

マーケティングシート作成マニュアル

就労系事業所の受注拡大・業務拡大のためのマッチングシステムツール

作成：特定非営利活動法人WEL'S新木場

「利用者の工賃をUPさせたい！」
「自主生産品をもっと売りたい！」
「事業所内でできる受注業務を増やしたい！」
を実現するために。

このシートは、就労系事業所が利用者の工賃倍増のために内部・外部分析を行い、必要な情報を整理し、地域の実態と照らし合わせながら発展的で効果的な事業戦略を構築するために活用します。

例えば、自主事業で拡大する場合、自主生産品の特徴を十分に理解していることはもとより、外部環境、競合状況、成長性、ターゲットなど様々なことを深く考え、仮説と検証を繰り返していく必要があります。

このシートを書き込むことにより、生産品が地域ニーズと合っているか、促進するためにはどんなプランが必要かを分析することができます。

また、企業からの受注業務を拡大していく場合、福祉と企業の本来の目的が異なることから、パートナーとしてのイメージが付き難かったと思います。

このシートを書き込むことにより、パートナーとなり得るために必要な情報が整理され、どんな仕事を依頼できるか確認する事ができます。

このシートを記入し活用していくことで、既存の社会資源を活用しながらより効果的な、「業務拡大・受注拡大」のアプローチができます。

また、より多くの事業所の方々が、このシートを作成していくことにより、地域を越えて複数の事業所が連携し、大口の受注に対応できる可能性が生まれてきます。地域のパートナー、異業種間でのパートナーと協働し、工賃倍増に向けた取り組みを行う際に、是非このシートをご活用下さい。

Contents

マーケティングシートの活用方法2～4P
マーケティングシートの記入目的5P
マーケティングシートの作成フロー6～16P

マーケティングシートの活用方法

工賃UPのために、今後事業所が何に力を入れていくか、複数の事業所が連携していくことでどのような可能性が考えられるかを分析し、戦略の方向性を絞ります。

内部分析シート・外部環境シートを作成し、市場に合った事業を見つける

STEP1 就労系事業所（注1）が事業所内で行われている事業内容を分析するために内部分析シートを作成する。

STEP2 ネットワーク事務局等（注2）が地域のデータや資源、消費量を分析するために外部環境シートを作成する。

STEP3 就労系事業所とネットワーク事務局等でそれぞれが作成した分析シートを元に話し合い、事業所の実施している事業と地域のデータを照らし合わせ、事業が市場に合っているかを確認する。

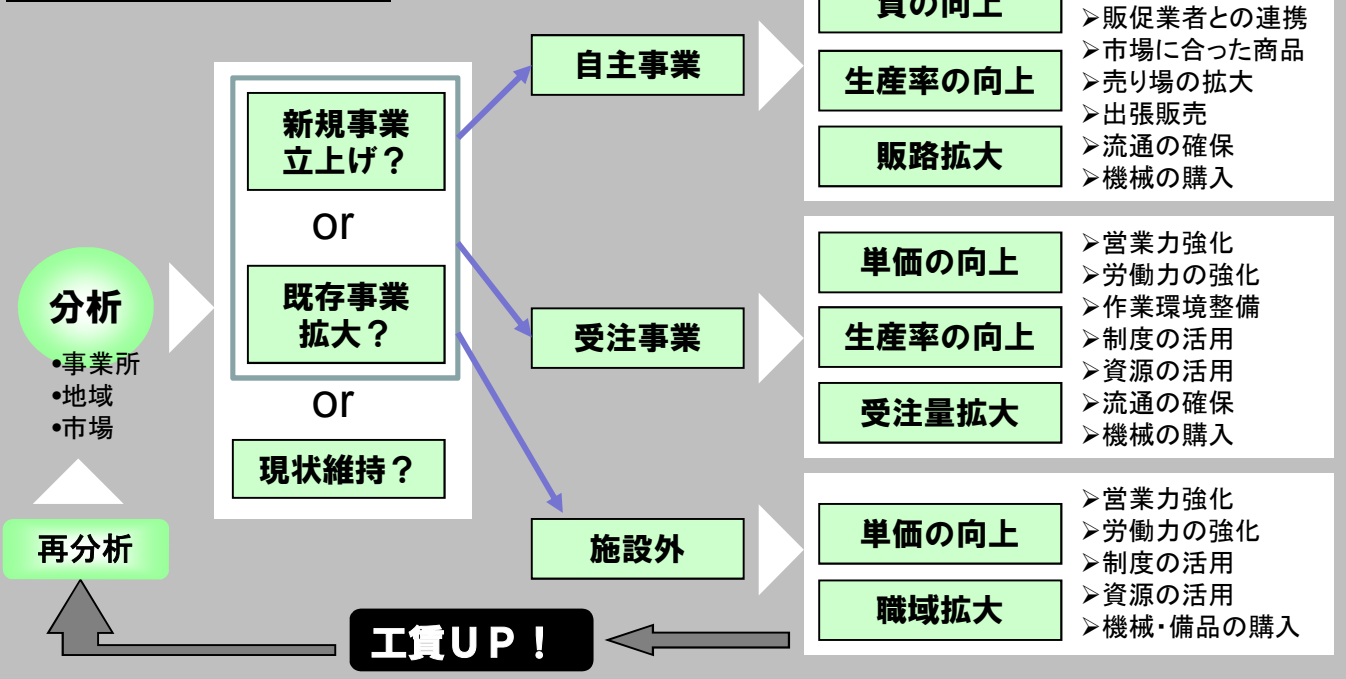
STEP4 ネットワーク事務局等（注2）が地域のデータや資源、消費量を分析するために外部環境シートとマーケティングマップを作成する。

STEP5 それぞれ作成したシートを基にネットワークで話し合い、事業所ごとの戦略やアクションプランを発表し情報を共有したり、複数の事業所が連携する事で事業を拡大できないかを検討します。

注1：ここで言う就労系事業所とは、自立支援法下のA型事業所、B型事業所に関わらず、障害のある人に「働く」ことを提供する事業所のことを指します。

注2：ここで言うネットワーク事務局等とは、工賃UPのために地域や社会資源をコーディネートする組織のことを指します。

事業方向性の絞込み



1 自主製品で工賃UP

STEP1 自主製品の現状把握のための棚卸し

対象	作業	目的
就労系事業所	内部分析シートの作成	自主製品について現状での強み弱みを分析・把握
ネットワーク事務局	外部環境シートの作成	製品を地域の市場と比べ分析
第三者機関	内部分析シートへのコメント	製品を専門的な視点から分析・アドバイス

