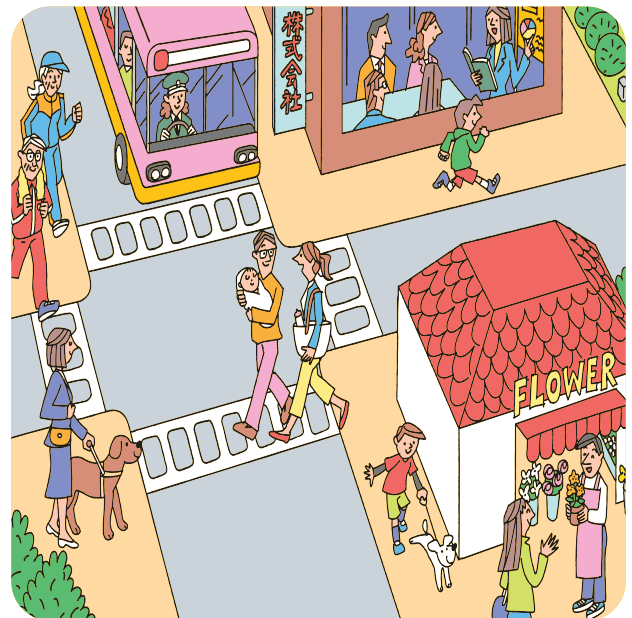
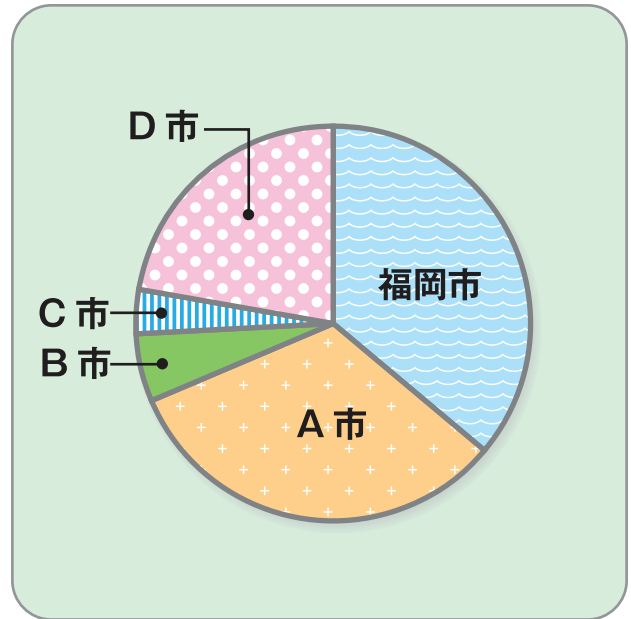


# ユニバーサルデザインに配慮した 印刷物作成の手引き



福岡市

## はじめに

---

福岡市では、市民の皆さんに市政情報をきちんと伝え、理解していただくために、さまざまな形で情報発信をしています。例えば、月2回発行（毎月1日・15日）の「市政だより」をはじめ、日常生活にかかわりの深い市役所の窓口や手続き、施設案内などをまとめた冊子「ふくおか市生活ガイド」などがあります。また近年特に需要が多い「福岡市ホームページ」では、重要施策からイベント情報まで福岡市に関連する情報を即時にご覧いただけます。ほかにもテレビやケーブルテレビで広報活動を行っていますが、福岡市の各部局でもそれぞれに情報発信しています。

中でも市民の皆さんに身近な媒体は印刷物ではないでしょうか。広報紙やパンフレット、チ

ラシなど多様な印刷物を作成してきましたが、これからはユニバーサルデザインに配慮した印刷物の作成が求められています。福岡市でも平成26(2014)年には、5人に1人が65歳以上という本格的な高齢社会を迎えるに当たり(21ページ参照)、高齢者の方々に市政情報を分かりやすく伝えていくことは重要な視点と考えています。

福岡市では「取り組みが見える」「狙いが分かる」「思いが伝わる」という広報活動テーマを設けています。この「ユニバーサルデザインに配慮した印刷物作成の手引き」が印刷物を作成される際にお役に立てることを願っています。

福岡市市長室広報課

## ユニバーサルデザイン Universal Design

---

年齢や性別、障がいの有無、文化・言語・国籍の違いに関係なく、誰にとっても使いやすく分かりやすいよう都市や生活環境などをデザインする考え方。アメリカ・ノースカロライナ州立大学のユニバーサルデザインセンター所長であったロナルド・メイス氏が1985年に提唱し、それまでのバリアフリー概念を発展させたものです。

### ユニバーサルデザインの7原則

- どんな人でも公平に使えること
- 使う上で自由度が高いこと
- 使い方が簡単で、すぐに分かること
- 必要な情報がすぐに分かること
- うっかりミスが危険につながらないこと
- 身体への負担が少ないこと（弱い力でも使えること）
- 接近や利用するための十分な大きさと空間を確保すること

# ユニバーサルデザインに配慮した 印刷物作成の手引き

## 目次

印刷物の種類	3
印刷物に対する指摘	5
さまざまな読者の特徴	6

### デザイン

色の組み合わせについて	7
色の使い方について	9
図表などについて	11
文字について	13
文章のレイアウトについて	15

### 文章表現

分かりやすい文章を書く	17
分かりやすい文字や言葉を使う	18
人権尊重の視点からの配慮	19

### より多くの人に情報を伝えるために

高齢者に対して	21
視覚に障がいのある方に対して	22
色覚に障がいのある方に対して	22
聴覚に障がいのある方に対して	22
知的機能に障がいのある方に対して	23
子どもに対して	23
外国人に対して	23

### さまざまな視点からの配慮

イラスト表現について～人権尊重の視点で描く～	24
印刷物の悪い見本・良い見本～チラシ作成の実例～	27
著作権・肖像権等の視点	29
問い合わせ先の明記等	29
印刷物作成チェックリスト	30

\*表紙は好ましい表現例、裏表紙は好ましくない表現例です。比較してみましょう。解決策は本文をご覧ください。

# 印刷物の種類

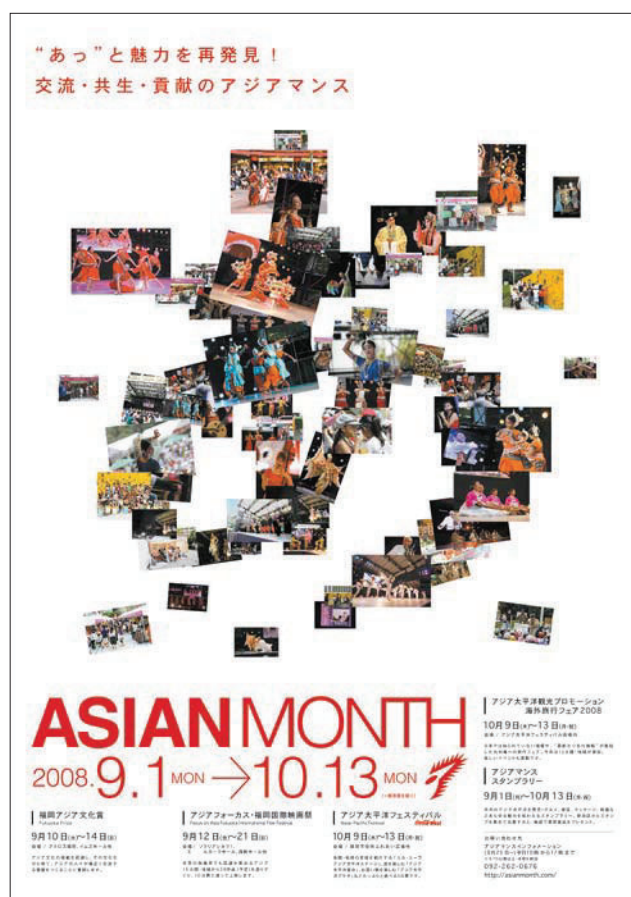
この手引きでは、福岡市が市民に情報を公表・提供することを目的に作成する印刷物全般を印刷物と呼びます。印刷物の種類とその特性を知り、目的や読者に応じて使い分けましょう。

## ポスター

1枚刷りで大きなもの

**特徴** 視覚的に訴え、内容を効果的に伝えることができます。多くの人が見ることができる場所に掲示します。

**用途** 啓発、イベント、参加者募集など



B2判(728mm×515mm)

## チラシ

1枚刷りで簡易なもの

**特徴** 1枚ですべての情報を伝えます。個々に配布します。

**用途** イベントや参加者募集のお知らせなど



A4判(297mm×210mm)



