

アクセシブルデザインの総合情報誌 インクル

2009 (平成21) 年1月25日

No. 58

"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

<新春インタビュー>

鴨志田厚子理事長に「次の10年」に向けた課題を聞く
新たな地平開く「使う人の意思を助ける共用品」の発想 (高嶋健夫) 2

<特別寄稿>

中国におけるアクセシブルデザインの現状
公共施設、交通機関を中心に整備加速 (中国国立標準化機構) 5

共用品ネット報告会 「わくワークショップ2009」、2月7日に開催 (高嶋健夫) 7

<海外活動報告1> 第1回アクセシブルデザイン諮問グループ (AGAD) 会議
ジュネーブのISO本部で開催 (松岡光一、星川安之) 8

<海外活動報告2> 知的障害のある人たちのための国際組織
「国際育成会連盟」グローバルフォーラムに出席 (森川美和) 10

『電通広告事典』に「共用品」「バリアフリー」など関連用語収録 (高嶋健夫) 11

<随想 私と共用品>第36回

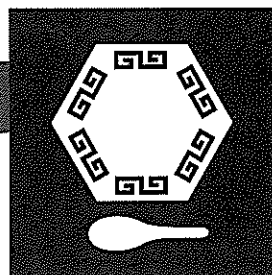
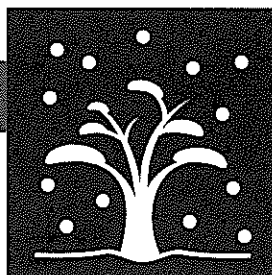
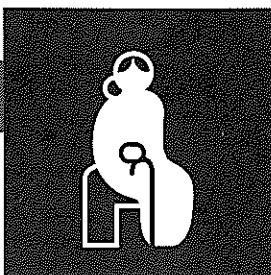
市民が生まれ出し、環境を変える共用品の魅力 (高橋儀平) 12

<この業界・この団体> 障害者放送協議会 放送・通信バリアフリー委員会
2011年地デジ完全移行にらみ、働きかけ強化 (高嶋健夫) 13

<キーワードで考える共用品講座> 第56講
「R60マーケティング (下)」(後藤芳一) 14

<事務局長だより>円高不況デコに生まれた「共遊玩具」(星川安之)
共用品通信 15

<わが社のエース> コクヨS&T(株)「ワンパッチスタンプ」
ハンコ感覚で、パンチ穴補強シールを簡単に貼れる! (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)」に収録されている絵記号例。左から「おばあさん」「冬」「中華」(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)

<新春インタビュー>

かもしだあつこ

鴨志田厚子理事長に「次の10年」に向けた課題を聞く 新たな地平開く「使う人の意思を助ける共用品」の発想

読者の皆さま、2009年、明けましておめでとうございます。本年も機関誌『インクル』をご愛読いただけますよう、お願い申し上げます。さて、(財)共用品推進機構は今年4月で設立から満10年を迎え、新年度からは「次の10年」に向けて新たな歩みを踏み出します。そこで、新年号の巻頭で、鴨志田厚子理事長にこれまでの10年間を振り返ると共に、次の展開に向けた共用品・共用サービス、アクセシブルデザイン (AD) の新たなテーマ、機構が取り組むべき次の課題などについて話をうかがいました。

(聞き手と文・高嶋健夫^{たかしまたけお})



「標準化」「国際化」で大きな成果

—明けましておめでとうございます。早いもので、4月になると設立から丸10年。E&Cプロジェクトから機構へと変わった最初の10年を、どのようにご覧になっていますか？

鴨志田 この10年間で、共用品・共用サービス、アクセシブルデザイン (AD) は大きな発展を遂げました。そのことが一目でわかるのが、国内の市場規模です。06年度調査では3兆円を突破し、調査を始めた1995年度に比べて実に6倍の規模に成長しています。

—市場構造の急激な高齢化とあいまって、日本のモノ作りの中にしっかりと根付いたということでしょうか。機構の活動成果という点ではいかがでしょうか？

鴨志田 最大の成果と言えるのは、やはり標準化でしょうね。日本工業規格 (JIS) では「高齢者・障害者配慮JIS」シリーズの整備が急ピッチで進んでおり、すでに27の規格が制

定され、さらに新しい規格作りも進んでいます。その中には、機構が原案作成団体として取り組んでいるものもあり、今後も重要な事業テーマになると思います。

同時に、ここ数年、国際化も急ピッチで進展しています。本誌でも詳しくご報告するように、国際標準化機構 (ISO) においては、AD関係の国際規格作りが加速しています。特に人間工学の技術委員会 (TC159) の中には、ADを専門に担当する諮問グループ (AGAD) が誕生し、機構がその事務局役を担当しています。

日本が培ってきたモノ作り思想の成果をこうした形で世界に向けて発信していくことは、機構にとって大変重要な仕事ですし、今後ともその責任の大きさをかみしめながら取り組んでいってほしいと思いますね。

—標準化に関して、これからやるべきことは何でしょうか？

鴨志田 今後、新しいAD関連規格の整備を加速していくためには、全業界で統一できる

■(財)共用品推進機構の今後の10年

平成20年度実績		平成30年度目標	
1. 共用品市場規模 3兆円突破	4. 業界サポート ・8団体と連携	1. 共用品市場規模 30兆円突破	・共通規格 全23種完成 ・個別規格 50分野250種類
2. 障害者団体等との連携開始	5. 共用品データベース稼働開始準備	2. 障害者・高齢者のニーズ抽出システムの確立	4. 各国に共用品推進機構 ・10カ国にAccessible Design Foundation発足
3. 不便さの解決 標準化 ①日本工業規格 (JIS) ・共通規格 4種類 ・個別製品規格 23種類 ②国際標準化 (ISO) ・共通規格 4種類 ・個別規格 1種類	6. 共用品講座 ・幼稚園～社会人	3. 不便さの解決 標準化 ①日本工業規格 (JIS) ・共通規格 全23種完成 本格運用開始 ・個別AD関連JIS 100分野500種に広がる ②国際規格 (ISO)	5. 共用品データベース本格稼働 ・10万製品を紹介 6. 共用品講座 ・幼稚園～社会人 教養科目 ・海外向けカリキュラム作り

共通点とそれぞれの業界に固有の特性を見極めながらきめ細かく規格化作業を進めていくことが必要です。

「誰にでも使いやすい」が共用品の特徴ですが、共通化すべき点と個別特性に対応すべき点の分けを明確にしていけないと、「誰にも使いにくい」という落とし穴にはまってしまう危険性もあります。それぞれの業界の事情もそうですし、ユーザー1人ひとりの個別事情という視点も大事ですね。

いかに「熱」を失わないようにするか

—最初の10年でやり残した仕事や、まだ手を着けていない仕事もたくさん残っています。その辺も含めて、今後の課題をどのようにお考えでしょうか？

鴨志田 一言で言えば、いかにして「熱」を失わないようにしていくか。これが大きな課題でしょう。どんな活動でもそうですが、歴史を積み重ね、発展を遂げていく過程で、当初みなぎっていた熱気が段々となくなっていくものです。

