
工賃アップセミナー

～スキルアップ編 ③請負営業～



株式会社インサイト 事業内容

- 2007(H19)年9月創業:障害福祉分野に特化したコンサルティング
- ビジョン:障がいのある方・関わる方全てが幸せに暮らせる場の創造

【事業内容】

事業内容	事業概要	主要取引先
障害福祉経営 コンサルティング	・ 地域福祉経営 ・ 工賃向上・マーケティング ・ 新規事業立上支援(GH等)	障害福祉事業所 (都道府県・市区町村等)
障害福祉に関する 調査研究・政策提言 支援	・ 障害福祉に関する 調査研究支援 ・ 地域福祉計画策定	官公庁 (厚生労働省 等)
障害者雇用 コンサルティング	・ 障害者戦力雇用に関する コンサルティング	民間企業

【ご参考】コンサルタント紹介

関原 深(せきはら ふかし)
(株)インサイト代表取締役
パートナー
プロファウンド(株)代表取締役



特徴:総合

専門:経営戦略、マーケティング、会計、
事業計画

前職の(株)三和総合研究所(現:三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))では経営戦略部門に所属し、多様な業界・業態の東証一部上場企業から中堅・中小、国内外のベンチャー企業まで幅広くサポート。10年間で100案件以上のプロジェクトに携わる。

‘07年創業後は、障害者の「はたらく」を中心に、障害福祉事業所・障害者雇用のコンサルティングや、厚生労働省等の障害者に係る政策提言支援・研究支援等を実施。

‘20年に、障害福祉を支援する事業創造に特化したプロファウンド(株)を設立。

北野 喬士(きたの たかし)
(株)インサイト取締役
チーフコンサルタント
(N)Re-Live副理事長



特徴:現場

専門:障害福祉、作業アセスメント、
営業戦略

学生の頃から障害者支援ボランティアとして業界に携わり、障害福祉業界で20年の経験を持つ。株式会社と・らいず(大阪市住之江区)では代表取締役として、移動支援・発達障がい・不登校支援事業を運営。

‘09年より株式会社インサイトのコンサルタントとして全国で障害福祉事業所向けの研修・コンサルティングを実施。

‘09年と・らいず、‘14年株式会社YEVISを後身に譲り、地元でNPO法人Re-Live(大阪府岬町)を設立、多機能(A型+B型)で遠隔農業や民泊清掃、放課後等デイサービス、相談支援事業を実施。

高玉 要(たかたま かなめ)
(株)インサイト
シニアコンサルタント
ステイラボジャパン(合)代表



特徴:実業

専門:Webマーケティング、営業戦略、
広告戦略、インバウンド戦略

Web制作会社から独立後、主に民間中小企業や社会福祉法人を対象に、認知・売上向上を目的としたコンサルティングを実施。

‘11年より株式会社インサイトのコンサルタントとして全国で障害福祉事業所向けの研修・コンサルティングを実施。

‘17年にホテル・民泊施設を支援するステイラボジャパン(合)を設立し、障害福祉事業所に清掃事業等を委託することで工賃向上に寄与。休日はパーカッションニストとして、アフリカの太鼓「ジェンベ」でダウン症ドラマーとの共演や、障がいのある子ども達と楽器づくり活動などを実施。

【ご参考】コンサルタント・スタッフ紹介

岡本 貴哉(おかもと たかや)
(株)インサイト
シニアコンサルタント
(N)Re-Live事業本部長



特徴:PSW

専門:精神障害者支援、専門職教育

’06より精神保健福祉士として精神科医療、地域生活支援等に携わる。

’12年より専門学校にて精神保健福祉士養成を行い、実践の言語化と、専門職の資質向上に取り組む。

’20年からはNPO法人にて、職員教育・法人運営・事業開発に従事。特に近年増加している精神・発達障害者への就労支援に関して、サービスの利用を促す仕組みと支援者の個別的な関わりという両面からアプローチを実施。

並行して’20年より株式会社インサイトのコンサルタントとして全国で障害福祉事業所向けの研修・コンサルティングを実施。

芦川 英嗣(あしかわ ひでつぐ)
(株)インサイト
シニアコンサルタント
(社福)ゆうゆう事業部長



特徴:元行政+現社福

専門:行政計画(地域・障害・介護)、ICT

法政大学法学部を卒業後、民間会社(情報機器系)に就職し、4年後に北海道石狩郡当別町役場へ。まちづくり・情報系を経て福祉課・財政課へ。地域福祉計画・高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画・財政運営計画策定を経験。

’18年より地域福祉で全国的に有名な社会福祉法人ゆうゆうのプロジェクト推進部長として活動し、事務局・A型事業所も兼務。

’20年より株式会社インサイトのコンサルタントとして厚生労働省の障害者に係る政策提言支援・研究支援をはじめ、地公体向けに地域福祉計画・障害福祉計画策定等を実施。

大塚 翔太(おおつか しょうた)
(株)インサイト
リサーチアシスタント



特徴:システム

専門:ICT、オンライン化支援

大阪工業大学工学部電子情報通信工学科を卒業後、物流会社に就職。その後、’15年からインサイトに合流。

持ち前のPC・ネットワークに関する基礎知識から、ソフト・プログラムを使いこなして、調査研究事業のリサーチアシスタント業務に携わり、大量のデータ処理・統計分析・報告書作成を正確無比にこなす。

現在は、リサーチアシスタント業務に加え、オンライン化支援(zoom・webex運営、システム・ヘルプデスク等)を担当。目まぐるしく変わる新システムへの対応を含め、オンライン化支援業務の中枢を担う。

実績例(工賃向上・経営改善)

- 全国で事業所の現場を確認しながら工賃向上をサポート(件数:業界トップ)
- 官公庁委託実績(工賃向上・経営改善):
 - 中央:厚生労働省
 - 都道府県:山形、茨城、東京、長野、愛知、三重、岡山、広島、香川、島根、福岡
 - 他市区町村 等

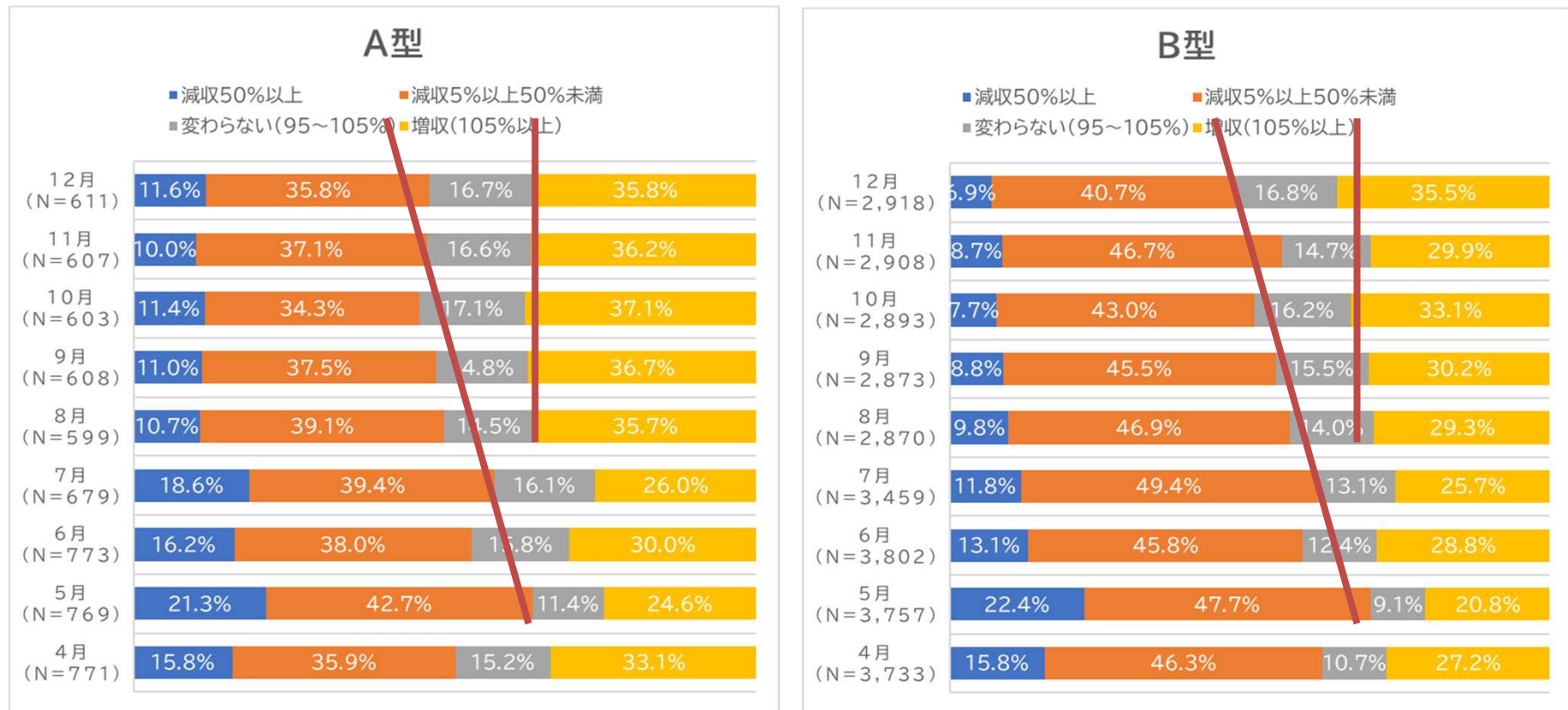
累積:研修2,220件
コンサル972件



生産活動収入の変化(前回(～7月)+今回調査(8～12月))

