

報告書

共同受注窓口を通じた 全国的受発注支援体制構築事業

コクヨアンドパートナーズ株式会社
ヴァルトジャパン株式会社

C O N T E N T S

1. はじめに.....	03
2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理.....	07
3. 共同受注窓口の機能強化・活性化.....	37
4. 広域的な受発注支援体制モデルの構築.....	57
5. 全国版共同受注窓口モデルの成果と課題.....	61
6. 全国版共同受注窓口モデルの3年間の取り組み.....	64
7. おわりに.....	67

1. はじめに

1. はじめに

世界情勢の変化、物価の高騰など、2022年は経済的に大きな混乱が生じた年でした。一方で2020年から続く新型コロナウイルスについては、各種規制の緩和など徐々にかつての日常を取り戻しつつあり、暗い経済状況に一筋の光が見えてきています。このように変動に満ちた情勢の中、共同受注窓口、そして就労支援事業所が受ける影響の大きさは容易に想像され、この難局を乗り越えるために、様々な取り組みが必要となっています。

その一つとして厚生労働省は2020年度より「共同受注窓口を通じた全国的受発注支援体制構築事業」に取り組んでいます。

今年度で3年目となる本事業は、毎年新たな内容を加えながら継続しており、今年度は共同受注窓口間の「交流」に関わる内容を新たに加えました。

その他、2020年度と同様に民間企業からの案件（民需）に関して、全国の共同受注窓口の実態や事例を調査するとともに、都道府県域を越えて業務を受託するための受発注支援（全国版共同受注窓口）の試行運用・検証を行いました。

全国の共同受注窓口、行政機関、および関係団体におかれましては、本事業を通じて収集した共同受注窓口や就労継続支援事業所の実態や取組事例、また全国版共同受注窓口の試行運用の内容をご理解いただき、今後の活動計画の策定や推進の参考にしていただければと存じます。

目的

就労継続支援事業所の全国的な受発注を進めるため、全国の共同受注窓口の取組事例を収集・整理するとともに、各地域の共同受注窓口の質の向上・機能強化をするための取組や、共同受注窓口間のネットワーク構築のための取組を実施する。

事業内容

次の①から④までに掲げる事業を実施するものとする。
なお、令和3年度に実施した「共同受注窓口を通じた全国的受発注支援体制構築事業」の成果も踏まえることとする。

① 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

全国各地の共同受注窓口の最新の基礎情報(受注可能な作業内容とその規模、就労継続支援事業所や行政機関との連絡体制等)を収集・整理する。

② 共同受注窓口の機能強化・活性化

①で整理した基礎情報も踏まえ、全国の共同受注窓口に対して研修を実施し、共同受注窓口としての体制整備や、受注した作業を適切に就労継続支援事業所へ紹介するためのノウハウについて習得させる。なお、研修受講者同士の情報交換の機会やグループワーク等を通じた交流が図られるようにすること。

③ 受発注支援体制モデルの構築

広域的な受発注を推進するため、各共同受注窓口の統括的な役割を担う以下の機能をもつ共同受注窓口モデルを構築し運用する。

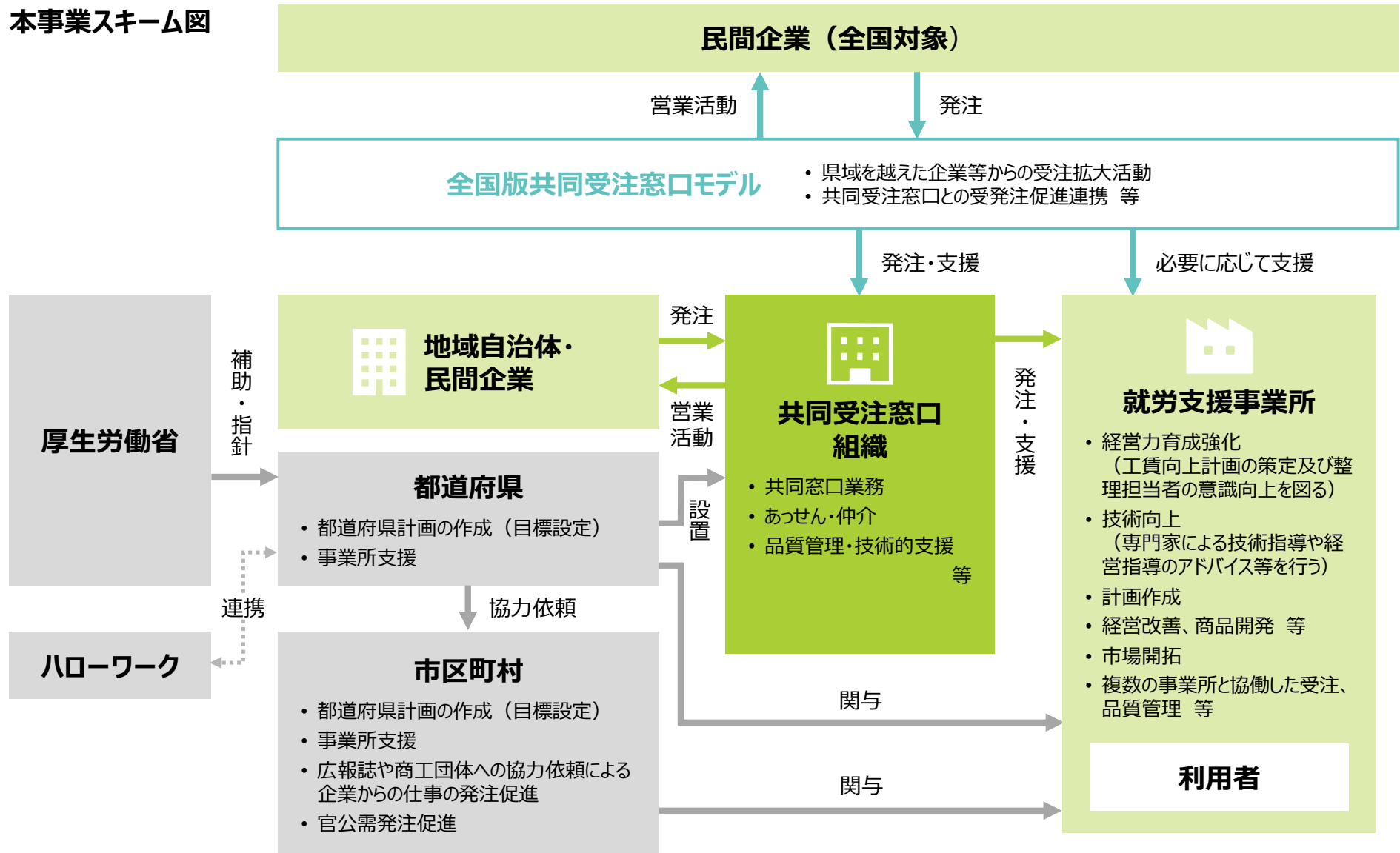
- (ア) 自治体や企業等と連携し、就労継続支援事業所において受注可能な業務の切り出しを行い、各地の共同受注窓口等に業務を割り振る等調整機能
- (イ) IT関連業務など発注側と受注側が遠隔で取引が可能な業務において、都道府県域を越えたマッチング機能
- (ウ) その他広域的な受発注の推進に資する機能

④ 報告書の作成・周知

①から④までの取組を整理した報告書を作成するとともに、報告書の内容について、全国の共同受注窓口、就労継続支援事業所及び行政機関へ周知する。

1. はじめに

本事業スキーム図



2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

1. 分析結果総論

本事業では過去2年同様、全国の共同受注窓口を対象としたアンケート調査を実施した。回答結果より得られた傾向や課題は以下の通り。

民需は復調、拡大の兆し 一方工賃向上との繋がりは見られず

民需の年間受注総額

	500万円以下	1,000万円以上
2019	60.3%	15.4%
2020	66.6%	19.6%
2021	60.3%	24.7%

2019年度同等まで減少

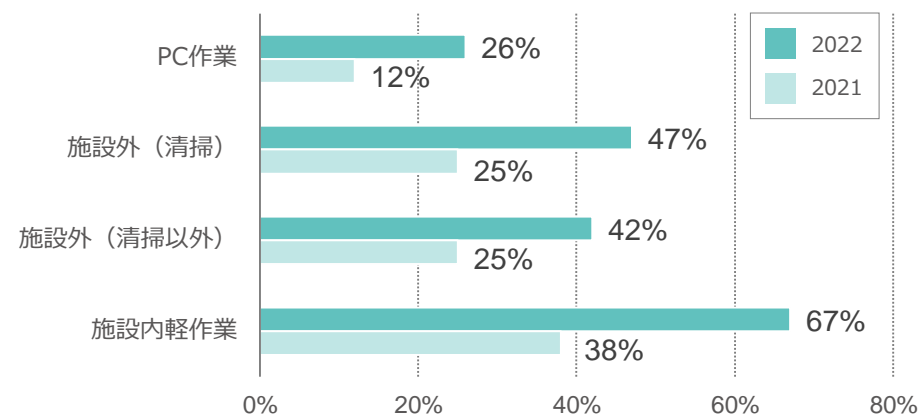
過去3年で最多

前年の受注状況との比較

昨年と比べて民需の受注総額が

	増加		減少	
2020	6.8ポイント 増加	22.0%	19.7ポイント 減少	43.0%
2021		28.8%		23.3%

受注した業務の種類



受注業務の構成比に大きな変化はない。
民需総額増加の要因は、業務単価が向上したのではなく、案件の総量が増加したためと想定される。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

民需拡大への課題は営業人材の不足

- ✓ 民需拡大を阻害する課題として営業人材不足を挙げた窓口は全体の60%以上
- ✓ 研修などで学びたいコンテンツとして、営業手法やマーケティングなど、営業力全般に係るコンテンツを挙げた窓口は全体の約40%

多くの窓口で営業力（営業人材の不足）が課題であると認識しており、その解決策を模索している

共同受注窓口間の交流を望む声は大きい 特にオンラインでの交流ニーズが高い

- ✓ 共同受注窓口間のオンライン交流を望む声は全体の70%以上

場所の制約を受けず、県域を越えて交流が出来るオンライン施策を望む声大きい

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

2. 調査概要

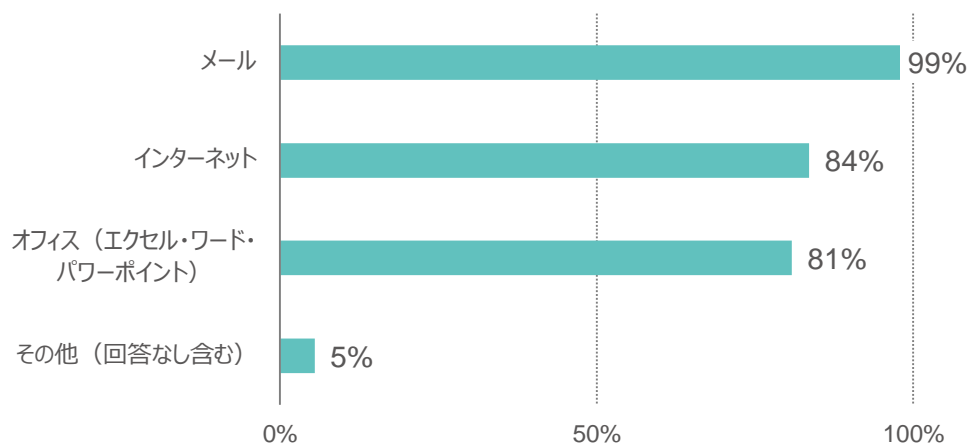
調査の流れ	厚生労働省から各自治体に「One Public」経由で本事業への調査協力を通知。次に、各自治体から共同受注窓口に対して協力依頼を通知。回答一次期限を目安に、ココヨアンドパートナーズ社から各共同受注窓口に対し、メールおよび電話によってご協力依頼の再通知を実施。
調査方法	Webアンケート（Googleフォームを使用） ※ 一部窓口ではExcel記入にて対応
有効回答数	73件（厚生労働省リスト内：59、リスト外：14）
回答期間	2022年9月1日～ 厚生労働省より全国の地方自治体へ「One Public」にて発出 2022年9月22日 個別対応を含む全ての回答受付締め切り
設問項目	<ul style="list-style-type: none">• 基本情報（正式名称、HP、担当者名、使用可能ツール）• 活動拠点• 組織人員（専任・兼任）• 登録事業所数（A型・B型・その他）• 年間発注事業所数（2020年、2021年）• 登録事業所の情報管理（概況、管理項目、管理ツール）• 登録事業所への案件紹介ツール（メール、電話、FAX、その他）• 運営財源の比率• 年間民需受注金額（2021年度実績、業務別比率、2020年度との比較）• 民需拡大における課題• 民間企業からの業務受託に関する意欲、関心• 全国版共同受注窓口からの案件情報の受領意向• 他共同受注窓口との交流機会に対する意欲、関心

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

①- 4 ご使用（アクセス）可能なパソコンツールを教えてください

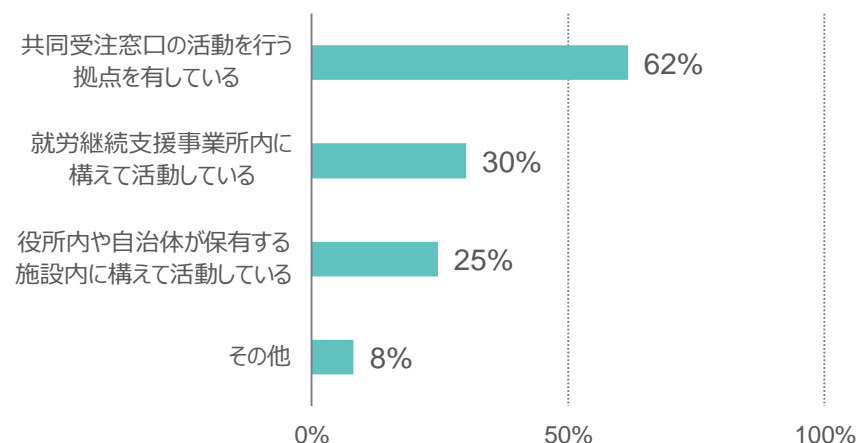
* 有効回答数 73件
* 選択式（複数選択可）



昨年と同傾向。
全体の約80%がメールやMicrosoft Officeでの対応が可能。

②- 1 共同受注窓口の活動拠点について教えてください

* 有効回答数 73件
* 選択式（複数選択可）



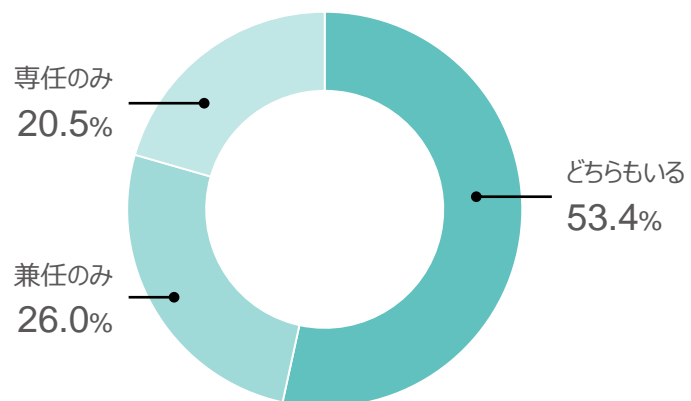
昨年と同傾向。
60%以上が共同受注窓口の活動拠点を有している一方で、就労継続支援事業所や自治体が保有する施設等で活動する共同受注窓口も半数以上ある。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

