



企業へのアプローチ

社会福祉法人 光明会
社会貢献部長 山本 樹

本日お伝えしたいこと



1. 企業へのアプローチをする前に

2. 雇用支援の新たな着眼点

3. 企業開拓におけるマーケティング（初級編）

4. 具体的な企業開拓手法

5. 雇用継続支援のあり方

月

日

日直

--	--

1. 企業へのアプローチをする前に



支援者の心構え①

●企業アプローチでは、お客様（支援先）は、
「企業」である。

●就職支援ではなく、「雇用支援」である。

1. 企業へのアプローチをする前に



支援者の心構え②

● 支援モデルは、医学モデルではなく、
「社会モデル※」 を重視。

・ 医学モデルでは、障害という現象を、疾病、外傷など、健康状態により直接生じた「個人的な問題」とし捉える。

・ 社会モデルでは、同じ現象を、社会によって作られた問題。障害は、個人に帰属するものではなく、その多くが社会環境によって作り出されるものと捉える。

※現在、ICF の基本モデルでは、医学モデルと社会モデルの統合に基づいている。

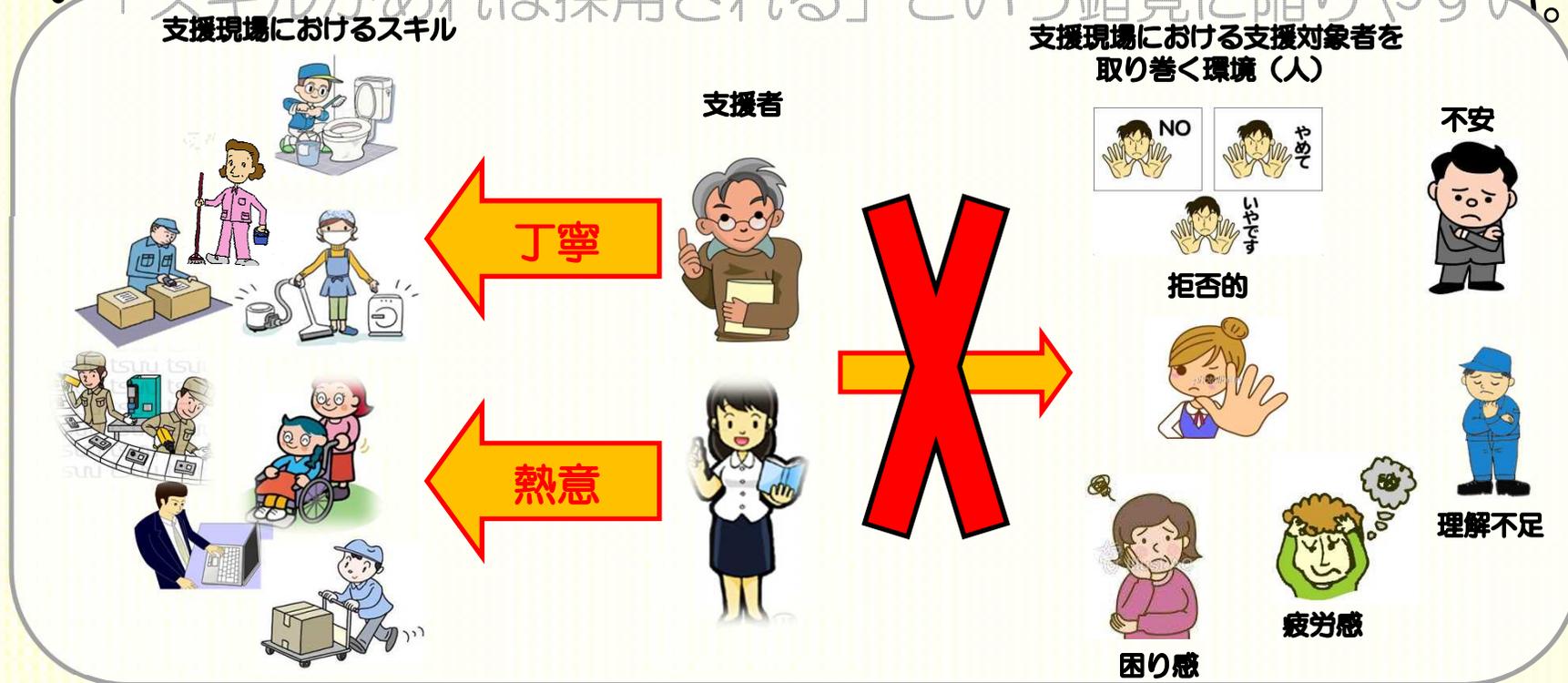


支援現場では医学モデルになりやすい

●支援対象者の

「スキル」に着目しすぎる傾向にある。

- 「スキルがあれば採用される」という錯覚に陥りやすい。



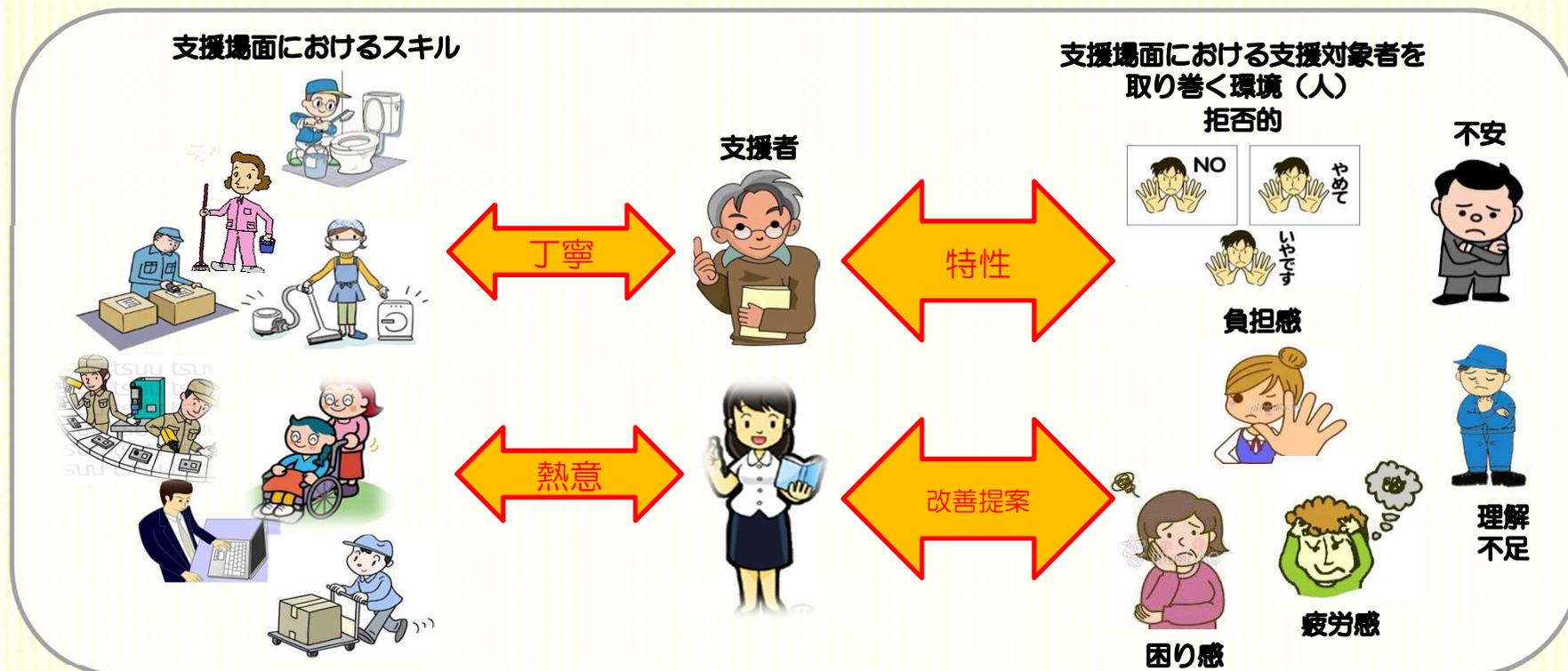
支援現場でこそ、社会モデルを重視する



●ポイントは、支援対象者を

「取り巻く環境（人）」に注目。

・企業側は、雇用を検討する際の多くに、「作業能力もさることながら、一緒に働くことを想定した様々なこと」を考えて採否を決める。



1. 企業へのアプローチをする前に



支援者の心構え③

●企業の存在意義には、

「利益」と「社会貢献」である。

- 利益とは、「社員（家族を含め）の幸せ」の実現。
- 社会貢献とは、
「社会の幸せ（自社製品の売り上げ）」の実現。

1. 企業へのアプローチをする前に



支援者の心構え④

● 「お願い営業」は禁物！

企業とは「**ビジネスパートナー**」である。

- ・ 「お願い営業」は、企業に頭を下げる「御用聞き」的要素が多い。
- ・ 求職者を売り込む姿勢が「お願い営業」の要素を多分に含んでいることを意識。
- ・ 営業は対等な関係であること。



