

第2分科会「社会を支える障がい者の就労支援の構築を目指して」

就労支援は地域づくり

社会福祉法人 新冠ほくと園
就業・地域生活さぽーとセンター「わーく&らいふ」
センター長 成田 英司

1. 北海道新冠町のアピールと関係性

【新冠町はこんな町】

北海道の道央の太平洋側に位置する、「競走馬」「日高昆布」が有名な地域です。日高支庁には、7町ありますが、合わせても人口約7万人で、市がない支庁になります。

新冠町は、日高の中央に位置し、人口5,735人、「競走馬」産地の街（ハイセイコー・オグリキャップ・ナリタブライアン 等）、「レ・コード館」（全国から86万枚収集）、「レ・コードの湯」など音楽による街づくりをしています。

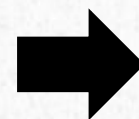


【施設や事業所、利用者は、大きな地域資源（お互い様の関係づくり）】

【今、この町で、何が求められているのか】

- 法人方針のひとつに「地域と共に歩む」
- ミルトのコンセプト「地域に愛されるお店と商品」と掲げ、地域への感謝を忘れない、地域に楽しみにされる、街を元気にするお店と商品づくり。

地域が元気 ⇔ ミルトが元気



工賃アップ

- 小さな街だからこそ社会福祉法人は大きな社会資源であり町づくり産業（ヒト・モノ・カネ）

社会資源である福祉施設が「地域コミュニティの軸」「街づくり」を働きかけていく

■ 町内のイベントや町内会活動での『参加』から『協働』へ
職員、利用者、地域の人 みんなで『汗を流す関係』

■ 小さな町だからこそ、小さな力が共生社会への一歩となり、信頼される社会福祉法人へとつながり
逆に町が社会福祉法人を支えてくれるようになる <お互い様の関係>

■ 社会福祉法人は「社会・地域における福祉の発展・充実が使命」を目的とした組織

**地域住民と一緒に『街づくりの実践の積み重ね』が、「誰もが」「障がいのある方が」安心して
住みやすい街へとつながる**

2. こんな就労支援をしています

【就労支援の概要】

- 就労継続支援B型事業所 「ミルト」
スイーツ製造・ベーカリー製造・食品加工（カップとろろ・三升漬・醤油の素）・店舗・喫茶店
- 多機能型事業所「ウイズ」 <就労移行支援事業・就労継続支援B型事業>
（水産加工場・養鶏場・食肉加工センター・中華料理屋・軽種馬牧場・馬運車清掃） 企業実習
- 自立訓練事業 「節婦ほろしりの里」 ※若年者や触法障がい者が中心
体験や経験カリキュラムに応じて作業活動内容
（公共施設清掃委託・援農作業・木工製品作業・リサイクル作業）
- 生活介護事業「節婦ほろしりの里」
※ 1） やりがい活動 （2） リフレッシュ活動 （3） 安心生活活動
やりがい生産活動（日高昆布加工品製造・よもぎの湯・公共施設清掃委託・醤油の素下請け）

【地場産を活かした作業種を中心にする】

- 日高昆布製品（煮出し昆布・切り出し昆布・粉末昆布）
- 地場産季節野菜の**規格外**のパンやピザ（季節商品）
- 地場産もち米使用 朝搗き立ての餅
- 醤油の素（ししゃも醤油の素・つぶ醤油の素）
- 地場産有精卵の**規格外**を使用した「とろ〜りプリン」「カステラ」
- 地場産牛乳を使用した「牛乳プリン」「カステラ」「パン」
- 地場産長芋の**規格外**を使用した「カップとろろ」
- 地場産南蛮の**規格外**と米ぬかを使用した「男の南蛮」「粹な南蛮」

