

報告者 部会長 ものづくりスペースみんななかま 竹内 仁

日 時 2014年1月17日(水)

場 所 城陽市福祉センター 第2会議室

出席者：(有)ファンシステム(1名)、庭一造園(1名)、(株)ナプラス(1名)、就労促進授産支援ネットワーク(1名)、宇治支援学校(1名)、あんびしゃ(1名)、魁(1名)、はびねす(1名)、あっぷ(1名)、城陽作業所(1名)、野の花(1名)みんななかま(3名)、(参加者数：12名)

オブザーバー 福祉課(1名<オブザーバー>)

欠席者：宇治支援学校(1名)

検討課題

1、福祉情勢・就労に関わる情報の共有 2、障がいのある人の所得保障の具体的実践として 3、事業の企画(実践企画)

【議事録】

1、福祉情勢・就労に関する情報の共有

- ・障害者権利条約の批准について

2、経営の仕組みについて(ファンシステム 小山氏より)

- ・なぜ、「経営の仕組みの確認」をするか。

*アクスの山田社長より、コンサルティングが各福祉事業所に必要なのではないかと、コンサルが入ることにより、生産性の向上、製品の質の向上ができるのではないかと、という提案があった。そこでコンサルを導入する前に、基本的な「経営の仕組み」について知っておく必要があるのではないかとこの考えのもと、今回の勉強会を開催。

- ・概要

工賃を上げるためには「売上」を伸ばしていくことになるが、売上とは、仕入れ・変動費と粗利益から構成。粗利益の内訳としては、固定費と営業利益から構成。この中で、営業利益を上げることが工賃アップにつながる。

この数字を上げるためには、経費を下げるか、売上を上げるかになる。経費の内訳としては、変動費と固定費があり、売り上げを上げる方法としては、商品の売り上げ数を増やすか、商品の単価を上げるかになる。単価を上げる方法としては、組み合わせを工夫する方法と、値上げする方法がある。

USP(ユニーク・セリング・プロミス)、商品の「強み」について。全ての生産活動を停止してでも、「強み」を考えることに全力を注ぎなさいという話がされるほど、重要な要素。「障がい者ブランド」として、買った方が「社会貢献になった」と考えだけではなくて、商品で勝負する、という「強み」が重要。「強み」を調べるためには、その商品を購入した客から聞くか、ライバル店に聞くことがわかりやすい。

今ある商品及びサービスを新しい顧客に売るか、新しい商品及びサービスをリピーターに売るかしかない、そういう意味でも、自身が生産している製品(商品)やサービスを把握して検討し、考えていく必要があるため、商品をプレゼンテーションするという取り組みをやってもいいのでは。

3、意見交換

- ・施設は給付費等により運営しているので、どう売り上げをあげていくかという話が分かりにくくなってしまふ。
- ・商品の価値とアプローチの仕方を問い直してみることが大切。
- ・宣伝の問題もあるのではないかと。
- ・広告にかけられる予算が無い。インターネットに載せてもあまり見てもらえていない。アルプラなどの人が多く集まる店舗で常駐店舗が開ければ大きい。
- ・地道な作業でもずっとできる人というのは、「強み」。むしろ他の会社よりも有利に立てる。

- ・魁では、畑作業で京野菜の聖護院大根や九条ねぎをつくっている。プロの農家にはどうしてもかなわないところがあるので、無農薬で高品質という部分をアピールして、徐々に評価されてきている。企業とタイアップすることも付加価値を生み出すためには必要。

4、今後について

- ・みんななかまの商品をプレゼン。
- ・インターンシップの企画も検討。