

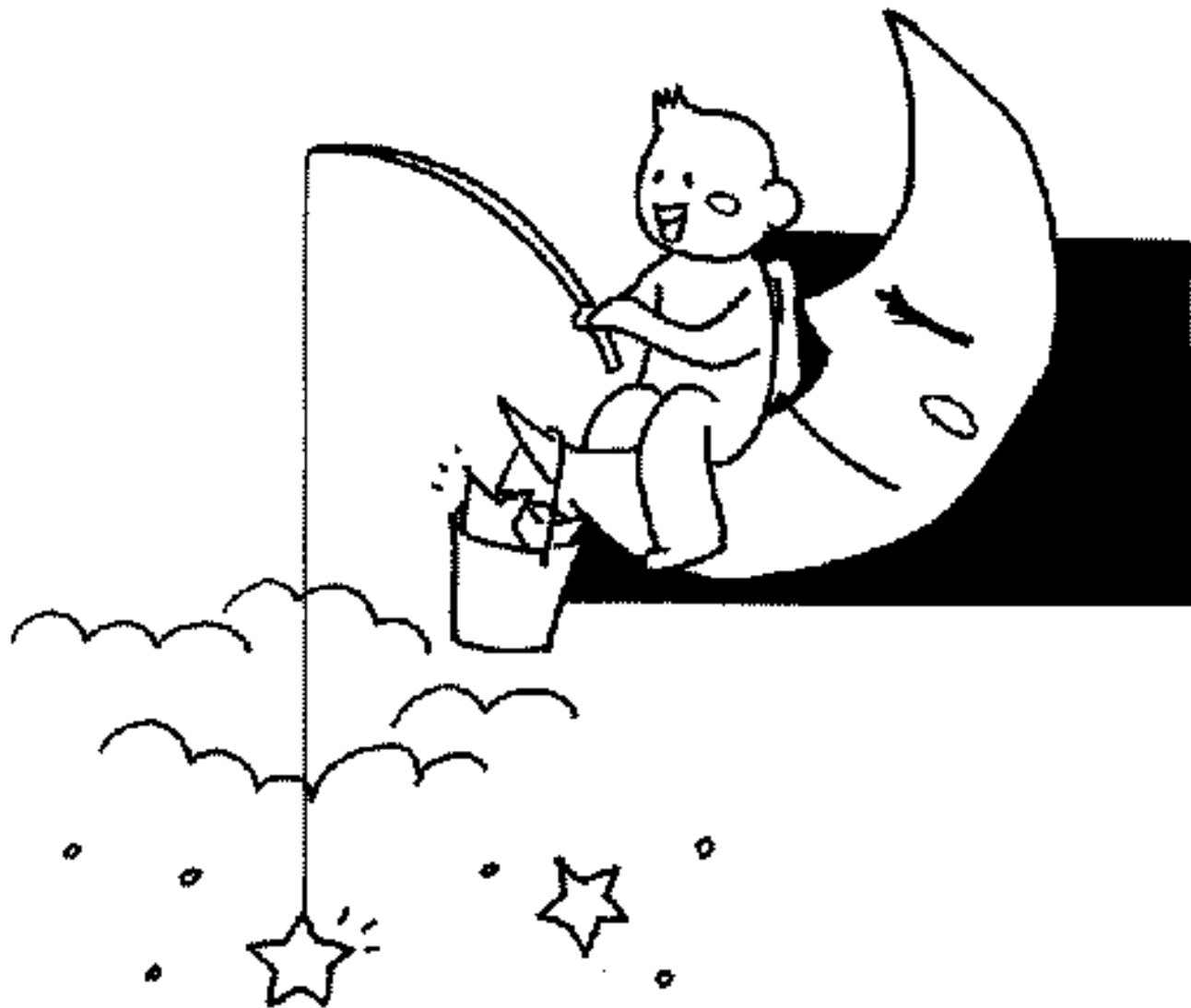
インクル

創刊号

財団法人 共用品推進機構

〒101-0064
東京都千代田区猿樂町
2-5-4 OGAビル 8階

"Incl." by The Kyoyo-Hin Foundation



目次 / Contents

・妖精『インクル』誕生 2	・シリーズ・Kyoyo人 第1回 鴨志田厚子さん((財)共用品推進機構理事長)..... 10
・特集：ISO、「共用品の国際標準化」最新動向 2000年春の最終案提示に向けて、検討作業急ピッチ 3	・共用品推進機構ニュース 11
・進む米国のユニバーサルデザイン化(花島 弘)..... 6	・ニュース&トピックス：プレクスター、松下電器産業 12
・共用品、「1兆円市場」に 速報・97年度共用品市場規模調査(万代善久)..... 7	・キーワードで考える共用品講座 第1講：共用品の意義(後藤芳一)..... 13
	・ザ・レビュー 14
	・『インクル』からのお願い 15

妖精『インクル』誕生

はじめまして。共用品情報誌『インクル』創刊号をお届けします。

『インクル』という名前は、ここ数年、障害児教育の現場で語られはじめた新しい教育の理念「インクルージョン」(包括的教育理念)をヒントにして付けたものです。

「障害のある子どもとそうでない子どもは別々の教室で過ごした方がよい」という考え方(エクスクルージョン)に対して、むしろ「同じ教室で一緒に過ごすことこそがよいのではないか」というのがインクルージョンの考え方。

