

第12回
企業インタビューThe 12th Interview
with a Corporation

◆インタビューア—

—編集委員—

和泉 志穂
松田 博子

信頼と情熱「アートが変わる」

Credibility, Reliability, and Passion “ART Innovation”

株式会社NHKアート

今回は、日本放送協会（NHK）の関連団体で唯一の総合美術会社である株式会社NHKアート様にオンラインインタビューをさせていただきました。『色彩学』2巻1号（2023年2月号）に続き、カラーユニバーサルデザイン（Color Universal Design, 以下CUD）に特化した内容をのしほり、報道部門とデジタル・グラフィック部門の4名の方にお話を伺いました。実際に放送業界ではどのようなかたちでCUDに取り組まれているのかなど、実例を提示して頂きながら、詳細にお話を伺うことができました。視聴者の命と暮らしを守るために情報を発信されている責任感、さまざまな色覚の方にも分かりやすく伝えたいという思いを実現するためのたゆまぬ努力、CUDの推進、テレビ独特の課題などをお伝えします。若きデザイナーの仕事に対する情熱がこちらにも強く伝わってくるインタビューとなりました。

■株式会社NHKアート



番組美術だけでなく、イベントやホール運営などさまざまなフィールドのコンテンツを、企画からアウトプットにいたるまで、ワンストップで提供・プロデュースする、NHKグループ唯一の総合美術会社です。NHKのテレビ番組の美術制作（美術制作進行、大道具等の製作・運用、装置、装飾、衣装、メイク、かつらなど）、CG映像・VFX・バーチャル映像やグラフィックス等のデザイン制作、WEB・アプリなどのデジタルコンテンツ制作や、ロゴやブランディングなどのデザイン・ディレクション、博物館や美術館などの文化施設、展示会やイベント等の企画、制作、設計・施工、運営、演出などのトータルプロデュース、NHKホールをはじめ全国11のホール・会館の舞台・照明・音響機器等の操作・運営管理、映像収録・配信なども行います。

【ご出席者】

くろいわ まりこ
●黒岩 真理子氏
美術ディレクター

多摩美術大学卒業後、デザイナーとしてNHKの番組制作に関わり、2012年株式会社NHKアート入社。NHKスペシャル『MEGAQUAKE 大地震』や『ゴズミックフロン』などのCG制作に携わる。現在は報道部門にて、災害・気象情報画面を中心に日々のニュースなどのUD対応を行っている。色彩検定UC級、ユニバーサルデザインコーディネーター準2級資格保有。


なかがわ ちひろ
●中川 千尋氏
美術ディレクター

ロンドンのセントラルセントマーチンズカレッジ卒業。2013年に株式会社NHKアート入社以来、報道部門でニュースグラフィックデザインに携わる。NHK気象情報を中心とした放送画面のUD対応にも取り組んでいる。色彩検定1級・UC級、ユニバーサルデザインコーディネーター準2級資格保有。特技はフルート演奏。二児の母。


なかむら しんいち
●中村 慎一氏
美術ディレクター

1976年生まれ。神奈川県出身。2016年入社。デジタル・グラフィック部門所属。『クローズアップ現代』『うたコン』『NHK全国学校音楽コンクール』等を担当。わかりやすい配色・デザインを心掛け日々の業務に従事。三人の子どもの父。


うしじま りさ
●牛嶋 李紗氏
美術ディレクター

多摩美術大学卒業後、2016年株式会社NHKアート入社。報道部門を経て、現在はデジタル・グラフィック部門にてさまざまな番組のアートディレクションを担う。最近ではオリンピック・パラリンピック関連番組の放送画面デザインや『NHK紅白歌合戦』のテロップ・CGデザインなどを担当。今年4月にUDに配慮しリニューアルされた『NHK NEWS』デザイン統一フォーマットの制作に携わる。趣味は野鳥観察で各地を遠征中。





御社の理念について教えてください

一昨年創立60周年を迎え、一番に掲げたのが「信頼と情熱」です。60年を越える歴史と、テレビ美術の伝統によって育んできた「信頼」を基盤に、社員一人ひとりが「情熱」を持ち、視聴者のみなさまに届くコンテンツをより魅力あるものにするべく、多様な創意を發揮して社会への貢献を行っています。

