アクセシブルデザインの総合情報誌

インクル

The Periodical of Accessible Design

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

目次　contents

台湾で「片手で使えるモノ展」を開催
～福祉機器展「SenCARE」で講演・出展～（金丸淳子）　2

第16回法人賛助会員活動報告会報告
「2020年オリンピック・パラリンピック開催に向けて私たちができること～障害のある人達の社会を理解し、必要な情報提供や設備の充実を図るために～」　4

2013年度共用品市場規模
前年比3.5%増の２兆9,398億円　家庭電化機器等の主要品目の伸びにより、全体出荷額が３か年ぶりに増加に転じる（凌竜也）　6

「シュタイフ社―マルガレーテ・シュタイフの人生と時代を超える精神」（佐藤豊彦）　10

専門店紹介（１）晴れの日に（も）傘を売る「傘」専門店「Cool Magic SHU'S」
誰かの「不便さ解決」を、より多くの人の「便利さ」に（星川安之）　12

コペンハーゲンでISO/TC 173/SC 07及びISO/TC 173の総会が開催（松岡光一）　13

随想「私と共用品」第74回
「がんばってね」と「かわいいね」（長谷部光子）　14

＜キーワードで考える共用品講座＞　第87講
「社会の要請と共用品（その５：社会起業家新潮流〈その１〉）」（後藤芳一）　15

＜事務局長だより＞
日本の“道”と、イタリアの“対話”（星川安之）
共用品通信
奥付　16

共用品推進機構
The Accessible Design Foundation of Japan
ADFJ

No.97
2015（平成27）年7月25日

台湾で「片手で使えるモノ展」を開催
～福祉機器展「SenCARE」で講演・出展～

■展示会名：SenCARE（Taiwan Int'l Senior Lifestyle and Health Care Show）
■会場：台湾貿易センター
■主催：中華民国対外貿易発展協会（TAITRA）
■共催：財団法人台湾金属工業研究発展センター（MIRDC）他
■会期：2015年６月18日～21日　10：00～18：00
　　講演会：６月18日　９：30～17：00
■協力：凱爾飛特有限会社、台湾安服介助促進会
※団体名等の表記については、日本語の漢字を使用。

共用品推進機構は、台湾で行われた展示会「SenCARE」で共用品の展示を行った。これまで、台湾でのアクセシブルデザインの普及のため、台湾の検査機関、財団法人台湾金属工業研究発展センターと連携してきたが、今回、同センターのサポートを受け、共用品のブースを出すこととなった。

【講　演　会】

貿易センタービルの展示会場では、SenCAREのほかMEDICARE TAIWAN、TaiHerbs、P & B Taiwanの合計４つの展示会が同時開催された。同会場の２階ではいくつかの講演会が行われたが、一般財団法人製品安全協会（製安協）専務理事の東郷洋一（とうごうよういち）氏が、製品安全と製品の安全性を保障するSGマークについて、また、機構専務理事の星川安之（ほしかわやすゆき）が、共用品について講演を行った。

＊SGマークとは：一般財団法人製品安全協会が製品の安全性について定めたSG基準に適合したものと認証した製品に表示するマーク。

SGマーク付き製品に欠陥があり、人身事故

が発生し、当該欠陥と当該人身事故の間に因果関係があると認められる場合には、最高１億円までの賠償措置が講じられる。

【展　示　会】

台湾での展示会を「片手で使えるモノ展」にしたのは、2012年の展示会の成功にある。東京ビッグサイトで行われている国際福祉機器展で、2012年に同じテーマで共用品の展示を行ったが、ネーミングも功を奏してブースは大盛況、説明員の数も足りないほど多くの人がブースに来てくださった。そこで今回、台湾での出展の話をいただいた時、同じ「片手で使えるモノ展」を行うことに決めた。片方の手が使えないために、いつも使える方の手だけを使って生活している

人ばかりでなく、一方の手に荷物を抱えているときも、片手で使える製品は役に立つ。そのため、ターゲットは障害のある人に限らず、もっと広がることになる。

ブースには、台湾製と日本から持ち込んだ“片手で使えるモノ”を展示した。海外からの出展はそれほど多くなく、日本からの出展であることはアピールしなかったが、ブースに入ったあとでそのことに気づくと、とても親近感をもってくれた。わざわざ、日本から出展しているブースがあるから、見てくるよう上司の指示で来たという人もいた。来場者の中には、日本との貿易を行っている人、障害当事者、学生、大学の教員がいて、「片手で使えるモノ」というコンセプトにも興味を持ってもらえた。理学療法士をしている20歳代のグループの一人は、指の力の弱い人が目薬をさすときに補助する道具を探しているということだった。今回の展示製品の中にはなかったが、日本のウェブサイトで検索してみると、該当する商品が見つかった。それを知らせると、日本語ができるらしく、そのサイトを自分のスマートフォンで検索してみるとのことだった。

また、「SGマーク」の説明パネルと、マークを取得した台湾製の製品（杖・シルバーカー）を紹介した。SGマーク製品は、検査に合格した製品にだけ貼付され、日本で使用した場合の事故だけにその保険が適応されるが、「ぜひSGマークを、台湾でも通用する認証マークにしてください」という声をいただいた。

台湾で展示会を行うにあたって、ブースの設営、製品の手配、説明員・通訳派遣などは、施凱爾飛特有限会社と台湾安服介助促進会に依頼した。ブース常駐のスタッフは、台湾の人特有

の人なつこさで次々にブースに来られた方々に声をかけ、共用品とSGマークについて製品を触りながら説明していた。説明を聞いたあとは友人同士のように仲良くなっていて、来場者アンケートにも快く答えてくれた。

多くの人たちの協力を得て、「片手で使えるモノ展 in 台湾」は成功を収めることができた。会期中は現地のスタッフと調整しながら、不具合が起きれば毎日改善していった。初めは設置されていなかった展示会名の看板も、ブースが目立たないという話から、その日すぐに発注し翌日には掲示された。

共用品推進機構の事業として、今年度から３年間、海外で展示会を行う計画である。ブースの来場者の中にも「片手で使える」というコンセプトに関心を持ち、ありがたいことに、台湾の別の地域でも展示会を行いたい、共用品の思想・理念を講演してほしいという提案をいただいた。

