

印刷物の
ユニバーサルデザイン(UD)
ガイドライン

練馬区からの情報をわかりやすく伝えるために



© VectorBackground

令和2 (2020) 年2月
練馬区

目次

1	はじめに	1
2	ユニバーサルデザインとは	1
3	印刷物作成のポイント	2
	（1）文字の大きさ	2
	（2）文字の字体	2
	（3）文字の字間・行間・余白	3
	（4）読みやすい表現方法	3
	（5）印刷物作成にあたっての配慮事項	5
4	カラーユニバーサルデザイン	6
	（1）カラーユニバーサルデザインとは	6
	（2）カラーユニバーサルデザインの重要性	6
	（3）色弱者とは	6
	（4）色弱者が不便を感じる例	7
	（5）色弱者の色の感じ方のシミュレーション	8
	（6）カラーユニバーサルデザインの3つのポイント	9
	具体例① <文字の強調>	10
	具体例② <グラフ>	11
	具体例③ <地図>	12
	具体例④ <カレンダー>	14
	（7）色の選び方・組み合わせ方のポイント	15
	（8）カラーユニバーサルデザイン取組にあたっての配慮事項	18
	印刷物を作成委託する際の仕様書について	18
	カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット	19
	チェックリスト	

1 はじめに

区が発行する印刷物の読者は、高齢者や障害者などさまざまであり、私たちには、誰もがわかりやすい印刷物を作成することが求められています。また、色を使って情報を伝えることが多くなった現在、色の感じ方は一様ではないことを理解し、誰にとっても、情報が正確に伝わるよう配慮することが必要です。

このガイドラインは、よりわかりやすい印刷物を作成するためのポイントや、色覚に配慮した「カラーユニバーサルデザイン」の必要性、その取組方法をまとめたものです。

区が発信する情報をよりわかりやすく伝えるための一助として、ご活用ください。

2 ユニバーサルデザインとは

ユニバーサルデザインとは、障害の有無、年齢、性別などにかかわらず多様な人々が利用しやすいように、都市や生活環境をデザインする考え方です。その対象は、都市施設や製品にとどまらず、教育や文化、情報提供に至るまで多岐にわたります。

練馬区では、ユニバーサルデザインに配慮したまちづくりのほか、地域でのスポーツ交流や、ユニバーサルデザインについて学び、相談し、支援を受けられるユニバーサルデザイン推進ひろばの運営など、さまざまな取組を行っています。印刷物の作成など、練馬区からの情報提供についても、ユニバーサルデザインの取組の推進が求められています。

3

印刷物作成のポイント

(1) 文字の大きさ

一般的な印刷物を作成する場合、文字の大きさは、12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)。

この文字の大きさは読みやすいですか？

(10ポイント)

この文字の大きさは読みやすいですか？

(12ポイント)

この文字の大きさは読みやすいですか？

(14ポイント)

(2) 文字の字体

- 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、長文が続く場合は、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みにくくなる場合があります。
- ユニバーサルデザインフォントをできるだけ使用しましょう。

ユニバーサルデザインフォントとは

障害の有無、年齢などにかかわらず、誰もが読みやすい字体を意識してデザインされたフォントをユニバーサルデザインフォントと呼んでいます。下記のような特徴(一例)があり、さまざまなメーカーで開発されています。

〈明朝体〉

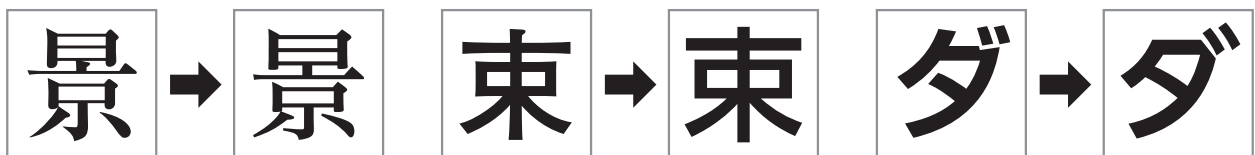
- 縦横線の比率を少なくする。
- 文字についている細かな装飾を極力削りシンプルにする。

〈ゴシック体〉

- 字面いっぱい広くデザインする。

〈その他〉

- 濁点部分のギャップを十分確保する。



印刷物を外部委託する際は、ユニバーサルデザインフォントをできるだけ使用しましょう。

(3) 文字の字間・行間・余白

- 文字同士が接近しすぎている、または離れすぎていると読みにくい文章になります。
- 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。

この文字の間隔は読みやすいですか？

この文字の間隔は読みやすいですか？

この文字の間隔は読みやすいですか？

(4) 読みやすい表現方法

- ①印刷物の種類とその特徴を知り、目的や読者に応じて使い分けましょう。

<印刷物の種類>

種類	特徴	用途
ポスター	目に入りやすく、多くの人に周知することができます。	啓発、イベントなどのお知らせ、募集など
ちらし	1枚で多くの情報を伝えることができます。個々に配布します。	啓発、イベントなどのお知らせ、募集など
パンフレット	文章、イラスト、写真、グラフなどを使って多面的な説明ができます。	事業案内など
冊子	たくさんの情報を伝えることができます。	資料、記録、報告など

- ②文章は、正確にわかりやすく整理しましょう。

- 読者は誰であるのかを明確にして印刷物を作成しましょう。
(対象者が限定される場合は、読者にあった印刷物を作成しましょう)
- 目的を明確にしてから印刷物を作成しましょう。

