

インクル

第37号 2005(平成17)年7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「インクルージョン」から名付けました

目次 / Contents

2003年度の共用品市場規模調査、前年比4.9%増の2兆3743億円に (凌竜也).....	2
サービスのバリアフリー化ガイドライン構築調査研究 基本姿勢、顧客への理解、場面別対応の3指針を提示 (凌竜也).....	6
障害者・高齢者の不便さ調査事業 インターネットを利用した情報システムを開発へ (凌竜也).....	7
「コミュニケーション支援用絵記号」の規格を制定 (金丸淳子) 内閣府、「公共サービス窓口における配慮マニュアル」を作成 (金丸淳子).....	8
共用品推進機構が熊本、岡山で共用品を展示 (山本修).....	9
第6回法人賛助会員報告会、共用サービス巡り活発に議論・意見交換 (高嶋健夫)...	10
韓国、「高齢者・障害者配慮JIS」8規格を自国規格に導入 (星川安之).....	11
<この業界・この団体> 財すこやか食生活協会 一緒に食べる「共食」から共生社会の実現めざす (高嶋健夫).....	12
<キーワードで考える共用品講座> 第36講 「数字で見るバリアフリー第4回」(後藤芳一).....	13
<鴨志田厚子さんの談話室>⑥ 使い手を考えたモノ作り、原点は「蛇口を閉める老母の姿」(森川美和).....	14
<事務局長だより> 「ちょっとした」ことを積み重ねて (星川安之).....	15
共用品通信・情報アラカルト.....	14&15
<わが社のエース> ユニ・チャーム「シルコットウエットティッシュ ハンディウエット」(高嶋健夫).....	16
奥付	



■「セラミック大根おろし器」は、台の上に置いて使うデザインなので片手でも大根をおろせる優れたもの。握力や腕力の弱いウマチの人や高齢者だけでなく、小さな子供たちにも便利な共用品です。
イラスト：牧内 智子

2003年度の共用品市場規模調査 前年比4.9%増の2兆3743億円に 家電、ビール・酒、住設などが牽引役

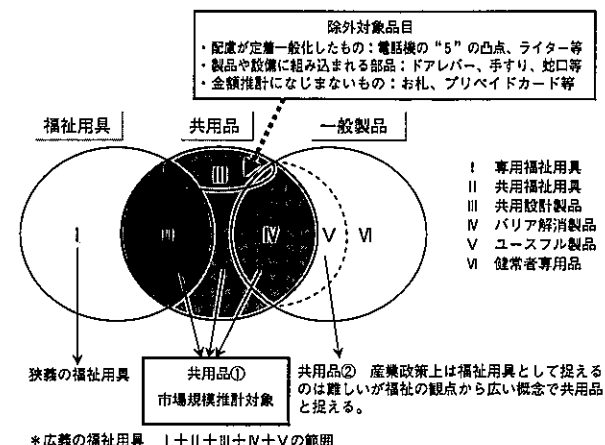
財共用品推進機構は平成15年度（2003年度）の共用品の国内出荷額をまとめた。それによると、2003年度の共用品市場規模は2兆3743億円と推計され、前年度と比較して率にして4.9%、金額にして1100億円強の高い伸びとなった。洗濯機などいわゆる白物家電の販売が好調な家電製品をはじめ、ビール・酒、住宅用設備などの高い伸びが牽引役となっている。

電車車両についての調査を初めて実施

本調査は1997～2002年度は経済産業省・医療福祉機器産業室の委託事業として、2003年度からは当機構の自主事業として継続実施してきた定点調査。

調査対象となる共用品とその周辺概念は、福祉用具と一般製品のどちらを基礎としているか、設計・デザインの意図の有無、共用化の程度等の視点によって、図表1に示すI～VIのように整理し、このうちII～Vを概念上の「共用品」として捉えている。ただし、実際の調査対象としては、II～IVまで

図表1：共用品の分類と市場規模推計対象



図表2：調査対象と回収実績

調査種別	対象	配布数	回収	回収率
業界団体調査	家電製品協会	16社	16社	100%
	日本照明器具工業会	14社	14社	100%
	日本玩具協会	20社	12社	60%
	ビール製造組合	5社	5社	100%
個別企業調査		211社	97社	46%
合計		266社	144社	54%

の「狭義の共用品」をベースに、さらに製品や設備の一部として組み込まれる部品（ドアレバー、水洗蛇口等）や、市場規模推計に適さない製品（紙幣、プリペイドカード等）を除外したものと整理し、昨年同様、28品目を対象に調査した。

本年度はこれらに加え、交通バリアフリー協議会の協力を得て輸送用機器分野における、電車車両（表示板等による現在位置の表示機能付き、ホームとの段差解消機能付き等）も検討の対象とした。調査は、「共用品」を自社ブランドで提供していると考えられる個別企業や業界団体を対象にアンケート方式で実施した。配布回収状況は図表2の通り。

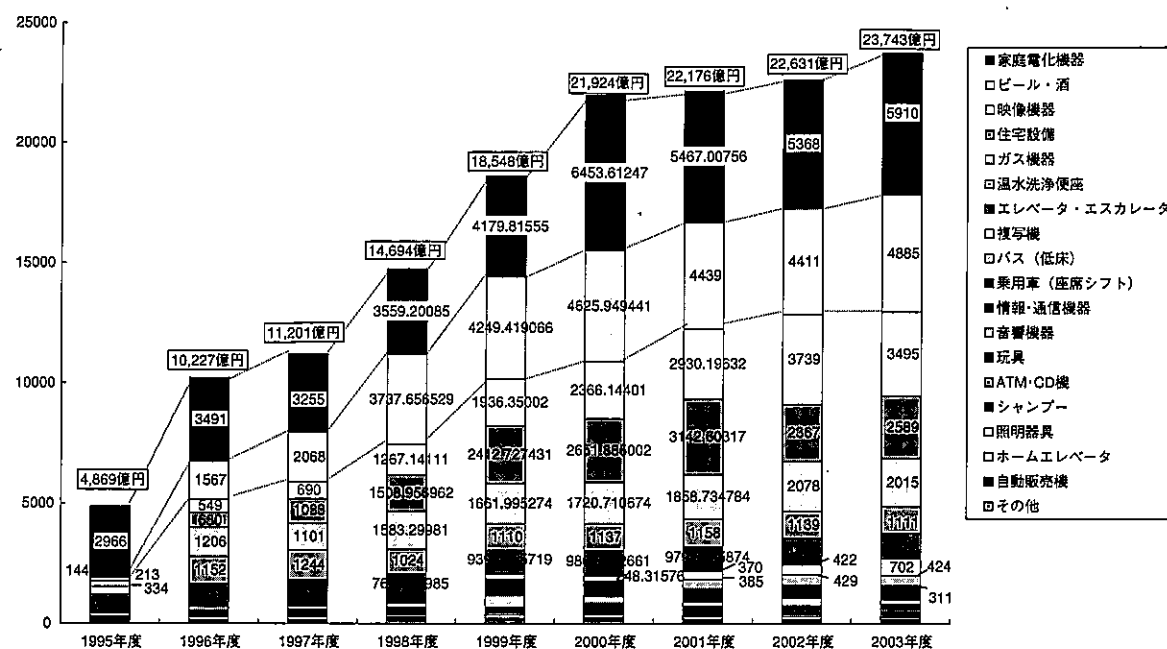
共用配慮の「標準装備」化が進む品目も

2003年度における共用品市場規模は、2兆3743億円と推計され、前年度（平成14年度）と比較して4.9%、金額にして1100億円強の伸びとなった（図表3、4参照）。

