

住民総参加の福祉のまちづくりへ向けて  
地域グループの役割

**企業が  
できること**

# 本書の読み方

本書は、企業で働いている方々に、現場で「気になる人」を発掘し、それに対応するためのヒントを提供しようというものです。

「気になる人」はいかにもそれらしくはやってきません。大抵は皆さんにとって「変わった客」「迷惑な客」に見える姿でやってきます。だから、どちらかと言うと排斥したい相手に見えてしまいます。当事者の「本当の願い」を推し量り、対応してあげるには、それなりのセンスが求められるのです。

社員の中には、そういう「気になる人」の気になる点に気がつく人もいるはずなので、その人を担当者として前面に押し出していくといいと思います。

各企業が、そこへやって来た「気になる人」（要援護者）を拾い上げて求められる対応をすることは、社会のためになるだけでなく、企業自身も、それらの人の問題に対応する中で、例えば新商品開発のヒントを得るなど、思わぬ拾い物をするかもしれません。そのためには本格的な対応部門の人たちと連携を取ってください。

## <目次>

### 1. あなたの活動対象は

#### 「気になる客」の姿をしてやって来る／4

- (1)「気になる客」の、気になる状態／4
- (2)「気になる客」はどこにやって来るか？／5
- (3)「気になる客」にどう対応したら？／6
- (4)いろいろな「気になる客」／9
- (5)気になる客への対応とは、相手の側から考えること／11
- (6)「問題客」は関係機関に引き渡せばいいのか？／12
- (7)要援護者は問題解決を求めて地域の各所へ行っている／14
- (8)組織内の「気になる人」対応のシステム作り／17

### 2. 「本格的対応」のために／18

- (1)わが社の全部門を動員へ／ 18
- (2)「本格的対応」の利点／19
- (3)本格的対応をするために会社と社員が手を結ぶ／20
- (4)本格的対応には2つの道が／22
- (5)最前線と後方部門の連携／27

# 1. あなたの活動対象は 「気になる客」の姿をしてやって来る

活動対象は、いかにもそれらしくやってくることはまずない、と思った方がいいかもしれません。大抵は、あなたにとっては「？」と不審に思われる対象です。それをあなたがどう読むかにかかっているのです。

## (1)「気になる客」の、気になる状態

### ①変わった苦情

### ②愚痴を言いに来る

### ③何も買わないけど、やって来る

### ④変わった注文

### ⑤迷惑行為

### ⑥特注品の注文

## (2)「気になる客」はどこにやって来るか？

気になる客が来る場所も、あなたが想像する以上に多岐にわたっています。だから、企業という職場のどこにでも、「気になる客」はやって来ると思った方がいいでしょう。

### 1.店舗がある企業はその店に

### 2.事務所

### 3.窓口（相談）

### 4.企業の各部門に直接

### 5.社員に個人的に

### 6.出入り業者など

### (3)「気になる客」にどう対応したら？

気になる客を見つけたら、まずは以下のように対応するものと考えればいいでしょう。一番大事なのは②で、これが分かれば、あとはここに記した通りに実行していけばいいのです。

