



図 5 - 1 二段手すりが
設置されている例



図 5 - 2 階段とスロープが同方向に
設置されている例

図 5 配慮されたスロープ

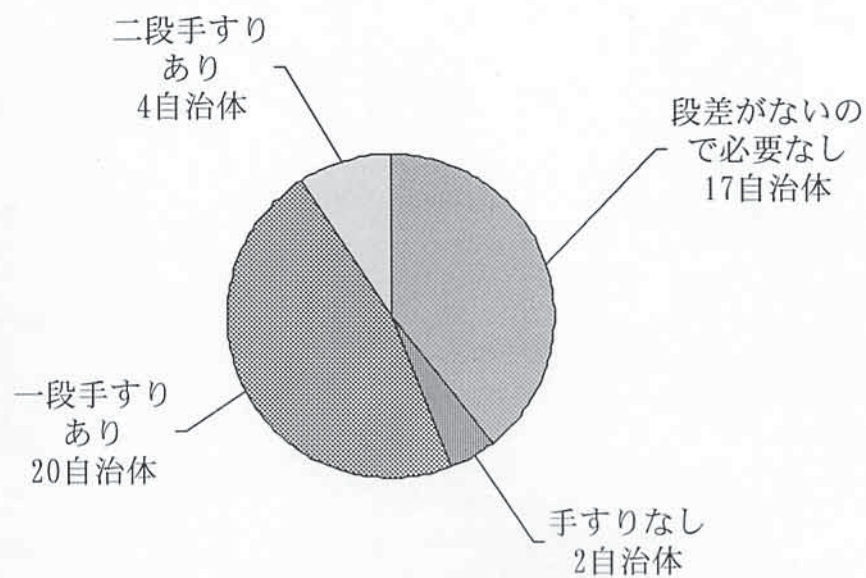


図 6 手すりの設置状況

d 止面階段

滑りにくい材質を使用して仕上げており、蹴上げ・踏面には余裕がある所がほとんどであったが、弱視者に段鼻を目立たせる工夫として、段鼻の色調を変えている庁舎は少ない。また、段鼻に滑り止めがないものは古い庁舎に多く、ミカゲ石で造られている庁舎が多い。



図7 階段部の名称

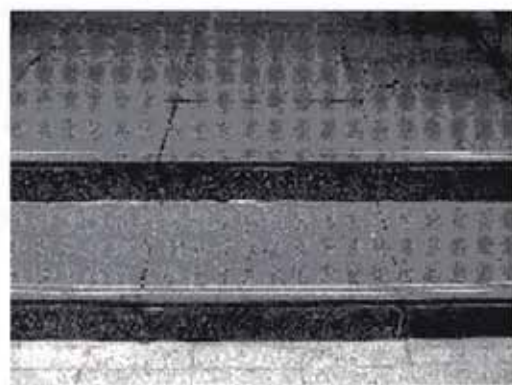


図8-1 段鼻がよくわかる例



図8-2 段鼻がわかりにくい例

図8 正面階段

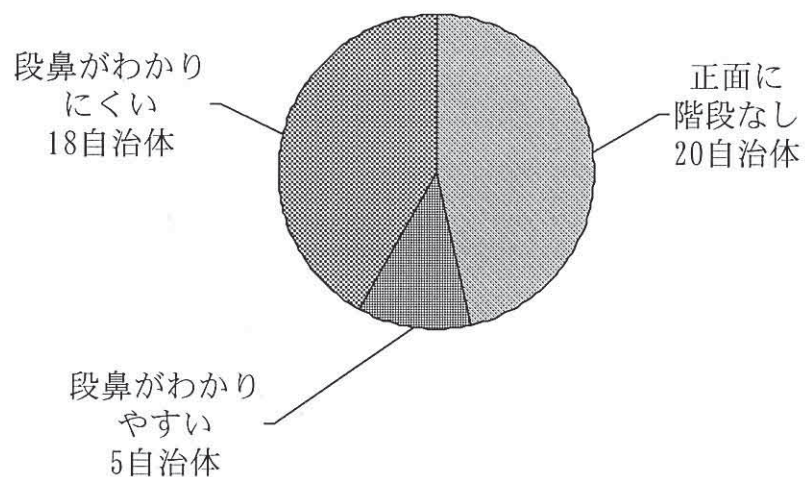


図9 正面階段の段鼻の状況

e 屋外サイン

敷地規模、建物規模により屋外のサイン計画は変化すると思われるが、ほとんどの庁舎では小さな石碑や底の先端で庁舎の表示が行われている。道路からではわかりづらく、道路標識や人権の垂れ幕で認識できる場合が多かった。

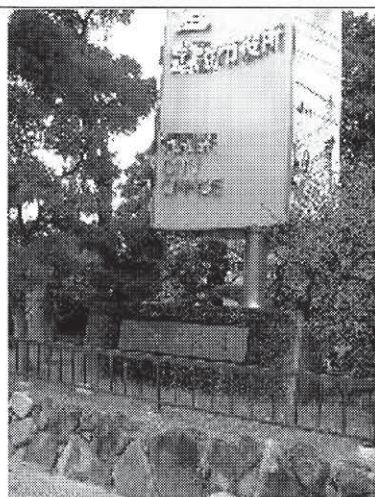


図10-1 施設名がよくわかる例



図10-2 立派な看板だが植栽で道路からは見えにくい例

図10 屋外サイン

f 身体障害者用駐車場

ほとんどの庁舎に設置されているが、屋外駐車場において屋根を設置している庁舎は少ない。その一方で、渡り廊下の下を利用したり、利用者が雨の日でも利用しやすい工夫をしているところもあった。

また、カラーコーンを置いて一般車を排除している庁舎も多かったが、車椅子使用者が一人で来庁した場合、誘導員がいない庁舎はどう対応しているのか疑問である。



図 1 1 - 1 屋根付の駐車場の例

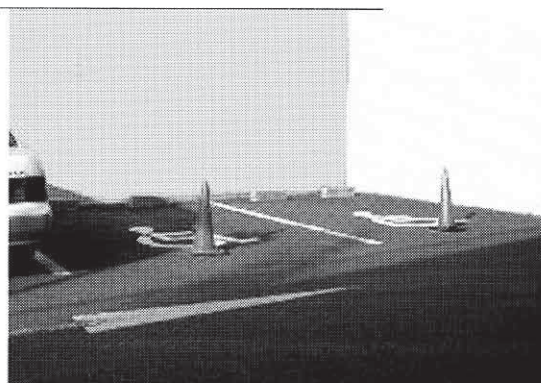


図 1 1 - 2 カラーコーンを置いてある例



図 1 1 - 3 身体障害者用駐車場の側にスロープが設置されていてスロープには足元照明がある例

図 1 1 身体障害者用駐車場

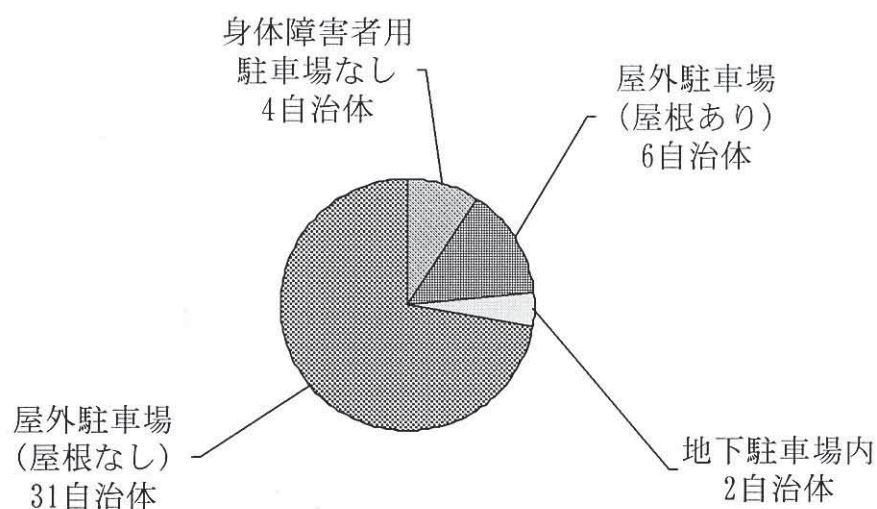


図 1 2 身体障害者用駐車場の状況

g 外部その他

身体障害者用の呼び出しベル及び盲導鈴の設置は意外に少ない。また、設置しても、ただ設置しているだけで、使う場面を考えるとつじつまの合わないものがあった。

表 3 音声設備の状況

盲導鈴の設置あり	8自治体
身体障害者用呼び出しインターホンあり	4自治体

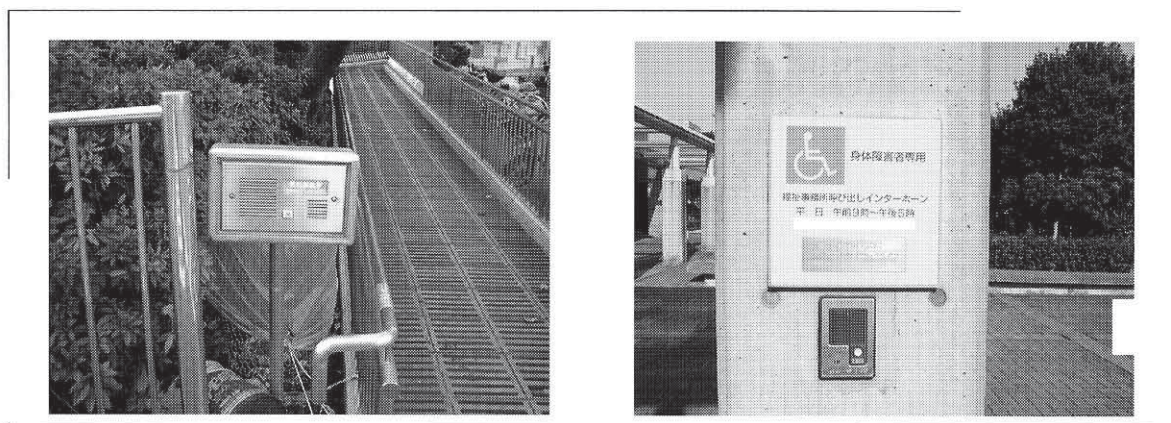


図 1 3 身体障害者用呼び出しベル

h 出入口

自動ドアはほとんどの庁舎で設置されているが、その配置・大きさに問題がある庁舎もあった。具体的には真ん中が開き戸で左右が自動扉の場合（外見からはどこが自動ドアかわかりにくい）や、自動扉の幅が車椅子の通れないような狭いものもあった。



真ん中が開き扉で自動扉の幅が狭い例

図14 出入口

i 内部誘導ブロック

誘導ブロックを設置していない庁舎があった。また、設置していても誘導先はまちまちであった。総合案内へ誘導してあるのが最も多く、次に各課へ誘導しているのが続く。中にはまっすぐにトイレに誘導しているものもあり、ルート設定がまずい自治体が6自治体あった。

