

# インクル

The Periodical of Accessible Design

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

## 目次 contents

- |   |    |
|---|----|
| 東南アジアで視覚障害者の不便さ調査<br>～調査結果の集計はじまる～ (金丸淳子)                         | 2  |
| 「いつまでも元気に働くコツ」アンケート調査報告 (森川美和)                                    | 4  |
| (独) 国立科学博物館「2015夏休みサイエンススクエア」<br>8月4日～6日に子供向けワークショップ開催 (森川美和)     | 5  |
| イタリア・ミラノ万博開催<br>～世界中の「食」がミラノに集結～ (金丸淳子)                           | 6  |
| ディズニー・ダイニング・ウィズ・ザ・センス<br>加藤さんが体験したアイマスクでの時間 (星川安之)                | 7  |
| 専門店紹介 (2) 歯ブラシ専門店「Megadent (メガデント)」<br>電動歯ブラシ、もともとは福祉用具ってご存知でしたか? | 8  |
| 公益社団法人 日本包装技術協会 主催<br>今年も応募多数、盛大に開催された<br>2015日本パッケージングコンテスト      | 9  |
| 共用品・共用サービスに関する書籍 紹介   | 10 |
| <キーワードで考える共用品講座> 第88講<br>「社会の要請と共用品 (その6: 国連による貧困対策)」<br>(後藤芳一)   | 11 |
| <事務局長だより><br>出題と同等に大切な、回答への評価を伝える仕組み (星川安之)<br>共用品通信<br>奥付        | 12 |



# 東南アジアで視覚障害者の不便さ調査

## ～調査結果の集計はじまる～

『インクル』93号で報告したように、インドネシア、ミャンマー、ベトナムの東南アジア3カ国で行う視覚障害者の不便さ調査への協力依頼をしに、各国の4つの団体を訪問した。その後アンケート調査実施の準備が始まり、各団体と共用品推進機構とでアンケートの調査票を作成し、調査を行った。現在、当機構で調査結果の集計と各団体へのフィードバックのための報告書の作成を行っている。当初は1団体の回答数100名を目標にしていたが、予想以上のデータが集まり、最終的に調査結果の数は以下のとおりとなった。

9月1日現在、ベトナム盲人協会とインドネシア盲人協会の調査結果が完成しており、今回はこの2団体の調査結果を交え、報告を行いたい。

■調査実施期間：2014年11月～2015年2月

■調査実施団体と回答数

団体名	回答数
インドネシア女性障害者協会	100名（うち全盲80名、弱視者20名）
インドネシア盲人協会	50名（うち全盲34名、弱視者16名）
ミャンマー盲人協会	325名（うち全盲238名、弱視者87名）
ベトナム盲人協会	150名（うち全盲86名、弱視者69名）

### 1. 調査の目的

東南アジアへの共用品とその理念の普及を検討するため、各国の視覚障害者を対象に不便さ調査を行った。

### 2. 調査結果のまとめ方

質問数は20個で、そのうち9問は自由回答のため、自由回答からキーワードを探し、類似のキーワードはカテゴリーに分けて集計し、数値をグラフ化した。それぞれの障害者団体は、障害者の要望を政府、社会に訴え、障害者への理解と生活の向上を目指しており、この調査結果を陳情のためのエビデンスとして活用することを希望していたため、その目的に叶うよう、このような結果のまとめ方とした。

### 3. 調査結果

調査結果の報告書が完成したのは、今のところベトナムとインドネシアの2団体だが、意表を突く回答があった。便利なサービス等についての質問に、盲学校に合格したことなど、嬉しかったことを書いている人もいた。具体的な不便さについての質問に、不便なことは何もないと答える人もいた。後の項で、家族にすべてやってもらっているからだと分かった。あったらいいなと思う理想の機器（質問番号20）は、「人工の目」、「視覚障害があっても運転できる車」などが挙がっていたが、中には「ドラえもんのポケット」と回答した人もいた。

各団体ともアンケート調査自体に慣れておらず、また、質問用紙の母国語への翻訳のためか、調査結果に含めることができない回答もあった。それらの回答は削除している。現在集計途中の団体については、その団体の回答の傾向を見ながら、有意義な活用をしてもらえようまとめていきたい。

