作る人と使う人の共用品情報誌

インクル

第29号 2004（平成16）年3月25日

"Incl."by The Accessible Design Foundation of Japan（The Kyoyo-Hin Foundation）
共生社会の実現を願う妖精「インクル」　「包括的教育理念」を意味する英語「インクルーション」から名付けました

目 次／Contents

指導者向けガイドブック「豊かな心をはぐくむために」発行（森川美和）……… 2

＜寄稿＞新しい「高齢者・障害者配慮JIS」……… 4
報知音の音量、最小可読文字サイズ、年代別相対輝度（倉片憲治、佐川賢）

「点字表示方法」と「触知図」のJIS化を検討（星川安之）……… 6

随想　私と共用品　第９回……… 7
「一緒のモノを使う」ことの素晴らしさ（近藤和子）

＜共用品ニュースワイド＞活発化する「社会に向けた情報発信」……… 8
ブラザー工業、ダイエー、ライオン、サン・ビーム「チャップリン」、沖電気工業、千趣会、旭電機化成（高嶋健夫）

キーワードで考える共用品講座　第28講……… 11
「共用品の歴史④（開花期＝1990年代[下]）」（後藤芳一）

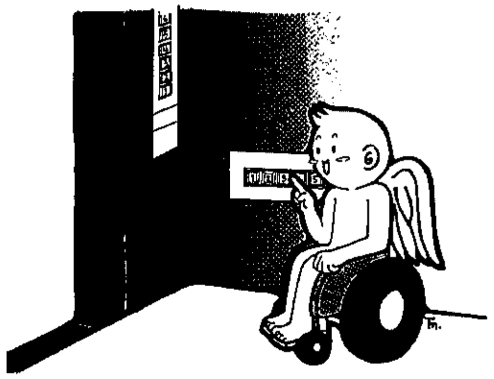
共用品ビジネス実践講座　第４回・第５回……… 12
成功の決め手は「顧客ニーズにどこまで迫れるか」（高嶋健夫）

＜ニュース＆トピックス＞……… 14
第11回＆第12回共用品サロン、大川加世子さん、市橋正光さんに聞く（小熊一実）

共用品通信・情報アラカルト……… 15

＜事務局長だより＞「普通であること」を考える（星川安之）

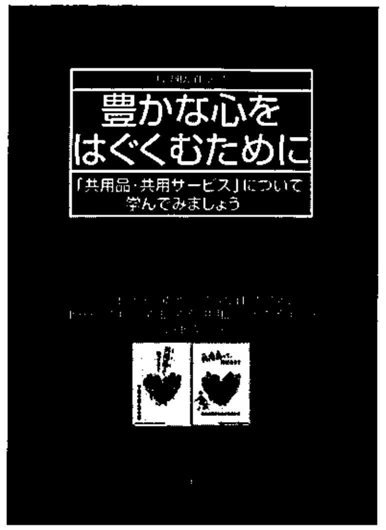
奥付……… 16



■車いす用として低い位置に操作ボタンの付いたエレベーター。大半の機種では、車いす用のボタンを押すと、ドアの開閉時間が長くなります。
イラスト：牧内　智子

財団法人　共用品推進機構

指導者向けガイドブック
『豊かな心をはぐくむために』発行



教育現場や地域社会で子供たちの育成に携わる人たちから、「子供たちに『共用品』の説明をしたいのだが、どのように説明していいかわからない」、「共用品を探すポイントが一目でわかる資料があると助かる」といった声が寄せられる。これを受けて、共用品推進機構はこの度、㈶日本児童教育振興財団の助成により、指導用ガイドブック『豊かな心をはぐくむために～「共用品・共用サービス」について学んでみましょう。』を発行した。

2002年に発行した子供向け小冊子『共用品って、何だろう？　共用品って、知ってる？』の活用方法や、共用品・共用サービスの配慮のポイント、バリアフリーの考え方、街や身の回りにある共用品の調べ方などについて、全10ページでわかりやすく説明している。4月から、希望者に無料で配布する（送料は申込者の負担）。

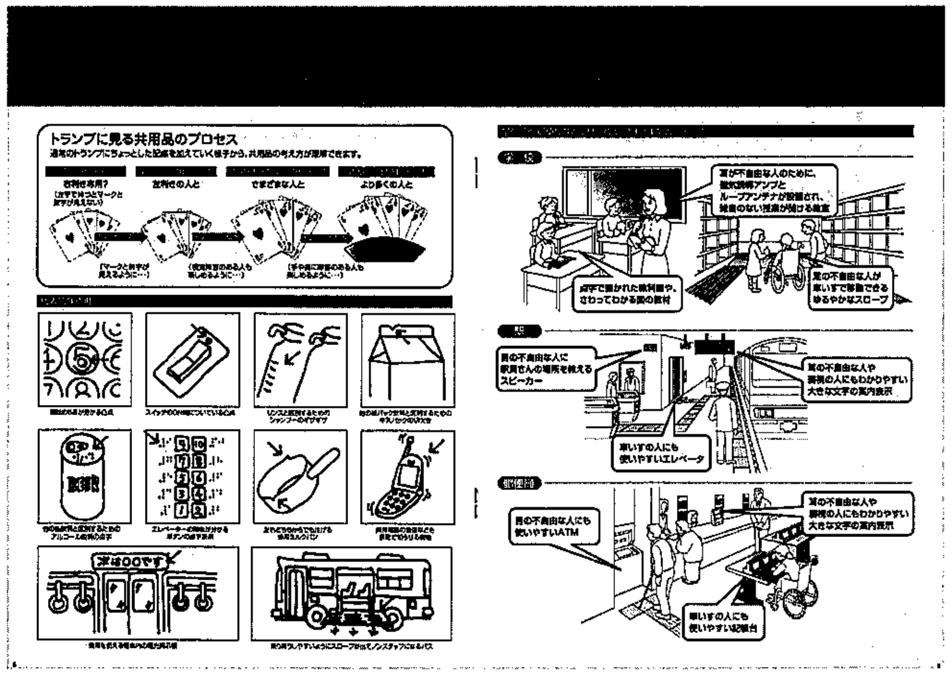
■まずは、いろいろな人がいることに気づき、不便さを知ることから…。（p１～２）

目や耳の不自由な人や車いすを使用している人、お年寄りなど、自分たちの周りにはさまざまな人がいることを知り、その人たちが感じている不便さに気づくようにする。

また、内部障害、学習障害、知的障害など、表面的にはわかりにくい障害を抱える人たちについても考える機会を作り、ソフト面における不便さについても話し合うきっかけを作るようにする。

■共用品には、どんな配慮がなされているのでしょう。（p３～４）

「わかりやすさ」への配慮、「扱いやすさ」への配慮、「アクセスのしやすさ」への配慮、安全性や入手のしやすさなど「その他」の配慮、の４つのカテゴリーに分類し、それぞれの主な配慮事項について例示した。



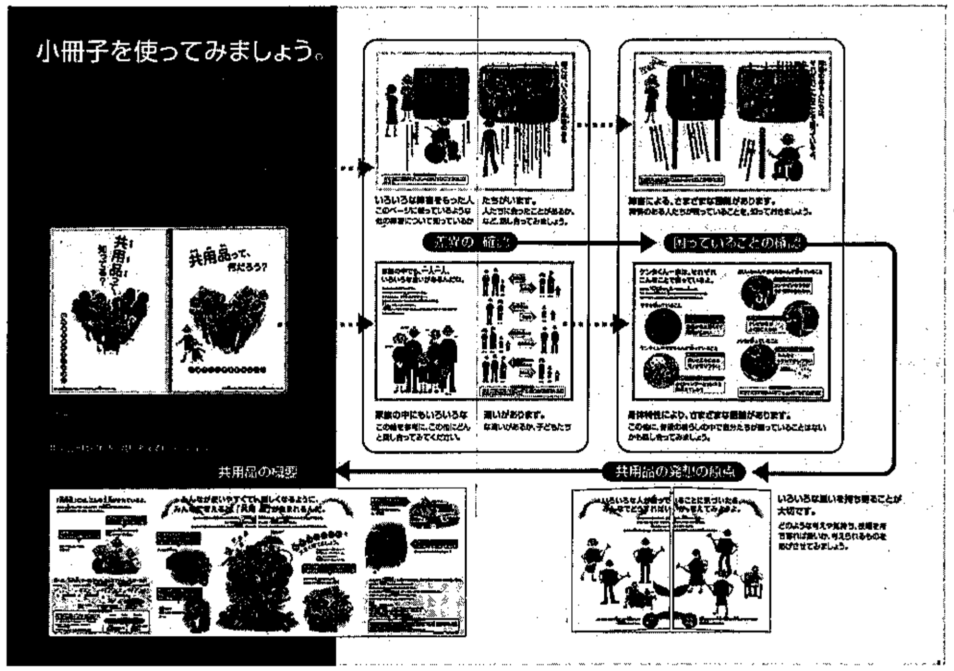
それぞれイラスト付きなので、子供たちにもわかりやすい仕様となっており、共用品を探す際の参考になる。

