



障がいのある人たちの「仕事」 魅力的な「商品」を 社会に広めるための提案

OHT～おしごとひろめ隊～

エントリー NO.73

長野県上田千曲高等学校

佐藤望実 新井朱璃 杉本星那 日景美海



なぜ障がいのある方の仕事を広めたいと思ったのか？

- ①就労支援施設で働く利用者さんに支払われる公賃が低い
- ②意外と身近に障がい者雇用施設があるのに知られていない
- ③障がい者が作っている魅力的な商品が知られていない

障害者就労支援施設B型エリスンさんでの

くわの実摘みの体験

- 障がいのある方たちがひとつひとつ丁寧に仕事をしている姿
- 桑の実サイダーのような魅力的な商品があまり知られていない現状



魅力的な商品をもっとPRしたいと思った



上田千曲高校
限定ラベルの
開発



障害者就労支援施設B型とんぼハウスさんでの

お仕事の見学、職員さんとの意見交換

- 施設で行っている仕事内容の豊富さ
- 私たちの身近にあるものを施設さんで製品化している



様々な商品が製品化（販売）されていることを知り、障がいがある方や障がいのある方の仕事を身近に感じることができた





障がいのある方の仕事をPRするために

①商品の魅力をわかりやすく伝える方法

➡ 年齢層に合わせたPR

②障がいのある方たちの仕事を身近に感じてもらえる方法

➡ 施設のお仕事体験、施設での交流体験

年齢層に合わせたPRの方法

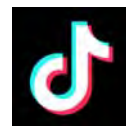
- 高齢者層 ローカルテレビ、新聞、
市町村や自治会の広報紙・回覧板



- 中年層 SNS (Twitter、Facebook) 、料理アプリ



- 若年層 SNS (Instagram、TikTok、Twitter)



高齢者層

- 地元のローカルテレビ〔 U C V （上田ケーブルビジョン） 〕
学生が目線で施設と商品の紹介シリーズ企画



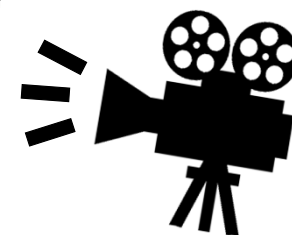
中年層

- 料理アプリ（クックパッド）

施設での製品（食品や野菜・果物）
を使ったレシピ動画を公開する

【 例 】

くわの実を使った料理
（スムージー、ジャム）



若年層

- インスタグラム

ハッシュタグ（#）を活用する

【 例 】

#福祉 #福祉学生 #桑の実サイダー
#桑の実 #エリスン #とんぼハウス
#上田千曲



手に取って商品の魅力を知ってもらうには

道の駅（観光協会）・文化祭（イベント）での販売会

- 施設の利用者さんと一緒にお客さんに売る
 - ➡ お客さんの障がい者施設や障がいがある方への理解も深まる
- 作業の様子を販売コーナー横で動画として流す
 - ➡ お仕事への想いや商品への愛情がリアルに伝わる





利用者さんにとっての効果

- 利用者さんも一緒に販売に参加することでやりがいを感じてもらえる
- 意見BOXをつくることで、感想や応援メッセージをもらい、仕事の励みになる
- 地域の役に立っているという実感につながる

どうしたら仕事や商品を身近に感じてもらえるか

- 施設さんと地域住民との交流体験・お仕事体験を企画する
- 地域の方々にボランティアで参加してもらい、そのお礼として商品をプレゼントする
- 子どもをターゲットにした地域での催しを企画する

