A close-up photograph of a person wearing a dark, textured suit jacket. A hand with a gold ring is resting on the person's shoulder. The background is a plain, light-colored wall.

# 身体障がい者の外出への意欲と 洋服の関係性について

---

社会福祉科4年  
白土 真衣 守屋 吾弥乃

# 研究背景

皆様は普段、自分が着たい洋服を  
選んで着ていると思います



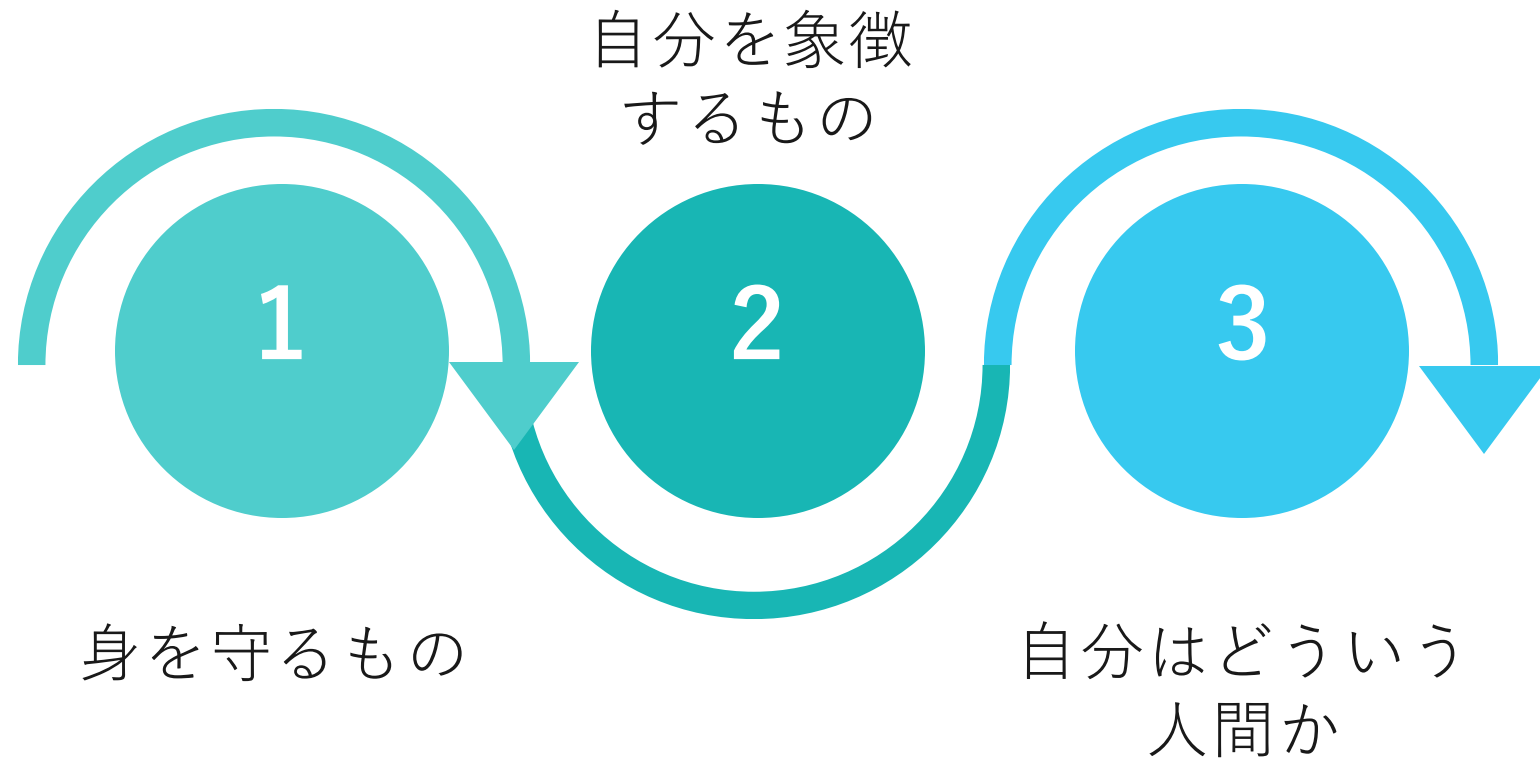
社会には自分が着たい洋服を選ぶことが  
難しい方がいるのでは？



誰もが好きな洋服を着られる  
社会を目指したい



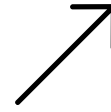
# 多様化の流れ



- 引用：
- ・ arkhēブログ
  - ・ Contact Zone2017特集論文②  
信じること・装うことーインドネシア人女性たちのヴェールと服装ー  
野中葉
  - ・ NHK 高校講座 家庭総合



集団への帰属  
意識



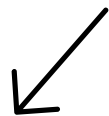
社会慣習への  
順応

# 洋服を纏う ということ

自分はどういう人間か



他社と自分の  
差別化



自己表現

- 引用：
- ・arkhēブログ
  - ・Contact Zone2017特集論文②  
信じること・装うことーインドネシア人女性たちのヴェールと服装ー  
野中葉
  - ・NHK 高校講座 家庭総合