展示会では、一般の人の反応をじかに感じられる。来年度から行う展示会でも、１人でも多くの来場者の話を聞いていきたいと思う。

（金丸 淳子）

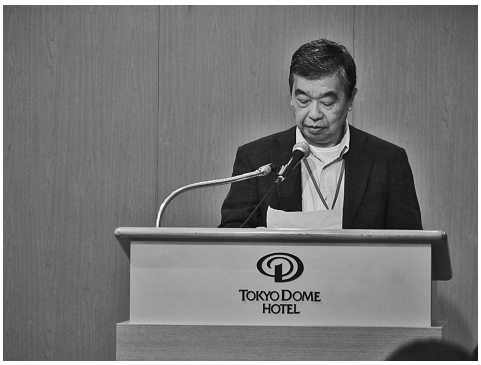
第16回法人賛助会員活動報告会報告

「2020年オリンピック・パラリンンピック開催に向けて私たちができること～障害のある人達の社会を理解し、必要な情報提供や設備の充実を図るために～」

平成27年７月６日（月）午後２時から東京ドームホテル（東京都文京区）において、第16回（公財）共用品推進機構法人賛助会員活動報告会を行った。この報告会は例年、前年度事業と決算が、評議員会、理事会で承認された後に行っている会合である。本年は、2020年のオリンピック・パラリンピックを視野に、活動報告、講演を行った。

会の冒頭で、鴨志田厚子（かもしだあつこ）理事長のあいさつ文を望月庸光（もちづきのぶあき）理事が代読し、法人賛助会員及び関係者各位へのお礼を述べた。続いて星川安之（ほしかわやすゆき）専務理事が、平成26年度の事業報告及び27年度事業の進捗についての説明を行った。

平成26年度も、発足当初から注力している三本の柱、「調査研究」、「標準化の推進」、「普及及び啓発」について、国内外の障害者団体、業界団体、規格作成団体、調査機関等々と協力、連携を図りながら業務を遂行した。（詳細については、『平成26年度活動報告書（第16期）－共用品推進機構白書－』を参照ください。）



（写真：あいさつ文を代読する望月理事）

（写真：報告を行う星川専務理事）

（写真：活動報告会風景）

今年の報告会では、二つの講演をお願いした。最初は、「盲ろうとバリアフリー社会」と題して、東京大学先端科学技術研究センター教授福島 智（ふくしまさとし）氏にご講演を頂いた。

（写真：講演中の福島智氏）

盲ろう者にとって、いかにコミュニケーションが大事かを、ご自身の体験談を踏まえてコミカルに話し、会場を笑いの渦に巻き込んだ。また、学術的視点から障害を捉え、分かりやすい言葉で説明頂いた。当日ご紹介いただいた著書『ぼくの命は言葉とともにある』（致知出版社）の中にも、盲ろう者を理解しコミュニケーションを図り、バリアフリー社会を実現するための

ヒントがたくさん詰まっている。

続いて「東京オリンピック・パラリンピック運営の最新情報～日本が取り組むべき課題～」と題し、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会大会準備運営局パラリンピック統括部長中南（なかみなみ）久志（ひさし）氏にご講演を頂いた。

（写真：講演を行う中南久志氏）

2016年の「リオデジャネイロ五輪」開催後には、いよいよ2020年に東京で開催される「オリンピック・パラリンピック」に向けての運営が本格的に動き出す。

2020年東京大会のコンセプトは「すべての人が自己ベストを目指し（全員が自己ベスト）」、「一人ひとりが互いを認め合い（多様性と調和）」、「そして、未来につなげよう（未来への継承）」である。

まだ検討が始まったばかりではあるが、会場のインフラ整備の方針や会場配置、アクセシビリティに配慮するために発足した協議会の検討体制や、東京版のアクセシビリティ・ガイドラインの策定案等、現時点で可能な限りの情報についての説明があった。

史上最もイノベーティブで、世界にポジティブな改革をもたらす大会のコンセプトは、共用品の思想と共通している点も多かった。講演後には出席者から「大変勉強になった。今後の社内での取り組みに大いに生かしたい」との感想が複数寄せられた。

法人賛助会員紹介

活動報告会では、ご出席頂いた法人賛助会員や関係業界団体やマスコミの方々からのスピーチも頂いた。スピーチの内容は、法人賛助会員企業が、“現在取り組んでいること”、“今後取り組みたいと思っていること”、“事業への協力要請”、“講演の感想”など様々で、終始活気に満ちた報告会となった。

活動報告会の締めの言葉として、星川専務理事が、お礼の言葉を述べ、今後も出席者にむけて、更なるご支援、ご協力頂きたい旨の挨拶があった。

交　流　会

交流会開会に先駆け、共用品推進機構が国際的に高齢者・障害者配慮の規格作成に踏み出すきっかけとなった時期にお世話になった、経済産業省国際標準課の加藤二子（かとうつぎこ）氏よりご挨拶を頂いた。また、今年度から官民交流で(株)タカラトミーから同課に出向している高橋玲子（たかはしれいこ）氏からもご挨拶をいただいた。

続いて山根 隆（やまねりゅう）評議員より、日々ご支援を頂いている会員及び関係者の皆様へ感謝の意を表し乾杯があり、その後、会は和やかな中に進行した。

（写真：交流会の風景）

年に一度、賛助会員企業が集う貴重な一日は、今年も和やかな中で閉会した。

会の様子は、以下の共用品のブログで紹介しています。

【講演会】

http://www.kyoyohin-news.org/archives/51947208.html

【交流会】

http://www.kyoyohin-news.org/archives/51947645.html

2013年度共用品市場規模

前年比3.5%増の２兆9,398億円　家庭電化機器等の主要品目の伸びにより、全体出荷額が３か年ぶりに増加に転じる

日本能率協会総合研究所　ヘルスケア研究部　凌竜也（しのぎたつや）

調査の概要

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18回目（調査データとしては19年度目）を迎える。今回調査は2014年12月から2015年３月にかけて実施した。

調査対象品目は、**図表１**に示すとおりである。調査方法は、共用品製造企業へのアンケート調査に加え、対象品目における（共用品以外を含む）市場全体の規模や趨勢を把握するため、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た。なお例年同様、一部品目については、アンケート調査実施時に、業界団体の協力も得ている。アンケートの配布・回収状況は**図表２**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（48.9%）であった。

