

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

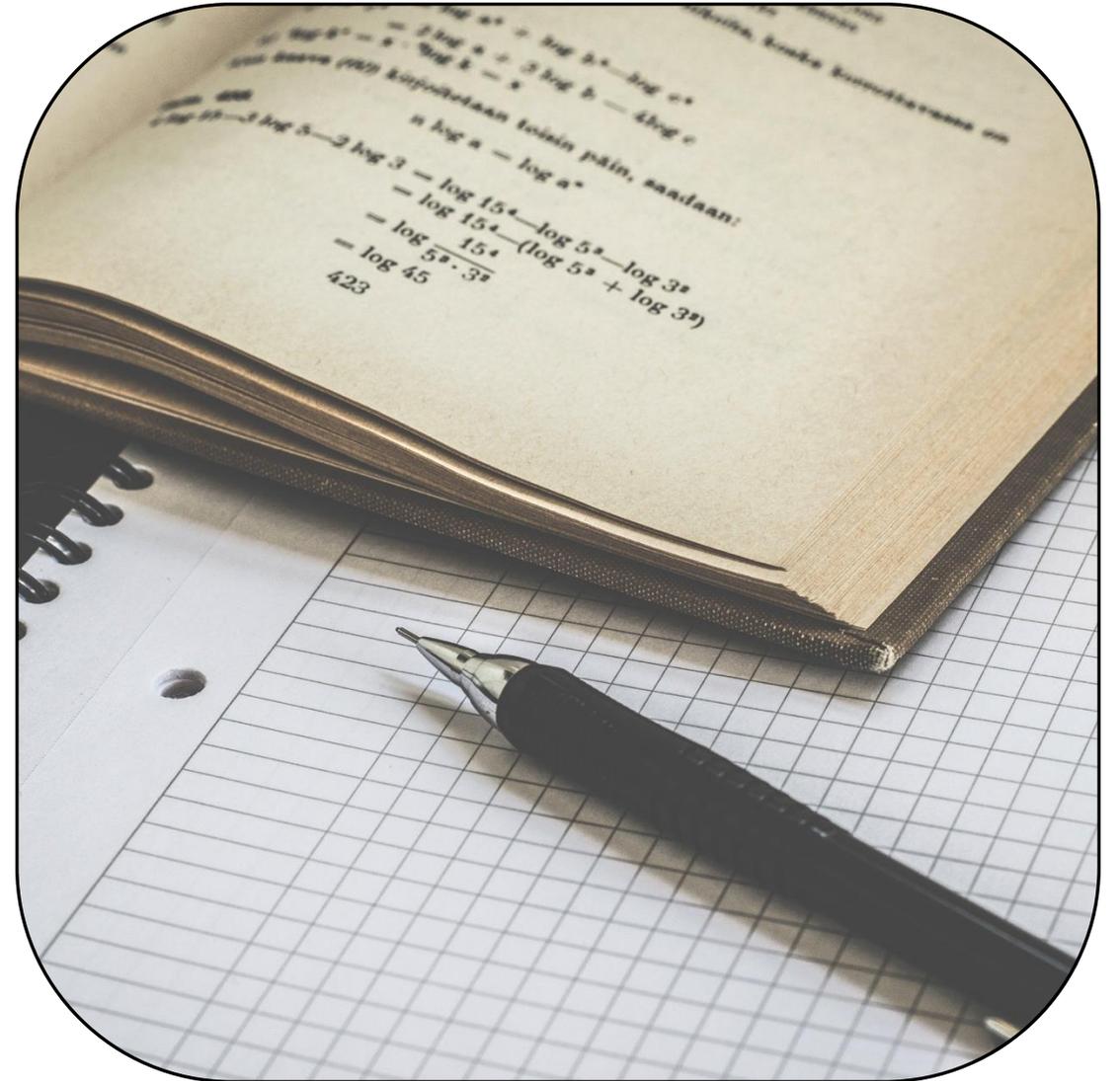
皆様は普段、自分が着たい洋服を
選んで着ていると思います



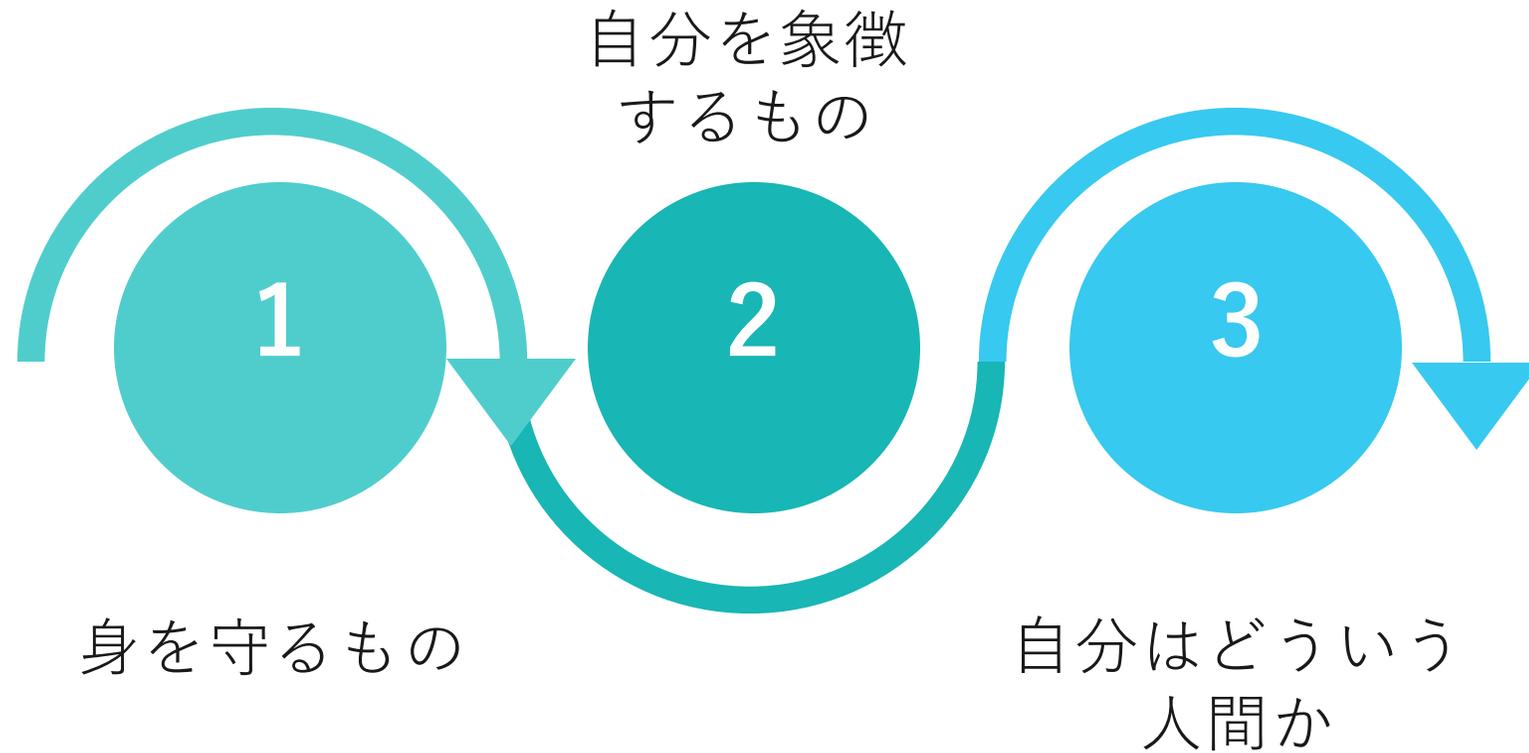
社会には自分が着たい洋服を選ぶことが