2.雇用支援の新たな着眼点

①働く能力とは働く意欲のこと

●雇用のマッチングは、入社前ではなく、

「入社後」 に行う（求職者の働く姿の予測には限界がある。）

・雇用マッチングとは、**「今すぐ仕事」**をこなせる人財供給ではない。

・**「新卒採用者」**と同じようなイメージを。

・実習、職場見学等の希望者には、その機会を必ず与える。



2.雇用支援の新たな着眼点

②求人票の記載内容を鵜呑みにしない

●企業がイメージする求職者像と実際の求職者には、大きな「ギャップ」がある。

・求人票を作成した担当者が「必要な労働力」を的確に表現できるとは限らない。

・採用基準の多くは、見た目（イメージ）で採用される場合がある。これ事実。



2.雇用支援の新たな着眼点

③経営感覚&ビジネスマナーを身につける

●支援者の「**専門知識**」や「**外見**」で
就職は左右されることもある。

・支援者側と企業側の専門知識の定義は、合っていますか？

・自分の子ども（もしくは最愛の人）が、就職をするときにも、同じ態度をとれますか？



2.雇用支援の新たな着眼点

④企業には、多くの求職者を会わせ、企業の
選択権を保証する

●就職者を輩出されるには、
求職者と企業とを多く「**対面**」させること。

・支援者側と企業側の雇いたい人物には、大きな
ギャップがある。



2.雇用支援の新たな着眼点

⑤ トレーニングの結果を過信しない

● トレーニングと就職との間には、単純に
「**相関関係は少ない**」。

・ 企業が求めるスキルとトレーニング内容が、一致しているとは限らない。

・ トレーニングは、企業での般化がポイント。

・ 普段の姿を熟知している人でも「勤務中の姿」については無知であることが多い。

3.企業開拓におけるマーケティング

①企業が求人する本当の理由を知る

(ベネフィット設定)

●採用の目的は、人財自体が欲しいのではなく、その人財が企業にもたらす「何か良いこと」が欲しい。

- 企業にもたらす良いこと＝企業のニーズ
- 企業ニーズとは、企業の価値感であり一律ではない。

例えば

- ①効率のよい作業能力
- ②社会貢献（CSR）や法令順守（コンプライアンス）
- ③その他

3.企業開拓におけるマーケティング

②企業開拓における商圈の設定

(マーケットリサーチ)

●支援対象者が無理なく、「**通勤できる企業**」は、どのエリアに何社あるかを知る？

- 商圈設定の方法は、
 - ①ニーズ設定→支援対象者のニーズ
 - ②インフラ設定→交通機関の沿線上の企業
 - ③業種設定→求人の多い業種
- 企業開拓は、市区町村内に留まらない
- 実際に歩いてマーケットリサーチすることも有効
(スポット求人や会社の駐輪場の様子など)
- ドットマップの作成と分析する。

3.企業開拓におけるマーケティング

③ドットマップのつくり方

- ドットマップ作成の基本は、ハローワークや求人誌から
「企業情報（求人情報）」を集めること。

1.企業のデータをEXCEL等の表計算ソフトに入力。

- ・企業名、住所、産業、従業員数などの必要な項目

2.項目でソートをかける。（入力情報が正しくないといけない）

3.ソート結果を地図（1/7000~21,000）に落とし込む。

3.企業開拓におけるマーケティング

④ドットマップ分析

●ドットマップ分析は、公共交通機関、幹線道路などの
「インフラ・求職者住所」を整理する。

- マップを求職者ニーズ、インフラ、業種等に照合。
- 物理的な促進要因・阻害要因を確認。
- 求職者宅からの通勤圏と照合する。
- 企業開拓エリアの設定。

3.企業開拓におけるマーケティング

⑤企業開拓ワーク

●ドットマップを作ってみよう。(8分)

- ・次ページの地図に以下のマークを入れる。
- ・マークの意味(従業員数) ★1,000名以上、◎500~999

名、

○100~499名、□50~99名、△1~49名

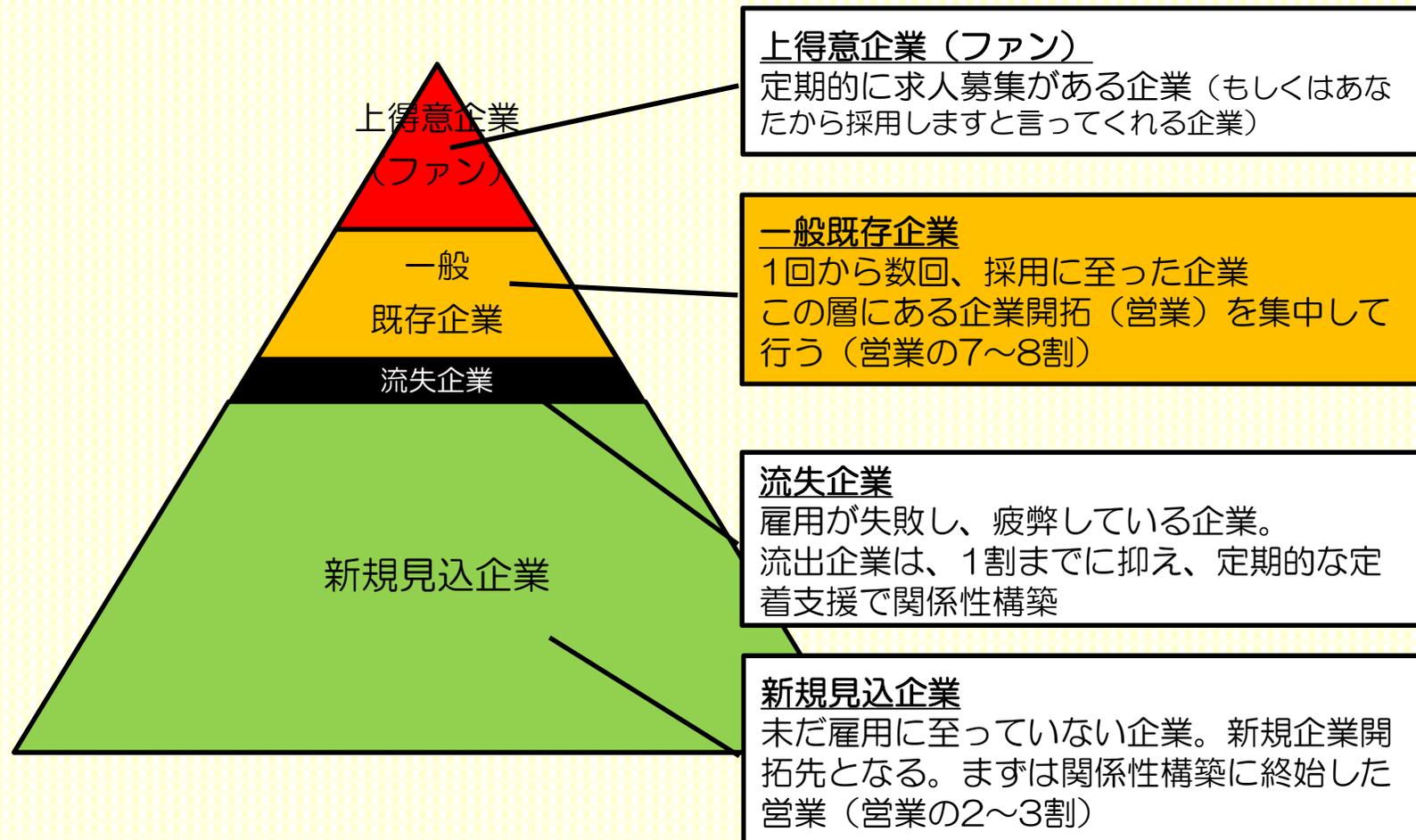
●ドットマップを分析しよう。(10分)