そこには、「世の中は多様な個性が存在し合う混沌としたものだから」という社会観が背景にあります。

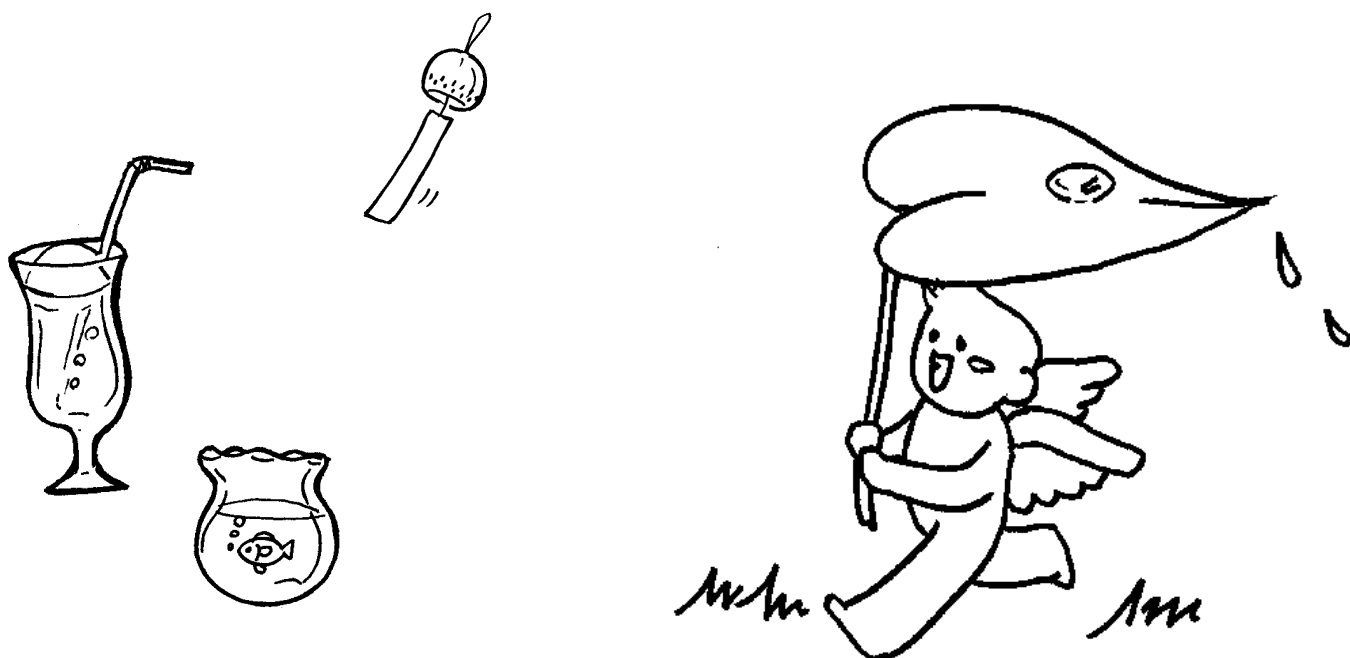
私たち共用品推進機構もまた、ごく自然にインクルージョンな気持ちを持った人たちの集まる「教室」で、共用品や共用サービスはそうした人々の「本当に良いモノとは何か」という「問いかけ」から生まれた、モノ作りの思想なのかも知れません。

でも、思想というと大げさなので、妖精にしてみます。『インクル』という名前の、「他人を思いやる、モノ作りを楽しめる人の前に現れる」妖精です。

暗やみの中で、うっすらと、けれども確かに光を放つ妖精『インクル』が、これから先のさまざまなモノ作りやコト作りの道しるべになれば、と願っています。

未永く、応援してください。

(文・山名 やまな 清隆、イラスト・牧内 まきうち 智子)



特集

ISO、「共用品の国際標準化」最新動向

2000年春の最終案提示に向け、検討作業急ピッチ

ISO(国際標準化機構)のCOPOLCO(コポルコ：消費者政策委員会)における共用品・共用サービスの国際規格化に向けた検討作業が、佳境を迎えている。5月にアメリカ・ワシントンDC近郊で開かれたコポルコ総会では、具体的なガイドラインづくりのための「マトリックス表」を作成することが決まった。この問題の議長国を務める日本としては、来年春にも最終案を各国に提示したい考えで、最短で進めば、2001年前半にも共用品・共用サービスの“ISO化”が実現する。今後の展望と課題を探った。

(高嶋 健夫)

日本の提案によって、 検討作業がスタート

まず、共用品・共用サービスのISO化に向けたこれまでの経緯を振り返っておこう。

検討作業が始まったのは、昨年5月。チュニジアのチュニスで開かれた第20回コポルコ総会で、日本からの提案によって「高齢者・障害者ワーキンググループ(WG)」の設置が満場一致で採択された。

同WGの役割は、高齢者や障害者のニーズを製品・サービス・環境などの設計に反映するために、基本原則や考慮事項などをまとめた文書を作成すること。これはコポルコ総会の決議を経て、ISO加盟各国に提示されたのち、承認されれば、最終的には「ISO/IEC(国際電気標準会議)文書」として事実上の国際規格となる重要な性格を持っている。

同WGには日本のほか、イギリス、フランス、オランダ、スウェーデン、アメリカ、カナダ、トリニ



(財)共用品推進機構から出席した高橋玲子さんと花島弘さん



5月にワシントンで開かれたISOコポルコ総会の会場風景(撮影：花島弘)

ダートバコなどの関係機関が参加。提案国である日本が議長国を務めることになり、防衛医科大学教授の菊地眞^{きくちまこと}氏が議長に就任、事務局を日本工業標準調査会（JISC）が担当することになった。

併せて、提案国の日本で共用品・共用サービスの普及に先進的に取り組んできたE&Cプロジェクト（現・共用品推進機構）がオブザーバーとして参加

することが特別に承認され、メンバーの喜多川桂子^{きたがわけいこ}さん（ソニー社会環境室）が加わるようになった。

実際のWGの検討作業は、昨年10月に東京で開かれた第1回会議から本格的にスタート。今年2月にはスイス・ジュネーブで第2回会議、5月にはアメリカ・メリーランド州ベセスタで第3回会議が開かれ、検討が重ねられている。

直近の第3回会議には、所用で出席できなかった喜多川さんに代わって、共用品推進機構からは高橋玲子^{たかはしれいこ}さん（トミー小さな凸室）と花島弘^{はなしまひろし}さん（共用品推進機構理事）が参加した（高橋さんのレポートは6月発行の『共用品推進機構だより』第1号に掲載されているので、参照されたい）。

「政策宣言」と 「ガイド」の二本立て

以上のような経過で動いてきた高齢者・障害者WGでは、「ISO / IEC文書」の作成に当たって、具体的には、「政策宣言（policy statement）」と「ガイド（guide）」の2種類の文書を作る。

このうち、「政策宣言」は 各国の標準化機関が関係規格の作成・改正の際に、高齢者や障害者のニーズを含めるようにするための政策と戦略立案を支援する旨の勧告、製品・サービス・環境が、高齢者、障害者を含むすべての消費者にとって使いやすく安全なものにすることを保証するための標準化の一般原則 が盛り込まれる。

この「政策宣言」については、現在までの検討作業は比較的順調に進んでおり、すでにWG原案が5月のコボルコ総会で提出され、最終修正の段階に入っている。原案では「ユニバーサルデザイン」と「アクセシブルデザイン」の基本原則の促進、規格作成作業における高齢者・障害者の参加、研究プログラムと標準化の連携 が大きな柱として歌われている。