①気になる客の、気になる状態



②こういうことをわが社に求めているのでは？



③ならば、こう対応したら？



④もっと本格的に対応するとしたら？

<事例>

①レストランで「お子様ランチ」を注文する高齢者がいる。



②大人の1人前は食べられないからでは？



③高齢者に合った調理法で、量も少ない料理をメニューに。



④これから高齢者が増えるので、高齢者対応の専門の店員を配置したらどうか。

<私の店に来る「気になる客」>

①



②



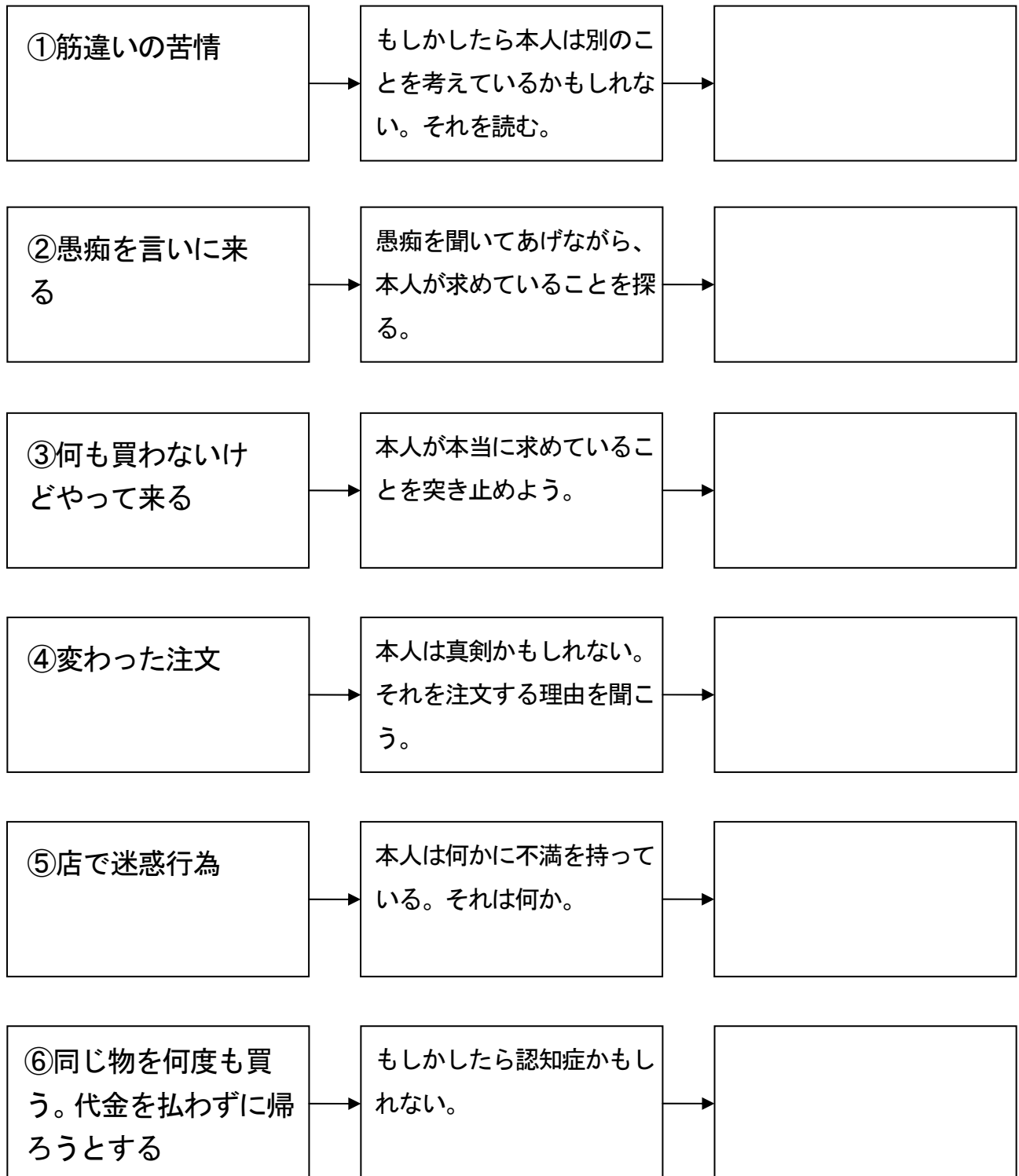
③



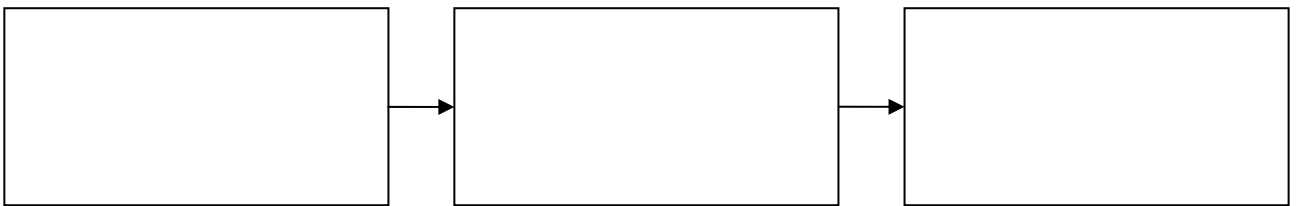
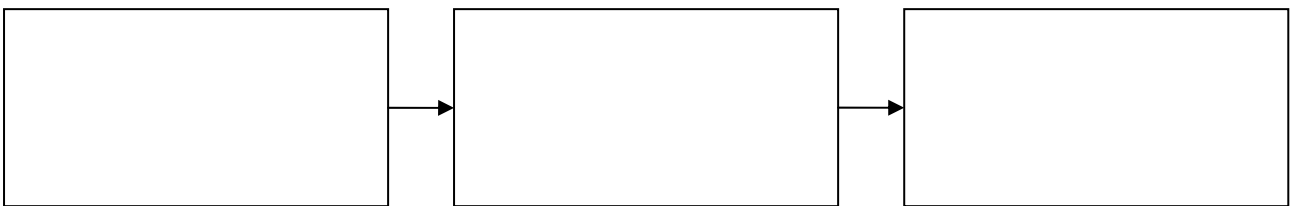
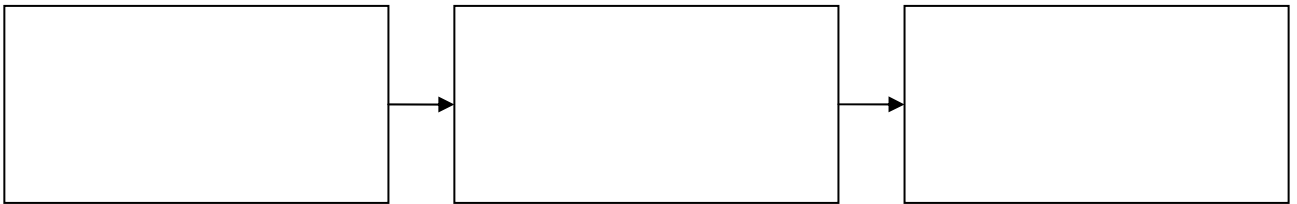
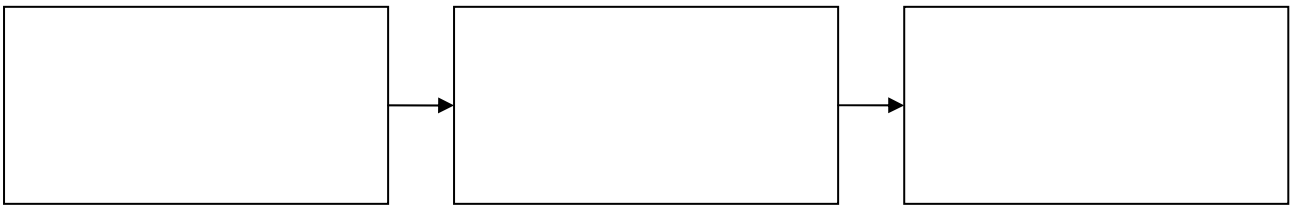
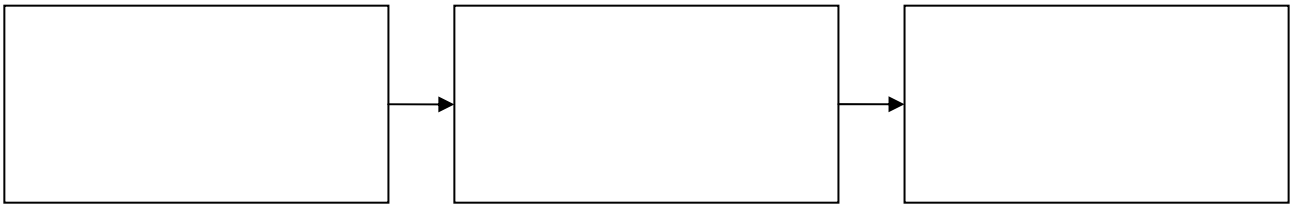
④



## (4)いろいろな「気になる客」



<わが社の「気になる客」>



## (5) 気になる客への対応とは、相手の側から考えること

[気になる客]