■身の回りの共用品・共用サービスを見てみましょう。（p５～６）

配慮ポイントについて理解した後は、子供たちの身の回りにある共用品について見ていく。

代表的な共用品の例や、学校、駅、郵便局などで見られる代表的な配慮を紹介し、子供たちが調べる時の参考となるようにした。

なお、場面ごとの配慮については、共用品推進機構のホームページに掲載している「ようこそ共用品ワールドへ」http://kyoyohin.org/kyoyoworld/index.htmlで詳細が見られる。



■小冊子を使ってみましょう。（p７～８）

ここでは、姉妹編である『共用品って、何だろう？　共用品って、知ってる？』の構成や進め方を紹介している。

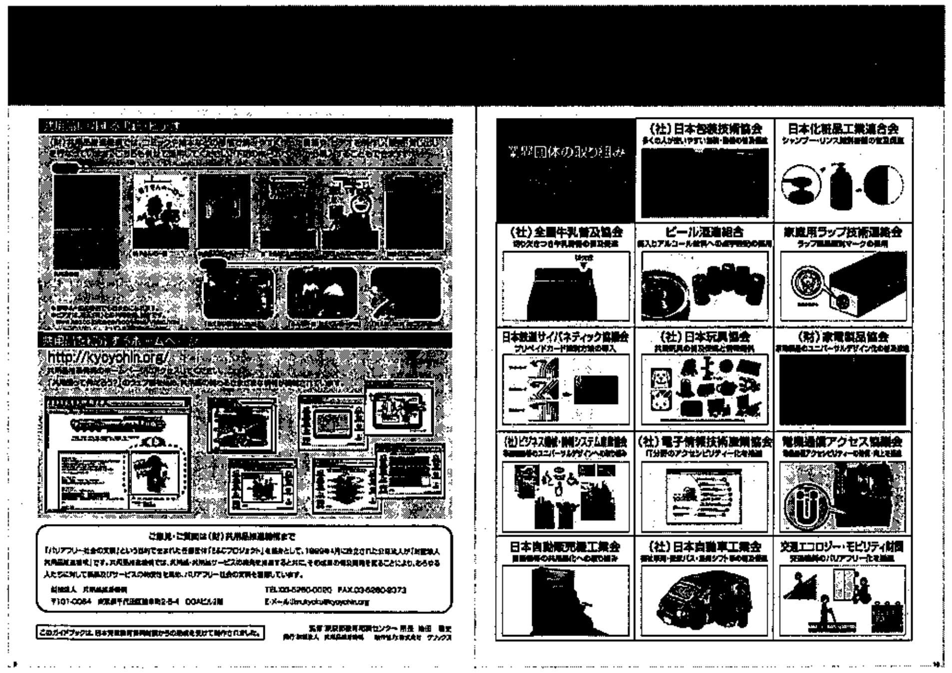
「差異の確認」→「困っていることの確認」→「共用品の発想の原点」→「共用品の概要」という流れになっていることを、一目でわかるようにページごとに概要を説明した。

■共用品・共用サービスをもっと知ってください。（p９～10）

共用品に関する書籍やビデオ、機構のホームページを紹介。併せて、バリアフリー社会を実現するために、多彩な活動を展開している14の業界団体の取り組みについても、イラストを用いて紹介している。

（森川　美和）

このガイドブックをご希望の方は、送付先の住所、氏名、必要部数、目的を記入し、送料相当分の切手を同封のうえ、下記宛てにお申し込みください。なお、送料相当分の切手は冊数によって異なりますので、下記を参照のうえ、よくご確認ください。



【申込先】〒101-0064
東京都千代田区猿楽町
2-5-4　OGAビル２階
（財）共用品推進機構
指導用ガイドブック係

【送料の切手】
１～２冊＝180円分
２～４冊＝240円分
10冊まで＝310円
10冊以上＝別途ご相談

インクル 第29号

＜寄稿＞新しい「高齢者・障害者配慮JIS」

報知音の音量、最小可読文字サイズ、年代別相対輝度

設計・開発段階から高齢者・障害者に配慮された製品の普及を目的とする日本工業規格（JIS）の「高齢者・障害者配慮設計指針」シリーズに、3つの規格が相次いで追加された。新たに制定されたこれらのJISの概要を、（独）産業技術総合研究所人間福祉医工学研究部門主任研究員の倉片憲治氏と同部門感覚知覚グループ長の佐川賢氏に紹介してもらった。

＜JIS S 0014：2003＞消費生活製品の報知音－妨害音及び聴覚の加齢変化を考慮した音圧レベル

報知音とは、製品の動作状況を使用者に知らせるために鳴らされる音（機器の動作完了を知らせる終了音や機器の異常を知らせる注意音など）を指す。この報知音によって、製品の動作状況を目だけでなく耳でも確認できるようになるため、製品の操作性が一段と向上する。しかし、これらの報知音が、高齢者にとって聞き取りにくいことがたびたび指摘されてきた。

先に制定された「JIS S 0013（高齢者・障害者配慮設計指針－消費生活製品の報知音）」では、高齢者には聞き取りにくい2.5kHzを超える高い周波数の音は使用しないことが望ましいと規定された。これによって、周波数の比較的低い報知音が多くの製品で使用されるようになった。しかし、製品の実際の使用場面では、周囲の生活環境音（流し台の水音やテレビの音声など）によって報知音が聞き取りにくくなることがある。「JIS S 0014」は、そのような妨害音がある場合でも、高齢者にとって聞き取りやすい報知音の音量（音圧レベル）を設定する方法を規定したものである。

図1に、報知音（電子レンジの調理終了音）と妨害音（台所で皿を洗う音）の測定例を示す。報知音の音量が小さすぎれば、妨害音にかき消されて高齢者には聞き取りにくく、大きすぎれば若年者にとってうるさい音となりかねない。このJISでは、高齢者でも妨害音中の報知音を聞き取れる最も低い音圧レベルを「下限値」、十分に大きく聞こえるレベルを「上限値」とし、両者の間に報知音のレベルが収まるよう設計することが推奨された。

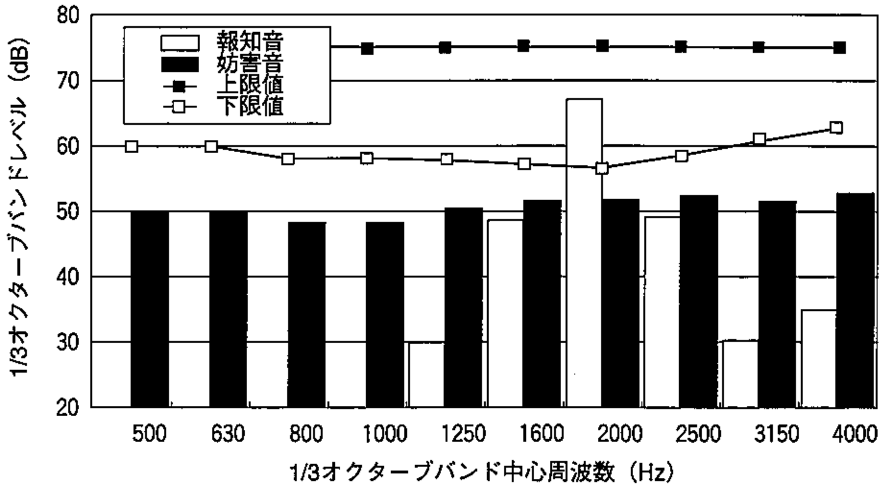
図1の報知音はちょうどこの範囲に入っており、製品の設計者は、この報知音は皿洗いの音がする台所でも聞き取りやすいと判断することができる。

