

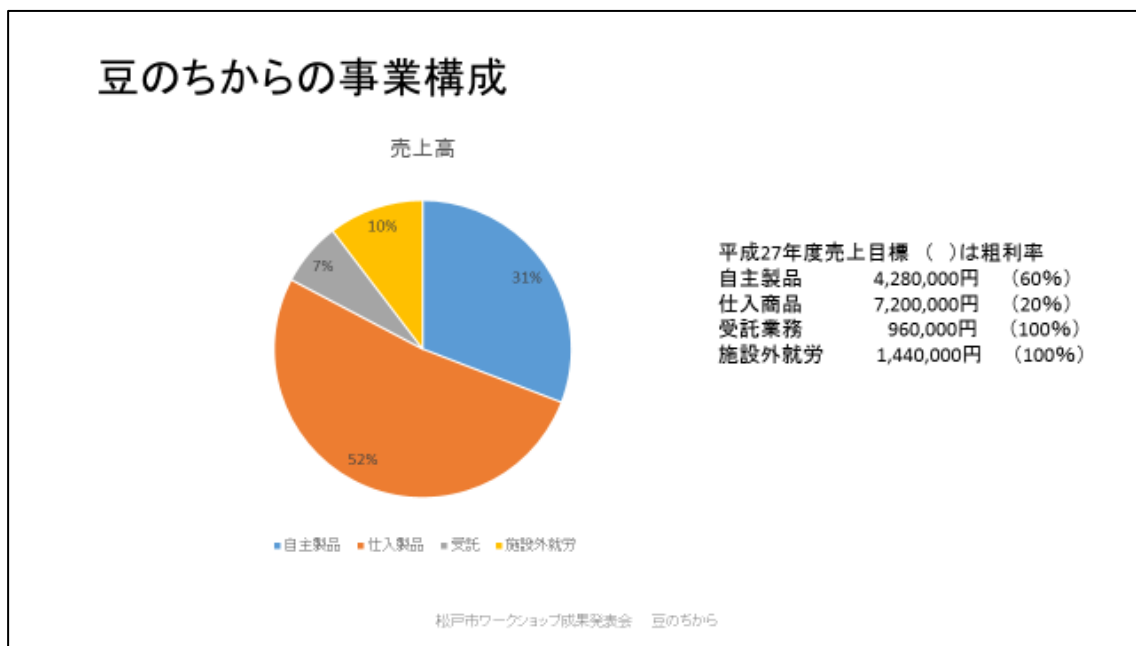
### 事例3 豆のちから（就労継続支援 B 型事業所）

#### 【施設概要】

法人名	特定非営利活動法人まつかぜの会
事業所名	とうふ工房豆のちから
事業種別	就労継続支援 B 型
利用者定員	20 人
職員数	8 人
事業所所在地	千葉県松戸市緑ヶ丘 2-349
URL	<a href="http://mamenochikara.com/">http://mamenochikara.com/</a>

#### 【事業概要】

平成 27 年 4 月より就労継続支援 B 型事業所として開所。就労事業として自主生産品（手作り豆腐・豆腐関連商品）、受注業務（軽作業）、施設外就労を行っている。自主製品の豆腐の店舗販売を伸ばすことで、利用者の工賃向上につなげていきたい。平均月額工賃は平成 27 年度 16,000 円を目標にしている。



