

ユニバーサルデザインとネバー・ギブ・アップ

清水久美子（ライター）

中高年向けの雑誌で、補聴器を取り上げた企画の取材・執筆をしたことがあります。

聞こえにくいということがどんなことなのか、耳鼻咽喉科の医師に取材して驚きました。

聞こえにくくなると、「えっ、なんて言ったの？」と何度も聞きなおさなければならぬ。聞きなおすと人に嫌がられるので、わからなくてもわかったふりをするようになる。心の中は不安と恐れでいっぱい。人が集まって話していると自分の悪口を言っている気がして、人嫌いになり、家に引きこもりがちになる人も多いとか。

また、耳が悪くなると後から声をかけられても聞こえづらくなるので、返事ができない。無視をしたと誤解されて、人間関係にひびが入ることにもつながる等々。

ともかく、性格まで変わってしまうことがあると聞きました。

松森さんが聴力をまったく失ってしまったときの衝撃と苦悩にも胸が痛みましたが、難聴に苦しめられた十代もどんなにつらかっただろうと思います。

障害は、他人事ではありません。

ご指摘のように、私たちは年を重ねると、足腰が弱り、視力がだんだん落ちて、耳も聞こえにくくなります。また、いまは若く健康でも、いついかなるときに病気や事故で、障害を持つ身になるかわかりません。

どんな人も生きやすい社会をつくっていくことが大事で、かねてからユニバーサルデザイン——共用品に大きな関心を持っていました。

共用品とは、身体的な特性や障害にかかわらず、多くの人が共に利用しやすい製品や施設、サービスをさす言葉。バリアフリーやユニバーサルデザインという言葉が聞かれなかった頃から、日本で共用品の研究・開発が進められていたと聞いています。

その一つがシャンプー剤とコンディショナー剤。「目が不自由なので、使うときにシャンプー剤かコンディショナー剤かがわからなくて困る」という意見が花王に寄せられ、同社で容器の研究を開始。シャンプー剤の容器の側面にギザギザをつけるデザインを採用して、「一目瞭然」ならぬ、「一触瞭然」にしています。しかも、実用新案を取得した花王は、これを無料で公開し、日本化粧品工業連合会を通して各社に提案。現在では、ほとんどのメーカーが自社のシャンプー剤の容器にギザギザをつけているのです。

それだけでなく、なんと2011年には日本発の国際規格になっています。

目が悪くなくても、シャンプーするときは目をつぶることが多いし、年を重ねると小さな字が読みづらくなる。共用品、つまりユニバーサルデザインは、松森さんがおっしゃるように、すべての人に、便利さと快適さをもたらすことをこの事例が証明しています。

東京ディズニーランドへの提案、羽田空港国際線旅客ターミナルの議論や提案、そして手話を通じた近所づきあいから広げられた地域の手話——音のない世界と、音のある世界をつなぐ素晴らしい活躍をされていることに敬服します。「100回言ってダメでも101回目は何かにつながるかも！」という言葉も、心に残りました。

ネバー・ギブ・アップこそが世の中を変えるのかもしれない。

蛇足ですが、テレビ関係の仕事をしている友人に聞いたら、字幕づくりは字数に限られるので、適格な情報を伝えるためにはかなりテクニックが必要ということでした。特に生放送がたいへんだとか。

でも、100%の普及を望みたいと思います。