

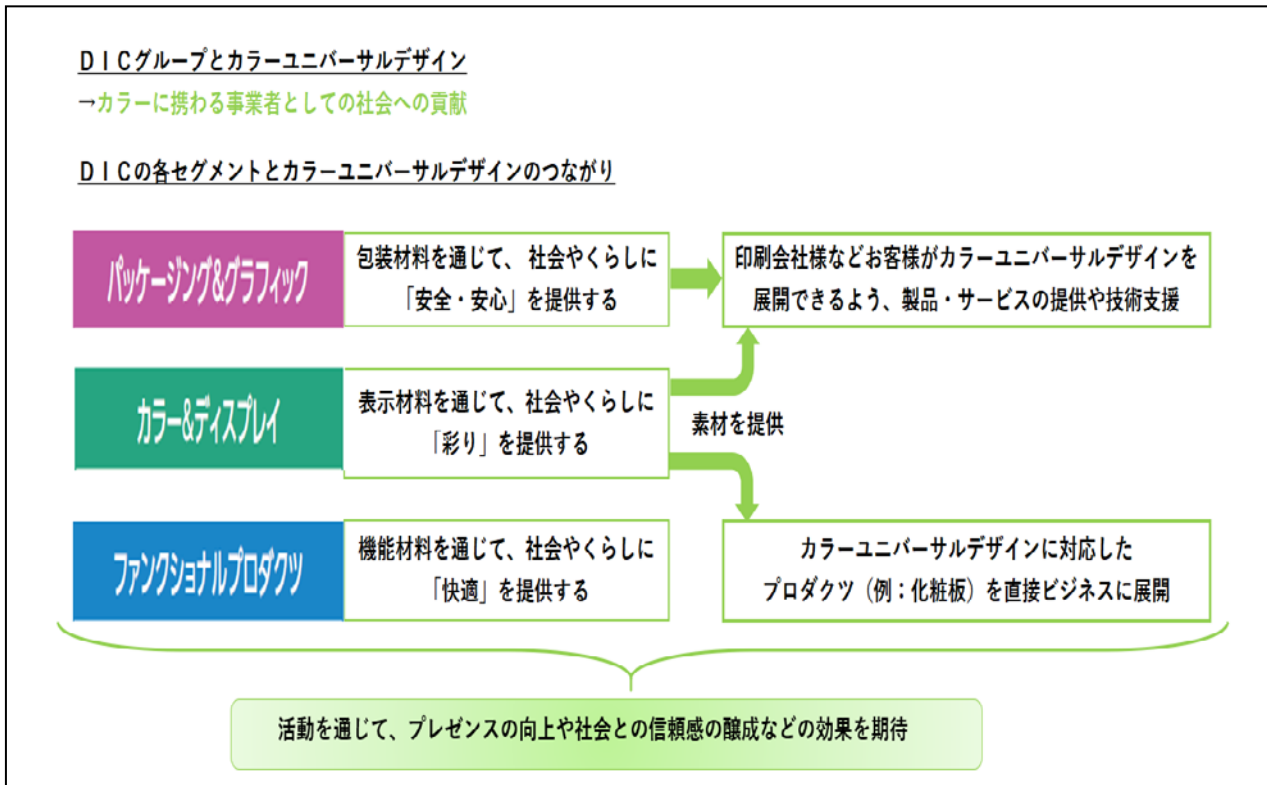
SDGs 事例集 2019

DIC㈱の事例： カラーユニバーサルデザイン（後編）

～多様な色覚に対応し、色で情報を伝える～

後編では、カラーユニバーサルデザインがどのように DIC グループの事業と関わっているのかを、引き続き DIC グラフィックス㈱の西垣さん、DIC カラーデザイン㈱の竹下さん、DIC デコール㈱の朝倉さんに伺います。

DIC グループは、「カラーに携わる事業者の社会への貢献」としてカラーユニバーサルデザインへの取組を進めてきました。その活動は様々な分野で DIC グループのビジネスに関わっています。自社の事業の中でカラーユニバーサルデザインに対応した製品を展開するケースもあれば、お客様がカラーユニバーサルデザインに対応した事業を展開できるように支援をさせて頂くこともあり、カラーユニバーサルデザインは DIC がカラーを中核としたビジネスの幅を拡げる上で大きな役割を果たしています。



