

コクヨにおけるユニバーサルデザインの取組み

竹網章浩（コクヨ 経営戦略部クリエイティブディレクター）

オフィスで使う道具(プロダクト)のユニバーサルデザインについて話をしていきたい。私は日常生活の中での「気づき」からユニバーサルデザインは考えていけると思っている。また街を歩いている時に、歩道の点字ブロックのすぐ先に壁があれば目の見えない人はぶつかってしまうということに気づけば、点字ブロックの配置を変更して歩行者が壁にぶつからないようにできる。こうした身近な気づきを発見したり、改善することが重要であると思う。

コクヨの考えるユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインに取り組み始めたのが今から 10 年前、日本でユニバーサルデザインという言葉が言われ始めた 1998 年であり、身近な文房具からユニバーサルデザインに取り組み始めた。私たちコクヨの社員も道具を使う「ユーザー」なので、仕事をする過程で「道具のバリア」について考えていきながら、身体能力の劣る人にも使える「道具」(使用できる人の範囲が広い道具)の開発を目指していった。

社内からどんどん出てきた道具のバリアに関する意見をグループ化(基本性能、安全性、操作性、視覚的イメージ、ユーザーへの情報)して、道具の改善の傾向を掴むようにしていった。この5要件に「価格」の要素をプラスし、日々のユーザーからの声(Ex.苦情)を参考におおよそ 10 の評価項目を用いて開発を進めていく。(その後も試作品の使い勝手を試してもらいながら改良を続ける)

<ハサミの例>

一般的なハサミは使い続けると力が必要になり手も痛くなる。ハサミ本来の機能を持ちながら使い続けても痛くないハサミの開発を目指した。改良を重ねていった結果、素材の変更に加え、片方の取っ手の「輪」の部分オープンにすることで本来の機能を保ちながら快適さを備えたハサミが完成した。ただし、このハサミはすべての機能を満たそうとしたためどうしても価格が高くなってしまった。そこで機能を整理し、人の手の大きさに合わせてバリエーション展開(大中小)した廉価版のハサミを作った。ユニバーサルデザインは一つのモノで多くの人に対応するという考えもあるが、バリエーションを提供して「人が自分に合ったモノを選べる」というのもポイントであると思う。



オープンハンドルタイプのはさみ



3サイズのテピタ(左右対称ハンドル)

<マウスの例>

調査をすると、腕全体を使って操作するのではなく、指先だけでマウスを操作する人も多いことが分かった。こうした人たちに対してのマウスのあり方を考えた。評価グリッド法(良い点の原因を明らかにしていく)を採用し、使いやすいマウスの構造を考えていった。例えばマウスと掌の接点で感触の良い所と悪い所を調べ、その結果からマウスのデザインを考えていった。

また、実験からマウスの長さが高さが使い勝手に影響してくることがわかったので、ハサミと同じように大中小三種類のマウスを作っていくことにした。しかし、三種類も型を作るとなるとコストがかかり、価格が高くなってしまう。そこで型は一つにして、パーツを取り換えることによってサイズを変えられるマウスを提案した。開発時は大中小三種類のパーツが同梱されていたら無駄が出ると思っていたが、実際に販売してみるとユーザーからは使う人によってサイズを変えられる、気分転換でサイズを変えられる、といった開発時には想定していなかった反響が多くあった。



UD マウス Just One



ステープラー、ラッチキス

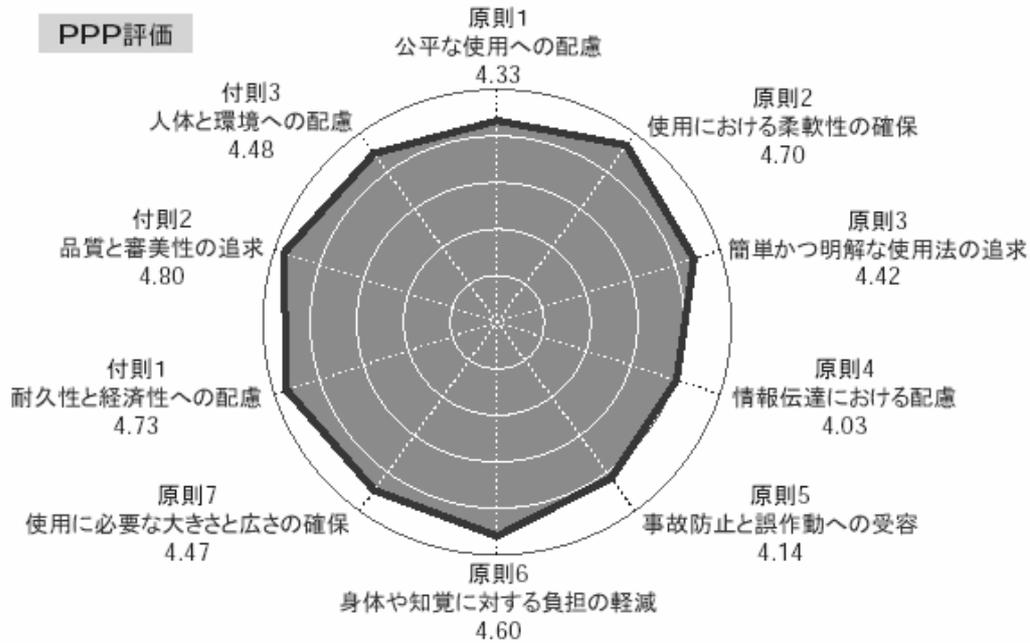
<ユーザーを考えた商品の例>

- ・右利き、左利き両方でも使えるカッターナイフ
- ・爪割れなどの危険性を減らしたファイル(ばねの力を弱めた)
- ・軽い力で使えるステープラー
- ・人の多様な姿勢や体型に対応する椅子

