



施設商品の 豊かな世界へ

がんばっている人たちの
商品やお店を応援します!!

2011年12月

日本財団 CANPAN事務局 山田泰久

ブログ「Shop人にやさしく」 <http://blog.canpan.info/p-shop/>

自己紹介

山田泰久(やまだやすひさ)

- ・システム統括グループ 情報コミュニケーションチーム
CANPAN企画推進チーム(NPO情報発信担当)
- ・日本財団CANPANツイッター研究会 世話人
- ・日本ソーシャルブログ協会 会長他

1973年群馬県生まれ。

1996年日本財団に入会し、国際協力、総務部門を経て、2005年から4年間、福祉の助成担当に。563件の助成事業と障害者就労支援や発達障害、小地域福祉活動などの新規事業開発に携わる。

2009年6月より現職となり、「共感×信頼→つながり力」で社会を支える社会情報インフラ「CANPAN」の企画・開発、普及・利用促進に取り組んでいる。

人、地域、社会に良いことが大好きな「ソーシャル系男子」として、日々ソーシャルな情報を発信中(twitter:@canpan2009)。

ブログ:山田ホールディングス <http://blog.canpan.info/p-hd/>

Shop人にやさしく <http://blog.canpan.info/p-shop/>

施設商品の前に・・・

押さえておきたい、世の中の流行



施設商品の前に・・・

コーズ・リレイテッド・マーケティング

Cause-Related Marketing : CRM



トイレと水の問題で失われてゆく命を守りたい。

nepia 千のトイレプロジェクト 2010

2010年9月1日(水) → 12月31日(金)

施設商品の前に・・・

コミュニティ・ビジネス（CB）

ソーシャル・ビジネス（SB）

コミュニティ・カフェ

※ソーシャルビジネス55選

<http://www.socialbusiness.jp/case/>



施設商品の前に・・・

ソーシャル・メディア と ソーシャル・メディア・マーケティング



施設商品の前に・・・

フェア・トレードやエコ商品



施設商品の前に・・・

感動や共感 ストーリー



日本財団のこれまでの取り組み

- ◆ 就労などの福祉拠点の整備
- ◆ 先駆的モデル事業への助成
- ◆ 先駆的施設での「出稽古」研修プログラム
- ◆ 見本市や販売会の企画・開催
- ◆ ブログによる情報発信
- ◆ 「真心絶品」ブランド化

施設商品に関する考察

- ◆ 世間一般の人は、「施設商品」をそもそも知らない(知っている人は知っているけど)
- ◆ 「施設商品」を扱いたいという、福祉分野以外の人・団体が出てきた
- ◆ 障害者の経済的自立や生きがいでなく、これからの日本の貴重な労働力を産む
- ◆ CSR(企業の社会的責任)で活用できる

施設商品には大きな可能性がある!!

各地の取り組み

- ◆ 真心絶品、TOMO市（全国）
- ◆ ナイスハート北海道（北海道）
- ◆ 工賃倍増カフェ（長野）
- ◆ ハンズオン！埼玉「埼玉クッキープロジェクト」（埼玉）
- ◆ NPO法人トウギャザー（大阪）
- ◆ CHIRORI（奈良）
- ◆ 県庁授産品見本市（熊本）

施設商品を知りたい人へ

全国の施設商品を紹介するブログ

「Shop人にやさしく」

<http://blog.canpan.info/p-shop/>

ショッピングサイト「真心絶品」

<http://www.magokoro-zeppin.com>

きょうされんのネットショップ「TOMO市場」

<http://www.tomoichiba.jp/>

スペース96の障害者雇用・就労関連セミナーのメルマガ

<http://www.mag2.com/m/0000215358.html>

いろいろな活動を知りたい人へ

日本財団「授産機器整備事業に関する調査結果報告書」

http://www.nippon-foundation.or.jp/vol/topics_dtl/10011501.html

(株)福祉ベンチャーズパートナーズ(HPとメルマガ)

<http://www.fvp.co.jp/>

工賃10倍増計画(愛知・夏目氏)

<http://blog.livedoor.jp/labarca3120/>

いろいろな活動を知りたい人へ

メルマガ「施設長の資格」

<http://www.mag2.com/m/0000205870.html>

はたらきパーク(障害者就労支援情報) [福祉医療機構]

<http://www.wam.go.jp/ca30/shuroshien/>

ナイスハート北海道(企業と施設のマッチング)

<http://nice-heart-net.jp/>

大阪府工賃倍増プロジェクト

<http://l-challenge.com/kouchin/>

メルマガ「メール de ナミねえ」

http://www.prop.or.jp/namis_room/mail_magazine.html



福祉施設を考える

200ヶ所以上の施設を訪問して、
見てきたこと、感じたこと



美味しい社会貢献

①お客様視点

- ・ 美味しい施設商品を食べ、社会貢献

②福祉施設視点

- ・ 美味しいものを提供して、社会貢献
- ・ 地域に支えられる存在から地域を支える存在へ
- ・ 障害のある人の地域への貢献



就労事業所としての理念

- ・ 就労系福祉施設には二種類の顧客がいる
 - ・ 福祉サービスとして、 商売・ビジネスとして
 - ・ それぞれの顧客のために、それぞれの理念
- ①福祉サービスとしての理念(顧客＝利用者)
⇒福祉施設なら、どこでも持っている
- ②ビジネスとしての理念(顧客＝消費者、企業等)
⇒工賃の高い施設はしっかり設定している
⇒みんなで理念を共有して、やりがい・誇りに！



