

はじめに

障害のある人々が、地域で働き社会に貢献しながら、自立した生活ができるよう仕事を確保し、所得を保障することは非常に意義深いことです。しかし、近年の経済状況や周囲の障害に対する理解度を考慮すると、その困難と障壁は完全に取り去られてはいません。

近年、雇用促進や作業所等への国や地方公共団体の取り組みとして「工賃倍増5カ年計画」が掲げられ、障害者の働く場に対する発注促進税制の創設等の仕事確保策や工賃・賃金引き上げ策等を講じてはいるものの、成果を挙げているとは言い難い現状があります。

そこで、「平成20年度障害者保健福祉推進事業（障害者自立支援調査研究プロジェクト）工賃倍増に向けた授産事業振興調査研究事業・事業推進特別委員会」（全社協）の報告書において、個々の施設・事業所の仕事の受注量などには限界があり、仕事の受注や分配、生産管理や品質管理、技術的支援などを行う「共同受注窓口組織」の整備が工賃・賃金向上に有効な取り組みであるとの提案がなされました。

本研究では、都道府県における具体化を目指し、「共同受注窓口組織（以下、「窓口組織」という）」の基本方針や組織の確立過程をはじめ、組織運営や「窓口組織」が各施設・事業所の現状を踏まえた上で取り組むべき分野等についての研究を行いました。本報告書は、そのモデルケースとしての奈良県における実験と調査研究の報告書です。

奈良県においては「窓口組織」が行うべき取り組みを、県下のほぼ全障害者団体が参加する「特定非営利活動法人 奈良県社会就労事業振興センター」が行っていたことにも着目し、それらをいかに改良して「窓口組織」を広く展開させていくかについても述べています。さらに「窓口組織」と並行して「工賃倍増計画」による施設・事業所の体質強化の支援を行うことが、共同受注の為の事業所のレベルを高位平準化する上でも重要なのです。

本報告書に提示している枠組みは、奈良県をモデルケースとして作成したものではありませんが、障害者を取り巻く問題はいずれの地域においても同種のものであると考えられます。幸い、政府の来年度予算（案）において、全国8ブロックでのモデル実施が予算化されました。本報告書をたたき台として捉え、都道府県の実情に沿った形でアレンジを加えることで実効性の高い「窓口組織」を設立していただければ幸いです。

最後に、本報告書作成にあたり貴重なご意見をいただきました「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」運営委員会の委員の皆様、関係団体の皆様、アンケート調査にご協力いただきました施設・事業所・企業の皆様方に感謝申し上げます。

平成22年3月

全国社会就労センター協議会 副会長
鈴木 清寛

就労系事業所等への企業等からの大量発注を可能とする「共同受注窓口組織」

平成 21 年度障害者保健福祉推進事業（障害者自立支援調査研究プロジェクト）

「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」事業報告書

目 次

はじめに

（共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業・運営委員会委員長 鈴木 清寛）

1. 共同受注窓口設置に至る経緯

- （1）平成 21 年 3 月の全国社会福祉協議会報告を受けて……………P.5
- （2）奈良県における運営委員会設置……………P.6
- （3）調査実施……………P.7

2. 「共同受注窓口」の設立

- （1）基本方針……………P.11
- （2）「共同受注窓口」の持つべき機能……………P.11
 - ①共同販売
 - ②共同購買
 - ③教育・研修
- （3）運営組織図……………P.16
- （4）取り組むべき分野
 - ①清掃……………P.17
 - ②販売イベント……………P.20
 - ③クッキー等製菓（スイーツ）……………P.22
 - ④地域拠点販売……………P.23
 - ⑤さをり織り……………P.27
 - ⑥パン……………P.30
- （5）清掃（役務）の具体的な取り組み……………P.32
- （6）清掃業務における「共同受注センター」としての研修……………P.37
- （7）事業計画……………P.39

3. 調査結果分析

- （1）県下 100 事業所アンケート調査……………P.43
- （2）県下 5 圏域別 25 事業所聞き取り調査……………P.43

(3) 県下 39 市町村へのアンケート調査	P.45
(4) 企業への聞き取り調査	P.46
4. 共同受注窓口設置に向けての提案	P.50

<資料編>

(1) 県下 100 事業所アンケート調査票	P.57
(2) 同アンケート調査集計結果	P.62
(3) 県下 25 事業所アンケート調査及び調査内容	P.69
①調査訪問事業所一覧	
②25 事業所聞き取り調査内容	
(4) 官公庁における授産事業等に係るアンケート調査票	P.71
(5) 同アンケート調査集計結果	P.74
①5 圏域別市町村の発注状況	
②市町村アンケート調査結果	
(6) 企業アンケート調査内容	P.81
(7) 調査プロジェクトスケジュール及び運営委員会開催状況	P.82
①調査プロジェクトスケジュール	
②運営委員会開催状況	
(8) 奈良県内障害者施設等における製造・取り扱い物品 及び提供役務の一覧表	P.84
(9) 奈良県社会就労事業振興センターについて	P.89

おわりに

(「共同受注窓口組織促進に向けた調査研究事業」運営委員会

委員 藤井 正紀)

1. 共同受注窓口設置に至る経緯

「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」

運営委員会

1. 共同受注窓口設置に至る経緯

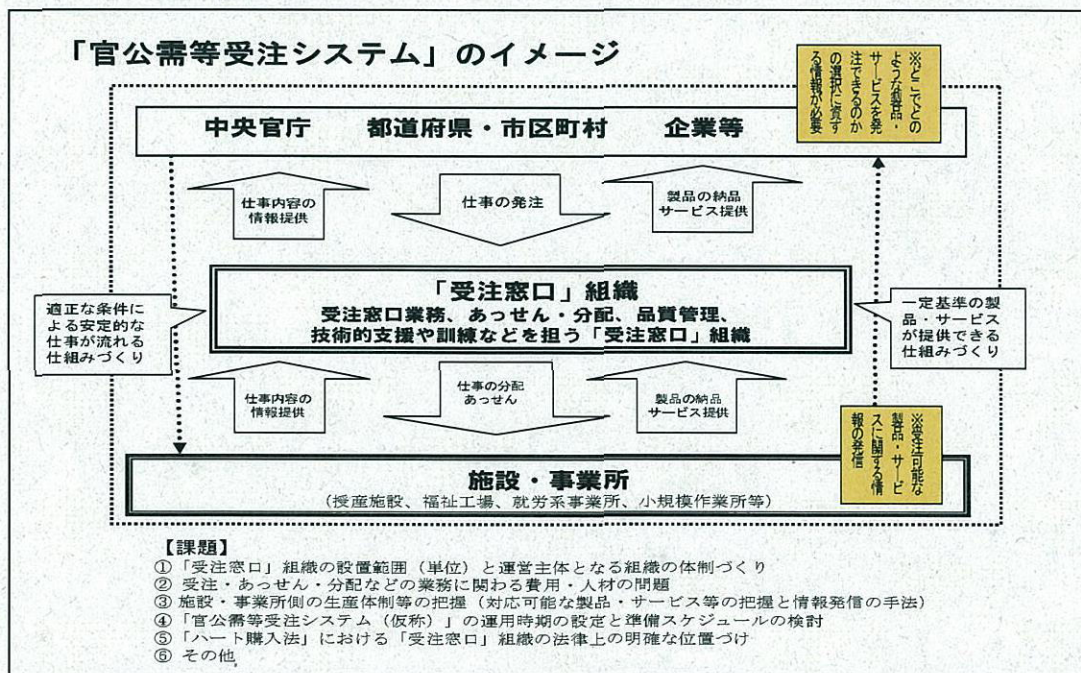
(1) 平成 21 年 3 月の全国社会福祉協議会報告

平成 15 年度には国から 10 年間の「障害者基本計画」が策定され、平成 18 年 4 月には「障害者自立支援法」が施行された。障害のある人が自分らしい働き方で、社会に貢献しながら、自立した日常生活を営むことができるよう、国・都道府県・市町村はそれぞれの責務を果たしながら安心して暮らすことのできる地域社会の実現に寄与することが求められる。その一方で、地域社会での自立生活を可能とするためには、経済的な自立が必要である。

しかし、近年の景気停滞に伴い、下請け加工の作業を行っている施設・事業所等を中心に仕事の減少に歯止めがかからず、利用者への工賃支払が困難な状況に直面している。今般のように厳しい経済状況の下において工賃向上を図るためには、一定の品質の商品・サービスを納期内に確実に納品し、取引先との信頼関係を強固なものとするのはもちろんのこと、商品・サービスに付加価値を見出す等の方策が求められる。

しかし、個々の施設・事業所では仕事の受注量などに限界がある。従って、国や地方公共団体の仕事の確保策に実効性を持たせるためにも、仕事の受注や分配、生産管理や品質管理、技術的支援などを行う「共同受注窓口組織」を整備することが不可欠である。障害者の経済的自立を支え、地域社会における自立生活を実現すべく、安定的な仕事を確保するためには官公需等の拡大に向けた取り組みが急務であるとの結論に至った<図-1>。

<図-1> 「官公需受注システム」のイメージ

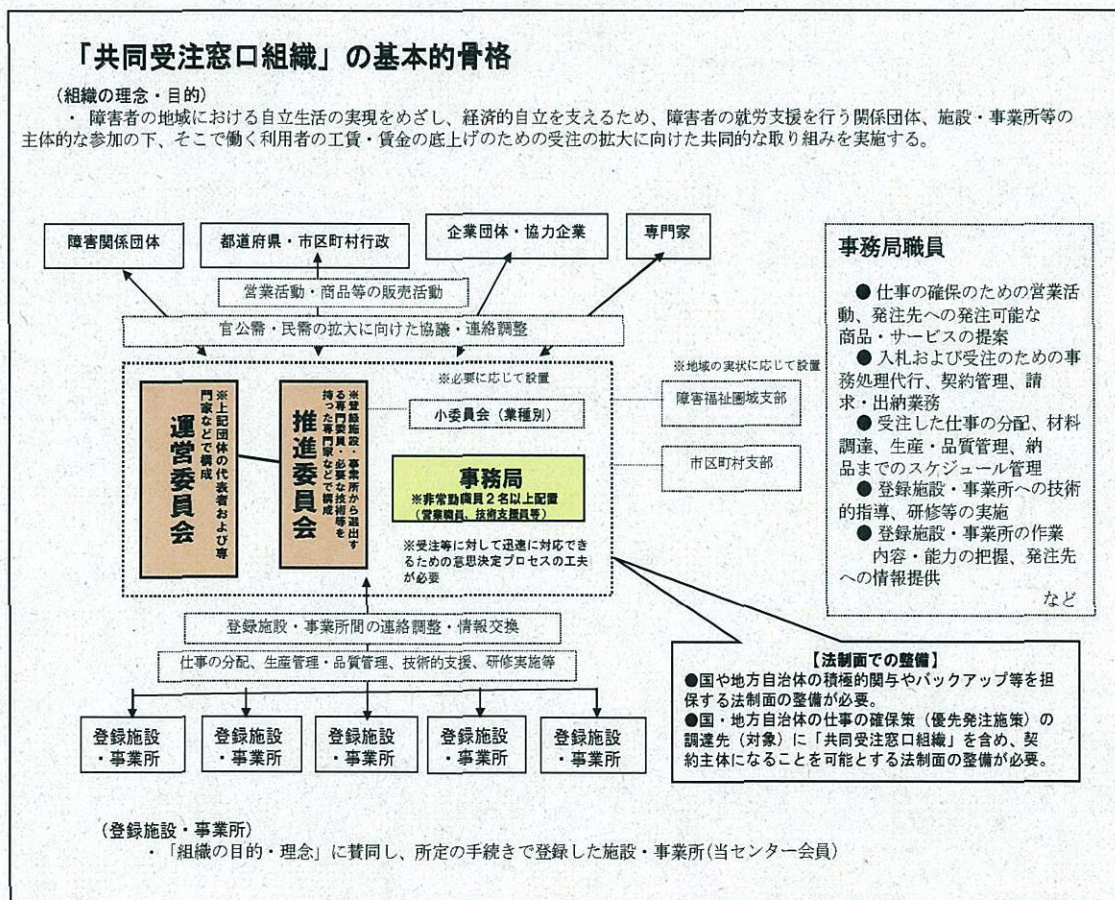


(2) 奈良県における運営委員会設置

「共同受注窓口組織」＜図－２＞を効果的に運営するためには、就労支援の中核となる各障害関係団体や、都道府県・市区町村行政、企業団体や協力企業、技術的な専門家、都道府県内の官公需・民需の拡大に一定の権限やノウハウを持つ関係者等で構成される「運営委員会」＜図－３＞を設置し、幅広く連携することが求められる。そして、組織の理念・目的の明確化、運営方針の策定、必要な予算の確保、事務手続、その他必要な対応などを検討し、それぞれの都道府県の実状に合った「共同受注窓口組織」の設置・運営に向けた取り組みを着実に進めることが必要である。

ただし、「運営委員会」が官公需・民需の発注拡大（販路拡大）のための連絡調整・協議の場として十分活用できるものであり、都道府県内挙げての発注拡大体制に向けた実効性ある構成メンバーを選任する点に留意しなければならない。これらを考慮することで、機能的な「共同受注窓口」を組織することができる。また、既に中核となるような組織が存在する場合には、既存の組織力を十分に活かすことを視野に入れると効果的であろう。