共用品の活動を見ても、そのことは言えますよね。この10年間、「不便さ調査」のデータベース化をはじめ、E&C以来ずっと地道に蓄積してきた情報・知識の体系化を進め、その上にJISやISOにおける標準化という果実を実らせることにつながりました。これは大変な成果とっていいと思います。

けれどもその半面、以前のように熱くなったり、ハッとしたりする機会は減ってきたように思います。

—ADの新製品を見ても、新鮮な驚きを感じることは、最近では減多なくなりましたね (笑)。技術・デザイン面での配慮・工夫がひとわり出尽くしたこともあります。受け手側の感性の問題もありそうです。

鴨志田 運動を継続するには、熱気を伝える何かが必要です。運動体は目に見える成果を社会に対して発信していけないと、社会的な存在感は薄れていってしまうものです。

その意味で、地域社会への発信であるとか、これまでとは違ったアプローチも必要になってくるかもしれませんね。

「自分でやれる喜び」「自分の力の再発見」

—共用品・共用サービスそれ自体も、時代と共に進化・成長していかなければなりません。新しい共用品・ADの概念・考え方というものはあり得るのでしょうか？

鴨志田 発想を見直して、「新・共用品」を考えてみる必要性は大いにあると思います。例えば、これまで共用品やユニバーサルデザインというと、一般に「優しさ」という言葉でくくられてきましたが、「優しさ」の美名の下に、手助けされることに甘えてしまう人も出てきたのではないかと危惧しています。

つまり、いくら便利で親切な道具でも、個

人の自立、自助努力を潰してしまうような製品・サービスであっては何にもなりません。「自分でやれる喜び」「自分の力の再発見」が実は、生活の質の向上にもつながるんですね。障害のある人や高齢者は往々にして「あきらめてしまいがち」になりますが、「できないと思っていたことが、実はできた！」という喜びを提供するような「使う本人の意思・気持ちを励まし、助けてくれる共用品」があってもいい。

——昨年と同じ号で、「本当の優しさとは何か。使う人の尊厳やそれぞれの能力を活かすには、時に『厳しさ』も求められるのではないか」と指摘されています。

鴨志田 ええ、これは私自身の体験からそう考えるようになったんです。私も後期高齢者と呼ばれる年齢になりましてね（笑）、それで初めてわかってきたことがある。

ただ甘やかしてもダメなんですよ（笑）。これは障害のある方も同じだと信じていますが、人間にはどんな人にも生きていくためのエネルギーがあるんですよ。人間が持っているエネルギーは死ぬまでに使い切ってほしい。それを再発見させてくれる、手助けしてくれる共用品がほしい。ユーザーの立場から、私自身がそう思うようになっているんです。

おしゃれな共用品——問われるデザイン力

——若い頃、工業デザイナーとしては、そうした発想は出てこなかった……（笑）。

鴨志田 例えば、高齢になると、誰でも背が縮んでくるんですよ。私もね、以前は楽に手が届いていた台所の戸棚に手が届かないの、最近では（笑）。何をすることも危険なことが増えているのは否めません。家の中の構造そのものは同じでも、使う人の条件は加齢と共に変わっていくわけ。

道具の寸法と使う人の動作・運動能力や反応時間の関係など、従来の人間工学ではそこ

まで十分に踏み込んでいませんし、高齢化以前のモノ作りの方法論では間に合わないんですよ。新たな調査研究が必要なんです。

——共用品に関する、いわゆる「ヒヤリハット」を改めて調査してみるのも面白いかもしれませんね。長寿社会に合わせた新たな人間特性データの収集ということになりますね。

鴨志田 実際の話、従来のモノ作りでは、これほど「長生きするユーザー」というものは想定していないんですよ（笑）。これは世界で一番高齢化が進んでいる日本がやらなければならない仕事だと思います。

——加齢に伴う使用環境の変化に対応する具体的な方法論はあるのでしょうか？

鴨志田 これから重要性を増していくと思われるのは「アジャスタブル」という考え方ではないでしょうか。単純に不特定多数に使いやすいモノを提供するというのではなく、個々の消費者、ユーザーに合わせてアジャストできる。そうした機能がこれからの共用品には求められる。

わかりやすく言うと、これまでの品揃えは「大・中・小」の3種類あればよかったですけども、これからは「大・中・小+アジャスタブル」という発想が必要になる。そんなイメージでしょうかね。

——でも、いくら「アジャスタブル」でも、カッコ悪いと敬遠されてしまいますよね。特にこれからの高齢者はおしゃれで、ファッションセンスにうるさい人が増えますから。

鴨志田 そうです、まさにデザイン力が問われるようになってきます。従来のアジャスタブルは、ただ「使えればよい」という発想だったから、カッコ悪いモノしかなかった。それを「持っていてカッコいい」「使って楽しい」おしゃれなデザインにしていかなければなりません。この点もまた、新たな共用品の課題になってくるでしょうね。

——今日はどうも有難うございました。

<特別寄稿>

中国におけるアクセシブルデザインの現状 公共施設、交通機関を中心に整備加速

Ran Linghua, Zhang Xin, Liu Taijie (中国国立標準化機構)

日本や韓国と連携し、障害のある人にも、高齢者にも使いやすいアクセシブルデザイン（AD）の製品・サービスの普及と国際標準化に意欲的に取り組む中国。その背景には、高齢人口の急速な増加という大きな問題を抱え、今後の国づくりとさらなる経済成長にとって「ADの普及と発展」が最重要な国家的な課題になっているという認識がある。

そこで、中国の高齢者・障害者の実態、AD市場や中国国内規格の現状などについて、AD推進の旗振り役を担っている中国国立標準化機構（CNIS）の3名の専門スタッフの方々に、今回、本誌への特別寄稿をお願いした。中国当局者による最新AD報告である。

高齢者は1億4400万人、障害者は8300万人

統計によれば、中国は世界で一番高齢者、障害者の人口が多い国である。2000年から、中国は高齢者が全人口の11.03%を占める1億4400万人に達するという「高齢化社会」に突入した。

中国はまた、障害のある人たちの人口も多い。2006年4月までに中国全体の障害者数は全人口の6.34%を占める8300万人となった。

中国には昔から高齢者を尊敬する伝統があり、中国政府は常に障害のある人々のことを十分に把握してきた。例えば、1987年と2006

年の2回にわたり中国全土で障害のある人々に対する大規模な調査を実施した。

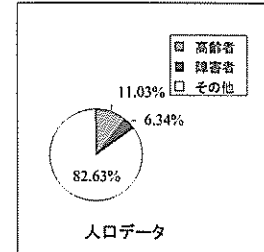
中国における安定した経済発展と人口傾向に伴い、製品や環境設計に対してはより高度な要求が生まれてきた。高齢者、障害者が近代社会に完全に溶け込むためには、環境、サービス、製品が安全で便利になることが喫緊の課題となっている。

北京五輪にらみ、02年からAD本格導入

02年に国家評議会は、施設をアクセシブルデザイン（AD）化する国家モデル都市として、はじめに12の都市を制定した。続いて07

中国におけるアクセシブルデザインの導入

- 中国は世界で一番高齢者、障害者の人口が多い
- 中国は2000年から高齢者が全体の人口の11.03%を占める高齢化社会に突入した。
- 2006年4月までに中国全体の障害者数は全人口の6.34%を占める8300万人となった。その中で視覚、聴覚障害が49%を占めている。