● A型、B型ともに安定してきたか？

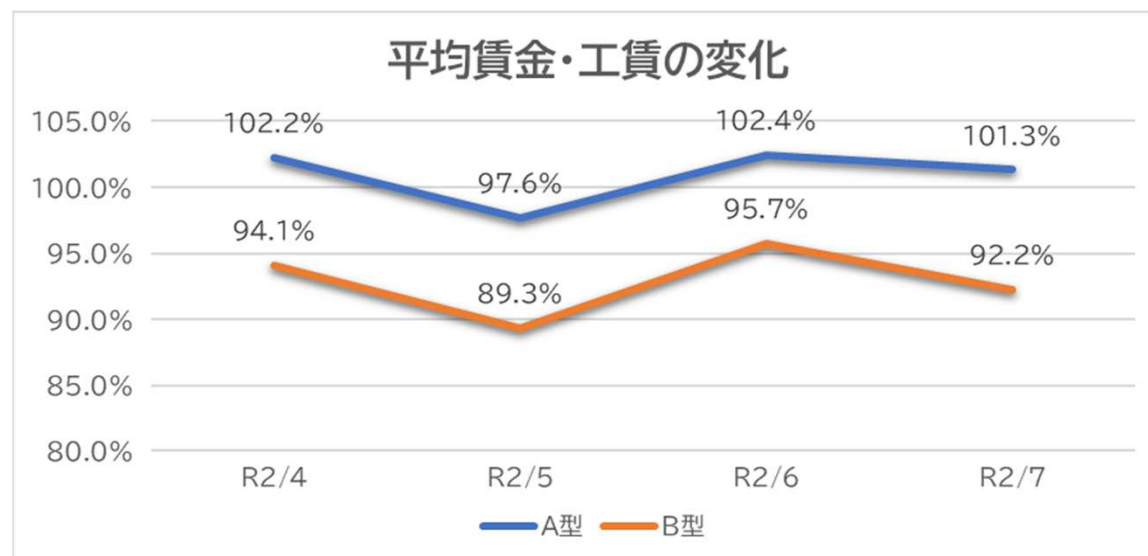
【生産活動収入の変化(前年同月比)】



平均賃金・工賃の変化

- A・B型共に5月が**97.6%**、**89.3%**と最低
- A型は最低賃金を守ろうとして、ほぼ100%の水準に ※最賃上昇103%
- B型はA型より**8pt**ほど低く、ほぼ同じ推移

【平均賃金・平均工賃の変化(前年同月比)】



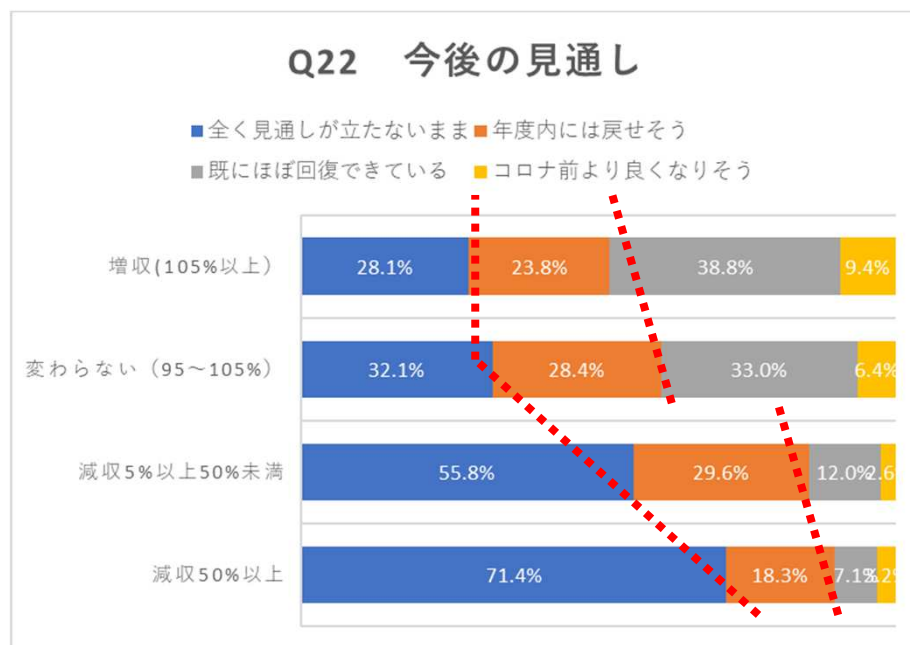
	H31/4	R1/5	R1/6	R1/7	R2/4	R2/5	R2/6	R2/7
A型	76,538	77,038	77,237	79,451	78,222	75,212	79,087	80,489
				(昨対比)	102.2%	97.6%	102.4%	101.3%
B型	13,772	13,493	14,324	14,927	12,961	12,054	13,712	13,762
				(昨対比)	94.1%	89.3%	95.7%	92.2%