今後、コボルコのメンバーによる投票を経て、ISOおよびIECの理事会で採択されれば、正式に「ISO / IEC宣言」として成立する。今のところ、ISOでは2000年年初、IECでも同年秋頃には採択される見通しである。

国際標準化機構とは

工業標準化についての代表的な国際機関として、国際標準化機構（ISO：International Organization for Standardization）と国際電気標準会議（IEC：Inter-national Electrotechnical Commission）とがある。

IECは電気、電子技術関係の標準化機関で、ISOは電気、電子技術関係以外の標準化機関である。

ISOはスイスに本部を置き、世界約130カ国が加盟する国際的な規格・標準を作る団体である。その目的はモノやサービスの流通を促進するためであり、総会は年に1回開催される。ISOには4つの委員会があり、「適合性評価委員会」「発展途上国対策委員会」「情報システムおよびサービス委員会」「消費者政策委員会」からなる。

ISO/COPOLCO委員会の活動

ISOは品質、性能、試験方法、寸法などの規格であるが、製品ごとの縦割りによる不整合を回避するために4つの政策委員会が設けられている。そのひとつである「消費者政策委員会」（COPOLCO：Committee on Consumer Policy）というのは、消費者の意見を国際的な規格づくりにどうしたらうまく反映していけるかを横断的に見ているところである。

どうしても産業界主導であるとか、縦割りになりがちな規格づくりを、消費者の意見を反映し消費者とのギャップを埋める役割を果たすものと言える。もっぱら消費者利益の視点でISO総会に勧告、提言をする機関である。ISO加盟国約130カ国のうち、71カ国が加盟している。

（出所）E&Cプロジェクト / （財）共用品推進機構『共用品白書 '99』pp.54～55

表 共用品・共用サービスのISOによる国際標準化のタイムテーブル

1998年 5月	第20回ISO・COPOLCO総会 (チュニジア・チュニス) *日本の提案によって「高齢者・障害者ワーキンググループ(WG)」の設置を決議
1998年10月	高齢者・障害者WG第1回会議 (東京)
1999年 2月	WG第2回会議 (スイス・ジュネーブ)
1999年 5月	第21回ISO・COPOLCO総会 (アメリカ・ワシントンDC)
"	WG第3回会議 (同時開催)
.....	
1999年10月	WG第4回会議 (カナダ・トロント)
2000年 5月	第22回ISO・COPOLCO総会 (京都) *WG最終案を提示 (?)
2001年 春	ISO / IECによる国際規格として発効 (?)

「ガイド」づくりが
今後の焦点に

一方の「ガイド」づくりの方は、やや難航しているようだ。この部分は各国・地域の規格担当者のための指針となると同時に、企業や行政機関などの実務担当者にとっては今後の製品・サービス開発の際の文字通りのガイドラインになるだけに、WG参加国の考え方を慎重にすり合わせながら検討を進めているという事情もあるという。

5月の会議では、ガイド文書を補完する目的で、考慮事項が一目でわかるマトリックス表を作成することが決まった。これは、感覚、身体などの人間の構成要素を縦軸にとり、一方の横軸には製品・サービス：環境などの考慮事項をとって、双方をクロスさせながら、具体的なポイントを明らかな形で示していこうというもの。

現在、各国ごとに基本案をまとめ、それらを相互にすり合わせながら一本化する調整作業が始まっている。このうち、日本案の基本的な考え方は、縦軸に 受動動作、 能動動作、 知的能力を、横軸には 製品、 サービス、 環境をそれぞれとり、具体的なガイドを提示するというもの。これに対して、各国がどのような考え方を示してくるかが、当面の焦点になりそうだ。

「ガイド」については、今年10月にカナダ・トロントで

開かれる第4回会議で、最終案としてまとめる予定だ。

目標は来年5月の
京都総会での最終案提示

さて、実際にいつの時点でISOとしての国際規格が発効するのか。今後の見通しについて、事務局役を務めてきた^{みやざきまさひろ}宮崎正浩・前通商産業省工業技術院標準部消費生活規格課長（現タイ駐在、引き続きISO問題も担当）は6月時点でのインタビューに対して、「正直言って、何ともわからない」と苦笑しながらも、議長国である日本の目標が「来年5月に京都で開かれる予定のコボルコ総会でのWG最終案提示」であることを明らかにした。

その場合、総会でのプレゼンテーションの後、各国のコメントを文書で求め、その後、同じように文書による投票が行われる。コボルコで大多数の賛成が得られれば、続いてISO / IECの加盟百数十カ国に対して再び書類が送付され、同様の手続きで採否が決する段取りだ。

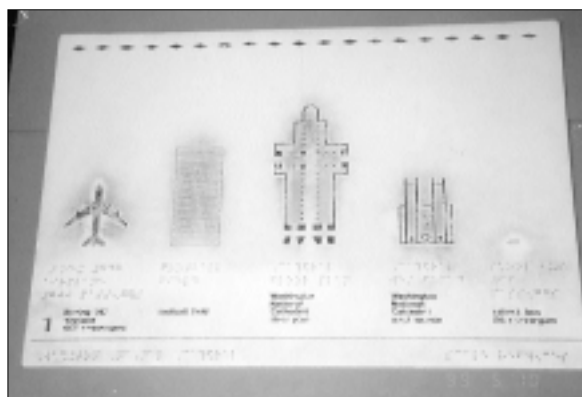
これらの手続きには、それぞれ数カ月間かかるため、順調に行っても、実際に発効するのは2001年春頃になりそう。21世紀の初頭に「日本の提案・主導による国際標準規格」が誕生するか、期待を込めながら今後の行方を見守りたいところだ。

『インクル』では今後も継続して動きを追い、ご報告していきたい。

進む米国のユニバーサルデザイン化

はなしま ひろし
花島 弘 (財)共用品推進機構理事)

去る5月10～15日にワシントンDCで開かれたISOコポルコ総会に、高橋玲子さんとともに参加させていただいた。会議の合間に市内を散策して、高齢者や障害者に配慮した実に多くのモノやサービスに出会い、写真に収めてきた。その一部をご紹介します。なお、詳細はコポルコ総会出席の報告と感想とともに7月発行の『共用品推進機構だより』第2号に拙文を寄稿しているので、併せてお読みいただければ幸いです。



地下鉄メトロセンター駅の自動券売機。点字、凸文字、拡大文字で、切符の買い方がわかりやすく表示されている(上)。市内には、リフト付きのノンステップ車両のバスが走り、車内には跳ね上げ式の車いすスペースが設けられている(下)。