また、多様化する社会や時代の変化に向き合い、持続可能で新たな価値を創造し続ける体制を構築し、総合美術会社として放送文化の発展を支え、時代に合わせた質の高い映像美術の追求を続けるため、アートビジョン2021-2023「アートが変わる」を掲げ挑戦を続けています。今日お話すようなユニバーサルデザイン(以下UD)やSDGsにも取り組んでいます。



カラーユニバーサルデザインの取り組みについてお聞かせください

【取り組みの経緯】

視聴者からの「見えにくさ」等のご意見が比較的ダイレクトに伝わる報道部門では、デザイナー個人の取り組みとして数年前からCUD対応を手探りで始めていました。例えば、選挙の開票結果の報道画面で当選政党を地図ベースで表示した時に色が乱立してわかりにくくなりがちなことや、気象情報の画面の見えにくさのような、生活の不便さに直結する場合、体系的な知識の裏付けをもってデザインに生かす必要性を感じていました。CUDに特化した色彩の知識を得ることで、業務の幅も広がるのではないかの思いから、黒岩・中川が「色彩検定®UC級」を取得しました。得た知識をもとに業務への展開が広がっていきました。

報道部門以外にもそれぞれの現場でUDの取り組みの必要性を感じていたことから、会社全体として足並みを揃えようという機運が高まり、2021年に「NHK



社内CUD勉強会、UDコーディネーター資格講座の様子

アートUD推進ワーキングチーム」が発足しました。現在3年目で、まだまだ発展途上ではありますが、イベントでの会場の装飾、デザインの提案など、報道以外の分野でも会社全体にCUD、UDの取り組みの輪が広がっています。

【会社全体の取り組み】

UD推進ワーキングチーム主催の勉強会などを開催しています。その一環として、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(以下CUDO)の伊賀公一様にご登壇いただき、CUD勉強会を3回開催しました。また、「メディアにおけるユニバーサルデザインハンドブック ビジュアル編」をNHKと協働で企画・制作し、自社内だけではなくNHK全体のUD意識の醸成、スキル向上に取り組んでいます。ハンドブック制作と並行し、伊賀様を招きNHK全体向けのCUD勉強会も2度開催しました。

また、NHKの気象情報画面のリニューアルにとともない、凡例・データ表示の配色において、気象庁のHP用推奨配色をベースとしながら、テレビ放送独特のスタジオ照明、スタジオ内のモニタの輝度や反射を考慮するため検証を複数回実施し、独自の配色セット



検証作業の様子

を設定しました。見え方の検証では、伊賀様はじめ局内の色覚障がい当事者や幅広い年齢層の方にご協力いただきました。

【報道部門での取り組み】

報道部門内のスタッフ研修カリキュラムにCUD項目を組み込み、新規メンバーの知識向上に取り組んでいます。報道部門内におけるバリエーションや色のシミュレーターアプリ、Adobe®ソフト内のシミュレーション機能などのツールの紹介、利用促進を行っています。

例えば、色覚障がいを持つ方にとって区別しにくい色の組み合わせを番組制作側が希望する場合は、できる限り明度や色相差をつけるなど可能な範囲の対処法を提案し、世界観を崩さないように注意して制作し

ています。さらに、スタッフ一人ひとりに Photoshop® や Illustrator® に入っている色覚シミュレーターの活用を促したり、納品前に美術ディレクターが可能な限りチェックするようにするなどの取り組みを行っています。

【グラフィック部門での取り組み】

報道部門とはほぼ同時期に始めました。バラエティ番組などはあまり UD を気にしすぎるとその番組独特の印象や世界観が出しにくくなるという別の問題も生まれてきますので、正確に情報を伝えるための配慮を行いつつ、折衷といえますか、垣根を越えて報道部門と両部門で UD を上手く使えるようなものを探りながらハンドブックも作成中です。



