

step.4 商品の提案

変形和紙の技法を使い、kimoti/katati という新シリーズのカードを作成。ほかにはないデザイン、活版印刷を使うなどのこだわりが好評で、県内だけでなく全国から声がかかる商品となった。また基本収入の安定化をはかり外注したモアイのタオルにも小さな手すきのカードを入れ、NOZOMI PAPER としてのブランディングを徹底した。



Staff comment

のぞみ福祉作業所 施設長 畠山光浩さん

モアイタオルをはじめ、商品の開発・販売によって施設は大きく変わりました。弱々しい「紙すき」を、変形の型を使った力強い「紙すき」に変貌させていただきました。何より「アート」を楽しみ、それがかたちを持つもの、価値のあるものに変わることを知りました。メンバーも、家族も、また手にとっていただく方がたが笑顔になることを知りました。職員にとっても嬉しいことです。売り上げも、25年度は3倍に、26年度は4倍近くになり、ひとりあたりの工賃も倍以上になりました。生活介護の事業所では県内トップの位置にいます。この2年間は、めまぐるしく変わる環境の中で正直戸惑うこともありましたが、多くの「プロ」の方がたとの出会いは、福祉の可能性や新しい視点をえていただきました機会となりました。これからは、私たちのやる気が試されるものととらえております。

施設 DATA

社会福祉法人 洗心会 のぞみ福祉作業所
住所：宮城県本吉郡南三陸町志津川沼田56 電話：0226-46-5129
URL：<http://minamisanriku-now.blogspot.jp/>

のぞみ福祉作業所 × GoodJob! 東北プロジェクト

step.1 課題を探る

困っていることは何ですか？

震災後に道具と技術の支援をいただき紙すきをはじめた。スタッフがデザインしたステンシルを施しハガキを販売していたが、紙製品は売れないと言われ、先行きに不安を覚えていた。

利用者の工賃をアップさせたいが、ものづくりにおいてスタッフの負担が大きく、限界を感じている。また、地域に対しても何か働きかけをしたい。

もっと売れる商品にしたい

step.2 目的を整理

課題について整理してみましょう。

牛乳パックを再利用した紙すきだが、ハガキや名刺など単価の低いものが多く、競合施設も多いので差別化がはかりづらい。のぞみ福祉作業所のオリジナリティを出しながら、地域に対しても何か働きかけたい。商品としてクオリティの高いものを作れば、もっと広いフィールドで売れ、南三陸の名も広がるのではないかだろうか。

付加価値のある商品で単価アップ & 差別化

step.3 実践する

課題を解決するために何をしたらいいか考えましょう。

変形和紙をつくり、オリジナリティを創出、商品の差別化をはかる。利用者も作業できる道具を開発。南三陸にモアイが寄贈されるタイミングに合わせ、利用者が描いたモアイをモチーフにした商品づくりを行い、地域の動きに絡めた商品企画で、販売機会を増やす。「紙すき」に特化したブランドをつくり、商品に付随するストーリーを伝えることで付加価値を高め、価格を上げる(適正な原価率で販売できるようにする)。

のぞみ福祉作業所の「ブランド」をつくる