「第5回 メディア・ユニバーサルデザインコンペティション」

● 審査結果・講評 ●

■ 総　　評

審査委員長　東京大学分子細胞生物学研究所
高次構造研究分野
准教授　**伊藤　　啓**

5回目を迎えた今回のコンペでは、今回から経済産業大臣賞が創設されたこともあって非常に多くの応募があった。ほとんどの作品が高いレベルでメディア・ユニバーサルデザインの必要要件をクリアしており、すでにコンペの審査基準は「メディア・ユニバーサルデザインに適合しているかどうか?」ではなく、「メディア・ユニバーサルデザインを従来よりも一段高いレベルに引き上げたり、新しい手法を提案できたりしているか?」に移行したと言える。このように、これまでの継続したコンペの取り組みによって印刷業界や一般社会にメディア・ユニバーサルデザインへの理解や関心が深まってきたことは大変喜ばしい。経済産業大臣賞という追い風を受けて、今後もさらに広い層から応募が集まるよう期待している。

印刷物だけでなくプロダクト系の作品の応募も徐々に増えてきた。「さまざまな特性を持つ人のあいだのコミュニケーションの充実」を図るという意味で、日常生活の便利さを大きく左右するプロダクト系の作品が今後さらに増えてくると、社会への訴求力が一層高まると考えられる。

今回は多くのデザイン学校が本コンペに協力し、若い発想の作品を多数応募していただいた。この中にはプロやベテランの硬直した発想を打ち破る新しいアイデアにあふれたものも多く、日本のデザイン業界の将来が大きく期待できる。

また、試作品でなくすでに製品化されたものの応募が着実に増えてきた。デザイン制作側だけでなく発注側の理解や努力が必要なこのような作品が増加していることは、メディア・ユニバーサルデザインの着実な定着を物語っている。今後もこのような作品がさらに増えることを期待したい。前回受賞作品のUD封筒が最近製品として市販化されたように、試作品による受賞作品が、その後の製品化や受注成功につながった例も出てきた。このような動きも強く応援したい。

一方、メディア・ユニバーサルデザインがすでに社会に大きく普及してきたことにより、すでに実用化されている製品の類似品や、一部改善したような作品が応募されるケースも出てきた。すでに実用化されたUD製品を効果的に改良した製品の提案は重要な審査対象だが、これを正しく判断するには審査する側にも「すでにどのようなものが実用化されているか」について広く通暁していることが求められるようになり、審査の質も問われることになる。今後も優れた作品を公正適確に見いだすべく、審査員一同も努力してゆきたい。

■経済産業大臣賞（一般の部）

企業名：大村印刷株式会社（山口県）
作品名：2012 MUD CALENDAR



○工夫点

今回の制作メンバーには人差し指を欠損した年配の方がおり、「めくる」「つまむ」ことを苦手としている。しかし、現存する多くのカレンダーには「めくる」という行為が伴い、その際どうしても指で紙を「つまむ」ことが必要となる。このことが「めくる以外の方法で扱いやすいカレンダー」の開発動機となった。今回は、それらの行為を改善するため「手前に倒す構造」を採用。これにより紙をつまむことなく容易に次月に進めるようになった。また、上部にインデックス加工を用いることで、目的の月にクイックで容易に移動できる仕様とした。

卓上カレンダーは少ない印刷面に対して日付とメモのスペースを扱うため、日付が小さめのタイプが多い。その改善案として「玉部分」と「メモスペース」を２面に分断。玉部分は数字を大きく扱え視認性が向上、メモスペースは机と接するため書きやすさにもつながっている。玉の部分には縦のストライプ柄を採用し、曜日単位でも視線を追いやすいように配慮した。

○審査委員長講評

従来の卓上カレンダーは綴じ部が上にあり、これだと指を欠損した人などにはページを指でつまんでめくるのが非常に難しい。本カレンダーは制作者の近親者が感じていたこうした不便を解決するため、カレンダーの綴じ部を下に移すという逆転の発想で、紙をつままないでも容易にめくれるようにした。さらに、前に倒した前月のページの裏をメモ領域に活用することで、メモの書き込みがしやすくなり、しかもカレンダー部はメモ部が不要になったために日付の数字をページいっぱいに大きく表示できるようになった。書体や配色も、誰にでも見やすく工夫されている。簡単だがこれまでになかった方法で、実際のニーズから生じたバリアフリーの課題をエレガントに解決し、しかも一般の人にも使いやすい新しい卓上カレンダーの形を提唱しており、ユニバーサルデザインの名にふさわしい。