こちらから見ると、たしかに「変わっている」が、あらためて相手の側から見直してみると、案外まともな要求をしているのかもしれない。

## (6)「問題客」は関係機関に引き渡せばいいのか？

①変わった客（迷惑な客）が私の店に来た。



②その人は私の店を見込んでやって来たのだ。



③できる限り、私の店で対応することが大切だ。



④そのためには、この職場の全部門を動員しよう。



⑤関係機関に引き渡したら終わりではなく、その後も責任をもって関わっていこう。

## <本人の望みを考慮した上で、引き渡す機関を選ぶ>



①引き渡す先の機関は本人が本当に期待していた相手か？

②本人の意向はどういうことなのか、よく検討する。

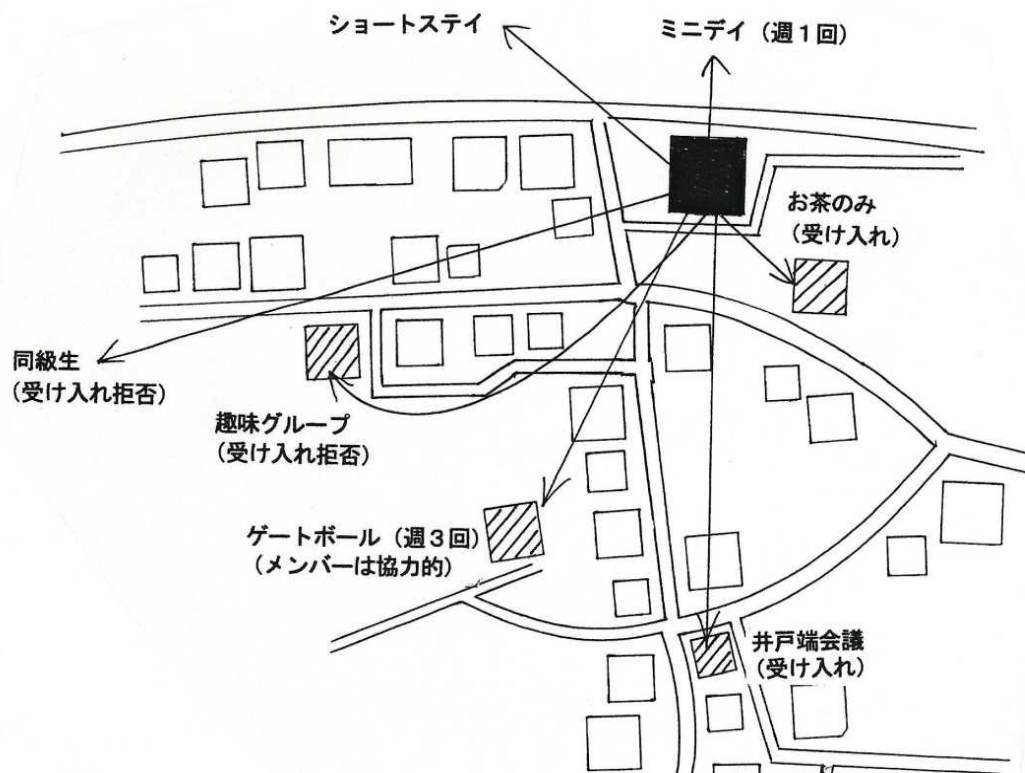
③引き渡した後、どのようにフォローするか。

## (7)要援護者は問題解決を求めて地域の各所へ行っている

下のマップの認知症の女性は、毎日ご近所のあちこちに行って「私も入れて」と言っています。入れてあげているグループと、そうでないグループがあります。

彼女は一体、何をしたいというのか。「私も豊かに生きたい」ということではないでしょうか。そのために効果がある所を選んで行っているのです。

ところが相手側の中には、そういう読みをせずに、ただ「ダメ」と言っている所もあります。プロのケアマネジャーでさえ、「危ないから施設に入りましょう」と言っているのです。



## <その「各所」とはどういう所か？>

自分が抱えている問題の解決につながると、本人が見込んだ所。

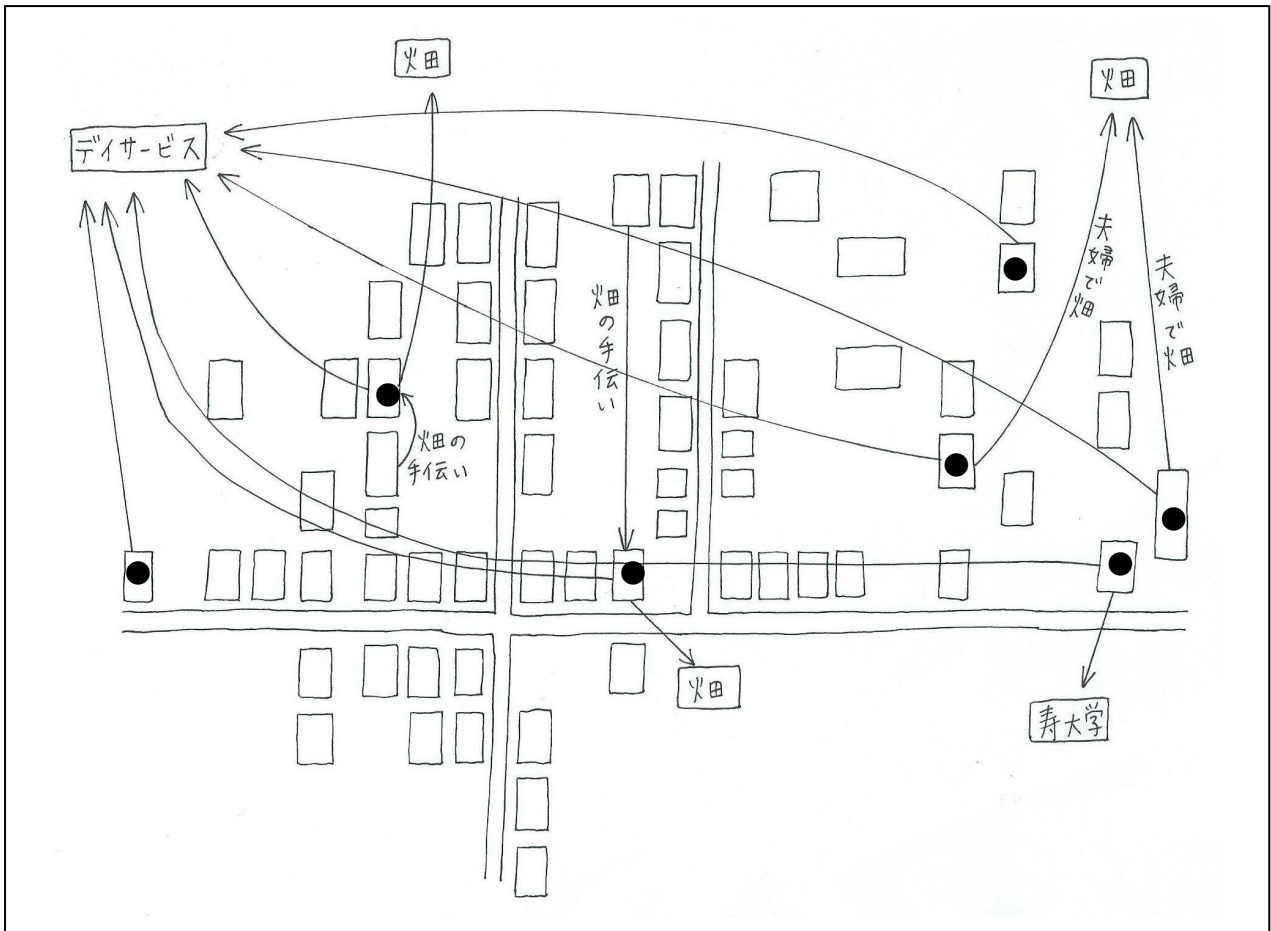


その問題解決には、もっとふさわしい所（福祉機関など）があるように思われても、とにかく本人に見込まれたところが可能な限り対応するのがベストだ。

## デイサービスの利用者は皆、畑に行っていた！なぜか？

デイサービスを利用している人のうち数名が、デイサービスのない日は畑に行っていました。こういうケースが少なくないのです。要するに本人は、畑での作業が自分にとっての（自分の生活の中での）デイサービスだと理解しているのかもしれませんが。ならばこれを尊重し、本人が望むなら、毎日畑に行けるようにしてあげればいいのです。