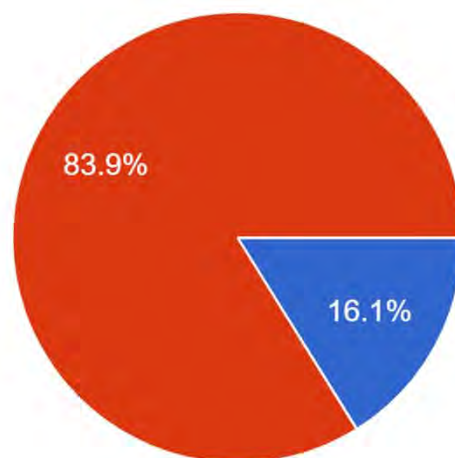


アンケート調査

上田千曲高校生活福祉科3年生（31名）にアンケート調査を行いました。

1 ①あなたがお店でジュースを購入するとします。次の2つのうち、どちらを選択しますか。

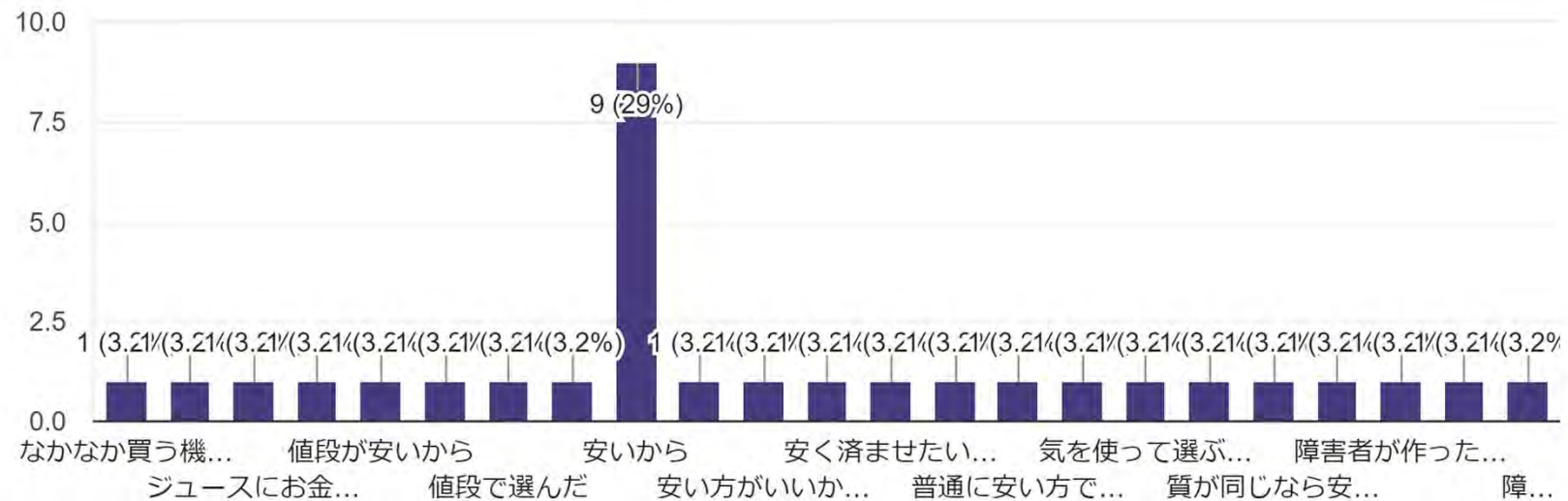
31件の回答



- A 障害者施設でつくった150円のジュース
- B 普通のどこにでも売っている100円のジュース

② なぜ①でそれを選んだのですか。

31 件の回答



安さで選ぶ人が多い

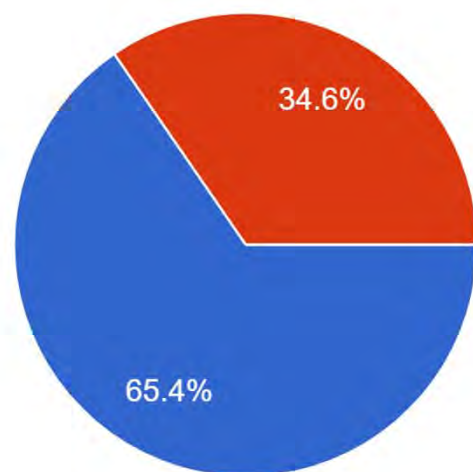
〈意見〉

- ・ 障がい者が作ったと聞くと少し抵抗がある
- ・ 安くて確実だから

など

2 ①でBを選んだ方にお聞きします。あなたがAを買うことで障がいのある方たちの助けになります。あなたはAとBどちらを選びますか。

26 件の回答



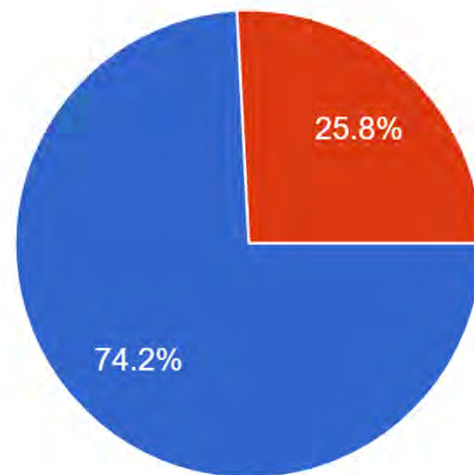
- A 障害者施設でつくった150円のジュース
- B 普通のどこにでも売っている100円のジュース



1の質問よりAを選ぶ人が多くなった

3 あなたの家族や親しい知人が施設で働いている場合、AとBどちらを買いますか。

31 件の回答



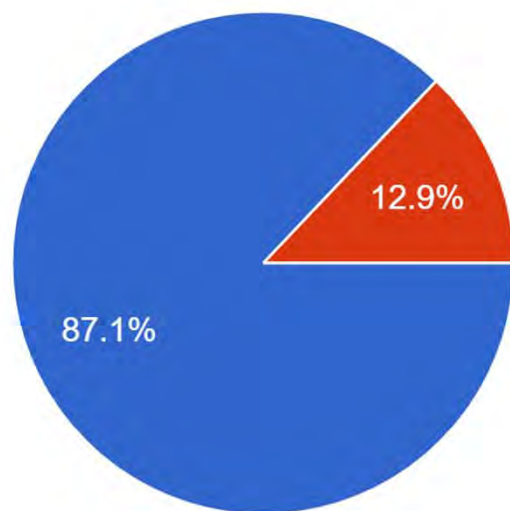
- A 障害者施設でつくった150円のジュース
- B 普通のどこにでも売っている100円のジュース



