

# インクル

The Periodical of Accessible Design

"Incl." by The Accessible Design Foundation of Japan (The Kyoyo-Hin Foundation)

## 目次 contents

- |   |    |
|---|----|
| (独) 国立科学博物館「2013夏休みサイエンススクエア」<br>(森川美和)                               | 2  |
| 随想 私と共用品第65回<br>東京未来塾生のインターンシップ (高島由紀子)                               | 4  |
| 第22回全国盲ろう者大会<br>～機器展示コーナーで共用品の配慮を紹介～ (森川美和)                           | 5  |
| 2012年度共用品市場規模推計調査報告 (凌竜也)   | 6  |
| (公社) 日本包装技術協会<br>2013日本パッケージングコンテスト (古屋一)                             | 9  |
| 「高齢者・障害者の感覚特性データベース」を公開   | 10 |
| 『JISハンドブック38 高齢者・障害者等アクセシブル<br>デザイン』2013刊行<br>株式会社高齢者に、「高齢者なんでも調査団」発足 | 11 |
| <事務局長だより><br>共用品推進の職種は「仲人」(星川安之)<br>共用品通信<br>奥付                       | 12 |



# （独）国立科学博物館「2013夏休みサイエンススクエア」

## 7月23日～25日に子ども向けワークショップ開催

（公財）共用品推進機構は7月23日～25日の三日間、東京・上野の（独）国立科学博物館が主催する「2013夏休みサイエンススクエア」でワークショップを開催した。このイベントへの参加は6年目。今年も100名の子ども達と共に、インターンシップの高校生がイベントを盛り上げてくれた。

毎年、夏休みの時期に、東京未来塾\*の高校生が、インターンシップ（就業体験学習）で機構を訪れている。

今年の高校生の特徴は何と言ってもチームワークの良さ。それぞれが仲間の個性を尊重し合いながら、来場した子ども達の心にさりげなく寄り添い、限られた触れ合いの時間の中で、人と関わる楽しさを味わっていた。（森川美和）



（写真左：開場と同時に希望者の列、右：触って分かる絵を描く子ども達）

### ☆サイエンススクエアでの触れ合い☆

サイエンススクエアのテーマは、毎年好評の「触って分かる絵を作ってみよう」。視覚障害のある子ども達が使用する「レーズライター（表面作図器）」を使って、“触って分かる絵”を作成する。触って分かる絵を作る前には、共用品の代表例をいくつか紹介して、その工夫に気付いてもらうが、今回は特に子ども達に付き添う保護者からも、共用品の工夫への関心が高かった。

イベントに参加した高校生に、今回参加した感想を書いてもらった。文面からは、たった三日間ではあったが、心にこれまでにない大きな変化があったことが伺える。

一つ一つの触れ合いを大事に捉えることができる高校生のしなやかな心は、私達にとっても

かけがえのないものとなった。

### ☆高校生の感想☆



（写真：真木君と薄井さん）

初めての経験で失敗ばかりでした。しかし、そこから多くのことを学びました。

まず、相手に合わせた対応が難し

かったり、失敗して焦ってしまったりしたことから、視野を広くして臨機応変に対応することの大切さを学びました。そして、共用品に対するの質問に答えられなかったことから、自分には推測する力、自問自答する力が欠けていることが分かりました。さらに、失敗しても支えてくれる方々の大切さを実感するとともに、もっと自らの行動に責任を持たなければならないと、強く感じました。（薄井雅弥）

国立科学博物館のイベントでは、多くの子供たちや保護者の方の前で共用品についての説明と触って分かる絵の作り方を教えました。最初は聞いてくれるか心配だったけど、どの子も真剣に話を聞いてくれて嬉しかったです。

共用品はどんな人にも使いやすい工夫がされているので、共用品が世界中に広まればもっと暮らしやすい世の中になると思います。今回の体験を通じて、もっと共用品について興味を持ってくれる人が増えてほしいと感じました。（真木文哉）

「人の暮らしやすさ」をとにかく追求したものが、共用品だと体感しました。共用品のほんの少しの一工夫があるかないかではとても大き

\*東京未来塾とは、日本の将来を担い得る改革型リーダーとしての資質を持つ人材を育成することを目的として、東京都教職員研修センターが都内の高校3年生を対象に実施する研修プログラムです。

な差があります。共用品の一工夫を気にしなくても大丈夫な人もいれば、ないと本当に困る人もいます。私は、その一工夫は誰かの小さな幸せのためにあるのだと多くの人に伝えたいです。そして、共用品を通してみんなが温かい気持ちになってほしいです。  
(徳田綾)

私は特に、子供たちに共用品のことを伝えることができたのが強く印象に残っています。

共用品を子供だけでなく、大人にも知ってもらうことの重要性を、人と触れ合うことで実感しました。これからの社会でも必要とされる共用品というものと触れ合い、たくさんの人に伝えることができた3日間の経験を、大学生になっても、社会人になっても生かしていきたい、と強く思いました。  
(西口里希)

