

インクル

第12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

- ・特集：対象を広げた2つの不便さ調査 共用品開発に新たな視座
 - 子どもの不便さ 高齢者・障害者との共通の課題が明らかに(こんどう みえ)..... 2
 - 知的障害者の不便さ 初の調査、本格的な定量調査の第一歩に(加藤完治)..... 5
- ・共用品推進機構ホームページに、英語版、ハングル版サイトを開設..... 8
- ・2000年度共用品市場規模調査
 - 成長続く共用品市場、1兆8548億円に(万代善久)..... 9
- ・キーワードで考える共用品講座：第12講 共用品の市場規模(後藤芳一)..... 13
- ・ニュース&トピックス
 - [展示会] バリアフリースポーツ展(ATCエイジレスセンター)ほか..... 14
 - [ア・ラ・カルト] 松下電工、ウエルネットほか..... 15
 - [共用品推進機構・東京会議] 2000年度活動報告会を開催ほか..... 16
 - [事務局長だより] 土台作りの3年目、初心忘れず、「余裕」も持って(星川安之)..... 17
- ・米国バリアフリー報告 共用品を支えるサービスとハート
 - 第7回 街角で見つけたバリアフリー(草地美穂子)..... 18
- 『インクル』からのお祝い / 奥付..... 26



(イラスト：牧内 智子)

特集

対象を広げた2つの不便さ調査

「子ども」と「知的障害者」 共用品開発に新たな視座

共用品推進機構と共用品推進機構東京会議(個人賛助会員の会)は、2つの不便さ調査報告書をまとめた。2000年度に実施した「子どもの不便さ調査」と「知的障害者の不便さ調査」で、それぞれ日本児童教育振興財団の助成を得て、東京会議の子ども班、知的障害班が実施したものの。いずれも不便さ調査としては初めての調査対象であり、今回の調査を踏まえて、さらに本格的な定量調査へと発展させる方針である。各調査の取りまとめ役を務めたこんどうみえ氏(子ども班班長) かとうかんじ 加藤完治氏(知的障害班班長)に概要を紹介してもらった。

【子どもの不便さ】
高齢者・障害者と共通の
課題が明らかに

こんどう みえ
(個人賛助会員、東京会議子ども班班長)

「子どもの不便さ」。そう聞いても、なかなかイメージできない人が多いのではないだろうか? 「だって、子どもって成長途中なんだし。できないことがあっても当たり前では!?」 等々。

最初は、私たち調査メンバーも似たような印象を持っていた。しかし、「共用品・共用サービス」を、障害のある人や高齢者に限定せず、「誰にとっても使いやすい」とより広く捉えたときに、「子ども」

という視点で考えることで、案外今までとは違ったものが見えてくるのではないか。そう考えるようになり、この調査を行った。

なお、この調査では、子どもの定義は「3~9歳」とした。これは、幼児後期から小学校3年生の時期に当たる。自分で考え、自分の意志で行動することができるけれど、精神的にも肉体的にも成長途中にある年代だと考えたためである。

また、今回の調査では、3~9歳の子どもたち自身ではなく、彼らを取り巻く大人、つまり両親や保育士、幼稚園教諭などを対象として行った。調査方法はグループインタビューと記述式アンケートの2種類。どちらも、「子どもの不便さ」事例を数多く挙げることを目的とした。

「子どもの使用」に配慮していない設計

子どもの不便さとして最も多くの事例が挙げたのは、家の中に関する事柄である。家の中では「階段や段差が危ない」や「フローリングの床ですべる」など、住宅自体に依存して生じる危険が多かった。特に、洗面台や台所の高さ、トイレの使いにくさなど、子どもが使うことに配慮していない設計に対しての指摘、例えば「高すぎる」、「狭すぎる」、「チカラが必要」などがあつた。

食事に関する設問に対しては、回答の多くが食品



なごやかに行われたグループインタビューでは、生活の本音がたくさん飛び出した。

のパッケージの「あけにくさ」に関するものだった。

続いて家の外に関しては、トイレと交通に関する内容が飛びぬけて多かった。まず、トイレに関しては、子ども用設備の不十分さを指摘する回答がほとんどだった。例えば、「和式は慣れていないので使いにくい」、「高すぎる」などである。設備面で「男性用トイレにもベビーベッドが欲しい」、「待っている子どもを座らせておくいすがない」など、子どもと一緒に出かける大人に対する配慮が少ないことへの指摘も目立った。

交通に関しては、危険と不安に言及する回答が目立った。「歩道がない道が危険」、「道路を渡るのが危険」、「電車内で、子どもがつかまる場所が少ない」、「電車とホームのすき間」などである。

また、保育士や幼稚園教諭からの指摘は、両親からの指摘とは少し内容が異なり、「お箸が使えない」、「お弁当箱を上手に包めない」、「衣服の前後・裏表、靴の左右がわからない」など、最初は1人でうまくできないものの、経験と慣れによってできるようになる内容が多く指摘された。

子どもの不便さ、8つの特性

このような子どもの不便さの事例を整理するために、指摘された不便さが、子どものどのような特性に起因して生じているのか、という観点から分類した。その結果、子どもの特性として以下の8つに分類することができた。

体が小さい：
身長が低だけでなく、手足の小ささ・短さ、体

■図表1 子どもの不便さ事例

場面	項目	主な事例
家の中	階段	階段で転ぶ・滑る・落ちるなど。
	段差	和室・玄関等の段差で転ぶ。昇れない。
	ドア・窓	手をはさむ。開けられない。乗り出して危険。
	風呂場	滑る。シャワー等熱湯の危険。
	洗面台	台が高くて届かない。水をこぼす・飛び散る。
	トイレ	狭い。便器や手洗いが高い。使いにくい。
	台所	高い。包丁・ガス等危険なものが多い。
	机・椅子	サイズがあわない。ぶつける。
	電気機器	電灯スイッチが届かない。勝手に作動。いたずら。
	食事	うまく噛めない。箸やフォークが使えない。
移動	食品包装	食べ物等の包装容器をうまく開けられない。
	誤飲	薬・細かいおもちゃ・防腐剤等を飲み込む。
	歩行・道路	歩道のない道・狭い道等の危険・不安。
	自転車	主に子どもを乗せる時の危険・不便さ。
外出先	電車・駅設備	駅の階段。車内の手すりが少ない。
	トイレ	男性用にベビーベッドがないなど設備不備。
保育園等	設備・備品	椅子・水飲み場・公衆電話等が高くて届かない。
	洗面台	蛇口をうまくひねれない。水が飛び散る。
	トイレ	使いにくい。上手にできない。
	遊具	外遊びの遊具の危険性など。
	おもちゃ・工作用具	はさみ・とがったおもちゃなどの危険性。
	着衣	裏表・前後の区別。ファスナー等できない。
	靴	左右の区別。1人で履けない。
食事	箸等の使い方。こぼさず食べられない。	