\*次ページに、ベトナムの調査結果の一部を掲載した。

<参考>調査結果の概要

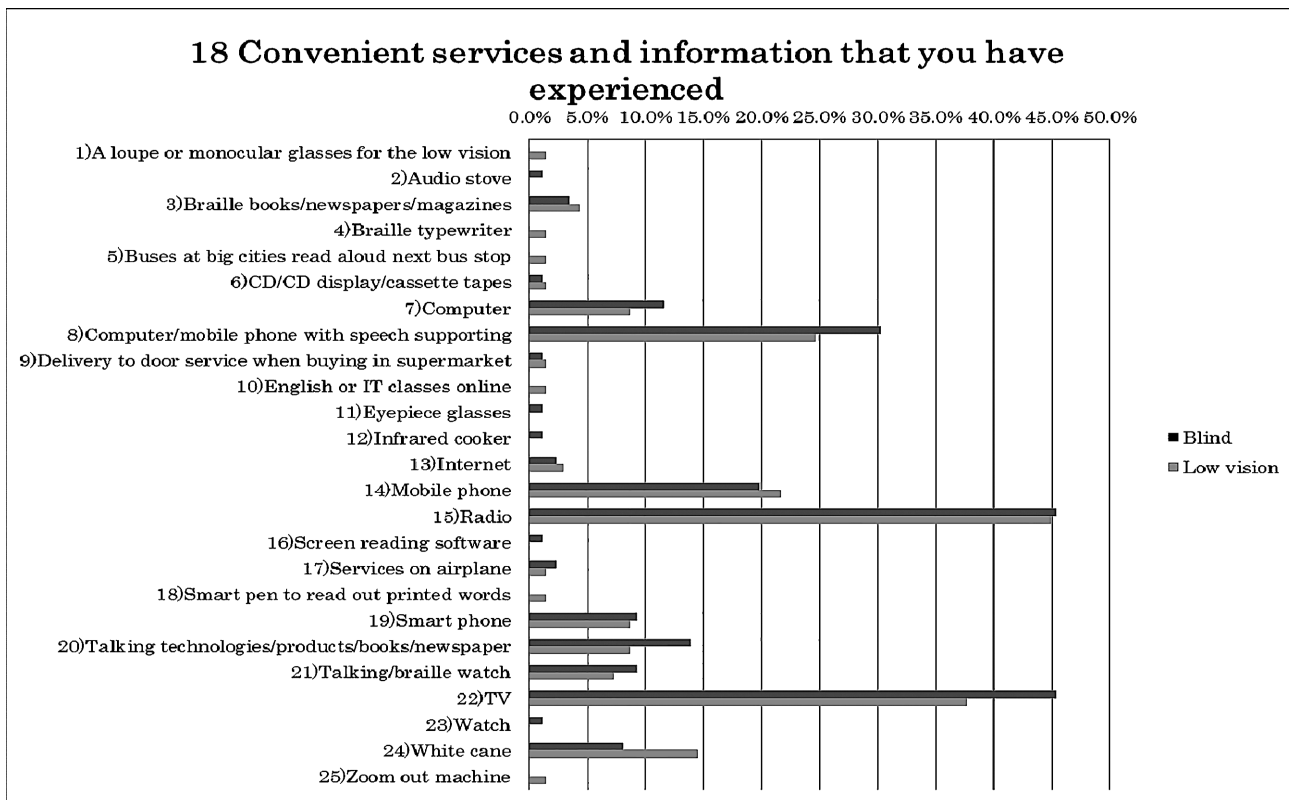
(1) 買い物で期待するサービスや設備

圧倒的にアシスタントやボランティアに対する要望が高かったが、点字表示、音声案内が必要と答える人も多かった。



(2) 日常生活で経験した便利なサービスや情報

テレビ、ラジオは言うまでもないが、パソコン、携帯電話、中でも音声読み上げ機能のついたものは、全盲、弱視を問わず、便利に使用されていると思われる。



かなまるじゅんこ  
(金丸 淳子)

# 「いつまでも元気で働くコツ」アンケート調査報告

(公財)共用品推進機構は、今年も、(一財)保健福祉広報協会が主催する2015年度国際福祉機器展(H.C.R.)の「高齢者・障害者等への生活支援用品コーナー～いつまでも元気で働く10のコツ展」に協力させていただくことになりました。

そこで、元気に働く高齢者の雇用を積極的に行っている(株)高齢社にご協力を頂き、257名の方々から「いつまでも元気で働くコツ」を伺い報告書としてまとめました。

これらの回答結果は展示会で紹介させていただく予定であるが、ここではその調査報告書の一部をご紹介します。

この調査は、今年の7月～8月にかけて実施し、257名の方々から回答を頂いた。このうち男性は77%、女性は23%で居住地は、関東近郊在住であった。

「職業」は設備管理、メンテナンス業務、営業、一般事務、家事代行・支援サービスや調査業務等で、様々な業種の方々にお答え頂いた。

「年齢」は、60代が52%、70代が44%で全体の9割を占め、「いつまで働きたいか」については、75歳位が48%、70歳位が22%、続いて80歳位が14%であった。

働く目的(複数回答)では全体の8割強の回答者が「健康のため」と答え、「経済面」と答えの方は6割程度で、「仲間作りのため」は1.5割程度であった。

## 「健康のために働く」、 「働くためには健康が必要」

年を重ねても元気に働くためには、どのようなコツがあるのだろうか。(以下は回答の一部である。)

### (心の持ち方)

- ・楽しむこと。
- ・笑顔でいること。
- ・自分でおもしろく心がけて働くこと。
- ・どんな時でも、お互い楽しんで付き合い、嬉しさを得ること。
- ・遅れず、休まず、出しゃばらず!
- ・業務に必要な知識を繰り返し確認すること。
- ・要求される技術・知識を高める努力。採用してくださる側が何を求めているのかを考えること。



・人から必要とされるよう努め、続けていくこと。  
(運動)

- ・一日一万歩歩くこと。
- ・体操を毎日すること。
- ・日常、体を動かすように心がけること。

(食事)

- ・腹八分目とすること。
- ・ゆっくりと心を落ち着かせながら食べること。
- ・お酒適量にすること。

(身だしなみ)

- ・身なりを整えること。
- ・清潔にすること。
- ・はつらつとすること。

(必要な持ち物)

- ・健康でいるためにはダラダラ歩きをしないこと、通勤の時は階段を利用すること。  
→履きやすい靴や万歩計
- ・転びやすくなったため、両手を自由にしておきたい。  
→軽くて丈夫なナップサックやリュックサック