マップをよく見ると、その畑の作業を手伝ってあげている人がいます。この人が、本人の気持ちを理解してあげている、優れた想像力の持ち主なのです。

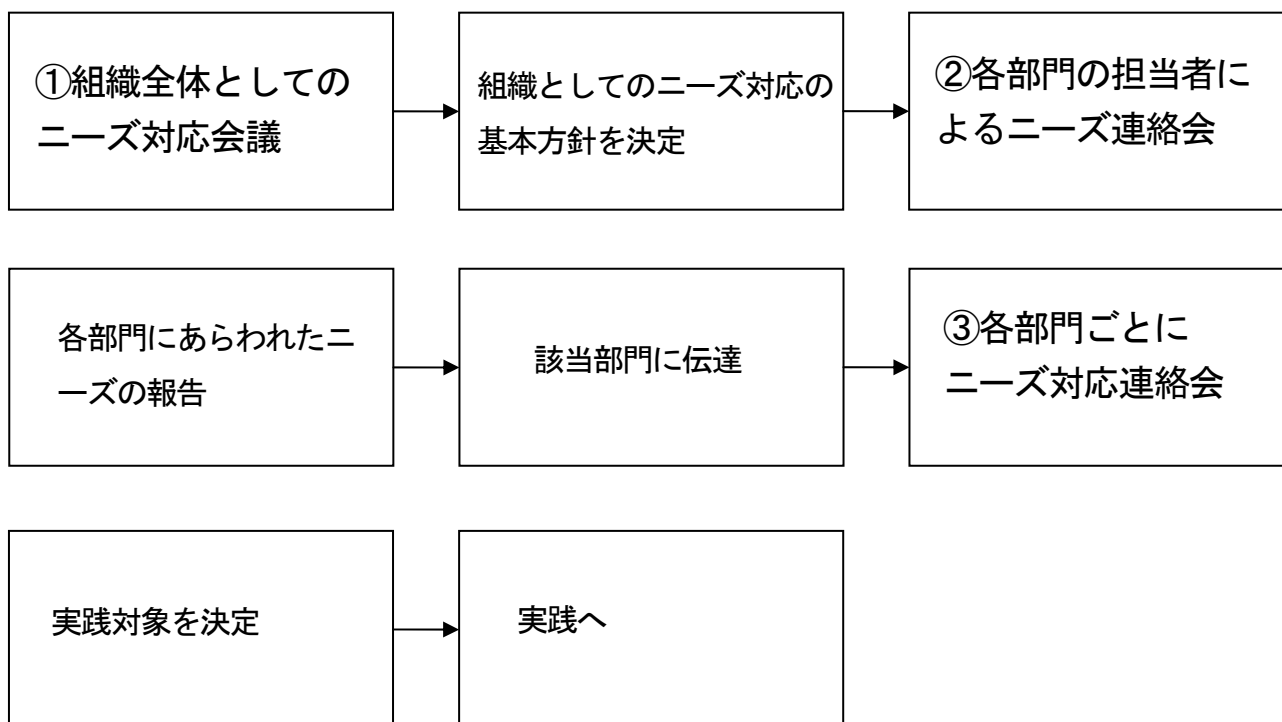


本人から見たら、畑がデイサービスだった？



## (8)組織内の「気になる人」対応のシステム作り

小さな職場ならわざわざこのようなシステムを作る必要はありませんが、大企業になるとそうはいかなくなります。一部、こういうやり方を取り入れる必要があるでしょう。

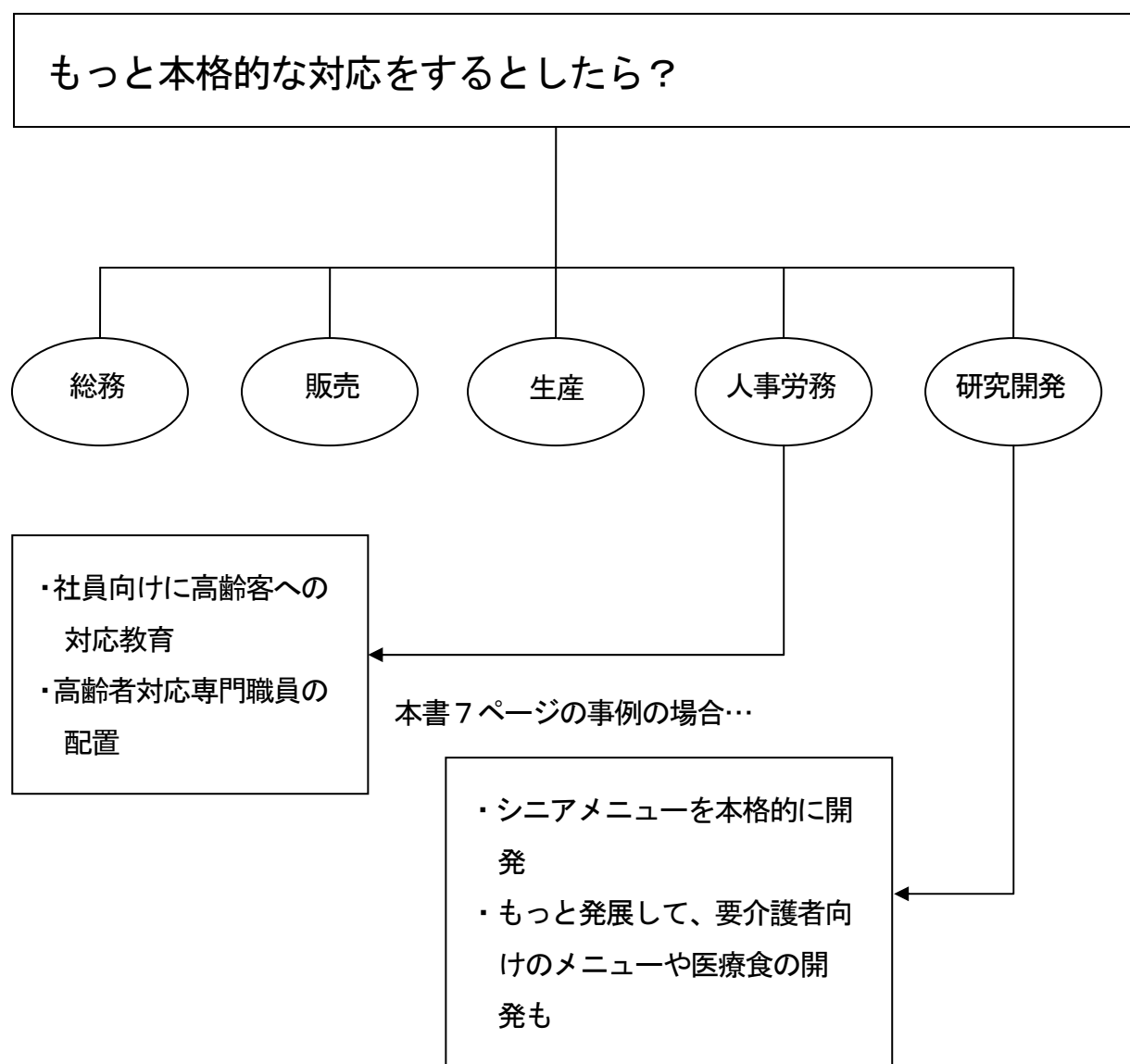


## 2. 「本格的対応」のために

気になる人に対応した窓口担当者の段階で解決できるのならいいのですが、そうでない場合は、その問題解決につながるような部門につなげなければなりません。

### (1) わが社の全部門を動員へ

本書6ページの「(3)「気になる客」にどう対応したら？」の④にあたります。



## (2)「本格的対応」の利点

本格的に対応した場合、どういう利点があるのか。ここまですれば、対応したこと自体が企業の発展拡大につながるかもしれないのです。

①「特定の1人の対象」への対応が、同じようなニーズを抱えたすべての人への対応になる。

②本格的対応の結果、新しい商品・顧客の開発ができ、企業利益につながる。

③本格的対応の結果、「対応技術」も本格化し、福祉への貢献も格段に改善される。

### (3)本格的対応をするために会社と社員が手を結ぶ

■あるカラーコピー機メーカーの営業マンのS男さんは、妻が弱視児のための拡大写本作成（教科書を拡大する）ボランティア活動をしていることを知り、何が大変かと聞いたら、写真やイラストを手書きで描くのが難しいと言う。

■「それなら、うちの会社のカラーコピー機を使えば、きれいにできるぞ」「それじゃあ、それを使わせてちょうだい」「ダメダメ、これは商売道具だから」「なら営業所長に掛け合ってよ」。というわけで、所長に伝えたら、「それじゃ、君の奥さんのグループだけ、無償で使わせてあげよう」。

■ところが彼女はその作品を全国拡大写本研究集会で、みんなに見せてしまった。「これ、どうしたの?」「〇〇社が使わせてくれたの」。するとみんなが地元の営業所に出向き、自分たちにもコピー機を使わせてほしいと要望した。