CUD の放送業界ならではのご苦労はありますか？

私たちがやらなければと思い始めた頃、業界での CUD の取り組みはあまり進んでいませんでした。どこかを参考にしようと思っても前例がなく、本で調べても放送画面に特化したものがありませんでした。

放送画面はテレビの種類やタブレット端末など見る媒体によっても色が変わってしまいますし、画面の大きさも異なります。

また、NHK が長く放送を続けている中で、見慣れた色、色に意味を持たせたままずっと使用してきているものもあります。特に報道では、表現の仕方が色で決まっていたものがあり、ルールを変えたら逆にわかりにくいのではないかと、変えることに対してすごくハードルが高かったです。

気象情報で使用している気象情報画面も、何十年も運用してきた中で、視聴者が見慣れていることもあり、凡例や背景の配色などのデザインもずっと変わっていませんでした。

しかし、最近では番組関係者の中からも、「自分が色覚障がいを持っていて見づらいので改善して欲しい」という意見もあり、CUD が普及しはじめ、個人として声をあげやすい環境になってきていることから、我々も改善しなくてはいけない立場だと意識が変わってきています。



UD 化の事例：気象情報画面の開発について

【NHK「気象メッシュ」「アメダス 風」画面】

長年使用していた気温画面では、日本地図の陸地の色が緑なのに対して、少し暖かいくらいの気温が黄緑・緑で表示され、暑くなるにつれて赤になり、寒くなるにつれて青になるという表示で、間に緑を挟んだグラデーションでした。CUD の観点から、赤と緑が見分けにくいという問題があり、また黄みがかった背景の色合いも見えにくく、改善が必要でした。CUD による色彩設計を行った新しい気象情報の画面は、これまでよりも多くの人にとって見分けやすいものになったと思います。

気象メッシュなどの画面だけでなく各地の中継画面の下に表示する気温のスーパー、降雪や降水などの画面もリニューアルしました。（詳細画像は、*1 のリンク先画像を参照）

【取り組みの中で大切にしたこと】

NHK の視聴者は年齢層の幅が広く、ご高齢の方も含めどの年齢層の方にもわかりやすい色にすることが大前提にあります。一般的な色覚の方の見えやすさも担保した上で、どのような色覚の方にも受け入れやすい配色を探りました。

NHK 気象班も CUD に賛同してくださり、予報士の方のご意見もいただけるようになり、その都度反映しました。それぞれの理解を得て、綿密にやりとりを繰り返したことが良かったと思います。

【照明を当てると色が変わる】

スタジオのモニタに映した映像をカメラで撮る演出（再撮）と、直接画像を送出する演出では色の見え方に大きな差があります。気象庁が出しているホームページ用の配色リストを参考にして数値を入れてみましたが、スタジオのモニタで照明を当てた時に、一部の色が白っぽくなってしまいました。照明を当てた時にかなり色が変わるという現象は、テレビ独特の難しさだと思います。

黄のグラデーション、水色も薄いグラデーションは白っぽく見えてしまいました。黄と青というのは、CUD の観点ではぜひ使いたい色ですが、実際使用できる色の幅が狭くなるのが難点でした。青では、「水色」「青」「紺」と言える範囲から 1 色ずつくらい、黄も

「クリーム色」「黄」「濃い黄」、次は「オレンジ色」くらい濃い色でないと表現ができないといったように、それぞれ3色程度までしか使えないなど、モニタの制約で使える色がとても少なかったのです(*1「照明がなく直接見た様子」「照明がありカメラで写された様子」の図を参照)。

何回もスタジオに足を運んでは、照明下でどんな色に見えるのかを検証して、色覚の異なる方にも実際に確認してもらいました。

【色名の検討】

実際にニュース内で気象情報を説明する気象予報士にとっての、色の説明のしやすさも課題になり、口頭でしっかり伝えることができる色、色の名前を呼んで人に伝わる色を使用するという事に注意を払いました。

