

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. 63

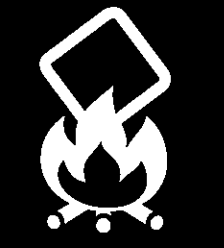
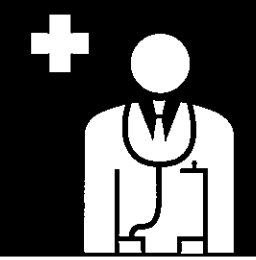
2009 (平成21) 年11月25日

No. 63

"Incl." by The Accessible Design Foundation of Japan (The Kyoyo-Hin Foundation)
共生社会の実現を助う旗標「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

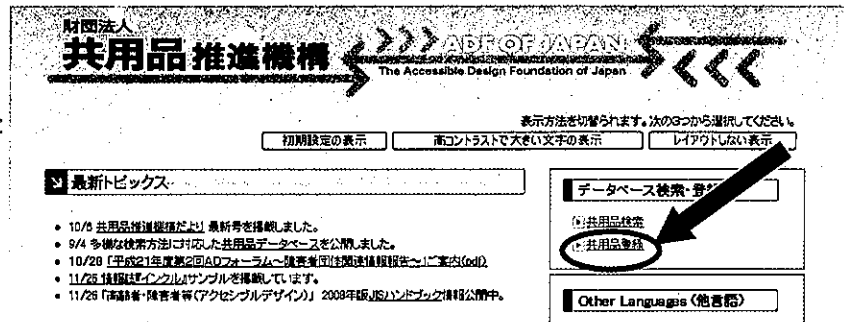
目次 / contents

- 「共用品データベース」、企業登録を開始
メーカー、ショップ、通販会社に情報提供を呼び掛け (森川美和) 2
- ISOの福祉用具専門委員会「TC173」
"AD分科委員会"の新設に向け一歩前進 (星川安之) 3
- 今年度第1回アクセシブルデザイン・フォーラム開催
業界団体が"AD最前線"の取り組みを報告 (星川安之) 4
- 「サイトワールド2009」開催
加速する視覚障害者向け製品の"IT化" (高嶋健夫) 5
- 台湾のヘルスケア産業関係者が機構を訪問
金属工業研究発展センターなどと情報交換 (星川安之) 6
- <随想 私と共用品>第41回
不便さを感じる人と共に働ける職場づくり (酒井英典) 8
- <この業界・この団体> (社)日本火災報知機工業会
誰にもわかりやすい「音と光の警報」を普及 (高嶋健夫) 9
- <キーワードで考える共用品講座> 第60講
事業化成功事例: オヤノコト事業 (後藤芳一) 10
- <事務局長だより> 出会いの原点は「触って、確かめて」 (星川安之)
共用品通信 11
- <わが社のエース>
ランドウォーカー(株) ユニバーサル自転車「かるかもグランド」
転倒防止に役立つ「サスペンション付き大型補助輪」 (高嶋健夫)
奥付 12



■「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「自転車」「医者」「燃やす」(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)

「共用品データベース」、企業登録を開始 メーカー、ショップ、通販会社に情報提供を呼び掛け



9月初旬に「共用品データベース」を試行開始してから、(財)共用品推進機構ホームページへのアクセス数が、1日平均1000件以上となっている。これまで月平均2万件だったのに対し、公開1カ月で約1万件の増加であり、順調な伸びを見せている。

11月初旬からは掲載製品をさらに充実させるため、メーカーや共用品を取り扱うショップ・通販会社が直接、ウェブサイトから申請登録できる設定を追加した。製品の掲載を希望されるメーカー、ショップ、通販会社にはまず企業登録を行っていただき、そのうえで製品登録をお願いするという流れとなる。

機構では今後はメーカーだけでなく、ショップや通販会社のご協力をいただいて登録を強化し、製品情報と合わせて、購入先・購入方法についての情報もきめ細やかに提供できるようにしたいと考えている。企業・製品情報の登録方法は、次のようになっている。

【新規企業の登録方法】

機構ホームページ (<http://www.kyoyohin.org>) にアクセスしていただき、トップページ右上にある「データベース検索・登録」の中の「共用品登録」をクリック(図)。登録トップ画面が現れたら、「企業情報登録」をクリック。

企業情報登録画面が出てきたら、必要な項

目を記入(または選択)して確認画面へ進む。必須項目に記載がない場合は、再度入力要求画面が出てくる。登録が完了すると、ログインIDとパスワードが発行される。

【製品の登録方法】

「共用品登録」を再度クリックし、登録トップ画面でログインIDとパスワードを入力。その後「製品情報登録・修正」ボタンをクリックして、製品登録を開始する。

ご登録いただく製品情報(製品名、製品の種類、不便さ区分、身体的特性、生活シーン、製品の配慮など)をご記入(または選択)いただき、すべて記入して登録完了となる。

登録いただいた情報は機構事務局で点検・協議したうえで、正式にウェブサイトへアップする。この作業には若干の時間を要するが、できるだけ速やかに新しい情報をアップしていく方針である。より詳しい登録の方法は、「企業の皆様の登録手順」としてPDF版、テキスト版で公開している。