STEP2 自主製品の売上を向上するための方向性を検討

- 質を高めるためにはどうすれば良いか？→例: デザイナーや雑貨店に企画に関わってもらう
- 生産力を高めるためにはどうすればよいか？→例: 機械を導入する
- 販路を拡大するためにはどうしたらよいか？→例: 魅力的なチラシを作成し発送する

STEP3 自主製品の売上を向上するためのアクションプランを作成

例) パンの販売

「質を高めるために、パン製造関係者とメニューの開発を行ない、パッケージ方法や陳列についてはデザイナーに関わってもらう。」「販売を拡大するために、移動販売車の助成申請を行い出張販売を検討する。」「近隣のオフィスにターゲットを絞りプロモーターとチラシづくりや宣伝方法を検討する。」など、分析結果を生かしたプランを組み立てる。

2 受注拡大で工賃UP

STEP1 事業所で活用できる人・モノ・金・情報を整理し現状を把握する

対象	作業	目的
就労系事業所	内部分析シートの作成	受注業務を行う上で活用している資源を分析
ネットワーク事務局	外部環境シートの作成	地域で行われている同様の業種のデータを集約
第三者機関	内部分析シートへのコメント	専門的な視点から適性単価と受注拡大の見込みを検証

STEP2 受注業務を拡大するための方向性を検討

- 資源の有効活用→例: 約200㎡の施設内空きスペースを活用し商品在庫管理を請負う
- 流通システム→例: ネットワーク事務局が窓口となり複数事業所で協力し大量受注に対応
- 営業活動→例: 大量印刷に対応できることをパンフレットに盛り込んで企業に交渉する。

STEP3 受注業務を拡大するためのアクションプランを作成

例) 印刷物作成～在庫～発送までの業務請負による受注拡大

「デザインと構成は身体障害のある方の利用するA事業所」「封入やシール貼りは自閉症のエキスパートのいるB事業所」「地域内施設の特徴を生かしたプランを組み立てる。」

3 新規事業で工賃UP

STEP1 事業所・地域の資源を確認する

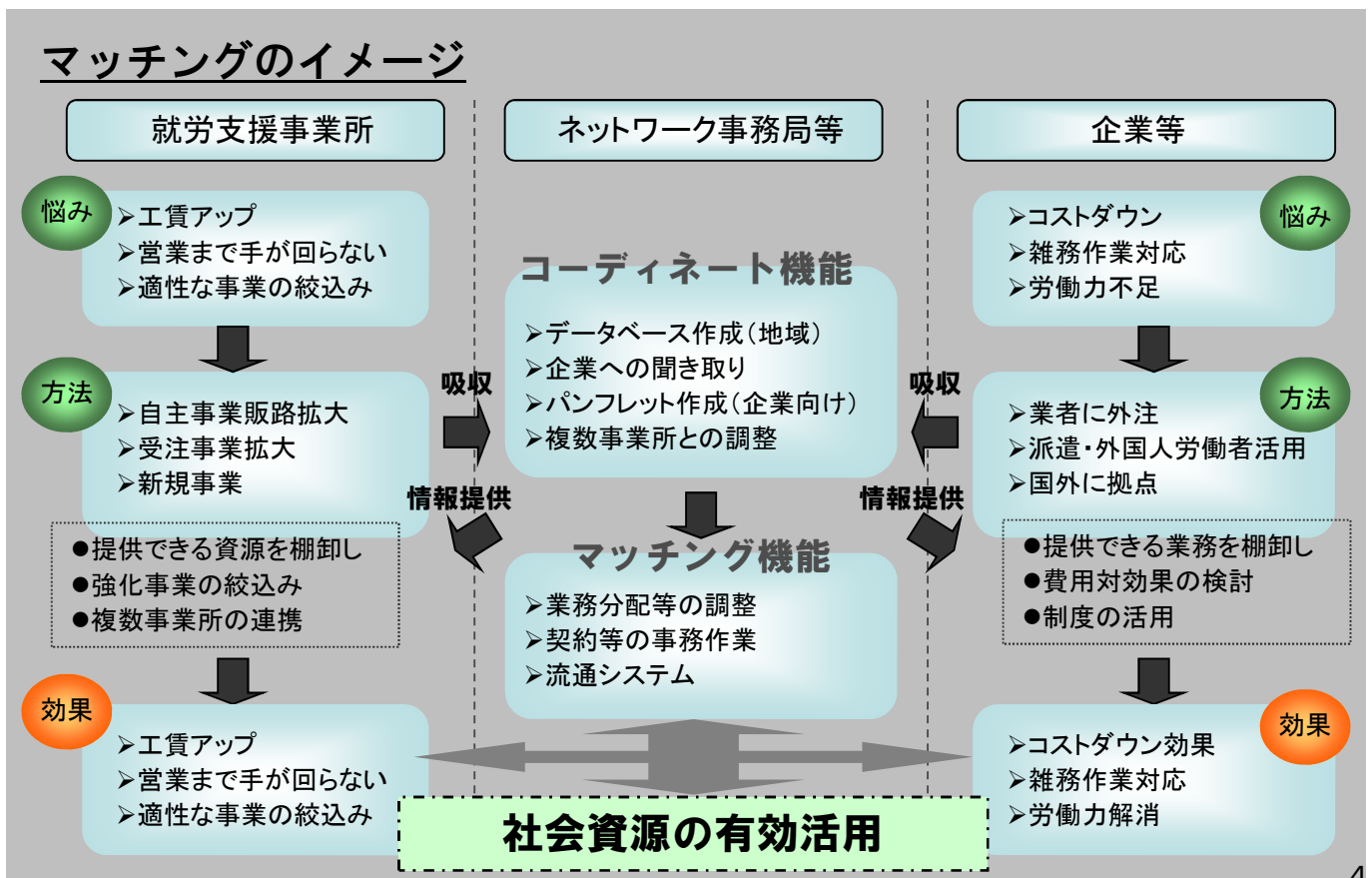
対象	作業	目的
就労系事業所	内部分析シートの作成	事業所の現状について確認し棚卸しを行なう
ネットワーク事務局	外部環境シートの作成	地域の市場データを抽出しデータベース作成
第三者機関	内部分析シートへのコメント	現状の事業所の特徴を専門的な視点から分析・アドバイス

STEP2 現状の資源や地域の特性を活かした事業の方向性を検討

対象	作業	目的
就労系事業所	内部分析シートの作成	事業所内スタッフで意見交換し事業の方向性を検討する
ネットワーク事務局	マーケティングマップ作成	事業所と市場を比べ地域のニーズを分析
第三者機関	事業戦略の分析	客観的な立場から事業戦略の方向性を分析・アドバイス

