

インクル

The Periodical of Accessible Design

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

目次 contents

「共用品推進機構事務局 常設展示室 わかりやすく、すっきりと、リニューアルオープン (三好泉)	2
共用品の歴史 江戸時代から2020年へ そして未来へ 「柏餅 (かしわもち)」 (三好泉・本田和枝)	4
共用品市場、次のステージへ (凌竜也)	6
「おもちゃ大賞2014」決定! (中田誠)	9
台湾で行われたワークショップで講演 (金丸淳子)	10
日本福祉大学通信講座スクーリング (名古屋) 開催 (森川美和)	12
書籍紹介 (小川喜道・松森果林・木塚泰弘)	13
随想「私と共用品」第69回 誰もが人の役に立てる働く幸せを感じられる社会へ (大山隆久)	14
<キーワードで考える共用品講座> 第82講 「成長戦略と共用品」 (後藤芳一)	15
<事務局長だより> 教わる (星川安之) 共用品通信 奥付	16



共用品推進機構事務局 常設展示室

わかりやすく、すっきりと、 リニューアルオープン

2008年以来6年ぶりに共用品推進機構の常設展示室が生まれ変わりました。従来より拡大した展示スペースは白と黒を基調とした新しいデザインでまとめられ、企画展示などを行うコーナーや共用品年表のパネルも新設されています。



実際の製品に触れて、操作して、共用品を理解できる展示場として、小中学生や学生の方、企業の方々、海外からの見学者などに好評だった「常設展示室」がイメージを一新し、さらにわかりやすく生まれ変わりました。

旧常設展示室は書店、玩具店や電気店など11のお店ゾーンに約500種類、700～800点の共用品を展示していました。「共用品って身の回りにこんなにたくさんあるんだ」といった感想をいただく半面、「展示がごちゃごちゃしていて

見にくい」、「共用品の配慮点がわかりにくい」などの声もありました。

今回のリニューアルにあたっては、これらのご意見も踏まえ、「誰かに話したくなる！展示」を念頭に置き、外部のデザイナー、施工担当の方を交え、できるだけ多くの方にわかりやすく・美しく・感動のある展示を目指しました。

いままでよりスペースが広がった常設展示室は、①さまざまなテーマでの企画展示、②共用品の配慮点を規格と対応させた展示、③生活

シーンごとの共用品の展示、の3つのゾーンに分けられ、壁面や棚を活用して「目からウロコの共用品」、「共用品年表」も展示されています。全体に白と黒を基調にしたすっきりとしたイメージでまとめたデザインになっています。

栄久庵憲司^{えくあんけんじ}理事デザイン^{デザイン}の共用品推進機構のマークが掲げられた展示スペース入口の奥には小さな「企画展コーナー」があります。現在は一昨年の国際福祉機器展特別展示でも好評だった「片手で使えるモノ」と「100円ショップで探した共用品」を展示しています。

左右2つに分かれたメイン展示スペースの右側の黒ゾーンは、共用品の配慮点をISOやJISなどの規格と対応させた展示にしました。触ってわかる、見てわかるなどの目的別に配慮要素を分けて、代表的な共用品を展示してあります。

左側の白ゾーンには、さまざまな配慮点がある生活用品を暮らしのシーンごとに展示してあります。「食べる」では食品や調理器具、「移動する」には靴、鞆や傘などを展示しました。

展示した共用品は全体で約100点と絞り込み、すっきりと展示しました。各ゾーンにはテーマとわかりやすいイラストとが描かれたパネルを掲示してあります。また、通路壁面には、江戸時代から現在・未来までの流れをまとめた「共用品年表」(次頁参照)も設置しました。

今後は、新製品など展示共用品の入れ替え、タイムリーな企画展開催など常設展示の充実化も図っていく予定です。

常設展示場は平日の9時から5時まで見学可能ですが、見学を希望される方は、事前に事務局まで電話又はFAXでの連絡をお願いいたします。なお、ご希望の日時や人数に対応できない場合もありますので、その点はあらかじめご了承ください。

みよしずみ
(三好泉)



【各ゾーン表示のパネル】



公益財団法人
共用品推進機構
The Accessible Design Foundation of Japan

← 2020

2010 →

To The Future

- 『共用品白書2003年版』 ぎょうせいから出版(2003年)
- 『ドイツ』 REHA CARE2003「展」共用品を出展(2003年)
- 日中韓アクセシブルデザイン委員会設置(2003年)
- 『アクセシブルデザイン推進協議会』発足(2003年)
- 『愛・地球博日本館のバリアフリーサービス』を支援(2005年)
- 『工業標準化経済産業大臣表彰』受賞(2005年)
- 『バリアフリー新法』施行(2006年)
- 2006年度の共用品市場規模が3兆円を突破(2006年)
- 国連「障害者権利条約採択」(2006年)
- 市民団体提案の「カードの触覚識別記号」 国際規格に(2008年)
- 日本の高齢者・障害者配慮設計指針を国際提案し規格化(2010年)
- 『共用品という思想』岩波書店から出版(2011年)
- 『新』視覚障害の不便を調査報告書』発行(2011年)
- 『より多くの人が参加しやすい展示会ガイド』発行(2011年)
- 『共用品推進機構 公益財団法人に移行』(2012年)
- 『パンフレット』みんなの会議』日本語版 英語版発行(2012年)
- 『共用品推進機構ロゴマーク制定』(2012年)
- 『障害のある人の視点から 災害時の防災グッズについて調査』(2012年)
- 『初の「良かったこと調査」(旅行)実施』(2014年)
- 改訂版『ISO/IECガイド71』発行(2014年)

2020年オリンピック・パラリンピック(東京)開催(2020年)

た内容です。

「より多くの人にわかりやすく・・・」という意図はなかったかもしれませんが、柏餅の餡が味噌なのか小豆なのかを葉の裏表で区別するという方法が記述されています。柏の葉の裏には葉脈が走っていますから、小豆餡か味噌餡かは見ても、また、触ってもわかります。

