

主な発言要旨

テーマ1 「魅力ある商品づくり」

(商品開発)

- 商品開発において「利用者が作れる商品」よりも「売れる商品」を作る必要性を感じる。ただし、利用者が技術を習得するには年単位で時間がかかるため困難な面がある。
- 商品販売に当たっては見た目が大事なので、パッケージを随時見直し、目を引くような商品になるよう心掛けている。
- (パンの製造販売) 商品POPのデザインを華やかにすることで、買い手の購買意欲も上がり売り上げも伸びた。
また、商品の質(無添加)にもこだわり、同業者との差別化を図っている。
- 「福祉の商品」として見られるのは本意ではない。「イチ専門店」としてパッケージやクオリティにこだわり、常に流行をリサーチして先取りするよう心掛けている。
また、職員や利用者との意見交換を行い商品開発に励んでいる。
- (弁当の製造販売) 一般の弁当業者のメニューを参考に商品開発している。試作品をRubatoで出店し、売上げや反応をみることで、メニュー化する際の指標にしている。

(価格設定)

- 価格設定の際、原材料費ばかり考えて人件費を考えていなかった。
- 原材料費の上昇にあわせて原価計算はこまめに行うとともに、客層に合わせて販売価格を変えている。

テーマ2 「販路先の拡大、商品の周知・PR」

- 地域交流を目的に、月1回事業所独自の販売会を開催。売上の面には厳しいが地域との交流を通じて、事業所や商品を知ってもらいきっかけづくりになっている。
- 口コミで弁当を製造販売していることを知ってもらい、お声掛けをいただいてその施設内で弁当の販売を始めた。販路先の拡大にあたって口コミは意外と効果的。
- (ドリップコーヒーの販売) 地元の道の駅での販売は、定期的な収入や商品管理の面で助かっている。
- ネット販売を行っているが注文少なく、費用対効果の面で難しい。
- 地元企業とコラボしている焼き菓子は評判がよく、HPからの注文がいくつかあった。
- 地元市町村の理解も得、同じ地域内の就労継続支援B型事業所が連携・協力して販売会やイベント等への出店を行っている。