展示会場では、コツ10カ条と共に、役立つ製品等の展示を行うので、是非お立ち寄りください。

第42回国際福祉機器展 H.C.R.2015

高齢者・障害者等への生活支援コーナー  
いつまでも元気で働く10のコツ展

日時：2015年10月7日(水)～9日(金)  
10時～17時

場所：東京ビッグサイト  
東6ホール内「特設会場C」

主催：(一財)保健福祉広報協会

もりかわみわ  
(森川美和)



# |(独)国立科学博物館「2015夏休みサイエンススクエア」 8月4日～6日に子供向けワークショップ開催

(公財)共用品推進機構は8月4日～6日の三日間、東京・上野の(独)国立科学博物館が主催する「2015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8年目。今年は現役の小学校の先生や大学生のボランティアに協力してもらい、子供達と有意義な三日間を過ごした。

平成19年(2007年)から毎年参加させて頂いている「夏休みサイエンススクエア」。昨年までは、参加した子供達に共用品の工夫例をいくつか伝えると共に、目の見えない子供が使用する「レーザーライター(表面作図器)」を使って「触って分かる絵」を作成してもらっていた。完成した作品は持ち帰ることができるため、毎年たくさんの参加を頂いていた。

保護者からも、この経験を通じて、「目が見えないとはどういうことかを知ると共に、目の見えない人にとって触って分かる工夫はとても役立つが、それ以外にもどのような工夫が役に立つかを知ることができた」と好評を頂いていた。

7年間取り組んできた結果、子供達はこの触って分かる絵を通じて、目の見えない人達に分かりやすい多くの工夫点を考えたり、作り出したりすることが分かった。そのため、子供達の感性をさらに引き出すため、今年はこれまでとは違った取り組み方が必要ではないかということになり、望月庸光理事(元オリエンタルランド)にこの企画の協力を仰いだ。

ちょうどその頃、印刷博物館(東京都文京区水道)で「みんなにうれしいカタチ展」(以降「カタチ展」)が開催されており、カタチ展の企画に協力させていただいた星川安之専務理事や望月理事が、「カタチ展で使用している白いパッケージが利用できれば、子供達の感性が引き出されるかもしれない」と、すぐにカタチ展を担当されていた凸版印刷(株)の山崎丹さんに相談した。山崎さんは印刷博物館のご担当者にご連絡を取ってくださり、会期後に多くの白いパッケージを無償でご提供くださった。

\*\*\*

このイベントはインターネットにて事前に予約が必要であったが、予約開始日が始まると、1日4回の席は、あっという間に満席になり、残念ながら当日受付ができない程であった。また毎年、

弊機構のイベントを待っている子供達もおり、新規の企画も心から楽しんでくれた。

子供達は、それぞれ様々な白いパッケージの中から好きなものを選び、シールやテープ、浮き出すペンや、クリップ、輪ゴムなどを使って、市販の形ではない形に切ったり貼ったりしながら作成していた。

また一人一人に準備したアイマスクを使って、完成度を確かめ、「帰宅してからも身の回りのものを触ってみたい」と言いながら会場を後にしていた。



(写真) シールと浮き上がるペンを使って、「くっきいが65こ」入っていることを知らせる工夫を考えた女の子



(写真) 何度も触った感覚を確かめながら作品を作っていく男子と、その姿を見守るボランティアの大学生

\*\*\*

来年も新しい企画を考えつつも、これまでのレーザーライターを使った「触って分かる絵」も好評のため、内容を考えながら、子供達に楽しんでもらえるイベントを考えていきたいと思う。

(森川美和)

「みんなにうれしいカタチ展」の様子は『インクル96号』でお伝えしています。

Official Participant

EXPO

MILANO 2015  
FEEDING THE PLANET  
ENERGY FOR LIFE

# イタリア・ミラノ万博開催 ～世界中の「食」がミラノに集結～

■会期：2015年5月1日～10月31日  
■テーマ：「地球に食料を、生命にエネルギーを」  
＜日本館＞

□日本館出展テーマ

「Harmonious Diversity - 共存する多様性 -」

□メインメッセージ

日本の農林水産業や食を取り巻く様々な取り組み、「日本食」や「日本食文化」に詰め込まれた様々な知恵や技が、人類共通の課題解決に貢献するとともに多様で持続可能な未来の共生社会を切り拓く。

□サブメッセージ

いただきます、ごちそうさま、もったいない、おすそわけの日本精神が世界を救う。



(写真1)：日本館

現在、イタリア・ミラノ市で万博が開催されています。今回のテーマは「食」。世界中から集まった国が、自国の食材、食の歴史を紹介し、パビリオンに併設されているレストランでも自慢の料理を提供しています。

日本館は、日本の四季、和食の食材を展示で紹介し、アプリで体験し、シアターでは来場者も参加して楽しめるパビリオンです。隣のレストランでは日本でもおなじみのファーストフード、高級料理店が入り、海外での食材の調達は難しいそうですが、それでも工夫して日本の味を提供しています。

今回の万博で共用品推進機構は、日本館のバリアフリー研修の講師を紹介させていただきました。講師を探して日本国内の障害者団体、学識経験者の方たちに問合せをしましたが、イタリアの障害

者についてはなく、全く異なる分野の関係者の紹介で、講師にふさわしい方を見つけることができました。研修の成果もあり、現在では優先入館の誘導などもうまくいっているようです。

問題は入館までの待ち時間。日本館は今回の万博でも大人気で、待ち時間が100分から2時間を超えることもあるようです。見学した日の最高気温は35度。ミラノにしては異常気象というほどの気温が続いていて、日陰で待てる時間は短く、忍耐が必要でした。