- ・企業が集中するエリアは？インフラは？
- ・企業開拓エリアの設定など。

⑥開拓先企業を顧客ピラミッドで理解する



●顧客ピラミッドとは（セグメンテーションとターゲティング）





⑥-1 開拓先企業選定のポイント

●顧客ピラミッドには、

「パレードの法則（20：80の法則）」がある。

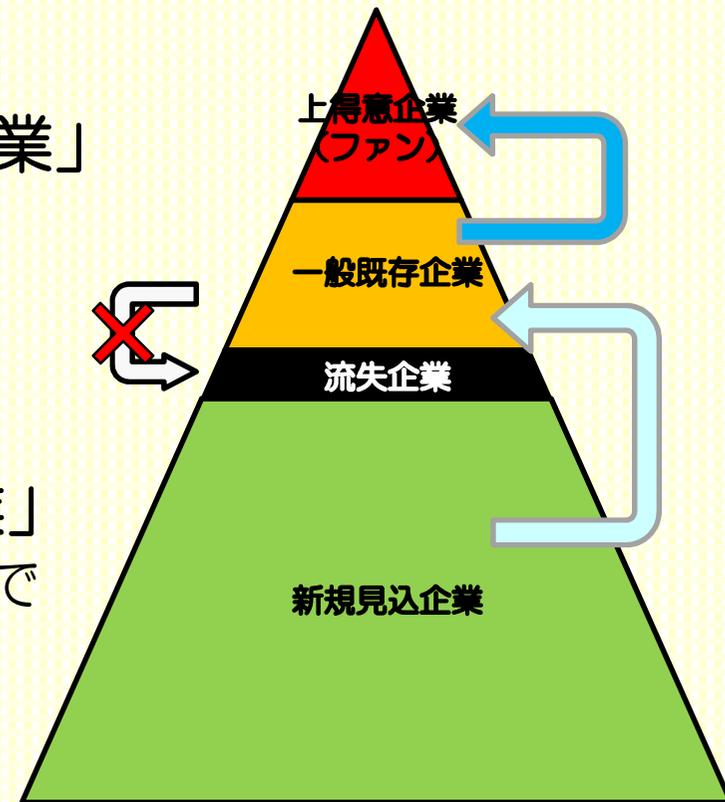
- ・パレードの法則とは、上位20%の企業（ファン）は、実績全体の80%を占める。
- ・開拓先企業の選定は、上得意企業（ファン）と一般既存企業に集中的に行うことが有効。
- ・上得意企業（ファン）の社長などから紹介を受けた企業は上得意企業（ファン）に移行しやすい。



⑥-2顧客ピラミッドの成熟

●顧客ピラミッドのランクアップには、
「意図的な取り組み」がある。

- 「新規見込企業」 → 「一般既存企業」
信頼関係を構築。イベントへご招待。
(あくまでも、お客様として)
まずは、1人目を雇用することを目指す。
その後は、定期訪問を繰り返す。
- 「一般既存企業」 → 「上得意企業」
雇用実績や実際の取り組みをイベントなどで
発表する機会を提供。
(ただし、発表内容やポイントは、当方で作成する)
(例) 経営力アップセミナー、人財最大活用セミナー…





⑥-③顧客ピラミッドの成熟 (イベントチラシ)

経営者・人事担当者限定

各会場
先着20名
まで

優秀な人財を求める会社のための 人財開発セミナー

開催内容&スケジュール

千葉 2016年●月○○日 **金**
13:00~17:00 ホテル●● 大会議室

成田 2016年○月●●日 **木**
13:00~17:00 ホテル●● セミナールーム

第1講座 離職率●●%! 2~3年目社員が新人社員を支える仕組み
株式会社○○研究所 代表取締役社長 ○○○○
「新人職員こそ働きやすい環境」をモットーに採用を推進。過去10年の離職率は○○%。得意業務が業績を上げるポイント、中途採用、新人育成に対しても定評あり。人材開発セミナー研究会の講師も務める。

第2講座 仕事に責任を帯びたことが、成長へのヒント
株式会社○○ 人材マネジメントグループ○○○○
「新人職員こそ働きやすい環境」をモットーに採用を推進。過去10年の離職率は○○%。得意業務が業績を上げるポイント、中途採用、新人育成に対しても定評あり。人材開発セミナー研究会の講師も務める。

第3講座 社員の2割が指定求職者(1,500名中289名)
株式会社○○ 人事部長 ○○○○
「新人職員こそ働きやすい環境」をモットーに採用を推進。過去10年の離職率は○○%。得意業務が業績を上げるポイント、中途採用、新人育成に対しても定評あり。人材開発セミナー研究会の講師も務める。

個別採用相談会 前日開催(定額申込み) 千葉・成田・佐倉で開催! 採用担当者様もご招待いただけます。
セミナーでお伝えした内容をベースに、貴社の採用戦略についてご相談いただける機会を設けました。貴社の採用データや説明会資料をお持ちいただければ、今後の採用戦略を練り上げましょう。※開催日時等はセミナー申し込み後にご案内いたします。

主催: 社会福祉法人光明会 協賛: 成田公共職業安定所 成田市 佐倉市 印西市

- 「新規見込企業」
→ 「一般既存企業」
← (左) のイベントの**受講者**としてご案内。イベント後の個別相談も併せてご案内。
- 「一般既存企業」
→ 「上得意企業」
← (左) イベントの**講師**としてご案内。イベント後の懇親会にもご案内。

3.企業開拓におけるマーケティング

⑦企業には、「適正雇用人数」がある。

●企業には、最大限に利益を上げるための、
「適正な従業員数」が存在する。

- 雇用管理面や、作業スペース、作業ツールなどを考慮。

(例) 家庭のトイレ掃除は、5人より1人の方が効率がよい。

- どんなに専門性や関係性があっても、話が進まない時は、進まない。

3.企業開拓におけるマーケティング

⑧企業担当者にはそれぞれ立場がある。

●階層別に話題が異なる。

経営者には「夢」を、現場従業員には「現実」

階層	会話の内容（ニーズ）
経営者	企業ビジョンの実現 雇用による社会的責任 企業イメージ 助成制度…
現場管理者	業務効率…業務効率向上への提案 職務…どんな仕事が合うか、仕事があるのか？
現場従業員	業務分担…業務分担・指導等での負担増減…。
人事担当者	雇用率 特開金 納付金 人件費 雇用管理・定着 現場への影響…協調協働ができるか？