力の軽さや頭の重さのアンバランスなども含む。

力が弱い：

腕力・筋力ともに弱い。

体力がない：

疲れやすいことも含まれる。

身のこなしが不器用：

自由に体を使えない。

手先が不器用：

細かい作業ができない。すぐに落としてしまう、など。

注意力散漫：

注意が不十分な場合と、注意自体を行っていない場合の両方がある。

好奇心旺盛：

興味を持って自ら危険に近づいてしまうことも多い。

知識・判断力が未熟：

危険だという認識がない、文字を知らない、判断できないなど。

■図表2 子どもの特性と他の障害との関連

子どもの特性	不便さ・危険	他の障害	配慮案
体が小さい	・高い所に届かない ・高い所が見えない	・車いす使用者	・低くする
力が弱い	・重い物が持てない ・固いドアノブ等回せない	・高齢者・肢体不自由者	・弱い力への対応
体力がない	・疲れやすい	・高齢者 ・妊婦 ・運動不足の大人	・長い階段等の見直し ・休憩スペースを増やす
身のこなしが不器用	・転びやすい・滑りやすい ・体の使い方がぎこちない	・高齢者 ・肢体不自由者	・段差等を少なく ・滑りにくい床
手先が不器用	・細かい作業ができない	・高齢者 ・肢体不自由者	・細かい作業の簡略化
注意力散漫	・危険に気付かない(飛んでくるボール、接近してくる車等)	・知的障害者	・複数の情報で危険を伝える
好奇心旺盛	・危険と知らずに触る、近づく	・知的障害者	・危険に近づけないようにする
知識・判断が未熟	・危険に対する合図を知らない(赤信号・警笛・湯気が出ているヤカンは熱い等) ・文字が分からない ・難しい言葉が分からない	・(視覚情報に関して) 視覚障害者 ・(同様に聴覚情報に関して) 聴覚障害者 ・知的障害者	・視覚、聴覚、振動など、複数の方法で情報を伝える ・文字の変わりになるマーク等を利用

「子どもへの配慮」が導く共用品

このように、子どもの特性を大きく分類したことで、他の障害との共通性を明確にすることができた。

子どもの特性と、それによって起こる不便さや危険、またその不便さと似た不便さを持つ高齢者・障害者とをまとめたものが、図表2である。

この表を見れば、子どもの特性に配慮した提案が、他の障害者や高齢者にとっての使いやすさにもつながることがわかる。

例えば、「体が小さい」という特性に対する配慮としては、「低くする」ことがある。この「低くする」という配慮は、エレベーターのボタン、一部の公衆電話、一部の券売機などで実践されている。水飲み場や公衆電話機など高さの低い設備を作ることによって、子どもにも、車いす使用者にも使いやすくなっている。また、電柱にある看板の金具など、子どもの顔の近くにある低い位置の危険物を排除することも、危険を除く共用サービスになるかもしれない。

「知識・判断の未熟」について、子どもが「文字

情報」や「危険サイン」がわからないという不便さは、いろいろな障害と共通している。視覚情報や聴覚情報だけ、文字情報だけだと、わかり難い人がいる場合も、複数の情報を組み合わせたり、理解しやすい形式で情報発信をすることで、子どもだけでなく多くの人にとってわかりやすいものとなる。文字に変わるマークやピクトグラムの利用などは、実際に多くの保育園・幼稚園で実践されていた。

このように、子どもの不便さを解決するための共用品・共用サービスは、特定の人にとっての利便さではなく、高齢者や障害者をはじめ、誰にでも使いやすい、という要素も多く持っていることが明らかとなった。

本調査を通じて、成長途中にある子どもたちには、「不便なこと」また「危険なこと」が数多くあり、その中には高齢者・障害者との共通点が多いことがわかった。「共用品・共用サービス」とは、高齢者や障害者といった特定の人のものでなく、誰にとっても使いやすいものである。このような「共用品・共用サービス」を考えると、子どもという視点を持つことの必要性も大きいといえるだろう。

【知的障害者の不便さ】
**初の調査、
 本格的な定量調査の第一歩に**

加藤 完治
 (個人賛助会員、東京会議知的障害班班長)

知的障害のある人々が生活するうえでの日頃の不便さの把握は、さまざまな身体特性の人への配慮を前提とした共用品・共用サービスを考えるうえで、重要な対象の1つである。

知的障害は一見したところ外見からはわかりにくい障害であり、また、その障害の特性がゆえに、知的障害者自らが自分の不便さを認識して、それを外部に訴えることが、他の障害に比べてうまくできないことが多い。そのため、今までなかなかその不便さが社会に理解されることなく、不便さ調査においても未開拓の領域であったのが実態である。

この調査は、知的障害者の不便さを把握する、定量調査を行うための予備調査として位置付けている。今後、知的障害者が日常生活において、どのようなことで不都合や不便さを感じているか、その実態を把握し定量的に明確化することで、他の障害のある人や健常者にとっても使いやすい共用品・共用サービスの普及を図るための、ガイドラインの基礎的なデータとなることを目的としている。

本人と保護者、援助者にインタビューを実施

調査は、知的障害者の日常生活の不便さを広く集めるため、以下のように、知的障害者と、その生活を支える関係者として保護者、および援助者を対象とした。

知的障害者本人(5名):

日常生活での自分自身の不便さ、および本調査の目的を理解し、このテーマについての話し合いが可能な知的障害者。

保護者(10名):

地域の生活と接点を持ち、養護学校中等部以上の知的障害者の保護者。

援助者(3名):

知的障害者が日常的に通う、作業所や授産施設などの職員。

調査方法は、これら調査対象の3属性ごとに3~5人のグループをつくり、アンケート形式でのグループインタビューによる聞き取り調査を行った。調査日程は、2000年10~12月の間に合計4回のインタビューを対象のグループごとに約2時間行った。

質問内容は、日常生活の経験から、広く不便さを話してもらうことを考慮して、大きく家の外と中に分けて、詳細な行為や場所を規定しない質問とした。家の外については、社会との接点として「交通手段での不便さ」、「移動中の不便さ」、「目的地での不便さ」、「不便な場所」、「1人の行動中の不便さ」の5つ場に区分した。また、具体的な配慮の参考として「知的障害のある人にとって便利なもの」と「特に不便で改善してほしいもの」を質問した。

本人と社会に起因する5つの不便さ

グループインタビューを通して、さまざまな不便さが報告された。内容は多種多様だが、各々の不便さの特徴と共通性を考察した。多くの「不便さ」については、その要因として、本人と社会とその関わりに起因した、主に以下の5つの不便さの特徴が考えられる。

【「本人」の不自由さに起因する不便さ】

知的障害の特徴である、理解力、判断力、推理力といった本人の知的能力により「理解すること」と、自分の意思を伝える「表現すること」の不自由さに起因する不便さが考えられる。

「理解すること」に起因する不便さ

- ・電話やワープロの操作、カセットデッキなどの使い方がわからない。
- ・シャンプーとリンスの識別が難しい。
- ・時計が読めず時間がわからない。

「自分の意思を伝えること、表現すること」に起因する不便さ

- ・ 店員からの質問に答えられない。
- ・ 事故にあった時に適切に答えられない。

【「社会」に起因する不便さ】

「本人」の不便さに対し、もう一方の不便さとして、「本人」を取り巻く「社会」をつくる「環境」と周り人の「心」に起因する不便さが考えられる。

「環境」に起因する不便さ

- ・ バスや電車、案内板の表示がわからない。
- ・ 割り引きなどの障害者サービスが統一されていない。

「心」に起因する不便さ

- ・ 周りに嫌な顔をされる。
- ・ 職場で話し相手がいない。

【「本人」と「社会」の関わりに起因する不便さ】

「本人」の不便さと「社会」の不便さが要因となって、知的障害者の実際の生活の中で、2つの不自由さが重なり合った時に、さまざまなトラブルが生じる。「生活」の不便さは、人とのコミュニケーションをとるうえで、さらに困難な不便さを作り出していると考えられる。

「生活」の不便さ

- ・ レストランや映画館で声をあげて他の客の迷惑となる。
- ・ 店内の狭い通路で立ちふさがり、他のお客のじやまになる。

不便さの構造と配慮の試案

5つの不便さの視点を踏まえて、知的障害者を取り巻く不便さの構造を検討するため、本人の立場から見た不便さを「バリア」と例え直し、以下の5つのバリアとその関係性を想定した。

1. 理解のバリア
2. 表現のバリア
3. 環境のバリア
4. 心のバリア
5. 生活のバリア

このうち、「1. 理解のバリア」と「2. 表現のバリア」は、個人の能力の視点から見たバリアである。外界の情報を読み取り、理解すること、そして、自分の意思や気持ちを表現し相手に伝えることに、本人が大きなバリアを持っている。