STEP3 新規事業アクションプランを検討

- ▶ 事業戦略会議を行ないアクションプランを検討
- ▶ マーケティング研修を行ない、客観的に分析
- ▶ 事業に関わる関係者を集結し役割分担
- 実行！



マーケティングシートの記入目的

このマーケティングシートは以下の4つの項目に分かれており、それぞれに違った目的があります。このシートを記入する場合には、項目ごとの目的に留意して記入を行ってください。

内部分析シート ★就労系事業所が作成

内部分析シートは、就労系事業所が自らシートの記入を行ない、事業所内の資源（施設環境、作業に使う機械、労働力、資金力等）を分析し、現状の把握と事業所の強み・弱み、今後事業の方向性を検討するに当たり、関わるスタッフがどのような業界に興味・関心があり、経験や情報を持っているかを確認していくものです。

また、第三者的な立場の専門家から意見を抽出し、現状をより客観的に把握していくことができます。事業所の具体的な特色や業務内容、設備環境を整理していくことで、力を入れたい事業や企業等の受注作業を拡大する際にどのような資源や労働力を提供できるかについて整理していきます。

外部分析シート ★ネットワーク事務局等が作成

外部分析シートは、地域で事業所を取りまとめる窓口（ネットワーク事務局等）が以下の情報源を元にシートの作成を行ない、地域の特色（産業・文化・制度等）を的確に捉え、企業等への提案や地域ニーズにあった事業の絞込みについて分析を行うものです。外部分析シートは以下の情報源から抽出し作成します。

- ▶事業所・企業統計・・・総務省統計局より抽出
- ▶民力・・・朝日新聞出版（参考）
- ▶工業統計・・・経済産業省より抽出
- ▶商業統計・・・経済産業省より抽出
- ▶サービス業基本調査・・・総務省統計局より抽出

マーケティングマップ ★行政から聞き取りをし、ネットワーク事務局等が作成

マーケティングマップでは、地域の人口と障害のある人の数、障害種別、程度区分を数値化します。また、事業所種別を分類し、利用者数と授産形態（自主生産、請負業務、施設外授産等）、一般就労者数の延べ人数を入力し、エリア全体での就労系事業所と仕事量のバランスを確認します。

上記の数値を確認したら、実際に行っている授産科目を業態（製造業・卸業・小売業・サービス業）ごとに分類し、外部分析シートで確認した地域の業態データを用いて、現状の授産科目と照らし合わせて、業務マッチングの可能性を探ります。

企業等インタビューシート ★企業等から聞き取りをし、ネットワーク事務局等が作成

インタビューシートは、企業等に障害者雇用における現状の聞き取りと今後の取り組みについて確認し、協働の可能性について手がかりを見つけるものです。主に以下の内容について聞き取ります。

- ▶障害者雇用に関する現状について
- ▶障害者雇用における課題認識について
- ▶今後の障害者雇用における方向性について
- ▶職務の抽出について
- ▶福祉との協働の可能性について

その他、障害者雇用に関わる制度、企業が就労系事業所に仕事を発注する場合に活用できる制度、事例集について記載された資料を添付します。

マーケティングシート作成フロー

このマーケティングシートの活用方法については以下の手順を参考にしてください。

STEP1

就労系事業所が内部分析シートを作成する

施設長・職員の方が作成します。現状の仕事(業務として成り立っているもの)をどんなメンバーで、どんな機械や道具を使用し、どの程度の成果をあげているかを具体的に記載し、今後の方向性について記載します。

STEP2

作成した内部分析シートに専門家からのコメントを記載する

事業所が作成した内部分析シートを客観的に確認するために、専属のコンサルタントや会計士、地域の中小企業診断士等に見てもらい、専門的な立場からのコメント(事業継続の適性、将来性等)をいただきます。

STEP3

ネットワーク会議を開催し就労系事業所の内部分析シートを集約する

地域や広域で行われている事業所のネットワーク会議で、事業所ごとに作成した内部分析シートを事務局が集約し(時間に余裕があれば発表する)データベース一覧(書式自由)を作成します。

STEP4

ネットワーク事務局等が外部分析シートを作成する

ネットワーク等の事務局で、外部分析に必要なデータを収集し(収集方法は別紙参照)、地域の特徴(事業所数、工業統計、商業統計等)を分析します。

STEP5

ネットワーク事務局等がマーケティングマップを作成する

ネットワーク等の事務局スタッフが、地域の事業所数や事業形態、授産内容を数値化し、分類して行きます。また、授産内容がどの業態に値し、同様の業種があるかを確認します。不明な点は行政に確認しながら作成して行きます。

STEP6

ネットワーク事務局等が企業インタビューシートを作成し聞き取りを行う

ネットワーク等の事務局スタッフやコーディネーターが、外部分析シートや事業所スタッフからの情報から、これまで業務を受けたことのある事例、雇用につながった事例を集約し資料を作成。その資料を基に同様の企業等に訪問しインタビューしながら企業等とのパートナーが可能かどうか検討事項を資料にまとめます。

STEP7

内部・外部分析シート、マーケティングマップ、企業インタビューシートをまとめ分析する

ネットワーク等の事務局スタッフが、それぞれのシートをひとまとめにし、ネットワーク等に参加している事業所に必要な枚数を印刷し会議に備えます。*シートに記入できなかった有益な情報も提供できる様に準備しておきます。

STEP8

ネットワーク会議を開催しまとめた資料を配布し方向性を確認し事業戦略を立てる

印刷した資料を会議で配布し、まとめたデータを確認しながら、事業所間の連携や役割分担の確認、地域特色の確認、企業等に営業する際に売りになる部分(事業所の強み、活用できる制度など)を確認します。

STEP9

地域の特性や企業のニーズに合ったパンフレット等を作成しPR戦略を立てる

それぞれのシートで確認した現状を踏まえながら、受注拡大・業務拡大のための魅力的なパンフレットを作成し関係者間で連携しながらプロモーションの方向性を確認する。

STEP10

受注拡大・業務拡大に向け営業を開始する

事業戦略の方向性が具体化したら、可能性のある企業を訪問し営業を行ったり、自主事業の広告宣伝を行ない、受注拡大・業務拡大を目指します。*受注するために必要な整備があれば準備を整えます。