＜JIS S 0032：2003＞視覚表示物－日本語文字の最小可読文字サイズ推定方法

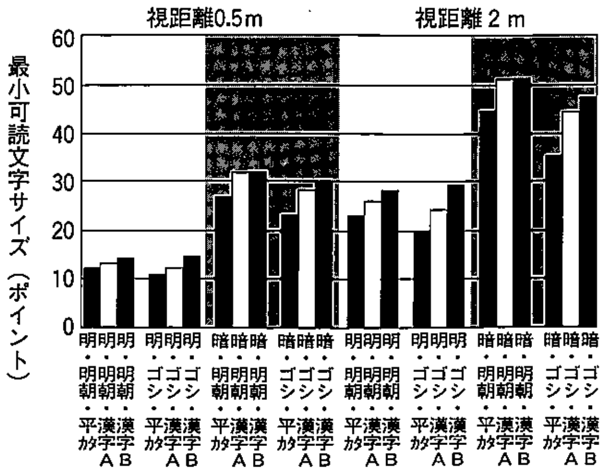
薬瓶のラベルや家電製品の注意書きなどは、文字が小さくて高齢者には読めない場合が多い。駅の案内板なども読みやすくなければならない。このJISでは、どのくらいの文字サイズまで読み取ることができるのかという「最小可読文字サイズ」を規定し、視覚表示物の設計指針を提供している。

最小可読文字サイズは視力に関係する。視力を知ればどのくらいの文字サイズまで見えるかが推定できるが、視力は対象の明るさ（輝度）や距離（視距離）、さらには見る人の年齢などで変化する。このJISでは、これら輝度、視距離、年齢が変化したときの視力をデータベースと推定式を用いて推測し、最小可読文字サイズを推定する方式を提案した。

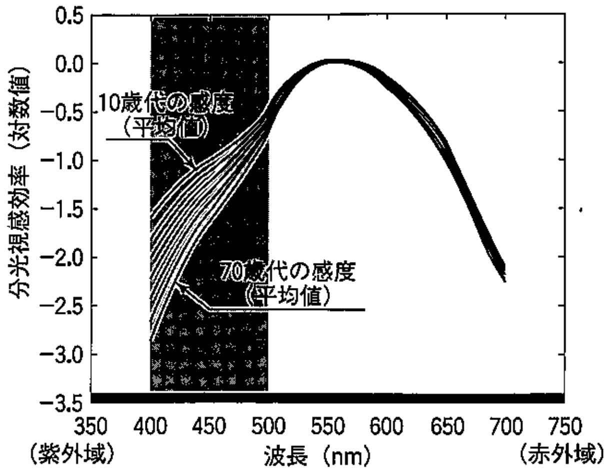
基礎となったデータは、視力と、種々の環境で実際に読めみる文字サイズのデータである。図2では、フォントタイプや、ひらがな・カタカナ、漢字A（5～10画）、漢字B（11～15画）の文字種に対して、高齢者が80%の正答率で読める文字サイズを縦軸にポイントで示している。



■図1　報知音と妨害音の測定例



■図2　高齢者が80%の正答率で読める文字サイズ



■図3　10歳代～70歳代の年代別分光感度

こうしたデータに基づいて、年齢、視距離、輝度が変化した時の最小可読文字サイズを推定する。このJISの手順によると、年齢50歳で通常のオフィス環境（約100cd/㎡）において書類などを近距離（約50cm）で見る際の文字サイズは、明朝体の漢字5～10画の場合、最小で10.8ポイント、年齢が65歳であれば、14.5ポイントとより大きくなる。高齢者にとって読みやすい文字へ改善されていくことが期待される。

＜JIS S 0031：2004＞視覚表示物－年代別相対輝度の求め方及び光の評価方法

色の見え方も年齢とともに変化する。眼球内のレンズは加齢に伴って黄色く変色し、その結果、青の色光に対する感度が落ちる。すなわち、青がより暗く見える。黒地に青の文字で書かれた表示板などは、高齢者にはかなり見づらい。今回のJISでは青の感度が年齢とともにどのように低下するかを定量的に示し、標識などの見え方の評価へ応用している。

図3は10歳代～70歳代の年代別分光感度である（JIS付表）。400～500nmの短波長（紫から青色系）の領域で年代とともに感度が低下する。この感度曲線は、光の強度成分にこの重みをつけて、感覚としての明るさ（輝度）を計算する際に用いる。これが「年代別相対輝度」であり、今回のJISにその定義と活用が示されている。

付属書には、サンプルとなる暗い茶色の背景に青で書かれた視覚サインの視覚的コントラストが計算されている。計算結果の例では若年者ではコントラストが51%と見えやすいが、同じサインを60歳代の人が見ると18%と低下し、見づらい。交通標識などの設計指針や新しく開発された光源や照明の高齢者に対する見え方などの評価に活用できる。

ISO技術ガイドラインにも引用

これらの規格は、（独）産業技術総合研究所と（独）製品評価技術基盤機構が共同で実施した標準基盤研究の成果として提案されたものであり、規定項目はいずれも高齢者および若年者が参加した多くの視覚・聴覚実験のデータに基づいている。これらのJISの記述には専門用語や数値による表現が多く、規格の利用者にはいささか“取っ付きにくい”印象を与えるかもしれない。しかし、歳をとるに従って見え方や聞こえ方がどう変わるかは、若い設計者にはなかなか理解しにくい。高齢者にとっても、若い頃の見え方や聞こえ方とどのように変わってきたかを正確に説明するのは容易ではない。

そこで、加齢変化に対応した製品を設計・開発するためには、綿密な実験計画に基づいて測定され、定量化された人間特性データが欠かせないのである。

このような観点から現在、「ISO/TC159/WG1（特別な配慮が必要な人々のための人間工学）」では、「ISO/IECガイド71」の内容をより具体化するために、人間特性データとそれに基づく製品などの設計手法をまとめた技術ガイドラインの作成が進められている。ここで紹介した3つのJISも、その一部として引用される予定である。

「点字表示方法」と「触知図」のJIS化を検討
機構が「アクセシブルデザイン標準化」調査

共用品推進機構が2003年度から新たに取り組み始めた事業の中に、日本工業規格（JIS）の原案作りのための調査研究がある。これは（財）日本規格協会（JSA）からの再委託事業で、標準化の範囲と内容に関して委員会を設置して検討し、可能であればJISの原案作成まで行う。

高齢者・障害者配慮の「提言書」を踏まえ

「ISO／IECガイド71」が「高齢者及び障害のある人々のニーズに対応した規格作成配慮指針」（JIS Z 8071）として制定されたことを受け、日本工業標準調査会（JISC）消費者政策特別委員会から昨年6月に『高齢者・障害者への配慮に係る標準化の進め方について』という提言書が公表された。提言書は3章構成になっており、1章「高齢者・障害者配慮標準化の強化・拡大の必要性」、2章「高齢者・障害者の標準確立のための方策」に続く3章で、「当面の高齢者・障害者配慮の標準化項目の提案と今後の課題」と題し、標準化すべきテーマ抽出の考え方と、関連機関へのアンケート調査に基づく約40の具体的なテーマ候補が示された。

この提言書を受けて、機構では独自に「アクセシブルデザイン検討委員会」（委員長・菊地眞 防衛医科大学校教授・共用品推進機構理事）を設置し、それら40の標準化が必要なテーマの中で機構が担当するのに相応しいのはどの分野かを検討した。その結果、公益法人としての機構の事業内容や性格に鑑み、①複数の業界に横断的にかかわる事項である、かつ②消費者から標準化へのニーズが高いテーマである——といった条件から候補を絞り込んでいった。

そして、初年度である2003年度は、「点字表示方法」と「触知図の表示方法」の2テーマの調査・研究に取り組むこととなった。これらはともに、全国約200施設で組織する㈳日本盲人社会福祉施設協議会からJIS化の強い要望が寄せられていた案件だ。同協議会の点字出版部会が2001年7～9月に「点字サインに関する実態調査」を行ったところ、点字が逆さまに貼られていたり、地域によってまちまちであったりといった問題点が明らかになった。そのため、同協議会は点字表示のガイドラインを作成、必要なところに配布したものの、普及させるには「一福祉団体の力では限界がある」とのことから、JIS化を検討することとなった。

