

(別冊)

文書事務の手引

～ユニバーサルデザインの視点から～

見やすいのはどちらですか？

ミヨーカーさん

ミヨーカーさん



妙(たえ)さん

分かりやすい
文書を作ろう！



高(たかし)くん

新潟県妙高市

目次

1	はじめに	1
	(1) ユニバーサルデザイン(UD)とは	1
	(2) 手引き作成の背景と目的	1
2	印刷物に対する声	2
3	事例(見え方の例)	3
4	とくに配慮が必要な人	4
5	印刷物の種類	8
6	印刷物作成のポイント	10
	(1) 文字の大きさ	10
	(2) 文字の字体	10
	(3) 文字の字間・行間・余白	11
	(4) 読みやすい表現方法	11
	(5) 色使いの工夫	13
	代表的な工夫例	16
7	他の情報媒体について	23
	印刷物チェックシート	26

1 はじめに

せっかくの文書も、ちょっとした配慮が足りないばかりに、情報が十分に伝わらないことがあります。

情報は、全ての活動の基盤となるものです。

今回作成した「妙高市文書事務の手引UD編」は、誰にでもわかりやすい情報を発信するためのヒント集です。

これから文書を作ろうとする皆さんに理解いただくとともに、デザイン・印刷を委託する際には事業者からも知っていただき、全ての市民にとって少しでもわかりやすい文書を目指しましょう。

(1) ユニバーサルデザイン(UD)とは

「ユニバーサルデザイン」は、一般に「全ての人のためのデザイン」と言われ、「あらかじめ、障がいの有無、年齢、性別、文化などにかかわらず、多様な人々が利用しやすいよう、都市や生活環境をデザインする考え方」を言います。

これらの中で、本市が市民に対して提供しているものには、こういったものがあるでしょうか。様々なもののうち最も多いものは、市の広報紙「市報みょうこう」をはじめとする「文書・印刷物」ではないでしょうか。

だからこそ、市が最もユニバーサルデザインに取り組めること、それが「ユニバーサルデザイン文書づくり」なのです。

(2) 手引き作成の背景と目的

近年の国際化や少子高齢化など、急速な社会情勢の変化を背景として、多くの情報を、わかりやすく伝達することが求められています。このような中、本市が発行するポスターや印刷物、ホームページ、または案内板などが、誰に対しても、見やすく、わかりやすいデザインとするためには、様々な配慮が不可欠になってきています。

こうしたことから、文書・印刷物をつくる際の特に注意すべき点を要約し、具体的な配慮や工夫などの基本的事項を掲載して「文書事務の手引～ユニバーサルデザイン編(UD編)」としてまとめることとしました。

このマニュアル作成の目的は2つです。

全ての人にやさしい文書づくりを広めること

このマニュアルを多くの人に見ていただくことでユニバーサルデザインの考え方を広めること

そして、このマニュアルが全庁的に活用され、定着していくことを目標としています。

ユニバーサルデザインの取り組みは、いつでも、どこでも、誰にでも始められます。市の職員として、文書づくりに関してだけではなく、日々の業務、生活の中で、できる範囲でこの考え方を取り入れていきましょう。

2 印刷物に対する声

今までに、「読みにくい」「わかりにくい」などと言われたことはありませんか。

- **大きな字で書いてほしい！**

題名はよいが本文の字が小さい
注意書きの文字を大きく
無駄な装飾文字が目につく

- **読者の視点に立った文章を！**

具体性に欠ける
要点がわからない
カタカナ語で意味がわからない
読む順序がわかりづらい
専門用語をわかりやすく説明してほしい
見出しから内容がわかるようにしてほしい