カラーユニバーサルデザイン対応プロダクツを教育現場などに提供

日化協：

ところで、建材などに関わる化粧板などの事例もご紹介いただけますか？

DIC デコールの朝倉さん：

当社 DIC デコール㈱が商品として納品している先の中でも、鉄道、空港、そして小学校が多く

なりました。

右の写真は、関東圏の小学校に、トイレの表示を納品した例（右写真）です。

日化協：

色に温かみがあって、鮮やかな表示ですね。

DIC デコールの朝倉さん：

最近の小学校では、色覚の石原式（色覚異常の

検査表を指す）の検査がされていないようで、色の識別し難いお子さんがどの程度いるのか把握されておりません。そのため、そういったお子さんがいる・いないに限らず、トイレの表示をカラーユニバーサルデザインに配慮して変更しておくのは良い取り組みではないでしょうか。

日化協：

そうですね。色覚の多様性への配慮も忘れず対応し、誰もが気持ちよく学校生活を送れるようにということですよね。

DIC デコールの朝倉さん：

そうですね。DIC デコール(株)では、セミナーなどで各地の教育委員会にカラーユニバーサルデザインへの取り組みの働き掛けをさせて頂いています。DIC デコール(株)は、元々OEM で化粧板を建材メーカー様などに提供させて頂いていたのですが、自社オリジナル商材での本格的な販売は11年前からで、化粧板メーカーとしては後発メーカーになります。DIC というブランドで化粧板を販売した当時、当社が化粧板ビジネスをしているという世間の認知度が非常に低い状況でした。そのため、建築業界であれば、DIC グラフィックス(株)の「DIC カラーガイド」を軸に、DIC デコールの特徴をご紹介したり、また、「色のDIC」としてDIC カラーデザイン(株)の竹下さんやDIC グラフィックス(株)の西垣さんにご協力頂き、セミナー受講者のみなさんにカラーユニバーサルデザインの啓発を行って頂いたことで、DIC の建材のイメージを向上して参りました。

さらに、化粧板のラインナップを充実させてショールーム等でお見せしたり、啓発を進める中で、単に色の視点であれば他社の化粧板で問題ありませんが、「カラーユニバーサルデザイン対応の化粧板であれば、当社 DIC デコール(株)の化粧板を使いたい」とお客様からのご要望をいただくことが増えていきました。

現在は、DIC デコール(株)の中でカラーユニバーサルデザインを教育・啓発する私のような人材も育成し、ゼネコンや大手の設計事務所向けに建築士の教育やセミナーなどの場で、当社で対応している商材の営業活動外でも啓発を実施しています。また、病院関係ですと、医療現場の設計に関わる設計事務所やゼネコンから、病院で働く医師、技師、看護師などを対象としたセミナーをと言う声があり、カラーユニバーサルデザインに対応した病院の必要性を病院関係者にセミナーを通して啓発しています。

つまり、化粧板の販売だけではなく、使用される方々の目線に立ったカラーユニバーサルデザ



イン対応への啓発も併せて行っていることとなります。

日化協：

建築業界を中心に、その顧客である教育関係者や病院関係者へのカラーユニバーサルデザインへの啓発を地道にされているので、カラーユニバーサルデザインの概念がより深く理解され、設備更新やリニューアルの際にカラーユニバーサルデザイン対応の化粧板の選択に繋がっていくのだと思います。

DIC デコールの朝倉さん：

そうですね。空港関係の受注も最近は多くなっていますから、2020年の東京オリンピックなどで、海外の方にも実際のカラーユニバーサルデザイン対応の化粧板などを見ていただけたらと思います。

また、海外展開と致しまして、台湾等の東南アジアに定期的に化粧板を輸出していますから、カラーユニバーサルデザイン対応である当社の化粧板を広く認知していただき、ビジネスに繋がりたいです。海外の安価な塗料によりコストで不利な面はありますが、また当社の化粧板と同じように色を塗っている物件は沢山あるようですが、当社の工場で製造した化粧板は、色ブレ（色差）がないため、現場での色合わせが不要ですので安心してご使用いただけます。