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。

わ か り や す く

- 役所の決まり事や固定観念にとらわれず、読者の視点に立ってわかりやすく表現しましょう。

レ イ ア ウ ト

●整理整頓の心がけ

文章や画像は、縦横をそろえられるものはそろえることにより、統一感が増し、読みやすい印刷物になります。

●まとめる（グループ化）

単調なレイアウトではわかりにくい印刷物も、関連し合うもの同士をグループにしてレイアウトすることで印刷物がすっきりし、情報をわかりやすく伝えることができます。

●余白を設ける

伝えたいことを文章で詰め込みすぎると、わかりにくい内容になってしまいます。また、文字ばかりで、文字間が狭いと読みづらくなってしまいます。余白を作ることにより、読みやすい印刷物になります。

そ の 他 の 注 意 点

- 難しい漢字、読みにくい人名や地名、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用する場合には、注釈をつけましょう。
- 定着していないカタカナ言葉を多用しないようにしましょう。
- 表、グラフ、イラストなどを例示して、やさしくわかりやすい日本語で表現しましょう。

(5) 印刷物作成にあたっての配慮事項

- 聴覚に障害がある人の問い合わせ用に、印刷物には必ず FAX 番号、メールアドレスを記載しましょう。
- 対象者や状況にあわせてその他の媒体も活用しましょう。

高齢者、視覚に障害のある人、文字を読むことが苦手な人などに有効な方法	
拡大文字版	<ul style="list-style-type: none"> ●大きな文字で作成しましょう（A 4判の場合12ポイント以上が望ましい）。 ●拡大印刷したものを用意しましょう（A 4判→A 3判）。
音 声 版	<ul style="list-style-type: none"> ●音声版とは、カセットテープに入力した録音図書のことです。 ●耳からのみで情報を得るので、聞いた時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。
デ イ ジ ー (DAISY) 版	<ul style="list-style-type: none"> ●デイジー版とは、カセットテープに代わるデジタル録音図書のことです。 主な記録媒体は、CD-ROMで、専用の機器やパソコンにソフトウェアをインストールして再生することができます。 <p><デイジー図書の主な特徴></p> <ul style="list-style-type: none"> ●読みたい章や節に目次から飛ぶことができます。 ●1枚のCDに50時間以上も収録が可能です。
音声コード (SPコード)	<ul style="list-style-type: none"> ●紙に掲載された情報を「活字文書読み上げ装置」を利用して音声で聞くことができます。18ミリ角の中に、日本語にして800文字程度の情報が収まります。なお、音声コードの位置をわかりやすくするために、ページの端に切りかきを入れる必要があります。 <p>※ワードで作成することができます。</p>
W e b 版	<ul style="list-style-type: none"> ●区ホームページでは、音声読み上げが可能です。コンテンツを作成する際には、プレビュー画面で音声読み上げ結果を確認しましょう。 <p>※区ホームページは、アクセシビリティ・サポーター「Zoom Sight」により、音声読み上げ以外にも、文字拡大、るびの装飾（ふりがな・ローマ字）、カラー変更が可能です。</p>
点 字 版	<ul style="list-style-type: none"> ●点字により情報を伝えます。ただし、点字文章にすると量が増えます。 <p>※点字を読むことのできる人は、視覚に障害がある人のうち約10%といわれています。</p>

4 カラーユニバーサルデザイン

(1) カラーユニバーサルデザインとは

色覚（色の感じ方）は、味覚や臭覚と同じように人それぞれに違いがあります。このため、見分けやすくするためにつけられた色使いが、かえって見分けにくくなり、情報を正確に受け取れない人たちがいます。また、老化や疾病などにより色の感じ方が変化するケースもあります。

できるだけ多くの人にわかりやすく正しく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」といいます。

(2) カラーユニバーサルデザインの重要性

カラー印刷の発達やパソコンの普及などにより、数年前までは白黒が当たり前だった印刷物がみるみるカラフルになり、多くの色を使って情報を伝える機会が増えています。しかし、一方で色を見分けにくい人にとっては、情報を読み取りにくくなり、かえって不便を感じています。カラーユニバーサルデザインは、色の見え方・感じ方の多様性に配慮した色の使い方をするものづくりであり、このような状況を解決するための重要な取組です。

さまざまな印刷物を作成する私たちにもカラーユニバーサルデザインに配慮し、上手に色を使ってわかりやすく正確に情報を伝えていくことが求められています。

(3) 色弱者とは

色覚は、人によって異なります。

このガイドラインでは、一番多い色覚タイプを「一般色覚者」と呼び、一般色覚者以外のタイプを、色への配慮が不十分な社会における弱者として「色弱者」と呼びます。

色弱者は日本では、男性の20人に1人、女性の500人に1人の割合で、日本人全体では約320万人いるといわれています。

<色弱者のタイプ>

色覚タイプ		頻度 (男性)	色の感じ方
P型	赤の感度が低い	約 1.5%	○赤味と緑味が同じ色に見えやすい。 ○明度差の低い色同士が同じ色に見えやすい。 ○濃い色同士の色が同じ色に見えやすい。 ○淡い色(彩度の低い色)同士の色が同じ色に見えやすい。 ○青と黄色は識別しやすい。
D型	緑の感度が低い	約 3.5%	< P型とD型の大きな違い > ○P型は赤が暗く見えて、黒との区別がつきにくい。 ○D型は、赤と黒の区別がつきやすい。
T型	青の感度が低い	約 0.001%	○青味の識別が難しい場合があり、青と緑が同じ色に見えやすい。
A型	3種類の錐体細胞すべての感度が低い	約 0.001%	○色を明暗でしか感じるができない。