- **色使いが気になる！**

強調したい箇所がわからない
なぜ色をつけたのかわからない
色が多すぎてどれが重要かわからない
統一した色使いにしてほしい
文字の背景に色や模様があると見えづらい

- **問い合わせ先**

支障のない範囲で問い合わせ先の掲載がほしい
「詳しい情報は」としてURLの紹介を併記してほしい

- **その他**

絵や写真が多すぎる
イラストにも品格があるものを載せてほしい
光沢紙は蛍光灯の下だと光って読みにくい

3 事例（見え方の例）



- ・明るさ、コントラストが低い。
- ・背景に対して文字の配色が悪い。
- ・縁取りなど文字の強調の工夫がない
- ・文字が見えにくい字体を使用

- ・明るさ、コントラストが高い。
- ・背景に対して文字の配色が良い。
- ・文字に縁取りがあって見やすい。
- ・文字が見やすいゴシック体



4 とくに配慮が必要な人 ~世の中にはいろいろな人がいます~





読者の特徴を把握し、誰にでも読みやすい印刷物をつくりましょう。

色弱者

特性

遺伝子のタイプの違いや目の疾患などのあるかたは、色の見え方が異なります。先天性の色弱者の割合は、男性の20人に1人、女性の500人に1人、全国では300万人以上いると言われています。世界でみると約2億人となり、血液型がAB型の男性の数に匹敵します。先天性の色弱者の大部分が赤～緑の波長域が見分けづらく、濃い赤が黒に見えることがあります。また、明度や彩度（P16参照）の近い色の識別が困難です。

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		日本人の 約0.001%

・上の図は、色覚のタイプ別に、どのような色が見分けづらいかを示しています。P型・D型の人には、赤と緑がほぼ同じ色に見えることがわかります。

配慮事項

- ・色の見え方は一様でないことを常に意識しましょう。
- ・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。
- ・色の組合せに注意し、白黒コピーしても情報が読み取れる状態にしましょう。
- ・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。

補 足

色覚のタイプを表す言葉にはいくつかありますが、本書ではNPO法人カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO：クドー）の提唱する、色弱者・一般色覚者・C型P型D型などの表現を用いています。

CUDOの新呼称		従来呼称			
C型	一般色覚者	色覚正常		3色型	
P型（強・弱）	色弱者	第1	色盲・色弱 色覚異常 色覚障害	赤緑色盲	2色型 異常3色型
D型（強・弱）		第2		黄青色盲	
T型		第3			
A型		全色盲		1色型	

視覚障がい者

特性

疾病などで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。まったく見えない全盲の人は2割程度、その他は弱視（ロービジョン）と言われています。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、視力低下、ぼやけて見えにくい、視野狭窄により見えにくい、視野の中心の暗点により見えにくい、明順応障がいがありまぶしくて見えにくいなど、様々な障がいがあります。

配慮事項

状況にあわせて選びましょう

拡大文字版

- ・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）。
- ・拡大印刷したものを用意しましょう（例：A4判 A3判）。



Web版

- ・音声で読み上げるソフトを使用してWebページを利用する視覚障がい者が増えています。

点字版

- ・点字を読むことのできる人は、視覚障がい者のうち約10%です。
- ・点字表示に関するJIS規格（JIS T0921）があります。

音声版

- ・耳で聞いたときにわかりやすい文章にしましょう。
- ・表、写真、図などには説明を加えましょう。

聴覚障がい者

特性

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苦手な人がいます。

配慮事項

- ・難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナのルビをつけましょう。
- ・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。

知的障がい者

特性

知的機能の障がいがおおむね 18 歳までの発達期にあらわれ、社会生活への適応能力が低くなります。発達障がいを併せもつこともあります。複雑な表現や難しい漢字などを理解することが苦手です。

配慮事項

- ・イラストや写真を取り入れ、やさしくわかりやすい言葉で表現しましょう。
- ・難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナのルビをつけましょう。

高齢者

特性

妙高市の高齢化率は 30.7%（平成 25 年 9 月末現在）となっており、約 3 人に 1 人が 65 歳以上の高齢者になっています。40 歳代には視力の変化を自覚するようになり、60～70 歳代で裸眼視力の平均は 0.5、90 歳代では 0.2～0.3 程度になります。加齢とともに色覚機能も低下していきます。黄系や青系の感度が鈍くなり、コントラスト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。