4具体的な企業開拓手法

①企業開拓は、企業との関係性構築に尽きる

●良好な人間関係は、「**意図的**」に作り出す。

- 新規開拓は、「エビングハウスの忘却曲線」を活用する。
- 関係性の構築は、「ガイアンスの法則」を活用する。



4具体的な企業開拓手法

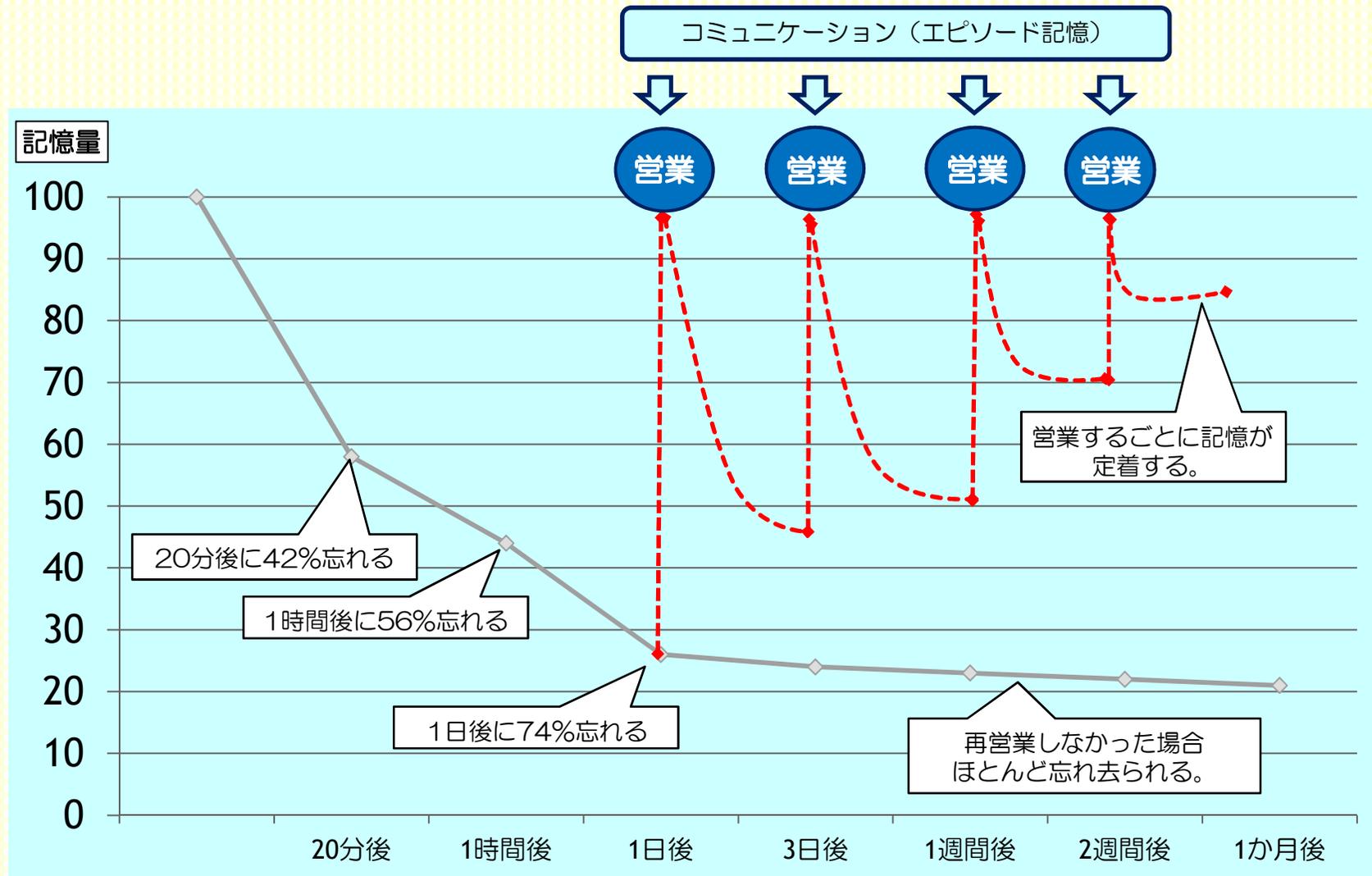
②エビングハウスの忘却曲線を知る

●人は忘れる生き物。企業担当者の頭の中は、

「売上げ 売上げ 売上げ…」。・・・(笑)

- ・記憶は、記憶した直後に急速に減少、次第にゆるやかに減少する。
- ・一定時間が経過すると忘却は、ほとんど起こらない。
- ・記憶した知識・情報を短期記憶から長期記憶へ転換するには、「反復と知識の意味・関連付け」が重要。

4具体的な企業開拓手法





4具体的な企業開拓手法

③ザイアンスの法則を知る

●人は、ただ一回きり長い時間一緒に過ごすよりも、短い時間でもいいから

「会う回数を増やす」ことが有効。

・ザイアンスの法則では、

- ①人は知らない人には攻撃的、批判的、冷淡に対応する
- ②人は会えば会うほど好意を持つ
- ③人は相手の人間的側面を知ったときに好意を持つ

・適度に会う回数をもった頃合を見て、自分のプライベート（相手との共通点など）を覗かせてみる。

・こうすることによって、企業担当者との距離が格段に縮まり、その後は、良好な人間関係を築くことができる。



4具体的な企業開拓手法

④新規企業開拓時の手法

●新規企業開拓は、まず企業担当者に、

「1度、会うこと」がポイント。

- 企業を訪問する際には、必ずアポイントメントをとる。
- 新規企業の場合、1度目の訪問で、話がまとまることは少ない。
- 1度目の訪問後には、「ありがとうメール」を忘れない。
- Fax、Mailで済むことであっても、あえて訪問する。

4具体的な企業開拓手法



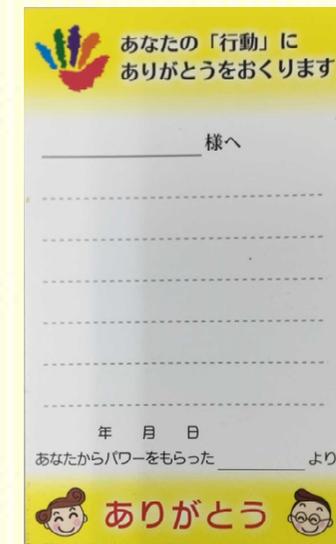
④-1 新規企業開拓時の手法

●2回目の訪問が**一番難しい**。

- 2回目の訪問をするには「宿題」を使う。
- 宿題は、1回目の訪問時に答えられなかったことなどを設定する。
- 宿題提出時だけは、アポはいらない。
- 担当者が不在の場合を考え、置手紙などを用意する。



山本樹の名刺



不在時の際に使う
ありがとうカード



4具体的な企業開拓手法

④—2新規企業開拓時の手法

●2回目の訪問で、

「具体的な雇用の話」を進める。

- 話を進めるときは、お願い営業はしない。
- 具体的な雇用支援計画を提案する。
- 人事採用権者と現場管理者とは、ここで面識を持つ。
- 自主的に宿題を見つける（先方の商品ラインナップやなど）。



4具体的な企業開拓手法

④ー3新規企業開拓時の手法

●3回目の訪問では、主題（具体的な雇用の話）を

早々にまとめ、空いた時間に「宿題」を話題にする。

- ・宿題の話題は、先方が得意げに話せる内容（もしくは、共通点）が良い。
- ・企業担当者の話を聞くことがメインとなる。
- ・ひと段落したら、クロージングに向け、話をまとめる。



4具体的な企業開拓手法

④ー4新規企業開拓時の手法

●4回目の訪問は、具体的な雇用支援計画を持参し、
本件を「クロージング」する。

・4回目の訪問では、雇用支援計画を持参し、説明することが目的。先方の時間を使わないように意識。

・ただし、前回訪問時の話題を振られた場合は、前回と同様に対応する。

●すべての訪問時に、我々が必要とされることがポイント。

・業界の成功事例や、法律改正など活用できそうな助成制度などの情報を提供。



4具体的な企業開拓手法

⑤関係性構築ワーク

●相手が喜ぶ質問を考えましょう。（3分×4回）

- 1 二人組（もしくは3人組）を組んでください。
- 2 Aさんは自己紹介、Bさんは聞きましょう。Cさんは観察。（3分）
（特に好物、苦手なもの、趣味、夢、幼少期好きだったアニメなど…）
- 3 Bさんは、Aさんが、嬉しくなるような質問を試してみましょう。（3分）
- 4 Aさん、Bさん、Cさんの役割交代、もう一度チャレンジ。

●相手との共通点を見つけよう。（5分）

- 1 先ほどと同じ方と組をつくってください。
- 2 お互い（3人組は3人で）に自由に会話し、「共通点」を探してみましょう。
（例えば、趣味、出身地、好きな食べ物…。）