※このガイドラインでは、監修を行う CUDO の色覚タイプ (P型・D型・T型・A型) の呼称を使用しています。

<色の感じ方の違い>

眼の網膜上には、赤、緑、青をそれぞれ感じる3種類の錐体細胞があります。いずれかの細胞がうまく機能しないことにより特定の範囲の色の差を感じにくくなり、異なる色に感じる場合があります。

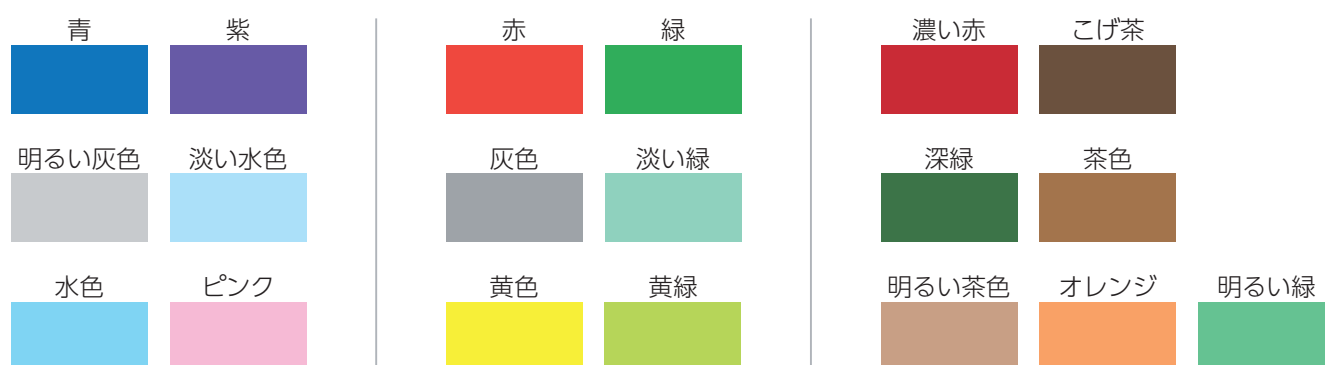
(4) 色弱者が不便を感じる例

- ①色分けされた情報が伝わりにくい。
色の組合せにより、グラフなどわかりやすく色分けしたはずの情報が、逆に伝わりにくい場合があります。
- ②強調のために使用される赤文字が目立たない。
色覚タイプによっては、赤色が暗く見え、強調のためによく使用される赤文字が黒文字の中にあっても、目立たない場合があります。
- ③色の名前の把握が難しい。
申請書や案内表示など、色名を用いて案内された場合、どの色が案内された色なのか判別がつかない場合があります。

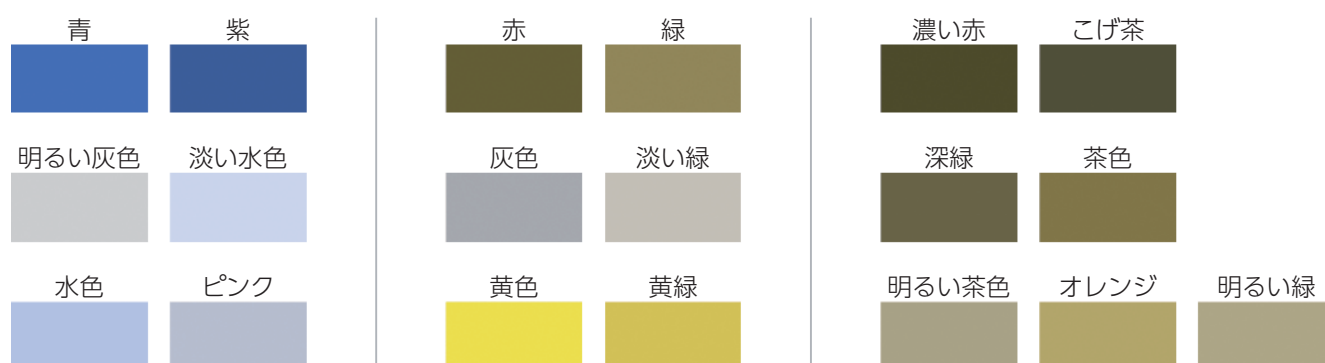
(5) 色弱者の色の感じ方のシミュレーション

一般色覚者には見分けやすい配色でも、色弱者には見分けにくい色の組合せがあります。どのような色が見分けにくいのかを、下記で確認し、配色をする際の参考にしてください。