私たちは、体験学習で共用品推進機構のブースにお手伝いとして参加させていただきました。担当の方は、共用品や働くことについて、知識が浅い私たちに優しく教えてくださいました。おかげで、楽しくお仕事のお手伝いだけでなく、知識を分かりやすく伝えるということや、共用品の考え方を深く学ぶことができました。  
(光岡春風)



(写真左：西口君と徳田さん、右：光岡さん)



(写真：藤森君と藤田さん)

今回の体験学習では教えることの難しさを知ることができました。特に子供に教えるのは難しく、ただ教えたいことだけを伝えればいいのではなく、興味を持たせながら教えなければいけないことが大変でした。教える際には自分がしっかりと理解していないといけないと思いました。中途半端な知識しか持っていないと、鋭

い質問が来た時に答えられなくなります。だから何か教える際には事前に学んでおくことが必要だと思います。これからこの経験を活かして多くの人に共用品の知識を広めていきたいです。  
(藤森佑太)

共用品の工夫を、子供たちに理解してもらうには時間がかかりました。子供たちが何を考えているのか、何に興味をもつのか、なかなか分からないものです。だから、とにかく目線を合わせることに、おもちゃを例に説明してみることを意識してみました。今回体験させていただいて、人と接することや説明して分かってもらうことはとても難しいと感じました。さらに、常に笑顔で対応することやたとえ失敗をしても次に来る人のためにポジティブに思考を切り替えることも求められました。体験全体を通して学んだことを、これからの人生に役立てたいと思います。  
(藤田美桜)

体験の中で、来場者の方に共用品の説明をしていると「こんな便利な物がもっと増えたらいいのに」と言う方がとても多かったことが印象的でした。確かに、障害のない方から見ても共用品は画期的な物で、共用品が生活の中により溶け込むことで誰もが物を使うときに便利になります。共用品についてより多くの人を知り、その大切さを実感することで、生活の中に共用品が溢れていくのではないかと感じました。

(橋本あかり)



(写真：橋本さんと波多野さん)

障害者の方には、様々な場面で出会うことがあると思います。今まではどんなことが不便で困っているのかよく分からずただ見ているだけでしたが、今回の体験学習を通して考えていることや大変だと感じているだろうことが少しだけ分かりました。そこでここからさらに理解を深め、誰もが暮らしやすい社会に少しでも近づいていけるように頑張りたいと思います。  
(波多野恵)

## 東京未来塾生のインターンシップ

東京都教職員研修センター研修部  
教育開発課人材育成担当

指導主事 高島 由紀子



東京未来塾は、東京都教育委員会が設置した、日本の将来を担い得る改革型リーダーとしての資質をもつ人材を育成する塾です。

平成16年度に開塾し、10年目を迎える事業です。本年度は、10期生として、33名の高校3年生が在籍しています。

未来塾の活動の中には、企業等における就業体験を通して、社会に関する見識を深め、社会貢献の志を高めることを目的とした「体験学習」があります。

共用品推進機構には、1期生から体験先としてお世話になっています。

平成23年の4月、東京未来塾の担当になった私は、体験学習の準備を始めようとして、「共用品推進機構」という名前に目が止まりました。

初めて目にする機構名だったので、どのような機構であるか調べました。また、機構側の担当である森川さんには大変お世話になり、共用品推進機構における体験学習について丁寧に教えていただきました。

共用品は特別な人のための特別なものではなく、誰もが使いやすいものです。私は今まで「もの」というものを少し軽んじていました。

しかし、共用品について学ぶうちに、共用品という「もの」を通して、心の壁をなくすことができるということに気付くことができました。

共用品推進機構での「体験学習」の主な内容は、共用品とその考え方を子供たちに広めるためのイベントの運営です。子供たちに目の不自由な方たちへの工夫を伝えたり、触って分かる絵の作成を手伝ったりします。

3日間の体験が終わると班長が塾に報告の電

話を入れるのですが、班長からの「共用品推進機構での体験学習、無事終了しました。先生、なんでたったの3日間なんですか。短すぎます。私、もっと続けたかったです。」という報告を聞き、充実した体験をさせていただいたことが分かりました。

また、塾生の感想には、「多種多様な共用品の魅力や、子供たちとのコミュニケーションの取り方、皆の前で説明する際のコツ、お客さんを相手に働くことの大変さなど多くのことを学びました」、「共用品とはどういうものか、これから身体の不自由な方が周りにいた場合、どう接するべきか、など、多くのことを学びました」とあり、この体験の素晴らしさが伝わってきました。

多くのことを学ぶことができただけでなく、この体験を通して、行動も変わってきます。

人前で話すことが苦手だった塾生が、楽しそうに体験の報告をし、その後の塾の講座でも積極的に発言できるようになるのです。

塾生の感想を「インクル」に載せていただいたことが、塾生の自信につながり、共用品についてや体験学習で学ばせていただいたことを、塾の皆で共有することができました。

このような貴重な体験の機会を与えてくださった共用品推進機構の皆様にご心より感謝するとともに、塾生と共に学ばせていただいたことを、これからも様々な機会に広めていこうと思います。本当にありがとうございました。