【図表１：調査対象品目と配慮点】

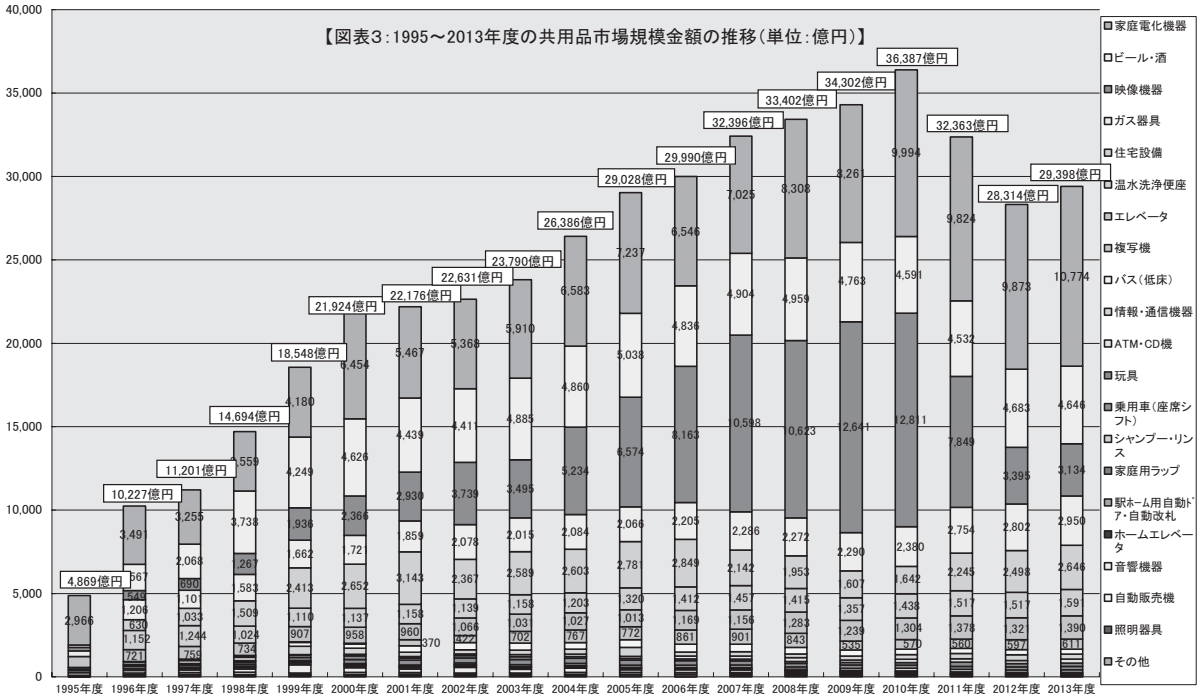
配慮分類	品目分類	品目	配　慮　点
製品本体の配慮	一般機械器具	エレベータ	階数スイッチに点字表示されている、階数表示を音声で行う、階数スイッチが車椅子でも使用可能な位置にある
		エスカレータ	ステップがフラットになり、車椅子の使用が可能
		ホームエレベータ	階段での上下移動を解消している
		自動販売機	コイン投入口とボタンが低い位置になっており、車椅子でも操作可能、表示部に点字
		駅ホーム用自動ﾄﾞｱ・自動改札	電車の扉の位置に合わせてホームに設置されている（自動ドア）、車椅子でも通れるように幅を広くしてある（自動改札）
		ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで識別でき、音声で応答がある、点字表示など
		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
		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
	電気機械	家庭電化機器	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、等
		音響機器	
		映像機器	
		情報・通信機器	
		照明器具	器具が昇降し、電球の取り替えが容易
	輸送用機械器具	乗用車（座席シフト）	助手席、後部座席が車椅子で乗りやすいように回転・移動する
		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
	精密機械	時計・はかり	凸表示や凸文字表示があり触ってわかる、音声表示がある、数字表示部が見やすいよう大きな文字
	金属製品	ガス器具	押しボタンタイプ式で簡単操作、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
	住宅設備	住宅設備	段差解消・手すりの設置・腰掛けての出入り容易な浴槽（浴室ユニット）、洗面台の昇降可能など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が容易・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）
	その他	机（天板上下）	天板が昇降できるもの
		玩具	操作部等に凸表示がある、色の区別が手触りでもわ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できる、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）
		ケトル	沸騰を蒸気の笛で知らせる
		その他（家庭用ミシン、触知図、大活字書籍等）	糸かけ、ダイアル式、スピードが遅い等操作が容易にできる（家庭用ミシン）、凹凸がついており手で触ってわかる地図（触知図）、見やすい大きい活字を使った書籍（大活字書籍等、96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
	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
		医薬品	パッケージに点字がついている、点字の取り扱い説明書が付いている
		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

【図表２：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	―――	145社	63社	43.4%
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	10社	50.0%
	ビール酒造組合	5社	3社	60.0%
合計		184社	90社	48.9%

調査の結果

調査対象とした各品目の合計値にみる、2013年度の共用品市場規模金額は、２兆9,398億円と推計され、前年比で約3.5%（986億円）の増加となり、2011年度から続いていた減少傾向に３年ぶりに歯止めがかかり増加に転じた（**図表３、４参照**）。



主要品目の動向

品目別の出荷額で、2011年度より第１位となっているのは「家庭電化機器（10,744億円：9.1%、901億円増）であり、2010年度の映像機器以来、単独ではじめて1兆円の大台となった。夏の猛暑・残暑の影響に加え、消費税増税前の需要の大幅増により、ルームエアコン、電気冷蔵庫、電気洗濯機等が出荷を伸ばしたことなどが増加の要因となった。

また「ガス機器（2,950億円：5.3%、148億円増）」「住宅設備（2,646億円：5.9%、148億円増）」等も出荷額を伸ばしたが、これらは共に、住宅着工件数増や家庭電化機器同様消費増税前の駆け込み需要等に支えられたことが背景と考えられる。その他、「ビール・酒（4,646億円：▲0.8%、37億円減）」はわずかながら出荷額を落とした。ビール系において第三のビールが増加し発泡酒が減少する傾向は変わらず、ビール系全体の出荷額は落ちているが、前回同様ビール系以外の飲料が伸び、ほぼ横ばいで推移した。