配慮事項

- ・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)
- ・拡大印刷したものを用意しましょう
(例:A4判 A3判)。
- ・外来語や略語に気をつけ、わかりやすい言葉を使いましょう。
- ・色使いは、彩度(P16参照)を高めにし、コントラストも強めにしましょう。



こども

特性

発達段階にもよりますが、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。

配慮事項

- ・イラストや写真を取り入れ、やさしくわかりやすい言葉で表現しましょう。
- ・難しい漢字を使う場合は、ひらがなやカタカナのルビをつけましょう。

外国人

特性

日本語を母国語としないため、複雑な表現や難しい漢字などがわかりにくいことがあります。

配慮事項

- ・イラストや写真を取り入れ、やさしくわかりやすい日本語で表現しましょう。
- ・難しい漢字には、ひらがなでルビをつけましょう。



可能であれば外国語に対応した印刷物を作成しましょう。
(次ページ ごみカレンダーの例)

ゴミカレンダー



妙高市ゴミカレンダー
(韓国語版)

妙高市ではほかに、
英語版、中国語版、
タガログ語版も作成
しています。

5 印刷物の種類

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

特徴：視覚的なインパクトで訴えます。少ない部数で多くの市民に知らせることができます。

用途：啓発、イベント、募集 など

ちらし

特徴：1枚で全ての情報を伝えます。情報は簡潔に要領よくまとめる必要があります。

用途：啓発、お知らせ、イベントプログラム など

パンフレット

特徴：文章とビジュアル(イラスト・写真)が容易に使え、「見せる」印刷物づくりが可能です。系統だった説明や多面的な解説もできます。

用途：テキスト、事業説明 など

1枚の印刷物を折って小型にしたものは「リーフレット」と呼ばれ、イベントプログラムや施設、制度の案内などに適しています。

冊子

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

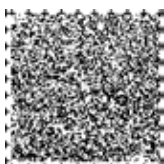


音声版には以下のものがあります。

カセットテープ

SP コード

約 2 センチ四方の画像の中に、日本語で約 800 文字程度の情報を記録できます。専用の活字文書読み上げ装置によって、記録されている情報を音声で読み上げます。専用ソフトをインストールすると、作成したワード文書を SP コード化できます。



SP コードのイメージ

デイジー（DAISY）録音図書

（DAISY : Digital Accessible Information System の略）

デジタル録音図書（電子図書）で、一枚のCDに50時間以上の収録が可能です。専用の機械やソフトをインストールしたパソコンを使って再生します。目次から読みたい章や節、任意のページに飛ぶことができるので検索が容易です。



ポータブルデイジープレーヤー

デイジー図書以外にも、オーディオブック、音楽、テキストやワードなどの、文書データの読み上げなどを楽しむことが可能。

タイムズコーポレーションホームページより



6 印刷物作成のポイント

ちょっとした配慮でわかりやすさがアップします。

(1) 文字の大きさ

大きさはできるだけ 11 ポイント以上にしましょう。

・一般的な広報印刷物を作成する場合、文字の大きさは、できるだけ 11 ポイント以上とすることを心がけましょう。より読みやすくするには、14 ポイント以上が効果的です（A4 判の場合）。

見やすい大きさの文字はどれですか？（10 ポイント）

見やすい大きさの文字はどれですか？（11 ポイント）

見やすい大きさの文字はどれですか？（12 ポイント）

見やすい大きさの文字はどれですか？（14 ポイント）



この冊子の文字の大きさは、12 ポイントを基本としています。

(2) 文字の字体

見やすい字体はゴシック体です。

・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場合があります。

・影付きや網掛け文字を使用したり、多数の字体を使用しすぎると、見づらくなる場合があります。

明朝体 読みやすい字体はどれですか？（14 ポイント）

ゴシック体 読みやすい字体はどれですか？（14 ポイント）

(3) 文字の字間・行間・余白

字間を詰めすぎないようにしましょう。

- ・適度な空間、空白をとるように心がけましょう。
- ・同じ大きさの文字、字間、行間でも漢字が多いと狭く見えます。
- ・スペースを惜しんで、情報を詰め込みすぎないようにしましょう。
- ・いかに情報を整理するかがポイントとなります。

