

当事者参加型情報創発基盤の構築

国立障害者リハビリテーションセンター研究所 硯川潤

(調査・分析協力：株式会社おかのて)

本研究では、障害者やその支援者が福祉機器に関する様々なアイデアを共有し、日常生活の課題解決につなげることを目的とした情報創発支援サイト「ウェル★ラボ Welfare Lab. みんなで解決！福祉機器アイデアポータル」(以下「ウェルラボ」)を構築・運営し、その投稿内容等を分析することで、福祉機器に関する情報創発支援サイトの活用のされ方の特徴を把握することを目的とした。また、「ウェルラボ」の利用者(障害当事者)および福祉機器に関する障害者コミュニティを運営する団体へのヒアリング調査を実施し、今後の情報創発支援サイトの普及に向けた課題等についてまとめた。

ウェルラボへの投稿分析の結果、内容に応じた議論の推移に関する特徴や、スレッドの活性度に関する経時的な特徴が明らかになった。また、投稿の種別に応じて、その後付与されるコメントの内容にも明確な差異が見られた。これらを参考にすることで、運営者による適切なファシリテーション(議論の誘導やサポート)を実施できる。

ヒアリング調査からは、ウェブサイトのみを議論の場として使用することの抵抗感が指摘された。一方で、ウェブ上のコミュニティを活用するための条件として、基盤となる実コミュニティが存在することや、情報技術に詳しい管理者が存在することなど、明らかになった。

A. 研究目的

障害者がそれぞれの身体状況等に適合した福祉機器を探したり、福祉機器に関する悩みを解消したりするためには、様々な情報の中から自分に必要な機器の情報を探索したり、自身の状況を理解した他者からのアドバイスを得ることが必要となる。しか

しながら、一般の機器と比較して利用者数の少ない福祉機器に関して、障害者が日常的に信頼できる相談相手を確認することは容易ではない。

そこで本研究では、障害者の福祉機器に関する様々なアイデアを共有し、日常生活の課題解決につなげることを目的とした情報創発支援サイト「ウェル★ラボ Welfare

Lab. ～みんなで解決！福祉機器アイデアポータル～」（以下「ウェルラボ」）を開設し、多様な投稿とその返信内容を蓄積してきた。

本報告では、ウェルラボの投稿内容等を分析することで、福祉機器に関する情報創発支援サイトにおけるコミュニケーションの特徴を把握することを目的とする。また、「ウェルラボ」の利用者および福祉機器に関する障害者コミュニティを運営する団体へのヒアリング調査を実施することで、今後の情報創発支援サイトの普及に向けた課題等についてまとめる。

B. 研究方法

(1) ウェルラボの概要

ウェルラボは、福祉機器に関する投稿や返信等を行う Facebook ページと、それらの情報をカテゴリ毎に保存・活用するためのアーカイブサイトが相互に連動する仕組みで運営されている。（図1参照）

Facebook ページへ記入されたトピックは、運営事務局がタイムラインに投稿し、閲覧者が、それに対する返信や「いいね」などの反応を送ることができる。

Facebook ページと連動してアーカイブサイトに表示される投稿は、投稿の新旧やコメント数、いいね数の順で表示されるほか、その投稿内容に応じて、利用対象者（肢体障害者・視覚障害者等）、生活シーン（パソコン操作・衣類の脱着・食事等）、福祉用具（装具・車いす・特殊寝台等）、トピックの種類（お悩み相談・TIPS共有等）のカテゴリ別に分類され、絞り込み検索やキーワード検索を行うことで、利用者がニーズに即した投稿を閲覧できる。

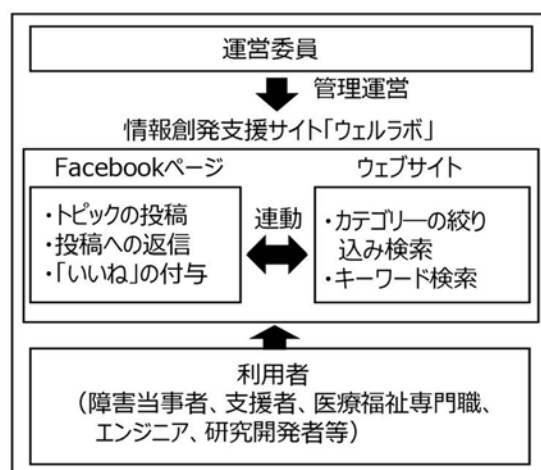


図1. ウェルラボの概要

(2) 投稿および返信・コメントの量的分析

ウェルラボの投稿および返信やコメントの分析には、2015年1月26日から2017年2月8日までに投稿されたトピック52件と、トピックへの返信やコメント計202件を用いた。各投稿に関する投稿時間、Facebook ページのいいね数、ウェブサイトにおける表示回数、カテゴリ分類などのデータを用いて以下のような分析を行った。

【分析内容】

- ・カテゴリの採用数・採用率
- ・カテゴリ別のいいね数・コメント数
- ・カテゴリ別のリーチ数と表示回数
- ・初回投稿から返信投稿・コメントまでの時間間隔
- ・初回投稿から初回返信投稿・コメントまでの時間といいね数の関係
- ・トピックの種類（お悩み相談・TIPS共有）と写真の有無、いいね数、コメント数の関係

(3) 投稿および返信・コメントの質的分析

量的分析と同様のデータを用い、投稿お

よび返信、コメントのテキスト（全 250 件）の内容を分析し、計 22 の意味カテゴリーラベルを付与するとともに、それらを用いて以下の分析を行った。

【分析内容】

- ・意味カテゴリー別の採用数・採用割合
- ・意味カテゴリー別のコメント数
- ・意味カテゴリーとコメント数の多少との関係
- ・お悩み相談におけるコメント数と感謝の表現の数との関係

（４）コミュニティ運営者へのヒアリング

ウェルラボサイトの評価および今後の運営課題を明らかにするために、ウェルラボサイト利用者および既存の福祉機器に関する障害者・ユーザコミュニティを運営する団体へのヒアリング調査を実施した。（表 1、2 参照）

表 1. ヒアリング対象

	カテゴリー	ヒアリング対象	ヒアリング日時
1	ウェルラボ利用者	A 氏	3 月 14 日（火） 14:00~16:00
2	ウェルラボ利用者	B 氏	3 月 16 日（木） 15:00~16:30
3	既存コミュニティ運営者	団体 C	3 月 6 日（木）15:00~16:30
4	既存コミュニティ運営者	団体 D	3 月 14 日（火） 15:00~16:00

表 2. ヒアリング項目

	項目
参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・福祉機器に関する問題の解決方法 ・ウェルラボを見た（利用した）感想 ・ウェブサイトの操作性 ・普及の可能性など
既存コミュニティ運営者	<ul style="list-style-type: none"> ・運営コミュニティの目的、特徴 ・インターネットの活用状況 ・ウェルラボを見た感想 ・ウェブ上でのコミュニティづくりの可能性 ・普及の可能性など

C. 研究結果と考察

（１）投稿および返信・コメントの量的分析結果

1) 投稿トピックのカテゴリー採用率

投稿トピック 52 件についてのカテゴリー採用率（採用数）を見ると、投稿内容の障害種別では、「肢体不自由者」が 94.2%（49 件）と圧倒的に多い。（図 2 参照）

