

## 資生堂、視覚障害者向け点字美容テキストと 商品識別用点字シールをデパート店頭を設置

資生堂は11月1日より、視覚障害者向け点字美容テキスト（スキンケア編・メーキャップ編）と商品識別用の点字シールを契約デパート全店（315店）の資生堂コーナーに設置し、カウンセリングツールとして活用していきます。

これまで点字テキストと点字シールは、日本全国の65支社を通じて福祉協議会や盲学校などにおける美容講習会で提供してきたもので、美容講習会に参加されたお客さまからは「店頭において欲しい」との要望が多く寄せられていました。

### 点字テキスト

現在、視覚障害者の人数は全国に約30万5千人、その内約80%が弱視者（※1）です。

資生堂は化粧品業界で唯一、1984年から点字テキストを制作し、障害者（視覚・聴覚・知的・肢体不自由者）の方々に健常者と同様に美容情報を提供しています。

現在の点字テキストは、2001年1月にユニバーサルデザイン（※2）の観点を取り入れて改訂されました。全盲者・弱視者・さらに高齢者や晴眼者も一緒に活用できるように、点字と拡大文字の両方を載せています。弱視者の方々が活用しやすいよう、文字の大きさ・濃さに配慮し、色や絵を多く用いています。また、点字には環境に配慮した透明大豆油インクを使用しています。

最新の美容情報と共に、視覚障害者の方々の関心が高い「色」に関する情報も、言葉やイメージで補足しながら詳しく載せています。メーキャップテクニックは点図でわかりやすく解説しています。

※1 弱視者：両目を開いて見た矯正視力が0.04以上0.3未満の方

※2 ユニバーサルデザイン：障害者・高齢者・健常者などの区別なく、誰もが分け隔てなく使えるデザイン

### 点字シール

点字シールは、商品を簡単に識別するために容器に貼付するシールで、点字テキスト同様、1984年から制作されています。文字の大きさ・濃さと点字の大きさに配慮し、視覚障害者の方々がシールの選別をしやすい形態にしています。商品の使用量の目安を理解していただくための使用量目安シールも制作しています。

資生堂はデパートを皮切りに、化粧品専門店など他チャンネルでも点字テキスト・点字シールの活用を検討していきます。

<ご参考>

視覚障害者向け美容情報一覧

名称	内容	制作年月
点字テキスト 「上手なスキンケア」 (スキンケア編)	ユニバーサルデザインの観点を取り入れ、点字と拡大文字を同一印刷。点字が読めない方や弱視者、高齢者も一緒に美容教材として活用できる。点字には、環境に配慮した透明大豆油インクを使用。	1984年12月 <改訂> 1993年6月 2001年1月
点字テキスト 「上手なメーキャップ」 (メーキャップ編)	ユニバーサルデザインの観点を取り入れ、点字と拡大文字を同一印刷。点字が読めない方や弱視者、高齢者も一緒に美容教材として活用できる。メーキャップテクニックを点図を使ってわかりやすく解説。 視覚障害者の関心が高い「色」の情報を言葉やイメージで補足しながら説明している。 点字には、環境に配慮した透明大豆油インクを使用。	1986年3月 <改訂> 1995年6月 2001年1月
点字シール	商品の識別をするため、容器に貼付するシール。摩擦や水気に耐えられるよう、透明プラスチックフィルムを使用。 商品識別用ラベルシール全26種(スキンケア・メーキャップ・ヘア・メンズ)と使用量の目安シール5種。	女性用 1984年12月 男性用 1986年12月 <改訂> 1993年6月 2001年1月
美容情報テープ 「おしゃれなひととき」	視覚障害者向けの美容情報テープ。美容・流行・ファッション・健康・音楽などの情報を四季ごとに年4回発行。 全国約100ヶ所の点字図書館で貸出。(年間約4000名の利用者) 2001年10月より、ウェブサイト「資生堂サイバーアイランド」でもテープの内容を音声で提供。 ( <a href="http://www.shiseido.co.jp/s0007baf/html/index.htm">http://www.shiseido.co.jp/s0007baf/html/index.htm</a> )	1987年12月 より年4回