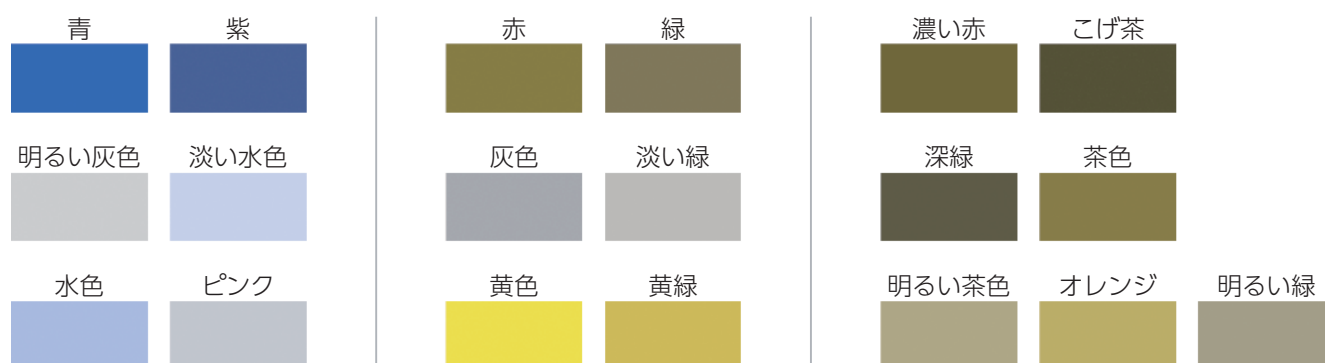
●一般色覚者（C型）の色の感じ方



●P型の色の感じ方



●D型の色の感じ方



※上記の色は、印刷可能な範囲で再現しています。

※色の見分けにくさを再現したもので、色弱者にとって何色に見えるかを表したものではありません。また、色の見え方・感じ方は人によって異なります。

(6) カラーユニバーサルデザインの3つのポイント

ポイント①

できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

①色を変える。

- 色を組み合わせるときは、明度(※1)の「高い色」と「低い色」、彩度(※2)の「高い色」と「低い色」を合わせると見分けやすくなります。

※1 色の明るさの度合い。黒に近づくほど明度が低く、白に近づくほど高い。



※2 色の鮮やかさの度合い。原色のように白や黒を含まない色ほど彩度が高い。



- 強調のためによく使われる赤文字は、黒文字と混同しやすいため、赤だいたいを使用すると見分けやすくなります。

②色の濃淡・明暗の差(コントラスト)をつける。

背景と文字の色に明暗の差(コントラスト)をつけると見分けやすくなります。同系色の場合も濃淡の差をつけるだけでも見分けやすくなります。

ポイント②

色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする。

①文字や線を太くする。

色の見分けは、細い線など面積が狭いほど色弱者や高齢者にとってはわかりにくくなり、太い線など面積が広いほどわかりやすくなります。また、強調したい文字に下線を引くのも効果的です。

②ハッチング(模様)をつける。

地図やグラフなど塗りつぶす面積が広い場合は、色だけでなく点網掛けや線網掛けなど(ハッチング)をつけると情報が伝わりやすくなります。

ポイント③

色の名前を用いたコミュニケーションを可能にする。

「ピンク色の申請書にご記入ください」など、色名を使ってコミュニケーションをとることが予想される場合は、申請書などに色名を記載しコミュニケーションをとりやすくします。

白黒コピーをしても情報が読みとれる状態にしましょう。

具体例① 文字の強調

(問題点) 強調のために使用している「赤文字」が「黒文字」と見分けにくい。

一般色覚者
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

色弱者(P型)
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

ポイント①

できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

- 「赤文字」を「赤だいたい」にすると「黒文字」と見分けやすくなります。

一般色覚者
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

色弱者(P型)
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

ポイント②

色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする。

- 「赤文字」を使用する場合は、別の要素をプラスすることで、強調していることを表現します。
- 文字を太くする、下線を引くなどして強調します。

一般色覚者
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

色弱者(P型)
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

- 書体を変えて強調します。

一般色覚者
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

色弱者(P型)
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

- 白抜きにする

一般色覚者
の感じ方

注意事項を
よくお読みください。

色弱者(P型)
の感じ方

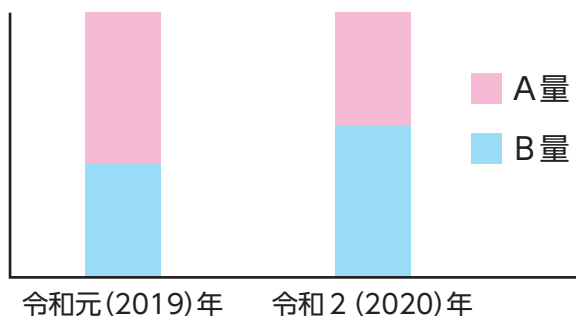
注意事項を
よくお読みください。

具体例② グラフ

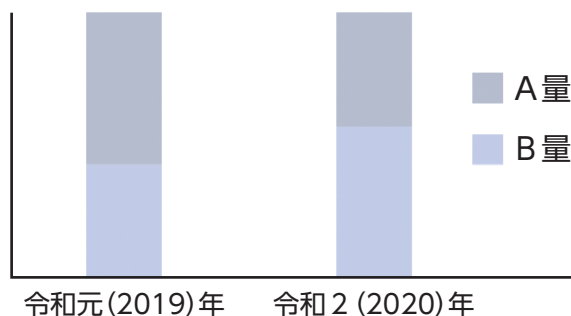
(問題点) A量とB量の境界がわかりにくい(彩度の低いパステル調の色同士は異なる色であっても、見分けにくい)。

※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。

一般色覚者の感じ方



色弱者(P型)の感じ方

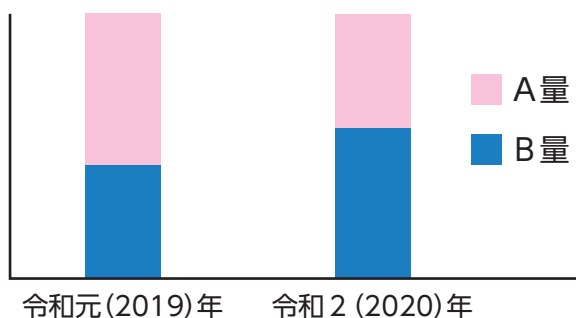


ポイント①

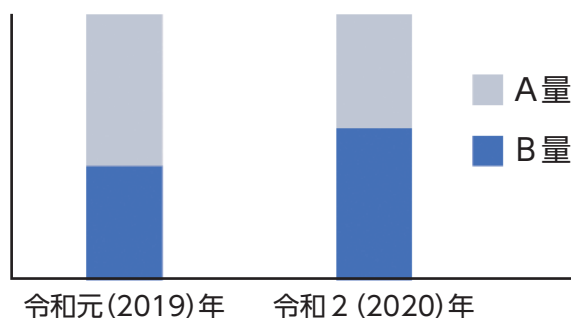
できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