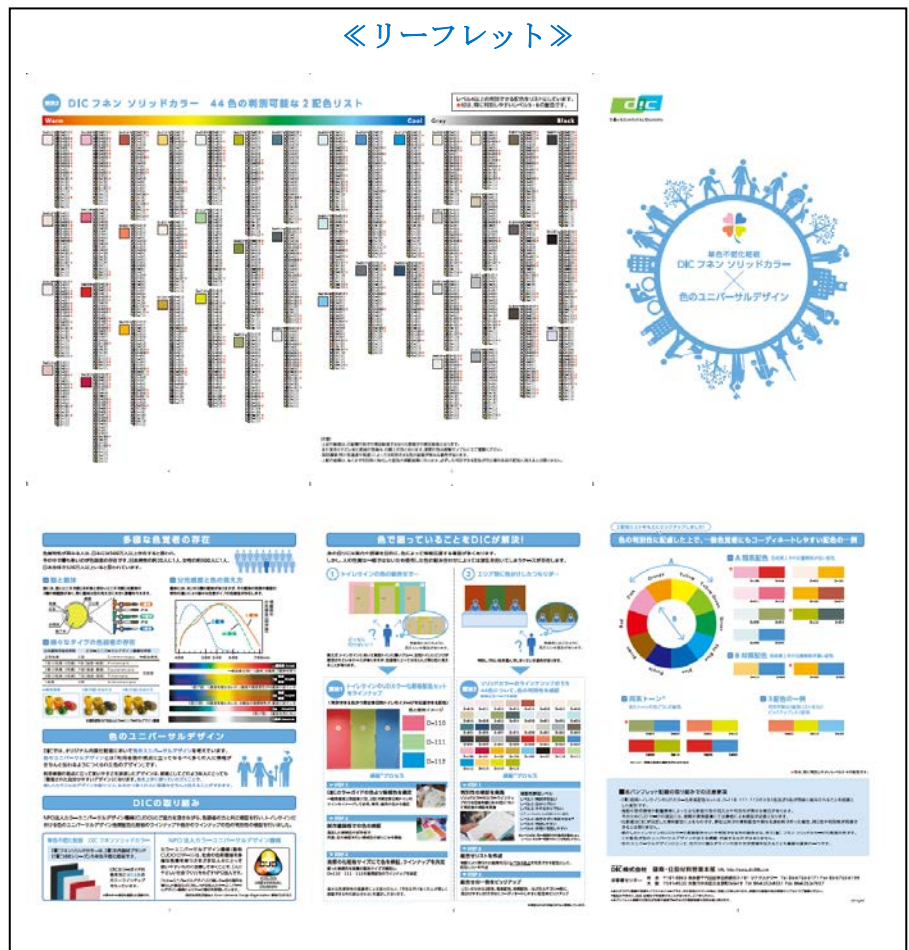
日化協：

品質面で優れていることも、市場を勝ち取る1つの方法ですよ。

DIC デコールの朝倉さん：

当社は、『カラーユニバーサルデザイン 推奨配色セット ガイドブック』の他に、こちらのリーフレットを持って、当社化粧板の営業に回ります。

リーフレットの裏を見て頂くと、寒色、暖色など様々な色があります。お客様の、「どうしてもこの色を空間で使うのが難しい」「デザイン的に難しいからこんな色は使えない」という課題には、当社ではリーフレットにある50色の中であれば、カラーユニバーサルデザインとして、色弱の方にも区別し易い組み合わせを



ご提示できます。リーフレットにある3色がベストの組み合わせではありませんが、使えない空間には当社のこの色だったら使用できると推奨例を具体的かつ柔軟にご提示しています。そうしたご提案からでも、お客様がカラーユニバーサルデザインに取り組むきっかけになればと思っています。特にリーフレットの中で★印が付いた色は、色弱の方に検証していただき、「全く支障なく見えますよ」という色として当社もお勧めしております。

日化協：

カラーユニバーサルデザインに取り組まれようとするお客様のニーズに、もれなくお応えしていますね。

DIC グラフィックスの西垣さん：

ここに使われている建材は、色の精度が印刷物より物凄く高いです。なぜなら、建材は面積が広いので、少しでも色ブレ（色差）があると目立ってしまいますが、この精度は印刷インキに携わってきた私から見ても、非常に高い基準の精度だという事に気が付きました。その様な印刷関係者からの気付きも、ものづくりの一つである色の精度の点から、DIC デコール㈱のビジネスを後押しする特長の一つになると思います。その上、使用する色自体がカラーユニバーサルデザイン対応でもありますから。