①就労系事業所が内部分析シートを作成する【資料1-A】

施設長・職員の方が作成します。現状の仕事（業務として成り立っているもの）をどんなメンバーで、どんな機械や道具を使用し、どの程度の成果をあげているかを具体的に記載し、今後の方向性について記載します。

■「施設概要」の記載方法について

1. 施設概要 1-A

法人名		作成日	年	月
法人代表者名		このシートは法人の経営者や運営業務責任者が作成してください。		
住所		記入者名		
TEL/FAX		所属		
E-mail				
ホームページ				

「担当者名」は本調査のご担当者名をご記入下さい。

「事業所種別」は、当てはまるもの全てご記入下さい。新体系に移行されている場合は、その事業を全て「具体的に」欄でご記入下さい。

事業所種別	<input type="checkbox"/> 身体入所	<input type="checkbox"/> 身体通所	<input type="checkbox"/> 知的入所	<input type="checkbox"/> 知的通所	<input type="checkbox"/> 精神入所	<input type="checkbox"/> 精神通所
当するものに☑	<input type="checkbox"/> 新体系事業 →具体的に					

就労施設数	ヶ所	(運営している事業所数を入力)	定員現員	男	女	職員数
就労施設1名称			→			(名)
就労施設1住所						
業務内容						
就労施設2名称			→			(名)
就労施設2住所						
業務内容						
就労施設3名称			→			(名)
就労施設3住所						
業務内容						
就労施設4名称			→			(名)
就労施設4住所						
業務内容						
就労施設5名称			→			(名)
就労施設5住所						
業務内容						

「就労施設数」は支店も含めてご記入下さい。

「定員数」「現員数」「職員数」、および「利用程度区分」は直近の(平均的)状況を記入して下さい。

利用程度区分	区分1	名	区分2	名	区分3	名	区分4	名
(全体での該当人数)	区分5	名	区分6	名	非該当		名	
今後の事業方向性 (法人として工賃アップのためにどの施設がどの業務に力を入れていくかの方向性を記載)	<input type="checkbox"/> 力を入れたい事業に☑	対象施設	対象業務内容					
	<input type="checkbox"/> 自主事業強化							
	<input type="checkbox"/> 請負事業強化							
	<input type="checkbox"/> 現状維持							
	<input type="checkbox"/> その他(具体的に)							

工賃UPに対する考え方	最も近い考え方に☑	
	<input type="checkbox"/> 既存事業の拡大で工賃アップを目指したい	<input type="checkbox"/> 新規事業の立ち上げで工賃アップを目指したい
	<input type="checkbox"/> 企業と協働しながら工賃アップを目指したい	<input type="checkbox"/> 工賃を上げたいが体制的に難しい
	<input type="checkbox"/> 事業に関しては現状維持	<input type="checkbox"/> 事業拡大よりも福祉事業に力を入れたい

貴事業所で地域・企業に提供できることは何ですか？	<input type="checkbox"/> 提供できるもの全てに☑	提供できる具体的な内容
	<input type="checkbox"/> 製造作業が請け負える	
	<input type="checkbox"/> 施設内の場所や機材を提供	
	<input type="checkbox"/> 出張販売ができる	
	<input type="checkbox"/> 施設外作業に対応できる	
	<input type="checkbox"/> その他①(具体的に記載)	
	<input type="checkbox"/> その他②(具体的に記載)	

就労支援に対する考え方(企業就労への支援について取り組み)	<input type="checkbox"/> 行っている活動の全てに☑	行っている具体的な活動内容
	<input type="checkbox"/> 企業就労への支援を行っている	
	<input type="checkbox"/> 地域の支援機関と連携している	
	<input type="checkbox"/> 行政と連携し支援を行っている	
	<input type="checkbox"/> 就労に向けての訓練を行っている	
	<input type="checkbox"/> 就労後の支援も行っている	

■「業務内容」の記載方法について【資料1-B】

- このシートは、就労施設名称毎に分けて作成して下さい。
- 一つの就労施設にて実施している事業別にご記入下さい。

「作業の収益性」は、直近の(平均的)状況を記入して下さい。

「原価」:「原材料費」と「資材費他」の合計を記入して下さい。
 ※水道光熱費や人件費は含みません。
 ※下請け作業・施設外で、1個当たり*円、という契約をしている場合、原価は「0(ゼロ)」です。

「作業概要」は、その内容がよくわかるように、詳しくご記入下さい。その際、下記内容を盛り込むようにして頂ければ、より詳細な内容が記入できると思います。
 顧客、商品・サービス、作業内容、取組経緯、作業単価、作業難易度、作業の季節変動(繁忙)、作業担当者の特徴等

「平均月商」:平均的な月の売上(収入)を記入して下さい。なお、季節変動が激しい場合は、その上限・下限について「作業概要」欄に記載して下さい。

就労施設名称は、就労場所をご記入下さい。

2. 業務内容

就労施設名称 **喫茶DEF**
 事業名 **パン製造小売、および喫茶店**

授産種別	事業概要	作業の収益性	[円]
<input checked="" type="radio"/> 自主 <input type="radio"/> 下請 <input type="radio"/> 施設外 <input type="radio"/> その他	・パン製造小売 ・喫茶店の運営 ・パンは毎日100個程度作成 ・販売先は、喫茶店での小売の他、近隣保育所への販売(3件) ・喫茶店の席数は15席、平均1回転、ログハウス風の作り ・くつろぎの場を提供することをコンセプトとしている ・メイン商品はコーヒー(300円)、エビ(180円)、特大メロンパン(700円)等 ・ランチバイキングは主婦に好評 ・近隣に公園と公民館あり ・中心顧客は①30代主婦、②公民館利用者(高齢)	平均月商	200,000
		原価	110,000
		原材料費	100,000
		資材費他	10,000
		粗利益	90,000
		工賃	40,000
		P/A人件費	100,000
		経費	30,000
		営業利益	-80,000
		人員数	4
一人当たり工賃	10,000		
福祉収入	300,000		
社員人件費	200,000		
経常利益	20,000		

「原材料費」:商品を作る際にかかる直接コスト(原材料の費用)です。
 例:あんパン製造の場合は、小麦粉、卵、あんこ、バター、砂糖。
 「資材費他」:商品を作る際にかかる間接コスト(包装資材等)です。
 例:あんパン製造の場合は、包装資材、テープ。
 「粗利益」:「平均月商」-「原価」

「工賃」:月に支払っている本人達への給与合計を記入して下さい。
 ※社員・パート・アルバイト等、支援者の給与は含みません。
 「経費」:原材料以外の経費合計を記入して下さい。
 ※社員・パート・アルバイト等、支援者の給与は含みません。
 「営業利益」:「粗利益」-(「工賃」+「経費」)

