国の主な点字図書館、盲学校、盲人施設などに寄贈する。

『共用品白書』は共用品推進機構が執筆・編集し

て2003年9月にぎょうせいから市販書として刊行した。今回制作する点字データ版では、共用品・共用サービスの歴史や定義、標準化、全国自治体の取り組みなど同書に収録された主な内容を点訳。「共用品リスト」に収録された製品の主要データについても完全収録するほか、「標準案内用図記号」などの図版の一部についても点図化して収録する予定だ。

なお、墨字版の『共用品白書』は税込み価格2800円で書店で発売しており、機構事務局でも取り扱っている。  
(高嶋健夫)

## ●ニュース&トピックス

(独)国立科学博物館

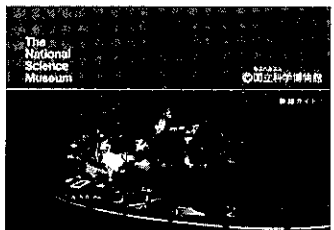
### 大文字版『新館ガイド』の無料配布を開始

(株)大活字がノウハウ活かして制作協力

(独)国立科学博物館 (館長・佐々木正峰氏) はバリアフリーサービス向上策の一環として、高齢者や視覚障害者にも見やすい大文字版の館内案内パンフレット『新館ガイド』を制作、希望する来館者に無料配布を始めた。近年、博物館や美術館でも障害者・高齢者に配慮したアクセシブルデザインのサービス運営を目指す動きが加速しているが、こうした大文字版のガイドを発行するのは全国でもまだ珍しく、先進的な試みと言えそうだ。

科博では来館者に、新館の地下3階～地上3階の各フロアの地図と展示物などを表した『新館ガイド』(A5判・8ページ建て)を無料で配布している。しかし、文字が小さいことなどから、来館者の一部からは「もう少し見やすいものがほしい」との声が寄せられていたという。また、(助)共用品推進機構個人賛助会員の会「共用品ネット」(代表・見山啓一氏)もミュージアム・プロジェクトが中心になって、科博のバリアフリーの現状について独自の調査結果をまとめ、要改善点についての意見交換を行っている。

大文字版の『新館ガイド』はそうした外部の声にこたえて、今年度新たに制作したもの。B5判・24ページ建てで、館内地図や各フロア案内図、開館時間・入館料、附帯施設などの情報を網羅している。



■科博の『新館ガイド』。上が通常版(A5判)、下が大文字版(B5判)。

制作を請け負ったのは、視覚障害者向けのラージプリント書籍の刊行を手掛けている大活字(社長・市橋正光氏)。大活字書籍のノウハウを生かして、文字はすべてゴチック体とし、色遣いもコントラストのはっきりした配色にした。

科博では総合案内と新館1階入り口に「大文字版あります」の表示を出し、希望者に配布している。

科博広報課によると、来年度には現在建設中の本館もオープンする予定で、本館についても同様のガイドを制作する方向で検討中としている。

(高嶋健夫)

■国立科学博物館ホームページ

<http://www.kahaku.go.jp/>

## 「共用品の流通（第2回：設備、商品、ソフト）」

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）

流通システム<sup>①②③④⑤</sup>のうち、最終消費者向けの物品販売をめぐるバリアフリー<sup>⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>（小さい添え字<sup>①-⑱</sup>は、同様の用語が本講の第1～41講に既出であることを示す）の後半として、店舗の中のチェックポイントを整理する（項目の番号は、前回から続く）。

### 3. ハード（店舗施設など）

#### (1) 建物の構造や施設

改正ハートビル法（2003年施行）<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>で、高齢者<sup>①-③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>や障害者<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>が利用する建物は、出入口、通路、階段、エレベーター<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、トイレ<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>など、公共空間<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>の構造と施設のバリアフリー化が義務づけられた。今年6月に「高齢者障害者移動円滑化促進法（新バリアフリー法）」が成立し、交通<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>との連携<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>が進む。

#### (2) 店舗内の設備

店舗<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>の設備も、レイアウト（動線、通路幅）、什器（高さ）、陳列や展示<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、表示（絵文字<sup>①-③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、点字<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>）、試着室などのバリアフリー化が進んでいる。

例えばダイエー<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>は、1992年に新店設計基準に、広い通路やトイレ、誘導ブロック<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、エレベーターなどとともに、車いす<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>を用いながら動かせる専用カート<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>の配置、筆談ボード、車いす、老眼鏡、ローカウンターなどのあるサービスカウンターの設置を加えた。その後、手すり、赤ちゃんルーム、電動スクーター<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、広い試着室、音声増幅器などを順次加えている。

