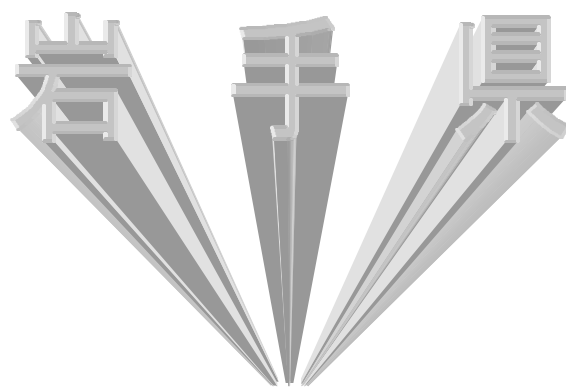


岩手県授産活動活性化指針



平成15年3月

「岩手県授産活動活性化指針」

目次

本編

第1章 基本的視点

- 第1節 授産施設の課題と方向性 1
- 第2節 指針を策定する目的 1

第2章 授産施設を取巻く状況

- 第1節 障害者のニーズの変化 2
- 第2節 社会福祉基礎構造改革 3
- 第3節 最近の経済動向と授産施設の経営動向 3

第3章 授産施設の現状と課題

- 第1節 授産施設実態調査の概要 4
- 第2節 取引先事業所調査の概要 6
- 第3節 調査結果からみた課題(総括) 7

第4章 授産活動活性化方策

- 第1節 経営品質向上に向けて 8
- 第2節 3つの原則7つの方策 17
- 第3節 授産活動活性化方策(各論) 19
 - 第1項 経営ビジョンの確立 19
 - 第2項 製品クォリティの向上 22
 - 第3項 戦略的なPRの展開 25
 - 第4項 協同活動の具体的取り組み 28

第5章 岩手県の授産活性化支援施策 30

(資料)

- 岩手県授産活動活性化指針検討委員会設置要綱、同名簿、検討経緯 34
- 商工関係の制度 37
- 岩手県試験研究機関等一覧 39
- 平成14年度民間福祉事業への主な助成機関一覧 40
- 食品製品・販売のために必要な手続き 43

第 1 章

基本的視点

第 1 節 授産施設の課題と方向性

授産施設は、働く意欲と能力を持ちながら一般の企業に就職できない障害者のため、有効な社会福祉施策として整備されてきました。

しかし、従来の施設は、特に措置制度のもとでは、施設利用者の処遇という観点があまりにも強調され、製品を買っていただくお客様、取引をしていただく企業の方々（また、今後お客様になっていただくも知れない多くの人々や企業の方々）は、施設の大事なお客様であるという視点が不足していたと言えるのかもしれない。

そのような意味からは、授産施設は、施設利用者という顧客と、製品やサービスを買っていただく顧客という二つの意味での顧客を有していると言えます。

近年、産業構造の変化、情報技術（IT）の進展、グローバル化、少子高齢化等日本経済を取巻く環境は大きく変わり、それは授産施設にも同様の影響を及ぼしています。それに加えて、授産施設については、10 年来の経済の低迷を反映して、作業工賃の減少、作業量の減少により、利用者の授産活動への意欲が減退することが危惧されています。

この急激な変化の中で、授産施設は現在までの「経営の仕組み」のままでは、その二つの顧客いずれにも対して、有効性を発揮できなくなる恐れがあります。これからは、俊敏な経営を実現して、顧客や市場、社会の要望をしっかりとらえ、どのような視点で経営を見直して変革していくのか、施設自体が企業体として、創造性を発揮した経営革新を志向することが求められています。

また、そのことを通じて、利用者の就労や生活、そして社会参加を支援していく方向を模索することが、真に授産施設の今日的意義であり、課題であると考えられます。

第 2 節 指針を策定する目的

現在、施設によっては、自主製品を開発、販路を確保し、一定のブランド化を達成したり、IT（情報通信技術）を活用した仕事を積極的に開拓するところもあらわれています。また、地域で支援の輪を広げ、即売会や施設行事を活性化している例もあります。しかしながら、そのような例は一部にとどまり、施設によって、また地域によって取り組みに差があると言わざるを得ません。

これらの状況を踏まえ、県では、平成 13 年度から「授産施設活性化特別対策事業」を行い、その一環として、このたび「授産活性化指針」を策定しました。

この「指針」は、授産施設等の現状、課題及び問題点を基に、経営品質の向上の観点から、ひとつの方向性を示したものです。

もちろん、課題に対する対処方法の方向性は、これにとどまるものではありません。この「指針」は、各施設が、施設ごとの特色、地域の実情に応じて、これからの授産活動の活性化を自ら考える上でのひとつの参考になることを目的としています。

従って、施設みずからが、みずからの施設のことを、みずからの知恵と力で変革していくことがこの「指針」の最終的な目的です。

なお、この「指針」は、利用者の「働く場」として共通に考えるため、障害者授産施設のほか、福祉工場を対象にし、さらには、障害者作業所の作業活動等についても視野に入れたものとしています。

第2章

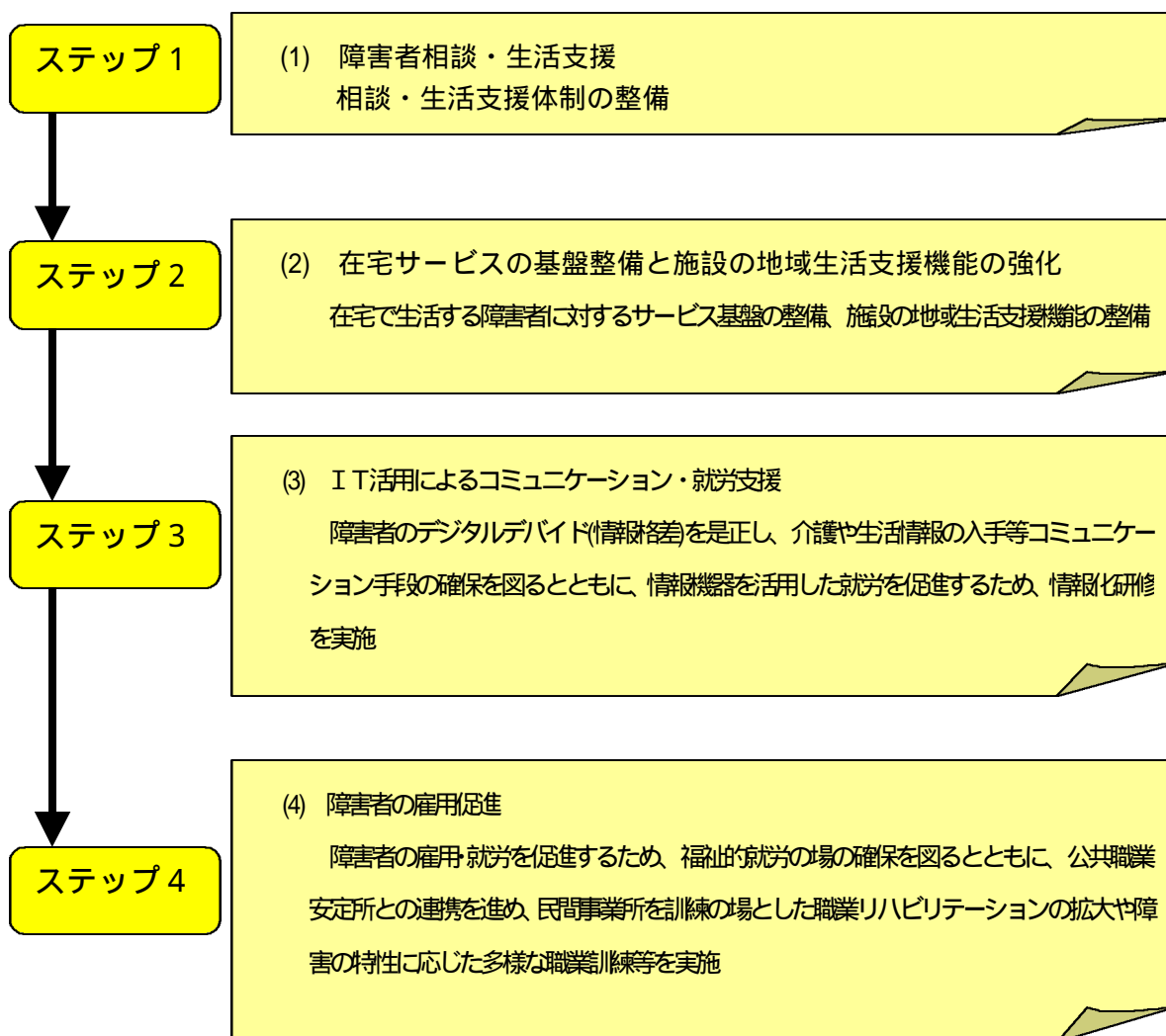
授産施設を取巻く状況

第1節 障害者のニーズの変化

近年、障害者には、住み慣れた地域の中で就労し、自立して生活したいという意識が高まってきており、社会の中にも「障害者が地域の中で共に生活するのは自然なこと」という認識が育ってきています。

そのため、県では、「岩手県障害者プラン」(2001.3)において、「障害者の社会参加・就労へのシナリオ」を示しました。

障害者の社会参加・就労へのシナリオ



第2節 社会福祉基礎構造改革

平成12年5月の社会福祉事業法等の改正により、身体障害者、知的障害者等の福祉サービスについて、行政側でサービスの内容を決定する「措置制度」から、障害者の主体性や選択性を尊重した「支援費制度」に移行することとされています。

また、それに伴い、利用者保護のため、成年後見制度の補完としての地域福祉権利擁護事業や、苦情解決の仕組み、サービスの質の評価など利用者の立場に立った制度として構築する必要があります。

その中であって、障害者施設については、従来にもまして、利用者本位の処遇やサービス提供が求められているとともに、事業経営の透明性の確保やサービス内容の情報提供等が要請され、質の高いサービスを提供することによって、障害者の地域生活を支援していく視点が重要となっています。

特に、訓練の場という機能と性格と就労の場という機能を併せ持つ授産施設については、利用者の選択や志向に耐えうる、魅力ある授産科目と作業内容を持ちながら、効率的な経営を基盤にした工賃を確保するとともに、利用者が「働く」ことを通じて、地域の中での共生を目指すノーマライゼーションを具体化する存在であることが求められています。

第3節 最近の経済動向と授産施設の経営動向

最近の本県経済の動向は、個人消費が低調に推移する中で、生産活動は大幅かつ急速に低下するとともに、工場閉鎖が相次ぎ雇用情勢は一段と厳しさを増すなど、全体として急速に悪化する動きとなっています。

このような景気の停滞基調の中、経済社会状況については、経済のソフト化・サービス化の進展、既存産業の成熟化、情報化の進展や技術革新、地球環境問題への意識の高まりなど、大きな変化を遂げてきています。

このような経済動向のもと、障害者授産施設、福祉工場は、受注量の減少や製品価格の下落等がみられ、その経営が不安定になるとともに、利用者の活動意欲の減退をも招くことが危惧されています。

(授産施設の経営状況；各年度決算)