■経緯を知らない本社は当惑し、「だれだ、こんなことをやりだしたのは?」。そこでS男さんの名が挙がって問題になった。ところが結局、彼が社会貢献部局を説得して、この社の社会貢献活動の一環として、全国でこの種のグループには無償で使わせることになったのだ。おまけに営業所単位で営業マンたちによる拡大写本グループが生まれた。



社員が率先して  
活動開始

これに企業として取り  
組むことを提案

## ＜会社と社員が手を結んだ事例＞

企業の注目される社会貢献活動がどのようにして生まれたのか、そのきっかけを探ると、意外なことに、特定の社員に突き当たるのです。その人が個人的に始めたことに会社が相乗りしたというケースが少なくないのです。

業種	活動内容	きっかけ
スーパー	盲導犬の店内受け入れ	仕入れ担当部長が視覚障害者と接点があり、社に提案
乳酸菌メーカー	販売員による独居高齢者の見守り	一販売員が実施。 本社も対応
大手塾チェーン	障害児の受け入れ・特殊教育の研究	各地の塾で自主的に実施。 本社を動かす
製造業	工場内に障害者の小規模作業所を受け入れ	作業所職員の夫が社員で、製造部へ提案
複写機メーカー	カラー複写機を拡大写本作りに無料で開放	ある営業部員の隣人が弱視。社へ提案
製紙会社	割り箸の回収と再生・廃油の回収	一社員がまず自主的に実施。会社へ働きかけ

## (4)本格的対応には2つの道が

### ＜その1＞企業活動の各部門で

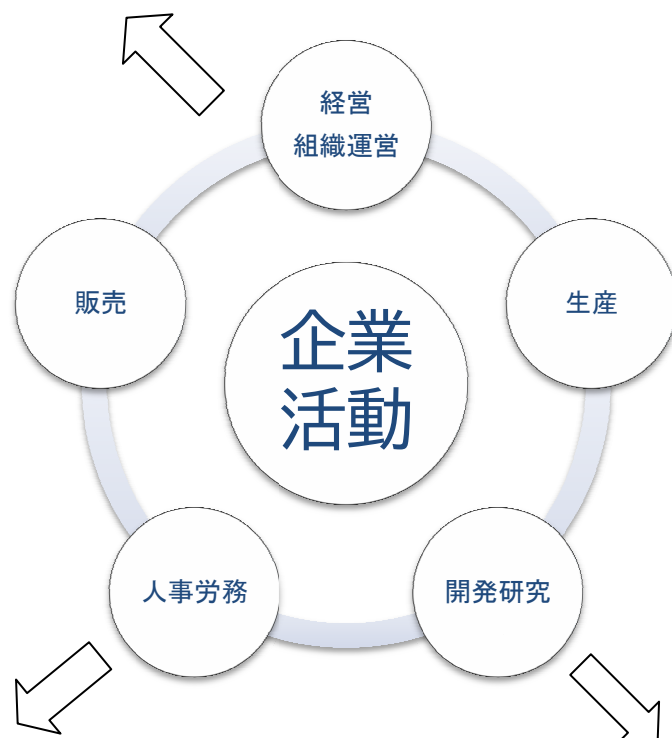
どの企業でも、以下のような企業活動をしていて、その中でできることがあります。既に何かやっていることがあるかもしれません。見直してみたら？

#### ＜広報＞

◇パチンコ店が定期的に折り込み広告を入れることを生かし、その裏面を地元商店街の宣伝（特売情報など）に使ってもらう。

#### ＜株主サービス＞

◇鉄道信号事業を行う会社が、株主総会のおみやげに授産施設の製品を採用。さらに、その中で出会った自閉症の男性が描く写真のように緻密な鉄道の絵を「多くの人に見てほしい」と、株主向け報告書の表紙に採用し続けた結果、男性の絵がツイッターで拡散され、全国で知られるように。