「授産種別」は下記の中から該当するものに「○」を付けて下さい。
 自主:自主事業として、独自に実施している業務
 下請:お客様企業から請けている業務
 施設外:お客様企業の所へ出向いて作業している業務
 その他:上記に当てはまらない場合

「人員数」:当作業に関わる本人達の人数をご記入下さい。
 「一人当たり工賃」:「営業利益」÷「人員数」

設備	支援者
・オープン ホシガキ:タワー型 ・冷凍庫 ホシガキ:400Lタイプ	・社員1名、P/A2名 ・学生時代に飲食店でのバイト経験があり、接客ノウハウは一定保有 ・P/Aの方で、趣味がパン作りの方がおられるので、商品開発はお任せしている

業務で使う機械や道具などを記載します。

業務に関わっている人員体制、経験、取得している資格や許可について記載します。

職務分析

NO	工程名	作業手順	作業道具	実施場所	必要な技能
1	生地成型	冷生地を冷蔵庫から出して成型	伸ばし棒	調理室	
2	トッピング	各種材料(あん、カレー、チョコ等)を包む	スプーン	調理室	
3	焼き	オーブンに入れ、卵を塗って焼く	オープン	調理室	機器操作
4	ラッピング	外売りをビニール袋で包装	ビニール袋	調理室	
5	検品	注文数の確認	注文票	カウンター	数字の照合
6					
7	注文	喫茶でのオーダー取り	オーダー表	喫茶店内	数字の記入
8	配膳	飲食物の提供	お盆	喫茶店内	
9	会計	レジを使用	レジ	喫茶店内	レジ操作
10	バス	飲食後のテーブル片付	ダスター	喫茶店内	

作業手順ごとの内容と照らし合わせて使う道具や環境について記入します。

事業評価

将来性	事業性	事業意義
・地域に根差した営業が奉仕している ・近隣で100戸程度の大型分譲エリアを造成中、2年後に完成予定	・小麦高騰による原価高止まりの影響により、収益性改善が課題	・直接顧客と接する機会を持てる場であり、ありがどうの声掛けによってモチベーションを高く維持し続けられるため、社会参画の観点から非常に意義ある事業と考えている

事業評価「事業意義」:その事業を法人として実施する意義をご記入下さい。

事業評価「将来性」:事業の将来性についてご記入下さい。

事業評価「事業性」:採算、利益率、事業規模等の事業数値に関わる観点、また関係性等の事業の継続性に関わる観点からご記入下さい。

■「興味・関心・経験・ネットワークのある分野について」の記載方法について【資料1-C】

これは、将来の事業展開について検討する資料です。ですので、一個人や限られた人だけでなく、施設内部や関係者間において、十分に議論して実施して頂きます。まずは、添付資料の「外部環境」の資料をご一読頂き、貴法人の該当エリアがどのような特徴を持っているのかをご確認下さい。

「興味・関心」「経験」「ネットワーク」という欄に、左側に記載している業界別に「○」を記入して下さい。

「経験」: スタッフが過去にやったことのある仕事、学生時代にパート・アルバイトでやったことのある仕事等、内部の社員・スタッフが関わったことのある仕事

「ネットワーク」: 本人や親の会、後援会等、関係者が関わっている業界・業態

「想定対象企業」: それを実施するにあたり、対象となる顧客企業や連携可能な企業で思いつくとこがあれば、その企業名を記入。

興味・関心・経験・ネットワークのある分野	業界	興味・関心	経験	ネットワーク	想定対象・備考
A	農業	○		○	親の会に農業従事者あり
B	林業				
C	漁業				
D	鉱業				
E	建設業		○		ABC建設
F	製造業	○			電気系部品製造業が多いエリアなので、何とか一緒に仕事をしたい
G	電気・ガス・熱供給・水道業				
H	情報通信業			○	親の会にネットショップ運営者あり
I	運輸業		○		
J	卸売・小売業				
K	金融・保険業			○	親の会に生保レディ2人
L	不動産業				
M	飲食店・宿泊業		○		社員にバイト経験者あり P/Aの方の趣味がパン作り
N	医療・福祉	○			本人でヘルパー3級保有者あり
O	教育、学習支援業				
P	複合サービス事業				
Q	サービス業(他に分類されないもの)				
R	公務(他に分類されないもの)				

「興味・関心」: 興味や関心のある業界

■「アクションプラン」の記載方法について【資料1-D】

これまで作成した内部分析シートを見直して、今後どのような行動をどのようなステップで行うかについて協議し作成します。

アクションプラン	どの事業を	どういう目的で	どのように改善・整理して	どういう状態にするか?
	パン製造	原価低減	・冷生地の見直し→仕入れ業者との相談 ・ロス管理表の作成→廃棄による原価上昇額の把握	原価55%→50%に抑える
次のステップとして、	レジ打ち人材育成	P/Aの負担軽減→他部署に回ってもらうことによる人件費削減	・レジトレーニング時間の確保(開店前30分) ・まずは、機械が好きなBさんから開始	2/4名はレジ打ちができるようにする
次のステップとして、	販路拡大	顧客数増	・まだ訪問していない幼稚園・保育園への営業 ・行政への表敬訪問	宅配先1件増加
次のステップとして、	移動販売車の企画・申請	顧客数増	・区役所、公民館が集まっているエリアでのランチ販売	週1回の販売
次のステップとして、				

②作成した内部分析シートに専門家からのコメントを記載する

事業所が作成した内部分析シートを客観的に確認するために、専属のコンサルタントや会計士、地域の中小企業診断士等に見てもらい、専門的な立場からのコメント（事業継続の適性、将来性等）をいただきます。

2. 業務内容

就労系施設名称	喫茶DEF
事業名	パン製造小売、および喫茶店

授産種別	事業概要	作業の収益性 [円]	
○ 自主 下請 施設外 その他	・パン製造小売 ・喫茶店の運営 ・パンは毎日100個程度作成 ・販売先は、喫茶店での小売の他、近隣保育所への販売(3件) ・喫茶店の席数は15席、平均1回転、ログハウス風の作り ・くつろぎの場を提供することをコンセプトとしている ・メイン商品はコーヒー(300円)、エビ(180円)、特大メロンパン(700円)等 ・ランチバイキングは主婦に好評 ・近隣に公園と公民館あり ・中心顧客は①30代主婦、②公民館利用者(高齢)	平均月商	200,000
		原価	110,000
		原材料費	100,000
		資材費他	10,000
		粗利益	90,000
		工賃	40,000
		P/A人件費	100,000
		経費	30,000
		営業利益	-80,000
		人員数	4
一人当たり工賃	10,000		
福祉収入	300,000		
社員人件費	200,000		
経常利益	20,000		