でも、そこは食の万博。休憩したくなったらビールスタンドやジェラートショップでちょっと一息、長時間待ってパビリオンを見学しなくても、他にも楽しみはあります。



(写真2) 日本館の待ち時間



(写真3) 万博のパレード

国内の旅行社で、ミラノ万博ツアーも企画されています。9月に入り、ミラノの気温も下がってきたようなので、秋に海外旅行の行き先がまだ決まっていない方は、行ってみる価値あります！

(金丸淳子)



# ディズニー・ダイニング・ウィズ・ザ・センス 加藤さんが体験したアイマスクでの時間

<http://www.disneyhotels.jp/fantasy/tdh/event/dds/>

## ■全盲でアイマスク

「楽しかった！」の次が、「気を使わないから気持ちがとても楽だった」は、「ディズニー・ダイニング・ウィズ・ザ・センス」に参加し、終わった直後に加藤満裕美さんが、湧き出る感情をそれでも抑えながら語った感想である。加藤さんは、白杖の使用者、全盲である。

このイベントは、舞浜の東京ディズニーランドに隣接の東京ディズニーランドホテルの宴会場で3年前から夏と冬に数日間行われている。

他の月は披露宴やパーティ会場として利用されている場所で、複数名が一つのテーブルに着き、最大で約100名が同じ空間でフルコースを食べるのだが、大きく違うことがある。それは、その食事会に参加する人全て、会場の前で「魔法のアイマスク」をすること。アイマスクを装着し終わると、スタッフは参加者が前に出した両手を下から軽く支え、後ろ向きで席まで誘導してくれる。その間、足元の感覚が変わることをタイミング良く伝えてくれ、席の前までくると、参加者の手を椅子の背に誘導し、安全に座れるように言葉かけをしてくれる。参加者は、部屋の広さも、スタッフや参加者がどこにいるのかもこの時点では分からない。

ただし、このフルコース、ディズニー映画の中から設定がされ、今回加藤さんが参加したのは、リトルマーメイド。人魚姫のアリエルが人間の王子エリックに恋をし、苦難を乗り越え人間となり陸で暮らすところで終わるハッピーエンドの物語である。そしてこのイベントは、そのハッピーエンドの何年後か、アリエルの海での仲間をフルコースの宴会に招待する設定になっている。しかしその設定が視覚的にどのようになっているかは、誰も見えない。そこで登場するのが、物語の進行役“マジカル・シェフ”。「全てのお客さまが、お揃いになりました。今からは始めることにいたしましょう」。緊張感たどよう空気の中で期待と不安の時間が始まった。

「すでに皆様のテーブルの前には、すでに、一品目が置かれています。そーと手を前に伸ばしていただき、そのまま手で召し上がってみてください」。一斉にとっても、何も見えないので一斉かどうかの確認はないが、手でテーブルをさぐる音と共に、「えっ、どこ?」、「あつ、おいしい」、いちいち「母音+っ」を付けた声を立てる独り言があちこちで聞

こえは始める。

「いかがでしたか?」と、一品目を参加者が食べ終わる頃合いを見て、進行が続く。「では、まずお隣の人、前の人、そして斜め前の人に手をさしだしながら、あいさつをしてみてください」。

相手がどんな人か見えないため、頼りは声。声の位置で、どのくらい離れているかを確認し、握手を交わす。

ここまでは、全盲の加藤さんにとって日常生活と大きく変わることがない。しかし大きく変わるのは、同じテーブルの他の同席者達もアイマスクにより加藤さんと同じ状況。しかも、彼女のことを視覚障害者だと誰も気づいていないことである。

進行役は、「今出た食事の材料には何が入っていると思いますか?」を、参加者に挙手を求め聞き、その都度、会場の参加者間の一体感が増していく。

更にスパークリングワイン、白ワイン、赤ワインと出てくるアルコールの力もあり、テーブルでの会話は弾んでいく。

加藤さんのテーブルの4人は、彼女を含め全員初参加、一人だけの男性は、他のテーブルにいる職場の仲間と参加、事前にリトルマーメイドを見て予習してきたと話すと、20歳と自己紹介した女性が「私、そういう方とお付き合いたい」に、男性「えっ、私孫もいるのですが」との会話に4人で大笑いとなった。

## ■普段から、異なる説明にも臨機応変

「楽しい時は一瞬で過ぎる」という言葉が自然と頭に去来するほど時間がたつのが早かった。進行役の“マジカル・シェフ”が「最後のコーヒーが、お皿の上にあります」と説明した。

加藤さんは、皿の上を触ってカップがないことが分かれると今度は皿の奥に手を伸ばし難なくコーヒーカップに辿り着いた。けれど、他の3人は皿の上を触り「ないね」と言っているのので、「お皿の奥にあると思います」と教えてあげた。

いつもは、教えてもらう側。それが逆に、見える人に場所を教えている自分を見つけた。

コーヒーを飲み終えたところで、このイベントはお開き。来た時と同じように、アイマスクをしたままロビーに誘導されそこで、加藤さんは、そっとアイマスクを外し、いつもの日常にいつもと少し違った自分になって戻った。

ほしかわやすゆき  
(星川安之)