宿泊先近くにある大聖堂の入り口には「どうぞお触りください」と書かれた触知図の案内板が。この教会の大きさが、スクールバスや飛行機などと手触りで比較できる(上)。また、壁面に飾られているヘレン・ケラー女史のレリーのレプリカが、点字の説明と共に触れるように置かれていた(下)。



ワシントンの議会図書館・身障部は、触知図の館内案内図ほか、検索用の音声機能付きパソコンなど、障害者のための設備がきわめて充実している。

ショッピングセンター内のATM(現金自動預け払い機)は、点字・音声対応であると同時に、画面にはカタカナなど4か国語が表示され、見えない不便さだけでなく、言語のバリアにも対応していた。



97年度共用品市場規模調査

共用品、「1兆円市場」に

方代 善久 ((財)共用品推進機構常務理事)

通産省による共用品の市場規模調査結果がまとまった。それによると、97年度の国内総出荷額は1兆1265億円で、ついに1兆円を突破した。対象品目を一部見直したこともあるが、玩具、ガス器具、酒類などでの高い伸びが目立つ。概要を紹介する。

共用品に関するマスコミ報道の増加や、行政施策での積極的な取り組みなどにより、共用品という言葉の認知度も向上し、企業の共用品供給も活発になりつつある。こうした状況にあるわが国共用品市場の実態を明らかにするために、共用品推進機構(旧E&Cプロジェクト)が通商産業省からの委託を受けて行った共用品市場規模調査結果を紹介する。

対象品目を追加し、調査企業も増強

今回の調査は97年度(95年度と96年度分のデータ)に続く2年度目の調査であり、「共用品」の概念や定義の再確認と、市場規模推計対象とする「共用品」の整理追加を行ったうえで、市場規模推計(96年度と97年度分のデータ)を実施した。

97年度調査時との主要な変更点は以下のとおりである。

福祉用具市場規模調査において専門の福祉用具として扱っていたが、「共用品」の定義に該当するものについては、本調査の対象とした(ホームエレベータ、温水洗浄便座)

「共用品」の定義に該当すると思われるものについては、幅広く対象になるかどうかの検討を行い、市場規模対象となる「共用品」の追加を行った(住宅設備・台所用品・机・照明器具で共用品配慮がされているもの、大活字書籍・朗読テープ)調査対象企業を拡大し、より正確に市場規模を把握できるようにした(ガス器具については、昨年度はガス供給会社データによるラフな推計を行ったが、本年度はガス機器メーカーより幅広く調査)調査時に該当の業界団体の協力を得て実施した

(97年度は、家電製品協会および日本玩具協会の2団体であったが、本年度は、それらの団体に加え、日本自動販売機工業会、日本エレベータ協会および日本照明器具工業会の協力も得られた)

今回は「共用品」市場規模把握の2年目の試みであり、市場規模把握対象品目を充実させたために、市場規模が急拡大しているように誤解を与える心配もあり、96年度調査の対象品目ベースでの市場規模でも把握できるように整理した。

また、96年度のデータは、97年度と98年度の両年度で調査をしており、両年度調査で得られた市場規模の数値が異なっている場合があるが、個々の回答票によって確認し、両年度調査結果のデータを精査修正した結果、97年度の調査結果が96年度と比較してより正確なデータとなっている。しかし、96年度報告書ですでに公表し、95年度データとの比較も行いたいので、ここでは両年度の調査結果を併記した。

市場全体で、前年度比10.1%増に

「共用品」の市場規模を調査するためには、具体的な「共用品」を特定化する必要がある。そのため、工業統計調査の品目細分類を基礎にワーキンググループにおいて設定作業を進めた。具体的に市場規模推計の対象とした「共用品」およびその特徴を表1に示す。

出荷金額の推計に当たっては、シャンプーのような製品は、容器は共用品であるが、内容物は共用品ではないとの考え方もある。このような製品については、製造品出荷額全体の金額の中の「共用品」部分のみの金額を推計して計上するという方法を採用した。この方法で推計を試みたのは、ビール・酒、シャンプー、医薬品である。

こうした趣旨で用具のみで出荷額を推計した結果が、表2である。

本年度調査対象とした25品目の97年度の「共用品」

出荷金額全体推計結果は、1兆1265億円であり、96年度と比較して、10.1%と高い伸びを示している。この出荷金額は福祉用具、工作機械、建設機械、呉服、女性用DCブランド品など同様の規模であり、1つの産業に近いところまで大きくなってきている

といえる。

また、97年度調査対象の18品目をベースとすると、8763億円であり、その差の2502億円は、本年度対象に追加した温水洗浄便座（1244億円）、住宅設備（1033億円）、ホームエレベータ（134億円）等

表1 市場規模測定の対象とした共用品リスト

商品区分	品目	共用品理由	共用品要素項目					区分
			製品所在の認知性	アプローチアクセス容易性	識別の容易性 商品情報	操作の容易性 操作情報	取扱法情報提供	
食品	ビール	上部に点字でビールと表示、非アルコール飲料と区別						
	酒	上部に点字で酒と表示、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付いている						
金属製品	医薬品	点字の取扱説明書がついている						
	ガス器具	押しボタンタイプで簡単操作						
一般機械器具	ガス器具	点字表示、点字取扱説明書がついている						
	ガス器具	音声や光で作動状態を知らせる						
	家庭用ミシン	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						
	エレベータ	階数スイッチに点字表示されている						
	エレベータ	階数表示を音声で行う						
	エレベータ	階数スイッチが車椅子でも可能な位置にある						
	ホームエレベータ	階段の上下移動を解消している						
	エスカレータ	3ステップがフラットになり、車椅子の使用が可能						
	計算機	入力した数字等を音声で表現する						
	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						
	自動改札	車椅子でも通れるように幅を広くしたもの						
	自動ドア（ホーム用）	電車の扉の位置に合わせて、ホームに設置された自動扉						
	ATM・CD、自動券売機	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						
	ATM・CD	車椅子がアプローチしやすいように下を開けてある						
電気機械	温水洗浄便座	上肢が不自由でも清潔に使用						
	電気釜、電子レンジ、エアコン、洗濯機、ジュースー、電話機、携帯電話、FAX、ラジオ、液晶TV、ステレオ、スイッチ等	点字表示等がある						
	電話機、FAX、ラジオ、ビデオデッキ等	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						
	電子レンジ、エアコン、洗濯機、冷蔵庫、電話機、携帯電話、ステレオ等	点字又はカセットテープの取扱説明書がある						
	TV、ラジオ	文字放送を受信出来る						
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						
	軽・小型自動車、普通自動車	助手席、後部座席が車椅子で乗りやすいようにシフトする						
精密機械器具	バス	車椅子や高齢者でも乗りやすいように床を低くした						
	時計、携帯時計、はかり、温度計	表示板に凸表示があり、触って分かる						
住宅設備	時計、携帯時計、はかり、温度計	音声表示がある						
	時計、携帯時計、はかり、温度計	数字表示部が見やすいよう大きな文字						
	浴室ユニット	段差解消、手すりの設置、腰掛けての出入り容易な浴槽						
	洗面化粧台	洗面台の昇降可能など車いすでの利用可能な設計						
その他	システムキッチン	カウンターの高さ変更容易						
	システムキッチン	上部棚を手動や自動で下げられる設計						
	机	天板が昇降できるもの						
	玩具・ゲーム	操作部等に凸表示がある						
	玩具・ゲーム	色の区別が手触りでも分かるようになっている						
	玩具・ゲーム	点字シールが添付されている						
	玩具・ゲーム	電話等の玩具では「5」に凸表示がある						
	玩具・ゲーム	音が出ていることが光りなど音以外の方法で確認できる						
	玩具・ゲーム	筆談でのコミュニケーションが出来る						
	玩具・ゲーム	手で触っても崩れたりずれたりしない（オセロ、将棋）						
	ケトル（やかん）	沸騰を蒸気の笛で知らせる						
	書籍	見やすい大きい活字を使った書籍						
	書籍	朗読テープでの提供						
触地図	凹凸が付いており、手で触って分かる地図							