「点字表示方法」の委員会の委員長には、髙橋秀治・同協議会点字出版部会長、「触知図の表示方法」の委員長には藤本浩志・早稲田大学教授がそれぞれ就任し、2003年度は各5回の委員会を開催、活発な意見交換が行われた。点字表示に関しては関東と関西における表示方法の違いなどを調査する一方、触知図はドイツ、イギリスを含む国内外の実態調査を行った。

2003年度末時点では、点字表示はJIS原案の第1稿ができ上がり、触知図に関してはどんな点を標準化すべきかに関する検討が行われている。それぞれ2004年度からは2期目に入り、早ければ2004年度内のJIS化を視野に入れながら、さらに検討内容を深めていく予定である。

危険警告の凸など、続々とJIS化

また現在、経済産業省やJISC、JSAでは「高齢者・障害者配慮JIS」シリーズの制定を重点課題の1つとして取り組んでいる。すでに「包装・容器——危険の凸警告表示」のJISなどが今年半ばにも制定される見通しとなっている。

このほか、情報通信（IT）分野でも、JSAや主要業界団体が中心となって、共通のガイドラインや分野別標準の策定作業が行われている。具体的には、電子情報技術産業協会（JEITA）がコンピューター・同周辺機器、ビジネス機械・情報システム産業協会（JBMIA）がOA機器、情報通信ネットワーク協議会（CIAJ）が通信機器、JSAがウェブサービス関連の規格・指針を作成、新年度から順次JIS化が図られる。

（星川安之）

随想 私と共用品 第9回 「一緒のモノを使う」ことの素晴らしさ

近藤和子（生活研究・商品開発コーディネーター、㈶共用品推進機構企画委員）

暑い夏の日、F・L・ライト氏の設計による自由学園の古い建物に入って驚いた感動は今も忘れることができません。冷房もない暑さの中で年代もさまざまな100人くらいの人たちが熱心に各々のグループで話し合いをしていた光景です。そこでは手話での話し合いがあり、目の不自由な方たちがたくさんおられるグループも見られました。

なぜ、私がそこへ行ったのかというと、講師として高齢社会と商品開発に関わる話をした折に、受講生だった方から「是非一度、E&Cプロジェクトの例会の様子を見てください」という熱心な言葉に乗ったからでした。

「駅およびその周辺の不便さ調査」に参画

こんなに多くの方たちが、障害のある人のために、モノやシステムの改善を図るために、活動しているということに感動しました。あれからもう、10年近く経ってしまいました。E&Cに参加した私は、高齢者班での初めての調査となった「駅およびその周辺の不便さ調査」に参画させていただきました。

私は商品科学研究所という、一企業のためでなく、ひろく生活者と作り手をつなぐ懸け橋となるようにと設立された、西武グループのユニークな研究所に招かれて、生活者の意識調査や商品の比較テスト、消費者教育などに取り組んでいました。

東京、大阪などの4つのテストキッチンコアを統括、指導するようになり、1988年頃から30名ほどのスタッフとともに、高齢者の調査研究に取り組み、90年に「高齢者の身体的機能の変化に対応する商品の調査研究」、続いて「高齢者が快適に暮らせる社会施設の調査研究」という研究書をまとめました。それで、人間生活工学研究センターや通産省（当時）での最初の高齢者生活工学研究会などに加えていただき、それ以来ずっと関わっています。

その頃、日本規格協会で行った講演がきっかけで『高齢化社会と商品開発』という本をパート1、2と2冊出させていただきました。しかし、健常者と共用できるモノを作ることは、あまり考えていませんでした。むしろ、男性によって作られたモノから、女性の生活にあった静音洗濯機のようなものの提案や、女性の手にあった「主婦の目商品」を開発するなど、専用品の開発に力を注いでいました。

障害があったり、機能が低下したりした人が、健常者と一緒のモノを使って生活でき、差別されないというのは素晴らしい考え方です。高齢者のタウンウェアの研究からは、いかにも老人っぽくつくられた高齢者用衣服や専用のシルバーショップは疎まれていることがわかりました。

共用品づくりでは、視・聴力の障害や衰え、手足の機能の低下などがみられる人を対象にするだけでなく、一般の健常者にも使えなければなりません。「そんな商品なんて」と悩んでいるメーカーもあるでしょう。完全な共用品づくりは難問ですが、一部でも共用できる工夫が加わればよいとしたら、今より改善された品がもっともっと作られるでしょう。

まずはできるモノ、やれるコトから

特別の機能や表示を、すべての品に取り付けなければならないとしたら、商品の製造者、公共の施設、交通関係者は頭を痛めるでしょう。しかし、情報収集が早く、思いやりがある企業は、着実にその方向に走っています。まずはできるモノから、やれるコトからすればいいのです。いずれの場合も、利用者に対する確かな理解、使用場面での調査が、まず肝腎です。作り手の創造力や技術力は大切ですが、それに任せるだけではだめです。

いまや共用品推進機構は世界の人々に、温かい心を配る、国際的な拠点となったと思っています。私はほかでは出会えなかったであろう、個性的な素晴らしい才能、創造力のある方たちと行き合えたことと、あの夏の日に受けた熱い感動を大事にし、これからも微力ではありますが、共用品推進機構にできる限りの協力をしてゆきたいと思っています。

（題字は、中野奈津美㈶共用品推進機構運営委員）

＜共用品ニュースワイド＞

活発化する「社会に向けた情報発信」

多くの人がより豊かで快適に暮らすための「社会基盤」として、高齢者や障害者の生活を支える不可欠な「生活基盤」として、そして、企業にとっては新たな収益をもたらす事業領域として、「共用品・共用サービス」は21世紀の社会に着実に広がり、しっかりと根付き始めている。そんな最前線のホットな動きを、本誌恒例のワイドニュース形式でお届けしよう。

（高嶋　健夫）

「環境報告書」に共用品・ＵＤ・バリアフリー

ブラザー工業、ダイエー、ライオンなど続々と

産業界で、欧米の動きに追随して「企業の社会的責任（CSR）」への関心が急速に高まっていることを反映し、「環境報告書」の中で共用品・ユニバーサルデザイン（UD）、バリアフリーへの取り組みを記載する企業が増えている。報告書のタイトルを「環境・社会活動報告書」などと変更するところも目立つ。CSRでは「人権配慮」が最重要テーマの１つとされており、ジェンダーフリー（性差による差別禁止）、児童の雇用禁止などと共に「高齢者・障害者配慮」への注目が集まりつつある。

「環境報告書」は、リサイクルや環境保全対策など自社によるエコロジーへの取り組みを詳しく報告する年度報告書で、大企業の多くが発行している。ところが、企業の責任分野をより包括的にとらえて、人権活動への取り組みなども取り上げ、タイトルも変更するのが新しいトレンドになってきている。

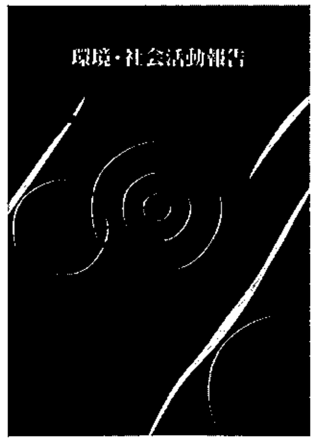
ユーザビリティー評価、補助犬などを紹介

ブラザー工業は『2003年度環境報告書』（＝写真左）で、「もの創りを通じた取り組み」という章で「より多くの人が使えて、使いやすい商品を開発しています。ユニバーサルデザインについて」と１項目を設けている。記述そのものは長くはないが、車いす使用時や、高齢者の疑似体験キットを身に付けてのユーザビリティー評価の模様を写真で紹介している。同社によると、こうした取り組みを載せたのは初めてで、新年度版ではタイトル変更も検討しているという。

ダイエーは『環境問題・社会貢献取り組み報告書2003年版』（＝写真中）で、「人にやさしい店づくり」に全体の４分の１近い８ページを割き、「バリアフリー」「駐車許可証制度」「タウンモビリティ」「配達無料サービス」「身体障害者補助犬」「高齢者、妊婦疑似体験」の６テーマへの取り組みを紹介している。

