

【ポスターセッション】

## 授産製品等の販売における ICT 利用形態の類型化の試み

○ 淑徳大学 氏名 岩井阿礼 (会員番号 008390)

新井範子 (上智大学 会員番号 009177)

キーワード3つ：障がい者就労継続支援、工賃向上、ICT

## 1. 研究目的

本研究の主題は、授産製品等の販売における ICT 利用の形態を類型化し、それぞれの類型の課題と可能性について分析することである。ここでいう「授産製品等」とは、障がい者就労継続支援 A 型事業所・B 型事業所、就労移行事業所など福祉的な環境で就労する障がい者が生産した製品の他に、特例子会社等で主として障がい者が生産した製品を含むものとする。また、ICT(Information and Communication Technology : 情報通信技術)とは、パソコン等の情報通信機器や、インターネット等の情報通信インフラを用いた情報処理や通信の技術を指すものとする。

本研究の目的は、ICT を用いた授産製品等販売促進の可能性を探り、障がいのある方の工賃・賃金の向上を目指す研究の基礎資料とすることである。

## 2. 研究の視点および方法

ICT が障がい者の社会参加を拡大する可能性については、すでに多くが論じられている。授産製品等の販売についても、ICT を用いた販売の促進が可能なのではないかと考えられるが、筆者らが千葉市内の障がい者福祉施設や消費者に対して行った調査では、授産製品の「ネット販売」は非常に低調であった(岩井, 新井, 2013)(岩井, 2015)。しかし、授産製品の販売には、「障がい者就労継続支援を行う事業所が直接オンラインショップを開設して販売を行う」以外にもさまざまな形態があり、その中には、販売されている製品が授産製品であることが明示されずに販売される様式もある。また授産製品の販売における ICT の役割は、直接の販売だけではない。インターネット上の情報拡散を通じて販売を伸ばした事業所の事例もある。

そこで、本報告では、授産製品等の販売プロセスに ICT を利用する様々な形態を抽出し、それを整理分類した結果を報告したい。分類に用いた情報は次の 2 つの方法で収集した。1 つはインターネット調査である。厚生労働省の障がい者就労支援関係のリンク、代表的な検索エンジンにキーワード(「授産製品・販売」など)を入れて検索した検索結果、代表的なネットショップの出店者や商品の検索結果などから抽出された授産製品販売に関する情報を、分析の資料とした。もう一つは、インタビュー調査である。障がい者就労支援を行う事業所を支援する立場にある組織や、ICT 利用の先進的なケースであると思われた事業所に対するインタビューから得られた情報も同様に分析の資料とした。

## 3. 倫理的配慮

官公庁のホームページ等に報告が公表されているものについては、自治体は実名を用い

ている。その他の事例については、実名とする許可を頂いたものについては実名であるが、それ以外のものについては匿名とし、実名と関係しないアルファベット表記とした。

#### 4. 研究結果

授産製品等の販売における ICT 利用の形態には様々な形がある。ICT を販売に利用する場合、広告に利用する場合の二つにわけて論じたい。

##### (1)ICT を販売に利用する場合

第1に事業所が主体となってネット販売を目的とした情報発信を行う形態がある。基本的な形としては事業所がネットショップを運営するという形があるが、授産製品販売のショッピングモールや一般ショッピングモールのサイトに出店するという形式もある。

第2に授産製品等を専門に集めたネットショップもある。ここでは、ネットショップが情報発信の主体となる。

第3に、一般のネットショップが、事業所から仕入れた商品を、一般の商品に交じって販売する形式がある。この場合、事業所の役割は商品を卸すまでで、販売には関与しない。

##### (2)広告に利用する場合

事業所や事業所の連合体が、ホームページやブログ等において事業所の活動を紹介する記事の中で、販売している授産製品の紹介をするというのが最も基本的な形態であるが、SNS などを用いて商品の紹介や、商品を販売する実店舗の紹介をするような形もある。

##### (3)意図せざる情報拡散の効果について

先進事例のインタビューにおいて、影響が大きかったものとして言及されたのが「ランキングサイトで上位を獲得した」「キューレーションサイトで取り上げられ情報が拡散された」という意図せざる情報拡散の効果であった。これらは事業所側が意図して行ったことではないので「広告」にはあたらないが、インターネット上での評判の高まりをきっかけに大きく販売を伸ばしたケースもあった。

#### 5. 考察

授産製品の販売プロセスにおける ICT の利用には様々な形態があり、それぞれ長所と短所がある。消費者から見れば一般のネットショップで販売されている方が、アクセスもしやすく、クレジットカードによる決済が可能で送料負担も低いことが多いことなどから購入しやすいと言えるが、事業所側から見れば一般企業の商品と価格や商品力、商品納入のスピード等で競争できる水準を求められることは難易度が高い。一方で、事業所が個別に運営するネットショップは、事業所で生産した商品を自由に販売することができる一方で、消費者から見れば、商品にアクセスすることが容易ではなく、クレジットカード決済ができないことや送料負担の点でも魅力的でないということになってしまう。障がい者就労支援を行っている事業所の商品を集めたネットショップは、消費者と事業所双方の負担を軽減する工夫を行っているが、いくつかの課題が残っている。

※本研究は科研費(課題番号 26380770)の助成を受けたものである。