

京都府工賃向上計画（案）

1 趣旨

「ほっとはあと製品」の生産・販売の促進や、障害者福祉サービス事業所等での仕事の充実を図ることにより、事業所等で働く障害のある方の工賃水準の引上げを図り、地域での豊かな暮らしと経済的自立を支援する。

※「ほっとはあと製品」とは・・・

障害のある方が作られた製品のことを「授産製品」と呼んでいましたが、仕事を授けるという「授産」のイメージを改めるため、新たな名称を全国公募し、平成18年4月に「ほっとはあと製品」と命名。障害のある方が心を込めて作った温かみのある製品の新たなブランドとして普及に努めている。

2 現状・課題

(1) 現状

① 府工賃倍増計画策定時の状況

京都府においては、平成19年度から平成23年度までの5年間を対象期間とした「『ほっとはあと製品』応援事業実施計画」（以下「府工賃倍増計画」という。）を策定し、障害福祉サービス事業所等における工賃水準を引き上げるための取組を行ってきた。

府工賃倍増計画開始前の平成18年度の工賃倍増計画対象施設（※）の平均工賃額（月額）は、表1のとおり約13,000円であり、また、過半数の施設が平均工賃額（月額）10,000円以下の低水準にとどまっており、障害基礎年金受給額等と合わせても経済的自立を実現できる額とはいえなかった。

※ 障害者自立支援法に基づく障害福祉サービスを提供する事業所及び入所・通所授産施設や小規模通所授産施設（雇用契約を締結して就労している就労継続支援A型事業所及び福祉工場を除く。）

<表1>平成18年度の事業種別毎施設数、定員数、平均工賃額

事業種別	平成18年度		
	施設数	定員数	平均工賃額（月額）
就労継続支援A型事業所	2	30	71,870
就労継続支援B型事業所	17	347	14,589
身体授産施設	26	649	16,403
知的授産施設	66	2,429	11,984
精神授産施設	17	336	13,230
福祉工場	2	130	169,016
全施設平均工賃	130	3,921	16,986
工賃倍増計画対象施設平均工賃	126	3,761	12,999
全国平均			12,222

② 府工賃倍増計画に基づく取組

ア 取組内容

上記の状況を踏まえ、府工賃倍増計画に基づき、平成 19 年度から平成 23 年度に、以下のような「ほっとはあと製品」応援事業（以下「応援事業」という。）を実施した。

I 個別事業所等への支援	
個別事業所等の商品力、技術力、経営力を向上させる。	
i 生産技術・販売力向上等のための専門家派遣	
職人・技術者（お菓子職人、デザイナー等）を事業所等に派遣（H20～H23）	延べ 120 施設
中小企業診断士などの経営コンサルタントを事業所等に派遣（H19～H23）	延べ 45 施設
ii 事業所等の人材育成・技術力向上のための講習等	
講習会、ワークショップの開催（H19～H23）	30 講座、延べ 573 施設
事業所等交流会の実施（H22）	7 回開催
職員向け商品力強化連続講座（H21・22） 基礎編・実践編	50 施設
管理者向け商品力強化連続講座（H22）	14 施設
II ほっとはあと製品販売戦略の推進	
消費者や企業など購入者のニーズにあった「売れる商品」づくりや販路拡大を行う。	
i 商品開発プロジェクト	
マーケティングの専門家の指導による新商品の開発（H23）	6 施設
ii 販売促進員の設置	
企業等への販路拡大を行うため販売促進員を設置（H19～H23）	
III 企業との連携	
ほっとはあと製品の見本市「ほっとはあと EXPO」の開催（H21～H23）	延べ 68 施設参加、来場者約 840 名

イ 成果

平成 23 年 6 月から 7 月に京都府内の 269 事業所等に対して調査票（別紙 1）を送付し、平成 19 年度から平成 22 年度の応援事業についてアンケート調査を行い、101 事業所等から回答を得た。（回答率 38%）

101 事業所等のうち、応援事業利用事業所等は 64 事業所等（63%）、未利用事業所等は 37 事業所等（37%）であった。

売上高、工賃総額、平均工賃額（月額）について、平成 18 年度（平成 19 年度以降に事業所等を開設した場合は初年度数値）と平成 22 年度の増減を算出したところ、表 2 のとおり、工賃向上の支援策に一定の効果があったと考えられる。

