

**ビッグイシューの販売支援をつうじた援助つき就労支援の意味
顧客と販売員仲間による販売情報のフィードバックが及ぼす効果について**

立命館大学応用人間科学研究科
対人援助学領域
障害・行動分析クラスター

本研究は、社会的企業である（有）ビッグイシュー日本において販売を行なっている販売員らを対象に、販売行動を拡大することを目的とし、販売情報のフィードバックによる効果を検証し、就労支援の援助設定にはどのようなことが必要とされるかを模索した。

「ビッグイシュー」とは雑誌の名称であり、ホームレス状態であって定められた8つの行動規範を守ることに同意すれば、誰でもその販売を行なうことができる仕組みとなっている。今日、ビッグイシューの活動は諸外国において大きく発展しているが、日本では2003年に販売が開始され2年が経過したものの、販売を行ないながら経済的に自立し住居獲得に結びつけるには長い時間が必要とされ、困難な現状が見受けられる。路上で生活する販売員らがセカンドステップともいえる住居獲得の費用を蓄えるためには、さらなる販売促進とともに自立ができる環境設定を整えていくことが必要とされる。

そこで本研究では、販売員らの販売行動の拡大を目的とし、（有）ビッグイシュー日本のスタッフと共同で、ビッグイシューを購入した顧客と販売員らに対して「販売促進に関する質問紙調査」を行ない、販売現場からのリアルな情報を収集し、それらを販売促進のための有益な情報ツールとして1冊のファイルにまとめ、販売員らに個別にフィードバックを試みた。また、販売員らがビッグイシューでの体験をどのようにそれぞれの将来の就労に向けて展開するかという、ビッグイシューというシステムをつうじたホームレスの仕事と自立について考え、就労における賃金そのものだけではない、あるいは当該の仕事のスキル獲得だけでなく、工夫によって結果が変わるといふ仕事固有の達成感（強化）を得て、さらなる本格就労への動機付けにつなげていくこと、そうした援助設定のあり方を検討した。フィードバックを行なった結果、販売冊数において全体的に緩やかな伸びがみられた。また、「販売員の意識に関する質問紙調査」において、ほぼ全員の販売員が、ただ販売するだけでなく販売促進についての情報を取り入れながら販売を行なっていきたいと考えていることがわかり、販売情報のフィードバックの有効性が示された。

考察では、フィードバックが販売員らにもたらした効果と、販売員らが普段何気なく行ってきた販売行動を具体的に言葉に紡いでいくというプロセスの意味について検討した。販売員らが「働くことがおもしろい」と思えるような達成感が販売行動をつうじて体感し続けられるような効果については、今後更なる追跡を必要とし、新たな課題として示唆された。