## パンフレット

糸や針金で簡易的にとじたもの

## リーフレット

1枚刷りで折りたたみ形式のもの

**特徴** 文章、写真、グラフ・図表などを使って系統だった説明や多面的な解説ができます。

**用途** 事業や制度の説明など



## 冊子

書籍の形式になっているもの

**特徴** 大量の情報を伝えることができます。

**用途** 資料、記録、報告など



その他、市民を対象にしたものであれば、新聞など、市以外が発行する媒体に掲載する広告なども含みます。

# 印刷物に対する指摘

印刷物について、次のようなことを感じたり、指摘されたことはありませんか？

## 色使いが気になる

P7→12

- ・多色刷りだが統一性がない
- ・強調したい箇所が分からない
- ・色が多過ぎてどれが重要か分からない
- ・背景色と文字の色が同系で読みにくい

## 文字が読みにくい

P13→16

- ・本文の文字が小さい、細かい
- ・説明が多い
- ・一行当たりの文字数が多い
- ・無駄な装飾文字が目につく

## 内容が分かりにくい

P17→18

- ・具体性に欠け、要点が分からない
- ・難しい用語や専門的な用語、カタカナ用語が多い
- ・文章が長く、何を言っているのか分からない
- ・見出しから内容が分からない

## 興味がわかない

P27→28

- ・内容がつまらない
- ・文字だけで段間や行間などの余白がない
- ・イラストや写真など興味を持てる工夫がない

## その他

P24→28

- ・絵や写真が多過ぎる
- ・イラストが固定化したイメージの表現になっている

# さまざまな読者の特徴

印刷物の読者にはさまざまな人がいます。その特徴を把握することが大切です。

## 視覚に障がいのある人

見え方はさまざまで、視覚に障がいのある人のうち半数近くはまったく見えないか、光の明暗だけが分かる人です。少し見えるが日常生活に支障が生じている弱視の人、色の見え方が一般的な見え方と異なる色覚に障がいのある人などがいます。

### <色覚に障がいのある人の見え方について>

遺伝子のタイプの違いや目の疾患等により、色の見え方が一般的な見え方とは異なります。赤～緑の波長域が見分けづらい人の割合は、男性の20人に1人、女性の500人に1人いるといわれます。

#### 色覚のタイプによる色の見え方

##### C 型（一般色覚）



日本人男性の約 95%

##### P 型 強度



日本人男性の約 1.5% (強弱全体で)

##### D 型 強度



日本人男性の約 3.5% (強弱全体で)

##### T 型



日本人男性の約 0.001%

上の図は、色覚のタイプ別に、それぞれの色がどのように見えているかを示しています。P 型・D 型の人、赤と緑がほぼ同じ色に見えていることが分かります。

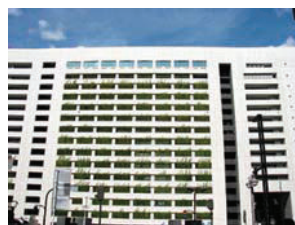
出典:NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構 (CUDO)

## その他の障がいのある人

言語を習得する前から聴覚に障がいのある人や、知的機能に障がいのある人の中には、複雑な表現や漢字などを理解することが難しい人もいます。

## 高齢者

視力の変化は比較的早期に表れます。個人差はありますが、40歳代には視力の衰えを自覚するようになります。裸眼視力は60～70歳代では平均0.5、90歳代では0.2～0.3程度になります。また、白内障の高齢者もたくさんいます。



一般的な見え方



白内障の人の見え方

※上記はあくまでも見え方の事例であり、個人によって差があります。

## 子ども

発達段階にもよりますが、まだ教えられていない漢字や、修飾語が長いなど複雑な表現は理解することが困難です。

## 外国人

日本語を母語としない場合もあり、難しい漢字や表現などが分かりにくいことがあります。

## 色の組み合わせについて

カラー印刷の発達で、印刷物がカラフルになり、色を使って情報を伝えることが多くなりました。しかし色覚に障がいのある場合や年齢によっては色の区別が付きにくい場合もあり、使い方を誤ると、読む人の理解を妨げることになります。

そこで、一例ですが白黒で複写しても情報が伝わるかどうかを確認しましょう。色なしで理解できるようデザインし、その上で色の効果が発揮できるように色を使うことが大切です。

色を上手に使うことで、なるべくすべての人に美しく感じられるデザインをしながら、情報をきちんと伝えることが可能になります。

### 色の3要素

#### 色相



赤、青、黄などの色合いのことです。

#### 明度

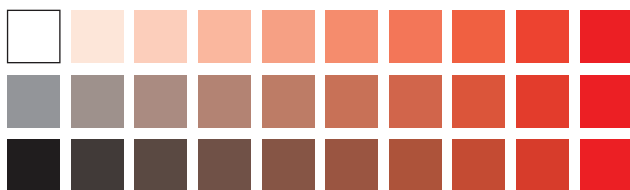


低←

→高

明るさの度合いのことで、目に感じる光の強弱を示す量です。明度が一番高いのが白、低いのが黒です。

#### 彩度



低←

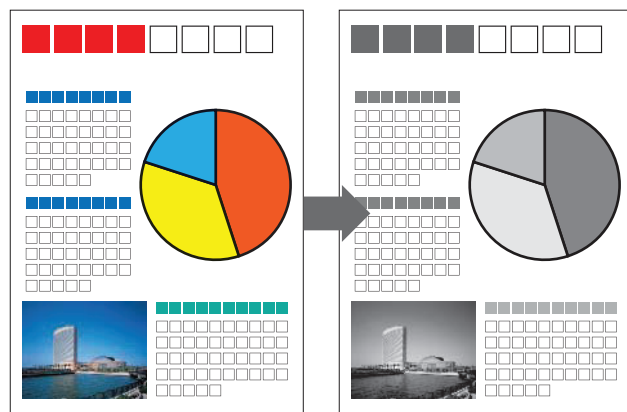
→高

鮮やかさの度合いのことで、白や黒の混ざっている度合いです。原色のように白や黒を含まない色ほど彩度が高くなります。

### 1) 色の組み合わせ

色を組み合わせる時は、より多くの人に分かるようにしましょう。

- ①明度に差を付けましょう。白黒で濃度を上げて複写してもはっきり分かるようなら、それは多くの人に分かる組み合わせです（下図参照）。
- ②暖色（赤・オレンジ・黄系統）と寒色（青系統）を対比させましょう。
- ③彩度の低い色同士の組み合わせはできるだけ避けましょう。  
（②③は右ページ参照）



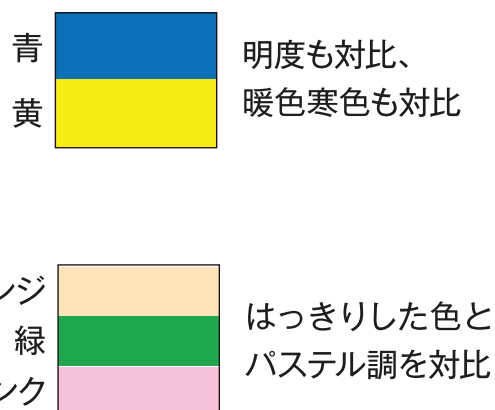
白黒で複写しても情報が伝わるような色使いをしましょう。



## × [悪い例]



## ○ [良い例]

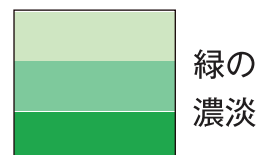


同じ色相で明度や彩度を変化させて濃淡を付ける方法もあります。

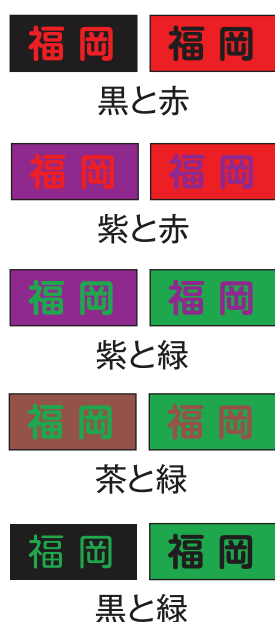
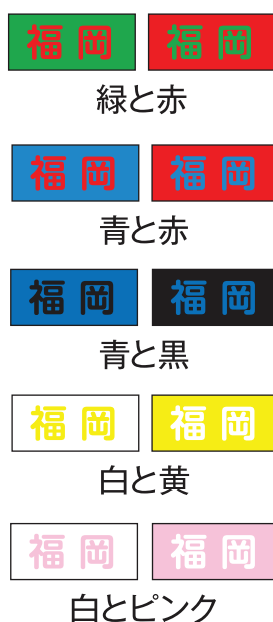
## × [悪い例]