<表 2> 応援事業利用事業所等と未利用事業所等の売上高、工賃総額、平均工賃額の増減

	売上高		工賃総額		平均工賃額	
	増加事業所等割合	平均増減率	増加事業所等割合	平均増減率	増加事業所等割合	平均増減率
応援事業利用事業所等 (n = 57)	70%	124%	64%	130%	59%	124%
応援事業未利用事業所等 (n = 28)	50%	103%	50%	103%	56%	109%

アンケート調査において、事業所等から売上増及び工賃増につながった具体的な理由として、以下のような声があった。

売上増につながった理由

- ①商品開発を学んだことから企画力が増し、新商品の開発につながり、精力的に出展販売に参加した。(商品力強化講座)
- ②クッキーの種類を増やせた。フェルトの新製品ができた。(専門家派遣、ワークショップ)
- ③新製品の開発や既存商品の品質向上により売上が上がった。(専門家派遣、EXPO、ワークショップ)
- ④コスト意識、マーケティングを意識するようになった。(コンサル派遣、商品力強化講座、ワークショップ)
- ⑤作業を絞り、効率が上がった。(コンサル派遣、ワークショップ)

工賃増につながった理由

- ⑥新規商品の販売(商品力強化講座、EXPO、ワークショップ)
- ⑦縫製技術が進歩した。(専門家派遣、ワークショップ)
- ⑧販路拡大(専門家派遣、EXPO、ワークショップ)
- ⑨ディスプレイの定期的な変更、広報活動、販路の拡大。(コンサル派遣、ワークショップ)
- ⑩コストダウンと売上増(コンサル派遣、商品力強化講座、ワークショップ)

新製品の開発(①②③⑥)、既存製品の改良・品質向上(②③)、技術習得(⑦)、販路拡大(⑧⑨)、経営の見直し・改善(④⑤⑨⑩)等が売上増・工賃増につながっていると考えられる。

ウ 課題

一方で、売上増・工賃増につながらなかった、変わらなかった理由として、以下のような声があった。

売上増につながらなかった、変わらなかった理由

- ①販路が少なく、量産できなかった。(商品力強化講座、EXPO、ワークショップ)
- ②自主製品以外の売上が伸びなかった。(専門家派遣、商品力強化講座)
- ③工房職員の異動等による売上の減少(コンサル派遣)
- ④(学んだ内容を)すぐを実現することができなかった。(コンサル派遣、ワークショップ)
- ⑤学んだ内容を活かすことができなかった。(コンサル派遣、ワークショップ)
- ⑥すぐに売上につながる内容ではなかった。(専門家派遣、ワークショップ)
- ⑦取組を始めたところのため(専門家派遣、商品力強化講座)

工賃増につながらなかった、変わらなかった理由

- ⑧ほっとはあと製品の売上は伸びたが、作業全体から見ると少ないため(ワークショップ)
- ⑨体調の悪い利用者が増えた、加齢による能力低下。(コンサル派遣、商品力強化講座、ワークショップ)
- ⑩売上は増えたが、利用者も増えたため(専門家派遣、商品力強化講座、EXPO、ワークショップ)
- ⑪具体的参考にならなかった。(EXPO)

取組を始めたばかりで実績として効果が現れていない(⑦)との意見も多いが、以下のような問題状況があると考えられる。

- ・ 新商品を開発しても販売先がない。(①)
- ・ 一部の商品開発や改良をしても、全体としての売上増・工賃増につながらない。(②⑧)
- ・ 職員の異動・退職や利用者の状況で生産体制が変動する。事業所等としての技術・

ノウハウ・知識の蓄積ができていない(③⑨)。利用者が増加し、工賃増につながらない。(⑩)

- 研修等で手に入れたスキル、知識を実際の事業所等の運営に活かせていない。(④⑤)
- 事業所等のニーズと支援策とのミスマッチ。(⑥⑪)

③ 現在の状況

平成 18 年度と平成 22 年度(データが出れば平成 23 年度のものに差し替え)の京都府内の事業所等数、定員数、平均工賃額は、表 3 のとおりである。

工賃倍増計画対象事業所等について、事業所等数は 126 事業所等から 159 事業所等(26%増)、定員数は 3,761 人から 3,979 人(6%増)と、事業所等数も定員数も増加している。また、全体の事業所等数をみると、雇用契約を締結する就労継続支援 A 型事業所が新たに開設されるなど、わずかであるが、障害のある方の地域での就労の場が広がっている。

一方で、平均工賃額(月額)については、12,999 円から 14,307 円と若干増加が見られるものの、府工賃倍増計画の目標であった 26,000 円には達していない状況である。