- 彩度と明度に差がある色を組み合わせ、色のコントラストをつけます。

一般色覚者の感じ方



色弱者(P型)の感じ方

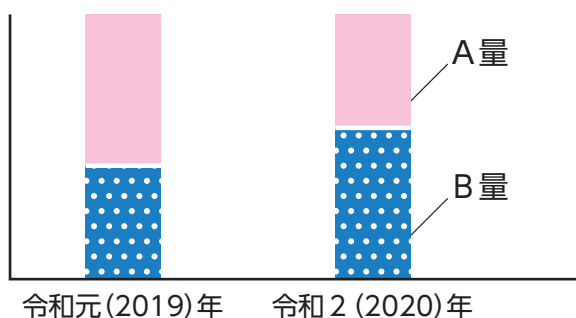


ポイント②

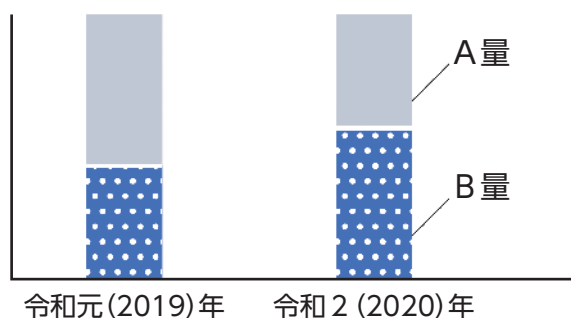
色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする。

- 点網掛けや線網掛けなど(ハッチング)を使用し、違いを表します。
- 領域の境界を罫線や空白で分けします。
- 凡例は、各領域に記入するか各領域を指し示します。

一般色覚者の感じ方



色弱者(P型)の感じ方



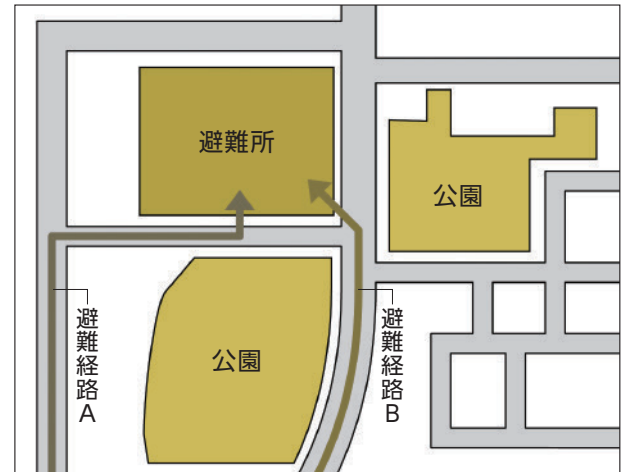
具体例③ 地図

- (問題点)
- 避難所「オレンジ」と公園「黄緑」が同じように見える。
 - 避難経路の線が同じような色に見える。

一般色覚者の感じ方



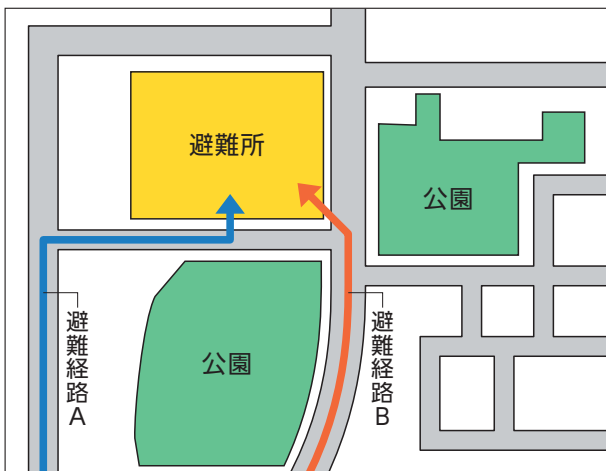
色弱者(D型)の感じ方



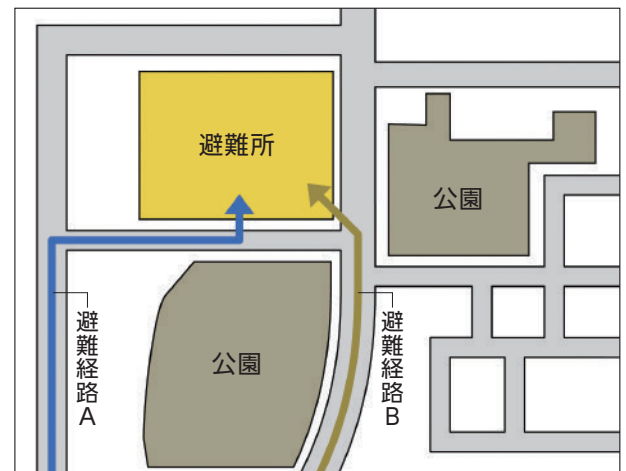
ポイント① できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

