

施設連携ハンドブック

福祉作業所のつながる千カラづくり



はじめに



どんな地域にもその土地ならではの特色や歴史があります。

東京都荒川区は、人情味あふれる下町の特色が強く残る、ものづくり産業が盛んな地域です。

私たちは、この荒川区を中心に、福祉作業所で働く有志職員と、支援仲間とで、さまざまな人たちとつながりながら「いいところ」をつなぎ合わせ、福祉作業所をとりまく課題解決と職員の技術力、支援力向上を目指して活動しています。

今回は自主的な定例会のほか、勉強会、視察会などを開き、外部講師やクリエイターにアドバイスいただきながら、一般市場に向けた施設連携の展示会（ギフトショー）や販売会（地域商業施設）に出展しました。この取り組みが、福祉のバザーからは一歩進んで、一般市場に向けた販売や連携の強みを活かした受託仕事、また地域の人たちにも必要とされる存在になれることに役立てていただけましたら幸いです。

「あらかわモデル」創造プロジェクト メンバー一同

集まってみよう!

地域連携に向けた
ワークショップを
してみましょう!



地域と施設と自主製品との、

それぞれ“いいところ”を発掘して言葉にし、
各施設の自主製品を見直しながら、
特徴は何か、それを誰に、
どのように伝えるかを
1枚のシートにまとめてみます。

それぞれの強みを活かした連携、
地域の「売れる商品・サービス」を
つくる基本となります。



自分たちの
ツヨミはなに?

準備するもの & 集める人


- ①模造紙、またはホワイトボード
 - ②メモカード (付箋を一人あたり100枚以上)
 - ③数本のペン (できれば複数のカラー)
- ☆「やる気のある」「何かを変えたい」
と思っている、地域の施設職員を数名



地域の複数の
施設と集まり、
教室形式ではなく、
グループ形式で
テーブルを囲みます。

手順



各テーマにつき、
5分程度で時間を区切り、
テンポよく次々と進めます。

質問のテーマについて思いついた
ことを1枚のメモカード
(付箋)につきひとつをペン
で書き、模造紙かホワイト
ボード等に次々と張り出して
いきます。

①



それを繰り返して、
質問ごとのメモカードを見返
しながら、各施設の
「コンセプトシート」に
落とし込んでみます。

②

5分



各施設から5分ずつ発表し、
地域特性の何を活かせる
か、意見や質問を出し合い
ながら、お互いの自主製品
をブラッシュアップしてみま
しょう。

③



地域
特性は？

TALK



ワークショップ

実践してみよう!

※各テーマごとに5~10分かけてメモカード(付箋)に
次々と書き出してみます



「資源」の掘り起こしをしてみましょう

①施設関係者や地域、
周辺にある
ちょっとした特産品や
隠れた名所などの
“人、物、資源”は？

②あなたの施設で
“できること”“得意な、
自慢したいこと”は？
(設備環境、職員利用者
さん、あなたご自身、
なんでもOKです！)

お客様(ターゲット)を描いてみましょう

③購入することで、
一番喜んでほしいのは、
どんな人？
(年齢、家族構成、ライフ
スタイル等)

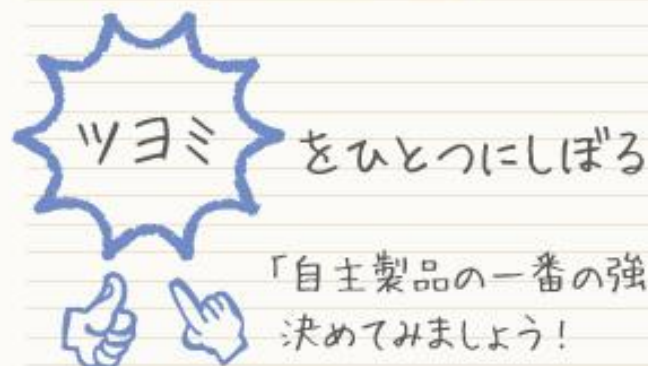
④その人は、どのよう
なシーンで利用してくれ
ますか？
(いつ、どこで、どのように)

⑤その人は、
購入したことで、
どのような価値を感じて
くれますか？
(機能的に、心理的に)