難しい方がいるのでは？



**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



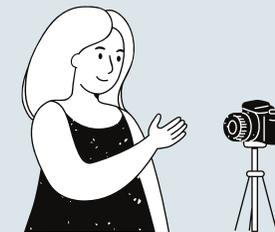
社会慣習への
順応

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

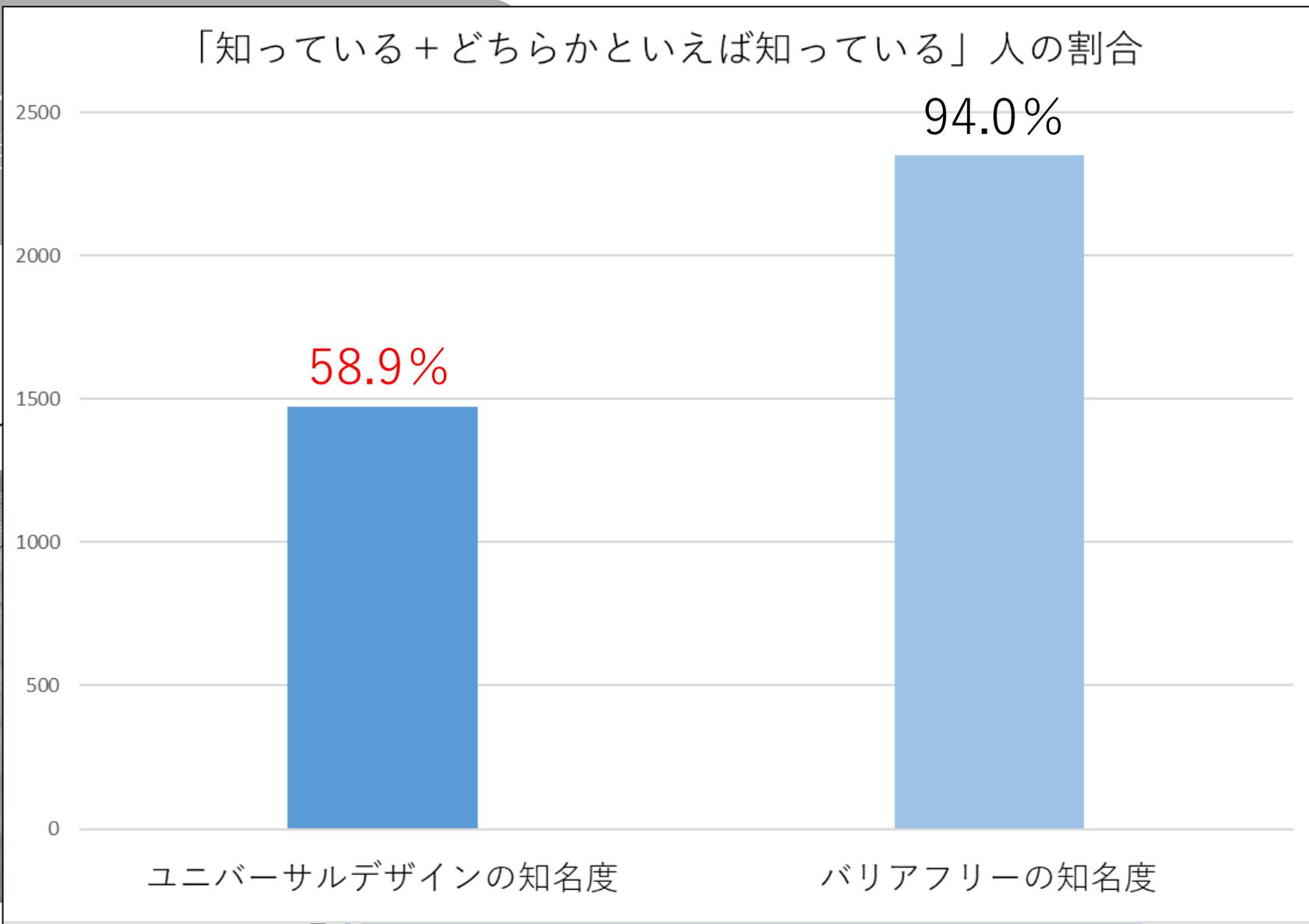
社会的な制限

3倍以上

ユニ

年齢、性別
はじめか

ユニバーサル



すいよう

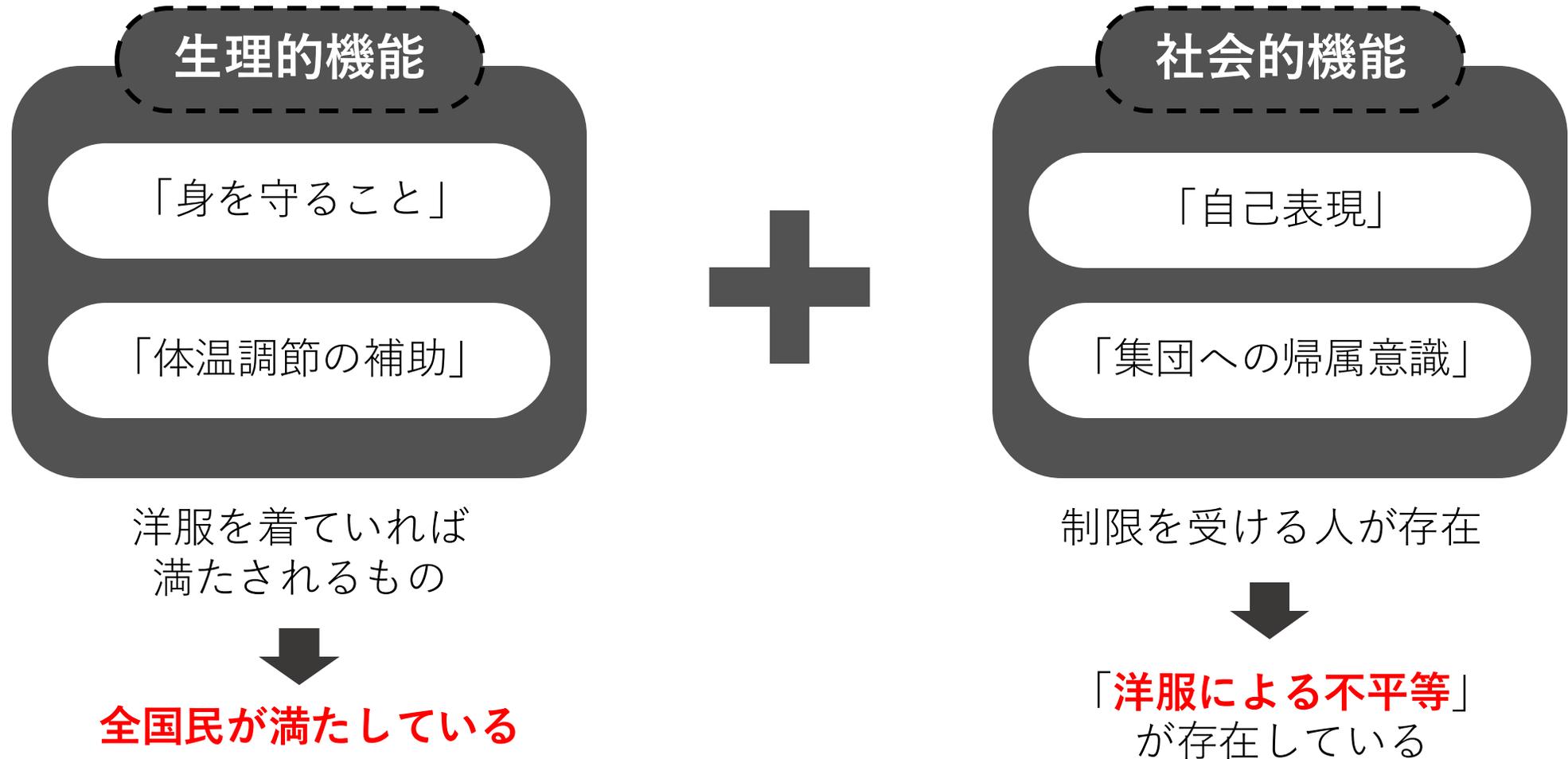
社会的な制限

5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

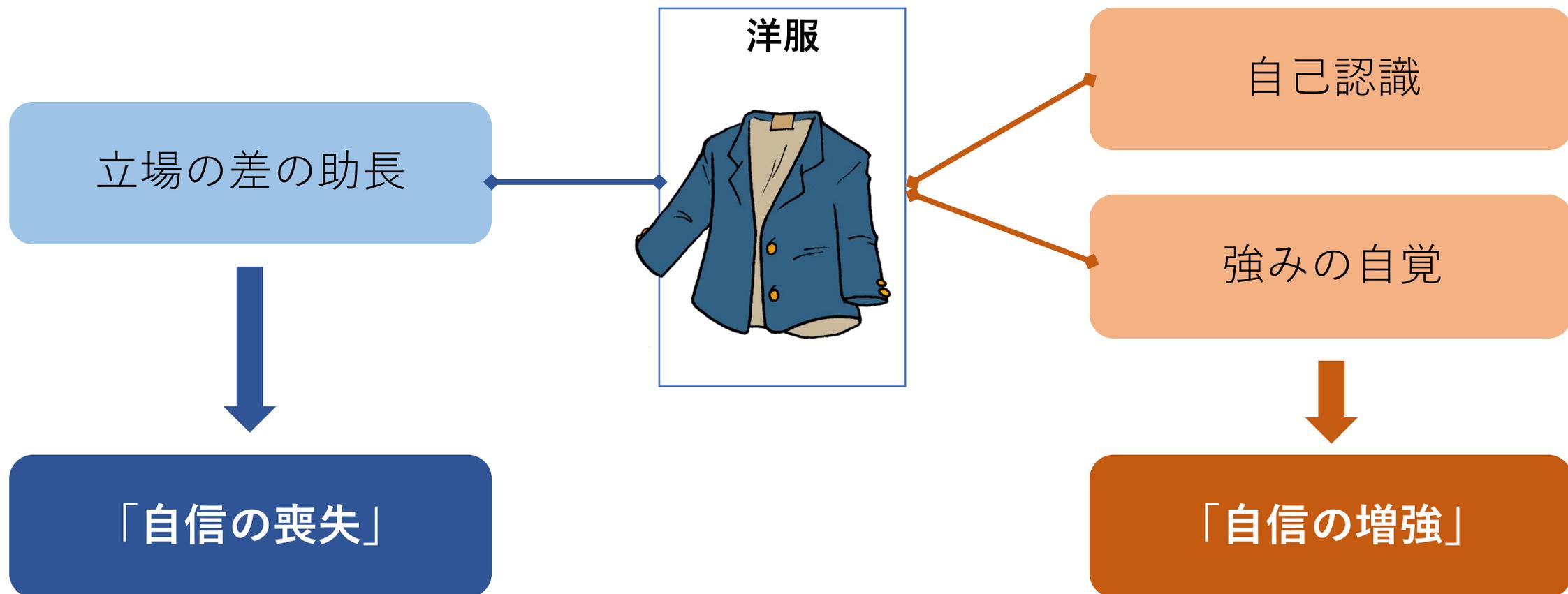