5.雇用継続支援のあり方

①雇用継続支援は、労働者の雇用継続だけが目的ではない。

●目的は、2つある。

「労働者の雇用継続」と「営業」である。

・雇用継続は、定期的に職場を訪問し、雇用管理上のアドバイスや解決手法を提案する。

・定期的とは、採用開始時には手厚く（週2～3回）、3か月経過後は、1カ月に1回が目安。

・定期訪問は、特に期限を設けず継続する。（営業の要素がある）



5.雇用継続支援のあり方

②雇用継続支援は、営業の要素がある。

●雇用継続支援のもう一つの目的。それは「**営業**」。

- 雇用継続支援では、職場内用での状況を把握しやすく、人財不足や新規事業などの情報が得られやすい。

- 新たに人財が必要になるポイントを見極めて、新規雇用への提案をする。

- 信頼関係が構築していれば、提案しなくとも、企業側から求人相談がある。



5.雇用継続支援のあり方

③企業の雇用管理能力が構築されることを目指す。

●雇用継続支援に依存すると、企業の。

「雇用管理スキル」が身に付かない場合がある。

- ・継続支援日を明確に決め、それまでに問題が起きても、専門的な介入が必要でなければ、安易に介入しない。
- ・期日を決めれば、現場は耐えられ、現場での対応スキルが向上。
(レストランの記名方式)
- ・雇用継続支援の頻度と実際の雇用継続には因果関係はない。
- ・雇用継続支援は、仕事そのものを教えることよりも、「上司や同僚との人間関係を良好に保つこと」を優先にアプローチ。



5.雇用継続支援のあり方

④緊急介入のあり方。

●安易に介入しない。一方、緊急介入時には、
「**最優先**かつ**全ての能力を集中**」して解決に挑む。

- 緊急介入時にスマートに解決することで信頼性が得られる。
- 「緊急介入事案」＝我々に求められている「専門性」である。
- 事前に緊急介入事案のリストアップを忘れずに。
- 期待値を超えると、感動がうまれる。緊急介入時にこそ、期待値を超える対応を意識する。



5.雇用継続支援のあり方

⑤就職者が増えれば、雇用継続支援企業も増える。

●雇用継続支援現場では、労働者より。

「使用者（現場担当者等）」への支援を重視。

・1回の雇用継続支援は、30～45分が目安。

（例）内訳は、

事務所10～20分、現場担当者10～20分、労働者5～10分のイメージ。

・訪問時には、企業にとって有益な情報を提供する。これを怠ると、企業側から来なくてよいと言われる。



(参考資料)

実際に活用している雇用継続支援手順書の一部

平成 23 年 5 月 6 日改訂

雇用継続支援手順書	
No	基本行動
	具体的な行動
1	訪問先へ電話確認。 訪問日の1日前(休業日の場合はさらにその前日)に電話で訪問することを確認する。その際は、訪問者氏名(役職)、訪問時間、おおよその滞在時間、訪問目的、その他事項を明確に伝える。
2	対象障害者の自宅(福祉関係機関含む)へ電話連絡。 訪問日の1日前(訪問先企業へ連絡を取り確定した日)に電話で訪問日を確認する。その際は、本人の家庭での出来事、職場の感想、その他必要事項を聴く。
3	事務所へ行き、笑顔で挨拶する。 【ここでの滞在時間は5分~30分が目安】 ノック2回→「失礼します。こんにちは。いつもお世話になっております。就職するなら明朗塾の〇〇です。本日は〇〇さんの定期支援に伺いました」など挨拶し、多少の世間話をする。 挨拶終了後は「作業場で本人の様子を見てきます」と挨拶し、作業場へ移動。 【ポイント】 定着支援の大きな目的の一つに事務所内の社員(社長や部長、課長、人事担当者など)とよい関係を構築することにある。世間話や前回訪問時にできた業界の話題(訪問先企業の業界話=先方が得意とする話題)を貰えるように仕向ける。その際に我々の支援の専門性を担保するため、先方話題の専門性を明確できるように聴くことを心がける。事務所で滞り時間が長ければ関係性も構築されやすい。
3	作業場で現場担当者から話を伺う。 【ここでの滞在時間は5~15分が目安】 「こんにちは。いつもお世話になっております。就職するなら明朗塾の〇〇です。本日は〇〇さんの定期支援に参りました。何か変わったことはありませんか?」などと話を伺い、世間話をする。その後、ご自宅(福祉関係機関含む)から聞いた生活状況を伝える。 【ポイント】 3と同様に業界の話題を伺う。ただし、作業担当者は作業の最中に手を止めて頂くことが多いので、おおよそ15分以上にならないように心掛ける。訪問者が手伝える簡易作業であれば、一緒に作業を手伝うことも関係性を構築する手段。本人の行動変容(スキルアップ)を図りたい場合は、現場担当者に具体的な支援方法を伝える(JCの代役を務めてもらうように)。
4	作業場で本人らの様子を見学。 【ここでの滞在時間は10~15分が目安】 本人へ「こんにちは。定期訪問の様子を見に来ました」など挨拶し、最近の状況を聴く。この時、現場担当者から課題等が提示されていればフィードバック(状況をありのまま伝え、具体的な行動を助言する。ただ、基本の姿勢は、良く出来ていることを認める声掛けをする。(例:目標の〇〇は〇〇本完成できています。良い状態です)など。
5	現場担当者へ情報提供 & 対応方法助言。 【ここでの滞在時間は10~15分が目安】 再度、現場担当者へ、本人の作業状況を伝える。また、この時に障害特性(どうすれば良いパフォーマンスが得られるか)について説明する)を伝え、意見交換を行う。その場で解決できない案件は共有事項とし※宿題とする(宿題の提出をいつ、だれがどのように提出するかを明確にする)。 次回訪問日時(いつ、だれが)を伝える。
6	事務所に再度挨拶。 【ここでの滞在時間は5~10分が目安】 その日の総括(現場担当者の意見や本人の意見、様子、宿題などをまとめて伝える)。障害特性についても、現場担当者同様に具体的な対応方法を伝え、意見交換する。その場で解決できない案件は共有事項とし※宿題とする(宿題の提出をいつ、だれがどのように提出するかを明確にする)。 次回訪問日時(いつ、だれが)を伝え、退出する。
7	対象障害者の自宅(福祉関係機関含む)へ電話連絡。 その日のうち(遅くとも訪問日から1日以内、翌日が休日の場合はその翌日)に、対象障害者の自宅(福祉関係機関含む)へ電話を入れ、状況を伝える。その際に、ご家族(福祉関係機関含む)に支援協力する内容を明確に伝える。(例:服装など) 次回訪問日時(いつ、だれが)を伝える。 留守番電話の場合は、訪問した事実、詳細内容を後日連絡することを残す。
8	記録する。 その日のうちにノーマル管理システムに入力する。 【ポイント】 ここまでの、一連の流れがすべて終了して、定着支援が完了したことになる。

・基本行動がすべての事業所で当てはまるものではありませんので、ご注意ください。
・本人不在時でも、必ず事務所と現場担当者から話を聞いてきて来て下さい(これが最大の目的です)。
・共有事項(宿題等)は、携帯メールと翌日のミーティング時に発表し、宿題提出日を決め、企業へTEL。
(文責 山本 樹)

基本行動と、目安の所要時間を記載

上段は、具体的な行動
新人職員にも対応できる
ような内容

下段は、具体的な行動に
おけるポイント。

●雇用継続支援は、営業の要素を含んでいる為、若手職員のスキル向上の場としても活用。



5.雇用継続支援のあり方

⑥問題がこじれている場合の雇用継続支援のあり方。

●企業や労働者からの訴えを受け止めつつ。

「潜在的な訴え」に耳を傾ける。

- 仕事能力や、社内ルールについての訴えが多いが、実は、勤務態度やコミュニケーション不足が原因である。
- コミュニケーション不足は、作業スキルをも停滞させる。
- 生活困窮者支援事業になかなか理解を示さない従業員にこそ密にフォローを行う。最終的な一番の協力者となることが多い。
- 特効薬ではないが「手紙作戦」は結構使える。
(感謝お届けプロジェクト)

