

コーワライティングシート

PHASE FREE DESIGN | 006 Kowa WRITING Sheet

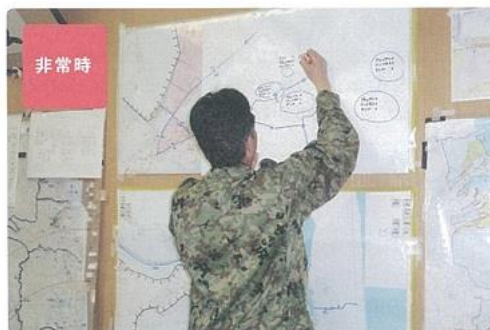
プロダクト/文具
株式会社 光和インターナショナル
<https://www.kowacorp.jp/>



静電気で壁面に貼り付き、ホワイトボードのように自由に書き消しができるシート。ガラス・木・鉄・ふすま・壁紙・パーティション等の多様な素材に対し、画びょうやテープなどを使わずに貼付が可能。また表面の静電気によってシート上に紙を貼ることもでき、さまざまなシーンで情報伝達に活躍。



ホワイトボードと同様に書き消しが可能。画びょうやテープが要らず、オフィスや教育・介護施設、イベント会場やレンタルスペース、施工現場などでも跡を残さずに利用できる。軽量のロールで持ち運びが容易、白色タイプは投影用スクリーンとしても利用できる。



災害発生後の混乱した状況下において、避難所などのホワイトボードがない場所や屋外で壁面を使った緊急情報などの共有に価値を発揮。書き消しや紙の重ね貼りにより、最新情報やアラートを伝達・共有でき、持ち運びが便利な点も非常時に活用しやすいメリットとなる。

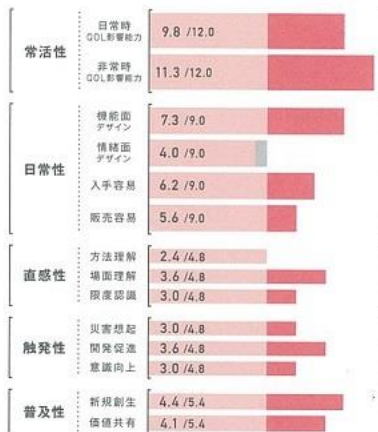
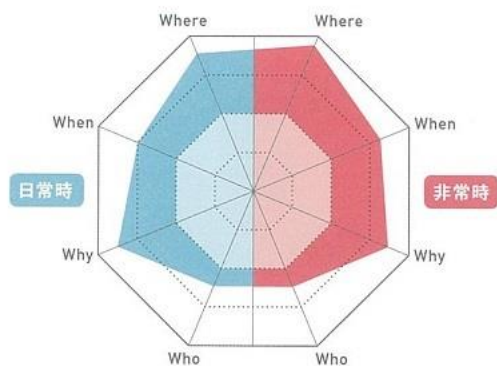


汎用性評価

80 / 100点

有効性評価

71 / 100点

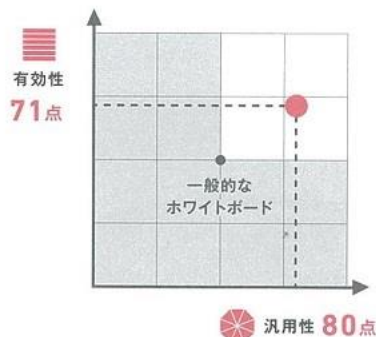


静電気貼付式フィルムというシンプルな素材で、日常時と非常時での機能差が少なく、幅広い用途で活用できトータルで評価が高い。ガラスや木、鉄、壁紙、パーティション等に画びょうを使用せず貼り剥がし可能で、日常時・非常時ともに情報を掲示する場所を広げ、「Where」の範囲を広げている。キャスト付きホワイトボードの保管場所や移動にかかる手間を省き、直接書き込めて、紙なども貼り付けられるため「Why」の評価が高い。

