

民間企業でのICFを活用した研修企画の取り組み

子どもたちの卒業後をより豊かにするために

○ 達 直美
(三重県立特別支援学校)

KEY WORDS: ICF

(目的)子どもが卒業後に豊かな暮らしためには、社会の重要な担い手の一つとして民間企業が障害のある人を理解し、それに伴う適切なサービスが行われるべきとの考えから、民間企業に対して理解啓発が必要であると考えた。企業内研修の企画において、ICFの観点から、サービスを供給する担い手の意識や態度が、障害のある人にとっての重要な環境因子の一つだと捉え、ICF理念の導入の方法を探る。

(方法)「免許を取ったけど車に乗っていない」これは卒業生の一言である。この言葉は、福祉車両の活用によって障害のある人や高齢者の生活が広がる可能性があるのではないかと感じた。そして、これに呼応するように、近年、各自動車会社は福祉車両の生産と販売に力を入れ、1996年度に9,000台に満たなかった販売台数は、2003年度には約4万2,000台へと大幅に増加し、ここ数年間だけでも前年比110~120%という高い伸び率を示している。これは、個人ユースでの購入が大きく寄与しているためと考えられる。また、数は少ないながらも、障害者自身が運転する運転補助装置付車も堅調に伸び、年間5,000台程度販売されていると推測される。しかし、日本の身体障害者数は約343万人。そのうち在宅の肢体不自由者は約175万人とといわれ、生活を楽しみ社会に参加するには、本人や家族が快適に移動できる手段が必要である。また、日本の超高齢化現象では、障害がある人と同様に移動に不自由を感じる人も増える事が予想できる。このことから福祉車両の需要と供給のバランスはまだ取れていない現状がわかった。そこで、障害のある人や高齢者の移動と彼らを取り巻く環境因子の一つである『福祉車両』に焦点をあてICF関連図を作成し、福祉車両販売の拡大をねらう自動車株式会社に福祉車両の販売に携わる社員に対しての研修企画を提案した。

① ニーズの把握と現場検証→ 福祉車両販売店や福祉車両展示などのイベントを客の立場で調査、優れた点や問題点を明確にし、レポート作成をする。

② プランニング→ 検証の結果、スロープ・障害者用のトイレの設置などバリアフリーの施設など物理的な側面での対応はされているが、軽視されているのは人の対応・人の心の持ち方であることが判明。検証した問題点から、研修ニーズを選定し、研修カリキュラムを作成。理解啓発のユニバーサルサービス研修を企画し、『やらされ感』から『やりがい感』を持つスタッフ養成カリキュラムを考え、ICFの概念や疑似体験、様々な障害のある方への配慮事項、ワークショップでのICF活用などの内容を提案。

③ 研修の提案→ A社本社に出向き、福祉車両部門の責任者と面談し、以下のような説明を行う。少子高齢化社会の到来や障害のある人の社会進出への環境作りには、ユニバーサル(universal)「万人共通の」という視点で、子どもから高齢者、障害のある人など年齢や性別、障害の有無にかかわらず、あらゆる人の立場に立ち公平な情報やサービス提供することに加え、建築物や商品などのハード面ではなく、コミュニケーションや人的サポートなどのソフト面を担うユニバーサルサービスが必要である。このようなサービスの浸透は、企業のイメージアップと新しい市場確保への効果を生み出す。さらに、障害のある人や高齢者の環境因子である販売店・スタッフのサービスの改善は、QOLの向上を促し、創業以来「自動車を

通して豊かな社会づくり」を目指し、日本経済を支え引導してきた自動車会社のトップ企業として、ノーマライゼーション社会構築を牽引していくというCSR Corporate Bilty Social Responsi(企業の社会的貢献)につながる。

(結果)A社は、当事者の目線で、多様なニーズに対応できる自操式・介護式の車種の開発を積極的に行っており、全国に9箇所ある福祉車両常設展示場は、バリアフリーの設備を備えている。現状は、このようなハード面での対応に追われている状況で、スタッフの養成などのソフト面に対してはどのような対応をすればいいのか試行錯誤の状況であるということであった。しかし、本社のある地域では、地元の障害者自立支援センターの講師派遣事業を活用し、当事者からの講義や車椅子やアイマスクなどで肢体不自由や視覚障害の疑似体験を実施しているということであり、取り組みの前向きさを感じた。

また、機能低下の結果として社会的不利が生じるというICIDHの概念から『障害を状態や活動さらに取り巻く環境因子を含め包括的に捉える』という新しい障害観であるICFの概念については興味を持って話を聞いて頂くことができた。結果的に研修提案を受け入れていただくことはできなかったが、ICFの概念を新たな社会通念の一つとして捉えて頂くきっかけにはなったのではないかと考える。

ちなみに、A社はこの提案から2ヶ月後、『最低1台の展示・試乗車両とバリアフリー設備・多目的トイレなどを備え、サービス介助士2級の資格をもつ販売員を常駐させることができる店舗を福祉車両ステーションとして認定する』(日経新聞平成18年10月12日)と発表した。環境因子であるスタッフのユニバーサルサービスの向上により障害のある人や高齢者の広がる活動・参加に期待したい。

(考察)福祉車両販売は年々増加しているが、自動車販売の全体の比率から見ると供給はまだ低いのが実状である。基本的に企業は利益を追求する。福祉車両の需要と供給のバランスを是正するためにはコストダウンが必須である。購入しやすい価格になることにより需要が拡大し、コストが下がるという好循環が生まれる。また、福祉車両の試乗など実際に体験できる機会が増えることや自操式の車種の増加により福祉車両への関心もより高まるのではないかと考える。ただ、社員のサービス向上のための資格取得そのものは意味のあることだが、スタッフがやりがい感をもつかどうかという点においては課題が残る。ユニバーサルサービスの認定講習の教本では、依然、障害のマイナス面に注目するICIDHの概念が活用されている状況が見られる。生活機能というプラス面に注目したICFの概念が社会通念となり、新しい障害観が社会の中で、浸透していくための更なる情報発信や啓発活動が必要であると考えられる。

(文献)井上滋樹:イラストでわかるユニバーサルサービス接客術:
(日本能率マネジメントセンター)福祉車両早わかりガイドブック
JA とともに道をひら(社団法人日本自動車工業界)
(TSUJI Naomi)