DIC デコール㈱の化粧板ビジネスも、『DIC カラーガイド』を基軸に当社グループ本来の色に関する様々な強みを組み合わせたビジネス展開がなされ、ますます推進されてきたと思います。

DIC デコールの朝倉さん：

物件毎、ゼネコンや設計事務所にもそれぞれ違いはありますが、必ずDIC グラフィックス㈱の『DIC カラーガイド』の認知度の高さがベースにあり、そのベースがあるのでDIC デコール㈱のカラーユニバーサルデザイン対応の化粧板も理解して貰いやすいのかもしれない。やはり、『DIC カラーガイド』の存在は凄く大きいのです。

日化協：

『DIC カラーガイド』を作った方々は、先見の明がありますね。

DIC カラーデザインの竹下さん：

『DIC カラーガイド』は、日本のグラフィックデザイン界を代表する田中一光先生と勝井三雄先生と灘本唯人先生の三人のクリエイターの方が、最初の色を選定に携わっていただきました。

色として、体系的にわかり易く整理しただけでなく、デザイナーの視点で使い易い色が選定されているのが特徴です。だからこそ長く広く使っていただいているのかなと思っています。

日化協：

色を使う人の視点から、『DIC カラーガイド』は作られているのですね。通常であれば、自社のロジックで進める企業が多いと思います。ましてや、『DIC カラーガイド』のような御社の営業資料になるものですから。

DIC グラフィックスの西垣さん：

塗料などのインキは受注産業で、お客様の求める微妙な色合いをできる限り再現する製品ですので、印刷も注文に合わせて作り納品する、そういう企業文化なのです。

景観調和と視認性を両立する点字誘導ブロックの取り組み

日化協：

誘導ブロックの取り組みでは、様々な組織と協働されたと伺いました。

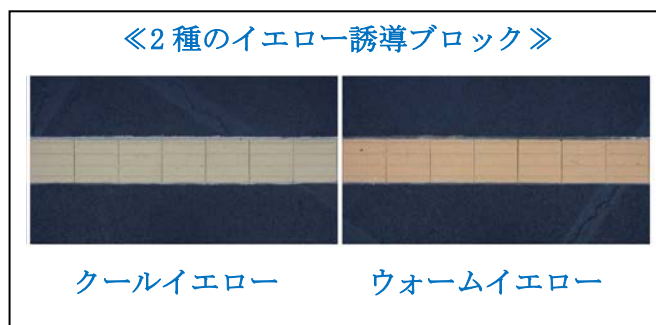
事例をお話していただけますか

DIC カラーデザインの竹下さん：

誘導ブロックに関しては、景観との調和と視認性の確保の両立が重要になります。

本来は景観の美的なデザインと、機能的な分かり易さのバランスが大切ですが、どうしてもどちらかに偏ってしまいがちになります。例えば、わかり易い黄色を使った誘導ブロックを避けて、建物と調和する色を使った無彩色の誘導ブロックを選択することがあります。この時、誘導ブロックを設置していても、ロービジョンの特性を持つ方は、色を手掛かりに誘導ブロックを認識していることが多いので、誘導ブロックがあるということ自体が認識できず、その誘導ブロックを使用できない場合があります。

そのため、二つの黄色を設定し、用途や景観に合わせて、事業者を選択して頂けるようにしました。ウォームイエローは、温かみある雰囲気のある場所でも馴染みやすい、やや赤に寄った黄色です。クールイエローは、モダンでスタイリッシュ、色があまりないような空間でも馴染むような、青み掛かった黄色です。



ただ、事業者毎に使っているブロックの色が違うと、景観の連続性がなくなってしまう事があり、全体の調和がとれないばかりか、わかり難さに繋がってしまう時もあります。

そこで、誘導ブロックの製造企業の5社に共通で使用する色の範囲を設定しました。都市計画などのプロジェクトでは、複数の会社がエリアを分けて誘導ブロックの施工に関わるため、共通にしたことで同じイメージの中、誘導ブロックを繋げていくことができるというメリットが生まれました。

日化協：

確かに色々な色でガチャガチャに見えるより、連続性がある方が都市景観は綺麗ですし、歩き易いですよね。

DIC カラーデザインの竹下さん：

そうですね。どうしても鮮やかな色がわかり易いと誤解されがちですが、ロービジョンの特性を持つ方に見て頂くと、鮮やかな黄色の方が見難いとおっしゃるケースもあります。また、目線の高さでも見方は変わってきます。単純に鮮やかイコール見易いという事ではないのです。