例えば、気象庁の配色リストでは青が多く、見やすさの点からも青のグラデーションを使用したいと考えましたが、青の呼び分け方が難しく、さらに検討が必要でした。他にも、多くの人が紫とってくれる色かどうか、青と間違えないかどうかなど、呼び分けができる色で表現可能な色という気象予報士の方からの要望や、気温0度から5度にかけては説明しやすいよう必ず白にして欲しいという意見も取り入れました。体感の温度をなるべく維持して、かつ高い温度の色と低い温度の色の見分けもできる方法を探りました。今までの緑の部分を使わないようにすると、夏はかなり赤が目立って感じられる画面になります。冬の温度計では20度以上、夏の温度計では30度以上が紫系の色となるため、体感よりも少し色が強いと感じる方もいます。体感を優先した色と、見分けを優先した色と、どちらがいいのか、何を伝えたいのか、悩みました。

【色選択の工夫点】

選択できる色数が限られるため、斜線やドットを使って描き分けることを試したこともありますが、モアレになったり、ドットを使うと集合体恐怖症の方への配慮なども生じたり、小さい地図では分かりにくくなってしまったりなど、上手くいきませんでした。

また、気温の情報には注意喚起の観点から赤を必ず使用します。そこで大きな変更点として緑を完全に使用しないようにしました。赤のグラデーションが必要になりますが、紫みを強くすると、色覚の特性によっ

ては紺と混同してしまいます。高温を黒にするという案もありましたが、全体が黒で覆われるのはどうかと考えると、黒にならないで色みを保ったまま青にかぶらない紫寄りの赤で暗めの色にする方法をとりました。呼び方は「濃い紫」としました。赤も少し暗くすると血のような色になってしまいます。気温の高い地域に濃い赤～紫が多くなることで、世代によっては戦争などの別のイメージを想起させる場合もあるのではと、単に色だけではなく、そのイメージも、報道ではケアしないといけないと制作しながら思いました。(*1「色の呼び名」の図を参照)。

季節ごとに変えていた日本地図の海の色も、上に乗るアメダスなどのデータの視認性を高めるためにすべて灰みの青に統一しました。

風速を表す気象情報画面も、最も強い風向きを示す矢印を赤で示していましたが、緑の陸地に赤い矢印ではそもそもその場所に矢印があることすら気がつかない方がいることがわかり、背景の日本地図の色を青みの薄紫に変えました。強風を示す赤い矢印の色が沈まず、白い矢印の色がみえるぎりぎりの色を選択した結果です。

こだわったのは、画面右側に表示する凡例を示すパーツの背景色と陸地の色を同じ色で示している点です。今まで凡例が目立つように白や暗い灰色の背景色を使用していましたが、色覚障がいの方々は背景色との差で色を判別していることもあるため、地図で使用している色と矢印の凡例の背景色をセットにして考えるという知識を勉強会などで学びました(NHKアートコーポレートサイト掲載の事例*2参照)。



変更後の視聴者の声は如何でしたか

NHKの「月刊みなさまの声 2022年3月*3」で報道のUD対応への声を取り上げられた際、UDフォントの使用やレイアウトの工夫、気象情報画面のデザイン変更にご好意的なご意見が寄せられ、大変うれしく思いました。一方で、特に気象情報画面に対しては何年も使用したデザインが変わったことによる違和感やわかりにくさ、気温の体感イメージとの違いなどの意見も伺っています。さまざまな意見を真摯に受け止め、今後の制作に活かしていきたいと考えています。



特にCUDを意識している番組について

【NHK ニュース統一フォーマットの開発】

2023年4月から、『NHK NEWSおはよう日本』『NHK ニュース7』『ニュースウォッチ9』などの主要なニュース番組において、「カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット」をベースとした配色統一を行い運用しています。

【開発の経緯】

2022年7月から、NHK本体のデザイン部門と、NHKアートのデジタル・グラフィック部門と報道部門の3セクションで、日本人男性の5%が該当するという色覚障がいのある当事者である全国の視聴者の方々にも配慮し、あまねくNHKニュースを届けられるような形を目指して開発を進めてきました。

番組を見る側はもちろんですが、番組制作サイドの運用のしやすさも同時に考え、スタッフにもヒアリングしながら進めました。NHKのデザイン開発チームによるインタビューの中で、CUDOの伊賀様をはじめとする有識者の方々や、さまざまな年齢層の視聴者の方々に伺ったご意見も参考にフォーマット化*4

