

くらしと協同をたずねて 01

組合員活動による視覚障害者へのサポート ～おおさかパルコープの「視覚障がい者商品フェア」の取り組み

岩橋 涼 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)

1. はじめに

生協における視覚障害者向けの取り組みとして、まず挙げられるのは、「リーディングサービス」である。これは、共同購入や個人宅配の商品カタログを読み上げて録音したものを、視覚障害のある組合員に配布し、受け取った組合員は、それを聞いて商品の注文をおこなうという仕組みである。

しかし、音声だけを聞いて選ぶのは簡単なことではない。リーディングサービスでは、多くの場合、商品に関する説明も含まれているが、実際の商品カタログには写真がある。商品を理解し、選択する際に、視覚情報の果たす役割は大きい。

おおさかパルコープには、視覚障害者のための商品フェアという取り組みがある。この商品フェアは、視覚障害のある組合員が、実際に食べて、商品に触れて、メーカーと直接話ができるもので、今年で第9回目をむかえた。この商品フェアを中心に、視覚障害者へのサポートをおこなう組合員の活動について紹介する。

2. 「視覚障がい者商品フェア」とは

「視覚障がい者商品フェア」は、おおさかパルコープの組合員で構成される「ボランティアチーム」が主催する行事である。

ボランティアチームについての詳細は後述するが、視覚障害のある組合員へのサポートと交流をおこなうグループとして、1995年から活動をおこなっている。現在は15名で、「声の商品案内」や請求明細書の点訳（点字への変換）と音声として受信できるメールでのお知らせ、「識別リボン」¹⁾、商品フェアや産地訪問といった行事をおこなっている。

第1回目の商品フェアは、2005年6月、雑貨商品のフェアとして開催された。きっかけは、視覚に障害のある組合員が「音で聞くだけではどんな商品かわからないのがいっぱいある」と配送担当者に伝えたことだった。その組合員の声は、支所長へ、そして商品部へと伝えられた。商品部で実際に「声の商品案内」を聞いたところ、確かに説明だけではわからないという認識に至った。たとえば、「なが〜いタワシ」という商品があったが、これはタワシというより、実際にはスポンジのようなもので、そのスポンジ部分を好きな長さに切って使用するものだった。このようなわかりにくさを解消するために何かいい方法はないかということで、商品を直接触ることができるようなフェアをしてみようという話になり、視覚障害者へのサポートをおこなう組合員のボランティアチームに協力の依頼があった。そして、第1回目として雑貨の商品フェアが開催された。参加者の感想では、商品に触れ、メーカーの担当者から直接話

を聞けることが、大変好評だった。第2回以降は、ボランティアチームが主催で、商品には食品も加わり、今日までおよそ1年に1回（2005年と2015年は開催なし）のペースで開催されてきた。開催時期については、夏、秋、冬と固定されていないが、これはあえてそのようにしている。ボランティアチームのメンバーの話では、固定すると毎回同じ時期の季節商品になってしまうため、様々な商品を知らせるためにもあえて異なる時期に開催しているということだった。なお、どのメーカーが参加するかについては、ボランティアチームからある程度の商品の希望は出すものの、具体的な商品の選定と交渉は事務局として生協の組織部がおこなっている。

10月29日に開催された第9回商品フェアには、出展者として、食品メーカー・生産団体が13、雑貨・化粧品・衣料品が10、そのほか福祉機器メーカー、視覚障害者向けアプリ関連の企業、組合員活動のグループなどが参加した。食品ではすべてのブースで試食・試飲があり、日用品雑貨では各メーカーが実際に手に取って触れるようなかたちで数多くの商品を並べた。

なお、ボランティアチームのメンバーによるブースもあり、メンバーが実際に使用してよかった商品を並べ、商品の特徴や使用方法などを自分たちの経験をふまえて伝えた。

今回の商品フェアは、「かんたん・べんり・おしゃれ」をテーマとして、とくに衣料品では、ボランティアチームのメンバーが、服選びから会場での展示まで自分たちでおこなった。これまでも衣料品の展示・販売はあったが、参加者の好みとずれがあると感じていたことから、今回は、業者の協力を得てこのような方法で取り組むことになった。試着室も用意され、実際に何点

か商品を買ったという来場者の声も多く聞かれた。また、服のコーディネートの手助けをするアプリ開発に携わる企業も参加しており、現在は試験的な利用ということであったが、参加した組合員や衣料品販売業者が熱心に話を聞く姿もみられた。

