

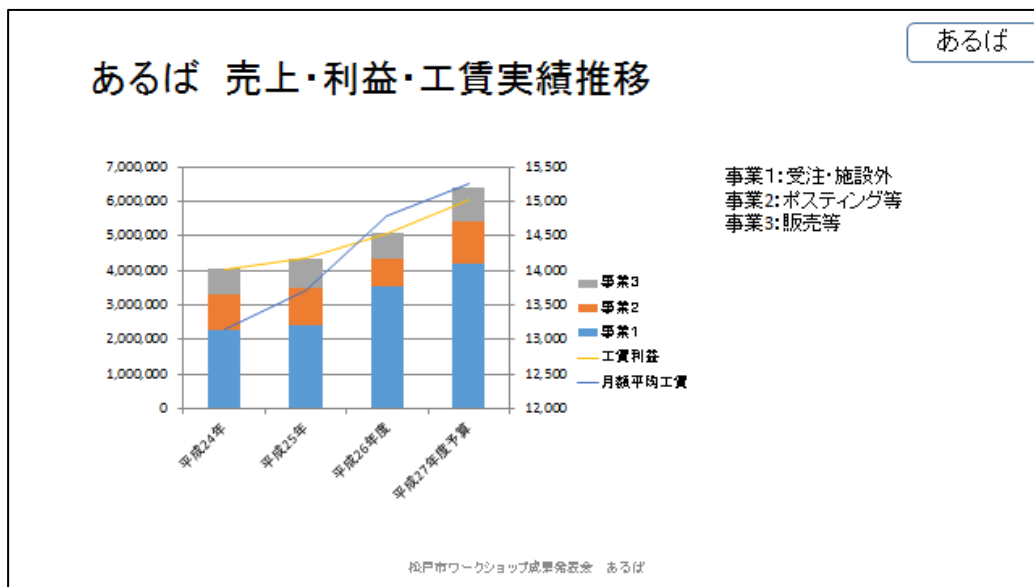
## 事例4 あるば（就労継続支援 B 型事業所）

### 【施設概要】

法人名	特定非営利活動法人ありのま
事業所名	あるば
事業種別	就労継続支援 B 型
利用者定員	32 人
平均利用者数（日）	21 人（平成 28 年現在）
職員数	8 人
事業所所在地	松戸市松戸 1879-24 ほくとビル

### 【事業概要】

就労事業として受注（軽作業）、ポスティング、フリーマーケット・バザー出店を行っている。受注をできるだけ高単価の受託事業に切り換えることで、利用者の工賃向上につなげていきたい。平均月額工賃平成 26 年度は 14,797 円、平成 27 年度は 15,253 円を予算としている。



### 【直面する問題】

#### <受注>

できるだけ高単価の受託作業に切り替えたい。そのためには企業との直接の取引を行いたいが、どのようにして開拓していったらよいのか。

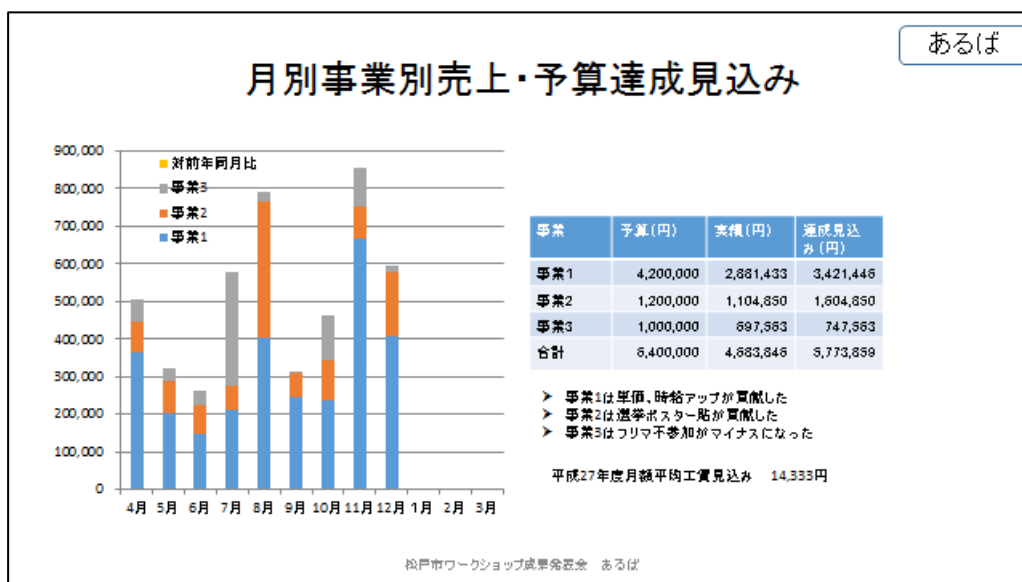
取り組む課題	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 既存取引先に対して単価交渉ができないか</li> <li>2. 新規取引先に対して高単価からスタートできないか</li> </ol>
対策	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 既存取引先に対して、他の契約社員・パートと同等の生産性だという実績を元に単価交渉をする</li> <li>2. 新規取引先では時給を最低賃金またはそれに近い金</li> </ol>