柏餅には、より多くの人にわかりやすい「共用品としての配慮点」があり、それが江戸時代の書物に標準的なやり方として記されていたのです。

さて現在はどうなっているのでしょうか。全国の著名な和菓子屋さん各社に聞いたところ、現在は餅の色を白、緑、ピンクなどにする、葉の色を緑や茶色などに変えて包むなどで区別しており、柏の葉はほとんどが葉裏が見えるようになっていました。これは葉の裏を内側にして包むと、餅と葉がくっつきやすく、破れてしまうこともあるから、とされています。

さて、あなたの近くの和菓子屋さんでは柏餅の「小豆」と「味噌」の区別は餅の色？葉の色？葉の裏表？どんな識別方法になっていますか。江戸時代には普通に行われていた柏餅の「共用の配慮」、続けていく方策はないものでしょうか。

* 柏餅調査には下記企業にご協力いただきました。誌面にてお礼を申し上げます。たねや／和菓子村上／銀座あけぼの／鎌倉五郎本店／ふるや古賀音庵／他(敬称略・順不同)。

(三) 好泉・本田和枝
みずいずみ ほんだかずえ

2000

1990

※□は共用品推進機構の出来事

江戸時代 柏餅の訛別が文書化される(守貞謾稿) (1837年)

国連 国際障害者年 (1981年)

R・Dグループ グレーの部分を描画 (1982年)

小学館 手で見ると絵本『アルミ』創刊 (1983年)

NTT テレホンカードに切り欠きを入れる (1985年)

トミー 「音声おもちゃカタログ」発行 (1986年)

共遊玩具第一号「ゴトリス」発売 (1989年)

アメリカでADA法公布 (1990年)

日本玩具協会内に「小さな出版委員会」設置 (1990年)

ソニー 時間表示付カセットテープ発売 (1990年)

□共用品推進機構の前身 E&Cプロジェクト発足 (1991年)

花王 シャンプー容器に触覚識別マークを付ける (1991年)

□「共用品・共用サービス」の定義提唱 (1993年)

□初の「不健全調査」発行 (1993年)

宝酒造 缶チューハイに点字で「おさげ」と付ける (1995年)

□共用品市場規模調査開始 (1996年)

アサヒ、エビス、サッポロビール各社が缶に点字でビール表示 (1996年)

JR東日本・営団地下鉄がカードに△の切り欠き採用 (1996年)

□プリペイドカード切り欠き JISに触覚識別記号制定 (1996年)

呉羽化学工業 視覚障害者対応(エンボス加工付)クレラップ発売 (1997年)

□「財団法人共用品推進機構」発足 (1999年)

□共用品が開く未来展開催 初の「共用品推進特別賞」を決定 (1999年)

□国際福祉機器展で共用品推進機構ブース出展 (1999年)

紙パック牛乳容器に切り欠き (2000年)

静岡県「ユニバーサルサイン」の封筒使用開始 (2000年)

JISで「高齢者・障害者配慮設計指針」の制定始まる (2000年)

週刊誌に共用品キャンペーン掲載(『女性セブン』、『週刊ポスト』) (2001年)

日本提案の新・国際標準「ISO/IECガイド71」が発行 (2001年)

□初の海外共用品展示(ソウル・日韓フェスティバル) (2001年)

□共用品推進機構が「バリアフリー推進功労者表彰」受賞 (2002年)

□子供向け小冊子「共用品って何だろ」発行 (2002年)

「ISO/IECガイド71」をJISで制定(JIS Z 8071) (2003年)



「柏餅(かしわもち)」・・・江戸時代の共用品のハンド

〜江戸時代に文書化されていた「柏餅の共用配慮」

ニューアルした常設展示室に、小豆餡と味噌餡の柏餅の模型を展示しました。展示室の壁に設置した大きな共用品年表も江戸時代後期の「守貞謾稿(もりさだまんこう)+柏餅」から始めました。

子どもの日には欠かせないこのほりと柏餅ですが、では柏餅のどこが「共用品」なのでしょう。

ご存知のように、柏餅は餡入りの餅を柏の葉でつつんだもので、餡は小豆(つぶ餡とこし餡)とみそ餡が売られています。もちろん柏の葉に包まれている餅の中の餡が「小豆」か、「味噌」かは外からはわかりません。そのため、何らかのわかりやすい区別が必要になります。

江戸時代後期の喜田川守貞(きたがわもりさだ)は世相や生活文化を挿絵付でまとめ、30巻に及ぶ「守貞謾稿」に書き記しました。その本の「巻27(夏冬)」の中に「柏餅」についての記述があります。『京阪では、男児が生まれて初端午には、親族および知人に粽(ちまき)を配り、二年目よりは柏餅を贈ること・・・。江戸では、初年より柏餅を贈る。三都ともその製は、米の粉をねりて、円形扁平とし、二つ折りとする。間に砂糖入り小豆餡を挟み、柏葉、大なるは一枚を二つ折りにして、これを包む・・・江戸にては、砂糖入り味噌をも餡にかへ交ぜるなり。小豆餡には柏葉を表に出し。砂糖入り味噌には裡(うら)を出してしるしとす。』といっ

共用品市場、次のステージへ

～映像機器の大幅減により全体出荷額は大きく

減少するも、品目全体の傾向では概ね再び成長～

(株) 日本能率協会総合研究所 ^{しのぎたつや} 凌竜也

本調査は、共用品の市場規模動向を把握する国内唯一の調査として今回で17回目（調査データとしては18年度目）を迎える。今回調査は2013年12月から翌年3月にかけて実施した。調査方法は共用品製造企業へのアンケート調査を中心に、公的統計、業界団体調査統計等も活用し推計値をとりまとめている。アンケートの配布・回収状況は図表1に示すとおりであった（回答率はほぼ前回並みの49.5%）。

調査対象とした各品目の合計値にみる、2012年度の共用品市場規模金額は、2兆8,314億円と推計され、前年比で約12.5%（4,049億円）の減少となり、前年に引き続い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（1995～2012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	使用後温水で洗浄、上部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も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・腰掛けでの出入り容易な浴槽（以上浴室ユニット）、洗面台の昇降可能な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
	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、音が出て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。

図表1：アンケート調査の配布・回収状況

調査種別	(明細)	配布数	回収数	(回収率)
個別企業調査	—	149社	66社	44.3%
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	9社	45.0%
	ビール酒造組合	5社	4社	80.0%
合計		188社	93社	49.5%