規格外原料・商品を通して、地元農家さんや企業との『つながり』・『協働』



商品を通して地元地域の活性化



商品を通してみんなで笑顔・工賃増



**地域住民と一緒に『街づくりの実践の積み重ね』が、「誰もが」「障がいのある方が」安心して
住みやすい街へとつながる**



手作りのパン 約40種類



朝搗きたてにこだわった餅



スイーツ生菓子25種類/焼き菓子30種類



レ・コード館 展望台にある「喫茶ぶれす」

新冠自然卵の「とろ~りぷりん」と「窯出スイートポテト」 新冠自然卵の「窯出しかすてら」と「半熟とろ~チーズケーキ」



日高昆布製品



長芋商品

日高昆布だしカップとろろ/長芋一本漬/長芋シャキシャキ キムチ漬



三升漬/ 北海道ぶっかけめし
辛口「男の南蛮」・塩麴仕込「粋の南蛮」



「鶴川ししやも醤油の素」
「日高産つぶ醤油の素」



得意先によって違う瓶やラベル(PB商品)

【戦略をはじめとする準備期間はしっかりと】

- 基本的に新しい作業種を始めるのに2年間の準備期間を設ける
 - 地場産を活用し、『協働できる商品』開発の期間
 - マーケティングをしっかりと行う期間
 - スタッフの共有理解（製造スキル・売る意識）をはかる期間
-

3. 「やりがい」「いきがい」「たのしみがい」の3つの「がい」への思い

【働くを保障する思い】

『大事なものは、働くことができるのかではなく、どうすれば働くことを保障することができるのか、地域で当たり前前の暮らしを実現していくために所得保障をしていくのか』



- 働くことを保障しよう。の思い
- 障がいを理由とした低工賃からの脱却をしよう。の思い
- 働いて工賃をもらって、より豊かな生活をしていくことを支援する。の思い

【その人なりに成長できる想い】

- どんな人でも本人なりの『働き方の見立て』と『役割があること』の認識をはかることで人は成長できる。想い
- ストレングス視点で『達成感⇒自信⇒責任感』で人は成長できる。想い
- 体験・経験を積み重ねることで人は成長できる。想い

【低工賃からの脱却をはかる想い】

- 低工賃の要因として
 - ・単純作業しかさせない
 - ・設備にお金をかけない
 - ・利用者支援を優先しているという言い訳
 - ・売れるものがない
- 利用者スタッフの仕事の限界をつくらないで『工夫』と『チャレンジ』をすること
- 工程の細分化
- 売れる物つくりと販売方法（マーケティング・付加価値）

4. 3つの「がい」で人づくり

【スタッフの役割分担】

■スタッフの役割を分業化する

「なぜ福祉の仕事で働いているのに、製造販売業をやらなきゃいけないの？」

こんなジレンマを解消しよう！



<ミルトでは、製造スタッフ・販売スタッフ・支援スタッフ・管理スタッフを分業化>

それぞれのプロを雇用し、職務を分業化する、専門性を生かす、わかりやすく（シンプル）すること。
（職務一覧表）

【想いの共有】

■ 同じ目的（目標）を共有する（参加型組織へ）

- 決定までのプロセスを重視する（新任から役割意識）
- 計画（事業計画・収支計画・販売計画）の目標の立て方 PDCAサイクルの実践

例：年間事業所目標 ⇒ 毎月チーム目標設定（短期目標）⇒ 個人日報での振り返り ⇒ 毎月チーム振り返り

自分たちで評価をして要因を分析させること

- スタッフの意見や提案の場を設定する ⇒ 毎月 管理者がスタッフとのヒアリングを実施

目的（目標）を共有しているのかの確認すること

- 会議前の意見要望書・議案書・個人業務の月間報告書と月間計画書、
個人業務スケジュール管理表と個人日報の活用（メッセージを送る）

自分で業務を組立、自分で振り返らせること

■ スタッフの共通認識を図る（勤務状況がバラバラで全員がそろわなくても）

- 決定事項の周知（決定事項は全スタッフに周知する、曖昧にしない）
- コミュニケーションボードの活用

（活動目標・収支目標・収支実績表・商品ランキング・販売促進（フェアや新商品 等）・お客様の声・問題解決シート 等）

【人が変われば事業所は変わる】

■ 「施設や事業所は人なり、人が変われば施設や事業所は変わる」

- ・人材育成と言いながら、人がなかなか集まらない現実...
- ・人を育てるのは、大変なのが現実...