なお、すでに暫定的に掲載させていただいている約250の企業・団体に関しては、登録手続きは完了しており、今年度中に担当窓口で連絡をさせていただき、登録製品や企業情報に関する確認・加筆修正などの作業をお願いしたいと考えている。

もりかわみわ
(森川美和)

ISOの福祉用具専門委員会「TC173」 “AD分科委員会”の新設に向け一歩前進

日本が国際標準化機構(ISO)に提案していたアクセシブルデザイン(AD)のための委員会の設置が実現に一歩近づいた。福祉用具(障害者の補助製品)に関する専門委員会である「TC173」内にAD関連規格を取り扱うSC(分科委員会)を新設することを昨年10月に提案。その可否を問うメンバー各国による投票がこのほど行われ、現時点では承認される公算が大きくなっている。(星川安之)

2001年に日本の提案で「ISO/IECガイド71」(規格作成者のための高齢者・障害のある人たちへの配慮設計指針)が制定されて以来、日本では同指針に基づいて28の「高齢者・障害者配慮JIS」が制定されている。

そのうち、人間工学、包装容器、情報の各分野のJISは、国際規格化を目指してISOに提案し、現在審議が進められている。しかし、デザイン要素分野に関しては、ISOの中に検討できる委員会がなかったため、福祉用具を担当する「TC173」にADに関する分科委員会を新設するよう提案を行った。

この提案に対して、9月1日開始、10月30日締め切りとする投票が幹事国のスウェーデンで行われた。結果は、25カ国のメンバー国のうち、12カ国が賛成、3カ国が反対、5カ国が棄権、5カ国が無投票となった。承認条件の「2/3(66.6%)の賛成」は超えること

になる。ただ設立には、TC内に5カ国以上の積極的に参加する国(Pメンバー)が必要となる。これについてもすでに参加表明している国もあり、近々承認されると思われる。

3つのWGで、7つのテーマを審議

この新しい「障害者支援製品に対するアクセシブルデザインSC」ができた場合、「ISO/IECガイド71」に従って、3つの作業グループ(WG)の設立を計画している。具体的には、①WG1=視覚障害に対するアクセシブルデザイン、②WG2=聴覚障害に対するアクセシブルデザイン、③WG3=コミュニケーション障害に対するアクセシブルデザイン——である。

各WGはそれぞれ以下のテーマの国際標準化を検討・審議することを予定している。

【WG1=視覚障害】

新規テーマ①=公共施設・設備への点字の表示原則及び点字表示方法

新規テーマ②=消費生活製品への点字の表示原則及び点字表示方法

新規テーマ③=触知案内図の情報内容及び形状並びにその表示方法

新規テーマ④=公共トイレにおける便房内操作部・機器の形状・色・配置

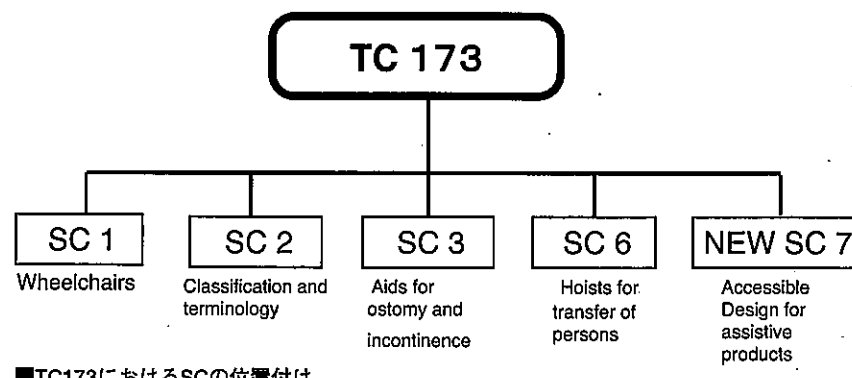
【WG2=聴覚障害】

新規テーマ⑤=コミュニケーション支援用絵記号デザイン原則

新規テーマ⑥=公共空間における音響信号

【WG3=コミュニケーション障害】

新規テーマ⑦=アクセシブルミーティング



TC173におけるSCの位置付け

今年度第1回アクセシブルデザイン・フォーラム開催 業界団体が“AD最前線”の取り組みを報告

本誌前号でご紹介したアクセシブルデザイン推進協議会（ADC、会長：菊地真・防衛医科大学教授）の本年度第1回フォーラムが9月15日、共用品推進機構会議室で開催された。今回は、高齢者・障害のある人への配慮に取り組んでいる業界団体を中心に、各団体の事業計画や経過に関する情報交換を行った。

はじめに、御産業技術総合研究所から「アクセシブルデザイン研究と国際標準化活動」という題名で、国際標準化機構（ISO）の人間工学分野の規格を作成する専門委員会「TC159」の審議状況についての報告があった。現在、日中韓3カ国が共同提案した4件の進捗状況と共に、今後提案を考えている①年齢別聴覚閾値（聞こえる限界値）分布の標準化、②触覚記号の最適サイズ推定方法の標準化、③ロービジョンのための可読文字サイズの標準化、④身体到達域に関する研究、⑤公共空間に設置する移動支援用音案内の標準化——などが紹介された。