クラス別:今後の見通し

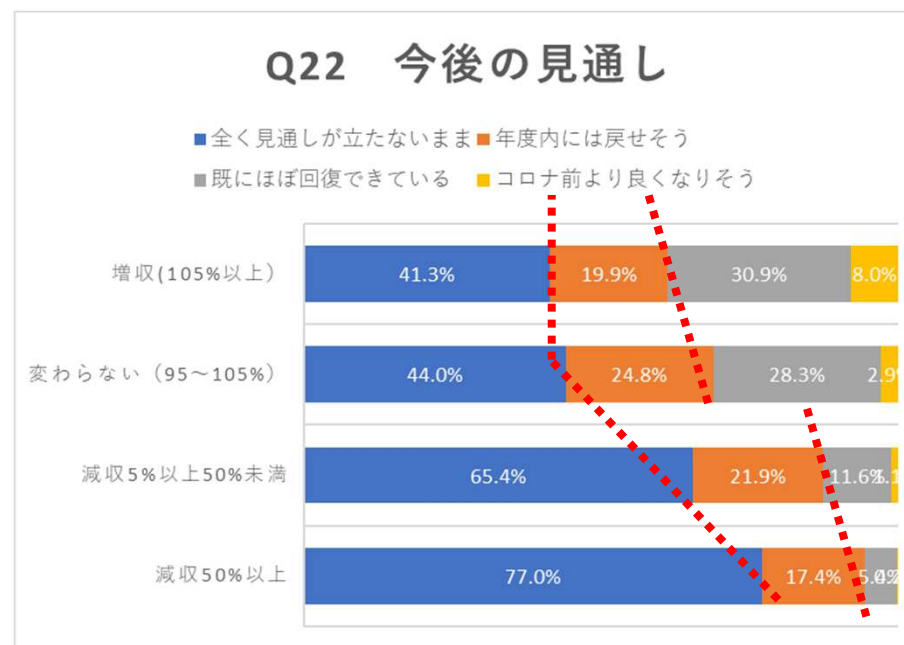
- 「全く見通しが立たない」減収50%以上のA型:71.4%、B型:77.0%

【今後の見通し(SA)】

<A型>



<B型>

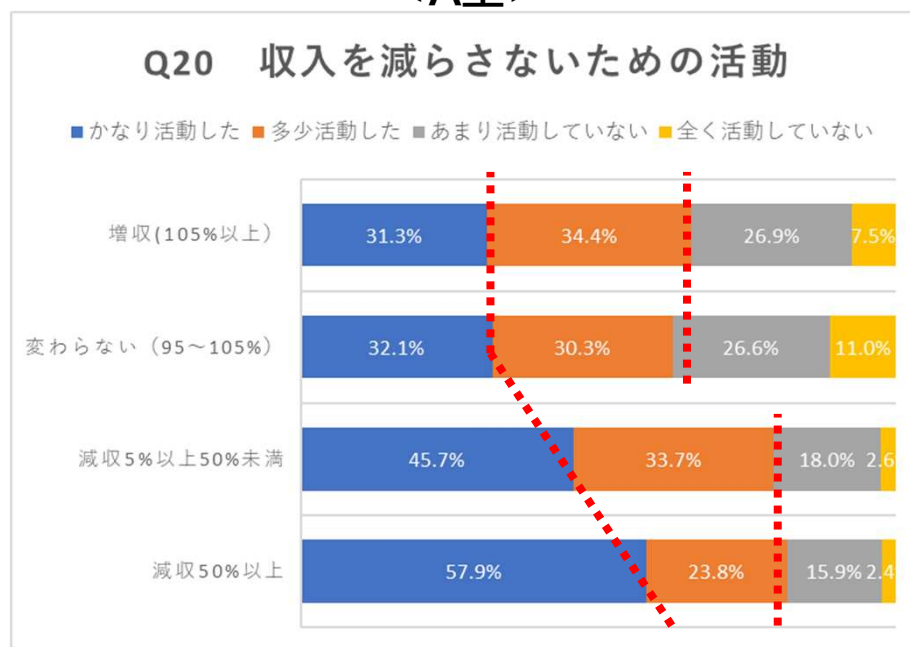


クラス別:収入を減らさないための活動

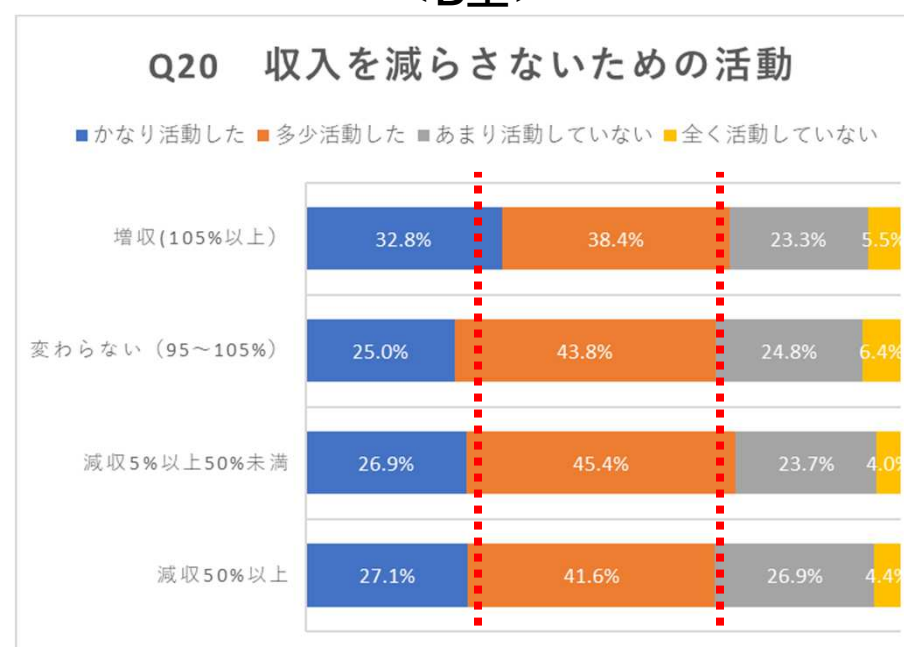
- A型:減収50%以上は「かなり活動した」57.9%、約8割は活動した
- B型:活動量は状況に関わらず、減収であっても約3割は「活動していない」

【収入を減らさないための活動(SA)】

<A型>

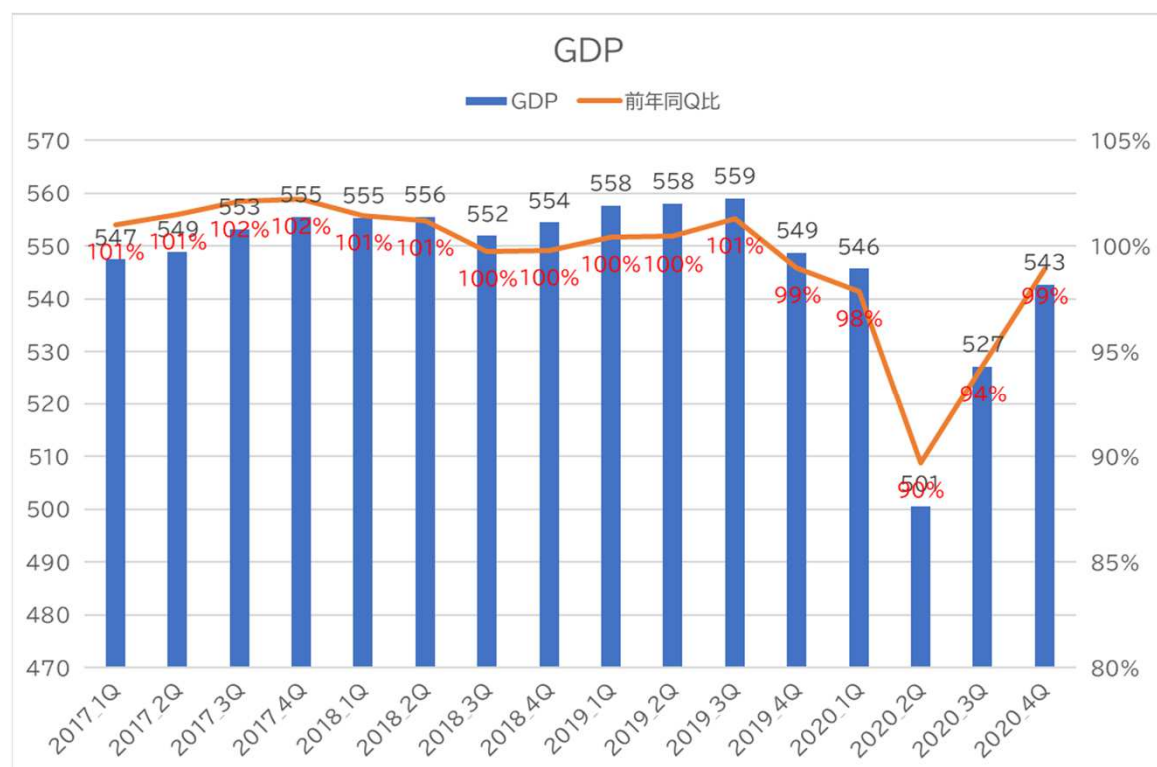


<B型>



コロナの影響(GDP全体)

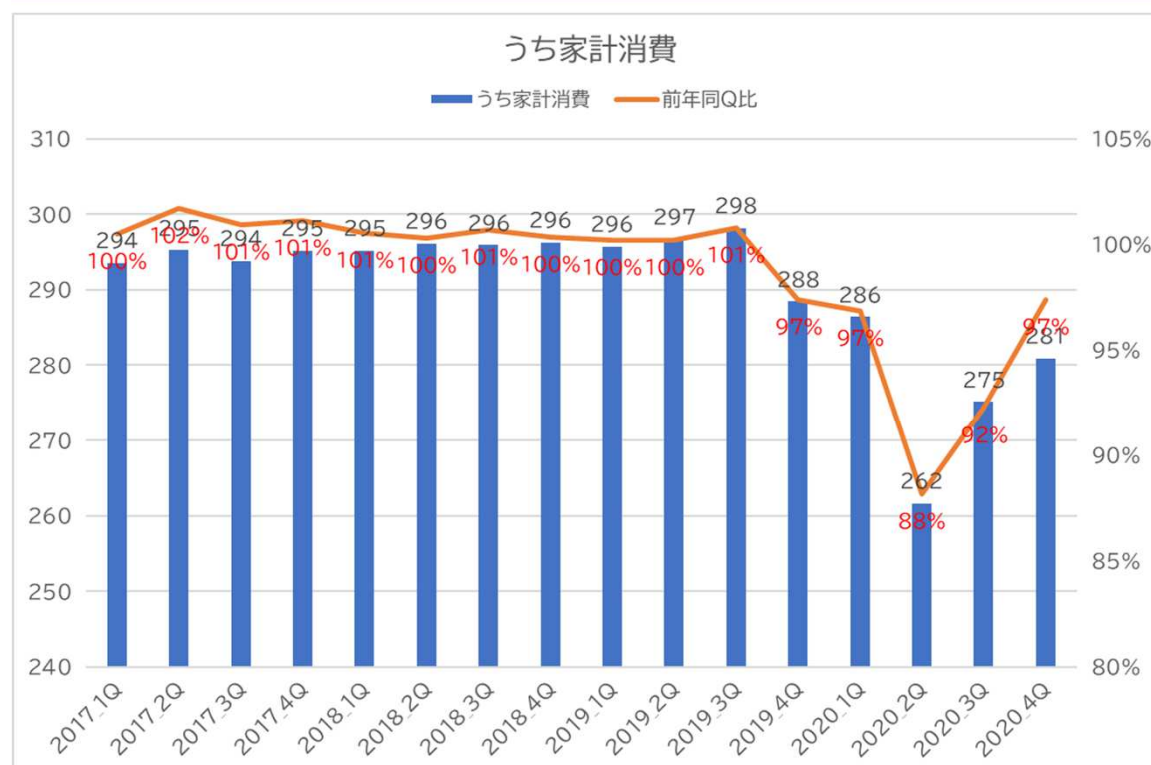
- 2020年4～6月期の国内総生産(GDP)は29.2%減 … 戦後最悪
- 2020年7～9月期の国内総生産(GDP)は22.9%増 … 1980年以降で最大
→水準で見れば、取り戻したのは前期に減った分の半分程度
→回復は力強さを欠いている ※次は2月に発表→99%



<資料:内閣府(2020.12)より(株)インサイト加工>

コロナの影響(GDP:うち家計消費)

- 家計消費もGDPと同じ動き
→2Q:88%、3Q:92%、**4Q:97%**
- 「平均」のトリックに注意:実態は「二極化」
→頭は火事でも、足は凍傷・・・でも平熱、みたいな



<資料:内閣府(2020.12)より(株)インサイト加工>

コロナの影響(倒産件数)

- 2020年の企業倒産
→件数:前年比6.5%減7,809件
→負債総額:前年比16.4%減1兆1810億5,600万円
→件数、負債総額ともに**2001年以降の20年間で最少(最小)**
- 支援策:緊急融資から補助金、助成金、給付金そして税金や社会保険料の支払い猶予、不渡り猶予などまで幅広く、実際、これまで中小企業向けに執行された緊急融資は、民間金融機関、日本政策金融公庫、商工中金を合わせて**総額31兆6991億円**



<引用:「最新調査で判明した「コロナ倒産の実態」とは、帝国データバンクが解説」(2021.1)、DOL記事>

コロナの影響(実感値?)

