

オンラインを用いた視覚障がい者に対する美容・健康セミナーの効果の検討

Online Application of the Beauty and Health Seminar Series for People with Visual Impairment

奈良 里紗（長野大学社会福祉学部）

山本 紗未（視覚障がい者ライフサポート機構“viwa”）

中川亜衣子（株式会社ファンケル）

高橋 市子（株式会社ファンケル）

相羽 大輔（愛知教育大学特別支援教育講座）

Risa NARA (Faculty of Social Welfare Nagano University)

Sami YAMAMOTO (Lifestyle Support Association for the Visually Impaired Japan)

Aiko NAKAGAWA (FANCL CORPORATION)

Ichiko TAKAHASHI (FANCL CORPORATION)

Daisuke AIBA (Aichi University of Education)

要旨：

目的：2020年10月より新たな取り組みとして始まったオンラインを用いた視覚障がい者に対する美容及び健康に関するオンラインセミナーの効果を検討することを目的とした。

方法：2020年10月から2021年7月までに開催したオンラインセミナー8回の終了後に実施したアンケートよりセミナー効果の検討を行った。

結果：全8回のセミナーから得られた28件のアンケートを分析した結果、とても満足、やや満足、満足をあわせると27件（96.5%）となっていた。セミナーの長さについては適切が22件（78.6%）、参加費については、安いと適切をあわせて28件（100%）となっていた。

考察：直接、触ることのできないオンライン形式のセミナーであったが、参加者からの満足度は非常に高く、スキンケアやサプリメント、UVケア、チークやルージュ等のレクチャーはオンラインでも効果が得られることが示された。

キーワード：オンラインセミナー、美容、健康、余暇、遠隔支援

1. 目的

新型コロナウイルスの蔓延に伴い、視覚障がい者の生活も大きく変化した。特に、オンライ

ンを用いた活動が全国的に展開されるようになってきている（奈良ら，2021；坂田ら，2021；庄司，2021）。これにより、これまで移動に制限を感じていた多くの視覚障がい者が様々な活

動に参加できるようになった。一方で、コロナ以前であれば対面形式で行うことが前提となっていた活動については長期間にわたり活動中止を余儀なくされ、再開の目途が立たない状況にあるものもある。例えば、視覚障害リハビリテーション協会の「第26回研究発表大会 in 川崎&鶴見」や「第27回研究発表大会 IN 神戸」では、株式会社ファンケル（以下、ファンケルと示す）による視覚障がい者を対象としたスキンケアやメイクセミナーが開催されていた。スキンケアやメイクは手の動きを対象者が触りながら行うため、非接触での実施は困難と予想されていた。

しかし、コロナ禍でも、スキンケアやメイクの需要はあると考え、すでにセミナーだけではなく、ヨガや料理教室等アクティビティを伴うイベントのオンライン化を実現していた視覚障がい者ライフサポート機構“viwa”（以下、当団体と示す）とファンケルで連携し、オンラインを用いた視覚障がい者を対象とした美容や健康をテーマにしたイベントを開催することになった。

本報告では、全8回のオンラインセミナーを参加者からのアンケートとともに振り返り、我々が蓄積したノウハウを共有し、コロナ以前のように全国各地で同様のイベントを各団体が開催できる道筋を示すことを目的とする。なお、ファンケルでは、1988年から社会貢献セミナーを実施しており、2013年からは視覚障がい者向けに特化したセミナーも実施している。2021年9月末時点で、延べ1,027人の視覚障がい者が参加している。

2. 方法

2.1. 実施方法

まず、オンラインアプリとしては視覚障がい者に対するアクセシビリティに定評のある「Zoom Video Communications」社が提供するZoomを用いた。参加者はメールで参加申し込みを行い、参加費はPayPalによるクレジットカード決済、もしくは、ゆうちょ銀行振り込みの2つを選択できるようにした。参加費は1,000円とし、そのほとんどは商品の送料に充てられた。支払いが完了した参加者に対して、あらかじめ