* 太字部分は平成10年度より追加したもの

* 区分は「共用品」の分類： = 共用福祉用具 = 共用設計製品 = バリア解消製品

である。

97年度調査対象品目については、96年度データは97年度と98年度の両年度調査で把握したが、ビール・酒、ガス器具、自動販売機で大きく数値が異なっている。品目ごとに数値の乖離の理由は表3の下部に示している。

「共用品化率」高い シャンプー、ガス器具、 昇降機

対象製品の中でシェアが大きいのは、28.9%を占める家庭電化機器のほか、ビール・酒（18.4%）、温水洗浄便座（11.0%）、ガス器具（9.8%）、住宅設備（9.2%）であり、これら5品目で約77%を占めている。また、96年度から97年度での増加率の高い品目は、住宅設備（対前年比64.0%増）、玩具（40.4%）、ビール・酒（32.0%）となっている。金額は小さいが、乗用車、バスも大きく伸びている。

それぞれの品目ごとに共用品化がどの程度進展しているのかを把握するために、全体の出荷金額に占める共用品出荷金額の割合を推計して共用品シェアとしてまとめたのが表3である。

97年度調査対象の18品目の場合は、97年度調査では95年度で2.1%の共用品シェアであったが、本年度調査の96年度で3.5%まで上昇していることがわかった。98年度調査対象の25品目では96年度で

表2 共用品出荷金額の推計（用具部分のみで推計 単位：億円）

分類	品目	97年度調査		98年度調査	
		95年度	96年度	97年度	98年度
食料品	ビール・酒 ^{※2}	144	264	1,567	2,068
一般機械	エレベータ	650	750	721	759
	エスカレータ ^{※3}	*	*	32	43
	ホームエレベータ ^{※1}	-	-	130	134
	自動販売機 ^{※4}	85	331	114	148
	ホーム用自動ドア・自動改札	7	10	10	15
	ATM・CD機	3	3	3	4
	温水洗浄便座 ^{※1}	-	-	1,152	1,244
	ガス器具 ^{※5}	334	415	1,206	1,101
電気機械	家庭電化機器	2,966	3,491	3,491	3,255
	音響機器	152	143	143	153
	映像機器	213	549	549	690
	情報・通信機器	99	151	151	181
	照明器具 ^{※1}	-	-	64	71
輸送用機器	乗用車（座席シフト）	2	8	9	17
	バス（低床）	14	25	22	86
精密機器	時計・はかり	1	2	3	2
化学製品	シャンプー	119	120	126	119
	医薬品	1	2	2	2
住宅設備	住宅設備 ^{※1}	-	-	630	1,033
その他	玩具	77	82	84	118
	笛吹きケトル ^{※1}	-	-	13	12
	大活字書籍・朗読テープ ^{※1}	-	-	4	5
	机（天板上下） ^{※1}	-	-	3	3
	その他（ミシン、触地図）	2	5	2	2
計		4,869	6,351	8,235	8,763
計		-	-	10,231	11,265

表3 各製品に占める共用品のシェア

分類	品目	共用品金額（億円）				全体金額（億円）		シェア（%）	
		97調査		98調査		工業統計調査等		97調査	
		95年度	96年度	95年度	96年度	95年度	96年度	97年度	98年度
食料品	ビール・酒 ^{※2}	144	264	1,567	7,849	7,725	1.8	3.4	20.3
一般機械	エレベータ・エスカレータ ^{※3}	650	750	831	3,362	3,675	19.3	20.4	22.6
	自動販売機 ^{※4}	85	331	114	2,698	3,014	3.2	1.0	3.8
	ATM・CD機	3	3	3	4,872	4,480	0.1	0.1	0.1
	ガス器具 ^{※5}	334	415	1,206	4,613	4,641	7.2	8.9	26.0
電気機械	家庭電化機器	2,966	3,491	3,491	25,477	25,570	11.6	13.7	13.7
	音響機器	152	143	143	16,530	14,511	0.9	1.0	1.0
	映像機器	213	549	549	26,107	23,285	0.8	2.4	2.4
	情報・通信機器	99	151	151	12,500	12,552	0.8	1.2	1.2
	照明器具 ^{※1}	-	-	64	-	5,761	-	-	1.1
輸送用機器	乗用車（座席シフト）	2	8	9	108,947	118,326	0.0	0.0	0.0
	バス（低床）	14	25	22	1,591	1,951	0.9	1.3	1.1
精密機器	時計・はかり	1	2	3	4,619	5,487	0.0	0.0	0.1
化学製品	シャンプー	119	120	126	180	183	66.1	65.6	68.9
	医薬品	1	2	2	6,327	6,351	0.0	0.0	0.0
その他	玩具	77	82	84	6,951	6,540	1.1	1.3	1.3
	大活字書籍・朗読テープ ^{※1}	-	-	4	-	10,445	-	-	0.0
	机（天板上下） ^{※1}	-	-	3	-	3,900	-	-	0.1
計		4,860	6,336	8,301	232,623	232,623	2.1	2.7	3.5
計		-	-	8,327	-	258,397	-	-	3.2