トピックの内容別では、「お悩み相談」が 65.4%（34 件）、「TIPS 共有」が 32.7%（16 件）と「お悩み相談」の割合が高く、シーン別では、「屋外の移動」28.8%（15 件）、「電動車いす」23.1%（12 件）、「手動車いす」25.0%（13 件）、「パソコン・スマホ操作」21.2%（11 件）が 20%以上を占めており、幅広い利用者が関心を持つテーマであることが分かる。

2) カテゴリー別いいね数・コメント数

各カテゴリー内の投稿へのいいね数やコメント数の平均値を見ると、いいね数としては、「入浴関連用具」（28 件）、「風呂やシャワー」（21 件）、「意思伝達装置」（23.8 件）、「食事」（22 件）、「パソコン・スマホ操作」（19.5 件）などが多く、コメント数としては、「意思伝達装置」（9.3 件）、「衣服の脱着」（5.3 件）が多かった（図 3 参照）

このうち「意思伝達装置」や「入浴関連用具」等の投稿は、トピックとしてあげられる頻度が、それぞれ 2 件、4 件と低かったが、一旦トピックに採用されると、いいね数やコメント数の平均値が高く、反響が高い内容となることが把握された。

3) カテゴリー別リーチ数・表示回数

続いて、Facebook ページのリーチ数とウェブサイトにおける表示回数のカテゴリー別平均値を調べた。全体として、リーチ数が多い投稿は表示回数が少なく、リーチ数が少ない投稿の表示回数が多い傾向にあることがわかった。(図4参照)

ウェブサイトでは、開設直後の古い投稿ほどインターネット上での掲示時間が長くなり、表示回数も多くなる。一方 facebook ページでは、開設後、利用が増えるほど投稿時のリーチ数が多くなる。図4に見られた関係性は、この仕組み上の違いが反映されているものと考えられる。

4) 初回投稿からの返信・コメント投稿までの時間

ウェルラボ全 202 件の投稿やコメントについて、初回投稿からの投稿間隔順に並べ、10 時間毎のヒストグラムを作成した。(図5参照)

その結果、0~10 時間以内に 49 件と最大の投稿数があり、200 時間までで一旦収束する傾向が見られ、その後 270 時間前後から、少数の投稿が続けられていくことが分かる。全体として初回投稿が行われた直後にスレッドが活発になることがわかった。

5) 初回投稿からの投稿時間といいね数の関係

続いて、初回投稿からの時間(常用対数の値)とコメントへのいいね数との関係を散布図に表すと、1 時間前後と 100 時間台の投稿で、比較的多く「いいね」がつく傾向が示された。(図6参照)

6) 初回投稿から初回コメントまでの時間のヒストグラム

さらに、初回の返信コメントに着目して、初回投稿からの経過時間のヒストグラムを作成した(ビン幅 5 時間)。この結果においても、初回返信が 10 時間以内に行われている投稿が多いことが明らかとなった。(図7参照)

7) 初回投稿から初回コメントまでの時間といいね数

初回投稿から初回コメントまでの時間の対数とスレッドに対するいいね数の関係を散布図に表すと、初回コメントが付されるまでの時間が短いほど、いいね押下数が多い傾向が示された。(図8参照)

散布図上の投稿を「TIPS 共有」と「お悩み相談」に分類すると、「TIPS 共有」の投稿に対しては、比較的早く(10 時間以内)にコメントが返信されやすく、いいね数も多い傾向にあることが示唆された。

8) 投稿内容と添付写真の有無、いいね数とコメント数の関係

投稿内容(カテゴリー)が添付写真の有無やいいね数・コメント数に与える影響をそれぞれ調べた。まず、図9に示したように、「TIPS 共有」にすべての投稿に写真が添付されている一方で、「お悩み相談」の投稿には写真添付がほとんどないことがわかった。また、「TIPS 共有」には、いいねが多く付く一方、コメント数は少ない傾向にあり、「お悩み相談」に関する投稿では、その反対の傾向が見られた。(図10参照)

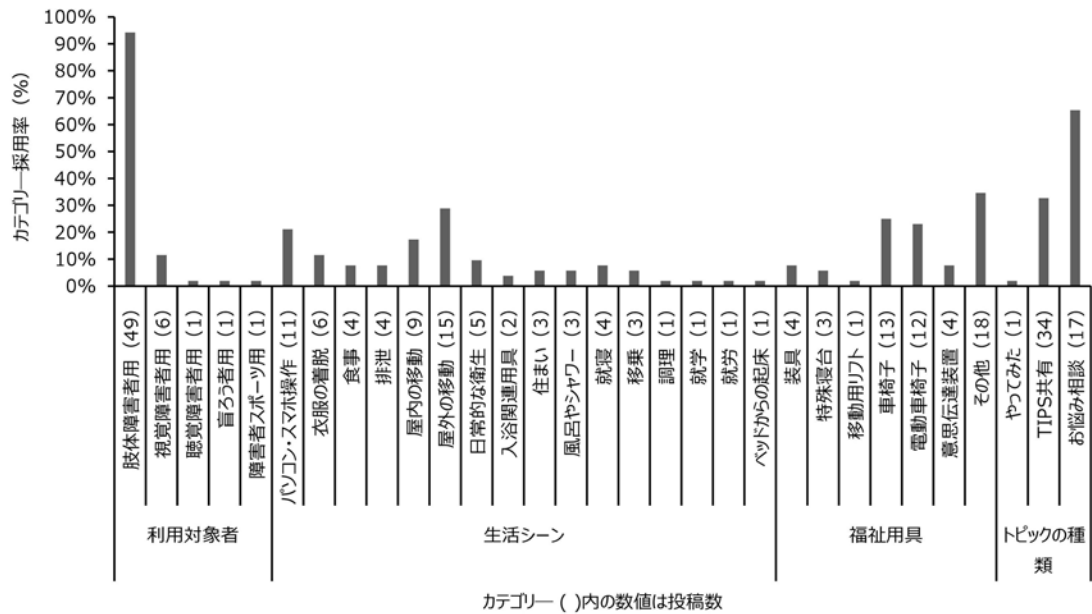


図2 投稿トピックの 카테고리採用率 (N=52)

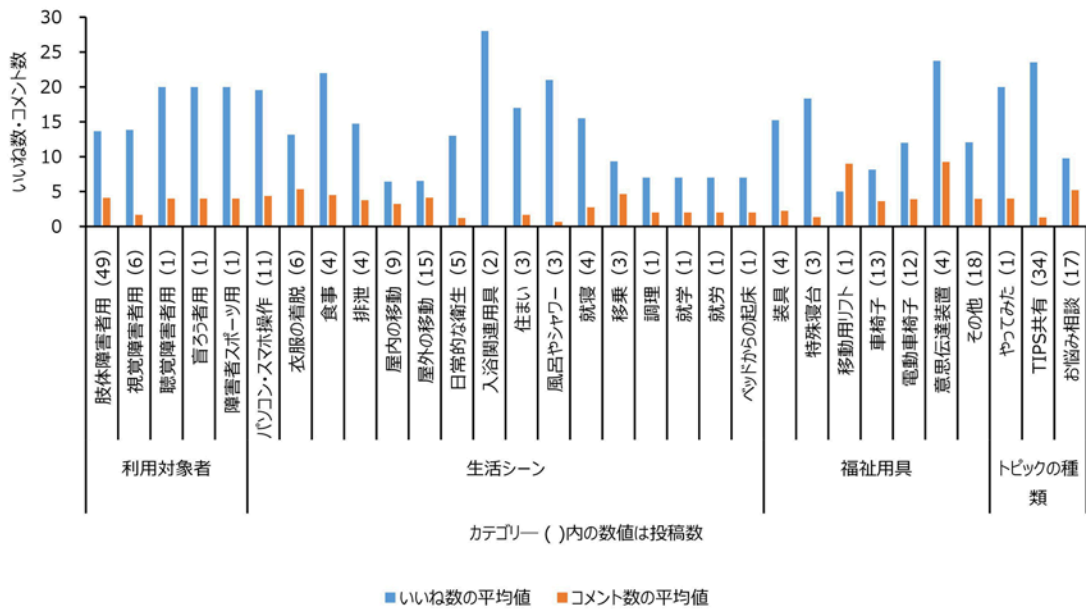


図3 カテゴリー別のいいね数・コメント数の平均値 (N=52)