図表3を見る限り、直近2カ年の全体出荷額の減少傾向が顕著だが、その一方で、品目別の推移が記された図表6に着目をするると、全27品目中、前年度を下回った品目は11品目のみであり、その他の多くの品目は、前年よりも出荷金額を伸ばしていることが確認できる。

このような結果となった背景には、出荷額の高い品目の一つである「映像機器」の動向がある。

映像機器は2007～2010年度まで1兆円を超える出荷額となり、ピーク時の2009～2010年度には、

金額（億円）															伸び率
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	2012年度	11-12
734	907	958	960	1,066	1,031	1,027	1,013	1,169	1,156	1,283	1,239	1,304	1,378	1,321	-4.1%
27	33	23	20	11	4	3	5	5	1	2	1	1	1	0	—
120	133	131	124	115	93	97	98	86	71	62	52	49	46	#4 46	0.0%
137	91	133	107	98	85	111	124	115	83	85	78	60	36	40	11.1%
12	14	5	14	12	23	26	9	5	27	22	8	10	7	6	-14.3%
5	16	100	94	99	128	138	137	163	174	225	142	201	262	188	-28.2%
1,024	1,110	1,137	1,158	1,139	1,158	1,203	1,320	1,412	1,457	1,415	1,357	1,438	1,517	#4 1,517	0.0%
44	44	49	370	422	702	767	772	861	901	843	535	570	560	597	6.6%
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	9,873	0.5%
193	480	275	197	324	216	247	150	166	161	66	55	59	49	40	-18.4%
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	3,395	-56.7%
200	496	366	256	244	263	306	535	253	262	230	234	285	313	345	10.2%
79	81	87	91	91	97	98	103	110	100	94	72	74	55	39	-29.1%
122	181	249	285	296	311	312	297	279	247	214	201	186	173	#4 173	0.0%
76	#2 222	248	385	429	424	386	464	453	448	389	376	325	311	303	-2.6%
1	1	3	6	5	4	5	6	6	5	5	5	1	1	1	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	2,802	1.7%
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	2,498	11.3%
5	7	6	6	6	5	5	8	8	9	8	9	8	6	8	33.3%
90	163	205	135	139	167	102	98	107	111	113	152	152	197	210	6.6%
11	9	9	8	6	5	5	3	2	2	3	2	2	2	2	0.0%
4	3	4	2	2	#3 -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	—
1	1	2	1	7	#3 9	11	9	7	7	8	9	9	9	8	-11.1%
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	4,683	3.3%
105	60	72	75	107	118	120	126	127	140	140	136	158	160	148	-7.5%
4	2	4	5	5	7	7	7	7	26	24	23	23	22	17	-22.7%
46	55	41	39	45	46	46	48	50	53	56	54	54	54	54	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	23,550	-15.5%
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	27,663	-12.9%
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	28,314	-12.5%

#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。

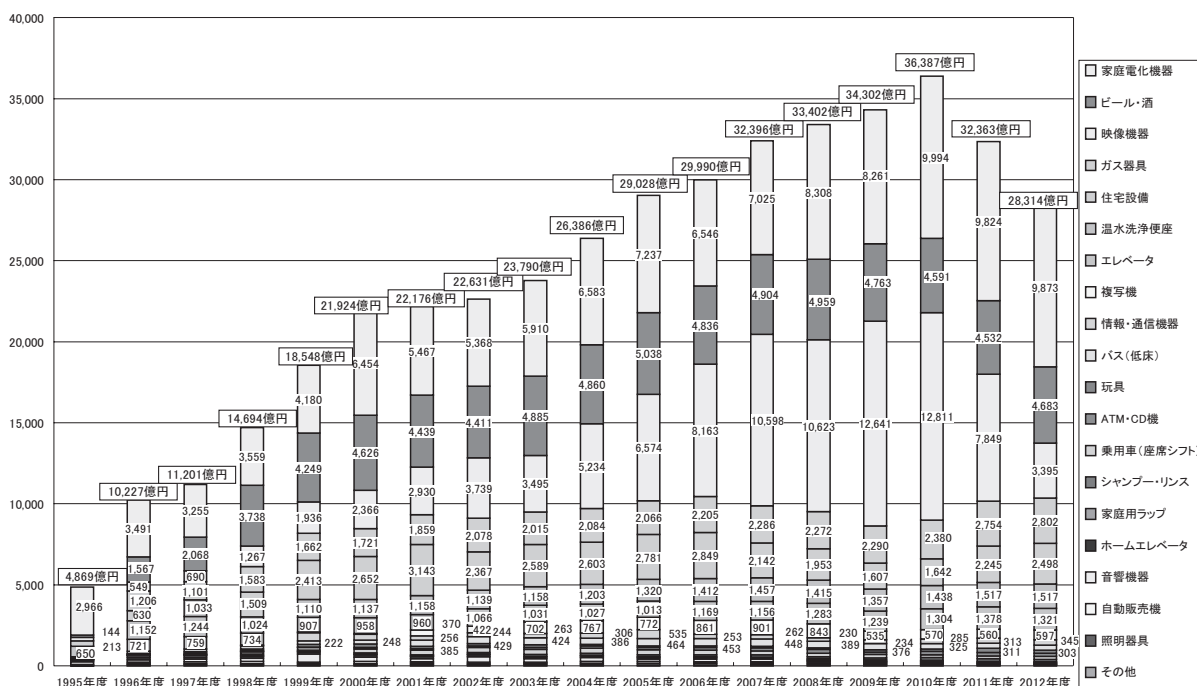
#4：福祉用具との共通項目である「ホームエレベータ」「温水洗浄便座」「乗用車（座席シフト）」については、福祉用具産業市場動向調査のデータを流用している。ただし2012年度の数値は未発表のため2011年度数値を流用している。