- 東京都内6,473社について2019年決算と2020年決算(売上)を比較
→増加:13.3%
→増減10%未満:35.1%
→▲20%~▲30%未満:33.0%
- 「飲食業」だけが過去20年最高の倒産件数(780件)

東京都企業6473社の売上高増減分布

	6月決算		7月決算		6月・7月合計	
	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
30%以上	256	5.4%	96	5.4%	352	5.4%
20%~30%未満	145	3.1%	44	2.5%	189	2.9%
10%~20%未満	238	5.1%	86	4.9%	324	5.0%
増減10%未満	1,657	35.2%	616	34.8%	2,273	35.1%
▲10%~▲20%未満	559	11.9%	241	13.6%	800	12.4%
▲20%~▲30%未満	1,578	33.5%	556	31.4%	2,134	33.0%
▲30%以上	271	5.8%	130	7.3%	401	6.2%
合計	4,704	100.0%	1,769	100.0%	6,473	100.0%

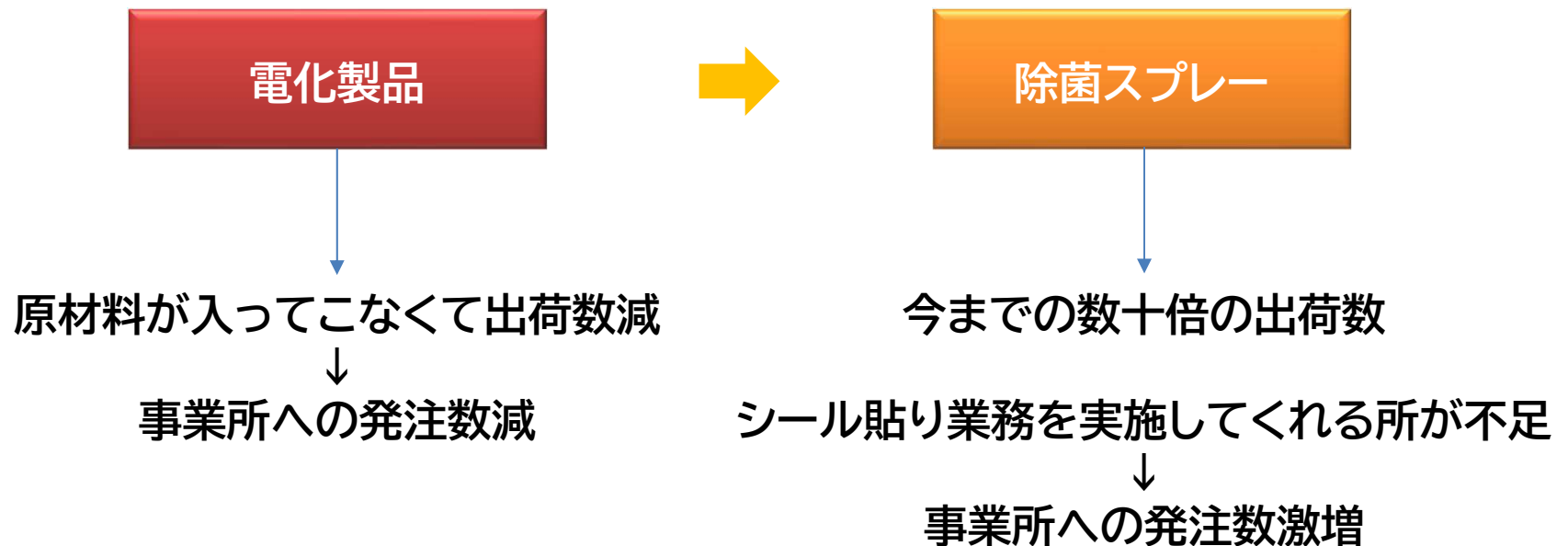
<引用:「最新調査で判明した「コロナ倒産の実態」とは、帝国データバンクが解説」(2021.1)、DOL記事>

コロナ禍において仕事はどう変化したか

コロナ禍における因果連鎖図(+)

- 仕事が増えた相手はどこか？
→付随して何ができたのか？

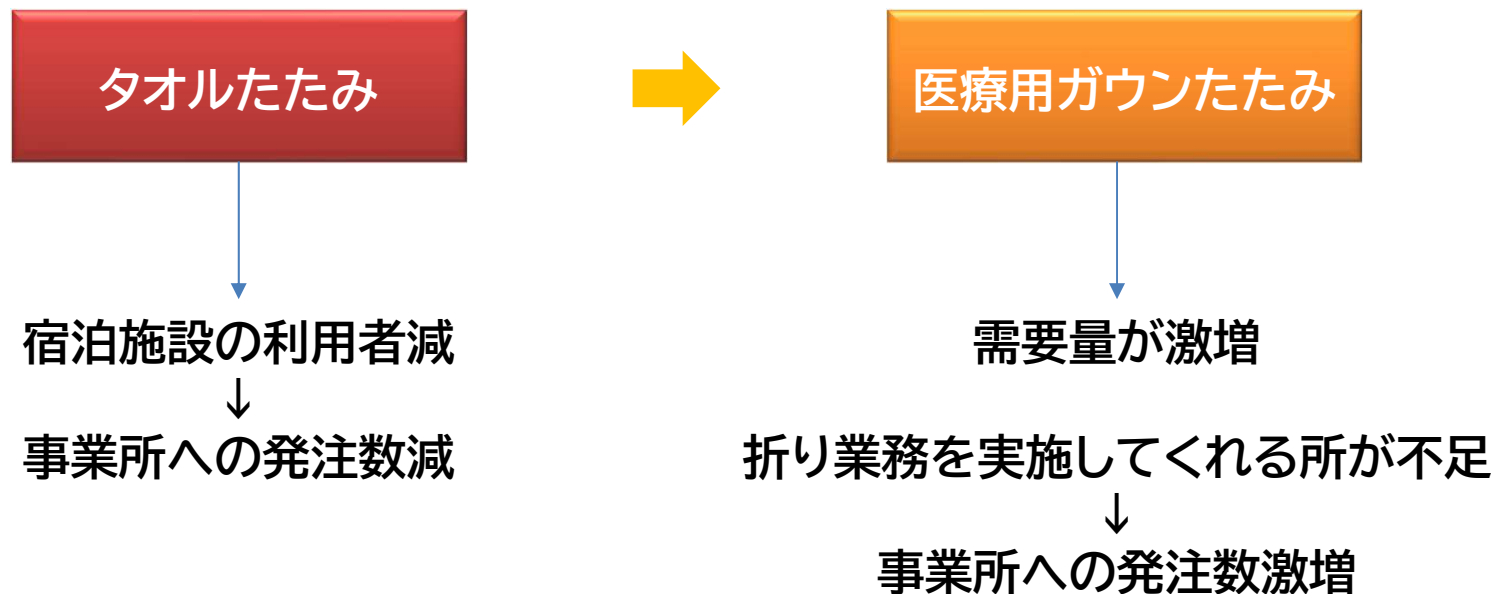
【シール貼り業務】



コロナ禍における因果連鎖図(+)

- 仕事が増えた相手はどこか？
→付随して何ができたのか？

【タオルたたみ業務➡医療用ガウンたたみ業務】



コロナ禍における因果連鎖図(+)

- 仕事が増えた相手はどこか？
→付随して何ができたのか？

【宿泊施設清掃業務➡病院宿直室清掃業務】



コロナ禍での「待ち」は完全にチャンスロス

- 玉突きで仕事が無くなった／増えた が完全二極化
- 「仕事があるところは全く業務がまわっていない」という状況下で案件獲得の大チャンス
 - ✓ 求人広告掲載件数は右肩上がりトレンド
- 「見通しが立たない」→行動が無い
 - ✓ これまでの経験から得たスキルでどう横展開できるかを考える
 - ✓ 「未経験の業務」を選択基準から外さない



まさにいまが営業活動の好機と捉え、営業計画と実施が必要

【ワークシート】戦略方向性シート

- ウィズコロナを見据えて…
- 考えることは「変わらない」&変わらず「行動が必要」
- これを機に、改めて「何をすべきか」「何を捨てるべきか」を整理
- 現状の売上高から目標工賃を支払うために『一体どの程度の業務を獲得しなければいけないか？』を算出