続いて、御製品評価技術基盤機構から「生活用品安全共通試験方法（福祉用具）規格の開発」と題して、福祉用具に関する約80の機能の試験方法に関する研究について報告があった。

次に、ADC会員団体と関係団体からの発表となった。団体名と主な報告項目は以下の通りである。なお、今年度第2回フォーラムは11月19日開催予定で、その内容は次号でまたご報告する。
(星川安之)

【家電製品協会】

UDに関する66の配慮項目についてほか

【交通エコロジー・モビリティ財団】

現在ISOに提案している優先席などに使用する図記号について

【テクノエイド協会】

上級福祉用具プランナーの養成／支援機器ニーズ等情報収集提供システムの整備事業ほか

【財団法人ベターリビング】

BL部品（優良住宅部品）の認定について

【日本規格協会】

消費者関連標準化推進室の事業について

【日本規格協会INSTAC】

情報アクセシビリティ標準化活動について

【日本福祉用具・生活支援用具協会】

福祉用具の市場規模（07年1兆2608億円）／福祉用具事故情報の公表についてほか

【日本包装技術協会】

包装産業生産出荷統計（08年6兆7138億円）／包装におけるAD規格についてほか

【共用品推進機構】

高齢者・障害者不便さ調査／高齢者・障害者配慮の国際標準化についてほか

【ビジネス機械・情報システム産業協会】

アクセシビリティプロジェクト活動／アクセシビリティ配慮製品シートについてほか

【日本サッシ協会】

窓とドア（サッシ）操作・開閉形式に関して／窓とドアに関するTSに関して

【日本自動販売機工業会】

自動販売機のアクセシブルデザインについて

【日本火災報知機工業会】

最適警報システム研究委員会について

【日本ガス石油機器工業会】

高齢者・障害者配慮に関する今後の検討課題

【日本自動車研究所】

路線バスの車いす固定方法の検討について

「サイトワールド2009」開催 加速する視覚障害者向け製品の“IT化”

視覚に障害のある人のための総合イベント「サイトワールド2009」（社）日本盲人福祉委員会サイトワールド実行委員会主催）が11月1～3日の3日間、東京・錦糸町の「すみだ産業会館サンライズホール」（丸井錦糸町店8階）で開催された。4回目を迎え、今年も約4650人が来場した。（財）共用品推進機構はアクセシブルデザイン（AD）製品・サービスの最新動向を紹介した。

今回の出展者は41の国内外の企業・団体で、機構のほか、（株）日本点字図書館、（社）視覚障害者支援総合センター、サンエ芸、KGS、東京電力、日本IBM、パナソニック、三菱電機、NTTドコモ、シナノケンシ、アメディアなどが軒を並べた。

機構ブース、点字付きパッケージが人気

機構のブースでは、おなじみのシャンプー容器の「ギザギザ」をはじめ、食品・日用品分野を中心に点字の付いた包装・容器などを多数展示した。同時に、公共トイレの操作部の配置に関する日本工業規格（JIS）や公共施設における点字表記のJISなども紹介し、利用者サイドへの理解と普及を訴えた。

他のブースで今回特に目立ったのが、視覚障害者向け製品のIT（情報技術）化・デジ

タル化のいっそうの進展だ。

例えば、サンエ芸（法人賛助会員）は二次元バーコードを利用した新しい情報システムを組み込んだ触知案内図を発表。触知図の左上部にQRコードを付け、NTTドコモの「らくらくホン」など音声読み上げ機能付きの携帯電話で同コードを認識させると、携帯電話から「出口1です。こちらの出口からは……」といった周辺情報が音声で流れるという仕組みになっている。

パナソニックが展示した携帯型拡大読書器「アクティブビュー」は手の平サイズの小型拡大器で、見たい対象を静止画として撮影・保存し、それを最大26倍まで拡大表示できる。表示色はカラー、白黒反転、黒黄などに切り換えでき、USBケーブルなどを使ってパソコンに取り込むことも可能。将来的には一般向けのデジカメやスマートフォンなどの情報携帯端末にも採用できそうな独創的機能を盛り込んでいる。

また、三菱電機は音声機能付きのIH調理器や大型液晶テレビを展示。このほかにも、KGSの携帯用点字ディスプレイ「ブレイルメモ」や、歩行誘導システム、音声案内装置、デージー形式の録音再生機など、最新のデジタル機器の出品が目についた。（高嶋健夫）



■機構ブース（左）と、白黒反転パネルで目を引いたサンエ芸（中）、最新UD家電を展示したパナソニック（右）の各ブース

台湾のヘルスケア産業関係者が機構を訪問

金属工業研究発展センターなどと情報交換

台湾のヘルスケア産業の関係者が9月に財共用品推進機構に来訪された。国際福祉機器展(HCR2009)への出展に合わせて機構に立ち寄り、アクセシブルデザイン(AD)に関する情報交換を行ったもの。この機会に、台湾・金属工業研究発展センターの劉豊志(Frank Liu)さんに、台湾のAD事情についてうかがった。