* 太字は平成10年度調査より追加した品目
* 96年度分データはアミをかけてある

注1. ホームエレベータ、温水洗浄便座、照明器具、住宅設備、笛吹きケトル、大活字書籍・朗読テープ、机を本年度追加
注2. ビール・酒は本年度回答企業が拡大。97年度調査結果は概算推計。
98年度調査では年計上から年度計上に修正。

注3. エスカレータは98年度よりエレベータと区分して計上
注4. 自動販売機は97年度調査で回答ミスによる過大計上があり、98年度調査結果が正確
注5. 97年度調査はガス供給会社調査であったが、98年度はガス器具メーカー調査に変更

計の意味 計 : 97年度対象品目と合わせた合計値
計 : 98年度追加品目を加えた合計値

3.2%となっている。

品目別に共用品シェアを見ると、最も高いのがシャンプー（68.9%）で、次いでガス器具（26.0%）、エレベータ・エスカレータ（22.6%）、ビール・酒（20.3%）、家庭電化機器（13.7%）となっている。今後、より広い分野でさらに共用品化が進展することを期待している。

すべての人々が暮らしやすい社会にしたいと願う人たちがいる。共用品・共用サービスの普及に、夢と情熱を傾ける人たちがいる。そんな人たちの横顔を紹介する。第1回はやはり、この人。E&Cプロジェクトの旗揚げ以来、会長を務め、共用品推進機構の初代理事長に就任された鴨志田厚子さんにご登場いただいた。

小柄な容姿と人なつっこい笑顔。そして、気さくでおおらかな性格で、出会った人を皆、虜にしてしまう。目白の自由学園で月1回の全体会議を開いていたE&C時代には、下落合の自宅からママチャリでさっそうと通っていた。

議論が白熱した時には決まって、得意の(?)オトボケ口調で空気を和らげ、見事に着地点に誘導する。半面、ここ一番では、形容詞抜きで核心に迫る「大胆発言」をして、周囲をハッとさせることも。「この人を置いて、まとめ役はほかにいない」とは衆目の一致するところだ。

形態は「使い手へのメッセージ」

今や伝説となったE&C結成時の出会い。「障害者や高

齢者にも使いやすいモノづくりをめざす業界横断的なグループを創りたい」と訴える星川安之青年(現専務理事)の相談に乗った日本点字図書館の花島弘氏(現理事)の脳裏にひらめいたのが、以前に一度だけ会ったことがある鴨志田さんだった。

「名前覚えていてくれたらいい。人の縁って不思議ですね。私が鴨で、花に星。花鳥風月の名前がそろって、活動が始まった」

バリアフリーとの関わりは、二十数年前にさかのぼる。日本インダストリアルデザイナー協会の研究会で「企業がやらない障害者のためのデザイン」をテーマに提案、北欧製の福祉用具などを集めて、東京・大手町の経団連会館で展示会を開いた。小さな会議室で開いたのだが、誰もすすんでは見に来てくれない。そのこと以上に「それらのデザインが何とも痛々しく感じた」ことがショックだった。

「もっと楽しく、きれいなモノが作れないだろうか。形態は使い勝手をガイドする、使い手へのメッセージである。その重みを痛感させられた」

シリーズ・Kyoyo人

第2回

鴨志田 厚子さん
(財)共用品推進機構理事長



1931年 東京生まれ。
55年 東京芸術大学美術学部卒業。静岡県工業試験場勤務を経て、
60年 鴨志田デザイン事務所を開設、代表取締役に就任、現在に至る。
E&Cプロジェクト会長(91~99年) (財)共用品推進機構理事長(99年~) (社)日本インダストリアルデザイナー協会理事長(91~93年) 通産省生活産業局「高齢者対応型産業研究会」委員(95年~) 同機械情報産業局「福祉用具産業懇談会」委員(96年~)はじめ公職多数。

体当たりで「工芸の民主化」にチャレンジ

わが国インダストリアル・デザイナーの草分けの一人である。あえて「女性の」などと付ける必要はない。代表作の「Zライト」で独ハノパーメッセ照明器具IF賞、通産省グッドデザイン・インテリア部門大賞を受賞したほか、国際パブリックデザインコンペ金賞、工芸財団第21回国井喜多郎産業工芸賞など表彰は数知れない。

「壊れたモノを直して、ほめられるのが大好きだった」という、ちょっと変わった少女が、工業デザインの道

に踏み出すきっかけを与えたのは、芸大時代の1年上の先輩だった。当時はまだ珍しかった英書を食堂に持ち込んで、「これからは工芸の民主化の時代だ!」などと叫んでいた。その学生こそ、若き日の柴久庵憲司氏(GKデザイン機構会長、共用品推進機構理事)である。

「先生も教えてくれない新しい考え方で、とても新鮮で、共鳴した」

共用品推進機構ニュース

「共用品・バリアフリークリエイション'99」展 11月に銀座・ソニービルで開催決定！

(財)共用品推進機構の主催による「共用品・バリアフリークリエイション 99」展(仮称)が、11月5日(金)～8日(月)の4日間、東京・銀座のソニービル8階「ソミドホール」で開かれることが正式に決まりました。

共用品・共用サービスの考え方や商品を展示して、一人でも多くの企業関係者、消費者に知っていただくとの目的で、前身であるE&Cプロジェクト時代から2年に1回定期開催しているもので、今回が4回目となります。

準備作業はまだ始まったばかりですが、共用品推進機構となつてからは初めての開催となるだけに、「共用品とは何か」の原点に帰って、アイデアと工夫をこらし、「会場全体が楽しく、わかりやすいバリアフリーの空間」となる展示内容にしたいと考えています。また、共用品ビジネスについて考える企業向けのシンポジウム・セミナーの同時開催なども計画しています。

詳細は今後、『インクル』や『共用品推進機構だよ

り』などを通じて順次お知らせいたしますので、どうぞ、ご期待ください。

個人・法人賛助会員を募集中

(財)共用品推進機構では引き続き、共用品・共用サービスの普及と誰もが暮らしやすいバリアフリー社会の実現に共に取り組んでくださる個人・法人賛助会員の募集を行っています。