見やすいように階段に設置した
コミュニケーションボード

■スタッフ（利用者・職員）の力が発揮できる環境を作る

自己のもつ能力の可能性を出来る限り高めるため、コーチングの考え方を導入し各人に合わせての人材育成への取り組み。

職員スタッフの力が発揮できる職場であれば、利用者スタッフの力も発揮できる

■「やらされている」からの脱却 ⇒ 「やってみたい」（自己成長欲求）

■工程や手順の構造化 ⇒ 「商品基準書」「手順書」「順番表」で時間・場所・方法の構造化

■失敗はチャンス！失敗を生かす（挑戦への環境と動機付け）

■達成感が人を変える ⇒ うまいかないのは「やり方が悪い」のがほとんどです。どんなことでも成功のレシピがあります。（自信・責任）

■「もっと良い商品や技術を身につける」には、どんなに手間やお金をかけても上手な人に教わるのがコツ。プロの採用。（モチベーションの向上）

5. 3つの「がい」でキラリと光る商品づくり

【笑顔が笑顔を生むために！ストレングスで商品づくり】

【私たちだから出来る商品、私たちらしい商品づくり】

■「北海道」「日高地方」「新冠町」の地域の強みを生かした商品づくり

■新冠町に行かなきゃ買えない商品（オンリーワン商品）

■『事業所のもっている力』（アイデア・ノウハウ・技術） + 『地域のもっている力』の商品づくり



地域の協働商品 <WIN-WIN商品>

- 弱みを改善していくことも大事だが強みを伸ばしたほうが「生きがい」「やりがい」「楽しみがい」が感じられる商品ができる。

それがお客様の笑顔をつくり「ありがとう」「美味しかったよ」の魔法の言葉にスタッフが笑顔になる



また、魔法の言葉を聞くために努力する



美味しい商品が生まれる

<ストレングススパイラル> ↔ <笑顔スパイラル>

【プロモーション戦略】 ～ミルトでの実践～

- 安い = 売れるからの脱却

付加価値を高めて出来るだけ高く売る工夫

100円の商品を80円で安いのではなく、100円の商品を150円でいかに安いと感じてもらえる方法

- 初めは品質ではなく外見で選ぶ（見た目は重要）
- ターゲットにあわせたパッケージとネーミング
- 試食の出し方（美味しい試食、出し続ける、大きめにする）
 - ⇒ 品質は使ってみなければわからない（常連客は品質）
- 商品の魅せ方の工夫
 - ・棚割の範囲（トレイの魅せ方）
 - ・新商品や主力商品の演出
 - ・おいしそうに見える並べ方

■商品の伝え方の工夫（POP）

- ・手書きでほんわかPOP
- ・POPがしゃべる
- ・焼きたて時間 フレッシュPOP
- ・ワンポイントPOP
- ・売り商品POP
- ・体験や経験を伝える（食べ方などの提案・買った人の先を考える）