#### 【直面する問題】

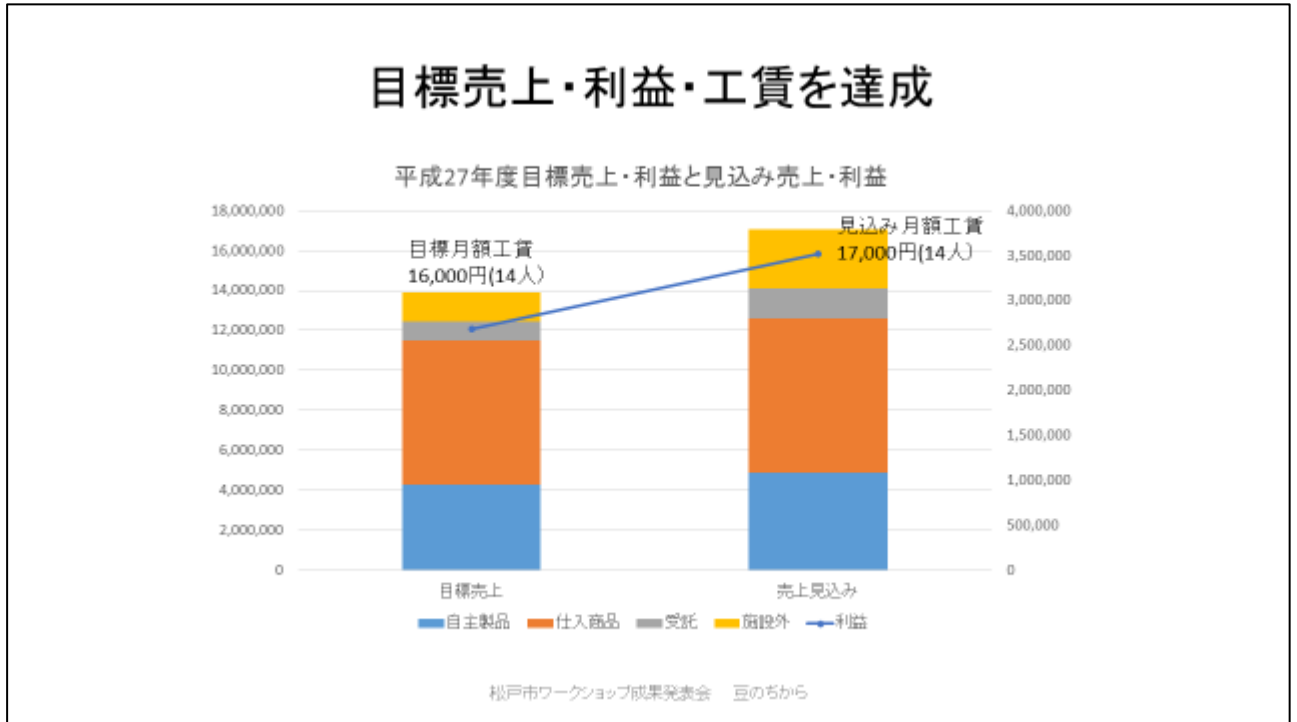
##### <自主製品>

手作り豆腐、豆腐関連製品の仕入れ品を、イベント販売・移動販売・委託販売・店舗販売している。しかしイベント販売ではイベントは休日になるため人員確保が難しく、移動販売では職員の人数に限りがあり、委託販売では利益率が低い。工賃向上につなげるため、店舗販売での売上をあげたいが、どうしたらいいのか