# ユニバーサルデザインとは

年齢、性別、障害の有無にかかわらず、人々が製品や施設、生活環境を利用しやすいよう  
はじめからデザインする考え方

ユニバーサルデザインの洋服



検索のハードルが高い

欲しい商品が検索結果に上がってきづらい

1着の値段が高い

ブランド0社の商品の平均額	17,050円
洋服代などファッションにかける 月平均額	5,141円

バリアフリーに比べ、認知度が低い

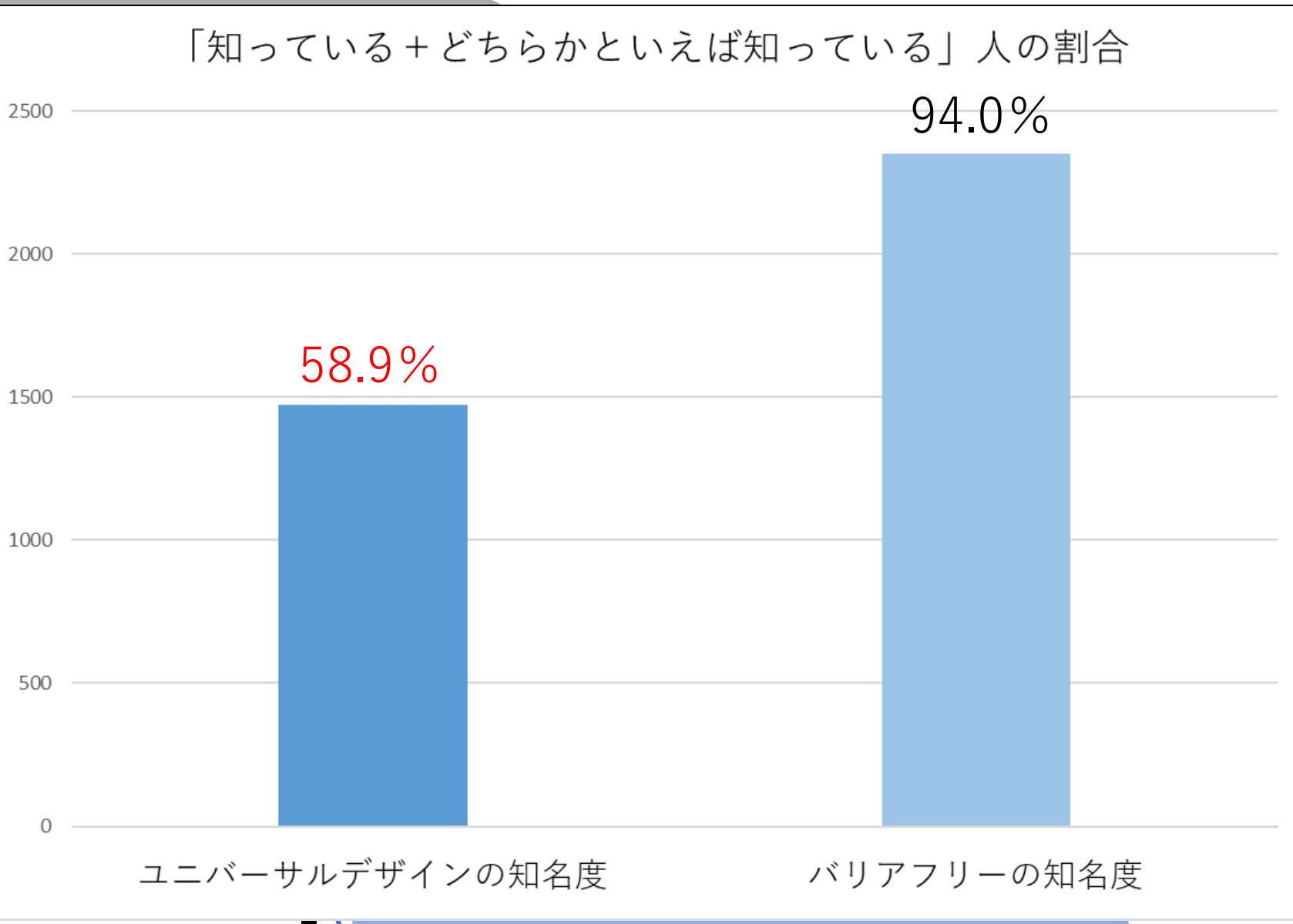
社会的な制限

3倍以上

ユニ

年齢、性別  
はじめか

ユニバーサル



すいよう

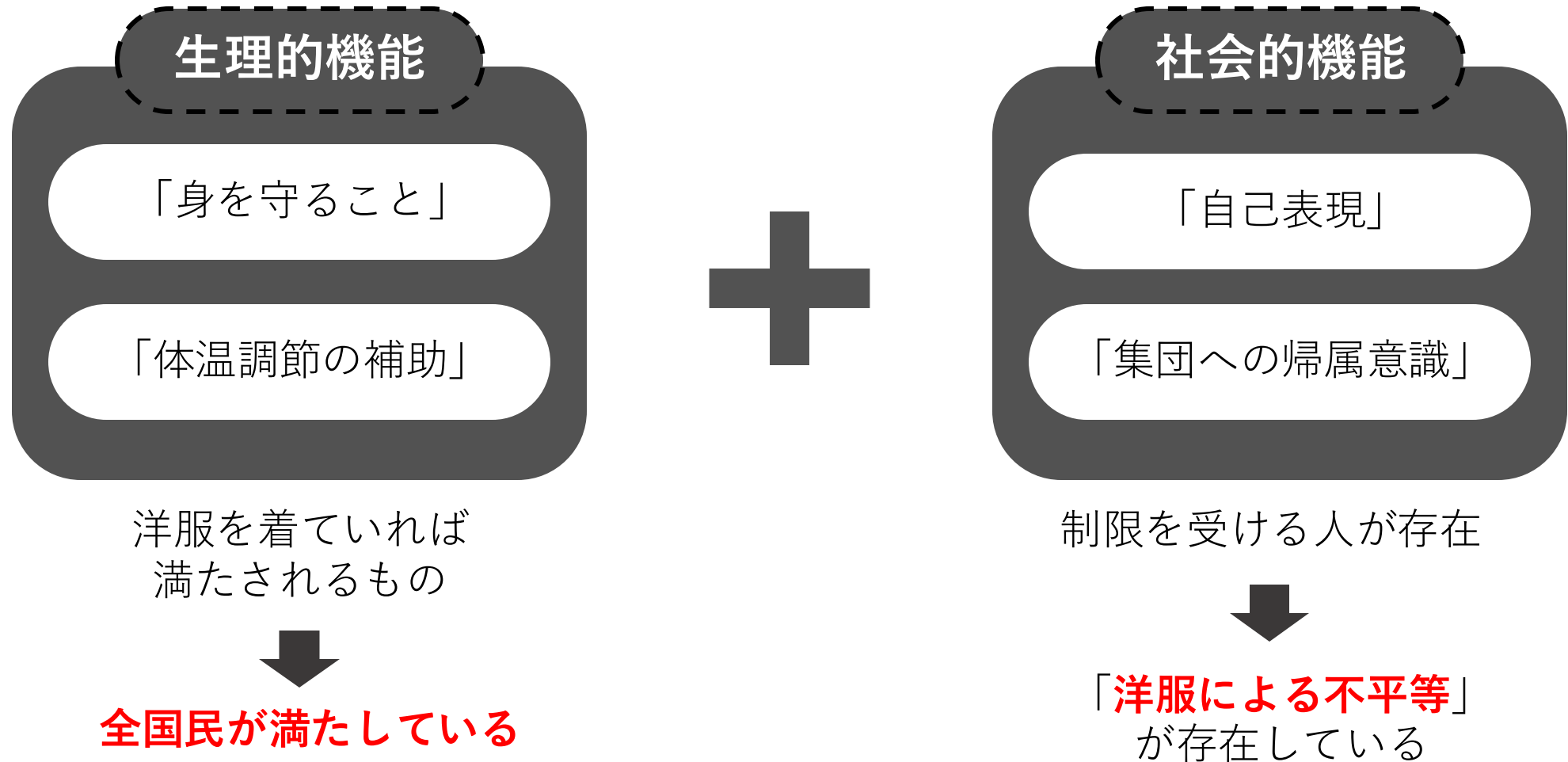
社会的な制限

以上

引用：令和2年度 バリアフリー・ユニバーサルデザインに関する意識調査について  
(インターネットによる意識調査)