②- 2,3 共同受注窓口の組織人員について教えてください

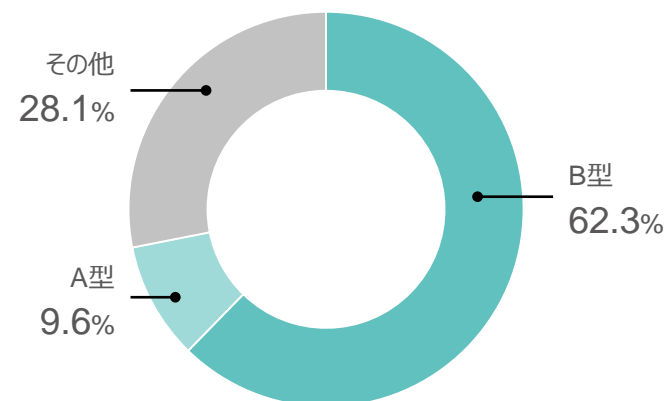
* 有効回答数 73件
* 数値入力



「兼任のみ」が昨年の40.3%から26.0%に減少。
「専任、兼任どちらもある」が昨年36.4%から53.4%に増加。
窓口運営負担の改善が期待される。

②- 4,5,6 登録事業所数を教えてください

* 有効回答数 73件
* 数値入力



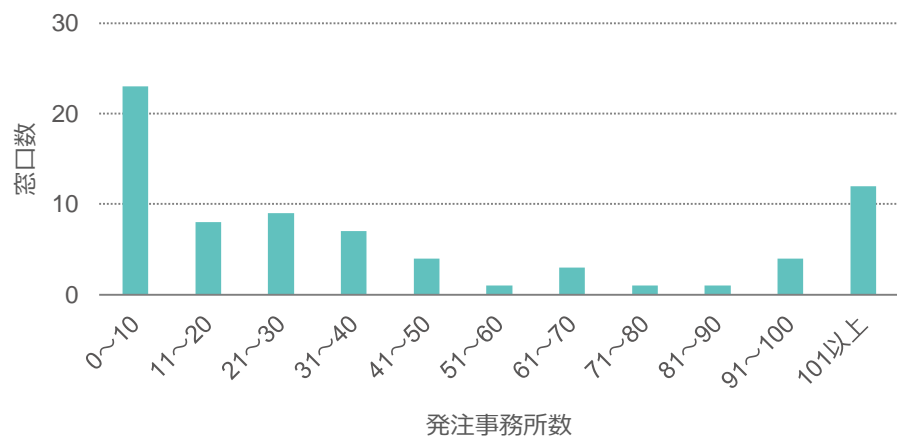
昨年、一昨年と同傾向。
B型が全体の60%以上を占め、雇用契約を結び働くA型と比較し約6倍に相当。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

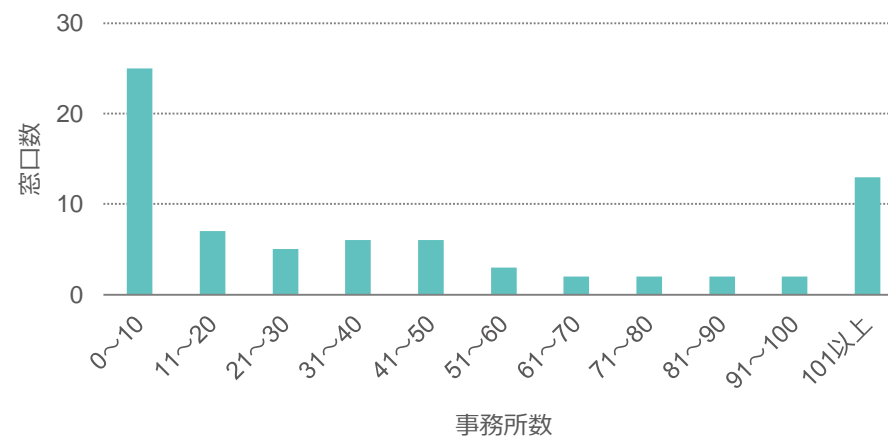
②-7 2020年度（2020年4月～2021年3月）に実際に発注した事業所数を教えてください

* 有効回答数 73件
* 数値入力



②-8 2021年度（2021年4月～2022年3月）に実際に発注した事業所数を教えてください

* 有効回答数 73件
* 数値入力

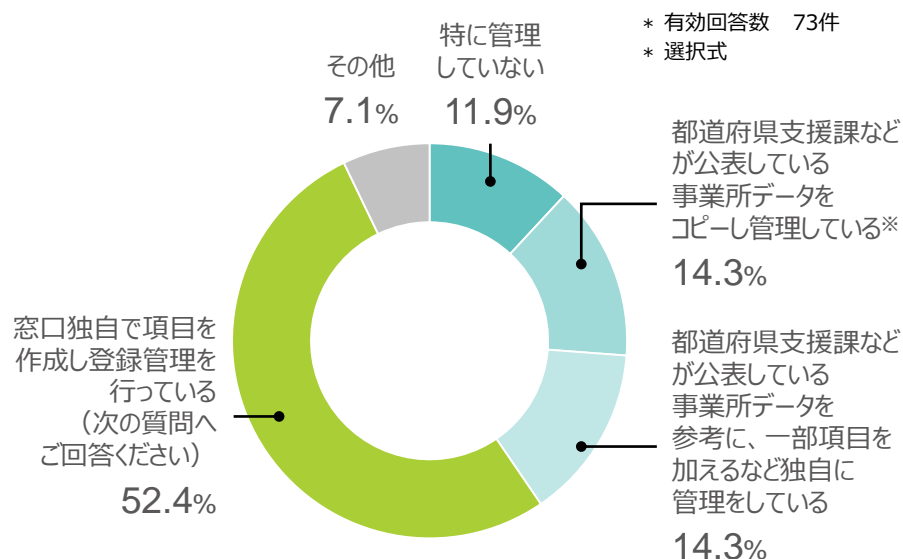


昨年一昨年同様、発注事業所数は二極化の傾向が見られる。
2021年度発注事業所数が20を下回る窓口は全体の約40%であり、その内9割以上が年間の民需受注金額が500万円以下であった。

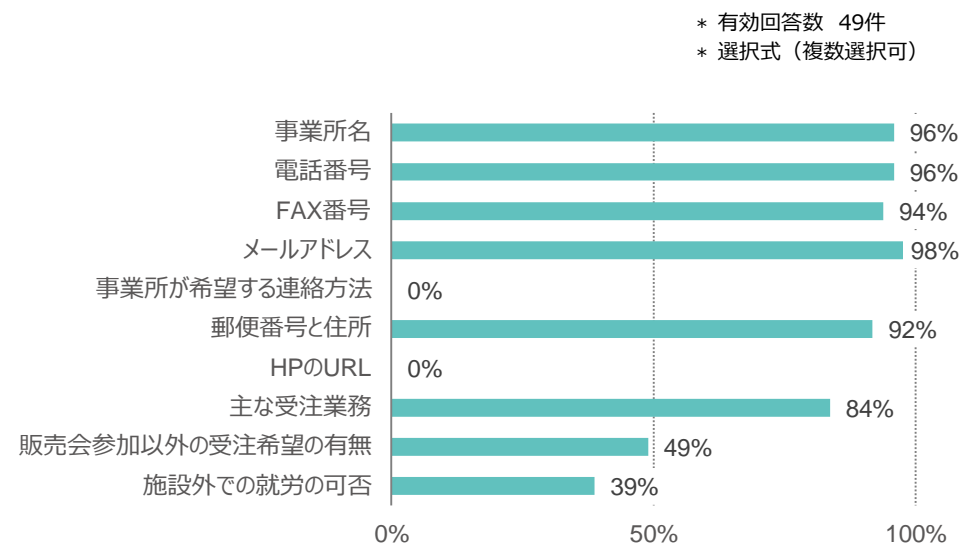
2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

②- 9 登録事業所の管理（基本情報の取得や対応可能な作業内容の把握など）について教えてください



②- 10 ②- 9からの追加質問 どのような項目を管理（取得）していますか



昨年と同傾向。

登録事業所の情報管理を行っている窓口は約90%にのぼる。主な受注業務という結果の情報管理は行っている一方、民需希望の有無や施設外就労の可否など、民需受注にむけた事業所マネジメントに必要な情報を取得出来ている窓口は半数以下に留まる。

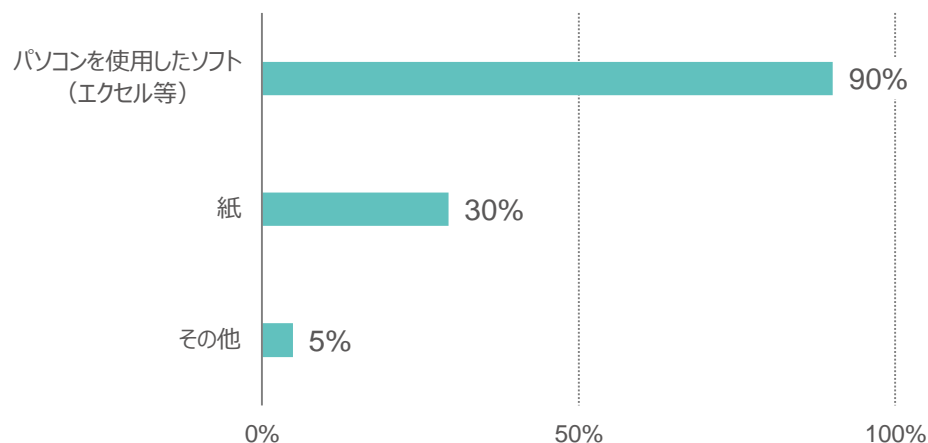
※例：埼玉HP <https://www.pref.saitama.lg.jp/a0605/jusan/jusan-1.html>

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

②- 11 ②- 9からの追加質問 事業所情報の管理方法を教えてください

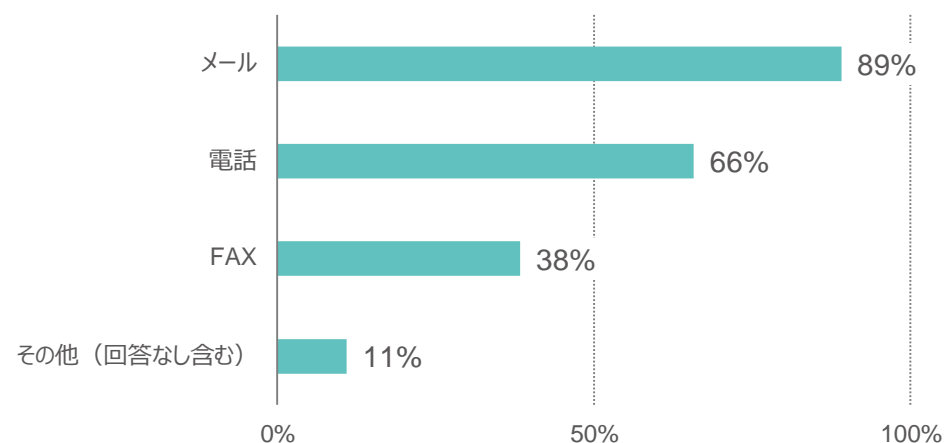
- * 有効回答数 61件
- * 選択式（複数選択可）



昨年と同傾向。
Excel管理が最も多く、一部SaaSを活用する窓口もあった。一方で紙の管理を行っている窓口は30%存在し、紙のみで管理している窓口も約8%存在した。

②- 12 事業所への案件紹介はどのような方法で行っていますか

- * 有効回答数 73件
- * 選択式（複数選択可）

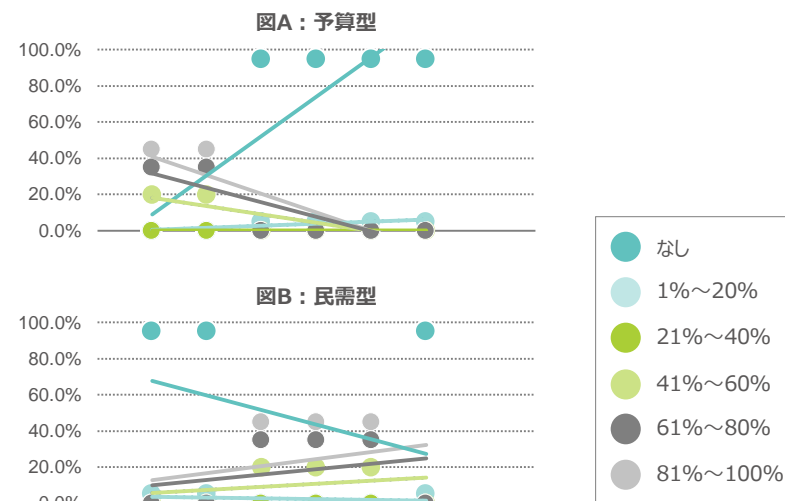
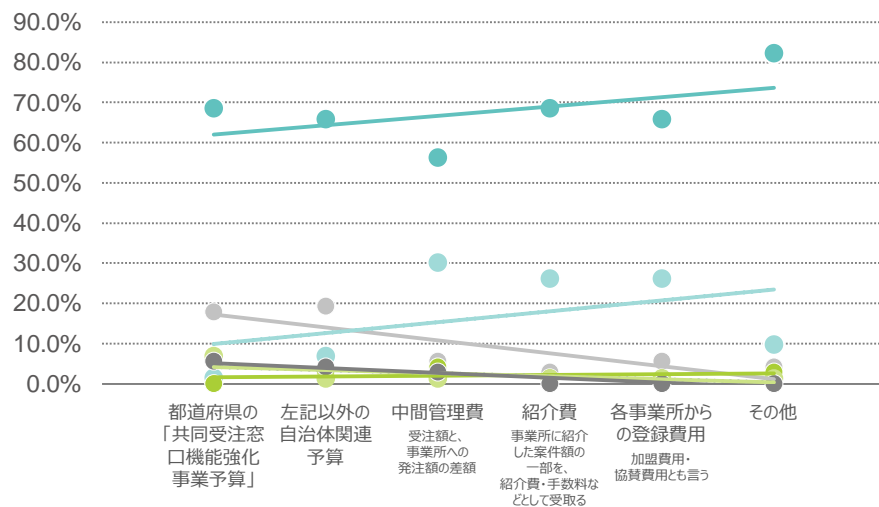


昨年と同傾向。メールが大半を占めるものの、FAXを利用する窓口が38%、FAXのみを利用する窓口も約4%存在した。登録事業所がFAXしか対応していないケースもあった。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

③-1 共同受注窓口を運営するための財源と比率について教えてください

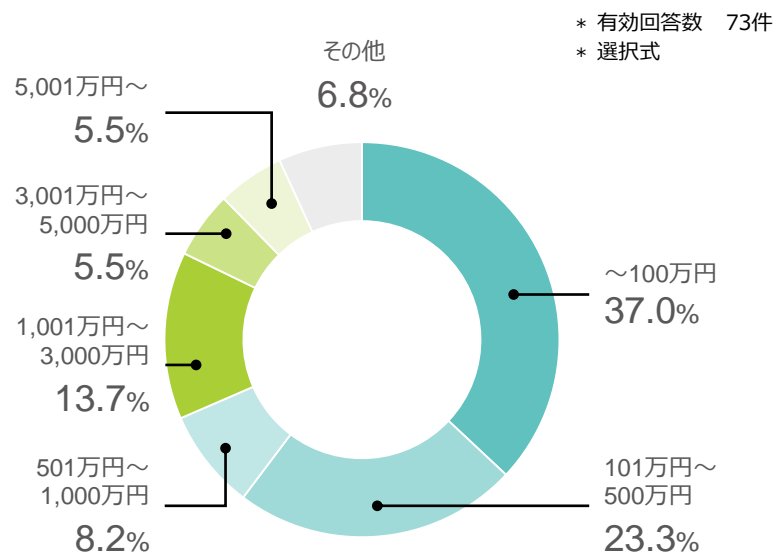


窓口全体の財源の内、各財源が占める割合を調査した。カテゴライズとして都道府県やその他予算を主財源とする「予算型」（図A）、事業所からの中間管理費等を主財源とする「民需型」（図B）を置いたが、いずれにも該当せず、財源が不透明な結果となった。この考察については後述する。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