取り組む課題	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 店舗への集客を拡大する</li> <li>2. 利益率の高い自主生産の豆腐の売上増加</li> <li>3. 賞味期限切れ等による廃棄は出さない</li> </ol>
対策	<p>松戸市内住民で、健康を気づかう高齢者や自然食品に興味のある人を対象に</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新規客のために特典付きチラシをポスティング（スタンプサービス、値引き）、リピーター客のためにスタンプカード</li> <li>2. 国産大豆 100%の豆腐とすぐわかる、店のイメージチェンジ。 出来上がり時間、おすすめ商品を知らせるブラックボードの活用</li> <li>3. 商品売上記録表をつける。製造数、発注数の資料にすることで廃棄する数を減らす。</li> </ol>
成果	<p>店舗売上は目に見える増加はないが、スタンプカードやチラシ、ブラックボードなどの活動を続けていくことが集客につながると考えている。</p> <p>次年度は地域に知ってもらうことを目的に、子供向けの簡単な豆腐教室や大人向けの豆腐教室を予定している。</p>
ポイント	関係重視、口コミ
解説	<p>「豆腐を買うならここで買おう」と思ってくれる顧客を作っていく中で、人的コミュニケーションでの継続的接触に着目しています。小規模店では地域のお客様に頻回来ていただきたいので、スタンプカードを導入しました。今後お客様との関係を作っていくには、接触のタイミングを多く取り入れることが必要になると思われます。例) 新商品発売、季節の豆腐、食べ方提案、等。</p> <p>店そのものもお客様との接触ポイントになるので、売り場レイアウトやディスプレイの変更は有効です。</p> <p>また来年度の計画として子ども向け・大人向けの豆腐教室を予定されて、体験は強く関係性維持に影響するので、小規模店には良い販促手法といえます。</p> <p>また「記憶しやすく、伝えやすい」×「伝えたくなる」という口コミ発生を考慮しながら、チラシなどの宣伝物を作成するとさらに有効と考えられます。</p>

### 【取り組み期間における目標工賃達成見込み】

問題解決にあたっては、現状分析をし、課題を設定し、対策を立て、実践と振り返りを行った。実践期間は平成27年4月～平成28年3月で、その成果は下記の通り。  
平成27年度では目標月額平均工賃17,000円を達成する見込み。(平成28年3月1日発表資料による)



添付：豆のちから 工賃向上計画実施報告書（成果報告書）

参考書籍：岩崎邦彦（2004年）「スモールビジネス・マーケティング」中央経済社

# 工賃向上ワークショップ

## 成果報告

特定非営利活動法人まつかぜの会  
就労継続支援B型事業所  
とうふ工房豆のちから

発表者 藤本 実穂

### とうふ工房豆のちからの紹介

平成18年5月開所  
地域活動支援センター (9名)

平成27年4月より  
就労継続支援B型事業所 (20名)

職員数 8名

#### 《主な生産活動》

##### ＜自主生産品＞

手づくりとうふ・豆乳プリン・おからドーナツ

##### ＜受注＞

ネジの検品・製作所の設備金型のシール貼り・チラシ折

##### ＜施設外就労(共同受注)＞

東松戸病院での売店・洗濯業務

#### 参加動機

利用者人数を増やす中で、工賃を上げていくにはどうしたらいいのか？

活動名	対象顧客	取引の流れ
ネジの検品 (受注)	業者	材料の受け入れ(業者搬入) → 検品 → 納品(業者引き取り)
金型のシール貼り (受注)	業者	材料の受け入れ(施設引き取り) → 加工作業 → 納品(施設納品)
チラシ折 (受注)	業者	材料の受け入れ(業者搬入) → 加工作業 → 納品(業者引き取り)
施設外就労 (共同受注)	行政	東松戸病院での売店・洗濯業務
とうふ・プリン・ドーナツ (自主生産)	個人	材料の仕入れ(業者) → 製造 → 販売(店舗・移動販売・イベント)
揚げ物・お菓子 (仕入れ販売)	個人	商品の仕入れ(業者) → 販売(店舗・移動販売・イベント)

- ・ 受注 → 利益率は良いがこれ以上増やすには、人員確保をしなければならない  
仕事量が安定しない
- ・ 自主生産品・仕入れ商品の販売 → イベント販売・移動販売・委託販売・店舗販売 をしている。



問題点

- ・ イベント販売 → イベントが休日の為、人員確保が難しい。
- ・ 移動販売 → 職員の人数に限りがある。
- ・ 委託販売 → 利益率が低い。

店舗での自主生産品の売り上げを上げ **工賃向上** につなげていきたい！！

店舗の売り上げを上げるためには???