「3. 環境のバリア」は、社会のしくみや設備、制度などの生活環境の視点から見たバリアである。

「4. 心のバリア」は、誤解や無理解、あるいは偏見といった周りの人が持つバリアである。

「1. 理解のバリア」や「2. 表現のバリア」がある本人が、さまざまな要素を持つ「3. 環境のバリア」や「4. 心のバリア」に関わる時に起きるトラブルが、「5. 生活のバリア」と考えられる（図表3を参照）。

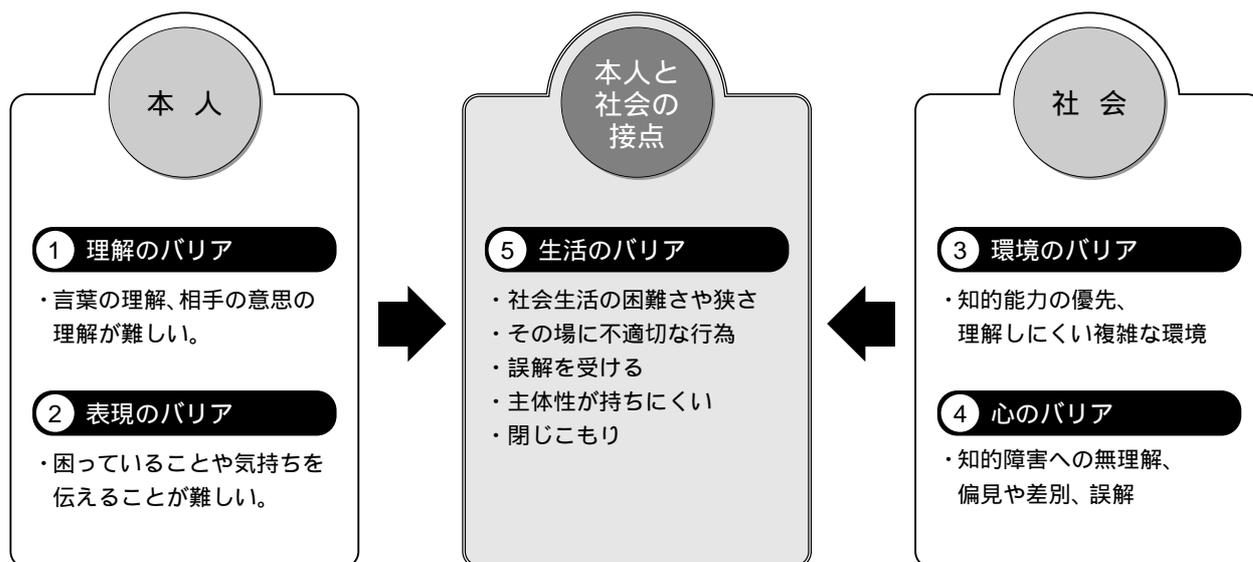
知的障害者が日々感じる「不便さ」は、各々のバリアが相互に影響する複合的な現象として現れてくると考えられる。各々の「不便さ」を類型化した「バリア」の要素に分析することによって、より現実的で具体的な対応策がたてられるのではないかと考えられる。

今後、詳細な不便さ調査を行うにあたって、このような類型化された要素にポイントを置いて質問、分析を行うことによって、知的障害という特性をより配慮した、効果的な調査を行うことができると考えられる。しかし、このバリアの要素の類型化は、今回のインタビュー結果を踏まえた仮説にとどまっている。そのため、今後、具体的に実証されていくべき実践的な仮説として考えている。

調査方法の困難さと定量化への課題

今回のインタビュー調査では、知的障害という障害の特性ゆえに調査方法そのものの困難さを実感した。知的障害は、障害のありようが多様で、個人差も大きく、幅も奥行きもある障害であるため、その不便さもまた多種多様である。主に「理解すること」や「表現すること」に大きな障害を伴うために、「不便」であることを理解し、表現することにバリアを持っている。そのため、今回の調査においても、知的障害者本人からのインタビューは表現力のある

■図表3 知的障害の不便さの構造



方だけの回答となり、それ以外は、障害者の立場をよく理解していると想定される、家族や援助者による代弁者としてのインタビューという形となった。

知的障害者の真の、そして客観的なニーズを知る方法については、援助専門家の間でも試行錯誤の状況にあるのが現状である。従って、今回の調査結果は、あくまでも容易に表面に出やすいほんの一部の「不便さ」の内容であり、その真のニーズは、水面下の氷山のように、いまだその多くが隠されていると理解することが妥当だと考えられる。

知的障害を把握することの困難さは、障害の多様さと個人差が大きいこと、他の障害と違い障害者自身が自らの「不便さ」や「改善してほしい」という要求を発言することが難しく、さらに、その不便さを解消する方法は、アクセスを容易にするスロープやエレベーターのような明解で具体的な配慮の方法が必ずしも当てはまらないことである。

今後の調査では、知的障害が他の障害と比べ、正しい理解をされにくいことや、現状では日常生活で複雑な判断の必要性が多いこと、知的障害のある人となない人との不便さの共通性等、調査で得られたさまざまな視点を踏まえる必要がある。

特に不便さの共通性については、インタビューを通して、「それは私にも当てはまる」、「それは誰もが思っている」ということが度々あった。例えば、

「駅の自動改札が急に閉まった時に、知的障害者はパニックになる人が多い」という話を何度か聞いて、朝のラッシュ時に自動改札の扉が閉まった時の感覚は、知的障害がない多くの人々にも、パニックこそ起こさないけれど、相当大きなストレスになっていると思われる。

知らない土地でバスに乗ろうとして、乗る扉が前から後ろかわからなかったり、運賃の支払い方法がわからずにドギマギしたあげく、運転手に叱られた経験を持つ人は少なくない。ボタンが多過ぎてほとんどの機能が使いこなせない電化製品についても、多くの人に当てはまると考えられる。

このように、日常生活において、もう少し「やさしい(優しい&易しい)社会」が実現することによって、知的な障害がふだんの生活の中で、今のようハンディ(社会的不利)ではなくなることが、まだまだたくさんあると考えられる。

逆に、「知的な障害に対する配慮のある社会は、誰にでもやさしい社会でもある」ことを確信する調査にもなった。

知的な障害がある人自身の意見をもっと聞きたい、日頃から障害と関わっていない立場の人々にも不便さや配慮について、働きかけをしてみたい、と構想は大きく膨らむが、焦らずに今後も活動を続けていきたいと考えている。

共用品推進機構ホームページ

英語版、ハンゲル版サイトを開設

Kyoyo-Hinの国際化に対応

共用品推進機構のウェブサイト(<http://kyoyohin.org/>)に、新たに英語版とハンゲル(韓国語)版のホームページがお目見えした。

いずれも、日本語サイトの主要コンテンツを翻訳する形で開設した。具体的には、共用品とは?(共用品の基本的な考え方の解説) 共用品情報(障害者や高齢者の日常生活での不便さ、共用品・共用サービスの具体例などの紹介) 共用品推進機構(設立趣旨、事業概要などの紹介) の3項目の主な内容を盛り込んでいる。

今回の外国語サイトの開設は、共用品・共用サービス

の国際的な普及に向けたPR活動の一環。ISO(国際標準化機構)による障害者・高齢者配慮設計指針「ガイド71」の作成作業の進展、今年2月に韓国・ソウルで開催された日韓フェスティバルでの共用品紹介ブースの開設などによって、このところ海外からの問い合わせ・照会が急増するなど、日本生まれのKyoyo-Hinへの関心が海外でも急速に高まっていることに対応して開設した。

共用品推進機構では今後も外国語サイトの充実強化を推進していく考えで、さらにフランス語をはじめとする他の国際公用語サイトも順次開設する方向で検討を始めている。
たかしまたけお
 (高嶋健夫)

