

【ポスター発表】

障がい者福祉施設による生産物販売の現状と課題

—千葉県における障がい者福祉施設へのインタビュー調査・質問紙調査から見てきたもの—

○ 淑徳大学 岩井 阿礼 (8390)

キーワード：障がい、授産、販売促進

1. 研究目的

本報告の目的は、障がい者福祉施設による生産物販売の現状を分析し、課題を発見すること、生産・販売活動をよりよいものにする提案を行うことである。

福祉的就労と呼ばれる形で福祉施設内で就労している障がい者の工賃(賃金)は低く、A型事業所・福祉工場で71,513円、B型事業所・授産施設で13,586円である(2012年度、厚生労働省調べ)。もちろん就労のみが障がい者の社会参加の方法ではないし、収入のみが就労の目的でもない。しかし、障がい者福祉施設による生産活動の現状を分析し、課題を発見してそれに取り組むことで生産性を向上させることができれば、工賃の向上という形で就労という経験をより意義深いものに出来ると報告者は考えている。

2. 研究の視点および方法

本報告は千葉市内の障がい者福祉施設に対するインタビュー調査と、質問紙調査から構成されるが、紙面の関係でインタビュー調査については概略的に触れるにとどめ、質問紙調査の結果報告と分析を主とする。

(1) インタビュー調査

調査対象は、千葉市内で生産活動を行っている2つの障がい者福祉施設と、生産活動を行う福祉施設を支援するNPO法人である。2012年5月から7月にかけて、それぞれ1回(2時間程度)ずつ、半構造化されたインタビューを行った。

質問内容は、「施設が生産活動を企画するときの考え方」「施設スタッフが生産活動をどのように捉えているか」、「生産物の購入者は購入をどう捉えていると感じるか」等である。

(2) 質問紙調査

調査対象は、千葉市内の障がい者福祉施設のうち、物品の生産や役務の提供を行っている60施設である。2012年3月に郵送法による質問紙調査を行い、生産活動の内容、販売活動全般(品質、価格、販売の様式、広告)、生産活動の意味づけ、販売主体である福祉施設の側から見た購入者像、必要とする支援について尋ねた。

3. 倫理的配慮**(1) インタビュー調査**

録音の際はインタビュー対象者の許可を取り、テープ起こしをして内容を確認した。対象施設や回答者の特定を避けるため施設名はアルファベット表記とした。

(2) 質問紙調査

自由記述欄を引用する場合は固有名詞をアルファベットにするなどの配慮を行う。

4. 研究結果

(1) インタビュー調査(概要)

①A氏(NPO法人): 福祉に関心のある人だけでなく、一般の市場を開拓することが望まれる。品質表示等のコンプライアンス、顧客目線の商品企画や商品供給の円滑化等、工夫できることは多い。購入者は中高年女性が多く、インターネット販売は成果が上がりにくい。

②B氏、C氏(就労継続支援を行う事業所を運営): 「障がいがあっても/あるからこそ」できることをさがし、作れるものや提供できるサービスを考える。それと同時に、顧客目線・オリジナリティ重視の商品の開発、商品と客層のマッチング、メディア戦略も重要。

(2) 質問紙調査

60施設のうち39施設から回答があった。生産活動の内容は、モノ作り(手工芸品・食品等)、役務の請負、店舗経営等である。販売効率において最も高い評価となったのは「お祭り・バザー等のイベントで販売」、最も低い評価になったのは「インターネットによる販売」であった。価格設定については原価や利益、市場での一般競合品の価格を意識しているという回答が多わりに、商品の品質を「一般の商品と同等」と評価しつつ「一般より安い」価格をとるという回答が多く見受けられた。広報活動は約半分の施設が行っていなかった。

購入者像については、中高年女性が多いとする回答者がほとんどであり、購入意図については、「生産物の品質」と「障がい者支援」が共に高得点であった。生産活動にする悩みで最も得点が高かったのが、「施設利用者の自己実現と工賃向上の折り合い」であり、望まれる支援は福祉施設の製品を扱う「店舗」「イベント」を増やし、「広報活動」を行うということであった。

5. 考察

授産品の品揃えにはどちらかというと女性向けのものが多く、購入者にも女性が多い。これは男性の援助性向が低いために購入者が女性に偏り、男性向けの商品開発が行われてこなかったのか、男性向けの商品が少ないから男性が購入しないのか、今後、調査していく必要がある。若者が購入者となりにくいことも分かったが、その原因を突き止めることは、購入者の先細りを防ぐために重要である。

販売方法はバザーなどの伝統的な対面販売の手法が好まれ、望まれる支援もそれに沿ったものとなっている。インターネット販売は振るわず、ネット販売に沿った販売促進方法を工夫する必要がある。また価格設定や広報活動などには工夫の余地があると言える。

※本報告は、2012年度本報告は、千葉市・大学等共同研究事業「福祉作業所・授産施設等の生産物購入者の意思決定過程に関する調査－購入に影響を与える諸要因の分析－」において収拾されたデータの一部を使用しています。