全体出荷額の1/3以上を占めていた。しかし前回2011年度データで7,849億円（前年比38.7%・4,962億円減）と大幅減となり、今回は3,395億円（前年比56.7%・4,454億円減）と、前回のさらに半分以下にまで落ち込んだ。主力の薄型テレビ（液晶テレビ等）と録画再生機（BD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に伴う特需の双方の反動を、2012年度は年間を通して受けとめる形となり、減少傾向に歯止めがかからなかった。新製品における共用化配慮が当たり前になっている品目でもあり、こうした環境変化の影響を直接受けた結果といえる。

一方、他の主要品目に着目すると「家庭電化機器」は9,873億円（前年比0.5%・49億円増）と、小幅ながら前年より増加に転じた。映像機器と同様、エコポイント制度の終了の影響を受けたものの、猛暑の影響に加え、主力商品でいずれも高機能商品（ルームエアコンの省エネ対応、冷蔵庫の大容量商品等）の出荷が伸び、微増となった。「ビール・酒」の分野は4,683億円（前年比3.3%、151億円増）と、4年ぶりに出荷額が増加に転じた。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全体に低価格化する傾向は変わらないが、東日本大震災の影響からくる資材不足等は解消され、全体の出荷台数減少には歯止めがかかった。またビール系以外の飲料では、ハイ

ボールブームのあった低アルコール飲料が若年層の需要を伸ばして出荷額が増え、「ビール・酒」全体の増加に寄与した。また出荷額の規模で上記の3品目に続く「ガス機器（2,802億円：1.7%、48億円増）」「住宅設備（2,498億円：11.3%、253億円増）」等では、震災復興需要が活発だった前年度ほどではないが、住宅需要、リフォーム需要が継続して堅調に推移し、いずれも出荷額を伸ばした。このほか図表3にあるように多くの品目で出荷額が前年比でプラスとなっている。

今回の調査結果では、前回に引き続き各品目の合計出荷額こそ前年度を大きく下回ったが、全品目の合計値の下げ幅（4,049億円減）以上の下げ幅（4,454億円減）となった前述の映像機器を除けば、合計出荷金額は400億円以上のプラスとなっている。その点では共用化配慮は依然として進展し続けていると考えられる。とはいえ現在の市場規模調査の枠組みでは、映像機器のような「共用化配慮の普及度が高く全体の出荷額に占める割合が高い」品目の市場動向が、共用品市場規模全体に大きく影響することは避けられない。全体出荷額の増減はメッセージとしてわかりやすいだけに誤解されやすい特性を持つので、今後はこの点を十分に踏まえ、品目の刷新や、冒頭で示した市場規模調査の3つの目的について、その内容や重視度を見直すなど、新たな調査のあり方が問われる段階となっている。



図表3：1995～2012年度の共用品市場規模金額の推移（単位：億円）

「おもちゃ大賞2014」決定！

一般社団法人日本玩具協会 共遊玩具推進部会 なか だまこと 中田誠

良質で市場性のある玩具の開発促進と、メーカー各社の玩具感性の切磋琢磨を目的に2008年に創設された「日本おもちゃ大賞」。

一般社団法人日本玩具協会の主催する「東京おもちゃショー2014」（会期：2014年6月12日～15日）の記者発表会に合わせ、2014年の大賞商品の発表・授賞式がありました。（6月10日：東京国際フォーラム）

大賞は「イノベティブ・トイ部門」「エデュケーショナル・トイ部門」など7部門に与えられます。大賞の創設当初から、「共遊玩具」部門が設けられています。

「共遊玩具」とは、触って識別できる凸点や音声・光の点滅などで状態を伝える工夫がなされたおもちゃなど、一般の市場で販売されるおもちゃのうち目や耳の不自由な子どもたちも一緒に楽しめるように工夫されたものをいいます。

大賞の選考対象は、現在販売されているか又は2014年9月末日までに発売予定のおもちゃで、本年の全体の応募総数は336点。共遊玩具部門には12メーカーから計24点の応募がありました。

審査はできる限り様々な視点から審査ができるよう3次にわたって行われ、最終審査の第3次審査は審査委員会で行われました。「おもちゃコレクター」の北原照久氏を審査委員長とし、玩具専門店、百貨店、量販店、雑誌等マスコミの玩具関係者がこれにあたり、各部門から「大賞」1点と「優秀賞」4点が選ばれています。

今回、共遊玩具部門で大賞に輝いたのは、タカラトミーの「Hello! Zoomer（ハロー！ズーマー）」【写真1】です。

この商品（Zoomer）は仔犬の形をしたロボットで、コミュニケーション（お手やお座り、遊び等）を楽しむ玩具ですが、コミュニケーションの内容や結果が、①Zoomerの動作と目の表情で分かる ②取扱説明書や商品パッケージにどのような音が出ているか解説されている

（視覚で確認できる）③命令コマンドの言葉を短くすると共に、聴覚障害者とのコミュニケーションを支援する既存の音声アプリ（NICT開発の「こえとら」）と連動することで、Zoomerへの音声コマンドをメーカーサイトから入手し、音声でZoomerに命令ができるので、聴覚に障害のある人もいっしょに楽しく遊べる玩具となっています。タカラトミーは、昨年の「アニア」（動物の形が触って分かるフィギュア）に続き、2年連続の大賞受賞となりました。

また、優秀賞には、目の不自由な子どももタイコを叩く動作が光と音でわかる、また、弱視の子どももタイコが発する光の点滅を追って遊べる「マジカルボンゴ」（アガツマ）、耳の不自由な子どもも（音がなくても）視覚のみでゲームができる、ゲームの結果が光や点滅等視覚で分かる「フラッシュパッド」（セガトイズ）、音だけで遊べるゲームが多く用意され、目の不自由な子どもでも理解できるよう、音声による取扱説明書が用意された「ゲームロボット25」（ハナヤマ）、目の不自由な子どもも電車ごっこ遊びが楽しめるよう、電車の種類が感触と音声で識別できる「ぼくはしんかんせん」（バンダイ）の4点が受賞しています。

どれも目や耳の不自由な子どもが遊べるよう（遊びやすいよう）、独自の工夫が凝らされ、それが障害のある子どもにとってもより楽しめることがポイントとなっています。

今年は、耳の不自由な子どもに配慮されたおもちゃの応募が多く、おもちゃ本体の工夫だけでなく、商品パッケージについても、おもちゃが発する言葉や音が表示されているものが増え、特に耳の不自由な親御さんの安心につながることも評価されています。