多様な壁面を簡易に低コストで情報掲示スペースに変えることができ、イベント会場や工事現場をはじめ「日常時QOL」向上に貢献している。「非常時QOL」についても、模造紙やホワイトボードによる情報共有が必要となるなかで、対策本部や避難所等で有用となる。機能や用途が直感的に理解できる点が「場面理解」の高い評価につながり、また静電気技術やアイデアは、「開発促進」や「普及性」の点でも高く評価されている。白色タイプは避難所でのカーテンの代用としても利用できる。

総評

通常の「壁掛けホワイトボード」は、保管や移動、持ち運びが困難で高コストである。ライティングシートは、磁石や画鋲を使わない簡易的掲示用品として省スペース、軽量、低コストのソリューションを提案している。災害時の情報掲示のために模造紙を用いる提案もあるが、学校などの特定の施設以外では日常利用ができないため、備えることが難しい。シンプルな商品であるが、使用場面が明確で多くの人の役に立つ機能が評価でき、アイデア次第で多様な活用が期待できる。



COLUMN

災害発生時には電話が使えない状況も多く、またホワイトボードなどもスペースや移動の問題から使えないケースが多いことから開発された。模造紙と違い何度も書き消しが可能で、画びょうやテープがなくても掲示できるため、2011年の東日本大震災時には避難所や対策本部、自治体などで工程表の記入や貼付、告知・掲示板などとして活躍した。ふだんは教育施設で子どもが自由に絵を描けるなど、感性を育む用途としても活用され、多彩な使われ方が広がっている。

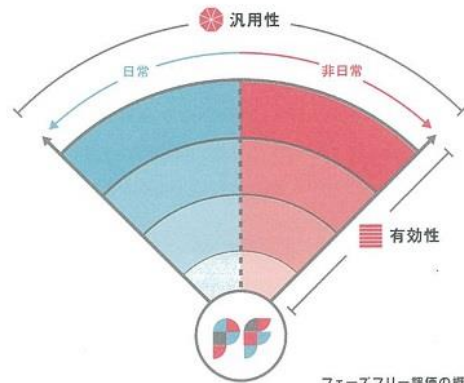
フェーズフリーデザインの評価

フェーズフリーデザインの評価方法

フェーズフリーを着実に世の中へ広め安心して豊かな生活を実現させるためには、フェーズフリーデザインを評価し、伝えることで、正しい認識・理解を促進することが必要である。

フェーズフリーデザインに対する公平で正確な評価があることによって、メーカーやサービス提供者あるいは利用者もフェーズフリーという価値をさらに利用しやすくなる。

フェーズフリーの価値を評価するにあたっては、日常時と非常時における「汎用性」と「有効性」の指標に基づき評価検討を進める。その評価は、以下のような視点で行われる。



フェーズフリー評価の概念

「汎用性」の評価：多様なシーンで利用できる特性を指し、評価には5原則の「⑩常活性」が該当する。日常時と非常時を左右に分けて視覚化。

「有効性」の評価：その商品やサービスを「汎用性」以外の価値や効果で評価する項目。評価には「フェーズフリー 5原則」のすべてが当てはまる。

フェーズフリーデザインの評価：「汎用性」と「有効性」両方の掛け合わせによる評価。

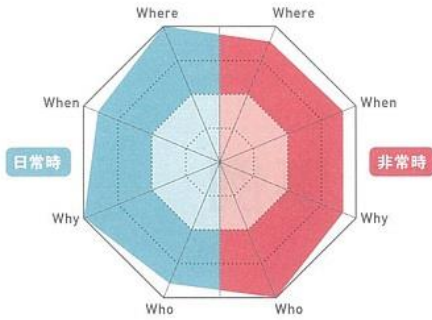
フェーズフリーの評価は、「フェーズフリー 5原則」(P08-09)を基にしながら、「汎用性」と「有効性」を合わせて行う。