主な品目では、家庭電化機器5910億円（10.1%増）、ビール・酒4885億円（10.7%増）の上位2品目が金額を伸ばしている。家電は食器洗浄器が急速に普及したことや、ドラム式への買換需要が生じた洗濯機の伸びが一因となっている。前年の映像機器と同様、家電製品分野では、新製品の登場による市場全体の成長と連動して、共用品の出荷額が伸びるケースが目立っており、新製品には高齢者・障害者への配慮が確実になされていることがうかがえる。ビール・酒では、ビール市場全体が微減傾向にある中で、缶チューハイが伸びている点や、発泡酒の比率が高まり缶入りの比率が高まったこと（缶入りのビール・発泡酒のほぼ100%が「上部に点字表示」の共用化配慮を採用）も一因と捉えられる。

前年大きく金額が伸びた映像機器は6.5%減の3495億円。この背景には、前年度は五輪特需による液晶・プラズマTV、DVD録画機器などの急激な伸び

図表3：共用品市場規模の推移（単位：億円）



があったが、2003年度になり価格の下落と市場の沈静化が進んだことなどがある。このほか、住宅設備が2589億円（9.4%増）、ガス器具が2015億円（3.0%減）と大きな変化なく推移しているが、これまで一貫して数値が伸びていたガス器具は減少に転じた。共用化への配慮点（立ち消え安全装置、音声や光での作動状態を知らせる機能など）が標準装備に近くなり、市場全体との連動性（当該年度で微減傾向）が強くなったことも一因と思われる。

複写機は702億円（66.4%増）で、新たに大手企業から回答協力を得られたことが金額の伸びにつながった。玩具は167億円（20.1%増）で、共通玩具の中からヒット商品が登場したことなどにより、昨年以上の伸びとなった。周期的な変動要素が強い駅ホーム用自動ドア・自動改札は23億円（91.7%増）で大きな伸び率となった。

一方、音響機器は昨年の大幅増から一転して減少し、216億円（33.3%減）となった。CD・MDなどの小型音響機器の需要が、メモリー型携帯プレーヤーへシフトしていることが要因とみられる。エスカレーターは全体の市場が微増したにもかかわらず、ここ数年減少を続けている。調査対象のステップがフラットになる配慮があまり普及しない背景には、車いす利用者への対応を検討する場合に、エレベーターを採用するケースが増えている点が挙げられる。その他、自動販売機等も周期的な変動要素が強い品

目だが、全体的に買い替えサイクル自体が伸びている傾向もあるようである。

調査品目の追加と多彩な「指標」開発が課題

今回は、文字表示の充実により車内アナウンスが聞こえなくとも、現在位置を知ることができる電車車両や、ホームでの乗降時の段差をなくし、車いすでも乗降が簡単にできる電動スロープ付きの電車車両等の状況も調査した。それによると、2003年度に出荷された車両については、JRの新幹線や在来線、地下鉄や私鉄、路面電車なども含め、すべての車両で何らかの表示機能を搭載、出荷額の合計は1800億円前後に上るとされた。これらを仮に加えると、共用品市場規模は全体で2兆5543億円と、2.5兆円を超える計算となる。電動スロープ付きの車両等については、2003年度時点では市場には出ていないことが明らかになったが、これについては2005年から一部の車両で試験的に導入されている。

これらに関連する機器には、車いすの人や高齢者でも乗りやすいように乗降部や床を低くした低床バスがあるが、電車車両はこれに続く配慮品目として捉えられる。表示機能についてはすでに基本仕様になっていることもあり、今後「電動スロープ付き」のような配慮と合わせて、調査対象品目として組み入れることを検討すべきと考えられる。

一方、ある住宅設備関連企業から、施錠システム

図表4：共用品市場規模金額明細の推移（単位：億円）

配慮分類	品目分類	品目	共用品理由	データ開始年度	金額（億円）		
					1995年度	1996年度	1997年度
一般機械器具	エレベーター		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	650	721	759
	エスカレーター		ステップがフラットになり、車椅子の使用が可能	1996年度	-	28	28
	ホームエレベーター		階段での上下移動を解消している	1996年度	-	130	134
	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
	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
	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
	温水洗浄便座		用便後温水で洗浄、上股が不自由でも清潔に用便可能	1996年度	-	1,152	1,244
	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	-	-	-
	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	1995年度	2,966	3,491	3,255
	電気機械	音響機器		、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	152	143
映像機器				1995年度	213	549	690
情報・通信機器				1995年度	99	151	181
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
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
	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
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に大きな文字	1995年度	1	3	2
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
住宅設備	住宅設備		段差解消・手すりの設置・腰掛ける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車椅子での利用可能な股計（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股計（システムキッチン）	1996年度	-	630	1,033
その他	机（天板上下）		天板が昇降できるもの	1996年度	-	3	3
	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、車輪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
	ケトル		沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度	-	13	12
	大活字書籍		見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	-	4	5
	その他（家庭用ミシン、触地図）		糸かけ、ダイヤル式、スピードが速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
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	1995年度	144	1,567	2,068
	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
		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
		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	-	-	-
計①97年度調査品目ベース（95年度より）					4,869	8,231	8,699
計②98年度調査品目ベース（96年度より）					-	10,227	11,201
計③99年度、00年度、01年度調査品目ベース（98年度より）					-	-	-

#1：95年度のエレベーターの金額にはエスカレーターが含まれている（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、99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。
 #3：02年度の市場規模金額は、「住宅設備」の回答結果の中で、今回の調査で大きな数値の変更があり、通って修正をした結果、全体金額も修正されている。
 #4：大活字書籍については、家庭用ミシン、触地図等と同様、回答企業が少ないため、本年度より一括した数値とする。

や引き戸等について、共用品ではないかという提案をいただいた。これらの品目は、これまで「部材」として捉えられる点で調査対象から除外されてきたが、昨今それ自体が単独で機能を発揮する製品として、新たな需要を生み出しており、今後正式な調査対象品目の有力候補として検討すべきであろう。

共用品の配慮内容には「本体への配慮」「包装・容器への配慮」の大きく2つの類型があり、さらに前者には「それ自身がすべて共用品として位置づけられる品目」「品目のうち一部が共用化配慮された品目」の2種類が存在する。このうちの後者については、これまで検討してきた配慮点がより多くの製品ラインに展開されることが望ましい。そこで該当

品目に関する工業統計データに基づき「共用品出荷額/全商品の出荷額」を整理し、共用品の「普及度」を見る1つの参考指標としている（図表5参照）。

また、今回試験的に数値を把握した電車車両や、住宅設備の施設システム、高齢者をターゲットにした携帯電話や、座席シフト以外に操作性や乗降のしやすさを工夫した自動車等、出荷額全体にも大きな影響を持つ身近な共用品が増えてきており、調査対象品目や配慮の見直しが望まれる。さらに多様な品目に応じて、出荷額ベースでの普及度の把握のみならず、「出荷数量」「配慮採用品目数」などの多彩な指標を開発することが、調査結果の価値を高めるうえで喫緊の課題といえる。