来年も、さらに楽しく工夫の凝らされた共遊玩具が大賞を競う「日本おもちゃ大賞」となるように願っています。



©TOMY



【写真1】

台湾で行われたワークショップで講演 ～台中連携で、認証制度の検討～

この5月、共用品推進機構と協力関係にある台湾の財団からの依頼で、共用品に関するワークショップを行うため台北を訪問した。

■概要

日 時：2014年5月15日（木）9：00～16：00

場 所：台湾大学

講 演：共用品推進機構 星川安之、森川美和、
金丸淳子

テーマ：「福祉用具と認証」

参加者：約120名

主 催：經濟部標準検閲局

実施団体：財団法人金属工業研究発展センター

※台湾の団体名等の表記は、日本語表記に使用される漢字を使用しています。

*財団法人金属工業研究発展センターとは

金属及び関連工業が必要とする生産・管理技術の研究発展と普及に従事しており、台湾の金属及び関連工業のレベルアップ及び世界市場における競争力の強化を目指している機関である。

■ワークショップまでの経緯

今回、台湾で講演を行うことになったのは、次のような経緯による。2007年に、台湾の財団である「医薬工業技術発展センター」から、日本の福祉用具や共用品の普及について詳しく知りたいので、今後連携していきたいという申し出があり、共用品推進機構は同団体と契約を結んだ。その後、このプロジェクトの台湾側の熱心な担当者が金属工業研究発展センターに転職したこともあり、新たに金属工業研究発展センターとの連携が始まった。

本年、台湾において福機器並びに共用品を普及させる4年間のプロジェクトが始まった。そのため、あらためて日本の共用品に関する普及の事例を台湾の関係者にも紹介するため、ワークショップが開催されることとなったのである。

台湾では、認証事業の一環として、VPC (Voluntary Product Certification) マーク制度の検討を始めている。このマーク制度を確立していくため、日本での共用品・共用サービスのはじまりから今までの流れを紹介するため、講演を行うこととなった。



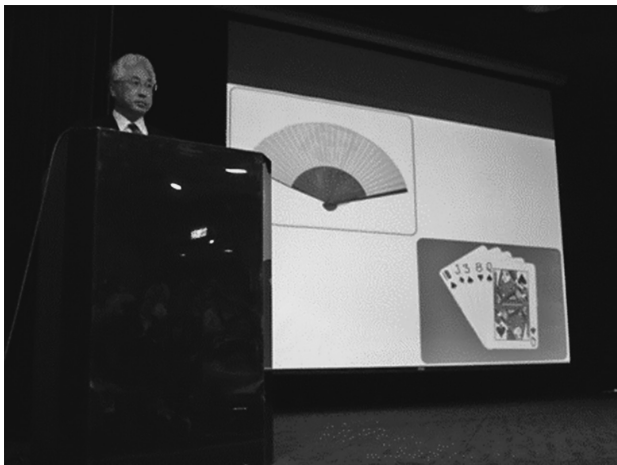
【写真：ワークショップの会場風景】



【写真：胡昌明氏の挨拶】

ワークショップ開催にあたって、同センターの胡昌明氏が開会の宣言を行った。

■講演内容



【写真：共用品推進機構星川専務理事の講演】

講演は、星川安之から共用品推進機構の活動と共用品とは何かの説明で始まった。気づく人は少ないけれど、扇子は右利きの人に使いやすいように作られていること、トランプも右利きの人向けに作られたものが多いことを話した。

次に森川美和より、これまでに行った不便さ調査や、昨年からはじめた「良かったこと調査」について報告した。このワークショップの来場者もこの調査手法について大変興味を持ったらしく、講演のあと、手を挙げて質問する来場者が多かった。また、このワークショップがすべ



【写真：同機構総務部総務課森川美和の講演】



【写真：同機構業務部調査研究課金丸淳子の講演】

て終了した後ある教育関係者が、不便さ調査について質問に来られた。

3番目は金丸より、日本における国内・国際の標準化について報告した。日本古来の和菓子である「かしわ餅」の葉の包み方にもルールがあったことを紹介。葉の表側、裏側のどちらを外側にして包むかで、中の餡が分かるようになっていたが、それが文章化して伝えられていないため、いまはその習慣を知る人は少ない。ルールはきちんと文章化して、誰にでもわかるようにしておくことが望ましいと伝えた。

最後は、星川から日本における共用品の普及の状況を紹介した。共用品のデータベース、展示会など、家電製品、玩具、福祉用具の例を挙げ、日本の取り組み状況の全体像を紹介した。

■今後に向けて

国際的な交流は、継続して情報交換を行い、いつも新しい情報を得られてこそ、具体的な成果に結びついていく。

日本でも、アクセシブルデザインの認証制度の検討が始まっており、台湾の制度も参考にしながら、制度を組み立てていきたい。

かなまるじゅんこ
(金丸 淳子)

日本福祉大学通信講座スクーリング(名古屋)開催 ～学生の気づきから、共用品の普及方法を探る～

共用品推進機構は、2012年度より、本格的に日本福祉大学通信教育学部のスクーリングの講義を担当させて頂いている。

同学部は、社会人が主な対象であるため、働きながらも学べる環境に尽力している。また障害のある学生への学習支援（サポート）についても、いち早く取り組んだ大学の一つである。

弊機構が担当している講義のテーマは、「ユニバーサルデザインと暮らし～高齢者・障害者等が使いやすい共用品～」である。

受講する学生は主に、福祉施設、介護施設、看護現場、医療現場等に従事する人を始め、主婦や現役学生等である。スクーリング形式になる前は、オープン講座で本講座を実施したが、当初はユニバーサルデザインという言葉や共用品という言葉が、これらの現場になじみがないため、多くの受講が望めないではないかとの懸念もあった。しかし予想をこえる多くの参加があり、この分野が一般的にも求められていることが伺えた。オープン講座を経て、1日だけのスクーリングを2年間続け、今年度より2日間のスクーリング形式となった。



(写真：スクーリングの会場風景)

