

最近は何のせいかわからない、細かい字が読みづらいんじや。



オリンピックやパラリンピックを機にMUDがもっと普及してくれればいいんじやが。

エム・ユー・ディー?



博士、それは、メディア・ユニバーサル・デザイン、いわゆる“視覚情報のユニバーサル・デザイン”のことですね。



よく知ってるな。印刷物はもちろん、看板やサイン、ウェブサイトなど、目で見える情報を誰にでも見やすく、公平に伝えるための工夫のことじや。

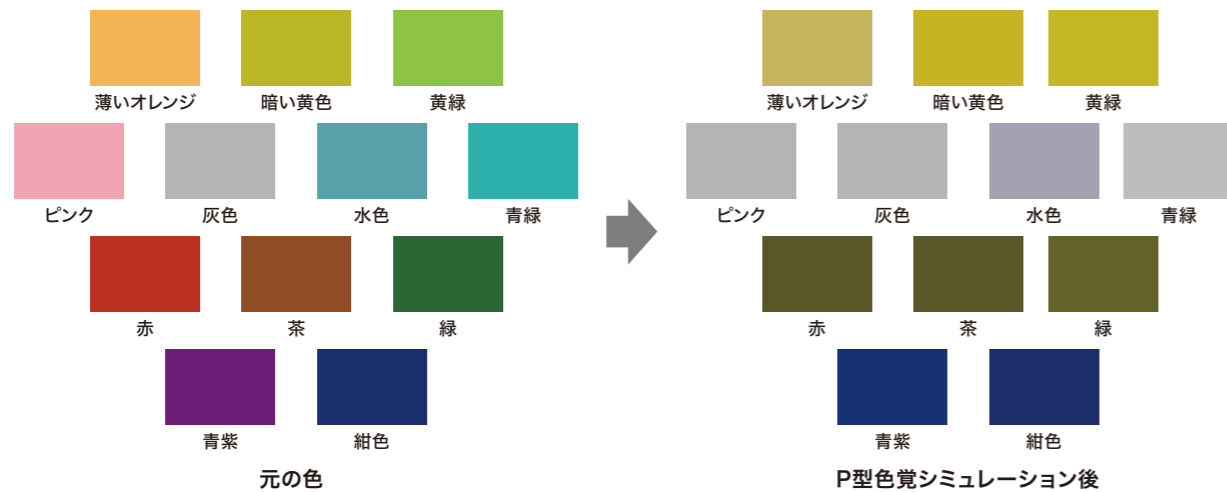


たとえば、男性の20人に1人、女性の500人に1人いるといわれている色覚障がいを持つ人の中には赤や緑の色が認識しにくかったりするケースが多いと聞いておるぞ。

メディア・ユニバーサル・デザイン(MUD)とは

人が得る情報の80%以上を占める視覚メディアにおいて、デザイン、文字の大きさや形、色の使い方などに配慮して、色覚障がい者だけでなく、高齢者・障がいのある人・外国人などにも、見やすく、伝わりやすくするための手法。

色覚シミュレーションによる色弱の人の色の見え方(P型)



なるほど! 路線図やグラフなどの色で情報を伝える印刷物をつくる場合は特に配慮が必要ですね。



さらに、MUDには、視覚や色覚だけでなく、聴覚、感覚などさまざまな観点からの配慮事項としての5原則というものも設けられておるぞ。



MUDの5原則

- 1 アクセシビリティ (接近容易性)
- 2 ユーザビリティ (使いやすさ)
- 3 リテラシー (読めて理解できる)
- 4 デザイン (情緒に訴える)
- 5 サステナビリティ (持続可能性を満たす品質)



それじや、PRI-Oの5月号に載っているピクトグラムなんかも、言語の異なる人にも理解しやすくするためのMUDのひとつといえるのね。

2020年9月号のフォントのお話でも紹介されているしね。



その通りじや。街のサイン計画や防災マップなどはいち早くMUDの考え方を採り入れておるが、これからは、一般の印刷物でも「誰が見ても分かりやすく」が基本になっていくじやろうな。

へえ〜、じゃあ次は私たちも応募しない?



そういえば、全日本印刷工業組合連合会では、このMUDの考え方を普及させるため、もう15年も前から、コンペを開催するなどの事業に取り組んでおるぞ。