「資源」と「お客様」を 商品とつなげてみましょう

⑥他にない、この商品なら
ではの“強み”“いいとこ
ろ”“自慢したい、こだわ
ったこと”“お客様を喜ばせ
たいポイント”は？



「自主製品の一番の強み」を
決めてみましょう！

⑦自主製品の
「強み」を表現する
言葉は？

⑧自主製品のことを
「記憶してもらいやす
い」言葉は？



自主製品のコンセプトシート

自主製品のコンセプトシート



誰が

この商品で一番喜ばせたい人は？
(年齢、家族構成、ライフスタイル、ユーザー特性)

いつ、どこで、どのように

どのようなシーンで利用してくれるか？
(利用動機、購入動機)

どのような価値を

何をよみ込ませてくれるか？
(機能的、心理的)

誰が

この商品で一番喜ばせたい人は？
(年齢、家族構成、ライフスタイル、ユーザー特性)

いつ、どこで、どのように

どのようなシーンで利用してくれるか？
(利用動機、購入動機)

どのような価値を

何をよみ込ませてくれるか？
(機能的、心理的)

生活にゆとりがあり、社会を良くすることに熱心な人の内の人

友人の結婚式のお祝い

- ・プレゼントの贈り物に商品要素を盛り込む
- ・社会にちよっと貢献しているという自覚が高い人である
- ・キャラクターなデザインが好みである

ネーミング

記憶されやすいネーミングは？
(リズム感、読み合わせ、読み合わせ等)

商品特長

他の商品にないオリジナリティは？

キャッチコピー

一言でコンセプトを伝えると？
(ex. 「見れば」「笑顔がわかる」「目でわかる」)

ネーミング

記憶されやすいネーミングは？
(リズム感、読み合わせ、読み合わせ等)

商品特長

他の商品にないオリジナリティは？

あらかもロゼハーフ
ギフトボックス

消費者の暮らしに役立つ
(生産者、加工業者、販売店、消費者) 関係するすべての人が「ロゼ」になるソーシャルプログラム

キャッチコピー

一言でコンセプトを伝えると？
(ex. 「見れば」「笑顔がわかる」「目でわかる」)

ソムリエ絶賛ロゼで社会貢献

開発仕様

生産プロセスにこだわりは？
(原料、素材、製法、作り手等)

商品仕様

商品の基本スペックは？
(価格・サイズ・容量・材質等)

付加サービス

価値や魅力を高めるサービスは？
(ポイント、クーポン、保証、アフターサービス等)

開発仕様

生産プロセスにこだわりは？
(原料、素材、製法、作り手等)

- ・無農薬国産お豆腐を使用
- ・障がいのある人による手づくり

商品仕様

商品の基本スペックは？
(価格・サイズ・容量・材質等)

- ・2000円
- ・あらかもロゼハーフサイズ2本
- ・ギフトボックス

付加サービス

価値や魅力を高めるサービスは？
(ポイント、クーポン、保証、アフターサービス等)

- ・これまでのストーリーを組合せたミニブック付

連携しよう！

販売会
(展示会) に
連携出展して
みよう！

先ほどのワークショップで
「自主製品のコンセプトシート」ができたら、
今度は施設連携の「販売会のコンセプトシート」
についてワークショップをしながら落とし込み、
販売会の「ネーミング」を
みんなで決めてみませんか。



私たちの施設連携マーケット
「ARAKAWA Marche (あらかわマルシェ)」
は、地元の商業施設管理会社様から
販売依頼をいただいて実現しました。
事前にすり合わせておくべきことの
ポイントをあげてみます。