China National Institute of Standardization

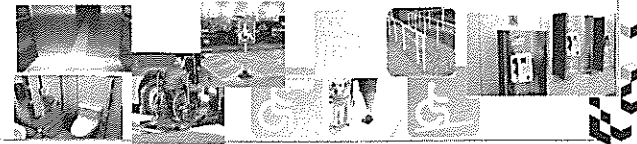
中国におけるアクセシブルデザインの導入

- 中国におけるアクセシブル・デザインの基礎情報
- 国内規格は主として下記に集中している:
 - 建物と交通施設建設
 - 障害者の補助具設計
- 2002年に施設をアクセシブル・デザイン化する都市として、はじめに12の都市を制定。2007年までに州や郡が827の都市でアクセシブル・デザイン施設の建設を実施した。
- 2001年から2005年にかけては、都市のショッピングセンター、レストラン、図書館、病院、公共トイレのかなりの部分でアクセシブル・デザイン適用の施設建設が行われた。国立民間航空飛行場ターミナル地域は基本的にアクセシブル・デザイン施設の建設や修復が行われた。
- 情報連絡におけるアクセシブル・デザインも強化されている:
 - 手話のテレビ番組を推奨し、テレビニュース、映画、テレビの配信で字幕をつけることを推進している。
 - 多くの公共情報スクリーンシステムで聴覚障害者のための手話と文字情報の提供が確立されている。

China National Institute of Standardization



- 2008年の8月と9月に行われた北京オリンピックとパラリンピックは大成功をおさめた。
- 改善された施設のアクセシブル・デザイン
 - ホテル、旅行者地域、スーパーマーケット、飛行場や銀行などに視覚障害者用誘導ブロック、アクセシブル・デザインのエレベーター、アクセシブル・デザインのトイレ、高さの低い公衆電話、車いす使用者のためのスロープなどが整備された。
 - 800以上の道路に1500kmの視覚障害者用誘導ブロックが設置され、主要道路の交差点では視覚障害者用の音による誘導装置が設置された。
 - アクセシブル・デザインの施設は北京の都市の理念となった。



China National Institute of Standardization

年までに、州や郡が827の都市でAD施設の建設や再建（改装・改修）を計画的に実行した。

08年のオリンピックとパラリンピックを開催するにあたり、北京は国内や海外のAD規格調査のための特別な課題を設定するとともに、都市交通や公共施設・サービスにおけるAD施設の建設と再建を実行した。

都市部の大規模公共施設における、ADを適用した建設や再建の割合は、計画によれば、5年以内に100%に達する予定である。

現在、中国のAD規格は主として、空港の旅客ターミナル施設における障害のある個人に対するAD適用の技術規格（MH5062-2000年）、都市道路と建物のAD適用設計法（JGJ50-2001年）、高齢者用居住建築設計法（GB/T50340-2003年）や車いすや杖などのように、建物と交通施設建設と障害者の補助具設計に集中している。

アクセシブルデザイン規格の推進

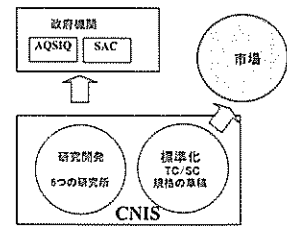


- 国家計画
 - ISOガイド71に基づくアクセシブル・デザイン国内規格の発行が承認された。
 - 科学技術省に支援されている一連のアクセシブル・デザイン国際規格の開発。
 - アクセシブル・デザイン規格システムの研究は順調に行われている。
 - 高齢者を含む成人の人体寸法測定は計画の立案を開始した。
 - 高齢者の触覚と音の測定に対するアクセシブル・デザイン規格が科学技術省に提出された。
- 企業との協力
 - CNISはある保険会社と協力して、高齢者が快適に過ごせるための身体寸法測定と機能数測定を実施している。

China National Institute of Standardization



- 中国国立標準化機構（CNIS）の紹介
 - 国家品質管理検査検疫本局（AQSIQ）の所属。
 - 標準化研究に従事する非営利の国立研究機関。
 - 技術発展、産業の価値向上、製品品質改善を支援するために、中国経済発展と社会発展のための標準化に対して全面的に支援すること。
 - 標準化に関する政府政策決定のための科学的な根拠を提供すること。



China National Institute of Standardization

中国国立標準化機構の役割とAD政策

国家品質管理検査検疫本局（AQSIQ）に所属する中国国立標準化機構（CNIS：China National Institute of Standardization）は、標準化研究に従事する非営利の国立研究機関である。

CNISは技術発展、産業の価値向上と製品の品質改善を支援するために、中国経済と社会の発展のために役立つ標準化に対して、全面的に協力する用意がある。

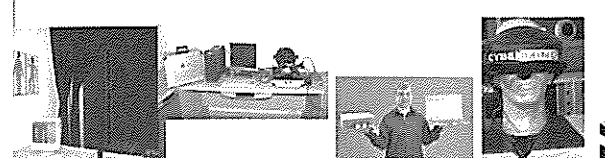
日本、韓国とAD国際規格に対する理解を共有した中国は、計画の推進に積極的に協力するとともに、2003~08年の「北東アジア標準協力フォーラム」に参加した。現在5件のAD国際規格の作成が順調に進められている。

海外の専門家との連絡に加えて、CNISはさらに中国障害者協会と中国高齢化作業委員

人間工学研究所はアクセシブルデザイン研究の基礎



- 約700平米の面積
- 固定資産数は2万点に達する。



China National Institute of Standardization

共用品ネット報告会「わくワークショップ2009」
2月7日（土）に、東京・三田の東京都障害者福祉会館で開催

ユニバーサルデザインを推進するボランティアグループ「共用品ネット」（代表・児山啓一氏）は2月7日（土）午後1時~4時半、東京・三田の東京都障害者福祉会館2階教室で、恒例の活動報告会「わくワークショップ2009」を開催する。登録不要、入場無料。

今回も、7つのプロジェクトによる講演形式による活動報告プレゼンテーションのほか、

パネルによる活動紹介、共用品の現物展示、寸劇「気配りアフリー」、手話コーラスなどが行われる。

会場は、港区芝5丁目、都営地下鉄三田線・浅草線「三田」駅、JR「田町」駅下車。

詳細は、共用品ネットのホームページ（<http://kyoyohin-net.com/>）にも掲載している。

たかしまたけお
（高嶋健夫）

会の専門家との連絡を含めて、視覚、聴覚や包装分野での専門家と議論をし、AD標準化研究に対する一連の国内作業を行った。

また、CNISは以下の計画を実行している。

- ①「ISO/IECガイド71」に基づくAD国内規格を発行することが承認された（GB/T 20002.2 2008年）
- ②科学技術省に支援されている一連のAD国際規格の開発
- ③中国国家標準化管理委員会（SAC）に支援されているAD規格システムの研究
- ④科学技術省に支援されている高齢者を含めた成人の人体寸法測定