# 第22回全国盲ろう者大会

## ～機器展示コーナーで共用品の配慮を紹介～

平成25年8月23日（金）～25日（日）、幕張メッセ（千葉県美浜区）で22回目となる全国盲ろう者大会が開催された。

この大会は、盲ろう者・盲ろう児とその家族、通訳・介助員及び盲ろう教育・福祉関係者等が一堂に会し、年1回の情報交換を行い、我が国の盲ろう福祉のあり方について討議するとともに、通訳・介助技術のいっそうの向上を図ることを目的として（社福）全国盲ろう者協会が主催し、開催している。

今年の会場は、地の利も良く、全国の中心に位置すること、また大会のセミナー等の内容も濃いこともあり、これまでの参加人数を大きく上回る1,000人（うち盲ろう者約260名）以上の参加があった。

共用品推進機構として、本大会の機器展示コーナーに出展したのは今回が初めてである。日頃から同協会とは連携があったものの、共用品の紹介や展示に関わる連携はなかった。

以前、盲ろうの人達向けではないが、盲ろうの人達も来られた展示会に参加したことがあった。立ち寄ってくれた方から「盲ろうの人の自立に必要な福祉用具や配慮がまだ十分に供給されていない状況。共用品の配慮は、自立した時に役立つと思うが、まだ実感しにくいかも知れない」という話をうかがったことがある。

なかには「共用品のさりげない工夫こそが、自立をしていく過程に必要な工夫」、「盲ろう者本人だけでなく、その家族や周りの人も、これらの工夫を知ることが大事」という話しも頂いていた。

いつか機会があればと思ってはいたが、状況を考えてなかなかタイミングが難しかった。

しかしこの状況を変えてくれるように、大会開催2か月くらい前に盲ろう者協会事務局から出展要請の電話を頂いた。

以前から交流のあった特別支援学校の先生が、「共用品や共遊玩具には、盲ろうの子ども達に

使いやすいものがあるので、この機会（本大会）に紹介してもらえると嬉しい。」との声がかきかけだったようだ。

### 共用品の代表例、知らなかった方は9割

共用品の配慮を知らせる機会を得、24日（土）と25日（日）の二日間、出展した。まだ共用品を知らない人が多いということで、持参したものは、シャンプーや牛乳パックの切り欠き、アルコール缶の点字などの共用品の代表例。

初日、開場と共に徐々に来場者が増え始めたが、共用品のブースでは、一瞬、足を止めても眺めるだけの人が多かった。

“興味を持っていただけないかな？”とあきらめかけ数十分が経過した頃、「共用品って何？」と話しかけてくれる方が一組二組と増えてきた。共用品の説明をしていると、立ち止まってくれる人が増え、同日午前中には盲ろうの人、通訳介助の方を含め100名近くの方が来てくださり、結果的には2日間で延べ400人近い方が立ち寄って下さった。

共用品の工夫を知らなかった来場者は約9割。「こんなに身近に助かる工夫があるとは思わなかった」、「どうして今まで知らせてくれなかったの？」と冗談交



（写真：牛乳パックの切欠きに感心する来場者）



（写真：触手話で説明を聞く来場者）

じりに笑顔で話す方々や、「作ってくれたメーカーに、是非、ありがとうと伝えてほしい」、「作って頂いたメーカーになかなかお礼を言う機会がないですが、これからも作り続けてほしい」と嬉しい言葉を頂いた。

もりかわみわ  
（森川美和）

# 2012年度共用品市場規模推計調査報告

## ～主力の薄型テレビ等の普及と推計値の減少～

(株) 日本能率協会総合研究所 しのぎ たつや 凌 竜也

共用品市場規模調査は共用品の市場規模動向を把握する国内唯一の調査であり、今回で16回目(調査データとしては17年目)を迎える。

今回の調査は、2012年12月から2013年3月にかけて、共用品製造企業(一部品目では業界団体)に対する国内出荷額に関するアンケート調査、及び一部ヒアリング調査を実施すると共に、公的統計、業界団体調査統計等を活用し、推計値をとりまとめた。

アンケートの配布・回収状況は図表1に示すとおりであり、アンケート調査の回答率はほぼ前回並み(49.4%)であった。

調査の具体的な対象品目と配慮点は、例年と変わらず、図表2に示す27品目とした。これら各品目の合計値である2011年度の共用品市場規模金額は、3兆2,363億円と推計され、前年比で約11.1%(4,024億円)の減少となり、また調査開始以来はじめてのマイナス成長となった(図表2、3参照)。