	売上出荷額 (千円)	原材料等 (千円)	その他 (千円)	差引 (千円)	1人当たり 工賃平均(円)
平成7年度	22,632	5,696	8,408	8,528	20,652
平成8年度	23,831	6,121	8,427	9,283	19,215
平成9年度	26,661	6,983	10,296	9,382	20,700
平成10年度	23,023	6,500	8,710	7,813	18,378
平成11年度	21,731	6,235	7,908	7,588	17,446
平成12年度	19,957	6,121	8,569	5,627	17,322
平成13年度	20,624	5,589	9,817	5,218	20,321

第3章

授産施設の現状と課題

第1節 授産施設実態調査の概要

平成13年10月から11月にかけて授産施設の受注状況や経営状況等について実態を把握するため、調査員を派遣し、調査を実施しました。以下はその概要です。

1 施設の種別、施設数（分場を含む）

3種施設の利用者割合は、知的障害者施設が53.7%、身体障害者施設が37.5%、精神障害者施設が8.8%となっている。利用者の男女比は、男性62.3%、女性37.7%。年齢構成は、20歳台から50歳台までそれぞれ約20%前後で、その他10歳台、60歳台、70歳台が残りをおさめる。平均年齢は、全施設平均で男性が42.8歳、女性が39.2歳である。

種別	施設数	定員	利用人員	職員数
知的障害者授産施設（入所）	3	169	156	71
知的障害者授産施設（通所）	18	536	549	203
身体障害者授産施設	1	40	40	24
重度身体障害者通所授産施設	4	287	281	96
身体障害者通所授産施設	9	205	200	74
精神障害者通所授産施設	5	140	123	47
知的障害者福祉工場	2	60	42	24
合計	42	1,437	1,391	539

2 損益実績（1施設平均；単位千円）

種別	売上額	原材料・必要経費	作業工賃	繰越金
知的障害者授産施設	16,254	9,340	5,682	1,232
(再掲)知的障害者福祉工場	59,917	32,516	20,512	6,889
身体障害者授産施設	31,770	19,008	11,054	1,708
精神障害者授産施設	6,775	2,662	3,821	292
全体	20,852	12,125	7,419	1,308

3 作業工賃（1人1ヶ月当たり；単位円）

種別	1人当工賃	最高工賃
知的障害者授産施設	17,340	56,910
(再掲)知的障害者福祉工場	40,698	127,832
身体障害者授産施設	24,788	107,700
精神障害者授産施設	17,945	36,932
全体	19,996	

1人当たり工賃の全国平均：23,785円（平成12年度社会就労センター実態調査結果）

4 授産施設の課題

授産施設実態調査において、調査員と施設側とで施設の現状を踏まえ、様々な課題について話し合いました。

その結果、浮き彫りにされた課題をまとめてみると次のとおりです。

(1) 施設・設備

設備の機械化、更新が必要
利用率の低い設備の活用
機械の日常的な保守点検の励行

(2) 製品・サービスの開発力

新製品開発のためのニーズ把握、ノウハウ不足
職員の技術研修の必要性

(3) 技術力の維持・向上

職員の技術力不足（研修の必要性）
他の授産施設との情報交換の必要性

(4) 品質の維持・向上

品質の管理、検査能力の不足
TQCの実践が必要
生産管理、品質管理が不十分

(5) コストの削減

消費電力量の削減が必要
パート人件費の削減が課題
職員、利用者に対するコスト意識の喚起が必要

(6) 納期の短縮

適正在庫に基づくデリバリー管理
作業工程の見直し

(7) 販路開拓、取引先開拓

営業活動や商品PRが口コミにとどまっており、不十分
出張販売、予約販売の拡大
IT活用によるマーケティング拡大

(8) 管理体制

生産計画、工程表の作成が不十分
職員の研修体制
専門知識を持ったアドバイザーやボランティアとの連携
工場運営責任者の専従化

第2節 取引先事業所調査の概要

授産施設実態調査の結果把握された授産施設の取引先事業所に対し、取引の契機、取引の評価、今後の取引拡大の可能性について、平成14年1月から2月にかけて郵送により調査をしました。以下はその概要です。

現在取引中の事業所(各施設上位5事業所)122ヶ所中、55ヶ所回答(回収率45.1%)

1 取引形態授産施設の取引形態(一部複数回答有)

作業委託 30 事業所(54.5%)、製品購入 18 事業所(32.7%)、その他 10 事業所(18.2%)

2 取引の評価

(「大変良い」、「良い」、「普通」、「悪い」、「大変悪い」の区分で評価)

(1) 価格面

良い(27.1%)、普通(39.6%)；計 66.7%

(2) 製品、作業の品質、加工技術面

良い(32.7%)、普通(46.9%)；計 79.6%

(3) 納期(作業期間)

大変良い(43.8%) 普通(27.1%)；計 70.9%

(4) 総合評価

良い(54.2%)、普通(31.3%)；計 85.5%

3 取引拡大の余地

取引拡大については、不透明な要素が強いものの、事業所の約4割が「現在又は将来、取引拡大の余地がある」と回答しています。

4 取引先からみた授産施設の課題

取引先が授産施設について日頃感じていること、授産施設を活性化するための意見、提言等について、自由に記載していただきました。

その結果、出された課題等をまとめてみると、次のとおりです。

品質、納期がばらつく製品がある。

品質が標準化されていない傾向がある。

製品のデザイン力が乏しい。

加工賃、納入価格が他の民間企業との取引価格より高いものがある。

プロの仕事と比較することは無理がある。

どのような商品が製造可能か、どのような作業ができるのかわかりにくい。

第3節 調査結果からみた課題（総括）

今回実施した授産施設実態調査及び取引先事業所調査の調査結果から今後、授産施設の活性化のための課題として考えられる項目は次のとおりです。

【項目ごとに整理した課題・問題点】

項目	課題・問題点
1 製品開発	(1) 開発のためのノウハウ確保
	(2) 顧客のニーズ把握
	(3) 地域に根ざした商品開発の視点
2 品質の維持・向上	(1) 品質の管理、検査能力の向上
	(2) 農産物の品質の管理
	(3) 製品の品質向上、付加価値化
3 販路拡大・受注促進	(1) 営業力の確保
	(2) 固定客の確保
	(3) 広報・宣伝
	(4) 展示即売会の実施
4 生産管理	(1) 効率的な作業体制
	(2) 生産体制の強化
5 経営管理	(1) コスト削減
	(2) 経営管理体制の強化
6 連携体制	(1) 地域連携
	(2) 他施設等との連携

第4章

授産活動活性化方策

第1節 経営品質向上に向けて

～（「日本経営品質賞アセスメント基準書 2002 年度版」日本経営品質賞委員会）より～

経営品質向上の視点の導入

施設は、経営品質向上プログラムを用い、競争力のある経営構造へ質的転換を図るため、顧客の観点から経営全体を見直し、自己革新を通じて新しい価値を創出しつづけることのできる経営の仕組みを有する組織を目指します。

経営品質向上プログラム

日本経営品質賞()の考え方をういて、経営の仕組みをセルフアセスメント(自己評価)し、常に新たな改善領域を学び、改善活動を継続することにより、事業環境や市場の変化に即応しながら経営革新を実現する体質を作り上げるためのプログラムをいいます。

日本経営品質賞とは

経営革新の事実上の世界標準と言われる米国「マルコム・ボルドリッジ国家品質賞(MB賞)」によるセルフアセスメントの考え方を範として、アジアや欧米をはじめ60以上の国・地域で実施されているグローバルな経営革新プログラムの日本における主要な柱であり、1995年12月に創設されました。

セルフアセスメントにより経営の成熟度を評価することで、第三者の力を借りることなく、強みや改善領域など多くの「気づき」を得ることができます。この「気づき」を組織の中で共有し合うことが革新の機運を高め、経営革新活動の推進力になります。

経営品質向上プログラム導入のメリット

卓越した業績を生む経営体質を創ります。

経営上重要な改善領域が明確になります。

経営の有効性を検証できます。

セルフアセスメントと継続的な改善により自己革新能力を高めることができます。

多様な改善活動の一貫性、実効性を高めます。

4つの基本理念

1. 顧客本位

企業・組織の目的は顧客価値の創造です。

価値の基準を売上や利益ではなく、顧客からの評価に置きます。顧客の価値評価こそがすべてに優先する基準であり、すべてのことは、顧客へ価値を創造、提供することができるかという観点で評価されるものと考えます。

2. 独自能力

独自能力の追求が重要です。

他組織と同じことをよりうまく行うのではなく、他組織とは異なる見方、考え方、方法による価値実現を目指します。必要なのは、他組織と比較したり学ぶことによって、他組織にない能力を磨き、今までにない「独自能力」を形成することであり、その発揮です。

3. 社員重視

社員一人ひとりの尊厳を守り、自らの独創性と知の創造による企業・組織目標の達成が重要です。

計画は上がつくり、下は実行するという支配統制型の経営ではなく、社員による目標設定と自主管理による経営を目指します。

4. 社会との調和

社会に貢献し、調和することが重要です。

企業・組織は社会の一員であるとの考えに基づいて、社会に貢献する、社会価値と調和することを目指します。社会との調和のためには、社会価値を社内に取り込んだり、企業・組織目標の達成との間で不調和が生じた場合の対策などをしっかりと用意する必要があります。

11の基本的考え方（概要）

1. クオリティ

本来、クオリティという言葉は、本質や性質を意味しており、従って、それはどれくらい目的に合致しているかという面から評価されるものです。

そして、この目的とは、顧客が製品やサービスなどを購入、使用する際の「目的」に他なりません。つまり、クオリティとは顧客が評価するものなのです。

顧客は、製品やサービスだけを評価するわけではありません。マーケティング、ロジスティック、アフターサービス、問題解決や提案力の有無など、顧客が期待する価値は様々です。

企業・組織は、その様々な顧客価値のどの領域を選択し、応えていくのかを明確にする必要があります。

2. リーダーシップ

社員を単なる企業・組織との契約上の従業員から、目的意識にあふれた組織の積

極的な仲間に変えていくことが、リーダーシップであると考えます。

また、知識創造の場づくりは、リーダーが断定的、高圧的であっては実現できません。対話が十分行なわれることそのものが学習と共感のプロセスであり、組織のパフォーマンスを高めます。

3. プロセス

組織のパフォーマンスを統合と展開の視点で評価することにより、業務と業務のつながりを重視し、組織や部門の枠を横断するプロセスの全体的最適を追求していきます。

4. 「知」の創造と活用

業務活動を知識創造プロセスととらえ、求められる能力として知識を重視します。特に知識を活用するために、次の3つが不可欠です。

- (1) 現状を分析し課題を明確化して、解決方法を確立する方法についての知識
- (2) 現状の業務における専門的な技能や知識
- (3) 組織やチームのプロセス成果をダイアログ（対話）によって高め、創造が生れるようにするセンスと技術

5. 時間とスピード

戦略の意思決定とは、社員の持つ時間の配分を決定することでもあります。企業・組織全体の意思決定のスピードを上げるためには、企業・組織そのものの望ましさを考える時間を増やすことが必要です。価値前提が明らかであれば、物事の優先順位がはっきりしていますから、その意思決定をスピーディーに行なうことができるようになります。