可能性の追求

- ・ いい商品を生産している施設の条件は、「利用者の可能性を信じている」
- ・ 『施設には出来ない、障害者にはできない』という先入観をなくす
- ・ 制度的に昔はいろんな規制があったが、今はほとんどない。
- ・ 「障害があるからできない」から「障害があってもできる」へ
 - ⇒ 障害特性を活かした仕事
 - ⇒ 障害があってもできるような仕事の工夫



仕事のための訓練と体力

- ・ 工賃が高い施設は立ち仕事が多い
- ・ 最初から、長時間立ち仕事ができただけではない
- ・ 立ち仕事ができるように、少しずつ訓練し、体力をつける
- ・ 「働く」ことに対する意識の高い施設
- ・ 障害があってもなくても、誰もが最初は新人。新人だから出来ないのは当たり前。そのための訓練や研修。



働くことの環境整備

- ・ 作業環境の整備
 - ⇒福祉サービスとしての整備（バリアフリー、安全対策、構造化など）
 - ⇒作業現場としての整備（整理整頓、効率的な作業環境）
- ・ 利用者の周囲環境の整備
 - ⇒本人の働くことへの意識向上
 - ⇒保護者の意識改革



施設職員の仕事

- ・ 職員と利用者の仕事をしっかり区分する
- ・ 区分できるように、作業工程の工夫
- ・ 職員の仕事として行うべきもの
 - ⇒ 日々の作業の準備や、効率化
 - ⇒ 商品・製品開発
 - ⇒ 販路の開拓、営業
 - ⇒ 利用者の研修など



施設商品を考える

新規事業から商品開発、
販路開拓、意識改革のヒント



施設商品の戦略

- 品質・・・ 一般＝施設
- パッケージ・・・ 一般＞施設
- 値段・・・ 一般＞施設(儲けが少ない)
- (付加)価値・・・ 一般＜施設



①販売方法

福祉施設だからこその利点

- ・ 宅配、引き売り、出張販売、移動販売車
- ・ (もう一度) ネット販売の機運上昇
- ・ 他の福祉施設や地域産業と連携したセット販売
- ・ 官公需や、企業のCSR
- ・ 老人施設、病院、学童保育
- ・ コンビニ、パチンコの景品、カタログギフト、ミュージアムショップなど
- ・ 福祉のお店、フェアトレードのお店



②商品開発

- ・ 地域の特産品の活用
- ・ 企業、地域、専門家との連携
- ・ 農業との連携
- ・ NPOやエコ団体との連携
- ・ 地域のニーズ、地域への貢献

※手づくりの食品(⇒安心安全を求める、無添加)



③情報収集

- ・ 他の福祉施設の取り組み(ネットで情報収集)
- ・ 新聞、雑誌、TV、知人、セミナー
- ・ 分野ごとの専門誌



④個性を活かす

- ・ その人しかできない仕事や商品
- ・ その施設しかできない仕事や商品
- ・ 一般の人や企業がまねできない仕事
- ・ アート雑貨、手づくり、手間暇をかける



⑤ 要望から提案へ

仕事を下さい



御社の課題を解決します

お店で売って下さい



この商品を置くと、お客さんが喜びます



⑥PR・周知

- ・ マスコミ向けのニュースリリース
 - ⇒署名記事やコーナーで、特色や関心を知る
 - ⇒それにあった切り口の文章(記事にしやすく)
 - ⇒その担当者宛にピンポイントで郵送する
 - ⇒新商品を出した時や、季節感ある提案で
- ・ 地域の挨拶回りには、必ず施設商品
- ・ 地域の情報誌などで取り上げてもらう
- ・ 口コミ効果
- ・ 職員や保護者も積極的に宣伝



① ネットの活用

- ・ ホームページ、ブログの活用
- ・ 新聞で記事を読んで、ネットで詳しく検索
- ・ ネットで検索する人は興味を持っている人
- ・ マスコミの人でも取材前にネットで検索
- ・ ネットの口コミ効果のためには、HP・ブログが重要
- ・ 企業や行政の人が、職場内で紹介するためにも重要



⑧ その他

- ・ 体験型ワークショップ
- ・ ソーシャルビジネス、コミュニティビジネス
- ・ 社会起業家



ここまでのまとめ



施設商品のイメージ

- ・ かわいそうだから買ってあげるといった人は少ない
- ・ そもそも福祉施設が働く場所ということを知らない
- ・ ちょっと知っている人は、パンとクッキーのイメージが強い
- ・ 福祉施設でいろんな仕事をしているということをもっと知ってもらう必要がある



- ・ イメージがないからこそ、「福祉施設＝いいものを作っている」というイメージ作り
- ・ 商品にストーリーや理由を求める時代
- ・ ソーシャル、CSR、コーズ・リレイティッド・マーケティング(CRM)、自分だけが知っている

『きっかけは社会貢献、継続は品質』

- ・ 1回買ってもらって、次も買ってもらえる品質と購入機会



「月給1万円からの脱出」からの脱出

- ・ 「月給1万円からの脱出」は、福祉関係者の必須のミッション
- ・ だけど、「月給1万円からの脱出」は、一般の人には関係ない
- ・ 「月給1万円」の人が作っているパン
「月給6万円」の人が作っているパン
- ・ そもそも、作っている人の給与を赤裸々に伝える必要はあるのか



福祉視点 & ビジネス視点

- ・ この二つの視点を持つこと、意識すること
- ・ 施設職員は、福祉のプロとしてのノウハウがすごい！
- ・ コンサルタントは、ビジネスのプロとしてのノウハウがすごい！
- ・ 福祉施設の現状をよく知っているコンサルタントはまだまだ少ない。
- ・ 福祉のことは先駆的な福祉施設の関係者に、ビジネスのことはコンサルタントに。