日化協：

この誘導ブロックのバリアフリーデザインの調和は、どの様なプロジェクトの進め方だったのですか？

DIC カラーデザインの竹下さん：

東京大学内の構内バリアフリーを検討する委員会で、伊藤先生が誘導ブロックの選別や色の調

整を進められていたときに、当社に声を掛けていただきました。当初は二色型の誘導ブロックを検討していましたが、東京大学の構内に実験的に設置した結果、ロービジョンかつ眼振の特性を持つ方は、線がブレる、気持ち悪さを覚えるなどの意見もあり、最終的に単色の誘導ブロックにすると決定しました。この単色の誘導ブロックの色調整をする際には、建築家の隈研吾先生にも参加いただいてデザイン上の観点からも様々な意見をいただきました。

検討を重ねる上で、リクシルなどいくつかメーカーから検証用サンプル提供の協力があり、最終的にリクシル、日本興業、キクテック、大光ルート産業などの誘導ブロック製造企業5社が参画しました。そして、2018年の春から様々な施工法に対応した製品が各社から発売されています。

日化協：

協働のあり方が素晴らしいですね。それぞれの組織がリソースを出して、実物を使って検証し、各組織が担うべきビジネスに活かし調和しながら社会へ展開しているのですね。

DIC デコールの朝倉さん：

DIC カラーデザイン㈱が主催したセミナー開催時、ゼネコンの設計事務所の方から、私たちの関わった誘導ブロックの話が話題にあがりました。ゼネコンや設計事務所では、誘導ブロックに黄色を使うか否かで悩んできたとの質問があがり、DIC カラーデザイン㈱より、こうしたお話をしてくださり設計事務所の方にご納得頂きました。また、当社からも、2種類の誘導ブロックのサンプル依頼の仕方をご紹介します。今回参画された5社の企業は誘導ブロックのシェアが高い企業ばかりですから、ゼネコンや設計事務所への影響力が大変大きいと思います。

日化協：

御社の皆さんは、カラーユニバーサルデザインに関して、専門分野の視点から課題を共有して、それぞれのビジネスの現場に活かせるように、知的財産を活用されているのですね。

カラーユニバーサルデザインの追究が、 新たな視点で、伝統色への取り組みを深化させ、文化の継承へ

DIC グラフィックスの西垣さん：

当社では、伝統色にも取り組みはじめました。名古屋に続いて神戸でも展開しました。

伝統色のポイントは、地域に住んでいる方が選んだ色を使用することです。老若男女問わず、各々思い出の色を公募いただき、公共性の高い色を選んで取材し、20色を選出します。

伝統色は、もちろんカラーユニバーサルデザインがベースにあります。さらに、色を通じて見えている色のその後ろにある人の心や日本の文化や歴史などを感じていただく、それぞれの地域で共感していただく、海外からいらした方々に色で日本の心、文化、歴史を感じていただくなど、その色の奥にあるものを感じて頂けるストーリーを表現するような色を伝統色としています。

この活動を通じて、全国各地から“地元地域の伝統色をまとめたい”というお話をいただいていますから、伝統色でもDIC カラーガイドが作れたらと思っています。

日化協：

素敵な取り組みですね。御社の化粧板や塗料などで再現した伝統色が、その地域の公共施設に使われると素敵ですね。

《伝統色（上：名古屋、下：神戸・兵庫五国）》



DIC グラフィックスの西垣さん：

約6万人都市の和歌山県海南市では、児童図書館や周辺の公園を含め全て日本の伝統色で色彩設計し2020年の完工予定で着工中です。建築計画には、教育委員会の方や市長も参画し、日本の伝統色を使うことを決定していただきました。海南市の特徴的な産物、工芸品、景観を色として抽出して、その色を階段、椅子、テーブルなどに使い、更にそれぞれに物語が書き込まれ、読んで楽しんで貰えるように設置準備を進めています。

日化協：

素晴らしいですね。文化も残し、図書館に訪れた子供も教育していくのですね。

DIC グラフィックスの西垣さん：

市民に愛される図書館は、施設として、カラーマークが付くことになりました。色の設計を廣村デザイン事務所が手掛けていますが、実はDICカラーガイドを作った田中一光さんのお弟子さんの会社なのです。