読みやすい文字の間隔はどれですか？

読みやすい文字の間隔はどれですか？

読みやすい文字の間隔はどれですか？



(4) 読みやすい表現方法

文章は正確に、わかりやすく表現しましょう。

正確に

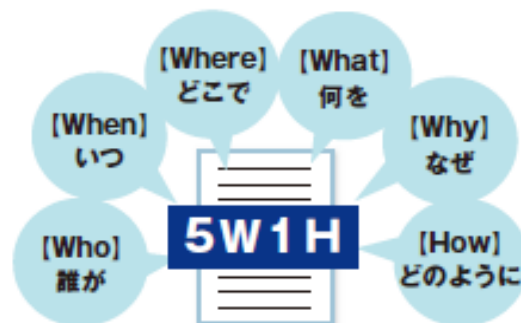
- ・「事実」や「伝えたいこと」を明確にしましょう。
- ・「最低これだけは伝えたい」ことをはっきりさせましょう。
- ・正確にしようとするほど、難しい用語を使ったり文章が長くなるので注意しましょう。

わかりやすく

- ・職場の決まり事や固定概念にとらわれず、読者の視点に立って表現しましょう。
- ・読者が絞られる場合は、読者に合った内容にしましょう。

文章作成のポイント

- ・5W1Hを明確に。
- ・わ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。
- ・長くなる場合はブロックに区切る。
- ・事実を客観的に。



読みにくい漢字、難しい言葉、カタカナ語、外来語には工夫を

- ・難しい人名や地名、固有名詞にはふりがなをつけましょう。
- ・専門用語や外来語を使わなければならない場合には、注釈をつけましょう。
- ・カタカナ文字は多用しないようにしましょう。

悪い例



- ・妙さんは葎生に住んでいます。
- ・ようやくコンセンサスが得られました。

良い例

- ・妙(たえ)さんは葎生(もぐろう)に住んでいます。
- ・ようやく合意が得られました。

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、図式』

定着が不十分で、わかりやすい言い換えがない語 注釈をつ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＝

ローマ字の頭文字を使った略語 日本語訳などを付す

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「「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。

国立国語研究所

<http://www.ninjal.ac.jp/gairaigo/>



文字や文章だけにしない

- ・箇条書きにして、すっきりさせましょう。
- ・読む順番がわかるように、番号や矢印をつけましょう。
- ・強調したい文字には下線を引いたり、太文字にするなど目立つ工夫をしましょう。
- ・表、グラフ、イラスト、写真などを効果的に使いましょう。その際には、何を表すものかわかるようにしましょう。