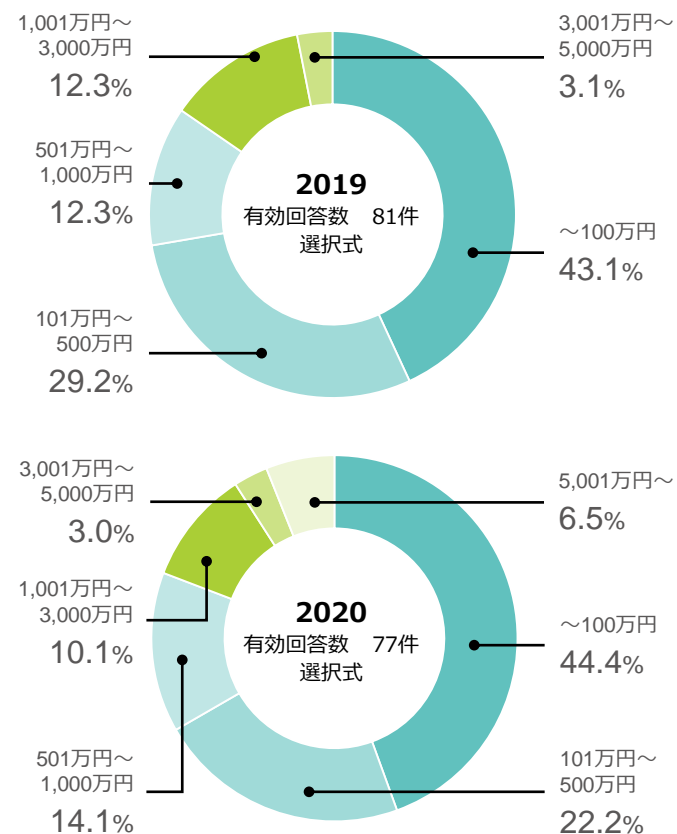
③-2 2021年度における、民間企業からの年間受注総額について教えてください



昨年、一昨年と同傾向。
年間受注総額が500万円以下の窓口は、過去3年で最も少なく約60%。また1,001万円以上の窓口は約25%と過去3年で最大。

※民間企業からの年間受注総額

参考 一昨年度・昨年度回答結果

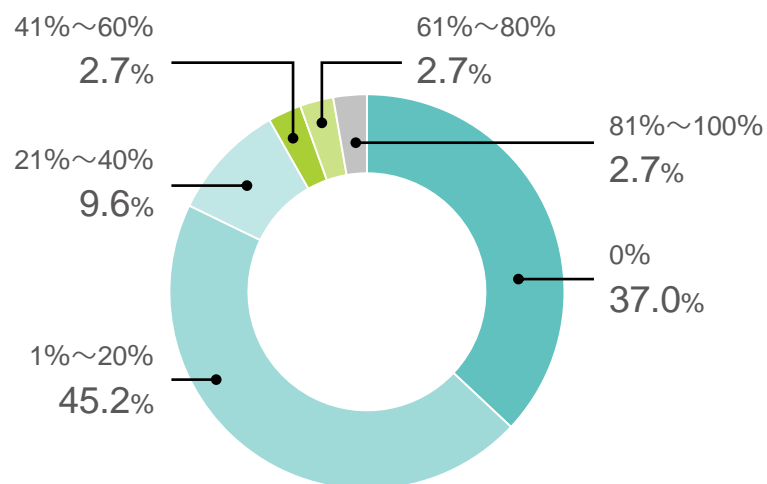


2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

③-3 ③-2の売上のうち、2021年の新規契約で獲得した割合を教えてください

* 有効回答数 73件
* 数値入力

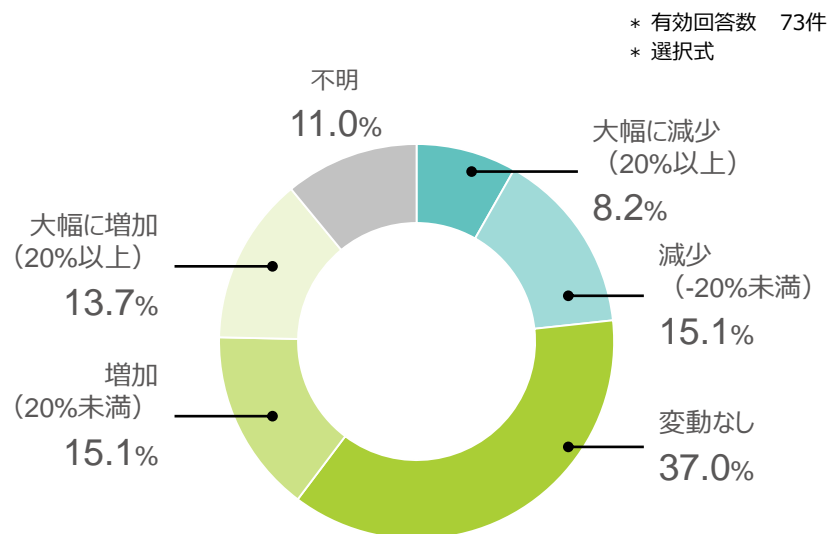


新規契約による売上割合が全体の20%以下の窓口は80%を超える。
民需の大半が既存顧客によるものであり、新規拡大が出来ていない（していない）現状が読み取れる。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

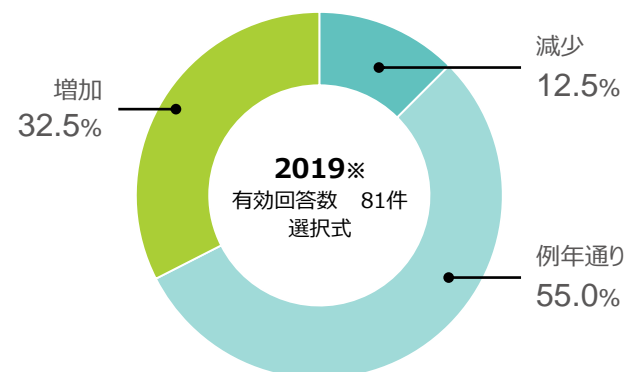
3. 調査結果（全データ）

③-4 2021年度の受注状況は2020年度と比較して変動がありましたか

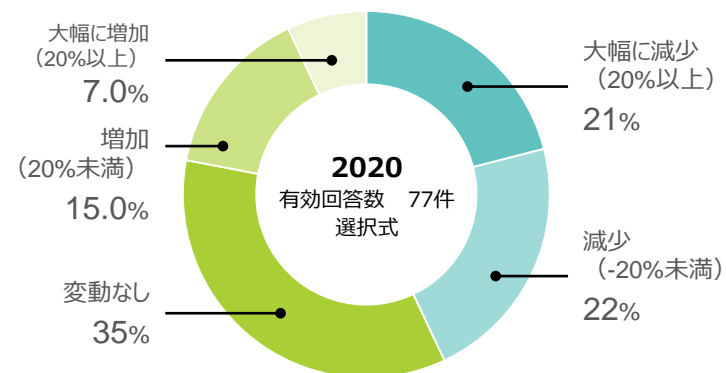


2020年度はコロナウイルスの影響から減少と回答した窓口が40%を越えたのに対し、2021年度減少と回答した窓口は25%未満に留まる。また増加と回答した窓口は昨年の22%に対して約29%と微増。いずれの回答も2019年度までは戻らなかったものの、若干の復調が伺える。

参考 一昨年度・昨年度回答結果



※2019年度調査では「増加」「減少」「例年通り」の3択からの選択

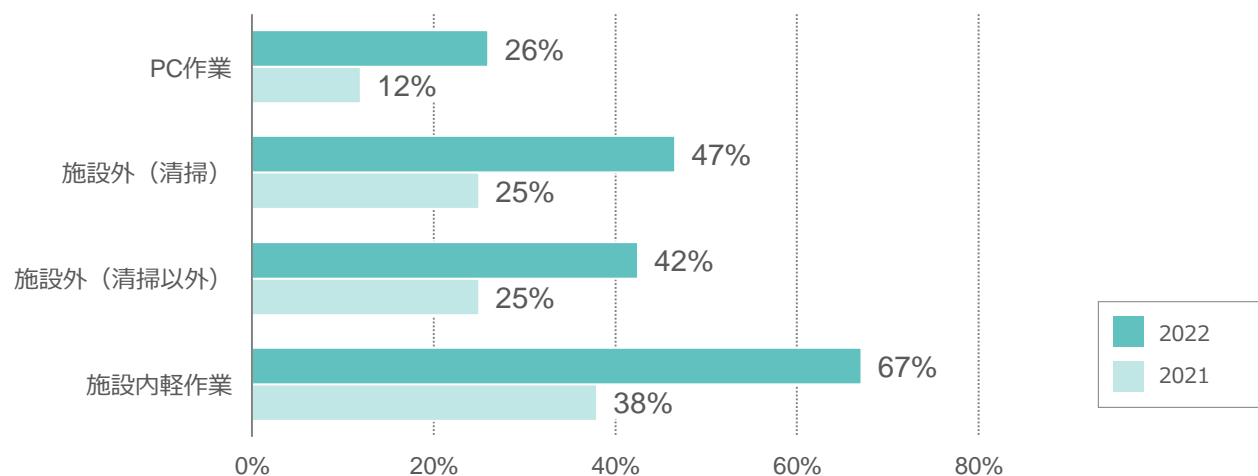


2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

③- 5 2021年度の民間企業から受注した業務の種類を教えてください

- * 有効回答数 73件
- * 選択式（複数回答可）

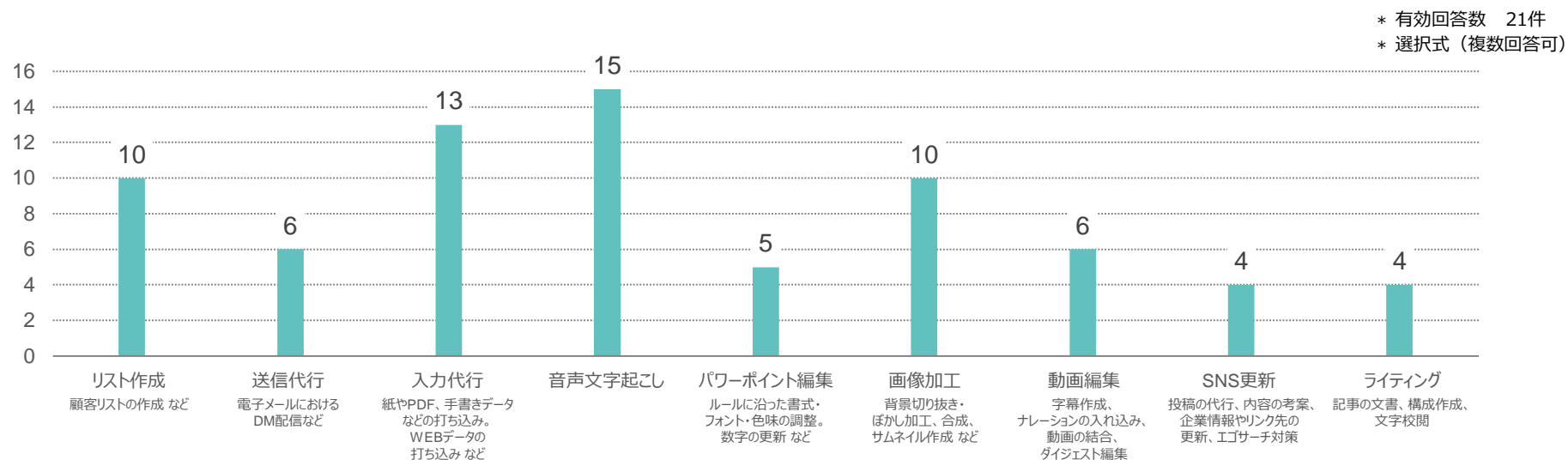


民需の年間総額に対して、各業務が占める割合を問う設問。
昨年と比べ、全ての割合がほぼ倍増。業務の構造は変わらず、全体的な案件流入数が増えていることが分かる。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

③-6 ③-5の設問にて「PC作業」にチェックを入れた方に質問です。下記項目より、現在遂行可能な項目を全て選択してください



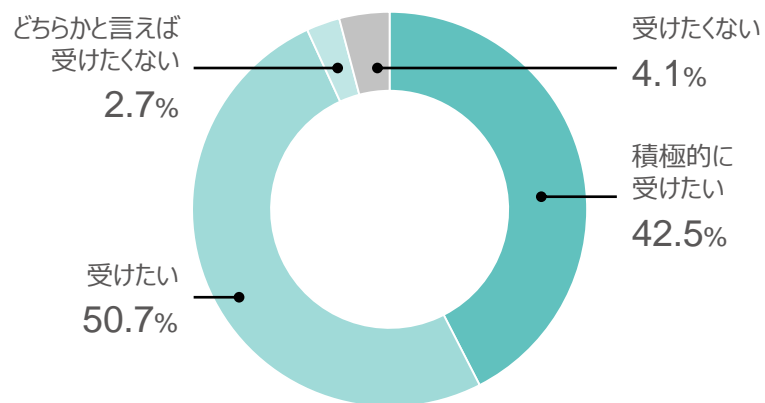
リスト作成や文字起こし等のPC軽作業が多いものの、画像加工などの専門的スキルが求められる業務を受託している窓口も一定数存在する。PC作業と売上の相関については後述する。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

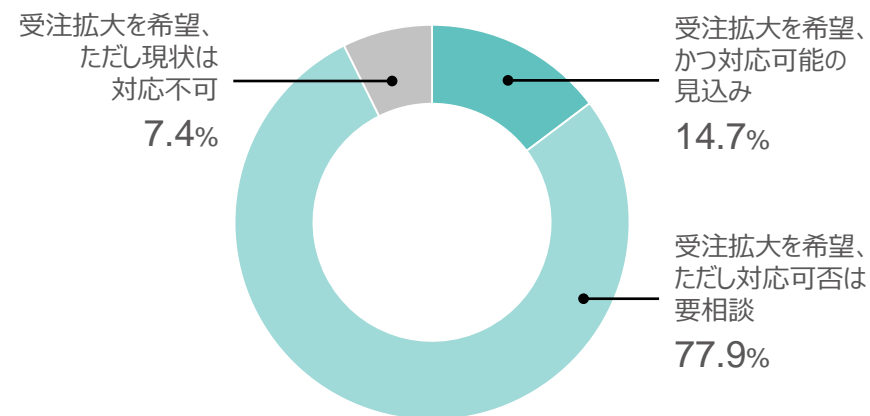
④-1 民間企業からの受注拡大について、現時点での関心を教えてください

* 有効回答数 73件
* 選択式



④-2 設問④-1で「積極的に受けたい」「受けたい」と回答した方について、今後の営業・受注状況の展望について教えてください

* 有効回答数 68件
* 選択式



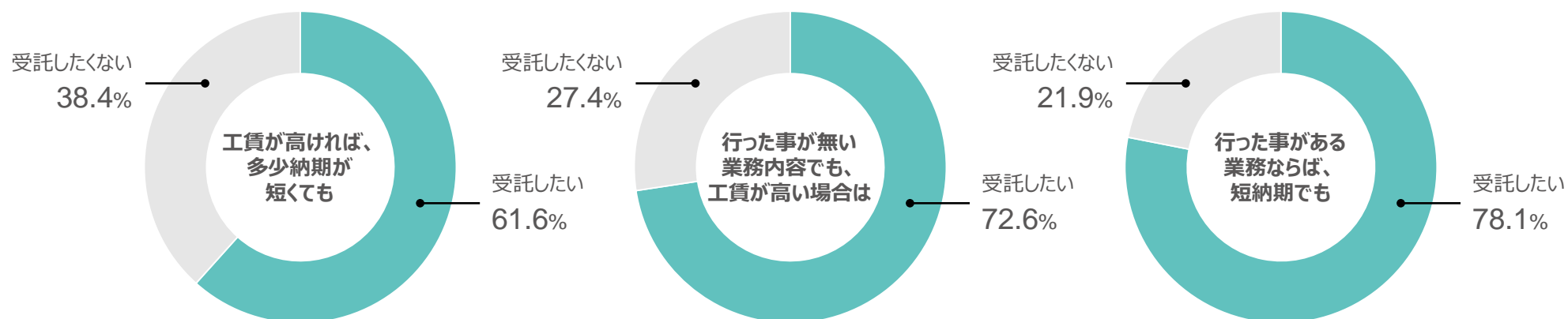
今後民需を積極的に受けたいと答えた窓口は90%を超えるものの、その内現在受注拡大に対応可能と答えた窓口は15%弱とかなり少数。民需拡大のボトルネックは別の設問で確認を行う。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