設備	支援者
・オープン ホシザキ:タワー型 ・冷凍庫 ホシザキ:400Lタイプ	・社員1名、P/A2名 ・学生時代に飲食店でのバイト経験があり、接客ノウハウは一定保有 ・P/Aの方で、趣味がパン作りの方がおられるので、商品開発はお任せしている

NO	工程名	作業手順	作業道具	実施場所	必要な技能
1	生地成型	冷生地を冷蔵庫から出して成型	伸ばし棒	調理室	
2	トッピング	各種材料(あん、カレー、チョコ等)を包む	スプーン	調理室	
3	焼き	オープンに入れ、卵を塗って焼く	オープン	調理室	機器操作
4	ラッピング	外売りを分をビニール袋で包装	ビニール袋	調理室	
5	検品	注文数の確認	注文票	カウンター	数字の照合
6					
7	注文	喫茶でのオーダー取り	オーダー表	喫茶店内	数字の記入
8	配膳	飲食物の提供	お盆	喫茶店内	
9	会計		レジ	喫茶店内	レジ操作
10	包装		ダスター	喫茶店内	

事業評価	将来性	事業意義
	・地域に根差した営業が奏功している ・近隣で100戸程度の大型分譲エリアを造成中、2年後に完成予定	・直接顧客と接する機会を持てる場であり、ありがどうの声掛けによってモチベーションを高く維持し続けられるため、社会参画の観点から非常に意義ある事業と考えている

専門家コメント	コメント
数年後に控えている近隣の変革期に向け、住民に合ったサービス(パンの移動販売等)の検討を始める必要がある。	今後収益性を改善していくためには、まず原価を抑えていく必要がある。また、パンの販路は拡大できる可能性があるため、それに伴い生産力を上げていく必要がある。

③ネットワーク会議を開催し就労系事業所の内部分析シートを集約する

ネットワーク会議等で、事業所ごとに作成した内部分析シートを事務局が集約し（時間に余裕があれば発表する）データベース一覧（書式自由）を作成します。

参考データ①自主事業のデータベース化				参考データ②請負事業のグルーピング			
ジャンル	商品名	施設名	登録番号		A分類	B分類	C分類
				対象			
				メリット			
				要件			
				リスク管理			

より効果的なデータベースを作成するために・・・

【参考①】マーケティングセミナーの実施

コンサルタントやコーディネーターとのコミュニケーションをよりスムーズにするために、シートの記入項目に沿った研修を実施することで、より確実な情報の整理ができます。

以下、セミナーの内容の参考項目

- (1) マーケティングの基礎
- (2) 事業計画策定（中長期経営計画）
- (3) アンケート調査方法、価格設定
- (4) 会計（管理会計）
- (5) 新規事業発案

* 実際に作成するワークショップは効果的です



【参考②】現地調査

事前に記入してもらった内部分析シートを基に、実際に事業所に訪問しヒアリングを行うと、より実態に沿った分析ができます。

以下、ヒアリング内容の参考項目

- (1) 現場の状況（実施場所、作業従事者、作業時間、販売方法、購入状況、売上状況など）
- (2) 課題、苦勞している点（体制的な問題や、作業適正など）
- (3) 作業の効果（利用者にとっての作業意義など数値で表しにくいものなど）
- (4) 調査員の所見（事前の情報との整合性、実際に見て新たに分かったことなど）
- (5) 工賃UPへの意欲



④ ネットワーク窓口等が外部分析シートを作成する

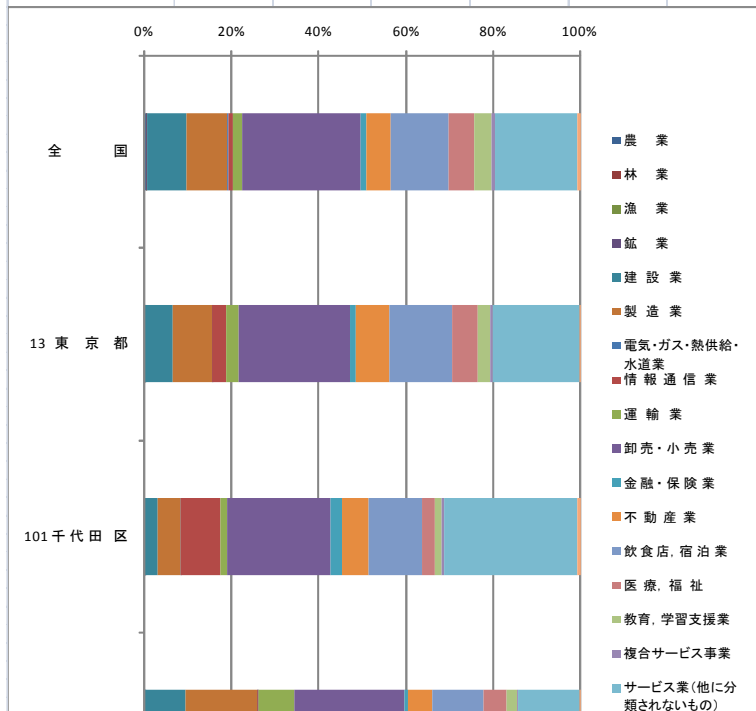
ネットワーク等の事務局で、外部分析に必要なデータを収集し、地域の特色（事業所数、工業統計、商業統計等）を分析します。

■ 地域の事業所数・企業統計の抽出について【資料2-A】

【参考データ例】

下記のシートは地域にどのくらいの事業所があり、どの業種が多いかの傾向を分析しています。この例では、全国・東京都・千代田区・足立区のデータを抽出し、それぞれの比較から傾向を分析しています。サンプルのデータベースは総務省統計局 (<http://www.stat.go.jp/>) から抽出しています。