6. パートナーシップ

企業・組織の統合度と展開度を高めるには、あらゆる関係者の協力が欠かせません。職員に対する支配統制的対応、仕入先や購入先への横暴な態度、顧客への不当販売や不誠実、利用者の軽視、地域社会との不調和などはパートナー意識の欠如によるものです。

広い意味の関与先を平等なパートナーと位置づけ、協力と協調、依頼関係の継続的構築を目指します。

7. 社会的責任と環境保全

企業・組織は、社会システムのひとつです。反社会的な意思決定が行なわれないように抑止したり、欠陥や事故の際は直ちに停止し、その事実をすばやく広報するようなプロセスを確立しなければなりません。

環境保全是、明確な目標とプロセスを定めて協力を推進しないとなかなか実施されません。明確なプロセスと達成目標、評価尺度・指標の確立は不可欠です。

8. 事実に基づく経営

企業・組織の外部環境、組織内の現状などを憶測によって判断することは危険です。特に戦略的な意思決定を行なう経営幹部は伝聞で判断するのではなく、自ら現場で事実を確認することが不可欠です。

また、意思決定に必要な重要事項については、経営の実態を表すための情報、データ分析、指標化、財務数値も不可欠です。さらに事実をできるだけ共有化しておくことが必要です。

9. グローバリゼーション

経営の国際化が進む中で、日本的経営にも、積極的に国際常識を取り入れるべき面と、むしろ日本固有の文化として守るべきものがあります。広く世界常識を学び必要な適合を図りながら、一方で日本固有の文化、独自能力を高めていくことをグローバリゼーションと考えます。

10. フェアネス

社員は企業・組織の制度やルールが公正に運用され、倫理的な経営が行なわれていると信じていることができる時、企業・組織を信頼し、熱意をもって働くことができます。最も適切な意見が採用されるプロセスがある、上層部は社員に真実を知らせているなど、公正さ（フェアネス）を保證することが必要です。

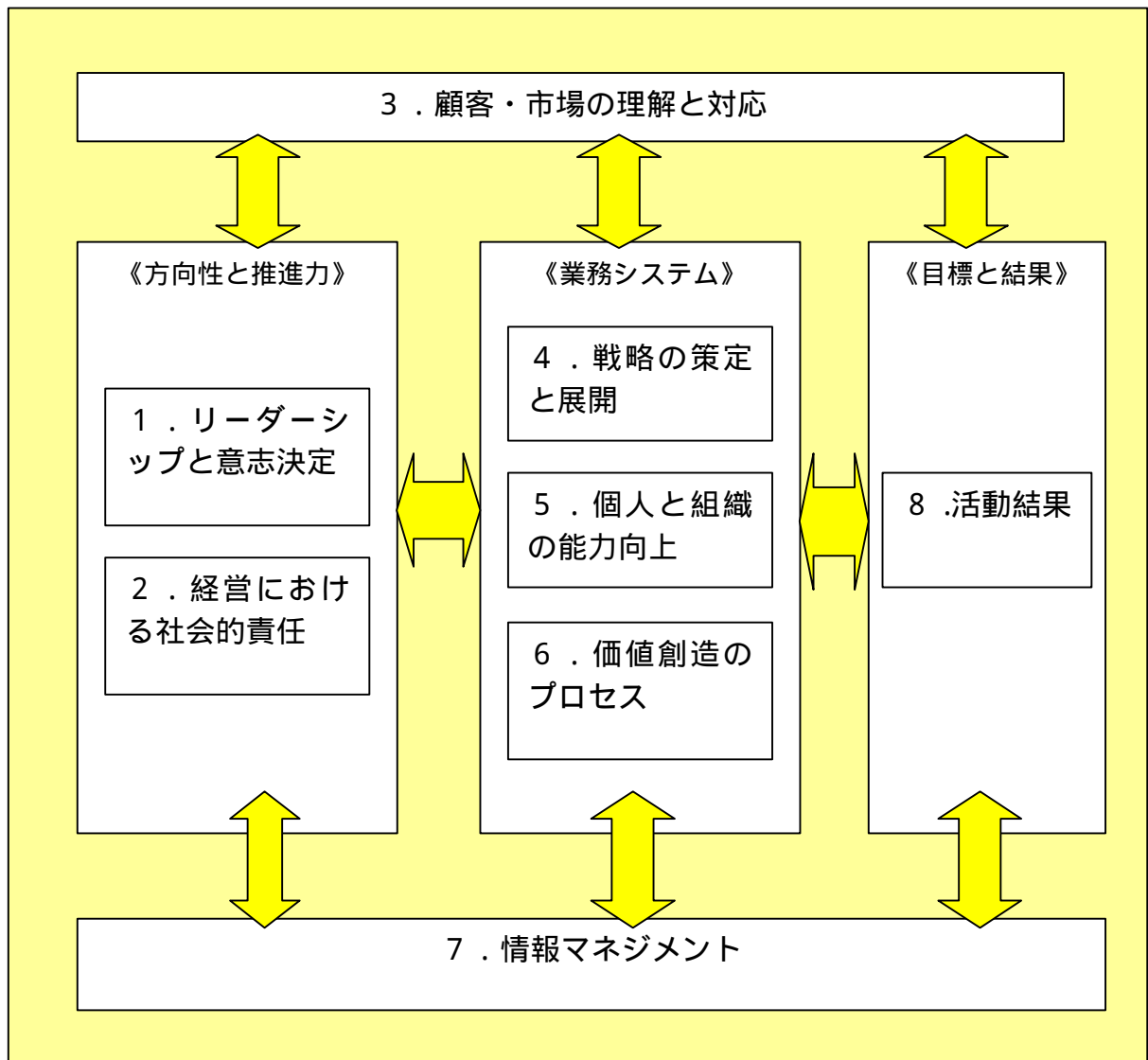
11. イノベーション

企業・組織の生存能力を決定づけるのは戦略についての考え方です。高い生存能力を持つ企業・組織では、業界常識にとらわれず、競争よりも顧客価値を重視し、既存の経営資源にこだわらず、プロセスの革新を通じて製品・サービスを革新しようとしします。従って、イノベーションは顧客を中心とした利害関係者の価値を創造するものでなければなりません。

フレームワーク

基本的な考え方に基づいて、経営全体をみるための大きな枠組みとして、8つのカテゴリとカテゴリ間のつながりを示したのが、以下のフレームワークで、「経営を見る普遍的なモデル」を提示しています。

「基本的な考え方」は、一部のカテゴリやアセスメント項目だけが関わりあうのではなく、全てのカテゴリと密接に関わっています。



(出所 ; 「2002 年度アセスメント基準書」)

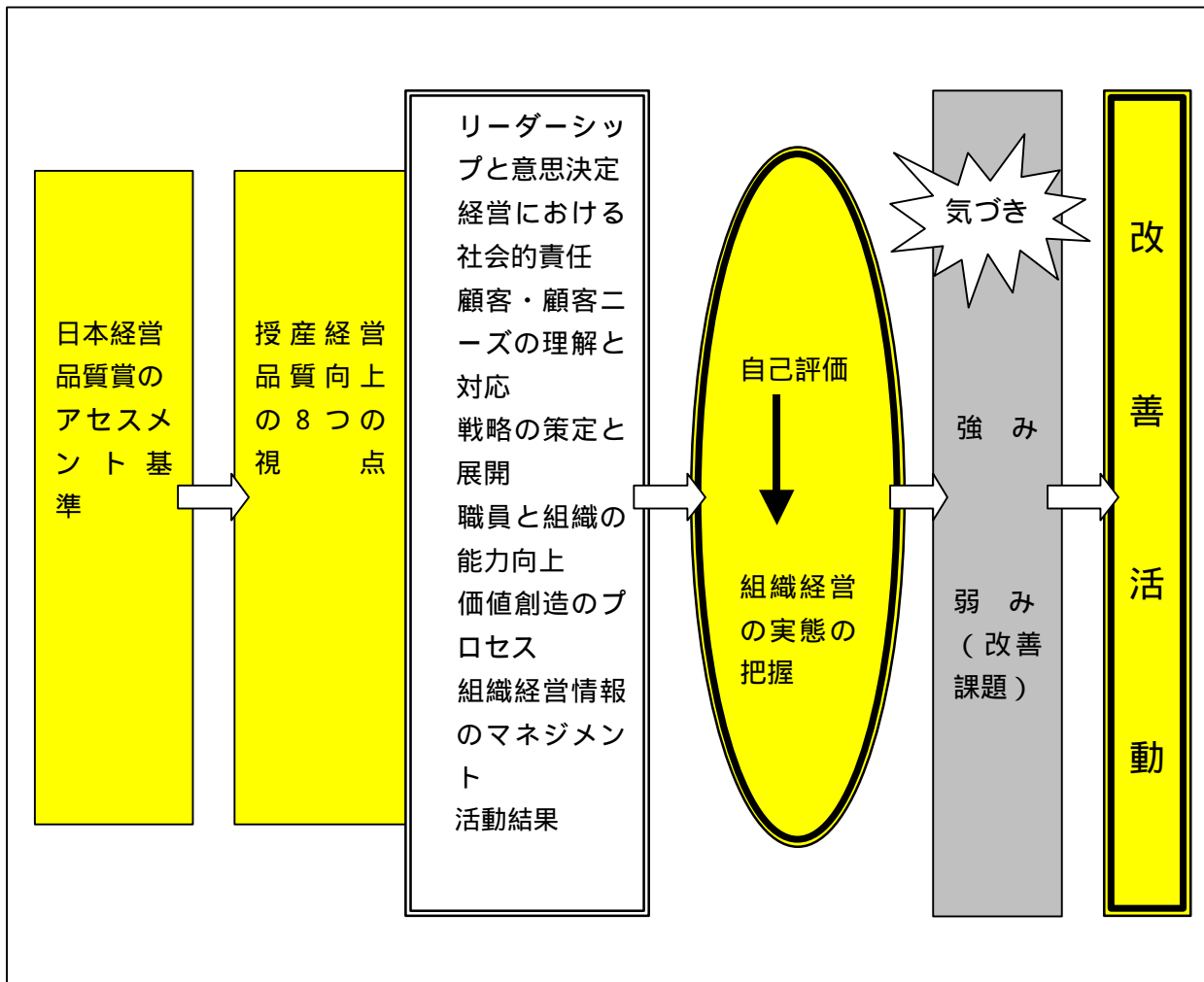
まず自己評価から始めよう

(岩手県の「行政品質向上運動」を参考に作成)

経営品質の向上を図るためには、自己評価(セルフアセスメント)を行い、改善活動を行うという一連の取組みが効果的です。

まず、組織について、日本経営品質賞のアセスメント基準に準拠した8つの視点で自己診断し、組織の実態を把握します。その際、重要な点は、「気づき」です。組織の強み(良いところ)や弱み(改善領域=改善課題)に自ら気づき、納得することによって、改善活動が自主的に促されていきます。