## 専門店紹介 (2) 歯ブラシ専門店「Megadent (メガデント)」 電動歯ブラシ、もともとは福祉用具ってご存知でしたか?

<http://www.megadent.co.jp/>



### ■きっかけはわが子の「不便さ」の体験

店に入ると色とりどりのパッケージや商品がところ狭しと並んでいます。その数1000種類以上。「メガデント銀座店」はドイツ生まれの歯ブラシ専門店。ドイツ人企業家が1997年に設立しました。きっかけはお子さんの口腔内の病気。当時オーラルケア製品の正しい選択の仕方を、網羅的な商品知識をもって教えてくれるところがなく、自ら困った経験から、同じ境遇の人達に同じ思いをさせたくないドイツのデュッセルドルフに第一号店を開店しました。その後ヨーロッパを中心に広がり現在では9店舗を展開するに至っています。日本の店舗は今から6年前、2009年2月にオープンしました。

### ■ドイツの専門店 (Fachgeschäft)

ドイツと日本では店の仕組みが異なっています。ドイツでは「夜は寝る時間、日曜は教会に行く日」という習慣により、多くの店は夜と日曜、閉まっています。また、ドイツにはコンビニエンスストアがない為、専門店が市民にとってとても重要な存在となっています。この“専門店”も日本の場合と異なり、「その店で販売している製品を専門的な知識をもって説明できる人がいること」が条件になっています。メガデント社は、Zahnpflege-Fachgeschäft (オーラルケア・スペシャリスト) という資格を取得して運営しているお店なのです。

### ■もともとは“福祉機器”だった電動歯ブラシ

店長の酒向 淳<sup>さこうじゅん</sup>さんに「上肢や指先の力が弱い人にはどんな歯ブラシがお勧めか」と尋ねました。「まず柄が太くなっているものの中からその人の手の甲の幅を目安にして適したサイズを選びます。さらに力が弱い人には電動歯ブラシをお勧めしています。もともと電動歯ブラシは、肢体不自由の人のために開発されたのですよ」…これは初耳でした。日本では2010年4月にパナソニック社が電池式で安価な電動歯ブラシを発売。その3か月後には50万本、半年で100万本、9ヶ月で150万本と1年でそれまでの電動歯ブラシの市場規模を2倍に拡大しました。

この電動歯ブラシ、実はアメリカのオプティバ社が1990年代に肢体不自由の人に向けて開発したのが始まりです。これを一般用に改良して販売したとこ

ろ富裕層に人気となり、日本人もハワイのお土産として購入するようになりました。その後、フィリップス社が同社から毛先を5ミリ左右に振る特許ごと買い取り、今に至っています。一方でブラウン社が異なる振動方法 (オスシレーション式) による特許を取得し、ほぼこの2社で独占していたところに、前述のパナソニック社が軸を中心に8の字を描きながら電池で動く小型の美容家電タイプを日本で発売したところ、大ヒットに繋がりました。このヒットは結果として歯の美容だけでなく、健康にも大きく貢献していると酒向さんは話します。

### ■「8020運動」

「8020運動」という運動をご存知でしょうか? これは、80歳になっても20本以上は自分の歯を保とうと厚生労働省が進めている運動です。100カ国以上のDMFT指数 (永久歯のう蝕状況) を公開している世界保健機構 (WHO) のGlobal Oral Data Bank (世界口腔情報データ) によると、80歳で一番歯が多く残っている国はスウェーデンの26本。これに対して日本は14本で、なんと12本もの差があります。

### ■12本の差の原因

この原因について「大きく2つの要因が考えられます」と酒向さんは話してくれました。一つは、幼い時から歯を磨くことが「自己責任」として浸透している欧州と、浸透していなかった日本の違い。もう一つは、スキンケアの一環としてオーラルケアを行っている欧州に対し、オーラルケアを重視してこなかった日本の違いではないかとのことです。日本では、口紅を年平均10本購入するのに対して歯ブラシは年平均4.5本しか購入していませんでした。しかし近年日本でもオーラルケアの重要性が見直されており、2005年に24.1%だった8020達成率は、最新 (2011年) のデータによると38.3%にまで改善されています。

### ■出発点は不便さ

メガデント設立のきっかけは、「不便さ」と共に、その不便さを多くの人の便利さに変えるという発想。共用品の考え方に共通するところが多く、大きな感銘を受けました。

(文責 星川安之)



公益社団法人 日本包装技術協会 主催

今年も応募多数、盛大に開催された

## 2015日本パッケージングコンテスト

### ■パッケージングコンテストとは？

公益社団法人日本包装技術協会は、平成9年度より、その年度に発売されたパッケージの中から優秀な作品を選出しその開発技術を普及する目的で表彰を行ってきています。

今年は、8月27日、東京文京区の東京ガーデンパレスにてその表彰式が行われました。賞は大きく3つに分かれています。

経済産業省、日本商工会議所、日本貿易振興機構（ジェトロ）など、10の機関がそれぞれ選出しその機関の名称の付いた「ジャパンスター賞」14作品がまず、表彰されました。

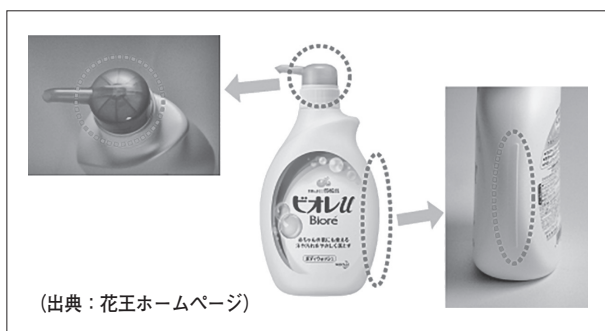
今年の経済産業大臣賞は、TOTO(株)が開発した“感嘆”開閉BOX「PON-TA」。テープを使わずに開閉が楽にできる輸送箱で、審査会から高い評価得た作品です。