④-3 民間企業からの受注について、貴所のお考えに最も近いものを選択してください

* 有効回答数 73件
* 選択式



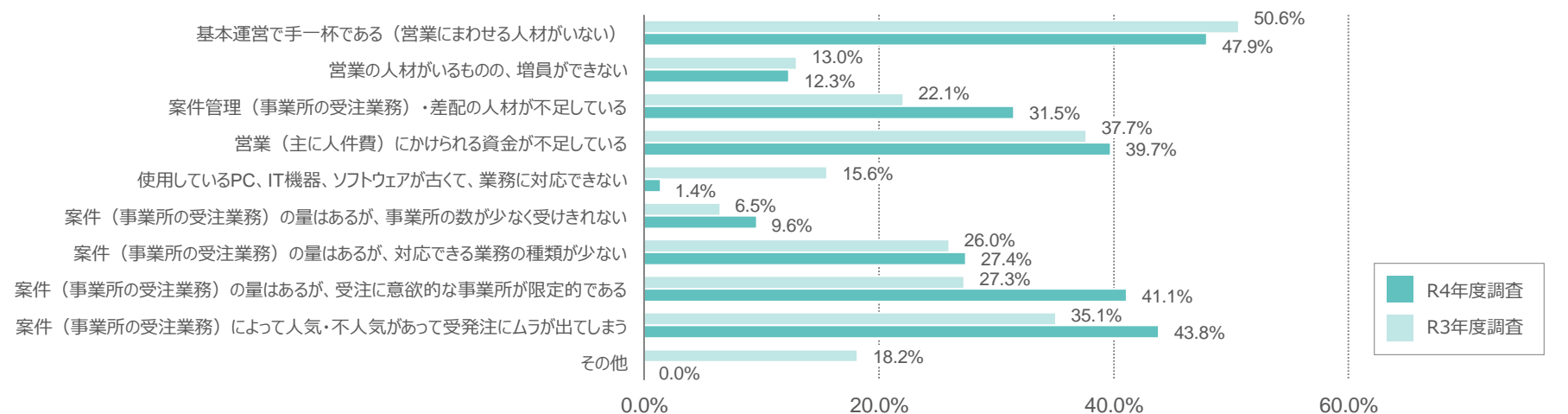
受注業務において優先するものを何かを聞いた設問。

経験のある業務には強みがあり、短納期の業務への対応に課題があることが分かる。経験がある業務であれば短納期であっても対応可能な窓口が多い。受発注の際に、未経験であっても業務を疑似体験できるようなマニュアルの整備などが必要と示唆される。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

④-4 今後、現状よりも民間企業からの受注を拡大する上での課題があれば教えてください



民需拡大のボトルネックを聞いた設問。

営業人員をはじめとした人材不足による課題が多い。

また昨年に比べ、事業所アサインが課題となり受注拡大が出来ていないと回答した窓口が増加した。

③-2、③-4の回答と合わせて考えると、民需案件の受注数は増えたが、その案件を行う事業所アサインに苦労し、課題認識に至ったと想像される。

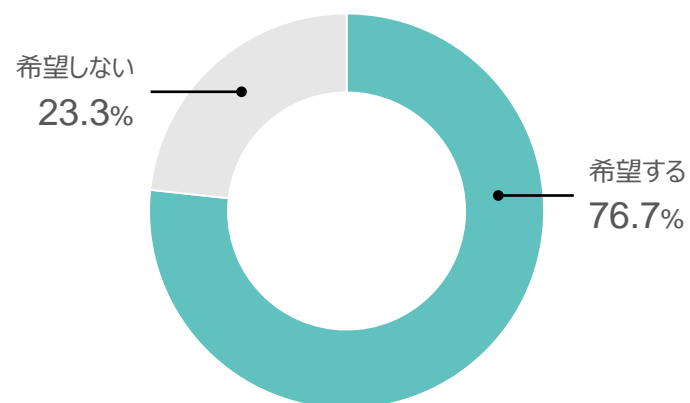
2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

④-5

本事業で受注した業務案件情報を、共同受注窓口のみならずみなさまへ情報提供することを想定しています。情報の受け取りを希望されますか

* 有効回答数 73件
* 選択式

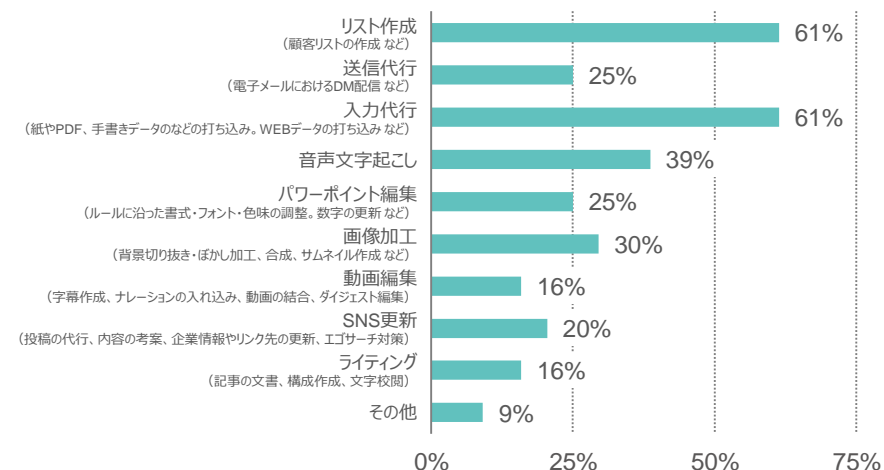


本事業における業務案件情報の受け取り希望は昨年とほぼ同割合。④-4より、営業人材への課題が見えており、業務情報を求める声に繋がっていると思われる。

④-6

④-5で「希望する」を選択された場合、PC作業の内以下について特に希望するものを教えてください

* 有効回答数 44件
* 選択式（複数選択可）



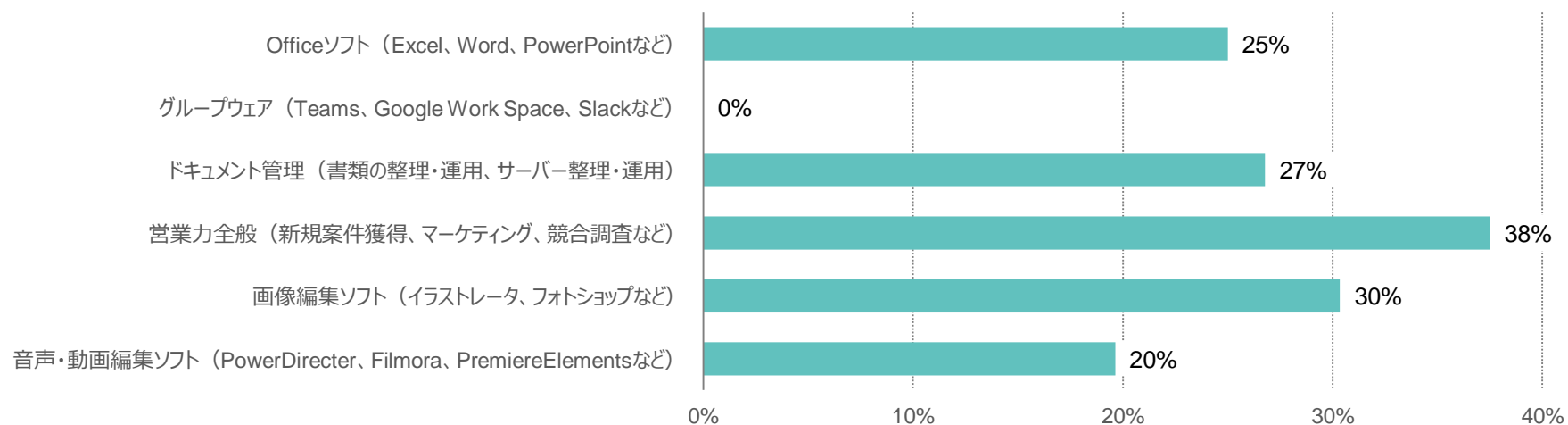
昨年に引き続き、リスト作成や入力代行などの専門性を必要としないPC作業への人気の高さがうかがえる。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

⑤-2 研修などで学びたい項目が下記にあればご選択ください

* 有効回答数 56件
* 選択式（複数選択可）



窓口が身につけたいスキルは何かを問う設問。

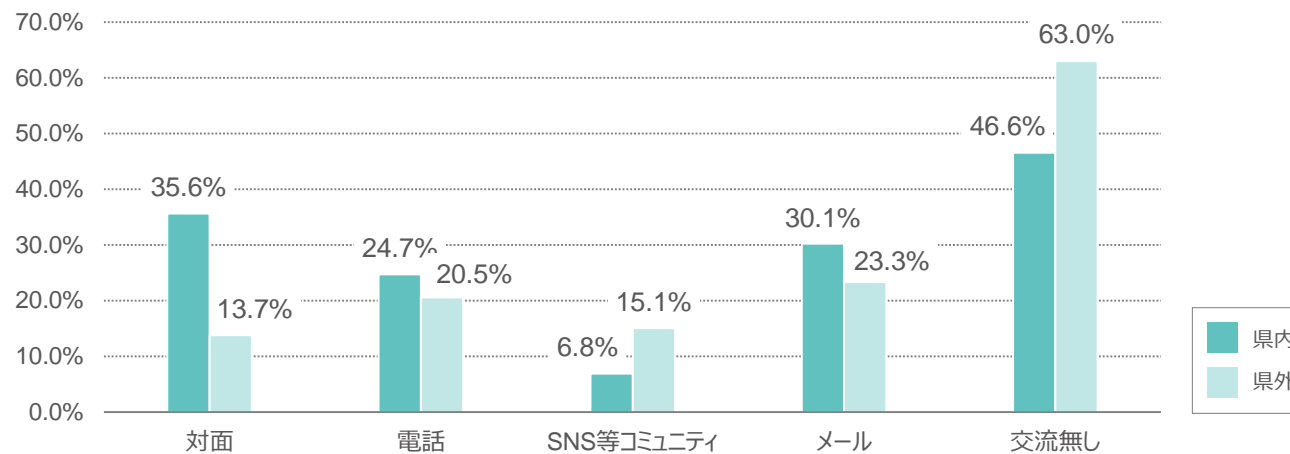
④-4より営業人材に課題感があることと同様に、研修・学びについても営業スキル向上コンテンツのニーズが高いことが分かる。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

⑤-3 現状、他の共同受注窓口との交流はありますか？

- * 有効回答数 73件
- * 選択式（複数選択可）



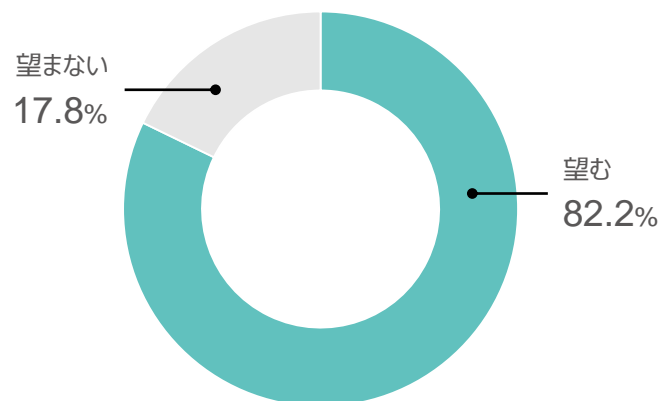
他窓口、特に県外窓口との交流はほぼないことが読み取れる。
SNS等コミュニティツールによる交流が少ないことから、偶発的な交流はほぼなく、ビジネス場面など必然的な交流に限定された環境にあると想定される。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

3. 調査結果（全データ）

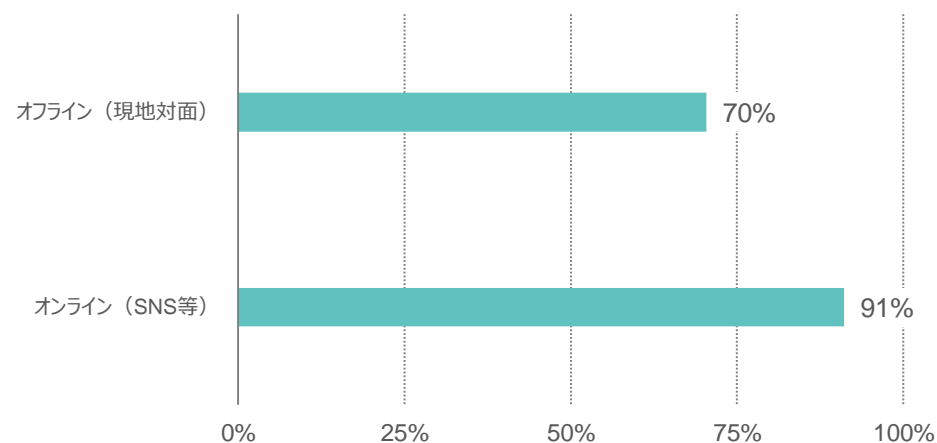
⑤-4 共同受注窓口間の交流についてご意見ください。 情報交換や、交流を望みますか

* 有効回答数 73件
* 選択式



⑤-5 ⑤-4で「望む」と回答した方に質問です。共同受注窓口間の交流の方法として望むもの方法を選択してください

* 有効回答数 オフラインでの交流を望むか 54
オンラインでの交流を望むか 56
* 選択式



現状多くの共同受注窓口で他窓口との交流がないものの、他窓口との交流を望んでいることが読み取れる。特に場所の制約がないオンライン上での交流を望む声は90%を超えており、短期的ではなく恒常的な交流プラットフォームを構築する必要がある。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

本事業では過去2年同様、全国の共同受注窓口を対象としたアンケート調査を実施した。回答結果より得られた傾向や課題は以下の通り。

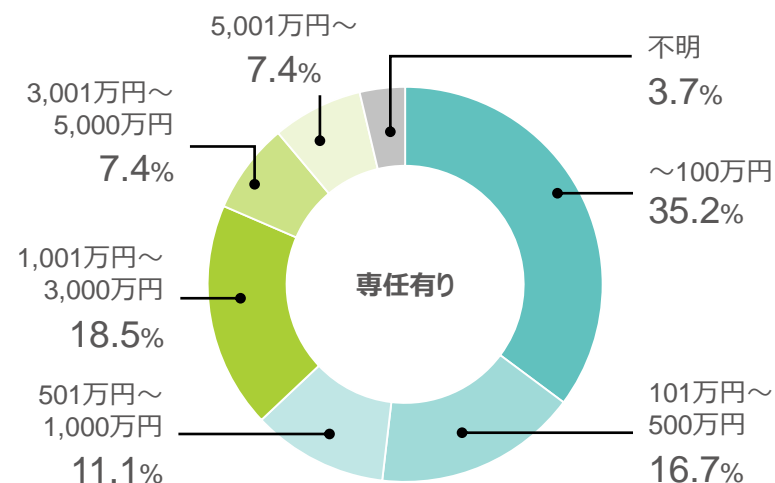
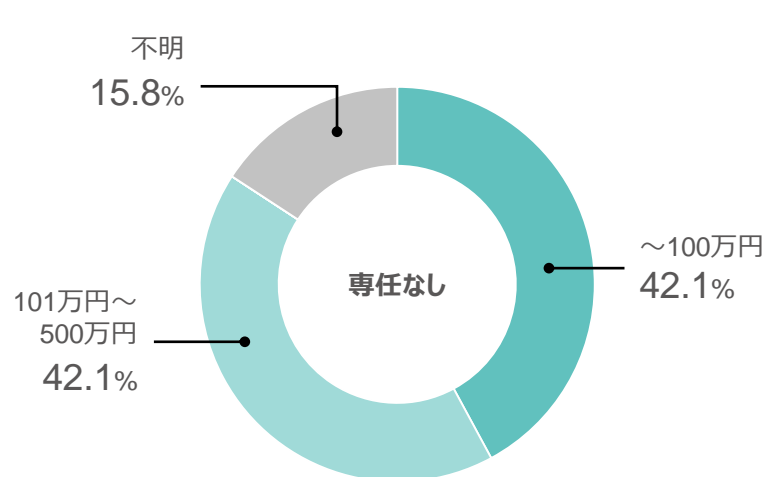
傾向と課題

- ✓ 昨年度調査で強い相関が見られたPC作業対応の可否と民需受注額だが、今年度調査では強い相関は見られなかった。一方民需の年間売上高が5,001万円以上と高額受注の窓口は全件PC作業に対応可能である。
- ✓ 1,000万円以下の窓口は、営業人材の不足が課題である一方、1,001万円以上の窓口は「受注に意欲的な事業所が限定的である」との回答が多く、課題感の違いも浮き彫りになった。
- ✓ 昨年同様、民需受注金額の大小と組織人員数には、明らかな相関は見られなかった。
- ✓ 昨年同様、主な業務内容を把握しているか否かは年間売上額に影響を与えなかった。
- ✓ より民需に積極的かつ案件のボリュームゾーンであるPC作業に対応出来る窓口は、全体の約18%に留まる。民需への意欲はあるものの、PC対応が出来ない窓口が多く存在している。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