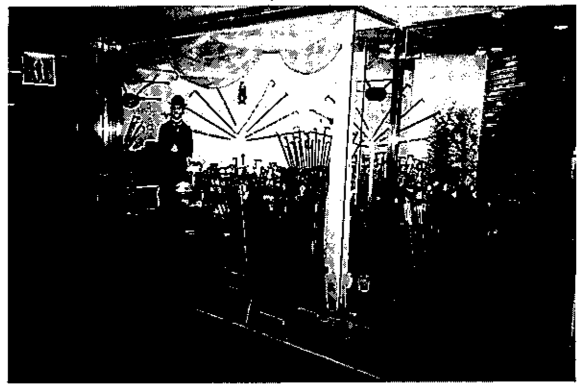
この中では特に、ダイエーが流通業界を先導する形で受け入れの促進、地域社会への啓発を推進してきた補助犬について、盲導犬、聴導犬、介助犬、それぞれの受け入れ内容を一覧形式で掲載するなど、力を入れた記述となっているのが目を引く。

同じように、ライオンは『環境・社会活動報告2003年版』（＝写真右）の中に、「ライオンの事業活動と社会との関わり」というコーナー（見開き２ページ）を設け、「ユーザビリティー（使いやすさ）の追求」や「視覚障害者の方への配慮」として共用品・共用サービスへの取り組みを紹介している。



「チャップリン」が新店舗

西新宿のヒルトン東京内にオープン



ステッキを製造・販売するサン・ビーム（東京・渋谷区、山田澄代社長）は、本店に続くステッキ専門店「チャップリン」２号店を東京・西新宿のホテルヒルトン東京内にオープンした＝写真。

新店舗は同ホテルの地下１階のショッピングモール内にあり、大きなガラス張りの店内ではチャーリーの人形がお出向かえし、壁には高級ステッキが陳列展示されている。同社のオリジナル商品である「GINZA」シリーズをはじめ、スネークウッドなどの高級ステッキを常備しているほか、食器などインテリア小物も扱っている。営業時間は午前11時～午後８時。問い合わせは

TEL：03-3344-5488、FAX：03-3344-5477。

沖電気が特例子会社を設立

在宅雇用の「ネットワーカーズ」を増強へ

沖電気工業は４月１日、新しいグループ企業、「沖ワークウェル」を設立する。障害者雇用の受け皿となる特例子会社にする目的で、人事管理会社である沖ヒューマンネットワークの100％出資会社として新設、グループ各社に在籍する20人の障害のある社員がここに転籍する。

社長には、沖電気社会貢献推進室長の木村良二氏が兼務で就任。共用品ネットに参加している津田貴氏が取締役になる。社員の中核部隊となるのは、「OKIネットワーカーズ」と名付けられた13人の車いす使用者。全員が在宅勤務のITエンジニアで、年齢は20～30歳代が中心。男性が10人、女性が３人で、うち３人が既婚者。これだけの人数を「在宅雇用」している例は他にはないという。

沖電気が障害者の在宅雇用に乗り出したのは1998年。本社の社会貢献推進室と沖ヒューマンネットワークが連携して、同年６月に初めて３人の車いす使用者を採用。以降、毎年採用を増やしてきた。在宅社員の仕事は、ホームページ制作が８割を占め、残りがデザイン制作やソフトウエア開発。

厚生労働省が発表した昨年６月１日現在の民間企業の障害者雇用率は1.48％。前年比0.01ポイント改善したとはいえ、障害者雇用促進法が定めた法定雇用率「1.8％」を依然として下回っている。沖電気グループも同様だが、2004年度中に在宅雇用を大幅に増強し、法定雇用率の達成をめざす方針だ。

ライオンが「音のメルマガ」

テキストで送信、拡大・点訳も容易に

ライオンは、視覚に障害のある人向けに「音で読むメールマガジン」を創刊した。第１号を昨年11月に発行、今後は継続して年２回、希望者に定期配信する。同社の新製品情報と関連する生活情報を提供する内容で、音声ソフトで読み上げたり、文字サイズの拡大、点訳がしやすいようにシンプルなテキストデータで制作。コンテンツも、視覚障害者向けに役立つ内容に編集している。

例えば、創刊号では年末に向けての大掃除のやり方を特集。視覚障害者が気づきにくい網戸の汚れの見分け方を紹介したり、レンジ回りなどの汚れ具合を指の感触によって判断する基準など、ユニークな「実用情報」を盛り込んでいる。

ライオンは91年以降、点字版、大活字版、フロッピーディスク版、CD版、電子メール版と様々な商品カタログを発行してきた実績を持つ。音のメルマガは「インターネットの普及というIT環境の進捗に合わせて導入した」（品質保証部）としている。

『日々好日』第２号を発行

千趣会、今回は女性に照準

通信販売大手の千趣会は、共用品・ユニバーサルデザイン（UD）商品などを中心にしたシニア層向けの新カタログ誌『日々好日』の第２号である「春夏号」を４月に発行する（＝写真は表紙）。

創刊号の顧客分析や反響などをベースに、「快適・元気な大人世代」向けというコンセプトをより鮮明にしたうえで、今回は主に女性層をターゲットに編集しているのが特徴。

コンテンツを見ると、巻頭特集に平野レミさんによる料理記事を掲載したほか、「大切にしたい大人世代のファッション」、「友人と行く夏の旅」、「『和』が生きる、心地よい暮らし」、「京の技を求めて」などの特集が並んでいる。もちろん、「すべての人に快適をもたらすカタチ」など共用品・UDも引き続き重点的に扱っている。

『日々好日』は、高齢人口の増大をにらみ、元気な高齢者向けの商品・サービス販売の拡大を目指してテストマーケティングの狙いも含めて昨年９月に創刊した。これまで30歳前後の若い女性層をターゲットにしていた同社では初の試み。共用品・UD商品だけを集めたり、特集を組んだりした通販誌はこれまでもあったが、定期発行する専門誌は通販業界でも初めて。

千趣会では、共用品推進機構の法人賛助会員や個人賛助会員の所属企業に対して、同誌への掲載・販売商品・サービスを広く求めている。資料送付・商談・照会先は、下記のとおり。

■㈱千趣会　新規事業開発部　快適生活研究室
〒141-0022　東京都品川区東五反田1-21-13
TEL：03-5475-7528　FAX：03-5475-7534

自分で背中に湿布が貼れる！

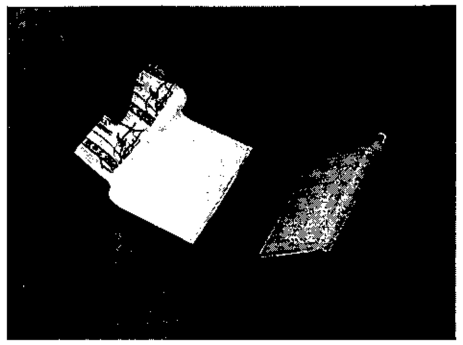
旭電機化成、「ひとりでペッタンコ」発売

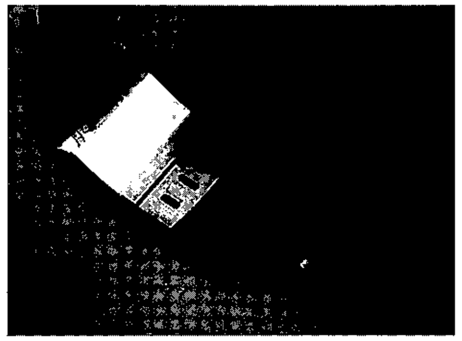
「スマイルキッズ」ブランドで各種便利グッズを製造・販売している旭電機化成（大阪市東成区）は、自分ひとりで背中など貼りにくいところに湿布が貼れる専用プレート「しっぷ貼り　ひとりでペッタンコ」を発売した。

高齢になると、体が硬くなったり、腕が上がらなくなったりする人が多く、背中や肩などにうまく湿布薬を貼れずに苦労していて、「何とかして欲しい」と訴えるお年寄りは多い。そうした高齢者の潜在ニーズに着目して開発したアイデア商品だ。

使い方は、①湿布を固定するナイロン剤付きのカバーを開いて、湿布を７分目くらいまではがしてプレートとカバーの間に挟む（＝写真左）、②カバーを元に戻して固定（＝写真中）、③取っ手を持って患部に当て、貼りたい方向に引けば、きれいに貼れる（＝写真右）。