### ■ジャパンスター賞

この「ジャパンスター賞」の中には、平成24年度から「共用品推進機構 理事長賞」を設けていただいております。障害の有無や年齢の高低に関わりなく共にやすいパッケージを表彰させていただいております。

本年度の「共用品推進機構 理事長賞」は、花王株式会社が、今年の4月に発売したボディソープ「ビオレU 全身洗淨」です。同社は、平成3年10月に発売したシャンプー容器の側面にギザギザを付け、目の不自由な人もリンス容器と触って識別できるようにされました。また同社はこの工夫に実用新案を取得されましたが、広がるのが大切との考えで、その権利を無償で公開、今では国内のほとんど企業のシャンプー容器に同じ工夫がされています。そのルールは平成12年に日本工業規格（JIS）となり、平成23年には国際規格にもなりました。

その後、「ボディソープに関しても触って識別



ができたらいのに」と、目の不自由な人たちからの声があり、平成26年、包装に関するJISの見直しの際、縦1本の凸線を、ボディソープ容器の印とし、上部と側面に付けることが推奨されました。

JIS制定の際にも尽力された花王（株）は、JIS制定後、真先に縦1本の凸線をボディソープ「ビオレU 全身洗淨」に付けられ多くの人の利便性に貢献されています。

2つ目は、部門賞で「食品包装」から「大型・重量物包装」まで13に分かれ表彰されました。

### ■アクセシブルデザイン包装賞

最後の部門は、包装技術賞という分野で、この中には、「アクセシブルデザイン包装賞」という部門があります。

今年はこの賞に下記の4点が表彰されました。

#### ◎特選本香りねりスパイス／シリーズ

ハウス食品グループ本社（株）

工夫点されている主の点は、内容物が最後まで絞りやすいチューブ肩部の形状、開封しやすいキャップなどがあがっています。

#### ◎オーブ クチュール ブライトアップアイズ

花王（株）

年齢の高低に関わりなく簡単でしかも綺麗にアイシャドウを実現できる。また箱も開けやすい工夫がされています。

#### ◎アクティベスト ダブルカルシウム&グルコサミン（株）ポーラ

効果のある部位をイメージできるイラストをパッケージごとに表示し、一目で分かるようにしています。

#### ◎ガドピスト静注1.0mol/L バイエル薬品（株）

色弱者にも識別しやすいシリンジ個装箱を開発しました。

#### ◎CHARMY Magica ライオン（株）

ボトルの押しやすさとキャップの掴みやすさと共に、泡とびをおさえる設計が特徴です。

### ■世界へ

日本パッケージングコンテストで受賞された作品は、アジアスターコンテスト（主催：アジア包装連盟〈APF〉）、ワールドスターコンテスト（主催：世界包装機構〈WPO〉）への出品資格が得られ、アジアスター賞、ワールドスター賞をめざして世界各国からの作品と競い合うこととなります。

(文責 星川安之)

# 共用品・共用サービスに関する書籍 紹介

## ■『2015年 リウマチ白書』

リウマチ患者の実態〈総合編〉

発行・編集：公益社団法人日本リウマチ友の会



リウマチ白書は、1985年から5年ごとに、日本リウマチ友の会の会員自ら、患者会員及び医療・介護従事者等会員約15000人に対しアンケート調査を行い、それを集計・分析して作られています。

この白書の特徴の

一つは、会員自ら検討・分析していることで、分析した文書が一人称になっていることです。一人称になっていることで読む側は、リウマチ患者と直接対話している力を受けとることができます。

もう一つの特徴は、リウマチ患者が社会や医療に望むことが一方通行ではなく、医療・介護従事者等がリウマチ患者に望むことも調査・集計・分析されていることです。

日常生活で困難なことは、牛乳パックを開けること、掃除機をかけたり、拭き掃除などの家事をすること等があげられ、良く使う自助具に容器のオープナー、孫の手、リーチャーなどがあがっています。

一人称でしかも双方向の今までのリウマチ白書が、多くの医療従事者、療育関係者等に読まれてきたことで、リウマチに関する研究や制度が進んできたといっても過言ではありません。

モノづくりや各種サービスを提供されている方に、是非一読いただきたい書籍です。

送料込み800円で希望者に販売されています。お申し込みは、下記までお願いいたします。

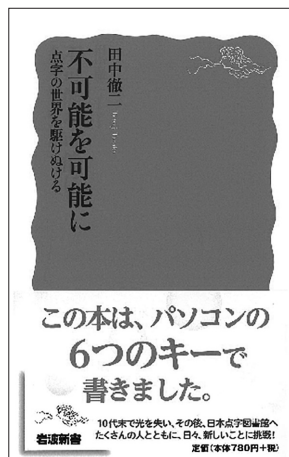
公益社団法人 日本リウマチ友の会

電話 03-3258-6565 FAX 03-3258-6668

## ■不可能を可能に～点字の世界を駆けぬける～

田中徹二著

発行：岩波書店 2015年8月20日発刊



この本を執筆された田中徹二さんは、共用品推進機構の発祥の地でもある社会福祉法人日本点字図書館の理事長を長く務め、その間、視覚障害者の生活が安全で楽しくなっていくことに大きな力と時間を使ってこられました。この本を読むとそのこ