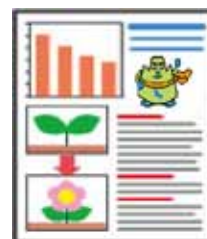
(5) 色使いの工夫

情報がきちんと伝わる色使いをしましょう。

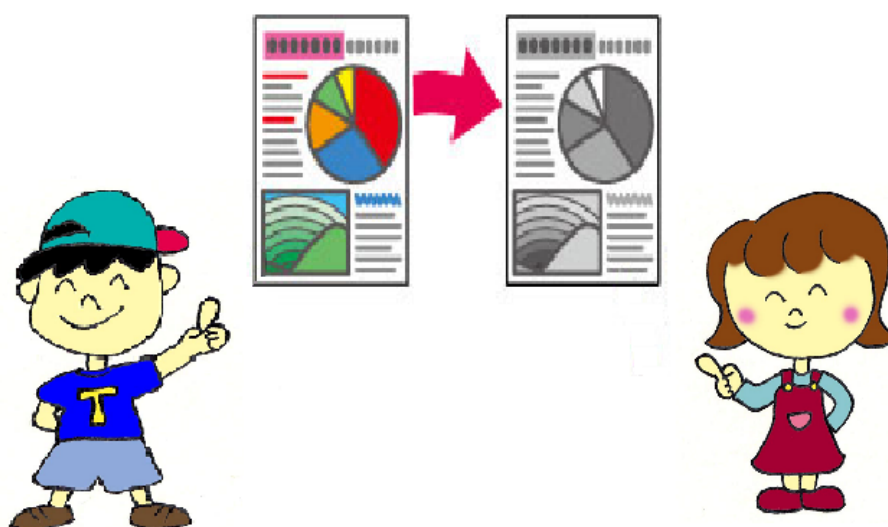
色を上手に使うと、情報をよりわかりやすく伝えることができるなど、様々な効果があります。

色の効果

- ・目につきやすく、注意をひきやすくなります。
- ・親しみやすい印象になります。
- ・イメージを伝えやすくなります。
- ・文字だけでは表現しにくい部分を表現できます。
- ・メリハリがつき、重要なところが強調されます。



しかし、色の見え方は一様ではありません。色だけに頼ったデザインをすると、色弱者など色を識別しにくい人は、情報を読み取りにくくなります。そこで、白黒でコピーしても情報が伝わるかどうかを必ず確認しましょう。色なしで理解できるようにデザインし、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。



カラーユニバーサルデザインに配慮した選び方

- ・色弱者など色を識別しにくい人にも間違えにくい色を使いましょう。
- ・赤は濃い赤や暗い赤を使わず、赤橙やオレンジを使いましょう。
- ・緑は赤や茶色と間違えやすいため、青味が強い緑を使いましょう。
- ・明るい緑と黄色が一緒に見えてしまうため、黄色、黄緑、明るい緑はなるべく同時に使わないようにしましょう。
- ・面積が広いほど色の違いが分かりやすくなるので、太い字を使いましょう。



色について

色の3要素

色相：「赤」「青」「黄」などの色合いのことです。



明度：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。白に近づくほど明度が高くなり、黒に近づくほど低くなります。



高 (明度) 低

彩度：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。



高 (彩度) 低

赤の場合

参考

色光の3原色 (RGB)

可視光はその波長（性質）によって、赤（Red）、緑（Green）、青（Blue）の大きく3つに分けることができます。頭文字でRGBとも表します。この3つの光を混合することによって、様々な色を合成します。



色料の3原色

物体色（印刷インク、絵の具などの色材）の基本色は、イエロー（黄）、マゼンタ（赤紫）、シアン（緑がかった青）の3色です。印刷物など物体の表面を特定の色にするため、インクを塗る場合などに使われます。