コロナ前				
作業	売上	就労収支	利用者	支払可能工賃
パン	450,000	60,000	6	10,000
タオル折	120,000	63,000	7	9,000
農業	150,000	63,000	7	9,000
新規				
計				
	186,000		20	9,300

現状
→ カフェ売上ダダ下がり
→ ホテル2件ストップ
→ 求人の外注化あり

ウィズコロナ					
戦略方向性	備考	売上	就労収支	利用者	支払い可能工賃
●5:販路拡大	ネットショップ	300,000	40,000	5	8,000
(やや引き気味)		60,000	31,500	6	5,250
(維持)		150,000	63,000	6	10,500
●6:新規事業	請負獲得	60,000	60,000	3	20,000
計					
		194,500		20	9,725

- 1:価格up
- 2:原価管理
- 3:生産性向上
- 4:商品開発
- 5:販路拡大
- 6:新規事業
- 7:絞込・撤退
(維持)

請負の評価と改善方法

2. 収支の評価方法(請負事業)

- 請負事業の収支評価:「①支援者人時売上」が適正か？
- 作業単価→①支援者人時売上に換算し、適正水準を各事業所で決める

【タオル折り:7人】

12万円	5.7万円
	6.3万円
9,000円/人	

【請負事業】

- 最低賃金 = $900\text{円}/h$
↓ ↑
- 作業単価 = $3\text{円}/枚$
- 支援者1人当りの生産性
= $100\text{枚}/h$
- ①支援者人時売上
= $3\text{円} \times 100\text{枚}/h = 300\text{円}/h$
↓ ↑
- ②利用者生産性 (30% と仮定)
= $30\text{枚}/h$
- ③利用者人時売上
= $3\text{円} \times 30\text{枚}/h = 90\text{円}/h$
- 利用者工賃
= $90\text{円}/h \times 5h \times 20\text{日} = 9,000\text{円}/月$

【ご参考】複数人数で請負を実施している場合

- 支援者だけで実施すると何人かかるか？で換算
→時給(＝支援者人時売上)に換算

【複数人での請負事業①】

- 利用者3人＋支援者1人で、5.5h／日働いて、農家から4,400円／日支給
↓
- 支援者2人で、5.5h／日働いて、4,400円／日
＝4,400円／日÷5.5h÷2人
＝400円／h

【複数人での請負事業②】

- 利用者5人＋支援者1人で、5h／日働いて、3円／枚のタオル折りを1,000枚納品
↓
- 支援者3人で、5h／日働いて、3円／枚×1,000枚／日＝3,000円／日
＝3,000円／日÷5h÷3人
＝200円／h

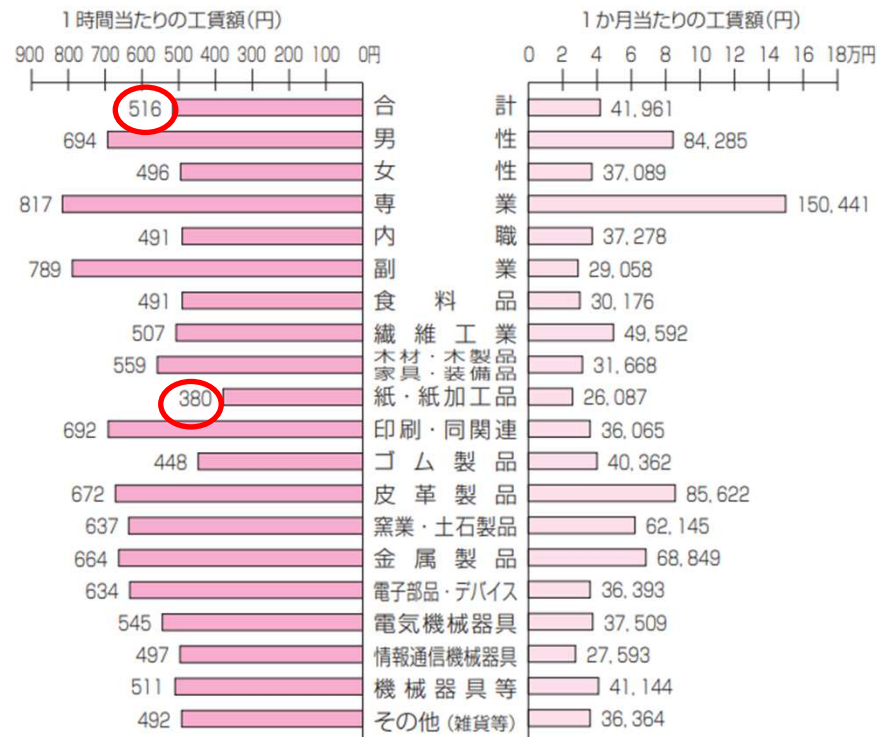
【ご参考】家内労働工賃

決め方の目安:

利用者が全員ボイコットした時、支援者だけで納得して続けられる仕事・条件・価格ですか？

- 個別契約→最低賃金を割ることも有り得るが…
- 全国平均で516円／h、最低でも380円／h

第3図 男女別、類型別、業種別 1時間および1か月当たりの工賃額



出典:「家内労働のしおり」厚生労働省(R2)

<https://www.mhlw.go.jp/content/000547582.pdf>

例・個別W:請負の支援者人時売上

- 1個当たり単価が低くても、個数ができれば支援者人時売上が高くなる
- 同じシール貼りでも、単価は全く異なる
(企業の業界に依存することが多い)
- 個別W:作業の1つについて、人時売상을算出

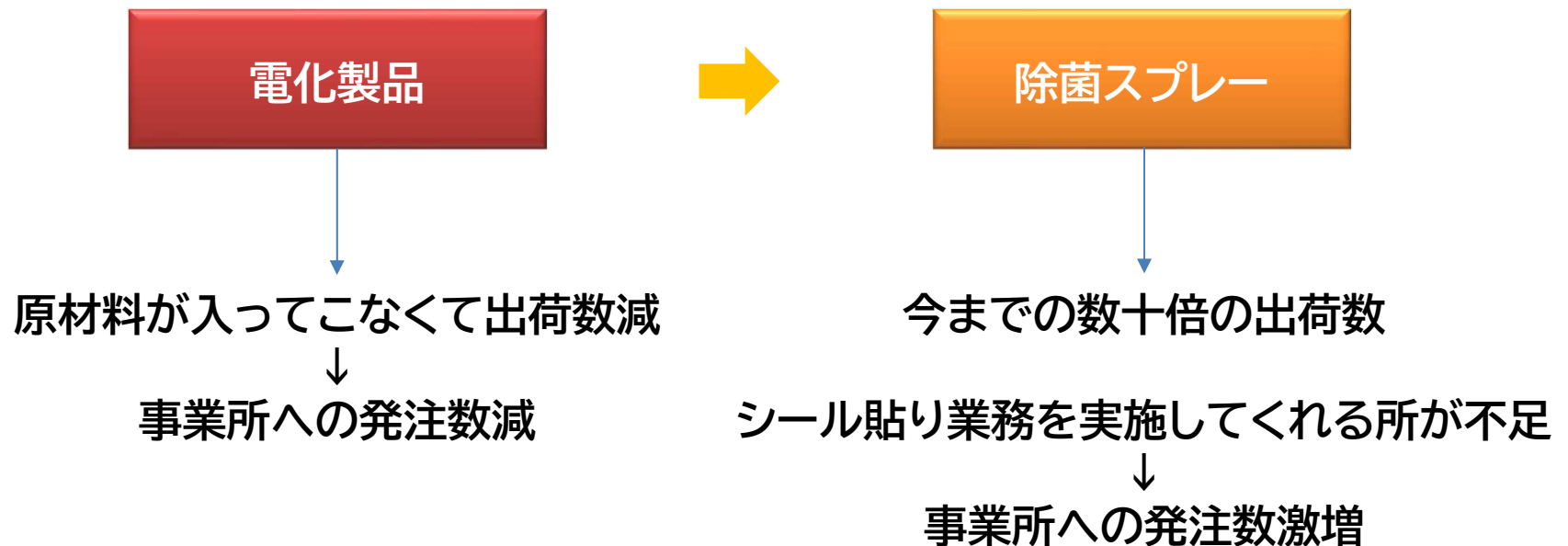
企業名	作業名	単価	1h当り個数			人時売上				
			支援者	利用者（早）	利用者（遅）	支援者	利用者（早）	利用者（遅）		
ABM	かしめ	0.65	300	300	220	195	195	143	S300	K226
	フエルト	0.15	400	400	225	60	60	34	E225	N280
	キャップシール貼り	0.75	200	155	43	150	116	32	K155	E43
AW	シール貼り	2	500	400	100	1,000	800	200	A400	他100

最低賃金	830
内職平均	500
業界最低内職平均	370

(再掲)コロナ禍における因果関連図(+)