日化協：

世代を超えて色に携わってらっしゃる、時を経ても色は活用され展開されていますね。

DIC グラフィックスの西垣さん：

そうですね。また、このようなコンセプトある公共施設を作ると、見学者が殺到するそうです。

そのため、開館後など見学者がいらした際に、当社も訪問しコンセプトを説明して、広げたいと思っています。当社では、定期的に色を発信する機会を持っていますので、色の発信基

地として、色を通じ文化歴史も、国内、更に世界にどんどん広げていきたいと思っています。

日化協：

本日は、貴重なお話をいただき、ありがとうございました。

(インタビューは、2018年10月24日に、DIC株式会社・本社にておこないました)

【インタビューを終えて DIC カラーデザイン㈱の竹下さん】

これまでの活動を振り返る良い機会になり、社会における変化やDICグループとしてカラーユニバーサルデザイン関連の取り組みを継続していく意義について改めて考えさせられました。まだまだ課題もありますが、今後も大学・業界団体・企業とも連携しつつ、DICグループ内の総合力を活かし、カラーユニバーサルデザインの更なる普及に努めていく所存です。

【インタビューを終えて DIC グラフィックス㈱の西垣さん】

カラーを扱う事業に携わる者として、精度高い色再現の科学的追究に邁進するとともに、カラーユニバーサルデザイン啓発など人の心に寄り添った、人の心と心の間に見える色差も無くしていくことが大切だと、改めて感じた次第です。

【インタビューを終えて DIC デコール㈱の朝倉さん】

「カラーユニバーサルデザイン」はDICの総合力が幅広い部門の連携によって、開発・販売にまで推進出来た非常によい事例と考えております。今回の機会を頂き、今後も、顧客のニーズや市場性を鑑みつつ、化学メーカーとして社会や市場に影響力を持てる企業でありたいと考えた次第です。

【インタビューを終えて 日化協の五所より】

街には色があふれています。国内は少子高齢化社会へとシフトする中で、街の景観やデザインを楽しみながら誰もが安心して歩行できる、表示情報で行きたい場所に簡単に行くことができるなど、色はとても大切な存在であると、今回のインタビューで改めて気付かせて頂きました。

DICグループによるカラーユニバーサルデザインの追究は、短期的には社会貢献活動のようですが、長期的にはカラーを提供する会社としての本質を究めた事例です。さらに、自社グループの塗料、印刷、ディスプレイ画面などの色に関係する事業にしっかり浸透させてビジネス拡大や発展に加え、「あらゆる人の健康的な生活」「持続可能な都市や居住環境の実現」などのSDGsにも貢献しています。

DICグループでは、カラーユニバーサルデザインの概念を、ステークホルダーと協働し、誰もが使える社会共有の資産になるよう努めてきました。このような計らいは、持続可能な社会の中で、企業が存在価値と信頼性を高めるだけでなく、自らのビジネスを着実に拡大展開させていく企業のあり方であり、企業は社会の公器という言葉そのものを実践されていると思いました。

【基本情報】

(1) DIC㈱

主な事業： 印刷インキ、有機顔料、合成樹脂等の製造・販売

従業員数： 20,620名（単体：3,290名）（2018年12月末現在）

売上高： 966億円（2018年12月末現在）

(2) DIC カラーデザイン㈱

主な事業： カラーを基軸としたコンサルティングビジネス・グラフィックデザインビジネス、
粘着製品及び印刷製品の加工及び販売

カラーユニバーサルデザインに関するお問合せ先：

URL:<http://www.dic-graphics.co.jp/products/guide/> Tel. : 03-6733-5003

(3) DIC グラフィックス㈱

主な事業： 印刷インキの製造・販売

カラーユニバーサルデザインに関するお問合せ先：

URL:<http://www.dic-graphics.co.jp/products/guide/> Tel. : 03-6733-5003

伝統色に関するお問合せ先：

URL:<http://www.dic-graphics.co.jp/> Tel. : 03-6733-5001

(4) DIC デコール㈱

主な事業： 化粧板、内装建材、建材塗料、化粧シートの製造・販売

カラーユニバーサルデザインに関するお問合せ先：

URL:<http://www.dic200.com> Tel. : 03-6733-6172

以上