# 洋服の役割

洋服は「ただ着るもの」に「**様々な役割や機能**」が加わった

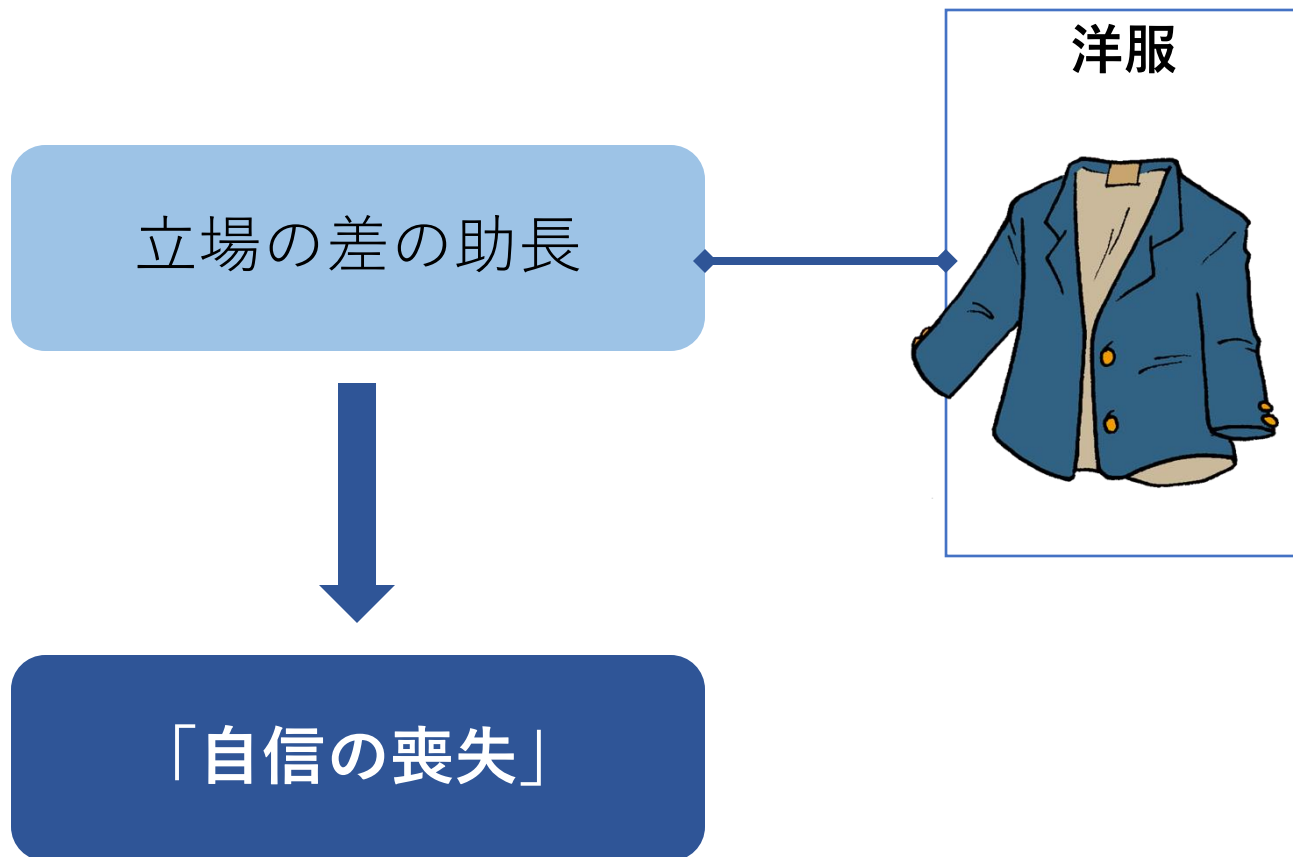


# 洋服による不平等

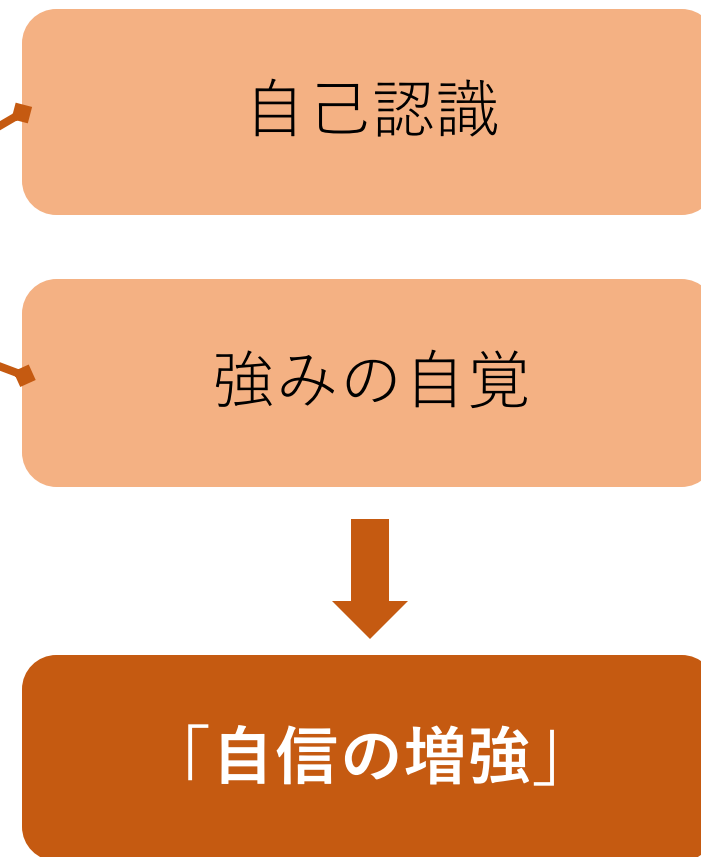




## 負の側面



## 正の側面





## 仮説

「好きな洋服を着ることは外出頻度の向上につながるのではないか」

協力機関

社会福祉法人 東京援護協会様

対象者

身体障がい者の方



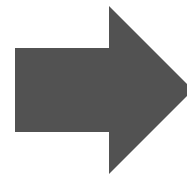