代表的な工夫例を具体的に紹介します。

色弱者の見え方は、C型と見え方に差があるP型強度です。

事例1 文字の強調

悪い例

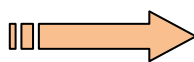


<問題点>

赤文字と黒文字が同じように見え、強調していることがわかりにくい。

● 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。



● 色弱者の見え方

下の注意事項をよく
お読みください。

良い例

<改善点>

赤文字を赤橙にし、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。



● 色弱者の見え方

下の**注意事項**をよく
お読みください。

補 足

<その他の工夫例>

赤文字 + 別の要素で、強調していることを表現できます。

- ・ 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。

- ・ 背景に目立つ色を網掛けする

下の **注意事項** をよく
お読みください。



事例2 地図

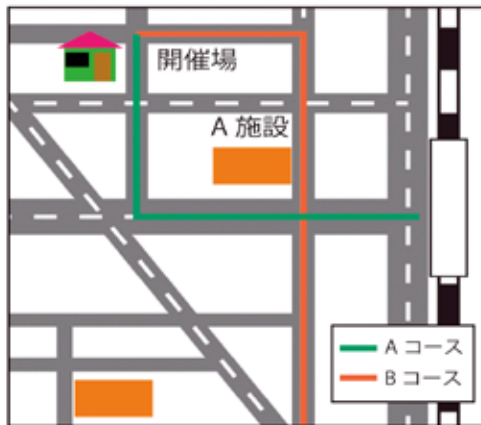
悪い例



<問題点>

コースの見分けが付きにくい。道路とコースが区別しにくい。

● 一般色覚者の見え方



● 色弱者の見え方



良い例

<改善点>

各コースの線種を変え、コース名を地図中に書き入れる。コースと区別するため、道路の色をとる。コースが交差する部分にふちをつける。

● 一般色覚者の見え方



● 色弱者の見え方



補足

<その他の工夫例>

- ・形、位置、線種や塗り分けパターンを工夫します。利用者が色名を使ってコミュニケーションすることが予想される場合、色名を併記します。
- ・図や写真の上に文字を重ねると、見えづらくなることがあります。

事例3 グラフ

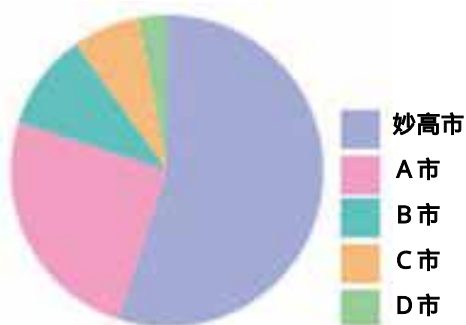
悪い例



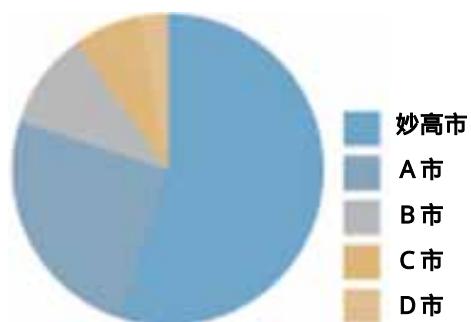
<問題点>

グラフの境界がわかりづらい。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。)