＜図－２＞ 「共同受注窓口組織」の基本的骨格



<図-3> 「運営委員会」メンバー表

運営委員会（団体の代表者および専門家などで構成）のメンバー		
・全国社会就労センター協議会	副会長	鈴木 清覚
・奈良県福祉部障害福祉課	課長	古市 秀俊
・奈良県福祉連合協議会	会長	藤井 正紀
・奈良県社会就労センター協議会	会長	大久保 浩
・奈良県知的障害者施設協会	会長	榊原 典俊
・奈良県中小企業家同友会	事務局長	伊藤 真理

（３）調査実施

以上を踏まえ、「平成 21 年度障害者保健福祉推進事業（障害者自立支援調査研究プロジェクト）就労系事業所等における授産事業等調査」とし、アンケート調査を行った。

①受注側にあたる県下 100 施設・事業所へは各々の現状や抱える課題などを中心に調査し、②発注側の 39 市町村へは各施設・事業所との取引状況や「共同受注窓口組織」に期待することなどを調査した。

また、③5 圏域 25 事業所には個別に聞き取り調査を行い、①のアンケート調査では表面化しなかった施設・事業所の現場の声を集めることができた。さらに、④障害者雇用に前向き、又は施設・事業所と実際に契約関係のある民間企業にも現状を聞き取ることで、「共同受注窓口組織」設立への大きなヒントを得ることができた。

これらの調査を実施することで、各施設・事業所の商品やサービスをはじめ、個別対応力やこれまでの問題点などについて詳細な分析が可能となる（後述。43 頁～参照）。

2. 「共同受注窓口設置」 設立

「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」

運営委員会

2. 「共同受注窓口組織」の設立

(1) 基本方針

この「共同受注窓口組織」は、地域の中で自分らしく「働く・暮らす」を応援することを基本理念とし、障害ある人の「自立」、そしてその「自立」を実現させるための仕事の確保、及び障害者施設・事業所の機能強化を図ることで、障害のある人の社会参加の促進や事業所の事業促進を目的とする。

(2) 「共同受注窓口組織」の持つべき機能

「共同受注窓口組織（以下、「窓口組織」という）」の運営委員会の下に、都道府県内の施設・事業所から選出する専門委員、必要な専門知識・技術を持った専門家などで構成する「プロジェクト推進委員会」を設置し、その委員会を商品開発、質の向上（生産・品質管理、技術的指導）、営業活動（販路拡大）などを実施する専門委員会として位置付ける（前述、6頁＜図－2＞）。

プロジェクトを成功に導くポイントとしては、都道府県内の施設・事業所においては専門的技術や技能を持っている職員や、地域には企業等を退職した後の活躍の場を求めている人材も存在していることに着目し、こうした即戦力となる職員や地域の人材の活用を図り、専門委員として選任できるかが挙げられる。

奈良県のように、社会就労を促進させるための「特定非営利活動法人 奈良県社会就労事業振興センター」¹（以下、「振興センター」という）のような、各障害関係団体の協力の下に連携しながら事業振興を進めることのできる基盤が既設されていれば、中核となる「振興センター」の活動網を十分に活かしながら効果的に「窓口組織」を運営できよう。

① 共同販売

「窓口組織」に求められる機能として、まず営業機能が挙げられる。具体的には、販売カテゴリーを絞りこんで決定し、営業活動に必要な商品等の写真、生産施設・事業所紹介、価格などの必須事項を予め準備しなければならない。そして、実際に共同販売を効率的に進めるうえにおいては、以下の点に留意するとよい。

1) 安定生産への対応

一つの商品を大量生産する場合、各施設・事業所の規模や生産能力に従

¹ 平成20年6月発足。設立団体として、奈良県障害者福祉連合協議会、奈良県社会就労センター協議会、奈良市手をつなぐ親の会、奈良県心身障害者施設連盟、奈良県知的障害者施設協会、きょうされん奈良支部、奈良県精神障害者支援協会。

って基準を決定することで、相互に補い合いながら安定的に製品を提供することができよう。例えば、4 事業所で一商品を大量生産する場合、A、B、C の 3 事業所は安定定量生産とし、D 事業所は他の 3 事業所の増減を吸収するバッファー、つまり受け皿としての役割を担う。この場合、バッファーとなる施設・事業所には他よりも生産能力のあることが前提となる。またバッファーの役割を担う施設・事業所にはその見返りとして、価格面で優遇する等の措置を講ずる必要がある。

2) 顧客要望への対応

特に、クッキー等の製菓を提供する場合には、包装・ラッピング（見た目）を顧客の希望するデザインで統一し、中身（商品そのもの）については各施設・事業所独自の製品を採用するといった工夫が必要となる。例えば、同様の大きさのクッキーを数種類用意し、その中から顧客は自らの好みに適う商品を選択する。そしてそれら商品を統一されたパッケージに収めるといったことである。

そうすることでバラエティー豊かなセット販売が可能となり、同質の商品提供といった積年の課題にも柔軟に対応することができる。つまり、顧客の要望を正確に把握し、その各々に対応するためにはバリエーションを予め決めて商談に臨み、スピード受注や大量受注にも対応することが求められるのである。

3) 新製品開発における相互連携への重要性

共同販売機能を効率的なものにする為には、各施設・事業所間の緊密な連携が不可欠である。商品開発等を「スイーツ・プロジェクト」のような専門部門で進めるなどしながらコミュニケーションを日常的なものにし、施設・事業所間の相互連携を強化することが共同販売成功の秘訣といえる。つまり、所属施設・事業所は違えど、顧客に良い商品を作るのだという共通の目標、あるいは認識を持つことが重要といえよう。継続的な顧客獲得のためには、関係する人々が共通認識を持つことがその第一歩といえるのである。

②共同購買

奈良県下において、商品提供分野ではクッキーやパン、さをり織りを手掛けている施設・事業所が多い。しかし、それらの商品に使用する材料を同会社から購入していることもままある。例えば、商品に貼るシールや定型段ボール箱、脱酸素剤等である。このような材料は在庫を持つと、倉庫（＝場所）、管理、変質等の問題が生ずる可能性が高い。そこで、それらを一括で注文（年

間契約や大量購買)することでコスト抑制を実現し、さらに事業所にとって便利な小口配送を取り付けることも可能となろう。例えば、各施設・事業所が個々に注文すると1個あたりの単価が高くなる、または小口配送などに応じてもらえないといったデメリットが考えられる。しかし、全体の需要を一つにまとめることでそういったデメリットを回避し、なお且つ量的・質的にレベル向上を図る為には、共同購買の重要性は軽視できないのではなかろうか。

こうした共同購買を現実のものとするためには、各施設・事業所の取引現状を詳細に調査・記録することで判明する年間総使用量を基に価格交渉するというように、施設・事業所にとって有利に働く交渉材料を持つことも「窓口組織」の重要な役割といえよう。

③教育・研修

「窓口組織」を大きなグループとして捉え、そのグループ力を向上させるためには、教育・研修の重要性を認識する必要がある。次のように、「窓口組織」が各施設・事業所の要望を聞き取り、また各施設・事業所に必要な教育・研修内容は何であるかを判断しながら適宜実施することが求められる。

1)「共同受注窓口組織」独自の教育・研修の具体例

1. 流通の仕組みを学ぶ講義

消費者への直接販売の経験しかない施設・事業所の割合が高い場合、自主製品を流通に乗せるにあたり、それまでの直接販売では計算する必要のなかったコストを考慮に入れる必要がある。具体的には、ア)販売ルート、イ)価格立て、ウ)配送・物流などの仕組みを理解することで施設・事業所の機能を強化し事業の促進に役立てることができる。流通の仕組みを理解し、それを考慮して販売計画を立てることが当然のこととなれば、「窓口組織」以外にも販路を拡大させることも可能になるろう。

2. 製造力向上のためのプロによる技術指導研修

自主製品に對価を支払ってくれる消費者がいる限り、製造力向上のための努力は怠ってはならない。しかし、自己でできる範囲にも限界がある。その場合、プロによる技術指導研修を「窓口組織」主催で行うことで、各施設・事業所のレベルアップはもちろんのこと、グループ全体にも波及効果が生まれる。

ア)販売のための指導・研修

例えば、プロによる販売力向上のための技術指導が製品自体の品質向上を目的とするものであるならば、包装・ラッピング講座は消費者

いかに製品を魅力的に見せるかを目的とする。流通の仕組みを理解し、プロによる各種技術指導研修を受けることで、はじめて魅力的な製品作りへの第一歩が踏み出せたといえよう。

イ) マナー・コミュニケーション研修

いかに良い製品であったとしても、消費者と接する各販売員の一般的なマナーのレベルが低ければ、継続的な顧客の獲得は難しい。各施設・事業所の職員はもとより、利用者の障害特性に見合ったマナーの習得は、利用者の地域社会での自立の面からも重要といえる。例えば、ホテル等での接客経験豊かな講師が施設・事業所の職員に指導することで、職員はその指導内容を咀嚼し、障害特性に合わせて利用者が習得できるように工夫して伝達しようとする。これは職員にとっても未知の事柄を、いかに利用者に分かりやすく伝えるかという訓練にもなる。

ウ) 販促POP（販売促進のための広告媒体）・広告研修

プロによる販売のための指導・研修やマナー・コミュニケーション研修で製品の品質向上や販売マナーを身に付けると同時に、広く製品を消費者に宣伝することも必要である。そのためには、消費者の目を引き、売り上げにつながるような販促POPなどを使いこなすことも求められる。

2) 技術支援が可能な事項と相談先の活用

各施設・事業所が各々に専門技術を習得するには限界がある。そのような場合、例えば「奈良県工賃倍増5ヵ年計画」＜図-4＞に掲載されているような技術支援の協力先と連携することで、施設・事業所は技術向上を果たすことができる。それまでに手掛けたことのある分野であるならばまだしも、これから新たに取り組もうとする分野に着手する場合、専門家による指導を仰がねばその仕事に見合った対価を得ることは難しいからである。また、施設・事業所が一般の人々と連携を密にとることで、障害者が地域で自分らしく働くことへの理解を広めることが可能になる。

<図-4> 「技術支援が可能な事項一覧」

<資料⑧>

技術支援が可能な事項一覧

技術的支援 の 内 容	相 談 ・ 連 絡 先				備 考
	名 称	所在地	電話番号	ホームページアドレス	
授産品のデザインに関する こと	(財) 奈良県中小 企業支援センター	奈良市柏木町 129-1 なら 産業活性化プ ラザ 3F	0742-36-8312	http://www.nashien.or.jp/	総合相談窓口を設 けています。開催 日時はホームページで ご確認ください。
授産品の販路 拡大に係ること	(派遣可能な専門家の分野の一例) (現在 123 名が登録) ・マーケティング、生産管理、デザイン、販売促進、研究開発 ホームページ、新商品開発、創業支援、店舗等(レイト) 等				※ 専門家の派遣 は有料です。専 門家の分野・料 金等はホームペ ージでご確認下 さい。
専門家の派遣 に関すること					
新商品の開発 に関すること	奈良県工業技術セ ンター	奈良市柏木町 129-1 なら産 業活性化プラ ザ内	0742-33-0817	http://www.pref.nara.jp/niit/	
農林産物の栽培・加工等 に関すること	奈良県農業情報・ 相談センター	橿原市四条町 88 番地	0744-29-9849	http://www.pref.nara.jp/nogyos/nousou/aic/johou-soudan/index-js.htm	電話、電子メール、 窓口による相談に 限ります。(現地 指導はできません。)
以下の各農林振興事務所 (総務企画課が最初の相談窓口となり、相談内容に応じて各担当課にお繋ぎします。)					
	北部農林振興事務 所(総務企画課)	天理市樺本町 2460 番地	0743-65-1340	http://www.pref.nara.jp/nnorin/	〔管轄地域〕 奈良市、大和郡山 市、天理市、生駒市、 平群町、三郷町、斑 鳩町、安堵町
	中部農林振興事務 所(総務企画課)	大和高田市大 中 98-4 高田 総合庁舎内	0745-22-1701	http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid-1758.htm	大和高田市、御所 市、香芝市、葛城市、 橿原市、桜井市、川 西町、三宅町、上牧 町、王寺町、広陵町、 河合町、出原本町、 高取町、明日香村
	東部農林振興事務 所(総務企画課)	宇陀市樺原区 萩原 144-2	0745-82-0019	http://www.pref.nara.jp/enorin/	宇陀市、山添村、曾 爾村、御杖村
	南部農林振興事務 所(総務企画課)	吉野郡大淀町 佐名伝 626	0747-52-8301	http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid-1760.htm	五條市及び 吉野郡全域 (5 町 8 村)
	森林技術センター (きのこの等の栽培 に関して支援可能)	高市郡高取町 吉備 1	0744-52-2380	http://www.nararinsh.i.pref.nara.jp/	
	畜産技術センター (乳牛等に関して 支援可能)	宇陀市大宇陀 区下竹 103	0745-83-0153	http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid-1768.htm	