# 身体障がい者にとっての「障がい」とは

## 社会慣習との隔たり

麻痺

固縮

欠損



洋服を「着ること」にも  
制限がかかるのでは

# なぜ「身体障がい者」を対象に？

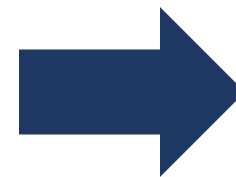


着ること ≠ 社会慣習に即している

洋服を着ることが当たり前の現代社会において、「着ること」をクリアしていても「社会慣習に即している」とは言えないのではないか

障害をもっていたとしても…

好きな洋服を身にまとい、自分を表現できるために何ができるのか



「**身体障がい者**」  
を対象に



# 大前提として…

自分で着たい洋服を  
着られていないのでは？

身体障がい者

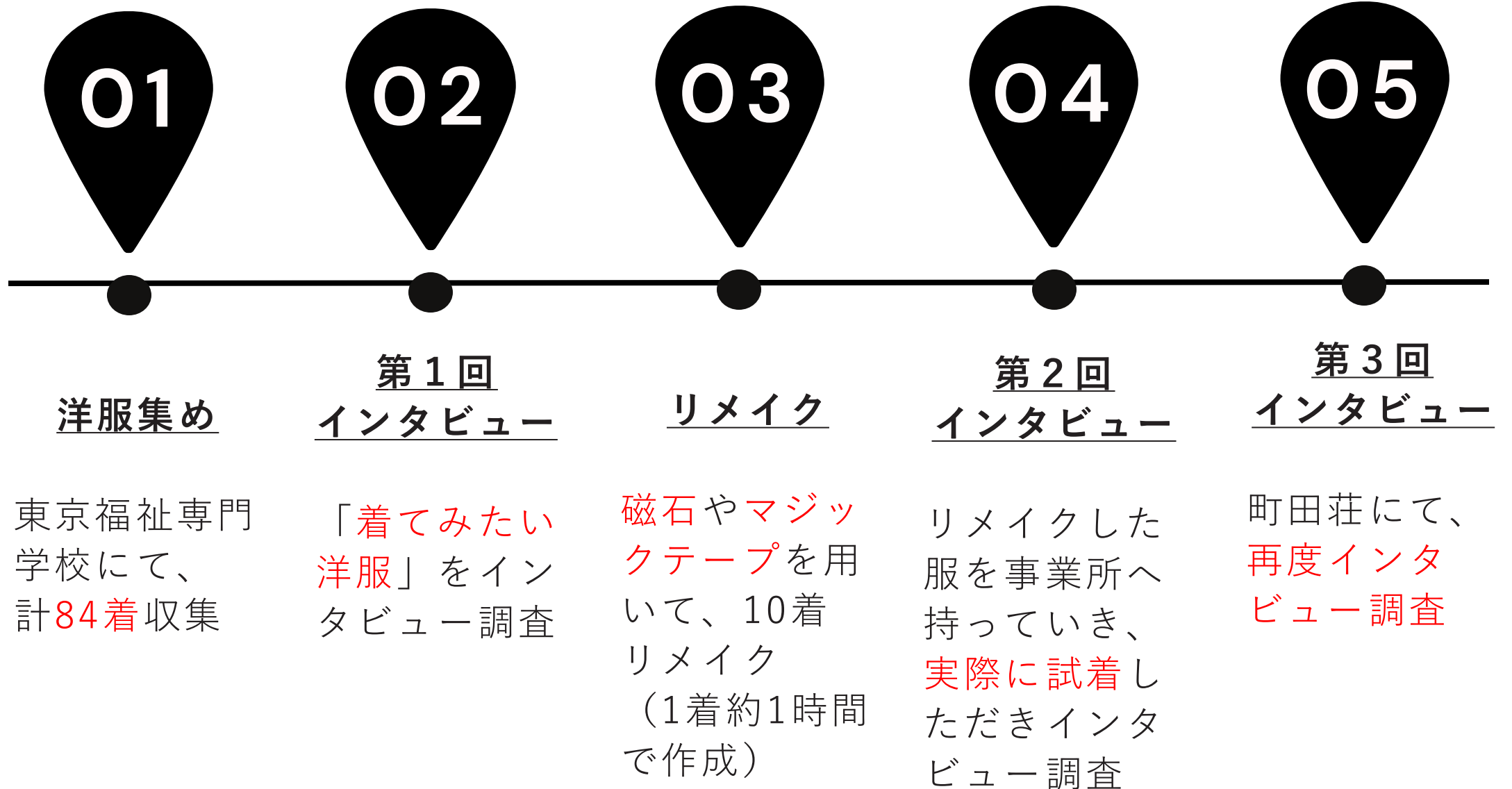
高額  
↓  
手に入らない

ユニバーサルデザイン

社会参加や外出意欲  
の向上

洋服のリメイク

# 研究方法



# 調査結果

年齢	障害特性
20代	脳性麻痺
40代	脳性麻痺
50代	右上下肢麻痺
50代	脳性麻痺
60代	脳性麻痺
60代	脳性麻痺
未回答	麻痺なし

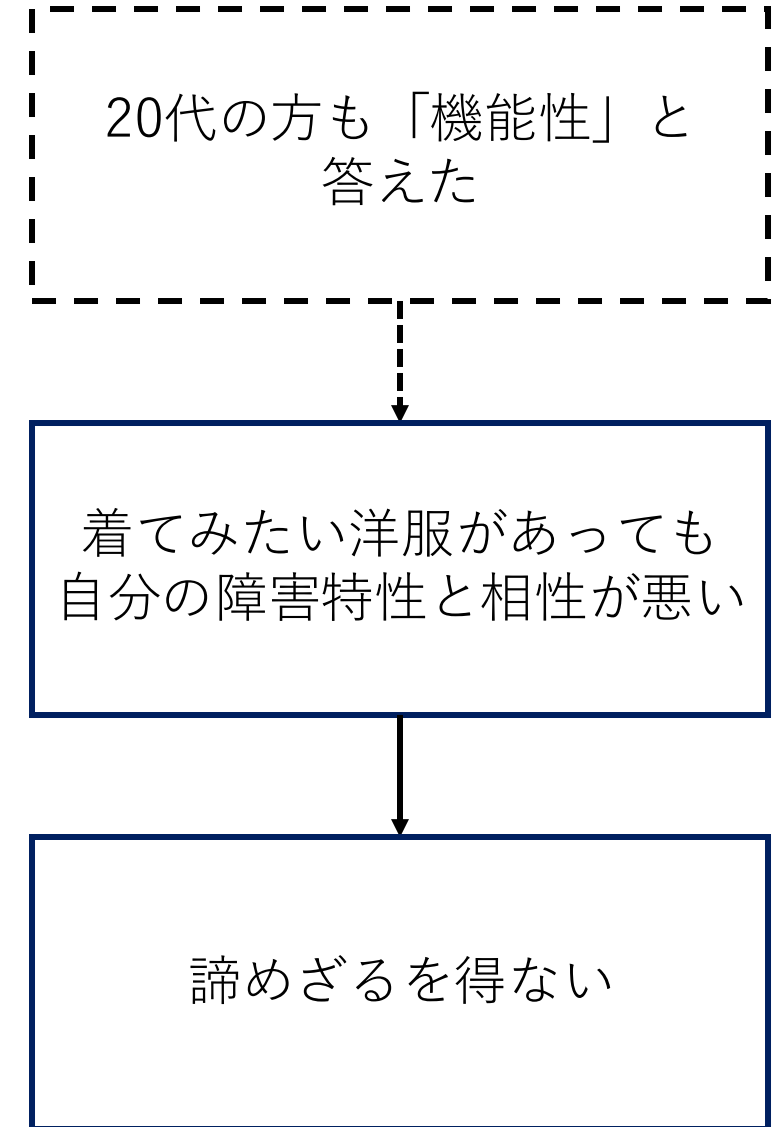
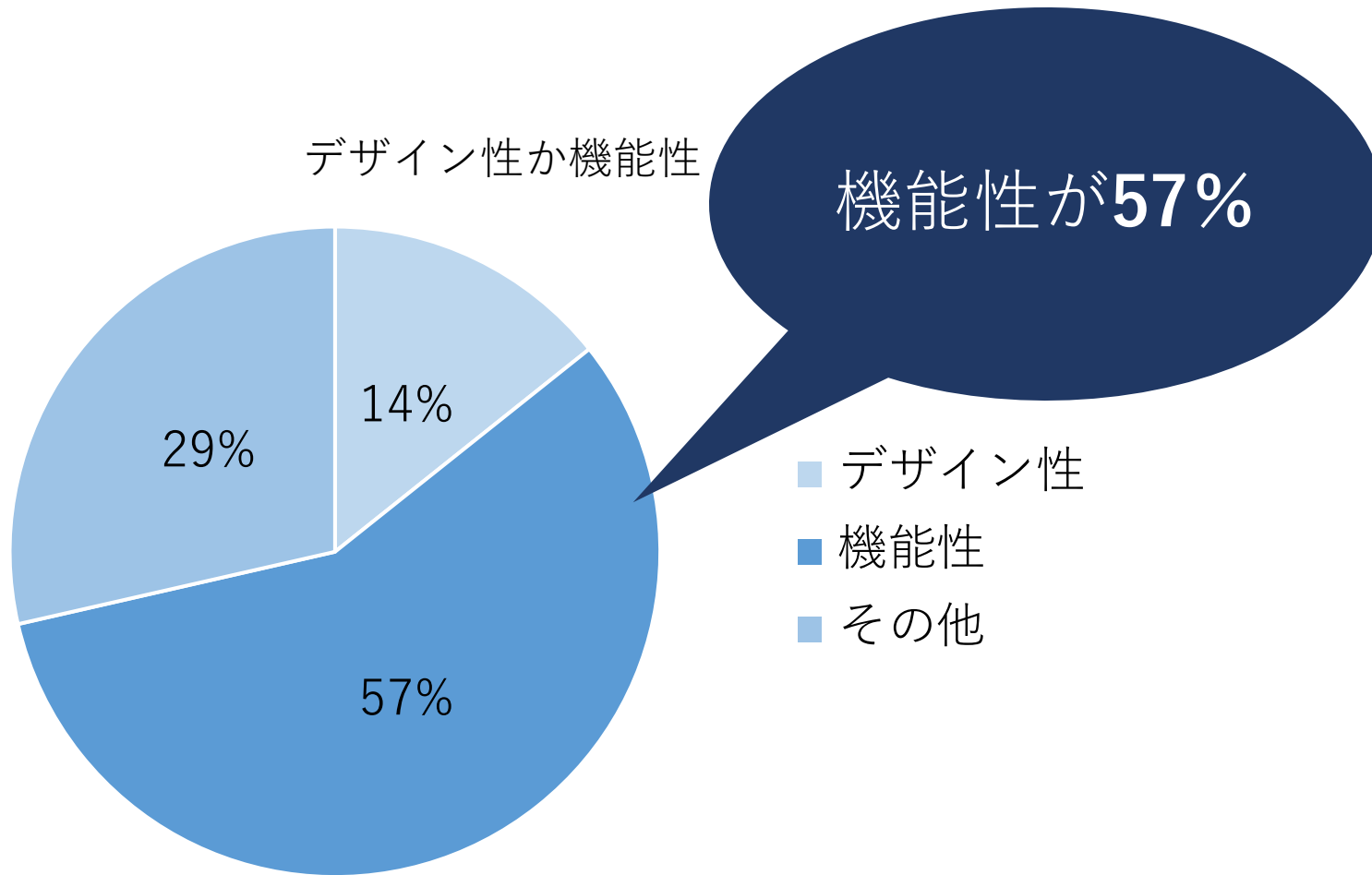