AD研究の基礎としての人間工学研究所

CNISの人間工学研究所は、人体測定や生体力学実験装置、有用性・行動分析装置、仮想現実模擬実験装置、認知心理学実験装置、音測定実験装置などを含めて約700㎡の面積に拡大した。

現在、人間工学研究所の研究分野には人体寸法、生体力学、AD、有用性・行動分析、労働衛生と安全、音響効果、仮想現実模擬実験が含まれている。

ADは、この中の最も重要なものの1つである。

人間工学研究所はアクセシブルデザイン研究の基礎



- 研究分野
 - 身体特性測定と研究（身体寸法、機能数、生体力学、視覚、聴力、認知、心理学等）
 - アクセシブル・デザイン
 - 有用性・行動分析
 - 労働衛生と安全
 - 健康生活条件
- 2009年から2012年まで関連設備の購入を続ける。
- 5年から10年で2千5百平米の面積に達する。

China National Institute of Standardization

アクセシブルデザイン分野での今後の作業



- アクセシブル・デザイン国際規格の推進を継続すること。
- アクセシブル・デザイン国内規格システムにより、具体的な規格を作成すること。例えばインターネットのウェブサイトや携帯電話に対するアクセシブル・デザインの要求。
- 日本、韓国そして他のアジア諸国と協力して、高齢者と障害のある人々に対する身体的、心理的特性の調査のための同一の仕様を決定すること。
- 高齢者と障害のある人々に対する大規模な身体的、心理的特性の調査をできるだけ早く実施するために研究基金を活用したり、企業と協力すること。
- 科学的研究、学術研究の交流、国内外での人的交流において広範囲な協力体制を設立すること。

China National Institute of Standardization

<海外活動報告1>

第1回アクセシブルデザイン諮問グループ(AGAD)会議 日欧5カ国が参加し、ジュネーブのISO本部で開催

昨年12月1～2日にスイス・ジュネーブの国際標準化機構 (ISO) 本部で「第1回アクセシブルデザイン諮問グループ (AGAD: ISO/TC159/Advisory Group for Accessible Design) 会議」が開催された。

AGADは2007年11月、人間工学技術委員会「TC159」の総会において、アクセシブルデザイン (AD) 規格づくりをさらに活発化させるために日本が設立を提案し、承認されたグループである。

日本の提案で発足、座長は佐川賢氏

活動目的は、①TC159内のSC (分科委員会) との協力、②他のTC (技術委員会) との協力、③高齢者・障害者を代表する団体との協力、④アクセシビリティ標準化についての戦略づくり——などである。会議の幹事は、日本工業標準調査会 (JISC) が引き受け、座長 (コンビナー) は、産業技術総合研究所の佐川賢氏、事務局は共用品推進機構で受け持つことになった。

第1回の会議には、日本からは佐川氏をはじめとして6名、ほかにイギリス、ドイツ各2名、アイルランドとフィンランドがそれぞれ1名、それにISO中央事務局担当者1名の合計13名が参加して討議を行った。

第1日目は、まずTC159総会における「AGAD決議文」の内容が説明され、それに続いて、ADに関連するTC159と他のTC、他の規格組織の活動についての報告があり、さまざまな分野でAD関連の活動が展開されていることが紹介された。障害者・高齢者関係の国際団体との連携については、国際障害連盟 (IDA) や他の団体への訪問状況と現在ま

でにつかんでいる協力状況、情報交換、調査協力体制について報告された。

ほかに、イギリスの委員から、ヨーロッパ電気通信標準化機構 (ETSI) が取り組んでいる、情報通信技術 (ITC) 分野での製品・サービスの公共調達に関するアクセシビリティの必要事項の報告が行われた。

日本の不便さ調査に大きな関心

2日目は、日本における高齢者・障害者の不便さ調査報告が、他の参加者から大きな関心をもたれることとなった。参加各国から、「日本が行った不便さ調査の結果は、TC159内の各SCや他TCへも伝えるべき」という意見が多く出た。

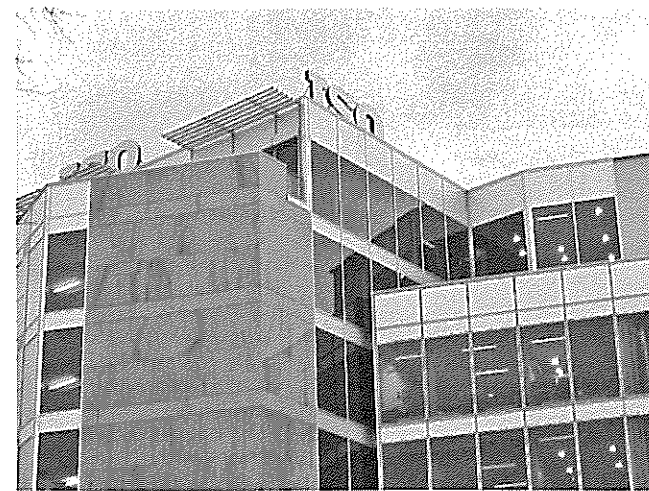
次に、AD関連の戦略的発展という趣旨で、「基本共通規格」の整備推進についての説明を行った。

これに対して、共通規格をすぐに策定するという合意形成までには至らなかったが、①講習会の開催を含む各TCへの働きかけ、②規格の実効性を高めるための産業界からの意見聴取とその取り込み——などについて各委員から意見があがった。

最後に、次回の会議予定を今年8月に北京で開催することを決め、以下の5つの「勧告」を採択して、会議を終了することとなった。

<勧告1>

AGADは、TC159内の全SCの規格作成において、特に新しい規格作成においては、「ISO/IECガイド71」(2001年発行) と「ISO/TR22411」(08年発行) を十分に活用することを、TC159が各SCに対して推奨するよう依頼することに同意する。



■新装なったジュネーブのISO本部 (左) とエレベーターの点字表示

<勧告2>

AGADは、ISO中央事務局と協力して、以下について取り組むために各TCと連絡をとることに同意する；

- ・規格作成の際に「ISO/IECガイド71」を使用すべきであることを喚起する。
- ・「ISO/IECガイド71」だけでは消費生活製品の設計が高齢者や障害者のニーズを考慮することを十分には保証しないことを示唆するアクセシビリティの問題を日本の不便さ調査によって確認したことを報告し、同調査のコピーを各TCに送付する。
- ・「ISO/IECガイド71」は基本ガイドであり、具体的なデータは掲載していないため、「ISO/TR22411」が設計データを提供するために開発されたことを各TCに伝える。
- ・「ISO/TR22411」を確認し、さらにどのような規格やガイドを必要とするかをAGADに回答することを各TCに依頼する。
- ・さらにどのようなAD関連規格が必要か、各TCおよび各TCの関連産業団体に調査することを依頼する。

<勧告3>

AGADは、ISO中央事務局に新規格提案用紙を「ISO/IECガイド71」などのようなアクセシビリティに関する具体的な項目を記入できるように変更することを検討するよう依頼する。