I 専任者の有無と民需金額の相関

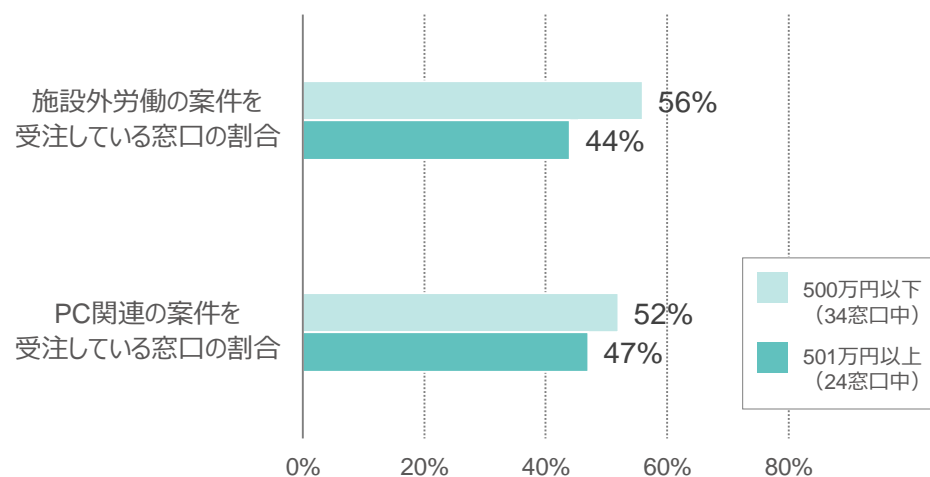


「専任なし」の窓口について、昨年約13%あった500万円以上の民需売上窓口が0%になった。一方「専任あり」の窓口はほぼ昨年と同傾向であり、500万円以上の売上と回答した窓口が約44%。
専任者のあり／なしが、昨年に比べより顕著に民需受注金額に影響を与える結果となった。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

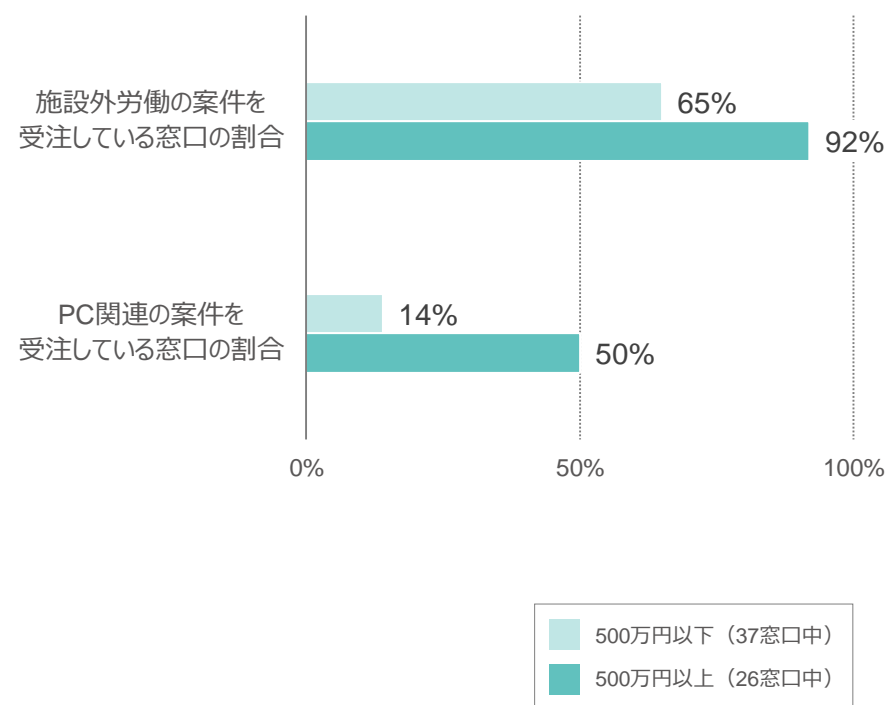
4. クロス集計総論

Ⅱ 民需受注金額と受注業務の種類



施設外労働の案件を受注している窓口とPC関連の案件を受注している窓口を比較したが、年間受注額500万円以上／以下の構成比に大きな違いは見られなかった。
PC／非PC作業問わず受注額が伸びていることが要因と考えられる。

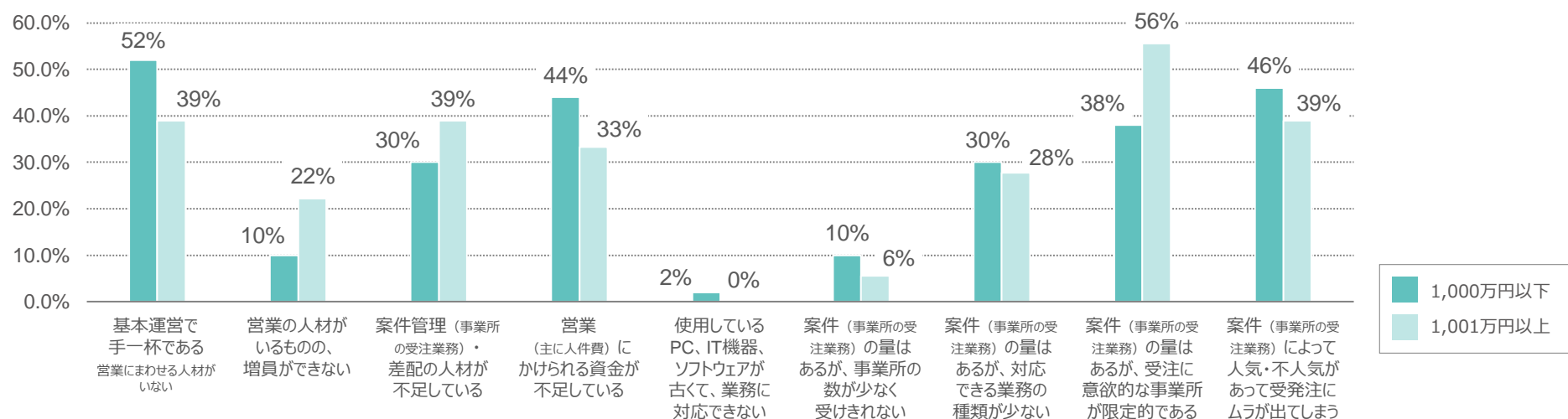
参考 昨年度回答結果



2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

Ⅲ 民需受注金額と今後の民需受注拡大への課題の相関

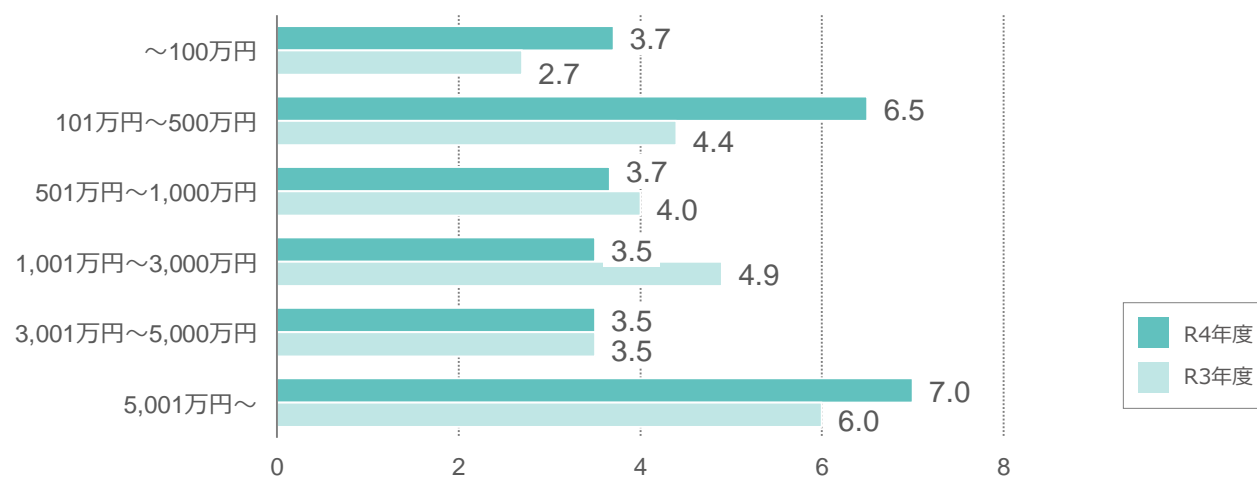


民需受注金額が1,000万円以下の窓口で最も多い課題は「基本運営で手一杯である（営業にまわせる人材がない）」。一方1,001万円以上の窓口では「案件（事業所の受注業務）の量はあるが、受注に意欲的な事業所が限定的である」であり、営業人材（営業力）の課題には対応出来ているが、受注した案件に対応する事業所のアサインに苦慮していると想定される。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

IV 民需受注金額と組織人数の相関

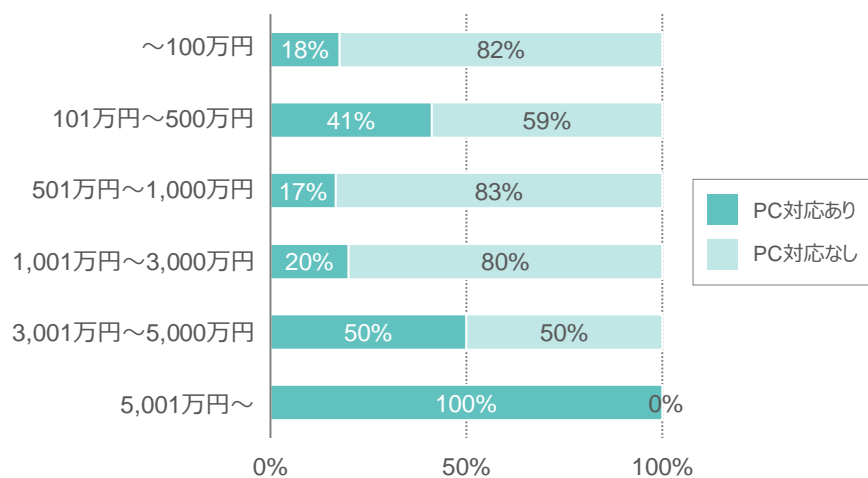


昨年と比較し、民需金額が500万円以下の窓口の人数が若干ではあるが増えている。
民需に注力していない大型窓口の増加、または営業効率の低下が危惧される。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

V PC対応の有無と民需受注金額の相関

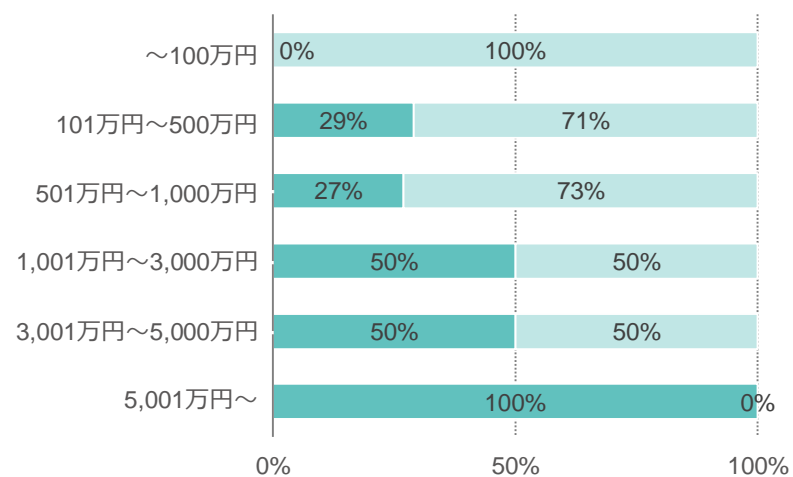


昨年と同傾向。

民需の年間受注額が1,001万円～3,000万円の窓口について、昨年はPC対応なしが50%だったのに対し今年では80%と、非PC作業であっても1,001万円以上売上げている窓口が増加している。ただしそれ以上に拡大させるためにはPC作業への対応が重要。

※民間企業からの年間受注総額

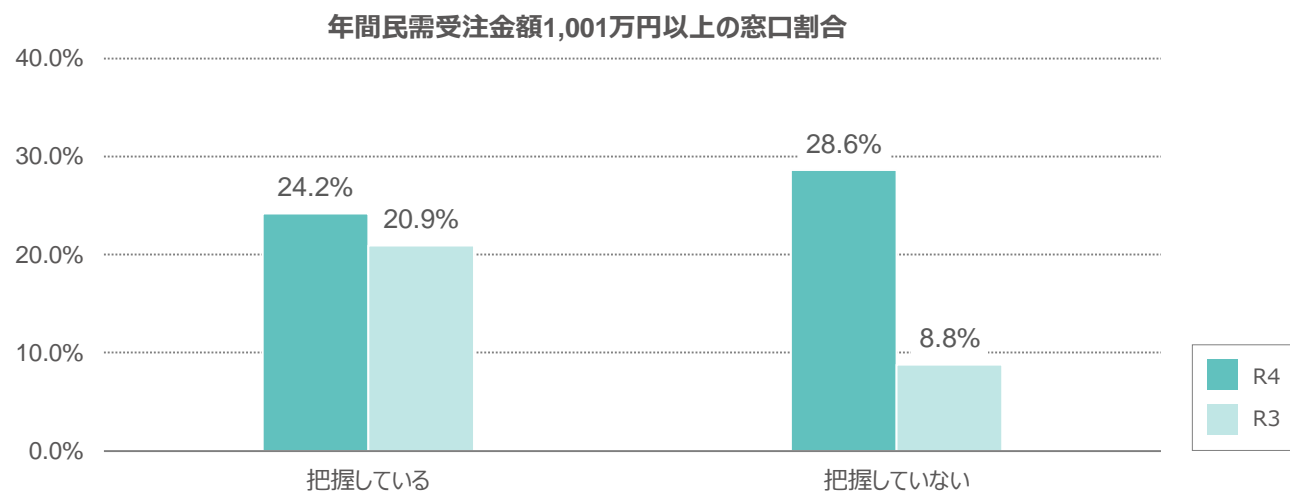
参考 昨年度回答結果



2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

Ⅵ 事業所情報の管理項目と年間民需受注金額の相関 登録事業所の主な業務内容を把握しているか否かと民需受注金額



昨年と異なり、主な業務内容を把握しているか否かは、民需に影響を与えていないという結果になった。全体の売上額が上がっている事が要因の一つとして想定される。

一方で、マネジメントという側面から考えれば業務の実行する登録事業所の情報把握は必要であり、事業所マネジメントのノウハウ提供やIT化に向けた環境整備が求められる。

2. 共同受注窓口の基礎情報の収集・整理

4. クロス集計総論

Ⅶ 「受発注促進型窓口」の要件に該当する窓口抽出

アンケート質問	アンケート回答
本事業で受注した業務案件情報をの受け取りを希望されますか	「はい」
民間企業からの受注拡大について、現時点での関心を教えてください	「積極的に受けたい」「受けたい」
工賃が高ければ、多少納期が短くても受注したいですか	「受注したい」
行った事が無い業務内容でも、工賃が高い場合は受注したいですか	「受注したい」
行った事がある業務なら、短納期でも受注したいですか	「受注したい」
2021年度の民間企業からの受注業務の種類と売上金額の比率	「簡易PC作業」「専門的PC作業」を選択

全73窓口中
13窓口が該当

民需に対してより積極的な窓口を「受発注促進型窓口」と定義した。受発注の促進にはPC作業に対応可能であることは最低限必要な要件である。したがって、今後の事業拡大を示す回答として「PC作業の実績がある」ことを抽出の条件に含めた。PC作業の実績がある窓口は全体の31%（全73窓口中23窓口）に留まった。結果として「受発注促進型窓口」の定義に該当する窓口は全体の18%（全73窓口中13窓口）となった。

PC対応可否を問わない場合、対象窓口は約60%（全73窓口中43窓口）にまで拡大されることから、民需拡大のボトルネックの一つに共同受注窓口のIT化の遅れがあることが分かる。