金額（億円）	伸び率													
	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03
734	907	958	960	1,066	1,031	10.9%	5.3%	-3.3%	23.6%	5.7%	0.2%	11.0%	-3.3%	
27	33	23	20	11	4	-	0.0%	-3.6%	21.8%	-30.9%	-11.9%	-45.0%	-63.6%	
120	133	131	124	115	93	-	3.1%	-10.4%	10.8%	-1.5%	-5.3%	-7.3%	-19.1%	
137	91	133	107	98	85	34.1%	8.8%	10.3%	-33.6%	46.1%	-19.4%	-8.4%	-13.3%	
12	14	5	14	12	23	42.9%	50.0%	-21.9%	15.6%	-59.6%	155.8%	-14.3%	91.7%	
5	16	100	94	99	128	0.0%	33.3%	21.3%	232.1%	520.1%	-5.9%	5.3%	29.3%	
1,024	1,110	1,137	1,158	1,139	1,111	-	8.0%	-17.7%	8.4%	2.4%	1.8%	-1.6%	-2.5%	
44	44	49	370	422	702	-	-	-	0.0%	10.0%	657.6%	14.1%	66.4%	
3,559	4,180	6,454	5,467	5,368	5,910	17.7%	-6.8%	9.3%	17.4%	54.4%	-15.3%	-1.8%	10.1%	
193	480	275	197	324	216	-5.9%	7.0%	25.9%	148.9%	-42.6%	-28.4%	64.5%	-33.3%	
1,267	1,936	2,366	2,930	3,739	3,495	157.7%	25.7%	83.6%	52.8%	22.2%	23.8%	27.6%	-6.5%	
200	496	366	256	244	263	52.5%	19.9%	10.3%	148.2%	-26.3%	-30.0%	-4.7%	7.8%	
79	81	87	91	91	97	-	10.9%	10.7%	3.0%	7.0%	5.1%	0.0%	6.6%	
122	181	249	285	296	311	350.0%	88.9%	618.1%	48.3%	37.6%	14.5%	3.9%	5.1%	
76	222	248	385	429	424	57.1%	290.9%	-11.6%	192.1%	11.9%	55.0%	11.4%	-1.2%	
1	1	3	6	5	4	200.0%	-33.3%	-51.1%	-22.5%	329.3%	84.5%	-16.7%	-20.0%	
1,583	1,662	1,721	1,859	2,078	2,015	261.1%	-8.7%	43.8%	5.0%	3.5%	8.0%	11.8%	-3.0%	
1,509	2,413	2,652	3,143	2,367	2,589	-	64.0%	46.1%	59.9%	9.9%	18.5%	-24.7%	9.4%	
5	7	6	6	6	5	0.0%	54.4%	58.9%	-23.4%	6.5%	0.0%	-16.7%		
90	163	205	135	139	167	9.1%	10.7%	-3.7%	81.7%	26.3%	-34.3%	3.0%	20.1%	
11	9	9	8	6	5	-	-7.7%	-7.8%	-16.2%	-6.3%	-7.9%	-25.0%	-16.7%	
4	3	4	2	2	-	-	25.0%	-23.4%	-24.1%	47.1%	-53.2%	0.0%	-	
1	1	2	1	7	9	0.0%	0.0%	-37.4%	-23.4%	92.9%	-46.0%	600.0%	28.6%	
3,738	4,249	4,626	4,439	4,411	4,885	98.2%	32.0%	80.7%	13.7%	8.9%	-4.0%	-0.6%	10.7%	
105	60	72	75	107	118	5.9%	-5.6%	-11.8%	-42.9%	19.5%	4.8%	42.7%	10.3%	
4	2	4	5	5	7	100.0%	0.0%	86.5%	-35.8%	67.3%	24.8%	3.3%	40.0%	
46	55	41	39	45	46	-	-	-	18.4%	-26.2%	-3.9%	15.4%	2.2%	
11,852	14,692	17,810	17,235	18,438	19,095	69.0%	5.7%	36.2%	24.0%	21.2%	-3.2%	7.0%	3.6%	
14,603	18,449	21,835	21,767	22,164	22,995	-	9.5%	30.4%	26.3%	18.4%	-0.3%	1.8%	3.7%	
14,694	18,548	21,924	22,176	22,631	23,743	-	-	-	26.2%	18.2%	1.1%	2.1%	4.9%	

図表5：共用品の普及度（共用品出荷額/全商品の出荷額）

分類	品目	共用品普及度（出荷額ベース）									
		95年度	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	
一般機械器具	エレベーター	#1 19.3%	22.7%	24.3%	25.2%	34.6%	41.8%	49.6%	54.8%	50.5%	
	エスカレーター	-	5.7%	5.3%	5.1%	7.2%	5.3%	5.9%	3.4%	1.2%	
	自動販売機	3.2%	3.8%	4.5%	4.3%	3.4%	5.5%	5.2%	5.8%	5.3%	
	複写機	-	-	-	0.6%	0.6%	0.7%	6.6%	7.5%	14.6%	
電気機械	家庭用電化機器	11.6%	13.7%	13.7%	16.6%	20.9%	32.8%	29.3%	33.6%	33.3%	
	音響機器	0.9%	1.0%	1.0%	1.3%	3.4%	2.1%	1.6%	2.6%	1.5%	
	映像機器	0.8%	2.4%	3.0%	5.7%	10.2%	10.9%	15.3%	16.9%	15.0%	
	情報通信機器	0.8%	1.2%	1.5%	1.8%	4.8%	4.1%	3.5%	3.5%	4.1%	
輸送用機械器具	乗用車	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	
	バス	0.9%	1.1%	4.3%	4.0%	15.1%	16.0%	27.9%	30.9%	25.4%	
精密機械器具	時計・はかり	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	
金属製品	ガス器具	7.2%	26.0%	25.6%	41.6%	50.7%	55.8%	61.6%	63.3%	61.6%	
その他	机	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	
	玩具	1.2%	1.3%	1.6%	1.3%	5.3%	8.2%	5.2%	5.5%	10.2%	

#1：1995年度データは、エレベーターとエスカレーターの合計

サービスのバリアフリー化ガイドライン構築調査研究 基本姿勢、顧客への理解、場面別対応の3指針を提示

共用品推進機構は昨年度、経済産業省の委託を受け、「サービスのバリアフリー化ガイドライン構築に関する調査研究事業」を実施した。モノに比べて遅れているサービス分野での障害者・高齢者に対する配慮の標準化やガイドライン作りに向け、業種横断的に対応の方向を体系化する試みの第一歩として、汎用的に使える指針を作成した。

本事業では、利用者（視覚障害、聴覚障害、肢体不自由、知的障害、高齢などの各立場）、サービス事業者、有識者を含む10名程度の委員会を設立すると共に、①先行研究や接客マニュアルの具体事例を収集する文献調査、②アンケート調査、③ヒアリング調査——を実施した。アンケート調査では小売、飲食、宿泊など各種サービス事業者500社（回答94社）を対象に、障害者や高齢者に対して実施している配慮の取り組み状況・内容を把握した。ヒアリング調査（7件）では、サービス事業者や、障害のある人のニーズを汲み取る機能を果たす専門職（手話通訳士、知的障害者通所施設の幹部など）を対象に、利用者の不便さや事業者の接客対応に求められる要素などに関する知見を聞いた。

これらを踏まえ、①対応の基本姿勢、②お客様の立場、障害等への理解、③サービス提供場面別に見る汎用的な対応の指針——の3部からなる指針を

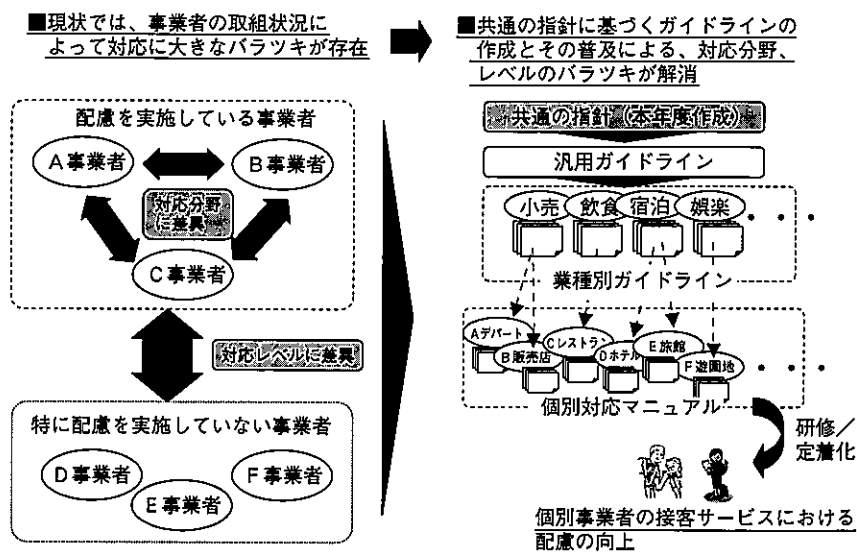
りまとめた。まず「基本姿勢」では、「お客様の目的や立場を理解する」「柔軟な対応と安全性とのバランスをとる」などの6項目を掲げた。「立場、障害等への理解」では、さまざまな立場があることへの理解醸成を目指し、従来の障害者の分類にとらわれずに、サービスを利用する際に困る点に着目し、「視覚や音声によるコミュニケーションのとりにくい方」「スムーズな移動や動作がしにくい方」「その他のことで配慮が必要な方」といった視点から、それぞれの特徴と理解すべき点を整理した。

