

情報アクセシビリティ・フォーラム2015

情報アクセシビリティへの挑戦

製品の情報アクセシビリティ

公益財団法人共用品推進機構 森川美和

2015.12.12（土）秋葉原コンベンションホール

The Accessible Design Foundation of
Japan



1. 製品情報のアクセシビリティを向上させる方法

1. 1 困ったことを伝える方法

→今ある不便さを解決する効果

1. 2 良かったことを伝える方法

→良かったことが更に増える、あるいは倍になっていく効果



1. 1 困ったことを伝える方法

→今ある不便さを解決する効果



今ある不便さを解決する効果



体温計



タイマー

振動付き
聴覚障害



呼び出し器



目覚まし機能付き時計



1. 2良かったことを伝える方法

→良かったことが更に増える、あるいは倍になっていく効果



2. 製品の情報は、いつ必要でしょうか？

- 1) 製品を購入する前
(パンフレット、ウェブサイト、人からの情報など)
- 2) 製品を購入する時
(対面、ウェブサイト、通信販売など)
- 3) 製品を購入した後
(使い方、故障、問い合わせなど)



1) 製品を購入する前

- 店頭で自由に製品のパンフレットを手にする。
- 店頭で製品の説明を聞く。
- ほしい製品の情報が、ウェブサイトで見える。
(PCやスマートフォンなど)
- 人からの口コミ
(普段使っているコミュニケーション方法による) など



2) 製品を購入する時

→店頭で購入する。
(機能やほしい情報を直接店員から聞く。)

→ウェブサイトから購入する。

→ファックスやハガキの注文用紙を使って購入する。



3) 製品を購入した後

→取扱説明書を見る。

→ウェブサイトで確認する。

→人に聞く。

→問い合わせ窓口に聞く。



3. 製品の情報を得る際に困ることと解決策

(聞くということ)

1) 製品を購入する前

→店頭で製品の説明を聞く。

2) 製品を購入する時

→店頭で購入する。
(機能やほしい情報を直接店員から聞く。)

3) 製品を購入した後

→問い合わせ窓口に行く。

困る時は、
直接(今)、
聞きたい内容がある時
↓
自分に合ったコミュニケーションを取ることができれば、
↓
必要な情報が得られる、
あるいは問題が解決する。



アクセシビリティの向上を目指すために必要なこと

⇒利用者の思いを伝えること

「旅行に関する良かったこと調査」(2013年度)

「コンビニエンスストアに関する良かったこと調査」(2014年度)

誰かの良かったことを手本にして、良かったことを広げていく。

例：食事のメニューは口頭だけでなく書いてある。(ビュッフェ《バイキング》、レストラン)
電子端末を利用して注文ができる。
緊急時や状況を、手書きのメモにして渡してくれる。
必要な時に手話や筆談をしてくれる。

**良かったことが当たり前になるには、経験や体験が必要。
みなさんの力強い言葉が当たり前を後押しする。**