当団体の事務局にファンケルが送付した商品を、各参加者の自宅へ発送した。商品発送時に参加者へは再度メールにて通知を行い、商品の受け取りが円滑に行えるよう配慮した。また、開催日までに参加者に対して参加方法をメールで通知した。

セミナー当日は、開始30分前に接続テストを行う時間を設けた。また、4回目のセミナー以降は接続テストのほか、希望者には、ご自身で施したメイクをファンケルの担当者にチェックをしてもらう時間を設けた。セミナーは約70分間で、自己紹介・レクチャー・質疑応答といった流れで行った。セミナー終了後は、メールでアンケートを送付し、任意回答を求めた。

2.2. 参加者

全8回の参加者の延べ人数は42名（女性38名、男性4名）であった。各回の参加者数、平均年齢、標準偏差は表1の通りであった。

なお、参加者の中には、複数回参加した者もあり、全体を通して、6回参加した者は1名、4回参加した者は2名、3回参加した者は2名、2回参加した者は5名、1回のみ参加した者は12名であり、実際には、合計22名（平均年齢48.1歳・標準偏差17.9歳・範囲18歳～73歳）が参加した。

表1 各回の参加人数、平均年齢、標準偏差

実施日時	男性参加者	女性参加者	平均年齢	標準偏差
2020.10/22	0名	6名	50.3歳	16.7歳
2020.11/13	3名	0名	39.0歳	11.0歳
2021.1/21	0名	6名	42.8歳	19.1歳
2021.2/25	0名	4名	39.0歳	20.4歳
2021.3/11	0名	6名	50.8歳	14.0歳
2021.4/22	0名	5名	49.2歳	16.7歳
2021.6/10	0名	6名	55.2歳	16.1歳
2021.7/29	1名	5名	47.2歳	22.5歳

2.3. 実施内容

2020年10月は女性向けスキンケアセミナー、11月は男性向けスキンケアセミナー、翌年1月はチークとルージュのメイクセミナー、2月は

サプリメントセミナー、3月と4月は女性向けスキンケアセミナー、7月は日焼け止めセミナーを開催した。なお、セミナー使用商品はユーザビリティの高いものを選定し、スキンケアセミナーは「ビューティブーク」、メイクセミナーは「アクアセラムルージュ」を主に用いた。「ビューティブーク」の容器は、行動特性に知見がある内閣府認証の専門機関「実利用者研究機構」監修で、行動観察調査を実施し、どなたにも使いやすい容器となっていること、また、「アクアセラムルージュ」は、回すとカチカチと音がするため、出し過ぎてしまうことがないこと、斜めにカットされているので筆を使わず直塗りでもきれいに塗布できることが、視覚障がい当事者の方に高評価をいただいている。

本報告では、セミナー実施後のアンケートに基づき、その効果を検討した。

3. 結果

各回終了後に回収されたアンケートには28件の回答が得られた。集計結果から、「満足度」に関しては、とても満足21件(75.0%)、やや満足5件(17.9%)、満足1件(3.6%)と9割以上の参加者がセミナーに対して満足していることが分かった。また、どちらでもないと回答したのは1件(3.6%)で、やや不満足及びとても不満足は0件であった。満足度に関して自由記述を求めたところ、「会場に集まったの講座であれば私は参加できなかったが、Zoomだったので移動しないで気楽に参加することができた」、「言葉での指導が適切で、そばにいて教えてもらっているようで分かりやすかった」、「少人数ということで、講師の方が一人一人を丁寧に見てくださっていたので、オンラインでも自分がちゃんとできているのかということの不安を感じることがなく、安心して受講できた。安心できたことで気持ちにゆとりができて、楽しい時間になった」等の記述がみられた。

次に、「セミナーの長さ」について尋ねたところ、ちょうどよかった22件(78.6%)、短かった5件(17.9%)、長かった1件(3.6%)であった。「ちょうどよかった」と回答した者の自由記述をみると、「プログラムを見たときは、70分

