

長野県知的障がい福祉協会会長 宮下 智（明星学園）

【自己表現としての買い物行動】

自閉症支援セミナーなどで、「外出での買い物はどうしてますか？」と質問すると、せっかくの買い物支援が（相当の人件費を投じていることになっていると思うが）、主体性の確立に結びつかない内容であることに度々遭遇する。

例えば、お小遣いの事務管理上の都合で、「買いたい」と思った時から一週間以上もたたないと手元にお金が来ないなんていう実態を聞かされると、せっかくのエンパワメントの機会が根こそぎ奪われているような気がして気持ちが暗くなってしまう。

そこまでのひどさではないにしても、買い物に行くことができる回数、頻度が職員サイドの都合で不定期であったり、使用できる金額がその都度担当職員とのやりとりで決められていたり、買い物に行く前に購入したいものがきちんと具体的に相談されていなかったりと、実態は理想の買い物支援とはどうも遠いところにありそうだ。

まずは、買い物の回数、頻度。もちろん自閉症の方にとって混乱を招かないために定期的であること最低条件である。職員配置など事業所の事情はいろいろだから、その事業所で長期にわたって継続的に実施することができる回数、頻度を定め、何があってもこれを崩さない決心をして欲しい。

次に、使用できる金額。これは100%定額制が好ましい。月額〇〇円という形で決めて、この範囲であるならば、「他人に迷惑をかけない」限り、自己決定による買物を応援すべきである。なぜなら、「買い物とは、自己表現である」から。

自分らしさを体現するのが、買い物であるのは、自分たちの生活を少しでも振り返ることができれば、確信とともに想像できるだろう。阪神タイガースの野球帽を買う、初めてはやりのナイキのスポーツバックを買う、勇気を出して真っ赤なルージュを買う…etc。

実は、この自己表現は、支持的な環境によって保障されている。誰でも限られた財政事情の中ではあるけれど、その範囲であるならば、他人に迷惑をかけない限り、何を買っても自由なのである。それは、障がいがあってもなくても同じである。

さて、阪神タイガースの野球帽が欲しいと伝えた時、「高いからダメ！」とか「野球帽、いくつもあるでしょ！」と彼らは言われていないだろうか？「ナイキのエナメルスポーツバックが欲しい」と伝えた時、「何に使うの!？」とか「白は汚れが目立つよ!」と彼らは言われていないだろうか？「赤いルージュ」も同様である。「ちょっと派手じゃない!？」「似合わないと思うよ!」と。

さらに、身近にある買い物に関する「あるある」を拾ってみよう。コーラとミルクティーのペットボトルを同時に買おうとした時に「一つだけって言ったでしょ!」、大好きなミニカーを買おうとした時に「もう同じものがいくつもあるでしょ!」、大きなケーキを買おうとした時に「太るからやめなさい!」…。

これらの言動には、彼らに対する信頼がない。無意識的には、蔑んでいると言って良いのかもしれない。「物が高価か安価かわからない」「買い始めれば我慢できないので切りがない」「前に買ったことを忘れてる」「似合うか似合わないかは自己判断できない」…。

が、これらの問題の多くは、私たち支援者側に支援不足という課題があるだけで、彼らのせいではないのである。

数字がわからなくても、回数が理解できなくても、記憶力が脆弱であっても、想像力が不足していても、「構造化」という手法が、その解決の道に導いてくれるのを私たちは知っている。

小遣いの定額制の中で、定期的な買物を保障することで、豊かな自己表現としての買物を堪能することができるのである。

高価なものを買いたければ、毎月のお小遣いの使用を控えて貯金する、誕生日やクリスマスなどには定額制とは離れて、格別な買物をする、私たちと同じような買物風景が出現する時、彼らのエンパワメントは増大していくのである。

買い物上手は、失敗により作られる。そして何よりも「失敗する権利」の保障こそが主体性確立の支援方法なのである。