「汎用性」は原則⑩常活性に該当し、「有効性」は5原則すべてに関わるものとして評価される。また「汎用性」「有効性」は、さらに細分化された項目によって評価される。

フェーズフリー 5原則と評価項目

フェーズフリーの5原則		フェーズフリーの評価項目	
01 常活性	日常時だけでなく、非常時にも快適に利用することができる	汎用性	日常時の汎用性 非常時の汎用性
			Where(場所)・When(時)・Why(対応課題)・Who(対象)それぞれで利用できる Where(場所)・When(時)・Why(対応ハザード)・Who(対象)それぞれで利用できる
02 日常性	日常の暮らしの中で、その商品やサービスを心地よく利用することができる		日常時のQOL 影響能力 非常時のQOL 影響能力
			日常時のQOL(クオリティ・オブ・ライフ)を向上させる能力が高い 非常時のQOL(クオリティ・オブ・ライフ)を向上させる能力が高い
03 直感性	使用方法や消耗・交換時期などが分かりやすく、誰にも使いやすく利用しやすい	有効性	機能面のデザイン 情緒面のデザイン 入手容易 販売容易
04 触発性	フェーズフリーな商品・サービスを通して、多くの人に安全や安心に関する意識を提供する		方法理解 場面理解 限度認識
			直感的に利用方法が分かる 直感的に利用する場面(シーン)が分かる 使用限界、交換時期が分かる
05 普及性	安心して快適な社会をつくるために、誰でも気軽に利用・参加できる		災害想起 開発促進 意識向上
			利用者が災害に対するイメージをより具体的に描けるようになる商品・サービスである 開発者・提案者にとって、新しい商品・サービス開発のためのきっかけとなっている 利用者同士で非常時の事前相談・ルール作成などの会議や行動のきっかけとなっている
			新規創生 価値共有
			その利用方法に新しさを、面白さを感じる商品・サービスであるか 気軽に利用でき、まわりに広めたい商品・サービスであるか

汎用性の評価



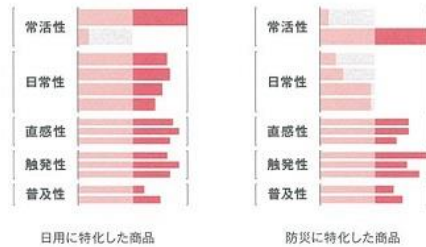
日常時・非常時の両フェーズにおける「Where:ロケーション」「When:タイミング」「Why:プロブレム」「Who:ターゲット」それぞれの評価を円グラフで表示。上図のフェーズフリー商品は両フェーズにおいての評価が高いが、日用品(左下)や防災用品(右下)の場合はどちらかに偏っていることが分かる。



有効性の評価



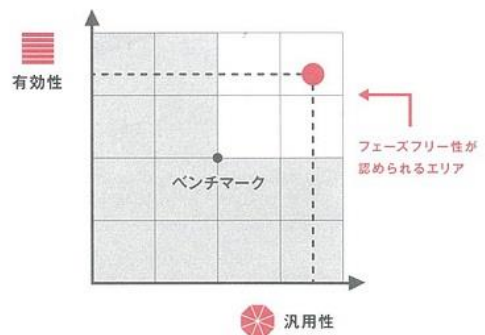
フェーズフリー 5原則を基にした14項目の評価を棒グラフで表示。重要度の違いによって異なる総合点がグラフの太さで表され、その面積の大きさによってフェーズフリー性が視覚的に読み取れる。日用品(左下)は「非常時QOL」、防災用品(右下)は「日常時QOL」が著しく低いことも特徴。