は長いと思ったが、ケアの指導だけでなく、参加者の感想や質問を聞くにはちょうどよい時間だった」という記述がみられた。また、「短かった」という意見では、「楽しかったのでもう少し長く皆さんの話を聞いていたかった。」などが挙げられた。

また、「参加費」については、回答の多い順に安い16件(57.1%)、適切12件(42.9%)、高い0件となった。

「セミナーを知ったきっかけ」は、viwaメールマガジン13件(46.4%)、各種メールマガジン6件(21.4%)、知人紹介2件(7.1%)、ファンケル案内1件(3.6%)、その他4件(14.3%)、回答なし2件(7.1%)であった。

オンラインセミナー全体への感想として、「今回、オンライン企画が実現してとてもうれしく思った。見えない、見えづらいから、肌が荒れて汚く見えてもどうでもいいのではなく、身だしなみの一環として意識していきたい。オンラインであれば全国いろいろな地域から参加可能なのでそれもよいと思った。」「私は会場に行くセミナーよりも、オンラインセミナーのほうが、同行援護のヘルパーの手配も不要だし、分からないところもきちんと一人一人見てもらえるのでとても良いと思った」等の回答があがった。

加えて、オンラインでの開催にあたり参加者が感じた困難を尋ねたところ、「発言するタイミングがとても難しいと感じている。気心知れた関係性の中でのセミナーであれば発言しやすいが、そうでない場合躊躇してしまい、遠慮しない方がたくさん発言し、タイミングを計っている人は発言しづらい」との意見があり、主催側がリードして、参加者に公平に発言を促すことの必要性が示唆された。

また、カメラの写り方について「自分がどう映っているかわからないので不安」との回答が得られた。このことについては、セミナー開始30分前からカメラチェックの時間を設けているが、参加者によってはカメラ位置の設置に非常に時間がかかることがあるため、事前にデバイスを固定できるようなものをオプションとして提供できるような配慮の必要性が推察される。

最後に、今後開催してほしいセミナーやイベ

ントについて尋ねたところ、「正しい洗顔の方法」、「ヘアケア」、「眉のお手入れ」、「紫外線ケア」、「手と首の集中ケア」、「身体のマッサージ方法」等、様々なニーズが寄せられた。

4. 考察

コロナ禍により手探り状態ではじまったオンラインを活用した美容や健康に関するオンラインセミナーであるが、9割以上の参加者が満足と回答していることから、オンラインであっても対面と同等の効果が得られることが示された。特に、移動に困難のある視覚障害者にとっては、オンラインという選択肢によって今まであきらめていたセミナーへ参加できるようになったことは困難を解決する手段として重要な視点であろう。

また、送料等の実費がかかることから有料セミナーとなっているのだが、これに関しても価格設定は適切であるという結果が得られた。むしろ、「安い」と回答している者が多くみられたのは、毎回、ファンケルから提供される商品価格が参加費より大幅に上回っていることが関係しているものと推察できる。

今後の課題としては、「発言のしやすさ」や「カ

メラ写り」等へ配慮を行うことであろう。また、オンラインではまだ実施ができていないアイカラーやアイライン等のアイメイクやベースメイク、洗顔やクレンジング等の効果検証も必要と考えられる。

謝辞

本活動を実施するにあたり、株式会社ファンケルから多種多様な商品を視覚障がい者のために提供いただいた。また、パイロット的取組にも快く協力していただいた。この場をかりて、謝意を表する。

文献

- 奈良里紗・相羽大輔・増田雄亮・御園政光・谷田光一（2021）コロナ禍におけるオンラインの強みを活かした視覚障害児・者に対する実践報告. 視覚リハビリテーション研究, 10(2), 46-50.
- 坂田光子・藤縄泰彦・小寺佑花・栃木隆宏（2021）オンラインシステムを活用した視覚障害者への在宅職業訓練の実践. 視覚リハビリテーション研究, 10(2), 51-56.
- 庄司健（2021）スマートスピーカーを利用したオンライン点字触読訓練の試行. 視覚リハビリテーション研究, 10(2), 41-45.