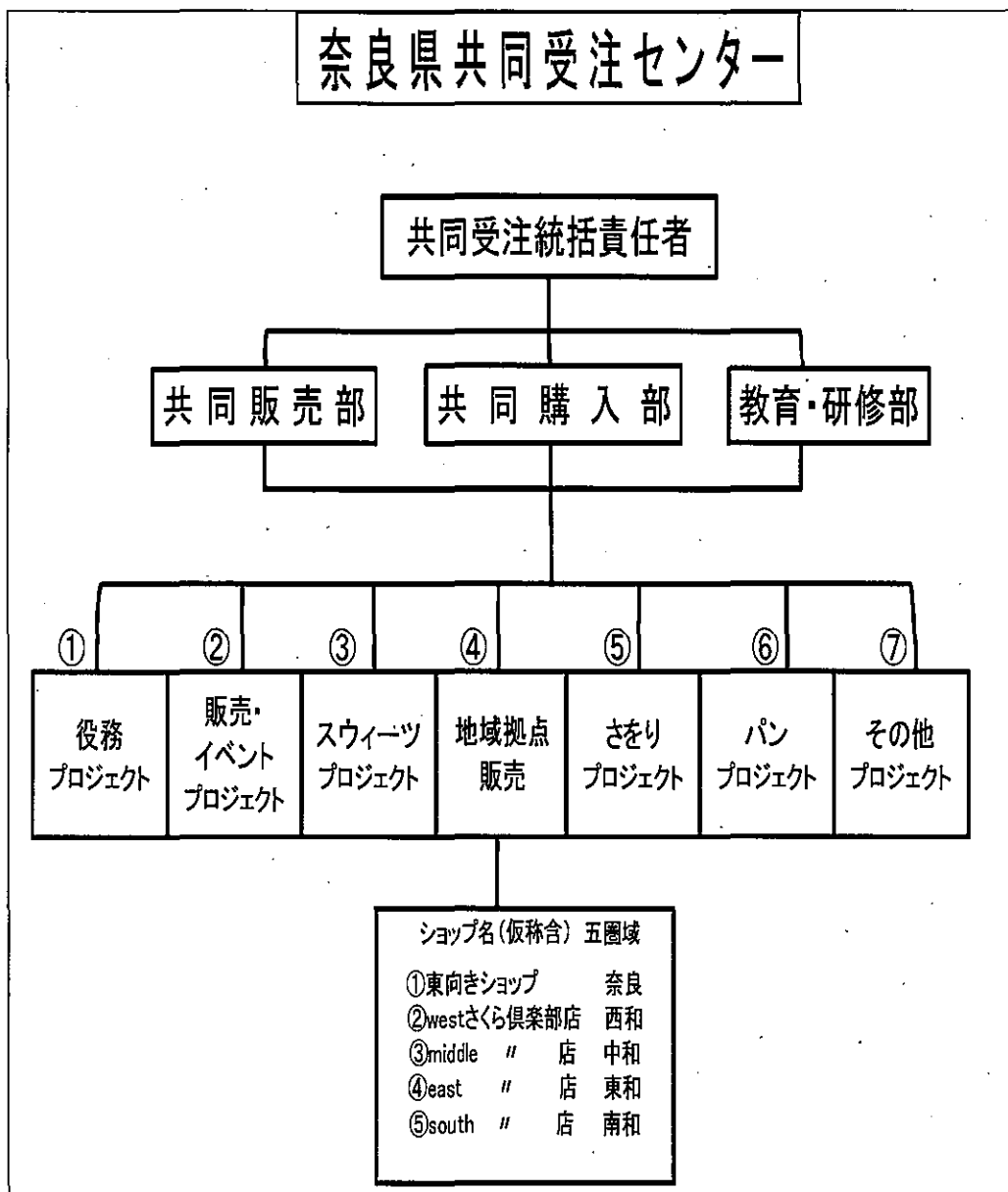
※ いずれも内容の詳細については、ホームページでご確認いただくか、直接、各相談機
関に問い合わせのうえご確認願います。

- 30 -

※ いづれも内容の詳細については、ホームページでご確認いただくか、直接、各相談機
関に問い合わせのうえご確認ください。

(3) 運営組織図

「共同受注窓口組織」を一つのセンターとみなし(以下、「共同受注センター」という)、そのセンターの中に共同受注統括責任者を置き、その下に共同販売部、共同購入部、教育・研修部を設置する。さらにその下に施設・事業所が手掛ける事業を部門化することで各々の特徴を活かした活動を展開することができよう。その場合、共同受注統括責任者は全ての部門において精通していることが求められ、また各プロジェクトに参加するメンバーは施設・事業所単位で判断するのではなく、「共同受注センター」をいかに成長させるかといった全体的視野が求められる。



(4)「共同受注センター」として取り組むべき分野

①清掃

1) 現状

清掃役務は商品提供に比べ設備投資もさほど高額ではなく、また利用者の障害特性に合わせやすい場合が多い。現在、奈良県下では17の作業所が清掃役務に従事しており、各々の実力に見合った物件を顧客理解の下に、双方の契約条件を満たしながら実践している。例えば、私鉄の駅のトイレや病院の外回り、寺院の外回りや奈良公園付近の清掃といったものである。

ここでは利用者の障害特性を的確に把握し、清掃業界において活動できる分野を見出して職場を開拓・獲得していく仕組みと体制が求められる。共同受注の目的は、これらの要件に各施設・事業所が対応できる環境を整備することにあるといえよう。「共同受注センター」が中心となり、施設・事業所と清掃業者をつなぐ役割を果たす仕組みの例として、清掃フローが一助になると思われる（後述、19頁〈清掃フロー〉）。

2) 受注機能窓口として

清掃役務は地域に密着している。活動場所が駅のトイレや病院、寺院や公園であることがその証である。商品としてみれば、顧客の条件や要望に合わせた無形のサービス機能であるため、顧客との折衝機能が必要となる。そこで、「共同受注センター」には、各利用者の障害特性と顧客の要求や条件を正確に把握して契約締結に至らしめる高度な専門知識、及び詳細な調査や実態を把握する機能が必須となる。

3) トレーニング・研修機能

清掃業務を継続的なものにするためには、顧客満足を得ることが最も重要である。品質の標準化のためには、まず清掃担当者が業務内容を的確に把握せねばならない。そのためには、美観性・保全性・衛生性などを保持し、品質の安定と向上を図り、建築施設を利用する多くの人々に快適な環境を提供するといった役割を全うするための人材育成が前提となる。

清掃作業はその業務内容からみてグループ単位で行うものが多いが、その一方で個人の単独作業も少なくなく、利用者各々の障害特性等により大きな相違が生ずることが考えられる。従って、作業レベルの向上と品質の標準化に向け、利用者には共通の教育・研修が必要となる。同時に、職員が作業現場に立会い、清掃業務を行うグループを指導する体制を整える必要もある。この場合、現場に立ち会う職員は清掃のプロから専門的な知識・技能を習得することになる。以上より、利用者には個人の清掃作業としての技術向上が、現場に立ち会う職員にはより高度な役割が求められる。

4) 機材受発注機能

清掃業務に必須の薬品・器具・機械は多種多様で価格もまちまちであるが、顧客満足を得るためには相応の道具を確保せねばならない。これらを各施設・事業所が一般店で購入しているのはコストと機能の両面から顧客満足を得ることは難しいといえる。そこで「共同受注センター」が一括受発注窓口となって共同購買²することでコストを抑制することが効率的であろう。そのためには、「共同受注センター」も薬品・器具・機械の特性に通ずることも求められる。

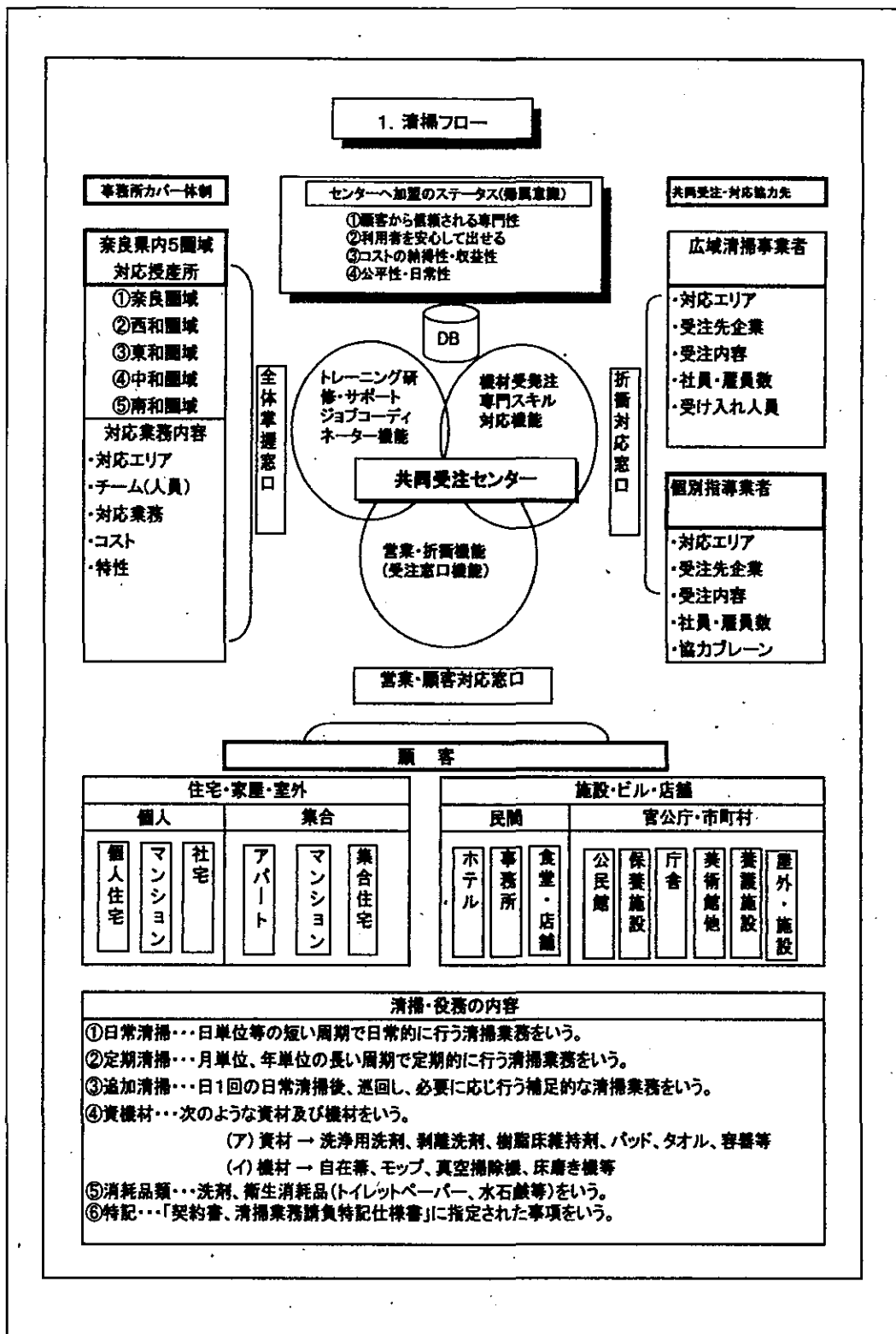
5) 県内の地域専門企業との連携について

技術の発展に伴い、建築物も年々高度化・多様化してきている。清掃業務も専門化・高度化している現状においては、高度な技術を保有する専門清掃企業と連携することで、仕事のすみ分けを図りながら施設・事業所と専門清掃企業が相互補完する関係を構築していくことが現実的ではなかろうか。

そこで、①「共同受注センター」が受注した大型物件や高度な技術を必要とする物件を専門企業に委託しその一部を担当する、②総合専門業者が受託した中で施設・事業所が作業可能な箇所を下請けする、③企業の条件に合う利用者については、従業員として採用されるよう働きかける、といった連携が実現可能性があるといえよう。

² 2-(2)-②(12頁～)参照のこと。

<清掃フロー>



②販売イベント

奈良県下においては、毎年定期的に行われるものや不定期のもの、その他複数のイベント形態がある。これらのイベントにおける販売を「共同受注センター」で受注することで、個々の施設・事業所では難しい場合でも継続的な参加が可能となろう。定期イベントや特別イベント、地域イベント等への参加の糸口を掴むことができれば、障害ある人が自分らしい働き方で社会に貢献しながら自分たちの生活を作り出せ、また地域の理解もより進むのではないだろうか³。

地域の中で自分らしく「働き・暮らし」ていくためには、まず地域で行われるイベントなどで地域の人々の理解を深めていくことが大切である。その契機の一つとして、定期的又は不定期のイベントにおける販売は重要であると言えよう。

例えば、授産品販売予定の奈良県及び県関係団体主催イベントとして、平成 20 年度には高等技術専門校展や市町村対抗子ども駅伝大会が開催された。また、将来的に取り組み可能なイベントとしては市場まつりをはじめリニア総会、NPO との協働に係るイベント等、奈良県庁をはじめとする各機関からイベント一覧も公開されているので参考にされたい<図-5>。

<参考となる奈良県下のイベント⁴（予定。平成 22 年 3 月末現在）>

（1）特別イベント

- ①平城遷都 1300 年祭（平成 22 年 1 月 1 日～12 月 31 日）
- ②第 27 回全国都市緑化ならフェア「やまと花ごよみ 2010」
（平成 22 年 9 月 18 日～11 月 18 日）

（2）地域イベント

- ①生駒市 生駒山麓公園 桜を見る会（平成 22 年 4 月 11 日）
- ②大和郡山市 金魚すくい世界大会（平成 22 年 8 月）
- ③大和郡山市 お城まつり（平成 22 年 3 月 26 日～平成 22 年 4 月 9 日）