## ○ [良い例]



## × [悪い例]



## ○ [良い例]



背景色と文字色とのコントラストを付けましょう。明度・彩度によって見え方が変わるので気を付けましょう。

※コントラストとは色相対比、明度対比、彩度対比のことです。

## 色の使い方について

### 2) 文字の強調

強調したい文字を工夫することによって、強調していることを表現できますが、色覚に障がいのある人には見え方が異なることを認識しましょう。

#### ✕ [悪い例]

色の識別が付かない人には赤文字と黒文字が同じように見え、強調していることが分かりにくい。

##### ●一般色覚者の見え方

下の**注意事項**をよくお読みください。

##### ●色覚に障がい(P型)のある人の見え方

下の注意事項をよくお読みください。

#### ○ [良い例]

赤文字をオレンジにし、さらに書体の太さを変えて強調する。

##### ●一般色覚者の見え方

下の**注意事項**をよくお読みください。

##### ●色覚に障がい(P型)のある人の見え方

下の**注意事項**をよくお読みください。

#### 【その他の工夫】

##### ●赤文字はそのまま下線を引く

下の注意事項をよくお読みください。

##### ●白抜きにする

下の**注意事項**をよくお読みください。

##### ●背景に目立つ色を使用する

下の**注意事項**をよくお読みください。

### 色の見え方をチェックしてみよう!

色のユニバーサルデザインを支援するソフトがあります。これらのソフトは、色覚に障がいのある人の見え方を疑似体験でき、既存の配色の問題点を調べたり、新しいデザインを考えるのに効果的です。NPO 法人カラーユニバーサルデザイン機構 (CUDO) の Web ページで紹介しています。

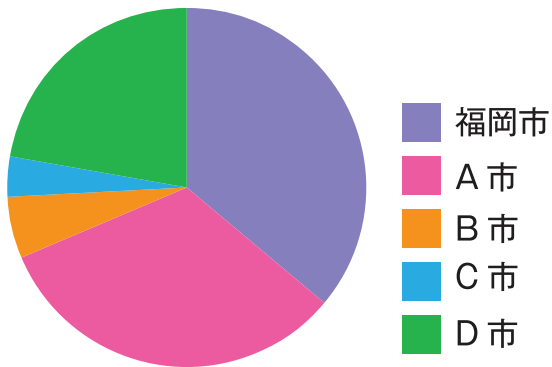
インターネットで **CUDO** **検索** <http://www.cudo.jp/>

### 3) 色だけに頼らない

色だけに頼らず、模様や形、説明などで、領域や文字が区別できるようにしましょう。

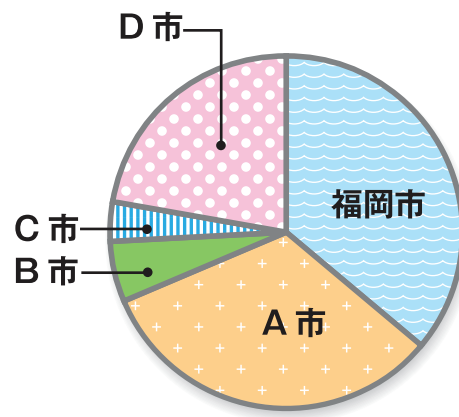
グラフの場合

✖ [悪い例]



- ①色だけで領域を区別しており、明度の差も少ない。
- ②領域間に境界線がない。

○ [良い例]



- ①色だけでなく飾りや文字などで領域を区別している。
- ②領域間に境界線がある。

文章の場合

✖ [悪い例]

参加者は、筆記具、弁当、水筒、**タオル**、**敷物**、**ビニール袋**を持参してください（雨天時は、赤字のものは不要です）

○ [良い例]

参加者は、筆記具、弁当、水筒、タオル、敷物、ビニール袋を持参してください（雨天時は、タオルと敷物、ビニール袋は不要です）

## 図表などについて

読む人に内容をよりよく理解してもらうために、必要に応じて、文章だけでなく写真や地図、グラフなどを使用し補足説明をする場合があります。地図やグラフなどで色を使用する際は、色覚に障がいのある人には、見え方が異なることを認識して、伝えたい情報がきちんと伝わるように表現方法に配慮しましょう。

### 地図の場合

※色への配慮だけでなく、形を工夫し、文字などを補足すると情報が伝わりやすくなります。

※図や写真の上に文字がある場合も見づらくなることがあるので注意しましょう。

#### × [悪い例]

●一般色覚者の見え方



●色覚に障がい(P型)のある人の見え方



- ①コースの見分けが付きにくい。
- ②道路とコースが区別しにくい。

#### ○ [良い例]

●一般色覚者の見え方



●色覚に障がい(P型)のある人の見え方

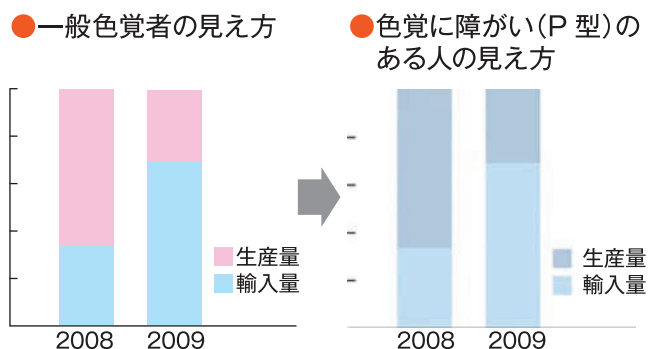


- ①各コースの線種を変え、コース名を地図中に書き入れる。
- ②コースと区別するため、道路の色をなくす。



## 棒グラフの場合

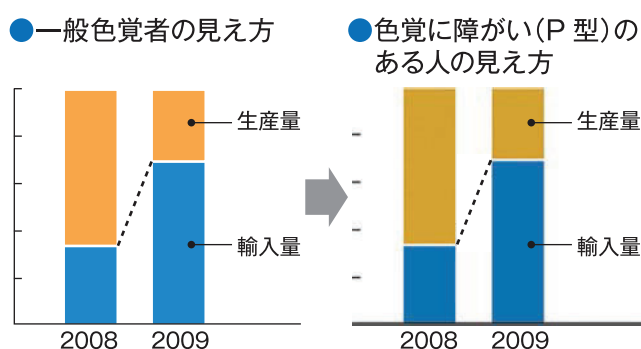
### ✕ [悪い例]



- ①グラフの境界が分かりづらい。
- ②凡例をグラフと対比しづらい。

※異なる色であっても同じ明度や彩度の場合、見分けることが難しい場合があります。

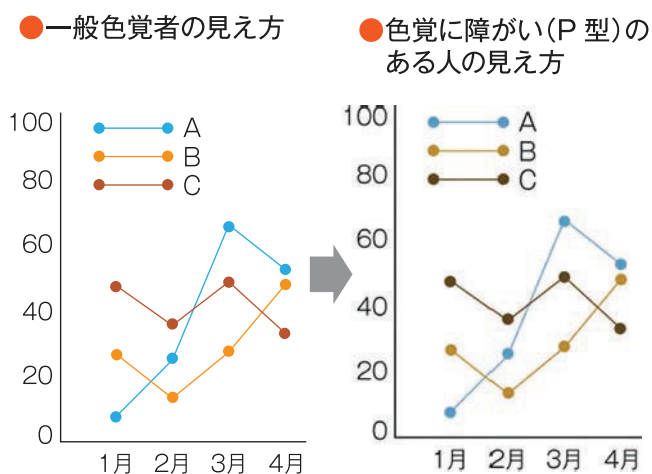
### ○ [良い例]



- ①彩度と明度に差がある色を組み合わせ、隣の色とコントラストを付ける。
- ②領域の境界をけい線や空白で分けける。
- ③領域に引き出し線を付け、何を表すかを指し示す。

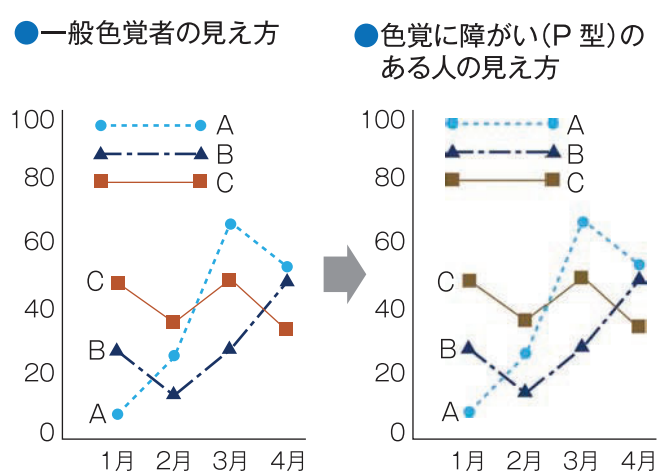
## 折れ線グラフの場合

### ✕ [悪い例]



- ①それぞれの線が似たような色に見え、見分けにくい。

### ○ [良い例]



- ①線は見分けやすい配色とし、太くする。
- ②実線や点線などを組み合わせる。
- ③マーカー（上記表中の●・▲・■など）はなるべく大きく、形状を変える。

## 文字について

### 1) 文字の大きさをよく考えましょう

パンフレット、ポスターなど、印刷物の形式によって適切な文字の大きさは異なります。A4の用紙の場合は、12ポイント以上を心掛けましょう。また、文字は、ただ大きければ良いというのではなく、制作物のサイズを考えて、読みやすくバランスの取れた大きさにしましょう。