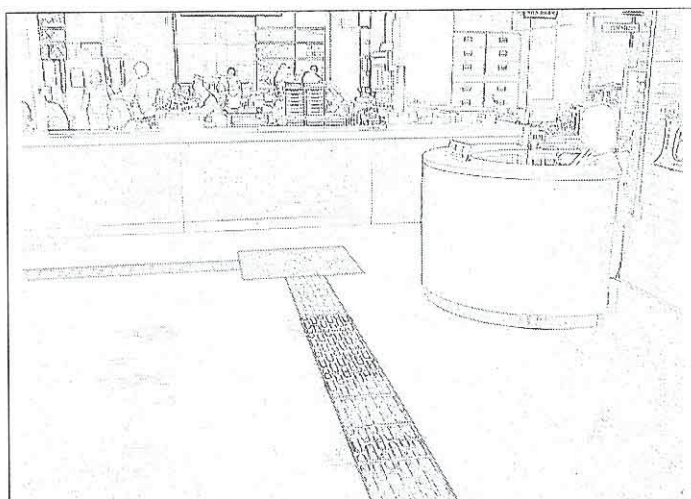


図 1 5 - 1 総合案内を通り越している例



図 1 5 - 2 誘導ブロックが
はっきりわかる例

図 1 5 内部誘導ブロック

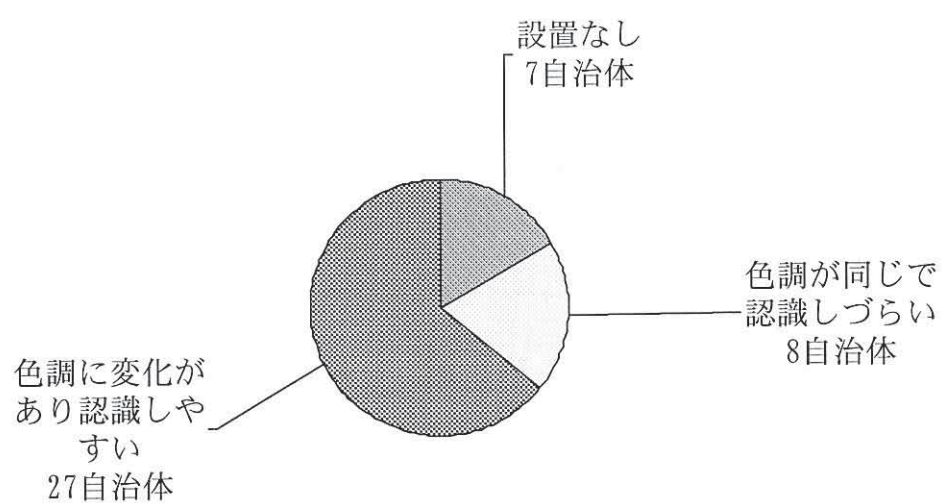


図 1 6 内部誘導ブロックの状況

j 内部サイン

庁内案内板は、玄関近くのわかりやすい場所に設置されている庁舎がほとんどであった。ただ、風除室の横面に設置されている場合は見過ごしてしまった庁舎もあった。点字や外国語などが併記されている庁舎は少ない。

吊下型サインは、照明が無く暗くて見えない庁舎もあった。

床に案内を書いて誘導を図っている庁舎もあった。



図17-1 天井にある案内が暗くて見えない例

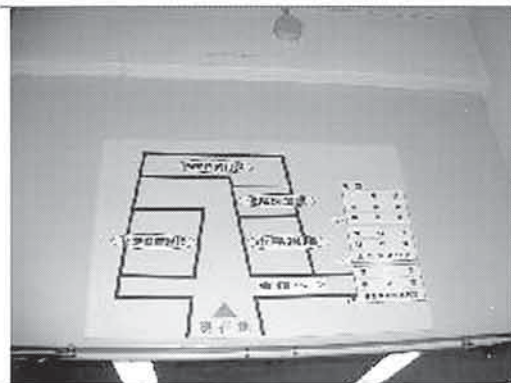


図17-2 廊下の垂れ壁のサイン見やすい例



図17-3 床に案内を書いた例

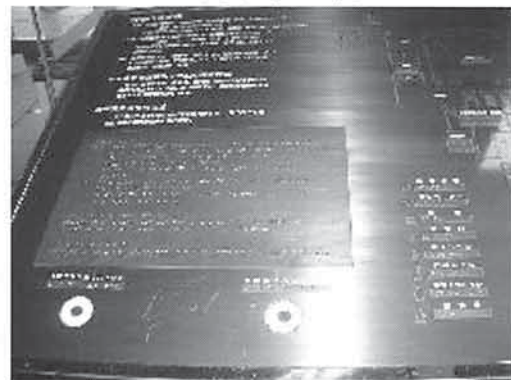


図17-4 音声案内付の案内板



図17-5 床に案内を書いて各課へ色分けして案内している例
総合案内板も色分けに対応している

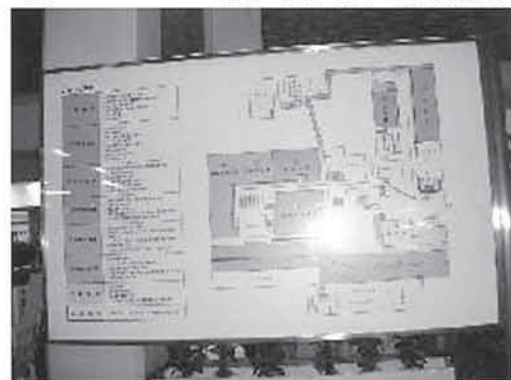


図17 内部サイン

表 4 案内板の状況

案内板に点字や外国語の併記がある	6 自治体
案内板の位置がわかりにくい	1 2 自治体

k 内部その他

玄関を入った直後に高低差のある庁舎があった。

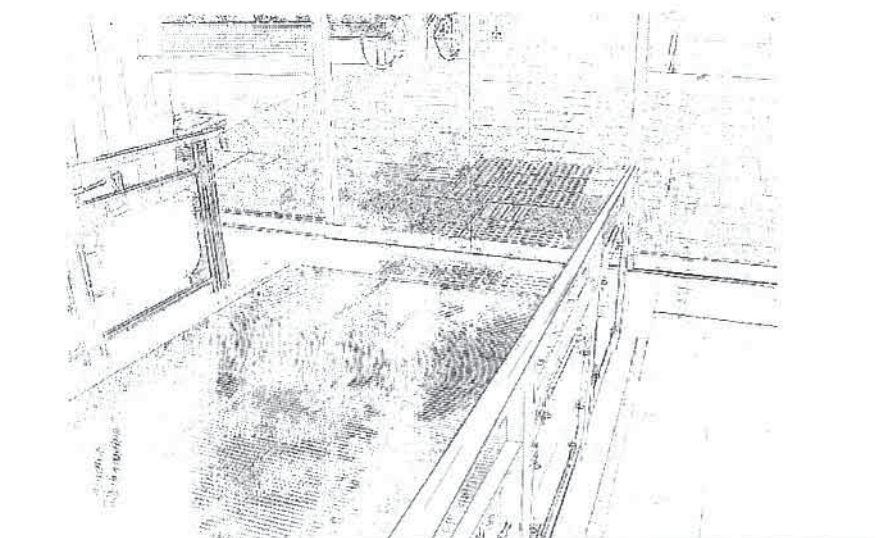


図 1 8 内部の高低差を処理した例だが
スロープを降り切るとドアにぶつかってしまう

④考察

現場調査後、各部位での調査結果を一覧（参考資料５）にまとめて現状分析及び考察を行う。

図１９に示すようにアプローチにおける誘導ブロックの敷設状況と歩車分離との関係は、通りから歩車分離がなされていない所の設置率は約２割で、一方歩車分離がなされている所の設置率は約９割以上で大きな差が生じている。

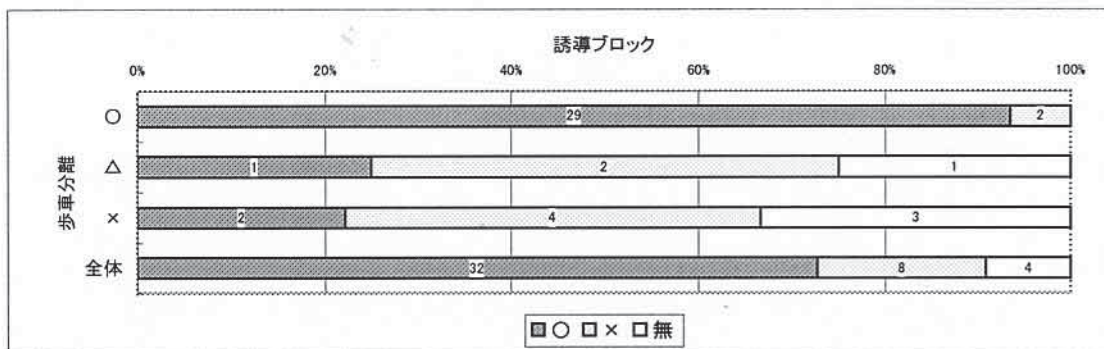


図１９ 歩車分離と誘導ブロック

図２０に示すようにアプローチにおける誘導ブロックと建物高低差との関係は、高低差の大きい場合に誘導ブロックの設置割合が高い。

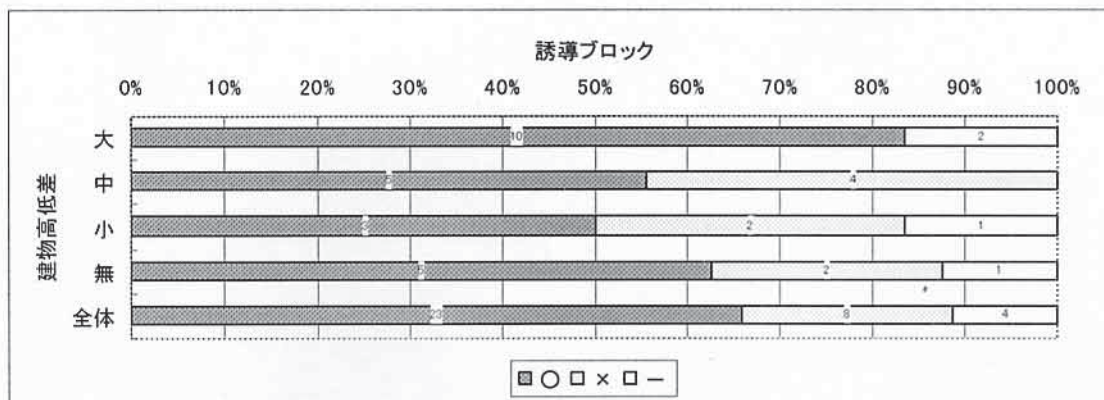


図２０ 誘導ブロックと建物高低差

誘導ブロックについては、屋内外共に設置されていない庁舎が３自治体、屋外のみ設置されている庁舎が３自治体、屋内のみ設置されている庁舎が１自治体ある。また、屋内外共に設置されている３７自治体においては、図２１に示すように誘導ブロックと色調の明確化の関係は屋内のみを明確化しているの

が2自治体、屋外のみ明確化しているのが6自治体、屋内外共明確化がなされていないのが3自治体あった。このことから、必ずしも良好とは言えない。

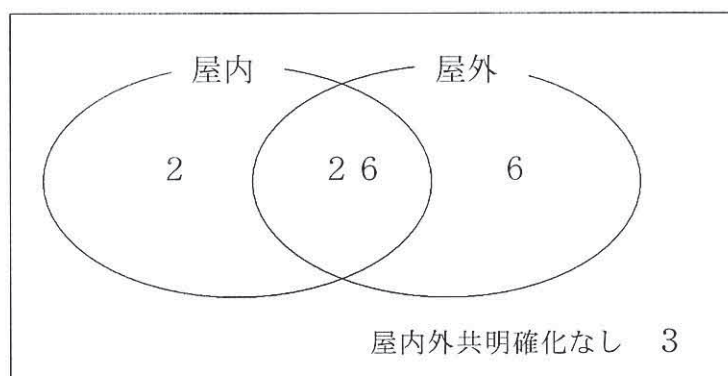


図21 誘導ブロックと色調

このように、何らかの課題がある庁舎は大阪府内44市町村の約半数にのぼり、課題を複数抱えている自治体も多い。

今回の調査項目は利用者に配慮した庁舎整備状況を期待していたが、「大阪府福祉のまちづくり条例」に基づき整備を行なっただけでの庁舎が数多く存在した。例えば、誘導ブロックの上に障害物を置いたり、何処へ誘導しているのかわからない誘導ブロック、形ばかりのスロープの設置、気づかない身体障害者用ベル、わかりにくいサインなどがその代表である。この状況には、庁舎管理者の認識不足も影響しているものと思われる。