9つの場面別に人的・物的対応の指針示す

「場面別に見る汎用的な対応の指針」では、サービス提供の場を「事前情報の提供」「施設までの案内、表示」「施設内の対面コミュニケーション全般」「施設内の案内・表示」「案内、書類記入」「会計、金銭収受」「誘導、移動支援」「設備利用」「緊急時の対応」の9つに分け、各場面別に基本的な考え方、物的対応、人的対応の方針を示し、加えて調査で収集した事例を記載した。

例えば、「誘導、移動支援」では、人的対応として「店内、通路で迷っているお客様にはこちらから声をかける」、物的対応として「休憩スペースをできるだけ確保する」「視覚障害者向けにはエリアの違いを床面で感じてもらう工夫（誘導ブロックのほか、足拭きマットの設置など）が有効」などの具体的な配慮を記述し、併せて関連事例を掲載した。

今後、本指針が深化し、各分野の特性に合わせて自由にアレンジが図られることで、高齢者や障害者がどんなサービスを利用しても、一定の配慮が提供される社会となることが期待される。（しんぞう たいや 凌 電也）



障害者・高齢者の不便さ調査事業 インターネットを利用した情報システムを開発へ 利用者情報の収集めざしプレ調査を実施

共用品推進機構は昨年度、独立行政法人福祉医療機構の助成を受け、「障害者・高齢者の日常生活の不便さ調査事業」を実施した。公的介護保険制度に代表されるように、高齢者や障害者が主体的に製品・サービスを選べる環境が制度上整備されてきている。しかし、自立支援に向けた施策や、具体的な製品・サービスの開発にとって本来基礎となるべき「利用者情報」を収集する仕組みはまだない。本事業は、障害者・高齢者の不便さを明確にして公表することでこの仕組みを作ろうとするものである。

昨年度はその基盤整備として、まず障害者・高齢者の日常生活全般の不便さに関するプレ調査（アンケート調査）を実施すると共に、Web（ウェブ）を活用した調査システムの基本構想をとりまとめた。

「不便さプレ調査」の対象は、視覚障害（全盲、弱視）、聴覚障害（ろう、難聴）、肢体不自由（脊髄損傷、リウマチ、脳性麻痺、車いす利用者を含む）、内部障害（オストメイト）、盲ろう、知的障害などの各種障害の立場と高齢者など。関連12団体の協力を得てアンケート調査を実施し、回答状況に応じて電話・対面聞き取り調査を行った。

調査項目は、家の内外の各種生活場面に関する利用（実施）状況と、場面別に感じている不便さの具体的な内容など。家の外の場面には、日常的に利用頻度の高い百貨店、スーパー、レストランなどの店舗や交通機関、金融機関、娯楽施設、行政窓口などサービス施設、それらに付随するトイレ、エレベーターなどの設備とコミュニケーションを含めた。

利用状況を見ると、買い物施設では視覚障害者、劇場・競技場などの移動距離の長い施設では全盲の人や肢体不自由者（特に車いす利用者）、盲ろう者の間で、人的サポートが必要なケースが目立った。

具体的な不便さの内容を見ると、①情報・コミュニケーション上の課題（人的対応や表示、音声案内

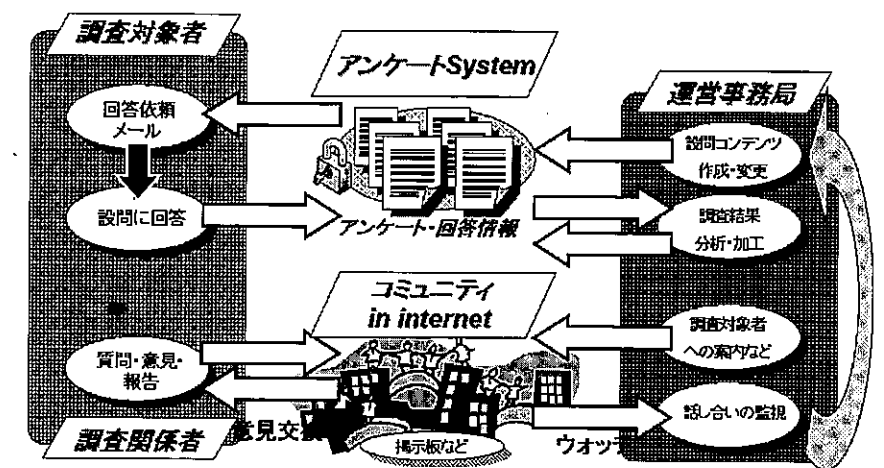
など）、②移動・動作上の課題（移動時の障害、設備・機器の操作など）、③制度・運用上の課題（法制度、施設内のルール、必要設備の未整備など）、④意識上の課題（利用者の立場についての知識や接客対応に関する配慮の不足）——などに整理された。全体に①②に関する記述が多かったが、③④は次の利用以降に影響する重要な要素と考えられる。

一方、家の中の場面には調理、洗濯、掃除などの家事、テレビ・ラジオの使用、電話対応、食事、入浴などの日常生活場面が含まれるが、ここでも①や②が中心となり、特に肢体不自由や視覚障害の立場による機器・道具の操作上の不便さが目立った。

次に、障害者や高齢者の不便さ情報を収集し、社会に向けて素早く発信する手段として、ウェブを利用した調査システムの基本構想を策定した。具体的には「アンケート調査機能」に加え、参加者間の自由な意見交換が可能な「コミュニティー機能」の導入を検討した（図表を参照）。

このほか、ウェブコンテンツJISへの準拠や利用環境との連携方法、支援技術などを整理し、情報アクセシビリティの確保に関する検討を実施。セキュリティ確保策の方向性なども示した。さらに試作システムを開発し、画面構成、操作性に関する評価を先行的に得た。

今年度はプレ調査を継続すると共に、調査システムの開発を進め、来年度以降、本格的に当該システムを稼働させ、障害者や高齢者の不便さ情報を定期的に発信するツールとする予定である。（しんぞう たいや 凌 電也）



「コミュニケーション支援用絵記号」規格を制定 機構ホームページから無償ダウンロード

経済産業省は、文字や話し言葉によるコミュニケーションの困難な人が自分の意思や要求を相手に的確に伝え、正しく理解してもらうことを支援するための絵記号に関する規格「コミュニケーション支援用絵記号デザイン原則 (JIS T0103)」を4月20日に制定した。

絵記号はコミュニケーションを支援する手段の1つであり、情報の伝達能力が高く、日常生活におけるコミュニケーションのバリアを低くするものとして期待されている。また、言語に拠らないため、国