- 避難所の「オレンジ」を「暗い黄色」に、公園の「黄緑」を「明るい緑」に変えます。
- 避難経路の「暗い緑」を「青色」に、「赤」を「赤だいたい」に変えます。

一般色覚者の感じ方



色弱者(D型)の感じ方

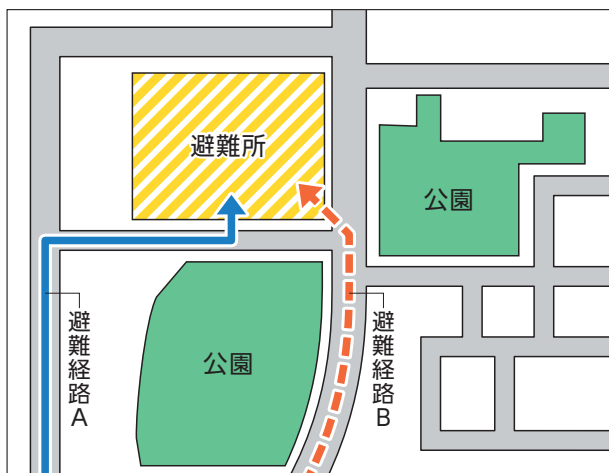


ポイント②

色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする。

- 避難経路の線種を変え、縁どりをつけます。
- 避難所に線網掛けをします。

一般色覚者の感じ方



色弱者(D型)の感じ方



ポイント③

色の名前を用いたコミュニケーションを可能にする。

- 利用者が色名を使ってコミュニケーションをとることが予想される場合、色名を併記します。

一般色覚者の感じ方



色弱者(D型)の感じ方



具体例④ カレンダー

(問題点) 休日と平日が見分けにくい。

一般色覚者の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

色弱者(P型)の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

ポイント①

できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

- 「赤文字」は、「黒文字」と見分けにくいいため、「赤だいたい」を使用します。
- 土曜日の「青色」は、濃すぎると平日の「黒」と見分けにくくなるため、明るい青を使用します。

一般色覚者の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

色弱者(P型)の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

ポイント②

色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする。

- 休日に「赤色」を使用する場合には、四角で囲む、下線を引くなど平日と区別し見分けやすくします。

一般色覚者の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

色弱者(P型)の感じ方

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

(7) 色の選び方・組み合わせ方のポイント

見分けやすい色の組み合わせ

- 「濃い赤」は「黒」や「こげ茶色」と見分けにくい。
 ➔ 「赤」と「黒」を合わせて使用する場合は、「赤だいたい」や「オレンジ」を使用する。

	C型	P型	D型
濃い赤			
黒			
こげ茶			



(改善例)

	C型	P型	D型
赤だいたい			
オレンジ			

- 「暗い緑」は「赤」や「茶色」と見分けにくい。
 ➔ 「緑」を使用する場合は、「明るい緑」や「青みの強い緑」を使用する。

	C型	P型	D型
暗い緑			
赤			
茶色			



(改善例)

	C型	P型	D型
明るい緑			
青みの強い緑			

- 「紫」は「青」と見分けにくい。
 ➔ 組み合わせる際は青を「明るく鮮やかな青」にして、紫を「赤紫」にする。

	C型	P型	D型
青			
紫			



(改善例)

	C型	P型	D型
明るく鮮やかな青			
赤紫			

- 「淡い灰色」と「淡い水色」と「淡いピンク」（彩度の低いパステル調の色同士）は見分けにくい。

➔ 彩度の「高い色」と「低い色」、明度の「高い色」と「低い色」、「暖色系」と「寒色系」を組み合わせる。

(改善例)

	C型	P型	D型
淡い灰色			
淡い水色			
淡いピンク			

➔

	C型	P型	D型
青			
茶色			

- 「黄色」と「黄緑」は、見分けにくい。

➔ 同系色を組み合わせる場合は、濃淡・明暗の差（コントラスト）をつける。

(改善例)

	C型	P型	D型
黄緑			
黄色			

➔

	C型	P型	D型
暗い黄緑			

背景色

次ページ参照

- 背景と文字には、はっきりとした明暗の差（コントラスト）をつけましょう。
- 白い背景の上の細い線や文字には「黄色」や「水色」を使用しないようにしましょう。
- 「赤文字」の背景に、「黒」「青」「緑」色を合わせると非常に読みにくいです。
➔ 濃い色を背景に使用する場合は、文字色を「白」「黄色」「クリーム色」などにし、明暗の差（コントラスト）をはっきりさせましょう。

< 見分けにくい色の例 >

文字の色と背景の色に明暗の差（コントラスト）がないため、色を見分けることができない人がいる可能性があります。文字が読みにくいまたは文字が書かれていることに気づかないといった問題が起きます。



< 見分けやすい色の例 >

背景の色と文字の色には、はっきりした明暗の差（コントラスト）をつけます。暗い色の背景には明るい色を文字に使用し、明るい色の背景には暗い色の文字を使用します。



※見分けにくい色を合わせて作成する場合、文字に白や黒の縁をつける方法があります。

(8) カラーユニバーサルデザイン取組にあたっての配慮事項

- 色の見え方・感じ方は、一様でないことを常に意識しましょう。
- 色の名前を使ってのコミュニケーションは、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。
- 色の違いだけでなく、明度（明るさ）や彩度（鮮やかさ）の違い、書体（フォント）、太字、下線、囲み枠、ハッチング（模様）など、別の要素をプラスして、色を頼らなくても情報が得られるように工夫しましょう。
- 線や文字に色をつけるときは、色の区別がつきやすいように太文字、大きい文字を使いましょう。
- 色別の申請書などを提出してもらう場合は、色名を記載しましょう。
- 「明るい黄色」は、白内障の人には「白」や「クリーム色」と見分けにくいいため、背景と文字の色を選ぶときは合わせて使用しないようにしましょう。