（3）不定期イベント

- ①ナイスハートバザール（全国規模及び各都道府県規模）

³ 後述の地域販売拠点（2-（4）-④、23 頁～）ともつながる点である。

⁴ 挙げているのは一例である。イベント情報については各市町村やその他のホームページ等で確認されたい。

<図-5> 授産品販売予定の奈良県及び県関係団体主催イベント一覧

〈資料⑬〉									
平成20年度 授産品販売予定の奈良県及び県関係団体主催イベント一覧									
月	日	イベント名	開催場所	イベント内容	参加者(対象者及び見込み人員)	主催・担当事業			備考
						部・局名	課・室名	係名	
1	25	高等技術専門校展	高等技術専門校 (磯城郡三宅町石見440)	県立高等技術専門校の一般開放 生徒作品の展示・販売	来場者数は把握していないが、地 域の人々でかなり賑わう。	県工労働部	雇用労働課	能力開発係 詳細は高等技 術専門校	高等技術専門 校 0745-44-0565
3	7	市町村対抗子ども駅伝大会	鳥見丘陵公園 (北葛城郡河合町大字佐田2202)	小学生(5～6年生)による市町村別 対抗駅伝	昨年度、1チーム12人×35市町村 の選手が参加。観客等	教育委員会	保健体育課	競技運動係	(内)5322 鳥見丘陵公園は阪東 が禁止されており、展 示による登壇であれば 可能
開催時期未定もしくは今年度は既に終了したが、来年度以降に取り組みが可能なイベント									
月	日	イベント名	開催場所	イベント内容	参加者(対象者及び見込み人員)	主催・担当事業			備考
						部・局名	課・室名	係名	
4	12	市場まつり	奈良県中央卸売市場 (大和郡山田町367-1)	中央卸売市場での野菜や海産物 の販売等	観光客3,000人が来場	農林部	総務課	販路拡大係 詳細は中央卸 売市場	中央卸売市場 0745-56-7000 市場活性化委員会が 主催、秋にも開催する とされているが、現在 は日程未定(10月以降 と思われる)
5	28	リニア観戦会	奈良ホテル	リニア関係市町村長等による推進 のための観戦	関係市町村長等	土木部	道路・交通環境課	観光振興係	(内)4168
8	月	NPOとの協働に係るイベント	① 8月25日 大淀(南部) ② 9月12日 奈良(北部) ③ 9月18日 高田(中部) ④ 10月9日 佐井(東部)	NPOと行政との出会い・連携の場	NPO関係者及び行政担当者	くらし創造部	協働推進課	まちづくり・NPO 係	(内)3323 4回とも県民センターに 情報提供のうえ、授産 品の販売を実施した。 来年度以降も同様に 実施する予定。
年度内 (日程未 定)		ユニバーサルデザイン研修	未定	ユニバーサルデザインに関する作 内及び一般向けの研修会	市内向け約100名 一般向け約300名	福祉部	福祉政策課	地域ケア推進係	(内)2818 今年度は市内向けの み実施

(出典：奈良県就労支援実行計画＜平成20年＞ 資料⑬)

③クッキー等製菓（スイーツ）

1) 共同受注としての実績

平成 21 年の夏には「振興センター」（前述、11 頁参照）が中心となり、「2009 近畿まほろば総体（インターハイ）」において「赤米オリジナルクッキー」の開発及び販売を行い、製造した 3,000 箱を全て完売することができた<図-6>。インターハイ時の実績は「共同受注センター」としてではないものの、前身としての機能は十分に果たしており、この経験が「共同受注センター」に活かされる意義は非常に大きいといえる<図-7>。

このインターハイの際は、17 の施設・事業所が集まりレシピを開発し、この共通レシピで各施設・事業所ごとにクッキーを製造するという手法が採られた。結果として製造した分を完売することはできたが、各施設・事業所が所有する設備が異なること、製造者の技術レベルがまちまちであること等、対処すべき課題も明らかとなった。

2) 「スイーツ・プロジェクト」の発足

平成 21 年のインターハイ時の経験を踏まえ、「共同受注センター」を中心に新製品のレシピ開発や製造レベルの向上を目指し、各施設・事業所間のコミュニケーションを図ることで一定水準の商品を製造することを目的とする「スイーツ・プロジェクト」を発足させた。平成 22 年 1 月 1 日からは「平城遷都 1300 年祭」が年間を通して開催されていることもあり、「平城遷都 1300 年祭」他での販売に向けて、現在も新商品開発に取り組んでいる。この「スイーツ・プロジェクト」でインターハイ時に明らかとなった課題に取り組めば、プロジェクトを成功させることができよう。

3) 今後の展開

これまでの手法の問題点などを省み改善していくことで、顧客満足を得られるような大口発注に対応できる。大口発注に対しては、①インターハイ時のように共通レシピのものを各施設・事業所で製造するという方法と、②各々製造したものを集めて販売する、いわゆるギフト的方法の 2 つが考えられるが、いずれにしろ「共同受注センター」でしか多種多様な商品を手に入れることができないという「共同受注センターのブランド化」へと発展させることで継続的な顧客を獲得し、信頼を得ることが可能となる。

特に菓子については多くの施設・事業所が手掛けていることもあり、大口発注に対応することはもちろんのこと、地域の身近なコミュニティからの発注など、発注規模の大小を問わずに対応することが期待できよう。従来から手掛けている分野であるので、これまでの経験等を活かして技術と品質の向上を図りやすい分野といえる。

④地域拠点販売

1) 販売拠点の重要性

障害のある人が地域の中で自分らしく「働き、暮らし」ていくためには、地域の人々の理解が欠かせない。地域密着型の販売拠点を確立することで、地域の人々の障害への理解を進めることができ、また顧客を獲得することができよう。しかし、各施設・事業所が独自の販売拠点を持つには困難が伴う。そこで、「共同受注センター」が施設・事業所の製品を販売する拠点、いわゆる「アンテナ・ショップ」の設立・維持に携わることでそのような困難を解消することができるのではなかろうか。

以上のように販売拠点を充実させ、その拠点で顧客からの予約注文などを受けることで小規模施設・事業所も安定生産が可能になり、結果として利用者の安定した仕事確保と提供する商品の品質の安定化、生産効率化によるコスト低減、工賃確保、施設・事業所の収入増につなげることができると考えられる。

2) 現状について

間もなくオープン2年目（平成22年3月現在）を迎える西和圏域の「さくら倶楽部」＜図－8＞は奈良県大和郡山市にある柳町商店街の一角に店を構え、固定客も相当数にのぼる。この一年で利用者の家族をはじめ、地元の農家や商店街の方々、地域コミュニティの協力の重要性を再確認することができた。また同時に「障害者の作る商品だから買おう」という意識から、「おいしいから買おう」という意識へと次第に変化していることも日々の接客から判明している⁵。

3) 今後の展開について

西和圏域の「さくら倶楽部」のような店舗を5圏域に置くことで、施設・事業所の規模に関わらず安定的な需要を確保することができ、利用者の工賃や商品品質の向上及び安定化につなげることができよう。そのためには、各圏域の市場や顧客動向の事前調査は必須であると考えられる。それは、圏域が違えば売れる商品も異なるという経験（例えば、ナイスハートバザール⁶＜図－9＞＜図－10＞など）から導き出されたものである。各地域の特色を把握し、また連携を密にし、相互理解を深めることが重要といえよう。

⁵ 実際に「ここ（さくら倶楽部）で扱うパンやお菓子がおいしいからここでもしか買わない」と感想を述べる人が多い。

⁶ これまでにナイスハートバザールを行った場所は、奈良圏域の奈良市（2回）、中和圏域の橿原市（1回）である。またこれまでの小規模イベント等やさくら倶楽部での販売実績も比較すると、売れ筋に地域の特色が反映されていると思われる傾向がみられた。

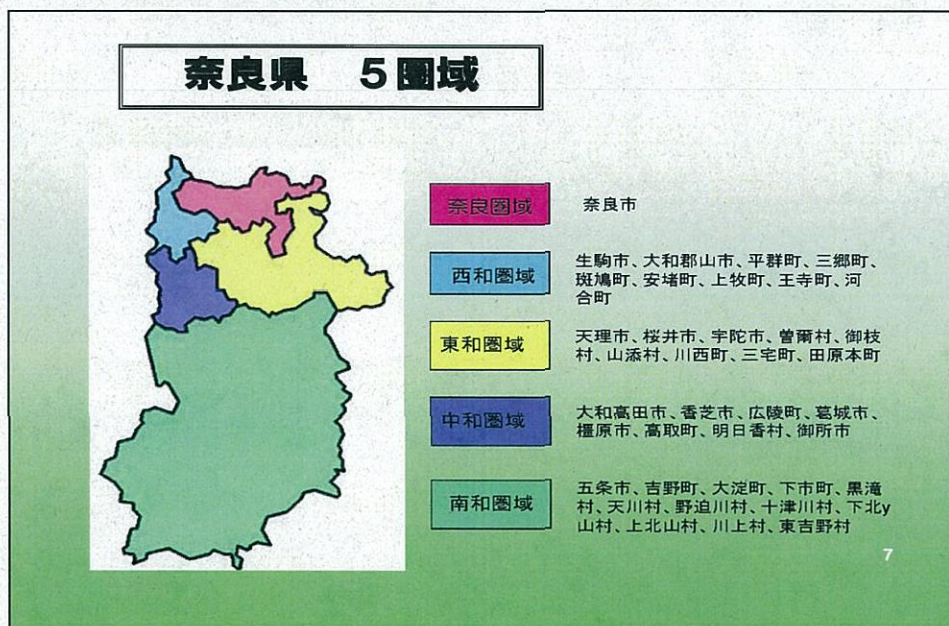
1. 西和圏域—さくら倶楽部（平成 21 年 4 月オープン）
2. 奈良圏域—東向ショップ（仮称。平成 22 年オープン予定）
3. 中和圏域—樫原アルルショップ（仮称。平成 22 年オープン予定）
4. 東和圏域—未定
5. 南和圏域—未定

※オープン（予定）順

<図—6> 2009 近畿まほろば総体「赤米オリジナルクッキー」



<図—7> 奈良県下 5 圏域図



※奈良県においては 5 つのブロックに分け、それぞれを奈良圏域、西和圏域、東和圏域、中和圏域、南和圏域としている。

<図一8> 西和圏域の「さくら倶楽部」(奈良県大和郡山市・柳町商店街)



<図一9> 「ナイスハートバザール in 奈良」の様子(奈良・橿原両市内)





障がいのある方々の「働きたい」を応援します
奈良県下の障がい者施設・作業所の製品展示即売

in 奈良

ナイスハートバザール

Nice Heart Bazaar

日時：平成22年2月27日(土)・28日(日)
am10:00 ~ pm6:30

場所：イオン高の原ショッピングセンター
2F 平安コート

お問合せ：事務局＝特定非営利活動法人 奈良県社会就労事業振興センター
TEL 0742-26-4888 / FAX 0742-26-4555

食品

紙すき

木工

さわり

陶器

アクセサリー

クッキー

パン

雑貨

主催：

- 奈良県障害者福祉推進協議会
- 奈良県社会就労センター協議会
- 特定非営利活動法人 奈良県社会就労事業振興センター

賛助：

- 奈良市
- 奈良県社会福祉協議会
- 奈良県社会福祉協議会
- 奈良県工業会
- 奈良県心身障害者施設連盟
- 奈良県知的障害者施設協議会
- きょうけいん奈良支部
- 奈良県手をつなぐ育成会
- 奈良県肢体不自由児・者父母の会連合会
- 奈良県精神障害者家族連絡会
- 奈良県重度心身障害児(者)を守る会
- 奈良県精神障害者福祉推進協議会
- 奈良県障害者の生活と権利を守る会
- 日本労働組合総連合会 奈良県連合会
- 奈良県中小企業家同友会

協賛：

- イオン高の原ショッピングセンター

後援：

- 奈良県労働局

⑤さをり織り

1) さをり織り販売拡大に向けて

さをり織りに取り組む施設・事業所は多い一方、①商品開発、②販路開拓方法、③展示方法、④売れ残り対策、⑤利用者のやりがいにつながる商品企画や販売計画については課題も多い。そこでこれらの課題に対応するセンターの機能が求められる。

2) 商品企画アドバイスについて

現状では、商品が店舗に並ぶイメージや具体的構想よりも利用者好みで自由に制作することに重点が置かれている。しかし、手作りならではの風合いを活かし、商品として購入に結びつけるためには、「対価に見合う品質か否か」を検討することでより高品質な商品として販売することができる。

そこで、商品を企画し制作することから出発するという発想の転換が必要となる。そのためには、①販売拠点の想定（どこの店で売するのか）、②誰に向けて売するのか（顧客ターゲット）、③対象とする顧客や市場の好み・傾向・流行を考慮する、④制作する商品（雑貨小物・バッグ・衣類他）の選定、⑤上記を想定の上、糸の種類・色・ボタンファスナーなどのアクセサリーの選定、⑥原価管理を管理した上での上代価格・卸価格の設定が重要であり、「共同受注センター」がこれらの機能を担うことになる。

3) 販売経路の開拓支援について

商品を企画し制作するにあたっては、販売拠点や対象となる顧客層を考慮する必要がある。そこで、①現状の取引のあるルートを活用する、②現在開催の展示会などから商品の傾向を調査する（近隣のスーパーや公共施設で開催される催事などの出展状況を視察し、出展の可能性を探る）、③付き合いのある近隣の神社仏閣の境内で販売可能な商品開発をする（神社仏閣のいわれや縁起物の図柄を取り入れた商品を製作し、縁日などで販売する）、④年間を通じて定期的に展示即売会を開催可能な拠点を探す（一回限りの出展ではなく、定期開催を目指し、年ごとに工夫改善を施して、レベル向上に努める）といった方法を採用することで、制作すべき商品の傾向を掴み、販路開拓につなげていくことができるのではないだろうか。

1. センター地域拠点

「共同受注センター」が5圏域に構える「アンテナ・ショップ」でさをり織りを販売することで、各施設・事業所のさをり織りの売上げを増やし、利用者の仕事を確保し拡大につなげていく。

2. 一般販売店舗

「共同受注センター」による人脈や販路開拓により、一般販売拠点を

確保することも視野に入れる必要があろう。一般販売店舗は「共同受注センター」の人脈によるものであろうから、さをり織りなどの小物ショップに限定する必要はなく、飲食店舗のコーナーなど自由な発想による店舗展開する、柔軟な対応が求められよう。