しかし、これらの整備状況は、少しの配慮、改修で改善できる項目も多い。具体的には、メンテナンスの徹底、出入口の改修、誘導ブロックの改修などで大きな成果がある。是非、利用者の立場に立っての再チェックを行なうべきである。

一方、バリアフリーに加え少し配慮した事例として、屋根が設置された屋外身体障害者用駐車場、音声案内による誘導、案内板に点字や外国語での表示を加えている庁舎、総合案内人（受付付近）を配備している庁舎などちょっとした心配りでその自治体の来庁者への思いが伝わってくる。

また、来庁者に対して近接の池と一体化を図りゆとりの空間を演出したり、敷地内にポケットパークを設置し憩いの空間を作り出している庁舎もあった。これらを踏まえ次節では具体的な改善策の検討を行なう事とする。

⑤改善策の検討

a アプローチ

通常建物の1階部分は維持管理の面から地盤面より若干高くする場合がほとんどである。敷地が広い場合は、緩やかな勾配を取り利用者に高低差を感じさせることなくアプローチを取ることが可能であり、実際近年建築された庁舎はこの形式になっており利用しやすくなっている。また、小さな段差の場合、アスファルトを擦り付けて、緩やかな勾配に改修すればよい。

しかし、敷地が狭い場合や傾斜地等では階段やスロープの設置が必要となってくる。その場合、出来るだけ階段とスロープを一体化し、利用者が意識せずに自然と利用できるような配置が望ましい。

また、古い庁舎は地盤面から1階部分がかなり高くなっている場合が多いため、設置基準を満たすための長いスロープやわかりにくい位置にあるスロープ等が多く見受けられる。これら物理的に厳しいものについてはハード面での対応よりむしろ「呼び鈴等」のソフト面での対応を考えていくべきであろう。

b 誘導ブロック

大阪府内市町村のほとんど全てで誘導ブロックは設置されていたが、その形状、色彩、敷設方法については多種多様であり、視覚障害者や高齢者には非常に利用しづらいものになっている。誘導ブロックの統一化が必要である。

色彩については、デザイン重視で同系統色で目立たないように設置



図 2 2 緩やかなスロープ

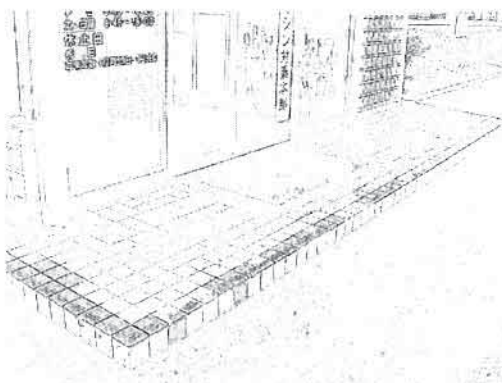


図 2 3 よくある例だが車椅子では上がれない



図 2 4 階段とスロープの利用勝手が同じ

されている庁舎もあり、視覚障害者や高齢者にとっては利用しづらいものになっていることから、原則的には黄色にすべきだ。また場合によっては、床の色調と比べて明確なコントラストになるような色調にすべきである。

敷設方法については、警告ブロック、誘導ブロック、交差部分の誤った敷設をしている所もあり、再点検が必要である。誘導ルートについては、メイン道路から設置されているもの、玄関まわりから設置されているものがあるが、メイン道路から設置すべきである。また、誘導場所については、案内板、受付、エレベーター、各窓口、トイレまでなどの組み合わせがあり、多彩な場所への誘導となっており利用者の混乱を招くような事例も多い。メイン道路→玄関→受付→エレベーターへのシンプルな誘導を検討していくべきであろう。

c スロープ

「大阪府福祉のまちづくり条例」施行前の庁舎においては、改修により設置されており、配置の悪いもの、距離の長いもの等、ほとんど利用されておらず課題が多いものがある。このような場合、ソフト面での対応を検討していくべきであろう。

一方、「大阪府福祉のまちづくり条例」施行後の庁舎においては、距離も短く配置も考えられているが、手摺の高さや段数がバラバラであり、今後は利用者の意見も聞きながら望ましい形を検討していくべきである。

スロープに誘導ブロックを設置するのは、視覚障害者と車椅子使用者を同じ動線で考えている事であり、利用者の障害の程度によってルートを選択できるようにする方がよい。

d 階段

階段については、材質、蹴上げ、踏面に関してはほとんど問題はないが段鼻が明確になっていない庁舎が大部分である。着色等での明確化への改修はコストパフォーマンスが高いので是非実施すべき項目である。

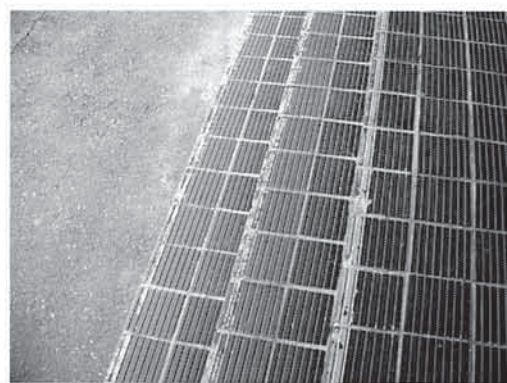


図 2 5 メンテナンスが必要だが
ペンキで段鼻を着色した例

e 屋外サイン

屋外での表示は初めて訪れる人にとって非常にわかりづらい例が多く、「ここが庁舎です、ここから入れば、一番わかりやすいですよ」と誘導してもらいたい。

民間施設では集客目的から判りやすい看板等で表示しており、自治体も住民サービスの観点から再検討しなければならない。

f 身体障害者用駐車場

駐車スペースの大きさは問題ないが、地下駐車場以外の屋外駐車場では一部の庁舎を除いて降雨時の配慮がなされておらず、天候に左右されずいつでも気軽に来庁できるよう、近くの出入り口まで屋根を設置すべきであろう。

また、カラーコーンは自由に移動できる点ではユニバーサルなのだが、警備員が配置されていない所でのカラーコーンの安易な設置は再考すべきである。

g 出入り口・サイン

自動ドアの設置がよい。スペースにゆとりがあれば、貸出し用のベビーカーや車椅子の設置も望ましい。

屋内のサインでは、エレベーターを降りた正面に現在位置を示した案内板があると親切である。また、古い庁舎で増築を繰り返している場合は、廊下のいたる場所に現在地を示す案内板があるとよい。

案内板については、点字での表示、大きい字での表示、外国語での表示、カラー化によるわかりやすい表示を行うべきである。その自治体の利用者に対する姿勢が垣間見える項目であろう。

h その他

誘導鈴や身体障害者用ベルの設置は意外と少なく、その設置場所などの課題も多く、その位置の再検討が必要である。

今後は、磁器誘導、音声案内、映像での案内などのシステム導入も考慮していくべきである。

⑥ユニバーサルデザインを取り入れた庁舎のモデル化

今までは各項目別で現地調査の結果や改善策の検討を行ってきたが、総合的な見地から庁舎配置の検証を行い、具体的に「全ての人が抵抗なく利用できる庁舎」のモデル化を試みる。

a 庁舎の配置

現場調査を行なった結果、図26に示すように庁舎の配置は前面道路より奥まって建物があるケース（タイプ1）、メイン道路に面して建物があるケース（タイプ2）、敷地いっぱいに建物があるケース（タイプ3）、メイン道路に対して建物と駐車場が並んでいるケース（タイプ4）の4つのタイプに大きく分類できる。

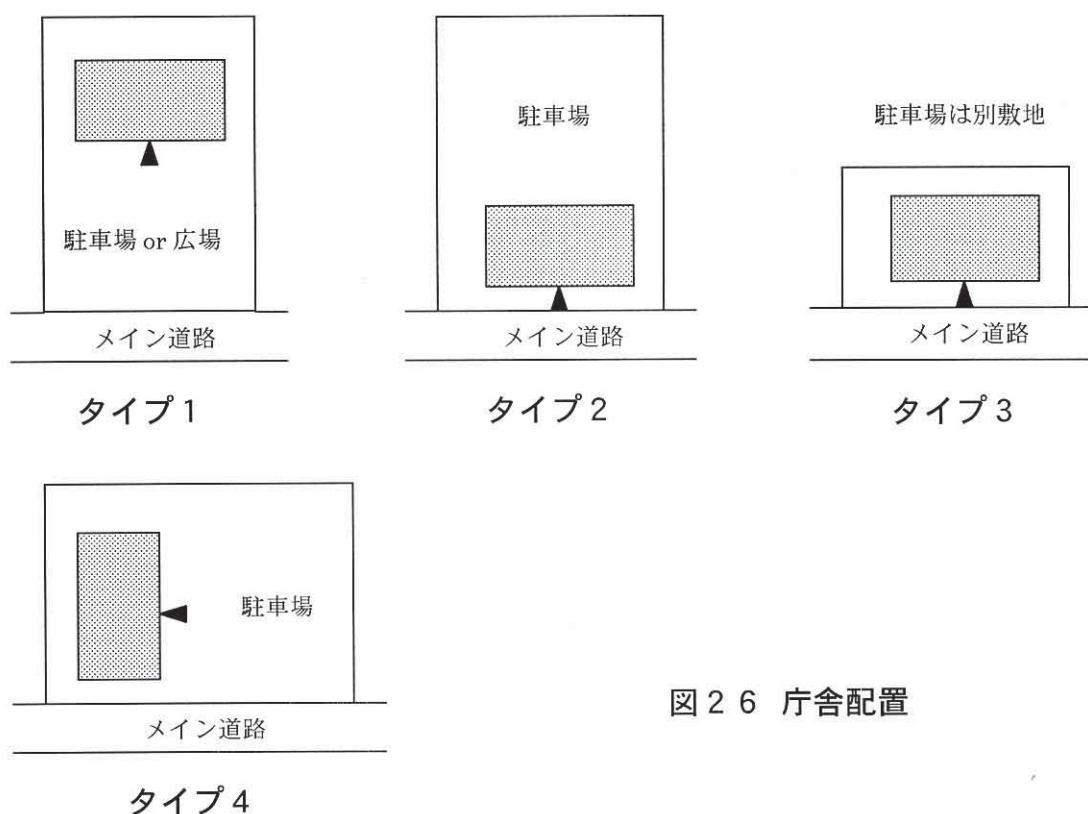
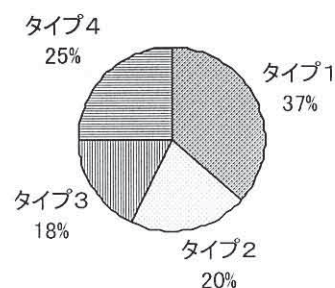