AとBの割合が逆転した

4 施設の方々がどのような思いで商品をつくっているのか、その商品に込められた思いを知っていたら、あなたはAとBどちらを買いますか。

31 件の回答



- A 障害者施設でつくった150円のジュース
- B 普通のどこにでも売っている100円のジュース

約 9 割の人が

「施設でつくられた商品」を選んだ！！

アンケート結果から商品をもっと買ってもらうために 大切だと感じたこと

商品の背景に
ある想いを知る

コスパの良さ

商品に自分が
関わる

身近で
障がいのある方と
関わる機会を持つ

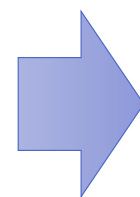
障がいのある方と身近に関わるには

<具体例>

- 小学生対象の「サマースクール」や「自由研究」、「課外授業」のお手伝い

高校生がサポートで参加

大学生にも活動に参加してもらう



小学生が参加しやすくなる

- 利用者さんにしっかり対応できる体制づくり
- 小学校とのマッチングが難しい

施設、学校だけでなく
市町村や社会福祉協議会の協力も必要



まとめ

①高校生ならではの目線や発想力をもっと生かしていけないのか。

➡ 例) 桑の実サイダーの限定ラベルの開発、美術班の切り絵を使った
木製はがきの開発、利用者さんと協働したお仕事、商品のP R

②高校生と施設さんのコラボだけでは、おしごとや商品の魅力を伝えることが難しい

➡ 社会福祉協議会や行政、地元メディアと連携した取り組みやP Rを行っていくことが大切。