共用品・共用サービスの概念、理念、普及方法や活用事例等を机上で学びながら、現場で共用品・共用サービスの実践に努めている方々に外部講師になっていただき事例を聞いたり、障害のある外部講師が意見を述べあうフォーラムから、障害について生の声を聞いたりしながら考えを深めていく。

スクーリングの最後に科目修了試験としてレポート提出を行っているが、今年のテーマは、「社会に広くユニバーサルデザイン（共用品・

共用サービス）が普及していくために必要なことは何か？」。

様々な視点での普及方法の記述があったが、今回はその中から飯田直美さんのレポートを紹介する。

テーマ：「社会に広くユニバーサルデザイン（共用品・共用サービス）が普及していくために必要なことは何か？」に対して、飯田さんのレポートの書き出しは、「それは他者に対する『想像力』である。」。

「私を含め、人は自分の想像できる範囲のことでしか悩んだり考えたり出来ない生き物である。それ故、自分が経験していない事柄の場合“意識して”考える機会がないと、それを想像することすらできない。

(中略)

ユニバーサルデザインが普及していくためには、今回の講義でも学んだように、各国が共通して取り組める事が望ましい。また商品が新しく開発される段階から、可能な限り、そのささやかな配慮が施されているのが当たり前の中であればと思う。それが当たり前になる事の一つの例として、点字の普及を私ならあげる。何故なら、点字は1割から1.5割の方しか判読出来ないとされるからだ。(中略)

そこで小学校で、ひらがな・カタカナを学ぶ時に、点字も全国民が習うというようにすればどうだろう？ そうすれば将来、仮に自分や自分の周りの人がそのような障害を持った時にでも、多少なりとも五感のうちの触覚で助けられる部分もあるのではないだろうか。そしてその事により、他者への想像力を養える要素にもなりうるのではないだろうか。」と結ばれている。

人が想像したものを、実現可能か、良い事か悪い事か等、様々な人の意見を議論し始めるときりがなく、議論に巻き込まれると想像することすらできなくなる。このスクーリングでは、自由に自分の「想像力」を働かせることができる。受講生の想像力は、今後どのように生かされていくのか楽しみである。

もりかわみわ
(森川美和)

共用品推進機構賛助会員の小川喜道さんと松森果林さん、同理事の木塚泰弘さんが出版した書籍の紹介 『よくわかる障害学』（小川喜道・杉野昭博編著、ミネルヴァ書房）

神奈川工科大学教授 おがよしみち 小川喜道

本書は、工学・医療・リハ・福祉等の専門分野に進みたい学生に向け、開発者や専門職として働く上で、消費者・サービス利用者と協働する意義を説いています。執筆者37人は、障害者、家族、リハ専門職、福祉支援者、企業の開発者、デザイナー、大学教員などで、過半数は障害ある方々です。とりわけ「機器開発とユーザー視点」「工学技術と障害者の暮らし」「暮らしの中での障害」の各章では、多くの障害ある執筆者が、福祉機器等の開発における当事者参画の必要性、さらには共用品の推進や市民意識の変革などにおける当事者としての役割について触れています。例えば、タカラトミーの高橋玲子さんが共遊玩具の開発、静岡県立大学の石川准さんがICTの国際規格、ウェブアクセシビリティをわかりやすく解説、また、車椅子ユーザー、聴覚障害の方々も、地域の人々と共に生きる姿勢を示してくれています。

障害ある人たちの暮らしやすさを実現し、1人1人の人生を豊かにする社会とは、障害者自身が主体的、能動的に製品開発からまちづくりまで多様な部面で企業や行政等と協働することにより形成される、そのような事例を多くの写真などを添えて示しています。学生向け教科書の体裁をとっていますが、広く共用品、アクセシブルデザインに関わる方々にご一読願いたいと思います。



『音のない世界と音のある世界をつなぐ～ユニバーサルデザインで世界を変えたい！』（松森果林著、岩波書店）

ユニバーサルデザインコンサルタント、エッセイスト まつもり かりん 松森果林

私の強みは「聞こえる世界と聞こえない世界、両方を知っていること」です。バリアフリーやユニバーサルデザインを考えると、あらゆる人の立場を想定して考える必要があるのに、聴覚障害の視点は取り残されがちです。なぜならば、聞こえない・聞こえにくいということは外見ではわからないからです。

「東日本大震災のとき、聞こえない子どもたちはどんな経験をしたのか?」、「聞こえる世界と聞こえない世界の違いは?」自ら体験した、聞こえなくなっていく過程と葛藤や、ほかの障害者との関わりから学んだ「障害を明るく説明することの重要性」、「普通ってなに?」という問いかけ。また東京ディズニーランドや羽田空港国際線旅客ターミナル、JR東日本の取組み、長年提案してきた「CMにも字幕を!」の活動など、様々な提案を実現に変えてきた事例を中心に紹介しています。実体験と当事者の言葉には、想像を超える説得力があります。入り口は「音のない世界」ですが、そこからみんなが自分らしく共に生きる社会とは?そしてひとりひとりの役目は?を問いかけています。共著も合わせて五冊目となり、伝えることの責任の重さに苦しみつつ、1年以上かけて世に送り出すことができました。ジュニア世代となる中高生から中高年まで、また、点字・録音・拡大図書、拡大写本にも対応していますので、多くの人の手に取っていただければ嬉しいです。



『目が見えなくなって見えてきたこと』（木塚泰弘著、小学館スクウェア）

公益財団法人共用品推進機構 理事 きづかやすひろ 木塚泰弘

共用品推進機構の理事で、(社福)日本ライトハウスの前理事長で現在は同法人の名誉研究員を務める木塚理事。平成25年12月に、自伝『目が見えなくなって見えてきたこと』を出版しました。