※このパンフレットの本文は12ポイントを基本に作成しています。

### 2) 読みやすい字体をよく検討しましょう

よく使用される字体は明朝体<sup>みんちょう</sup>、ゴシック体です。書体によって同じ文字の大きさでも、見え方が異なり、大きく見えたり小さく見えたりします。ゴシック体は太さが均一なので読みやすくなります。特に文字を小さくしなければならない場合は、明朝体よりも読みやすくなります。ただし、小説や論文などで長い文章が続く場合の本文は、明朝体の方が読みやすくなります。

※12ポイント以下の文字を太字にすると文字がつぶれて読めないことがあるので、注意しましょう。

### 3) 全体の見えやすさを確認しましょう

印刷物の統一感がなくならないよう、異なる文字の大きさや字体をあまり多く用いすぎないようにしましょう。

#### 文字の大きさの例

「市政だより」は毎月1日と15日に発行（9ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（10ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（11ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（12ポイント）

#### 【明朝体】

「市政だより」は毎月1日と15日に発行（9ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行（10ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（11ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（12ポイント）

#### 【ゴシック体】

「市政だより」は毎月1日と15日に発行（9ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（10ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（11ポイント）

「市政だより」は毎月1日と15日に発行  
（12ポイント）

# 都市と緑

— タイトル (明朝体60ポイント) —

本文 (明朝体12ポイント)

福岡市では緑地保全地区や風致地区などの指定を行い、市内に残っている良好な緑の保全に努めています。また人々に憩いと潤いを与え、多様なレクリエーション活動の場を提供し、災害対策のた

めにも、身近な公園から大規模な公園まで多彩な都市公園の整備を行っています。さらに河川・ため池、その他の公共空間を整備することで、市街地全体を囲むように緑のネットワークをつくることを目指しています。

緑と同様に重要なのが博多湾などの環境保全です。博多湾には多数の野鳥が飛来し、貴重な生物が生息する和白干潟や今津干潟などがあります。和白干潟を中心に整備が進められている「エコパークゾーン」では、自然環境を保護するとともに、自然と親しめる遊歩道などを整備して魅力ある親水空間づくりを行っています。同時に水質の浄化機能を持つ海藻の一種・アマモの生育に市民と共働で取り組んでいます。

緑にあふれた都市として  
環境と共生する取り組みを進める。

見出し  
(ゴシック体25ポイント)



都心の憩いの場となっている「アクロス福岡」と「天神中央公園」。四季折々の風情を天神の街に知らせてくれる。



↑2005年の「アイランド花どんたく」の際に建設された「ぐりんぐりん」は、自然の地形を活かし、大地と一体になったような環境共生型の建物。

キャプション (写真説明)  
(ゴシック体8ポイント、本文より小さくて良い)

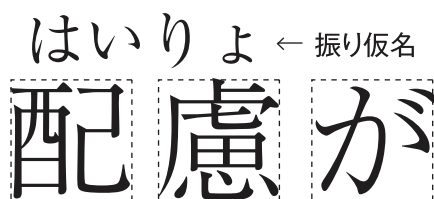
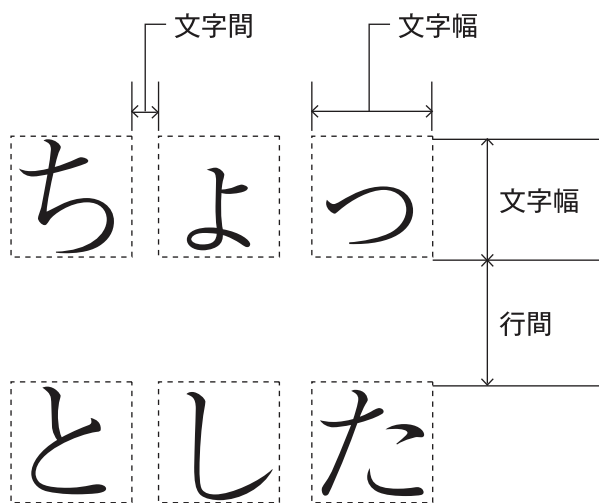
## 文章のレイアウトについて

### 1) 行・文字の間隔はバランスよく

行や文字の間隔は狭過ぎても広過ぎても読みにくくなります。全体のバランスを見て調整しましょう。

- ①空白部分を惜しんで、情報を詰め込み過ぎないようにしましょう。
- ②読みやすさを配慮し、適度な段間や行間などの余白を取るよう心掛けましょう。
- ③同じサイズの文字・文字間でも漢字やカタカナの量で狭く見えたり、広く見えたりします。

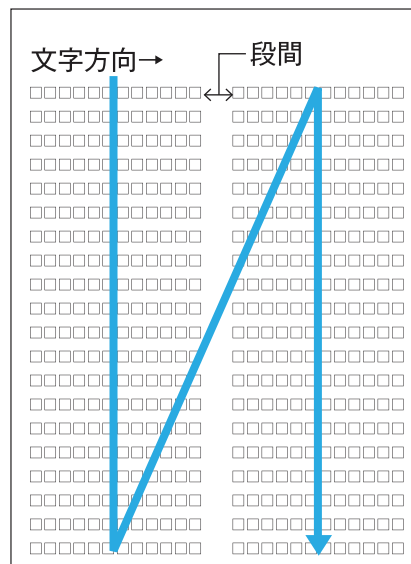
### 文字間・行間について



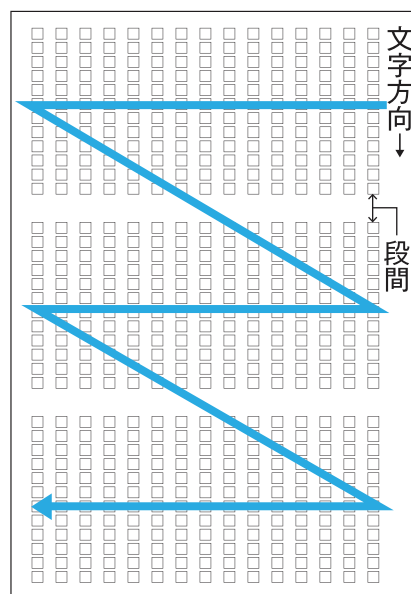
- ①文字間はあまり詰まらないようにしましょう。
- ②行間は振り仮名が入ることを配慮し、文字幅の70～100%の空間を取りましょう。

### 段組について(A4判縦の場合)

横組み



縦組み



- ①読んでいく文字の方向に注意しましょう。
- ②横組みの場合2～3段にしましょう。
- ③縦組みの場合3～4段にしましょう。
- ④段と段の間は本文の2文字程度にしましょう。

### 文字数について

段を組む場合の本文1行の文字数は12～20文字が望ましい。



## ✕【悪い例】

本文12ポイントの場合(原寸)

### 【文字間が詰まりすぎ】

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、この「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。<http://www.city.fukuoka.lg.jp/>

### 【行間が詰まりすぎ】

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、この「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。<http://www.city.fukuoka.lg.jp/>

### 【文字間が詰まりすぎ】

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、この「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。

### 【行間が詰まりすぎ】

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、この「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。

## ○【良い例】

本文12ポイントの場合(原寸)

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、このユニバーサルデザイン「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。<http://www.city.fukuoka.lg.jp/>

※英文字表示の場合は、縦書きの場合は3文字までは縦組み、4文字以上は横組みにする。ホームページアドレスなど行が分けられると読みにくくなるものは文章中の位置に注意する。

ちょっとした配慮があれば、印刷物ABCはぐっと分かりやすくなります。できるだけ多くの人にとって分かりやすい印刷物を作るために、どんな点に配慮する必要があるかをまとめたのが、この「Universal designに配慮した印刷物作成の手引き」です。

## 分かりやすい文章を書く

### 1) 正確に書く

文章は正確に表現しましょう。「事実」や「伝えたいこと」を明確にしましょう。「最低これだけは伝えたい」ことをはっきりさせましょう。

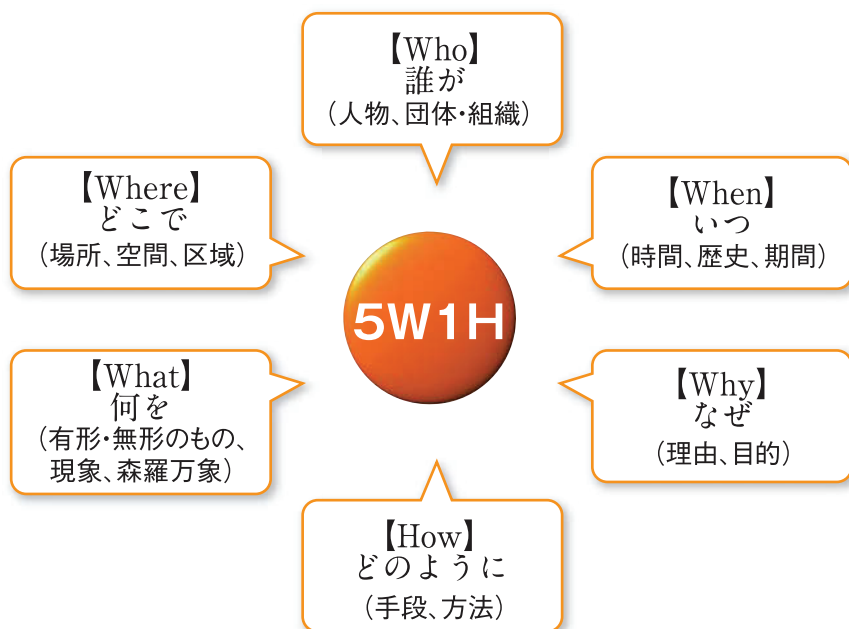
正確にしようとするほど、難しい用語を使ったり文章が長くなるので、注意しましょう。