自己診断が優れている点は、このように改革改善活動など実際の行動に結びつきやすい点にあります。



《自己評価の例》

1 リーダーシップと意思決定

組織のミッション（使命、存在意義）を踏まえ、ビジョン（目標等）を明確にしていますか。

ビジョン（目標等）を実現するための組織や運営の基本的な仕組みができていますか。

ビジョン（目標等）が浸透するよう職員に機会ある度に徹底するとともに、利用者やビジネスパートナーにも説明していますか。

ビジョン（目標等）の実現度について、定期的に確認していますか。

2 経営における社会的責任

社会的責任と倫理に関する基本的な取組姿勢を明らかにし、あなたの組織は積極的にそれを促進していますか。

社会あるいは地域から尊敬される存在として、組織の事業目標と連動した社会貢献活動が経営幹部からの活動と支援のもとに行われていますか。

3 顧客・顧客ニーズの理解と対応

顧客や地域のニーズを、その特性に応じて区分したうえで把握していますか。

顧客に対して適切に情報提供を行っていますか。

顧客からの意見や苦情に対応する仕組みがありますか。

顧客からの意見を改善に結びつけているとともに、苦情の根本原因の追求を行い、再発の未然防止を行っていますか。

顧客が満足する要因は何かを把握し、理解していますか。

4 戦略の策定と展開

ビジョン（目標等）を実現するために、戦略を策定していますか。

戦略の目標を達成するため、部門毎に事業計画が策定されていますか。

策定された戦略を達成するために、スケジュール、人材、予算などの経営資源の配分が、最大限効果的になされていますか。

戦略は、関係部門など組織の内部やビジネスパートナーに情報として提供され、理解されていますか。

戦略の展開状況を定期的に把握していますか。また、その結果、必要な改善が行われていますか。

5 職員と組織の能力向上

ビジョンを実現し、戦略の目標を達成するために人材開発の必要性が認識されていますか。

職員が働きやすい職場環境（コミュニケーション、業務分担、横断組織など）をつくっていますか。

職員がよい業績を上げたとき、ほめる取組みを行っていますか。

教育・訓練や自己啓発を通じて職員の能力の強化に努めていますか。

職員の満足度を把握していますか。

6 価値創造のプロセス

プロセスは、チャート化され、明らかにされていますか。

プロセスは、戦略やビジョンと一貫性が保たれるとともに、顧客ニーズに応えたものとなっていますか。

プロセスは、スピードアップの観点から見直されていますか。

プロセスは、コストの観点から見直されていますか。

ビジネスパートナーとの協力関係を強化するため、要求事項を伝え、その達成状況を把握していますか。

7 組織経営情報のマネジメント

施策の展開や事務・事業の実施に必要な情報をあらかじめ選択していますか。

情報は、職員が容易にアクセスできるなど共有化を図るとともに、鮮度の維持管理がなされていますか。

ベンチマーキング（他団体と比較することによる改善活動）を行っていますか。

情報・データは、組織の内部、顧客、関係団体等と共有していますか。

組織全体として情報を分析、統合していますか。

8 活動結果

リーダーシップと意思決定の目標達成を進め、成果が上がっていますか。

施設の社会的責任と倫理について、取組みの成果が上がっていますか。

職員と組織の能力向上への取組みの成果が上がっていますか。

プロセスについて、業務のスピードアップの改善が図られていますか。

プロセスについて、コスト改善の成果が上がっていますか。

組織業績とその他の取組みの結果として得られた成果を把握していますか。

顧客満足度の向上について、成果がみられますか。

施設においては、施設利用者やその家族という顧客、製品やサービスを買っていただく顧客という2つの顧客の視点から、まず、施設経営全体を自己評価し、改善活動を継続することによって、経営品質向上を図ることを提唱します。

そのための手法であり、多くの企業、自治体等において採用されている経営品質プログラムに施設自らがチャレンジしたいと考えます。

このプログラムは、画一的な経営を強要するものでも、処方箋やマニュアルでもありません。このプログラムをひとつの経営革新運動としてとらえ、顧客(=「パートナー」ともいうべき)である施設利用者にとっての価値実現をめざして、施設が共通認識のもとで経営革新を進め、その成果を職員や顧客、ビジネスパートナーらと共有することによって、施設が新しいエネルギーを獲得することを目指したいと思います。

(参考文献)

「日本経営品質賞 アセスメント基準書」日本経営品質賞委員会刊 2002.7

(照会先)

日本経営品質賞委員会アドミニストレーション

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1

TEL . 03-3409-2641 / FAX . 03-3409-1167

E-mail:mail@jpac.com

《URL》<http://www.jpac.com>

(本県の推進組織)

岩手県経営品質協議会

〒020-8507 岩手県盛岡市清水町 14-12 盛岡商工会議所内

TEL:019-624-5880 / FAX:019-654-1588

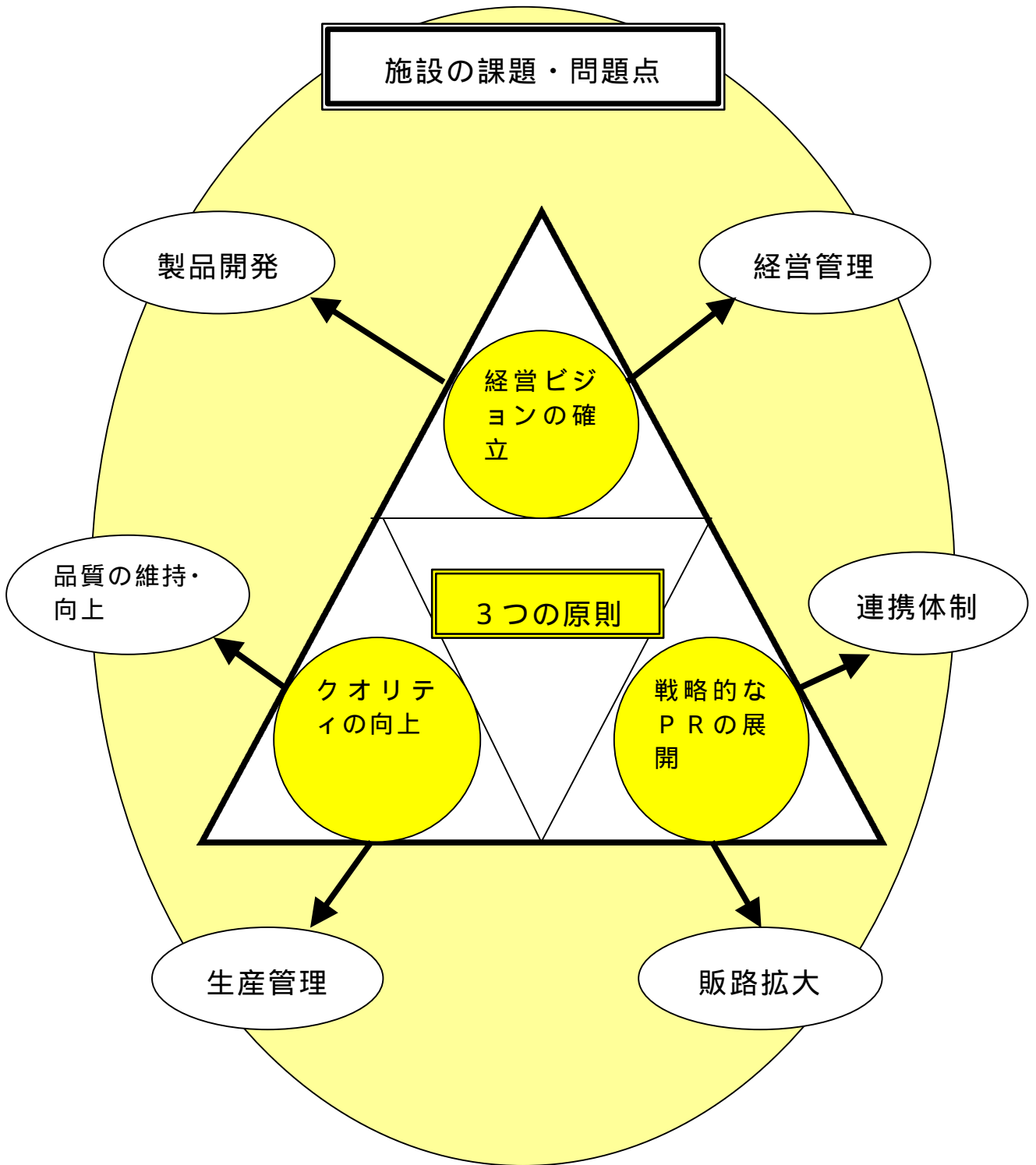
E-mail:iqac@iqac.org

第2節 3つの原則・7つの方策

第3章で明らかになった課題の解決に向け、経営品質向上の視点を取り入れつつ、当面の改革改善活動のテーマのひとつとして、以下の3つの原則と7つの方策をとりまとめました。

3つの原則	7つの方策
<p>1 経営ビジョンの確立</p> <p>施設の使命、現状と課題を踏まえ、経営ビジョンを確立しましょう。</p>	<p>経営ビジョンの明確化</p> <p>施設が、就労と生活、社会参加を支援する場であることを念頭に、施設の目標・機能、地域でのあり方を明らかにします。</p> <p>1 施設逸品運動の展開</p> <p>施設固有の強み・弱みを自己分析したうえで、その施設独自の作業、製品づくりをめざす1施設逸品運動を展開します。</p> <p>施設のイメージ化の推進</p> <p>施設のビジョン、独自性を、施設のイメージとして、顧客や地域に発信します。</p>
<p>2 クォリティの向上</p> <p>競争力向上や利用者の満足度向上のため、作業や製品の品質向上を日常的に心がけましょう。</p>	<p>問題形成能力、問題解決能力の向上</p> <p>作業過程、製造過程で何が問題なのか、常に検証し、その課題を明確にしたうえで、解決に取り組みます。</p> <p>イノベーション(改善・革新)の促進</p> <p>作業や製品の改善が可能な職場環境、人員配置体制を構築し、柔軟に対応できるよう工夫します。</p>
<p>3 戦略的なPRの展開</p> <p>顧客に対する営業・PR活動は積極的に行なうとともに、戦略性を持ちましょう。</p>	<p>営業・PR活動の戦略的展開</p> <p>従来の福祉施設のイメージを脱却し、経営ビジョン、アイデンティティに基いた戦略的な展開に取り組みます。</p> <p>ブランド化の推進</p> <p>施設の作業、製品に他のマネができない得意分野を作り、その独自性をブランドとして流通させます。</p>

(活性化方策のイメージ)



第3節 授産活動活性化方策(各論)

第1項 経営ビジョンの確立

経営ビジョンの明確化

就労と生活、社会参加を支援する施設の目標・機能、地域でのあり方をビジョンとして明確化します。

施設の現状及び課題を踏まえ、施設目標、授産事業の経営目標を策定し、明確にします。

自分の施設の強み・弱みを自己分析します。このことにより、利用者の能力や特性に応じた製品づくりが可能になります。

どの作業にも対応できるように、利用者の配置を定期的に変えて、利用者の隠れた才能を発見できるような職場環境を構築します。

経営ビジョンは施設紹介資料に掲載するなど、積極的に発信します。

1 施設逸品運動の展開

授産施設固有の強み、弱みを自己分析したうえでその特徴を生かした製品作りをめざす1施設逸品運動を展開します。

自己分析のほか、地域の商工会、商工会議所では、経営相談、経営診断に応じます。自分の施設の経営を客観的に分析、ロスや無駄、何か問題点がないか診断してもらうことも可能です。