【図表2 共用品市場規模市場規模金額明細(1995～2011年度)】

配慮分類	品目分類	品目	共用品理由	データ開始年度	1995年度			
					1995年度	1996年度	1997年度	
製品本体の配慮	一般機械器具	エレベータ	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	#1 650	721	759	
		エスカレータ	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	
		ホームエレベータ	階段での上下移動を解消している	1996年度	-	130	134	
		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	
		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)、車いすでも通れるように幅を広げている(自動改札)	1995年度	7	10	15	
		ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで識別でき、音声で応答がある、点字表示など	1995年度	3	3	4	
		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使用可能	1996年度	-	1,152	1,244	
	電気機械	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	-	-	-	
		家庭電化機器		1995年度	2,966	3,491	3,255	
		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	152	143	153	
		映像機器		1995年度	213	549	690	
	情報・通信機器	1995年度		99	151	181		
	輸送用機械器具	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	
		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	
	精密機械器具	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	
		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	1	3	2	
	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	
		住宅設備	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ど車いす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	-	630	1,033
	その他	机(天板上下)	天板が昇降できるもの	1996年度	-	3	3	
		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	77	84	93	
		ケトル	沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度	-	13	12	
		大活字書籍	見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	-	4	5	
		その他(家庭用ミシン、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	
	の容器・包装	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	144	1,567	2,068
		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	119	126	119
			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	1	2	2
			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)					4,869	8,231	8,699	
計②98年度調査品目ベース(96年度より)						10,227	11,201	
計③99年度、00年度、01年度調査品目ベース(98年度より)								

#1: 95年度のエレベータの金額にはエスカレータが含まれている(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結果、98年度と比較して金額が大きく伸びている。

調査種別	(明細)	配布数	回収数	(回収率)
個別企業調査	—	153社	67社	43.8%
業界団体調査	日本照明器具工業会	14社	14社	100.0%
	日本玩具協会	20社	12社	60.0%
	ビール酒造組合	5社	2社	40.0%
合計		192社	95社	49.4%

図表1 アンケート調査の配布・回収状況

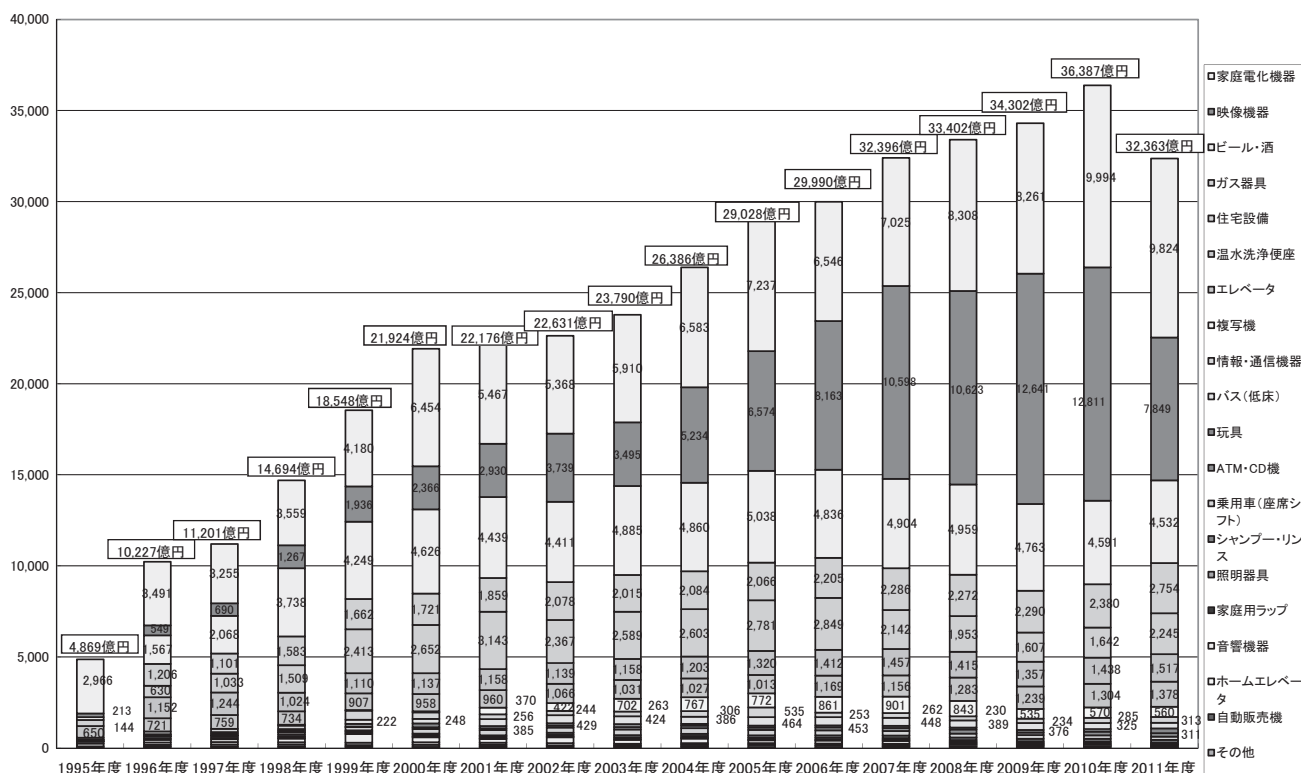
こうした結果となった背景について、全体出荷額に占める割合の高い主要品目に着目してみている。

全体出荷額を引き下げる最大の要因となった品目は「映像機器」である。図表2に示す通り映像機器はここ数回の調査で、全体出荷額の約1/3近くを占める最大の出荷額となる品目であったが、今回調査では、7,849億円（前年比38.7%・4,962億円減）と、共用品市場規模全体の減額幅を上回る大幅減となり、品目別の順位でも第1位の座を明け渡した。