家具などもユーザーにテストしてもらうことで文房具と同様に 10 の評価項目を用い、議論、検証しながら開発をしている。



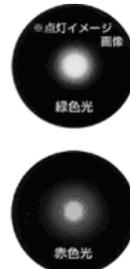
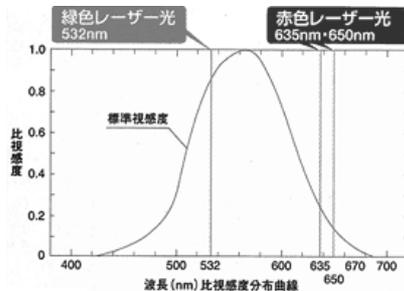
PPP評価



10 の評価項目で製品を評価

<カラーユニバーサルデザイン>

色は人によって見え方が違う。例えば、会議で使うレーザーポインタの色は一般的に赤が多いが、赤を認識できない人もいるので、コクヨでは多くの人が認識しやすい緑色のレーザーポインタを商品化している。また、色だけで識別されてきたものに文字を加えてどちらでも判断できるような例も多くなってきている。



多くの人が認識しやすいレーザーポインタ



東京メトロの色と駅番号

<教育、デザインアワード>

今後もユニバーサルデザインの視点でのモノづくりを展開していきたいと思っている。また、ユニバーサルデザインを多くの人に知ってもらうために、子供を含めたユーザーに対する教育も積極的に行っていきたいと思っている。最近では小中校からユニバーサルデザインの授業の依頼が増えているが、可能な限り授業を行い、「人にやさしい～はどのようなものなのか」を話し、子供たちに体験してもらっている。高齢者向けのユニバーサルデザインセミナーでは、高齢者に使いやすい商品を知ってもらったり、違いを体験してもらっていたりしている。

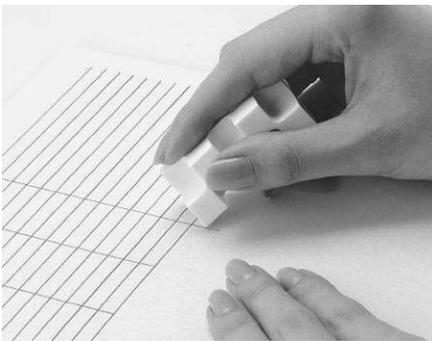


小学校への出張授業



高齢者向け UD 講座

2002 年からデザインアワードを行っておりユニバーサルデザインをテーマにした 1,2 回目は、消費者(=ユーザー)と共に使いやすいデザインを考えていった。消費者と一緒に考えると、メーカーの既成概念を外れた新しいアイデアが出てくるので感心させられる。



アワードの商品化第 1 号のカドケシ

商品価値に対する企業側の考えとユーザー側の視点の接点を広げていくことで、より使いやすく満足してもらえる商品になっていくと思うので、この接点を広げていく活動をしていきたいと思う。新しい価値を生み出すために既製品を改良するだけでなく、一から商品のあり方を考えてみたいとも思っている。

またモノだけでなく、環境(売り場)、情報(宣伝、説明書)の視点も大事だと思う。モノを買いに行き、欲しいものが置いてある場所が分かりやすく、必要としている人にとって使いやすいものかどうか事前に分かるよう配慮することも必要になってくる。デザインは本来ユーザーのためにあるので、ユーザー視点の追及は非常に重要であり、むしろ企業視点ではなく、ユーザー視点に立つことで新しい価値を生み出していくと思う。デザイナーにはこうした商品開発の過程の中で気づいたものを明らかにしていく作業が大事だと思う。「みんなにやさしい」ことは大事であるが、それと同時に「多様性への対応」も

重要になってくると思う。そして、ユーザー側に、商品がどのような過程で開発されたのかが見える「開発」が必要である。



グッドデザイン賞金賞受賞商品。UD 商品約 800 品番のうち、約 80 品番が受賞

質疑

質問 なぜユニバーサルデザインという言葉を使っているのか。バリアフリー、エコ、などではダメなのか。今回の商品開発の話の中でユニバーサルデザインという言葉を使う必要があるのかいまひとつ理解できない。あえてユニバーサルデザインという言葉を使う理由があれば教えてほしい。

回答 98年までは自分たちにユニバーサルデザインという認識はなかったが、もともと商品は顧客の身になって作るべきという姿勢はあった。ユニバーサルデザインに対しては当初はメイス氏の唱えた原則に従えばユニバーサルデザインは達成していけると思っており、取り組みを始めた。様々な議論はあったが、取り組み始めは「小さな便利の積み重ね」の考えによって使いやすさの改善を図っていくことが、ユニバーサルデザインの実現に繋がると思ったため、この言葉を使っている。社内にユニバーサルデザインの意識を高め、ユーザーに取り組みを認識していただくことも目的としてあった。

質問 評価グリッド法で得られた結果がどのように商品に反映したかをもう少し詳しく知りたい。

回答 評価グリッド法によって、人の感覚とハードの因果関係を発見することで、例えばマウスで手の触れる箇所には感触の良い素材や形状にしたり、動かしやすい大きさにしたりしている。