図26 庁舎配置

表5 庁舎配置のタイプ別数

タイプ1	16自治体
タイプ2	9自治体
タイプ3	8自治体
タイプ4	11自治体
計	44自治体



b 庁舎の配置と屋外各項目の関係

図27にタイプ別と歩車分離の状況の関係を示す。全体では約70%が歩車分離されており、タイプ別ではタイプ3で100%実施されている。タイプ3は道路から玄関までの距離が短いためであると考えられる。

図28にタイプ別と敷地高低差の関係を示す。タイプ別による差はあまり見られず、全体で約90%がメイン道路と敷地との高低差は50cm以下となっている。

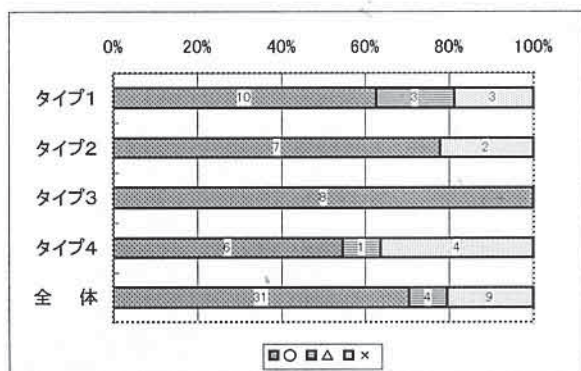


図27 庁舎の配置と歩車分離

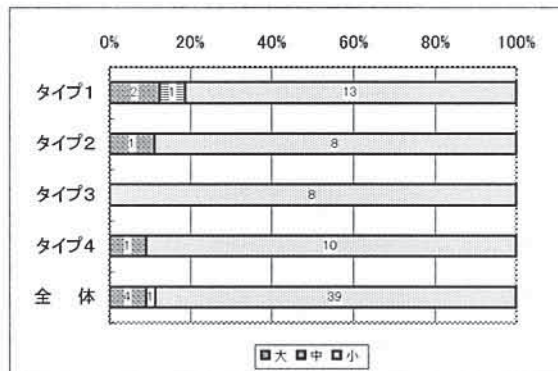


図28 庁舎の配置と敷地高低差

図29にタイプ別と建物高低差の関係を示す。タイプ1では建物の高低差が無い庁舎が多い。

図30にタイプ別と誘導ブロックの関係を示す。全体で約70%が通りから敷設されており、タイプ4での不備が多い。

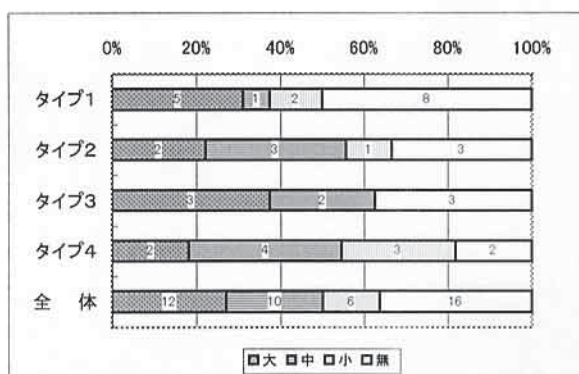


図29 庁舎の配置と建物高低差

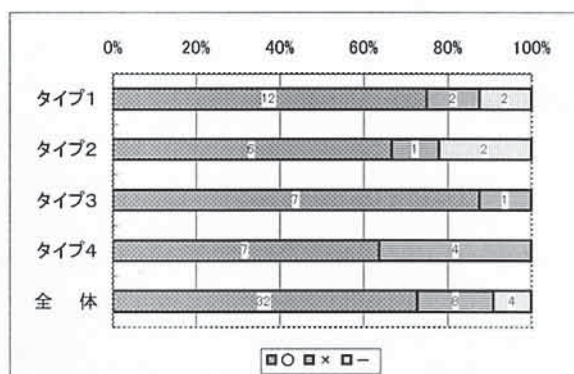


図30 庁舎の配置と誘導ブロック

図3-1にタイプ別とスロープの配置の関係を示す。全体で約半数が敷地と玄関の高低差が無いためスロープの設置は無い。しかし、設置されている庁舎の約50%で不備が見られる。

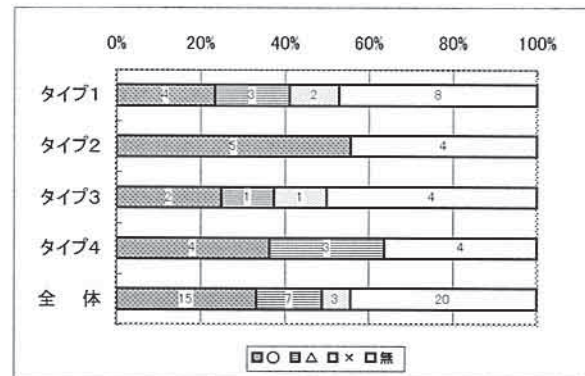


図3-1 庁舎の配置とスロープの配置

タイプ1では比較的敷地規模が大きい庁舎に多く、玄関までの距離が長いことから敷地の高低差の処理がしやすい。しかし、約半数の庁舎が玄関を高く設けている。また、アプローチが長い分前面広場の場合を除いて歩車分離の不備の割合が高くなっている。

タイプ2はメイン道路からの動線が短いので歩車分離及び誘導ブロックの敷設についての割合が高い。駐車場からの入口が主玄関と異なる場合が多く、その整備がなされていない場合がある。

タイプ3はタイプ2と同様にメイン道路からの動線が短いので歩車分離及び誘導ブロックの敷設についての割合が高い。一方、建物の高低差がある場合も多い。

タイプ4は歩車分離、誘導ブロック、建物の高低差及びスロープの配置において不備な割合が高い。築年を経ている庁舎が多く主玄関の方向が要因の一つと考えられる。

c モデル化へのタイプ選出

タイプ1のケースは最も多く、特に前面に広場を設けている庁舎は比較的新しい庁舎が多い。タイプ4は主玄関の位置が利用者に対して利用しやすい位置にあるとは言えず、道路側の入口の利用頻度が高くなる。タイプ2、3は、アプローチが短いケースであり、タイプ2でモデル化を行うとタイプ3にも応用出来ることから図3-2に示すようにタイプ2にてモデル化を検討してみる。

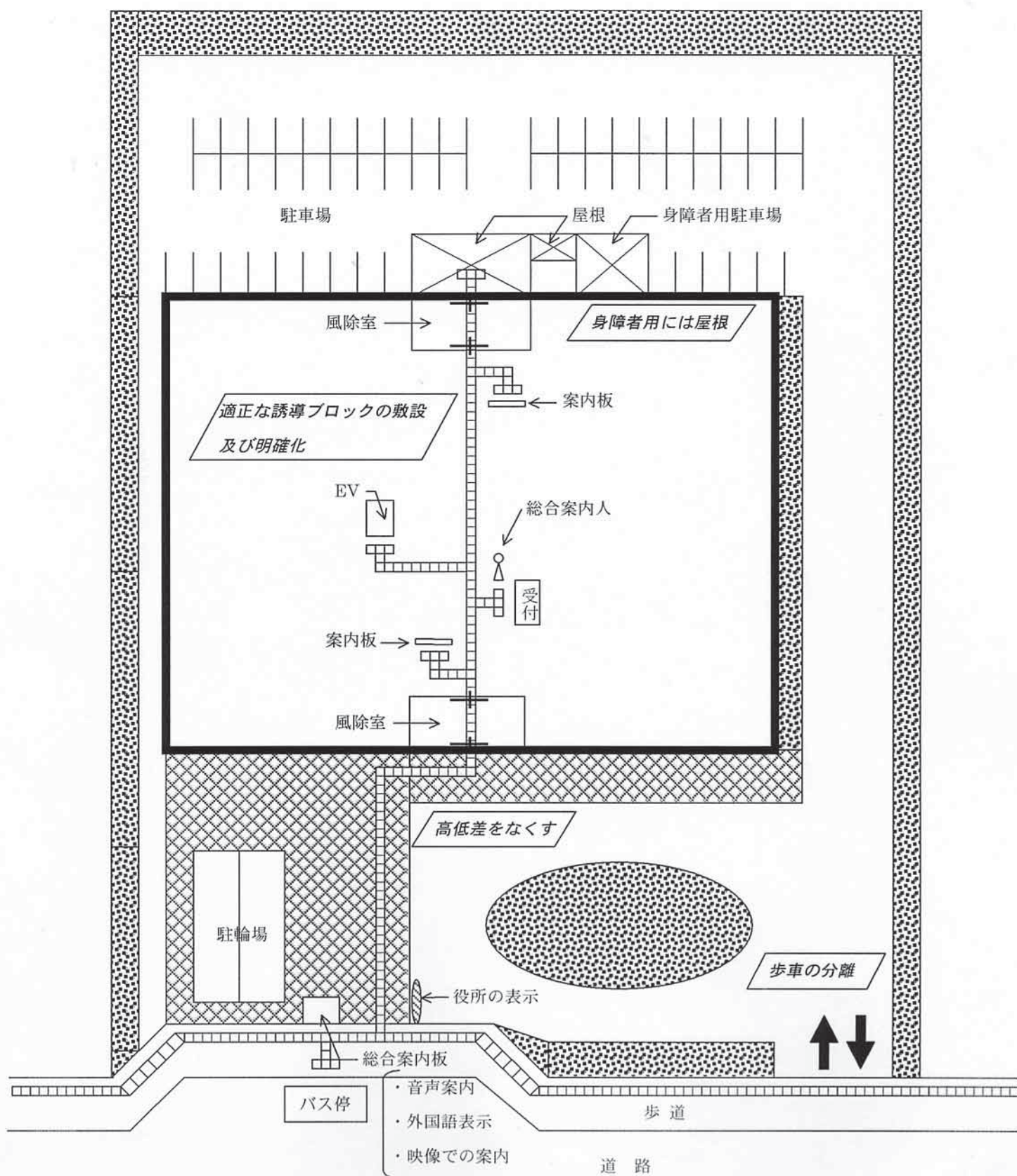


図 3 2 ユニバーサルデザインを取り入れた庁舎のモデル化

⑦まとめ

利用者に配慮した庁舎を期待していたが、現場調査から、庁舎管理者の認識不足のほか、誘導ブロックの上に障害物を置いたり、何処へ誘導しているのかわからない誘導ブロック、形ばかりのスロープの設置、気づかない身体障害者用ベル、誰にもわからないサインなど期待を裏切る結果となった。

古い庁舎では物理的な条件からやむを得ない面は否めないが、その分はソフト面でカバーするなどの方策はいくらでも考えられ、その実践を早急に検討していかなければならない。

最近建築された庁舎の中にもデザインや見栄えを重視しているものも見受けられた。具体的には来庁者の受け入れを拒否しているような豪勢な構えや利用者のアクセスを無視したほとんど利用しない立派な玄関など、自治体が「旧体制のお上の立場」で設計している姿勢が伺える。

しかし一方で、庁舎の新旧を問わず、なんとなく入りやすい庁舎や職員の対応のよい庁舎などには好感を持った。単にハード面の問題ではない。

また、個々の項目においてはよく配慮されているものもあり、お金をかけなくても改善できる点が多々あるので、これらを出来る所から地道に行っていくことが多くの来庁者にとって利用しやすい庁舎造りへの第一歩となっていくであろう。

最後に改修を行う際、建替えを行う場合は、是非とも住民参画でのワークショップなどを活用しながら利用者の意見を取り入れた、「開かれた庁舎」を目指したいと思う。

3. サイン：サイン計画におけるユニバーサルデザイン

①目的

生活のなかで案内標示（以下、「サイン」）なしに暮らしていくことができるだろうか。

我々は無意識のうちに、サインから様々な情報を得ている。これまでに何度か訪れたことのある場所においては、建物の壁の色や特徴的なもの、またロビーや廊下の大きさやつながりなどにより空間に関する情報を得ることができる。