素材はABS樹脂、色はブルーとピンク。希望小売価格は980円。問い合わせは、TEL：0595-52-3616、FAX：0595-52-1077（土・日・祝日を除く午前９時～午後５時）。





キーワードで考える共用品講座　第28講

「共用品の歴史④（開花期＝1990年代［下］）」

後藤芳一（ごとうよしかず）（共用品推進機構運営委員、日本福祉大学客員教授）

第26講の続きで、共用品[③⑥⑩⑬⑭⑯~㉗]の歴史を整理する（小さい添え字[①~㉗]は、同様の用語が本講の第１～27講に既出であることを示す）。

３．共用品への取り組み

(1)　Ｅ＆Ｃプロジェクトの発足

1990年に、㈳**日本玩具協会**[⑥⑦⑯⑰㉑㉔㉕]が「**『小さな凸』実行委員会**」[⑦]を設置、91年に「**晴盲共遊玩具に関するガイドライン**」[⑥⑦⑯⑰⑲~㉑㉓~㉕]を作成。**盲導犬マーク**[⑦⑩]は英で採用され、共遊玩具は米、スウェーデン、加、豪、台湾に普及。91年に、共用品普及の中核組織**Ｅ＆Ｃプロジェクト**[⑥⑩⑬⑯㉔]が発足。先導した**日本点字図書館**[㉑㉔㉕]、**RIDグループ**[⑩㉔㉕]、玩具業界ほか、産業界、市民が参加。Ｅ＆Ｃは99年に**共用品推進機構**[①④⑥⑩⑫⑬⑯⑲⑳㉑㉗]へ法人化し、①共用品・共用サービスの「**５つの基準**[⑩]」（93年版）、「**定義**」[③⑤⑩⑫㉖㉗]、「**統計（市場規模）**」[②④~⑥⑫⑱㉑㉖㉗]の整備と、②**標準化**[②⑥⑦⑬㉑㉖㉗]を進めている。機構は95年「イタリアでの日本週間」にミラノで共用品を**展示**[⑥⑧⑪⑰⑱㉕]、96年の**プリペイドカード**[⑥⑦⑨⑬⑲㉑]のJIS化に寄与した。

(2)　産業界の取り組みも加速

㈳日本玩具協会（晴盲共遊玩具）、**日本化粧品工業連合会**（**シャンプー容器**[⑤~⑦⑬⑯⑲~㉑]）、㈶**家電製品協会**[⑤⑦⑧~⑬⑯⑰⑲~㉑㉓]、**日本鉄道サイバネティクス協議会**[⑦㉑]（交通カードの切り欠き）、**ビール酒造組合**[⑦]（**点字表示**[⑦⑲⑳㉓]）、**家庭用ラップ技術連絡会**[⑦]（識別記号）、㈳**リビングアメニティ協会**[⑤~⑧⑯⑲⑳㉓]（**温水洗浄便座**[⑤~⑦⑲⑳㉔]の安全表示）が先行した。７団体には、99年に機構が「**共用品推進特別賞**」[⑦]を授与。㈳**日本エレベータ協会**[②⑤⑨⑫⑮⑲⑳㉑㉓]、㈳**電子情報技術産業協会**（情報機器[②⑦⑲~㉑㉓]）、㈳**ビジネス機械・情報システム産業協会**[⑦]、㈳**全国農協牛乳協会・**㈳**全国牛乳普及協会・**㈳**日本乳業協会**[⑦⑬]、**日本自動販売機工業会**[⑤⑦⑨⑲~㉑㉓]、㈳**日本包装技術協会**[④⑦⑬]、**ユニバーサルファッション協会**[⑭⑰⑲㉑]も、仕様や表示の統一を進めている。99年から、機構が『**共用品白書**』[④㉔~㉗]を発行。

(3)　**流通**[⑩⑪⑰⑱㉑㉔]・サービス分野の動向

サービス[③⑥⑨⑩⑭⑯⑰]では90年代後半、商店街などで**電動スクーター**[③⑨⑲]を貸し出す「**タウンモビリティー**」[③⑨⑭⑲㉑]が始まる。91年にJTBが「**車いすで行くアメリカ**」[⑪㉔]を発売。97年にヤマト運輸は「**ネコの耳形切り欠き付き不在連絡票**」[⑯]を導入。**店舗**[⑩⑪⑰⑱㉑]では、93年に**ダイエー**[⑪⑰]が「**身体障害のお客様に対するお買い物対応**」を始め、**盲導犬**[⑦⑩⑭⑰㉑]を受け入れ。**イトーヨーカ堂**[⑪⑰]は店舗を**バリアフリー化**[③⑨⑪⑬⑮⑱㉑~㉔㉖]、96年開店の**髙島屋新宿店**[⑪]は、都内の大型商業施設初の**ハートビル法**[②③⑥⑨㉑㉒㉖]認定建築物で、車いす利用者の試着室を設置、コープこうべ「**はーとらんど**」[⑰]開店。99年、コクヨが「**ごきげん生活館**」[⑧⑪⑰]開設。90年代末には、概念の完成度、需給の広がり、社会的認知の点で、日本の共用品利用は世界最高水準に。米で**ユニバーサル・デザイン**[③⑥⑩⑭⑯⑰㉕]、欧で**デザイン・フォー・オール**[③]、英で**インクルーシブ・デザイン**[③]を提唱。

４．まとめ

90年代に共用品への取り組みが一気に進んだのは、①**障害者**[③⑤⑧⑪⑫⑭⑰⑱㉒~㉗]政策の浸透、②**高齢化**[①~⑤⑦⑧⑩~⑭⑰⑱㉒~㉗]の進展、③**社会**[①⑮⑱㉗]の成熟で関心が増したため。政策は、高齢者や障害者対応の深化とともに、直接にバリアフリー化を目指す政策が普及。共用品の供給策に、**産業政策**[①②④⑦⑧⑫⑱㉖㉗]が着手。

中核機関（共用品推進機構）が発足し、共用品の「基準」、「定義」、「統計」を整備。これで推進体制は**福祉政策**[②④㉔~㉖]から市民団体と産業政策主導へ移った。産業界では、事業分野別の業界団体を通じた横断的な取り組みが活発化した。

（これらの動きの詳細は『共用品白書』［ぎょうせい］を参照。）

「共用品ビジネス実践講座」第４回・第５回

成功の決め手は「顧客ニーズにどこまで迫れるか」

㈶共用品推進機構が主催する平成15年度「共用品ビジネス実践講座」の第４回講座が１月７日、第５回講座が２月４日にそれぞれ機構事務局で開かれた。青木誠・機構運営委員のコーディネートの下、第４回は経済産業省人間生活システム企画チーム課長補佐の垣見直彦氏と（独）産業技術総合研究所人間福祉医工学研究部門感覚知覚グループ長の佐川賢氏が、第５回は㈱スワニー社長の三好鋭郎氏、㈱千趣会快適生活研究室チーフディレクターの加藤斉氏がそれぞれ登壇した。また、第５回では、ステッキ専門店「チャップリン」を経営するサン・ビーム㈱の山田澄代社長が同社の経営理念などについて語るビデオ（本講座のために事前に収録）を上映した。各氏の講座の概要を紹介する。　（高嶋　健夫）

講座⑦：垣見直彦氏

人間生活指向型製品の経済効果

顧客ニーズつかみ、高い営業利益率

経産省の垣見氏はまず、共用品・ユニバーサルデザイン商品をユーザーオリエンティッドな「人間生活指向型製品」の１分野ととらえ、「モノ作りにおける新たな価値創造」を実現する有力な切り口であると強調した。

そのうえで、同省が2002年７月にまとめた「人間生活指向型製品の製造・販売に係る経済的効果等に関する調査研究」報告書に従い、主な特徴を解説した。同報告書は、製造業者へのアンケート調査とヒアリング、生活者へのアンケート調査、有識者へのヒアリングの結果を総合的にまとめたもの。

それによると、こうした製品を販売しているメーカーでは、販売前の売上予想に比べて、販売初年度における実績数量は30％増となっている。また、従来製品に比べた販売初年度の営業利益率はプラス4.4ポイントも高かった。営業利益率が高かった理由としては、新たな機能を付加することによって、既存製品との差別化が図られ、その結果として相対的に「値下げ圧力をかわすことにつながったためと推測できる」としている。