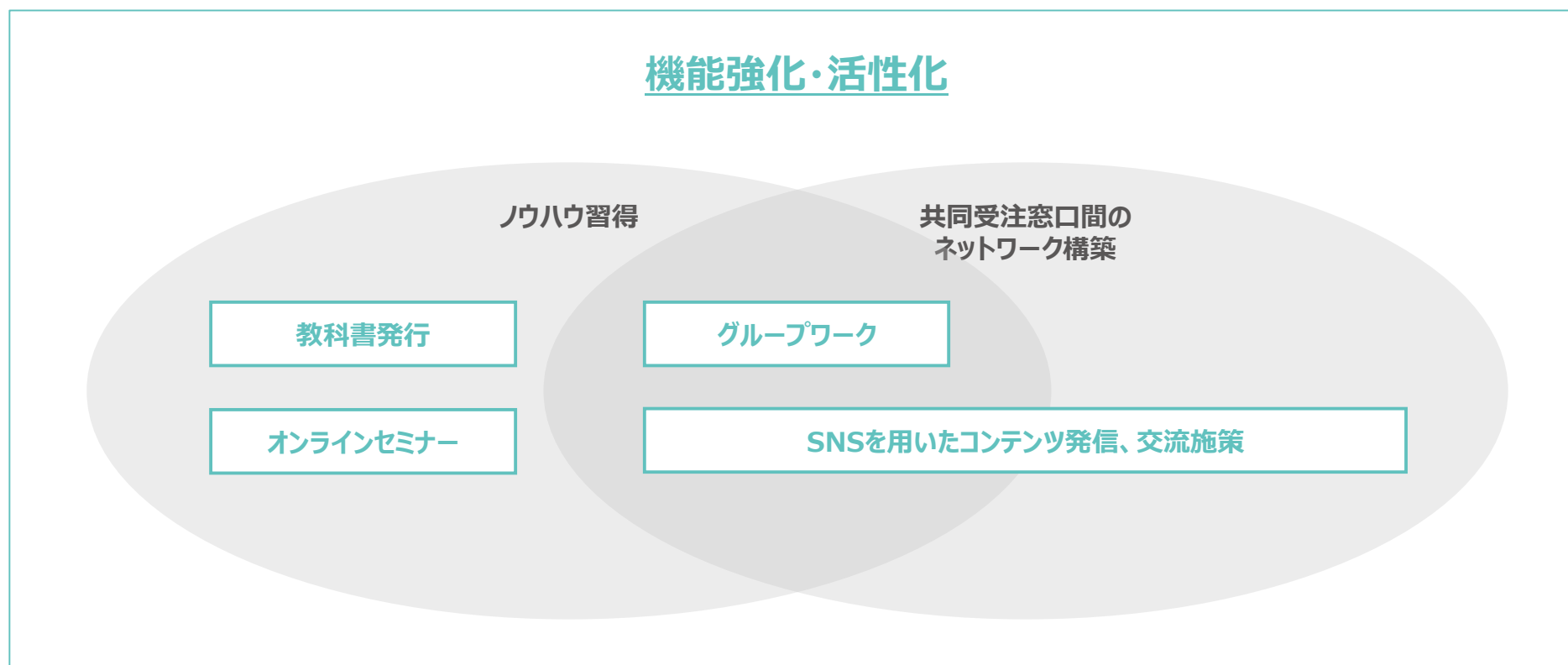
民需に積極的な共同受注窓口のIT化支援が、民需拡大および工賃向上の鍵と考えられる。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

共同受注窓口の機能強化・活性化

共同受注窓口の機能強化・活性化としては、①営業活動やマネジメントなど、共同受注窓口運営のためのノウハウ習得、②共同受注窓口間のネットワーク構築の2点を目的に、各種施策を実施した。



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

1. 教科書アップデート

- **新たなコンテンツの検討**
(ウェビナーと連動しPPTマニュアル中心)
- **今年度2回（第4版、第5版）の配信**



2. オンラインセミナー

- **今年度2回ウェビナーを開催**
→【第1回】PPT資料の作り方
(骨子に特化)
→【第2回】PPTテンプレートの使い方
(PPT操作に特化)
- **共同受注窓口営業向けに、営業資料のテンプレートを作成し配布**

4. ワークショップ + 事業所見学

- **大阪会場（コクヨ株式会社大阪本社）にて開催**
→ 共同受注窓口同士の交流の場
(2時間位)
- **特例子会社（コクヨKハート株式会社）見学会も実施**

3. ミニフォーラム

- **東京品川会場（コクヨ株式会社品川オフィス）にて開催**
- **障害者施設への発注経験のある企業との対談、実案件を例にしたケーススタディを実施**

5. LINEWORKSチラシ講座

- **LINEWORKSを活用し、チラシの構成やデザインのフィードバックを実施**
- **全国版共同受注窓口が作成したPowerPointのチラシ案をLINEWORKS登録メンバーに公開**

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

2. オンラインセミナー（第2回）

第2回	開催日時	2022年12月8日（金） 14：00～15：30
	講師	ヴァルトジャパン株式会社 代表取締役 小野貴也
	参加費	無料
	開催形式	オンライン講座
	参加者数	18名



テーマ	論理的に伝わる提案書の構成を学ぼう
プログラム	
参加特典	『資料作成ガイドライン』

論理的に伝わる提案書の構成を学ぼう

資料の骨子の作り方

- ✓伝わる提案書とは
- ✓資料作成6つのステップ 等

共同受注窓口様向け完全オリジナル

『資料作成ガイドライン』

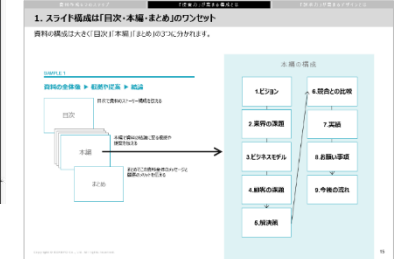
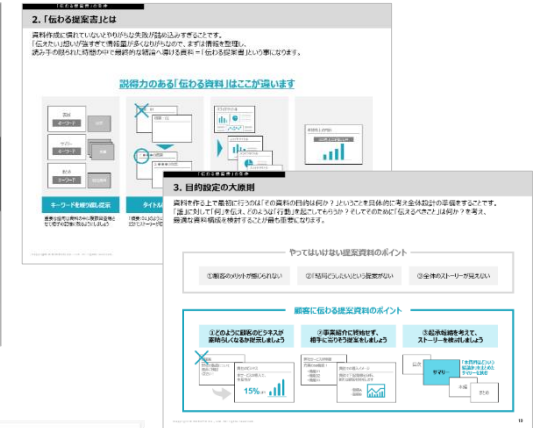
講師紹介



ヴァルトジャパン株式会社 代表取締役 **小野 貴也**

シオノギ製薬株式会社のMR（精神疾患・生活習慣病医薬品担当）に従事中、障害や疾患を抱える多くの方々には仕事の成功体験を積み重ねるための社会的システムが不十分である実態に衝撃を受け、社会的就労困難者が「仕事を通じて活躍できる社会（社会的仕組み）」を作ると決心し、2014年8月同社を創業。

『資料作成ガイドライン』



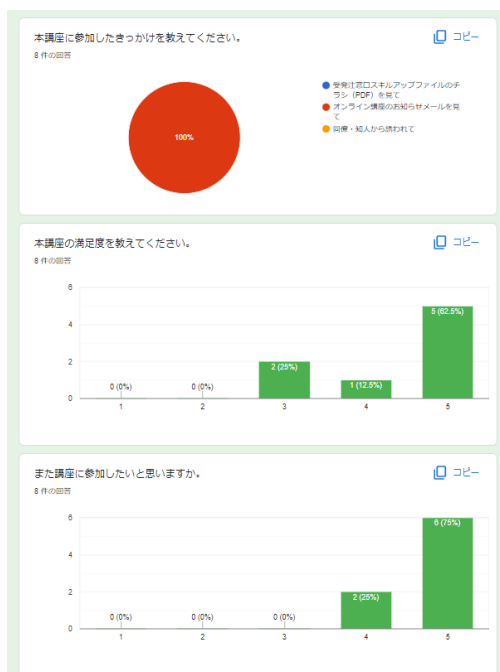
3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

2. オンラインセミナー（第2回）

提案資料の構成など、基礎的な内容から学ぶ機会となり、好評を得た。

アンケート概要

第2回	回答受付期間	2022年12月8日～12月13日
	回答数	8名（回答率：44.4%）



今回の講座の感想をご自由にご記入ください。

7件の回答

教えていただいたことを参考に提案資料を作成してみます。
共同受注窓口のパンフなどなかったので作成したいと思いました。

Line Works登録させていただきます。

これからの資料作りの参考にさせていただきます

とても参考になりました。簡素に作成することが重要。

大変分かりやすい資料の構成方法から学べて、とても勉強になりました。LINEWorksの活用チャンネルも楽しみにしています！今後とも、どうぞよろしくお願いいたします。

提案資料作成やチラシ作りは個の技量任せだったので、今回の講座は勉強になりました。

具体的なNG例などを載せていただいたので、視覚的にもわかりやすい内容だと思った。まずは必要な要素を全部書き出してから削るという方法もわかりやすいご説明だったと思います。簡潔な内容と見やすいデザインの両輪で作っていくのが提案資料だとわかりました。

次回以降の講座で取り上げてほしい内容や、期待することがあれば教えてください。

4件の回答

登録事業所や顧客情報の管理方法について取り上げてほしいです

イベント集客や事業所製品購入につながる効果的なSNS活用など

共同受注窓口の横の繋がりが出来ること、期待しております。

他の窓口の民間企業への営業のやり方などの取り組み例を具体的に知りたい。何か自分では思いつかないヒントがあると思う。そこでつまづいていて進まない窓口もたくさんあるのではないかなと思う。官公庁の仕事も限りがあるので、民間を開拓するノウハウを共有するのが全国共同受注の趣旨の一つではないかと思っている。窓口みえも私が1年前に入るまでは民間向け営業担当がいなかったため、ノウハウ不足が課題。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

2. オンラインセミナー（第3回）

第3回	開催日時	2022年12月15日（金）14：00～15：00
	講師	コクヨアンドパートナーズ株式会社 錢谷靖子
	参加費	無料
	開催形式	オンライン講座
	参加者数	11名

テーマ

デザインで一步先を行く PPT操作を学ぼう

プログラム

- ✓オリジナルテンプレート概要
- ✓PPT操作説明
- ✓質疑応答



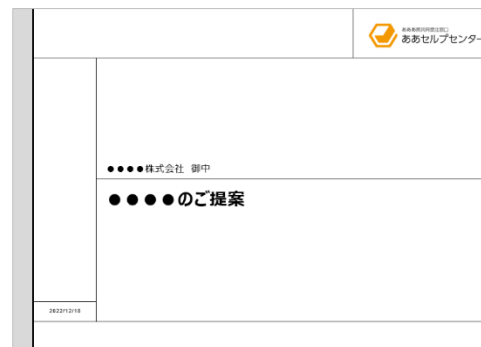
講師紹介



コクヨアンドパートナーズ株式会社
クリエイティブディレクター **錢谷 靖子**

カナダのバンクーバーにてデザインを学び、帰国後はグラフィックデザイナーとして多数の広告制作物やエディトリアルデザインを経験。現在コクヨアンドパートナーズのクリエイティブディレクターとしてデザインの統括や新規案件の提案や立上げ、社内外の研修を担当。PPT MOS資格保持者。

『すぐに使えるPPTテンプレート』



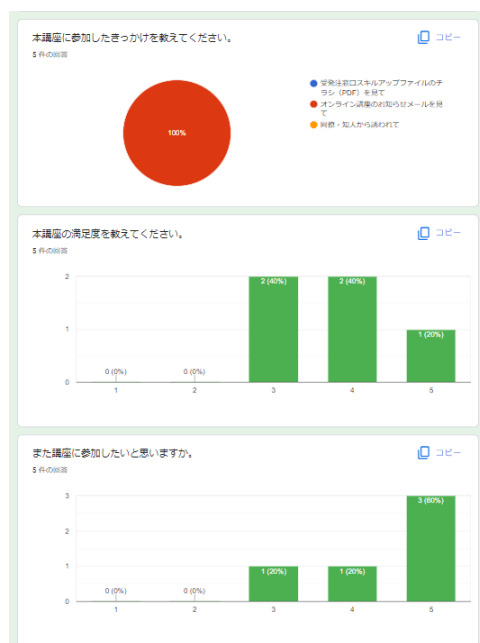
3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

2. オンラインセミナー（第3回）

PowerPointは使用頻度は高いものの利用方法を学ぶ機会は少なく、技術向上の機会は好評を得た。

アンケート概要

第3回	回答受付期間	2022年12月15日～12月20日
	回答数	5名（回答率：45.4%）



今回の講座の感想をご自由にご記入ください。

5件の回答

Officeの中でパワーポイントが一番自己流だったため、プロ目線のお話や操作方法をたくさん聞けて非常にありがたい時間でした！ありがとうございます。上司が黒と言ったら黒になる悲しい制作現場でしたが、少しでも技術の底上げに吸収していきたいです。

テンプレートありがたいです。初心者だったため、講座についていくのに必死でしたが、今後活用したいと思います。ありがとうございました。

パワーポイントは、チラシづくりやプレゼン資料（スライド）づくりによく使うツールでしたが、恥ずかしながらスマートアート、グループ化の機能は利用していなかったので大変勉強になりました、より便利に活用できそうです。

1画面でzoomを見聞きしながらパワポ操作は若干やり辛さを感じました

自分がパワーポイントに不慣れというのもありますが、説明を聞きながら画面上で作業するには時間がタイトでした。倍くらいの時間が必要かと思います。ただエクセルはかなり使うので基本は同じと考えており、スライドマスターの概念さえわかれば触っているうちにわかるかと思います。最後のちょっとしたコツの話をもうちょっと聞きたかったのですが、次のzoom会議があったので残念でした。

次回以降の講座で取り上げてほしい内容や、期待することがあれば教えてください。

3件の回答

ホームページのデザインやパワーポイントの続編講座（スライド切替やアニメーションについて）

ECサイト作成について

単価交渉のやり方、適正単価の算出について（特に内職）。現状は健常者の方が行って一時間に何個作れるのかを目安に最低賃金から算出しているが、他にも良い方法があれば教えて欲しい。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

3. ミニフォーラム

開催日時	2023年2月3日（金） 11：00～12：30
登壇者	株式会社タレントアンドアセスメント 取締役 樋口雅人様
ファシリテーター	ヴァルトジャパン株式会社 代表取締役 小野貴也
参加費	無料
開催形式	オンライン講座（Zoomウェビナー）
参加者数	14名



登壇者



株式会社タレントアンドアセスメント 取締役 **樋口 雅人**

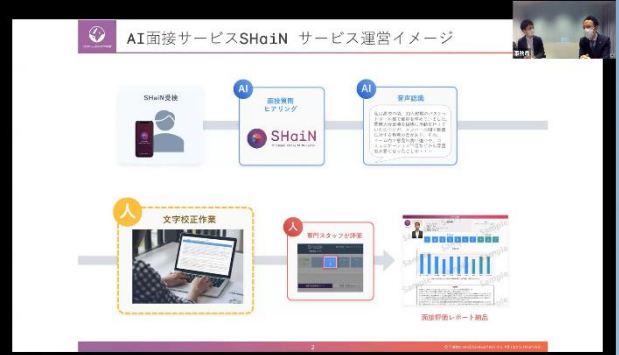
アクサ生命で営業職を経た後、マネジャーとして営業管理やスカウト業務に従事。採用メソッドの知見と経験を活かしT&Aパートナーズへ参画。2014年、タレントアンドアセスメント設立と同時に取締役へ就任し、対話型 AI 面接サービスSHaiNの開発責任者として、AIのアルゴリズムやフレームワークなどSHaiNの中枢を構築。現在は戦略・情報・業務の責任者として、タレントアンドアセスメントの事業成長を支える。

テーマ

発注企業が描くインクルーシブな未来

- **本事業の主旨/期待について**
厚生労働省 社会・援護局 障害保健福祉部 障害福祉課 就労支援係 野原千宮満 様
- **発注企業が描くインクルーシブな未来**
 - ✓ 発注の経緯
 - ✓ 具体的な発注業務内容
 - ✓ 窓口がどのような営業をすると良いか
 - ✓ 今後の事業展望：事業成長に伴う窓口への期待
 - ✓ 誰もが活躍できる社会の実現に向けた思い