共用品推進機構ホームページURL

<http://kyoyohin.org/>



2000年度共用品市場規模調査

成長続く共用品市場、1兆8548億円に

まんだい よしひさ

万代 善久(財)共用品推進機構常務理事)

1999年度の共用品の市場規模は前年度比26%増の1兆8548億円へ拡大。高齢化の進展に伴い、「誰にとっても使いやすい製品」を求める消費者の声に応えるように、各業界や企業活動における共用品への理解がさらに進み、行政施策の積極的な取り組みなども追い風となって、共用品供給は一段と活発化している。2000年度市場規模調査結果から、活況を呈するわが国共用品市場の実態を紹介する。

この調査は、共用品推進機構が経済産業省(旧通商産業省)からの委託を受けて実施したもので、1997年度に調査を開始して以来、今回で4年目を迎える。

調査では、「身体的な特性や障害にかかわらず、より多くの人々が共に利用しやすい製品」である「共用品」として図表1のように、共用福祉用具、共用設計製品、バリア解消製品を対象としている。

家電製品、「障害者・高齢者」を対象を拡大

具体的な品目は95年度から調査委員会で設定。この間、2回にわたり「共用品」の概念や定義の範囲として認められるものを調査対象品目に加えてきた。具体的には、96年度データからは、ホームエレベーターと温水洗浄便座、住宅設備、机、照明器具で共用品配慮がされているもの、笛吹きケトル、大活字書籍・朗読テープを追加品目としている。さらに、98年度データからは家庭用ラップ、複写機で共用品配慮がされているものを追加した。

また、99年度データからは家庭電化機器、音響機器、映像機器、情報通信機器について、それまでの視覚障害者への配慮を施したもののから、高齢者・障害者にも使いやすい

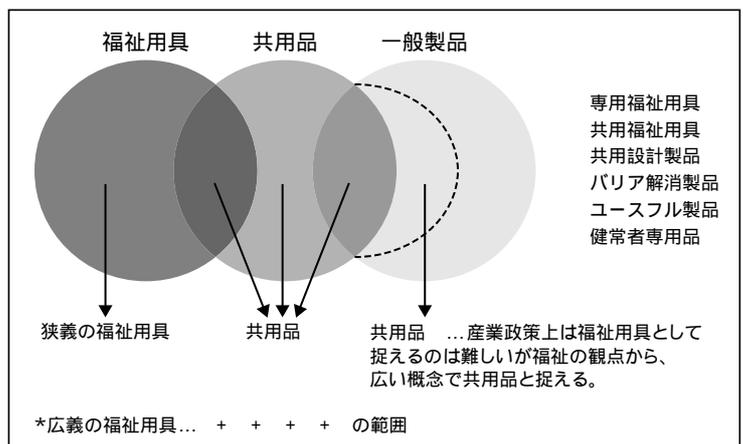
配慮をしたものに対象を拡大した。これは、家電製品協会によって95年度より「視覚障害者にも使えると思われる家電製品機種名一覧表」が毎年作成され、関係団体などに配布されてきたが、99年度より、新たに「高齢者・障害者にも使いやすい家電製品一覧表」としてリニューアルされたことに合わせた措置。新しい一覧表の基になった「高齢者・障害者にも使いやすい家電製品開発指針」(98年度策定)には、体型や体力に関する配慮や車いすでの操作に関する項目が設けられるなど、視覚障害者以外にも対象が広がっている。

このように、調査対象品目を年度ごとに追加してきているため、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、同一対象品目の範囲で推移を把握できるように整理した。

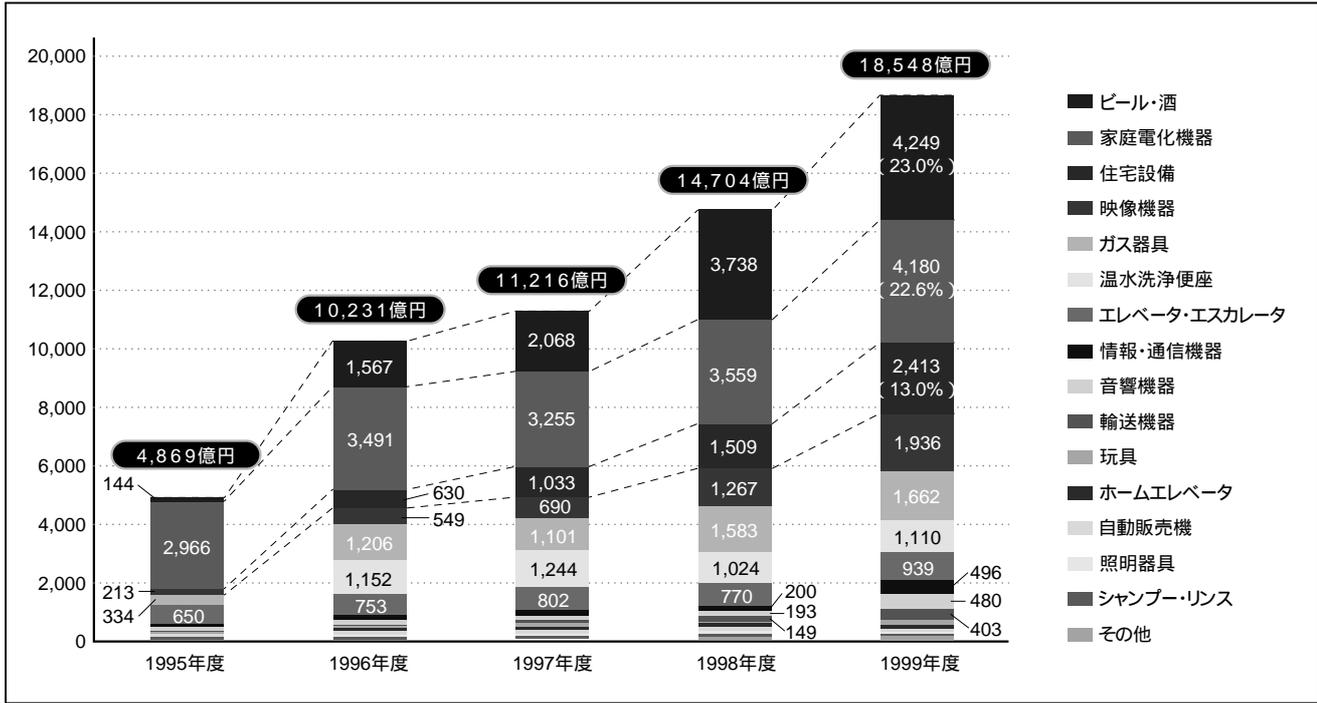
前年比2割超の伸び、95年度の3倍以上に!

出荷金額の推計に当たっては、「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中の容器としての「共用品」部分のみの金額を推計して計上する方法を採用した。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、家

■図表1 市場規模調査把握のための共用品区分



■ 図表2 共用品市場規模の推移(出荷金額ベース・用具のみで推計 単位:億円)



庭用ラップである。こうした趣旨で用具のみで出荷額を推計した結果が、図表2と3である。

98年度と同様の28品目を対象に実施した99年度の共用品市場規模は、合計1兆8548億円となり、前年度推計値との比較では26%増となった。

95年度データから継続して対象としている品目ベースで見ると、99年度は1兆4692億円となり、前年度比24%増、調査開始時点の95年度データとの比較では、実に3倍以上に拡大している。

品目別に見た場合には、「住宅設備」(904億円増)、「映像機器」(669億円増) 家庭電化機器(621億円増)、「ビール・酒」(512億円増)などが全体金額の増加に大きく寄与。その他、「情報通信機器」「音響機器」なども増加した。このうち、「映像機器」「家庭電化機器」「情報通信機器」「音響機器」などは、いずれも範疇として、98年度までの「視覚障害者にも使えると思われる家電製品」から、99年度より「高齢者・障害者にも使いやすいと思われる家電製品」へと拡大したことも、金額を伸ばした一因となっている。