とがよく分かります。

前半では全盲になった経緯から、今でいうリハビリテーションを行い、東京都心身障害者福祉センターを経て日本点字図書館の館長その後理事長に至るまでの経緯が、多くの人との出会いと交流と共に描かれています。

中盤では、日本点字図書館創立者である本間かずお<sup>ほんま</sup>さんの功績及び多くの人に支えられて進んでいる同図書館の事業を紹介しています。

そして後半では、バリアフリーをめざしてと題して、アクセシブルデザインの意義と経過を紹介し、更にはその国際化の重要性を語っています。

田中さんは、共用品推進機構発足以来評議員を務めアドバイスはいつもの的確です。

以前田中さんに、「今の仕事以外だったら、何になりたかったか？」と聞いたところ即座に「ジャーナリスト」という返事が返ってきました。組織を任された立場の人の多くは、自分の組織や事業を客観視できないことが多々あるように思います。

田中さんの本は、「責任ある立場でも、常に客観視することが大切」と、縦の軸が教えてくれています。

(文責 星川安之)

## 「社会の要請と共用品（その6：国連による貧困対策）」

ごとうよしかず  
後藤芳一（日本福祉大学客員教授、東京大学大学院教授）

国際的な広がりがある大きい**社会的課題**<sup>①⑤⑧②⑦③①③②⑦③～⑦⑦③～⑧③③～⑧⑦</sup>（小さい添え字<sup>①～⑧⑦</sup>は、同様の用語が本講の第1～87講に既出であることを示す）には、**国連**<sup>⑦～⑧③④</sup>を始めとする国際機関（例：国連開発計画〈UNDP〉、世界保健機関〈WHO〉、国連児童基金〈UNICEF〉）や**各国政府**<sup>①②④⑦⑧⑫⑬⑮⑰～⑲⑳⑳⑳④①⑤⑦⑧⑨⑩～⑪⑦</sup>が協力して取り組む場合がある。**貧困**<sup>⑥⑧⑩⑪</sup>の撲滅は、国連がミレニアム開発目標（Millennium Development Goals: MDGs）を設け、関係機関とともに今年まで15年間取り組んできた。

### 1. 背景

1980年代は多くの途上国で**市場経済**<sup>②④～⑥⑫⑬⑱⑳</sup><sup>⑳～㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺</sup>によって開発した結果、貧困を悪化させた。その反省もあって1990年代は貧困への関心が高まり、世界社会開発サミット（1995年）で人間中心の社会開発を目指し、世界の絶対的貧困を半減させるという目標を掲げた。OECD-DAC（経済協力開発機構の開発援助委員会）の新開発戦略では国際開発目標（1996年）として2015年までに極端な貧困人口の割合を半減させるという目標を掲げた。

国連はミレニアム・サミット（2000年）で採択したミレニアム宣言を基にミレニアム開発目標（MDGs）をまとめた。MDGsは開発に関する国際社会の共通目標であり、人間を開発の中心に置く国際潮流を発展的に統合したという意義がある。

### 2. 8つの目標

MDGsは8つの目標と、その下に21のターゲットと60の指標を設定した。大半の目標は1990年が基準年、2015年が達成期限である。

8つの目標は次のとおりである。①**極度の貧困と飢餓**<sup>②③④</sup>の撲滅（1日1.25ドル未満で暮らす人口<sup>④⑥⑦⑧⑨⑩</sup>の割合を半減、飢餓人口の割合を半減）、②**初等教育**<sup>⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳</sup>の完全普及（すべての**子ども**<sup>㉑㉒㉓</sup>が男女の区別なく初等教育全課程を修了）、③**ジェンダー平等推進と女性の地位向上**（すべての教育レベルで男女**格差**<sup>㉔～㉕</sup>を解消）、④**乳幼児死亡率の削減**（5歳未満児の死亡率を3分の1に）、⑤**妊産婦の健康の改善**（妊産婦の死亡率を4分の1に）、⑥**HIV／エイズ、マラリア、その**

**他の疾病**<sup>㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲</sup>の蔓延の防止（HIV／エイズの蔓延を阻止し、その後減少）、⑦**環境**<sup>㊳～㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺</sup><sup>㉛～㉜</sup>の**持続**<sup>㉝</sup>可能性確保（持続可能な開発の原則を国の政策に反映、**安全**<sup>㉞</sup>な**飲料水**<sup>㉟</sup>と衛生施設を利用できない人口の割合を半減）、⑧**開発へのグローバルな協力**<sup>㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸</sup>の推進（貿易や金融システム、後発開発途上国などの特別なニーズへの対応、民間と協力し**情報・通信**<sup>㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup><sup>㉛①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳</sup>の**新技術**の利益を得られるよう）である。

### 3. 最終評価

国連は、目標の最終年である2015年までに次のような成果が得たとしている。①1日1.25ドル未満で暮らす人口は47% /1990年→14% /2015年、開発途上地域の栄養不良者の割合は1990年の半分に、②開発地域の小学校就学率は83% /2000年→91% /2015年に、③すべての開発途上地域で初等、中等、高等教育で男女格差を解消、④世界の5歳未満幼児の1000人当たり死亡率は90人/1990年→43人/2015年へ半分以下に、⑤妊産婦死亡数は380万人/1990年→210万人/2013年に45%減少、⑥HIVへの新規感染は2000年→2013年に40%減少、感染者数は350万人→210万人に、⑦改良された飲料水源を用いる世界の人口比率は76% /1990年→91% /2015年に、⑧ODA（政府開発援助）が2000年→2014年に実質66%増え、インターネット普及率は6% /2000年→43% /2015年となった。