いずれも『インクル』『共用品推進機構だより』の定期購読など情報提供サービスを受けられるほか、個人賛助会員は、調査やガイドラインづくり、開発・普及活動など機構の活動に参加することができます。一方、法人賛助会員には、機構主催事業への優先参加のほか、モニター調査など各種受託事業のご相談も承ります。年会費は、個人が1人1万2000円、法人が1口20万円。お問い合わせは、事務局(電話03-5280-0020、FAX03-5280-2373)まで、お願いいたします。

こうして新しいモノづくりを志したものの、就職先などどこにもない。「インダストリアル・デザイナー」という職業自体まだ珍しく、しかも女性である。教授の推せん^{しずおか}で静岡県工業試験場工芸部意匠課で採用が決まり、両親の反対を押し切って、生まれて初めて地方に。昭和30(1955)年のことだった。

ここで、気むずかしい職人さんと共に、新しい木工家具づくりなどに若き情熱を注いで取り組んだ。

「カンナくずの中で眠り込んでしまったことも

ありましたね。現場が好きなんです、昔から」

それから5年後に独立、鴨志田デザイン事務所を開設した。以来、今日まで常にデザイン界の最前線で活躍を続けている。

消費者と企業が本音で語り合える場に

静岡県との縁は、現在も続いている。90年に開設した県デザインセンターのセンター長を務めている。

静岡県が今年4月に知事部局に自治体としては初めて「ユニバーサルデザイン推進本部」を設置したのに際しても、「21世紀の高齢社会には、デザインの視点から施策を横申しにすることが必要」と、知事や副知事に意見を述べ、自らも県ユニバーサルデザイン懇話会の副座長として汗を流している。

共用品推進機構理事長としての目標は「よそのグループにはない活動を息長く継続していく」こと。

「企業と消費者が本音で意見を語り合える場。

それが、E&Cからの私たちの一番の良さだと思

う」

最後に、他人事のように「それと、共用品の常設展示場と大きな会議室がほしいわね」。そりゃ、ほしいですよ。当てはあるんですか、理事長。お答えは「へへへ」。肝心なところは例の調子で、とぼけられてしまった。

(取材と文・高嶋 健夫)

● ニュース&トピックス

経営・新製品・新サービス・新技術・イベント

1枚で50時間録音できる“CD-ROMブック” プレクスターの録音図書読書機「プレクストーク」

点字が読めない中途失明者の増加などを背景に利用が急増している「録音図書」。ただ、1冊の本でもカセットテープが何十巻にもなってしまう、読みたいところが出でこないなどが難点。そんな従来の技術的制約を突き破ったのが、プレクスターが発売したデジタル録音図書読書機「プレクストーク」だ。1枚のCD-ROMに約50時間録音でき、ページも瞬時に呼び出せる。視覚障害者向けの貸出ソフトの供給体制も徐々に整備されつつある。

新開発の録音・編集ソフト規格に準拠

「プレクストーク」は、スウェーデンで開発されたDAISY（デージー：デジタル音声情報システム）という録音・編集ソフト規格に準拠した専用機。パソコンなどの記憶媒体であるCD-ROMに音声だけを記録。1枚の録音可能時間は約50時間と、一般の音楽CD（74分）の実に40倍以上で、たいていの本は1枚に収まる。

同時に、デジタルの特性を生かし、読みたいところが瞬時に探せるランダムアクセス機能 章節 項と、たどれる階層検索機能 最大20カ所まで「しおり」を付けられる などの諸機能があり、「墨字の本と同じような読書環境を実現した」（池田^{いけだ} 防守^{さきもり}常務）としている。

昨秋発売した最初の量販モデル「TK-300」は本体価格3万9800円。再生スピードは0.75～3倍速を選択できる。また、操作ボタンは視覚障害者に使いやすいように、凸点を付けたり、10キーも電話と同じ配列にするなど配慮されている。

普及への課題は「ソフトの供給」

プレクスターによると、録音ソフトはすでに、大阪と名古屋のライトハウス、民間朗読グループの京都口バの会などから貸出が始まっているが、まだタ



イトル数は100点程度という。ただ、今年秋には東京の日本点字図書館でも貸出開始を予定しているほか、国の助成による既存のテープ図書からのソフト制作も本格的にスタートしているという。

このため、同社では年内にも低価格モデルを投入するなど、当面は視覚障害者向けに力を入れていく方針。さらに、中長期的には一般消費者向けの「共用品」としての需要開発も視野に入れている。具体的には、各種製品の取扱説明書、書店ルートで買える録音書籍などの分野への用途展開だ。

高齢者人口の急増など「耳で読む図書」市場には追い風も吹いているが、普及のカギとなるのは「ソフト供給」。出版業界によると、現在流通している書籍はざっと100万～120万点程度とされるが、このうち、カセット、CDなど「声で聴く本」はわずか1000点程度しかなく、しかも大半は英語の教材などという。欧米に比べ、「耳で読む」読書スタイル自体が希薄な中で、デジタル情報革命に揺さぶられる出版業界がどこまで関心を持つか、注目されよう。（高嶋 健夫）

問い合わせ先：プレクスター(株)・ビジネスオーディオ部
(TEL03-3517-8061)

キーワードで考える共用品講座 第1講

共用品の意義

後藤 芳一 (個人賛助会員、日本福祉大学非常勤講師)

このコラムでは、共用品・共用サービスに関心のある方や開発に取り組まれる方が、頭を整理したり、企画書をまとめたり、周囲の人たちに説明する際のお役に立つよう、キーワードを整理してお届けする。1回目は「共用品の意義」について考えよう(本文中の太字がキーワード)。

1. ニーズへの対応について

汎用品(一般製品・サービス)よりも「ニーズへの適合性が向上」することで、障害があったり不便さを感じている「利用者の選択肢が拡大」する。健常者と同じ仕様で対応をめざすことによって「価格が経済的」になり、「流通経路が共通」で「入手しやすい」。同じモノで対応するのは「ノーマライゼーションの理念」にかない、建築物や他の機器などの「社会システムと組み合わせやすく(親和的に)」なる。

2. 企業経営との関わり

共用化することで「需要を確保」し、「企業経営と調和」しやすくなるので、「継続した取り組み」ができる。「身近なニーズ」を「商品開発のヒント」にすることができ、「枯渇しにくいアイデアの源泉」にな

る。成長中の分野なので「新規参入の機会」になる。利用者ニーズの反映を通じて「消費者との価値の供創」を実践でき、人にやさしいという「文化性を商品に織り込む」ことができる。