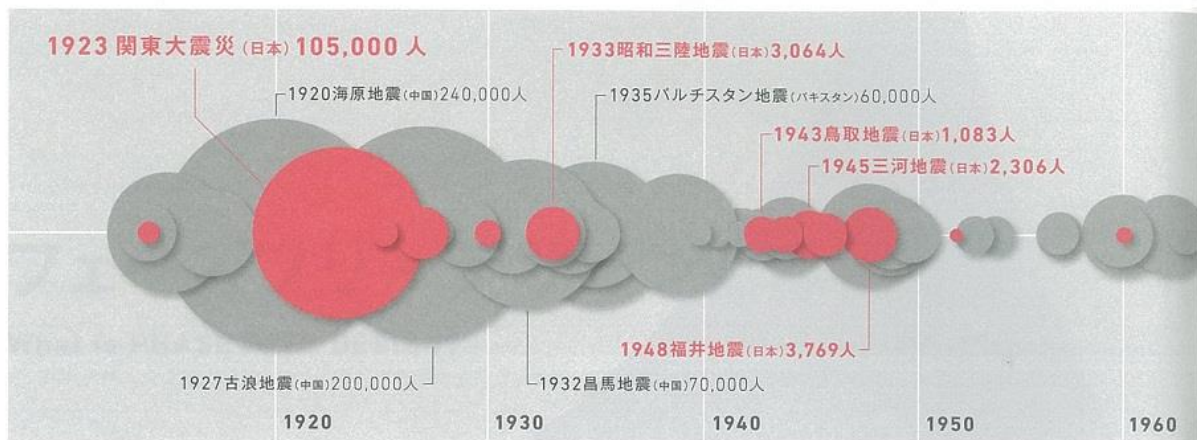
総合的な評価

フェーズフリーの原則に対応した各項目から、「汎用性」と「有効性」の評価を2軸で表すことで、フェーズフリーデザインの評価結果をプロット。適用範囲の検討、認証評価の基準策定、効果的な商品開発の促進へとつなげる。

評価の際には防災用品や一般的な日用品などのベンチマークを置いて、絶対評価ではなく相対的に行う。そのため、異なったジャンルとの単純な評価の比較をすることはできない。



「フェーズフリー」が実現する安心な社会



フェーズフリー誕生の背景

身近で小さなものから、大きく複雑な社会的なものまで、世の中にはさまざまな課題が存在している。それらの課題に対して、これまで数々のアイデアや取り組みが生まれ、その解決に貢献してきた。健常者にも障がいを持つ人にも便利に使えるものをデザインする「ユニバーサルデザイン」、また発展途上国において地域格差や不当労働などを改善し自立を促進する「フェアトレード」や、今や社会で当たり前のものとして取り入れられている「エコ」など、それらは社会が抱える大きな問題を解決するものとして受け入れられている。

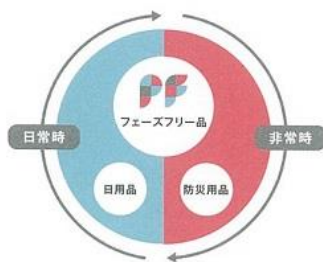
そして、現在も明確な解決に至っていない社会課題の一つに挙げられるのが「防災に取り組めない」ことである。今も継続的に地震や大雨をはじめ、さまざまな災害が世界中で発生し続けており、これからも、それらがなくなることはない。

2011年の東日本大震災を機に、日本全国で防災意識は高まった。防災用品の売り場は増え、災害対応に関する報道や書籍等も増加した。しかしその重要性は理解しながらも、具体的な備えへの行動にはなかなか移せないのが現状である。なぜなら日々の生活に追われ、「何をどのくらい備えればよいのか分からない」「非常時にしか役立たない防災用品にコストをかけられない」と、防災は取り組みづらいこととなっているからだ。そして備えができていないままに、再び被害が繰り返されていく。これこそが、私たちの社会が抱え続ける「防災に

取り組めない」という課題が解決に至らない要因である。そして、その問題を解決するための新しい考え方として「フェーズフリー」は生まれた。

フェーズフリーの考え方

日用品は主に日常時のみに利用し、非常時には本来の機能の発揮や生活の質(QOL:クオリティ・オブ・ライフ)への提案をできないものが多い。一方の防災用品は、ほとんどの場合ふだんはしまっていて、非常時のみに取り出して利用する。しかしフェーズフリー品は、日常時の生活で便利に利用できるのももちろん、非常時の際にも役立てることができるという特長を持っている。ふだん身のまわりにあり愛着を持って利用している商品やサービスをそのまま非常時にも利用でき、安全や安心を叶えてくれるのがフェーズフリーなのである。