訪れた視覚障害者は48名で、組合員のガイドボランティア、視覚障害者と同行で訪れたガイド、子ども、ボランティアチーム合わせて、参加者は総勢111名だった。



熱心に商品の説明を聞く参加者と
説明をおこなう出展者



ボランティアチームのブース



衣料品の展示・販売コーナー

3. 視覚障害者へのサポートに関する組合員活動

「視覚障がい者商品フェア」は、主催者であるボランティアチームはもちろん、様々な組合員活動によって支えられている。ここでは、それらについて簡単に紹介する。

(1) ボランティアチーム

商品フェアを主催するボランティアチームの活動の原点は、1991 年の 3 生協（しろきた市民生協、みなみ市民生協、かわち市民生協）の合併前にさかのぼる。しろきた市民生協では、1983 年から「声の注文書」²⁾として音訳（吹き込み）がおこなわれてきたが、合併後、活動が途絶えかけ

た。その時、ある組合員が元しろきた地域で活動を継続させ、エリア全域に利用を呼びかけた。その後、1995 年開催のおおさかパルコープ福祉大学に参加した組合員が加わり、5 名で音訳をおこなうようになった。「声の注文書」だけでなく、機関誌「パルタイム」の吹き込みも始まり、さらに、1997 年に開催された点字講習会の修了者 10 名を加えて、1998 年には 15 名で「障がい者ボランティアチーム」（のちに「ボランティアチーム」に改称）として、音訳・点訳をおこなう現在のような形となった。メンバーの入れ替わりもありながら、15 名で活動を続けている。

ここで「声の商品案内」について簡単に紹介する。かつてはカセットテープであったが、現在はデージー版（DAISY, Digital Accessible Information System の略）の CD となった。カセットテープと異なり、聞きたい箇所やページを見出しで検索して聞くことができるが、専用の機器で聞けることになるため、編集作業が必要となる。また、今年から食料品については、商品案内のデータを利用して音声化する自動音声を導入している。「声の商品案内」に関する音声の吹き込みは、火曜の夕方に受け取った商品案内を金曜の 10 時までに届けなければならないというハードスケジュールだった。自動音声は聞きやすさなど完成度への懸念から当初は導入を見送ったが、改善されたこともあり、今年から導入に踏み切った。今後は雑貨について導入を検討している。ただし、自動音声では不必要な情報が含まれたり、誤読があるため、修正・編集作業をおこなっている。

また、請求明細書の点訳だが、これは引落日・購入金額の点訳から始まり、さらに届いた商品の確認ができたという声から明細書を点字にするようになった。しかし、

実際には視覚に障害があっても点字を読める人ばかりではないということに気が付いた。そして、読み上げ機能を使ってメールのやり取りをする視覚障害者がいることを知り、請求明細書をメールで送る取り組み³⁾が始まった。

こうした取り組みの利用者数は、2016年7月現在、デージー版「声の商品案内」CDが125名、点字請求明細書75名、メール請求明細書40名となっている。

ボランティアチームの代表を務める許斐裕子さんは、1995年の福祉大学受講修了後から「声の注文書」の取り組みに携わってきた。家のことだけでなく、なにか社会に関わることがほしい、少しでも自分の力を外で使ってもらえたらという思いがあり音訳を始めた。その時、声の注文書を途絶えさせてはいけないと考え、精力的に活動していた前述の組合員から大きな刺激を受けたという。しかし、吹き込みの締め切りまで時間に余裕がなく、家族への配慮などから夜中の1時、2時になるなど苦労もあった。かつては間違えた箇所を消去や差し込みができなかったため、最初からやり直しになることもあった。それでも続けてきたのは、やはり活動を引っ張っていたその組合員の存在だった。彼女のアイデアで、機関紙パルタイムの吹き込みでは、BGMを流して季節の挨拶を入れるなどの趣向を凝らした。「それも素敵やなと思っていたから、あきらめようとは思わなかった。楽しかった。」と振り返る。現在、その組合員はボランティアチームを引退しているが、彼女の意思はチームに引き継がれ、率先して行動するメンバーばかりだという。

(2) さざ波

ボランティアチームの活動とあわせて注目されるのが、視覚障害者と晴眼者がとも

に活動をする「さざ波」というグループである。さざ波は、2006年に結成され、視覚障害者6名を含む13名がメンバーとして、視覚障害者の情報収集のあり方をテーマとして活動をおこなっている。具体的には、食品の調理法・アレルゲンのデータを含むQRコードやバーコードの読み取りアプリについて、開発を手掛ける大学の研究者とコンタクトを取って実現化に向けた活動をおこなっており、福祉機器展などに参加して広報活動にも取り組んでいる。バーコード読み取りのアプリは、現在は開発者の事情により新たに利用することはできないが、すでに完成に至った。おおさかパルコプのつるみ店では、バーコードを利用してQRコードのシールを発行できるシステムが導入されている。ただし、視覚障害者は店舗に行かない人も多いため、今後は配送商品でのシステム導入を模索している。なお、さざ波の活動で得られた情報は、ボランティアチームでも共有されている。両方に所属する出原恵美子さんによれば、今回の商品フェアに参加していた長野県の福祉機器メーカーは、さざ波の活動で参加した福祉機器展での出会いがきっかけで、参加が実現した。