一方、「住宅設備」は98年度1509億円から、99年度は2413億円と、900億円以上(伸び率60%)の大きな伸びとなった。これを個別の品目別に見ると、特に浴室ユニットで約300億円の増加となったほ

か、システムバスも100億円近い上乗せとなっている。この理由は、当該分野での回答企業数の増加も一因だが、集合住宅の共用品化の進展に伴う需要増、住宅リフォーム需要の増加などを背景に、業界全体で共用品化が進んだことが主因と見られる。

また、金額は比較的小さいが、ATM(現金自動預け払い機)・CD(キャッシュディスペンサー)なども大きな増加率となった。

反対に、シャンプー、自動販売機、医薬品などでは出荷額が減少した。特にシャンプーは、調査開始時以来減少を続けているが、共用品化が後退しているというよりは、女性の髪の長さやスタイルの変化によるシャンプー消費量の減少に伴い、ここ数年、シャンプー自体の出荷額が減少してきていることが原因となっている。

共用品シェア高いのはビール・酒、ガス器具

一方、共用品対象製品全体の中で大きな構成比となっているのは、ビール・酒(23.0%)、家庭電化機器(22.6%)、住宅設備(13.0%)の3品目で、これらで全体の約6割弱を占めている。その他では、映像機器(10.5%)、ガス器具(9.0%)などで比較的シェアが大きい。

対象品目のうち、品目単位で国内全体の出荷金額

■図表3 共用品出荷金額の推計

配属分類	品目分類	品目	共用品理由	データ 開始年度	金額(億円)					伸び率			
					1995年度	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	95-96	96-97	97-98	98-99
製品本体の配属	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	1995年度	#1 650	721	759	734	907	11%	5%	-3%	24%
		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	1996年度	-	#2 28	#2 28	#2 27	33	-	0%	-4%	22%
		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	120	133	-	3%	-10%	11%
		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	1995年度	85	114	124	#2 137	91	34%	9%	10%	-34%
		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)車椅子でも通れるように幅を広くしてある(自動改札)	1995年度	7	10	15	12	14	43%	50%	-22%	16%
		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	5	16	0%	33%	21%	232%
		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	1996年度	-	1,152	1,244	1,024	1,110	-	8%	-18%	8%
		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	1998年度	-	-	-	44	44	-	-	-	0%
	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	1995年度	2,966	3,491	3,255	3,559	4,180	18%	-7%	9%	17%
		音響機器		1995年度	152	143	153	193	480	-6%	7%	26%	149%
		映像機器		1995年度	213	549	690	1,267	1,936	158%	26%	84%	53%
		情報・通信機器		1995年度	99	151	181	200	496	53%	20%	10%	148%
		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	79	81	-	11%	11%	3%
	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	1995年度	2	9	17	#2 122	181	350%	89%	618%	48%
		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	1995年度	14	22	86	76	#2 222	57%	291%	-12%	192%
	精密機械器具	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	1	1	200%	-33%	-51%	-22%
	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	1,583	1,662	261%	-9%	44%	5%
	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(以上浴室ユニット)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	1,509	2,413	-	64%	46%	60%
	その他	机(天板上下)	天板が昇降できるもの	1996年度	-	3	3	#2 5	7	-	0%	54%	59%
		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	90	163	9%	11%	-4%	82%
ケトル		沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度	-	13	12	11	9	-	-8%	-8%	-16%	
大活字書籍・朗読テープ		見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	-	4	5	4	3	-	25%	-23%	-24%	
その他(家庭用ミシン、触地図)		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	1	1	0%	0%	-37%	-23%	
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	3,738	4,249	988%	32%	81%	14%
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	105	60	6%	-6%	-12%	-43%	
	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	4	2	100%	0%	87%	-36%	
	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	-	-	-	46	55	-	-	-	18%	
計 97年度調査品目ベース(95年度より)					4,869	8,231	8,699	11,852	14,692	69%	6%	36%	24%
計 98年度調査品目ベース(96年度より)						10,227	11,201	14,603	18,449		10%	30%	26%
計 99年度、及び00年度調査品目ベース(98年度より)								14,694	18,548				26%

各年度によって対象となった調査回答企業に多少の差がある #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年度データ以降は両者を区分している) #2:96-98年度のエスカレータ、及び98年度の自動販売機、機、乗用車(座席シフト)は、過去の調査データに誤りがあったので適宜修正している #3:低床バスについては昨年度まで「ニーリング機能つきバス」のみを対象としていたが、業界内における「低床バス」の認識は現在「ノンステップバス+ワンステップバス」といった範囲であることを踏まえ、本年度よりこの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4 共用品全体のシェアの推計(95年度～99年度出荷金額)

配慮分類	分類	品目	共用品シェア(%)				
			95年度	96年度	97年度	98年度	99年度#2
製品本体の配慮	一般機械器具	エレベータ	#1 19.3	22.7	24.3	25.2	31.2
		エスカレータ	-	5.7	5.3	5.1	6.3
		自動販売機	3.2	3.8	4.5	4.3	2.9
		複写機	-	-	-	0.6	0.6
	電気機械	家庭用電化機器	11.6	13.7	13.7	16.6	19.5
		音響機器	0.9	1.0	1.0	1.3	3.3
		映像機器	0.8	2.4	3.0	5.7	8.7
		情報通信機器	0.8	1.2	1.5	1.8	4.4
		照明器具	-	1.1	1.2	1.5	1.5
	輸送用機械器具	乗用車	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
		バス	0.9	1.1	4.3	4.0	11.7
	精密機械器具	時計・はかり	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
	金属製品	ガス器具	7.2	26.0	25.6	41.6	43.7
	その他	机	-	0.1	0.1	0.1	0.2
		玩具	1.2	1.3	1.6	1.3	2.3
大活字書籍		-	0.0	0.0	0.0	0.0	
容器・包装の配慮	食料品	ビール・酒(その他の蒸留酒・混成酒)	1.8	20.3	26.4	48.7	55.4
		シャンプー	66.1	57.6	57.7	52.5	30.0
	化学工業品	医薬品	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
		計 97年度調査品目ベース	2.1	3.5	3.6	5.0	6.2
計 98年度調査品目ベース			3.3	3.3	4.7	5.8	
計 99年度調査品目ベース					4.5	5.6	

#1: 1995年度データは、エレベータとエスカレータの合計
 #2: 1999年度データは、1998年度の工業統計調査等のデータを使用

を把握できる19品目を対象として、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かを把握するために、出荷金額全体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、図表4である。

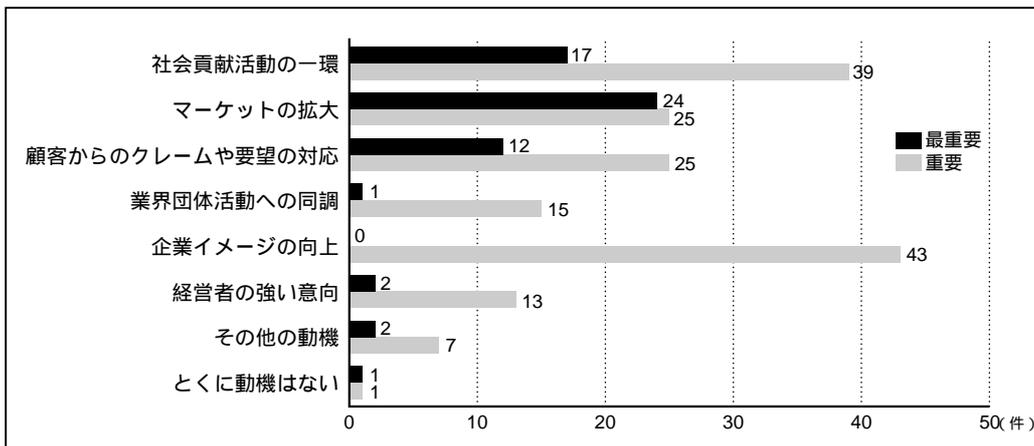
まず、99年度データの品目ベースで見た場合、共用品全体のシェアは5.6%で、共用品出荷金額全体の増加を受けて98年度の4.5%から数字を伸ばしている。調査開始時点の95年度データからの経年比較が可能な97年度調査対象品目のみについて見れば、95年度の2.1%から、今回調査では6.2%に達するなど、ここでも共用品化の進展を裏付けている。