### 2) 分かりやすく書く

前例、慣習や固定観念にとらわれず、読者の視点に立って表現しましょう。

読む人が絞られる場合は、読む人に合った内容にしましょう。

- 口語体で書く
- 5W1Hを明確に
- 分かりやすい用語を使う
- 結論を早めに
- 文章は短く、内容を簡潔に
- 長くなる場合は段落を分ける
- 事実を客観的に



# 分かりやすい文字や言葉を使う

## 読みにくい漢字、専門用語などの難しい言葉、カタカナ文字、外来語には工夫をする

- 難しい人名や地名、固有名詞には振り仮名を付けましょう。
- 常用漢字表※にない漢字はなるべく使わないようにしましょう。やむを得ず使う場合は振り仮名を付けましょう。
- 専門用語や外来語を使わなければならない場合には、注釈を付けましょう。
- カタカナ文字は多用しないようにしましょう。

※常用漢字表＝1,945字が五十音順に配列されています。「法令、公用文書、新聞、雑誌、放送など、一般の社会生活において、現代の国語を書き表す場合の漢字使用の目安」として、昭和56(1981)年に内閣告示第1号で告示されました。

### 文部科学省 国語審議会答申「国際社会に対応する日本語の在り方」

- おおむね定着している語 → そのまま使う  
例：リサイクル、ボランティア
- 定着が不十分な語 → 言い換える  
例：アカウントビリティ → 説明責任  
スキーム → 計画
- 定着が不十分で、分かりやすい言い換えがない語 → 注釈を付けるなど工夫をする。  
例：アイデンティティー(※)  
※アイデンティティー＝独自性、自己認識
- ローマ字の頭文字を使った略語 → 日本語訳を付す  
例：NPO(民間非営利組織)、WTO(世界貿易機関)

国立国語研究所「外来語」委員会の「外来語」言い換え提案を参考にしてください。外来語の言い換え語、用例、意味などが掲載されています。

インターネットで 国語研究所 検索 <http://www.kokken.go.jp/>



## 人権尊重の視点からの配慮

市民一人ひとりの人権を尊重した真の意味での市民サービスを提供するためには、すべての職員が豊かな人権感覚を持ち、人権尊重の視点に立った行政を推進することが必要です。情報を発信する際にも、相手に精神的な苦痛や不快感を与えたり、偏見や誤解を生むような表現をしてはならないのはもちろんのことです。しかし、単に「問題のある表現を避ければ良い」、また「言い換えればよい」ということではなく、人権尊重の視点から「なぜ、そのような表現が問題なのか」「表現を見直すことによりどのような意義があるのか」を考えることも必要です。

### 1) 男女共同参画の観点から

男女共同参画社会の実現は21世紀の社会を決定する最重要課題です。男女共同参画社会基本法の主旨を踏まえ、性別に基づく固定観念にとらわれない、男女の多様なイメージが社会に浸透していくような表現にすることが求められています。

#### ●男女いずれかに偏った表現になっていませんか？

読者には、男性も女性もいることを念頭において表現しましょう。男女どちらかだけを想定したかのような表現を使うと、伝えるべき相手に正しく伝わりません。人物の呼称などの対象者には男性も女性もいることを認識して、使用する言葉についてもう一度確認しましょう。

〈例〉

父兄 → 保護者

フレッシュマン → 新人、新入社員

サラリーマンのための〇〇制度が  
できました

会社で働く人のための〇〇制度が  
できました

勤労者すべてを対象とした制度にもかかわらず、「一マン」という、男性をイメージする言葉を使うと、女性は、自分が対象ではないと感じるかもしれません。

#### ●男女で異なった表現を使っていますか？

##### ①「女性」を強調する必要がありますか？

職業や地位に触れるときに、女性の場合だけ性別を冠するのは、女性を例外的に扱うものと思われ、平等な扱いとは受け取られないことがあります。性別への言及があえて必要なのかを考えましょう。

〈例〉

女医 → 医師

女流作家 → 作家

女社長 → 社長

※ 試しに「女」を「男」に入れ替えてみる。「男医」「男流作家」など表現に違和感があれば、不適切な表現であるサインです。

各種の資格や職業の名称も「保母→保育士」「看護婦→看護師」「スチュワーデス→客室乗務員」などのように、性別に中立な表現に変わってきています。



## ②性に特有な表現は必要でしょうか？

男性または女性だけに使われる表現には十分注意し、男女いずれに対しても使える他の言葉を探したり、別の言い方に変えたりするなどの工夫をしましょう。

〈例〉

女だてらに

熱血漢

「男だてら」という言い方はしません。「対になる表現があるか」が特有な表現かを判断する一つの目安になります。

## ③男女の呼称の区別は必要でしょうか？

男性を「〇〇氏」、女性を「〇〇さん」と男女の呼称・敬称を区別する場合には、その必要性を考えましょう。

## 2) 身体的な比喩表現・慣用句の使用

身体的な比喩的表現は、慣用句になっているものも多く、つい無意識に使ってしまいがちです。しかしこれらの表現は障がいのある人に不快感・疎外感を抱かせることがあります。また障がいをマイナスイメージの象徴として使っている表現もあり、結果として、障がいについての偏見を助長することもあります。

〈例〉

手落ち → おちど、不備

手短に → 簡潔に、短時間で

市民の足 → 市民の乗り物(交通手段)

文盲率 → 非識字率

## 3) 障がい、病気などを否定的なイメージでとらえた表現

障がい、病気などを示す言葉は、以前は否定的、差別的なイメージの用語が使われていたことがありました。これらの表現は、障がいや病気についてマイナスイメージを植え付け、結果として、偏見を助長することもあります。現在では、各々の特性を正しく認識してもらうため、多くの用語が変更されています。

〈例〉

痴ほう → 認知症

精神分裂病 → 統合失調症

精神薄弱 → 知的障がい

未熟児 → 低出生体重児

# より多くの人に情報を伝えるために

視覚に障がいのある人や、日本語を母語としない人など、印刷物をそのままでは利用しづらい人もいます。読者の特徴を把握し、誰にでも読みやすい印刷物を作り、目的に応じた方法で、情報を伝えましょう。

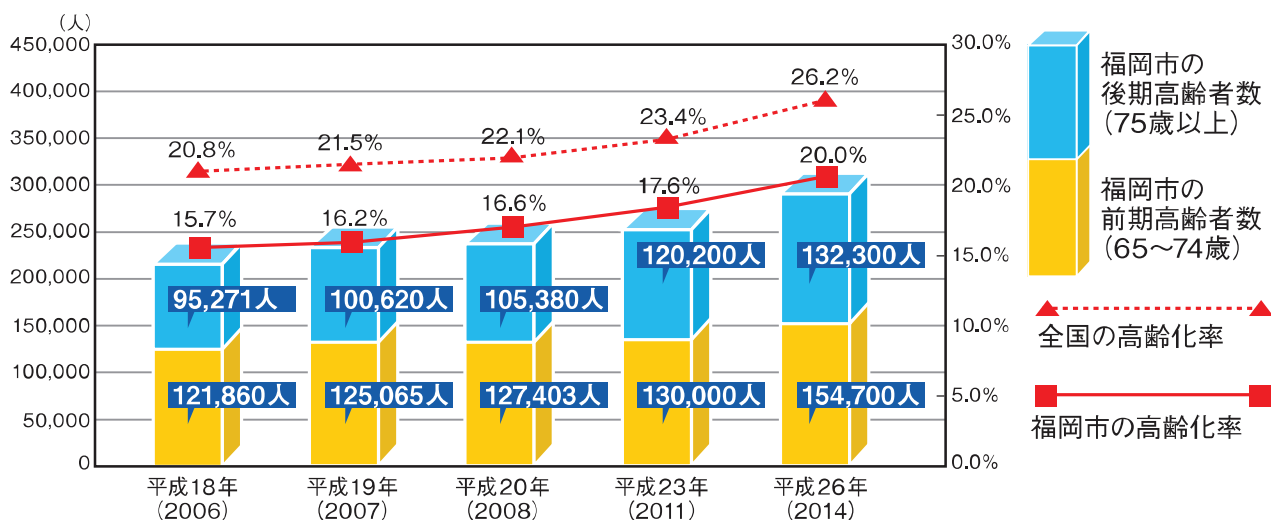
## 高齢者に対して

福岡市における65歳以上の高齢者人口は、平成20(2008)年9月末現在232,783人で高齢化率は16.6%です。全国平均に比べると高齢化率は低いものの高齢化は着実に進んでいます。平成26(2014)年には、福岡市の高齢化率は20%となり、約5人に1人が65歳以上の高齢者になると見込まれています。加齢とともに視力や色覚機能が低下していきます。黄系や青系の感度が鈍くなり、色の対比に対する感度も低下します。また白内障になると視野が白濁していき、すりガラス越しのような見え方になります(6ページ参照)。