3. イベント会場（デパート・スーパー、イベント会場など）

イベントの企画は一般企業であれば専門家によって企画・広報がなされる。これに倣い、年間を通して専門的視野から企画・立案し、対象客・施設の規模や店舗コンセプト、対象顧客などにより各々の施設・事業所に分担発注する事で、全体の成果を底上げすることが可能となる。

4. インターネット販売

インターネット販売の際には、個々で行うよりも各施設・事業所の取り扱い商品を発信するホームページを運営することで、さをり織りに関するきめ細やかな情報を提供することができる。従って、「共同受注センター」はホームページやそれに準ずる受注手段を準備せねばならない。地域との連携は重要であるが、地域を超えて多くの人にさをり織りの良さを周知し、購入につなげていくためにはインターネットは無視できない手段である。

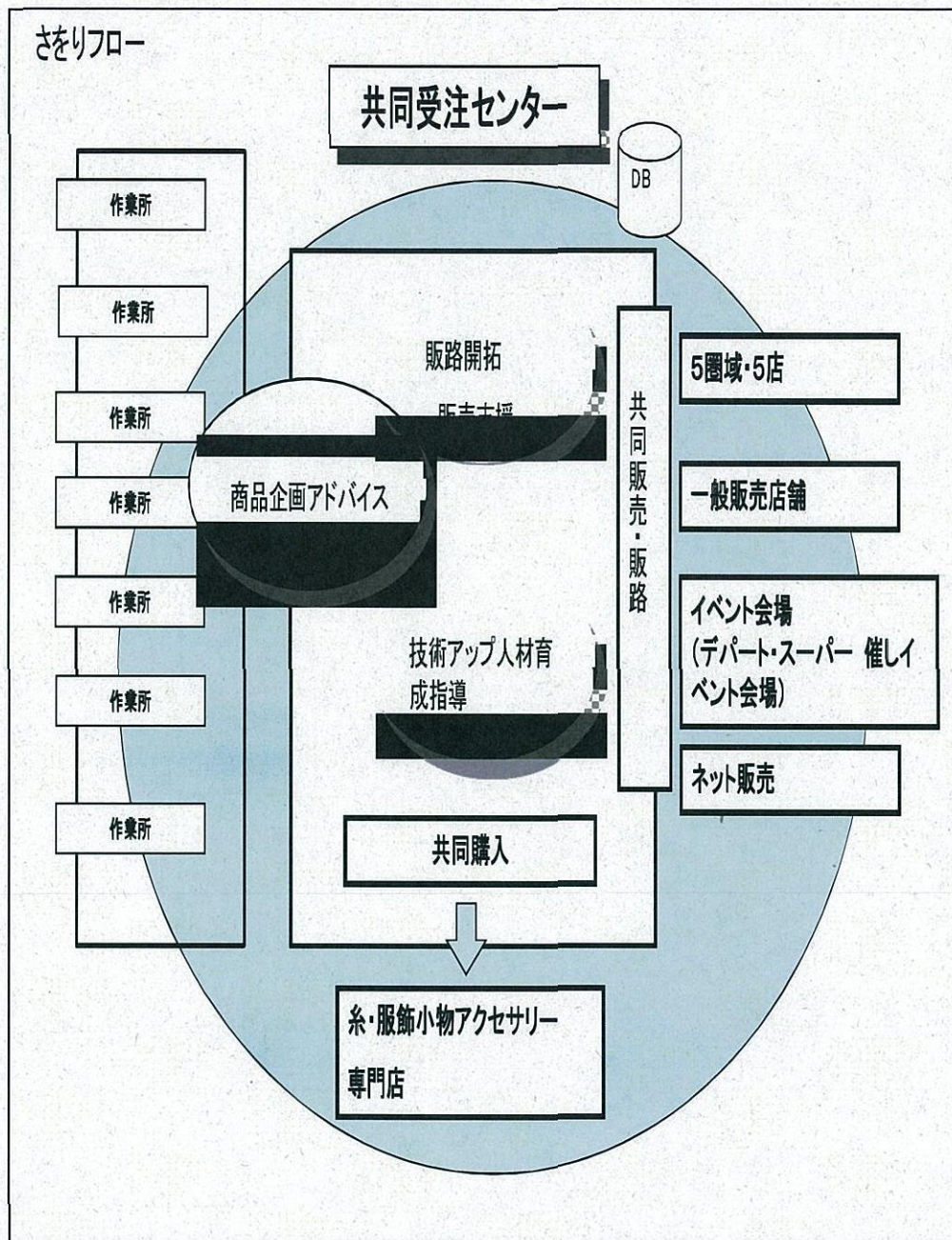
4) 技術アップのための人材育成指導

実際の購入に結び付けていくためには、販売拠点や対象となる顧客層を考慮しながら商品を企画・制作した後、商品の出来栄等を専門家によって確認する作業を取り入れるとよいであろう。専門家による現場・現物（商品）のチェックや指導を具体的に受けることで、さをり織りに取り組む利用者や職員のレベル向上を図ることができると考えられるからである。自己流による作品にも趣がありファンも存在するが、そこに専門家ならではの知識・アイデアを取り入れることで、さらに商品価値が上昇することが期待できる。

5) 共同購入について

さをり商品には重要な糸の仕入れや、服飾小物アクセサリーの選定については、各施設・事業所の保存在庫に依存しがちである。つまり、地域の人や知り合いから安価または無償で提供してもらい、限られた糸質や色の中から制作しているのが現状である。しかし、専門家の選定によりさをり織りに必要な材料を一括購入する事で、比較的安価で材料を購入することができよう。加えて、一施設・事業所では手が回らないアクセサリー専門店等との人脈や情報入手も可能となり、より高品質な商品作りも期待できるのである。

<さをりフロー>



⑥パン

1) 現状について

パン事業は地域と密接に関係していることもあり、多くの施設・事業所が取り組んでいる。各々、輸入小麦粉に限らず、国産米粉を使用していることを特徴とするパンや、独自の天然酵母を使用したパン、あるいは生地を別途購入し設備投資を極力抑えることで多くの種類を製造する方法を採用するなど、各施設・事業所の工夫や努力が見て取れる。

その一方で、設備や販売等の問題から、今後に限界を感じているところも少なくはない。材料面や生産工程面で多様化し、どの施設・事業所でも特徴あるパンを製造できる環境にはあるが、製造する種類や販路の広がりにはさほど大きくないのである。

2) 販売経路拡大に向けて

パンに取り組む施設・事業所には、まず地域の購入傾向や販売対象を念頭に置いた商品開発が求められよう。従来から製造しているような万人を対象とした食パンや総菜パンに加え、例えば年配層や若年層にも食しやすいパン、レストランやホテルにも卸せるようなパンが挙げられる。

一方、販売面では大口の販売先や各種イベントにおいて、①パンの種類や数量を補完しあう場合、②地域で施設・事業所独自の販売をする場合の2つが考えられる。

いずれも「共同受注センター」を通して各施設・事業所の製造能力や専門性の限界を相互に補完することで、一般専門業者に対抗し得る能力を確保することが可能となる。例えば、①各施設・事業所の販売としては小さいが、全体を合わせると大きな力になること、②価格を販売価格の40%程度に抑え、施設・事業所にも利益が残るように工夫することで量を確保する、といったことである。

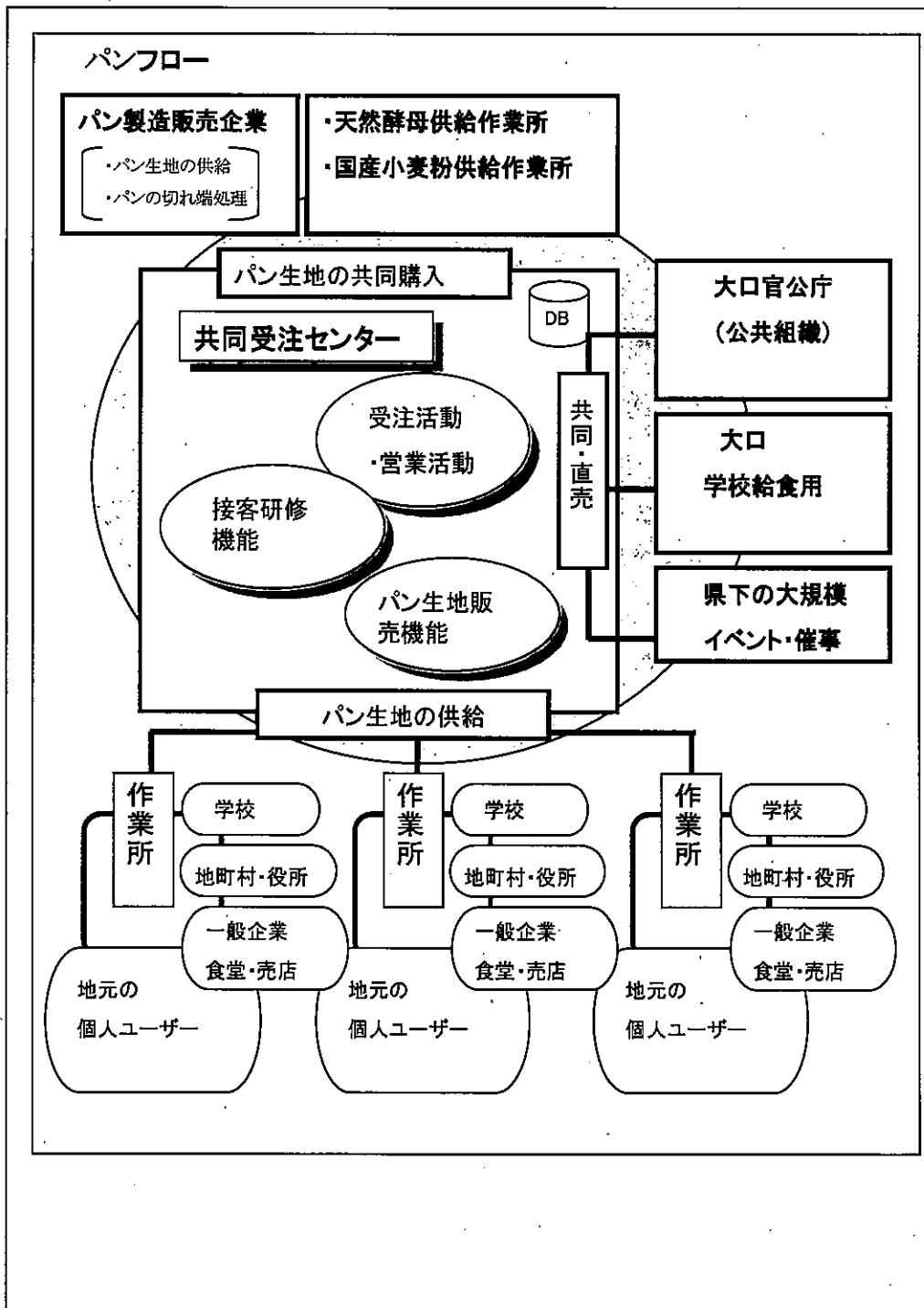
3) 受注・営業活動について

以上のように、パン製造に取り組む施設・事業所が製造能力や専門性を相互に補完することで、大口の販売先やイベントでの販売が可能となる。例えば、①大口官公庁②大口学校給食用の受注、③県下の大規模イベント・催事からの受注などである。特に学校においては、運動会をはじめ季節ごとの行事（マラソン大会）等があり、学校給食以外にもパンの需要は高いといえよう。また、大口でなくともレストランやホテルとの継続的な取引は大口受注にも匹敵する。

つまり、固定概念を捨て、イベントや行事の大小にとらわれることなく営業活動を展開することで、地域に密着した事業展開ができるのが、パン

事業の利点といえる。広く営業活動を行うためには、もちろんパンを手掛ける施設・事業所の食への安心・安全を徹底することが重要な言うまでもない。

<パンフロー>



(5) 清掃（役務）の具体的な取り組み

仕事の受注や分配、生産管理や品質管理、技術的支援などについて「共同受注センター」を設立することについて異論はないと思われる。しかし、実際に利用者の工賃に反映させるためには、役務提供によるものが効果的ではないだろうか。

そこで、「共同受注センター」の清掃業務提供に関して、以下の点につき留意しながら運営し、契約締結することが共同受注に向けて役立つと思われる。例えば、奈良県総務部管財課との清掃委託契約において、2008年度からは障害者就労が条件とされている⁷。県下施設・事業所においては、既に清掃分野において継続的に仕事に取り組んでいるところもある。当該施設・事業所における清掃業務提供場所は同事業所関連施設であることが多いが、将来的に清掃業務提供を本格実施するに当たり、以下が大いに参考になると言えよう。