<勧告4>

AGADは、佐川氏や共用品推進機構が取り組んできた障害者を代表する国際的あるいは地域的な団体がTC159とのリエゾン (連絡提携システム) を確立するよう引き続き取り組み、高齢者・障害者が感じる不便さ調査の報告書を彼らに送付し、内容を確認してもらうことに同意する。

<勧告5>

AGADは、IEA (国際人間工学協会) と連携して、北京で2009年8月13～14日に次回会議を開くことに同意する。

ISO本部のエレベーターにも点字表示

今回のAGAD会議が開かれたジュネーブのISO本部は、10年前に「ISO/IECガイド71」の会議が行われた共用品にとってはゆかりの地だ。ただ、建物は近代化され、10年前から場所も数十メートルだが移動していて、見違えるほどであった。

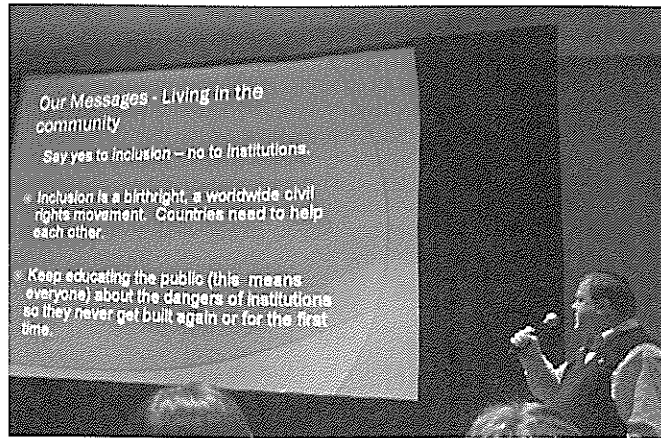
建物の中に入っても、エレベーターの操作部には10年前にはなかった点字表示が付いていた。ISO事務局のケネディさんに念のため、「点字表示の国際規格はないか」と再確認したが、「まだない」とのことだった。

日本のAD関連のJIS規格を、より多く、より早く国際標準化することが必要だと、改めて思った。
まつおかこういち ほしかわやすゆき
(松岡光一、星川安之)

<海外活動報告 2>

知的障害のある人たちのための国際組織

「国際育成会連盟」グローバルフォーラムに出席



昨年11月18～20日、カナダ・オタワで開催された国際育成会連盟 (Inclusion International) とカナダ育成会 (Canadian Association for Community Living) のさまざまな催しに参加し、共用品・アクセシブルデザイン (AD) の活動紹介と情報収集など、これからの連携強化に向けて、交流を深めてきた。

国際育成会連盟は、知的障害のある人の権利、教育および支援者や地域とのかかわり方について、積極的に世界各国の関連団体と共に情報交換し、問題の解決に取り組んでいる団体である。

「全日本手をつなぐ育成会」と深いつながり

一方、カナダ育成会は、カナダの知的障害

のある人の福祉向上に多大なる貢献をし、2009年に創立50周年を迎えた由緒ある団体であり、わが国で知的障害のある人の支援を行っている「全日本手をつなぐ育成会」とのつながりも深い友好団体である。

今回参加させていただいたのは、同連盟の今年度総会とグローバルフォーラム、同ワークショップ、そして、カナダ育成会の大会とワークショップ、セッションである。

グローバルフォーラムでは、それぞれの参加者と直接、いろいろな情報交換ができたほか、国連障害者権利条約ができるまでの家族や本人の役割についての話をうかがったり、世界保健機関 (WHO) が実施した“World Report on Disability and Rehabilitation”についての報告も聞いたりすることができた。

知的障害のある当事者が意見を述べる会議

総会やワークショップなどでは、知的障害のある本人が積極的に手を挙げて発言し、議題になっているテーマについて、納得のいくまで意見を述べたり、説明を受けたりすることができる。

時間的にも十分な配分がなされ、それらの

知的障害のある当事者が主役の国際育成会連盟の総会・フォーラム (オタワにて)

『電通広告事典』に「共用品」や「バリアフリー」関連用語&コラムを多数収録

広告会社最大手の電通が出版100周年記念企画として昨年12月に刊行した『電通広告事典』=写真=に、共用品の関連用語が多数収録された。

「読める!使える!広告百科」をうたう同事典には、「クロスメディア」「マーケティング・ミックス」といった最新の広告・マーケティング・時事用語を3304項目 (うち大項目が95) 収録。さらに、71タイトルの関連コラムも収められている。

収録された共用品関連用語は、「アクセシブルデザイン」「共用品」「共用品推進機構」「バリアフリー」「ユニバーサルデザイン」の5項目で、特に「共用品」「バリアフリー」「ユニバーサルデザイン」は大項目扱いとなっている。

また、『「共用品」を生んだ市民グループ』と題したコラムではE&Cプロジェクトから(株)共用品推進機構への発展過程も紹介されている。

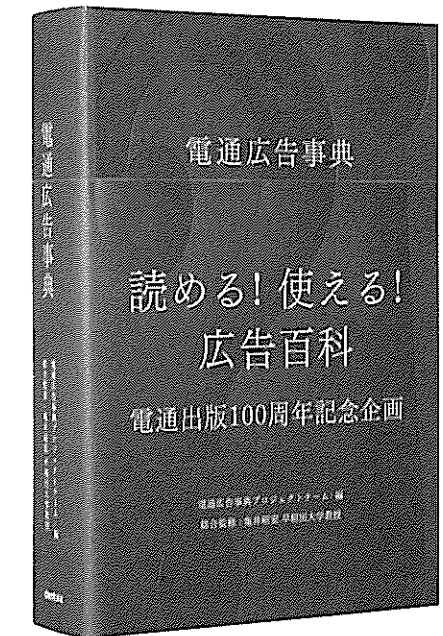
たかしまたけお
(高嶋健夫)

意見は当然、貴重なものとして扱われる。

「知的障害のある人が参加する会議だから当然だ」と思われる人がいるかもしれないが、そう簡単に実現できるものではない。やはり、配慮レベルが格段に違うのだ。

知的障害のある人たちが参加するためにはどのような配慮が必要か、経験に基づき慎重かつ周到に準備し、提供する姿勢がなければなかなかうまくはいかない。

一般に、知的障害のある人たちの参加が予想される会議や場面においては、最初に障害のある人たち向けの会議運営を想定し、どのような点に配慮や注意が必要か、さまざまな角度からシミュレートし、対応策を検討して



書名: 電通広告事典
編著: 電通広告事典編集プロジェクトチーム
総合監修: 亀井昭宏・早大商学大学院教授
監修: 勝倉章博、上條典夫、千石義治
体裁: A5判上製・740ページ
発行: (株)電通 コーポレート・コミュニケーション局 企業文化部
定価: 4600円 (税別)

いかなければならない。

共用品推進機構でも、会議を開く際にはこうした検討を行い、できる限りの配慮を行っているのだが、それでも、まだまだ障害のある参加者の満足のいくレベルではないように思う。

会場内や廊下ですれ違った知的障害のある人たちの満足そうな笑顔や誇らしそうな姿からも、この国際フォーラムが有意義なものであったことがうかがえた。

今後、フォーラムや会議に限らず、どのような機会においても、今回の貴重な経験を少しでも活かしていければと思っている。

もりかわみわ
(森川美和)