### 配慮すること

- ①できるだけ大きな文字で作成しましょう  
(A4判の場合12~14ポイント)
- ②拡大印刷したものを用意しましょう  
(例:A4判→A3判)
- ③外来語や略語に気を付け、分かりやすい言葉を使いましょう。
- ④色を使うときは、彩度を高めにし、コントラストも強めにしましょう。

### ●65歳以上の高齢者数および高齢化率の推移



※全国:平成18(2006)年~平成19(2007)年は総務省統計局による10月1日現在の推計値。

平成20(2008)年~平成26(2014)年は国立社会保障・人口問題研究所による推計値。

※福岡市:平成18(2006)年~平成20(2008)年は9月末現在の住民基本台帳と外国人登録総数。

平成23(2011)年~平成26(2014)年は市保健福祉局でコーホート要因法を用いて推計した数値。

## 視覚に障がいのある方に対して

疾病などにより後天的に障がいとなった人が80%と多く、年齢が高くなるほど増加しています。まったく見えない人は2割程度、その他は弱視といわれています。弱視者は、周囲の明るさや対象物のコントラストなどの状況によって、同じものでも見え方が異なる場合があります。ほかに視野の欠損により周囲の情報を十分にとらえることができない障がい、明るいところで見えにくい明順応障がいなど、さまざまな障がいがあります。

### 配慮すること

状況に合わせて情報の伝達方法を考えましょう。

#### ● 拡大文字版を作る

- ①できるだけ大きな文字で作成しましょう。  
(A4判の場合12~14ポイント)

- ②拡大印刷したものを用意しましょう。  
(例:A4判→A3判)

#### ● 文字データを提供する

- ①印刷物で使用した文字データをCDなどのメディアやホームページで提供します。
- ②文字データは、音声読み上げソフトで読み上げたり、文字を拡大したり、点字に変換するなど、さまざまな方法で提供できます。

#### ● 音声版を作る

- ①印刷物の内容をテープなどに録音します。
- ②耳で聞いたときに分かりやすい文章にしましょう。
- ③表、写真、図表等には説明を加えましょう。

#### ● 点字版を作る

- ①印刷物の内容を点訳します。
- ②通常の印刷物よりも分量が増えることを考慮する必要があります。

※平成13(2001)年の厚生労働省の調査では、「点字ができる」と答えた視覚障がい者は、全体の約1割、障がいの程度が1級の人(両眼の視力の和が0.01以下の人)の約2割でした。

## 色覚に障がいのある方に対して

カラー印刷技術の発達で、つい数年前まで白黒が当たり前だった新聞・雑誌・教科書、一般書籍、地図や案内図などがみるみるカラフルになり、色を使って情報を伝えることが多くなっています。

そのため、色覚に障がいのある人が情報を読み取れずに不便を感じるケースが増えています(6ページ参照)。

### <例：充電アダプターの見え方>

一般色覚者の見え方：色覚に障がいのある人(P型)の見え方



### 配慮すること

- ①色の見え方は一様でないことを常に意識しましょう。
- ②色名による情報伝達は、誰にでも適用できるものではないことに注意しましょう。
- ③色の組み合わせに注意し、白黒で複写しても情報が読み取れる状態にしましょう。
- ④重要な情報は、「色」+「別の要素」で識別できるようにしましょう。

## 聴覚に障がいのある方に対して

先天性の障がいや乳幼児期に失聴した場合、言語を習得する前から発症しているため、複雑な表現や難しい漢字などを理解することが難しい人がいます。

### 配慮すること

- ①難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナの振り仮名を付けましょう。
- ②印刷物の問い合わせ先には、必ずFAX番号を記載しましょう。メールアドレスを併記すると、より効果的です。

## 知的機能に障がいのある方に対して

知的機能の障がいはおおむね18歳までの発達期に表れ、社会生活への適応能力が低くなります。発達障がいを併せ持つこともあります。複雑な表現や難しい漢字などを理解することが難しい人もいます。

### 配慮すること

- ①イラストや写真を取り入れ、やさしく分かりやすい言葉で表現しましょう。
- ②難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナの振り仮名を付けましょう。

## 子どもに対して

発達段階にもよりますが、修飾語が長かったり、まわりくどい表現など複雑な表現や、まだ教えられていない漢字などを理解することは困難です。

### 配慮すること

- ①イラストや写真を取り入れ、優しく分かりやすい言葉で表現しましょう。
- ②難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナの振り仮名を付けましょう。

## 外国人に対して

日本語を母語としない場合もあり、複雑な表現や難しい漢字などが分かりにくいことがあります。また文化や生活習慣の違いから、必要な情報が十分に伝わらない場合があります。