- 仕事が増えた相手はどこか？
→付随して何ができたのか？

【シール貼り業務】



請負作業の定性評価例

● 定性評価も大切

事業所名: ***		最賃: 846円								
企業	作業種	単価	生産数	支援者 人時売上	最賃比率	位置付け		利用者人時売上		
						定性評価	今後	早い	平均	ゆっくり
A	フック	0.2	648	130	15.3%	・みんなが出来る	○	130	65	26
B	タイヤ	0.5	840	420	49.6%	・	○	420	210	84
	四角(バラ)	0.8	624	499	59.0%	・手間がかかる ・B型は全員出来る	○	499	250	100
	ちくわ	1	840	840	99.3%		◎	840	420	168
	丸	0.45	456	205	24.3%	・利用者が慣れている ・利用者が好き	△	205	103	41
C	95	2.7	144	389	46.0%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	○	389	194	78
	96	2.7	144	389	46.0%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	○	389	194	78
	97	2.7	144	389	46.0%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	○	389	194	78
	98	2.7	144	389	46.0%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	○	389	194	78
	K(角切なし)	2.4	144	346	40.9%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	○	346	173	69
	K(角切あり)	2.4		0	0.0%	・やりやすい ・生活介護の方も出来る	△	0	0	0
D	アジャスター	1	264	264	31.2%	・たまに受注 ・従事する利用者が少ない	×	264	132	53
	袋入れ	0.6		0	0.0%	・たまに受注 ・従事する利用者が少ない	×	0	0	0
	紙折	0.6	168	101	11.9%	・たまに受注 ・従事する利用者が少ない	×	101	50	20
E	30数え	4.5	90	405	47.9%	・毎日ある	○	405	203	81
	50数え	7.5	60	450	53.2%	・毎日ある	○	450	225	90
	80数え	12	40	480	56.7%	・毎日ある	○	480	240	96
F	290A065 #2	0.25	240	60	7.1%	・作業が細かい ・やりにくい	×	60	30	12

3. 収支の改善方法(請負事業):交渉のポイント

- 改善方法の基本は、単価・納品量・別作業・環境交渉の4種類
 - 前提:話ができる関係性が構築できているか
 - ✓ 普段のコミュニケーションはどうか
 - ✓ 現状、単価相応のやりとりできているか(品質・納期等)
 - 既存顧客への単価交渉は難易度が高いので基本は「据え置き」で慎重に
 - ✓ 設立からのお付き合い、その仕事が無くなると現状は困る 等
 - ✓ 交渉で実際にすぐに決まることもある(数年前から単価が変わっていない等)
 - ✓ 社会環境の変化(最低賃金、消費税、業界単価の変化)は可能性が高まる
- 
- Step1:新規顧客の開拓・営業
 - ✓ 新しい単価設定で営業できる
 - ✓ 条件が合わなければ無理に取引する必要がない
 - Step2:新規顧客との取引に成功してから既存顧客への交渉に持ち込む
 - ✓ 腹積もりとして「内職の全国平均516円、少なくとも380円」
 - ✓ 条件が変わらなければお断りすることも検討する

営業の実践

営業のイメージって？

- 「嫌だ」「やりたくない」という意見が多い
 - ✓ 身体的負担: 移動が大変
 - ✓ 心理的負担: ノルマ、断られるのが辛い、話すことが苦手

実際は

- ✓ 時間の使いかたが上手になる
- ✓ 結果がわかりやすい
- ✓ 「ありがとう」で繋がる人間関係が構築できる
- ✓ 実は聞き上手が好まれる(口下手でも大丈夫)

経験のある営業マンからすると
「実際は大変なことも多い。でもこれほどやりがいのある仕事はない。」

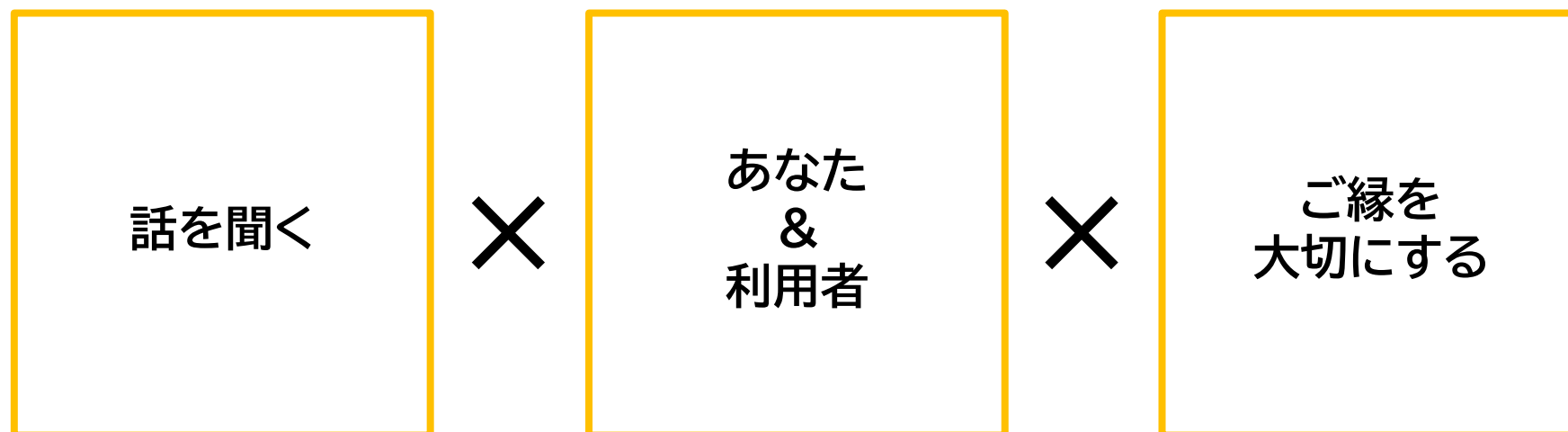
営業と支援は本質が同じ

- 営業も支援も目的は「相手のお困りごとと解決」
- 時間をかけて信頼を得ていくもの



もしあなたが営業になったら:営業は3つを意識すれば成功に近づく

- 営業はお客様のお困りごと解決 = 相手の話を聞く、要望に的確に応える
- 顧客は「あなただから」買う = 商品も大切、あなたの「人となり」はもっと大切
- ご縁の先のご縁を意識する = 顧客の顧客もあなたの顧客



近い職業は「ホテルのコンシェルジュ」?