<表 3> 京都府内の事業所等数、定員数、平均工賃額

事業種別	平成 22 年度			平成 18 年度			A - B
	施設数	定員数	平均工賃額(A)	施設数	定員数	平均工賃額(B)	
就労継続支援 A 型事業所	15	240	86,022	2	30	71,870	14,152
就労継続支援 B 型事業所	111	2,366	13,967	17	347	14,589	▲ 622
身体授産施設	12	288	23,494	26	649	16,403	7,091
知的授産施設	29	1,184	13,566	66	2,429	11,984	1,582
精神授産施設	7	141	7,978	17	336	13,230	▲5,252
福祉工場	2	80	87,194	2	130	169,016	▲81822
全施設平均工賃	176	4,299	19,892	130	3,921	16,986	2,906
工賃倍増計画対象施設	159	3,979	14,307	126	3,761	12,999	1,308
全国平均			13,079			12,222	857

また、平均工賃額(月額)の分布は、表 4 のとおりである。

平均工賃額(月額) 20,000 円以上の事業所等が全体の 2 割程度(30 事業所等)を占め、また、10,000 円未満の事業所等割合も大幅に減少しており、全体的に若干工賃水準が上がったといえる。

しかし、いまだ平均工賃額(月額) 10,000 円未満の事業所等が 4 割弱(58 事業所等)あり、5,000 円未満も 13 事業所等ある。

＜表 4＞平均工賃額の分布

平均月額	平成22年度 事業所等数	平成18年度 (参考)
5,000円未満	13 (8.2%)	13 (10.3%)
5,000円以上 10,000円未満	45 (28.3%)	52 (42.3%)
10,000円以上 15,000円未満	50 (31.4%)	29 (23.0%)
15,000円以上 20,000円未満	21 (13.2%)	12 (9.5%)
20,000円以上 30,000円未満	18 (11.3%)	11 (8.7%)
30,000円以上 50,000円未満	10 (6.3%)	8 (6.3%)
50,000円以上	2 (1.3%)	1 (0.8%)
計	159	126

※事業所等については、就労継続支援A型事業所及び福祉工場を除く。

また、事業所等で行う仕事については、パン、クッキーなどの食品、陶芸・織物などの手工芸品等の自主製品の生産や、印刷、農業、紙箱づくり、清掃など、様々な仕事を行っていた。最近では、飲食店営業や弁当の販売・配達のほか、利用者のアート作品を活かした製品、事業所等のオリジナルブランド製品、地元の特産品を利用した製品等の生産など、新たな取組も見られる。

障害の程度や利用者の作業適性に対応し、仕事の量を安定させるため、これらの仕事を組み合わせて行っている事業所等が多かった。

(2) 課題

障害のある方の工賃向上に係る課題については、(1)の状況分析を踏まえ、次のように考えられる。

事業所等側の課題

① 事業所等の方針（経営理念・運営方針・事業計画）の明確化、組織・体制の確立

ア 事業所等の方針の明確化

- ・工賃向上を実現するための事業所等（法人）としての意識改革ができていない。
- ・経営的な視点が不足している。
- ・これまでの工賃向上の取組が部分的な改善にとどまっている。
- ・身に付けたスキル・知識を実際の事業所等の運営に活かせていない。

イ 工賃向上に向けた組織・体制づくり

- ・利用者支援とものづくり・営業の両立が難しい。
- ・ものづくり、営業に関わる職員の確保ができない。
- ・工賃向上にかかわる組織的体制が構築されていない。

ウ 生産活動に関わる職員の育成

- ・職員の異動や退職により生産活動の指導体制が変わる。
- ・事業所等での技術共有ができていない。
- ・事業所等に生産活動に関するスキル・知識を蓄積できていない。

エ 利用者の状況に合わせた生産体制の確立

- ・利用者の高齢化、障害の重度重複化等への対応

② 事業計画を実行するための事業所等の力量アップ

ア 生産技術等の向上

- ・職員、利用者の生産技術が未熟である。
- ・一定の品質を維持することが難しい。
- ・安定した生産（品質、ロット、納期、生産性等）が難しい。
- ・ロット、納期等の点で大量発注への対応ができない。

イ 魅力ある商品の開発（一般市場で売れる商品づくり）

- ・マーケティングに基づく商品開発ができていない。
- ・商品の企画力が不足している。

ウ 新たな販路開拓

- ・製品の販売先がない。
- ・下請けの条件が悪い、単価が安い。
- ・営業スキルがない。
- ・発注側のニーズ（品質、ロット、納期等）に応えられず、取引できない。