洋服による不平等



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



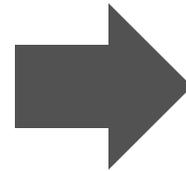
身体障がい者にとっての「障がい」とは

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？

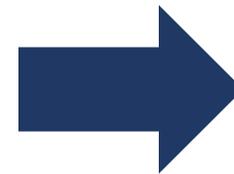


着ること ≠ 社会慣習に即している

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

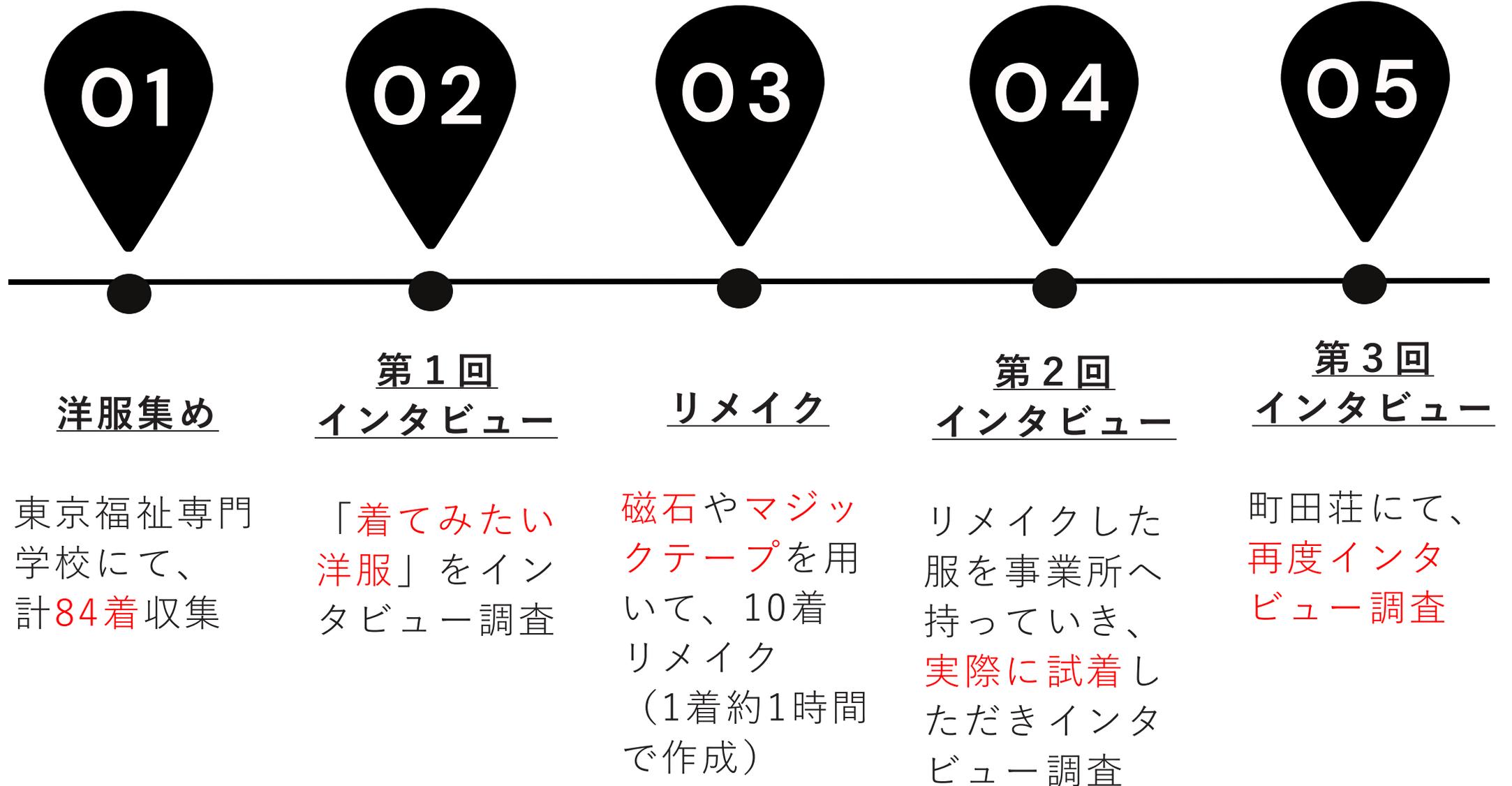
高額
↓
手に入らない