「映像機器」は3,134億円（▲7.7%、261億円減）と変わらず減少傾向となった。

【図表４：共用品市場規模市場規模金額明細(1995～2013年度)】

配慮分類	品目分類	品目	データ開始年度	1995年度	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度
製品本体の配慮	一般機械器具	エレベータ	1995年度	#1 650	721	759	734	907	958	960
		エスカレータ	1996年度	―	28	28	27	33	23	20
		ホームエレベータ	1996年度	―	130	134	120	133	131	124
		自動販売機	1995年度	85	114	124	137	91	133	107
		駅ホーム用自動ドア・自動改札	1995年度	7	10	15	12	14	5	14
		ATM・CD機	1995年度	3	3	4	5	16	100	94
		温水洗浄便座	1996年度	―	1,152	1,244	1,024	1,110	1,137	1,158
		複写機	1998年度	―	―	―	44	44	49	370
	電気機械	家庭電化機器	1995年度	2,966	3,491	3,255	3,559	4,180	6,454	5,467
		音響機器	1995年度	152	143	153	193	480	275	197
		映像機器	1995年度	213	549	690	1,267	1,936	2,366	2,930
		情報・通信機器	1995年度	99	151	181	200	496	366	256
		照明器具	1996年度	―	64	71	79	81	87	91
	輸送用機械器具	乗用車（座席シフト）	1995年度	2	9	17	122	181	249	285
		バス（低床）	1995年度	14	22	86	76	#2 222	248	385
	精密機械器具	時計・はかり	1995年度	1	3	2	1	1	3	6
	金属製品	ガス器具	1995年度	334	1,206	1,101	1,583	1,662	1,721	1,859
	住宅設備	住宅設備	1996年度	―	630	1,033	1,509	2,413	2,652	3,143
	その他	机（天板上下）	1996年度	―	3	3	5	7	6	6
		玩具	1995年度	77	84	93	90	163	205	135
		ケトル	1996年度	―	13	12	11	9	9	8
		大活字書籍	1996年度	―	4	5	4	3	4	2
		その他（家庭用ミシン、触地図等）	1995年度	2	2	2	1	1	2	1
容器・包装の配慮	食料品	ビール・酒	1995年度	144	1,567	2,068	3,738	4,249	4,626	4,439
	化学工業品	シャンプー・リンス	1995年度	119	126	119	105	60	72	75
		医薬品	1995年度	1	2	2	4	2	4	5
		家庭用ラップ	1998年度	―	―	―	46	55	41	39
	計①97年度調査品目ベース(95年度より)			4,869	8,231	8,699	11,852	14,692	17,810	17,235
	計②98年度調査品目ベース(96年度より)				10,227	11,201	14,603	18,449	21,835	21,767
	計③99年度、00年度、01年度調査品目ベース(98年度より)						14,694	18,548	21,924	22,176

#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
#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用していなお、上記3品目の2012年度における本調査データは、2011年度の福祉用具産業市場動向調査のデータの流用であったため、その後更新されれた2012年

再び上昇に転じた背景

2013年度においては、家庭電化機器（901億円増）を筆頭に、ガス機器、住宅設備等で増加幅が100億円を超えたほか、多くの品目で対前年比で横ばいか増加傾向を確保し、全体27品目中減少したのは８品目にとどまったことが、再び全体出荷額を増加に導く要因となった。

そもそも2011年度と2012年度の全体出荷額の大幅な落ち込みは、その前年の2010年度において全体出荷額の1/3以上を占めていた映像機器が、地上波デジタルへの移行前やエコポイント制度終了前等の駆け込み需要等の反動の影響を受け、数千億円単位で大幅に出荷額を縮小させたことが要因

金額（億円）

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	2013年度	伸び率 12-13
1,066	1,031	1,027	1,013	1,169	1,156	1,283	1,239	1,304	1,378	1,321	**1,390**	**5.2%**
11	4	3	5	5	1	2	1	1	1	0	0	**——**
115	93	97	98	86	71	62	52	49	46	46	#4 **46**	**0.0%**
98	85	111	124	115	83	85	78	60	36	40	**30**	**−25.0%**
12	23	26	9	5	27	22	8	10	7	6	**47**	**683.3%**
99	128	138	137	163	174	225	142	201	262	188	**242**	**28.7%**
1,139	1,158	1,203	1,320	1,412	1,457	1,415	1,357	1,438	1,517	#4 1,591	#4 **1,591**	**0.0%**
422	702	767	772	861	901	843	535	570	560	597	**611**	**2.3%**
5,368	5,910	6,583	7,237	6,546	7,025	8,308	8,261	9,994	9,824	9,873	**10,774**	**9.1%**
324	216	247	150	166	161	66	55	59	49	40	**36**	**−10.0%**
3,739	3,495	5,234	6,574	8,163	10,598	10,623	12,641	12,811	7,849	3,395	**3,134**	**−7.7%**
244	263	306	535	253	262	230	234	285	313	345	**293**	**−15.1%**
91	97	98	103	110	100	94	72	74	55	39	**26**	**−33.3%**
296	311	312	297	279	247	214	201	186	173	#4 197	#4 **197**	**0.0%**
429	424	386	464	453	448	389	376	325	311	303	**293**	**−3.3%**
5	4	5	6	6	5	5	5	1	1	1	**1**	**0.0%**
2,078	2,015	2,084	2,066	2,205	2,286	2,272	2,290	2,380	2,754	2,802	**2,950**	**5.3%**
2,367	2,589	2,603	2,781	2,849	2,142	1,953	1,607	1,642	2,245	2,498	**2,646**	**5.9%**
6	5	5	8	8	9	8	9	8	6	8	**9**	**12.5%**
139	167	102	98	107	111	113	152	152	197	210	**201**	**−4.3%**
6	5	5	3	2	2	3	2	2	2	2	**2**	**0.0%**
2	#3	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	**——**
7	#9	11	9	7	7	8	9	9	9	8	**8**	**0.0%**
4,411	4,885	4,860	5,038	4,836	4,904	4,959	4,763	4,591	4,532	4,683	**4,646**	**−0.8%**
107	118	120	126	127	140	140	136	158	160	148	**153**	**3.4%**
5	7	7	7	7	26	24	23	23	22	17	**17**	**0.0%**
45	46	46	48	50	53	56	54	54	54	54	**55**	**1.9%**
18,438	**19,095**	**21,559**	**23,892**	**24,609**	**27,658**	**28,965**	**30,611**	**32,547**	**27,875**	**23,574**	**24,409**	**3.5%**
22,164	**23,042**	**25,573**	**28,208**	**29,079**	**31,442**	**32,503**	**33,713**	**35,763**	**31,749**	**27,761**	**28,732**	**3.5%**
22,631	**23,790**	**26,386**	**29,028**	**29,990**	**32,396**	**33,402**	**34,302**	**36,387**	**32,363**	**28,412**	**29,398**	**3.5%**