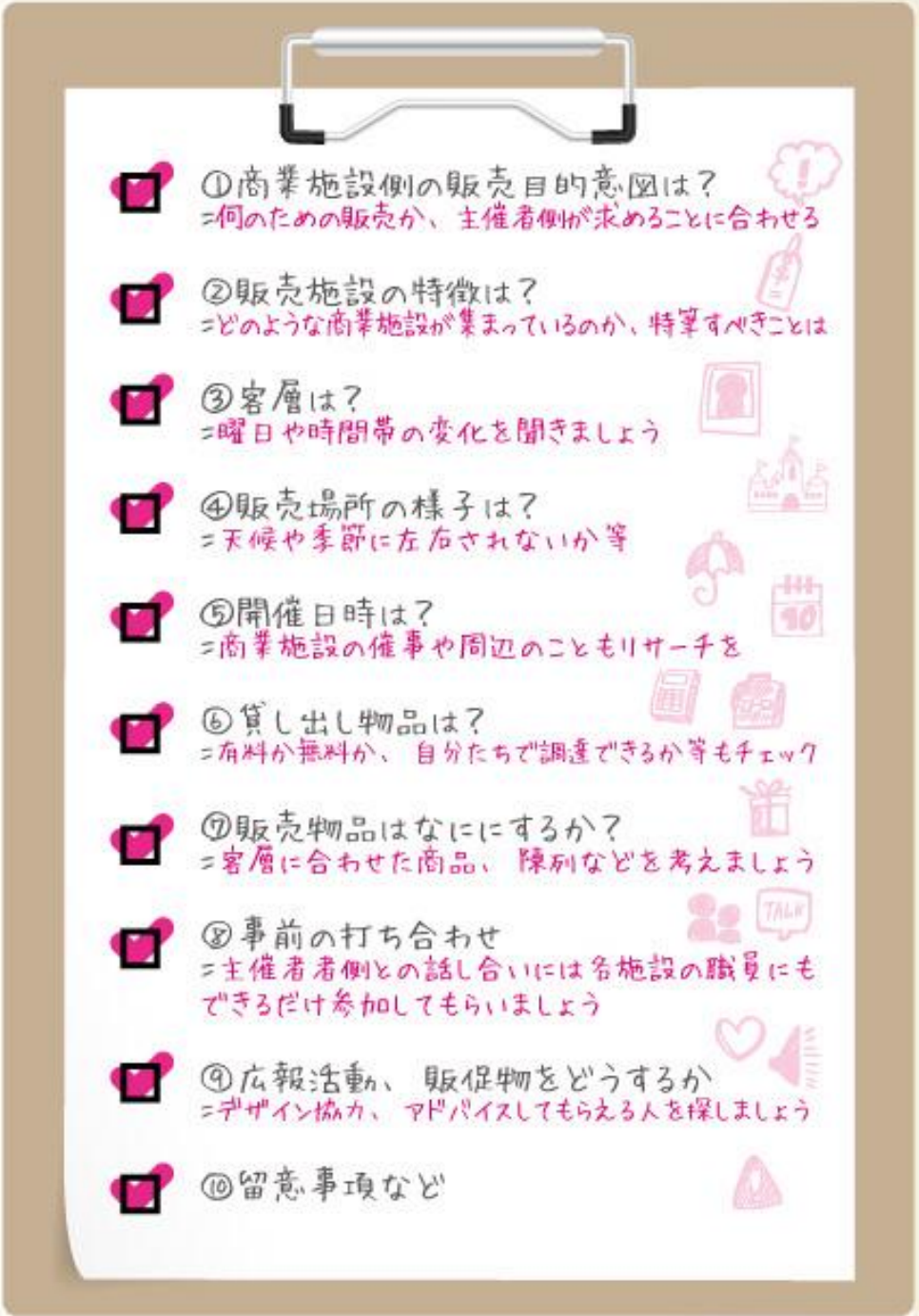




事前準備の
擦り合わせを
しましょう!

事前に売り場には足を運び、
売り場の確認をしましょう!



- 
- ❑ ① 商業施設側の販売目的意図は?
= 何のための販売か、主催者側が求めることに合わせる
 - ❑ ② 販売施設の特徴は?
= どのような商業施設が集まっているのか、特筆すべきことは
 - ❑ ③ 客層は?
= 曜日や時間帯の変化を聞きましょう
 - ❑ ④ 販売場所の様子は?
= 天候や季節に左右されないか等
 - ❑ ⑤ 開催日時は?
= 商業施設の催事や周辺のこともしサーチを
 - ❑ ⑥ 貸し出し物品は?
= 有料か無料か、自分たちで調達できるか等もチェック
 - ❑ ⑦ 販売物品はなににするか?
= 客層に合わせた商品、陳列などを考えましょう
 - ❑ ⑧ 事前の打ち合わせ
= 主催者側との話し合いには各施設の職員にも
できるだけ参加してもらいましょう
 - ❑ ⑨ 広報活動、販促物をどうするか
= デザイン協力、アドバイスしてもらえる人を探しましょう
 - ❑ ⑩ 留意事項など

ネーミングと
ロゴマークを
決めましょう!



