

ご存じでしょうか

色の見え方は人によって違います



一般色覚者(C型)



色弱者(P型)シミュレーション

Color

その色や文字が読めない人がいる

Universal

あなたのチラシやパンフレットの色使いは伝わっているでしょうか？

Design

カラーユニバーサルデザイン

◇カラーユニバーサルデザインとは

色覚（色の感じ方）は、味覚や嗅覚と同じように人それぞれに違います。

このため、見分けやすくするためにつけた色使いが、人によっては、色による情報を正確に受け取れなかったり、伝えたい情報とは違って受け取られてしまう場合があります。

色覚の差が情報の差にならないように、誰に対してもきちんと正しい情報が伝わるように、色の使い方などにあらかじめ配慮することを「カラーユニバーサルデザイン（カラー UD）」と言います。

◇多様な色の感じ方

日本人男性の約 20 人に 1 人、女性の約 500 人に 1 人が色弱（赤緑色弱）であると推計されており、日本全体では約 320 万人となります。

これらの色弱の人は、視力には問題は無く細かいものまで十分に見えますが、一部の色の組み合わせについて一般的な色覚者と色の感じ方が異なります。



一般色覚の人の見え方



色弱の人の見え方（P型強度）

◇カラーユニバーサルデザインの3つのポイント

	改善前	改善後
色一般者	関係者以外立入禁止	関係者以外立入禁止
（色弱者） （P型）	関係者以外立入禁止	関係者以外立入禁止

1. できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ

○色を変える

彩度の高い色と低い色、明度は明るい色と暗い色を組み合わせる。

○色の濃淡・明度の差（コントラスト）をつける

背景の色と文字の色に明暗の差をつける

2. 色を見分けにくい人にも情報が伝わるように

○形を変えたり、文字にふちどりをつける

形を変えたりマークを併用したり、文字のふちどりをつけたりすると色を見分けにくい人にも伝わりやすくなる。

○ハッチング模様をつける

地図やグラフなどは斜線やドットなどの模様をつけると伝わりやすくなる。

○文字や線を太くする

太い線など面積が大きいほど色を感じやすく、色の違いがわかりやすくなる。

3. 色の名前を用いたコミュニケーション

○色の名前を記載する

色の名前を入れると伝わりやすくなる

	改善前	改善後
色一般者	(A) (B) (C)	(A) (B) (C)
（色弱者） （P型）	(A) (B) (C)	(A) (B) (C)

	改善前	改善後
色一般者	(A) (B) (C)	(A) (B) (C)
（色弱者） （P型）	(A) (B) (C)	(A) (B) (C)

鳥取県地域社会振興部
人権尊重社会推進局人権・同和対策課

TEL 0857-26-7121
FAX 0857-26-8138
E-mail jinken@pref.tottori.lg.jp

【カラー UD】
ガイドブック