結果、98年度と比較して金額が大きく伸びている。

るが、2013年度データは未公表のため、2012年度データを流用している。
度データを反映させ、遡及修正を実施した。

であった。映像機器は2013年度においても前述のとおり減少傾向となったものの、減少幅は過去２か年の1/10以下にとどまり、一定の歯止めがかかったことも大きな要因となったといえる。

個別の品目の動向に着目すれば、環境変化の影響等により、出荷額の増減があり、増加品目と減少品目も例年入れ替わっている。そうした中で2013年度の数値の傾向を全体としてみれば、映像機器等の一部品目を除き、出荷額を伸ばしてきた2010年度以前の構造に戻りつつあり、共用化配慮の普及は継続して推進されてきているように見受けられる。

「シュタイフ社―
マルガレーテ・シュタイフの人生と時代を超える精神」

日本玩具文化財団　佐藤豊彦（さとうとよひこ）

日本玩具文化財団は、1993年にシュタイフとテディベアの文化催事を初めて日本で開催してから全国各地でテディベアを通じ、背景にある物作りの匠や文化を楽しく紹介してきました。

クマのぬいぐるみ＝テディベアは、1902年に誕生して以来110年以上にわたり世代、国境、性別を越えて世界中で愛されています。

このテディベアの誕生の背景に、ある一人の女性の類まれなる努力と情熱の物語が有る事をご存じでしょうか？

その女性マルガレーテ・シュタイフは、1847年に南ドイツのギンゲンという小さな町に生まれます。生後１歳半で小児マヒにより両足と右手が不自由になりますが、家族の支えと励ましの中、様々な修練と創意工夫の末、楽器を弾いたり、上手にミシンを操作する事が出来るようになります。それがやがて自身の洋裁店の経営から、更にはテディベアの誕生、そして世界最大のぬいぐるみメーカーへの発展と繋がってゆきます。（写真１）

写真１：マルガレーテ・シュタイフ

マルガレーテが生きた時代は日本では幕末から明治、ヨーロッパでも産業革命の波が起きて来た時分で、女性や子どもの人権等が現在のように認められていなかった時代です。障害のある女性のマルガレーテがこのような成功をした事は、まさに奇跡のような出来事です。しかしマルガレーテの人生を見ると、その成功も必然であったように感じられます。

マルガレーテは1880年に世界最初のぬいぐるみ会社であるシュタイフ社を創業します。苦労が人を磨くと言いますが、熟練して鍛えられた手先の器用さは、人やものへの鋭い観察眼、そして子ども、動物等、小さきもの、弱きものへの愛情と結びつき、マルガレーテの企業精神「子どもには最高のものこそふさわしい」が生まれます。そのスローガンのもと、マイスター達と共に最高品質の様々なぬいぐるみを生みだしてゆく事となります。

又、様々な経験から人情の機微を知り、身に付いた「人を引き付ける話術」、「人間洞察力」はマルガレーテの女性起業家としての大きな力となります。

マルガレーテは、社員達の相談に乗り、女性の育児休暇や、障害者の支援、社員の生活に必要なお金の貸し出しを行う等、シュタイフ社の発展が、自分を育んだ町の人達の豊かな生活に結び付くよう心がけました。シュタイフ社のあるギンゲンは、決して豊かな土地ではありませんでしたが、シュタイフ社の繁栄の為に、ギンゲンや近隣の人達も一丸となってシュタイフ社をサポートするようになります。

1903年に作られた新工場は、働く人達の環境を考慮した総ガラス張りの明るくモダンな建物

でした。女性作業者が多く、その様子が「乙女達の水族館」と呼ばれ、近隣の若者が見に来る程でした。そして、この工場にはマルガレーテが車椅子でくまなく見て回れるようスロープが設けられていました。（写真２）

シュタイフ社は今年135周年となります。創業以来、変わる事のない「子どもには最高のものこそふさわしい」というマルガレーテの企業精神を、マイスターや関係者が受け継ぎ、今も南ドイツ・ギンゲンで年間500種類以上のぬいぐるみを作り続けています。（写真３）

写真２：スロープのあるガラス張りの工場（1903年当時）

写真３：ガラス張りの工場（現在）

写真：年代別ごとのテディベア（1904～1984年）

学習まんが人物館シリーズ

世界ではじめてテディベアをつくった起業家

『マルガレーテ・シュタイフ』

８月に小学館より出版予定

今回ご紹介したマルガレーテ・シュタイフの人生と、テディベアの誕生秘話がまんがになって、ていねいに紹介されています。ぜひ、ご一読いただけましたらと思います。

時代を超えて輝く様々な人生を、まんがと資料で紹介する、小学生に大好評の伝記シリーズ。

監修：佐藤豊彦（日本玩具文化財団）

まんが：かなき詩織

価格：900円（税別）

© Margarete Steiff GmbH 2015

専門店紹介（１）晴れの日に(も)傘を売る「傘」専門店「Cool Magic SHU'S」

誰かの「不便さ解決」を、より多くの人の「便利さ」に

http://www.water-front.co.jp/shop/

■はじめに

共用品はその多くが２種類のお店で売られています。一つは、昔の万屋（よろずや）がシステム化された百貨店、スーパー、コンビニ。もう１種類は、玩具、家電、書籍など、特定分野の商品を売っている専門店です。多様な身体特性のある人を対象とした共用品は、「万屋」に並ぶことも求められますが、同じ製品種の異なる仕様をたくさん並べるにはスペースが限られています。そのため一つの製品を多種類おける専門店の存在は欠かせません。今回より、そんな専門店を紹介していきたいと思います。第１回は梅雨時にちなんで「傘」の専門店です