福岡県の中学校卒業後、山口県の下関東高校(現在の豊浦高校)に入学。この頃眼底出血で片目が見えなくなり休学。入院治療の甲斐なく両眼失明しました。その後、東京教育大学付属盲学校(高校)生活を経て、早稲田大学文学部に入学。卒業式では早稲田大学開学以来の全盲の卒業生総代となりました。東京都立久我山盲学校の教員として10年間勤務し、昭和47年から国立特殊教育総合研究所に勤務。平成11年には社会福祉法人日本ライトハウス(本部大阪)4代目理事長就任し、平成12年から4年間静岡文化芸術大学の教授を兼任しました。その間、共用品推進機構の前身の団体であるE&Cプロジェクトに所属し、視覚障害の視点から画期的で現実的なアイデアを提供。平成25年に日本ライトハウス理事長を勇退後、バリアフリー社会の実現に向けて尽力しています。さらに、人は皆、人生の苦しみや新しい課題に直面します。その際「現象の陰に潜む本質を見通して目標をたて、その解決過程そのものを楽しむ」。そういう失明で学んだ生き方で仲間と共に、すべての人が幸せを感じずる社会を目指した60年間の足あとを読み取ることができます。

誰もが人の役に立てる働く幸せを 感じられる社会へ



日本理化学工業株式会社 おおやまたかひさ
大山隆久

共用品・共用サービスやユニバーサルデザインという、製品やサービスが中心になると思うが、私は共用品推進機構とご縁をいただき、社会全体がそうなることがゴールなのだと教えていただいた。

弊社は学校で使うチョークを製造販売する会社だが、特徴があるのは知的に障害のある社員が大半（約7割）であることだ。

この障害者雇用も50年を超え、いくつかの学びとともに今がある。

その1つが、『相手の理解力に合わせた伝え方、段取りをすること』である。数字や字の読み書きや理解のレベルは各自異なるが、その異なりを問題にするのではなく、それぞれの人が持っている理解力でできることは、周りや本人の少しの工夫や配慮だけで更に大きく広がる、ということだ。

だからこそ、弊社の中では、誰かに何かを教えたときに、相手がわからない、できないときは、教えた方が悪いと言われる。相手の能力のせいにする事は決してできないのである。

相手が分からない時は、角度を変えながらも一度相手の理解力にそって考えようと努力してみる。結果、その人の理解につながったとき、「あ～、このやり方は自分も含めて多くの人がわかりやすいことだ」と気づかせてもらえる。

彼らにわかりやすいことは、自分にとってもわかりやすいのだ。そして、それに気づいたときの幸せは格別だ。私たち誰もが、人の役に立

つことが幸せだと感じる脳を持っていて、それを『共感脳』というそうだ。『世のため、人のため』と聞くと大げさになるが、やはり人間というのは、そのようにできているのだと改めて感心してしまう。

まさに、誰もがその幸せを得られることを求めるのならば、得られる社会でないといけない。少しの工夫や配慮があるだけで、人の役に立てる＝働くことができる、自立できる人を間違いなく増やせるのだ。国にとっても、施設でお世話するのではなく、企業で働くことをバックアップすることに焦点をあてるのが社会保障費の削減にもつながり、何より憲法で約束している「勤労の義務と権利」を果たすことになるのだ。

弊社の会長から教えてもらった人間の究極の4つの幸せは、『人から愛されること、人からほめられること、人の役に立つこと、そして、人から必要とされること』であり、禅のお坊さんから教えていただいたものだ。そして、その幸せは働くことで得られるのだから、施設ではなく、企業こそがその幸せを得られる場所を提供できるのだと教わった。

人の役に立つことが自分の存在を確認できることであり、プライド、自信、そしてその責任感によって、人からの信頼、そして幸せの実感につながってくるのだと確信している。

誰もが人の役に立ち、必要とされる社会づくりがまさにユニバーサルな社会だと共用品推進機構に教えていただいたことである。

日本、そして世界がもっと人を信じ、人が活躍していくことを私も信じていきたい。

「成長戦略と共用品」

ごとうよしかず
後藤芳一（日本福祉大学客員教授、東京大学 大学院 工学系研究科マテリアル工学専攻教授）

経済が元気を取り戻している。アベノミクスの3つ目の矢である成長戦略は、今後の社会保障を維持する財源を生み出すとともに、戦略自身が社会保障や共用品^{③⑥⑩⑬⑭⑮⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}（小さい添え字^①～^⑧）は、同様の用語が本講の第1～81講に既出であることを示す）に関わる政策を含んでいる。各戦略に含まれる共用品関連の政策を整理する。

1. アベノミクスの成長戦略

成長戦略の中心になる部分は「『日本再興戦略』改訂2014」（産業競争力会議（検討の場、以下同じ）、「経済財政運営と改革の基本方針」（いわゆる「骨太の方針」（経済財政諮問会議）、「規制改革実施計画」（規制改革会議）（いずれも6月24日閣議決定^{①②④⑦⑧⑫⑬⑮⑰⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}）の3者から成る。成長戦略には、これらと並行して開催されている国家戦略特区諮問会議の議論も反映されている。2015年度予算^{①④⑦⑮⑰⑲㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}要求をはじめ、現場ではこれらの3（+1）つが掲げる政策が、重なって実施される。

2. 「日本再興戦略」改訂2014

日本再興戦略は昨年6月に策定されており、今回、進捗や状況変化を反映させて改定した。当戦略は①日本の「稼ぐ力」を取り戻す、②担い手を生み出す～女性の活用促進と働き方改革、③新たな成長エンジンと地域の支え手となる産業^{③⑤⑧⑩⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}の育成という3つの方向を示し、改革に向けて10の政策をあげている。

共用品の関係では、①については「イノベーション推進・ロボット革命」（ロボットを医療、介護^{①④⑦⑮⑰⑲㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}、農業、交通^{③⑨⑩⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}）等生活に活用し、少子高齢化^{①～⑤⑦⑧⑩～⑫⑭⑮⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}による人手不足を補う）、②については「女性の活躍推進」（放課後児童クラブ拡充）、「働き方改革」（成果で評価する労働^{⑤⑥⑦⑧⑩⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}時間制度の創設）、「外国人材の活用」（技能実習制度の拡充）、③については「健康^{⑦⑧⑩}産業の活性化・ヘルスケアサービスの提供」（医療介護等を一体提供する法人創設、健康増