エ 事業所等の職場環境の整備

- ・事業所がせまい。
- ・必要な機械がない。

社会（企業等）側の課題

① 障害者の生産活動やほっとはあと製品のことを知らない。

② 事業所等とつながる場・手段を知らない。

コーディネート（事業所等と社会をつなぐ）の課題

上記の事業所等側及び社会（企業等）側の課題を解決するためには、一つの事業所等の単独の取組では限界がある。大量受注等に対応するための事業所等間での連携や分業のほか、企業や団体、地域、行政等と協働した取組が必要であり、事業所等同士、事業所等と社会（企業等）をつなぐコーディネートの役割が大切である。

① 事業所等間のコーディネート

- ・大口発注等に対応するための事業所等間での技術共有や分業
- ・事業所等間で連携した製品づくり
- ・地域の事業所等での連携

② 社会（企業等）とのコーディネート

ア 企業等との接点づくり

- ・企業等との接点をつくり、事業所等の製品や技術を知ってもらう。

イ 積極的な営業活動・PR活動

- ・積極的な営業活動・PR活動を行い、企業等からの受注を増やす。
- ・企業等での販売拠点をつくる。

ウ 企業等との協働・連携

- ・企業等との協働・連携を深め、事業所等の製品や技術を向上させる。

③ 社会への理解を広める。

- ・ほっとはあと製品の認知度を高める。

行政側の課題

① 行政からの直接発注を増やす。

- ・ほっとはあと製品の認知度を高める。
- ・庁舎等での販売拠点をつくる。

② 関係団体との連携促進

3 工賃向上計画の達成目標と基本的視点

(1) 対象

① 対象事業所等

ア 就労継続支援B型事業所

イ 工賃向上計画を策定し、工賃向上に積極的に取り組む就労継続支援A型事業所、生活介護事業所、地域活動支援センター

② 対象期間 平成24年度から平成26年度までの3年間

(2) 目標工賃

① 目標工賃（月額）

- ・平成24年度 16,000円（暫定）
- ・平成25年度 18,000円（暫定）
- ・平成26年度 20,000円（暫定）

② 目標工賃の設定に係る考え方

①の目標工賃は暫定的なものとし、最終的な京都府の目標工賃は、各事業所等の賃金向上計画で設定された目標工賃の積み上げとする。

ただし、平成 26 年度の暫定的な目標工賃（月額 20,000 円）についても、例えば障害基礎年金 2 級（月額 65,742 円）と合わせても、地域で自立した生活を送ることができる収入とは言い難く、経過的な目標値として設定するものである。

＜参考＞生活保護受給基準 101,590 円（30 歳、京都市に 1 人暮らし、療育手帳 B 1 所有）

（3）基本的視点

工賃向上計画に基づく取組については、次の 6 つの基本的視点をもって推進するものとする。

- ① 障害のある人の地域での豊かな暮らしを実現する。
- ② 事業所等の力を底上げする。
- ③ 企業的経営手法を導入する。
- ④ 共同化を推進する。
- ⑤ 地域連携を強化する。（地元企業・市町村との連携、地域ブロックでの連携）
- ⑥ 社会への理解を広める。

4 京都府における具体的支援策

「ほっとはあと製品」応援事業等により、各事業所等の工賃向上に向けた取組を支援する。

学識者、事業所・企業関係者、経営コンサルタント等からなる「京都府工賃向上計画検討会議」において、本計画の策定・見直し、各年度の進捗状況の評価等について検討する。

事業所等への支援策

① 事業所等の意識向上、経営理念・事業計画策定、組織・体制づくりを支援する。

ア 事業所等における工賃向上計画策定の支援

工賃向上計画作成研修等を行い、事業所等における工賃向上計画策定を支援する。

イ 経営に携わる役職員への管理者研修・職員の意識改革のための研修

経営幹部の視点から、事業運営に必要な考え方、理論、手法を体系的に学び、事業戦略策定能力や組織・体制づくり能力を習得するための研修を行う。

また、事業所等の職員の意識改革を行うための研修を行う。

ウ 事業所等への経営コンサルタントの派遣

希望する事業所等へ経営コンサルタントを派遣し、経営診断及び事業の課題に関する助言を行う。

② 工賃向上を達成するための方法論の開発・普及を支援する。

ア プロジェクトチームによる工賃向上に向けた全体的サポート（モデル事業）

モデル事業所等において、経営コンサルタント、デザイナー、商品アドバイザー、流通関係者等から構成されるチームにより、事業経営見直し、職場改善、製品開発・改良、流通改善等まで、工賃向上に向けた取組をトータルで支援する。