印刷物を作成委託する際の仕様書について

印刷物の作成、印刷などを外部委託する際には、仕様書に、「印刷物のフォント・配色については、印刷物のユニバーサルデザインガイドライン（練馬区）に準拠すること」など、ユニバーサルデザイン、カラーユニバーサルデザインに配慮する旨を盛り込みましょう。

※所管課で印刷物の原稿（配色などデザインを含む）を作成した上で外部委託する際には、この「印刷物のユニバーサルデザイン（UD）ガイドライン」を参考に原稿を作成しましょう。

カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット ver. 4

概要版

2018年4月 改定
※無断修正・転載禁止

多様な色覚に配慮し、色で情報を伝えるためのカラーパレットです。
塗装・印刷・画面表示の用途別にご活用ください。

色名	日塗工色票番号 (参考マンセル値)	C,M,Y,K値 R,G,B値	塗装用：日塗工色票番号／参考マンセル値 印刷用：CMYK値(4色プロセスカラー印刷、Japan Color準拠) 画面用：RGB値(sRGB準拠ディスプレイ)	※Ver.3から数値を一部変更しました。
----	----------------------	--------------------	---	----------------------

アクセントカラー

サイン・グラフなど小面積を
目立たせる高彩度色

赤	J08-50V (8.75R 5/12)	0,75,90,0 255,75,0
黄色	J27-85V (7.5Y 8.5/12)	0,0,100,0 255,241,0
緑	J46-60T (6.25G 6/10)	75,0,65,0 3,175,122
青	J72-40T (2.5PB 4/10)	100,45,0,0 0,90,255
空色	J69-70P (10B 7/8)	55,0,0,0 77,196,255
ピンク	J02-70T (2.5R 7/10)	0,55,35,0 255,128,130
オレンジ	J15-65X (5YR 6.5/14)	0,45,100,0 246,170,0
紫	J89-40T (10P 4/10)	30,95,0,0 153,0,153
茶色	J09-30H (10R 3/4)	55,90,100,0 128,64,0

代替色：塗装用のみ

代替黄	J27-90P (7.5Y 9/8)	
代替緑	J45-60L (5G 6/6)	

アクセントカラーが鮮やかすぎる場合に
使えるやや彩度を落とした色です。

- ※色の組み合わせやサイズによって、見分けやすさは異なります。
- ※多くの色数を用意したため、比較の見分けにくい組み合わせも一部含まれます。
- ※色の感じ方の個人差や照明条件によって、見分けやすさには差が生じます。
- ※本配色セットの色とそれ以外の色を組み合わせる場合は、別途見分けやすさの検証が必要になります。
- ※本配色セットは、今後ユーザーからのご意見を参考に更新する可能性があります。

ベースカラー

案内図・地図など広い面積の
塗り分けに用いる低・中彩度色

明るいピンク	J05-80L (5R 8/6)	0,25,15,0 255,202,191
クリーム	J25-90H (5Y 9/4)	0,0,40,0 255,255,128
明るい黄緑	J32-80P (2.5GY 8/8)	25,0,80,0 216,242,85
明るい空色	J69-80H (10B 8/4)	30,0,0,0 191,228,255
ベージュ	J19-75L (10YR 7.5/6)	0,25,45,0 255,202,128
明るい緑	J42-70H (2.5G 7/4)	45,0,45,0 119,217,168
明るい紫	J82-70H (2.5P 7/4)	25,30,0,0 201,172,230

無彩色

白	JN-93 (N 9.3)	0,0,0,0 255,255,255
明るいグレー	J75-80B (5PB 8/1)	15,10,10,0 200,200,203
グレー	J75-50C (5PB 5/1.5)	18,10,0,55 132,145,158
黒	JN-15 (N 1.5)	50,50,50,100 0,0,0

文字や細い線の印刷に用いる黒は、
版ズレを考慮してC,M,Y,K=0,0,0,100を
ご指定ください。

比較の見分けやすい組み合わせ

アクセントカラー	塗装	印刷	画面
6色 オレンジ 黄色 緑 青 空色 茶色	○	○	○
赤 オレンジ 黄色 緑 青 空色			○
赤 オレンジ 黄色 緑 紫 空色			○
赤 黄色 緑 青 空色	○	○	○
オレンジ 黄色 緑 空色 紫	○	○	○
5色 オレンジ 黄色 緑 空色 茶色	○	○	○
オレンジ 黄色 青 空色 茶色	○	○	○
黄色 青 ピンク 空色 茶色	○	○	○
赤 黄色 緑 空色	○	○	○
赤 黄色 青 空色	○	○	○
4色 赤 緑 青 空色	○	○	○
オレンジ 黄色 紫 空色	○	○	○
オレンジ 緑 紫 空色	○	○	○
黄色 紫 空色 ピンク	○	○	○

ベースカラー	塗装	印刷	画面
4色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑 明るい空色	○		
明るいピンク クリーム 明るい空色 明るい紫			○
ベージュ クリーム 明るい空色 明るい紫			○
明るいピンク クリーム 明るい空色	○	○	○
明るいピンク クリーム 明るい紫	○	○	○
3色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑	○		
クリーム 明るい緑 明るい空色	○	○	○
クリーム 明るい緑 明るい黄緑	○	○	○
クリーム ベージュ 明るい空色	○		○
クリーム ベージュ 明るい紫	○		○