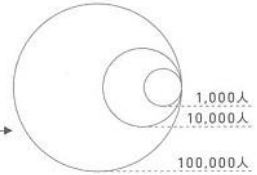


近年100年間の全世界の地震災害の歴史

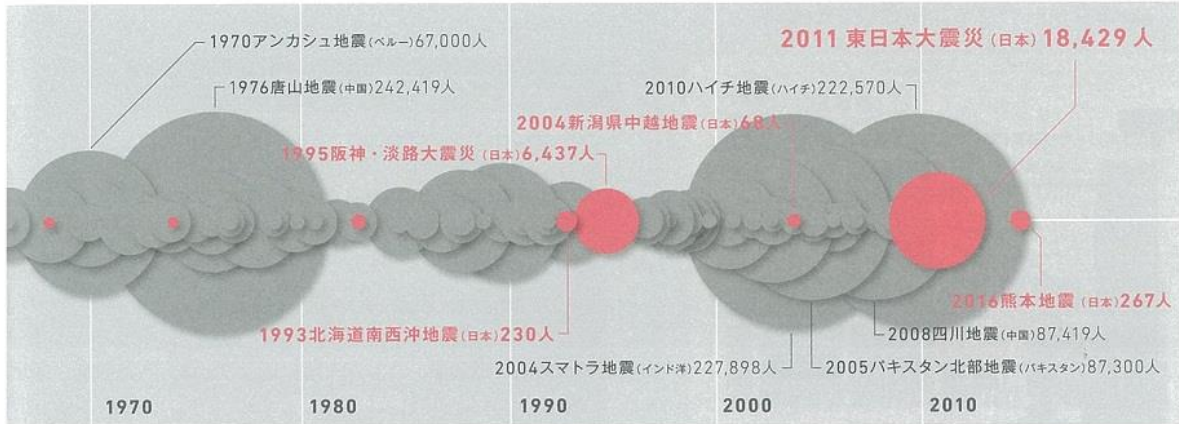
凡例

2010ハイチ地震(ハイチ)222,570人

発生年 災害名(場所) 死者・
行方不明者数



● : 日本国内 ● : 海外



フェーズフリーデザインが実現する社会

フェーズフリーは、フェーズフリーデザインによって具現化される。それは「日常時にも非常時にも価値を発揮してQOLを確保する商品やサービスを実現するデザイン」である。

一般的な商品・サービスは、主に日常時に利用されるように考えられている。そのため、災害などが発生した非常時のフェーズになると、とたんにその価値を失い使用できなくなってしまうものがほとんどである。防災用品は、ふだんしまわれたままで利用することができず、いざという時のみ取り出して使うという特殊性を持っている。

一方のフェーズフリーな商品・サービスは、日常時は便利で役に立ち、非常時には日常時と同様の価値、または非常時ならではの新たな価値を提供する。それによってふだんの生活で使用している商品やサービスを変えることなく活用することができ、QOLを確保し続けることができるのである。

ふだん使用している商品やサービスを、どのような状況下においても利用できることで、困難だった備えを日々のなかで意識しなくてすむようになる。身のまわりのあらゆる商品やサービスがフェーズフリーになれば、非常時においてもQOLを確保でき、さらには大切な命を守ることにつながるのである。

生みだされたフェーズフリーデザインは、また次のアイデアへと繋がり、新たな価値が限りなく生まれていく。また一つひとつの商品やサービスでは解決することができない災害に対し

て、身のまわりのさまざまなものがフェーズフリーになることによって全体として解決していくという創造性を持ち解決していくことになる。

この本では、フェーズフリーデザインの参考事例を紹介し、理解や認知を促進することで日常時でも非常時でも安心して豊かに暮らせる社会、つまり、社会全体的な災害対応力を向上させた“フェーズフリーな世の中”を実現することを目的としている。