# 調査結果

年齢が若いほど金額が高い

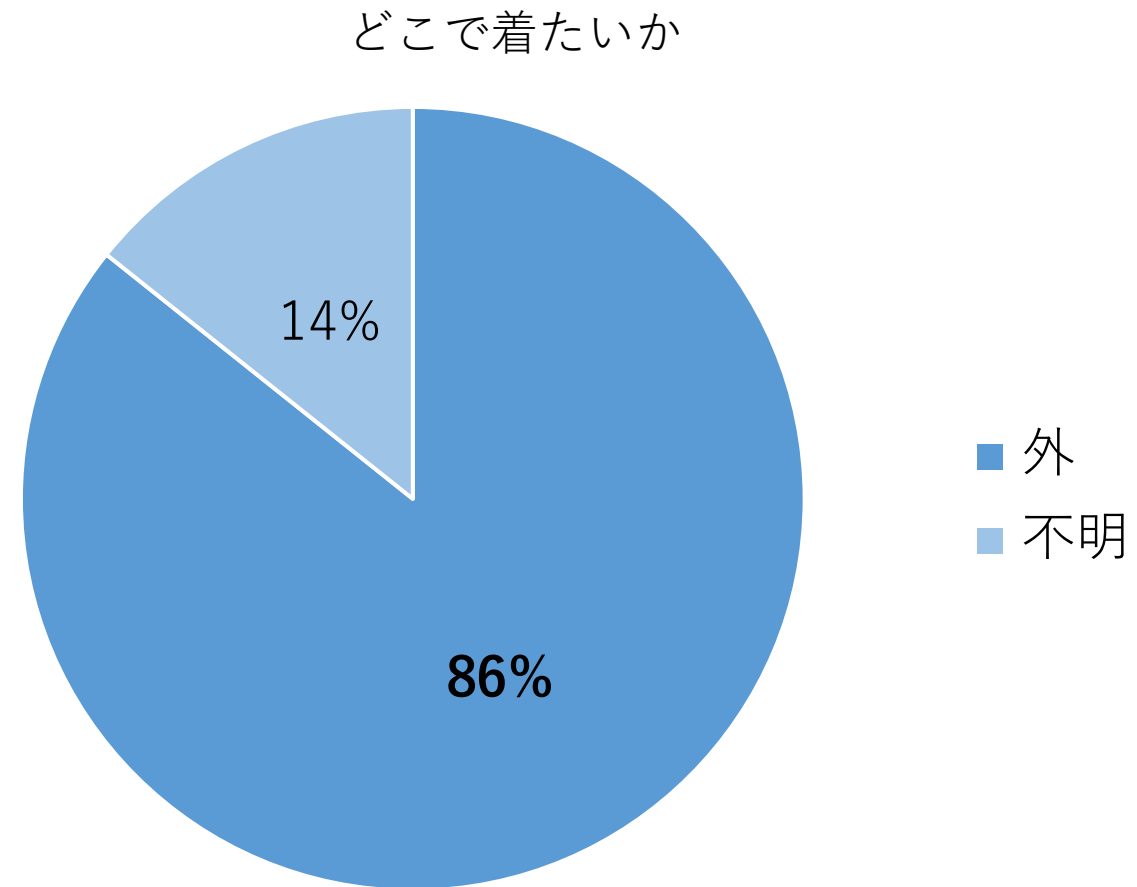
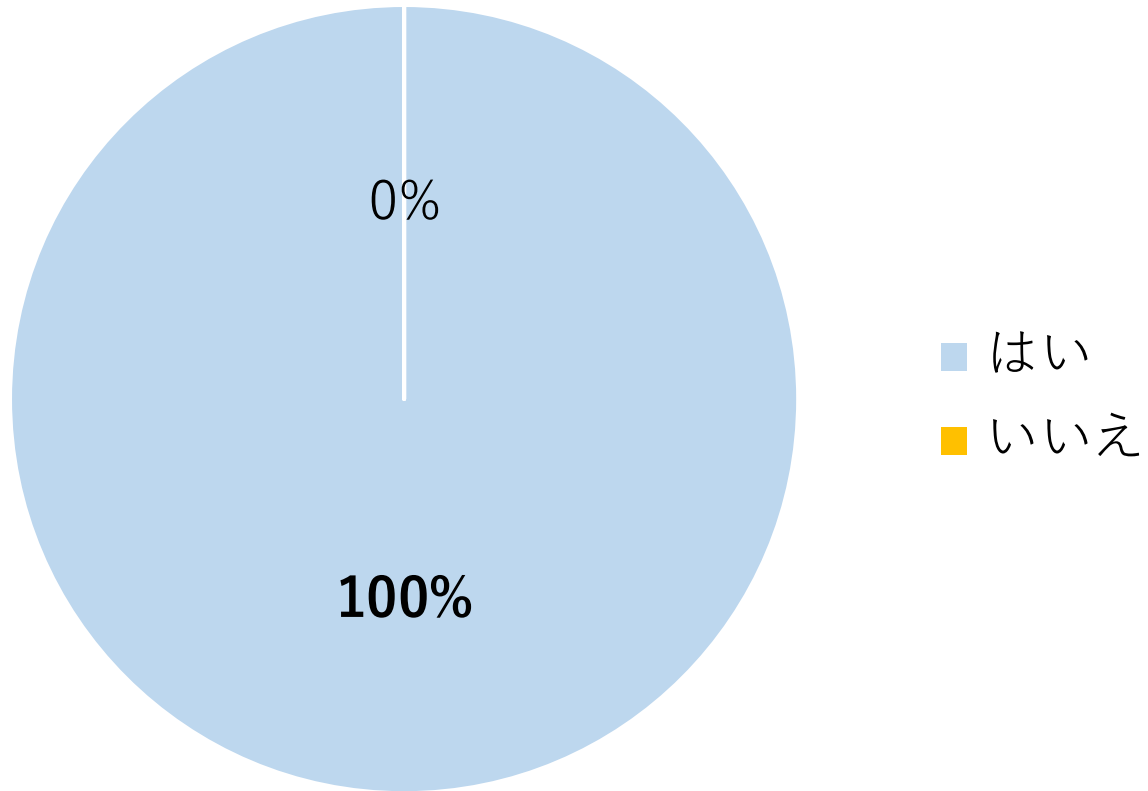
年齢	金額
20代前半	2万円
40代前半	1万円
50代前半	1万円
50代後半	5000~1万円
60代前半	不明
60代前半	500円
未回答	不明