金額（億円）														伸び率	前年度差	
1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	10-11	10-11	
734	907	958	960	1,066	1,031	1,027	1,013	1,169	1,156	1,283	1,239	1,304	1,378	5.7%	74	
27	33	23	20	11	4	3	5	5	1	2	1	1	1	0.0%	0	
120	133	131	124	115	93	97	98	86	71	62	52	#4 49	#4 46	-6.1%	-3	
137	91	133	107	98	85	111	124	115	83	85	78	60	36	-40.0%	-24	
12	14	5	14	12	23	26	9	5	27	22	8	10	7	-30.0%	-3	
5	16	100	94	99	128	138	137	163	174	225	142	201	262	30.3%	61	
1,024	1,110	1,137	1,158	1,139	1,158	1,203	1,320	1,412	1,457	1,415	1,357	#4 1,438	#4 1,517	5.5%	79	
44	44	49	370	422	702	767	772	861	901	843	535	570	560	-1.8%	-10	
3,559	4,180	6,454	5,467	5,368	5,910	6,583	7,237	6,546	7,025	8,308	8,261	9,994	9,824	-1.7%	-170	
193	480	275	197	324	216	247	150	166	161	66	55	59	49	-16.9%	-10	
1,267	1,936	2,366	2,930	3,739	3,495	5,234	6,574	8,163	10,598	10,623	12,641	12,811	7,849	-38.7%	-4,962	
200	496	366	256	244	263	306	535	253	262	230	234	285	313	9.8%	28	
79	81	87	91	91	97	98	103	110	100	94	72	74	55	-25.7%	-19	
122	181	249	285	296	311	312	297	279	247	214	201	#4 186	#4 173	-7.0%	-13	
76	#2 222	248	385	429	424	386	464	453	448	389	376	325	311	-4.3%	-14	
1	1	3	6	5	4	5	6	6	5	5	5	5	1	1	0.0%	0
1,583	1,662	1,721	1,859	2,078	2,015	2,084	2,066	2,205	2,286	2,272	2,290	2,380	2,754	15.7%	374	
1,509	2,413	2,652	3,143	2,367	2,589	2,603	2,781	2,849	2,142	1,953	1,607	1,642	2,245	36.7%	603	
5	7	6	6	6	5	5	8	8	9	8	9	8	6	-25.0%	-2	
90	163	205	135	139	167	102	98	107	111	113	152	152	197	29.6%	45	
11	9	9	8	6	5	5	3	2	2	3	2	2	2	0.0%	0	
4	3	4	2	2	#3 -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1	1	2	1	7	#3 9	11	9	7	7	8	9	9	9	0.0%	0	
3,738	4,249	4,626	4,439	4,411	4,885	4,860	5,038	4,836	4,904	4,959	4,763	4,591	4,532	-1.3%	-59	
105	60	72	75	107	118	120	126	127	140	140	136	158	160	1.3%	2	
4	2	4	5	5	7	7	7	7	26	24	23	23	22	-4.3%	-1	
46	55	41	39	45	46	46	48	50	53	56	54	54	54	0.0%	0	
11,852	14,692	17,810	17,235	18,438	19,095	21,559	23,892	24,609	27,658	28,965	30,611	32,547	27,875	-14.4%	-4,672	
14,603	18,449	21,835	21,767	22,164	23,042	25,573	28,208	29,079	31,442	32,503	33,713	35,763	31,749	-11.2%	-4,014	
14,694	18,548	21,924	22,176	22,631	23,790	26,386	29,028	29,990	32,396	33,402	34,302	36,387	32,363	-11.1%	-4,024	

# 3：大活字書籍については、家庭用ミ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。

# 4：福祉用具との共通項目である「ホームエレベータ」「温水洗浄便座」「乗用車（座席シフト）」については、福祉用具産業市場動向調査のデータを流用している。



【図表3\_1995～2011年度の共用品市場規模金額の推移（単位：億円）】

主力の薄型テレビ（液晶テレビ等）において、2011年3月のエコポイント制度の終了、同年7月の地上波デジタル形式への完全移行（東北3県除く）の双方が実施されたことにより、年度後半に出荷額が急減したことが、大きな要因である。

新製品における共用化配慮が当たり前になりつつあるだけに、こうした環境変化の影響度が大きかったといえる。

一方で「家庭電化機器」は、9,824億円（前年比1.7%・170億円減）となり、減少は小幅にとどまったことで、最大出荷額の品目となった。映像機器と同様、エコポイント制度の終了の影響がある一方で、東日本大震災後の節電意識の高まりから、ルームエアコン、冷蔵庫、洗濯機等で、省エネ機能を高めた製品が需要を牽引した結果、映像機器ほどの落ち込みとはならなかった。

「ビール・酒」の分野は、4,532億円（前年比1.3%、59億円減）と、わずかに出荷額は減少した。ビール系飲料（ビール、発泡酒、新ジャンル）で、新ジャンル品目が主戦場となり低価格化する傾向が継続しているのに加え、東日本