しかし、初めて訪れる場所においては、特にサインによる情報に頼らざるをえない。生活環境の重要な構成要素であるサインは、日常生活においてはもちろんのこと非常時においても、すべての人にとって必要なものである。

そこで、まちづくりにおけるサイン計画を検討する上で、「さりげなく、だれにでもやさしい」というユニバーサルな視点を取り入れることは重要である。

本研究では、サイン計画の現状がどのようなものか現地調査を行い、検証することで、サイン計画におけるユニバーサルデザインの要素を抽出する。

②経過、方法

横軸に調査場所、縦軸を対象者としたチェックリストを作成し、研究員の所属する庁舎と最寄りの駅舎間の現状を調査することから始めた。また、あわせて大阪府庁新別館南館と大阪市営地下鉄谷町四丁目駅間を調査場所に加え、それぞれ気がついた点を記入し、撮影した写真と合わせて検証した。

机上で作成したチェックリストでの検証内容はユニバーサルデザインを論じるものとして不十分であったため、現場調査をすることで新しい視点を取り入れたチェックリストを作成することを試みたが、ユニバーサルデザインについての認識不足と、チェックリストを作成することに重点を置いてしまったため、このまま調査を続けてもユニバーサルな視点からのサイン計画のあり方が考察できないとの結論が出た。そこで、現状を把握し、その結果をもとに、サイン計画におけるユニバーサルデザインとは何かを考えることにした。

前段の調査によって、現在位置、目的地がわかりにくい等の問題を多数抱えているとの結果を得られ、案内板、誘導のあり方を調査対象とした。また、その設置場所、設置方法、情報量の現状把握を行い、記名サイン、誘導サイン、案内サインの3種類（参考資料6）に着目し、設置形態（参考資料6）と照らし合わせた。調査場所として、駅舎から建物までの専用通路があり、不特定多数の人々が利用する東京都文京区役所と東京都営地下鉄大江戸線春日駅間を選定した。また、特に大江戸線においては、他線と乗り換えが多い駅舎についてもあわせて調査を行い、これら現地調査の結果をもとにサイン計画におけるユニバーサルデザインの要素を抽出する。

③結果

a 記名サイン

記名サインとは、その場所や建物などの名称を示す。名称を示すことで、他と識別させる機能を持つことができる。さらに、識別度が高い場合は誘導機能も果たせる。以下に記名サインの種類と調査結果を分析する。

ア 自立型の記名サイン

自立型は、主に屋外に設置され遠くからも近くからもわかりやすいという利点があり、多くの人に情報を伝えることが可能である。

地下鉄の出入口に設置される自立型の記名サインでは建築物に紛れ込んでいて、遠くからでは見つけにくい。また、地上に設置されている自立型の記名サインだけでは乗り継ぎ案内等の情報量が少なく、一度地下に下りて他のサインで確認しなければならないなどの問題がある。

そこで、遠くから見ても分かりやすく、多方面からも分かりやすいように示すために、駅の名前をそのまま記すのではなくピクトグラム（絵文字）を利用することが有効である。また、入り口付近に自立型の記名サインと共に路線案内内も設置することで、利用者の混乱が少なくなると考えられる。その他に、地下鉄飯田橋駅のように記名サインで表現するのではなく、オブジェで駅の出入口をアピールしている例もある。



図1 地下鉄出入口

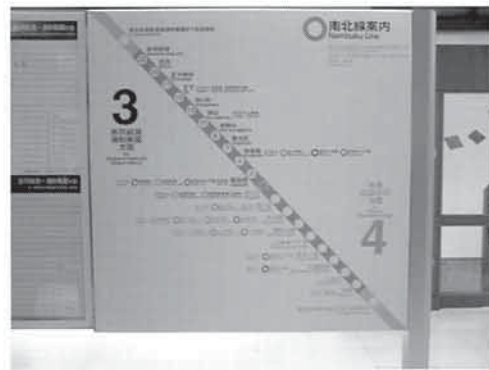


図2 路線案内



図3 地下鉄飯田橋駅出入口

イ 吊下型の記名サイン

吊下型は、主に屋内に設置され遠くからも近くからもわかりやすいという利点があり、多くの人に情報を伝えることが可能である。

吊下型の記名サインの場合には突出型より、設置位置が高くなるため見上げなければいけない。そこで、吊下型の場合はピクトグラムを大きく表示し誘導サインの役割も持つようにすることが有効である。

誘導の視点とは異なるが、電光のサインを採用することによって、利用目的を一時的に変更することが可能である。しかし、普段使い慣れている人にとっては間違えて利用してしまう可能性があるため、放送などで変更を知らせる対応が必要となる。



図4 男女変更可能
トイレピクト

ウ 突出型の記名サイン

突出型は、直線状に部屋などが並んでいる時に有効である。見通しの良い直線的な廊下等に利用すると効果的。

喫茶店を表すサインであるが、センター内の配色がモノトーンであるのに対して異色を使用することで、よく目立ち、視認性を向上させている。しかし、文字が小さく読みにくい。



図5 喫茶店

エ 壁付型の記名サイン

壁付型は、近くで認識しやすいように作られていることが多い。

文京シビックセンターのロゴマークは、壁と異なる配色を使用することでよく目立つが、文字は、同系色となっておりわかりにくい。このような状況は、よく見受けられ、文字の上に異なる配色のシールを後付けされている場合もある。(図6)

従来、電車の進行方向は、明確に示されていないことが多く、電車の到着を知らせるサインについても、ホームで電車を待つ乗客にとってわかりにくいホーム上部に吊下型サインにより表示されていることが多いが、飯田橋駅構内の駅名表示板には、電車の進行方向が矢印によって示されていたり、ランプの点滅によって電車の到着を知らせたりすることにより利用者の迷いを解消している。また、付近に宣伝広告等が掲示されておらず、構内の乗客だけでなく電車内からも視認性が向上している。(図7)



図6 文京シビックホール



図7 駅名サイン

b 誘導サイン

誘導サインは、矢印で方向を示すなどで利用者を目的の場所まで導く。目的地への道筋が分かりにくい場合に必要。

ア 自立型の誘導サイン

自立型の誘導サインに関しては後付が多い。そのなかには、情報が多いためわかりにくくなっているサインから特に必要な事項を抽出している自立型の誘導サインや、情報量の不足で利用者からの要望により設置した自立型の誘導サインなどがある。

設置する場所が通路などで通行の妨げとなる場合が多い。

そこで、計画段階からこのようなことがないようにすることが大切であるが、設置しなければいけない時には吊下型や突出型にする等設置方法を配慮する必要がある。

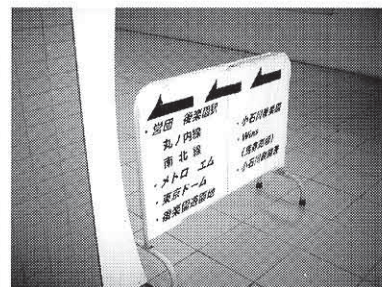


図8 後付サイン

イ 吊下型の誘導サイン

誘導サインのなかで吊下型が最も多く使用されている。歩きながら情報を得ることができるという利点がある。

視点が高くなることにより情報量が多いと必要な情報を入手しにくくなるので、吊下型の誘導サインは、情報量をいかに少なくするかということがわかりやすさのポイントになる。また、情報内容ごとに色調を変化させる、天井からサインをできるだけ離すことによって遠方のサインまで見通すことができるなど誘導効果が上がる。

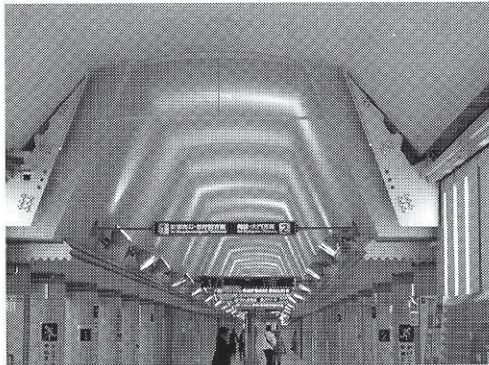


図9 天井が高くサインが見通せる



図10 出口は色が違う

ウ 壁付型の誘導サイン

壁付型の誘導サインは、費用もかからず簡単に製作できるため後付サインとして設置されることが多い。

ほとんどが紙で印刷されたただけのものであったり、その場の景観が考慮されていなかったり、統一感のないサインとなりやすい。

横面からは発見できず、見ることもできないので、正面で立ち止まらなければならない。また、情報量が多く、理解するまでに時間がかかってしまう。平面的なサインを横面からでも見えるように少し立体的にすることは有効である。

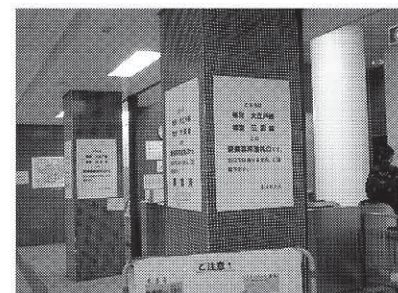


図11 柱に後付サインがたくさん

動く歩道の進行方向を示す矢印が立体的に大きく描かれており、遠くや横面からでも視認性がよい。また、誘導されている反対側から見ると矢印が壁と同系色となり誘導がなくなったように見える。(図12・13)



図 1 2 矢印が立体的



図 1 3 反対側から見ると矢印がない

後付けで風船の絵が貼られている。階段を上がると、乗り換えが可能なことを表しているが、利用者は、階段を上がることが理解できない。風船は上に上がる、すなわち階段を上がるとイメージさせようとしている。



図 1 4 風船によるイメージ

c 案内サイン

案内サインとは施設全体を示し、現在位置との相互関係を示す。複数の施設の中から目的地を選び出し、施設の全体像を知る。

ア 自立型の案内サイン

自立型の案内サインに多いのは、総合案内板である。また、ひとつのサインに情報が詰め込まれているので文字も多く理解に時間がかかってしまう。

そこで階数や、内容別に色分けして表すなどの工夫が必要となってくる。

また、自立型サインの片面に情報があるとき、その裏面には何が書かれているかを簡単に書くことによって裏面を有効に利用することができる。



図 1 5 案内板の表面



図 1 6 裏面



図 1 7 項目別に色を分けている

イ 壁付型の案内サイン

自立型の案内サインと同様に、壁付型の案内サインでも総合案内板が多い。ひとつのサインに情報が多くあるため文字も多く理解するのに時間がかかってしまう。案内板は文字量が多くなることがあるので色分けなどで文字量を減らすことが有効である。



図 1 8

案内サインが並んでいる

d その他

駅周辺の歴史を構内において展示し、構内での位置把握だけでなく駅の独自性を発信することにも役立てている。

文京シビックセンター内のサイン改善や、区民のセンターに対する理解の高まりにより苦情は減少したが、受付やガードマンの案内を頼りに目的場所を探す来庁者も多い。

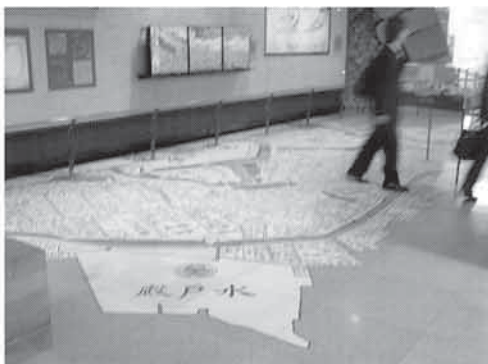


図 1 9 歴史的地図の展示



図 2 0 ガードマン

④考察

サイン計画におけるユニバーサルデザインを探究するため調査を行なってきた。その中からいくつかの要素になりうる事項を抽出したものをここに挙げる。

記名サインにおいては、色彩や取付け位置に注意して計画を行なわなければならない。色彩においては、文字とベースの配色に注意し、文字などが明確になることで、誰にでも一見して簡単に理解できるようになる。取付け位置は、建築物によってそれぞれ最適な高さがあると考えられるが、複数の利用者に理解を促すには、タイプの異なるサインを組み合わせるなどの工夫が必要である。