■専門店オープンのきっかけ

林秀信（はやしひでのぶ）社長(株)シューズセレクションは、2014年４月、東京の自由が丘に傘専門店、「Cool Magic SHU'S」をオープンしました。同社は、傘作りの専門メーカー、社員35名の少人数でありながら、日本の傘市場の17%を占めている会社です。%を傘の数にすると2010万本(2014年実績)、種類にして500種類にのぼり、同社の傘を扱う店は全国に広がっています。

けれど500種類全てを並べることのできる店はありません。そこで、林社長が考え実行したのが、傘専門店を自ら開店することでした。

■傘のアイディア

同社の傘のほとんどは、林社長自らが考案したものです。アイディアは、企画担当、デザイナー、販売担当が協議し、売れ筋、ニーズを分析してと考えがちですが、あえてこのスタイルをとっているのは、「新しいモノを生み出す時に、合議性にすると平均的なモノしか出てこなくなってしまう」という、これまでの経験からくる信念とのこと。

■共用品と思われる傘たち

そんな林社長が考案し、ヒットしている傘の中には、共用品的工夫があるものが沢山あります。その中からいくつか紹介したいと思います。

■バッグに優しい傘

この傘を開発するきっかけは、肩などにかけた大型のバッグが雨の日に濡れてしまうこと。この不便さを解決するために、傘の軸を中心からずらすことによって、傘が鞄を覆う面積を大きくすることができます。この工夫は、抱っこやおんぶした赤ちゃんや、介護や誘導する人をも雨から守ることにつながりました。(写真１)

■オートロング（片手で開閉できる傘）

ボタンを押すと開き、もう一度押すと、途中まで閉じる折り畳み式の傘を利用した人は多いと思います。ここまでは、片手が不自由な人にも便利ですが、最後に押し込む時には両手を使うことになります。その点この傘は、その最後の動作を床などに片手で押し付けて、閉じることができます。(写真２)

■来店される多様なお客さん

店は利用者、用途別に４つのフロアに分かれ500種、10000本の傘が所狭しと並んでいます。平日、休日、雨、晴れにかかわらず、開店から閉店まで数多くの人が訪れています。お客さんの中には、高齢、障害のある方も数多く、それぞれの希望にあった傘を、店員さんと共に見つけ、笑顔いっぱいで購入されていきます。

■無限に広がる夢

林社長の頭の中には、まだたくさんのアイディアが詰まっています。万年筆くらいの大きさで折り畳める傘、畳まなくていい折りたたみ傘、などなど。誰かの不便さを解決すると、より多くの人の便利につながることを、この「傘専門店」では、500種類の傘を見ながら実感することができます。

（文責　星川安之）

コペンハーゲンでISO/TC 173/SC 07及びISO/TC 173の総会が開催

ー2015年５月20日から22日ー

2015年５月20日から22日まで、デンマーク・コペンハーゲンのDS（Danish Standardsデンマーク規格協会）において、ISO/TC 173（国際標準化機構／福祉用具専門委員会）の総会とISO/TC 173/SC 07（アクセシブルデザイン分科委員会）の総会が開催された。

ISO/TC 173/SC 07の総会は５月20日の１日だけ行われ、４か国、８名が参加して討議を行った。会議では、既に国際規格を発行したWG（作業グループ）01（触覚情報のアクセシブルデザイン）とWG 02（アクセシブルミーティング）を解散することを決議した。また現在DIS（国際規格案）投票中・準備中の案件について、ドラフト変更提案があり、それぞれのWGで検討することとなった。将来の業務として、日本から提案予定の「AD製品の適合性評価」についてプレゼンを行ったところ、出席者から消費生活用製品などの「主流な」製品は、SC 07の適用範囲外である、との意見が出た。

ISO/TC 173の総会は５月21、22日の二日間にわたって開催され、13の国・組織、33名が参加した。会議では、傘下の各WG、SCの活動報告が行われた。ISO/TC 173のタイトルと適用範囲の変更については今まで長い間議論されてきたが、各SC議長を中心とするCAG（議長諮問グループ）を設立し、2015年末までに委員会投票にかけるドラフトを作成することが提案され、承認された。ISO/TC 173暫定議長から、現在検討している適用範囲に関する構想について簡単な説明があった。以下がその内容である：ユニバーサルデザイン、アクセシブルデザイン、アシスティブデザインがあり、ユニバーサルデザインをHub（ハブ）として、アクセシブルデザインとも連携する、ユニバーサルデザインのWGをTMB（技術管理評議会）直下に作ることを提案したい。

前日のISO/TC 173/SC 07の総会と同様に、この総会でも日本から提案予定の「AD製品の適合性評価」についてプレゼンを行った。ISO/TC 173/SC 07総会での発言者が再度ここでも同じ意見を述べたが、出席していたANEC（欧州消費者団体）の代表者から「ANECは日常製品、サービスが対象なので、シャンプーや包装に大変興味を持った。ISO/TC 173/SC 07のアクセシブルデザインはよいと思う。」との発言が出て、全体的にはISO/TC 173/SC 07で消費生活用製品などを扱うことは理解されたと考える。

最後に、次回のISO/TC 173総会はパラリンピックに合わせて、2016年９月12日から14日に、ブラジルのサンパウロで開催されることが報告され、閉会した。

（松岡光一（まつおかこういち））

随想 第74回 私と共用品

「がんばってね」と「かわいいね」

長谷部光子（はせべみつこ）

■誕生

実家近くの産婦人科医院で息子が生まれたのは昭和51年12月７日。1250gの早産だった。３週間後、広尾の日赤医療センターに移り、目の異常が見つかった。光凝固（ひかりぎょうこ）の治療を受けたものの進行は止まらず、未熟児網膜症と診断された。

家に帰り主人だった人に伝えたところ混乱した。「家で育てるのは無理ではないか？どこか施設にあずけてはどうか」、泣きながら話し合っていた。すると突然、３歳になる娘が、「ダメ！私の弟だから、お家に連れてきて！」。その言葉が我に返させてくれた。