市民が生み出し、環境を変える共用品の魅力

高橋儀平 (東洋大学ライフデザイン学部人間環境デザイン学科教授)

私が「共用品」について認知したのは、お札の凸表示やテレホンカードの切り欠きが世の中で話題になり始めたときであった。後から商品を確認しつつその言葉の存在を理解した、90年代の後半だと思う。

共用品の活動 (E&Cプロジェクト) がスタートしたのは1991年と聞くので、すでに17年の歴史を有する。今でも記憶しているのが98年に初めてボストンのアダプティブ・エンバイロメント (AE: Adaptive Environments = 米国でUDを推進する代表的団体、昨年Institute for Human Centered Designに名称変更) を訪問した時のこと。UD商品の陳列棚に日本の「KYOYOHIN」として、たくさんグッズが並べられていた。日本よりもアメリカで評価されていることが分かった。

いまでは国内外を問わず、共用品は多くの人をUDへ、さらにはアクセシブルデザイン (AD) へと導いてくれている。

社会の変革期を捉えた“哲学ある商品群”

私は1974年にある脳性まひ者との出会いから「福祉のまちづくり」運動に参画することになった。その頃の活動の錦の御旗は「国際アクセス・シンボルマーク」の普及活動。このマークの本当の意味は「障害者が利用できる施設・設備」だ。「障害者専用」ではない。つまり、原則共用品である。

本来、共用品はここから始まるはずだった。しかし、障害者用に作られた「バリアフリー」製品や空間は、狭義の福祉の世界にとどめられ、市民社会共通の概念形成に至らないまま展開せざるを得なかった。そこに風穴を開けてくれたのが共用品の活動である。

共用品の登場によって障害のある当事者は

もちろん、多くの企業、市民に製品を生み出す魅力と環境を変える魅力を再発見させてくれた。古いタイプのデザイナーには衝撃もあったであろう。当初はどれほど売れるのか、といった営業サイドの問いもあったかもしれない。

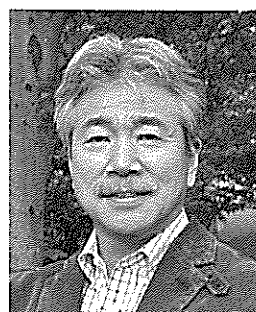
しかし、消費者のニーズがその問いに応えた。共用品は単純にすべての市民の便利品とみられる場合もあるかもしれないが、私はそうは思わない。社会の変革期をきちんと捉えた哲学のある商品群である。普段の生活にある身近な商品が変わろうとすることによって生活を変え、社会を変え、市民意識を変え、商品と生活のあり様を鋭く問いただしたのではないか。

共用品に学ぶ「人間社会の幸せとは何か」

もちろん、多様な市民、利用者に共通に好まれる製品や商品はある。だが、共用品を生み出す原動力は、少なくとも、ユーザーとは何か、商品開発の目的はどこへ向くのか、商品の規格が誰のためにあるのか、などの根本的課題を少しずつ明らかにしているように思う。さまざまな人々が共生すること、人間社会の幸せとは何かを自然に気付かせてくれる。

これからは知らず知らずのうちに名もない多くの共用品がデザインされ、私たちの日常生活に入り込み、私たちは生活の豊かさを商品と共に享受することになる。

(題字は中野奈津美・助共用品推進機構運営委員)



<この業界・この団体> 障害者放送協議会 放送・通信バリアフリー委員会 2011年地デジ完全移行にらみ、働きかけ強化

1998年に発足した障害者放送協議会は、視覚、聴覚、知的、精神など21の全国的な障害者団体で構成している。活動目的は「放送・通信のバリアフリー化の実現」で、障害者に関連する放送・通信の制度・施策についての調査研究や提言、モニタリングなどに取り組んでいる。現在、①著作権委員会、②放送・通信バリアフリー委員会、③災害時情報保障委員会——の3つの専門委員会がある。

このうち、放送・通信バリアフリー委員会は、2011年7月に迫った地上波デジタル放送への完全移行を前に、障害者の権利が後退することのないよう、総務省や経済産業省、放送業界、家電製品メーカーなどの関係機関にさまざまな対策の実現を働きかけている。

音声解説放送は「全番組の10%」が目標

デジタル機能を活用することで字幕放送、音声解説 (副音声) 放送、手話放送など障害のある人や高齢者にも利用しやすい番組コンテンツが増え、番組表やニュース・天気予報など文字データ放送も充実することが期待される。だが、ハード、ソフト両面で課題が山積、デジタル機能を障害者が十分に活用できるようにはなっていないのが現状だ。

例えば、比較的進んでいる字幕放送でさえ普及率はNHKでも全番組の50%程度と推定されており、より手間やコストのかかる音声解説放送に至っては普及率は数%。同委員会の働きかけにより、総務省が2007年度に初め



●障害者放送協議会が2008年3月に開催したシンポジウム「情報アクセシビリティの実現に向けて」の会場風景。

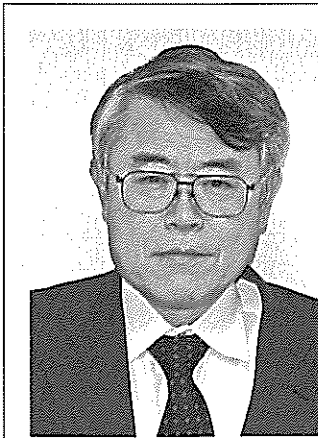
障害者放送協議会

設立 1998年
代表 笹川吉彦 (ささがわ・よしひこ) 氏
連絡先 〒162-0052 東京都新宿区戸山1-22-1
 (勤日本障害者リハビリテーション協会内)
問い合わせ先 TEL: 03-5273-0796 FAX: 03-5273-0615
ホームページ
<http://www.normanet.ne.jp/~housou/index.html>

て「全番組の10%」という目標を設定、関係機関への働きかけを本格化させたばかりの段階だ。

同委員会では「例えば、手話放送付きの番組を増やし、同時にそれをすぐに選択できる切り換えボタン付き専用チューナーの開発を促す」といった具合に、今後とも放送局と家電メーカー双方への理解と協力を要請していきたいとしている。

(高嶋健夫)



<アクセシブルデザインの普及に向けて一言> モノだけでなく、「制度を含めたシステム全体」からバリアフリー化を!