■経済産業大臣賞（学生の部）

学校名：大阪コミュニケーションアート専門学校（大阪府）
出品者名：橘　未咲奎
作品名：カンタンおりがみ



○工夫点

おりがみの折り方を説明するのはとても難しいです。そこで私は幼い子どもや外国人にもわ

かりやすくし、日本の伝統文化の一つであるおりがみを伝えたいと考えました。

まず、両面をカラー印刷にし、グリッド線で色分けすることにより折り目をわかりやすくしました。そして、難しい言葉の表現を省き、英語とひらがな表記に努めました。

また、実物のイラストを添え、それをつくることへの楽しみを助長させています。これらの工夫点により、沢山の人がおりがみで楽しむことができるでしょう。

○審査委員長講評

折り紙は世界に広まった日本発の文化だが、複雑な折り方を説明するのが難しいという問題があった。本作品は、(1) 折り紙の両面にグリッド状と対角線状の塗りを施すことで、折ったときに美しい格子柄模様が出る新しい折り紙デザインを提案するとともに、模様の境界を折り線のガイドに使えるように工夫した。(2) 従来より紙のサイズを大きくし、不器用な人にも折りやすくするとともに、迫力のある作品を作れるようにした。(3) 英文の説明を入れるとともに文字に頼らない分かりやすいチャート式の図で折り方を説明した。という３つの工夫により、海外の人にも複雑な折り紙を簡単に楽しめるようにした。折り紙本体と付録解説のデザイン完成度は、学生の提案とは思えないほど高く、日本文化を世界に紹介する「クールジャパン」を担う魅力的な製品としてすぐにでも商品化したい。

■優秀賞（一般の部）

企業名：大阪シーリング印刷株式会社（大阪府）
作品名：幼児用クレヨン



○工夫点

先天性色覚異常を持つ子供たちに早い段階から色の感覚を養ってもらうことが、今回の作品の大きなテーマです。

小学校に上がる前の幼児や園児たちが初めて触れる色の道具「クレヨン」を、健常・異常に拘わらず扱いやすい仕様にしています。

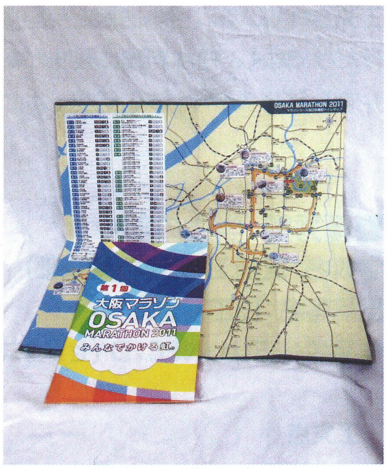
○審査委員長講評

色弱の児童は「色を見ても色の名前が分からない」ために、「どのクレヨンが何色か分からなくて違う色で塗ってしまう」「日常目にするさまざまなものが何色をしているのかの常識が育たない」という問題がある。本作品はこうした問題を解決するため、クレヨンの軸に色名を明記するとともに、その色をしている代表的なもののイラストをつけることで、色名認知の常識が育つように工夫している。市販クレヨンの多くは色名を軸の中央部に書いているため、使っているうちに色名の部分が消えてしまうという欠点がある。このクレヨンは色名を軸の最後尾に書くことで、最後まで色名が分かるようにしている。また、軸を取り出しやすいように箱の構造を工夫したり、裏面には子どもの失敗や落書きによる汚れを落とす方法を説明したりするなど、パッケージにも細かな配慮が施されている。クレヨンや色鉛筆はこれまでにも多数の応募があったが、本作品はその中で格段に完成度が高い。ぜひ商品化に向けて進んでいただけることを期待する。