【事業所数】	A	B	C	D	E	F	G	H	I		
市区町村	農業	林業	漁業	鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業		
全国	15,779	3,126	2,772	3,026	548,861	548,442	9,079	59,436	130,911		
13 東京都	322	27	6	79	43,157	63,104	451	21,326	20,435		
101 千代田区	4	5	0	7	969	1,866	29	3,166	487		
121 足立区	6	0	0	0	2,635	4,717	7	77	2,397		
	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	A~R	
市区町村	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	飲食店、宿泊業	医療、福祉	教育、学習支援業	複合サービス事業	サービス業（他に分類されないもの）	公務（他に分類されないもの）	全産業	
全国	1,604,688	84,107	320,365	788,263	351,129	231,758	49,043	1,118,554	41,699	5,911,028	
13 東京都	176,284	9,830	51,676	100,909	40,143	20,343	2,693	137,639	2,132	690,556	
101 千代田区	8,219	945	2,141	4,296	1,022	548	157	10,661	246	34,768	
121 足立区	7,211	252	1,531	3,352	1,537	677	93	4,059	57	28,608	
【エリア構成比】	A	B	C	D	E	F	G	H	I		
市区町村	農業	林業	漁業	鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業		
全国	0.3%	0.1%	0.0%	0.1%	9.3%	9.3%	0.2%	1.0%	2.2%		
13 東京都	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.2%	9.1%	0.1%	3.1%	3.0%		
101 千代田区	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	5.4%	0.1%	9.1%	1.4%		
121 足立区	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.2%	16.5%	0.0%	0.3%	8.4%		
	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	A~R	
市区町村	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	飲食店、宿泊業	医療、福祉	教育、学習支援業	複合サービス事業	サービス業（他に分類されないもの）	公務（他に分類されないもの）	全産業	
全国	27.1%	1.4%	5.4%	13.3%	5.9%	3.9%	0.8%	18.9%	0.7%	100.0%	
13 東京都	25.5%	1.4%	7.5%	14.6%	5.8%	2.9%	0.4%	19.9%	0.3%	100.0%	
101 千代田区	23.6%	2.7%	6.2%	12.4%	2.9%	1.6%	0.5%	30.7%	0.7%	100.0%	
121 足立区	25.2%	0.9%	5.4%	11.7%	5.4%	2.4%	0.3%	14.2%	0.2%	100.0%	



【表の見方】

・上段は全国、東京都、千代田区、足立区の産業別事業所数、下段は、同エリア内での事業所数構成比を表します。

・事業所数より、対象顧客数の多さを確認します。

・また構成比より、どの産業が多いか、そのエリア特性を把握します。

【コメント】

<東京都の特徴>

- ・全国と比べて、
 - －農林漁業が圧倒的に少ない
 - －情報通信業、運輸業、飲食店が多い傾向にある

<千代田区の特徴>

- ・東京都と比べて
 - －サービス業が多い(30.7%>19.9%)
 - －情報通信業が多い(9.1%>3.1%)
 - －金融・保険業が多い(2.7%>1.4%)
 と超都市型のエリアであると言えます。

<足立区の特徴>

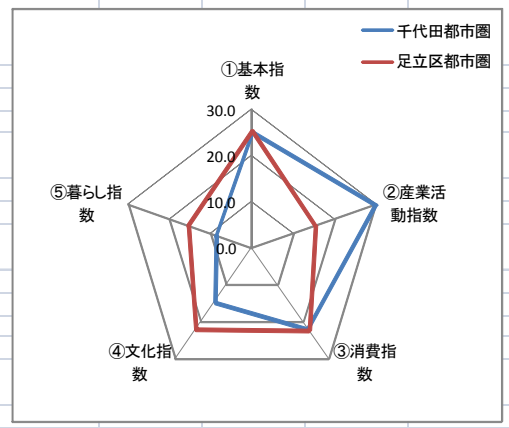
- ・東京都と比べて
 - －建設業が多い(9.2%>6.2%)
 - －製造業が多い(16.5%>9.1%)
 - －運輸業が多い(8.4%>3.0%)
 と、建設・製造を中心として運輸業が栄えている、というメーカー型エリアであると言えます。

■地域の民力水準の抽出について【資料2-B】

【参考データ例】

下記のシートは地域の住民が生産・消費・文化・暮らしなどの分野にわたって、全国を基準とした時の構成比率を数値的に表わしたものです。ここでは、朝日新聞出版が出している「民力」を参考にし、東京都の千代田区・足立区のデータを抽出しています。* データ内の「表の見方を参考にしてください。」

	2009年一人当たり民力水準					
千代田都市圏	1,873.6					
足立区都市圏	396.1					
	基本水準	産業活動水準	消費水準	文化水準	暮らし水準	
千代田都市圏	693.0	68.7	7,333.5	107.2	195.8	
足立区都市圏	499.2	301.1	442.1	433.3	305.0	
	①基本指数	②産業活動指数	③消費指数	④文化指数	⑤暮らし指数	
千代田都市圏	25.1	29.8	21.9	14.6	8.6	
足立区都市圏	25.2	15.2	22.3	21.9	15.4	
	①基本指数詳細			②産業活動指数詳細		
	住民基本台帳人口	民営総事業所数	課税対象所得	農業産出額	工業製品年間出荷額	就業者総数
千代田都市圏	45,752	34,399	208,207	3	50,996	21,053
足立区都市圏	631,860	28,061	952,818	37	348,246	306,317
	人	件	百万円	千万円	百万円	人
	③消費指数詳細			④文化指数詳細		
	商店年間販売額	新着着住宅数	乗用車保有台数	教育施設数	書籍文具小売事業所数	図書館数
千代田都市圏	42,469,974	1,018	26,512	548	411	4
足立区都市圏	1,880,295	7,207	174,643	677	244	16
	百万円	戸	台	件	件	件
	⑤暮らし指数詳細					
	保育所数	公民館数	病院数			
千代田都市圏	7	0	16			
足立区都市圏	87	0	47			
	件	件	件			



【表の見方】

- ・民力とは、朝日新聞出版が出している、「生産・消費・文化・暮らしなどの分野にわたって国民が持っているエネルギー」であり、全国を基準として、そのエリアの構成比率を単純平均で算出したものです。
- ・基本指数、産業活動指数、消費指数、文化指数、暮らし指数から構成されます。

【コメント】

- ・千代田区は、企業密集地であるため、産業活動指数および消費指数が高くなっています。
- ・一方足立区都市圏は、住宅と製造業が多く存在しており、消費指数、文化指数、暮らし指数が高くなっています。

⑤ ネットワーク事務局等がマーケティングマップを作成する

ネットワーク等の事務局スタッフが、地域の事業所数や事業形態、授産内容を数値化し、分類して行きます。また、授産内容がどの業態に値し、同様の業種があるかを確認します。不明な点は行政に確認しながら作成して行きます。