品目別に共用品シェアを見ると、ビール・酒(55.4%)、ガス器具(43.7%)、エレベーター(31.2%)、シャンプー(30.0%)、家庭電化機器(19.5%)などが高くなっている。

共用品シェアが急速に上がっているのは、バス(前年度比7.7ポイント増)、ビール・酒(同6.7ポイント増)、エレベーター(同6ポイント増)などであり、交通バリアフリー法の施行(昨年11月成立)という追い風もあって、目立った伸びを示した。

今回調査では、現在共用品を取り扱っている各社が、共用品を市場に出すに至った動機について初めて調査を行い、70社の回答を得た。アンケート調査

図表5 共用品市場への参入動機(単位:回答数)



では、取り組み動機として想定される各種項目について、重要と考えるものをいくつでも選択したうえで、最重要と考えるものを1つだけ選んでもらった。その結果を図表5に示す。

「共用品の市場規模——マクロ的動向」

後藤 芳一^{ことう よしかず}（個人賛助会員、日本福祉大学兼任講師）

1999年度の共用品の市場規模が公表された。95年度からの推移が示されており、経済社会の変化と対比すると、共用品市場の動向がより明らかになる。（小さい添え字は、同様の用語が「インクル」第1～11号の本欄に既出であることを示す。）

1. 共用品の市場規模

(1) 共用品の市場

経済産業省と(財)共用品推進機構の調査によって、99年度の共用品の市場（出荷額）は、前年度比26.2%増の1兆8548億円と公表された。

95年度から99年度の間に201.7%の増（＝3.017倍）になった（伸び率は「97年度調査品目ベース」から算出）。

(2) 福祉用具との関係

共用品の市場規模は、経済省の福祉用具産業政策の一環として調査が始められたものであり、「福祉用具（狭義）＋共用品＝福祉用具（広義）」という関係にある。福祉用具（狭義）には、車いす、介護用ベッドなどが含まれる。

99年度の市場（出荷額）は、次のとおりである。

・福祉用具（狭義）＝1兆1497億円

前年度比7.5%増（95年度比33.1%増）

・福祉用具（広義）＝2兆8621億円

同18.7%増（同92.5%増）

福祉用具（狭義）と共用品には重複があるので、両者を合計しても、福祉用具（広義）の値にはならない。

このように共用品は、福祉用具（広義）市場の“成長点”として、当分野の大きな伸びを支えている。

2. 関連する指標との「伸び率」の比較

(1) マクロ的な経済動向との関係

国全体の経済の動向として「国内総生産（GDP）」の名目値をみると、95～99年度の4年間は＋2.3%という低い伸びにとどまった。また、製造業全体の動きを反映する「工業出荷額」（経済省）は、

同じ4年間（暦年）に4.9%減少した。

これらに代表されるように、経済活動がマクロ的には停滞している中で、共用品の伸びの大きさ（＋201.7%）が際立っている。

(2) 需要側との関係

次に、消費者側の事情をみよう。「家計消費支出」（総務省統計局）は、95～99年の4年間に1.8%減少した。一方、「高齢者人口（65歳以上の人口）」（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」）は、同じ4年間に＋15.8%となっている。

高齢者数の伸びは大きく、福祉用具（広義）の市場は、ほぼそれに対応する水準で伸びている。共用品はこれらをはるかに上回る速さで伸びている。

3. 関連する指標との「規模」の比較

共用品の市場規模は量的にどの程度の存在感を持つのか、他の産業と比較してみよう。

95年度では、共用品の市場規模（4869億円）の前後には産業用ロボット（4256億円＝95年、以下同じ）、運動用具（4279億円）、エスカレーター・エレベーター（4413億円）、成人男子・少年服（4702億円）、医療用機械器具（4785億円）、写真機と付属品（5522億円）、プラスチック製日用雑貨・食卓用品（5747億円）、石けん・合成洗剤（6188億円）などがある。

99年度には、共用品の市場規模（1兆8548億円）は航空機（1兆377億円＝98年、以下同じ）、半導体素子（1兆3759億円）、プリント回路（1兆4984億円）、ビデオ機器（1兆6614億円）をしのいでおり、出版（2兆4765億円）、造船（2兆7854億円）、事務用機械器具（2兆8184億円）から、家庭電化製品（3兆7908億円）や、高炉による製鉄（4兆1071億円）をもうかがう位置にある。

（比較対象とした産業の規模は、「工業統計」の、4人以上の事業所の暦年・出荷額ベース。統計の都合上、99年度の比較対象企業は98年の数値を用いた。）

● ニュース&トピックス

展示会

みんな一緒に、「バリアフリースポーツ」展

ATCエイジレスセンター(大阪)で開催中

「バリアフリースポーツ～みんなで、体で、心で楽しく～」と題した展示会が、大阪・南港のATCエイジレスセンターで7月17日まで開かれている。

年齢や障害の有無に関わりなく、みんなが一緒に楽しめるスポーツやゲームを紹介、実際に体験してもらって、共用品や「心と体のバリアフリー」について考えるきっかけにしてもらおうとの狙い。同センターと(財)共用品推進機構が共催しているもので、(財)日本障害者スポーツ協会、(財)日本レクリエーション協会、(福)日本点字図書館などの協力によって企画・運営している。

会場では、音の出るボール、米国生まれのバリアフリーゲーム「バグジー」などさまざまなスポーツ・ゲーム用具が手に取れる形で展示されているほか、パラリンピックの写真パネルや、代表的な共用品の現物展示なども行われている。

会場は大阪市住之江区南港北のアジア太平洋トレードセンター(ATC)・ITM棟11階。最寄り駅はニュートラム「トレードセンター前」駅。開場時間は午前10時半～午後5時半、水曜休館。(高嶋健夫)

問い合わせ先：ATCエイジレスセンター事務局
(TEL：06-6615-5123、FAX：06-6615-5240)



共用品が買える“エイジレスショップ”を開設

ATCエイジレスセンター、昔懐かしい駄菓子も販売

ATCエイジレスセンターは4月28日に、日用品分野の共用品や自助具を買うことができる「エイジレスショップ」をオープンした。大阪・南港の同センター入り口に新設したもの。同センターが本格的な物販機能を持つのは初めてで、「快適なライフスタイルを提案するショップ」を目指している。

扱っているのは約350アイテム。軽い力で持つことができる箸やスプーンなどの各種自助具、缶・瓶オープナー、ルーペ付き爪切りなどの日用品分野の共用品のほか、石鹸、入浴剤などリラクゼーション

をテーマにした小物・雑貨類を多数品ぞろえしている。

さらには、昔懐かしい駄菓子やキャラメルなどの食品も販売している。また、簡易オープナーなどのエイジレスセンターのオリジナルグッズもある。詳細は同センターのホームページ(<http://www.ageless.gr.jp>)にも掲載されている。(高嶋健夫)

問い合わせ先：ATCエイジレスセンター事務局
(TEL：06-6615-5123、FAX：06-6615-5240)

● ニュース&トピックス

ア・ラ・カルト

在宅介護サービス業界初の ISO9001:2000

松下電工エイジフリーサービスが認証取得

松下電工の在宅介護サービス事業を手掛ける子会社の松下電工エイジフリーサービス(本社・大阪府門真市)は4月13日付けで、ISO(国際標準化機構)による品質規格の2000年版であるISO9001:2000の認証を取得した。同社によると、在宅介護サービス業界では初めてという。