製品開発のためには、日頃から、専門機関(農協、漁協、試験研究機関等)、生協などの大規模店舗や消費者等と連携を持ち、積極的にアドバイスをもらいましょう。

オリジナルな製品を開発するために、地場の素材、食材、食味、調理法を活用することも検討すべきです。

施設のイメージ化の推進

明確化した経営ビジョン、施設の独自性は、対外的に知らせる必要があります。その方法のひとつとして、施設や製品、作業のブランド化、シンボル化等のイメージ戦略を提唱します。

法的な「授産施設」の名称と別に、例えば岩手県社会就労センター協議会として、統一ブランド、統一シンボルの作成を検討します。

施設ごとに、「ふれあい施設」、「みやこ発信 はつらつ セルプセンター」等親しみやすいネーミング(通称)を付けて、施設のイメージを変えてみることも重要です。

【参考事例】

事 例	新製品製造能力向上の課題
事例内容	<p>新製品を生む技術力は、施設内部の研修だけでは限界があります。専門的な技術指導や研修会等への受講とその支援環境の整備が必要になります。</p> <p>職員側の課題として、目の前の仕事をこなすことに追われる、事務処理等に勤務時間が忙殺される状況の中で、限られた勤務時間内で従来の業務に新たな取り組みを加えることは困難です。</p>
ワンポイント	<p>福祉施設固有の事務処理項目の整理が必要ではないでしょうか。</p> <p>現実的に、従来の仕事も継続したまま、新たな仕事に取り組むことは困難ですので、業務環境改善が必要と思われます。また、新たな技術力習得研修に職員を派遣する場合でも、新製品企画等に時間をさくことが可能な環境を整備する必要があります。</p> <p>さらに、有償で、プロの技術支援を受けるなど、販促活動、品質向上力向上のためには必要な経費を惜しまずにプロの技術を習得することも検討してみる必要があります。</p>

事 例	廃油活用石鹸販路拡大
事例内容	<p>8年前から、廃油を材料に粉石鹸製造をしています。</p> <p>販売当初は、月に40万円以上の売上でしたが、最近では、月に10万円程度の売上に減少しています。</p> <p>売上減少の背景の1点目は、製品の変色があるためで、変色を防止する製造法には新たな設備投資が必要です。また、環境に優しい石鹸の製造を守るため、薬品使用には踏み切れずにいます。</p> <p>2点目に、県民のリサイクルへの関心、意識がまだ高まっていないからと思われます。北海道では、同様の製造法で製造して、販売数が伸びていると聞いていますが。</p> <p>販路拡大方策として、企業へ営業活動するよう方針転換しています。企業にとっても、廃油石鹸を使用することで環境保護を実践することになり、企業イメージの向上に役立つ為、営業時は好感触を得られました。</p>
ワンポイント	<p>施設の経営理念、経営戦略が必要ではないでしょうか。何を目的にどこまでどのように事業を展開するのか、明確に提示し、その目的に基いた事業展開を行うことは、利用者はもとより、購買者へも周知する必要があると思われます。</p> <p>その中で、様々な分野との連携も可能になると思います</p> <p>今後の販路拡大には、官公庁や自然保護団体などとタイアップし、環境保護に役立つ製品である特徴を訴えながら製品販売するなど新たな販路の拡大方策が課題と考えます。</p>

事 例	13 年間利用率日本一
事例内容	<p>授産施設の事例ではありませんが、茨城県に 13 年間年間利用率日本一の国民宿舎があります。予約を取りにくいほど利用者が殺到するそうです。</p> <p>その秘訣は、利用料金は他の国民宿舎と同じ価格帯ですが、料金以上のサービスでもてなし、お客様は大変満足しリピーターになるそうです。</p> <p>導入したサービスの一例として、従業員が各部屋に布団を敷く際、あわせて、お客様の靴も磨いておくなどのサービスを導入したそうです。</p>
ワ ン ポ イ ン ト	<p>国民宿舎の利用は全国平均 3 2 % 程度なのに、この日本一の国民宿舎は、年間利用率 9 7 % と年中ほぼ予約で一杯の利用率となっているそうです。</p> <p>日本一の国民宿舎の支配人は、お客様の期待を裏切らないことが経営方針と言っていますが、客の満足度を高めるというこの事例は、施設の経営理念に加えることが可能ではないでしょうか。</p>

第2項 製品クォリティの向上

問題形成能力、問題解決能力の向上

作業過程、製造過程で何が問題なのか、常に検証し、その課題を明確にしたうえで、解決に取り組みます。

問題形成能力とは

問題形成能力とは、what をつくる能力のこと、ある問題を解ける問題に整理することです。問題を問題のままにしないで、解決しやすい形に代えることです。そのためには、問題の本質（原因）をつかむことが大事になってきます。

お客様の声を聞く

施設のタコツボに入っているのは駄目です。顧客、市場、取引先からの意見を聞いてみる機会、回路が是非とも必要です。

例えば、良く買っていただくお客様、取引先、専門機関等の方々と、施設の様々な課題について話し合うための検討会、研究会を実施するのもひとつの方法です。これは施設の支援の輪を広げるためにも有意義だと考えられます。

イノベーション（改善・革新）の促進

作業や製品の改善が可能な職場環境、人員配置体制を構築し、柔軟に対応できるよう工夫します。

効率化を図る

利用者が担う作業はどのような中身が最も効率的に行われるようになるのか、設備や作業現場は最適な環境になっているか、整理、整頓のみで作業効率向上が可能か、現状分析に基づく総点検を行ってみましょう。

コストの削減を意識する。

常にコスト意識を基本としましょう。

原材料の仕入れは安くなるか、光熱水費に無駄はないか、設備や機械は効率的に運用しているか点検しましょう。

共同仕入、共同作業を検討する

他の施設、作業所と共同仕入れや、作業や納品を分担することを検討してみましょう。

共同作業を意識した授産科目の設定、繁忙期には作業を協力しあう体制が構築できれば生産能力が向上し、コストの低減、販売競争力の向上につながる

る可能性があります。

IT（情報通信）化を促進する。

事務の効率化や改善のため、現在の施設管理業務や作業をパソコンで代替できないか検討しましょう。

ITに慣れることは、パソコンによるデータ打込み作業やネット上で貰える仕事の開拓にもつながります。

【参考事例】

事 例	繁忙期の納期と就労時間
事例内容	<p>金型部品を作成している施設では、受注数の増減があり、短期間で多量の受注数を受けた場合、約2週間、深夜3時までの二交代制を編成し、残業対応したそうです。</p> <p>通常、施設の稼働時間は決められていますが、受注量に応じて臨機応変に利用者の勤務時間の変更も必要だと考えています。</p> <p>過去には、福祉施設ということで、急な受注に応じきれないこともありましたが、現在は急な受注量の増にも対応しています。</p>
ワンポイント	<p>就業規則上、就業時間は一定のままで良いか、議論すべき時期に来ているのではないかと思います。 授産事業を行う施設は、他の施設と異なる性格を有することを再認識し、就業規則等の変更も必要に応じて行う対応策の検討も必要ではないでしょうか。</p> <p>また、利用者に生産する喜び、満足度を得てもらう為にも納期に応じた残業は必要な訓練と言えるのではないかと考えられます。</p> <p>また、地域のボランティア等の支援、他施設や作業員からの応援をもらえないか、地域の支援策として、考えるべき課題です。</p>

事 例	口頭契約
事例内容	<p>作業受注の際に、相手側が納期を「出来次第」と表現し、納期等を具体的に確認しないで、受けてしまった。施設では現在行っている他の作業を終えてから取り掛かり、相手側から督促を受け、慌てて作業に取りかかり、結果的に納期が遅れた。相手側の「出来次第」は、持ち帰り後直ぐ作業に取り掛かる前提で、出来次第はおよそ1週間をイメージしていたことが後から分かった。</p>
ワンポイント	<p>口頭といえども、受注契約は契約です。相手側の希望する納期の確認等、受注時に確認をするべきです。口頭受注契約書等様式を定めて、施設側でも内容を職員、利用者が共通認識をもてる情報共有の仕組づくりも必要です。</p> <p>それによって生産計画等に結びつき、作業現場全体で取り組む力が結集可能になると考えられます。</p>

事 例	不良品発生対応事例
事例内容	<p>納品した製品に不良品が混在する事態が発生しました。製品は、一部在庫として保管されていましたが、納品直後に不良品が混入していたことを納品先から連絡された内容にも関わらず、納品担当者が施設への報告を怠ったため、不良品がそのまま在庫されたとままとりました。</p>
ポイント	<p>欠品等、作業工程での不良品の発生は製造工程中予測されることです。リスク管理として、不良品が発生しない検査体制や、クレームへの対応方法の確立が必要です。何より、不良品発生原因を究明し、解決策を講じる必要があります。</p> <p>なお、欠品チェックは、職員のための役割とせず、利用者の中からグループリーダー役を選び、利用者にも役割分担をすることにより、利用者の満足度を高めることにもつながると思われれます。</p>

第3項 戦略的なPRの展開

営業・PR活動の戦略的展開

従来の福祉施設のイメージを脱却し、経営ビジョン、施設アイデンティティの基づいた戦略的な展開に取り組みます。

広報戦略

市町村や農協、漁協、生協等の協力を得て、それぞれの広報誌に製品や作業内容を掲載してもらいましょう。

また、新聞社の支局や地元紙、ミニコミ誌などに、展示即売会、施設公開などのイベントと絡めて掲載してもらえば、読者の印象も強まるでしょう。

施設等の共同した取組み

地域ごと、共通した授産科目ごとに、施設、作業所が共同して、展示即売会、各種イベントを企画するほか、共同営業活動なども検討してみましょう。集客力が高まったり、効果的な活動が期待できます。

アンテナショップの開設

商品の試作品、販売実績のない商品を一定期間どこかの店頭に置かせてもらい、お客様の声を聞きながら、どんな商品が売れるか、なぜ売れないかを検討し、商品の改良や新製品の開発につなげていきます。

特に、市町村、商工会等とも連携して、商店街の空き店舗を活用してみることにも検討に値します。

ブランド化の推進

施設の作業、製品に他のマネができない得意分野を作り、その独自性をブランドとして流通させます。

ブランド化

その得意分野がブランドとして流通し、有名になれば、製品ばかりではなく施設自体のイメージがあがります。それは他の製品のイメージアップにもつながります。

製品の付加価値化

お客様が買いやすくなるように、製品と製品を組み合わせて販売していただくことも工夫です。例えば、クッキーとコーヒー、箸と茶碗など単品で売るより組み合わせで売ることの方がお客様に喜ばれる場合があります。