アクセントカラー×ベースカラー	塗装	印刷	画面
オレンジ 黄色 青 茶色 明るい緑 明るい空色	○	○	○
オレンジ 緑 空色 茶色 明るいピンク クリーム	○	○	○
オレンジ 緑 茶色 明るいピンク クリーム 明るい空色	○	○	○
オレンジ 緑 茶色 明るいピンク クリーム 明るい紫	○	○	○
オレンジ 青 空色 茶色 明るいピンク クリーム	○	○	○
6色 オレンジ 青 茶色 明るいピンク クリーム 明るい空色	○	○	○
オレンジ 青 茶色 明るいピンク クリーム 明るい紫	○	○	○
オレンジ 青 茶色 クリーム 明るい緑 明るい空色	○	○	○
青 空色 ピンク 茶色 クリーム 明るい黄緑	○	○	○
青 空色 茶色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑	○	○	○
赤 緑 空色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑	○	○	○
赤 青 空色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑	○	○	○
緑 空色 茶色 明るいピンク クリーム 明るい黄緑	○	○	○

※塗装用、印刷用、画面用は媒体ごとの色再現特性に応じてそれぞれ色合いを
調整しているので、色調は微妙に異なります。

※上記の色はイメージです。正確な色見本は、塗装用は日本塗料工業会発行のJPMA
塗料用標準色(2017年J版)、印刷用は『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(第2版)』の冊子をご覧ください。

※CMYK値は標準的なコート紙でのJapan Color 2011準拠のオフセット印刷、RGB値は
sRGB規格でキャリブレーションした液晶ディスプレイでの表示色を基準に値を設
定しています。それ以外の紙質・印刷条件やキャリブレーションされていない表示機
器では、大きく色が異なる場合がありますのでご注意ください。

本配色セットは、カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット制作委員会(※)が共同で研究・開発しました。 ※ケルン大学・東京大学 伊藤啓／一般社団法人日本塗料工業会(JPMA)／DIC株式会社・DICグラフィックス株式会社・DICカラーデザイン株式会社／特定非営利活動法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)／石川県工業試験場 前川満良
詳細や使用方法をまとめたガイドブックを発行しています。PDF版ダウンロードや最新情報はホームページをご覧ください。http://www.cudo.jp/colorset/

NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO）のホームページでは、カラーユニバーサルデザインの取組の参考となる様々な情報が紹介されています。

インターネット で <http://www.cudo.jp/>

印刷物のユニバーサルデザイン（UD）ガイドライン

～練馬区からの情報をわかりやすく伝えるために～

平成27（2015）年9月 発行 令和2（2020）年2月 改定

練馬区区長室広聴広報課

住 所 〒176-8501 練馬区豊玉北6-12-1

電 話 (03) 5984-2694

F A X (03) 3993-1194

メールアドレス KOCHOKOHO@city.nerima.tokyo.jp

練馬区ホームページ <https://www.city.nerima.tokyo.jp/>

協力・監修：NPO 法人カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO）

出典：わかりやすい印刷物のつくり方～ユニバーサルデザインの視点から～（横浜市）

リサイクル適性 
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

UD
FONT
by MORISAWA

見やすいユニバーサル
デザインフォントを
採用しています。

チェックリスト

1	多様な読者に配慮して印刷物を作成している。	
2	目的を明確にして印刷物を作成している。	
3	文字の大きさ、字体、字間・行間・余白は適切である。	
4	伝わりやすく表現している。	
	(1) 文章は、正確にわかりやすく整理している。	
	(2) 難しい漢字、読みにくい人名や地名、漢字には、ふりがなをつけている。 難しい言葉、カタカナ語や外来語には、注釈をつけている。	
	(3) 強調文字や表、イラストなどを適切に使用している。	
5	色弱者への配慮	
	ポイント① できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ	
	(1) 背景と文字には、はっきりとした明暗の差（コントラスト）をつけている。（P.16、17参照）	
	(2) 彩度差と明度差をつけて、色を組み合わせている。	
	(3) 同系色を組み合わせる場合は、濃淡・明暗の差（コントラスト）をつけている。 〈事例〉 ① 黄色と黄緑 ② オレンジ色と黄色	
	(4) 見分けやすい色を使用している。（P.8、9、15、16参照） 〈事例〉 ① 赤は、濃い赤ではなく、赤だいたいやオレンジ色を使用している。 ② 緑は、暗い緑ではなく、明るい緑、青味の強い緑を使用している。 ③ 紫は、青と見分けにくい。明るく鮮やかな青と赤紫を使用している。 ④ 明るい黄色は、白色やクリーム色と組み合わせ使用していない。	
	ポイント② 色を見分けにくい人にも情報が伝わるようにする	
	(1) 色つきの文字や線は、太くしている。	
	(2) 色だけではなく、ハッチング（模様）を併用している。	
	(3) 線は色だけに頼らず、実線、点線など様々な線種を組み合わせている。	
	(4) 白黒コピーをしても内容が理解でき、情報を正確に受け取ることができる。	
	ポイント③ 色の名前を用いたコミュニケーションを可能にする	
	色名を使ってコミュニケーションをとることが予想される場合は、印刷物に色名を記載し、コミュニケーションをとりやすくしている。	