#### ＜採用・能力開発＞

◇障害者の障害特性を「能力」として生かせる配置や工夫をし、戦力化する。

（例）ゲーム会社が、視覚過敏で「色が気になる」社員を「色の感覚が鋭い」と見直し、キャラクターの色付け担当者として活躍してもらっている。

#### ＜製品開発＞

◇通販会社が授産施設に商品プランナーを派遣し、「売れる」商品を一緒に開発して販売。

#### ＜応用研究＞

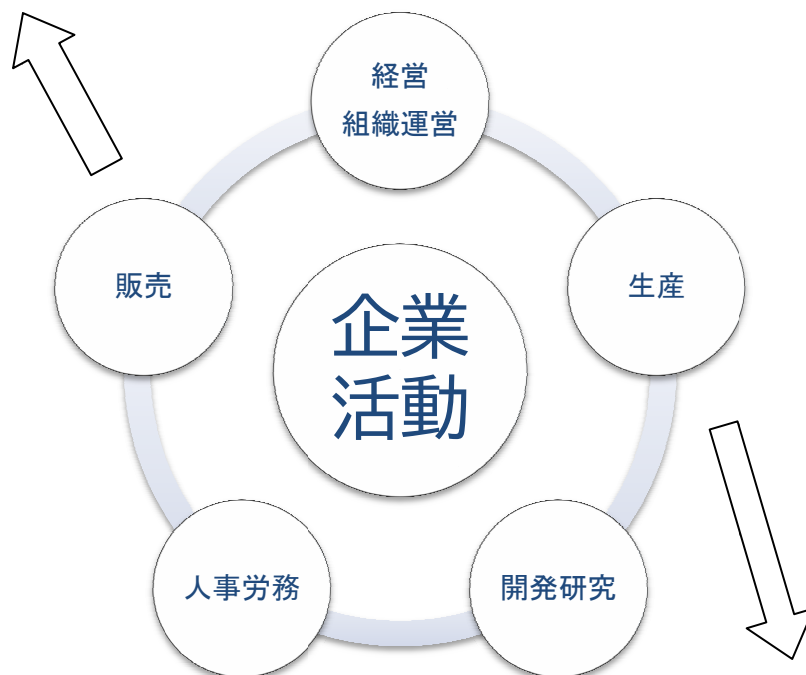
◇化学薬品の会社が、マラリア対策に薬品を練り込んだ蚊帳を開発し、必要とする地域のメーカーに製造技術が無償で提供。