松下電工は1998年にナイス・エイジフリー事業推進部を新設、介護関連商品の販売・レンタルなど

を行う介護支援ショップのフランチャイズチェーン展開をはじめとする介護事業に本格参入している。松下電工エイジフリーサービスは、その一環として同年に設立した専門子会社。

ISO9001:2000は昨年12月に発行した品質規格の最新版で、旧来の「品質システム規格」から、商品の質と経営の質を同時に評価する「品質マネジメントシステム規格」に格上げされたという。今回の認証は、訪問入浴介護、訪問介護、在宅介護支援、介護用品販売などをその内容としている。(高嶋健夫)

問い合わせ先:

松下電工(株)広報部(TEL:06-6909-7187)

西日本の大丸各店に 共用品・UDの専門売り場

ウエルネットが共同で商品企画

大手百貨店の大丸は、西日本の各店に共用品・ユニバーサルデザイン(UD)商品の専門売り場を開設した。博多大丸(福岡市中央区天神)を手始めに、京都、神戸、須磨の各店にオープンしている。健康

関連機器販売のウエルネット(共用品推進機構法人賛助会員)が共同で商品企画・構成を担当した。

博多店のコーナーは、同店西館6階のキッチン用品売り場、同7階のインテリアコーナーにそれぞれ設けられた。300~500円程度の筆記具・同補助用具から、2万円以上のショッピングカートまで、約50アイテムが並んでいる。(高嶋健夫)

問い合わせ先: 株ウエルネット(TEL:03-3482-0211)

星川ひろ子さんの写真展 「Dear フレンズ」

5月31日まで、東京・銀座で開催中

障害のある子供とその家族、先生、お友達など周囲の人々との交流を撮り続けている写真家の星川ひろ子さんの作品展「Dear フレンズ」が、中央区銀座5丁目の銀座ファイブ2階「富士フォトサロン」(TEL:03-3571-9411)で今月31日まで開かれている。

星川さんの作品は、小学館から「バリアフリー - しょうがいつてなあに?」と題した独特の「写真絵本」シ

リーズとして発表されており、共用品推進機構編の『音』を見たことありますか?』にも収録されている。今回の作品展は、それら写真絵本に登場した4人の子供たち(脳性まひで手足の不自由な北斗君、ダウン症児のしげちゃん、未熟児で生まれたちえちゃん、聴覚に障害のあるゆいちゃん)のカラー写真約60点を集めたもので、入場は無料。

星川さんは「私がファインダーを通じて見た彼らの居場所は、優しさや豊かさが育まれ、一方通行ではない勇気や希望が飛び交っていました。人と人とのつながりは、障害を障害にはしなかったのです。Dear フレンズ、お互いにそう思っているように見えました」とのメッセージを記している。

(高嶋健夫)

問い合わせ先:

星川スタジオ(TEL&FAX:03-3398-4548)



● ニュース&トピックス

共用品推進機構・東京会議

2000年度活動報告会を開催

法人会員企業関係者とも交流

(財)共用品推進機構の個人賛助会員で組織する東京会議よしむらまさあき(代表・吉村政昭氏)は3月24日、東京・池袋のエポック10で「2000年度活動報告会」を開催した。1年間の班活動の成果と次年度の計画などを相互に発表し合うE&Cプロジェクト時代からの恒例の催しだが、今回から年度末の開催となった。

財団化後の昨年初めて採用したパネルセッション形式を今回も踏襲。また、今回から法人賛助会員企業の関係者を招待し、全体で100人以上が参加した。参加者は和やかな雰囲気の中で、共用品・共用サービスの現状や課題などについて熱心に情報交換すると共に交流を深めた。

パネルセッションは、17の班がそれぞれ、活動目的、活動報告、今後の活動の3点についてコンパクトにまとめたパネルを掲示して実施。同



じ内容の小冊子も作成した。

当日は、各班からの活動報告のほか、ごとうよしかず後藤芳一氏による「共用品講座」、ほしかわやすゆき星川安之専務理事兼事務局長によるISO「ガイド71」作成作業の進捗状況の報告、まんだいよしひさ万代善久常務理事による「子どもの不便さ調査」とごとうあきひろ後藤明宏氏による「知的障害者の不便さ調査」についての概要紹介なども行われた。

こづかみちひろ(小塚通宏、高嶋健夫)

『朝日学習年鑑2001』が共用品を特集

他の年鑑・用語事典にも続々と収載

朝日新聞社が発行する『朝日学習年鑑2001』(本体価格2300円)に、「世界に広がる“共用品”」として、数々の共用品・共用サービスが紹介された。「共用品」という言葉はすでに大手出版各社による年度版用語事典には収録されているが、子供たちが使う学習事典に大きく取り上げられるのは初めてで、共用品やバリアフリーの考え方の社会への浸透と定着をうかがわせる。

21世紀の学校、教育改革に沿った総合学習の手引きを謳う同書は、社会科や総合学習に役立つ基礎的な知識を凝縮した「学習編」と「統計編」の2分冊で構成されている。

共用品が取り上げられたのは「学習編」で、4ページにわたって共用品の生まれた背景や子供たちへのメッセージ、具体例などが示されている。さまざまな共用品の具体例を取り上げることで、子供たち

■「共用品」を掲載している主な年鑑・用語事典

- ・『朝日学習年鑑2001』(朝日新聞社、本体2300円)「学習編」に4ページにわたって詳細に紹介
- ・『情報・知識imididas 2001』(集英社、同2524円)p.564にバリアフリー用語の解説の中で紹介。
- ・『現代用語の基礎知識2001』(自由国民社、同2524円)新設項目特集の「バリアフリー社会」用語の解説の中で、古瀬敏氏が言及(p.173)
- ・『2001年版経済新語辞典』(日本経済新聞社、同1900円)p.84に掲載。ほかに「バリアフリー」なども収録されている。

の身の回りにある「共用品=だれもが使いやすいモノ」の存在を知り、実際の生活の中で共用品を「発見」し、そして、そこで得たものを基盤に新たな視点で学習することを目的に編集されている。

もりかわみわ(森川美和、高嶋健夫)

土台作りの3年目 初心忘れず、「余裕」も持って

.....4月16日、共用品推進機構は3年目の事業年度に入った。

機構発足前2年間は「発足のため」に、そして発足後2年間は「基盤作り」に明け暮れた。振り返ると、余裕のかけらもない4年間だったが、さまざまな出来事があり、大変貴重な時間であったと思っている。

この4年の間にも、共用品を取り巻く環境は大きく変わってきた。障害者・高齢者のニーズに耳を傾ける企業・業界が着実に増えている。それに伴い、企業内に専門のプロジェクトができ、各業界団体や工業会の中にも、こうしたテーマの委員会が設けられ始めている。

ハートビル法に続いて、「交通バリアフリー法」が制定されるなど、行政の取り組みも活発化。JIS（日本工業規格）でも、消費者の意見を工業規格に反映させるための特別委

員会が諮問機関の位置付けで總會の下に設置されるなど、喜ばしいニュースが多い。

本号でも詳しく紹介しているように、95年度から調査を始めた共用品の「市場規模」も、99年度は1兆8548億円となり、2兆円突破も間近な情勢となっている。

.....3月に行われた機構の理事会・評議員会で、このような状況を踏まえ、今年度の事業計画が決まった。

機構の寄附行為(会社の「定款」にあたる)にもあるように、調査・研究、標準化の推進、普及・啓発、人材育成、情報の収集・提供、国内外関係機関との交流・協力の6つの大きなテーマの下に、多くの事業が盛り込まれた。新たに今年度から開始する事業もいくつかある。

例えば、昨年後半から、複数の工業会と共同で「共用品・共用サービスに関する促進準備委員会」(仮称)