### 配慮すること

#### 多言語化する

- ①なるべく多くの言語を併記または外国語版を作りましょう。
- ②日本の制度や慣習を知らない人にも分かりやすい内容にしましょう。

#### 〈主な言語〉

多言語化する主な言語は、福岡市の在住外国人・来訪外国人の国籍が多様であるとともに、中国・韓国の人が多いという特性を踏まえ、英語・中国語・韓国語とします。

#### 〈英語〉

英語は、外国人および日本人にとって一番理解しやすい外国語であり、互いの案内に最も利用しやすい言語であるため、多言語化する場合、英語は必ず使用します。

また英語は、英語圏の出身者だけでなく、英語を母語としない外国人に情報を提供する役割も担っているため、できるだけ分かりやすい表現を心掛けることが必要です。

#### 〈その他の言語〉

その他の言語は、情報提供の対象者を考慮して選び、順次多言語化を進めます。

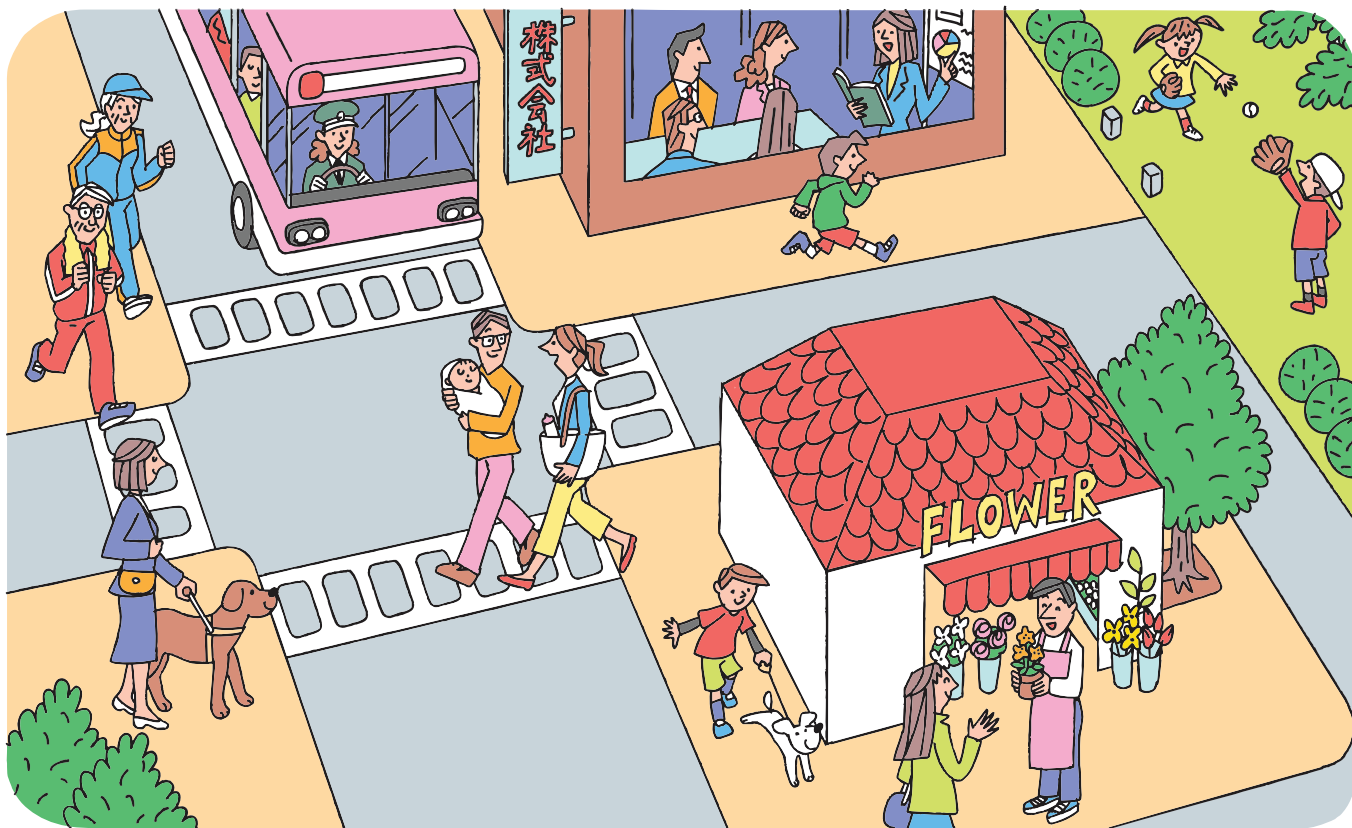
#### 日本語の印刷物を分かりやすくする

- ①漢字やカタカナには、ひらがなで振り仮名を付けましょう。
- ②元号だけでなく西暦を併記しましょう。  
例：平成21(2009)年
- ③分かりにくい制度や慣習には説明を付けましょう。



## イラスト表現について

イラストを使用して、内容をより具体的に伝える場合にも、固定的なイメージの押し付けにならないよう配慮することが必要です。広報においては、将来の目指すべき姿を発信するものとして、多様で新鮮な表現を求め、広く人権尊重の視点に立って描いていきましょう。



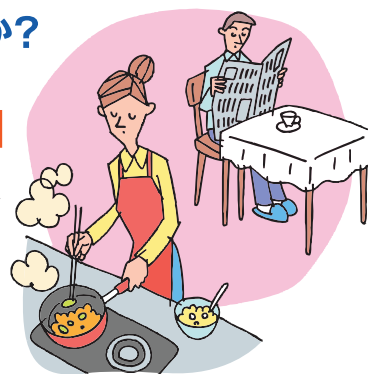
### 1) 性別によってイメージを固定化した表現になっていませんか？

「男は仕事、女は家庭」といった性別による固定的な役割分担をしたり、性別で職業を分ける表現を用いるのではなく、男女が仕事や家事・育児で協力したり、さまざまな職業に就いている現実を反映させる表現を心掛けましょう。



#### ✕ [好ましくない例]

- ① 男性を常にスーツ姿、女性を常にエプロン姿で描く。
- ② 家事、育児、介護をする役を常に女性に限定して描く。
- ③ 職場などの光景で、営業や現場仕事を男性、秘書や受付を女性として描く。
- ④ 男性をたくましく積極的に、女性は優しく控えめに描く。
- ⑤ 服の色を男性は青、女性は赤・ピンクで描く。



#### ○ [好ましい例]

- ① 男性も家事、育児、介護などにかかわる姿を積極的に描く。
- ② 職業や職種を描くときは、男女が特定の職業・職種に偏らないように描く。



## 2) 男女を対等な関係で描いていますか？

性別による能力の優劣はありません。常に、男性を中心的な存在、指導者的な立場、守る側として、女性を周辺の存在、従属的な立場、守られる側として描かず、男女は対等で、地位や立場もさまざまであることを示す表現を心掛けましょう。

### ○ [好ましい例]



①上司や議長役などにも女性を積極的に描く。

### ✕ [好ましくない例]



①上司や議長役を、常に男性として描く。

### ✍ ポイント

伝えたい内容が男女双方にかかわる場合、登場する男女のバランスにも配慮し、いずれかに偏らないように心掛けましょう。

## 3) 女性をむやみに人目を引くための手段として表現していませんか？

単に目を引くためや親しみやすさを持たせるために、内容とは関係なく女性の姿や身体の一部をポスターなどで使用場合がありますが、それは伝えるべき内容が十分に反映された表現とはいえません。安易に女性を起用せず、伝えるべき内容と伝えるべき対象に合った、より効果的な表現方法を工夫しましょう。

### ✕ [好ましくない例]



### ○ [好ましい例]



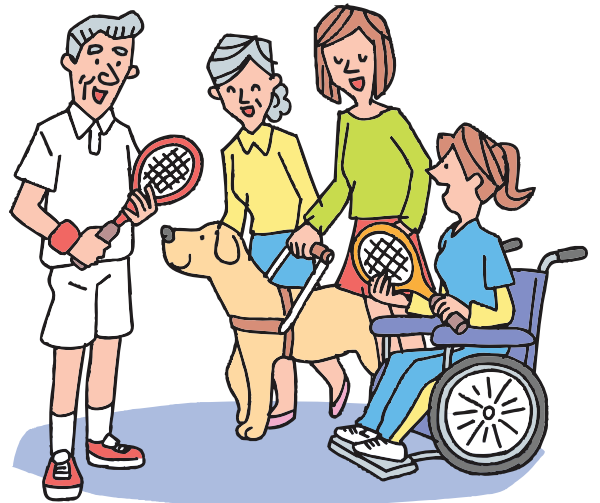
#### 4) 高齢者や障がい者を固定化したイメージで表現していませんか？

##### ✕ [好ましくない例]



- ① 高齢者を腰が曲がり、杖をついた姿で描く。
- ② 女性の高齢者を常に、丸まげや和服姿で描く。
- ③ 高齢者が活動している姿を常に、ゲートボールや盆栽で描く。
- ④ 障がい者を、常に保護されている様子で描く。

##### ○ [好ましい例]

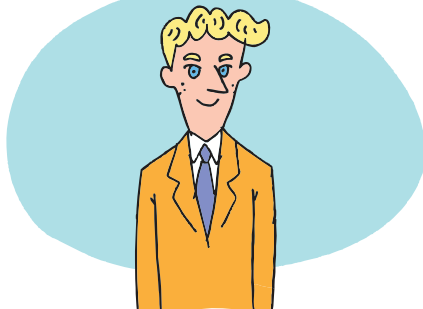


- ① 高齢者や障がい者が積極的に活動している姿を描く。
- ② 高齢者や障がい者の服装や活動の内容を多様な形で描く。

#### 5) 民族、国家、外国人などを一面的なイメージで表現していませんか？

欧米人だけが外国人ではありません。また世界の多くの国では、国内に複数の民族や宗教が存在しています。類型的・一面的なイメージで国や民族を代表させてしまうことにより、国や民族についての正しい国際理解を損ねる恐れがあります。

##### ✕ [好ましくない例]



- ① 外国人のイラストを常に「金髪・青い目・尖った鼻」という姿で描く。

##### ○ [好ましい例]



- ① 外国人をイラストなどに描く場合には、多様な構成で描く。



# 印刷物の悪い見本・良い見本

A4判チラシ作成の例

## 【改善前】

文字の色が  
ちらつく!

文字が  
読みづらい!

**参加無料!!**

**参加者募集!**

古代からの国際交流拠点・福岡。  
御光アイトボランティアと福岡のまちを散策し、その歴史と文化に実際に触れてみましょう。  
福岡の街の魅力を再発見できるはずですよ。

文字の大きさに  
めりはりがいい!

申し込みが必要です  
各コース20名  
員になり次第締め切ります  
開催日時:平成21年9月20日(日)  
10時集合 16時頃解散  
小雨決行(雨具は当方で用意します)

文字に色が付いて  
読みづらい!

**コースA**  
多寺めぐり 櫛田神社→博多町家ふるさと館→龍宮寺→東長寺→承天寺→聖福寺

**コースB**  
博多ぶらぶら歩き 櫛田神社→博多町家ふるさと館→福岡アジア美術館→博多座→中洲・川端→キャナルシティ博多

**コースC**  
城下町史跡体験 けやき通り→舞鶴公園→福岡城址→鴻臚館→大濠公園→西公園

参加希望者は下記問い合わせ先まで事前にお申し込みください。  
◎お申し込み/お問い合わせ  
**福岡市市長室広報課**  
〒810-8620 福岡市中央区天神1丁目8-1  
TEL092-711-4016

◎お申し込み方法  
裏面の申し込み用紙に必要事項を記入の上、下記問い合わせ先まで事前にお申し込みください。

◎参加にあたっての注意  
※小学生以下の方だけの参加はできません。小学生だけの参加の場合、1組に1人以上の父兄が同伴してください。  
参加者は、筆記具、弁当、水筒、タオル、敷物、ビニール袋を持参してください(雨天時は、傘のものは不要です)

集合場所  
**福岡市役所情報プラザ**  
(福岡市中央区天神1-8-1市役所ビル1F)  
地下鉄天神駅・アクロ  
天神中央公園・イムズ・福岡市役所情報プラザ  
西鉄福岡(天神)駅・福岡天神・大丸  
福岡三越・地下鉄天神南駅

集合場所が  
わかりにくい!