大震災の影響により缶等の資材不足等から調達機能が低下した側面もあり、ビール系以外の飲料は若干伸びたものの、全体として減少傾向に歯止めはかからなかった。

また出荷額の規模で上記3品目に続く「ガス機器（2,754億円：15.7%、374億円増）」「住宅設備（2,245億円：36.7%、603億円増）」等では、震災復興需要により、むしろ大きく出荷額を伸ばしている。

このように見ると2011年度は、東日本大震災はもちろん、エコポイント制度の終了や地上波テレビ放送のデジタル形式への移行、円高等、調査対象品目に大きな影響を及ぼす要因が重なった異例の時期といえる。

冒頭に示したように調査開始以来、共用品全体出荷額推計値が、初めて前年度を下回る結果となったが、その点だけに着目して、共用品の関心が一部薄れているという捉え方をすべきではない。むしろ特殊な事情が重なった年のデータであると考えの方が妥当であり、この点を踏まえて、今後調査を継続し、データを蓄積していく中で、再度今回の数値の評価を実施すべきと思われる。



(公社)日本包装技術協会

## 2013日本パッケージングコンテスト

～共用品推進機構理事長賞は「視覚障害者のための  
バーコードサイン」(大日本印刷株)が受賞～

(公社)日本包装技術協会 専務理事 <sup>ふるや</sup>古屋 <sup>はじめ</sup>一

私共、日本包装技術協会が主催する日本パッケージングコンテストは、優れたパッケージとその技術を普及啓発することを目的として昭和42年(1967年)に第1回目が開催された。

以後、隔年に実施されてきたが、平成9年(1997年)に最高賞として経済産業大臣賞の設定が認可されたのを機に、以後は毎年開催されている。このコンテストの大きな特徴は、パッケージデザインからロジスティクスまでというコンセプトのもとで、包装の全分野を対象、網羅して実施されていることである。

近年、環境やこれからの高齢化社会に包装はどのように対応していったらよいのかといった観点から本コンテストに対する消費者の関心が高くなっている他、入賞パッケージはその年の世相とか文化、さらに流行などを反映したものが多くなっている。

2013年のコンテストは、6月に行われた。応募件数313点の中から、最高賞として設定されているジャパンスター賞には13件が選定され、経済産業大臣賞には「長期保存可能な樹脂カップ詰めコンビーフ」〈東洋製罐株〉が、またアクセシブルデザインに関連した分野では「視覚障害者のためのバーコードサイン」〈大日本印刷株〉(写真1)が共用品推進機構理事長賞として選ばれた。

ジャパンスター賞は、上記の2賞の他、経済

産業省産業技術環境局長賞、経済産業省製造産業局長賞、日本商工会議所会頭賞、日本貿易振興機構(ジェトロ)理事長賞、日本生産性本部会長賞、日本パッケージデザイン協会賞、日本マーケティング協会会長賞、日本グラフィックデザイナー協会賞、消費者団体推薦賞、そして日本包装技術協会会長賞で構成されている。

本年度の共用品推進機構理事長賞を受賞した「視覚障害者のためのバーコードサイン」は、商品バーコードによる音声案内ソフト「Barcode-Talker(バーコードトーカー)」用パッケージ開発品で、視覚障がい者の方が、バーコード部分をらくらくホン等でスキャンして、商品の情報を音声で得ることができる。バーコード部分にエンボス加工が施されており、それを手がかりとして、印刷されている位置を手で触りながら確認できるよう工夫されている点が評価された。

近年、このコンテストには、環境を重視した包装と共にアクセシブルデザインを視野に入れた包装のエントリーが多くなってきており、各企業の開発争いが顕著になっている。同じくジャパンスター賞の中の日本包装技術協会会長賞には、「新UDラベル」〈花王株〉が選ばれ、このジャパンスター賞以外に設定されている包装技術賞のアクセシブルデザイン包装分野では、「絞り出しやすいボトル」〈東罐興業株〉、「雪印切れてるチーズ」〈雪印メグミルク株〉、トップNANOX〈ライオン株〉等が入賞した。

これら入賞パッケージは、本年10月1日～3日に都立産業貿易センター・浜松町館において開催される「暮らしの包装商品展2013」の会場で一般公開される他、当会のホームページ(<http://www.jpi.or.jp>)において全入賞パッケージについて紹介を行なう。



(写真1)

# 「高齢者・障害者の感覚特性データベース」を公開 —年齢や障害の有無などに応じて視覚・聴覚・触覚特性 をグラフィカルに表示—

(独)産業技術総合研究所

## ■概要

(独)産業技術総合研究所（以下産総研）は、「高齢者・障害者の感覚特性データベース」を作成した。



このデータベースは、産総研がのべ3,000人以上を対象として測定した視覚・聴覚・触覚の感覚特性を、年齢や障害の有無などの検索条件に応じて表示することができる。

世界的に広がっている高齢化においては今後、製品などの設計者がこのデータベースを参照することで、高齢者や障害者を含むさまざまな人々に対応した製品などの設計（アクセシブルデザイン）が容易となり、安心・快適な製品づくり・環境づくりが進むことが期待される。