寺島 彰・障害者放送協議会放送・通信バリアフリー委員会委員長 (浦和大学総合福祉学部教授)

せっかくのデジタル放送も現状では十分に楽しめない視聴者がたくさんいる。全盲の人はせっかくの番組表も文字だけなのでわからないし、複雑な操作が増えた分だけ、リモコンも使いこなせないのが実情だ。

さらには、現在のデジタル放送の規格では、5.1チャンネルサラウンド放送の場合、主音声のみと副音声付きとを切り換える機能を設定していないので、事実上、5.1チャンネルサラウンド放送には

音声解説放送を載せられず、「せっかくの高音質の番組を視覚障害者が他の人と同じように楽しむことができない」といった当初予想できなかった新たな問題も浮上している。

これらの問題は、モノだけでは解決しない。制度を含めたシステム全体を変えていく必要がある。そのためには審議会などへの当事者の参加が不可欠であり、関係機関のさらなるご理解とご協力をお願いしたい。

(談)

「R60マーケティング（下）」

後藤芳一 (財共用品推進機構運営委員、日本福祉大学客員教授)

団塊の世代^{①②③④} (小さい添え字^{①②③④}は、同様の用語が本講の第1～55講に既出であることを示す)のニーズに適切に応えることで、新しい市場ができる。前号に続き、最近提案された「R60マーケティング^⑤」という視点(書籍も同名)をもとに、団塊の世代への発信策を考える。共用品^{⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺}への取り組みとも共通点がある。

5. R60世代のシニア像

R60世代の姿は、いくつかの軸で対比して描ける(以下の「」の中は「A vs Z」の形になっている。R60世代のライフスタイルが「AとZという対照的なスタイルで描ける」という意味である)。

(1) 生き方

「大切にしているのは『楽しさ』/小遣いは比較的ゆとり、外食にもお金をかける(料理派シニア^{①②③④}) vs よりどころは『孫』『友人』『健康や体力』(掃除派シニア)や『見栄っ張りシニア vs 庶民派シニア』『まだまだ女磨きシニア vs もう頑張らないシニア』などという対比になる。

(2) 趣味、娯楽や教養

「よりどころは『友人』『信条』/歴史・文化・芸術好き、その一方で自然志向派(クラシックシニア) vs スポーツ観戦はプロ・高校野球、大相撲/大事にしているものは『人並み』『家庭』/慎ましく、不安なく過ごしたい(演歌・歌謡曲シニア)」「趣味探求・自己研鑽シニア vs ほどほどエンジョイシニア」「おたくシニア vs 社交派シニア」など。

(3) コミュニケーション

「大切なのは『謙虚』『誠実』/向上心とチャレンジ精神高い(活字オンリーシニア) vs よく行くエリアの1つは秋葉原/新しもの好き(映像にも敏感シニア)」「典型的なパートナー型夫婦像(インターネットシニア) vs 趣味はガーデニング(パソコン無縁シニア)」「新しもの好きで、情報感度高い(メールでコミュニケーションシニア) vs 進んで習い事をする(メールは使わないシニア)」など。

(4) 消費のスタイル

「余計なモノは買わない、衝動買いはしない/健康への関心はほどほど(お店で買い物シニア) vs ネット利用率は高く/広告もよく見て、資料請求もする/健康への関心は高い(通

販大好きシニア)や「和風シニア vs 洋風シニア」など、ライフスタイルが消費の態度に反映する。

6. マーケティングへの示唆

5で対比したスタイルは、それぞれ正反対のシニア像のようで、いずれも十分な事例をもとにしており、リアリティがある。つまり、「正反対の両方」がある。R60市場へのアプローチを通じて本書は、マーケティングの手法自体に、革新のヒントを与えている。

具体的には、①「シニア向け」の名称で提供するの「自滅」(送り手の論理)であるが、②1つの型にはめにくいのも無理(型にはめるには、要素が多角的すぎる)、③いくつかのライフスタイルやストーリーで解釈するのも不足(同じ人が、状況に応じ違う顔を見せる)、④結局、多元的なままで受け入れ、折に触れてのぞかせる顔に適切に対応、あるいは、⑤多様であることを踏まえた上で、注意して共通項に誘導——などである。

その理由は、R60世代が、①年齢が高い分、個々の経験の幅の広がり大きい(年齢の高さ^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺})、②「年をとっただけの若者」という性格(態度)、③外的環境自体を変えていく影響力(人数の多さ)——などの性格をもつためである。

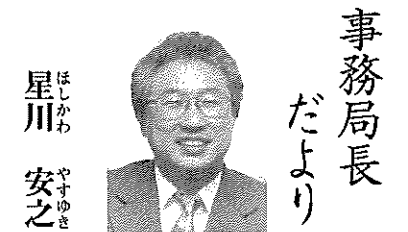
7. 共用品との関わり

R60世代への展開は、共用品の開発と提供の過程に通じる。共用品は、①利用者のもつ多様な不便さ^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺}を十分に把握、②そこに共通する要素を抽出(または、共通する仕様にまとめる)、③一般の利用者向けの仕様と共通化に努めて市場^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺}規模を確保、④対応の技法と規則(例:凸記号^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺})を共通化、⑤これらの過程に利用者自身が参加——という手法を用いる。

「不便さ」を「R60世代の特徴」に置きかえると、すでに3兆円を越す実績のある共用品の手法が、R60世代向けマーケティングの参考になる。

(本講は、昨年9月に日本経済新聞出版社から出された「R60マーケティング」[高嶋健夫・福岡順作著]の記述に、一部筆者の私見を加えて作成した)

逆風の中での満10年に思う 円高不況テコに生まれた「共遊玩具」



星川 安之

事務局長
だより

☆…共用品推進機構は、今年4月16日で満10歳となる。この間、多くの「増えた」があった。

関係する企業、関係する業界、関係する消費者団体、関係する省庁、関係する国が増えた。その結果、共用品の市場規模は3兆円を超え、10年前の6倍に増えた。共用品関連の日本工業規格(JIS)が27種類と9倍に増え、国際標準化機構(ISO)では、日本提案のテーマに参加する国が15を超えるに至った。

☆…この間、社会にもいろいろな変化があった。「高齢化社会」から「高齢社会」、そして、いち早く「超高齢社会」に突入した日本では、製品・サービスの対象として、高齢者を無視することはできなくなった。

法整備も進み、新バリアフリー法が制定され、公共機関のバリアフリー化が加速している。国連では「障害者権利条約」が2006年12月に採択され、昨年5月には20カ国が批

准したことで正式に発効。日本もすでに署名を行い、批准に向けた法整備が始まっている。

その半面、後を絶たない食品偽装などによって、製品・サービスの「安全・安心」と「信頼」が大きく揺らいでいる。さらに、「100年に1度」の米国発金融危機は、日本経済を再び奈落の底に突き落とした。先進国だけでなく、中国、インド、ロシアなども含めた「世界同時不況」の様相が強まっている。

☆…そんな中で、「共用品・共用サービス」はどのように発展していくことが必要だろうか。共用品の出発点である「共遊玩具」の発想が生まれたのは、85年のプラザ合意後の円高不況の時。障害のある子供たちが遊べるおもちゃを不況期でも継続して生産・販売していくための苦肉の策が、「障害のあるなしに関係なく、一緒に遊べる共遊玩具」だった。これから始まる10年も、向かい風

と追い風、両方の風が吹くだろう。向かい風の時にも“守り”を第一に考えるのではなく、より多くの人がいやすい製品・サービスをどうしたら「もっと広げられるか」に挑戦し、追い風の時はさらに新たな展開ができる機構でありたいと思う。

個人的な話で恐縮だが、昨年「スリム化」に取り組んでいる。ここ数年じわじわと体重が増え、気がつくとも平均体重をはるかに超える状態になっていた。健康を心配して下さる方の勧めもあり、意を決して8日間の断食を決行。その後も定期的な運動、控え目な食事を続けた結果、17キロの減量に成功。学生の頃好きだったスポーツができる身体に戻りつつあることは、何とも嬉しいものである。