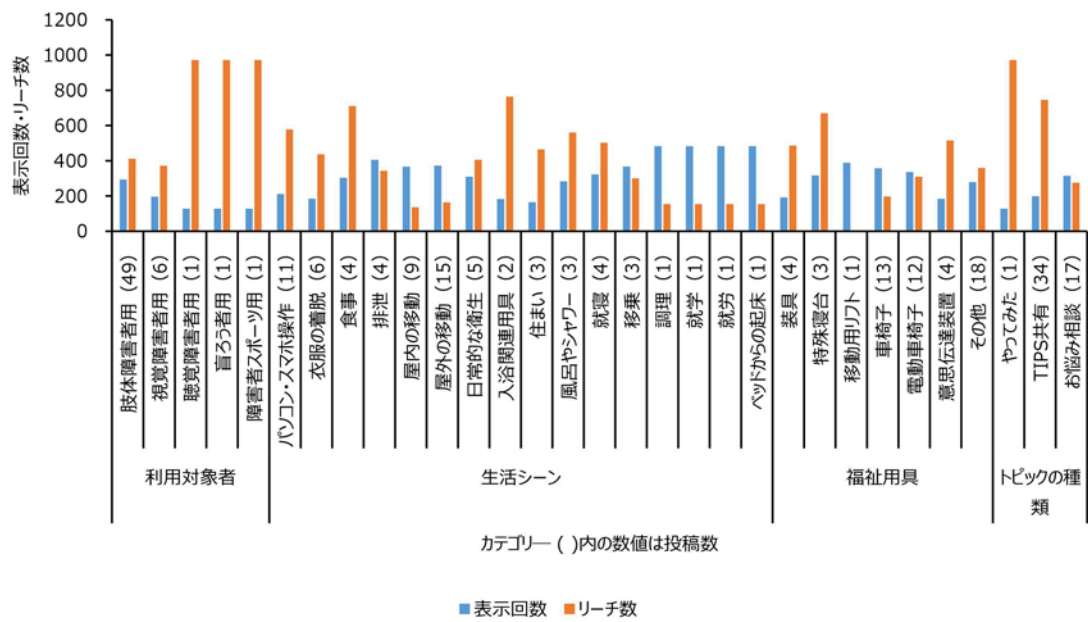


図4 カテゴリー別リーチ数・表示回数 (N=52)

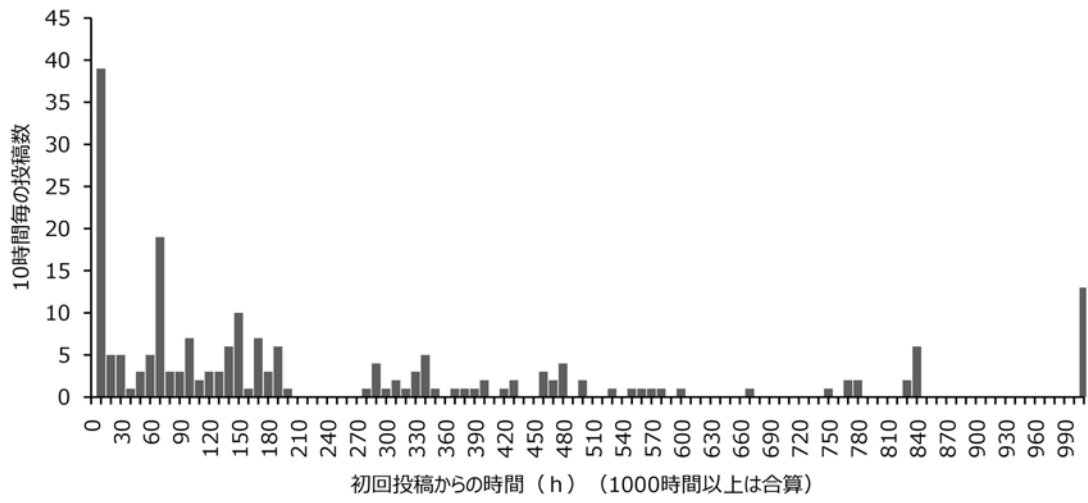


図5 初回投稿からの返信・コメント投稿の時間毎のヒストグラム (N=202)

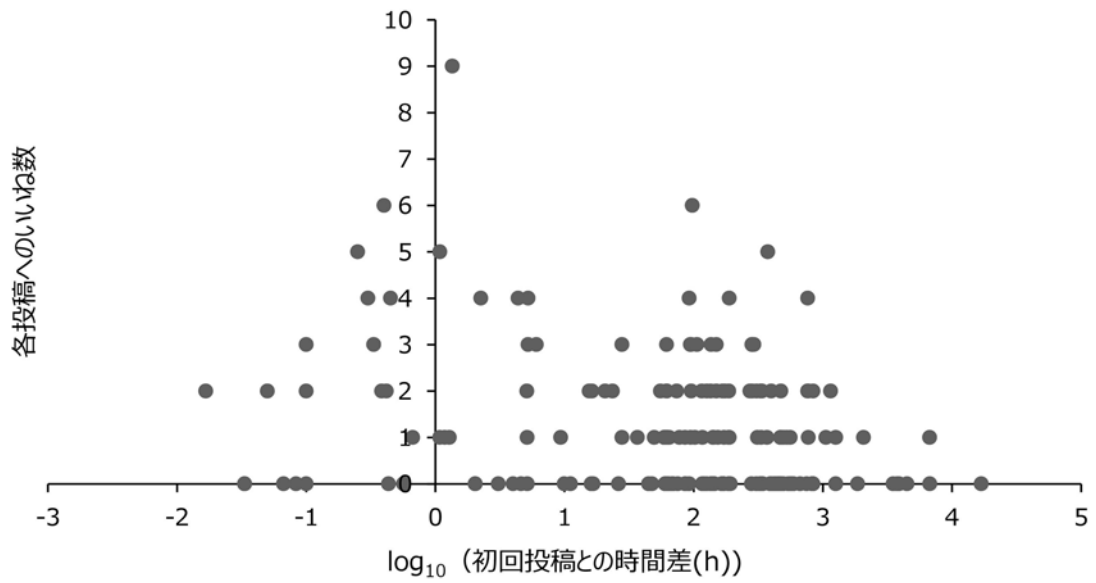


図6 初回投稿からの時間 (対数) といいね数の関係を表す散布図 (N=202)