### 4. 今後

国連は、MDGsは貧困撲滅の取組みとして歴史的に最も成功したとする。ただ、女性、子ども、若者、障害者、紛争地域の人々を含む包摂的成長が求められ、個々の事情に着目した「人間の安全保障」が課題だ。

それには、自然災害が貧しい人たちを直撃する対策として「防災」、すべての人々が基礎的保健医療サービスを受けられる「ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ」、生計を立て貧困を脱する「**雇用**」<sup>㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup><sup>㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿</sup>を伴う成長が必要だ。2012年頃から国連で「ポスト2015開発アジェンダ」が検討されている。本年9月の国連総会で新目標として決議し、2016年から開始される。



# 出題と同等に大切な、回答への評価を伝える仕組み

## ■オセロとシャンプーの共通点

1973年に発売された時、盤ゲームの「オセロ」は幅広い年齢層に人気となった。しかし当時それを楽しみたくても叶わない人たちがいた。駒の黒色と白色の区別が困難な目の不自由な人たちだ。

発売から3年後の1976年、駒の表裏の手触りが異なるオセロが発売された。駒に触れるだけで白と黒の区別がつく「盲人用オセロ」だ。見えない人達からの要望がメーカーに届き、メーカーがそれに応えた結果である。盲人用具を専門に扱う日本点字図書館で販売されたため、目の不自由な人たちに普及し、盲人用具におけるヒット商品となった。このように当事者の問いかけに応えたオセロのメーカーは、さらに“駒をつままなくても遊べるオセロ”も開発・販売した。「盲人用オセロ」の件を機に、駒をつまむことが困難な人がいることを知り、メーカー自らが動き出したのである。

1992年に発売された容器の側面にギザギザの凹凸の付いたシャンプーは、目の不自由な人が触ってシャンプーとリンスを識別できるように開発された。当時は一社だけの取り組みだったが、今では国内で販売されているほとんどのシャンプー容器に、このギザギザが付き、目の不自由な人ばかりでなく、髪を洗う時目をつむる大多数の人の利便性につながっている。

一昨年の2013年、共用品推進機構に視覚障害の当事者団体から一通の要望書が届いた。そこには、“シャンプー容器のギザギザは便利に利用している。けれど、ボディソープの識別はいまだにできない。何とかしてほしい”という趣旨が書かれていた。

さっそく複数の関係機関で集まり解決策をあれこれ思索した。その結果、この4月から容器の上部や側面に一直線状の凸線の付いたボディソープが市販され始めた。



事務局  
長  
だより

星川  
安之

視覚障害当事者の要望が日本工業規格（JIS）に反映された結果だ。

## ■評価することの意味

市場とメーカーは、問題を出す教師とそれを解いて回答を提出する生徒の関係に似ている。教師（市場）に、生徒（メーカー）が常に望んでいることはなにか。それは、的確でタイムリーな問題提起と共に、それに対して生徒が試行錯誤のうえ導き出した回答への評価である。

盲人用オセロの場合、盲人用具専門店のみで販売したため売れ数が把握でき、メーカーは評価を受け取り、次のステージに進めた。シャンプーの場合は、「日本発、世界初の工夫、業界横断」など、マスコミが取り上げやすいフック、つまり話題性や新規性があったことで、多くの報道が当事者の声と共に取り上げ、それが評価となりメーカーに届けられた。

障害の有無に関わらずより多くの人が使え共用品が今後更さらに増えると、福祉用具専門店だけでなく、一般の店でも販売され、マスコミ向けフックに乏しい商品も増えてくる。普及とはそういうことではないだろうか。回答に対し、教師から評価がないと、生徒はその場で堂々めぐりを始めるか、その問題を解くのをやめるか、トンチンカンな方向に向かうなどの可能性が高い。

普及の鍵となる回答に対する評価の仕組みを改めて考えている。  
(星川安之)

## 共用品通信

### 【イベント】

【7月】

平成26年度活動報告会（6日）

【8月】

夏休みサイエンススクエア2015(望月庸光理事・森川、4～6日)

跡見学園女子大学よりインターンシップ（3日～14日）

### 【会議】

第1回AD本委員会（9日）

第1回トイレ検討委員会（21日）

第1回操作性WG委員会（28日）

【8月】

第1回点字JIS改正検討委員会（27日）

### 【外部主催会議】

【7月】

第1回宿泊施設作業部会（星川、8日）

第1回ライター規格原案作成委員会（本委員会）（金丸、13日）

第1回静岡県UD推進委員会（静岡）（星川、16日）

第3回JISC高齢者・障害者専門委員会（森川、22日）

第3回消費生活技術専門委員会（金丸、28日）

第1回接遇・心のバリアフリー作業部会（金丸、29日）

【8月】

第1回AAL国内対応委員会（星川、7日）

### 【講義・講演】

【7月】

神奈川福祉保健大学の学生に講義（星川・金丸、8日）

【8月】

早稲田大学（後藤芳一・星川、5日）

アクセシブルデザインの総合情報誌

## インクル 第98号

2015（平成27）年9月25日発行

"Incl." vol.15 no.98

©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  
田窪友和  
本田和枝  
青山泰隆  
渡邊道彦  
一 映子

執筆・協力 後藤 芳一  
(五十音順) 関戸 菜美  
中野奈津美

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。