「HCR2009」には、中華民国対外貿易発展協会(TAIRA)が主体となり、「台湾ヘルスケア産業」が出展。金属工業研究発展センターの陳進明氏を名誉団長に、12社が出展した。関係者一行は、同展開催前日の9月28日、機構を訪問された。今回の訪問のきっかけは、2年前に機構と連携を結んだ台湾の財団法人医薬センターの理事をしていた劉豊志さんが、金属工業研究発展センターのプロジェクトマネージャーとして移り、訪問先として機構を推薦してくれたものと思われる(本誌第48号を参照)。

機構では、私(星川)のほうから日本の共用

品・共用サービスに関する現状を1時間ほど紹介し、その次に展示室の見学をしていただいた。日本の共用品市場規模が12年前に比べて約7倍にも伸びていること、コンビニエンスストアでも共用品が普通に買えることに関して、大きな関心を示していただいた。

金属工業センターが「標準化の拠点」に

劉さんが所属する金属工業研究発展センターは、1963年10月に台湾・高雄市に財団法人金属工業発展センターとして創立された非営利公益法人。職員は現在5000人、関係機関も入れると1万人にのぼる大組織という。

同センターは、大学、病院などと共同で金属製品に関する技術的な研究・開発を進める一方、金属関連企業と連携し、製品評価・検査・認定を行っている。具体的には、高機能車いす(佳新)、電動車いす動力測定システム(國陸)、軽量組み立て式介護用ベッド(強盛興、金誌)などの研究を行っている。

台湾では、2010年の介護・福祉用具などの規格化を計画しているとのことである。具体的には、国際標準化機構(ISO)や日本の規格関係者と連携し、国際的な規格作成組織の活動に積極的に参加することを目標として挙げている。さらには、①国内規格作成の戦略研究、②国内規格に関する情報交換のための基盤確立、③国内規格情報に関する知識の紹介・普及、④国内規格と国際規格との一致—を実行していくことを掲げている。

こうした目標に向かって中心的に事業を展開する予定の機関が、この金属工業研究発展センターとのことである。ADの標準化についても推進されることを望みたい。



■右は高機能車いす(佳新)、左は電動車いす動力測定システム(國陸)

劉豊志氏に聞く「台湾のAD事情」 急激な人口高齢化で、需要拡大

劉豊志さんに、帰国後、改めて次の3つの質問をさせていただき、文書で回答を得たので、ご紹介したい。

——台湾の障害者、高齢者の現状は？

劉 2009年7月の台湾内政部の統計によると、2008年末現在、台湾の心身障害者は104万585人と、台湾総人口の4.52%を占めています。心身障害者人口は年齢層が上がるとともに高くなっており、なかでも身体障害者が最も多く、慢性精神病患者数も急激に増加しており、交通事故や職業障害などによって障害者となった方々の比率も年々増加しているという現状です。また、台湾では65歳以上の高齢者数の総人口に占める割合が10.42%(240万人)となっており、国連の定める高齢化社会の基準(総人口の7%以上)をすでに超えています。

以上のデータが示すように、社会と経済の急速な変化、医療衛生技術の飛躍的な発展などにより、過去の高出生率・高死亡率という状況から現在の低出生率・低死亡率という状況に一変、そのことは人口構成に大きな変化を引き起こしました。これから先10年、高齢者や心身障害者の家庭生活、レジャー、療養介護、社会適応などの需要に対しては、政府、産業界、家庭または個人の相当な経済的・人的・物的資源の投入が必要となります。

現在の状況から申しますと、福祉機器のビジネスチャンスはすでに台湾国内の多数の



■軽量組み立て式介護用ベッド(強盛興、金誌)

メーカーの積極的な投資、研究開発を活発化させております。

交通車両のチェックリストを作成

——台湾におけるアクセシブルデザインやユニバーサルデザイン(UD)の現状は？

劉 台湾の人口が高齢化していることと東洋の文化特性により、台湾でも福祉施設は社会を変えていくうえで不可欠な施設となってきています。この種の施設における関連設備や製品はより使いやすく、そしてアクセシブルで普遍的であるべきだと考えています。