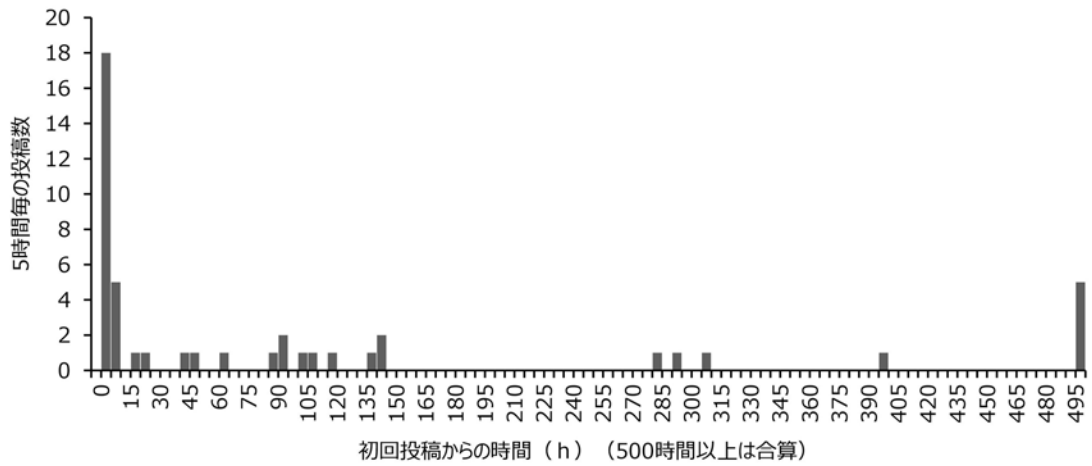


図7 初回投稿から最初のコメントまで時間毎のヒストグラム (N=44)

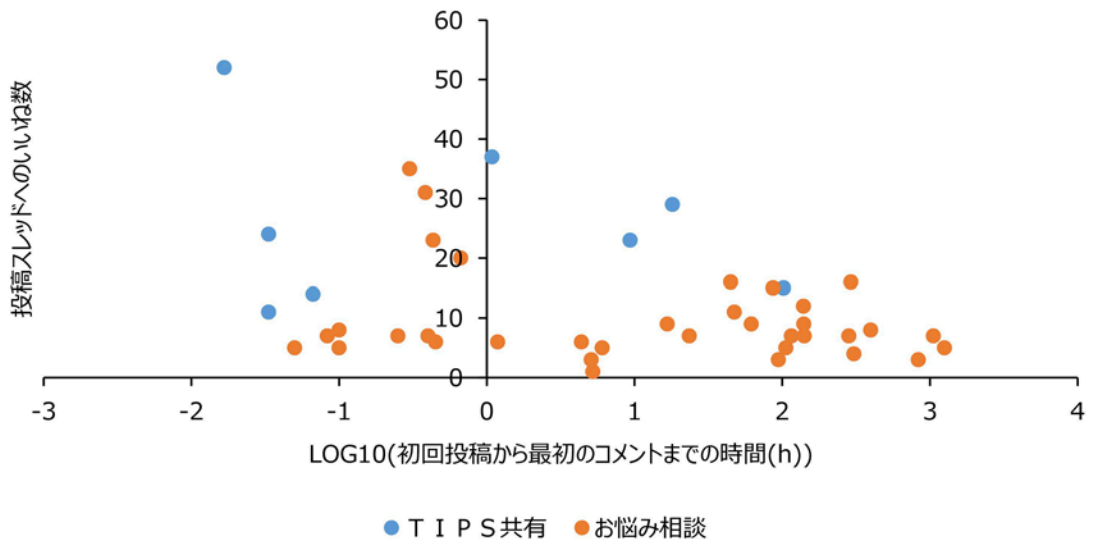


図8 初回投稿から最初のコメントまでの時間（対数）といいね数の関係

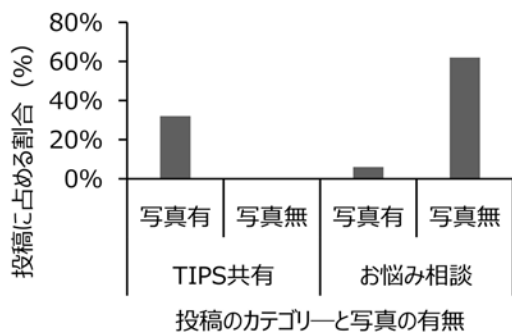


図9 投稿カテゴリと写真の有無

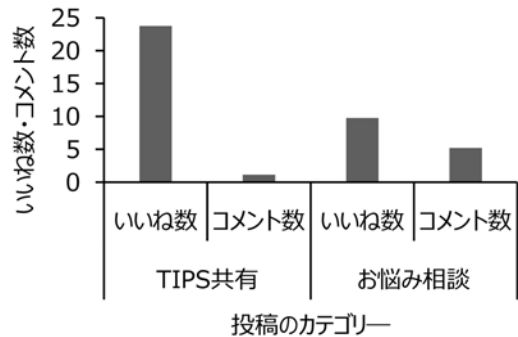


図10 投稿カテゴリといいね・コメント数

(2) 投稿および返信やコメントの質的分析結果

1) 意味カテゴリーラベルの付与

投稿および返信、コメント（全 250 件）のテキストの内容を分析した結果、「情報募集」「状態説明」「調査検索結果」「体験談」など、計 22 の意味カテゴリーラベルを付与することができた。22 の意味カテゴリーラベルと付与条件の説明を表 1 に示す。

2) 意味カテゴリー別のコメント数

22 の意味カテゴリーラベルを付与された投稿の採用数は表 2 に示したような結果となった。

ラベルの付与数は、全体として「情報提供・質問」（47 件）、「調査・検索結果」（50 件）、「状況説明」（30 件）、「体験談」（36 件）、「感謝」（24 件）等の意味カテゴリーへの分類が多かった。（図 11 参照）

次に、「お悩み相談」と「TIPS 共有」に分類された投稿毎に傾向を分析した。

「お悩み相談」では、相談依頼者からの「情報募集・質問」（20.1%）と状況を補足説明する「状態説明（13.9%）」、それに対する「調査・検索結果（21.1%）」、さらに相談依頼者からの「感謝（11.5%）」の意思表示の割合が高くなっている。（図 12 参照）

続いて「TIPS 共有」について見ると、体験談（50.0%）とそれに対する同意（20.6%）や感嘆（11.8%）の表現等の割合が高かった。（図 13 参照）

3) コメントの多いスレッドの特徴

コメントの多いスレッドの特徴を明らかにするために、コメント数 6 以上のスレ

ッド（スレッド内のコメント数計 125 件）と、コメント数 6 以下のスレッド（スレッド内のコメント数計 125 件）に分類し、意味カテゴリー別の投稿数、投稿割合をそれぞれグラフに示した。（図 14, 15 参照）

コメント数が多いグループでは情報提供の分類で「知識の提供」や「情報源の紹介」の割合が高く、「状況の確認」も多く行われていることが分かる。また、「感謝」の割合も高かった。

コメント数が少ないグループでは、「体験談」「意見」の割合が高く、意思表示の項目では「同意」の割合が高かった。

コメントが多く、議論が活性化しているスレッドでは、個人的な「意見」や「体験談」よりも、客観的な「知識」の提供が比較的頻繁に行われる傾向が見られた。

4) 感謝の表現の出現

ウェルラボにおけるお悩み相談機能を評価する一指標として、相談者の「感謝」の表現の出現頻度に着目した。スレッドのコメント数を横軸に、感謝の表現を縦軸にとり、関連を散布図で示すと図 16 のようになった。グラフからは、コメント数が多くなるほど感謝の表現も出現頻度も多くなる傾向が見られ、活発に投稿のやりとりが多いスレッドで、相談者が一定の評価を示していることが推測される。