営業担当としての印象:メラビアンの法則

- コミュニケーションで相手に与える印象

- 言語情報(話の内容): ____%

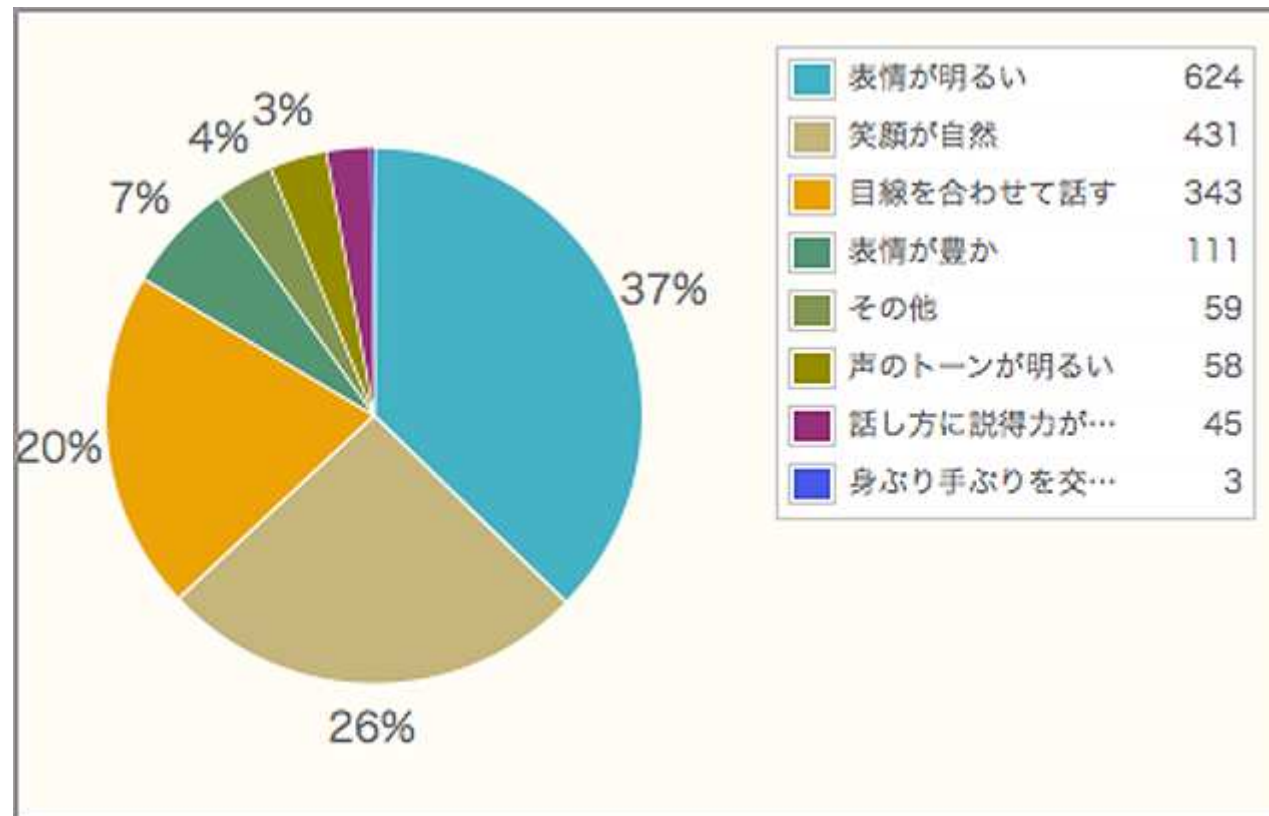
- 聴覚情報(口調や声のトーン・話すスピードなど): ____%

- 視覚情報(見た目や表情・動作など): ____%

第一印象を決める上で重要だと思うもの

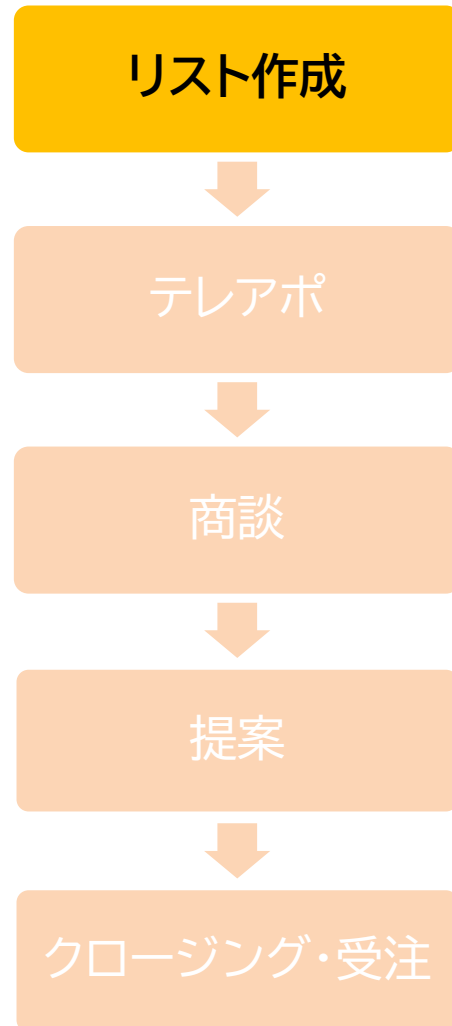
● どう感じますか？

【初対面の相手の第一印象を決める上で最も重要だと思うもの】



引用:ヒューマンブレイン 営業マンに関する第一印象アンケート

営業先のリスト作成(例)



- オンライン求人情報の活用
→企業は、既にその仕事をやって欲しいと思っている
(=仕事がある)
→少なくとも最低賃金×時間数を支払う準備がある
(例:985円×8h×22日=173,360円)
→欠席してもバックアップできる、雇用義務が発生しない、社会保険を支払う必要がない等、企業側にとって外注にするメリットは多い
- 検索キーワード例
シール貼り／組立／検査／内職／清掃／在宅 等
- 求人情報活用時の注意点
・人材派遣会社には連絡しない。直接求人している企業
のみに焦点をあてる

例えば「インディード」



The screenshot shows the Indeed Japan homepage. At the top, there's a navigation bar with links: 求人検索 (Job Search), 企業クチコミ (Company Reviews), 給与比較 (Salary Comparison), 履歴書・プロフィール (Resume/Profile), ログイン (Login), and 求人広告掲載 (Post Job Ad). Below this is a search section with two input fields: 'キーワード' (Keywords) and '勤務地' (Location). The 'キーワード' field contains the placeholder text '職種、キーワード、会社名など' (Job type, keywords, company name, etc.). The '勤務地' field contains the placeholder text '都道府県、市区町村、駅名' (Prefecture, city/town/village, station name). To the right of these fields is a blue button labeled '求人検索' (Job Search). Below the search fields, there are two lines of text: '履歴書・プロフィールを登録 - すぐに登録できます' (Register your resume/profile - you can register immediately) and '求人掲載をご検討の企業様 - Indeed で始めましょう' (For companies considering job posting - let's start with Indeed). Further down, there's a section titled '人気のキーワード' (Popular keywords) with several buttons: '正社員' (Full-time employee), 'ミドル歓迎' (Middle-aged welcome), '一般事務' (General office work), '日払い' (Daily pay), '歯科助手' (Dental assistant), '軽作業' (Light work), '事務' (Office work), 'コールセンター' (Call center), '医療事務' (Medical office work), and '主婦パート' (Housewife part-time). At the bottom, there's a footer with links: 'キャリアガイド' (Career guide), '求人情報の閲覧' (Browse job information), '年収' (Annual income), 'Indeed イベント' (Indeed events), '人材募集' (Recruitment), 'ブログ' (Blog), 'すべての国を見る' (View all countries), 'Indeed について' (About Indeed), and 'ヘルプセンター' (Help center). Below the footer, there's a copyright notice: '© 2021 Indeed - Indeed におけるアクセシビリティ - プライバシーセンター - Cookie - プライバシー - 利用規約' (© 2021 Indeed - Accessibility on Indeed - Privacy center - Cookie - Privacy - Terms of use). At the very bottom, there's a section titled '求人に簡単応募' (Apply easily to jobs) with a blue button labeled '履歴書を作成する' (Create resume).

indeed 求職ガイド

求人検索 企業クチコミ 給与比較 履歴書・プロフィール ログイン 求人広告掲載

キーワード 職種、キーワード、会社名など 勤務地 都道府県、市区町村、駅名 求人検索

履歴書・プロフィールを登録 - すぐに登録できます

求人掲載をご検討の企業様 - Indeed で始めましょう

仕事さがしにサーチあれ (CM 特設サイト)

人気のキーワード

正社員 ミドル歓迎 一般事務 日払い 歯科助手 軽作業 事務

コールセンター 医療事務 主婦パート

キャリアガイド - 求人情報の閲覧 - 年収 - Indeed イベント - 人材募集 - ブログ - すべての国を見る - Indeed について - ヘルプセンター

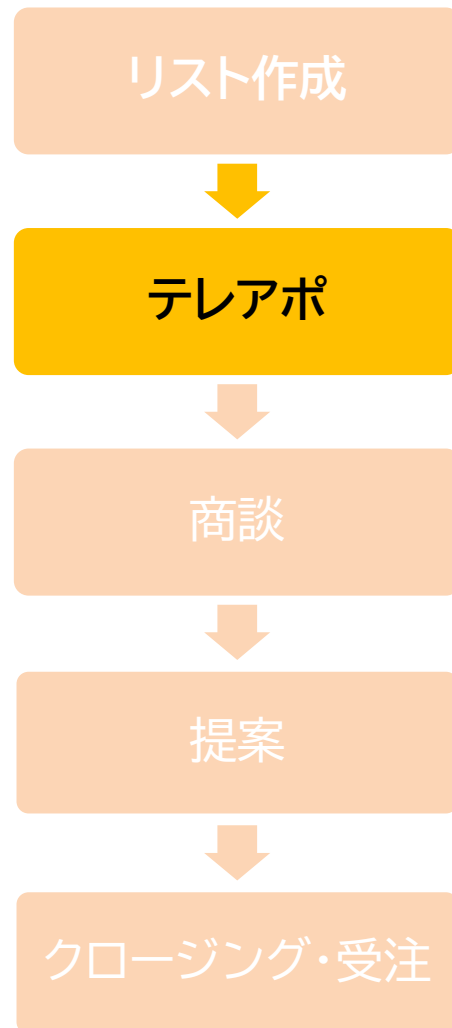
© 2021 Indeed - Indeed におけるアクセシビリティ - プライバシーセンター - Cookie - プライバシー - 利用規約

求人に簡単応募

履歴書を作成する

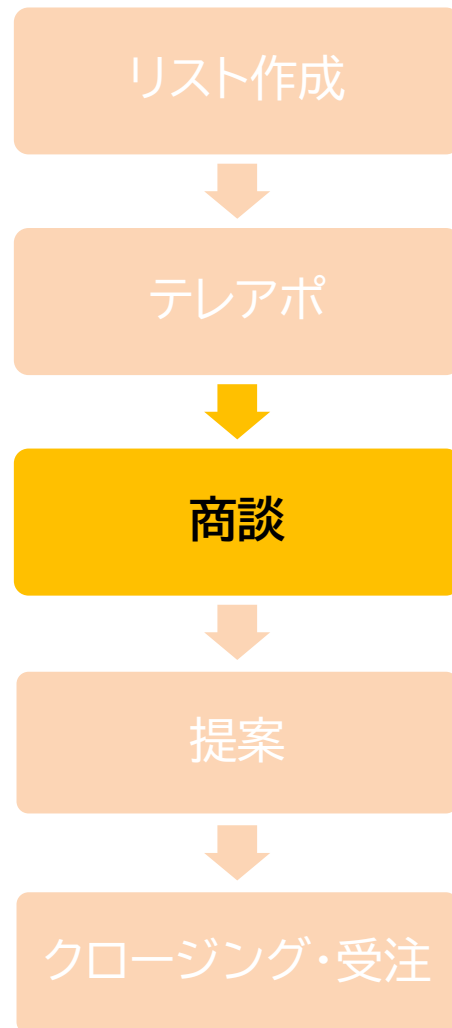
<https://jp.indeed.com/>

テレアポの準備と実践(例)