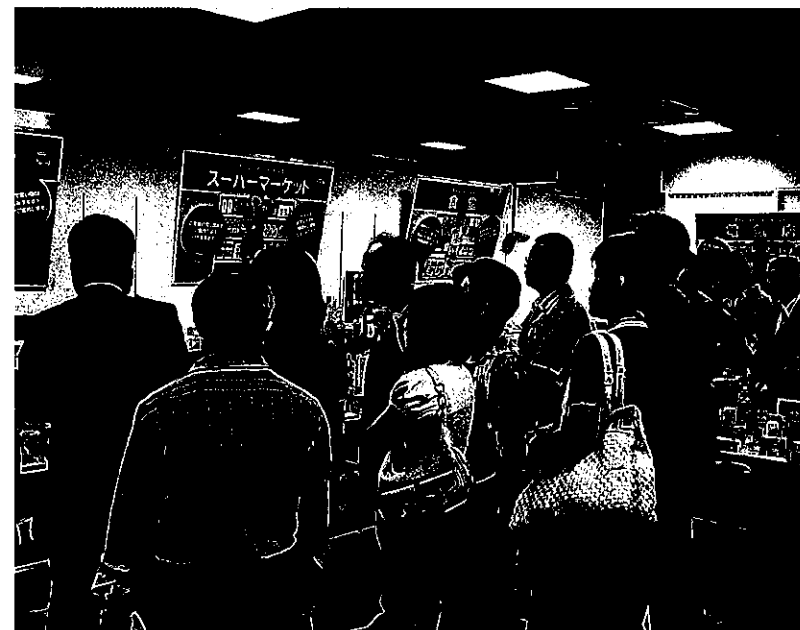
台湾では最近、製品の使用者ニーズを把握するための適切な調査手順が確立されました。この研究成果により、高齢者が生活する「動作と空間」、交通機関の使用ニーズとトラブルを起こす要因、交通機関におけるUDに関して理解することができます。その結果、適切な設計に取り組むことができるのです。

私たちは、デザイナーに向けた交通車両を作る際のチェックリストを作っています。さらに、関連するUD製品、移動・コミュニケーション補助具、入浴製品や日常生活補助具などを開発しました。

——日本のAD製品・サービスの印象は？

劉 日本では高齢者が簡単に買い物に外出したり、旅行したり、積極的に行動したりしていることが印象的です。印象的なAD製品・サービスは、ホテル、デパート、公共施設でのものです。

移動機器、入浴製品、バリアフリー設備のようなAD製品に簡単に触れたり、感じたりできることに大変関心しました。



■共用品展示室を熱心に見学する台湾ヘルスケア産業の関係者一行

不便さを感じる人と共に働ける職場づくり

酒井英典 (社)ビジネス機械・情報システム産業協会アクセシビリティ・プロジェクト、(株)リコー

現在、私は(社)ビジネス機械・情報システム産業協会のアクセシビリティ・プロジェクトで、事務機器のアクセシビリティ標準化活動にも取り組んでいます。これまで、空間設計や建築設備設計、事務機器のリサイクル設計、ウェブデザイン、事務機器のアクセシビリティ商品企画など多岐に取り組んできました。

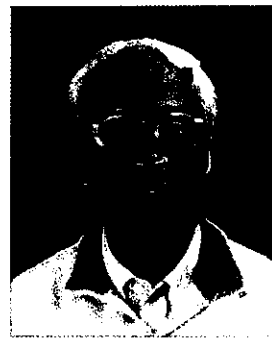
アクセシビリティは、情報やサービス、ソフトウェアなどが、どの程度広汎な人に利用可能であるかを表す言葉で、特に高齢者や障害のある人などにとって、どの程度利用しやすいかという意味で使われることが多いものです。このことを説明する際に、「そこまではいかない、誰がどう使うの?」「困ってるとは聞かないよ」「標準化まで必要かな?」などと言われることがあります。

進む事務機器のアクセシビリティ対応

アクセシビリティとの最初の出会いは、若い頃に外資系企業のオフィスのデザイン計画の際に知った、車いすに配慮したスペース計画や設備配置でした。「体が大きいからこの寸法?」「広いな、予算あるな」と思いながら、初めて自分が車いすを使ってその理由の確認作業をしました。しかし、「外国の会社はここまで考えてつくるんだ、大変だな」というのが正直な感想で、その本当の意味は理解していませんでした。

今は「アクセシビリティを考慮した機器を提供すれば、ひとりでも多くの方が一緒にオフィスで働ける環境をつくれる」「高齢社会とは、特注提供ではなく基本機能を見直す時代ですよ」と答えられます。共用品は、その価値を具現化した一例です。

たくさんの方々の支援で事務機器のアクセシビリティ対応は着実に進み、複合機やプリンターは基本性能に組み込まれるようになりました。例えば、車いすの利用者を考慮した分離型の複合機、高齢者に対応した簡易な液晶画面、色覚の多様性に配慮した色の組み合わせは、製品の操作部やランプなどの表示部に反映され、標準化も進みました。



志を同じくする仲間と共に「回り道は早道」

これらの機能は、できる限り当事者の声を聞きながら、あるいは一緒に考えながら進めています。出来た時には、展示会などで周知し、関係者や当事者に実際に操作していただいて、その感想を直接自分でも感じられるように心がけています。

しかし、共に働ける職場づくりは、事務機器が共用品になるだけでは成立しません。同じように、アクセシビリティ標準化も1つの業界だけでは不十分な時代になってきました。これからは、日本だけでなく、米国や欧州などを含めて世界的な視点で、多くの業界で一緒になってモノづくりや共通の標準検討をすることが必要になってきています。

志を同じくする仲間と共に考え、多くの経験を生かして、共に働ける職場づくりを目指す。不便さを感じる人と共に働ける職場づくりの一助になることが、だれもが暮らしやすい高齢社会を実現する近道だと思って取り組んでいきます。

(題字は中野奈津美・(財)共用品推進機構運営委員)