しました。

【開発運用の主な内容】

ニュース項目の冒頭に出すタイトルや、小見出し、内容を示す字体は、色とともにUDとしました。文字の赤もCUDのオレンジに寄った赤に変更することで、色覚障がいをもつ方にも識別しやすいような配色に変更しました。画面の下の字幕テロップは、白い文字の背景色として半透明の黒い帯を配置し、白文字を読みやすくなるように工夫しています。コントラストを出すことで、テレビだけでなく、SNSやアプリなど、スマートフォンやパソコンの小さな画面でも視認性が向上しました。

また、これまで各ニュース番組でそれぞれ別の色を使っていたアイコンを、「NHK NEWS」という正方形の青い共通アイコンの常時表示に統一し(*4参照)、視聴者の方々からも、ひと目でNHKニュースであることがわかるようになったという声をいただきました。

ニュースだけでなくエンターテインメントやバラエティなどでも、UDフォントを使用している番組が徐々に増えてきています。例えば『NHK紅白歌合戦』もテロップでもUDフォントを使用するようになりました。SNS上でも話題になったそうです。



NHK ニューステロップ基本色色彩設計



CUDを導入する上で、視聴者側の端末の多様性に対する策などがあれば

視聴環境が多様化しているという認識はあり、小さい表示でも見やすいように意識して、配色設計やUDフォントの利用をはじめ、レイアウトの工夫を行っています。

Webで使うグラフィックを制作する時は、テレビではない端末で視聴されることを意識して、地図などにフラットデザイン(山などのリアルな形状を単色で表現)を多く取り入れ、色が塗られた部分をよりわかりやすくしています。Webの同時配信が始まった段階で、ネットで視聴する人が増えることを意識し、現在ではフラットデザインが主流になってきています。



課題点と今後の取り組みについて

報道部門は24時間365日体制での生放送対応という特殊性から、約150名のメンバーが入れ替わりなが

ら働いています。メンバー全体のUD対応スキルを、いかに平均して向上させていくかというのは大きな課題です。視聴者にとっては一つの『NHK ニュース』であり、日によって対応レベルが違うことは許されません。特に制作時間が極端に短い速報の地図や文字スパーなどにおいても、CUD対応した画面を制作できることが大変重要だと認識しています。

【カラーパレットの制作について】

より円滑な制作体制構築のため、現場の需要に沿った新たなカラーパレットの制作や、地図の塗り分け見本制作などにも取り組んでいます。

今回ご紹介したニュースでは、「東京都カラーユニバーサルデザインガイドライン」に掲載されている「カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット」に準拠した基本色を採用しています。グラフも特に指示がない限りは基本色を使い、強調色として朱色を使ったり、黒と黄の組み合わせを使ったり、組み合わせを限定して使うなど、しっかり取り組んでいるところです。ただ、番組全体のイメージを少し暗いトーンにしたい、少し明るめのポップなニュースなので違う色を使いたいといった要望や、地図の県の色を塗った上でこの市とこの市をそれぞれ違う色に塗り分けるというような対応が必要になる場合もあります。時間勝負の報道の現場の中でいろいろな要望に応えられるよう、基本配色をベースに、番組のイメージも反映して見やすさもキープできるものを何パターンか用意しておこうと取り組んでいます。



御社にとって「色」とはどのようなものですか

公共メディアにとって「あまねく伝える」ために不可欠なツールと考えています。限られた時間で意図を伝えなければいけない「放送」という媒体では、色による情報伝達は大変重要です。

番組やイベントのイメージ、デザインの意図を伝える大切な要素であると同時に、配色一つで視聴者が受ける印象が大きく変わるため、公共メディアとして中立性が求められる政治関係のデザインなどでは特に注意して配色します。