■年12回の店舗のフェア・企画の実施（毎月 お客様に楽しみを提供する、お客様に楽しみをいただく）

■新商品はとにかく食べてもらい3ヶ月待つ（ゴールデン棚・大きめのPOP）

■フェアに併せた店の装飾は販売員の手作り（季節感・ほんわか感）

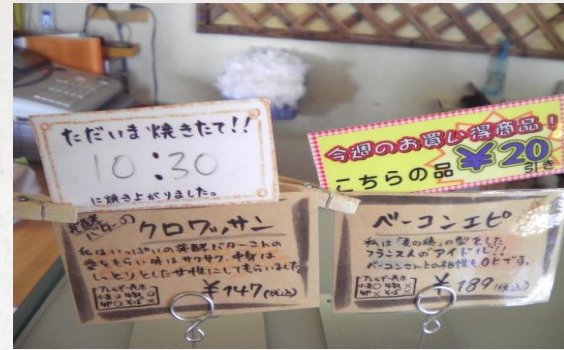
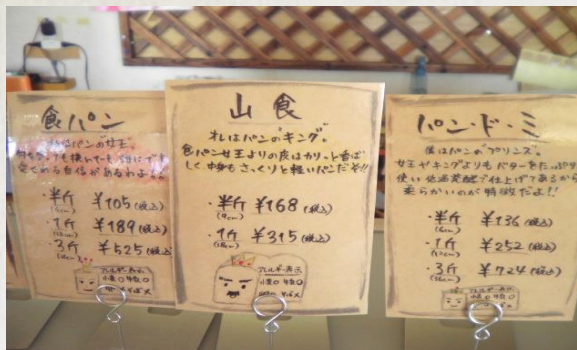
■地元の催事やイベントには必ず参加（売上度外視、新商品アピール）

■店のイメージ力が重要。この店で商品を買った満足感。

新冠やミルトの商品の知名度向上のため雑誌の活用やテレビでの紹介、道内の催事や道外への北海道物産展への参加

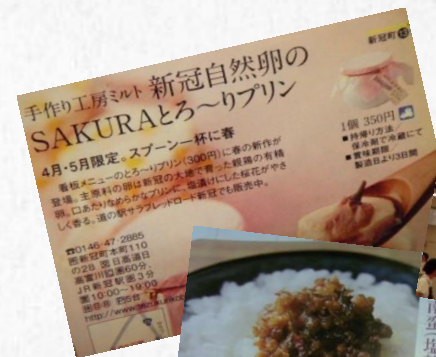
■総合力を高める

お客様が知ったり、感じたりできる、これらの複数の力が合わさって、ひとつになったとき、信頼感や安心を得る「信用力」へとつながる（ブランド）



アレルギー表示を入れた手書きのしゃべるPOP・焼きたて・ワンポイントPOP

手作り装飾でハロウインの店舗内 コンセプトである「ほんわか」を演出



焼き立てや出来立て商品が一目でわかる手作りボード

手作りわくわくカレンダーで情報発信



ブランド力を高めるために



フェアや販売企画の様子

6. これからの就労支援を考える

【「商売すること」と「支援すること」の関係性】

- ①新規お客様の情報収集 ⇒ 利用者の基本情報の収集（フェイスシート）
- ②お客様との信頼関係 ⇒ 利用者とのコミュニケーション
- ③相手のニーズを知る ⇒ アセスメント
- ④必要な商品の説明 ⇒ 個別支援計画書
- ⑤商品購入後のアフターケア ⇒ モニタリング

支援には人の気持ちが入り絶えず変化していく。しかし、相手の立場にたって行動していくことに変わりはない。

【触法障がい者の就労支援】

- 3人が利用している
- (1人) 就労移行支援事業 (2人) 自立訓練事業 居住は入所支援
- GHでの生活には地域からの厳しい声 焦らずゆっくりとが大切
- 地方の事業所なりの受け入れ態勢 ⇒ 刺激が少ない・悪い仲間と離す
- たくさんの普通の体験・経験を積み重ねる事、振り返り支援
- 北海道のある刑務所には受刑者の約6割が何らかの障がいをもっていると方という現実

【生活困窮者の就労支援】

■ひだかコンソーシアム

正式名称：日高圏域複数事業所による生活困窮者自立促進支援事業委託業務

日高圏域の4つの法人の連合体（障がい相談支援事業所）・圏域全町（7町）を網羅

■当コンソーシアムの事業概要

平成27年度から実施された「生活困窮者自立支援法」に基づく『自立相談支援事業』と『就労準備支援事業』のモデル事業として、プロポーザルを経て平成26年度4月より北海道の委託を受け実施。

（当コンソーシアムの概要）

◎職員体制： 4事業所から出し合う ・主任相談員 1名 （兼務） ・相談支援員 4事業所より （兼務）
・就労支援員 2名 （兼務）

■ 1年間取り組んでみて

平成26年4月から平成27年1月の相談受付実数 33件 （同意まで至っていない件数や関係も含む）

相談経路（複数回答）

- 日高圏域は生活保護率が高い地域 … 振興局からの紹介4件
- 本人からの相談 … 23件
- 関係機関からの紹介 … 11件
- 支援の同意を得た数 … 4件
- 支援予定者 … 8件
- 就労に結びついた方 … 7名 （季節限定就労もあり）