	額からのスタートとする。
成果	4社と工場出向の計画をし、出来高単価の交渉や、時給を最低賃金またはそれに近い額で契約することができた。
ポイント	営業前準備、仕様書、チェックシート
解説	<p>営業活動を行うにあたっては、どの分野の作業が得意なのか、関われる利用者が何人くらいいて、どのくらいの量をどのくらいの期間でこなすことができるのかといった情報整理が必要です。市場価格と、その事業所が設定している工賃から、作業の見積もり価格を算出しておくことが良いでしょう。またいろいろな作業を行った実績があるのであれば、実績リストを提供することも有効です。</p> <p>受注作業は、その品質を手にとって確認することが難しいため、作業の内容を明確にする仕様書や品質を標準化するためのチェックシート等を作成することが有効です。</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14,338円となる見込み。(平成28年3月1日発表資料による)



添付：あるば 工賃向上計画実施報告書（成果報告書）

## 1. 施設概要

就労継続支援 B 型事業所

利用者数 21 名 知的・身体・精神 定員 32 名

職員数 8 名

生産活動 事業 1：受注先 7 社より袋入れ、シール貼り、タオルたたみなど  
工場出向での梱包作業、

事業 2：地域新聞・ちらし等ポスティング、粉せっけん製造・廃食油回  
収、除草作業他

事業 3：フリマ・祭りでのタコ焼き・手芸品・野菜・果物販売  
ふれあいショップでの雑貨販売

### ①ワークショップ参加動機

平成 24 年 4 月 B 型へ移行し、利用者が様々な作業を通じてこれまで以上に社会に必要とされ、生きがいを見つけられるように職員が一丸となり取り組んでいます。一般就労の希望のある人、あるいは可能な人には就職活動を積極的に勧めるようにしています。あわせて、工賃向上に向けて生産活動を充実させ、改善していきたいと考え。それには企業との連携を図り、契約内容の精査、新規の優良企業の開拓を可能にするにはなどの戦略を学びたいと思いました。

### ②実践計画の作成

6 月：職員間での問題点と実践案の絞り込み（風間さんを囲んで）

7 月：既企業 5 社への担当を決め、工賃交渉及び工程内容の見直しをする。

8 月～10 月：週 1 の職員会議で随時報告をし対応する。

11 月：祭り・フリマ・ふれあいショップの工夫と問題点を探る。

12 月～2 月：振り返りと見直しを考える。

### ③実践と成果

受注作業：4 社と工場出向の契約をし、出来高工賃のアップの交渉したり、時給を最低賃金またはそれに近い額へとした。

これまでの信頼関係のなかで、実績やさらなる作業の正確さ、速さは契約社員・パートとも差がないようなものにすることを確約する施設内作業においても同様にし、搬入・搬出を受けるばかりでなくガソリン代を含めての工賃とした。

ポスティング：既存 1 社は除き、単価のアップを交渉する。営業をして、依頼者を増やした。選挙ポスター貼りは、厳しい作業でしたが高額収益となりました。

祭り・フリマ・ふれあいショップ：ネット情報や市報・ちらし等での出店参加数の拡大は条件・価格等でできませんでした。

施設一階のふれあいショップの工夫・見直しは、建物の構造や地理的問題が厳しく、またそれらの解決には経済的困窮があります。

また、季節に偏り、天候に左右されるイベントでの売上にたよる事業では少々難しいのではないかと考えます。