このデータベースは、平成25年8月19日より、ウェブ（<http://scdb.db.aist.go.jp/>）で日本語版・英語版ともに無料で一般公開されている。

## ■研究の経緯

産総研ではこれまで過去15年以上にわたって、高齢者や障害者の視覚・聴覚・触覚などのさまざまな感覚特性の測定を行ってきた。さらに、測定した結果を若齢健常者の特性と比較することで、アクセシブルデザイン技術の開発も行ってきた。このアクセシブルデザイン技術は、JIS「高齢者・障害者配慮設計指針」として規格化し、広く実社会で活用されている。また、それらの規格の一部は国際標準化機構（ISO）の規格にもなり、国際的にも通用するものとなっている。

そこで、収集した感覚特性データのうち社会的な需要が高いものを一般に公開するとともに、

関連するJIS「高齢者・障害者配慮設計指針」の活用ツールを提供することによって、高齢者・障害者を含むさまざまな人々に対応した製品・環境づくりが、迅速かつ簡便に行えるようになることを目指したものである。

## ■研究の内容

この研究では、見やすさ・聞きやすさ・わかりやすさなど、視覚・聴覚・触覚のさまざまな側面について測定し、それらの感覚特性の加齢による変化や障害による影響を明らかにした。このデータベースでは、利用者は、視覚・聴覚・触覚に分類された16のデータ項目から関心のある項目を自由に選ぶことができる。

利用者はデータ項目を指定し、調べたい対象

感覚の種別	データ項目名
視覚	可読文字サイズ
	年代別輝度コントラスト
	視覚検出視野（視野範囲）
	視覚検出視野（視標の検出率）
	コントラスト感度
	最小可読文字サイズ・コントラスト
	文章の文字間・行間余白設計 基本色領域に基づく色の組合せ
聴覚	年齢別聴覚閾値分布
	低周波音に対する閾値
	音の大きさの等感曲線
	報知音の音圧レベル
	音声アナウンスの聴取音量
触覚	単語の正聴率
	テレビの聴取音量

者の年齢、性別、測定条件などを選択または数値で入力する。入力された条件に合致したデータが引き出され、所望の測定結果がグラフや詳細な数値で表示される。

なお、本データベースの基である測定データはきわめて大規模であるため、すべてをウェブで公開することはできない。そこで、より詳細なデータに関心のある利用者（企業の製品設計者など）のために、データベースに記載された問い合わせ窓口を通じて、データ公開の相談も受け付ける。

参考資料：「産総研HP発表資料（2013年8月19日付）」

# 『JISハンドブック38 高齢者・障害者等アクセシブルデザイン』2013刊行

■2013年度版 刊行



2013年6月、(一財)日本規格協会より、「JISハンドブック 高齢者・障害者等～アクセシブルデザイン 2013」が刊行された。

## ■8年で倍増

編集委員に共用品推進機構が加わったのは、同分野の元になっている「高齢者及び障害のある人々のニーズに対応した規格作成配慮指針 (JISZ8071) が、新たにこのハンドブックに掲載された年からである。当時は当該分野、分類されずに18種類の規格が掲載されていたが、30種類を超えた時点で、使い勝手をよくするために下記、10のテーマに分類した。

カッコ内の数字はその分野の規格数である。

基本規格 (1)、視覚的配慮 (3)、聴覚的配慮 (2)、触覚的配慮 (8)、包装・容器 (5)、消費生活製品 (3)、施設・設備 (5)、情報通信 (6)、コミュニケーション (2) の36種類である。

## ■改定された3規格

2013年度版では、35規格のうちこの1年で改正された下記3つも改正版が掲載されている、JISS0014 (報知音-妨害音及び聴覚の加齢変化を考慮した音圧レベル)、JISS0011 (凸点凸バー)、JISX8341-4 (電気通信機器)。

報知音と凸点凸バーに関しては、産業技術総合研究所と共用品推進機構が、経済産業省から委託され日本の共用品の工夫の仕方を国際的に伝える突破口になった規格である。

是非、ご覧いただけたらと思う。

発行：(一財)日本規格協会

## 株式会社高齢社に、「高齢者なんでも調査団」発足 ～高齢者に聞いてみませんか？～

### ■きっかけ

高齢者の人材派遣会社として2000年1月に設立された株式会社高齢社 (代表取締役 うへだけん 上田研二氏) は、「高齢者なんでも調査団」という名称で調査事業を実施する事になった。



きっかけは、パーキンソン病である上田会長が、「片手で結べるカッコいいネクタイはないものか？」の問いかけから始まった。その問いかけは、2012年9月に開催された国際福祉機器展の主催者コーナーにおいて「片手でも使えるモノ展」に繋がった。片手でも使えるモノを集めたそのコーナーは初日から大盛況となった。

### ■なんでも調査団

その反響を見た高齢社の上田会長と有我昌時ありがしょうじ前社長は、高齢者のニーズを多くの製造業並びにサービス業の人たちに伝えることが必要と実感された。

けれど、高齢者のニーズを素早く企業や行政機関の人たちが把握する仕組みがないこともわかってきた。幸いなことに、高齢社には60歳以上の人材登録者が約800名も在籍している。