飯田橋駅のようにオブジェによって駅の出入口を表すなどといった方法は、遊び心があり「ゆとり」が感じられ、これまでの文字にこだわる表現とは異なり、独自性が発信されていると考えられる。

誘導サインにおいては、後付けサインが多数存在する。これは当初から「サイン計画」に取り入れられていないという表れではないだろうか。後付けサインであってもわかれば良いという考えもあるとは思いますが、当初より設計に組み入れておけば、統一性のあるすばらしい外観・デザインで完成させることができ、建築物の特徴も損なわれてしまうといったことも皆無になる。また、既設のサインが設置されているにもかかわらず、そのサインが色彩・文字量に不備があるため、後付けサインを取り付けなければならない、一箇所に情報が集中し、理解しにくくなってしまうのである。以上のことから、誘導サインは、いかに文字による情報を減らし、わかりやすくするのかということが要求される。

春日駅は、階段を上がると乗り換えることができる。しかしそのことが理解されないためサインを設置している。階段の上に風船を描き、「風船は上に上がる」、すなわち「階段を上がる」と連想させるために設置されたと推測される。このサインを一見しただけで、連想を理解できる利用者は少数であると思われるが、「何とか利用者に理解してもらおう」という設置者の意図が感じられる。

飯田橋駅構内のように天井を高く設定することにより、距離のあるサインまで見通すことができるので、最小の情報で利用者に効率よく伝達することができる。また、ピクトグラムや色彩の変化を使用することによって文字量を減らし見やすくできるのも特徴である。

案内サインについても、後付けサインが多く情報過多になっている箇所が多く見受けられた。しかし、大江戸線では、改札前に各線乗り継ぎ案内図、全線系統図、出入口案内等が壁一面を使い大きく低く設置されており、非常に見やすく、また発見も容易であった。

施設内の通路では、同じ光景が広がり迷うことがあるが、大江戸線では、駅周辺の歴史や文化がわかるようなものを駅構内に展示することによって、独自

性が発信されると共に、展示物が通路のサインとして位置把握にも役立っている。

文京シビックセンターは、竣工後サインの改善が行われ、施設に対する理解が高まったが、サインを見ることなく、受付、ガードマンや近くにいる人に尋ねる利用者が多く、人的対応による案内が行われている。

⑤まとめ

a サイン計画におけるユニバーサルデザインの要素

これまで考察したように、建物計画段階、設置段階を含めたあらゆる段階（場合によっては、建築後も含めて）サインについて考慮することが必要である。

それにはまず、従前のサイン計画を見直す必要がある。

従前のサイン計画を見直すポイント

- 表示方法（ピクトグラムやレイアウト）の統一
- 取り付け位置の統一
- 色のコントラスト
- 空間そのものをわかりやすくする

上記のように規格化、標準化することによって、わかりやすい、どこにいても理解できるサインを計画することができる。ただし、標準化した文字・設置方法のみにとらわれるのではなく、創意工夫のある要素を組み合わせることによって、わかりやすく個性あるサインを創り出すことができる。

これらからサイン計画におけるユニバーサルデザインの要素を整理すると以下の6点となる。

- ・ 視覚、触覚や聴覚など五感に訴えかけるサイン
- ・ 表示面をできるだけ大きくし、取り付け位置・色彩の考慮
- ・ 歴史、文化を取り入れ、その地域独自のサインの創造

都市計画や都市開発によって近代的なデザインの建築物などが建設され、どの地域を見ても類似した風景が広がっている。サインを広く捉えると、建築物の特徴やデザインまでも含まれるが、それぞれの地域特性を取り入れることによって、独自性が発信される。

- ・ 最善の施設・設備を計画しようと取り組む姿勢

設計者や施工者に当てはまる事項であるが、これまでのように、「この程度でよい」「デザインが損なわれる」などの設計や施工時点での妥協を排除することが必要である。

- ・ 心のゆとり、やすらぎを持たせるようなデザイン

利用者がサインの持つ情報だけでなく、その表情や感情に触れることによって、あるときには心を弾ませ、また、和ませるといった心のゆとり、やすらぎを持たせることも重要である。

- ・ 人的対応によるこまやかな配慮

公共施設においては、利用者が多数存在するため、完璧と思える施設・設備であっても、迷う・困るといった利用者が出ることが予想される。この様な場合、近くにいる人が、声を掛けるなどの補助行為が必要不可欠である。

b サイン計画から見たユニバーサルデザインのまちづくり

サインは、生活するなかで欠かすことができない必要な情報である。そのサインを東京、大阪の現状などから検証することによって、ユニバーサルデザインの理念「さりげなく、だれにでもやさしい」の実現を目指した。

調査を通してユニバーサルデザインとなりうる要素6点を抽出したが、具体的に万人が共用できるデザインを見つけ出すことはできなかった。それは、ユニバーサルデザイン自体が現在進行形であるためで、これからも更なる研究が必要であると感じた。

しかし、我々は、ユニバーサルデザインとなりうる要素6点を、まちづくりに取り入れる方法を模索することにより、ひとつのキーワードにたどり着いた。それは「周辺の環境を含めた空間をサイン環境として捉える」である。

わが国は、その時期による流行によって区別のつきにくい建築物や宣伝広告などでまちの個性がだんだんと失われているが、テーマパークのようにまちごとに明快なテーマ性を持たせることによって地域の顔ともなりえる、すなわち、地域の歴史、伝統、文化を大切に、積極的に地域らしさを取り入れることが必要である。そのためには、建築物、工作物、自然など一つひとつのサインを組み合わせることにより、まち全体をプロデュースする。つまり、サインは単体で考えるのではなく、周辺の環境を含めた空間をサイン環境として捉える必要がある。

サイン環境は、使用者、すなわち地域住民の意見や、地域らしさを取り入れるシステムへと変革していかなければならない。このように、「さりげなく、だれにでもやさしい」というユニバーサルデザインの理念からまちづくりを考えるためには、地域の住民参画なくして実現できない。地域住民がイニシアティブをとれば、自治体とのより良い信頼関係を築くことができ、個性のあるまちづくりが可能となる。これらの要素なしで、「サイン計画におけるユニバーサルデザイン」は、実現できないのではないだろうか。

4. 情報：大阪府内市町村の広報紙からみたユニバーサルデザイン

①目的

「今、なぜ情報が重要なのか—21世紀は市民の時代」を研究目的のテーマに設定して検証した。

「行政は最大のサービス産業である」と言われて久しい。これまで、まちづくりに関する意思決定とその執行は、自治体の役割であり責任であった。

その役割と責任において、自治体は、かつての「親方日の丸」的体質から脱皮し、より住民ニーズに合ったサービスを提供しようと努めてきた。

しかし、もはや公共サービスの担い手は自治体のみではない。これまで自治体が提供してきた「公共」サービスを、NPOに代表される新たな市民セクターが担い始めた。自治体が担っていた「公共」の考え方は、変化しつつある。

住民と自治体とが対等のパートナーとして公共を担っていく、すなわち21世紀は「市民の時代」である。このような時代であればこそ、これまで自治体が蓄積してきた「情報」を住民と共有する必要がある。

一方、タックスペイヤーとしての住民の税への関心の高まりの中で、自治体にはこれに対するアカウンタビリティ（説明責任）を果たす必要が生じていることも重要な視点である。

この2つは全く違うところから出発しているが、「情報」をキーワードに、自治体はかつてないほどの「透明性」を求められていると言えるだろう。

②行政情報の受発信の現状と課題

この情報社会において、自治体も住民も「知りたい情報」と「知らせたい情報」を持っている。

自治体にとって「知りたい情報」とは自治体への要望（住民ニーズ）であり、これは住民にとっては「自治体に知らせたい情報」である。

自治体にとって「知らせたい情報」とは行政サービスの利用促進という側面が強く、逆に住民にとっては「知って利用したい（あるいは知って評価したい）情報」と言える。自治体にとっての「情報」と住民にとっての「情報」は表裏の関係にある。

しかし、住民と自治体との間の情報の受発信は、必ずしも円滑に行われているとは限らない。情報の受発信のミスマッチが起こっているのである。

その原因をおおまかに整理してみると、まず、住民にとって、どこで情報を発信しているのか分からない。どのように受信できるのか分からない。行政サービスは広範囲であり、全体像が住民にとっては理解しにくく、制度も複雑である。また、多くの部署から情報提供するため情報過多であったり、情報の発信方法が不適切であったり、分かりにくい表現方法であったりする。

これらの理由から、多くの場合、自治体は住民にとって有益な情報を発信しているにもかかわらず、的確に住民のもとに届いていない。

また、自治体にとっても、住民からの情報を的確に受信しているとは言えない現状にある。

③情報媒体とその役割

これらの問題を解決するため、自治体が情報を発信するとき、また情報を受信するとき、どのようなプロセスがあり、そのプロセスにおいてどのような問題が生じているのかを検証してその方策を模索したい。

情報発信のプロセスは、まず情報を選び、作り、発信し、その情報に対する反応を聞いて評価する。その評価に基づいて情報を選び、作り・・・というサイクルが考えられる。

このサイクルが確立すると、情報の発信者である自治体が、多様な行政情報を取捨選択し、有効な手段を使って、適切な表現で伝えるということを、情報の受信者である住民を常に意識しながら行っていくということにつながる。また、自治体は住民の声を聞くことに対しても常にアンテナを張りめぐらせることが求められる。これは、自治体と住民とのコミュニケーションであり、情報を柱にした双方向性の確立になる。

このとき、具体的にどういった情報媒体を使うかということが、円滑な情報受発信の最も重要な鍵の一つであることから、情報媒体の種類とその特性について、以下にまとめてみる。

a 情報媒体の種類と特性（双方向性など）

○ 広報紙・誌（以下「広報紙」）

全戸配付することを基本に、自治体のお知らせや啓発記事などを中心に掲載する情報発信手段である。紙ベースで提供するため、情報量に限りがある。自治体からの一方通行の情報発信手段であり、双方向性に欠けるが、住民に最も浸透した情報発信の手段である。

○ ホームページ

IT社会の到来により、多くの行政機関はホームページでの情報発信を行っている。ユーザーが確実に増えていることやデジタル家電も登場し始めていることから、今後の活用方策は検討の価値がある。広報紙での掲載内容の他、各種報告書も掲載できるなど、情報量に限りがない。双方向性も優れている。ただし、情報を受け取るための機器を備える必要があることから、情報弱者を増加させ、情報格差を助長する恐れもある。

○ 新聞・ラジオ・テレビ

新聞・ラジオ・テレビなどのマスメディアを利用することは、情報を発信する手段としては有効である。しかし、これらのマスメディアを利用して発信する場合のコストが高いため、費用と効果の関係を十分考慮しなければならない。また、双方向性に欠けることも難点である。