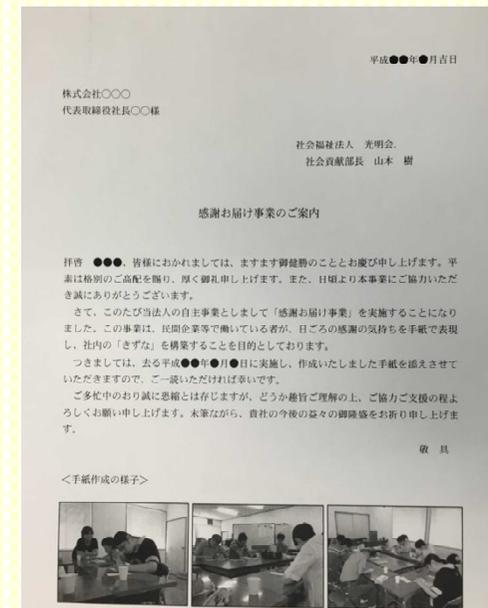


(参考資料) 感謝お届けプロジェクトの様子



●ルール

- 手紙は本当に書きたい人しか書かない
- 宛先は、本当に感謝している人。
(課題がある方への謝罪もOK)
- 書いた手紙は、3営業日以内に、添え状を添えて、支援者が直接届ける。



感謝お届け事業の趣旨を説明した添え状



のちの質問や個別のご相談は、電話及びメールにて
すべて無料でお受けいたします。

ご静聴 ありがとうございました。

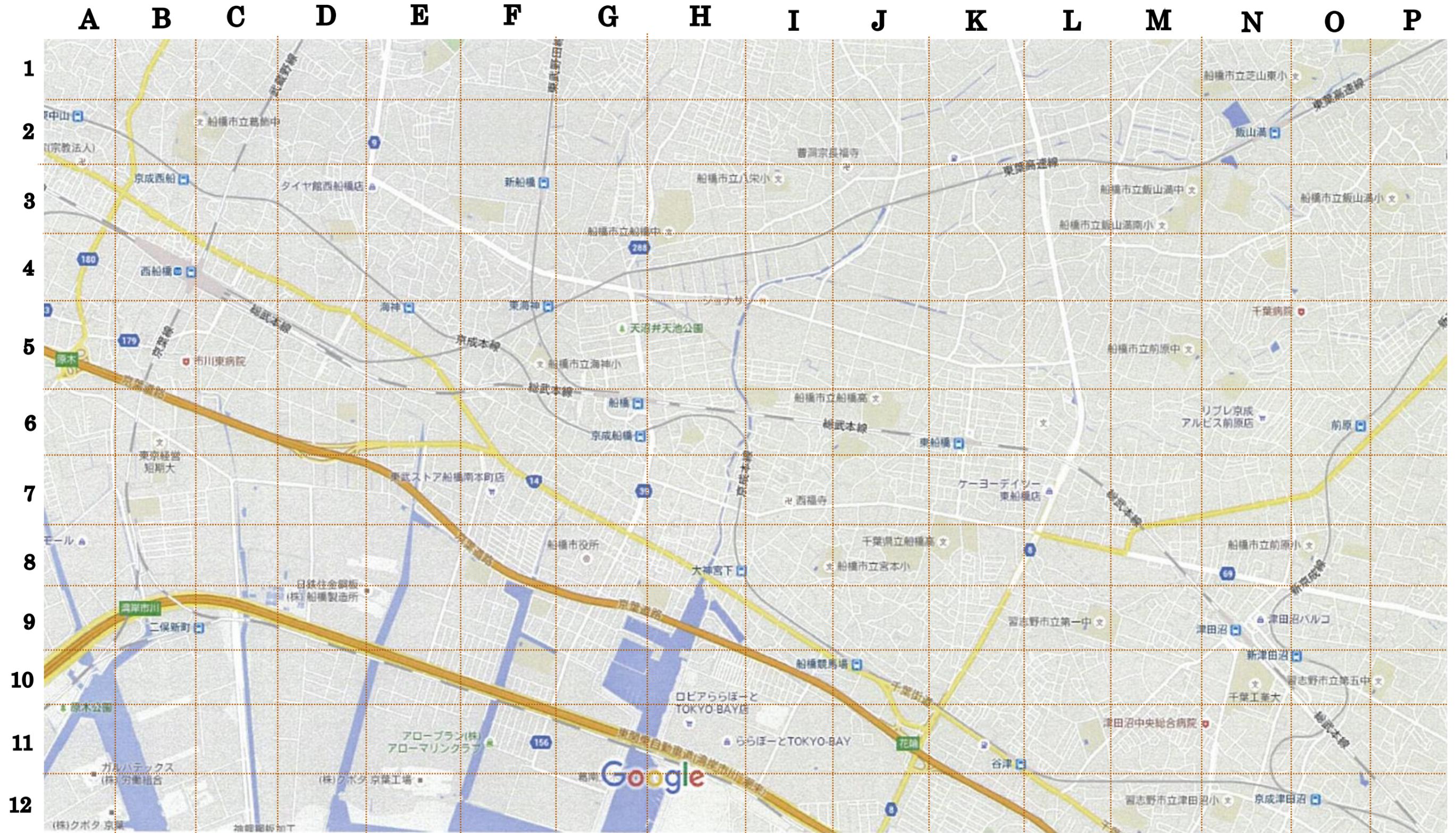


center@meiroh.com



043-235-7350

ドットマップ (ワーク用)

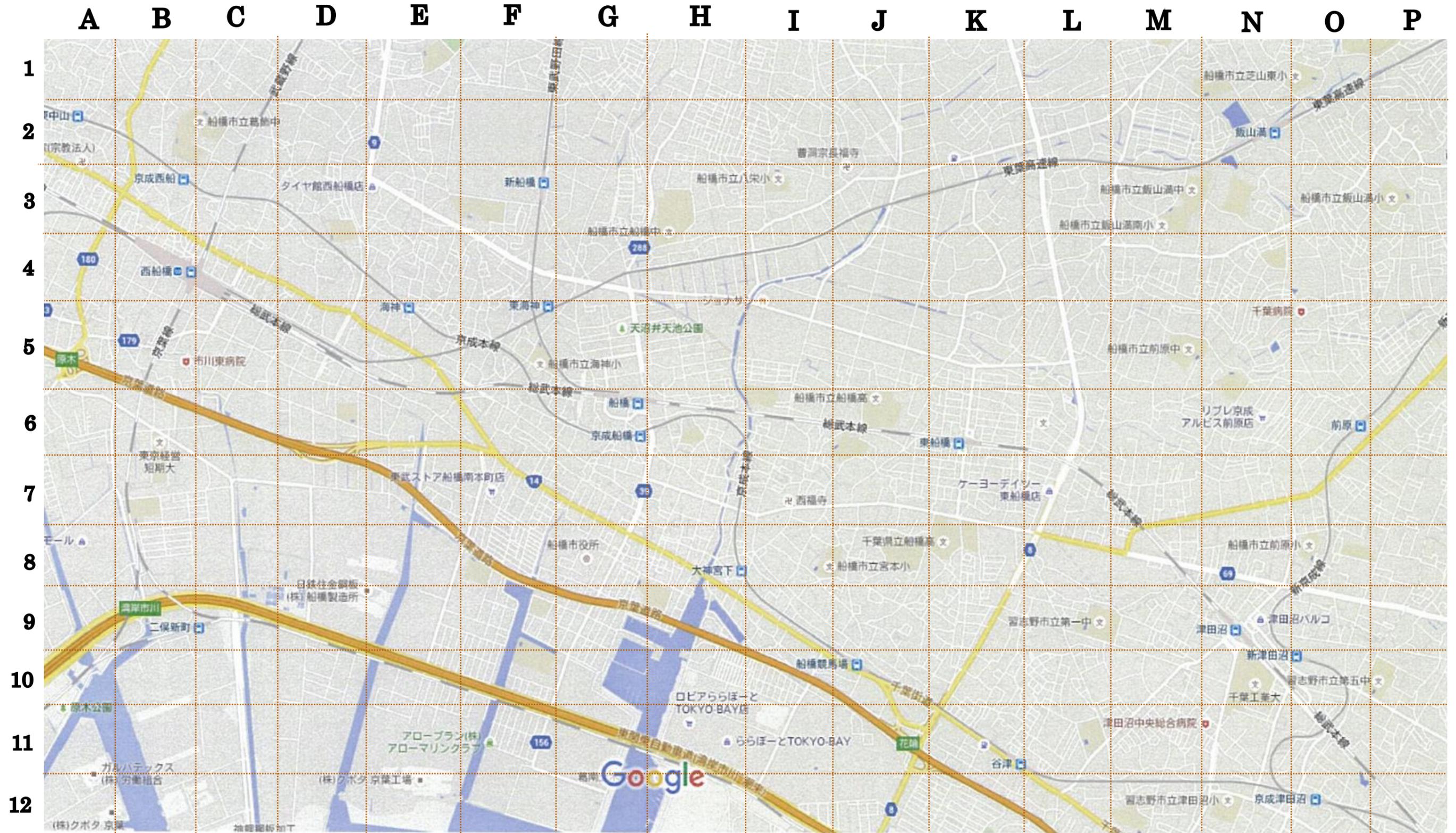


地図データ ©2015 Google、ZENRIN 500 m

企業開拓(マーケットリサーチ用資料)を参考に、ドットマップを作成しましょう。

マークは、従業員数 ★1,000名以上、◎500~999名、○100~499名、□50~99名、△1~49名

ドットマップ (ワーク用)