■優秀賞（一般の部）

企業名：株式会社新聞印刷（大阪府）

作品名：大阪マラソン　バッグフォルダ・公共トイレマップ



○工夫点

・バッグフォルダ

　２つの用途に使用でき、紙でできているので中の書類ごとリサイクルできる。

・トイレマップ

　公共交通機関（電車や地下鉄）とコースから沿道などで応援されている方に最寄りのトイレがわかるよう、工夫してある。

○審査委員長講評

マラソンのコース沿いのトイレ情報をまとめたマップだが、紙製のバッグとペアになっているのが特徴である。このようなイベント用のグッズはイベント終了後に大量に廃棄されることが多いが、本体とバッグの両方を同じ素材にすることで、廃棄を容易にして環境に配慮している。トイレの場所は、駅とそれ以外の公共施設とで色や形を変えて分かりやすく表示してあり、コース説明の色づかいや線のデザイン、周辺観光スポットの説明などもよく工夫されていて、誰にでも大変見やすいものになっている。

■優秀賞（一般の部）

企業名：富士精版印刷株式会社（大阪府）

作品名：3ステップクッキング　基本の和食編



○工夫点

「日本の家庭の味」を紹介する料理本を、色覚障がいの方や子ども・外国の方にも使っていただけるよう、「だれでも楽しく、分かりやすく」をコンセプトにデザインしました。イラストを利用し、手順をシンプルな「3step」にまとめることで、気軽に作れることが伝わるよう工夫しています。

また、UD の観点から、①見ながらの料理がしやすいように立てておけるスタンド型にする、②作りたいレシピのページがすぐに開けるようにツメをつける、など、見やすさ・分かりやすさだけでなく、使い勝手の良さにも考慮し、作成しました。

○審査委員長講評

料理本のレシピはとかく読みにくく、調理の際に置き場に困るものである。本作品はカレンダーの形状を利用することで、どこにでも簡単に置けるように工夫している。また、複雑な調理を「切る」「味付け」「あえる」など簡単な３ステップに統一してまとめることで、見やすさと分かりやすさを追求している。耳タグをつけることで見たいページをすぐに出せるようにしたり、栄養価の情報も載せたりするなど、大変便利に

工夫されている。日本語版と英語版を表裏に併記することで、新婚や１人暮らしを始めた人など日本人向けだけでなく、日本料理に興味があるが作り方が分からない外国人向けにも有用で、外国に日本文化を紹介する「クールジャパン」のツールとしても非常に優れている。

■優秀賞（学生の部）

学校名：芝浦工業大学（東京都）
出品者名：山田　智之
作品名：CELLUNEE：D（セリュニード）



○工夫点

現在販売されている乾電池は、「何形」の電池なのかはっきりと書かれていない。小さい表示で「単２形」などと書かれていても、その表示は日本独自の規格であり、外国人には全く理解できない表示である。さらに、乾電池のラベルはとにかく派手でメーカーのロゴが目立つようなデザインが多く、インクを大量に使用しているように見える。

そこで、以下の工夫点を取り入れたデザインを提案する。

1. 何形の電池なのか一目でわかるように表示。
2. 日本独自の規格表示だけでなく、世界で主に使用される規格の表示も行う。
3. すべての人が理解できる色づかいを取り入れる。
4. インクの使用量を従来より減らす。

○審査委員長講評

乾電池の本体デザインの提案である。消費者からすると、乾電池が単一か単二か、あるいは単三か単四かというのは、本体を見ただけではすぐには分からず、買い換えるときに困ることが多い。また、国際規格では電池のサイズはD、C、AA、AAAなど全く異なる呼称がつけられており、日本独自のサイズ名しか書いていないと、外国人などには分かりにくい。一方、メーカーの視点では「乾電池のサイズは本体を見れば分かるだろう」と考えられがちで、電池本体にはサイズの情報が分かりやすく表示されていないことがほとんどである。本作品は、デザイン上はまだ工夫の余地があるものの、「電池本体にはサイズを分かりやすく表示するべきである」という重要なメッセージを提案している。単一メーカーでなく、ぜひ業界規格として実現に取り組んで欲しい。

■優秀賞（学生の部）

学校名：芝浦工業大学（東京都）
出品者名：御代　詩織
作品名：MUD UNO



○工夫点

「色遊び」という前提で、ゲーム中に使いやすい新たなUNOをデザインしました。

1. 緑に青みを足すことで、赤との区別が付きやすいようにする。
2. 模様で色ごとの差別化をはかる。

　カードの色に近い色を使用することで、C型の方にも統一感のあるデザインになっています。模様のピッチや明度が色によって違うので、カードの違いが明確になっています。また、模様を縦でなく横向きに入れたのは手札の状態でも模様の違いが出るようにするためと、カードを広げた際に模様がつながり一体感のあるデザインにするためです。