表3 意味カテゴリー分類内容

意味カテゴリー	相談			情報提供							
	a.情報募集・質問	b.状態説明	c.し好説明	d.調査・検索結果	e.体験談	f.意見	g.知識	h.提供意図	i.協力申し出	j.情報源紹介	k.対応中
説明	情報提供のお願い 福祉機器に関する質問	身体状況や生活状況の説明	デザイン、操作方法等の好みの説明	ウェブサイトその他の情報源を通じた調査結果の報告	投稿者の体験談の提示	投稿者の意見・考え方の提示	投稿者の知識の提供	情報提供意図の説明	相談投稿者に対する協力の申し出	投稿者以外の情報源の紹介、取り次ぎ	投稿者のニーズを見出す機器を探索中または制作中

意味カテゴリー	確認			提案	意思表示・感情表現						その他
	l.状況の確認	m.し好の確認	n.機器機能確認	o.形態・手法の提案	p.感謝	q.同意	r.感嘆	s.否定	t.写真のみ	u.質問促進	v.その他
説明	身体状況や生活状況の確認	デザイン、操作方法等の好みの確認	ニーズを満たす機器の機能の確認	福祉機器の機能や形態、ニーズを満たす解決方法の提案	投稿内容に対する感謝	投稿内容に対する同意	投稿内容に対する感嘆表現	投稿内容に対する否定	写真のみの添付	(事務局による)投稿を促進する言葉	(事務局による)投稿を促進する言葉

表4 コメントの内容・コメント数別の意味カテゴリーの採用数

	相談			情報提供									確認			提案	感情表現					写真	事務局	その他	カテゴリ採用数	投稿数
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v				
お悩み相談	42	29	3	44	19	12	11	2	11	6	4	13	2	1	11	24	8	7	6	3	2	4	264	208		
TIPS共有	1	1	0	3	17	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	7	4	0	0	2	1	42	34		
その他	4	0	0	3	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	12	8		
合計	47	30	3	50	36	16	14	2	11	6	4	13	2	2	13	24	15	11	7	3	4	5	318	250		
お悩み相談内の割合	20.1	13.9	1.4	21.1	9.1	5.7	5.3	1.0	5.3	2.9	1.9	6.2	1.0	0.5	5.3	11.5	3.8	3.3	2.9	1.4	1.0	1.9	-	-		
TIPS共有内の割合	2.9	2.9	0.0	8.8	50.0	5.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	5.9	0.0	20.6	11.8	0.0	0.0	5.9	2.9	-	-		
コメント数6以上	17	18	2	28	11	5	11	1	6	4	2	9	2	0	7	21	4	7	5	3	0	2	165	125		
コメント数6以下	29	12	1	22	25	11	3	1	5	2	2	4	0	2	6	3	11	4	0	0	4	3	150	125		

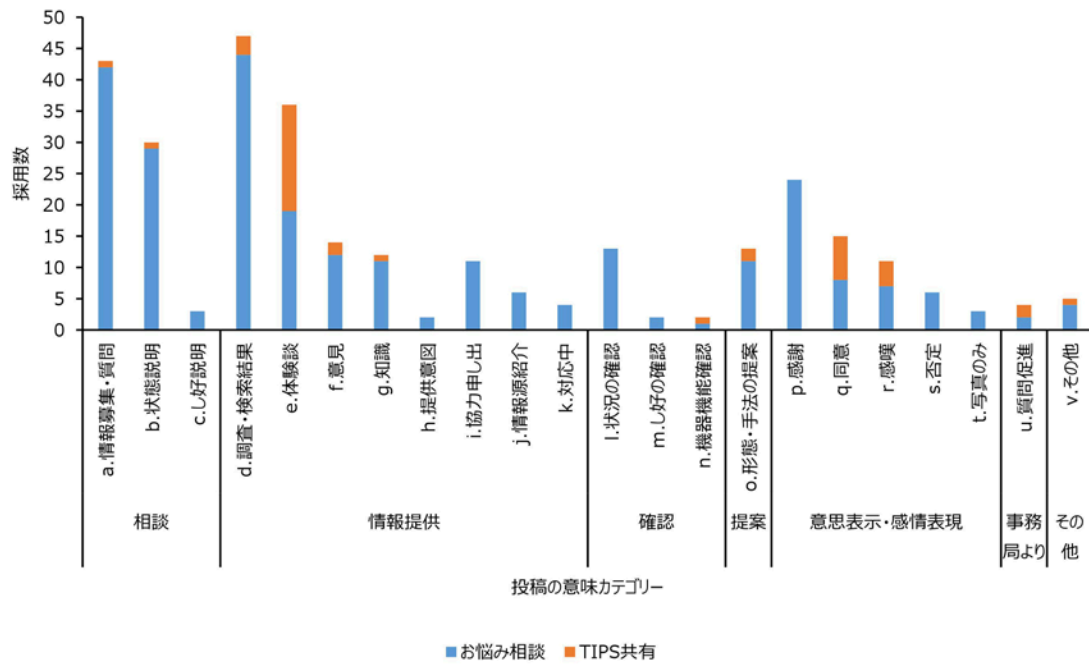


図 11 投稿の意味カテゴリー別コメント数 (N=250)

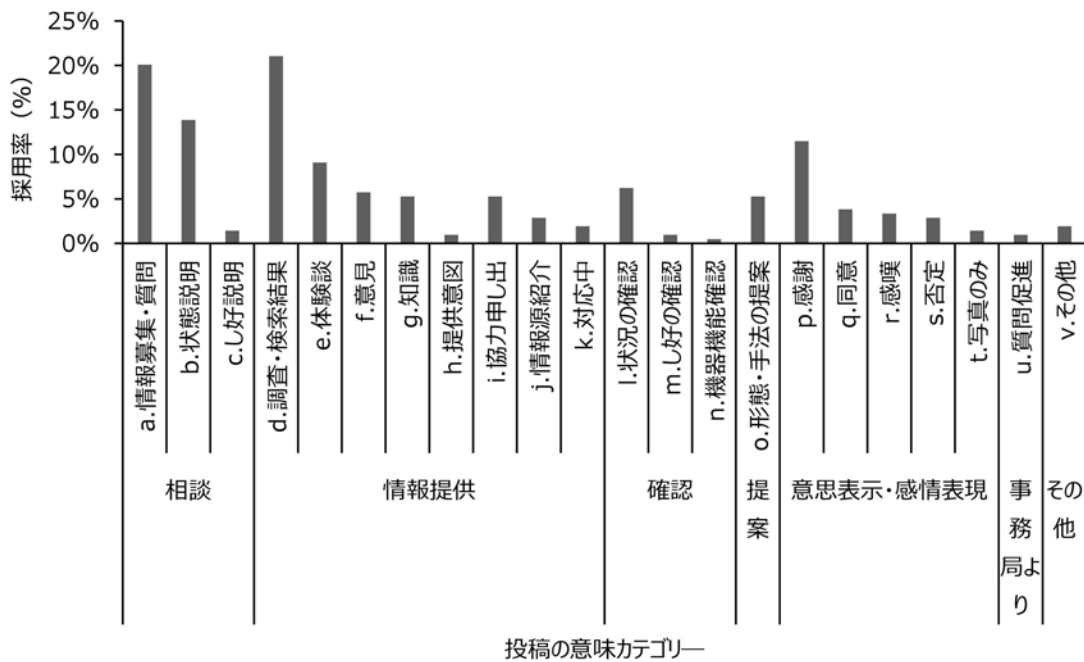


図 12 「お悩み相談」における意味カテゴリー採用割合 (N=208)