しかし、ユニークで意義のある取り組みについては、利用料を支払うことなくマスメディアに取り上げられることがある。わが町の素晴らしい取り組みがPRされることは、住民にとっても職員にとっても、わが町に誇りを持つことにつながる。大変PR効果が高く、是非利用したいものである。

ただし、マイナスの事件で取り上げられる場合は、PR効果が逆に作用し、自治体に対する信頼を著しく損なうことになる。

○ チラシ・ポスター

チラシやポスターは、啓発事業やイベントの実施時に利用される情報発信方法である。チラシについては、配付場所・配付枚数を間違えると情報が必要なところに届かない。また、DM（ダイレクトメール）などで直接送らない限り、手元に届く確率が低い。一方、ポスターはどこに掲示するかによっては、情報が必要なところに届かない。

チラシとポスターには、情報の出会いの場まで住民が出てくる必要がある。また、双方向性はない。

○ 計画書・報告書

各種計画書や報告書は、行政サービスに関する方向性が示されるもので、自治体職員にとっては重要な意味を持つものである。これらは、製本されて関係機関や関係者の手元に届くことが一般的である。また、最近ではホームページで提供されるなど、発信の機会は増えている。

また、これらの計画を作成する段階で住民の参画を求めることがあり、これらに参画した住民には計画作成に係る情報が提供されることになる。

計画書・報告書には、発信後の双方向性は担保されていない。

○ その他

職員一人ひとりが、日頃の業務で接する住民に対する積極的な情報受発信を心掛ければ、情報受発信媒体になりうる。そのためには、当然職員自らが勤務するまちのことを知らねばならない。

以上、主な情報発信媒体についてまとめてみると、それぞれに長所と短所があることが分かる。このことから、これらの媒体のうち、複数を組み合わせて情報発信をすることが有効であると考えられる。

b 広報紙に関する現状

次に、行政情報を網羅的に掲載し全戸配付される「広報紙」に注目して、ユニバーサルな視点での情報の受発信について考えてみる。

まず、広報紙を発行するにあたって、情報の選定、編集、発信、評価などのプロセスについて検証することを目的に、大阪府内44市町村にアンケート調査をすることから始めた。（アンケート調査様式：参考資料7）以下に、その回答から大阪府内の現状を整理する。なお、本アンケート調査には大阪府内全市町村から回答をいただいている。

○ 広報紙の発行回数

他都道府県では毎週広報紙を発行している自治体もあるが、大阪府内市町村においては、おおむね月に1～2回の発行である。

月1回	30自治体
月2回	12自治体
その他	2自治体

（その他） 毎月1日と年2回臨時号を発行

お知らせ版：毎月1日発行、解説版：毎月15日発行

○ 広報紙の位置づけ

全ての自治体で行政情報の提供という位置づけとなっている。また、ほとんどの自治体で、行政情報以外の住民情報などを広報紙の役割に加えている。特に、住民主体のまちづくりを進めるために、住民と自治体との信頼関係を深めることやまちへの愛着や郷土愛の醸成のほか、双方向の情報のやりとりまでを念頭において広報紙を発行している実態も確認できた。

行政情報	44自治体
行政情報以外を挙げた自治体	26自治体

（行政情報以外の意見）

- ・住民とのコミュニケーション・住民からの情報・自治体と住民との双方向のやりとりの場・信頼関係を深める・愛着を深める・郷土愛を育む・住民の自治体への参画を促す・住民活動の情報提供（活動支援）・まちの話題提供・まちづくりについて考えるための啓発・住民と情報を共有することを目指す・理解と協力を求めるツール・市の基幹広報媒体

○ 広報紙の配付方法

基本的には全戸配付である。自治会等への委託が最も多いが、2回発行のうち1回を全戸配付、もう1回を新聞折り込みとしている自治体もある。

自治会等の地縁組織への加入率の低下が見られることなどから、配付方法については新たな方法を考える必要がある。

自治会等の地域組織を通じて配付	30自治体
業者委託	10自治体
新聞折り込み	5自治体
市町村の外郭団体	2自治体

○ 全戸配付以外の広報紙の配付先

住民以外への配付から広報紙の位置づけが見えてくることも考えられることから、その発信先を確認した。関係機関を始め様々なところへ配付することで、自治会等への未加入者など、一人でも多くの住民の手元に届くようにとの配慮がうかがえる。

関係（近隣）行政機関	28自治体
事業所	14自治体
報道機関	12自治体
公共施設	13自治体
その他の希望者（郵送費負担）	4自治体
公共交通機関	6自治体
スーパーマーケット	2自治体

○ 公共施設での広報紙の配付状況

多くの住民の手元に届けるためには、各種公共施設で配付することが基本であるとの認識から確認した項目であるが、全ての公共施設で配付していると回答した団体は少なかった。

広報紙担当課から依頼した公共施設で配付している	21自治体
全ての公共施設で配付している	11自治体
施設管理者が希望してきた公共施設で配付している	6自治体
施設管理者が希望し、また広報紙担当課から依頼した公共施設で配付	3自治体
駅改札	1自治体

○ 広報紙に掲載する行政情報の収集方法

広報紙の中心的な役割が行政情報の発信であるという現状から、その情報収集方法を確認した。広報担当課が必要な情報を指定するなど、主体性の高さが

うかがえる結果となった。

広報紙担当課が必要な情報を指定して情報提供を求めたものと、各課から提出された情報の両方を掲載	34自治体
各課から提出された情報のみを掲載	7自治体
広報紙担当課が必要な情報を指定して情報提供を求めたものと、各課から提出された情報と、他官庁からの提供	1自治体
各課から提出された情報及び府のイベントなどを掲載	1自治体
広報紙担当課が必要な情報を指定して情報提供を求めたものと、各課から提出された情報と、国・府や各公共機関からの掲載依頼	1自治体

○ 広報紙に掲載する行政情報以外の情報の収集方法

広報紙が住民に対する情報発信主体であるため、その受信者である住民等から寄せられる情報に真摯に応えている実態がうかがえる。

広報紙担当課が取材をして掲載	7自治体
住民（住民団体）から提供を受けて掲載	15自治体
広報紙担当課が取材したものと、住民（住民団体）から提供を受けて掲載	16自治体
新聞等の転載	2自治体
掲載していない	1自治体
伝言板でサークルなどの催し、会員募集の記事を掲載	1自治体

○ 広報紙を作成する時の配慮について

受信者である住民に少しでも多くの行政情報を伝えたいとの思いのもとで広報紙を作成しているため、多くの項目に配慮して広報紙を分かりやすくする努力がみられる。

レイアウトへの配慮	24自治体
文字の大きさを大きく	23自治体
分かりやすい表現	20自治体
写真やイラスト、カラーなどの使用	15自治体
見出しに工夫をしている	2自治体
同種類の記事の集約	2自治体
囲み記事及び横書き文章	2自治体
インデックスをつける	1自治体
ページ構成を固定化	1自治体
語句の統一	1自治体

○ 広報紙を作成する時、特にハンディキャップのある住民への配慮

取り組みのポイントとしては、分かりやすさとハンディキャップの双方に配

慮する視点が挙げられる。このことこそが、ユニバーサルな視点として、多くの人の利便性を高めていることになり、前問での回答に重なる部分も多いことになる。

高齢者に関するコーナーは文字を大きく	22自治体
声の広報（カセットテープ）	19自治体
点字広報	15自治体
かなをうつ（外国人対象の記事に英文を付ける）	8自治体
簡単に表現・文字数を減らす	4自治体
レイアウトで工夫する	3自治体
視覚障害者・高齢者の方に見やすい色（青など）をベースに作成	2自治体
聴覚に障害のある人が問い合わせできるよう担当課のFAX番号を掲載	2自治体
手話広報	1自治体
外国人に関係する記事にルビ	1自治体
タイトル・サブタイトルに工夫	1自治体

○ 広報紙に掲載する記事の優先順位

記事を作成するにあたっての優先順位の付け方を確認した。

明文化していなくても、市町村情報や住民情報を最優先で掲載する場合が多い。中には、実施主体よりも住民の関心度が高いと判断されるものを優先している場合もある。

特集記事などは、あらかじめ年度当初に立てた年間計画に基づいて作成しているので、その時々の記事の分量によらず、安定して掲載できるよう配慮しているものも見受けられた。

○ 広報紙に掲載しない情報

広報紙への掲載を制限されている情報について確認を行った。自治体からの情報発信という性質から、個人や特定の団体への規制が目立つ。

営利を目的とする団体	33自治体
宗教団体	24自治体
政治団体	19自治体
個人的なもの	8自治体
人権侵害や不当な差別のおそれのあるもの	3自治体
公共の利益に反するもの	3自治体
プライバシーの侵害	2自治体
長文記事、大きな表、グラフなどの添付されている記事	2自治体
公序良俗に反するもの	2自治体
特定の個人や団体を誹謗、中傷するもの	2自治体
市町村以外の催し	2自治体
市町村内に関しないもの	2自治体

同一記事の繰り返し掲載	1自治体
下記以外のもの ①議会に関する事項②重要な政策に関する事項③条例、規則等で特に住民に関係のある事項④市政について、住民への周知又は住民の協力を必要とする事項⑤市政について住民の意見を聴取する事項⑥その他市長が必要と認める事項	1自治体

○ 紙面の関係で掲載できなかった情報の取り扱い

住民に知らせるべきものでありながら、紙面の関係で提供できなかった情報の取り扱いについて確認した。代替の情報媒体での発信が可能な場合、今号で発信しなければならない記事が優先されるようである。

次号にまわす	19自治体
特になし	8自治体
ホームページ	7自治体
FMやCATVなどのメディア	5自治体
全て掲載	3自治体
地方紙を含めた新聞各社に提供	2自治体
窓口等にチラシ等備え付け	2自治体
広報紙に折り込みチラシで対応	1自治体

○ 広報紙の編集に客観性・公平性を持たせるシステムの有無について

広報紙の編集について、行政の公平性の原則を担保するシステムの構築について確認した。制度化されている自治体が少なかった。

自治体内部の広報委員会（連絡会議）	5自治体
住民委員会	1自治体
なし	38自治体

構 成 員	開 催 時 期	参 考 事 項
広報委員	不定期	
1. 住民企画委員・公募の住民6人 2. 市政モニター・公募の住民46人	1. 年6回の意見交換会、毎月の広報紙の評価 2. 毎月の広報紙の評価	・ 1回、住民レポーターとして、原稿を執筆（1ページのコーナー）
広報委員会	原則毎月15日と30日	
広報委員会 11人	月2回	
広報公聴連絡会議 （各部総務担当係長13人）	随時（年2回程度）	広報公聴連絡員設置規程により、会議を開催する。
広報編集委員会	毎月中旬 （10～15日の間）	

○ 広報紙以外の情報発信ツールについて

広報紙以外の情報発信ツールについて確認した。ホームページを利用する自治体は今後も増えることが予想される。

ホームページ	28自治体
CATV、地域FM	4自治体
カセット	3自治体
携帯端末	3自治体
電話行政情報案内	2自治体
ファクシミリ	1自治体
パソコン通信	1自治体
LED電光表示装置	1自治体

○ 広報紙に関する意見収集について

広報に対する広聴活動としての意見収集の現状について確認した。実施していない自治体が予想より多かった。

している	16自治体
していない	18自治体
その他	10自治体

また、その具体的な意見収集方法について確認した。

アンケートや住民意識調査等で意見を収集している	8自治体
意見を送るよう紙面上でPRしている	4自治体
クイズなどの募集時に意見を収集している	3自治体
広報委員会や住民レポーターなどで意見聴取している	3自治体
市政だより（紙媒体）では、目次横の欄に電話・FAX番号を掲載し意見を出しやすい環境作りをしている	1自治体
意見収集箱の設置している	1自治体