<販売>

◇スーパーマーケットが、発達障害で感覚過敏の子どもも買い物に来れるよう、明るい照明や音楽をつけない時間帯を設ける。

<展示品>

◇空気清浄機の会社が、販売店で展示し終わった製品をきれいにし、クリーンな空気を必要としている所（小児アレルギー病院や塗装を学ぶ学校の教室など）へ無償提供。



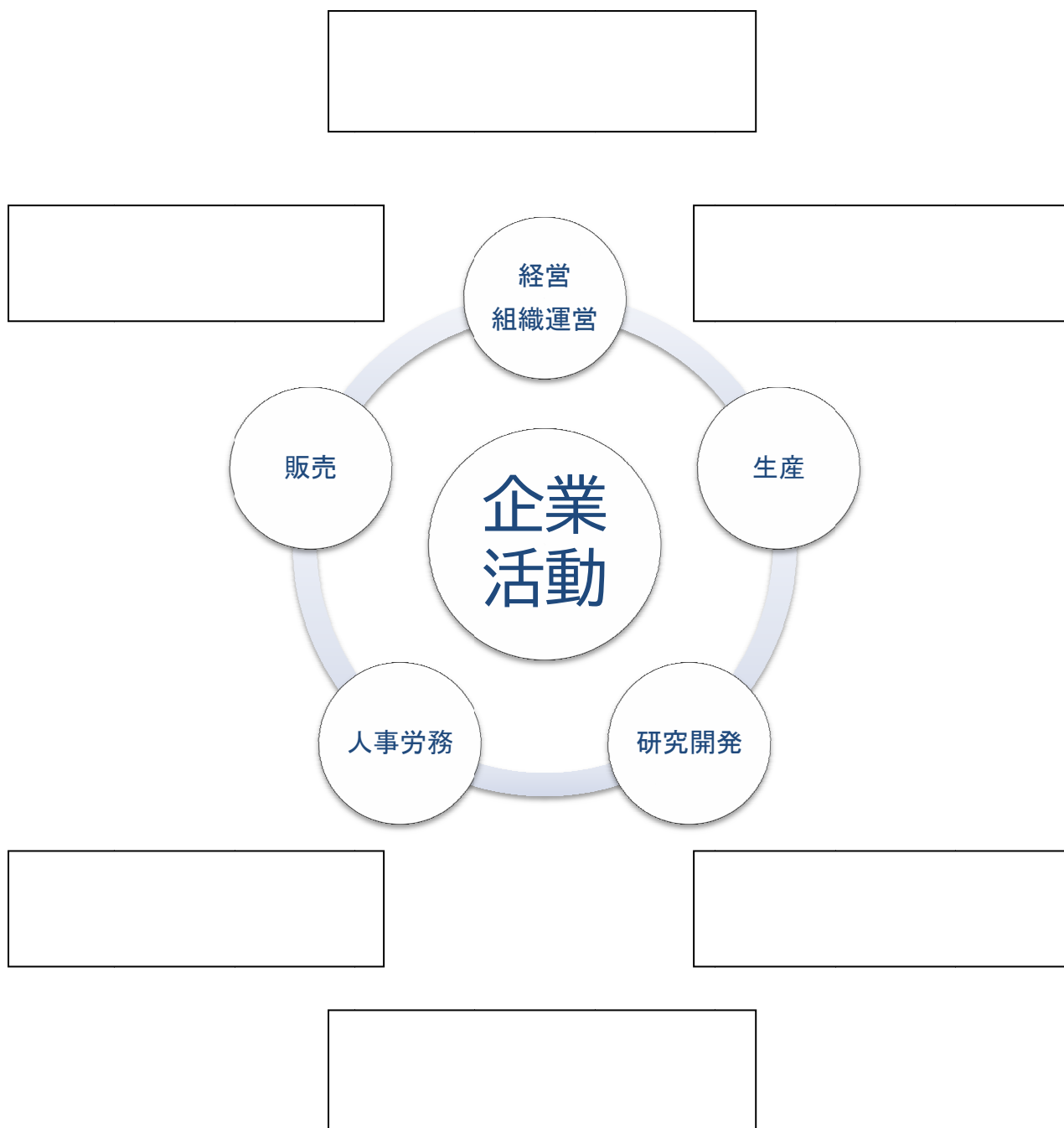
<仕入れ>

◇自社の材料の仕入れや人脈を活かして、障害者が働く店の販路作りに協力。

<設備>

◇電炉メーカーが、広大な事業所を囲む外壁を「ギャラリー」として開放し、小中学生による地元の風景画などを展示。

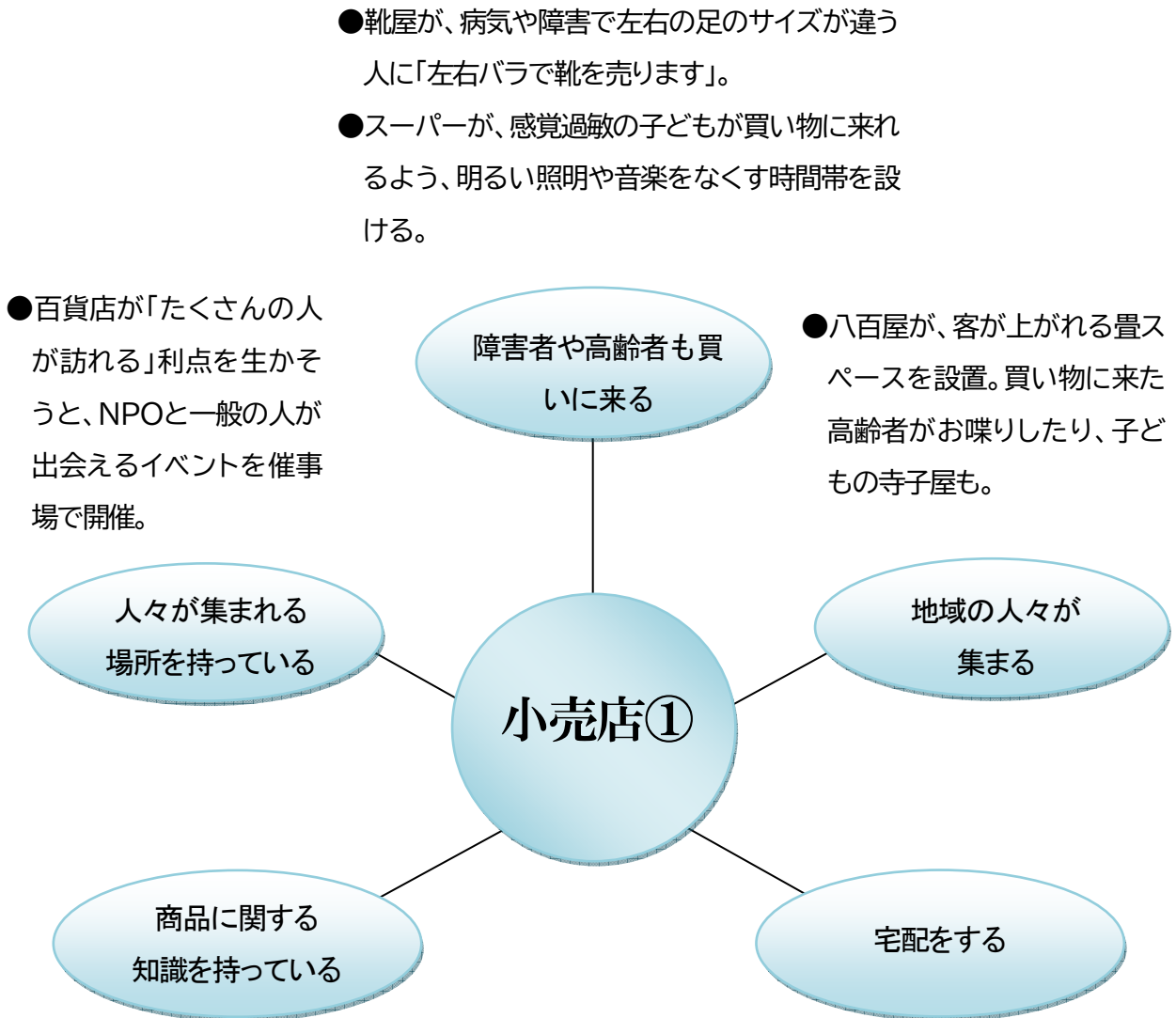
<わが社の場合>





## ＜その2＞その業種「らしい」活動

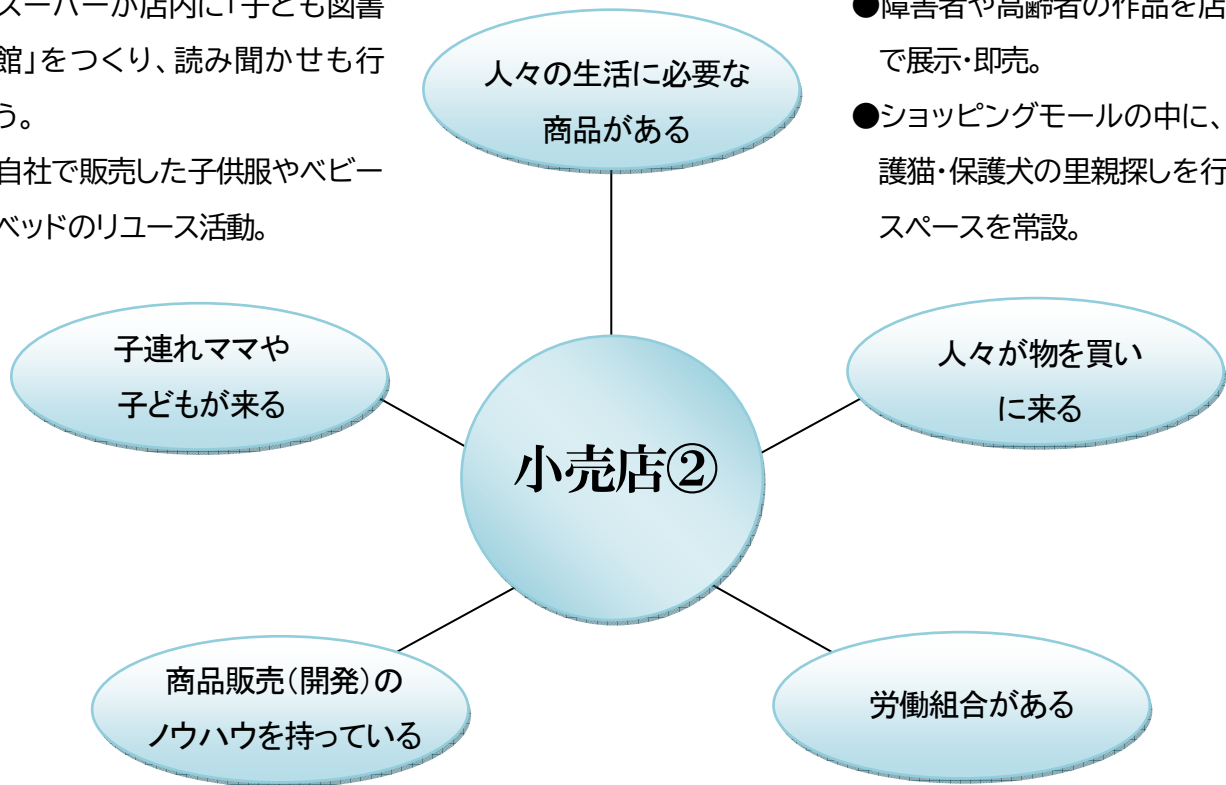
「モチはもち屋」と言います。わが社のもち屋性は何なのかを振り返ってみたらどうか。既に何かはやっているはずだから、振り返ってみるといいでしょう。以下の事例は、小売店が持っているさまざまな「腕」を生かした事例を集めたものです。