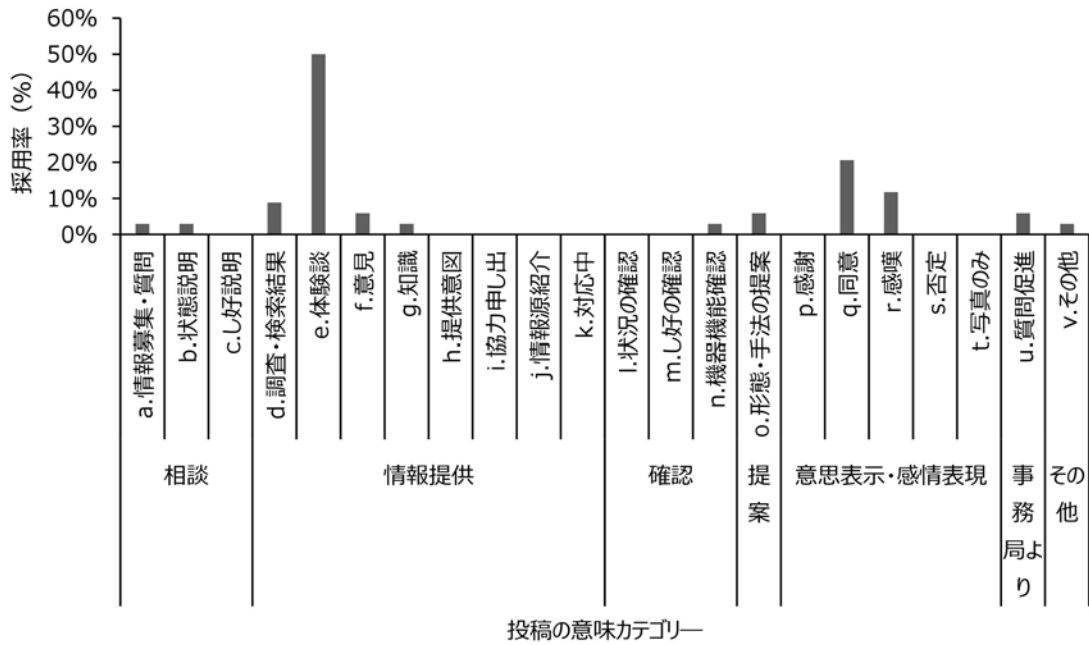


図 13 「TIPS 共有」における意味カテゴリー採用割合 (N=34)

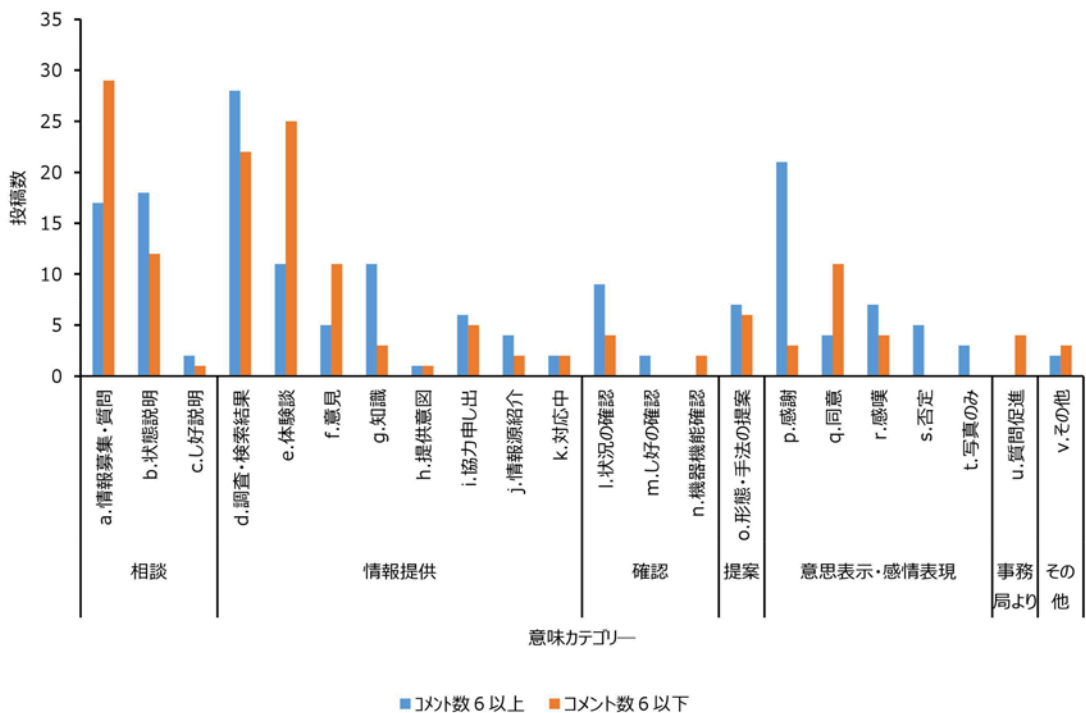


図 14 投稿の意味カテゴリーとスレッド内のコメント数との関係 (N=250)

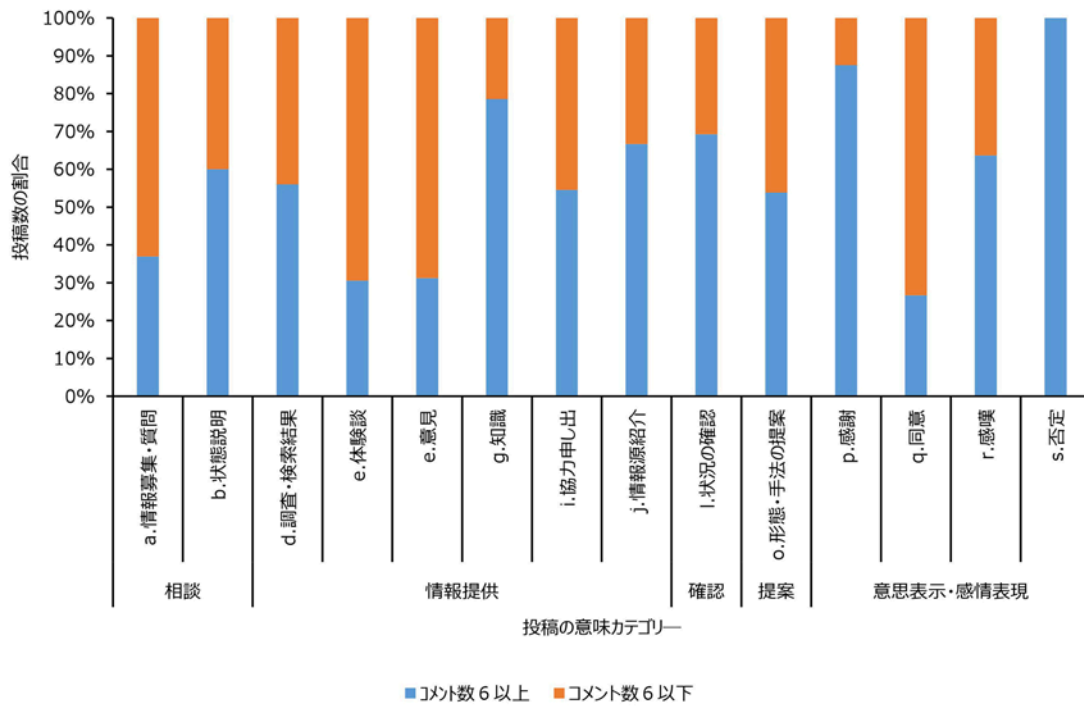


図 15 投稿の意味カテゴリーとコメント数との関係 (カテゴリー内割合) (N=250)