相談内容の特徴

- 緊急性 … その日の生活もままならない・日払い
- 安易性 … 困窮の原因に疑問を持つ・自己都合優先
- 多面性 … 関わる範囲が広範囲で複合的

■ モデル事業で感じたこと

- 一年目は、実際にどんな困りごとをお持ちの方がどれくらい いるかを知るために相談対応件数に主眼をおいて実施。
- 対象者像としては、若者から高齢者、軽度の障がい疑われる方、対人コミュニケーションが苦手な方、母子家庭など様々。
- 相談内容も、仕事探しから家探し、借金やひきこもり、対人トラブルなど、様々。
- 年齢層や相談内容が幅広で、支援の終了が見えにくい対象者もいる。
- 今年度は相談経路は関係機関が多い
 - ・福祉課、障がい者相談センター、弁護士、社会福祉協議会引きこもり支援士などなど
 - ・既存の制度の中では支援対象とならない相談などがあるため？
- 1年の活動ではまだまだ地域状況、生活困窮者全てを把握できない。
 - ・相談につながっていないが、見え隠れしている対象者がいる
 - ・介入の難しい家庭、気になるけど手が回らない家庭なども
- 相談の窓口を広げるためには、相談員のスキルアップが必要
 - ・委託事業者としては、相談の「窓口」ではなく「支援」

●実際に支援を必要としている地域の人たちへの周知が難しい。

●既存の制度、ネットワークへの周知の継続が必要

（例：自殺対策推進協議会、自立支援協議会、地域ケアシステム、特別支援教育関係などなど）

●他の各種相談支援機関、窓口や既存システム（地域ケア会議）などとの連携。

●新たな相談支援センターの存在を地域の社会資源としてみんなに認知してもらうこと。

（他機関に役割や自分たちのできることをきちんと説明し理解してもらいながら活動することの重要性）

●兼務でこなせる業務ではなかった

主任相談員 専従にし、スーパーバイザー（専従）

相談支援員 インテークからプランニングまで（兼務）

就労支援員 職場の開拓・実習の補助（専従）

【地域との共生（ともいき）】

■ 新冠町の高齢化率 29%（平成31年 31%を想定）

総人口 5,735人

高齢者人口 1,699人

高齢者世帯 1,188世帯

単身者高齢者世帯 536世帯

単身高齢者や高齢者夫婦世帯の増加

過疎の町でも高齢者の孤立化、ひきこもり、犯罪危険の増加、食事難民、孤独死…

■ 地方での地域福祉の視点

- 地方でも社会的排除や孤立の強いものほど制度から漏れやすいこと
- 地方でも発生している問題が「見えにくい」問題となっていること
- 地方でもこれらの問題に対応するためには、発見機能や問題解決機能を向上すること
- 地方でも今日的「つながり」の再構築が必要であること



< 私たちの社会福祉法人として >

- ◆ 共生社会を目指し、相互に支え合えることができる地域
- ◆ 地域の中で居場所や役割を確保
- ◆ 「お互い様」という、お互いの関係性に着目
- ◆ インフォーマルなサービスで隙間の解消

■地域の共生のため、サポートセンター「えましあ」の開設 (平成27年7月28日 グランドオープン)

コンセプト

《居場所》

「誰もが」「気軽に」「ふらっと」立ち寄れるサロン

《地域コミュニティーステーション》

住み慣れた新冠町で「人とのつながりの輪」から「笑顔」「満足」「しあわせ」空間を創り、自分らしく輝けるサロン

《多世代交流拠点》

みんなで協力し合って活動していく「ともいきの心」でまちづくりサロン

《食の提供》

地産地食で故郷の味を提供する「ふるさと食堂」サロン



過疎の町だからこそ、就労支援で地域福祉を行っていく！！！！

ご清聴ありがとうございました。