コーヒー等、市場で価格競争にさらされる製品も、宅配サービスと組み合わせた形態も授産施設だからこそ可能なものです。

パッケージ

製品のパッケージ、体裁も重要な要因です。素敵なパッケージだけでも販売につながることを忘れずに、トータルイメージで商品を開発することが基本です。

地域限定製品

徹底的に地場産品にこだわったり、生産者の写真をつけたりしている商品を見かけますが、商品に何らかの価値、こだわりを付け加える方法です。

【参考事例】

事 例	新製品の営業活動
事例内容	<p>カッティングシートを使ったステッカー等の作成事業も、当初は、官公庁から横断幕等の受注があったが、現在は、受注量が減少しています。減少の理由に、予算の削減等も理由と思われる。</p> <p>新たな販路拡大の事例として、自動車愛好家の団体に営業活動を行ったところ、一定の数量のステッカーの注文を受けました。それまでの固定観念にとらわれない営業活動、販路を拡大するため、多方面へ営業活動することが必要であると感じました。</p>
ワンポイント	<p>受注先が固定しているといつかは受注数、内容とも衰退します。ですから常に新規開拓する必要があります。</p> <p>また、固定の訪問先(営業ルート)がない場合、初めての訪問先に飛び込みセールスを行うことにはなりますが、その際に必要なことはなんのでしょうか？ 商品のチラシは必須で、商品見本があればより相手にイメージしてもらいやすくなります。名刺(顔写真入りであればなお可)と施設の概要パンフ、現在製造する品目と過去の製造実績、セールストーク、身だしなみといったところでしょうか。</p> <p>また、営業活動を行う際は、必ず訪問結果を記録し残します。それが将来の財産となります。視覚に訴えることが大事です。わかりやすい施設紹介を作成するなど、理解されやすい資料作成は必要最低限のことです。</p>

事 例	営業活動から学ぶこと
事例内容	<p>新規取り扱い製品の販促に際し、販売価格の単価設定が課題になり悩みました。企業訪問をしながら、あるいは入札の機会を得ながら、取引相場価格を知ることとなりました。自ら動くことにより、市場流通価格等、生きた情報が得られました。</p> <p>また、取引開始後には、取引先から、材料の仕入れ価格がさらに安い仕入先を紹介されたり、販売促進活動に必要な試供品提供の助言など、取引以上に有効な助言を受けることになりました。</p>
ワンポイント	<p>市場価格を知るには、最短の道はないといえます。自らの足で歩き、試行錯誤することが必要です。授産施設というネームバリューだけで受注可能な取引先から、新たな販路拡大を展開するため積極的なアプローチを必要とする企業まで、いろいろなTPOが必要です。いろいろなケースで学び、方向性を修正しながら事業展開する必要があります。</p> <p>商品のチラシ、見本等販売促進に必要な道具を携えて出向くのは基本です。その結果の蓄積は、戦略的な営業活動を支える基本情報になります。</p>

施設の課題と対応指針の方向性

項目	課題・問題点	対応指針の方向					
1 製品開発	(1)開発のためのノウハウ確保	試験・研究機関、指導機関との連携及び積極的活用					
		売れ筋研究、検討会の開催					
	(2)顧客のニーズ把握	顧客へのアンケート（展示即売会等におけるアンケート等）					
		情報収集（アンテナを高くして、あらゆる分野から） 取引先等の意見、提案を聴く機会を作る					
	(3)地域に根ざした商品開発の視点	地産地消の考え方の徹底					
		地元商工会、農協、漁協、生協等との連携及び積極的活用 地域のオリジナリティー開発の視点導入					
2 品質の維持・向上	(1)品質の管理、検査能力の向上	納品前の検品の徹底（信頼性の確保、向上） 成分表示、賞味期限表示等の徹底					
		市場、JA等と相談し、有利な規格、集出荷時期の検討 生産施設、生産者名、生産地等の表示					
	(3)製品の品質向上、付加価値化	試験・研究機関、指導機関との連携及び積極的活用					
		地元商工会、農協、漁協、生協等との連携及び積極的活用					
		ラッピング、デザインの工夫（工業技術センターの支援）					
		製品のブランド化（セルパ協としての統一ブランド化）					
3 販路拡大・受注促進	(1)営業力の確保	専門営業スタッフの養成（複数施設での養成） 展示即売会・試食会等の企画実施、イベント・コンクール・物産展等への出店 営業活動の強化（取引先、関係機関等への定期的な訪問） 取引先等の下請け情報の収集					
		(2)固定客の確保	ダイレクトメールの送付（商品案内、施設行事への参加案内）、商品の託送サービス 取引先事業所への訪問 急な受注への対応（ボランティアの養成・協力依頼、施設職員への対応、他施設の応援）				
			(3)広報・宣伝	市町村広報誌の活用 ホームページ、授産施設カタログの活用 常設展示のスペース確保 アンテナショップ			
		(4)展示即売会の実施		各種イベントとの共催 展示方法の工夫 目玉商品の設定、ゲーム景品等の企画			
	4 生産管理			(1)効率的な作業体制	生産計画、工程表の作成（作業手順の明確化、作業工程の見直し） 日常的な機械・設備のメンテナンス 集出荷時期の検討		
		(2)生産体制の強化	職員、利用者の研修体制の強化 設備稼働率の向上 急な発注に対応できるようボランティア等の支援体制、作業体制の工夫 補助・融資等を活用した計画的な設備整備（更新）				
			5 経営管理		(1)コスト削減	作業部門別のコスト計算に基づく利益計算 会計処理の電算化 施設全体でチームをつくりコスト低減の研究 コスト意識の喚起（具体的な目標、スローガン、標語等）	
				(2)経営管理体制の強化		適正な在庫管理の徹底 TQCの実践 職員の研修体制の強化	
		6 連携体制				(1)地域連携	支援組織（行政機関、商工・農林水産関係団体、ボランティア等）の設立、連携強化 バザー、物産展、イベント等への積極的な参加 支援者（ボランティア、アドバイザー等）の確保、協力要請
							(2)他施設等との連携

第4項 協同活動の具体的取組み

施設の協同した活動について、当面、以下のような方向性をもって、それぞれ取組んでいきます。

商品競争力の強化のために

ブランド化の推進

県内授産施設共通ロゴマークを作成し製品をブランド化
(例：製品に「メイドインいわてセルブ」等ステッカーの貼付等)
ブランド化が可能な製品開発
モデル施設で新規製品開発事業を実施

消費者ニーズの把握と品質向上

展示即売会を市場調査の場に位置付け、品質向上のための情報収集
ホームページ上での商品人気投票を実施、品質向上のための情報収集
購入消費者満足度調査(直接販売及びインターネット販売後の追跡調査)

新たな市場の開拓と参入

未参入業種への進出のための共同研究と試行事業の実施
岩手県の障害者の雇用促進を目的とした入札制度への積極的参加

経営の目的意識化のために

経営戦略の確立

施設役職員対象の経営戦略企画モデル施設指定事業の実施
(例：現状分析から経営戦略立案まで施設外の専門家による支援を行い、その結果を他の施設に波及させる授産活動評価分析事業の実施)

戦略的な営業力の向上と普及

新規営業開拓コンテスト、IT活用営業活動コンテストの実施
消費者ニーズ把握結果をもとにした商品開発のための研修の実施

品質改善、作業改善のために

製品品質改善方策

製品開発企画コンテストの実施と事例集作成

岩手県セルフセンターグッド商品コンテストの企画・実施

製造工程改革方策

障害者技能競技大会等利用者技能向上のための大会への継続参加

製造工程改善事例コンテストの実施と事例集作成

ホームページの開設・運用

ホームページアドレス

<http://www.iwate-selp.net>

掲載内容

施設製品カタログ(製品種類別、製造施設別商品検索機能付き)

新製品情報(画像掲示機能付き各施設入力限定機能付き)

即売会等のイベント開催情報(各施設情報入力限定機能付き)

各授産施設データ情報(エリア別検索機能付き)

ホームページのコンセプト

ホームページの利用

施設はホームページを積極的に使い販売促進に努めます。

(例)

ホームページ上での受注販売の対応

商品カタログ機能を有するホームページ上で製品の受注、販売を行う。

インターネット販売の実践例を通じてネットショッピングへの移行を検討する。

各施設で情報を入力し内容を充実する

新製品等の紹介や独自の展示即売会出店案内等の情報を随時個別に入力、内容の充実を図る。消費者に対する積極的な販促をネット上で実行する。

インターネット環境を活用した施設間相互の情報ネットワークを活用

各種情報伝達を電子メールでの受発信方法に移行しながら将来的に主たる情報の受発信をインターネット上に移行する準備を行う。また、インターネット上で課題対応協議等を行う電子会議等の実施も試行しながら、新たな市場としてのインターネットをとらえ、共同化した事業を実施する。

第5章 岩手県の授産活動等支援策

障害者が住み慣れた地域において、自立し、就労しながら自らの力で生活していけるよう、「岩手県障害者プラン」では、「相談・生活支援」と「就労支援」を軸に施策に取り組んでいます。

特に、平成15年度以降の支援費制度への移行等制度改革に対応し、障害者の身近な市町村に相談窓口を設置し、生活から就労にいたる様々なニーズに「障害者ケアマネジメント」の手法を導入し、適切なサービスを提供する体制を整備します。

また、障害者雇用率の向上を目指す一般就労の促進を図るとともに、授産施設、作業所等福祉的就労の場の確保に努めています。

第1節 相談・生活支援の確保

市町村・圏域における相談・コーディネート体制の整備

(市町村)

平成15年度から、市町村は三障害に対応した相談窓口として、障害者の地域生活を支援するための機能が集約します。障害保健福祉サービスのあっせん、調整及び利用の要請窓口として、また、複合的なニーズを有するケースについては、障害者ケアマネジメントを導入した総合的なケア計画を策定し、障害者の地域生活を支援します。

(障害者相談員)

県内に設置している身障相談員(250人)、知的相談員(90人)については、地域における日常的な相談や見守りを担当し、第一線で地域生活を支援します。

(地方振興局)

圏域ごとの相談機関、サービス事業者のネットワークを形成し、処遇困難事例の対応やサービス資源の検証、開拓を行います。

(障害者地域生活支援事業)

障害者の仕事に関する悩み事や職場における人間関係等の問題について、市町村障害者生活支援事業(身障)の相談員、障害児(者)地域療育等支援事業(知的)のコーディネータ、精神障害者地域生活支援センター(精神)の精神保健福祉士が相談に応じ、解決を図っていきます。

専門性の高い相談機関

(福祉総合相談センター)

市町村に対する支援機能を拡充するとともに、重度・重複障害者に関する相談や発達段階に応じた専門性の高い相談等に適切に応じ、コーディネートします。

(障害者110番)