共用品を継続的に普及させていくためには、時に「減らす」ことも恐れてはいけないと思っている。(★)

共用品通信

【委員会】

- 「第2回ADCフォーラム、AD推進協議会」パナソニックセンター東京(11月13日)
- 第2回自動販売機JIS原案作成委員会(11月27日)
- 第2回アクセシブルミーティングJIS原案作成WG(12月22日)

【海外委員会】

- 第7回北東アジア標準化協力セミナー(韓国・ピョンチャン(11月5～8日、星川))

【海外視察】

- 上海万博事前調査のための視察(11月28日～12月2日、金丸)

【講義・講演】

- 国際協力機構(JICA)共用品講義(12月2日、高橋玲子・森川)
- 財海外技術者研修協会(AOTS)国際標準化実践研修コース(12月17日、金丸)
- 日本消費者協会 講座(12月17日、星川)

- 主婦連 2008年度消費者セミナー「規格と私たちの生活」(12月17日、星川)

【来訪・来所】

- 早稲田大学オープン教育センター研究室のゼミ生3年生7名(11月17日)
- 神奈川県立保健福祉大学社会福祉学部学生3名と河幹夫教授(11月19日)
- 中国国立標準化機構(CNIS)のLiu Taijieさん(12月8日)

<読者の皆様へのおお願い>

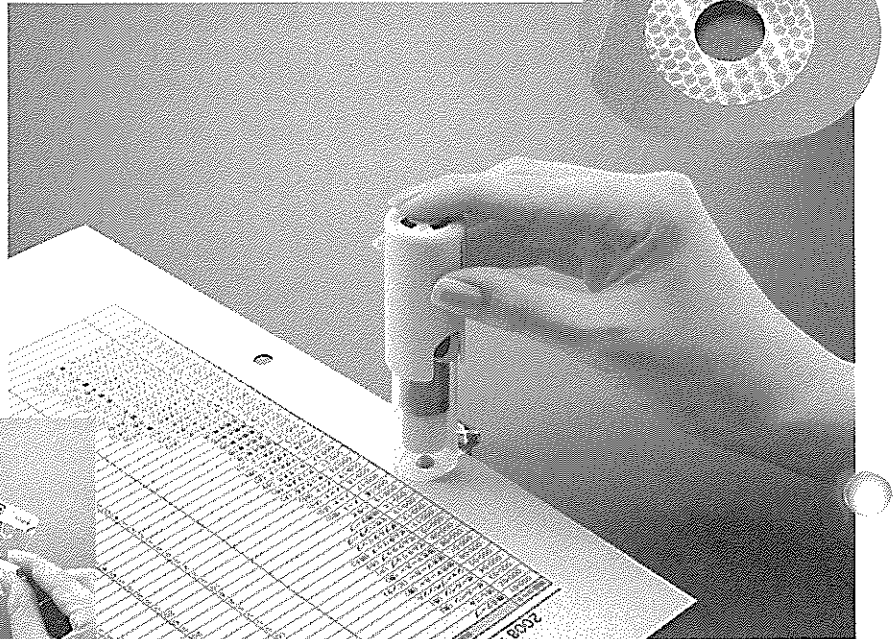
「共用品通信 情報アラカルト」欄では新製品・新サービス、セミナー・講演・展示会、モニター募集など、個人・法人賛助会員の皆様からのお知らせも掲載致します。事務局「インクル編集担当宛」に、ニュースリリース、イベント案内などの情報をお寄せください。Eメールも歓迎です。



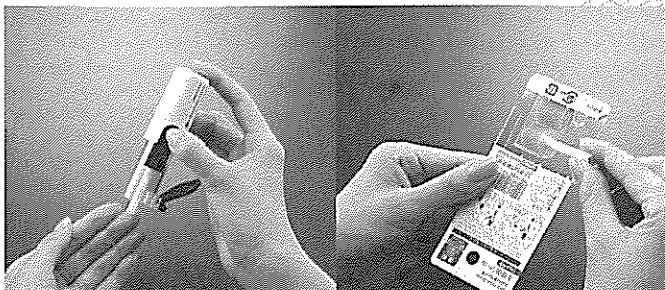
コクヨS&T(株)「ワンパッチスタンプ」

ハンコ感覚で、パンチ穴補強シールを簡単に貼れる!

■コクヨS&T(株)「ワンパッチスタンプ」
 ▽発売時期：2008年8月
 ▽本体外寸：35×25×97mm
 ▽シール入り枚数：200片
 ▽シールサイズ：外径14.5mm、穴径6mm
 ▽価格：本体420円、詰め替え用補強シール(200片×2個)420円
 ▽問い合わせ先：コクヨお客様相談室(TEL:0120-201594)
 ▽ホームページ：
<http://www.kokuyo-st.co.jp/>



■透明補強シールは厚さ0.05mm(右上)。シールの詰め替え作業も簡単(左2点)



99年のクリアファイル「ウェブレ」から始まったコクヨS&Tの「ユニバーサルデザイン(UD)文具」シリーズは現在約800アイテムまで拡大。安全性の高い画鋏「ブニョブニョピン」、左右どちらからでも開けやすいノート「パラクルノ」など、数々の大ヒット商品が生まれている。

この新商品は、書類に開けたファイリング用のパンチ穴を補強する透明シールを貼るための専用文具。関心のない人には「？」と思わせるが、コクヨS&Tによると、書類がパンチ穴のところから

破れてしまうのを嫌って、ファイリングする際に補強シールを貼るといふ几帳面な人は意外に多く、補強シールは何と年間10億片も消費されているそうだ。

“突起”で穴をキャッチ

ただ、これまではいい道具がなかったために、「位置合わせが難しく、穴にきれいに合わせられない」「透明シールを台紙から1枚1枚きれいにはがすのが面倒」などといった不満が絶えなかったという。

そこで開発したのが今回の「ワ

ンパッチスタンプ」。ミソは本体の先端に付いた突起状のガイド機構。ここに書類のパンチ穴を合わせ、本体を上から押せば、それだけできれいにシールが貼れてしまうのだ。まさにスタンプ感覚で簡単に、しかもほとんど失敗することなくシールを正確に貼れる。試してみると、なかなか心地よい感触。これまで補強シールを貼ることなど面倒臭くて考えもしなかった弱視の筆者も、おもしろくて癖になりそう。詰め替え用シールも別売りしており、詰め替え作業も同様に簡単にできる。(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58号

2009(平成21)年1月25日発行
 "Incl." vol.10 no.58

©The Accessible Design Foundation of Japan
 (The Kyoyo-Hin Foundation), 2009

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、墨字版をご利用できない方にはPDF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
 森川 美和
 金丸 淳子
 水野由紀子
 高橋 裕子
 松岡 光一
 編集長 高嶋 健夫

執筆・協力 後藤 芳一
 (五十音順) 高橋 儀平
 中国国立標準化機構 (CNIS)
 山本百合子

印刷・製本 ベスト・イーグル(株)
 サンパートナーズ(株)

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。