イ モデル事業の成果の普及

1のモデル事業で得られた成果を分析した上で、工賃向上のシステムづくりの手引書を作成し、府内の事業所等に普及を図る。

③ 工賃向上を達成するために必要なスキルの習得を支援する。

ア 生産技術等のスキルアップの支援

(ア) 事業所等の職員に対する研修等

生産活動に必要な知識やスキルを習得するための研修会を開催する。

(イ) 事業所等へのものづくりの専門家の派遣

事業所等の課題に合わせた必要な技術を習得するため、ものづくりの専門家(お菓子作り職人、デザイナー等)を事業所等へ派遣する。

イ 魅力ある商品の開発の支援

(ア) マーケティング理論に基づいた商品開発・改良

一般市場に通用する魅力ある商品づくりのため、事業所等の職員に対する研修・ワークショップを開催し、マーケティング理論に基づいた商品開発・改良を支援する。

ウ 新たな販路拡大の支援

(ア) 企業等との接点づくり

企業等との交流会や商談会を開催し、事業所等が自らの製品や技術を企業にPRし、取引につなげる場をつくる。

(イ) 新たな販路の確保

「ほっとはあと製品」応援事業等により、次のような事業所等の新たな販路の確保を支援する。

i 大規模店舗・商店街等における販売拠点の確保

大規模店舗での定期販売を行うとともに、商店街の空き店舗等を活用した地域の販売拠点をつくる。

ii 企業内販売の推進

企業等の社員向け販売を行い、製品の売上向上を図るとともに、ほっとはあと製品への理解を深める。

iii 販売推進員による営業活動の強化

受注の窓口となる販売推進員を設置し、企業等に対する営業活動を行う。

iv 共同受注の仕組みの構築

複数事業所等の連携と分業により、一つの事業所等では対応できない企業等

からの大量受注に対応する仕組みをつくる。

- ✓ 共同商品づくり（共通レシピづくり）と大量生産システムの構築
事業所等間での技術連携とレシピ共有を行い、複数の事業所等で生産可能な共同商品をつくる。

④ 事業所等における職場環境の整備を支援する

社会福祉施設整備や独立行政法人福祉医療機構の融資等を活用し、事業所等における職場環境の整備を支援する。

社会（企業等）側へのはたらきかけ

社会（企業等）に障害のある方の仕事の現場や、ほっとはあと製品について知ってもらうための取組を行う。

① 企業等にとってのメリットの周知啓発

発注促進税制やCSR活動による企業イメージアップなど、企業等にとってのメリットをPRする。

② 企業内販売の推進（再掲）

③ 企業等との接点づくり（再掲）

コーディネート機能を強化する

① 事業所等間をつなぐ。

ア 共同受注の仕組みの構築（再掲）

イ 共同商品づくり（共通レシピづくり）と大量生産システムの構築（再掲）

ウ 地域別交流会・研修会の開催

地元企業等との連携や特産物を活かした製品づくり等、地域での連携した取組を進めるため、地域別の事業所等交流会や研修会を開催する。

② 事業所等と社会（企業等）をつなぐ。

ア 企業等との接点づくり（再掲）

イ 積極的な営業活動・PR活動

（ア）販売推進員による営業活動の強化（再掲）

(イ) 製品カタログの作成

ほっとはあと製品の製品カタログを作成し、インターネットで閲覧できるようにするとともに、企業等への営業活動で活用する。

(ウ) 大規模店舗・商店街等における販売拠点の確保（再掲）

(エ) 企業内販売の推進（再掲）

ウ 企業等との協働・連携

(ア) 大学・企業等との連携による商品開発

大学・企業等の持つノウハウを活かした商品開発を協働で行う。

(イ) 農福連携センターの設置

農業と福祉の連携した取組を推進するセンター機能を整備する。

③ 社会への理解を広める。

ア 常設店舗の情報発信拠点としての整備

常設店舗等でほっとはあと製品の好事例を紹介し、府民にほっとはあと製品について知ってもらう。

イ ほっとはあと製品のブランドPR

ほっとはあと製品の認知度を高めるため、ホームページ等を活用し、ほっとはあと製品のブランドPRに取り組む。

行政側の直接支援

① 官公需の発注・販売促進

ア 官公需の発注促進に取り組む

印刷、公有事業所の清掃業務等、行政から事業所等への発注について、目標値を設定して取り組む。

イ 庁舎等を活用し、ほっとはあと製品販売スペースを設置する。

② 関係団体との連携促進

地元企業・商工関係団体等に発注・販売等の協力を依頼する。