プログラム



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

3. ミニフォーラム

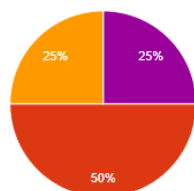
普段知る機会が少ない他社の受発注モデルの具体例を通し、実務の参考になると好評を得た。

アンケート概要

回答受付期間	2023年2月3日～2月10日
回答数	4名（回答率：28.6%）

本講座に参加したきっかけを教えてください。

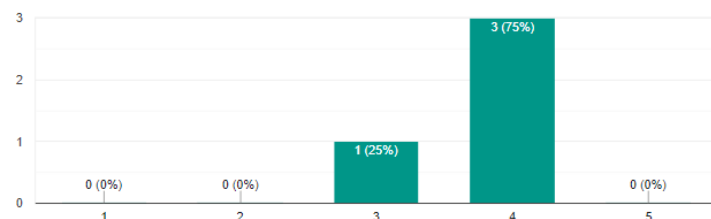
4件の回答



- 受発注窓口スキルアップファイルのチラシ (PDF) を見て
- オンライン講座のお知らせメールを見て
- 厚労省サイト「ワンストップ」を見て
- 同僚・知人から誘われて
- 広島市役所からの案内

本講座の満足度を教えてください。

4件の回答



今回の講座の感想や講師に伝えたいことなどをご自由にご記入ください。

3件の回答

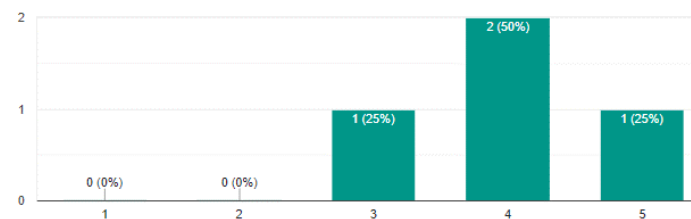
発注が促進される条件の話がされている時に、その条件を簡単に文字で記載した資料がほしい（聞き取って全て書き留めることが難しかったため）

ありがとうございました。

内容は、私が業務として行っている障害者事業所への受注拡大コーディネートと近いものでしたので、大変参考になりました。次回も楽しみにしております。

また講座に参加したいと思いますか。

4件の回答



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

4. ワークショップ + 事業所見学

開催日時	2023年2月17日（金）	ワークショップ：13:00～15:00 Kハート見学：15:00～16:00
実施会場	ココヨ株式会社 大阪本社	
講師	ヴァルトジャパン株式会社 代表取締役 小野貴也	
開催形式	現地参加 + オンライン（Zoom）	
参加者数	現地参加3名 + オンライン2名	
参加窓口	愛知県、大阪府、広島県、三重県	



テーマ

**受注につながる
マーケティング手法を学ぼう**

プログラム

- ✓オリジナルテンプレート概要
- ✓PPT操作説明
- ✓質疑応答



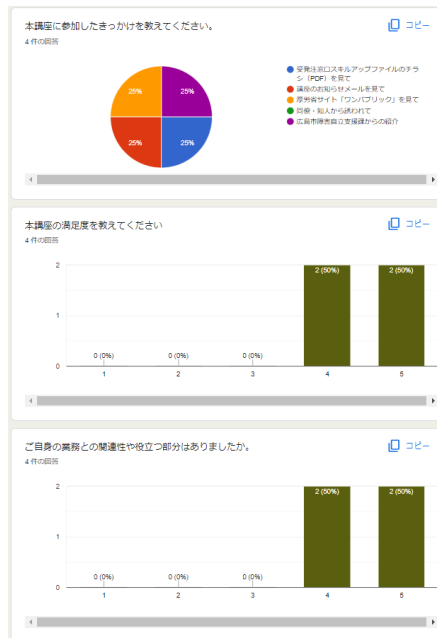
3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

4. ワークショップ + 事業所（Kハート）見学

ワークショップを通じ、普段関わることのない共同受注窓口の職員と意見を交わす機会となった。

アンケート概要

回答受付期間	2023年2月17日～2月22日
回答数	4名（回答率：83%）




ココヨKハート株式会社

所在地：大阪市東成区大今里南6-8-10
創業：2004年1月1日
従業員：115名（障害者：60名）

ココヨグループの特例子会社。
印刷事業、デザイン事業、BPO事業を展開し、ココヨグループにおけるこれらに関する業務を担う。
昨今ではグループ内における障害者インクルージョンとダイバーシティ実現のため、文房具やオフィス家具のインクルーシブデザインなどにも取り組む。

今回の講座の感想や伝えたいことなどご自由にご記入ください。

4件の回答

講座については、商品の売り込み方、顧客へのマーケティングといった手法がとて分かりやすい流れで学ぶことができたのでよかったです。
一方で、参加者が少なかったのは残念でした。普段は関わることのない窓口の皆さんとお会いして情報共有ができれば、その面でもよい機会になったと思います。

プレゼン後に個別にフィードバックをいただけて、大変勉強になりました。ありがとうございました。

SPIN話法が難しく感じた。当日は問題質問と示唆質問の違いに悩んだ。後でSPIN話法の本などを読んで思ったが、問題質問は「過去」困った可能性がありそうな事に視点を置き、示唆質問は「未来」に起きそうな困りごとについて視点を置くのと良いのだと思った。

仕方ないこととはいえ、参加人数が少なかったのが残念だった。地域性があるが他の窓口がどのような取り組みをしているかをもっと知りたかった。お互いが自由に話を出来る時間もあると良かった。

もっとPRをして参加者を増やしていかないといけないと思いました。

（Kハート見学に参加された方のみ）見学感想や伝えたいことなどご自由にご記入ください。

3件の回答

専門的な業務（デザインや印刷）から、細やかな手作業まで、想像以上に幅広い業務を担っていることに驚くとともに、そのような仕事を創出する努力やアイデア、働く環境づくりについて大変興味いたしました。

ココヨとKハートの協業を推進するべく、コミュニケーションルームを整備した点が印象に残りました。また、Kハートの皆さんが作業の手を止めて、私たち見学者に挨拶をしてくださって、嬉しかったです。ありがとうございました。

先進的なココヨでもKハートに親会社の業務を振るといのは最近まで出来ていなかったのだと思った。理由は色々あると思うが、窓口組織と同じ問題を抱えており、双方のすり合わせが難しいのではないかと感じた。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

4. ワークショップ + 事業所（Kハート）見学

Kハート代表取締役による作業所説明をワークショップ参加者が受けている様子



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

SNSを用いたコンテンツ発信、交流施策

SNSの双方向性を用い、全国版共同受注窓口から各共同受注窓口への情報の一斉配信だけでなく、共同受注窓口自信からの情報発信、共同受注窓口間の交流を狙った。

1

全国版共同受注窓口からの 情報発信

ノウハウ習得

共同受注窓口の運営に有益な情報、ノウハウ情報をSNSを利用して発信することで、情報の追加や更新が容易になることを目指す。

2

共同受注窓口からの 情報発信

ノウハウ習得

交流促進

共同受注窓口自身から情報を発信することで、各窓口のノウハウや成功体験が共有され、全国の窓口の運営が向上されることを目指す。

3

共同受注窓口間での 交流

交流促進

チャット機能により、これまで交流のなかった共同受注窓口間のコミュニケーションを促す。2.同様、ノウハウや成功体験の共有による窓口機能の向上、また窓口の課題や悩みがコミュニケーションを通じて解消されることを目指す。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

SNSを用いたコンテンツ発信、交流施策

本事業ではSNSツールとしてLINE WORKSを採用した。

LINE WORKSの採用理由

- ・ 掲示板機能による情報の一斉提示が可能
- ・ チャット機能により共同受注窓口間の交流が容易

掲示板

LINE WORKS参加者に対して一斉に情報発信
投稿へのコメント機能により交流も可能



トーク

チャット機能によるコミュニケーションが可能
個人間での会話だけでなく、複数名が参加して会話を行う「グループトーク」機能も存在



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

SNSを用いたコンテンツ発信、交流施策

実施期間	11月2日（水）～ 登録のための各窓口への招待開始 11月14日（月）～ 情報提供開始
登録者数	30名
登録窓口数	27窓口（3名所属不明）
目的	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全国版共同受注窓口からの情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・ 共同受注窓口運営のためのノウハウ情報を発信 2. 共同受注窓口からの情報発信 3. 共同受注窓口間での交流 <ul style="list-style-type: none"> ・ 共同受注窓口間の交流を促すトークルームを運営



YouTubeによる登録方法のアナウンスを実施



初期設定の方法をマニュアル化しLINE WORKS上に掲載

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

1. 全国版共同受注窓口からの情報発信 事例

共同受注窓口運営に役立つ情報として、オリジナルコンテンツであるノウハウ情報、本事業で発行を行ったスキルアップファイル記事を、合計32件投稿。

ノウハウ情報	7件	共同受注窓口の営業活動に役立つノウハウを1コンテンツ1テーマで発信 例) 顧客課題の解像度を上げる方法/キャッチコピーの作り方 など
スキルアップファイル	25件	昨年より本事業を通じて全国の共同受注窓口へ郵送した「共同受注窓口 スキルアップファイル」を記事として投稿



そもそも、顧客課題って何？

皆さんにも、それぞれに達成したい目標がありますよね。

例えば、「事業所収益に貢献したい」「工賃向上に貢献したい」「事業所職員さんの負担を少しでも減らしたい」などなど。

顧客（ここでは仕事を発注してくれる企業のことを言います。）にも、同じように達成したい目標があります。

例えば、「売上を増やしたい」「新規顧客を増やしたい」「販管費を抑えて、利益を増やしたい」などなど。



1. プロジェクトとタスク

ビジネスにおいて、「プロジェクト」や「タスク」はよく登場する言葉のひとつです。まずはそれぞれのイメージをしっかりと押さえるところから始めていきましょう。下図のように、プロジェクトには必ずゴール（＝達成すべき目的）があります。そのゴールにたどり着くために行う必要がある作業ひとつひとつがタスクです。つまり、プロジェクトはタスクの集合体ということになります。

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

2. 共同受注窓口からの情報発信／3.共同受注窓口間での交流 事例

掲示板機能を用いて、各窓口の特徴や他窓口へのコメントなどを投稿出来る「共同受注窓口紹介」を運用した。投稿内容に対し、他窓口からコメントが付くという偶発的な交流を体現することができた。

📄 テンプレート 

共同受注窓口紹介

作成者 | 全国版共同受注窓口
最終更新者 | 全国版共同受注窓口

窓口名
なければ自治体名など「団体」を理解できる呼称がかまいません



コクヨアンドパートナーズ株式会社


窓口や事業を紹介するホームページ
ない場合は「なし」と記入ください

<https://www.kokuyo-partners.co.jp/>

わたしたちの特徴/強み
得意な業務ジャンル、事業所の特性など

長年の民間企業へのBPOサービス提供実績

@様
お世話になります。です。

では12月にインボイス制度研修会を行いました。
民間企業の仕入対象から外されるかもしれない懸念から、課税事業所登録を行う事業所が増える見込みです。
仕入対象でない事業所はそのまま免税事業者でいるところもあり、
そういったところへ官公需で仕事を割り振る場合は共同受注窓口（中間支援団体）が二重課税を負う必要があるため、
官公需の見積依頼の際に、
事業所から上がった見積金額＋消費税（8%または10%）を上乗せして、中間支援団体の経費負担軽減を図る予定です。
※担当会計士からも、この方法がオススメだと言われました。

その際の注意点として、共同受注窓口への見積依頼前に、官公需から見積予定の事業所へ直接参考見積として
依頼を行って、金額調整をさせずかなりの低価格に裏で手を回すような手法をされないよう、
参考見積依頼でも事業所ではなく、共同受注窓口にご依頼くださいと県障害政策課を通じて広報を行っています。

先に低価格の参考見積をされてしまうと、事業所間の見積金額を比較して全体工賃を底上げすることも、
予定予算ぎりぎりに収まるよう金額調整も行えないので、事業所にもそのような話があったら
金額回答する前に事務局へご一報くださいと連絡しています。

他県の皆さま、他に良い対応方法ございましたらご意見よろしくお願いたします。

インボイス制度導入への対応策を募る投稿に対し、他窓口から事例の共有があった

3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

3. LINEWORKSチラシ講座

トークルーム「VALT JAPAN小野社長に聞いてみた」を設置し、共同受注窓口からの営業資料に関する質問を募集。全国版共同受注窓口から資料の構成・デザインに対するフィードバック及びビフォーアフターの作成を行い、より実践的な機能強化に注力した。このデザインデータは元となるデータの所有者に許可を得た上で当該トークルーム内で一斉に共有した。

SNSというプラットフォームを利用することで、即時的ニーズに応え、質問窓口に許諾を得て他窓口へ情報を共有するという、登録窓口一斉の機能強化底上げが叶った。



表面



裏面



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

SNS施策のプラットフォーム化にむけた3つの“S”

SNSが共同受注窓口間の交流プラットフォームとして機能し、共同受注窓口の機能強化・活性化を実現するまでのステップを3段階に分けて示した。

1

STUDY (学ぶ)

共同受注窓口職員の興味を引く情報を定期的に発信することにより、共同受注窓口の登録を促す。

具体的なイメージ

- 登録者が無料で読めるノウハウ記事
- 共同受注窓口対象のセミナー、ワークショップ等の案内



お客様、課題解決に向けて
「何を」「どう」を明確に把握することが、
まずは、課題解決の第一歩です。課題解決の
第一歩は、課題解決の「何を」「どう」を明確に把握することです。
課題解決の「何を」「どう」を明確に把握することにより、課題解決の
第一歩は、課題解決の「何を」「どう」を明確に把握することです。



2

SHARE / SPREAD (共有する / 広める)

①のセミナーなどで交流した共同受注窓口同士がチャットで交流を始めたり、積極的な共同受注窓口が自発的に情報を発信し始める。小規模な交流から始まり、徐々に交流の母数が増えていく。

具体的なイメージ

- 掲示板機能を使った、共同受注窓口から他窓口への質問、呼びかけ
- セミナー終了後、参加者同士のグループチャット活用



3

SPRING (具体化する、前進する)

①の情報や②で得た他窓口の実例を元に、各共同受注窓口が課題解決や新たな取り組みを実践する。実践によって得られた新たな体験や知見が②によって他窓口に共有される好循環が生まれる。

具体的なイメージ

- 営業資料のブラッシュアップ
- 就労支援事業所の管理方法の見直し
- 新規営業



3. 共同受注窓口の機能強化・活性化

SNS施策のプラットフォーム化にむけた3つの“S”

①STUDY(学び)により、共同受注窓口の個々の機能が強化される。各共同受注窓口の取組が②共有・拡散されることで、その成功体験が一共同受注窓口内に留まらず、全国の共同受注窓口の機能向上につながることを期待できる。

1 STUDY

学びのコンテンツは更新され続け、
②⇄③のサイクルを強化する

3

SPRING

①②によって
知識や事例を得て、
自組織でも実行。
共同受注窓口の
前進に繋がる。

就労支援事業所への
マネジメント力向上

SUCCESS

工賃向上
(営業力の向上)

2

SHARE/ SPREAD

①で得た知識を元に、
窓口機能を強化。
積極的な共同受注
窓口はその取り組みを
ネットワークを使い広く
共有。

4. 受発注支援体制モデルの構築

4. 受発注支援体制モデルの構築（WIP）

1. 受発注支援事業

本年度の受発注支援事業では、発注総件数4件・本事業期間における発注総額約1千万円（年間想定3千万円超）の発注を行った。発注業務の主な内容は、データ入力業務・音声データの文字起こし業務・画像加工系業務であり、場所を問わないPCを活用したIT業務（反復系の特徴を持つ業務）の受発注を実施した。

	発注総件数	発注案件総額	
		本事業期間総額	年間想定
PC作業 データ入力業務 音声データの文字起こし業務 画像加工系業務	4件	¥10,421,249	¥32,700,000
合計	4件	¥10,421,249	¥32,700,000