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

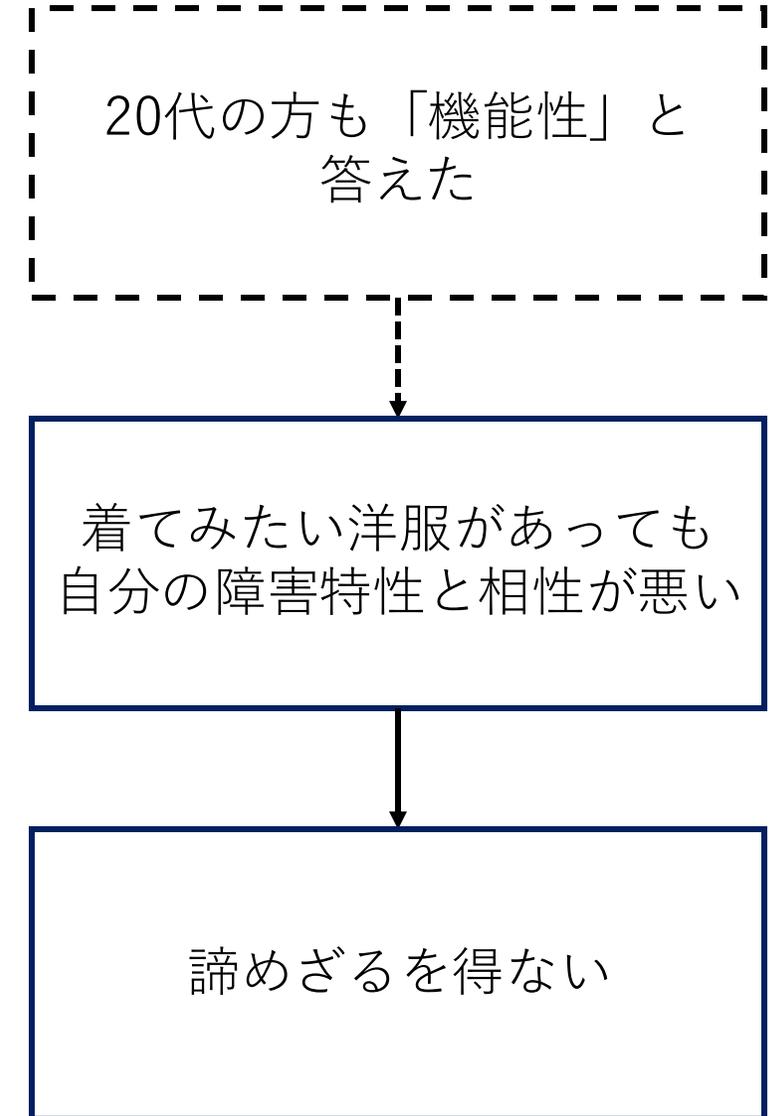
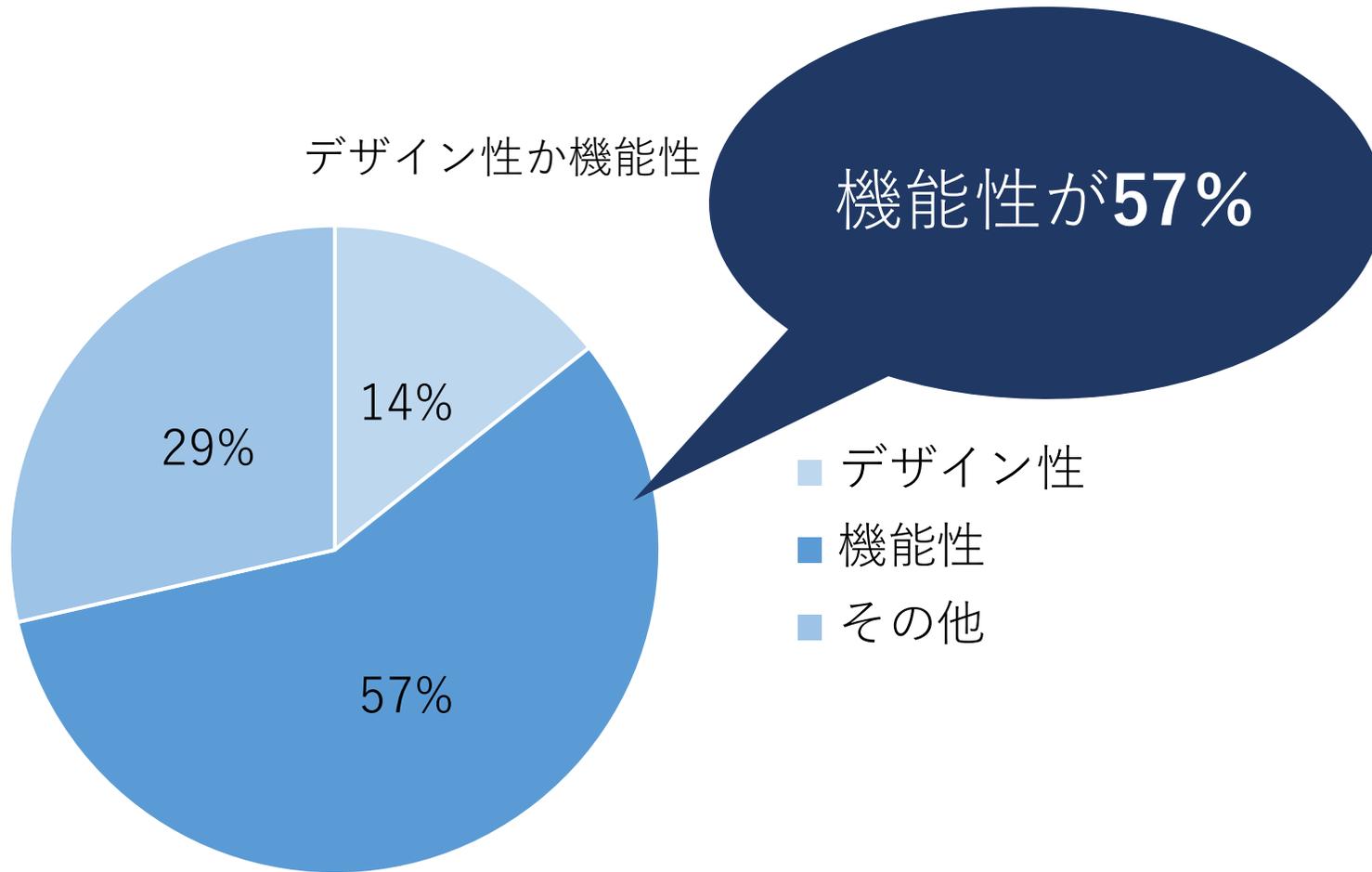
年齢	障害特性
20代	脳性麻痺
40代	脳性麻痺
50代	右上下肢麻痺
50代	脳性麻痺
60代	脳性麻痺
60代	脳性麻痺
未回答	麻痺なし