進・予防へのインセンティブ付与、保険外併用療養費制度の拡大）によって、国民皆保険制度を維持するとともに医療介護の公的保健制度の持続性確保をあげている。

3. 骨太の方針

2020年を目途に「人口急減・超高齢化」の傾向を変えて50年後も人口1億人を維持する。人材力の充実・発揮として「女性の活躍・男女の働き方改革」「少子化対策」「健康長寿を社会の活力に」をあげている。以下同様に、経済構造の改革として「イノベーション」（事業化への橋渡し、人材育成）、魅力ある地域づくり等として「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」（バリアフリー対応）、「観光・交流等による都市・地域再生、地方分権、集約・活性化」（子育て^{④⑦⑮}しやすく高齢者の暮らしやすい住宅・まちづくり^{②③⑥⑨⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}）、「社会保障改革」（医療・介護供給体制の適正化、予防・健康管理、介護報酬・診療報酬、薬価・医薬品、年金、生活保護・生活困窮者対策）をあげている。

4. 規制改革実施計画

①健康・医療分野では「患者申出療養（仮称）」（混合診療の拡大）、「社会福祉法人の経営管理の強化」（情報開示等）、「医薬品・医療機器の価格制度の改善」、「最適な地域医療提供体制の構築」、「生活の場（在宅等）での医療・介護環境の充実」、「看護師の『特定行為』の整備」など、②雇用分野では「多様な正社員モデルの普及」など、創業・IT^{②⑦⑯～⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}分野では「起業^{⑨⑩}・新規ビジネスの創出・拡大」（動産・債権担保による資金調達の改善、国立大学によるベンチャー育成環境整備）、「ITによる経営効率化」（電子申請）、「国民の選択肢拡大」（買い物不自由地域解消）、その他事業者からの要望（エレベータ^{②⑤⑨⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}の規制緩和）、③農業分野、④貿易・投資等分野では「対日投資促進」、「相互認証^{②⑥⑦⑩⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿}の推進」、「輸出入の円滑化、通関手続きの円滑化」などをあげている。

■教わる

■下駄箱から教わる

6月13日、韓国文化製品アート&デザイン協会に招かれ、同協会主催の“2014国際デザインフォーラム”において「共用品・共用サービス」について話す機会があった。会場は、韓国ソウル市内にある「東方大学院」の講堂。その講堂は、停留所から10分、長い坂道を登り最後は急な階段を50段ほどあがったところにある。講堂の入り口では靴を脱ぎスリッパに履き替えるのがルール。そのため、講堂入口には300足が収納できる下駄箱が設置され、下駄箱の各扉には、1から300までの数字が表示されている。

ここまでは特筆すべきことはないのであるが、1つここで紹介したい工夫がある。それは、下駄箱に入っているスリッパにボックスの扉と同じ数字が表示されていることである。

スリッパに数字が表示されていることにより、帰りに自分の下駄箱がどこかどこかと探しまわることなしに、自分の靴箱に辿りつける。

欲を言うと、更により多くの人に利用しやすいことを目指すのであれば、これらの数字を「点字」でも表示することが有効と思われる。

■レポートから教わる

「点字」で表示することで、より多くの人とその製品やサービスを利用することができる。

缶に入っているビールなどのアルコール飲料では、缶の上部に「おさけ」と点字表示があり、他の飲料と触って識別ができる。公共の設備機器では、エレベーターのボタンの左横に階を示す点字が表示され、電車



星川 安之
ほしかわ やすゆき

事務局
長
だより

の扉に何号車の何番と表示が点字で表示されている。その点字であるが、国内に30万人いる視覚に障害のある人達の中の1割から1割半の人しか読めないと推測されている。その理由として、途中で目が不自由になったからと説明されることが多いし、事実その通りである。しかし、そう言われると、点字表示しても、あまり意味がないのではないかと思われがちであり、点字表示をすることを躊躇する理由にもなっている。実際は、少数であっても点字表示があることによって、便利を獲得し生活の一部にしている人も少なくないことも事実である。しかし、点字が読める人がもっと多に越したことはない。

数年前から、日本福祉大学で共用品に関する講座を持たせていただき、最後にレポートを書いていただいている。

今年のテーマは「共用品の普及に必要なコト」がテーマであった。

学生の一人、飯田直美さんのレポートには驚いた。必要なことは、他人を考える想像力であり、具体的な例として、点字が読める人が少ないことを解決するために、小学生の授業で点字を全員取得しておけば、点字を通じて目の不自由な人のことを考えることができ、また、もし自分が将来、目が不自由になったとしても、昔習った点字が読めるとあった。

「教わること」の嬉しさと大切さを強く思った貴重なレポートであった。

共用品通信

【会議】

【6月】

- 第5回理事会（4日）
- 第5回評議員会（20日）

【外部主催会議】

【5月】

- 第1回規格調整分科会（金丸、8日）
- 第119回標準部会（金丸、22日）

【6月】

お詫び：P7の包装容器のJIS制定の記事において、以下の変換ミスがございました。修正してお詫びします。

「はっきりオープン?」→「はっきりオープン®」

第49回JISC消費生活技術専門委員会（金丸、23日）

【講義・講演】

【5月】

- 台湾（台北）・シンポジウムで講演（星川・森川・金丸、15日）
- 盲ろう者講座（森川、20日）
- 早稲田大学 講義（星川、22日）

【6月】

- 帝京科学大学 講義（星川、4日）
- 日本福祉大学 スクーリング（星川・森川、7・8日）
- 大山中学校の生徒に授業（森川、10日）
- 「2014国際デザインフォーラム」韓国（ソウル）で講演（星川、13日）
- 神奈川工科大学の学生に講義（星川、17日）
- 日本福祉大学（後藤芳一・星川28日）

アクセシブルデザインの総合情報誌

インクル 第91号

2014（平成26）年7月25日発行

"Incl." vol.14 no.91

©The Accessible Design Foundation of Japan

(The Kyoyo-Hin Foundation), 2014

隔月刊、奇数月発行

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
事務局

鴨志田 厚子
星川 安之
森川 美和
金丸 淳子
松岡 光一
三好 泉
田窪 友和
本田 和枝

執筆・協力
（五十音順）
大山 隆久
小川 喜道
木塚 泰弘
後藤 芳一
凌 竜也
関戸 菜美
中田 誠
松森 果林

印刷・製本 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、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。