障害者の苦情等を的確に受け止め、権利擁護を図るため、三障害共通の電話相談に応じます。

第2節 福祉的就労の場等の確保

授産施設の整備促進

授産施設については、地域に密着した通所型を中心に施設の整備を促進し、障害の種別や程度、地域特性に応じた授産科目の設定が行われるよう指導します。

また、老朽化した施設の改修や、事業種目の転換等に必要な機械設備の購入を促進します。

福祉工場の整備促進

障害者の一般就労の場として、障害者福祉工場の整備を進めます。

障害者作業所の整備促進

障害者福祉作業所の整備を促進するとともに、その運営や職員研修の充実を図ります。また、経営の安定に資するため、要件の整ったものについて通所授産施設化を促進します。

グループホーム等の整備

地域において自立した生活を行えるよう、グループホーム、福祉ホーム、通所寮など障害の特性にあった住まいの場の確保に努めます。

第3節 福祉・情報機器の普及

日常生活用具として、ワープロ、パソコンを給付します。

パソコンを活用し、情報の獲得・交換ができるよう、障害に応じたパソコン講習会を開催するとともに、パソコン周辺機器に関する情報提供やその設置に対し助成するなど、情報機器の普及を促進します。

第4節 ユニバーサルデザインの推進

心のバリアフリーの推進

地域で安心して就労し生活できるよう、障害に対する差別や偏見等の心のバリアを取り除いていくよう様々な広報媒体を通じ、障害者の多様な活動を紹介するなど啓発活動の充実を図ります。

活動しやすいまちづくりの促進

地域で安心して外出できるよう、施設設備のユニバーサルデザイン化を推進するとともに、駅や交通機関の整備促進、自動車による移動の確保を促進します。

第5節 物品購入等に係る優先的取扱い

県の出納局や地方振興局では、授産施設や障害者雇用率が1.8%以上であり、かつ障害者を2人以上雇用している企業に対しては、業者選定の際に次の取扱いをしているので、物品購入等に係る業者登録を行なっておくと有利な取扱いを受けることがあります。

指名競争入札の際に、指名業者に上記の要件に合致する企業を1社以上追加

して指名する。

随意契約の場合、2社以上から見積書を提出させるときは、他に優先して見積書徴収業者に選定する。

第6節 支援組織・支援体制

セルプ協

岩手県社会福祉協議会では、平成13年度「岩手県授産施設連絡協議会（セルプ協）」を設置、今後は、授産施設の協働事業を展開することとしています。

障害者作業所連絡協議会

障害者作業所連絡協議会では、アンテナショップの開設、展示即売会等を実施し、障害者作業所の経営基盤の安定と振興を図っています。

地域の支援組織の立上げ

全県的な支援の仕組みはできつつありますが、今後は地域における支援体制を整備する必要があります。そのため、地域の企業等や商工団体等との連携を図り、地域の支援組織を立ち上げる必要があります。

資 料

授産活動活性化指針検討委員会設置要綱

(設置)

第1 身体障害者、知的障害者等の授産施設における活動については、障害者等の自立意欲、社会参加意欲を助長するため行われてきたが、昨今の厳しい経済情勢は授産製品等の受注量の減少、価格の下落等の深刻な影響を及ぼしている。

そのため、授産施設における活動等について、その現状及び課題等を把握した上、活性化の方策を検討し、指針として策定するため、「授産活動活性化指針検討委員会」(以下、「検討委員会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第2 検討委員会の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 授産活動活性化指針の策定に関すること。
- (2) 授産施設実態調査の総括に関すること。
- (3) その他授産活動の活性化に必要な事項の検討に関すること。

(構成)

第3 検討委員会は、別記の者をもって構成し、委員は次に掲げる者の中から岩手県社会福祉協議会長が委嘱する。

- (1) 授産施設関係者
- (2) 企業等関係者
- (3) 外部有識者
- (4) 障害・商工関係行政担当者

2 委員の任期は、委嘱の日から、平成15年3月31日までとする。ただし、欠員が生じた場合における補欠委員の任期は前任者の残任期間とする。

(委員長)

第4 検討委員会に委員長を置き、委員の互選とする。

- 2 委員長は、会務を総理し、会議の議長となる。
- 3 委員長に事故あるとき、又は委員長が欠けたときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

第5 委員会は、岩手県社会福祉協議会長が召集する。

- 2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ、会議を開くことができない。
- 3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

(庶務)

第6 委員会の庶務は、岩手県社会福祉協議会において処理する。

(補則)

第7 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附則

この要綱は、平成13年10月15日から施行する。

授産活動活性化指針検討委員会 名簿

分野	職名	氏名	備考
授産施設(身障)	遠野コロニー施設長	遠山 豊	委員長職務代理者
授産施設(身障)	共伸園施設長	青木 俊悦	
授産施設(知的)	あすなる園施設長	熊谷 浩志	
授産施設(知的)	第一わかたけ学園施設長	昆野 香代子	
授産施設(精神)	のびやか丸施設長	岩根 多喜男	
授産施設(精神)	星雲工房施設長	志田 駒市郎	~ 14.3.31
授産施設(精神)	ルンルン施設長	菅原 輝男	14.4.1~
商工関係	岩手県商工会連合会専務理事	佐藤 嘉成	
企業関係者	いんベリネンサプライ取締役業務本部長	小野 武志	
企業関係者	ベストビジネス株式会社代表取締役	褰地 和男	
企業関係者	いわて生活協同組合店舗営業企画部長	福土 良市	
外部有識者	税理士	秋山 信勝	委員長
外部有識者	経営コンサルタント	佐々木 登	
障害者作業所	岩手県障害者作業所連絡協議会副会長	今野 紀子	
行政関係者	岩手県商工労働観光部 商工企画室商工企画監	圃田 清昭	~ 14.3.31
行政関係者	岩手県商工労働観光部 商工企画室商工企画監	酒井 俊巳	14.4.1~
行政関係者	岩手県保健福祉部 障害保健福祉課長	赤羽 卓朗	
民間福祉活動	岩手県社会福祉協議会事務局次長	高橋 勝彦	

「岩手県授産活動活性化指針」策定の経緯

- | | |
|--------------------------------|--|
| 平成 13 年 10 月 3 日
~ 11 月 2 日 | 授産施設実態調査
42 施設実施 |
| “ 11 月 15 日 | 委員委嘱 |
| “ 12 月 12 日 | 第 1 回授産活動活性化指針検討委員会
委員長選出、副委員長指名
(報告) 授産活性化事業について
(協議) 授産活動活性化指針の策定について |
| 平成 14 年 1 月 ~ 2 月 | 取引先事業所調査
対象 122 事業所、回答 55 事業所 (回収率 45.1%) |
| “ 2 月 4 日 | 第 2 回授産活動活性化指針検討委員会
(報告) 授産施設実態調査の中間報告について
(協議) 調査結果による授産施設の課題について |
| “ 7 月 18 日 | 第 3 回授産活動活性化指針検討委員会
(報告) 13 年度事業実績、14 年度事業計画について
(協議) 授産活動活性化指針の骨子について |
| “ 12 月 16 日 | 第 4 回授産活動活性化指針検討委員会
(協議) 授産活動活性化指針 (案) について |
| 平成 15 年 2 月 12 日 | 第 5 回授産活動活性化指針検討委員会
(協議) 授産活動活性化指針 (案) について |

【参考資料】

1 商工関係の制度

(1) 経営相談

経営指導員による経営相談

地域商工会、商工会議所の経営指導員が経営相談に応じてくれます。

各商工会、商工会議所に御相談ください。

(2) (財)いわて産業振興センターの支援制度・事業

ワンストップサービス（企画課 019-621-5386）

総合相談窓口を設置し、新事業創出・創業及び経営革新についての相談に対応します。

設備貸与制度（金融課 019-621-5381）

事業所が機械、設備を購入するとき、センターがそれを商社、メーカーから直接購入して低利で割賦販売またはリースする公的制度です。

経営革新と情報化支援（経営支援1課 019-621-5387）

経営革新を行い、経営の向上を目指す意欲ある事業所を支援します。

【事業項目】

- ・ 専門家による診断・助言
- ・ 情報化プラザ
- ・ 中心市街地活性化助成金
- ・ 省エネルギー設備導入資金
- ・ 情報誌の発行
- ・ 調査情報の提供
- ・ 講演会等の開催
- ・ 小売商業支援

経営情報の提供と人材育成の支援（情報研修課 019-621-5389）

必要な情報を収集し、必要に応じて加工もしくは創出し、情報の提供をしています。

【事業項目】

- ・ インターネットによる情報の提供
- ・ 情報の収集と提供
- ・ 中小企業向け研修の開催

新産業創造と創業の支援（新産業推進課 019-621-5070）
創業・新事業創出について各種支援を実施しています。

【事業項目】

- ・ インターシップ事業の推進
- ・ 技術高度化の推進と産学官連携支援
- ・ いわて起業家大学の開催による新産業の創出支援
- ・ インキュベーション施設の提供と企業成長支援
- ・ マーケティング調査支援
- ・ 投資事業

下請事業所の安定と振興（取引支援課 019-621-5385）
下請事業所の安定と振興を図るため、各種支援を実施しています。

【事業項目】

- ・ 下請取引の紹介あっせん
- ・ 経営基盤の強化と技術向上支援
- ・ 調査・情報の提供、苦情の処理

研究開発の支援（研究開発推進課 019-621-5070）
地域に根ざした技術基盤を確立するため、独創的・先駆的な研究開発を推進しています。

【事業項目】

- ・ 研究成果育成型地域研究開発促進（R S P）
- ・ 研究開発支援
- ・ 新産業創造技術研究開発
- ・ 地域結集型共同研究

岩手県試験研究機関等一覧

名 称	所在地	連絡先	主な指導内容
工業技術センター	〒020-0852 盛岡市飯岡新田 3-35-2	企画情報部 TEL 019-635-1115 FAX 019-635-0311	○地場産業の高度化に関する研究 ○技術相談・技術指導 ○試験、検査、分析、計測等
農業研究センター	〒024-0003 北上市成田 20-1	企画経営情報部 専門技術員室 TEL 0197-68-2331 FAX 0197-68-2361	○地域特性を生かしたオリジナルな 農畜産物の加工・流通技術の開発と 販売手法の確立
林業技術センター	〒028-3623 紫波郡矢巾町大字煙山 第3地割字清水 560 番 11	企画指導部 TEL 019-697-1536 FAX 019-697-1410	○研究部門と一体となっていこう、 木材加工、雑木林の育苗・育林、き のこ栽培等の実践的な技術研修
水産技術センター	〒026-0001 釜石市大字平田第3地 割 75 番地 3	利用加工部 TEL 0193-26-7916 FAX 0193-26-7920	○県産水産物の利用加工技術の開発
			○水産食品の安全性（HACCP）に関する研究・指導
			○水産加工開放実験室の運営
農業大学校 (含 花きセンター)	〒029-4501 胆沢郡金ヶ崎町六原蟹 子沢 14	総合研修科 TEL 0197-43-2107 FAX 0197-43-2108	○公開研修(花きセンターまつり等)
			○視察研修対応
			○温室栽培実証展示
			○パイプハウス栽培実証展示
			○花壇緑化等栽培実証