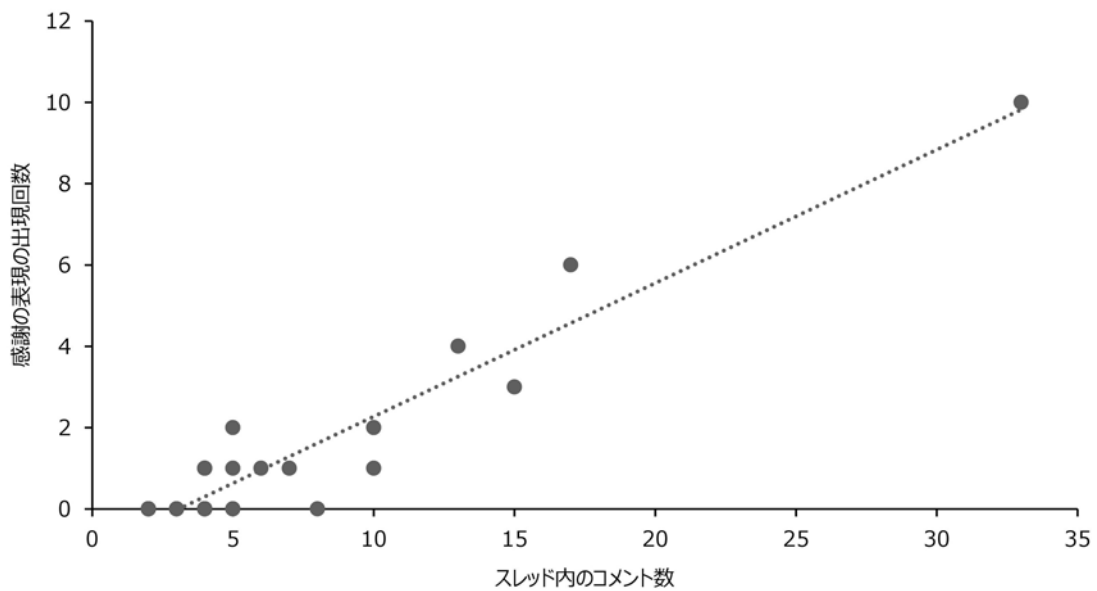


図 16 お悩み相談におけるコメント数と感謝の表出回数 (N=16)

(3) ヒアリング調査の結果

1) ウェルラボ利用者に対するヒアリング調査結果 (表3参照)

① ウェルラボに対するニーズ

利用者のウェルラボに対するニーズに関する回答から、ヒアリング対象者が、Facebook への投稿や口コミでの紹介を通じて他の障害者にウェルラボについて紹介をしているが、積極的な利用ニーズが感じられなかったと意識していることが分かった。

一方で、「障害程度の重い人にとっては必要ではないか」「ウェルラボの内容がよく理解できれば使いたい人はいると思う」など、潜在的なニーズの存在についても示唆された。

② ウェルラボサイトの操作性

ウェルラボサイトについては、まず、サイトを見ても、「何のサイトか分かりにくい」「Facebook ページとホームページが連動しているところが複雑」などの課題があげられた。

ウェルラボサイトの操作性については、「高齢者がパソコンに慣れていない」「いちいち投稿を探すのが面倒になる」など、世代によって、ウェブサイトでの情報収集や Facebook の利用自体に慣れない状況が指摘された。

③ ウェルラボの普及可能性と提案

ウェルラボの普及可能性については、「キーワード検索で上位に出てくる」「待ち受け画面にお知らせされる」など、まず、認知されやすいサイト表示が行われることが重要であると指摘された。

その上で、提供される情報について「情報の信頼性が高い」「自分の障害と適合した情報である」ことが普及に繋がる条件としてあげられた。

④ その他

3Dプリンタを用いた自助具開発試行を見た利用者からの意見として、ウェルラボが、シンプルな自助具の製作において、形状のイメージ共有やニーズの伝達を行う際に、十分活用できるという意見が得られた。

2) 既存の障害者コミュニティの運営者へのヒアリング (表4参照)

① 現在のコミュニティ活動の概要

ヒアリング対象の2団体は、福祉機器を活用・開発することを目的とした、実コミュニティを運営している。

② コミュニティ運営の意義と課題

現在のコミュニティ運営の意義については、生の意見のやりとりの重要性や、対面することで理解できるニーズの把握を重視していることなどが挙げられた。

一方で、福祉機器の製作に繋げるための資金的な課題や、障害当事者へのPR不足という課題も指摘されている。

③ ウェブ上コミュニティ運営について

今後のウェブ上コミュニティ運営の可能性については、「インターネットの活用方法が分からない」などの意見があげられ、直ちに利用するニーズは少ないと考えられる。ただし、管理者の設置など、一定の条件を整えば、運営の可能性も検討の余地がある

ことが示唆された。

また、ウェブ上のコミュニティを、実コミュニティの補足的な役割として位置付けたり、アーカイブ機能として活用する意義についても指摘された。

④その他

その他に、首都圏と比較して地方における福祉機器活用・開発のための環境が整っていないことや、介護施設等において福祉機器活用の意識が十分に高まっていないことなどが指摘された。

D. 結論

投稿および返信・コメントの質的・量的分析、および、ウェルラボ利用者・既存のコミュニティ運営者へのヒアリング調査を実施した結果、以下の知見が得られた。

【利用動態の分析から】

ウェルラボへの投稿とそこへのコメント付与による議論の進行を定量的に分析したところ、仮想的な場でのコミュニケーションを活性化するための示唆を得られた。まず、初回投稿からの経過時間に対するコメント付与数の変化を見ると、時間経過とともに議論の活性度が大きく低下することが分かった。また、投稿内容の集計結果からは、幅広く注目を集める話題と、数は少ないが議論が深められる話題の両方が存在することが分かった。

以上の結果からは、ウェルラボのような情報創発サイトの運営に際して、運営側の適切なファシリテーションが有効であることを示唆している。例えば、投稿から一定時間が経過した際に、適切なユーザ層に回答の付与を促すなどの対応が考えられる。

【投稿内容の分析から】

「お悩み相談」「TIPS 共有」というウェルラボ上での代表的な2種類の投稿スレッド内での議論の内容分析からは、それぞれの特徴が明らかになった。前者では、相談者とコメント付与者の間で状況の確認などのインタラクティブな問答が中心となって、問題が解決されていく様子が明らかになった。一方、後者では投稿者への同意など、単純な応答が中心であった。このことから、お悩み相談のような投稿については、ファシリテータによる適切な情報サポートが有用であることが示唆される。

【ヒアリング調査から】

ヒアリング調査においては、情報創発サイトの利用に関する心理的な障壁の高さと、単体での利用への抵抗感などが示唆された。一方で、実コミュニティを前提とした補完的な利用という活用方法が指摘された。今後、同様の取り組みを展開する際には、運営主体が有する実コミュニティを母体として、ユーザを確保することが望ましい。