CUDの観点から色だけで伝えることは避けなければなりません、できる限りの注意を払いながら色の

持つ情報伝達力を最大限生かそうと模索しています。

【デザイナーにとって色とは】

黒岩：自分が設定した色が視聴者に届かなければその意味は全く伝わらないという経験が報道では頻繁に起こります。緊急事態が起きてすぐにその情報を出せば多くの方が見てくれるかというところでもありません。しかし、たった一つの差し色を加えるだけで多くの人に届けられる情報があります。制作の場で自分の気持ちを正しく伝えるためにも「色」を使っていきたいと日々思っています。

中川：「早く正確に伝える」ことが命題である報道で、色の効果的な使用は必要不可欠です。数秒の放送の中でパッと印象を伝えなくてはいけないことや、逆に政治関係など、配色によって何かの印象を持たせてはいけない場合もあります。無意識に感じる色の意味を理解し、デザイナーとして印象と見やすさも考慮して、情報伝達の大事な要因としてデザインの中で色を選んで伝えていくというのは、ニュースという媒体ではとても大切だと思っています。

牛嶋：色は人を動かす力を持っているのだと思います。以前、報道部門で津波警報のテロップ開発をしていた際、危険度レベルに応じて何色に設定するかを検証していたのですが、見やすくかつ「逃げなきゃ！」と本能的につき動かされる色を考える必要がありました。色は時にテレビの向こう側の人たちに向けて行動を促す役目を担っています。そのためにどんな色にどんな効果があるか、きちんと理解することが大切かと思っています。

中村：硬めで真面目な印象の番組、やわらかい雰囲気番組など、日々さまざまな番組の対応をしています。番組側の演出意図を汲みつつ、さらに私たちの思いも入れて、ともに色付けをしていこうと思っています。それに加え、伝わりやすさを意識して配色を考えていかなければと思います。

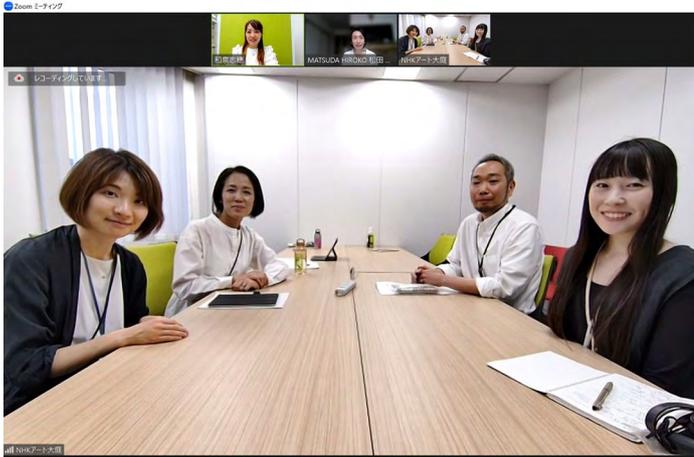


日本色彩学会会員に対して、メッセージをお願いします

私たちは色彩の専門家ではなく一介のデザイナーにすぎませんが、視聴者の命と暮らしを守るための情報を発信しているという責任感を持って、できる限り多くの方に伝わりやすいデザインを追究したい一心で制作に取り組んでいます。しかし方法としては手探り

で、一步一步というところは否めません。

色彩を専門にされている方から、最新の知見のもとにご助言いただけたところがあれば、デザイン制作に生かすことができます。今回このような機会をいただいたことで、終わりのないCUD対応を共に進めるご縁につながりましたら素敵だなと思っています。



オンラインインタビューの様子

取材：2023年6月2日、
東京都NHKアートにて（オンライン形式で）

*1 NHK 広報局 note (2022年3月29日)「気象情報の画面が見やすくなるまで～“ユニバーサルデザインへの道”にゴールはない！」
https://note.com/nhk_pr/n/ne4bc9004a581

*2 NHK ART「気象情報画面リニューアル ユニバーサルデザイン導入」
<https://www.nhk-art.co.jp/work/02/>

*3 NHK「月刊みなさまの声(2022年3月)」
<https://www.nhk.or.jp/css/koe/pdf/2203.pdf>

*4 NHK 広報局 (2023年3月30日)「ニュース番組がユニバーサル・デザインに変わります」
<https://www.nhk.or.jp/info/otherpress/pdf/2022/20230330.pdf>