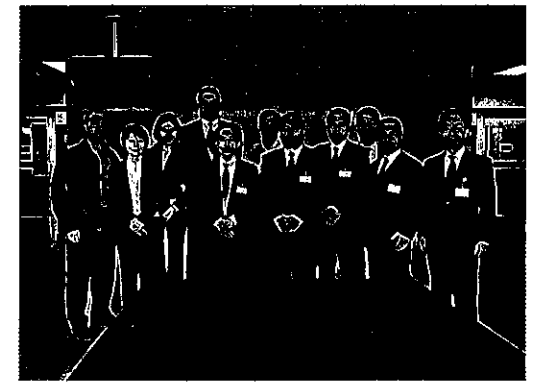
<この業界・この団体>(社)日本火災報知機工業会 (火報工業会) 誰にもわかりやすい「音と光の警報」を普及

能美防災、ホーチキ、ニッタンなど火災報知機メーカー15社の正会員企業と準会員56社、賛助会員10社などで構成する日本火災報知機工業会が現在、力を入れて取り組んでいるのが、「障害者や高齢者にも分かりやすい警報システム」の研究開発だ。「最適警報システム研究委員会」を立ち上げ、2007~08年度の2カ年で国内外の実情を調査。東大、筑波技術大、消防庁など関係機関とも連携して超高齢社会に適した火災警報システムのあり方を検討している。

「光警報装置」の技術・設置基準を提案

同委員会が今年3月に作成した報告書によると、日本には警報音がわかりにくい人は約1800万人いるが、対策は未着手なのが現状。これに対して、欧米諸国では対策が進んでおり、例えば米国ではADA(障害のあるアメリカ国民法)によって、民間のものを含めた公共性がある施設で聴覚・視覚障害者に対応した最適警報システムの設置が義務付けられている。こうしたことから、報告書では「聴覚障害者や高齢者にとって音と光による警報は必須であり、それは健聴者にもわかりやすい警報システムである」と結論付けている。

今年度はさらに実証実験も行い、「音と光の警報」に関する技術基準・設置基準案をまとめた。主なポイントは、①聴覚障害者や難



●海外調査の一環で、米国を訪問した際の「最適警報システム研究委員会」の代表メンバー。

(社)日本火災報知機工業会

設立 1956年(社団法人化は57年)
会長 田上 征(たのうえ・ただし)氏
本部 〒110-0016 東京都台東区台東4-17-1
借案ビル(新台東)
問い合わせ先 TEL: 03-3831-4318(代) FAX: 03-3831-4365
ホームページ <http://www.kaho.or.jp/>

聴者が立ち入り、音だけでは有効でない場所には光警報装置を設置する、②用いる光は有効な光度を持つ「点滅光」とし、点滅回数は毎秒0.5~2回、③発光色は透明または白色、④光警報装置は火災報知機と連動して動作する——などとなっている。

同工業会ではこの基準案に基づく試作機も開発済みで、今年度内には設計、施工、保守まで含めた自主基準書を策定すると共に、普及活動も強化していく方針だ。(高嶋健夫)



<アクセシブルデザインの普及に向けて一言>

まだまだ遅れている「安全・安心への取り組み」

有野隆則 (社)日本火災報知機工業会最適警報システム研究委員会委員長

米国、英国、オランダ、スウェーデンなど欧米諸国を調査してみて、こと高齢者や障害者の安全・安心に対する取り組みに関しては、わが国はまだまだ後進国だと言わざるを得ない、と痛感させられた。

これは私たち関係業界の責任でもあるのだが、そもそも国民の間に災害への危機感が薄く、防災対策や火災報知機の必要性への認識も乏しいのが、残念ながら、

わが国の実情だ。

「音と光の警報システム」は高齢社会に必須のインフラであり、早急な整備が求められている。消防庁など関係省庁・機関や関連業界とも連携を強めて、普及を図っていかねばならない。すでに施主やオーナー、建設会社、設計事務所などに向けた啓発パンフレットも作成中であり、一般社会の理解と協力を呼び掛けていきたいと考えている。(談)

「事業化成功事例：オヤノコト事業」

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)

共用品 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100) (小さい添え字①～⑩) は、同様の用語が本講の第1～59講に既出であることを示す。の普及を持続させるには、事業として成り立つ必要がある。いま注目の成功事例がある。

1. オヤノコト事業

(1) コンセプト

オヤノコトは「高齢 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)の親をもつ子ども世代 (=オヤノコト世代)」が、親にかわって必要な情報を集め、これからの生活に取り入れていけるようく安心・安全・快適な生活探しのお手伝いをめざす (同社のパンフレットから。「オヤノコト」は事業を主催する(株)イント・コーポレーションの登録商標)。都会で働いて、家庭を持って、気がつく自分も熟年。郷里の親を気にしつつ、日々にかまけてきた……。そういう人たちに「親のこと」というメッセージで訴える。