<図-12> 奈良県入札資料

(参考) 入札説明資料 ○ 各所属においては、入札説明資料に、以下の文言を記載する。 奈良県〇〇〇〇事務所清掃業務委託に係る入札について 本県では、奈良県庁障害者就労支援実行計画（以下「計画」という）に基づき、障害者就労の確保を目的とした施策や取り組みを実施している。このため、本件清掃業務受託者は業務の遂行に当たっては、計画の趣旨を十分に理解のうえ、受託者が常用雇用する障害者を本件委託業務に日常的に従事させることにより、障害者就労の場を確保すること。 県、労働局及びハローワーク並びに障害者就業・生活支援センター等は、受託者が障害者を雇用するために、障害者に係る求人・求職及び定着支援に関する各制度の利用について情報提供等必要な支援を行うものである。 これにより、受託者は、4月1日から障害者を本件委託業務に従事させることが困難な場合であっても、県、労働局及びハローワーク並びに障害者就業・生活支援センター等と連携し、障害者雇用を速やかに実現すること。 ○ 契約時の提出書類について（各所属の入札説明資料の該当箇所に記載） ※ 項番等は例示であり、各所属で使用する書類に応じて変更する。 4. 入札時の提出書類について 奈良県庁障害者就労支援実行計画に基づく障害者の就労支援の趣旨を十分に理解し業務を遂行する旨の誓約書 5. 契約時に必要な資格及び提出書類について (5) 提出書類 ・ 本件委託業務に従事する障害者に係る障害者手帳等障害の確認できる書類の写し ・ 障害者手帳等障害の確認できる書類の写しを提出すること及び本件委託業務に従事する障害者が、障害者就業・生活支援センター及びハローワークの定着支援を受けること並びにそのために必要な範囲で関係機関に情報提供を行うことについての本人の同意書。 また、併せて本件委託業務に従事する障害者は、障害者就業・生活支援センター及びハローワーク等に登録することが望ましい。 (各所属の入札説明資料の該当箇所に記載) 3. 障害者の職場実習の受け入れについて 乙は障害者就業・生活支援センター及び特別支援学校等から障害者の職場実習の受け入れ要請があった場合は、積極的に受け入れに努めること。
--

(出典：奈良県庁障害者就労支援実行計画 <平成20年> 9頁)

⁷ 入札説明資料には、障害者就労の場を確保することが明記されている。また、入札時の誓約書においては、障害者の就労支援の趣旨を十分理解し、業務を推進する旨が記載されている。さらに、委託契約書や委託仕様書の頭書きにも障害者就労の場を確保することを必ず記載し実行することとされている。その点につき、奈良県の資料が参考になる。

<参考資料 1> 清掃に関する具体的調査項目例

1. 見積プラン
1) 仕事時間
a) 1日の作業時間(午前・午後・夜間)
b) 1週間の作業日数(日・月・火・水・木・金・土)
c) 1ヶ月の日数制限
d) 年間を通じての特別出勤日
2) 作業箇所
a) 男子トイレ(大・小)
b) 女子トイレ(個室)
c) 倉庫整頓
d) 洗面台
3) 1)+2)での報酬(月換算、又は日額×清掃日数)
2. 清掃用具、機器、薬品、知識、レンタル、リース等の充足
3. 業務内容
1) 男子トイレ
2) 女子トイレ
3) 洗面台周り
4) 床掃除
5) ゴミ箱・ゴミ捨て
6) 備品補充(トイレトーパー、手洗用石鹸等)
4. 目的別人材管理マネジメント
1) 職員配置
a) 3回/日を毎日
b) 隔日
2) 利用者配置
3) 責任者の役割
a) 責任者の有無
b) 安全責任者、または管理責任者
5. タイムスケジュール管理ノウハウ
1) 清掃時間の確保(一般客利用の完全停止か否か)
2) 看板等の設置
3) 作業箇所チェック表(日付・氏名・時間・担当者印)
4) 最終確認(職員または建物関係者)
6. 顧客対応ノウハウ
1) お客様からのクレーム処理
a) 事実確認
b) 直接事情説明または謝罪
c) 間接的な(電話またはメール等での)事情説明または謝罪
d) 対応後の反省会(会議)
2) 依頼者からのクレーム処理
a) 事実確認
b) 直接事情説明または謝罪
c) 間接的に(電話またはメール等)での事情説明または謝罪
d) 対応後の反省会(会議)
3) トラブル対応
a) 第一連絡先の確認(職員から施設責任者へ)
b) 依頼先への連絡
c) マニュアルに則った対応
d) トラブル回避のための教訓
7. 安全・衛生管理での注意事項
1) 有資格責任者の配置の有無
2) 事前届出の確認
3) マスク・手袋等身だしなみの徹底

<参考資料 2> 清掃に関する具体的調査項目に基づいた調査報告

(例: I 事業所)

清掃に関する調査
 実施事業所: I 事業所
 清掃先: I 事業所関連施設 (老人保健施設)
 調査日: 平成22年1月29日

1. 業務日程
 1) シフト

	午前 (午前 ~)	担当者	午後 (午後1時~4時)	担当者	夜間 (午後 ~)	担当者
日						
月			○	チームA		
火			○	〃		
水			○	〃		
木			○	〃		
金			○	〃		
土						

2) 作業箇所
 1~3階 男子トイレ および 女子トイレ
 1~3階 車いすトイレ
 1~3階 入浴場

	男子トイレ	大	小	女子トイレ	車いすトイレ	用具入れ	洗面台	床	1階入浴場	2階入浴場	3階入浴場
担当者	女性メンバー			女性メンバー	女性メンバー	—	女性メンバー	—	男性メンバー	男性メンバー	男性メンバー
作業箇所		2	2	3	1	—	5	—	6	6	6

3) 報酬
 今回調査においては報告無し。

2. 清掃用具・洗剤等
 概ねの材料をホームセンターにて購入。一部清掃用具については、通販サイトにて購入。
 洗剤費の請求先: 関連施設 (ただし、請求額や方法についての報告は無し。)
 使用清掃用具: ほうき、モップ、スポンジ、たわし、長靴、タオル、雑巾、バケツ、ゴミ袋、洗剤
 (←ただし、今回調査において清掃一回あたりの各々の必要数の報告は無し。)

3. 業務内容

男子トイレ	大	小	洗面台			
男子トイレ	大 2	小 2	洗面台 2			
女子トイレ	大 3		洗面台 2			女性メンバー担当
車いすトイレ	大 1		洗面台 1			
1階入浴場	大浴場 1	リフト浴 1	特浴 (ストレッチャー用) 1	洗い場 2	脱衣場	
2階入浴場	浴槽 3			洗い場 2	脱衣場	男性メンバー担当
3階入浴場	浴槽 2			洗い場 2	脱衣場	

4. 目的人材別管理マネジメント
 1) 職員配置
 職員2名 (→トイレに1名、入浴場に1名)
 2) 利用者 (メンバー) 配置
 5名で一組 (→男性3名は入浴場担当、女性2名はトイレ担当)
 3) 責任者の役割
 a) 責任者の有無 ←責任者1名
 b) 責任者の資格の有無 ←不明 (今回調査では責任者の資格の有無等の具体的報告は無し)

5. タイムスケジュール管理ノウハウ
 1) 清掃時間の確保
 清掃先施設利用者の清掃中の利用の有無についての報告は無し。
 2) 看板等の設置
 注意喚起する看板等の設置についての報告は無し。
 3) 作業箇所チェック表
 請求時に清掃箇所についての報告を書面で報告。ただし、今回調査では清掃箇所ごとの単価等についての報告は無し。
 4) 最終確認
 管理表は設けず、午後1時から4時までの間に終了させる。終了時に事務所に自己申告するため、清掃先責任者による最終確認は特に無し。

6. 顧客対応ノウハウ
 これまでには目立ったクレームやトラブルは無し。清掃先の職員さんの希望にその都度対応する。

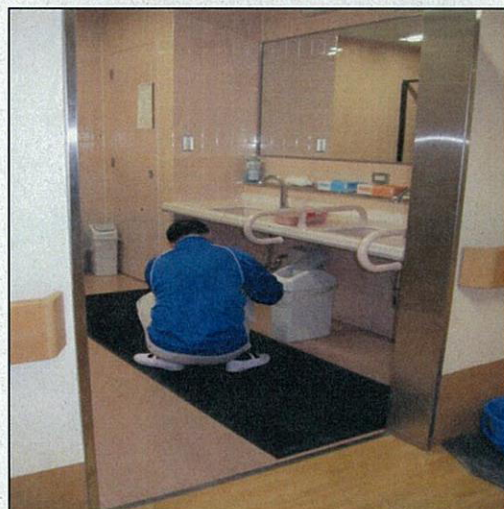
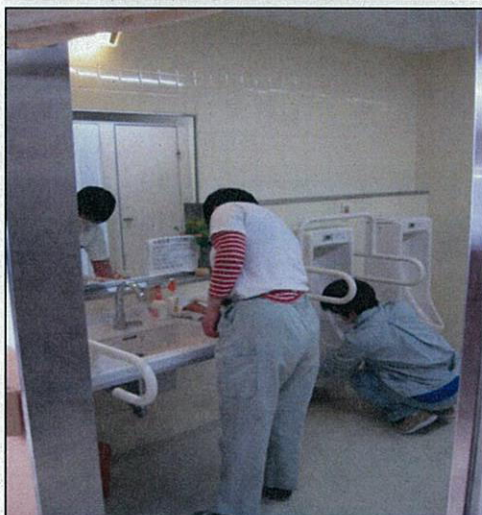
7. 安全、衛生管理での注意事項
 1) 有資格責任者の配置の有無
 →今回調査においては報告無し。
 2) 事前届出の有無
 →今回調査においては報告無し。
 3) マスク・手袋等身だしなみの徹底
 ←感染症等への対応から、マスク・手袋は常に着用。

＜参考資料 3＞ 清掃の様子（I事業所、及びG事業所の3担当箇所）

実際に清掃業務に従事する2事業所について、実地調査を行った。

（1）I事業所は県内の関連施設において清掃業務に従事。トイレ及び浴室を調査。

①トイレ



②浴室





(2) G事業所は同事業所近くにある、私鉄駅の公衆トイレ（駅の外に設置）の清掃業務に従事。



両事業所とも、依頼者による確認や当該清掃箇所の利用者の声を反映させ、回を重ねるごとに清掃道具や方法を工夫している。

(6) 清掃業務における「共同受注センター」としての研修

各施設・事業所の取り組み現状と利用者の工賃等に反映させていく現実的な方法の両者を踏まえた時、清掃業務が「共同受注センター」として取り組むべき分野であることは前述した⁸。清掃業務に実際に取り組んでいる施設・事業所のみならず、相互に広く情報を交換することで、労働の対価としての反映が少ない現状を打破し、清掃業務を中心とする役務提供を進めることで利用者の工賃向上をはじめ、現状を改善することのできる方法を策定せねばならない。そこで、実際に奈良県下で幅広く事業を展開する大手清掃専門業者から責任者を招き、役務提供の現実的方法として考えられる清掃業務について施設・事業所の担当者に直接清掃業務の詳細を伝えてもらうことで、施設・事業所の取り組み意識を改善することから着手した⁹。

①施設・事業所の現状

施設・事業所としては利用者の工賃を向上させたいが、その一方で一施設・事業所あたりの利用者数が増え支援の度合いが高まった分、生産性を上げることが難しいという切実な問題が浮かび上がった。

また、利用者の高齢化が進み2次障害等のケアに支援が必要になっていることや事業移行した結果、職員数が不足していること、そして何より利用者や職員が生活主体の活動を行ってきたため労働への関心が薄いことなど、「共同受注センター」確立に向けての課題が複数判明した。

②「共同受注センター」ができること

以上のような問題を抱える施設・事業所が多い中、「共同受注センター」としてできることとは一体何であろうか。一つはこれまで着手したことのない事業を手掛ける場合、往々にしてその事業が失敗に終わった場合を考えてしまうことが多い。そのような懸念を払拭するためにも、「共同受注センター」は施設・事業所に一定のマニュアルを提示することである。県内の清掃業務を専門とする民間企業や、施設・事業所で既に清掃業務に取り組んでいるところから業務に関する詳細な聞き取り調査を行うことで、清掃業務の取り組みを円滑に行う一助となるマニュアルを作成し提示することができる。それが清掃業務に取り組む施設・事業所の高位平準化にもつながると考えられる。

⁸ 2-(4)-①(17頁～)を参照のこと。

⁹ 平成22年3月25日に専門業者を招いて研修を実施した。

③次段階としての研修

同じ事業に取り組む施設・事業所同士の連携を深める必要があるとの認識は施設・事業所職員も有する。そこで従来であればさほど考慮の必要性がなかった効率性の向上、コスト削減、高品質への追求といった、一般企業であれば有していて当然の意識を、研修を通じて共有することで、施設・事業所相互に切磋琢磨しながら「共同受注センター」を組織するグループの一員として全体の底上げに寄与することができよう。そのためには、例えば①年間計画・中期計画を立て、②顧客満足度を重視し、③品質向上のための専門家による支援や研修等を「共同受注センター」の研修内容として検討することも視野に入れる必要がある。また、奈良県下5圏域ごとの地域性も踏まえた即応的な研修モデルを提示する時期も遅からず訪れると思われる。

(7) 事業計画

これまでは、「共同受注センター」設立に向け、基本方針や持つべき機能、運営組織図、取り組むべき分野における具体的な取り組みについて述べてきた。そこで「共同受注センター」を事業として継続的に運営するためには、以下のような具体的な事業計画が起案されているとよい。

①考え方

まず、設立段階から3ステップに分類する。ステージ1及びステージ2で各販売分野を網羅することにより、「共同受注センター」としての機能を果たしながら各施設・事業所との信頼関係を深めていく。そしてステージ3においては「共同受注センター」が一つの会社として自立すべく、販売面、コスト面、資金面の充実を図る。

このように、段階を踏まえて順にステップアップさせることで、無理なく組織を成長させることができよう。

②販売計画（年間）

（単位：千円）

販売計画						
分 野	ステップ 1		ステップ 2		ステップ 3	
	売上目標	粗利益	売上目標	粗利益	売上目標	粗利益
①清掃	4,000	1,200	5,000	1,500	6,000	1,800
②販売イベント	5,000	750	6,000	900	7,000	1,050
③クッキー製菓						
④地域拠点販売						
奈良・東向き商店街	10,000	2,000	11,000	2,200	12,000	2,400
西和・さくら倶楽部	6,000	1,200	6,500	1,300	7,000	1,400
東和	5,000	1,000	5,500	1,100	6,000	1,200
中和			3,000	600	4,000	800
南和			3,000	600	4,000	800
⑤さおり織り					2,000	400
⑥パン事業			5,000	1,000	6,000	1,200
合 計	30,000	6,150	45,000	9,200	54,000	11,050
（各分野のマージン率：①30%、②15%、④20%、⑤20%、⑥20%として算出）						