境を越え世界各国で共通に使用されることも可能となる。

規格には参考として約300の絵記号の例が収載されており、今後、学校の教材、公共施設などのコミュニケーション支援用具として活用されることが期待される。なお、本誌前号で既報の通り、これらは機構ホームページ (<http://www.kyoyohin.org/>) から無償でダウンロードできる。

かなまるじゅんこ
(金丸淳子)



■絵記号の例 (左から) 買い物をする、大きい、遊園地、台風

■絵記号による意思伝達の例「お腹が痛い、お医者さんはどこですか？」

『公共サービス窓口における配慮マニュアル』を作成 官公庁職員向け、機構が全面協力

国の障害者施策推進本部はこのほど、「公共サービス窓口における配慮マニュアル～障害のある方に対する心の身だしなみ～」=写真は表紙=を発行した。作成にあたっては、共用品推進機構も全面協力した。

現在、サービスを巡るバリアフリー化に向けた動きは、省庁ごとに個別の取り組みはあっても、対応分野やレベルに大きなバラツキがあり、社会全体としての取り組みには至っていない。その大きな要因の1つは、分野横断的に対応の方向を体系化する試みが、これまでなされてきていないことであると考えられる。

そこで、障害者施策推進本部 (事務局：内閣府障害者政策担当、<http://www8.cao.go.jp/shougai/index.html>) は障害のある人が窓口を利用される際

に配慮すべき事項を具体的に示した同マニュアルを作成した。作成にあたっては、国の公共サービス窓口現場の状況や課題を調査し、同時に障害種別の各障害者団体からの要望を聴取した。

同マニュアルは国の公共サービス窓口機関で活用するほか、都道府県およびサービス窓口を有する関係団体などにも配布し、参考にしてもらう方針。今後もマニュアルの改良を重ね、最新版を内閣府ホームページからダウンロードして各職場で活用できるようにする予定である。

かなまるじゅんこ
(金丸淳子)



共用品推進機構が熊本、岡山で共用品を展示

共用品推進機構では、地方自治体や行政機関からの依頼により展示会を行う機会が増えている。今年度企画された2つの展示会について報告する。

九州経済産業局「発明アカデミー」

特許庁は4月18日の「発明の日」に、特許などの産業財産権制度創設120周年記念行事と合わせて、全国にある9つの経済産業局・総合事務局と連携、子供向けの多彩なイベントを開催した。九州経済産業局では4月23～24日の2日間、熊本市内の「テルサ」で「平成のエジソンはキミだ!! 発明アカデミー」と題して、日本の十大発明家をパネル展示やビデオで紹介すると共に、JISマークの表示制度がこの10月から大幅に変わることに伴い、日本工業規格や、新たに進みつつある「アクセシブルデザイン」による配慮などについて、子供たちにもわかりやすく紹介した。

機構では、JIS化されている代表的な4つの配慮をクイズパネル化し、共用品・共遊玩具と共に展示した。隣接する産業技術総合研究所の展示では、高齢者にも聞こえやすく配慮された家電製品の報知音を、パソコンを使って実際に視聴させていた。

会期中には、午前・午後に1時間ずつ計4回の「JISクイズ・絵文字で遊ぼう」という講座が行われ、主に小学生とその親たち70家族200人ほどが受講した。子供たちは、前半に共用品クイズパネルにより「シャンプーのギザギザ」「5の凸点」「牛乳パックの切り欠き」「缶ビールの点字」など、身の回りに



■岡山県庁ロビーに展示した共用品を見る来庁者



■「コミュニケーション支援用絵記号」を使った文章作りに挑戦する子供たち (熊本にて)

ある製品の配慮を学んだ。後半は、機構ホームページでも公開されたばかりの「コミュニケーション支援用絵記号」を組み合わせた文章づくりに挑戦した。講座の最後には、ユニークな文章を作った子供に「JIS博士」のロゴが入った表彰状なども手渡された。

岡山県庁ロビー「県民室常設展示」

岡山県は「県民室ユニバーサルデザイン(UD)化整備事業」の一環として、今年1月4日～来年3月末まで、県民室の一角に共用品を常設展示するコーナーを設置し、来庁者への普及啓発を図っている。1～4月までの第1期展示では、主に共遊玩具と玩具カタログを紹介した。5月からの第2期展示では、前述の「発明の日」のイベントで作成されたものと同じ「共用品クイズパネル」が展示されている。

県民室ロビーにはこの半年間で約2万人が訪れており、来場者の中には市内の小中高生なども含まれている。展示コーナーでは、一部アンケートも実施され、来場者からは「いろいろな共用品に直接触れられて、どんなものかよくわかった」「小さな工夫があるだけで、ずいぶん使いやすくなることに改めて気づいた」「県民室のUD化がより身近に感じられていい」などの意見が寄せられている。

岡山県ではUDの推進による「すべての人にとって暮らしやすいおかやまづくり」を着実に進めるために、有識者による「おかやまUDアドバイザー会議」を4月に設置し、機構の鴨志田厚子理事長もメンバーとなっている。

やまもと おさむ
(山本 修)

第6回法人賛助会員報告会 「共用サービス」を巡り活発な議論・意見交換

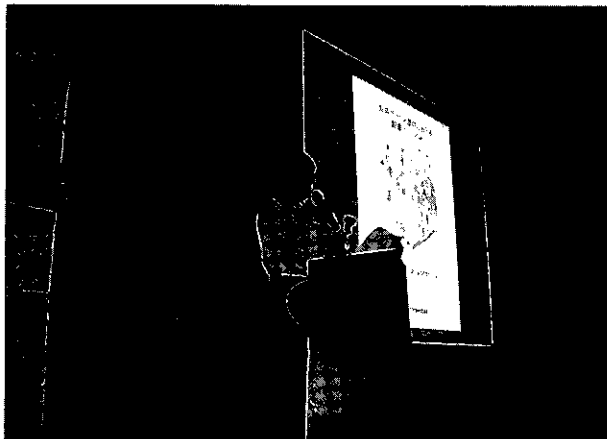
財共用品推進機構の第6回法人賛助会員活動報告会が6月29日、100人以上の関係者が参加して東京・目白の自由学園明日館講堂で開催された。機構による第6期（平成16年度）の活動報告のほか、今年は「共用サービス」をメインテーマに据え、内閣府参事官（障害者施策担当）の依田昌男氏、独立行政法人産業技術総合研究所の人間福祉医工学研究部門主任研究員・倉片憲治氏による2つの基調講演、さらには両氏と（株）オリエンタルランド運営本部運営統括部の野口浩一氏、（株）INAX新宿ショールーム・アドバイザーの高橋秀子氏によるパネルディスカッションも行われた。その概要を報告する。

依田昌男・内閣府参事官 国が率先して「心の身だしなみ」推進

依田氏は「内閣府における障害者施策と行政窓口の共用化配慮実現に向けて」と題して、共用サービスの推進に取り組む国の理念や体制、具体的な施策などについて報告した。

現在、国は内閣総理大臣を本部長に全閣僚をメンバーとする「障害者施策推進本部」を設置。「公務部門における障害者雇用推進」「公共サービス適切対応推進」「資格取得試験における配慮推進」など、6つの重点課題ごとに省庁横断的な推進チームを設け、「身につけよう心の身だしなみ」の理念の下、政府、民間企業、市民が一体となった取り組みを呼びかけている。特に、どんな商品・サービスにも障害のある利用者がいて、当事者が「何に困っているか」を知ることが重要であると訴えている。

共用サービス実現に向けた具体策としては、3月に作成した「公務部門における障害者雇用ハンドブック」、4月に作成した「公共サービス窓口における配慮マニュアル」などの整備を推進。共用品推