調査結果

年齢が若いほど金額が高い

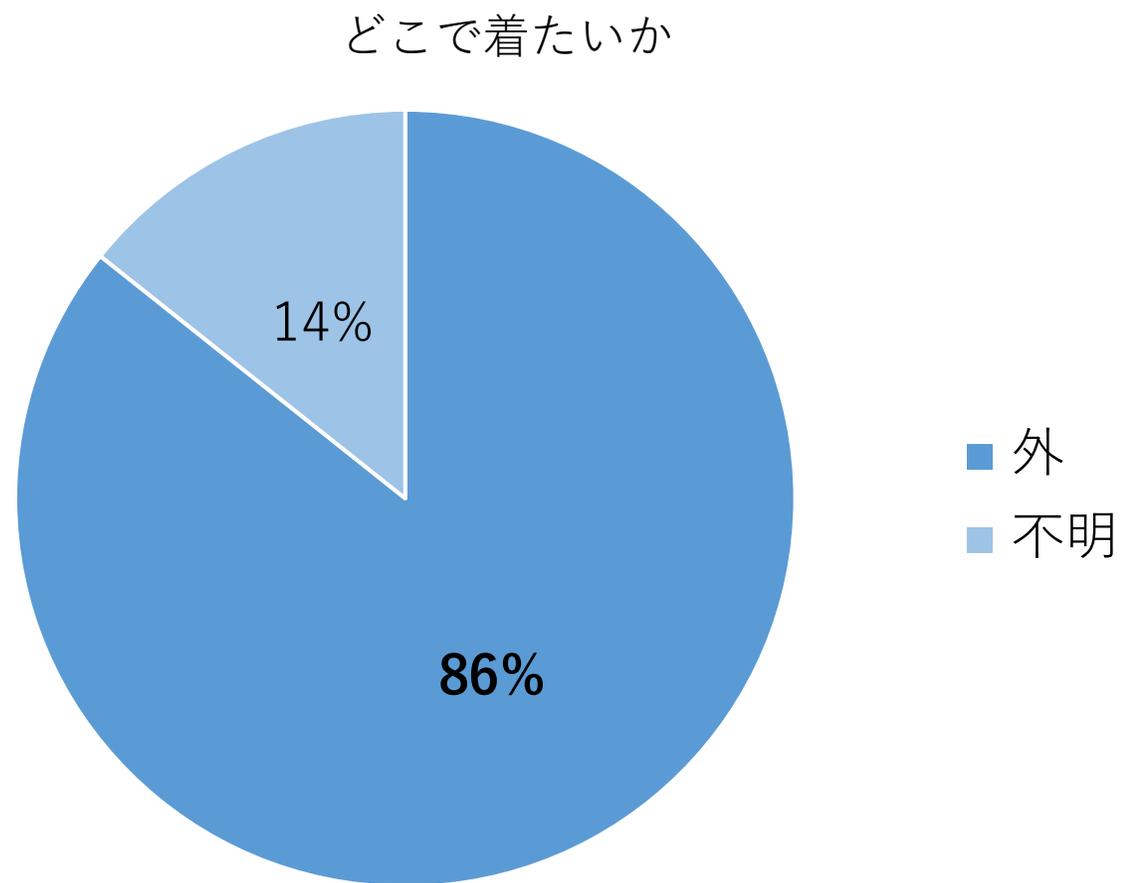
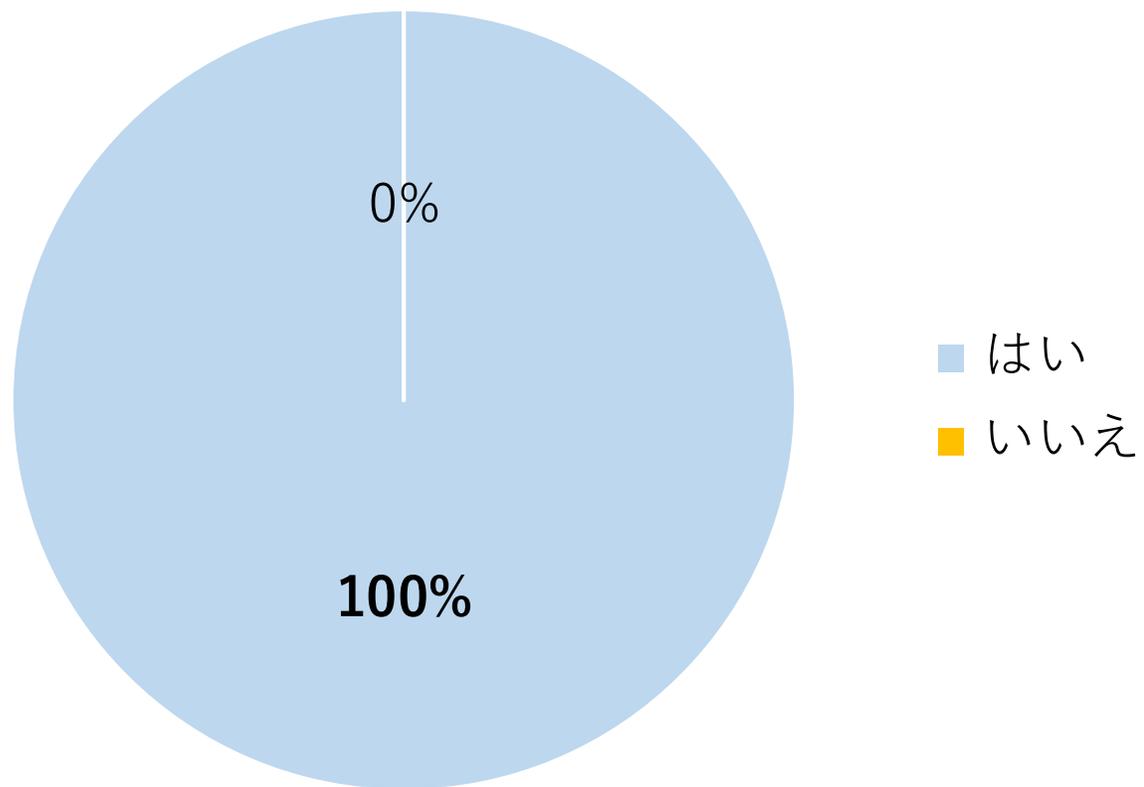
年齢	金額
20代前半	2万円
40代前半	1万円
50代前半	1万円
50代後半	5000~1万円
60代前半	不明
60代前半	500円
未回答	不明

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

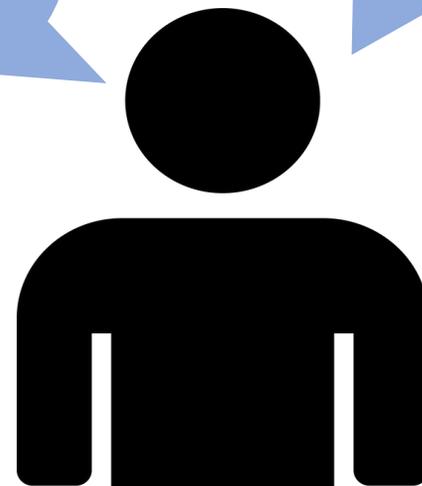
相関関係

外出

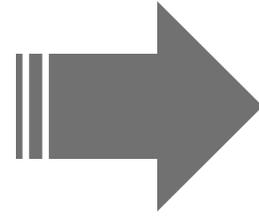
利用者の方は现阶段で全く
外出をしていないわけではない。

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…