③収支計画（年間）

（単位：千円）

収支計画				
費 目	経費の内容等	ステップ1	ステップ2	ステップ3
売上金額		30,000	45,000	54,000
粗利益		6,150	9,200	11,500
必要経費	①人件費			
	経営責任者兼営業責任者	1,760	2,200	2,500
	常務1名・・・営業実務・生産・集荷・ 納品等（順次人員増検討）	2,400	3,000	3,800
	利用者5名・・・集荷・セット包装・販売等 （順次人員増加を検討）	480	720	1,000
	②外部ノウハウの利用（研修・支援） 衛生管理・検査・技術・マナー・5S等	100	1,360	1,400
	③材料費・・・セット梱包費等 清掃以外の商品販売に対し2.5%想定	650	920	1,050
	④一般経費・・・光熱・通信・交通・事務用品	760	1,000	1,300
	経費小計	6,150	9,200	11,050
事業利益		0	0	0

経営責任者は振興センターとの兼務、常務は専任とし人件費を想定（金額は合計で検討・配分）

3. 調査結果分析

「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」

運営委員会

3. 調査結果

(1) 県下 100 事業所アンケート調査結果

「共同受注センター」設置に先立ち、県下 100 事業所に「現状の課題と共同受注センターに期待することについて」のアンケート調査を行った。「共同受注センター」のイメージがまだまだ不明確なこともあり、アンケートの回答率は 51%にとどまったものの、施設・事業所によっては積極的に参加または利用し、自施設・事業所の体質改善につなげたいとの意見も出た。各々の施設・事業所とも現在抱えている課題としては以下の 3 点である。

①人的問題

生産面では注文通りの納期に間に合わせるために、職員が付きっきりになっているのが現状で、納期確保のための、生産、設備、品質面での対応力の不足を自覚している。

②販路の問題

販売面では新規の販売ルート開拓が出来ていない。あるいは、販売ルートの開拓方法や販売方法が分からない。

③商品開発の問題

商品開発においても開発方法にロスが多く、時間がかかっている。

これらの課題点を改善する必要性は各施設・事業所は認識しており、これらを改善することができるのであればという観点から、「共同受注センター」への期待は高いといえる。

(2) 県下 5 圏域別 25 事業所聞き取り調査

上記調査対象 100 事業所より圏域ごとの偏りが出ないように 25 事業所を選定し、「共同受注センター」の概要説明と「事業所の課題と共同受注センターに期待することについて」の内容確認の聞き取り調査を行った。

①共同受注センターの組織および責任分担体制について

各施設・事業所で既に工賃倍増計画に取り組んでいるところも多く、現状の販売を伸ばす方法を模索する中で、まず「共同受注センター」の組織と体制、役割分担及びマージン率などを提示してほしいとの要望が出た。ここから、「共同受注センター」設立時には、各々の案件について受注から発注までのフロー（流れ）を明確にし、施設・事業所と「共同受注センター」の責任の所在を明確にする必要性を確認することができた。

②共同開発商品

1)「共同受注センター」の位置づけ

平成 21 年のインターハイ時に開発したクッキーのような共同開発商品については、これからは「共同受注センター」がリーダーシップを発揮し、プロジェクトの開発推進役として逐次、納期や開発の進行状況、要求品質、生産時期などの商品情報を提供する必要があるだろう。

2) 別視点からの新商品開発

別の新商品として、前回のように同一クッキー製造を異なる複数の施設・事業所へ依頼する場合以外に、各施設・事業所で得意な商品を集め、異なった種類を詰め合わせてギフト化するというような、コーディネートされた商品企画なども「共同受注センター」の役割として期待されている。

③販路

定期的な注文のある販売先を確保でき、販路の開拓による販売拡大ができれば問題はない。しかし急な商品引き合いがある場合や商品開発事業所の対応力を付けるためには、年間予測や月々の販売会議などを開催することが望ましい。

また、どうしても内職しか出来ない利用者の仕事確保が難しい場合、内職に関しても「共同受注センター」が大量注文を受けてそれを細分化し、各施設・事業所に発注する仕組みを考える場合も生じよう。つまり、利用者の特性に合わせた受発注を念頭に置かねばならないのである。

④専門分野の指導

各施設・事業所で不足していると思われる以下の管理手法、技能については専門家や当該分野に長く従事していた経験者による、適切な指導が望まれる。

- 1) 商品の企画・開発に必要なマーケティング、広告デザインなど
- 2) 製造スキルの支援（ケーキ・クッキーの新規開発、)
- 3) 製造力強化のための指導（生産管理、在庫管理、品質管理、食品衛生管理等)
- 4) マネジメントの理解できる人材育成

⑤共同研修会やスキルアップ研修の実施要望

専門分野における指導と同様に、専門家や経験者が講師となることで、改善点等を的確に指摘しながらの研修が可能になる。

- 1) カンタン経理講座・マナー研修・コミュニケーション研修
- 2) 顧客満足研修
- 3) 5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）の取り組み研修

⑥相互情報交換

「共同受注センター」の年間取り組み計画や市町村・官公庁の年間行事予定、年間イベントなどを各施設・事業所に発信することで、「共同受注センター」と施設・事業所が相互に情報交換を行いコミュニケーションを図る。ホームページやメール、郵送等の手段が有効といえよう。これは、「共同受注センター」は何やら活動しているようだが、その活動内容が果たして自施設・事業所にとって良いのか否かという、連携不足から生ずる不信感を施設・事業所が抱かないようにする狙いがある。

(3) 県下 39 市町村へのアンケート調査

100 事業所の聞き取り調査と平行して、発注者側の官公庁から「発注についての課題と共同受注センターに期待することについて」の意見を募るため、県下 39 市町村へのアンケート調査を行い、回答率は 100%であった。その結果は以下の通りである。

①取組分野の充実

現状の発注量、金額ともに予想以上に少ないように思われる。仕事内容も

- 1) 建物、公園等の清掃作業、除草作業
- 2) 食品製造、販売（クッキー、弁当など）
- 3) さをり織り、紙すきなどの工芸

となっており、さらにこの分野を充実させ受注拡大につなげる方策が必要である。

また、発注側としても、①奈良県が障害者施設等への優先発注指導をしている、②障害者の自立支援に貢献できるというような、さらに注文を増やしたいとの意向が伺えるため、確実なフォロー体制を作り上げることが望まれる。

②今後の受注拡大の向けて

1) 体制作りの基礎

まずは、施設・事業所との連絡及び受発注のやり取りがスムーズに行くような体制作りが必要である。発注者側もその先の顧客を見据えた確実な

対応が望まれる。現在その対応力が不足しているのであれば、「共同受注センター」が仲立ちをすることで確実にフォローできる仕組み、あるいは体制を作るべきである。

1. 納期の確保、双方向の情報確認

発注者側と事業所の月次（定期的な）打ち合わせ会議を開催する。また年間計画などを作成し、事前の準備が出来る体制を作ることが重要である。

2. 品質確保

施設・事業所へのスキル支援や5S活動の定着など、単なる技術力の向上だけではなく、あらゆることの基礎となる意識定着を図る。

2) 広報活動の必要性

各施設・事業所での事業取り組み、商品内容についての理解がまだ定着しているとは言えないと思われる。よって、商品及び取り組み内容の紹介や宣伝活動を進めていく。広報活動に際しては、ホームページや会報誌、メール、郵便などが有効な手段であると思われる。

(4) 企業への聞き取り調査

発注者側から「発注についての課題と共同受注センターに期待すること」について、企業4社の聞き取り調査を行った。

①対応力

商品の受発注業務においては迅速な対応力が不可欠である。例えば、菓子の注文を取る場合、商品や納期、数量についての返事が即座に出来ないとその後の取り引きに影響を及ぼすことがあり、対応力で受注量が変わる。しかし、「共同受注センター」を通すことでこのような点がカバー、あるいは改善されれば注文を獲得できる可能性がある。

②品質

発注等の打ち合わせは品質が守られていることが前提で話が進むため、その意識が欠けていると時間と経費のロスになる。各施設・事業所との取引の中で指導をしながらの取引も少なくはないが、意識改革までは難しい。特に菓子の場合は口に入れるものなので、安心・安全の考え方を施設・事業所全体に徹底させることが重要である。

③商品

多様な商品を扱うのではなく、商品を絞り込んで品質や納期が確実に守れる商品を作りあげることが信頼、そして注文につながる。そのためにも自施設・事業所の強みはどこにあるのか、また市場で販売されている他社商品と比較して、自施設・事業所の勝てる商品を見極め、育て、伸ばしていく意識が大切である。

④商習慣

各施設・事業所の職員としては利用者の支援育成が本来の業務であることは理解できる。しかし一方で、自主製品の販売をする場合には、直売りではなく流通ルートを使つての販売であれば流通マージンが必要であること、またその大凡のマージン率などについて理解を深める必要がある。

4. 「共同受注窓口組織」設置に向けての提案

「共同受注窓口設置促進に向けた調査研究事業」

運営委員会

4. 「共同受注窓口組織」設置に向けての提案

(1) 共同受注センター設立へのステップ

効率的に「共同受注センター」を設立・運営するにあたっては以下のように段階的に行うのがよいであろう。その際に重要なことは、所属障害団体に関わらず、例えば①障害のある人が地域の中で自分らしく働き、暮らすことを実現させるための仕事を確保すること、②障害者施設・事業所の機能強化を図ること、障害のある人の社会参加の促進や施設・事業所の事業を促進するなどという認識を、「共同受注センター」に参加する施設・事業所が共有することである。

①ステップ1 「共同受注センター」を前提とした組織の構築

まず、奈良県が既に実施しているように、県下各施設・事業所が所属する団体により構成されている、「特定非営利活動法人 奈良県社会就労事業振興センター（以下、「振興センター」とする）」のような組織を構築するところから始めるのがよい。そこから障害のある人たちが自分らしく地域の中で働き、暮らしながら工賃水準を引き上げ、生活の向上へとつなげていくようにする。このように「共同受注センター」の基礎となる共通認識を確かなものとすることで、スムーズに組織を構築することができるのである。

②ステップ2 「共同受注センター」の事前準備段階

奈良県においては、振興センターにおける活動が次のステップを含んだ活動となっている。「共同受注センター」としての機能に当てはまる活動は以下の4点である。

1) 新商品開発

「スイーツ・プロジェクト」における新商品開発及び企画、具体的には平成22年から行われる「平城遷都1300年祭」での販売に向けてのクッキー製造等の共同開発がそれである。

2) イベント共同参加

平成21年夏に行なわれた高校総体や平成21年末及び平成22年2月に実施された「ナイスハートバザール」等の展示即売の実施及び充実、そして周知を徹底することで施設・事業所のイベントへの共同参加を促す。

3) 地域販売拠点の開設

官（奈良県）、民（企業組合）と共同で「アンテナ・ショップ」を設立することで、複数の「共同」の在り方で受発注する。平成21年4月にオープンした「さくら倶楽部」（西和園城）においては、多くの施設・事業所

の産品を販売するなど地域に密着した形で周知した結果、イベントの際には「さくら倶楽部」を通じての大口発注も実現した。また、2010年にオープン予定の「東向ショップ（仮）」（奈良圏域）では食品提供とともに、店内における施設・事業所製品の展示・即売を実施することで様々な「アンテナ・ショップ」の在り方を提示する。