● 一般色覚者の見え方



● 色弱者の見え方

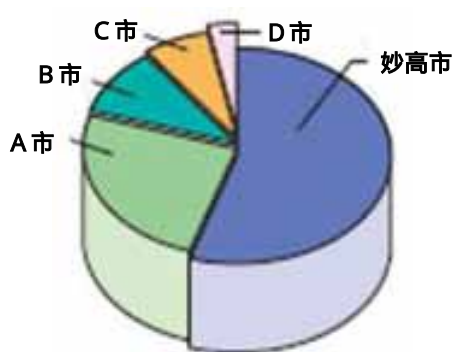


良い例

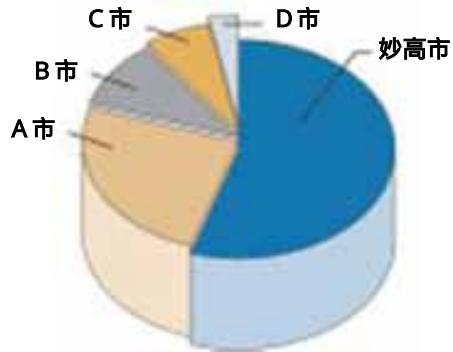
<改善点>

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つける。領域に引き出し線をつけ、何を表すかを指し示す。

● 一般色覚者の見え方



● 色弱者の見え方



<その他の工夫例>

- ・色の識別は、同系色で濃淡をつけることも効果的です。



- ・色が見分けづらい場合、点網掛けや線網掛け（ハッチグ）を加えると識別しやすくします。



- ・地色が薄い場合、凡例を領域に直接記入することもできます。

- ・表示項目が多い場合、領域の境界を白や黒で区分けする方法もあります。



事例4 色の組合せ

1 暖色（赤～緑）と寒色（緑～青）を対比させる、2 明度差をつける、3 彩度の低い色同士の組合せを避けることを心がけましょう。



明度は対比しているが、暖色または寒色系同士



黄 オレンジ

暖色寒色は対比しているが、明度が近い



青 赤

彩度の低いパステル調だけ



水色 薄緑 ピンク



明度も対比、暖色寒色も対比



青 黄

はっきりした色とパステル調を対比

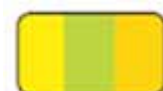


薄オレンジ 緑 ピンク

補足

<その他の工夫例>

- ・同じ色相で明度や彩度を変化させて濃淡をつける方法もあります。



黄 緑 オレンジ



緑の濃淡

背景色と文字色とのコントラストをつけましょう。明度・彩度によって見え方が変化するので気をつけましょう。見えづらい場合は、文字に白や黒で縁をつけると文字が際立ちます。



悪い例



良い例



色の見え方シミュレーションツール

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、色弱者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。

<http://www.cudo.jp/>

7 他の情報媒体について



Web (1) ページ (ホームページ)

健常者だけでなく高齢者や障がい者などを含むできるだけ多くの人々が使えるホームページであること、また使いやすいホームページであることが求められています。

こうした配慮は一般に『アクセシビリティ (2)』と呼ばれ、アクセシビリティに配慮したホームページの作成が大きな課題となっています。

これらの問題を解決し、ホームページのページ作成・更新を行うためには、情報アクセシビリティについての JIS 規格 (JIS X8341-3) に準拠するよう努める必要があります。

- 1 インターネット上で文字・画像などをレイアウトして見せ、簡単にアクセスできるようにするための仕組み。
- 2 情報通信機器を通して提供される情報やサービスなどが、高齢者や障がい者も含めてどんな人にも利用できるようになっていること。

視覚障がい者への配慮

今後は、視覚障がい者が利用する読み上げソフトを導入することも視野に入れた対応が必要となります。

情報はソフトウェアで読み上げられるよう、ホームページのデータはテキストを使用した HTML 形式 (1) で掲載し、PDF (2) や Flash (3) は出来る限り使わないようにしましょう。

音声読み上げソフトでは、HTML 形式は読めますが、PDF は読めないことがあります。HTML 形式においては、見出し要素 (例 : HTML タグ (4) で <h1><h2>... などと記載) を適切に使用するようにしましょう。

やむを得ず PDF 形式のみとする場合は、Word 版など元データから変換したものを使用してください。紙でスキャンした PDF は、まったく読み上げられません。ただし、データから変換したものであっても、読み上げられる順序などが適切でない場合があります。

HTML 以外のファイルにリンクするときは、クリックする前にそれがわかるようにしておきましょう。

- 1 ホームページを作るための規格、ファイル形式のこと。
- 2 アドビシステムズ社が開発した文書表示用のファイル形式のこと。
- 3 アドビシステムズ社が開発している、動画やゲームなどを扱うための規格及びそれを制作する同社のソフトウェア群の名称。
- 4 ホームページの形を作るための記号。例えば「h」タグは見出しのこと。

画像に代替テキスト（例：HTML タグの Alt）で説明を加えましょう。

音声読み上げソフトでは、画像の部分は、代わりにこの代替テキストが読み上げられます。

クリッカブルマップ（ ）には文字リンクを併記しましょう。

画像の中に色々なリンク先を設定しておき、 クリックした位置に応じて定められたリンク先に移動する機能。また、その機能を持った画像のこと。

新しいウィンドウが開かれるようなリンク設定をしないようにしましょう。

リンクに target 属性（ ）を使用するなどしてクリック時に新しいウィンドウで開かれるようになっていると、ブラウザ（ホームページ閲覧の仕組み）の「戻る」機能が突然使えなくなって利用者が混乱します。どうしても新しいウィンドウを開く必要がある場合は、リンクの文言の中にその旨を記載し、わかるようにしてください。