地図データ ©2015 Google、ZENRIN 500 m

企業開拓(マーケットリサーチ用資料)を参考に、ドットマップを作成しましょう。

マークは、従業員数 ★1,000名以上、◎500~999名、○100~499名、□50~99名、△1~49名

企業開拓(マーケットリサーチ用資料)

No.	企業名	住所	業種	従業員数	特定求職者の有無	マーク
1	(株)白雪姫	6-G	医療・福祉	400		○
2	(株)シンデレラ	7-H	卸売・小売業	2,020	有	★
3	(株)ありとキリギリス	11-C	卸売・小売業	255		○
4	ラプンツェル(株)	6-G	その他サービス業	317		○
5	(株)アナと雪の女王	6-G	製造業	4,600	有	★
6	シュガー・ラッシュ(株)	3-A	卸売・小売業	200	有	○
7	(株)ぷーさん	6-G	運輸業	120		○
8	(株)ポルト	5-E	卸売・小売業	566	有	◎
9	スティッチ(株)	3-F	その他サービス業	1,806	有	★
10	(株)ダンナソー	9-F	製造業	9,500	有	★
11	(株)ターザン	3-K	医療・福祉	25		△
12	ムーラン(株)	6-I	製造業	4,000	有	★
13	(株)ヘラクレス	2-L	卸売・小売業	55		□
14	(株)アラジン	6-F	製造業	6,190	有	★
15	美女と野獣(株)	10-D	卸売・小売業	817		◎
16	(株)リトル・マーメイド	7-E	製造業	210		○
17	(株)ピーター・パン	4-M	卸売・小売業	90		□
18	(株)アリス	8-N	運輸業	522	有	◎
19	(株)バンビ	6-G	製造業	1,555	有	★
20	ダンボ(株)	10-N	運輸業	8		△
21	ピノキオ(株)	6-H	製造業	2,752	有	★
22	(株)オーロラ	6-P	卸売・小売業	619	有	◎
23	(株)メリダ	1-E	医療・福祉	40		△
24	(株)エルサ	1-J	電気・ガス業	3		△
25	(株)クリフトフ	2-O	医療・福祉	73		□
26	(株)プリン・ライダー	8-N	その他サービス業	108	有	○
27	ジャズミン(株)	7-G	製造業	22		△
28	ムーラン(株)	1-I	その他サービス業	5		△
29	(株)エリック	10-L	医療・福祉	172		○
30	(株)ティアナ	12-O	医療・福祉	25	有	△
31	フィリップ(株)	7-H	運輸業	522	有	◎
32	チャーミング(株)	5-G	運輸業	1,200	有	★
33	(株)ベイマックス	5-M	その他サービス業	25		△
34	(株)インサイド・ヘッド	4-G	医療・福祉	28		△
35	(株)ソフィア	1-P	電気・ガス業	11		△
36	(株)カーズ	8-F	運輸業	1,555	有	★
37	(株)プレーンズ	6-H	卸売・小売業	621	有	◎
38	(株)ティーンカー・ベル	2-L	その他サービス業	105	有	○
39	(株)ライオン・キング	4-N	その他サービス業	32		△
40	(株)カーズII	8-F	製造業	1,587	有	★
41	(株)ウォーリー	2-B	医療・福祉	297		○
42	カールじいさん(株)	8-F	製造業	624	有	◎
43	フランケンウィニー(株)	9-F	卸売・小売業	254		○
44	(株)おしゃれキャット	4-G	医療・福祉	111	有	○
45	ポルト(株)	11-K	その他サービス業	627		◎
46	わんわん(株)	5-A	運輸業	78		□
47	トイ(株)	11-J	製造業	5,406	有	★
48	(株)バグズ	11-K	その他サービス業	74		□
49	モンスターズ・インク(株)	5-G	その他サービス業	156	有	○
50	ブラザー・ベア(株)	5-B	製造業	1,150	有	★

企業開拓におけるメール手順（参考資料）

<企業訪問後のサンキューメール>

訪問したその日に担当者へ以下のメールを送る。

件名：訪問への謝意【障害者雇用管理】
本分：株式会社〇△★ 人事課長 □□〇様
いつも大変お世話になっております。本日は、貴重なお時間をいただきまして、ありがとうございました。
雇用管理につきましては、御社のお考えを十分にお聞きすることができました。当センターにおきましても、有効な人事管理制度情報など有益な情報もありますので、お手伝いできれば幸いです。
詳細に関しましては、後日訪問させていただければと思います。
今後ともよろしく申し上げます。

<お伺いメール（塩漬け防止策）>

コンタクトを1ヶ月以上取らないと塩漬けになるため、最低月1回はコンタクトをとる。

件名：人財雇用の情報提供
本分：(株)〇〇 人事部長□〇様
いつもお世話になっております。さて、標題の件ですが、人財雇用管理において有益な情報だと思ひまして、メールさせていただきます。

人財雇用における地域意見交換会 in〇〇
とき：平成〇〇年〇月〇日（〇）〇：〇〇～〇：〇〇
ばしょ：〇〇市 〇〇会議等6階 会議室203号
テーマ：人財雇用におけるポイント
講演者：〇〇 部長〇〇〇氏…など←の講演（イベント）、法改正などがあれば、その都度メールする。発信する情報がない場合は電話で情報交換を。
ここで登壇いただく方が、上得意企業にランクアップ企業になる。