3. 政策との関わり

高齢者や障害者向けの各種給付制度の対象にならない、外側のニーズに対応でき「福祉政策と汎用品のすき間を埋める」ことができる。産業政策的には「新規市場と事業機会の創出」につながり、きめ細かい工夫はわが国の得意分野なので「雇用と内需の拡大」につながる。共用品推進機構や業界団体の自主的な取り組みを背後から支援することで「産業政策の新たな手法」を開発・実践できる。ISO(国際標準化機構)での世界標準づくりに向けた検討作業では「発議したわが国が議長国」となり、リーダーシップを持って取り組みが始まった。

4. 社会的な意義

利用者や企業がそれぞれの「経験や専門を活かして参加」でき、企業人にも「個人としての感性と姿勢」を問い直す機会になる。共用品の使用、さらには商品企画への参画などを通じて「高齢者や障害者が社会活動に参加」し、「共生社会」を実践できる。利用者、時間、空間、状況を選ばない「普遍性を持つモノ(価値)」を創造できる。共有される新しい価値は「文化を創る」という意義があり、「独創性を活かして世界へ発信」につながる。

乾電池を使う電子タッチ式ガスコンロ「まかせタッチ」、松下電器産業が発売

松下電器産業は、ワンタッチで点火や火力調整ができる電子タッチ式のガステーブル「まかせタッチ」を9月1日に発売する。

「省電力ステッピングモーター式ガス制御弁」と名付けた新機構を採用し、初めて乾電池で駆動する電子タッチ機能を実現、近くにコンセントがなくても使えるようにしたのが最大の特徴。

「押し回し式」や「プッシュ式」など従来のメカ式と違い、高齢者や力の弱い人でもボタンを軽く押すだけで簡単に点火できるほか、火加減もタッチ操作で5段階に調整できる。また、操作パネルは上向きに30度傾くようにするなど、操作のしやすさにも配



慮している。

天板カラーなどによって4タイプ。セラミックフッ素加工の銀色タイプ「GT-BS1」の標準価格は4万7800円。月産目標台数は1万台。

問い合わせ先：松下電器産業(株)ガスシステム事業部
(TEL0743-56-9823)

● ザ・レビュー

BOOK・MAGAZINE・CD・VIDEO・GAME



『えがお、ときどき涙』

シリーズ人間取材班・編
 田村 章・文
 (旺文社、1238円)

生まれた時から骨折しやすい「骨形成不全症」という病気の「はるびい」と千葉遙ちゃん、長野五輪の開会式で

歌って、踊った長野盲学校の白田留美ちゃん、増田彩ちゃん、東京都三鷹の国際養護学校の14人の障害のある生徒たち、野球の試合中に、ヘッドスライディングで首の骨を折り、全身マヒになった、元PL学園野球部の清水哲さん。それぞれの前向きな生き方を4つの章に分けて、子どもたちにもわかりやすいように語りかけてくれる。



『バリアフリー入門』

もり すぐる著
 (緑風出版、1600円)

「バリアフリーとは?」「バリアフリーの街をつくるには何に着目すればいいのか」「バリアフリーはなぜ必要か?」等の質問をQ & A方式でわかりやすく説明。バリアフリーについて初心者の方にもお勧め。



『わたしは、目が見えない。』

スティーヴン・クウシスト著
 松浦 絢子訳
 (DHC、1700円)

「未熟児網膜症」で視力が極僅かに残っている著者が、障害者であることを隠して生きてきたことに対する思いと、障害を受け入れ、盲導犬と知り合い世界を広げていった40数年間の軌跡を赤裸々にまとめた一冊。



『大予測 21世紀の技術と産業』

日本経済新聞社・三菱総合研究所編
 (日本経済新聞社、1800円)

21世紀の近未来の成長ビジネス市場を大胆に予測。最初に先端技術 究極への挑戦、次に住宅、ホームヘルスケアはじめ分野別技術・産業の大予測、最後に未来技術と市場予測データ集の三部構成。

『インクル』からのお願い

『インクル』は読者の皆様と一緒に創る「読んで楽しく、役に立つ情報誌」をめざしています。これからも末永くご愛読いただけますようお願いすると共に、誌面づくりへのご参加、ご協力も併せてお願いいたします。

企業や団体からのニュース提供をお待ちしています！

『インクル』は共用品・共用サービスの専門情報誌です。新製品の発売、新サービスの提供開始、新技術の開発、展示会やイベントの開催、常設展示場の開設 共用品・共用サービスに関するニュースリリース、カタログ、パンフレット、広報誌などの資料をお寄せください。ご連絡は、下記の(財)共用品推進機構事務局『インクル』編集部まで。

個人からの寄稿・投稿も大歓迎！ お待ちしています！

『インクル』は消費者と企業をつなぐ架け橋です。「バリアフリーサービスの素敵なお店」「心のバリアフリー体験談」「海外ユニバーサルデザイン事情」などなど、個人賛助会員の皆様の声はもとより、法人賛助会員の読者の方々からのご意見もお待ちしています。宛先は下記の事務局『インクル』編集部まで。お手紙やはがきのほか、FAXや電子メールでも結構です。

広告の出稿もお待ちしています！

『インクル』は共用品・共用サービスの普及を担うオピニオン・リーダーにお届けしています。共用品・共用サービスの普及促進に寄与し、『インクル』の情報価値を高めるために、出広媒体としてもご活用いただければ幸いです。99年度の広告料金表は事務局にご用意していますので、お問い合わせください。

作る人と使う人の共用品情報誌

インクル

創刊号

1999(平成11)年7月15日発行

"Incl." vol.1 no.1

©The Kyoyo-Hin Foundation,1999

頒価 1部1000円

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8F

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

編集長 高嶋 健夫

執筆・協力 喜多川桂子

(五十音順) 後藤 芳一

田之江美千代

花鳥 弘

牧内 智子

万代 善久

山名 清隆

山本 明彦

山本 修

制作 日経BPクリエイティブ

印刷・製本 光写真印刷(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。



「小さな凸」の提案

社団法人日本玩具玩具協会では、
1990年3月に
「小さな凸」実行委員会を発足させ、
障害のある子もない子も
「共に楽しく遊べるおもちゃ」の普及、
促進活動に努めています。
トミーもこの運動に参加しています。



このマークのついている商品は、
目の不自由な方々にも楽しんで
遊んでいただけます。



このマークのついている商品は、
耳の不自由な方々にも楽しんで
遊んでいただけます。

たのしい遊びのクリエイター

TOMY®

〒124-8511

東京都葛飾区立石7-9-10

TEL/03(3693)8651

FAX/03(3694)7813