- ・ お店にたくさんのお客さんを呼ぶ！
- ・ 自主生産品のとうふをたくさん買ってもらう！
- ・ 商品の破棄(賞味期限切れ)を出さないようにする！

## プラス面

### 良い変化 / 追い風

- ・ 健康思考のTVなどが多く放送される。

## マイナス面

### 悪い変化 / 逆風

- ・ もっと価格の安いとうふがスーパーで売られている。
- ・ 同じ地域にとうふ屋がある。

## 資源 / 長所

- ・ お店が新しくなった(リニューアルオープン)
- ・ お店の場所がわかりやすい。説明しやすい。
  - ・ 人気商品がある(おからドーナツ)
    - ・ フェイスブックを始めた。
    - ・ 国産にこだわった商品。

## 課題 / 短所

- ・ 効率の良い販売。
- ・ 数(製造数・仕入れ数)を読む難しさ(天気・季節の影響)

### 対象市場 ニーズ

- ・ 健康思考の人
- ・ 健康に気を使う高齢者
- ・ 自然食品に興味のある人

### 具体的なターゲット

- ・ 松戸市内に住む主婦
- ・ イベントで興味をもってくれた人
- ・ 自然食品をうたっている場所や講演会などに来ている人

## ビジネスチャンス

### 地域に名前を売っていく!!!

- ・ イベントなどで興味を持ってくれたお客さんに、チラシやパンフレットを配りお店を知ってもらう。
- ・ 松戸市に住む自然志向の主婦にお店に来て買ってもらう。
- ・ 国産大豆100%にこだわった、つくりたてのとうふを提供する。

## 目標

平成27年度 月額平均工賃 16.000円

## 戦略

1、店に来るお客さんを増やす。

- ・ スタンプカードを作る → リピーターを増やす！
- ・ チラシのポスティング → チラシを持って来店すると特典がある！
  - ・ スタンプ5コサービス
  - ・ 自主生産品の値引き など
- ・ お店のイメージチェンジ → 外から見ても、国産大豆100%商品だとわかるようにする！