過去2年間の運用に基づき、本年度の受発注事業については「応募型」から「指名型」にて案件を展開。

- ※ 選定基準：IT案件の受注実績、専任者の有無、IT関連案件の受注量推移（過去2年間）等
- ※ 3年度分の豊富なアンケートデータを活用しながら、発注先を選定する運用方式を採用したこともあり、ミスマッチなく案件の流通を実施することが可能になった


4. 受発注支援体制モデルの構築 (WIP)

大企業の統合報告書－転記案件

おおい共同受注センター

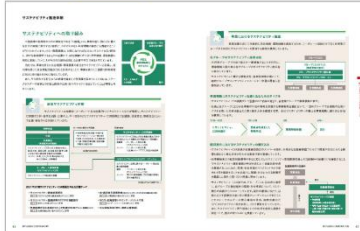
案件概要	大企業の統合報告書－転記案件
現状	現在は発注企業のデザイナーが担当。1冊あたり3日程度時間を要する、隙間時間を利用しながら作業しているが、実際はこの業務による工数逼迫によりコア業務に集中することができない状況。 校了に近い状態のPDF (A) と昨年度版のPDF (B) の差分を目視で拾う。他の開示資料などにも同時に目を通しながら「業務内容」Step1、2つを行う。
業務内容	STEP1：支給する和文のPDF (A) を、指定に従ってワード原稿に落とし込む STEP2：別途指定する和文のPDF (B) を読み、PDF (A) との差分を拾う
業務量	年間20冊以上

Step 1




支給する和文のPDF (A) を、ワード原稿に落とし込む。コピペ・アプリの使用など、方法はお任せします。

例) 三菱商事 統合報告書2021
ページ数：126




P46-47

ワード原稿



例) 三菱商事 統合報告書2020
ページ数：112

別途指定する和文のPDF (B) を読み、PDF (A) との差分を拾う。



例) 三菱商事 統合報告書2020
ページ数：112



P48-49

※ 実際のワード原稿 (6枚) のサンプルを入れています。(参考：ステップ1)

【指定】

- 左側に和文、右側に英文を入れられるように、ワードの表機能を使用してください。
- エディター、翻訳者、クライアントなど多くの方がこのフォーマットをベースに英文を編集します。

※ 実際のワード原稿 (6枚) のサンプルを入れています。(参考：ステップ2)

- 指定するPDF (B) と比較して、PDF (A) の内容と異なる場所を黄色でハイライトします。

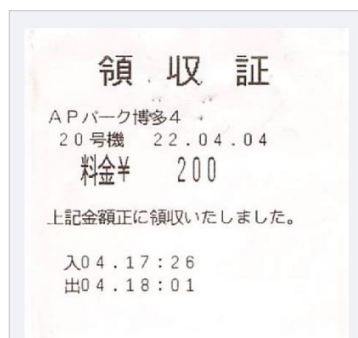
4. 受発注支援体制モデルの構築（WIP）

新規PC作業（大手通信キャリア：AIアノテーション）

セルプセンター福岡

案件概要	会計ツールの領収書データ入力業務
現状	すでに本業務を担う複数の外部事業者があるものの、発注企業の事業成長及び業務量の増加に伴い、サプライヤーを増加したいという需要あり。（顧客企業へのサービスを継続かつ安定的に提供するためには、大規模なリソースを提供できるサプライヤーが必要）
業務内容	主に、領収書情報の入力業務。画面左側に領収書の原本データが映される。右側には、原本データをみながら必要情報を入力するための入力フォームが設置されている。1画面のみで入力業務が完結できる業務。
業務量	1日あたり数千枚～数万枚※業務担当利用者数規模：200名程度

入力画面イメージ（顧客システムにて入力作業）



検索項目	入力欄
支払先名	<input type="text"/>
ふりがな	<input type="text"/>
電話番号	<input type="text"/>

5. 全国版共同受注窓口モデルの成果と課題

5. 全国版共同受注窓口モデルの成果と課題

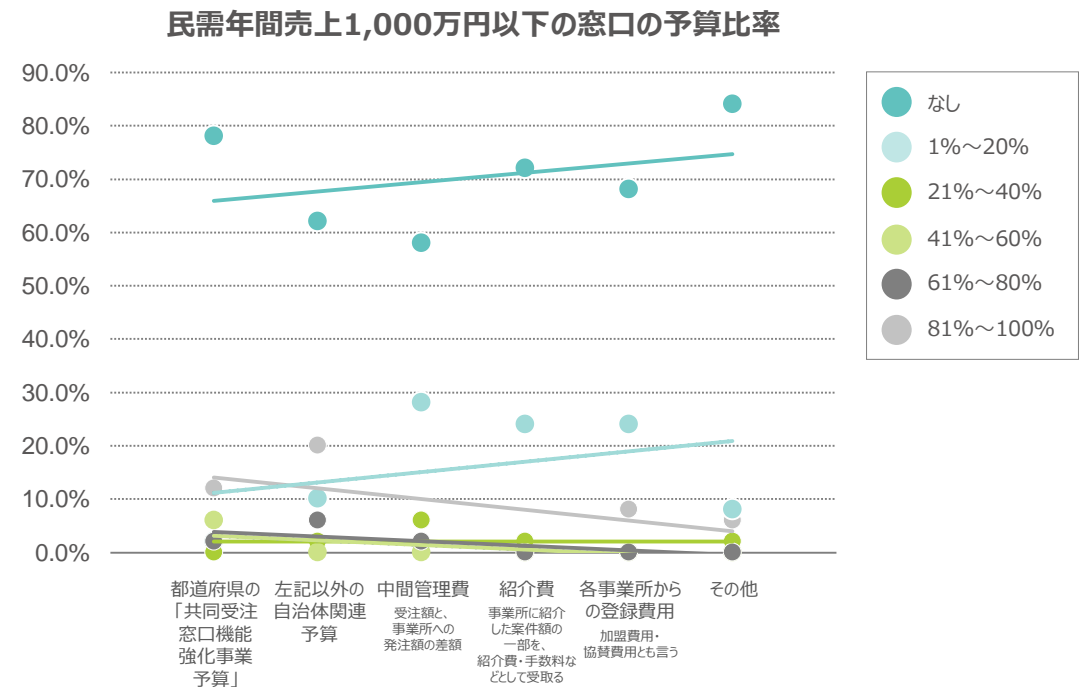
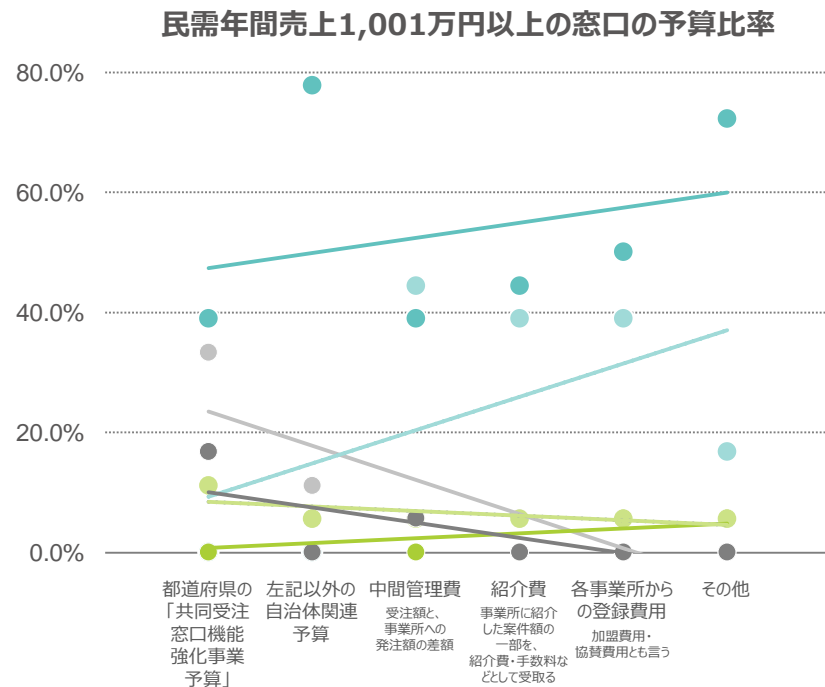
各施策で得られた課題と対応策

No.	実施業務	課題	対応策
1	基礎情報の収集・整理	<p>全国版としての共同受注窓口情報の正確な把握</p> <p>共同受注窓口や担当者への入れ替わりなど、全国版としての活動は新年度で登録されている共同受注窓口の確認作業から入ることになる。新規登録の窓口や担当者に対し、ゼロベースで本事業の説明をする必要があり、足並みを揃えることにも時間を要する。そのため、計画的な事業遂行が困難である</p>	<p>厚生労働省への登録制</p> <p>年初(年度替わり)に都道府県から当年度の共同受注窓口を申請する仕組みにすることで、この課題を回避することができる。</p> <p>No.3,4のネットワークへの登録をもって共同受注窓口としての登録とするなど、他課題への対策と合わせた施策として実施することで、より高い効果が期待できる</p>
2	受発注支援	<p>共同受注窓口としての目的やミッションの明確化</p> <p>全国版としては主に民需における受発注促進の活動を行ってきたが、そもそも民需をミッションとせず、地域の官公需や販売会など地域密着の活動を目的としている窓口も一定数ある。これらのバラつきの中では一律の対策を講じるのではなく、それぞれの事情に応じた対応が求められる</p>	<p>受発注促進型窓口の選定、支援</p> <p>民需案件に意欲的な窓口を「受発注促進型窓口」として選定し、それら窓口積極的に情報提供を行うことで、民需案件の情報を必要とする窓口に対して、よりスピーディーに手厚く情報を提供することが出来る。選定方法としては、No.1の登録制や、本事業で取り組んだようなアンケートの実施などが想定される</p>
3	機能強化・活性化 ネットワーク構築	<p>ノウハウや成功事例の情報共有</p> <p>現状、共同受注窓口の運営人員数は平均で4.4名と限られており、また他窓口との交流もほとんどない状況である。</p> <p>業務の属人化や新たな情報習得の機会の不足が懸念される。特に営業力向上のための研修へのニーズは、本事業における調査でも高い関心が確認できた</p>	<p>教育コンテンツの発信、ネットワーク構築</p> <p>民間企業が持つノウハウを学ぶことができるコンテンツや研修などの情報提供が肝要。また窓口の成功事例の発信や、共同受注窓口間でコミュニケーションがとれるネットワークの構築も効果的であると思われる。</p> <p>これら取り組みは、時間や場所の成約を受けないWEB上で提供されることが望ましい</p>
4		<p>IT化</p> <p>IT化に2つの視点で課題がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> 受託業務：現在多くの窓口では軽作業を中心に業務を受託しているが、今後業務の拡大が見込まれるのはIT作業であり、IT作業への対応が民需拡大の鍵となる 共同受注窓口運営：登録事業所の管理、各種連絡手段、No.3で提起したネットワークの活用など、共同受注窓口運営においてもIT化が必要である 	<p>デジタル化の促進</p> <p>PCやスマートフォンなどツールやネットワーク環境などの整備、それらツールを活用するための教育が必要。</p> <p>「ITインフラ整備予算」など、費用面での支援が必要なのは明白だが、その予算を各窓口が活かすためにも、研修の受講を必須化するなど、ハード、ソフト両面からの支援が必要</p>

5. 全国版共同受注窓口モデルの成果と課題

共同受注窓口の予算割合における考察

民需年間売上1,000万円以下の窓口では全ての予算について「なし」の回答が50%を越え、収益構造が不透明化している。一方1,001万円以上の窓口は都道府県の「共同受注窓口機能強化事業予算」が占める割合が高いことが分かる。共同受注窓口機能強化事業予算を有効活用し、民需獲得のための営業力、案件ごとの事業所アサインなどのマネジメント力を強化することが求められる。



6. 全国版共同受注窓口モデルの3年間の取り組み

6. 全国版共同受注窓口モデルの3年間の取り組み

全国版共同受注窓口モデル3の年間の取り組み

令和2年度より、「基礎情報の収集・整理」「受発注支援」「機能強化・活性化」「ネットワーク構築」という軸で事業を行ってきた。

共同受注窓口を通じた全国的受発注支援体制構築事業

	令和2年度事業	令和3年度事業	令和4年度事業
基礎情報の収集・整理	<p>得られた知見・課題・効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> 共同受注窓口の現状把握 最新窓口情報の一覧化 	<ul style="list-style-type: none"> 共同受注窓口のDB化検討 就労支援事業所のDB化による窓口のマネジメント向上検討 	<ul style="list-style-type: none"> 民需に意欲的な窓口の発掘（類型化の示唆）
受発注支援	<ul style="list-style-type: none"> 全国版共同受注窓口としての情報提供 PC作業案件の提供実績 	<ul style="list-style-type: none"> 情報提供～発注への移行率（発注率）の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 民需案件に意欲的な窓口への積極的な情報提供による類型化トライアル
機能強化・活性化	<p>実績から見出したニーズを追加</p>	<ul style="list-style-type: none"> 教科書の発行 ウェビナーの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 教科書続編の発行
ネットワーク構築	<p>実績から見出したニーズを追加</p>		<ul style="list-style-type: none"> グループワーク オンラインツールによる恒常的な交流
その他	<ul style="list-style-type: none"> 事業継続による「全国版共同受注窓口」の認知拡大、それに伴う参加事業所の増加、全国版共同受注窓口モデルの課題検証 		

6. 全国版共同受注窓口モデルの3年間の取り組み

取り組みにより得られた課題と提言

3年間の取り組みにより、毎年新たな課題が見えた。それらの課題を通じ、今後取り組むべき課題とその課題に対する提言を行う。

	令和2年度事業	令和3年度事業	令和4年度事業
課題	共同受注窓口および事業所のデータベース等の整備	全国版としての共同受注窓口情報の正確な把握	全国版としての共同受注窓口情報の正確な把握
	受注～事業所への発注・紹介までのフロー整備と担当者育成	民需における取組みのノウハウ共有	ノウハウや成功事例の情報共有
	段階的なデジタル化への対応	受託業務としてのIT化	共同受注窓口のIT化
	役割の整理による営業機能強化と運用支援	共同受注窓口としての目的やミッションの明確化	共同受注窓口としての目的やミッションの明確化

今後取り組むべき課題 (提言)

- ① 共同受注窓口の成功事例、ノウハウの共有
 - ・ SNS等を用い、共同受注窓口間で情報交換を行えるプラットフォームを構築
- ② 共同受注窓口のIT化（環境整備、受託業務）
 - ・ 窓口のIT化を支援する予算の拡大、ITリテラシーを高めるための職員への教育

③ 発注企業へのアプローチ

- ・ 3年間を通じて共同受注窓口の営業力は課題としてあり続けた
- ・ ①②で共同受注窓口の営業力を強化しつつ、企業側に発注メリットを与え、自然と民需が拡大される仕組みをつくる
 - 1. 「法定協業率の導入」
 - 2. 「在宅就業支援団体精度」の改定

7. おわりに

8. おわりに

本事業のアンケートによる全国の共同受注窓口の実態調査では、共同受注窓口の運営課題が残る一方、新型コロナウイルスの打撃から立ち直りを見せる項目もありました。厳しい状況にありつつも、工夫を凝らして運営を行う皆様の成果が現れていると考えられます。

共同受注窓口間の交流について、SNSを使ったオンラインでの交流という全く新しい施策に対し参加共同受注窓口は一部にとどまった一方、コメント機能を使いオンライン上でのコミュニケーションが発生するなど、課題と成果の両面が見えました。また対面で実施された共同受注窓口の機能強化・活性化を目的としたワークショップでは、参加者同士が活発に意見を交わす場面も見られました。

普段限られた人員で業務に取り組まれている共同受注窓口の皆様において、他の共同受注窓口の取組は非常に有益なものであると考えられます。このような共同受注窓口間の連帯、そこで共有される様々な情報が、冒頭の共同受注窓口運営の創意工夫の一助になります。本事業ではSNSの交流プラットフォーム化を提言していますが、共同受注窓口同士が継続的、長期的に交流し続けるための施策が求められます。

こうした目標を実現するためには、本事業を通して確認された各種課題について、単に共同受注窓口や事業所における局所的なものにとどめるのではなく、広範な社会課題として再認識し、民間企業を巻き込んでいくことも重要な取組になります。

最後になりますが、本事業にご協力いただいた、全国の共同受注窓口、就労継続支援事業所の皆様、誠にありがとうございました。

KOKUYO