3. 裏面は白黒を基調にする。

　色覚障がいの有無にかかわらずできるだけ同じように見えるように、裏面には白と黒を使用しました。また、表裏の違いを模様でも表現しました。ドット柄には表面で使用した色を使い、統一感を出します。

4. ゲーム中の使いやすさを重視する。

　経験からゲーム中にカードを色名で呼び合うことが多いと感じたので、色名を表記しています。また、カードを手札の状態で広げた際にも判別可能な位置に模様と色名を表記しました。

　ユニバーサルデザインを取り入れたトランプなどで四つ角に数字を表記しているものがありますが、20名程度に行ったアンケートでは利き手に関係なく左上が見えるようにカードを開くと分かったので、従来の左上、右下に数字を表記するデザインを取り入れました。

○審査委員長講評

4色の組み合わせで作られたUNOゲームはメディア・ユニバーサルデザインの格好の対象ということで、これまで毎回のようにいくつもの作品が応募されてきた。しかし残念ながら、実用に足るものはほとんどなかった。本作品は、実際のゲームに使って違和感がなく、しかもUDに十分に配慮された、初めての作品である。従来のUNOには、「色の違いが分かりにくい」「色の名前が分からない」という2つの問題があるが、これまでの応募作品のほとんどは、色を従来と全く違うものに変えてしまって大きな違和感があったり、過剰な模様や色名表記がデザインを壊していたりして、実用に耐えるものがなかった。本作品は、色の変化は微調整にとどめて分かりやすさと従来製品とのデザイン連続性を両立させ、同じパターンのストライプ模様を配しつつ色ごとに濃淡の順番を変えることで、デザイン上の統一感と異なる色の間の分かりやすさを両立させている。色名もストライプに溶け込ませる形で上手に表示している。これもぜひ商品化に進めれば素晴らしい。

■優秀賞（学生の部）

学校名：山口芸術短期大学（山口県）
出品者名：木村　悠莉・國弘　奈津江・窪田　美穂子
作品名：MUDユーザーマニュアル



○工夫点

ソフトウェアのユーザーマニュアルは、私たちにソフトウェアの使い方を教えてくれる大切な役割を担っています。しかし、実際は複雑すぎて目的の項目が見つからなかったり、説明がわかりにくいのが現状です。

そこで、私たちはMUDの視点から、このバリアを解消するためにZUI（ズーミング　ユーザー　インターフェース）とタッチパネル操作が特徴のタブレットPCを組み合わせて、新しいユーザーマニュアルを制作しました。

制作にあたって工夫した点は以下の通りです。

・知りたい項目へ簡単にアクセス
・文字や画像を自由に拡大、縮小
・片手でながら操作ができる
・逆引き項目で知りたいことがすぐ見つかる
・操作の手順をステップ毎にわかりやすく表示
・情報の全体と部分がわかりやすい
・新聞の編集テクニックを応用してわかりやすく
・親しみやすい地図を応用してデザイン
・誰でも作れる制作方法を採用し、持続可能性を高める

○審査委員長講評

膨大な機能を持つデザインソフト「アドビフォトショップ」を素材にした、分かりやすいオンラインマニュアルの提案である。1990年代の「インターネットホームページ」や「ハイパーカード」の登場以来、オンラインマニュアルは「ハイパーリンク」をクリックして他のページにジャンプすることで目的の項目に移動するという作法が定着している。しかしこの方法では、複雑なマニュアル項目階層のどこに入り込んでしまったのかがユーザーに分かりにくいという問題があった。このマニュアルでは、電子媒体では小さな文字も拡大すればいくらでも読みやすいサイズで表示できるという特性を利用して、「ハイパーリンク」を廃し、全情報を1枚のページに表示し、細かい内容は小さな文字で記載しておいてズームイン操作で読みやすいサイズに拡大するようにしてある。iPadなどのタブレットPCや最近のノートパソコンのトラックパッドでは、二本指の操作でズームインが簡単に行えるようになったので、このようなマニュアル構築作法は大変有効であろう。また、本応募作品はマニュアル自体だけでなく、そのメリットを説明するプレゼン資料も大変高いレベルで作り込まれており、その努力と完成度に敬服する。