今までにも企業や行政から依頼があれば行っていた登録者へのアンケートやモニターを、これからは社会を変えていくために、能動的な活動をしていこうということになり「高齢者なんでも調査団」の発足となった。

詳細は、是非、下記にお問い合わせいただきたい。

高齢者なんでも調査団(株)高齢社内

電話 03-5296-7823、FAX 03-5295-3811

# ■共用品推進の職種は「仲人」



事務局  
長  
だより

星川  
安之

先日、日本福祉大学の通信講座を受講されている方への一日講座での事。講座修了後、生徒さんから「共用品推進」という仕事をしてみたいと言われ、更に「共用品推進」は職種でいうと何に当てはまるかを尋ねられた。

## ■共用品推進という職業

各種アンケートの多くには職種を記入する欄がある。通信、製造、農林漁、建設、運輸・卸売・小売、金融・保険、その他サービス、公務等いろいろな選択肢があるにもかかわらず、共用品推進機構での仕事は、どの項目に印をつければ良いかにいつも迷いそこでペンが止まる。

本人が一言で説明できない職種に関して、既に成人した我娘たちは幼い頃、父親の職業を他人にどう説明していたのだろうか、この原稿を書きながらふと思った。

## ■調査という職種

共用品推進という仕事が、既存の職種に当てはまらない要因の一つは、社会の動きと共にいる職種が増え、更に変化しているためかとも思う。最初の事業は調査であった。日常生活に不便を感じている人たちへの「不便さ調査」は、共用品普及の原点ではあるが、全てではない。不便さが明らかになったら、その不便さを解決する方法を考え、日本工業規格や国際規格の原案を作る規格作成者という職種が増える。

更に、不便さ調査の結果や、規格を媒介に、製品、サービス、仕組みを作る人たちに、より多くの人が利

用できる「共用品・共用サービス」の必要性を思いつく限りさまざまな方法で伝える広報という職種になる。必要性を伝えるさまざまな方法とは、時に文書であったり、映像であったり、展示会等である。

文書を書く職種は作家、映像を作る時にはシナリオ作家だったり、ディレクター、展示会開催に至っては、イベントプロデューサーだったり、小学生から社会人まで行っている各種講座では、講師であったりする。

どの職種も、「共用品推進」の仕事の一部ではあるが、全てを表していない。けれどもそれらに共通することは「人と人」、「人と企業」、「団体と企業」、「団体と業界」、「人とモノ」、「人とコト」・・・などを「つなぐ仕事」であることだ。

## ■仲人

仲人という言葉を広辞苑でひくと「なかに入って橋渡しをする人。主として結婚の媒介をする人」とある。

更に「見合い」をひくと「仲人を媒介として結婚しようとする男女が会って、互いに相手の容姿・性質などを見ること」とある。

男女を、「当事者」と「製品・サービス等の創造者」とおきかえることができれば、共用品推進の職種は、「仲人」に最も近い。もし職種の欄に「仲人」という選択肢が昔からあれば、迷わずそこに丸をつける事ができ、娘たちにも他人に「父の職種は仲人です」と、どうどうと答えられたかもしれない。

## 共用品通信

### 【イベント】

(7月) 第1回ADフォーラム(3日)  
平成24年度活動報告会(8日)  
サイエンススクエア2013(森川、23~25日)

(8月) 子ども震が関見学デー(田窪、8日)

### 【会議】

(7月) 第11回展示会ガイド普及委員会(4日)  
SG5/AAL関連情報交換会(9日)  
(8月) 第1回AD体系的技術委員会(20日)  
第1回AD適合性評価制度検討WG委員会(27日)  
(9月) 第1回TC159国内検討WG委員会(3日)

### 【外部主催会議】

(7月) 第3回規格調整分科会(金丸、10日)  
(公社)日本包装技術協会(星川、30日)

### 【講義・講演】

(7月) 埼玉県立特別支援学校大宮ろう学園(森川、5日)  
日本福祉大学スクーリング(星川・森川、6日)  
神奈川県保健福祉大学(星川、10日)  
日本女子大学(金丸、11日)  
(8月) 早稲田大学(後藤芳一・星川、7日)  
日本福祉大学スクーリング(星川・森川、31日)

### 【インターンシップ】

(7月) 未来塾学生9名(19~25日)

アクセシブルデザインの総合情報誌

## インクル 第86号

2013(平成25)年9月25日発行  
"Incl." vol.13 no.86

©The Accessible Design Foundation of Japan  
(The Kyoyo-Hin Foundation), 2013

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-R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 (公財)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  
松岡 光一  
三好 泉  
田窪 友和

執筆・協力 凌 竜也・関戸 菜美  
(五十音順) 高島由紀子・中野奈津美  
古屋 一・(株)高齢社  
(独)産業技術総合研究所  
(一財)日本規格協会

印刷・製本 ベスト・イーグル(株)  
サンパトナース(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。