を発足させ、本格的に「横の運動」を推進し始めている。今年度はさらにこの委員会を広げていこうと、多岐にわたる工業会との情報交換や交流を進展させていくことにしている。

ISO(国際標準化機構)で検討してきた高齢者・障害者配慮設計指針「ガイド71」も近々、英国の修正案が提示される見通しだ。いよいよ採択に向け、IEC(国際電気標準化機構)による最終投票も開始される予定である。

.....いずれにしても、すべての事業の最終目的は「共用品・共用サービスの普及」。一つひとつの事業をこの目的にきちんと結び付けていきたいと考えている。今年度は、さまざまな意味で「土台作りの3年目」であり、これまでの2年間、「点」で行ってきた多数の事業を「線」につなげる年でもある。

常に初心を忘れず、それでいて、少しの「余裕」を持ちながらの新たな1年でありたい。()

(財)共用品推進機構 会員状況(4月末現在)

▶ 個人賛助会員	251名	17 鴨志田デザイン事務所	38 大日本印刷(株)	57 日本ビクター(株)
▶ 法人賛助会員	75社	18 キヤノン(株)	39 (株)高島屋	58 日本福祉大学
		19 (株)講談社	40 蝶理(株)	59 日本コロムビア(株)
< 法人賛助会員一覧 = 五十音順 >		20 (株)コスモスライフ	41 (株)ツクダ	60 (株)白寿生科学研究所
1 アイホン(株)		21 (株)小松製作所	42 (株)電通	61 (株)バンダイ
2 (株)アサソーディ・ケイ		22 コンビ(株)	43 徳武産業(株)	62 東日本旅客鉄道(株)
3 アサヒビール(株)		23 (株)サン工業	44 東京ガス(株)	63 (株)日立製作所
4 (株)イトーキ		24 サントリー(株)	45 堂本食品(株)	64 (株)ヒューマンルネッサンス研究所
5 (株)INAX		25 (株)サンリオ	46 (株)図書館流通センター	65 (株)ファンケル
6 入交産業(株)		26 (株)GKデザイン機構	47 (株)トミー	66 フクビ化学工業(株)
7 (株)ウエルネット		27 静岡県	48 (株)虎屋	67 (株)藤子・F・不二雄プロ
8 (株)内田洋行		28 (株)資生堂	49 (株)永谷園	68 本田技研工業(株)
9 エー・アンド・エム スチレン(株)		29 (株)小学館	50 (株)ナナ・コーポレート・コミュニケーション	69 松下電器産業(株)
10 (株)エポック社		30 (株)小学館プロダクション	51 (社)日本玩具協会	70 松下電工(株)
11 大阪ガス(株)		31 (株)住友海上リスク総合研究所	52 日本興業(株)	71 盛田(株)
12 沖電気工業(株)		32 セイコーエプソン(株)	53 日本航空(株)	72 ヤマハ(株)
13 オムロン(株)		33 積水化学工業(株)	54 日本生活協同組合連合会	73 (株)ユーディー・ジャパン
14 オリンパス光学工業(株)		34 積水樹脂(株)	55 (株)日本能率協会総合研究所	74 ユニ・チャーム(株)
15 (株)オリエンタルランド		35 (株)千趣会	56 (株)日本能率協会	75 (株)リクルートエイブリック
16 花王(株)		36 ソニー(株)	マネジメントセンター	
		37 大日本紙業(株)		

バックナンバーのご案内

ご購入希望の方は、事務局までお申し込みください。



創刊号 1999年7月 第2号 1999年9月 第3号 1999年11月 第4号 2000年1月



第5号 2000年3月 第6号 2000年5月 第7号 2000年7月 第8号 2000年9月



第9号 2000年11月 第10号 2001年1月 第11号 2001年3月

『インクル』は共用品推進機構の機関誌です！

共用品情報誌『インクル』は隔月刊で発行し、個人・法人賛助会員の皆様に郵送でお届けしています。共用品推進機構では引き続き、個人・法人賛助会員を募集しています。年会費は、個人が1人1万2000円、法人が1口20万円。入会申し込み・お問い合わせは、下記の事務局までお願いいたします。

『インクル』は共用品の専門情報誌です！

新製品・サービスの発売、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の提供をお待ちしています。リリース、資料などは事務局『インクル』編集部まで。また、広告の出稿もお待ちしています。『インクル』の読者は共用品・共用サービスの普及を担うオピニオン・リーダーです。出広媒体としても積極的にご活用ください。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。

『インクル』は消費者と企業をつなぐ架け橋です！

個人の寄稿・投稿も大歓迎。「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、法人賛助会員の読者の方々からのご意見を、お手紙、FAX、電子メールで、事務局『インクル』編集部までお寄せください。

作る人と使う人の共用品情報誌

インクル 第12号

2001(平成13)年5月25日発行
"Incl." vol.3 no.12

©The Kyoyo-Hin Foundation, 2001

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)

視覚障害のある方など、墨字版がご利用できない方にはTXTファイルのフロッピーディスクを提供しています。必要のある方は、事務局までお申し出ください。

編集・発行 (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

橋本 英和

編集長 高嶋 健夫

執筆・協力 加藤 完治

(五十音順) 草地美穂子

小塚 通宏

後藤 芳一

こんどう みえ

牧内 智子

万代 善久

山本 明彦

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。

米国
バリアフリー
報告

共用品を支えるサービスとハート

街角で見つけたバリアフリー

くさち みほこ
草地 美穂子(在サンフランシスコ、障害リハビリテーションカウンセラー)

第
7
回

米国でもバリアフリー先進地といわれるカリフォルニア州には、共用環境を実現する実にさまざまな共用サービスが提供されている。今回は、そんな街で見かけた小さなバリアフリーの配慮と工夫を写真で紹介しよう(写真撮影：草地美穂子)。



ライトハウス(視覚障害者のための援助機関)1階のお店で、さまざまなバリアフリー商品を説明するソーシャルワーカーのジェフ・カールソンさん。中央に大文字版のタイマーが見える。低所得者のための割引制度もある。企業などの寄付金や助成金がそうした援助サービスを可能にしている。

サンフランシスコの多くの映画館では身分証明書を見せると、赤外線補聴援助システム(ヘッドホン)を無料で借りることができる。チケット売り場にサービス提供を示す耳マークが見える。車いすでアクセスできることを示すマークと共に、新聞の映画館情報欄にも同じマーク表示があって便利。右は、館内で補聴援助システムを装着している筆者。これで映画の音声も耳元ではっきり聞こえる。



地下鉄のホーム。ラッシュ時を除いて、ここでも自転車の持ち込みOK。しかも無料だ。地下鉄車両内では、下の写真のような具合に。



公共バスは自転車の持ち込みOK。乗車する前に、自分でバスの前面に取り付けられた荷台に載せる。





公共の建物の前の駐車スペースは必ず障害者専用。違反者は500ドル以上の罰金を払わなければならない。

サンフランシスコの歩道の多くは、車1台がゆうにとまれる幅がある。自転車なども放置されていないため、歩行者の人も安心して外出できる。



歩道と車道間に「自転車専用道」がある。歩行者が急に後ろから自転車で脅かされたりする心配もない。



公園の水飲み場。真ん中は子供や背の低い人のため。一番下は犬用の飲料水。



サンフランシスコ名物、ケーブルカー。昔からある乗り物なのでバリアだらけだが、市民の投票の結果、「歴史的保存特別車両」として認められたため、車いすの人が自力で乗れなくても、人的援助で持ち上げて乗ればよいことになった。なにもモノばかりがバリアフリーの対象でないことを示す良い例。



観光案内所で。子供や背の低い人、車いす使用者にも手の届くところにパンフレットが置かれている。障害のある旅行者にも観光を存分に楽しんでもらうため、アクセス・北カリフォルニアという団体が作成した「サンフランシスコ・アクセス2000」というパンフレットで、さまざまな施設のアクセス保障をアイコンを使って一覧表にしている。