■基調講演する依田昌男・内閣参事官

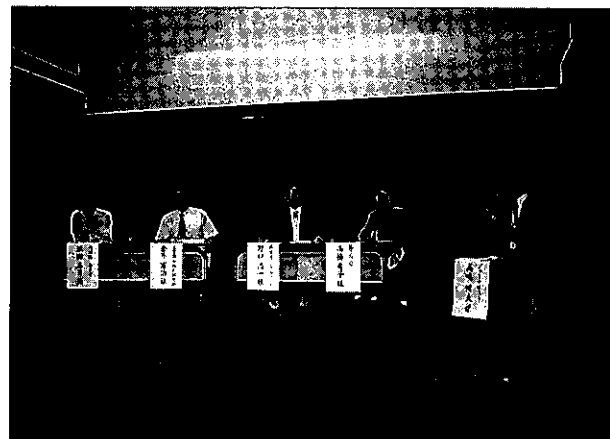
進機構が作成に協力した後者は、全国に約7000ある国の窓口機関での対応改善に役立てるほか、内閣府ホームページからダウンロードできるようにするなど、地方自治体や民間サービス企業などへの波及も図っている（本号p8参照）。

啓発活動では、毎年12月の「障害者週間」を中心にイベントを開催。今年も東京・銀座を中心に企業・市民参加型のイベント開催を計画している。

倉片憲治・産業技術総合研究所主任研究員 人間特性に基づき、ADの標準化を推進

産業技術総合研究所（産総研）の倉片氏は「バリアフリーをめぐる産総研の取り組みとサービス産業・企業との関わり」と題して、産総研の研究開発成果が共用品・共用サービス（アクセシブルデザイン＝AD）普及に向けた基礎的な知見として広く活用されている現状を報告した。

日本工業規格における「高齢者・障害者配慮設計指針JIS」シリーズの多くは、産総研の人間特性の研究成果に基づいて作成されている。具体的には、家電製品などの聞き取りやすい報知音の設計方法、



■4人が参加したパネルディスカッション

韓国、「高齢者・障害者配慮JIS」8規格を自国規格に導入

4月29日、韓国ソウル市のKOTECビルにおいて、「第2回中韓日アクセシブルデザイン専門家会議」が開催された。同会議は、東北亜標準化協力セミナーの下に設置された委員会、第1回の会議において、各国の高齢者・障害者配慮標準化の状況を話し合うと共に、日本から新規に国際規格にすべきテーマとして、関係する15種の日本工業規格（JIS）を紹介した。これを受けて、その後、各国ごとに国際規格にすべき候補を検討した結果、中国からは以下の5テーマが選ばれたことが今回報告された。

- ① JIS S0011—消費生活製品の凸記号表示
- ② JIS S0031—視覚表示物—年代別相対輝度の求め方及び光の評価方法
- ③ JIS S0013—消費生活製品の報知音
- ④ JIS S0014—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
- ⑤ JIS S0021—包装・容器

一方、韓国はこれらの5テーマに加え、以下の3

テーマを選んだ。さらには、これら8テーマについては、今会議に先立ち、すでに2004年11月に韓国国家規格（KS）として制定されたことも、併せて報告された。

- ⑥ JIS S0012—消費生活製品の操作性
- ⑦ JIS S0022—包装・容器—開封性試験方法
- ⑧ JIS S0023—衣料品

今回の会議では、3カ国が合意した5テーマに関し、国際標準化機構（ISO）に申請するための「新規作成提案書」を作成することについても合意が得られた。今後は、日中韓3カ国だけでなく、より多くの国の参加が望まれるが、今回の取り組み事例が、関連規格をアジアから国際提案する仕組みとして定着していくことが望まれる。

なお、第3回の会合は開催場所は未定であるが、本年10月下旬を予定しており、一步一步、着実な前進を目指している。

（星川安之）

色の見えやすさの評価方法、読みやすい文字の大きさの求め方などがすでにJISとなっている。

さらに現在、識別しやすい色の組み合わせ、視野の広さ、弱視者の色覚感覚に関するJISなどの原案作成を進めている。また、「ISO/IECガイド71」に準拠した「ガイド71技術ガイドライン」の作成も進めており、早ければ2006年中にも「ISO/TR22411」として公表される見通しであることを明らかにした。

パネルディスカッション 受け手と担い手の連携がサービス共用化の鍵

「サービスの共用化、バリアフリー化の今後のあり方」と題したパネルディスカッションは、依田、倉片両氏にオリエンタルランドの野口浩一氏、INAXの高橋秀子氏が加わり、高嶋・本誌編集長がコーディネーターを担当した。議論は、モノに比べて、サービスの共用化や標準化の取り組みがやや遅れているのではないかと共通認識の下で進められた。

まず、依田、倉片両氏の基調講演を踏まえ、民間企業における共用サービスの例として、東京ディズニーリゾート（TDR）を運営するオリエンタルラ

ンドの現状を野口氏が報告。TDRでは「すべてのゲストがVIP」という考え方からハード、ソフト両面からバリアフリー化に取り組んでおり、人気施設の内容を解説した「ストーリーペーパー」など、さりげなく楽しさを演出する工夫も随所に取り入れている。一方、高橋氏は障害のあるサービス利用者の立場から、「ハードを補うソフトの対応があれば、不便さを感じることはなくなる」として、必要なことがあれば自ら申し出る姿勢も重要であることを指摘した。

これを受けて、依田氏は「当事者が率直に声を上げ、サービス提供者がそれに耳を傾けることがサービス共用化の鍵となる」と発言。また、倉片氏は「モノとサービスは共用化推進のための車の両輪である」ことを強調した。

今後のあるべき方向として、「サービス提供者と利用者のコラボレーション」が不可欠であることが示された。とりわけ、行政・企業などのサービスの担い手への支援と併せて、利用できるサービスに関する情報提供の推進など、受け手である市民・消費者に対する支援策を強化することが重要であるとの認識で一致した。

一緒に食べる「共食」から共生社会の実現めざす

1984年に任意団体の「視覚障害者食生活改善協会」として発足以来、一貫して「健康で豊かな食生活の実践」という独自の理念を掲げ、障害者や高齢者の自立支援活動を展開している。95年に農林水産省所轄の財団法人となり、2000年に現在の名称に変更した。2002年9月には、内閣府から共用品推進機構などと共に「第1回バリアフリー化推進功労者表彰」を受けている。

活動の柱の1つが、豊かな食生活を実現するための知識・情報提供。一般の墨字本のほか、録音テープ・CD、大活字・透明点字併用本、テレホンサービス、ホームページなど多彩なメディアを活用して、毎日の献立のレシピ、料理の仕方をはじめ食生活改善に役立つ情報を提供している。

共用品普及で「バリアフリーな食環境」作り

もう1つの柱が、「バリアフリーな食環境作り」の推進。共用品・ユニバーサルデザイン(UD)の考え方を取り入れた調理器具や包装容器の普及促進を図り、より安全、快適な食生活の基盤を整備しようという狙い。使いやすい商品情報をまとめた『食をすこやか暮らしグッズ』などのカタログ集の刊行のほか、調理器具や包装容器の標準化に向けた調査研究活動にも取り組んでいる。

牛乳パックの屋根の部分に「切り欠き」を付ける識別方法は、同協会が共用品推進機構などと連携し、関係省庁・団体に働きかけて実現した。今年1月に



●昨年、東京国際フォーラムで開催された「第1回食育フェア」におけるすこやか食生活協会のブース
■助すこやか食生活協会

設立 1984年6月
会長 堤 恒雄(つつみ・つねお)氏
事務局 〒106-0044 東京都港区東麻布1-3-8
八束ビル3階
問い合わせ先 TEL: 03-3583-9395 FAX: 03-3589-4317
ホームページ <http://www.sukoyakanet.or.jp/>

