

第2報 実在の家庭用品表示部に関する検討

○秋月有紀¹ 井上容子² 北川葵³ (奈良女大・院、¹ミサホーム近畿(株))

【目的】実在の家庭用品表示部の明視性について検討し、実験用文書視標で得られた評価図（明視三要素と視力および評価の関係）の実用性について把握する。また明視三要素（背景輝度、文字寸法、文字と背景の対比）以外の文書の物理条件（字間・行間、字体、色）について検討し、明視性に対するレイアウトや色の効果を把握する。さらに明視性評価と読む意欲等の作業心理の関係が実在の視対象でも成立するかを確認する。

【方法】視標面照度30lx下で、実在する家庭用品表示部14サンプルの明視性評価および読む意欲等の作業心理に関する主観評価実験を行う。実験用文書視標並びに色の効果を検討するため、商品サンプルは実在する状態と色情報を削除した無彩色状態の2種類を作成した。被験者は適正な矯正を行っている若齢者10名と高齢者12名である。

【結果】文書の字間・行間や字体が変わると文書の明視性評価は変化する。同じ物理条件の実験用文書視標の評価に対して、無彩色にした場合の家庭用品表示部の評価はほぼ等しく、評価対象となる視点の周辺レイアウトが視点の明視性評価に及ぼす影響は小さいことを確認した。さらに実験用文書視標で作成した明視三要素と個人の視力および明視性評価の関係（評価図：第1報）は、無彩色の実在表示部に適応できることを示した。また実在表示部の色は文字と背景の対比が十分高い場合にその効果を発揮し、背景色によって逆に対比が低くなる場合は評価を低下させることを示した。さらに、実験用文書視標で得られた明視性評価と作業心理の関係は、無彩色の視対象の場合は実空間へも適応できるが、有彩色の場合、誘目性などの評価が異なることを確認した。