リンク先の内容や、フォームの結果をどのウィンドウ（フレーム）に表示するかを指定する機能。

文字サイズの絶対指定を行わないようにしましょう。

ブラウザの文字サイズ変更機能を利用して文字を拡大した際に、きちんと文字サイズが変化するように、ピクセル(px)やポイント(pt)単位での文字サイズの指定は行わないでください。

単語の中に空白を入れないようにしましょう。

空白を入れると、意図した読み方にならない可能性があります。

例)「日 時」 「日時」

複数の読み方がある漢字にはふりがなをつけましょう。

例)「民の力」 「民(みん)の力」

色弱者への配慮

- ・全体のコントラストを高くしましょう。
白黒コピーして、はっきりと読めるようにしてください。

聴覚障がい者への配慮

- ・音声ファイルの提供を行う場合は、テキストにした文章も添えましょう。
- ・動画で情報提供を行う場合は、字幕を付けましょう。

外国人への配慮

- ・外国語のコーナーを設けましょう。
必要な部分は外国語に翻訳してください。(7ページ ゴミカレンダー参照)

携帯電話向けサイトの充実を

- ・携帯電話は身近な端末で容易に情報を得られるため、利用者が増加しています。また、メールや携帯サイトを音声で読み上げる機能や文字を大きくできるなどの機能があり、視覚障がい者や高齢者にパソコンと同様広く使われています。

プレゼンテーションのスライド

- ・パワーポイントで作成するスライドは全体のコントラストを高くしましょう。白黒コピーして、強調している箇所などがはっきりと読めるようにしてください。



<協力> NPO 法人カラーユニバーサルデザイン機構 (CUDO)

印刷物チェックシート

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。

No.	ポイント	チェック
1	文字の大きさは適切である（A4判の場合12～14ポイント）。	
2	字体（見出し、本文）は適切である（ゴシック体が見やすい）。	
3	文字の字間、行間、余白は適切である（字間をつめていない）。	
4	読みやすさ	
(1)	文章は、正確に、わかりやすく表現している。	
(2)	読みにくい漢字、難しい言葉、カタカナ語や外来語には、ふりがなや注釈をつけている。	
(3)	箇条書き、読む順序を示すなどの工夫をしている。	
(4)	表、グラフ、イラスト、写真を適切に使っている。	
5	色の使い方	
(1)	赤は、濃い赤ではなく赤橙やオレンジ色を使っている。 （濃い赤は、黒やこげ茶と混同しやすい。）	
(2)	緑は、青みの強い緑を使っている。（暗い緑は、赤や茶色と混同しやすい。黄緑は黄色と混同しやすい。）	
(3)	色つきの線や文字は太めにしている。	
(4)	色の組合せは、暖色と寒色とを対比させ、明度差と彩度差もつけている。	
(5)	明るい黄色は、白やクリーム色と組み合わせていない。 （白内障では、黄色、白、クリーム色を混同しやすい。）	
(6)	黒・青・緑色の背景には、赤字を使用していない。 （背景色を変えられない場合は、文字色を白・黄色・クリーム色などにし、コントラストをはっきりさせる。）	
(7)	色使いは白黒コピーしても情報が読み取れる状態である。	
6	グラフや図版	
(1)	凡例をつけるだけでなく、図中にも直接説明を書き込んでいる。 または、領域に引き出し線をつけ、何を表すかを指し示している。	
(2)	色だけでなくハッチング（網掛け）などを併用したり、明度の差を利用したりしている。	
(3)	線は色だけに頼らず、実線、点線、破線など様々な線種と色とを組み合わせている。	
(4)	シンボルは、同じ形で色だけ変えるのではなく、形を変えて色数を減らしている。	
(5)	塗り分けの境目は、白や黒で強調している。	
7	読者に応じて拡大文字版、WEB版、点字版、音声版などを作成している。	