は、小さな食品包装をより使いやすくするための提言を「食生活の快適さに欠かせない小包装～そのユニバーサルデザイン化の方向」にまとめている。

同協会が現在最も力を入れているのが、だれかと一緒に食事をする「共食」思想の普及だ。独居老人の増加など高齢化に伴う新たな社会問題が生まれる中、社会全体が意識して「共食」の機会を増やし、食を通じて生きる力をはぐくむ「食育」を高齢者や障害者にも広げようというもの。「共食」は子供たちのしつけや教育にも欠かせないものだが、同協会では長年の独自ノウハウを提供し、少子高齢社会の活力向上に貢献していく方針だ。(高嶋健夫)



＜アクセシブルデザインの普及に向けて一言＞ 自助努力・共助・公助の三位一体の取り組みを！

堤 恒雄・助すこやか食生活協会会長

楽しく豊かな食生活は、元気な長寿社会の根幹をなす。食べることは人間にとって生きることそのものだからだ。そして、豊かな食生活を実現させるには、「モノ」と「行動」の改善が車の両輪となって進んでいく必要がある。食に関する「モノ」とは、つまり容器包装や調理器具などであり、当協会は共用品推進機構などの関係機関とも協力してこれらのバリアフリー化の推進に取り組んできた。ただ、モノの利便性が良くなるだけでは足

りない。「行動」そのものが変わっていく必要がある。よりよい食生活環境の実現を目指す「共食」という考え方は直接そのことを訴えている。「自立」の実現には、当事者の「自助努力」に加えて「共助」「公助」の三位一体のバランスが欠かせない。今後とも関係機関との連携・協力を強めて、生きいきとした高齢社会の実現に向けて努力していく所存である。(談)

「数字で見るバリアフリー (第4回: 1000～)」

後藤芳一 (共用品推進機構運営委員、日本福祉大学客員教授)

共用品^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲} (小さい添え字^{①-⑤}は、同様の用語が本講の第1～35講に既出であることを示す)の基本的なことは、鍵になる数字を通じて、押さえることができる。

2000. 「改正ハートビル法、2000㎡以上は義務化」

改正ハートビル法(2003年4月1日施行。「ハートビル法」は、正式には「高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律」)^{②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、一定用途で床面積2000㎡以上の建築等に、利用円滑化基準への適合を義務づけた。

2007. 「2007年問題」

2007年から、1947～49年生まれのベビーブーム世代(毎年約270万人出生)が60歳定年を迎える。少子化もあって労働力不足になる恐れや、高い技術やノウハウを継承する課題がある。

2500. 「高齢者に配慮した報知音は、2.5kHz以下」

高齢者^{①-⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、高い周波数の音が聞こえにくくなる^㉑。それに配慮し、日本工業規格(JIS)^{②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}(JIS S0013「高齢者・障害者配慮設計指針—消費生活製品の報知音」)で、「報知音の周波数は、2.5kHzを超えないことが望ましい」とされている。

2539. 「高齢者数はいま、2539万人」

高齢者数(65歳以上の人口)^{①-⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、国立社会保障・人口問題研究所の推計(2002年1月、中位推計、各年10月1日現在)では、2005年に2539.2万人。25年に3472.6万人になる。

6310. 「プリペイドカードから、共用品がJISに」

共用品の考えをJISに提案し、最初は1996年に、JIS X6310「プリペイドカード」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}—一般通則)として発行した。いま、容器・包装^{①-⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}、ウェブコンテンツ^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}など、広く対応が進んでいる。

8071. 「ガイド71のJIS」

「ISO/IECガイド71」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、日本語に訳されJISに導入。2003年6月にJIS Z 8071「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」として発行した。

13407. 「ユーザビリティ(人間中心設計)の規格」

使い勝手^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}の向上をめざし、1999年6月に、国際標準化機構(ISO)^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}で規格化(ISO 13407「インタラクティブシステムにおける人間中心設計プロセス」)された。

23743. 「共用品の市場は、2兆3743億円」

「共用品」の市場規模^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}(2003年度、以下同じ)は、2兆3743億円(前年度比4.9%増)。「福祉用具(狭義)」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、1兆1786億円(同0.2%減)。両者を合わせた「福祉用具(広義)」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}は、3兆3590億円(同1.0%増)(重複部分があるので、「共用品」と「福祉用具(狭義)」の単純な合計値にならない)。

42871. 「福祉車両の市場は、4万2871台」

福祉車両^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}の販売台数(2003年度、(社)日本自動車工業会調べ、バスを含む)は、4万2871台(前年比13.4%増)。内訳は、小型車2万7821台(同14.8%増)、軽4輪車9785台(同10.3%増)、バス5265台(同12.2%増)。

85818. 「2025年の医療・保健市場は、86兆円」

経済産業省^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}の「新産業創造戦略」(2004年5月)は、「医療・保健・社会保障・介護」の国内生産額は、2000年の36,243(単位10億円)から、10年に53,965(同)、25年に85,818(同)に伸びると予想している。

(注)「1959年法(デンマーク福祉法)」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}、「米国連邦ADA法(Americans with Disabilities Act of 1990)」^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲}など、本稿では年号に関わる「数字」は省いた。



かもしだあつこ
鴨志田厚子さんの談話室⑥

使い手を考えたモノ作り 原点は「蛇口を閉める老母の姿」

わが国女性インダストリアルデザイナーの草分けである鴨志田さんが手がけてきたデザインには、NTT最初のプッシュ式電話機、木製からプラスチック製に変わった東京ガスのポリバス第1号、オフィス家具や「Zライト」などがある。どれも使い手のことを考えて作られたものだ。鴨志田さんが、日常生活に不便さを感じている人たちのことを考え始めたきっかけは、何だったのだろう。

今から40年ぐらい前のこと。鴨志田さんはデザイナーとして独立後、母親と同居生活をしたことがある。当時、母親はすでに73歳になっていた。

折りしも、高度経済成長の真っ只中。インダストリアルデザインの仕事も順調に軌道に乗り、多忙を極めていた。

早朝に家を出て、深夜に帰宅する。そんな日々が続いた。頑張り屋の娘を気遣ってか、母は身の回りのことは何でも引き受けてくれた。

ある日、いつものように深夜に帰宅し、ベッドに横たわると、ポトンポトンと耳ざわりな音がする。どうやら、水道口から、水が一滴ずつ落ちてきているようだ。気になって眠れない。仕方なく、ベッドから起き上がり締めに行った。

翌朝、母親に「蛇口はきちんと締めておいてね」。そう言って出かけるが、その日の夜も、次の日の夜も、また同じように漏れる音がする。さすがに何日も続くとたまらなくなり、とうとう強い口調で注意した。その夜、鴨志田さんは、蛇口を両手でつかみ、上半身に全体重をかけながら、力いっぱい締めている母親の後ろ姿を目にした。

「今晚は大丈夫だろう」と思ったら、また滴り落ちる音。やむなく起きだして自分で軽くひねると、さら

に閉まった。

「あんなに力をかけていたのに、なぜ?」。鴨志田さんは、母の年齢、軽いがリウマチがあったことなどを考え、母の手の力が衰えてきていることに気が付いた。そして、蛇口をひねるのではなく、もっとやりやすいものがあれば、母親や同じような状態の人たちにも扱いやすくなるのではないか、と思った。

と同時に、一生懸命やってもできない母親に、心ない言葉をぶつけてしまったことを「悪かったな」と思った。後悔の気持ちは、いまでも心の片隅から消えていない。

「モノを作る人間として、まず使い手のことをよく考えなければならぬ。当たり前のことだが、モノ作りは、人がモノに合わせるのではなく、モノが人に合うように作ること」。鴨志田さんの原点は、どうやらここにあるようだ。(続く)