それから毎日、息子が入院している日赤に通った。退院前日、担当医から「今の医学では手術をしても、息子さんの目は見えるようにはなりません。ただ、視覚以外の感覚をたくさん伸ばすことができます」と言われ、娘の言葉の後押しもあり、「そうか！頑張ろう」と思い「頑張った」。でもこの「頑張る」という言葉は、私にとってなかなかのくせものだった。自分では精一杯「頑張って」いるつもりでも、身近な人からも、町ですれ違う見知らぬ人からも、かけられる言葉は、娘の時の「かわいいいね！」ではなく「頑張ってね！」だったのだ。

■かわいいね！

新宿区にある東京都心身障害者福祉センターに通い始めたのは、息子が２才になった時だった。センター＝（イコール）事務的応対をイメージして訪ねたところ、衝撃を受けた。今までどこに行っても言われた、「頑張ってね！」が、ここの指導員の人たちが最初に息子にかけた言葉は、満面の笑みと共に「かわいいね！」だったのだ。この時はじめて私は、息子と私の居場所を見つけたと思った。その後、指導員の人たちは何度も自宅まできてくれ、私が子育てを「頑張れる」ように、的確なアドバイスを「頑張って」の単語を使わず伝えてくれた。

そのセンターには、障害のある子どもでも、使える道具やおもちゃを開発することに頑張っている人たちも集まっていた。障害児の家具を製作する「でく工房」の若者たちは、目の見えない子供たちが複数で遊べる木製の遊具を作ってくれた。おもちゃメーカーのトミーのメンバーも、家まで話を聞きにきてくれ、ほしい玩具のことを伝えると30秒間メロディが鳴るボールを開発してくれた。息子が嬉しそうにそのメロディボールを投げ、追いかけ、ボールに耳を傾ける姿が本当にかわいかったことを、今でも鮮明に覚えている。

■色のこと

その後、息子は小学、中学、高校と盲学校に通い一人で外出する技術を習得した。高校卒業後には、専門学校で針灸マッサージの技術を習得し、今は訪問治療を行う仕事で忙しい日々を送っている。趣味は鉄道、休みごとに北海道から九州まで、駅や車内のアナウンスを頼りに一人旅を楽しんでいる。

30年前に比べると、社会は障害のある人たちに対してずいぶん「慣れてきてくれた」と感じる。30年前に一人で交通機関を使い、更にお店に行き、買い物をするなどは、はなから無理と考えもしなかったが、今では前述のように鉄道を一人で利用しまくり、買い物も一人で行える時代になってきた。

であるのだが、先日、息子が３つも買ってきたウエストポーチには、唖然とした。鉄道マニアの息子にとって、大切な切符をはじめ、旅の七つ道具を入れる「ウエストポーチ」は、チャックを開けると仕切りが多くあり、種類ごとに整理でき、取り出しやすい機能になっている。

先日買ってきたものも、店員さんのアドバイスもあり、更に仕切りが多く、前のものに比べ、更に使いやすいものであったが、問題は色と柄である。チェック柄で、色も暖色系でとても息子には合わないものだった。

世の中には、色を音声などで伝えてくれる便利な機器も開発されているが、店で見えない人が一人で買いものする時には、機能のアドバイスをしてくれた店員さんが、もう一歩進んで、色に関しても、コーディネートしてくれたらと、30年前には、夢の夢だったことが実現している世の中で、こんな希望も言えるようになったと感慨深く思っている。

（聞き手　星川安之）

「社会の要請と共用品（その５：社会起業家新潮流〈その１〉）」

後藤芳一（ごとうよしかず）（日本福祉大学客員教授、東京大学大学院教授）

社会的課題①⑮⑱㉗㉘㉛㉜⑥⑦⑬～⑯⑱～㉑㉓～㊱（小さい添え字①～㊱は、同様の用語が本講の第１～86講に既出であることを示す）を**市場原理**②④～⑥⑫⑱⑲㉚㉜～㉞㊱㊲㊴㊶㊸㊹㊼～㊿㊺㊻㊽㊿㉓～㊱と調和させつつ解く方法として**社会起業**㊾㊿㉒㉔がある。近年、新しい潮流が生まれている。

１．社会起業家の新潮流

社会的要請（例：公共財、**貧困**㊶㉓）がありつつ**政府**①②④⑦⑧⑫⑱㉖～㉘㉚㉜㊴㊵㊶㊹㊺㊻㊼㉑～㊱の手が回らず、市場価値が認められないため企業も取り組めない場合がある。伝統的な社会起業家は、篤志家から**財源**㊶㊷㊹～㊻㉒～㉔を得るなどして隔たりを埋めてきた。一方、財源を依存するため事業の発展に制約があった。

近年、より事業意識を持つ専門家や、事業で成功した経営者の参入が進み、新しい事業モデルも発展している。事業としても本格的であり、経営（学）に知見を返す例も増えている（例：世界の一流のビジネススクールが社会起業家を養成する課程を立ち上げている、その背景は、社会起業家の持つ能力（例：課題発見、課題の構造化、事業モデルの構築、マネジメント、求心力、挑戦、発信、これらを総じた事業創出力）が、民間・公共・市民セクターでも広く応用可能なためといわれる。

新しい潮流のもと、財団、寄付、慈善活動でなく投資とみてリターン求めるようになっている。リターンとは、投入した経営資源を最大に活用して得られる、社会や**環境**㊸～㊺㊼㊷～㊻㊵㊶㉓～㊱への配当（レバレッジともいう）という意味である。それを実現するために、自然、社会、人間、知識、文化面のあらゆる形の資産を評価の計算式に織り込んで、市場経済の恩恵を受けられていない多くの人たちに真の富を提供しようとする（社会的投資利益率（SROI＝Social Return on Investment）＝非財務の投資利益率を評価・測定といった試みも生まれている）。

代表的なモデルとして３つあげられる。

２．事業モデル１：外部資金活用型非営利ベンチャー

公共財（例：**医療**㊻㊽㊵㊶㉓、**教育**㉙㊴㊵㊻㊴㊵㉕、**水**㉓）を政府が適切に提供できず、民間企業も担えないなど「市場の失敗」が生じると、非営利（NPO）組織が埋めることがある。マザー・テレサ（印、貧困・医療）、ハビタット・フォー・ヒューマニティ（米、住居）、ベアフット・カレッジ（印、教育）などの例がある。