### 4. 商材と商品政策

不便さ<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>が増すにつれて、一般商品から共用品<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、自助具<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、福祉用具<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>などの商品で対応することになる。それぞれ、サービス<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>と組み合わせ提供方法を工夫できる。さらに、利用者<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>別に、当事者向けや介助者<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>向けがある

（個別の商品の詳細は、これまでの各講を参照）。

商品政策は、事業形態（対象とする顧客、事業モデル）<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>との関係で決まる。歴史の浅い分野のため、定番品や確立した知見が少ない。この結果、商品政策には試行錯誤を織り込んだ柔軟な対応を要する。

### 5. ソフト（サービス、運営）

#### (1) 店舗の運営

身体障害者補助犬法（02年施行）<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>は、大型店などが盲導犬や介助犬などの同伴を断ることを禁じた。インターホン（各種介助）、ファクス（聴覚<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>）などにより、障害者の利用を進めている。情報提供（店内放送、表示、総合案内所）、接客（声かけ、商品説明）、誘導<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、商品取り（高所、触ってわからない商品）・渡し（車まで、宅配）、支払い・精算、包装<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>などの工夫により利便性を高められる。

#### (2) 接客サービス

なかでも、店員による人的サービスは、大きい要素になる。知識（不便さへの知識、それに対応する商品知識）、それを支える姿勢（個別で、臨機の対応）を要する。

なお、視覚障害者<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>は、店員の支援を受けやすい一般商店（小売店）が利用しやすく、聴覚障害者は会話が少なくて済むスーパーマーケットを支持するとの調査結果もあり、きめ細かい対応が要る。職員に対する障害者への接客研修、車いす体験実習や、障害者の雇用で他の店員の意識が向上した例もある。

#### (3) 店舗外への展開

配達（宅配）、アフターサービス、通信販売（電話、インターネット）<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>、訪問販売（ご用聞き、出前）などがある。例えば、イトーヨーカ堂<sup>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>のネットスーパーは、インターネットで食料品や日用品の買い物を受注して、低価格で宅配している。

（『バリアフリーの店と接客』（99年4月、日本経済新聞社）などに本講の関連情報がある）

## 最近感じた「なるほど」 共用品閑話数題（今回はブログ風に）

☆…5月12日、出張先の台湾で地下鉄に乗車。途中の駅で乗り込んできた高齢者に対して、若者がいっせいに立ち上がる。

日本では起きえない場面。韓国に続いて二度目の遭遇だった。

「儒教の国だから」の説明を今回も受けた。他の人は「徴兵制度も関係あるのでは？」と自論を唱えた。「身体を鍛えられているので、とっさに体が動き、さっと座席から立ち上がれるのだ」というわけだ。

なるほど。日本人はきっと、儒教も、徴兵制度もないから、立てないのだろう。

☆…6月16日、パーキンソン病友の会埼玉支部の若林 誠 副会長がアポなしで来所。8月に近くの保健所主催の集いがあるので、「そこで共用品を紹介したい」。その理由を、若林さんは次のように語った。

今まで「こんな不便がある」という情報交換はしてきた。でも、「だ

から、こうしよう！」が続かなかった。自分はまだ障害者手帳3級。病が進行し、2級になって動くことが困難になるまでは、「だから、こうしよう！」に持てる力と時間を使いたい。

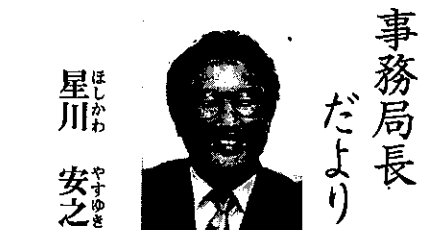
そう言って、若林さんは「できたら、可能な範囲で協力願えないだろうか？」と訴えられた。

「喜んで！」と、反射的に、どこの居酒屋さんのように、答えていた。

☆…6月18日、父の日。なじみの中野の寿司屋に家族で出掛けた。そこで見かけたのが、ひと押しすると一量だけ出るプッシュ式の醤油差し。機構のホームページにも掲載している共用品である。

それがなぜ、お寿司屋さんに？

店の人に聞いてみると、海苔をしゃりの側面に巻くイクラ、ウニなどの「軍艦巻き」用とのこと。醤油が出過ぎず、適量なので重宝してい



星川 安之 だより

るそうだ。なるほど。  
☆…6月30日、とあるハンバーガー屋さんのカウンターに、大小ふたつ、原寸大のハンバーガーの模型があるのを見つけた。

「これは何？」とたずねると、「お客様にラージサイズ、スモールサイズを実感していただくためです」との答え。なるほど。これなら、目が不自由な人でも触ってわかる。

レストランのショーケースの中にある食品サンプルが、「もし触れたら……」と思った次第。

☆…7月4日、国際文化会館で平成17年度の法人賛助会員活動報告会。決算が終わる6月過ぎは、毎年なぜか晴天。17年度の汗の沁みだ服から、18年度のおニューの服に着替え、「よしっ！」と気合いを入れ直した。