(3) ガイドボランティア

視覚障害者をサポートする組合員活動には、登録制のガイドボランティアという仕組みもある。今回の商品フェアでは、最寄り駅から会場への同行、ブースを回る際のサポートをおこなった。毎年、くらしネット福祉という組合員活動の中で、視覚・聴覚障害者へのサポートのためにガイドヘルプ講習会や手話講習会が開催されており、趣旨に賛同する組合員がボランティア登録をするものである。自治体によって異なるが、行政の支援でガイドヘルパーを利用で

きる時間は決まっているため、病院などを優先することになり、どうしても商品フェアのような行事は後回しになる。そこで、同じ組合員である登録ガイドがいることで、商品フェアなどの行事にも来られるようにというねらいがある。しかし、現状では 100 名近くの登録に対して、必ずしも実働が伴っていない。今回のフェアでは、行政のガイドヘルパーと同行で訪れる視覚障害者が多くみられたが、ボランティアチームのメンバーによれば、関心をもってガイドヘルプ講習会に参加する人は、ボランティア登録ではなく実際に仕事としてガイドヘルプをおこなうようになり、登録ガイドボランティアのあり方については悩ましいところがあるという。

4. 視覚障害のある組合員の声

視覚障害のある組合員は、この商品フェアに対してどのような感想をもっているのだろうか。商品フェアに来場した 2 人の組合員からお話をうかがうことができた。

橋本佐知子さんが生協の組合員となったのは 90 年代前半で、組合員歴は 20 年を超える。作業所で働いていたときに、生協の配送が来ていたことから、生協に加入し、商品を家に届けてもらうようになった。当時はカセットテープだったため、最初から聞かねばならず、聞き逃して買い損ねてしまうこともあったという。現在は一人暮らしで、配送の際には、一つ一つ手渡しで説明を受け、商品のなかでもややこしそうなものは先に開けてもらって説明を聞くこともある。食料品では、同じような袋のものは間違えやすいので一度に買わないようにしている。この商品フェアには、すでに何度も参加しており、メーカーに直接聞ける

こと、そして雑貨商品なら自分で触って、「このことだったんだ」と確かめられるのが良いところだという。電話注文の時に説明はしてくれるが、やはり思っていたことと違うことがある。また、商品名から判断して、これに使えると思って購入したら違う商品だったということや、開け方がわからず強引にやって使う前に壊してしまうこともあった。今回の商品フェアでは、奥まで掃除ができそうな丸い形のトイレ用ブラシや、バターナイフとしても使えるようなスプーンなどがいいたと思ったそうだが、これらは手に取って初めてわかるものだと語った。

堀雅子さんも、組合員歴 20 年以上で、商品フェアには初めの頃から参加している。家族 4 人暮らしで、生協は食品を中心に利用し、日用品雑貨はヘルパーや家族と一緒に買うことが多い。ただ、食品はスーパーでも購入しており、ヘルパーと一緒に行くだけでなく、一人でも出かけるという。スーパーでは店員と一緒に店内をまわって買い物をおこなう。生協の宅配とスーパーでの買い物の違いについてうかがったところ、スーパーで店員と店内を回る時にはルートが決まっているため、どんなものがでているか、どんな目新しいものがあるかわからない。一方、生協の場合は、季節商品など、こんな商品があるというのを声の商品案内で聞くことができ、新しいものやめずらしいものも買えるという。

今回の商品フェアを訪れた目的の一つは、服のコーディネートをサポートするスマートフォンのアプリ⁴⁾であった。このアプリは試験段階だが、事前に自宅に来てもらって持っている服の写真をデータ化しており、このフェアでアプリを入れたという。今回の商品フェアでは、アプリだけでなく、前述の「さざ波」のブースで、アイ

フォンやアイパッドに関する情報提供があった。堀さんは、時代の先端をいくようなそうした取り組みがあったことがよかったと感想を語った。



コーディネートアプリを試す参加者と説明をおこなう担当者

5. 商品フェアの今後

ボランティアチームでは、視覚障害＝情報障害だと考えている。視覚障害のある人は、毎回決まった商品、わかるものしか選べず、なかなか新しい商品を買うことができない。メンバーの出原さんは、こんなものがある、あんなものがあるということを知らせて、その中から自分の好きなものを選べるようになってほしいと考えている。

今回の商品フェアで課題としてあがったのは、来場者の対応について、出展者であるメーカーへの説明が不十分だった点である。商品フェアも9回目の開催となり、ボランティアチームとしては、来場者とのやりとりもわかってきていると考えていた。出展者のなかには、前はメーカーの主力商品だったが、今回は手に取って触れるような様々な商品を持ってきたという担当者や、食品メーカーではパックに複数が入っているものは、一つをアルミホイルで