現状										
人口		障害者数		障害程度区分						
				分類	1	2	3	4	5	6
		知的		知的						
		精神		精神						
		身体		身体						
支援状況										
就労系事業所数		定員		現人数		形態				一般 就労数
						自主	下請	施設外	その他	
就労移行		就労移行		就労移行						
就労A		就労A		就労A						
就労B		就労B		就労B						
生活介護		生活介護		生活介護						
作業所		作業所		作業所						
その他		その他		その他						
事業内容一覧										
		製造系		卸系		小売系		サービス系		
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
顧客状況										
		製造系		卸系		小売系		サービス系		
事業所数		業界	業務	業界	業務	業界	業務	業界	業務	
主な 業界・ 業務										

⑥ ネットワーク事務局等が企業インタビューを行う。

ネットワーク等の事務局スタッフやコーディネーターが、外部分析シートや事業所スタッフからの情報から、これまで業務を受けたことのある事例、雇用につながった事例を集約し資料を作成（書式自由）。その資料を基に同様の企業等に訪問しインタビューしながら企業等とのパートナーが可能かどうか検討事項を資料にまとめます。

【参考①】直接訪問によるヒアリング

（以下は障害者雇用調査も含んだ聞き取り例の一覧です）

● 貴社の障害者雇用に関する現状について

- 障害者雇用数（障害種別）、雇用率、採用数、定着率
- 特例子会社の有無（無い場合は、今後の設立予定）
- 担当している職務内容、職場環境
- 現在の制度活用状況：
助成金制度、ジョブコーチ、委託訓練制度、トライアル雇用制度
- 福祉施設との協働実績：
仕入、外注、共同開発、共同販売、協賛・協力 等
- 障害者雇用関連で関わっている連携先、関連組織、所属団体、情報収集先：
ハローワーク、支援ネットワーク、JC、出身校・施設
- その他：職務ローテーション、人事制度 等

● 障害者雇用における課題認識について

- 現在の障害者雇用における課題認識
- 仕事関連：
職務遂行、新職務開発、人事、採用、悩み相談、人間関係、他社員との雰囲気、トップの考え、職場への定着、評価・フィードバック
- 仕事以外：
私生活、余暇、医療・健康、地域生活 等
- 採用：
募集方法、採用基準、採用時に重視すること、採用時の不安要素
- 受入までのプロセス：
試験・実習、定着・継続、スタッフ教育・研修

● 今後の障害者雇用に関する考え方・方向性について

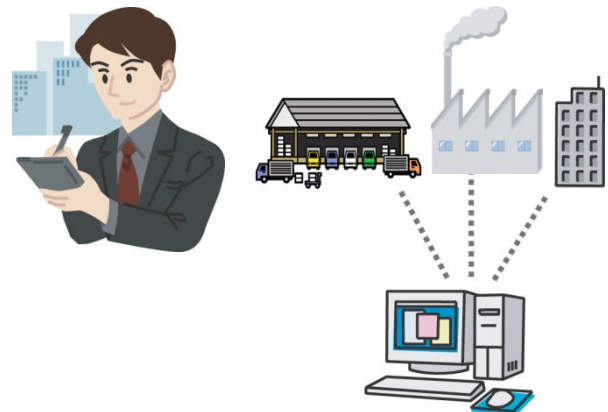
雇用方針（拡大・維持・縮小、障害種別）
障害者雇用を拡大するための必要なサポート
障害者福祉施設、特別支援学校に望むこと
障害者支援団体（行政、就・）に望むこと

● 職務の抽出

参考資料のご説明（具体的な事例集等）
合致する職務内容の抽出

● 今後の福祉施設との協働・連携に関する考え方について

今後の方針
促進に向けて必要なこと
理想的な姿、理想とのギャップ、解決方法の検討 等



【参考②】制度の紹介（以下は、企業が福祉事業所等に仕事を発注した場合に受けることができる制度の一例です。）

(1) 発注促進税制(国制度) <http://www.mhlw.go.jp/bunya/shougaihoken/zeisei/index.html>

* 企業が障害者の働く施設に仕事を発注した場合に法人税等の税制が優遇される。

(2) 特例調整金(国制度) <http://social-s.jp/handicapped18.html>

* 自宅等で就業する障害者に仕事を発注し、その業務の対価を支払った企業に支給される。

* 在宅就業支援団体を介して在宅障害者に仕事を発注する場合も含まれる。

(3) グループ就労(国制度) http://www.jeed.or.jp/disability/employer/subsidy/sub01_ability.html

* 「請負型」が該当。

* 障害者支援団体が企業から作業を請け負い、企業内で業務を行った場合に指導員に対して支給される。

(4) その他

企業内通所授産事業、緑化推進事業、入札優遇制度など地方自治体独自の制度もある。

【参考③】郵送やWEBによるアンケート調査

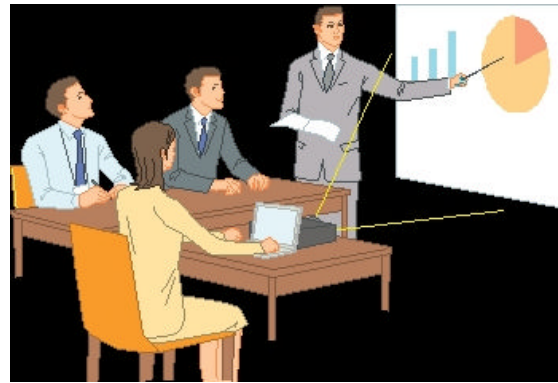
別紙のアンケート調査の項目を参考にしてください。

⑦内部・外部分析シート、マーケティングマップ、企業インタビューシートを印刷し束ねる

ネットワーク等の事務局スタッフが、それぞれのシートをひとまとめにし、ネットワーク等に参加している事業所に必要な枚数を印刷し会議に備えます。*シートに記入できなかった有益な情報も提供できる様に準備しておきます。

⑧ネットワーク会議を開催し⑦の資料を配布する

印刷した資料を会議で配布し、まとまったデータを確認しながら、事業所間の連携や役割分担の確認、地域特色の確認、企業等に営業する際に売りになる部分（事業所の強み、活用できる制度など）を確認します。



⑨ネットワーク会議や事業所で方向性を確認し事業戦略を立てる

それぞれのシートで確認した現状を踏まえながら、今後の事業戦略に向けた話し合いを行います。業種ごとに専門家を交えた戦略会議を行ない、客観的な分析や具体的なアクションプランを話し合うと効果的です。

⑩受注拡大・業務拡大に向け営業を開始する

事業戦略の方向性が具体化したら、可能性のある企業を訪問し営業を行ったり、自主事業の広告宣伝を行ない、受注拡大・業務拡大を目指します。*受注するために必要な整備があれば準備を整えます。