2、自主製品のとうふをたくさん買ってもらおう。

- ・ とうふ・ドーナツの出来上がり時間や、おすすめ商品などを知らせるブラックボードを店頭に置く！

## マーケティングプラン

誰に？

- ・ 松戸市に住む主婦や高齢者

どんなニーズに対して？

- ・ 健康思考の人
- ・ 健康に気を使っている人
- ・ 自然食品に興味のある人

何を？

- ・ 国産大豆100%のつくりたて手作りとうふ

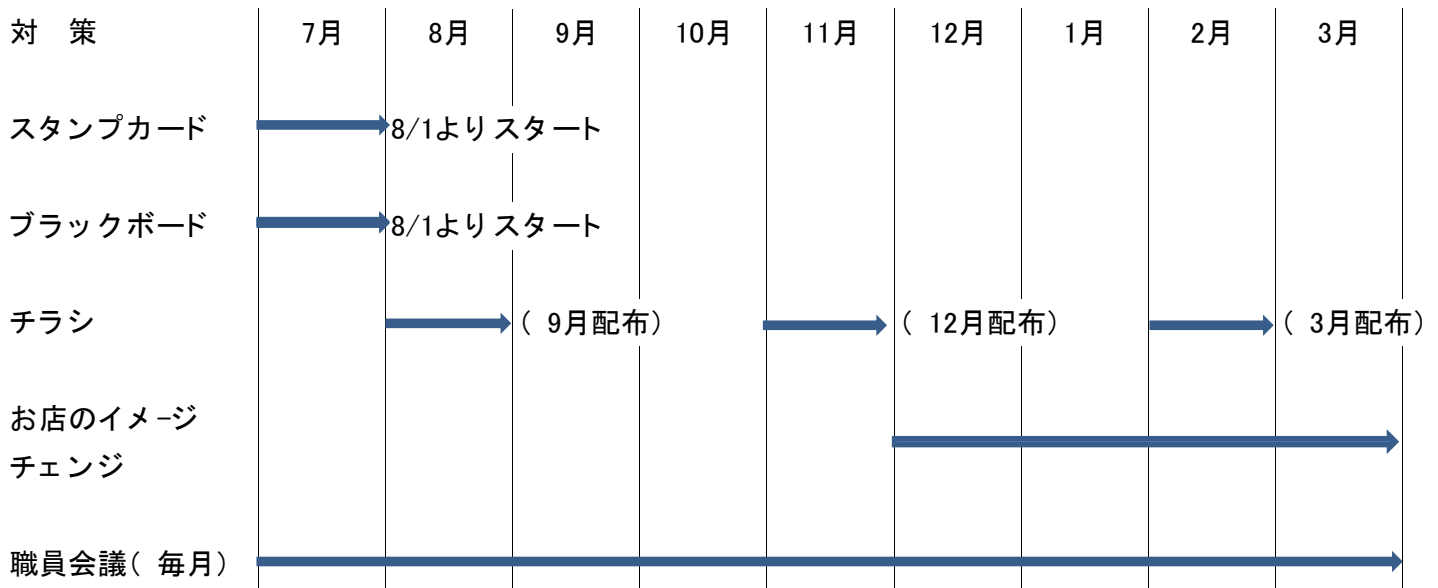
どんな工夫で？

- ・ チラシの配布
  - ・ チラシを持って来店すると スタンプカードのスタンプ5コサービス
  - ・ " 自主生産品の値引き

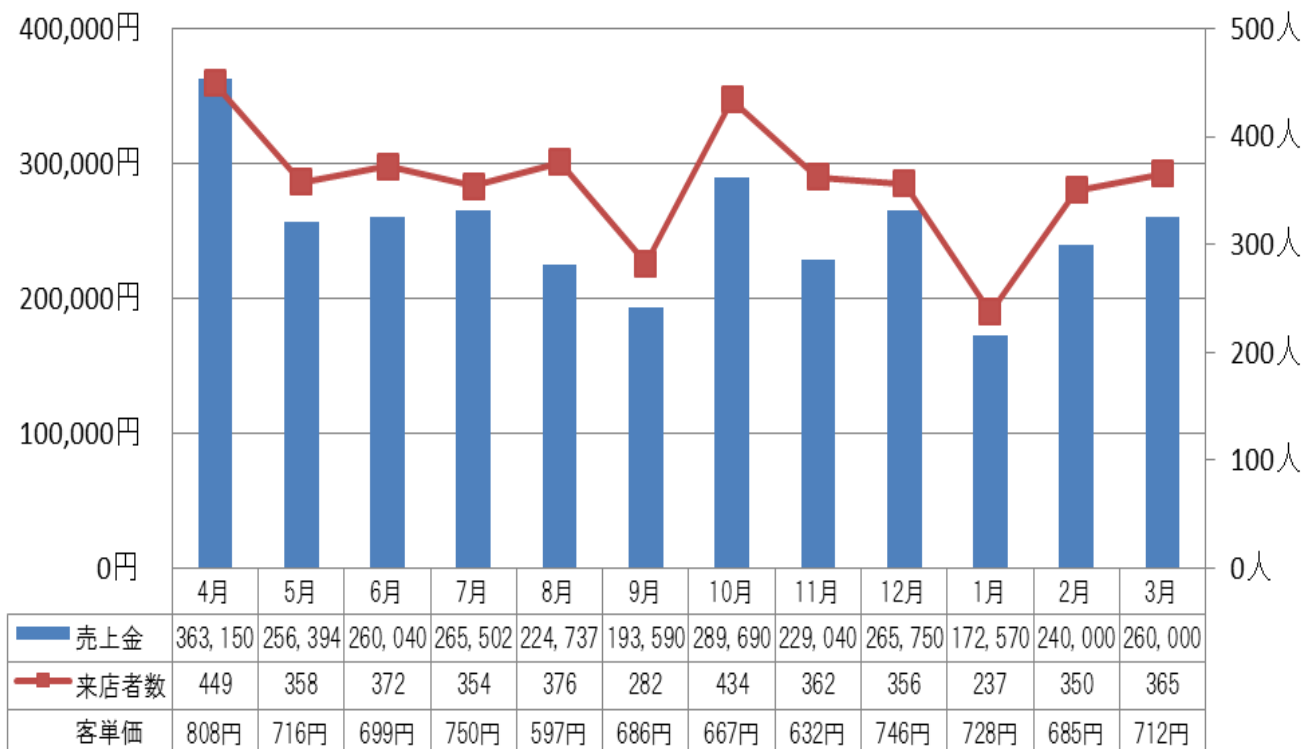
どのような広告宣伝活動？

- ・ 店頭ブラックボードを置き、おすすめ商品の案内・説明
- ・ 店の外から見ても『国産大豆100%』であることをわかるようにした
- ・ 商品の出来上がる時間や値段を、外の掲示板に貼り出す

## アクション・スケジュール



## 店舗売上推移表



- ・ 4月は、お店のリニューアルオープンの為、売上・来客数ともに高くなっている。
- ・ 1月は、長期休暇の影響の為、数字が落ち込んでいる。



平成27年度  
月額平均工賃( 予定) 17. 000円

【 目標工賃の設定】 人/月

	人数	目標月額工賃	目標月額工賃 ( =営業利益)
利用者	14人	16. 000円	224. 000円

【 目標工賃達成に必要な月売り上げ】

【 事業別目標売上高】

	粗利益率	固定費	目標営業利益	目標売上高
事業1 自主製品販売	60%	150. 000	64. 000	356. 667
事業2 仕入販売	20%	50. 000	70. 000	600. 000
事業3 受託作業	100%		40. 000	40. 000
事業4 施設外就労	100%	70. 000	50. 000	120. 000

【 目標工賃達成に必要な年売上】

	目標月売上	目標年売上	27年度売上見込み