平成14年度助成一覧

助成機関名	助成対象	募集期間、URL
<p>はあと財団 第19回老後を豊かにする ボランティア活動資金 〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-5 第一勧業銀行本店内 TEL：03-3596-4531</p>	<p>地域に根ざした老人のためのボランティア活動（食事サービスや友愛訪問、老人宅の除雪や家屋の修理活動等に必要な機器類の購入助成（継続2年以上の老人対象のボランティアグループを対象）</p>	<p>募集期間 4月上旬～5月下旬 決定時期 8月末</p>
<p>電気通信普及財団 電気通信を利用したボランティア活動に対する援助 〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-11 西新橋光和ビル5階 TEL：03-3580-3411 FAX：03-3580-3488</p>	<p>福祉分野において無償でボランティア活動をしている団体に対し、電気通信に関する機器等の寄贈</p>	<p>募集期間 4月上旬～5月下旬 決定時期 10月 http://www.taf.or.jp/</p>
<p>大同生命厚生事業団 地域保健福祉研究助成 サラリーマン（ウーマン）ボランティア活動助成 〒564-0063 大阪府吹田市江坂町1-23-5 大同生命江坂第2ビル内 TEL：06-6330-8452 FAX：06-6330-8653</p>	<p>地域保健福祉研究助成 ・衛生、福祉、医療等関係職員の公衆衛生、福祉活動の研究に対する支援 サラリーマン（ウーマン）ボランティア活動助成 ・福祉活動、子供健全育成等の社会福祉推進ボランティア活動、行おうとするサラリーマン（ウーマン）に対し助成</p>	<p>募集期間 4月上旬～5月下旬 決定時期 8月下旬</p>
<p>ヤマト福祉財団 平成14年度障害者福祉助成金 障害のある大学生に対する奨学金の供与一般助成 〒104-0061 東京都中央区銀座2-12-15 TEL：03-3248-0691 FAX：03-3542-5165</p>	<p>一般助成 障害者施設の改善、整備、備品等の購入、各種出版、調査、研究、文化・スポーツ事業に対する助成</p>	<p>募集期間 4月中旬～4月下旬 決定時期 7月下旬</p>
<p>太陽生命ひまわり厚生財団 社会福祉助成事業 事業助成 研究助成 〒103-0027 東京都中央区日本橋2-11-2 太陽生命ビル内 TEL/FAX：03-3272-6268</p>	<p>事業助成 在宅高齢者福祉、高齢者の心の癒し、民間ボランティアグループ、障害者福祉の啓発、授産施設・作業所、福祉車両購入への助成 研究助成 社会福祉法人・民間機関等が実施する老人保健、医療、生活習慣病に関する研究</p>	<p>募集期間 4月上旬～5月下旬 決定時期 9月中旬</p>
<p>ユニバール財団 市民活動助成 〒160-0004 東京都新宿区四谷2-4-18 YPCビル TEL：03-3350-9002 FAX：03-3350-9008</p>	<p>高齢者が活動、対象とした市民活動団体に対する催し物等の事業に直接要する諸経費の助成</p>	<p>募集期間 4月上旬～7月下旬 決定時期 11月上旬 http://www.univers.or.jp/</p>
<p>丸紅募金 社会福祉助成事業 〒100-8088 東京都千代田区大手町1-4-2 丸紅東京本社ビル TEL：03-3282-2474 FAX：03-3282-2462</p>	<p>社会福祉事業（福祉施設の運営、福祉活動など）を行う非営利法人（法人でなくても3年以上活動）へ助成</p>	<p>募集期間 4月中旬～6月下旬 決定時期 10月下旬 http://www.marubeni.co.jp/kikin/fund.htm</p>

助成機関名	助成対象	募集期間、URL
キリン福祉財団 社会福祉助成事業 〒104-8288 東京都中央区新川2-10-1 TEL：03-5540-3522 FAX：03-5540-3525	福祉を目的とする民間団体による地域における子育てボランティア活動に対する助成	募集期間 4月中旬～6月下旬 決定時期 7月下旬 http://www.kirin.co.jp/foundation
子ども未来財団 助成事業 〒104-0061 東京都中央区銀座3-11-18 眞帆ビル TEL：03-5550-9450 FAX：03-5550-9470	家庭の育児を支援する事業・児童の健全育成等の支援の振興・またはそれに関するボランティア活動の振興、調査研究、情報誌の発行など	募集期間、決定時期は各事業毎 http://www.kodomomiraizaidan.or.jp
NHK厚生文化事業団 わかば基金 〒150-0047 東京都渋谷区神山町4-14 第三共同ビル TEL：03-3481-7855 FAX：03-4581-7674	地域での高齢者障害者支援・社会参加や就労の場づくりの促進・相互交流などを行っているボランティアや市民活動団体に対する助成	募集期間 5月上旬～6月下旬 決定時期 10月上旬 http://www.npwo.or.jp
清水基金 施設等一般助成事業 心身障害児・者福祉施設従事者海外研修事業 〒104-0031 東京都中央区京橋2-16-1 京橋清水ビル内 TEL：03-3535-6231 FAX：03-3535-6303	施設等一般助成事業 ・知的・身体障害者施設関係の建築工事、整備工事、機械類、車両の購入、調査研究、出版等 心身障害児・者福祉施設従事者海外研修事業 ・福祉に関する理論、技術の調査・取得のための海外研修	施設等一般助成事業 ・募集期間 6月上旬～8月下旬 心身障害児・者福祉施設従事者海外研修事業 ・募集期間 5月上旬～6月下旬 ・決定時期 共に翌年1月
富士記念財団 社会福祉助成事業 事業助成 研究助成 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-5-4 TEL：03-3201-2442 FAX：03-5252-8660	事業助成 原則として法人施設・団体（作業所等効果が期待できる場合は対象） 研究助成 法人施設・団体またはグループ	募集期間 5月中旬～7月下旬 決定時期 11月以降
安田火災記念財団 平成14年度社会福祉助成 〒102-0073 東京都千代田区九段北4-2-1 大成火災本店ビル4階 TEL：03-3222-3622 FAX：03-3222-3634	社会福祉の分野でNPO法人の設立を計画している団体（平成14年度中に設立認証申請を行うこと）にNPO法人設立に関する費用の助成	募集期間 7月上旬～7月下旬 決定時期 10月上旬
松翁会 平成14年度社会福祉助成金事業 〒100-004 東京都千代田区大手町1-5-4 大手町フィナンシャルセンター3階 TEL：03-3201-3225	事業助成 原則として法人施設・団体（作業所等効果が期待できる場合は対象） 研究助成 法人施設・団体またはグループ	募集期間 5月中旬～7月下旬 決定時期 10月以降

助成機関名	助成対象	募集期間、URL
<p>日本財団 ボランティア・NPO活動助成金 福祉車両助成（法人） 福祉車両助成（ボランティア） 〒107-8404 東京都港区赤坂1-2-2 TEL：0120-77-1089 FAX：03-6229-5107</p>	<p>ボランティア・NPO活動助成金 コミュニティにおけるパートナーシップの推進 福祉車両助成（法人） 社会福祉法人、財団法人、社団法人、NPO法人（一部車両）への各種福祉車両の助成 福祉車両助成（ボランティア） ボランティア団体・NPO法人への各種福祉車両の助成</p>	<p>ボランティア・NPO助成金 ・募集期間 5月中旬～6月下旬 ・決定時期 10月 福祉車両助成 ・募集期間 6月上旬～7月下旬 ・決定時期 12月 http://www.nippon-foundation.or.jp/</p>
<p>朝日生命厚生事業団 伸びゆく子供のための活動資金 〒160-0023 東京都新宿区西新宿1-9-14 TEL：03-3342-0604 FAX：03-3340-5823</p>	<p>国内における児童健全育成活動で、団体組織内の固有の活動ではなく、地域に幅を持った活動で、かつ補助金、助成金だけでなく、会費等の自主財源など、経費面での自己努力のある活動を対象</p>	<p>募集期間 4月上旬～5月下旬 決定時期 8月下旬</p>
<p>ファイザー製薬株式会社 心とからだのヘルスケアに関する市民活動支援 〒163-0461 東京都新宿区西新宿2-1-1 新宿三井ビル内私書箱226号 TEL：03-3344-7524 FAX：03-3344-7215</p>	<p>「成長過程にある人たちの心身の発達を支援する活動、社会的な受け皿がないために保健・医療が受けられない人たちの心身のケアを支援する活動、障害を持つ人や療養にある人たちの充実した生き方を支援する活動」をする非営利団体</p>	<p>募集期間 5月中旬～6月下旬 決定時期 11月下旬 http://www.pfizer.co.jp</p>
<p>大和証券福祉財団 ボランティア活動助成 ボランティア活動等に関する調査研究助成 〒103-8219 東京都中央区日本橋茅場町1-1-9 大和証券兜町ビル TEL：03-3665-5147 FAX：03-3662-0495</p>	<p>ボランティア活動助成 ・在宅老人、障害児・者、児童問題等に対するボランティア活動に助成 ボランティア活動等に関する調査研究助成 ・ボランティア活動その他の福祉、医療、保健の各分野における活動に関する調査研究及びこれに対する助成</p>	<p>募集期間 7月中旬～9月下旬 決定時期 12月 http://www.daiwa.co.jp/group/kouken/index-s.html</p>

食品の製造・販売のために必要な手続き

ケーキ、クッキーや食品関係の営業許可を受けるには、まず管轄の保健所に営業の内容等について事前相談を行った後、営業許可申請書を提出し、許可を受けなければなりません。

また、即売会など、一時的に短期間、調理や製造販売を行う場合には、届出が必要です。これも、事前に保健所に相談してください。

新しく営業する場合のほか、次の場合にも改めて申請手続きが必要です。

営業者が変わる場合

施設を建て直したり、大幅に改造した場合

営業許可を受けるには

知事が定めた基準に合った施設を整備すること

営業許可を申請すること

食品衛生責任者を選任すること

食品衛生責任者の条件

- 1 栄養士、調理師、製菓衛生師、食品衛生管理者の資格保持者
- 2 食品衛生責任者になるための講習会受講修了者

営業許可手続きの概要

どのような食品を製造・販売したいか具体的にになったら、まず保健所に事前に相談し、必要な手続き等を確認します。

ポイント 許可を受けるために必要な施設の条件(施設基準)について、保健所で説明を受けた後、それに合わせた設計を行う。

申請書類の提出

施設完成後の確認検査

施設側も立ち会ってください。

施設基準に合っていない場合は、不適正なところを改善して、再検査を受けることとなります。

許可証の交付、営業開始

その他

容器包装に入れられた食品を販売する場合は、名称や消費期限、製造者など必要な指示事項があります。表示の仕方については、保健所に相談してください。

(食品表示の例)

名 称	ケーキ
原 材 料	小麦粉、サラダ油、牛乳、卵、砂糖、ココアバター
賞味期限	平成 年 月 日
保存方法	直射日光を避ける
製 造 者	住所・名称・責任者氏名

本授産活性化指針は、平成14年度授産施設活性化特別対策事業により作成しました

岩手県授産活動活性化指針

発行日：平成15年3月

発行：岩手県

編集：岩手県社会福祉協議会

〒020-0831 岩手県盛岡市三本柳8-1-3 ふれあいランド岩手

電話019-637-4403 fax019-637-4255

URL：<http://www.iwate-shakyo.or.jp/>

E-mail：sisetuka@iwate-shakyo.or.jp

印刷：身体障害者授産施設「遠野コロニー」