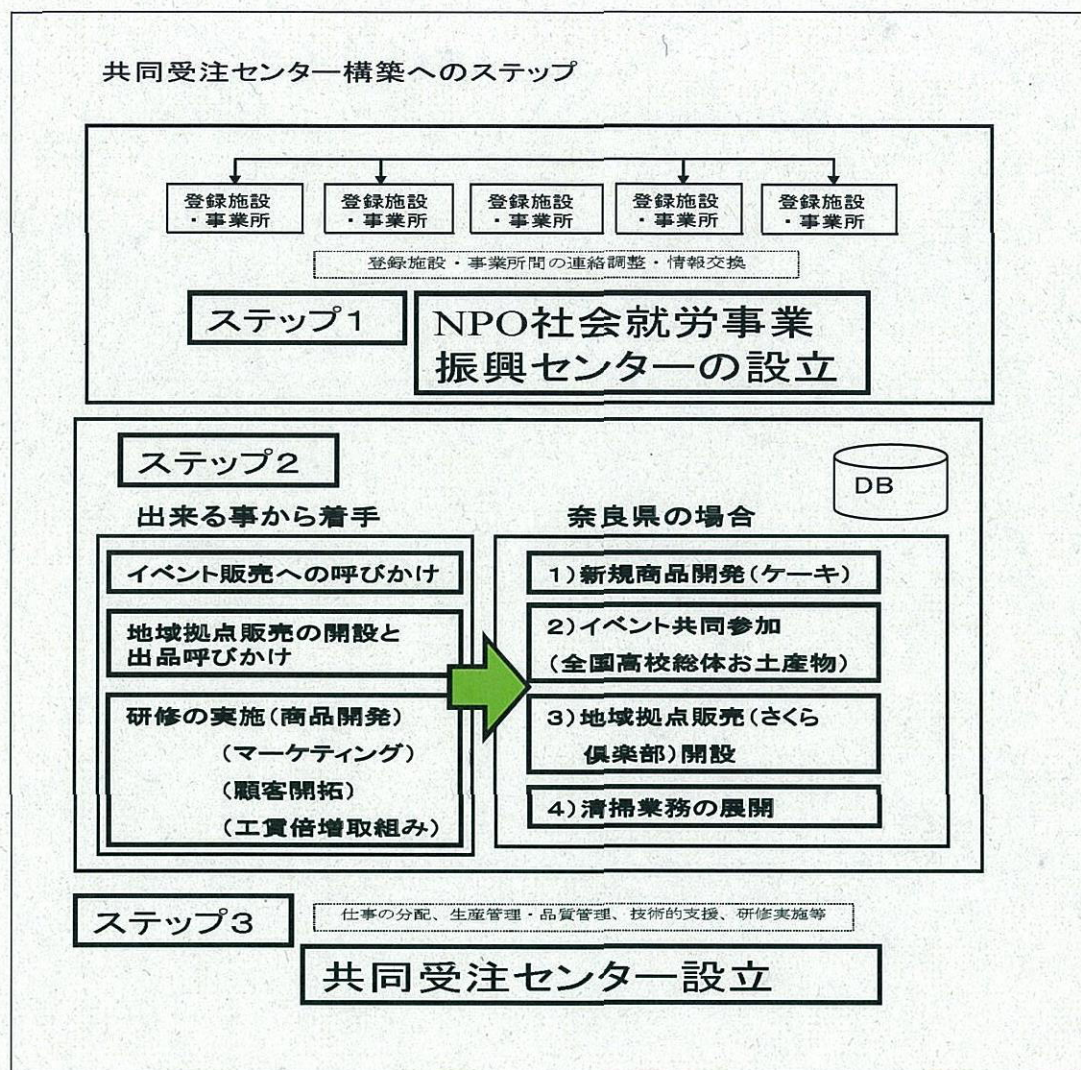
4) 「共同受注センター」の清掃プロジェクトのテスト導入

官公庁から委託された物件を奈良県5圏域の中にある施設・事業所同士で補完しながら、業界の専門業務を獲得していく。そのために、平成22年3月25日には清掃専門業界から講師を招聘し、業界の実情を学ぶ勉強会を開催した¹⁰。

③ステップ3 「共同受注センター」の設立

共同受注センターの新設に向けては出来るところから着手し、各分野で個別にノウハウや経験を蓄積し、データベース（DB）でつながった時点で「共同受注センター」が設立されたといえよう。

¹⁰ 前述。2－(6)、37頁～参照のこと。



(2) 工賃倍増計画と「共同受注センター」について

平成20年度及び平成21年度に実施した工賃倍増計画（奈良県においては「働きがい支援事業」）支援事業所と5圏域25事業所への聞き取り調査事業所は一部重複するものの、県下100事業所の経営体質の強化と工賃向上について考えると、工賃倍増計画が「経営のレベルアップによる高位平準化」に果たした役割は大きいといえるのではなかろうか。

①両者の関係性

「共同受注センター」が発足しても、施設・事業所からの要望に迅速に対応し、組織として積極的な経営支援を行うことは、現状において実質的に「共同受注センター」としての役割を担っている「振興センター」の人及びコストの両面から見ても多くの困難が伴い、また効率的に機能するには時間を要

する。

従って、「共同受注センター」を実効性のある組織にするためにも、各施設・事業所へのきめ細やかな経営支援の重要度が高まっている現在、「共同受注センター」の組織運営と並行して工賃倍増計画を継続することが現状に見合うのではなからうか。2つを並行させることで、「共同受注センター」の役割や機能といった体制を整備させることも可能になるのである。各施設・事業所の求めている支援内容を整理し実行する工賃向上に向けての支援活動が、経営体質強化や障害のある人が地域の中で自分らしく働き・暮らすことに向けても寄与している点に配慮が必要といえよう。

②働きがい支援及びスキル支援による経営体質の強化・技術サポートの例

以下のような手順により、職員が全体を把握することで体質強化が期待できる。

平成21年度における働きがい支援、及びスキル支援による経営体質の強化・技術サポートの例

- (1) 新事業に対する具体的な取り組み—生産から販売までの推進計画(設備・工程・店・チラシ他)
 - ①漬物の商売開始・推進計画
 - ②パン工場の生産販売開始・推進計画
 - ③野菜事業の開始・推進計画
- (2) 現事業の課題に対する取り組み—生産活動・販売活動に係わるスキル支援
 - ①カレンダー用印刷技術の習得
 - ②カレンダー用・写真技術の習得
 - ③カタログ・チラシ用写真技術の習得
 - ④ブランド(キャラクター)の製作—パン工場の看板について
 - ⑤看板用の花の育成(皇帝ダリアによる集客)
- (3) システム構築による経営改革への取り組み
 - ①商品の発注・在庫管理のシステム化—仕事の基準化・帳票の標準化・在庫正常化
 - ②顧客名簿の整理、及びパソコンによる管理にチラシ・季節食を絡めた集客
 - ③レシピと工程管理表を組み合わせたクッキー・ケーキの標準仕様書作成と品質安定化
 - ④売上伝票の標準化・場所別販売責任者の任命、現金扱い規定、報告義務などの基準作成
理事長の明確な指示による、毎月の商品別収支の作成
- (4) 人材育成・自立支援の基礎的サポート(職員や利用者の教育と経営参加)
 - ①マナー研修—講師の実技、及びDVDによる接客全般の研修
 - ②5S研修—基本の講義、事前事後の写真撮影による意識改革、
担当者の任命、月1回の実践・管理シート提出
- (5) 経営管理の重要性と実践方法への取り組み
 - ①事業計画、及び重点課題のまとめ—各部門や職員からの取り組み課題の提出・検討・まとめ
 - ②月別推進計画書の作成—重点課題につき実践項目を具体的に挙げ、月別に落とし込む
 - ③毎月の決算の幹部会での検討—月別推進計画の実行のフォローを確実にを行う

＜資 料 編＞

(1) 県下 100 事業所アンケート調査票

平成21年度障害者保健福祉推進事業(障害者自立支援調査研究プロジェクト)
就労系事業所等における授産事業等調査

アンケート調査票

I 基本情報

法人名	
施設・事業所名	
ご記入者 職・氏名	
ご連絡先	TEL :
	FAX :
	E-mail :

事業種別	※下記より該当するものにチェックしてください		
【旧体系事業】	☐ 身体障害者授産施設(入所) ☐ 身体障害者授産施設(通所) ☐ 身体障害者福祉工場 ☐ 知的障害者授産施設(入所) ☐ 知的障害者授産施設(通所) ☐ 知的障害者福祉工場 ☐ 精神障害者授産施設(入所) ☐ 精神障害者授産施設(通所) ☐ 精神障害者福祉工場 ☐ 小規模通所授産施設(身体) ☐ 小規模通所授産施設(知的) ☐ 小規模通所授産施設(精神)		
【新体系事業】	☐ 就労継続支援A型事業 ☐ 就労継続支援B型事業 ☐ 生活介護事業(生産活動あり) ☐ 生活介護事業(生産活動なし) ☐ 自立訓練(機能訓練)事業 ☐ 自立訓練(生活訓練)事業 ☐ 地域活動支援センター(生産活動あり) ☐ 地域活動支援センター(生産活動なし) ☐ 就労移行支援事業 ☐ 施設入所支援		
【上記以外の小規模作業所】	☐ 小規模作業所(地方自治体等補助)		

II 現状について

1. 事業所情報

貴所の現状についてお尋ねします。

① 定員数及び現員数

定員数(H21.10.1現在)	名
現員(登録者)数(H21.10.1現在)	名

② 商品・サービス別販売額(平成20年度)

商品・サービス名 (販売額の多い順に上位5つまでは具体的に、 それ以下は「その他」にまとめてください)	H20年度販売額 (千円)	取引先(複数可)		
		官公庁	民間	その他
1		☐	☐	☐
2		☐	☐	☐
3		☐	☐	☐
4		☐	☐	☐
5		☐	☐	☐
その他		☐	☐	☐
合 計				

営業担当は設けていますか。また、担当者数は何名ですか。

- ☐ 専任の営業担当者あり (名)
☐ 他業務と兼任の営業担当者あり (名)
☐ 特になし

④ インターネットの活用状況について

次のうち、実施済みのものをチェックしてください(複数可)。

- ☐ ホームページの作成
☐ 商品・サービスのホームページへの掲載
☐ インターネット上での注文受付
☐ インターネットバンキングの利用(振込、決済など)
☐ その他()

⑤ 課題

貴所では次のようなことで困ったことはありませんか。項目ごとにチェックしてください(複数可)。

・納期が間に合わなかった

- ☐ 生産が間に合わない
☐ 設備の能力不足
☐ 材料が入らない
☐ 人員不足
☐ その他()
☐ 要求された品質のものが出来ない
☐ 納入・搬送の方法などの理由
☐ 近隣お届けの便 配達部署がない
☐ 遠方・郵送 宅急便の安価契約がない
☐ その他()
☐ その他()

・商品アイテムが対応できなかった

- ☐ 商品のバリエーション(サイズ、色など)
☐ 品揃え 【自由記述欄】
☐ 関連商品
☐ その他()

・商品の販促について

- ☐ パッケージデザイン
☐ 商品企画
☐ 宣伝
☐ テラシ
☐ その他()

・顧客管理について

- ☐ 管理台帳の作成ができていない
☐ 管理台帳のメンテナンスができていない
☐ 顧客フォローができていない
☐ 定期的な情報お知らせを発信できていない
☐ その他()

・商品在庫管理、受発注管理について

- ☐ 在庫の整理ができていない
☐ 在庫を掌握できていない
☐ 定期的な棚卸ができていない
☐ その他()

・不良品のクレームについて

- ☐ クレーム対応の仕方がわからない
☐ その他()

・その他

- ☐ ()
☐ ()

貴所の販売先についてお尋ねします。

貴所の販売先についてお尋ねします。

貴所の販売先について、官公庁、民間、その他(自社販売等)の販売額比率を教えてください。

貴所の販売先について、官公庁、民間、その他(自社販売等)の販売額比率を教えてください。

官公需 民需 その他 【自由記述欄】

・官公庁(複数可)

- ☐ 県庁
☐ 市役所
☐ 町村役場
☐ その他(

形態(複數可)

- ☐ 上場企業
☐ 中小企業
☐ NPO・ボランティア団体
☐ イベント
☐ その他(

業種(複数可)

- 製造業
- 流通業
- サービス業
- 宿泊業、飲食業
- 教育
- 医療、福祉
- 商店
- その他()

販売先の担当部署をチェックしてください(複数可)。

- 製造会社の購買窓口
- 販売会社の仕入窓口
- 官公庁窓口
- イベント
- その他()

年間販売額が一番大きい事業の納入頻度及び販売額を教えてください。

■ 不定期

- ☐ 定期
☐ 年()回
☐ 月()回
☐ 週()回

■ 0~10万円

- 10～50万円
- 50～100万円
- 100～300万円
- 300万円以上

⑤ 販売先(お得意先)からの要望・クレームについて
どのような要望が多いですか(複数可)。

【自由記述欄】

- ☐ 納期
- ☐ 価格
- ☐ 品質
- ☐ 品揃え

今までに顧客(官公庁、企業等)から要望されたことを多い順に3つ記入してください。

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

今までに顧客(官公庁、企業等)から受けた指摘(クレーム)を多い順に3つ記入してください。

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

⑥ 販売理由について

お得意先が貴所に発注する理由と考えられるものを次のうちから3つ選んでみてください。
(予想で結構です)

- ☐ 障害者事業所だから
- ☐ 小回りが利く
- ☐ 価格が手頃
- ☐ 品質が良い
- ☐ サービスが良い
- ☐ 納期を守る
- ☐ 他社で真似できない

Ⅲ 今後について

1. 共同受注

① 共同受注希望について

貴所は共同受注を希望しますか。

- ☐ 希望する

理由

- ☐ 営業力不足を補える
- ☐ 受注業務を代行してもらえる
- ☐ ブランドの統一による拡販が可能
- ☐ 販促、宣伝、販売全般で力になってもらえる
- ☐ その他()

- ☐ 特に希望しない

理由()

② 共同受注についての不安

共同受注についての心配点をチェックしてください(複数可)。

- ☐ 生産量が少ないこと
- ☐ 納期
- ☐ コスト
- ☐ 品質
- ☐ その他()

③ 共同受注窓口組織への期待

共同受注窓口組織に期待することをチェックしてください(複数可)。

※「共同受注窓口組織」とは、単独の施設・事業所では請け負うことが難しい官公庁・企業等からの大口受注を代表で受注し、各事業所等にあつせん・分配したり、販路拡大・品質管理等の支援を行うことを想定して、現在、奈良県社会就労事業振興センター等で設置を検討している組織のことです。

- ☐ 営業
- ☐ 技術指導
- ☐ 製造・品質管理指導
- ☐ 販促・宣伝
- ☐ 在庫管理
- ☐ 配達業務
- ☐ 請求業務
- ☐ その他()

【自由記述欄】

2. 売り込みを図りたい商品

貴所において、官公庁・企業等に積極的に売り込みを図りたい商品・サービスのセールスポイントをご記入ください。

1	商品・サービス名		H20年度受注額
			円
	主な販売先	当商品・サービスのご担当者名	ご担当者連絡先
	セールスポイント		
2	商品・サービス名		H20年度受注額
			円
	主な販売先	当商品・サービスのご担当者名	ご担当者連絡先
	セールスポイント		
3	商品・サービス名		H20年度受注額
			円
	主な販売先	当商品・サービスのご担当者名	ご担当者連絡先
	セールスポイント		