(★)

## 共用品通信

### 【募集】

#### ○第3回福祉機器アイデアコンテスト（高校生対象）

日本福祉大学情報社会科学部の主催、経済産業省、財共用品推進機構などの後援による福祉用具・共用品のアイデアコンテスト。対象は高校生で、自由課題と特定課題の2部門がある。応募締め切りは9月8日。詳細は同大HP（<http://www.n-fukushi.ac.jp/>）で。

#### 【共用品推進機構の動き】

#### ○評議員会（6月14日）

平成17年度事業報告および収支計算書審議

#### ○理事会（6月15日）

平成17年度事業報告および収支計算書決議

#### ○第7期法人賛助会員活動報告会（7月4日）

国際文化会館にて

#### 【講演】

#### ○岡山県主催 市民向けユニバーサルデザインセミナー

「より多くの人たちへのものづくり・サービスづくり」（5月21日、星川）

#### ○岡山県職員向け研修（5月22日、星川）

○武蔵野美術大学生生活デザインコース研修（5月26日、共用品推進機構にて）

○日本電球工業会包装委員会委員に対して、共用品の紹介講座（5月30日、共用品推進機構にて）

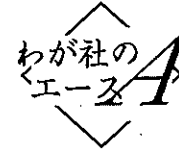
○平成18年度国立特殊教育総合研究所短期研修講座「バリアフリー時代のモノ・サービス・生活環境」（6月13日）全国の盲学校の先生を対象にした講座。森川、星川が講演。

○経済産業省職員向け基準認証入門研修「高齢者・障害のある人に配慮した標準化」（6月16日、星川）

### <読者の皆様へのおお願い>

「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て」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。





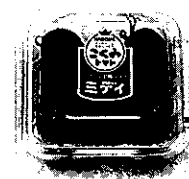
## カゴメ「トマトケチャップ」 柔らかいチューブ容器に点字を表記

■カゴメ「トマトケチャップ」  
▽表示開始時期：2004年4月春  
▽表示内容：容器の肩下に点字で「ケチャップ」と表示  
▽種類：180g、300g、500g、700g、800g入りの5タイプ  
▽参考価格：315円（500g）  
▽問い合わせ先：カゴメ㈱お客様相談センター（TEL：0120-401-831）  
▽ホームページ  
<http://www.kagome.co.jp/>

### 180～800gの5タイプで実用化

明治32（1899）年の創業以来の製法を守るカゴメのロングセラー商品「トマトケチャップ」のチューブ容器には、点字で「ケチャップ」と表示されている。

点字が付いているのは、180～800g入りの5タイプ（写真は500g）で、大手容器メーカー2社と共同開発した。チューブ容器への点字表示はオタフクソースなども行っているが、中身が減ってくるとへこんでしまう柔らかいポリエチレン製の多層ラミコンボト



■タイプ別に特徴を大きく表示した生鮮トマトのパッケージ

ルで実用化に成功したのは初めてという。

カゴメでは独自に定めた「容器包装設計要領」の中で、「わかりやすさ」「使いやすさ」「安全・安心」を重要項目に掲げている。点字表示はその一環として、視覚障害者にも認識しやすいパッケージを目指して実現した。

開発に当たっては、田中徹二・日本点字図書館理事長（共用品推進機構評

議員）のアドバイスも受けたそうだ。

このほか同社では、スーパーなどで販売している生鮮食材「こくみトマト」のパッケージについても、ひと工夫している。「ラウンド」「プラム」「ミディ」の3タイプあるが、それぞれの名前や特色をラベルに大きく、見やすく表示。その日に作る料理のメニューに合わせて選びやすいように情報提供している。

たかしまたけお  
（高嶋健夫）

アクセシブルデザインの総合情報誌

**インクル** 第43号

2006（平成18）年7月25日発行  
"Incl." vol.8 no.43

©The Accessible Design Foundation of Japan  
(The Kyoyo-Hin Foundation), 2006

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、墨字版が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 財団法人共用品推進機構  
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  
森川 美和  
金丸 淳子  
布橋 智  
小泉みゆき  
渡辺 文子  
渡部麻衣子

編集長 高嶋 健夫  
執筆・協力 和泉 章  
(五十音順) 後藤 芳一  
佐川 賢  
凌 竜也  
西川 菜美  
山本百合子

印刷・製本 ベスト・イーグル㈱  
サンバートナース㈱

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、拡大複写することを承認いたします。その場合は、財団法人共用品推進機構までご連絡ください。上記以外の目的で、無断で複写複製することは著作権者の権利侵害になります。