定着支援手順書

No.	基本行動	具体的な行動
1	訪問先へ電話確認。	訪問日の1日前（休業日の場合はさらにその前日）に電話で訪問することを確認する。その際は、訪問者氏名（役職）、訪問時間、おおよその滞在時間、訪問目的、その他事項を明確に伝える。
2	対象障害者の自宅（福祉関係機関含む）へ電話連絡。	訪問日の1日前（訪問先企業へ連絡を取り確定した日）に電話で訪問日を確認する。その際は、本人の家庭での出来事、職場の感想、その他必要事項を聴く。
3	事務所へ行き、笑顔で挨拶する。 【ここでの滞在時間は5分～30分が目安】	ノック2回→「失礼します。こんにちは。いつもお世話になっております。社会福祉法人光明会の〇〇です。本日は〇〇さんの定着支援に伺いました」など挨拶し、多少の世間話をする。 挨拶終了後は「仕事場で本人の様子を見てきます」と挨拶し、仕事場へ移動。 【ポイント】 定着支援の大きな目的の一つに事務所内の社員（社長や部長、課長、人事担当者など）とよい関係を構築することにある。世間話や前回訪問時にでた業界の話題（訪問先企業の業界話＝先方が得意とする話題）を貰えるように仕向ける。その際に我々の支援の専門性を担保するため、先方話題の専門性を明確できるように聴くことを心がける。事務所での滞在時間が長ければ関係性も構築されやすい。
4	作業場で現場担当者から話を伺う 【ここでの滞在時間は5～15分が目安】	「こんにちは。いつもお世話になっております。社会福祉法人光明会の〇〇です。本日は〇〇さんの定着支援に参りました。何か変わったことはありませんか？」などと話を伺い、世間話をする。その後、ご自宅（支援機関含む）から聴いた生活状況を伝える。 【ポイント】 3と同様に業界の話題を伺う。ただし、現場担当者は仕事の最中に手を止めて頂くことが多いので、おおよそ10分以上にならないように心掛ける。訪問者が手伝える簡易作業であれば、一緒に作業を手伝うことも関係性を構築する手段。 本人の行動変容（スキルアップ）を図りたい場合は、現場担当者に具体的な支援方法を伝える。（JCの代役を務めてもらうように）。
5	職場で本人らの様子を見学 【ここでの滞在時間は10～15分が目安】	本人へ「こんにちは。定期訪問で様子を見に来ました」など挨拶し、最近の状況を聴く。この時、現場担当者から課題等が提示されていればフィードバック（状況をありのまま伝え、具体的な行動を助言する。ただ、基本の姿勢は、良く出来ていることを認める声掛け、生活状況の変化などを確認する。（例：目標の〇〇は〇〇本完成できています。良い状態です、最近お困り等ありますか）など。
6	現場担当者へ情報提供 & 対応方法助言 【ここでの滞在時間は10～15分が目安】	再度、現場担当者へ、本人の作業状況を伝える。また、この時に本人の特性（どうすれば良いパフォーマンスが得られるか）について説明する）を伝え、意見交換を行う。その場で解決できない案件は共有事項とし※宿題とする（宿題の提出をいつ、だれがどのように提出するかを明確にする）。 次回の訪問日時（いつ、だれが）を伝える。
7	事務所に再度挨拶 【ここでの滞在時間は5～10分が目安】	その日の総括（現場担当者の意見や本人の意見、様子、宿題などをまとめて伝える）。本人の特性についても、現場担当者同様に具体的な対応方法を伝え、意見交換する。その場で解決できない案件は共有事項とし※宿題とする（宿題の提出をいつ、だれがどのように提出するかを明確にする）。 次回訪問日時（いつ、だれが）を伝え、退出する。
8	対象障害者の自宅（福祉関係機関含む）へ電話連絡。	その日のうち（遅くとも訪問日から1日以内、翌日が休日の場合はその翌日）に、対象者の関係機関へ電話を入れ、状況を伝える。その際に、関係機関等に支援協力事項があれば伝える。 次回訪問日時（いつ、だれが）を伝える。 留守番電話の場合は、訪問した事実、詳細内容を後日連絡することを残す。
9	記録する	その日のうちに記録を作成する。 【ポイント】 ここまでの、一連の流れがすべて終了して、定着支援が完了したことになる。

・基本行動がすべての事業所で当てはまるものではありませんので、ご注意ください。

・本人不在時でも、必ず事務所と現場担当者から話を聞いてきて来て下さい（これが最大の目的です）。

・共有事項（宿題等）は、携帯メールと翌日のミーティング時に共有し、宿題提出日を決め、企業へ連絡を。

（文責 山本 樹）

企業開拓及び支援手順シート（ハローワーク連携用）

手順	企業名			Knocker	Closer	対応者	確認
	具体的な名内容						
①	訪問する企業の研究（会社概要、理念、事業内容、歴史、業界ニュース、障害者雇用率、特定求職者の雇用状況など）。						
②	HW と訪問先の選定及び打合せ、アポ取り及び自ら HW で求人検索、アポ取り。HW の求人にアポを取る場合は、HW にもその旨を伝え、情報共有を図る。						
③	1 回目 の企業訪問（場合によっては HW と一緒に） 企業との顔合わせ（必ず名刺をいただき、いただけない場合は役職とフルネームを確認）。 ※ただし、ここでは先方の話を聞くことに徹し、全体像が見えたら専門家としての立場から環境アセスメント（ハード、ソフト）、助成制度の紹介（受給できるとは言わず、紹介のみにとどまる）、採用までの大まかな日程をお伝えする。また、次回訪問日の調整や確実に答えられない案件を宿題とする。1 回目の企業訪問時にすでに障害者がいた場合は、応募があった場合の手順⑩へ 【ポイント】 特定求職者の雇用は、お願い営業（開拓）ではなく、専門家として、どうすれば雇用を成功（人財化）させるかを企業と一緒に考えるイメージ。企業の言いなりではなく、雇用の原理原則をしっかりと伝える。※YES マンでは、求職者差別になりうることを忘れずに。話すときは相手の名前を呼ぶことを意識する。						
④	サンキューメール（1 回目の訪問当日）時間をとっていただいたことを感謝しつつ、先方が雇用促進をイメージできる内容で。（参考資料あり）						
⑤	宿題の提出（1 回目の訪問から 1 週間以内に実施）アポなし OK。「近くの企業を支援しておりますから」などの理由で。※先方キーパーソンが不在の場合は、宿題と「ありがとうカード」を添えて。					Knocker	
⑥	2 回目 の企業訪問（1 回目の訪問から 2 週間以内に実施） クローザーと一緒に、1 回目の訪問で得たアセス情報をもとに提案書案（就職情報シートや雇用計画案）を提出。その際に労働基準法、安全衛生法等の観点から、より専門的なアセスや諸調整を行いながら、雇用に向けての具体的な話を進めていく。 【ポイント】 2 回目からは、どうすれば雇用促進（人財化）できるかに焦点を絞る。そのため基本的な人財特性を伝えながら、就職情報シート（案）を作りあげていく。この打合せに実際の現場従業員が同席することが望ましい。受入時や採用後の人財化を図るのに重要である。 ※先方キーパーソンとの関係性にも意識。共通点や先方からの話題を次回訪問時の自分への宿題（次回訪問時に共感できるように）とする。 ※同業他社の雇用状況（業界ニュース）や活用できそうな助成制度などの情報があれば提供する。					Knocker Closer	
⑦	3 回目 の企業訪問（2 回目の訪問から 2 週間以内に実施） 雇用計画の詳細の決定及び就職情報シート（案）提示、前回訪問までの必要事項を最終的に確認する。確認後は、就職情報シートの確定版を再度お持ちする日を約束する。 【ポイント】 3 回目の訪問では、主題（特定求職者雇用）をいち早くまとめることを意識。空いた時間に前回訪問時の宿題を話題としてフル（質問されてうれしくなること）。 ※同業他社の雇用状況（業界ニュース）や活用できそうな助成制度などの情報があれば提供する。					Knocker	
⑧	4 回目 の企業訪問（3 回目の訪問から 3 日以内に実施） クローザーと一緒に、確定した就職情報シートの現物を持って直接訪問して確認する。その際に、再度採用までの流れの確認や実習や採用時に関わることを確認する。ここで、クローザーに引き継ぐ。 【ポイント】 4 回目の訪問では、就職情報シートをお持ちすることが大きな目的とし、先方の時間を使わないように意識。ただし、前回訪問時の話題を振られた場合は、前回と同様に対応する。 ※同業他社の障害者雇用状況や活用できそうな助成制度などの情報があれば提供する。					Knocker Closer	
⑨	就職情報シートをホームページにアップし、その旨を先方に伝える。応募準備・雇確会、面接調整の準備も進める。					センター長	
⑩	応募があった場合			対応者	確認	応募がない場合	
⑪	面接同行、雇用管理上アドバイス、採用後の助成制度確認 ※同業他社の障害者雇用状況や活用できそうな助成制度などの情報があれば提供する。			Closer		就職情報シートの締切日が終了しての応募者がいない場合は、企業にその旨を報告し、募集期間の延長及び条件緩和を提案する。	
⑫	諸助成制度へ橋渡し(関係機関などへ)			Closer		条件緩和の場合は⑦へ戻り、再度調整を繰り返す。この場合、企業との連絡は密に行なう。期限の過ぎた情報シートは必ず更新するようにフォロー。この繰り返しが、求人内容の成長につながり、働きやすい環境へと変化する。HW から応募があったことを知った時点で応募があった場合の⑩へ移行する。	
⑬	企業における集中支援 採用後は初日、2 週間後、1 ヶ月後に職場を訪問。詳細は定着支援手順書へ。 ※同業他社の雇用状況（業界ニュース）や活用できそうな助成制度など提供。						
⑭	企業における定期支援 採用後 1 カ月後からは最低毎月 2 回の職場訪問（1 回）と電話での状況確認（1 回）を行い、新規雇用の可能性や問題等の出現に備える。 ※同業他社の雇用状況（業界ニュース）や活用できそうな助成制度など提供。						