(2) 「オヤノコト.エキスポ」

オヤノコト事業は昨年開始、展示会や媒体での発信、シンポジウムから成る。事業の中心である「オヤノコト.エキスポ」は、東京国際フォーラム (有楽町) に、シニアに便利な商品やサービスを展示。2日間に、2万人以上が来場した。出展は自動車、航空、通信、情報、福祉用具 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)、ホームセキュリティ、介護 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)などの各代表的企業。出展者数は昨年37社 (56小間) から、今年は53社 (83小間) に増えた。

2. 実施体制

事業の開始時から、広告・出版を行うイント・コーポレーション (大澤尚宏代表取締役) が、オヤノコト.エキスポ開催委員会 (委員長: 菊竹清訓 (株)日本建築士会連合会名誉会長) を設けて行ってきた。2009年11月に、オヤノコト事業を専門に行う(株)オヤノコトネット (社長は同じ大澤氏) を新たに設けた。共用品推進機構は、経済産業省 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)などととも

に後援し、星川専務理事と筆者が委員会に参加して支援している。

3. 意義

高齢者市場は、利用者 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)に到達しにくく、事業としての成功が容易でなかった。本事業は、優れた結果を出して示唆を与える。

第1点は、オヤノコトが「第3の市場 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)」になる可能性。第1の市場=モノの充足 (例: 3種の神器)、第2の市場=ライフスタイル (例: ウォークマン) に続く市場である。第2点は、限られた市場での陣取り合戦 (ゼロサムゲーム) からの脱却。団塊世代に、自身向けの消費に加え、親のための消費 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)という「2階部分」を創る。

第3点は、本人 (親) に加えて子供も「当事者」にする。親の世代は、経済的に豊かであっても、自分のための出費はためらう。例えば安全通報システムなど、遠くにいて心配だからと子供から言われると、腰を上げるきっかけになる。第4点は、消費者は、信用できる第三者の目利きがほしい。メーカー側も、「選ばれた」という形がほしい。その点、「オヤノコトが扱っている」ことが、信用になりつつある。本来のセールスレップ (rep) の役割といえる。

4. 取り組みの背景

今の姿になるまでに、少し経緯があった。大澤社長は1988年に広告代理店を創業。95年に身体障害児・者 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(14)(15)(16)(17)(18)(19)(20)(21)(22)(23)(24)(25)(26)(27)(28)(29)(30)(31)(32)(33)(34)(35)(36)(37)(38)(39)(40)(41)(42)(43)(44)(45)(46)(47)(48)(49)(50)(51)(52)(53)(54)(55)(56)(57)(58)(59)(60)(61)(62)(63)(64)(65)(66)(67)(68)(69)(70)(71)(72)(73)(74)(75)(76)(77)(78)(79)(80)(81)(82)(83)(84)(85)(86)(87)(88)(89)(90)(91)(92)(93)(94)(95)(96)(97)(98)(99)(100)向けオピニオン誌の出版を始めて、広く読まれる存在に育てた。しかし、資本の関係で事業を手放さざるを得なくなった。2001年にイントを興し、今度は身体障害児・者向け商品・サービスの紹介や通信販売という、具体性と実践に力点を置いた。それが、利用者にとっていっそう大きい支えになった。高齢者分野は後発になったが、障害者分野で積み上げた、小さいところを確実に押さえてそれを広げる、という手法が結果を生んでいる。

出会うの原点は「触って、確かめて」「サイトワールド2009」に思う



星川 安之 事務局長 だより

☆…この仕事を始めた30年前、静岡県で白杖などの盲人用具を作っている盲人福祉研究会の代表、斯波千秋 (しば・ちあき) さんに、「新しく作った白杖は、2～3年経ってやっと売れ始める」と聞いたことがある。目の不自由な人は、写真やテレビなどで製品イメージを確認することはできない。そのため、「実際に触って確かめて、初めて製品と出会うことになる」と聞き、目から鱗が落ちた。

4年前から毎年11月初めの3日間、視覚障害者のための展示会「サイトワールド」が、東京・錦糸町駅前で開催されている。展示されているのは、テレビ、IHクッキングヒーター、パソコン、日用品、書籍、地図などさまざまだが、すべてが目の不自由な人が使える商品である。

☆…毎年秋に東京ビッグサイトで開催される国際福祉機器展 (HCR) にも、目の不自由な人たちの商

品が並んでいる。しかし、あの広い会場の中で、視覚障害者が求める製品を探し出すのは困難なこともあり、視覚障害者団体が連携を組み、(社福)日本盲人福祉委員会の中にサイトワールド実行委員会を設け、開催にこぎつけた。

共用品推進機構は3年前から出展し、今年も最新の共用品や、点字表示、トイレの操作部の配置の日本工業規格などを紹介させていただいた。初日から、開場と同時に多くの目の不自由な人たちにご来場いただいた。共用品ブースでは、今年が一番目立つところに、さまざまなパッケージを並べて紹介した。

詰め替え用のシャンプー容器にもギザギザの付いた花王のシャンプー製品も展示することができた。点字表示されているものはケチャップ、ドレッシング、薬、ジャム、むき栗などである。毎年来られている方も多くなってきたため、私が話をした