# 調査結果



# 調査結果

好きなデザイン+着やすい服があったら欲しいか



# 調査結果

好きなデザイン+着やすい服があった

ニーズは**高い**が、世の中に普及するのは難しい

どこで着たいか

■ はい

価格を下げながらも利益を出すには？  
ユニバーサルデザインの**知名度を上げる**には？

■ 外  
■ 不明

0%

100%

# 考察

好きな  
デザイン



着やすさ

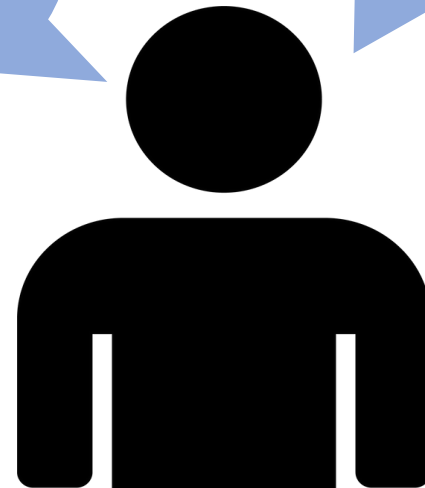
相関関係

外出

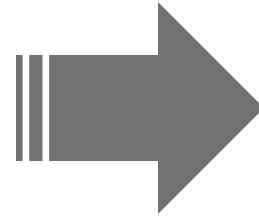
利用者の方は现阶段で全く  
外出をしていないわけではない。

遠出するのが  
好き

温泉行くのが  
好き



# 考察



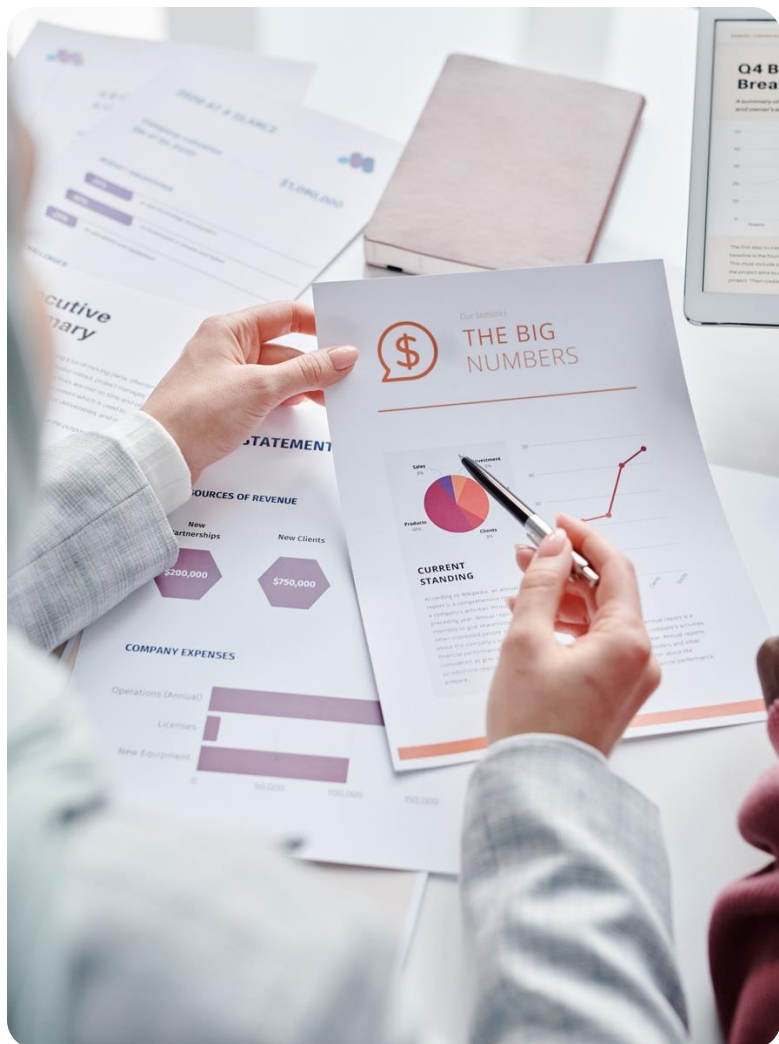
満足していない  
のではないかと



自信をつける

外出の頻度が増えるの  
ではないかと

# ソーシャルワーカーとして



## 現在のユニバーサルデザイン市場の課題

- 活発に市場競争が行われているとはいえない
- アパレル業界のトレンドの代り映えの速さ

## ユニバーサルデザインという概念を広めるために

- **メゾレベル、マクロレベルでの発信**が必要
- 福祉内で問題を提起していくのではなく、**福祉外との連携**が必要



**福祉とアパレルが連携できる仕組み**ができれば市場に動きがみられるのでは

# 最後に…