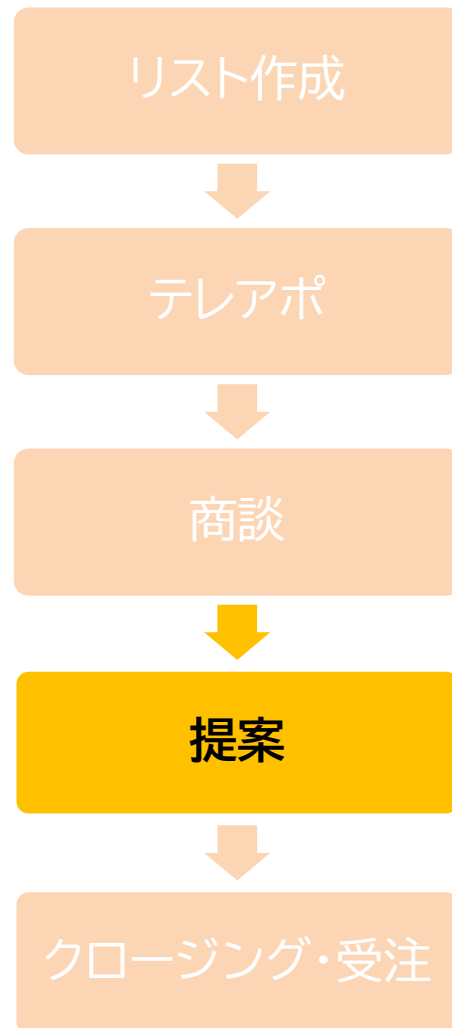
- トークスクリプトの作り込み
→電話要件が最初の10秒でわかるか、先方メリットは明確か、様々な状況を想定した分岐条件があるか
(「はい」「いいえ」と言われたこう返す 等)
- 断られることのほうが多い
→BtoB(接点なし)のアポイント成約率は1%未満
→企業リストの件数充実が必要
→1人で戦わない。少なくとも2名以上のチーム編成
→自分なりのモチベーション管理方法を決める
- 外注も可能(コール課金100円~/コール)

商談の準備(例)



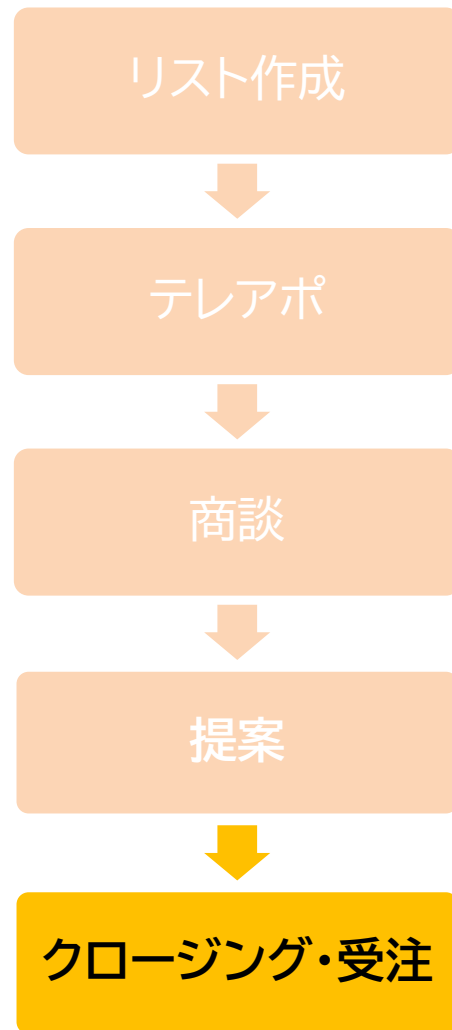
- 営業シナリオのつくりこみが必須
- 口頭説明だけでは伝わりにくいため営業資料も必須
- ロールプレイングの繰り返しで不安要素を無くす
→営業不安要素の「説明が苦手」は準備と練習でしか解決しない
→「一方的に伝える」練習だけでなく、様々な質問を実際に受け答えすることでプレゼンテーション精度が高まる
- ウケるのは聞き上手ということを忘れない
→緊張のあまりこちらばかりが話してしまいがち。
質問を投げかけて先方に「話させる」

提案の準備(例)



- 見積りのためにトライアルで作業実施させていただく
→そもそも請けることのできる作業内容かどうか
→単価設定は支援者人時売上基準 or 事業所が妥当と考える最低条件単価に
→既に先方から単価が提示されていれば単価条件に合致するか確認
- 検品基準、対応ロット、納期、納品方法 等も明確にする
→テストトライアル商品があれば持参して品質を確認してもらう

クロージング・受注(例)



- クロージングのタイミングは先方が決める
→提案内容が先方ニーズに合致していればそのまま受注決定の場合もある
→決断を迫るような言動は逆効果。決められない理由を明確化する
- 先方の決断できない理由は
「もっと安くないか」「もっと早(多く)できないか」
「即決する権限が無い」
→先方の要望に「どうすれば対応できるか」で考える
→先延ばしは失注リスク。いつまでに決定しご連絡をいただけるかを確認する
- 先方への意思確認トーク
 - ・単価が○円ですが、予算内でしょうか？
 - ・ロットが月○個ですが、ご想定の範囲内でしょうか？
 - ・導入されるならいつ頃をお考えですか？→スケジュールを逆算して「準備等を考えますと○月○日頃までにご契約のご連絡をいただければ幸いです」

営業ロールプレイング

営業シナリオ・ライティング方法

- 営業時の理想的な状態をイメージ
→お客様の感情を理解する(不安・不信→安心・信頼)
→相手が知りたいことを整理する
- 「自分たちの困っていることを解決してくれるかも」という気持ちに応える

お客様の
気持ち



「なに？」

「なるほど」

「それなら！」



・あなた誰…？
・障がい者がどうのとか
言ってたような…
・なぜうちを選んだ…？
・どんな提案される…？
・ダラダラしたくないな…

・しっかりした人だな
・わかりやすい内容だ
・取引のリスクは少なそう
・これはメリットあるな
・もう少し聞いてみよう

・納得できる内容だった

「ご提案と見積りを
お願いできますか？」

WS準備:営業シナリオの作成

- 実際の営業を想像し、顧客の気持ちをとらえながら一連の流れをつくる

質問	回答
(1)貴法人の概要を教えてください。	
(2)どのような利用者さんがおられて、どのように活躍していますか？	
(3)あなたはなぜ今の仕事を選んでいますか？	
(4)お客様が業務上で抱えている不安、お困りごと、不満は何ですか？	
(5)お客様のお困りごとに貴法人が役立てそうなことは何ですか？	
(6)請負作業時に気を付けていることは何ですか？	次ページの別紙に記載してください
(7)今回の営業で求めている成果は何ですか？ 例:作業トライアルの上、提案と見積りをさせていただくこと	

WS準備:営業シナリオの想定(別紙)

- 請負作業時に気を付けていることを整理

経験した案件	品質保証の取組	納期遵守の取組	その他

WS:営業ロールプレイ

- 営業役、企業役、観察役に分かれて実施
- 営業役が獲得したい案件の設定を決める(シール貼り、清掃等)
- テレアポで面会予約を取れた状態で企業役は内容をほとんど知らない状態
- 挨拶→法人概要の説明→要件説明 という流れで進めてください

企業役質問例
障害者福祉事業所に業務依頼することが初めてなのですが、安全面等リスクはありませんか？
今までどのような案件を受注されていますか？
どの程度のロットが対応可能でしょうか？
単価や納品について教えてください。
支払い方法はどのようになりますか？
今後の進め方を教えてください。

WS:営業ロールプレイの振り返り

● 営業の改善点を整理

「営業役」

- 自分で話してみて何を感じたか？
- 伝えたいことを伝えられたか？相手の話をしっかり聞けたか？
- 専門用語を使っていないか？ 例)利用者、B型、工賃 等

「企業役」「観察役」

- 相手の伝えたいことは理解できたか？
- もう一度会いたいと思える内容か(具体的に次に繋がれそうか？)

【改良の視点】

- ・質問されたこと、補足説明して「なるほど」と言われたこと
- ・説明する順序
- ・何を言い、何を言わないか？

まとめ

- 営業と支援は本質が同じ
- 評価方法: 支援者人時売上
- 営業シナリオ想定で、ターゲット&トークを準備
- 経験数が増えると、心理的負担は軽減されていく

顧客の役に立つ = 利益 = 工賃支払原資