さらに、こうした製品を製造・販売する企業の約88％が企業イメージやブランドイメージが向上したと回答しており、イメージアップに寄与していることがわかった。

人間生活指向型製品の「成功要因」としては、企画・開発段階において「消費者の本質的ニーズに関して入念な調査を行った」ことや、製品設計において「今までにない機能や性能を取り入れた商品設計とした」こと、マーケティング段階では「広告・宣伝活動を積極的に行った」ことなどと回答した企業が多かったという。

講座⑧：佐川賢氏

人間特性データと高齢者・障害者配慮設計

アクセシブルデザインの技術ガイドライン

産総研の佐川氏は、国際標準化機構（ISO）や日本工業規格（JIS）で進んでいる「高齢者・障害者配慮設計指針」の概要を、自身の専門分野である「人間特性の科学的データ」の視点から詳細に解説した。

「より多くの人が使いやすい製品や環境を設計していくためには、科学的データに基づく裏付けが重要である」と指摘。その例として、新たにJISになった「聴覚の加齢変化に基づく報知音の設計」、「最小可読文字サイズ推定法」、「年代別輝度の求め方と光の評価方法」について説明した（その内容は、本誌今号４～５頁を参照）。

これら以外にも、「識別しやすい色の組み合わせ」、「高周波騒音の評価」、「夜間に目立つ色」、「快適な温熱環境」などについて考え方を紹介した。

また、「ISO／IECガイド71」制定を受けて、ISOで現在、TC159という「人間工学」の専門委員会において検討が始まっている技術ガイドラインの基本的な考え方や今後の日程などについても紹介。今年４月にも同委員会内に設けられる専門ワーキンググループでの検討作業が本格的に始まる見通しであることを明らかにした。

講座⑨：三好鋭郎氏

ステッキバッグの開発と反響

決め手は「自分が欲しい！」

杖のように体を支えて、“押し歩く”ことができる旅行鞄、キャリーバッグの「イージースワニー」を製造・販売するスワニーの三好社長が、その企画・開発から発売、そして現在の販売状況などについて語った。

スワニーは元々はスキーやゴルフ用手袋の専業メーカー。三好氏は子供の時にポリオを患い、片足が不自由。長年、重い商品サンプルを携えての商談旅行の際に移動で苦労したことが「イージースワニー」の開発のヒントになった。「杖のように体を支え、大型のトランクのようにもたれかけても歩ける鞄」をコンセプトに、他の経営陣の反対を押し切って、数年がかりで開発を推進した。

累計数億円もの多額の開発投資を注ぎ、最終的に体重を受け止める独特の形状をした取っ手機構の開発に成功し、日米欧主要国で特許を取得。４年前から本格的に販売を開始した。当初は苦戦したが、マスコミにも度々取り上げられるなどして次第に浸透し、現在ではスワニーの主力商品に成長しつつあるという。

同社には購入した客、特に高齢者層からの好意的な反響や感謝の手紙が多数届いており、三好氏は「これが励み」と力説。そうした顧客データの分析なども踏まえて、今後は「支える機能」をさらに追求した新商品の開発を進める方針で、その第１弾として今春、航空機に機内持ち込みできる世界最小サイズの折り畳み式車いす「えつおチェア」を発売することを明らかにした。

講座⑩：加藤斉氏

新カタログ誌創刊の意義と反響

「UDだから」売れるのではない

加藤氏は千趣会が昨年９月に創刊した新しいカタログ通販誌『日々好日』の創刊号における商品の販売動向や読者の反響を紹介した。同誌は、おおむね50歳以上の中高年層を対象にした同社初の専門誌で、まだテストマーケティングレベルながら、25万部を発行し、同社の既存誌の読者やその親などを中心に配布した。

事前に行った独自調査（約500人）によると、この世代の人が関心があるのは旅行、パソコン、スポーツなどで、その一方で、健康や病気に不安がある、との結果が出た。また、欲しいサービスについては、不用品の引き取り、旅行、ハウスクリーニングなどを挙げる回答が多かった。

創刊号の反応を分析すると、おおむね事前調査にリンクする結果となったという。掲載商品の中で最も数多く売れたのは、片手でできる大根おろし器「プロのおろしき」で、50～70歳代からまんべんなく注文が届いたという。

このように、共用品・ユニバーサルデザイン（UD）商品は全般にまずまずの売れ行きだったという。特徴的なのは、比較的若い世代から高齢世代まで幅広く支持されたこと。しかしながら、加藤氏は「UDであれば何でも売れるわけではなく、『ドキドキ』や『ワクワク』といったプラスアルファの魅力が必要」と強調した。

また、インターネットで注文してきた人は全体の10％弱に達しており、「高齢者向けの通販事業においても、インターネットの活用は今後、大変重要な研究テーマになるとの認識を持った」と語った。

第11回共用品サロン（1月9日）

『コンピュータおばあちゃんの会』を通じて、感じていること

【メイントーク】

ゲストは「コンピュータおばあちゃんの会」（http://www.jijibaba.com/）代表の大川加世子さん。同会は1997年、お年寄りが元気に生きていくことを応援する“生き甲斐サイト”として発足。会員は70代を中心に、最高齢は93歳。

大川さんは「高齢者は『時間貴族』と呼ばれるくらいに時間がある。だから、パソコンも最初はとまどっても、使いこなせるようになる。応用力は若い人に負けない。人生経験が生きてくる場面も多い」と語った。

立ち上げ時は手伝いをしてくれる若いボランティアの確保をはじめ運営に苦労したが、今はIT環境が進化し、全国に会員がいるメーリングリストを通じて、世代と場所を越えた付き合いが生まれている。サイトには、全国の童歌を集めたページなどもある。

【主なミニプレゼンテーション】

★グラフィカルスイッチ「CCクリック」

和泉電気（http://www.izumi.com/）の村岡康之氏が液晶のタッチパネルに独自開発のパネル板を組み合わせて、スイッチ操作の「クリック感」を創り出した同社製品「CCクリック」を紹介した。

★参加者全員による「今年の決意表明」

今年最初のサロン開催ということで、約30人の参加者が今年の目標ややりたいことなどを語った。

第12回共用品サロン（2月13日）

「『見えない』・『見えにくい』人のための情報バリアフリー」

【メイントーク】

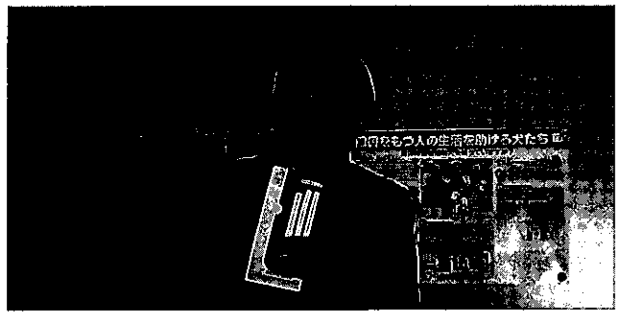
ゲストは、「株式会社大活字」社長の市橋正光さん。外国では書店に大きな活字のコーナーがあるのに、日本ではほとんどなかった。「ならば自分で」という思いで、弱視だった父親が創設したが、まもなく事故で急逝。その後を現社長が継いだ。

「情報のバリアと生活のバリアを取り払う」をテーマに、大活字の出版物と視覚障害者や高齢者にも使いやすい生活用品を販売している。大活字本はページが多くなり、小部数なため高価になってしまうのが課題。今は、主に全国約2500ある公共図書館への販売が中心という。物販に関しては、東京・猿楽町の本社内に「便利グッズサロン」を開設しているほか、ネット通販でも注文できるようにしている。

【主なミニプレゼンテーション】

★危険物に表示する警告マーク

危険物であることが手触わりでわかる「△」の凸



記号表示が今年6月頃にも日本工業規格（JIS）で制定される。東京都立産業技術研究所の三好泉さんがその概要を紹介した。

★「学生たちと学んだ4年間」

今年3月で静岡文化芸術大学を退官する木塚泰弘さんが、学生たちとの交流の思い出を語った。

★「弱視者にとっての大活字の意味」

ヤマト運輸の芳賀優子さんが、大活字との出会いや弱視者問題研究会について語った。

（小熊　一実）

共用品通信

【イベントのご案内】

○共用品サロン

原則として毎月、第2金曜日午後6時30分から、東京千代田区猿楽町の機構事務局会議室で開催。次の第13回は4月9日、第14回は5月14日開催予定です。4月は子供向けの新作ビデオや小冊子などのお披露目会を予定。参加申し込みは、事務局（TEL03-5280-0020、FAX03-5280-2373）まで。