収集意見の活かし方について確認した。

収集した意見を広報紙作成担当者間で共有し、紙面作りに活かそうと努力している自治体がほとんどであった。

中には、毎月「住民の声」という庁内刷りの小冊子に住民の意見をまとめ、おおむね各課に1人いる広報広聴主任に配付し、広報紙への掲載依頼原稿づくりに役立てているという積極的な対応も見られる。

○ 広報紙発行に対する人権への配慮について

情報を発信していく上での、人権への配慮について確認した。

表現に注意する、写真や記事に人権侵害はないかの視点からチェックする、

プライバシーに留意するなどの配慮を上げる自治体が多い中、人権啓発記事の掲載そのものが人権への配慮として位置づけている場合があった。

④ アンケート調査からみた広報紙づくりへの考察

次に、第Ⅱ章で定義したユニバーサルデザインの理念「さりげなく、だれにでもやさしい」ということを意識した広報紙づくりについて考えていく。

広報紙は自治体が提供する情報発信媒体としては、最も広く配付されるものである。その特性から、読者（情報の受信者）は市町村域の全住民である。その中には、女性も男性も、子どもも高齢者も、障害者も健常者も、子どもを持たない人も持つ人もいる。このようにあらゆる層のあらゆる人に配付されることから、広報紙はユニバーサルデザインの理念「さりげなく、だれにでもやさしい」というものにいかに近づけるかを追求する使命を持っていると言える。それを考察する上で、行政情報を広く発信するもう一つの情報媒体であるインターネット上のホームページと比較しながら進めてみる。

まず、広報紙については、前項のアンケート調査でも明らかなように、すでに各自治体では、「声の広報」や「点字広報」を実施したり、文字を大きくしたり、分かりやすい表現をしたりするなど、広報紙づくりを進めるにあたって様々な配慮を行っている。しかし、「さりげなく、だれにでもやさしい」ということは簡単なことではない。ことに広報紙という限られた情報量の中で、「誰にでも見やすく、分かりやすく」を実現するのは至難の技であり、成功している自治体は少ない。配付対象については、全戸配付されているということが強みであると同時に、その配付方法について、新聞折り込みや業者委託・自治会等への依頼は別にして、全戸配付を実現することに相当苦勞している現状がある。ただ、その苦勞を克服すれば、住民の手元に届き、受動的な人に対しても発信ができる。

一方、ホームページは、まず配付方法及び費用・作業量の両面で、広報紙より優位である。視覚に障害のある住民が音声サービスを利用することも可能である。この場合、点字広報紙などと比べてコストパフォーマンスが高い。また、ページレイアウトを整理すれば、大量の情報を発信できる利点も持っている。しかし、配付対象については、パソコンでアクセスされなければ情報を伝達することができず、情報の受信者（住民）に能動性を求めるものである。パソコンがかなり普及したとはいえ、ホームページのみの情報発信では全戸配付の広報紙に代わることは難しい。また、ホームページはただ発信すればいいというのではなく、見てもらうために「知りたいことをすぐ検索できる」「どうしても知りたい最新情報がある」などのような機能を併せ持つことが求められている。

つまり、現状では広報紙に主体を置きながら、広報紙とホームページとを互いに補完しあうものとして、うまく共存させることが有効である。

次に、情報の受信者側が考慮すべきことを考えてみる。それは、発信される情報の全てが真実というわけではないという点である。

一つの事象を取り上げたとき、それには様々な角度からの見方が可能である。例えば、アメリカで起こった悲慘な同時多発テロ事件取材する新聞記者は、あるものはその事件に潜むイスラム社会の実情に切り込み、あるものはテロで亡くなった人々の生い立ちに迫り、あるものは救急隊員の勇敢さを報じる。全て事実であるが、どの記事も全てを言い表してはいない。このように、情報は一面的であるという側面を有していることを念頭に置き、発信し受信する必要がある。行政情報であっても例外ではない。

さらに重要なのは、広報機能に対する広聴機能である。お知らせすることで、意見をもらい、意見をもらうことでお知らせできるという双方向性の重要性は、情報をキーワードにしたとき、最も重要なテーマの一つである。その意味では広報紙より、ホームページのほうが双方向性に対する機能性が高いと言える。

他方、広報紙が双方向性を意識することなく発行されることもまた問題がある。双方向性の担保こそ、住民の知りたいことをリサーチする重要な手段であるからである。広報紙を作成する視点に、住民が求める視点を入れずして、住民の心に届く広報紙をどうして作成できるであろうか。この視点を忘れた広報紙は機能しないと言わざるを得ない。まさに、広報なくして広聴なし、広聴なくして広報なしといわれる所以である。すなわち、広報紙を編集する担当者が、住民が何を知りたいかを敏感に感じながら作成することと、発信する情報の意味を十分に認識することが重要である。そのためには、広報担当者が、取材などを通じてより多くの人と出会い、共に感じ、共に記事を創りあげていくという気持ちが大切であろう。

広報担当者が思いを持って、企画や内容の充実を常に心がけ発行する広報紙は、そのことが十分住民にも伝わるはずである。そして、読んだ人も楽しく有益であり、見ているだけの人も楽しい、作っている広報担当者も楽しく質の高い広報紙につながる。この循環にこそユニバーサルデザインへのヒントが隠されている。

また、多くの広報紙の欠点は、自治体のマイナス面を表明したり、明確な方向性を打ち出したりすることを避けている点である。そのことによって批判されるのを恐れるためであろうが、批判の全くないものを続けていけば真の声は聞こえないのではないか。利用者の不満・制度の不備などを発信することは、自治体職員に緊張感を与え、住民に対する責任を喚起することになるだろう。また、利用者からの評価を通じあるべき方向性を探る視点を持ち、常に改善意

識を持っていることはいずれ役に立つ。

⑤ユニバーサルデザインを意識した広報紙づくりへの提言

これまで述べたように、広報には双方向性が求められる。双方向性には、住民が参加でき、読みやすく、必要な情報を発信できる仕組みこそが必要である。アンケート、ホームページの通信欄、職員一人ひとりが住民との関わりの中から得てくるもの等々、多くのルートが考えられるが、いずれにせよ広聴部門こそがユニバーサルデザインへの第一歩となると考える。

では、これらを実現するために何が必要であるか。

まず、広報紙の位置づけを議論する必要がある。情報発信の範囲を行政情報以外にどこまで行うか、わがまちの広報紙はお知らせに特化するのか、行政課題を共有することに主眼を置くのかということを明確にする。もちろん、情報媒体の機能分担も必要であり、ホームページ等での情報発信のあり方を含めて議論する必要がある。

明確な方針ができれば、その方針に基づき企画し、実行する。その実行を評価し、次につなげる。Plan-Do-Check-Actionという最近自治体に導入されている民間手法の一つであるマネジメントサイクルの確立が必要である。情報の収集・作成・編集、市の方向性について意見を募り、それを評価する。その評価を広報紙作成・編集に活かすとともに、施策全般に可能な限り反映する。

それらのマネジメントを可能とする第三者機関の設置は欠かすことができない。第三者機関では、より多くの意見を取り入れることができるよう、住民ワークショップであるとか、専門家からなる専門委員会や子どもの意見や視点を学ぶ「子ども広報発行」など、多彩な仕組みを考える必要がある。

また、それらをフィードバックする庁内組織を設置することも必要であろう。アンケート結果からも、それらの取り組み状況は十分とは言えず、今後検討しなければならない課題である。

以上の提言により、広報紙のユニバーサルデザイン化につながることを期待したい。

第Ⅳ章 ユニバーサルデザインによるまちづくりに向けて：

ユニバーサルな未来社会への提言

1. ユニバーサルデザインによるまちづくりの4つの切り口から見えてくるもの

第Ⅲ章では、第Ⅱ章で設定したテーマごとにグループを結成し、調査・検討、そして議論を重ね、一定の方向を見出した。

この研究会では、グループでのワークに大半の時間を費やした。また、視察先の選定や視察先での調査もグループで実施した。グループでのワークを全体の研究会に報告し、お互いの進捗状況の確認と検討内容の議論を通じて研究を深めていった。

全てのグループが独自の視点からの調査手法で現状を把握し、理論を展開するという第Ⅲ章について、違和感を持たれた方もおられるだろうと推測するが、このまとめ方がこの研究会の進め方に最もふさわしいと判断した。

今回の調査・検討方法をもう一度整理すると、以下の通りである。

公共空間	駅から庁舎までを歩く中からヒントを求めた。 また、メイスの定義したユニバーサルデザインの7原則からイメージを膨らませて、公共空間のあるべき姿に結び付けた。
公共施設	大阪府内市町村庁舎をメンバーで割り振りを行い、現場検証を行う。 そして、公共施設のあるべき整備方針を示した。
サイン	大阪と東京の地下鉄駅舎と庁舎間、また庁舎内を誘導という視点から現地調査を行い、その結果よりサイン計画におけるユニバーサルデザイン的要素を抽出した。
情報	大阪府内市町村に対して実施した「広報紙に関するアンケート調査」をもとに現状を把握した。その上で、ユニバーサルな広報紙づくりにむけてのあり方を考察した。 そして、ユニバーサルデザインがハードのみでなく、ソフト（情報）からも構成されるべきとの提案を行った。

それぞれが全く違う手法で取り組んでおり、普通であれば焦点がぼやけてしまう場合が多い。しかし、今回はユニバーサルデザインの定義として定めた「さりげなく、だれにでもやさしい」に基づき研究会を進めたことにより、一定の課題が見えてきた。

これらの課題は、各テーマを検証する上でもキーになることである。

以下にそれらを整理するとともに、さらにこの章でその取り組みについて提言を行う。

「基準」を作成することはユニバーサルデザインにつながらない。

「基準」を作成することを目標に研究活動をスタートしたが、ユニバーサルデザインによるまちづくりを進める上では、その作成についての限界を研究活動の中で感じており、ここではその結論だけをおさらいしておく。

利用者の立場で考える。さらに、利用者自身の参画を促すことは重要である。

チェックリストで整備状況を調査する時の視点は、利用者側に立ったものであった。また、サインでの誘導を実地検査する場合でも、利用者の視点がなければ導線については考えられない。広報紙の調査についても、広報紙担当課がどの程度利用者側に立った広報活動をしているかという点に主眼においたアンケート調査であった。

これらの視点は、最近、住民満足度を指標とした行政評価システムの構築が叫ばれている時代が反映されたものである。

また、自治体の様々な意思決定過程に「利用者の声」を取り入れるようになってきている。空間や施設、サイン整備に対しても意識が高まっており、その利便性に大きな影響を与える分野の検討にも当事者参加が議論されることは特筆される。

ただ、これは自治体全般に浸透しつつある考え方であり、それはユニバーサルデザインによるまちづくりとマッチするものと認識できた。

調査の過程で感じる「さりげなさ」

調査を終えて、「何となく入りやすい庁舎だ」と感じることや、「何となく過ごしやすい場所」「何となく読みやすい広報紙」「無意識に導かれる」など、ユニバーサルデザインを念頭に検討すると、「さりげなさ」が重要なキーワードであるということをそれぞれの切り口から感じる事ができた。

また、それは「ハードの限界」を「ソフト」でカバーしなければならないとの考えにつながる。

以上のように、簡単に整理しただけでも、共通事項は多く見つかる。これこ