ネーミング

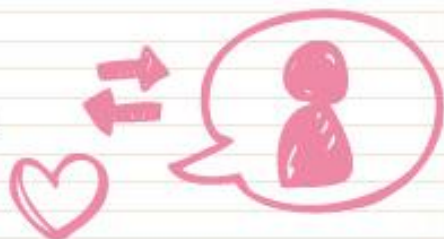
これまで学んだことをもとに、各施設からネーミングを1案ずつ出し、投票を行いました。

多数決で = ARAKAWA marche
決定! (あらかおマルシェ)



情報発信していくうえでのデザインは、素人ばかりで頑張るより、プロの方の力を借りて連携できると、見栄えがぐっとよくなります。

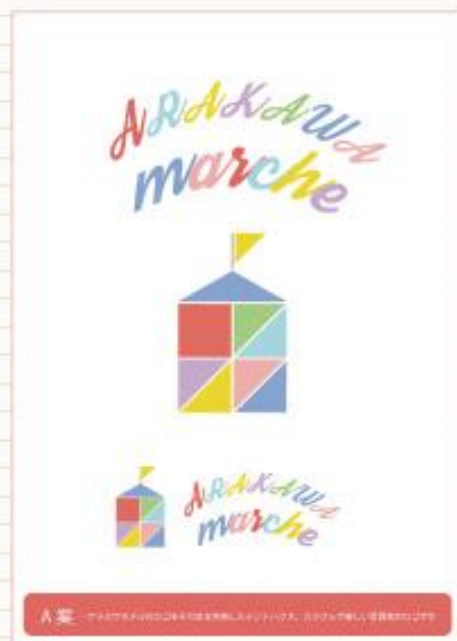
気持ちを一つにするにも
専門の方に入って一緒に
話し合ってもらうことを
お勧めします。



ロゴマーク = A案、B案、C案から話し合いと多数決で決定



決定!



A案

B案



C案

チラシ・
ポスターを
つくってみよう!



ポイント1: 写真を明るく撮りましょう!
商品のイメージや価値は画像次第。
自然光の光がたっぷりの所の逆光で撮影を。
(光は撮影物の後ろから)



ポイント2: 目的を決めましょう!
商業施設側の目的と意図を伺って
「何をいつどう売るか」をわかりやすく伝えましょう。



ポイント3: 問い合わせ先を明確に!
商品のこと等での問い合わせ先窓口を記しましょう。



Before



After

Before



After



Before



After



おそろいの
出展者アイコン
をつくってみよう!



販売時の統一感を持たせ、
アイコンとなるアイテム、グッズの
コストをかけずにひと工夫してみませんか。

私たちは決定したロゴマークを使い、
プリント出力した用紙を丸い厚紙に貼り、
安全ピンでとめるおそろいの「バッジ」
を制作しました。
これなら費用がかかりません。



おそろいのバッジを身に着けて販売しました



バッチ 88mmx88mm

LaLa テラス南千住での販売の様子



おわりに



仕事を終えた18時から、荒川区の施設職員有志を中心に、毎月1回集まっての定例会をスタートさせたあらかわモデルでしたが、継続してみると、忙しい中でも時間をつくり、毎月顔を合わせるといふことに意義があったのではと感じています。

そこには、毎月さまざまな業種の方が見学に来てくださいました。知らなかったことを教わったり、クリエイティブな提案をくださったたり、お仕事を紹介していただいたり、とても刺激的でした。そのなかで、気軽に情報交換や発信ができるFacebookを教わり、自分たちのグループページができたことも、コミュニケーションが続いた一つの理由だと思います。

せっかくやる気があるのに、施設の中だけで悩んでやる気をなくしてしまうのは、とてももったいないことだと思います。横のつながりができるだけで、元気ができるかもしれません。この冊子をきっかけに、ぜひ、周囲の施設職員さんに声をかけて話す機会を持ってみてください。



福祉作業所のつながるチカラ。

あらかわモデル

「あらかわモデル」創造プロジェクト

代表：陶山孝一

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-46-32-301

株式会社青い鳥創業内

発行日：平成26年11月

発行者：「あらかわモデル」創造プロジェクト

問い合わせ先：

TEL 03-3486-7727 FAX 03-3486-7728

(株式会社青い鳥創業内)

URL: <http://arakawamodel.net/>

E-mail: info@arakawamodel.net