【トピックス】

○『新世界標準　ISOマネジメント』刊行

経済産業省標準課課長補佐の矢野友三郎氏と平林良人氏の共著による解説書が、日科技連出版社より刊行された。企業の社会的責任（CSR）などについて詳細に説明している。A5判・並製・220頁、定価2100円（税込み）。

○指導用ガイドブック『豊かな心をはぐくむために』発行

共用品推進機構が独自に編集・制作した小冊子で、希望者に配布中（詳細は今号2～3ページを参照）。

【高齢者・障害者配慮関連ISO、JISの動き】

○第2回国際規格共同開発委員会（1月26日）

○第3回国際規格共同開発委員会（3月2日）】

アジアにおける高齢者・障害者配慮標準化の共同開発に関する検討を行った。

○アジアにおける高齢者・障害者配慮標準化（2月16日）

韓国標準協会において、アクセシブルデザイン標準化に関する日韓の専門家会議を開催。アクセシブルデザイン関連の14種のJISの中で韓国側が関心を示した6規格について、詳細を日本側から説明した。

○第3回点字表示JIS研究調査委員会（1月21日）

○第4回点字表示JIS研究調査委員会（2月23日）

点字の表示に関するJIS化に向けた調査研究を継続して行った。

○第3回触知図JIS研究調査委員会（1月29日）

○第4回触知図JIS研究調査委員会（2月20日）

触知図に関するJIS化に向けた調査研究を継続して行った。

【機構関連の各種委員会】

○愛・地球博日本館バリアフリーサービス検討委員会ワーキンググループ第1回会議（2月5日）

○同第2回会議（2月25日）

2005年に開催する愛・地球博の日本館におけるバリアフリーサービスに関するガイドライン作りを検討。

○第1回シニア機器産業の振興に向けた産業基盤調査検討委員会（2月10日）

経済産業省からの受託事業。主に50歳代以上のシニア層の実態を把握し、今後の活性化が期待される産業・機器分野を明らかにすることが目的。

【シンポジウム・セミナー】

○埼玉県立大学講義（1月6日）

同大作業療法学科の3年生に対して、星川専務理事が共用品・共用サービスに関する講義を行った。

○㈳人間生活工学研究センター講座（2月17日）

大阪市の同センターで開かれた第30回講座「人間工学」で、高嶋・本誌編集長が「共用品ビジネスの現状と課題～『ISO／IECガイド71』の活用法と今後の展望」と題して講演。

○「東京の新しい福祉を考えるセミナー」（2月19日）

東京都福祉局主催の同セミナー第3回「すべての人が暮らしやすく～ユニバーサルデザインの視点から」において、星川専務理事が障害者や高齢者の不便さと共用品、共用品推進機構の取り組みについて紹介。

○（独）国立特殊教育総合研究所講義（3月4日）

盲学校教諭の短期研修講座において、星川専務理事が共用品・共用サービスの紹介。「バリアフリー社会をめざして」のビデオの上映も行った。

【報道・マスメディア】

○読売新聞、点字表示の基準作りを報道（1月30日付夕刊）

点字表示や触知図（点字案内板）について、表記の統一基準作りが進んでいることを報道。

○NHK総合テレビ「週刊こどもニュース」（2月28日放送）

「ユニバーサルデザインってなに？」をテーマに、事務局・森川さんが子供記者のインタビューに答える内容で、子供たちに共用品をわかりやすく説明。

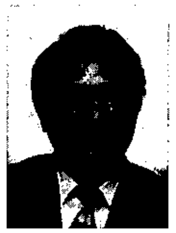
＜読者の皆様へのお願い＞

「共用品通信　情報アラカルト」欄では新製品・新サービス、セミナー・講演・展示会、モニター募集など、個人・法人賛助会員の皆様からのお知らせも掲載致します。事務局「インクル編集担当宛て」に、ニュースリリース、イベント案内などの情報をお寄せください。Eメールも歓迎です。

情・報・ア・ラ・カ・ル・ト

「普通であること」を考える
差別用語、韓国の地下鉄、日野原さんの言葉……

事務局長だより
星川安之



☆……『視覚障害者と差別用語』（遠藤織枝著、明石書店）の中で、234人の目の不自由な人たちに言葉に関する意識を聞いている。「めくら」という言葉には、90％近くの人が拒否的反応であるが、「差し支えない」と答えている人も７％いる。

「盲人」は、60％が「差し支えない」、「避けたい」が36％。「目の不自由な人」は、「差し支えない」が83％、「避けたい」が13％。調査の中では「視覚障害者」の“差し支えない率”が一番高くて90％。ただ、「避けたい」も５％あった。「避けたい」が０％でない限り、差別語となるのだろうか？

同書では、この答えを出す代わりに、「言葉だけ気をつけても意味がないという考え方」について問うている。「同感」が41％、「反対」が29％、「どちらとも…」が24％と、ここでも意見が割れている。

同書の中で、興味深い意見を見つけた。「最近とても気になる言葉が、バリアフリー、ユニバーサルデザインという言葉の氾濫。大したことでもないものをやたらこれらの言葉が使われている。対象を不当に低める『差別語』の反対で、むやみに高く持ち上げる『おだて語』とでもいうのでしょうか？」とあった。

☆……埼玉県・新所沢駅前商店街近くには、国立身体障害者リハビリテーションセンターがある。センターができた当初、商店街の人たちはほとんど障害のある人たちと触れ合った経験もなく、不安な気持ちで彼らを受け入れることになった。

最初、商店街の人たちがとった行動は「手取り足取りの親切な応対」。ところが、同センターの指導員から「買い物も訓練、過度の親切は返ってお互いのためにならない」とやんわり釘を刺された。そこで、商店街の人たちは話し合った。障害のある人たちが不便なことは何か。その結果、駅前に放置される自転車をなくし、店の前にスロープをつけ、棚を低くし、日常会話の手話を学んだ。商品点数が多く、店の中に広い通路が作れない薬屋さんは、車いす使用者が来店すると、店員のほうから店の前まで出て来て、店頭で注文を聞き、商品を中から持ってくる。お互いの対話の中でそんな接客が手探りで作られていった。

☆……韓国で、立っている人が何人かいる程度の混雑具合の地下鉄に乗っていた時のこと。ある駅に着くと、２人の老人が乗車してきた。と同時に、腰掛けている私以外の、近くにいた十数人が一斉に立ち上がった。老人２人は自分たちに一番近くの席に座り、軽く会釈した。他の席で立ち上がった人たちは何事もなかったかのように再び腰を下ろした。

後から韓国の知人にそのことを話すと、それが「普通」との答えが返ってきた。さすが、年長者を重んじる儒教国家の礼節である。

先日、聖路加病院の理事長である日野原重明先生とお話しさせていただく機会を得た。『欲望』はこの世から外には持っていけないけれど、『希望』は持ち出せるんだよ」など、示唆に富むお話の数々。

その中でも一番印象的だったのは、「もう年だからできない、なんてことはないんだよ」との言葉。92歳という年輪の迫力もさることながら、それ以上に、日野原さんが「普通」に話されたことで説得力がいや増している、と感じた。

共用品が「普通に存在する」ようになるために、もっともっと知恵を絞らなければと思っている。（★）

作る人と使う人の共用品情報誌
インクル 第29号
2004（平成16）年３月25日発行
"Incl." vol.6 no.29
©The Accessible Design Foundation of Japan
（The Kyoyo-Hin Foundation）, 2003
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　㈶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
凌　竜也
金丸　淳子
布橋　智
編集長　高嶋　健夫
執筆・協力（五十音順）　青木　誠
倉片　憲治
後藤　芳一
小熊　一実
近藤　和子
佐川　賢
中野奈津美
牧内　智子
山本百合子
印刷・製本　ベスト・イーグル㈱／三栄印刷㈱

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。