方々は、ほぼすべてがシャンプーのギザギザはご存じだった。しかし、その他のものとなると、知らない方もまだまだ多い。

☆…いろいろと、新鮮なお話をうかがうこともできた。

「牛乳パックは継ぎ目のないほうが開け口。それを知っていれば、目が見えない私も簡単に開けられる」

「ジャム、ドレッシング、おさけなどと点字で書かれているのは大変嬉しいけれど、やっぱり、何のジャムか、どんなドレッシングか、どんなビールかを知りたいんだ」

ほかにも、「ボディソープにも触覚識別を!」などなど、ごもっともな意見ばかりだ。音声に対応したインターネットの普及で、情報は早く、確実に届くようになってきたが、実物を手にして得られる情報は、少々遅くても、まだまだとても大切だと再確認した展示会であった。

(★)

共用品通信

【トピックス】

○経済産業省、日本規格協会が「国際標準化へのアプローチ」を発行

平成21年度国際標準共同研究開発事業の概要を紹介した小冊子を発行した。(財)共用品推進機構が実施団体となっている「アクセシブルデザインの体系的技術に関する標準化」(平成21～23年度)についても詳しく紹介されている。問い合わせは、日本規格協会規格開発部標準化調査研究室 (TEL: 03-5770-1572)。

【委員会】

- 第1回アクセシブルデザインの体系的技術標準化開発委員会 (9月8日)
- ADモニタリングシステム検討委員会 (9月14日)
- 支援機器ニーズ把握委員会 (9月14日)
- 第1回JISWG (代替様式・報知音) 委員会 (9月25日)
- 第1回TC173新SC国内対策WG委員会 (9月25日)

【海外委員会】

- 日中韓標準化協力プロジェクト (北京、9月10日～13

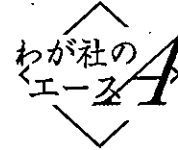
日、星川が出席)

【講義・講演】

- シニアライフコーディネーター養成講座「シニアに優しい共用品とは」講義 (9月26日、星川)
- 「福祉技術シンポジウム」講演 (9月30日、星川)
- 「標準化と品質管理全国大会2009」講演 (10月16日、星川)
- 習志野市立習志野第六中学校「共用品授業」(10月27日、森川)

＜読者の皆様へお願い＞

「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。



ランドウォーカー(株)ユニバーサル自転車「かるがもランド」 転倒防止に役立つ「サスペンション付き大型補助輪」

■「かるがもランド」
 ▼発売時期：2008年12月
 ▼長さ：全長1755×全幅600mm
 ▼重さ：23.7kg
 ▼乗車可能最低身長：140cm以上
 ▼タイヤサイズ：前・後輪20インチ、補助輪12インチ
 ▼タイプ：前カゴ小、前カゴ大
 ▼フレームカラー：シルバー、ピンク、グリーン
 ▼価格：オープン価格
 ▼問い合わせ先：ランドウォーカー(株) (TEL:06-6310-3380)
 ▼ホームページ：
<http://www.landwalker.co.jp/>



「幼児2人乗せ」もOK!

車いす大手、カワムラサイクル(本社神戸市)のグループ会社であるランドウォーカー(同大阪府吹田市)が開発した「かるがもランド」は、高齢者でも安心して乗れるように、独創的な形状と新機能を取り入れている。

最大の特徴は一見してわかるように、後輪に大型の補助輪が付いていること。ただの補助輪ではない。自動車と同じような「独立懸架式サスペンション付き補助輪」なのだ。このため、路面に合わせて上下して車体を安定させるので、凸凹道や左右に曲がる時もハンドルがふらつかず、転倒する心配が少ない。

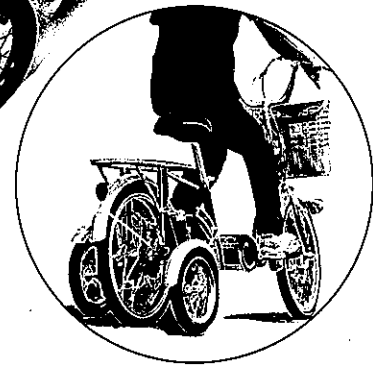
さらに、ハンドル右手に装着された「スイングロックレバー」を握ると、補助輪のダンパー機能がロックされるので、低速でもふらつきにくくなる。信号などで一時

停止する時も、片足を路面に付ける必要がなく、ペダルに足を乗せたままでも止まっていられる。また、停車時にはロックするだけでスタンドは不要。

このほか、サドル高は最低地上高65cmと低めに設定されており、またぎやすいフレーム形状と相まって、背の低い人でも乗り降りがしやすくなっている。

「前カゴ小」と「前カゴ大」の2タイプ。先に警察庁が認可した「幼児2人乗せ」にも対応しており、「ベビーシート」なども用意している。実勢価格は7万~8万円前後と見られる。

同社のユニバーサル自転車には、前後左右360度に低速で進める「ニュークークル」=写真右下=などもある。(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63号

2009(平成21)年11月25日発行
 "Incl." vol.10 no.63

©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、墨字版がご利用できない方にはPDFファイルのCD-ROM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) 酒井 英典
 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。