包み、触って大きさがわかるようにするなど工夫しているところもあった。しかし、フェアに来る担当者は入れ替わりがあるため、感想のなかには、初めての参加だったことや、説明の仕方がわからなかったことが書かれていた。また、慣れているガイドは商品の紹介を積極的におこなうが、わからないガイドは、簡単な紹介だけですーと通り過ぎてしまうことがあった。そこでメーカーの担当者が説明をしてもらいたい、そうした連携もとれていなかったという話もあった。今後は、出展が確定した時点で、依頼状を配布するなどの対応が必要ではないかと感じている。

そうした反省点もあるものの、ボランティアチームでは、今回は衣料品について自分たちが選んだ服を並べるなど新しい取り組みに挑戦し、反応も良かったと感じている。次に何をするかまでは決まっていらないが、マンネリ化はしないようにこの商品フェアを続けていくこと、商品だけでなく、それ以外にも様々な情報提供をおこなっていきたいと考えている。

6. おわりに

視覚障害者が生協を利用するとき、たとえ「声の商品案内」であっても、音声だけではどんなものかわからない商品があるなど、困難を感じることも少なくない。この商品フェアは、商品に触れ、利用にあたっての疑問をメーカーに直接聞くことができる貴重な場となっている。

また、今回の商品フェアでは、スマートフォンやタブレット端末を利用したアプリが紹介されていた。これらの機器やアプリの利用は、視覚障害者の生活に変化をもたらす可能性を持つ。視覚障害者にとって、

スマートフォンの利用は簡単ではないが、コーディネートをサポートするアプリのほか、たとえば印刷物を読み取るアプリを利用すれば、他人の助けを借りることなく情報を得ることができる。新しい機器やアプリの利用など、商品に留まらない情報提供をおこなうことも、この商品フェアの大きな特徴である。こうした取り組みを支えてきたのは、新しいことにも積極的に挑戦する組合員の熱意である。

最後に、商品に関するアプリ開発やシステムの導入については、生協を含め、メーカーや企業の協力があって初めて実現するものである。ボランティアチームのメンバーが語ったことだが、コストの問題があっても、それらが視覚障害者に特化したものではないという視点をもつことが重要だろう。たとえば、視覚に障害がなくても、高齢になれば小さい字は見えにくくなる。すなわち、ユニバーサルデザインの観点から、商品の販売、購入、利用のあり方を考えることが、今後の社会において求められるのではないだろうか。

本稿の執筆にあたっては、おおさかパルコープのボランティアチームをはじめ、商品フェアに参加された皆様にご協力いただきました。心より感謝申し上げます。

注

- 1) 視覚障害者が、服や靴下などの色柄を識別したり、自分と他人の持ち物を区別するのに使うもの。特殊ビーズを点字に見立てて、アイロンで一つずつ貼り付けて作られる。
- 2) 現在は「声の商品案内」と呼ばれているが、2008年までは「声の注文書」という名称だった。
- 3) メール請求明細書は、静岡大学で開発されたシステムを利用するものである。
- 4) 株式会社コネクトドットが開発中のアプリ。このアプリは、スマートフォンを利用して、自身の所持する衣類の情報をアプリに登録し（この際、ICタグをつけて衣類の識別を可能にする）、デジタルクローゼットとして、管理できるようにするもの。音声での再生ができ、アプリの入っ

たスマートフォンをICタグにタッチすれば、衣服の特徴がわかるようになっている。

おおさかパルコープの「QRシール」とは



「バーコード」から「QRシール」へ

「バーコード」を専用機器で読み取り、読み取った内容に独自の情報を加味して「QRコード」に変換し、シールとして発行することで、より便利なツールになります。

「おおさかパルコープ つるみ店」では、購入された商品の「バーコード」を読み取って、「QRシール」を発行するサービスを実施しています。

おおさかパルコープ「QRシール」の特長

- ① シールなので、読み取る場所が貼ってわかります！
- ② らくらくホンやスマートフォンなどで読み取れば、音声にできます！
- ③ 購入日と日持ち情報から、賞味期限の目安がわかります！
- ④ 冷凍食品・インスタント種など、約1000アイテムの調理法をお知らせします！
- ⑤ 生鮮食料品・お惣菜を含め、店内すべての商品に対応しています！
- ⑥ インターネットに接続しなくても、情報を知ることができます！

「生活協同組合 おおさかパルコープ」は

「QRシール」のアイデアと発行機のすべての技術を「目が見えなくても中身が分かる」世の中づくりにご協力くださる各POSメーカー・はもちろん競合チェーンストアにも無償で解放いたします。

<参考>

おおさかパルコープつるみ店の「QRシール」について（おおさかパルコープ提供資料より）