- 買い物難民を支援するために、コンビニが人口減地区に出店費用を抑えた小型店を展開。
- 人々が必要とする物は、1年に1個しか売れない商品でも売り場に置くホームセンター。

- スーパーが店内に「子ども図書館」をつくり、読み聞かせも行う。
- 自社で販売した子供服やベビーベッドのリユース活動。

- 障害者や高齢者の作品を店内で展示・即売。
- ショッピングモールの中に、保護猫・保護犬の里親探しを行うスペースを常設。

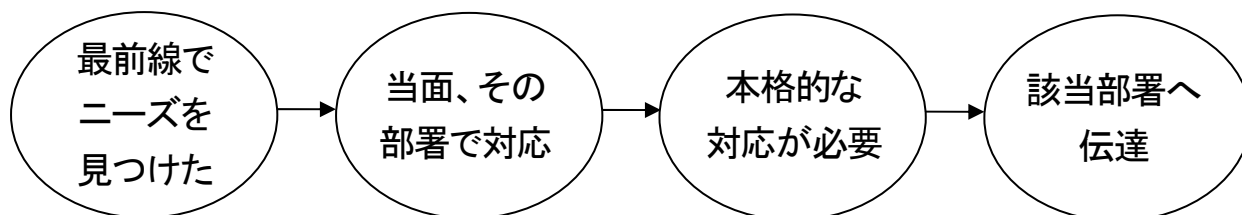


- 大手通販会社が障害者の授産施設に商品プランナーを派遣し、「売れる」商品と一緒に開発して、販売も。
- 「入院中でも素敵な店で買い物がしたい」という入院患者の願いに応じて、病院内におしゃれなブティック風のショップをオープン。

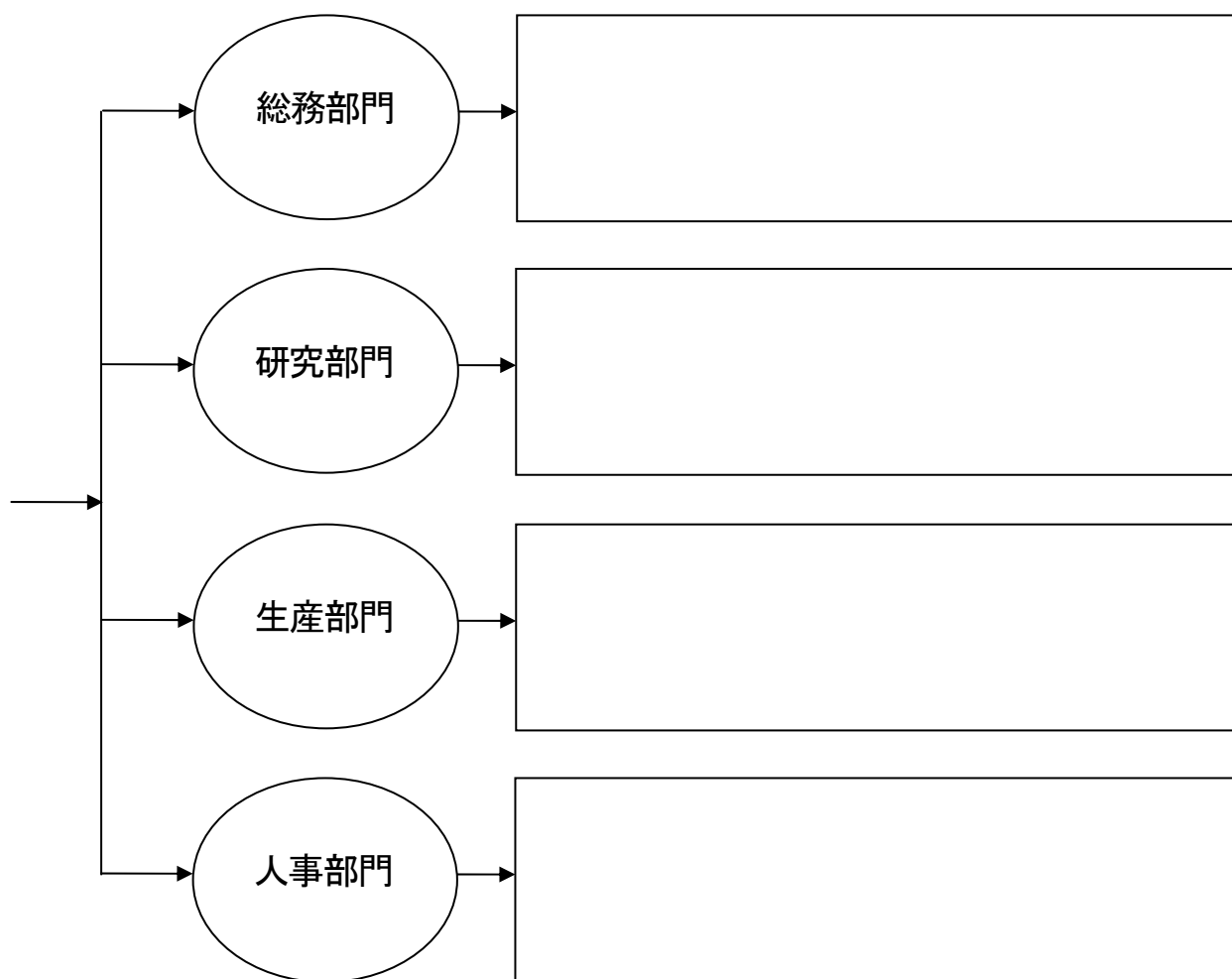
- デパートなどが加盟する労組のメンバーが、大型店の進出で打撃を受けた地域の活性化に取り組む。

## (5)最前線と後方部門の連携

当面その部署で対応、で終わってしまいそうですが、もしかしたら研究部門に手渡せば、新商品開発のヒントになるかもしれません。積極的に専門部門に持っていくことが大切です。



<担当できる活動>



---

**住民流福祉総合研究所**  
**木原孝久**

〒350-0451  
埼玉県入間郡毛呂山町毛呂本郷 1 4 7 6 - 1  
TEL049-294-8284  
kiharas@msh.biglobe.ne.jp  
<http://juminryu.web.fc2.com/>

---