事業1 自主製品販売	356. 667	4. 280. 000	4. 900. 000
事業2 仕入販売	600. 000	7. 200. 000	7. 700. 000
事業3 受託作業	80. 000	960. 000	1. 500. 000
事業4 施設外就労	120. 000	1. 440. 000	2. 950. 000
			17. 000. 000

- ・ 事業3 受託作業が大きく上回った理由は、単価交渉し1. 5倍の単価をもらえるようになった為
- ・ 事業4 施設外就労が大きく上回った理由は、5ヵ月限定で施設外の仕事が入った為

自主生産品の売上が、予定より620,000円くらい上回った。  
理由としては、イベントや移動販売の売上げが上がったため。  
店舗の売上げとしては、目に見える増加はないが、  
スタンプカードやチラシの配布、ブラックボードなどの活動を続けることが  
売上向上につながっていくと考えています。

もう一つは、商品の廃棄を少なくすること！  
商品売上記録表を毎日とることで数を読み、それをデータ化し、  
発注・製造の数にしていく事で破棄する商品を少なくしていこうと考えています。

## ワークショップで学んだこと

時間に追われる毎日の中で、工賃向上をするにはどうしたらいいのか？と考えることはあっても、  
行動に移すことがなかなかできませんでした。

ワークショップに参加することで、  
何をすれば工賃向上につながるのかを、  
職員全員で考え、案を出し、話し合い、行動に移すことができました。  
そして数字をとらえてデータ化することによって、先を見通した計画を立てることも学びました。

## 来季に向けて

来年度に向けて、とうふ教室を考えています。

目的としては、

- ・ 地域に入り込んでいくこと！
- ・ どんな活動をしているのかを知ってもらうこと！
- ・ お店の場所を知ってもらうこと！

子供を対象にした簡単なとうふ教室や、  
白大豆と青大豆のとうふを作り味の違いを体験してもらう教室などを考えています。

ご清聴ありがとうございました。