表3 ウェルラボの利用者へのヒアリング

	意見内容
①ウェルラボへのニーズについて	<p>〈Facebook の投稿や口コミでは広がりにくい可能性〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェルラボの紹介はしたが自分達年代の人間は飛びつかない。(A) ・一般の障害者にどれだけニーズがあるか分からない。(B) ・当事者でアイデアを作る人はいるが、実際に投稿するところまでは至らない。(A) ・介助者をつけて生活すると煩しいことが少なくなって、福祉機器で解決しようとするところまで考えなくなっているのかもしれない。(A) ・自分の投稿やいいね！のアクションを通じて、知っている知人はいたはずだが、あまり参加してもらった状況にはならなかった。(B) <p>〈潜在的ニーズは存在する〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・障害の程度が重い人には、要望があるのではないか。(B) ・ウェルラボの中身を良く知り、必要性が受け止められれば、使う人はいる。(A) ・自分の疑問に対して、ぴったりヒットする内容があるか否かが重要だと思う。(A)
②ウェブサイトの操作性	<p>〈サイトの意味やしっくり分かりにくい〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パッとトップページを見たときに、何のサイトか分かりにくい。説明文が2, 3行でトップページに直接書いてあるか、分かりやすい絵が書いてあっても良いと思う。(B) ・みんな、Facebook ページとアーカイブのページが連動しているところが複雑。Facebook だけを見て、連動していることは意識していないと思う。(B) <p>〈パソコンに慣れていない世代には難しい〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分達の世代だと、パソコンに慣れていない人が多い。(A) ・「聞く」ということに慣れてしまって、「読む」ということに慣れていない。(A) ・年取ると目が悪くなっていくから、いちいち探すのは苦勞が多い。バナーがあってスクロールしないと見えないのは大変だと感じる。(A) ・Facebook は、まず仕組みを全て覚えていかないといけないから触りにくい。(A) ・自分の投稿内容が覗かれるのがいやだなと思うことがある。(A) <p>〈自宅のパソコンなら操作可能〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットを使う時は、障害に合わせて操作環境を整えている自宅 PC でやる場合が多い。ウェルラボも自宅の PC で使い、外では使わない。(A) ・外出中にタブレット等を使いこなすのは、操作環境を整えるのが難しい。スマホは、ほとんど電話としてしか使わない。(A)
③普及の可能性と提案	<p>〈認知されやすいサイト表示〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「自助具」「車いす」といった簡単なキーワードで検索したときに、上位に出てくると良い。(B) ・普段から待ち受け画面に表示される、アプリのようになってほしい。(A) ・スマホや PC に新しい投稿のお知らせが、自動的に表示されれば見ると思うが、自分から積極的に情報をとりに行くものではない。(A) <p>〈提供される情報の信頼性〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誰かが困っている事を投稿したら、ちゃんと答えが帰ってくるのが気になる。(B) ・P T、O T、研究者など、専門家が答えると信頼度は増すと思われる。(B) ・情報を取り寄せる時はしっかりとしたところから入れたい。(A) <p>〈自分と適合した情報提供〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般に福祉機器について検索しても、上位に、自分たちの障害に合った、使い勝手が良いモノが来るとは限らない。(A) ・同じような障害の人が使った体験が載っているなら飛びつくと思う。(A) ・機器がどこで売っていて手に入る、という情報なら興味をもつ人もいるかもしれない。(B)
④その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ウェルラボを使ってみたが、画像のやり取りなどを介して、ニーズを十分に伝えることができたと思う。(B) ・周りが便利だろうと思って、仕組みを作ってみても、それほど当事者に使われないということも多い。(A) ・進行性の障害なので、話題提供にも気を使うことが多い。(A) ・就労の問題が、すごく遅れているので、関心はある。(A)

表4 既存の障害者コミュニティを運営する団体へのヒアリング

	意見内容
①現在のコミュニティ活動の概要	<p>〈団体Cのコミュニティの特徴〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・団体Cのコミュニティは、サロンのようなコミュニティだが、必ず最初にゲストがプレゼンテーションを行い、自由に議論、交流を行っていく。ここで出会った人同士が、共通認識を高め、新たなコラボレーションを始めるような場でもあるが、最終的には福祉機器として答えを出すことが多い。 ・参加する障害者の人たちは、口コミで集まる事が多いが、ホームページで見たり、きっかけは様々である。 <p>〈団体Dのコミュニティの特徴〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・団体Dのコミュニティは、カフェ形式で行われており、現在は、既存のコミュニティに出かけていくモデルで動いている。一か所に定着して、子育て、高齢、障害を区切らずにやるということも検討中。(D) ・現在は、地域コミュニティの場を借りて、自助具をつくるイベントなどを実施している。(D) ・採算のためには、参加人数を増やしたいが、人数を広げると話題などが拡散してしまう。(D)
②コミュニティ運営の意義と課題	<p>〈リアルなコミュニティの意義〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今のところ、ネットを使って、広く意見を集めるより、直接会って話すことを重視している。みんなが、何故ここに来るかという、生の意味があるから。(C) ・そこにいる人々が見えないと、何が必要かということが見えない。(D) <p>〈運営上の課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業とユーザーの間に立ち福祉製品をつくるコーディネートをしたいという希望があったが、現在は資金的な問題でできることが限られている。(D) ・ニーズの出どころである当事者へのリーチが十分にできていないという課題もある。(D)
③ウェブ上コミュニティ運営について	<p>〈ウェルラボについて〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分もそうだが、フェイスブックに投稿するのはハードルがある。文章が苦手な人が多く、知らない人に見られるので、勇気がいる。(D) ・既に、フェイスブックをやっている当事者にとっては、使いやすい面もあると思われる。(D) <p>〈ウェブ上コミュニティ運営の課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットは、あまり活用の仕方が分からない。規模が小さい事もあり、積極的に発信して、人を呼ぶことをしてこなかった。(C) ・ウェブサイトを見て、ここに沢山の人が押し寄せて来られると、受け入れられないと思う。(C) ・ウェルラボ方式のように間に編集者がいないと成り立たない。見る側もその方が見やすいものになる。(D) <p>〈リアルなコミュニティとの併用の可能性〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェルラボのようにウェブ上でコミュニティをつくる事も考えたが、いきなり仮想空間コミュニティを作っても集まらないだろうという心配があった。(D) ・高齢者、福祉施設職員はインターネットもあまりやっていない人が多いため、ウェブ上だけにこだわる運営はしない方針である。(D) ・リアルな問題を解決しているのを、ウェブ上でも見せるというのが良いのではないか。(D) <p>〈アーカイブ機能の意義〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アーカイブとして、後で、何だったのかとみる価値はある。(D) ・ここで生まれたアイデアを発信したり、ウェブ上のコミュニティづくりを管理したりしてくれる人がいたら、面白いかもしれない(C)
④その他	<p>〈障害者のニーズについて〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・障害者ユーザーのニーズは、昔からあまり変わっていないと思う。東京の状況はどんどん変わっても、地方はなかなか変わらない。地方では、まだまだ、バッテリー交換などの電動車いすのメンテもできない状況。(C) ・介護分野では、機器で問題解決を目指していないように感じる。例えば、天井走行リフトがあっても、施設では使われていない場合も多い。(D) ・高齢者の介護分野だと、介護者が当事者と一緒に、問題解決をしようという意識が少ないのではないか。(D)