赤字だけでは強調に  
ならない!



## 【改善後】

文字を写真に重ねるときは  
文字色と背景色とのコントラストを  
はっきりさせましょう!

# 福博まち巡り ウォークラリー

参加者  
募集!

古代からの国際交流拠点・福岡。  
観光ガイドボランティアと福博のまちを散策しながら、  
その歴史と文化に実際に触れてみましょう。  
福岡の街の魅力を再発見できるはずです。

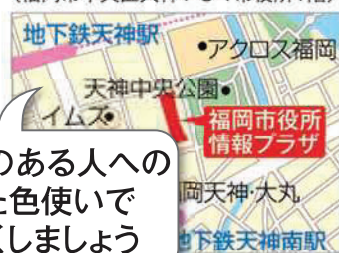
**参加無料!!** 事前申し込みが必要です

定員 (定員になり次第締め切ります)  
各コース20名

開催日時  
平成21年9月20日(日)  
10時集合 16時頃解散  
小雨決行 (雨具は当方で用意します)

### 集合場所

福岡市役所情報プラザ  
(福岡市中央区天神1-8-1市役所1階)



色覚に障がいのある人への  
配慮を工夫した色使いで  
地図を見やすくしましょう

### ◎お申し込み方法

裏面の申し込み用紙に必要事項を記入  
の上、下記問い合わせ先まで事前にお  
申し込みください。

### ◎参加にあたっての注意

※小学生以下の方だけの参加はでき  
ません。小学生だけの参加の場合、1組  
に1人以上の保護者が同伴してくだ  
さい。

※参加者は、筆記具、弁当、水筒、タオル、  
敷物、ビニール袋を持参してくだ  
さい(雨天時は敷物、ビニール袋は不要です)

### コースA 博多寺社めぐり

櫛田神社  
「博多町家」ふるさと館  
龍宮寺  
東長寺  
承天寺  
聖福寺



### コースB 博多ぶらぶら歩き

櫛田神社  
「博多町家」ふるさと館  
福岡アジア美術館  
博多座  
中洲・川端  
キャナルシティ博多



### コースC 城下町史跡体験

けやき通り  
舞鶴公園  
福岡城址  
鴻臚館  
大濠公園  
西公園



※各コースの詳細は裏面のコース図をご覧ください。

写真にはなる  
べく説明を付け  
ましょう

### ◎お申し込み/お問い合わせ

福岡市市長室広報課  
〒810-8620 福岡市中央区天神1丁目8-1

☎092-711-4016  
FAX 092-732-1358  
メール:koho.MO@city.fukuoka.lg.jp

一行の文字数が多すぎると  
読みにくいので気を付けましょう

## 著作権・問い合わせ先など

### 著作権、肖像権、プライバシー保護の視点からの配慮

#### ● 著作権の侵害

ほとんどの文章、写真、イラスト、映像、音楽には著作権が存在し、著作者の許可なく使用することはできません。また、市が発注した印刷物のイラストなども著作権は(契約で明記しない限り)受注者側にあります。許可なく二次利用はできません。

- ①文章、写真、イラストなどを使用する場合は、必ず著作者に確認する。
- ②著作権フリーとなっている画像を使用する。

#### ● 肖像権・プライバシーの侵害

誰でも自分の肖像や個人情報を無断で公開されない権利、自分でコントロールする権利があります。これらは現在では、基本的な人権の一つとみなされています。

- ①個人が特定できる写真などを掲載する場合は、原則として本人の了解を得る。
- ②個人情報は、個人情報保護条例の趣旨に沿って慎重に取り扱う。

### 環境への配慮の視点から

古紙パルプの配合やリサイクル適正など、環境に配慮した紙(エコマークまたはエコマークと同等以上の商品)を使いましょう。

※エコマーク＝環境への負荷が少ないか、環境の改善に役立つ「環境にやさしい製品」を示すマーク。(財)日本環境協会が認定します。環境基準や認定商品は、同協会エコマーク事務所のホームページで確認できます。

インターネットで **エコマーク事務局** **検索**  
<http://www.ecomark.jp/>

### 問い合わせ先を明記する

さまざまな人が問い合わせできるように、組織名と、電話番号、ファクス番号、電子メールアドレスを明記しましょう。電話番号だけでは、聴覚に障がいのある人などが、自分で問い合わせできない場合があります。

### 奥付を付ける

発行元や発行時期が一目で分かるよう、冊子やパンフレットには奥付を付けましょう。奥付には次のことを明記しましょう。

- ①冊子やパンフレットの名称
- ②発行日
- ③定価(有償刊行物の場合)
- ④発行者(組織名)
- ⑤郵便番号、所在地
- ⑥電話番号、ファクス番号、電子メールアドレス
- ⑦その他(ホームページアドレスなど)

#### 【奥付の例】

### ユニバーサルデザインに配慮した 印刷物作成の手引き

平成21(2009)年10月

発行:福岡市市長室広報課

〒810-8620 福岡市中央区天神一丁目8-1

電話:092-711-4016

ファクス:092-732-1358

メール:koho.MO@city.fukuoka.lg.jp

ホームページ:<http://www.city.fukuoka.lg.jp/>



# 印刷物作成チェックリスト

印刷物がユニバーサルデザインに配慮したものになっているかのチェックリストです。  
自己診断の参考や事業者へ委託する場合にご活用ください。

## チェックリスト

### [デザインについて]

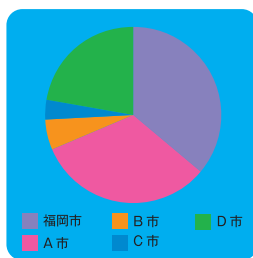
- |                                 |          |                          |
|---------------------------------|----------|--------------------------|
| ① 色使いは白黒に複写しても読み取れるか            | ➡P7      | <input type="checkbox"/> |
| ② 色を組み合わせる場合、明度に差を付けているか        | ➡P8      | <input type="checkbox"/> |
| ③ 図・表・グラフなどは、色覚に障がいのある人に配慮しているか | ➡P10～P12 | <input type="checkbox"/> |
| ④ 文字の大きさは適切か                    | ➡P13・P14 | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ 行・文字の間隔のバランスは適切か              | ➡P15・P16 | <input type="checkbox"/> |

### [文章表現について]

- |                              |          |                          |
|------------------------------|----------|--------------------------|
| ① 簡潔に書いているか                  | ➡P17     | <input type="checkbox"/> |
| ② 結論を先に述べているか                | ➡P17     | <input type="checkbox"/> |
| ③ 分かりやすい口語体を使っているか           | ➡P17     | <input type="checkbox"/> |
| ④ 常用漢字表にない漢字を使っていないか         | ➡P18     | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ カタカナ文字を多用していないか            | ➡P18     | <input type="checkbox"/> |
| ⑥ 不快感を与えたり、偏見・誤解を生む表現をしていないか | ➡P19・P20 | <input type="checkbox"/> |
| ⑦ 問い合わせ先を明記しているか             | ➡P29     | <input type="checkbox"/> |
| ⑧ 冊子やパンフレットは奥付を付けているか        | ➡P29     | <input type="checkbox"/> |

### [さまざまな視点からの配慮]

- |                               |          |                          |
|-------------------------------|----------|--------------------------|
| ① 誰にでも読みやすいよう配慮や検討をしているか      | ➡P21～P23 | <input type="checkbox"/> |
| ② 男女共同参画や男女平等の視点からのイラスト表現は適切か | ➡P24・P25 | <input type="checkbox"/> |
| ③ イラストなどビジュアルは人権尊重の視点で描かれているか | ➡P24～P26 | <input type="checkbox"/> |
| ④ 紙は環境に配慮したものを使用しているか         | ➡P29     | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ 著作権・肖像権に配慮しているか             | ➡P29     | <input type="checkbox"/> |



## ユニバーサルデザインに配慮した 印刷物作成の手引き

平成21(2009)年10月 発行：福岡市市長室広報課 〒810-8620 福岡市中央区天神一丁目8-1  
 電話：092-711-4016 ファクス：092-732-1358  
 メール：koho.MO@city.fukuoka.lg.jp ホームページ：http://www.city.fukuoka.lg.jp/

協力・監修：NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構 (CUDO)  
 出 典：人権の観点からの公的表現の手引き(松江市)



みやこユニバーサルデザイン わかりやすい印刷物のづくり方(京都市)  
 わかりやすい印刷物のづくり方～ユニバーサルデザインの視点から～(横浜市)  
 独立行政法人 国立国語研究所HP

※このパンフレットは再生紙を使用しています。