(森川美和)

共用品通信

【助共用品推進機構からのお知らせ】

○2003年度共用品市場規模調査結果報告書の無料ダウンロードを開始

本号p2～5で概要を掲載した「2003年度共用品市場規模調査結果報告書」の全文を、機構ホームページに掲載し、無料でダウンロードできるサービスを開始しました。URLは<http://kyoyohin.org/>です。

○「週刊ポスト」『女性セブン』掲載記事のダウンロードサービス

小学館のご協力で『週刊ポスト』『女性セブン』に月1回連載中の「バリアフリームーブメント」の過去の掲載記事を、機構ホームページにPDF形式で掲載、ダウンロードできるようになりました。URLは<http://kyoyohin.org/>です。ただし、無断転載はできませんので、ご利用の際は機構事務局までご一報ください。

【新刊紹介】

○「マーク・記号の大百科」第6巻「環境や福祉、安全を守るマーク・記号」(学研)に、共用品とともにマークや記号の配慮を紹介

学研が出版した「マーク・記号の大百科」第6巻の中で、福祉に関するマークや記号の1つとして、共用品の配慮点と具体的な配慮が施された製品が紹介されている。

【募集】

○第2回福祉機器アイデアコンテスト

日本福祉大学情報社会科学部主催、日本福祉大学福祉テクノロジーセンター共催、(助)共用品推進機構など後援。高校生を対象に、福祉機器・福祉用具、ユニバーサルデザイン、障害のある人に配慮したサービスのアイデアを募集。締め切りは9月9日(当日消印有効)。問い合わせは、同学部事務局(TEL:0569-20-0111、FAX:0569-20-0119、Eメール:contest@ml.n-fukushi.ac.jp)。

「ちょっとした」ことを積み重ねて トイレの中で困ることは……

☆…共用品を説明する時、よく使う言葉に「ちょっとした」がある。このちょっとしたことを、少し振り返って思い出してみる。

まだシャンプー容器の側面にギザギザがなく、目の不自由な人が同形の容器に入っているリンスと識別が困難だった頃、ある人は「シャンプーに輪ゴムを巻いている」、またある人は「家族で置き場所を『シャンプーは右』と決めている」という話を聞いた。輪ゴムを巻く程度の「ちょっとした」工夫であれば、企業でもできるのではないかと考えたのは花王だった。

最初の「ちょっとした」工夫は、今や日本工業規格(JIS)となり、韓国にも渡った。国際標準化機構(ISO)が2001年に発行した規格を作る人のための71番目のガイドライン作成にも大いに貢献した。

☆…ソフト面での「ちょっとした」は、目の不自由な友人から聞いた話である。

「駅で白杖について歩いている時、『誘導しましょうか?』と声をかけてもらうのはとても嬉しい。特にホームでは線路に落ちないかいつも怖い思いをするので本当に助かる」。

そして、階段を一緒に上ってくれる。と、多くの人は階段が終わった時点で、「では」と行ってしまふ。

「実は、階段は規則正しく段になっているので、白杖だけでも問題ないんです。階段を上り終わってからが、実は大変なんです」と、その友人は話してくれた。

☆…トイレへの誘導も同様である。個室の前まで目の不自由な人を案内し、「では」となると、その後はどうなるか?

トイレの個室には、通常一人しか入れない。となると、一番困るのが、「洗浄ボタン」がどこにあるかである。横の壁を探す、その次に前、それでもない場合は床を探すと聞いた。最近のトイレの中にはボタンが

星川 安之



事務局長
だより

なく、立ち上がっただけで自動的に水が流れる仕組みのものもある。また、緊急呼び出しボタンを洗浄ボタンと間違えて押す失敗をした人も多い、とも聞いた。

そこで、個室に誘導する場合は、洗浄ボタンの位置、仕様も伝えるといった「ちょっとした」ルールを作ってはどうか? しかし、いつでも近くに誰かがいるとは限らない。

今年度の新規事業として、「公共トイレ内における操作系設備の標準化」の調査研究事業を機構が受託し、事務局役を担当させていただくことになった。

「ちょっとした」ことでも、積み重ねによって、決して「ちょっと」ではない、大きな成果を上げる。これからも、多くの「ちょっとした」を、大切に、積み重ねていきたいと思っている。(★)

共用品通信

HPIは<http://www.n-fukushi.ac.jp/>

【トピックス】

○「第1回バリアフリー2005読み聞かせ会」開催

6月25日(土)に荒川区立尾久第二幼稚園(東京・荒川区)にて開催。障害のある人たちのかかわりや共用品を通して、さまざまなことに気づく機会となった。(全8回、子どもゆめ基金の助成事業)

【委員会・共用品推進機構の活動】

○第11回評議員会(6月8日)

○第13回理事会(6月9日)

○平成17年度法人賛助会員報告会(6月29日)

○第1回アクセシブルデザイン検討委員会(6月30日)

【講演】

○「ひょうごアシステック研究会」(5月27日)

視覚・聴覚などの感覚障害からのものづくりについ

て、星川専務理事が講演を行った。

○川崎医療福祉大学「医療福祉とデザイン」(7月6日)

同大学医療福祉学部医療福祉環境デザイン学科の2年生対象講義で、高嶋本誌編集長が「超高齢社会を支える共用品・共用サービスについて」と題して講義を行った。

<読者の皆様へのおお願い>

「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」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。



ユニ・チャーム「シルコットウエットティッシュ ハンディウエット」 持ちやすく、取り出しやすいスリムなボトルタイプ

■「シルコットウエットティッシュ
ハンディウエット」
▽発売時期：2005年7月
▽ティッシュの寸法：140×200mm
▽希望小売価格：本体（70枚入り）
365円（税抜き）、詰め替え用（70
枚×2）オープン価格
▽問い合わせ先：お客様相談ダイヤ
ル（TEL：0120-573-001）
▽ホームページ
<http://www.unicharm.co.jp/>



片手で開く「ハンディタッチ機能」

ユニ・チャームが7月25日に発売した「シルコットウエットティッシュ ハンディウエット」は、使い勝手の良い新形状のボトルを採用した新製品だ。

ボトル本体を片手でも持ち運べる扁平でスリムな形状にしたほか、中央部のボタンを押せば自動的にフタが開く「ハンディタッチ機能」を採用し、中のティッシュ



■姉妹品の「プチパクト」

を取り出しやすくした。また、70枚入りのウエットティッシュを袋ごと封入する構造になっているので、最後



■「ハンディウエット」本体（左）と詰め替え用

の1枚まで乾かずに使えるという。

いずれも、「持ちにくい」「ティッシュが取り出しにくい」「途中でちぎれてしまう」など、円筒形をした従来製品に対する消費者の不满を手がかりに開発を進めた。

同社は1999年に指1本でフタが開く卓上用ボックスタイプ、昨年

秋に今回と同様の「ハンディタッチ機能」を採用した携帯用「シルコットウエットティッシュ プチパクト」を発売するなど、一貫して使い勝手の良い容器の開発に力を入れており、年間120億円を超えるウエットティッシュ市場で24%のトップシェアを確保している。
(高嶋健夫)

作る人と使う人の共用品情報誌

インクル 第37号

2005（平成17）年7月25日発行
"Incl." vol.7 no.37

©The Accessible Design Foundation of Japan
(The Kyoyo-Hin Foundation), 2005

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 財団法人推進機構
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 鴨志田厚子
事務局 星川 安之
森川 美和
山本 修
金丸 淳子
布橋 智
天野 来未
編集長 高嶋 健夫

執筆・協力 後藤 芳一
(五十音順) 凌 竜也
牧内 智子
山本百合子
印刷・製本 ベスト・イーグル/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、財団法人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。