NPOは外部資金への依存意識が強く、営利目的にできる限られた機会を見逃すことが多い。資金提供者に比べてNPO数が増しているので資金を集めにくい。民間企業がパートナー関係を結ぶことは容易でない。その結果、事業の拡張が難しい。

３．事業モデル２：混合型非営利ベンチャー

モデル１よりもビジネス的側面を持ち、利益を得ることについて関心が高い。利用者がサービスを確実に得られるよう、起業家は途中からマーケティングを計画することとなり、モノやサービスの販売を通じて事業コストの一部を回収する。それによって新たな市場が創出される場合がある。ルビコン・プログラムズ（米、貧困・**雇用**㉕㉖㉟㊲㊴㊵㊹㊻㊼㊾㊶～㉓㉕）、アラビンド・アイ・ホスピタル（印、医療）などの例がある。

一般の投資家や企業にとって、より現実的なパートナーになり、これらが出資者になる場合もある。

４．事業モデル３：ソーシャル・ビジネス・ベンチャー

得られる寄附金が限られるため、当初から営利組織として立ち上げざるを得なかった場合が多い。米国以外に例が多い。セケム（エジプト、**農業**㊷㊸㉓）、ラ・ファヘダ（スペイン、精神病患者・酪農）、グラミン銀行（バングラデシュ、貧困・金融）、ホールフーズ・マーケット（英、自然食品小売）などの例がある。

特別な使命を掲げて事業を興し、経済的リターンと社会的リターンの両方を求める投資家を探す。一方、**複雑**㊶㉓な問題に取り組みつつ利益を出し続ける必要がある点に難しさがある。

（本稿の表現は、ジョン・エルキントン、パメラ・ハーディガン「クレイジーパワー」（英治出版）から引用した）

日本の“道”と、イタリアの“対話”

事務局長だより

星川（ほしかわ） 安之（やすゆき）

■対話（DIALOGHI）

来年は、日本とイタリア間で結ばれた「日伊修好通商条約」が締結されてから150年目にあたる。そんな中、東京千代田区にあるイタリア文化会館で“DIALOGHI 対話”という展示会が７月初旬に開かれた。主催は、今年設立50周年を迎える公益財団法人日本ジュエリーデザイナー協会（JJDA）と、同じく設立10周年を迎えたイタリアコンテンポラリージュエリー協会（AGC）。各団体から40名ずつが参加、創作した80点のジュエリー作品の展示会である。

一見、異なる文化の作品が並んでいる・・・のだが、40人×２ヶ国＝80の作品には、展示会の名称通り40の対話が詰っている。

まず各団体で参加アーティストを40名ずつ募り、日本人は五十音順に、イタリア人はアルファベット順に番号を決め、同じ番号の人がペアになった。そして、それぞれのペアには、各国の協会から名前とメールアドレスが送られた。そして、そのアドレスの相手に、数枚の写真を送る。ここからが作品づくりのスタート。受け取った両国のアーティストはその写真をイメージしたジュエリー作品を創り上げるという企画で、JJDAとAGCの会長が共通の友人を介して２年前に出会い、２年かけて実現したものである。

ペアになった40組は、お互い母語でない言語で対話を重ね、その難しさと楽しさを学んだという。

参加したアーティストの中には途中、パソコンのトラブルや意志疎通がうまくいかないなどで対話が中断されることもあったが、創造していく楽しみは、言葉の壁、距離的壁を越えたという。

■道を作る日本、対話のイタリア

JJDAの小宮宇子（こみやたかこ）会長は、作品紹介のパンフレットの冒頭の挨拶で、「島国の日本人は、道を作ることに優れていると言われ、今までに茶道、華道、書道、剣道、柔道などの沢山の道、すなわち型を決め、極めていく美学・美意識があるようである。それに対し、隣国と地続きのイタリアは、常に異文化との対話と交流があり、人間の強さと優しさを感じる」と述べている。

■対話と道

10数年前、私はイタリアの盲人用具販売店で、横に長い大きな傘を見かけた。店員さんに尋ねたところ、「視覚に障害のあるお客さんから、『盲導犬と一緒に入れる傘がほしい』との“対話”から開発した」との話を思い出した。共用品の多くも、対話からスタートして、創られていく。

小宮会長と、会場で話す機会があった。共用品の話をさせていただくと、「ジュエリーと共用品、面白い“対話”ができそうですね！」と嬉しい答えをいただいた。道までいくか、いかせるべきかはさておき、会長にメールし、“対話”を始める提案をしてみようかと思っている。尚、同展は2015年９月19日から山梨ジュエリーミュージアム、10月にはローマ国立東洋美術館をと巡回する。

共用品通信

【イベント】

［６月］

台湾・福祉機器展で講義（星川、18日）

台湾福祉機器展「Sen CARE」に出展（18～21日）

【会議】

［６月］

第８回理事会（10日）

第７回評議員会（26日）

【外部主催会議】

［５月］

JISC（消費生活技術）委員会（金丸、20日）

包装容器委員会（森川、26日）

［６月］

絵記号委員会（森川、23日）

【講義・講演】

［５月］

愛知県犬山中学校生徒に授業（森川、15日）

建築人間工学研究会で講演（松岡、16日）

明治学院大学共用品講座（森川、16日）

日本女子大学学生に講義（金丸、26日）

［６月］

帝京科学大学学生に講義（星川、３日）

早稲田大学学生に講義（星川、４日）

神奈川工科大学学生に講義（星川、30日）

アクセシブルデザインの総合情報誌
インクル 第97号
2015（平成27）年7月25日発行
"Incl." vol.15 no.97
©The Accessible Design Foundation of Japan（The Kyoyo-Hin Foundation）, 2015
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
東京都千代田区猿楽町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
松岡　光一
田窪　友和
本田　和枝
青山　泰隆
渡邉　道彦
一言　映子

執筆・協力（五十音順）　後藤　芳一
佐藤　豊彦
凌　竜也
関戸　菜美
中野奈津美
長谷部光子

印刷・製本　サンパートナーズ㈱

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。