



東京都 就労継続支援B型事業所マネジメント事業について

令和8年度版



B型事業所の日々の悩みに寄り添って一緒に解決していきます

新商品が作りたい・
企業への営業方法を
知りたいetc…

STEP1

都がコンサルタント(伴走者)を
派遣し、まずは事業所の現状を
ヒアリング。

こんな感じで進めて
いきましょうか

STEP2

悩みに寄り添いながら解決方
法を一緒に考えていきます。

課題に応じた専門家とともに、
事業所の想いを形にするために、
事業所の皆様を伴走支援！



課題に応じた専門家

STEP3

ミーティングを行いなが
らつまずきポイントや成
果を確認。1つずつ課題解
決をしながら工賃向上を
目指していきます！

B型事業所ではさまざまな課題に向き合いながら、市場経済の中に入
って挑戦をしています。

利用者の働きがいを高めるために工賃を上げたいが難しい。福祉の専
門職だけど、菓子職人でも営業マンでもマーケターでもない。現場支
援と工賃向上の両軸を考えていくことはとても大変です。

商品開発や雑貨の開発、
請負のノウハウを持つ外部の
専門家とつながりたいけど
どうしたらいいんだろう…！

利用者さんが高齢化、
障害が重度化する中で
どう仕事を作れば
いいんだろう

自分たちで解
決するのは限
界だな！

スタッフ同士で
協力できる体制が
できてないな



本事業ではさまざまな悩みを抱える
事業所に寄り添いながら
課題の解決に向けて
一緒に取り組んでいきます

3 マネジメントコースについて

お悩みに合わせ二つのコースの どちらかをお選びいただけます

①サポートコース（個別訪問・ミーティングなど）



定期的な訪問／オンラインミーティングを通して、個々の事業所の悩みに寄り添いながら工賃向上における課題解決を目指し、コンサルタント（伴走者）が伴走支援を行います。飲食・請負・雑貨・組織マネジメントの4つのカテゴリに分け、必要に応じて、シェフやデザイナーなどの専門家とも連携しながら課題に合わせたさまざまな取組をサポートしています。

<スケジュールイメージ(例)>

- 1回目 事業所見学とヒアリング
- 2回目 課題分析・目標の設定
- 3回目 課題に向けた取組 1
- 4回目 課題に向けた取組 2
- 5回目 課題に向けた取組 3
- 6回目 課題に向けた取組 4
- 7回目 取組みのまとめとフィードバック

※内容によってサポート期間や訪問回数などが変わります。



※同時に二つのコースに参加することはできません。申請時にご希望のコースをお選びください。ヒアリングを行い、コースを変更することもできます。

②SNSコース（オンライン集団研修＋個別訪問など）



事業所訪問とオンライン研修を通してSNSの基本を学びながら、各事業所が自らSNSアカウントを運用できるようサポートしています。オンライン研修や現地での対面集団研修で、それぞれの事業所の取組状況を共有し合う機会を設け、事業所同士がつながりながら学び合い、継続的なSNS運用につなげられるようサポートを行います。

<スケジュールイメージ(例)>

- 1回目 個別訪問にてヒアリング、現状の確認
- 2回目 研修1 運用の基本とリスク対策
- 3回目 研修2 コンセプトの設定
- 4回目 研修3 撮影やネタづくりのヒント
- 5回目 研修4 拡散とフォロワーづくり
- 6回目 個別訪問にて取組みについて確認
- 7回目 現地集団研修（報告会）

※内容によってサポート期間や訪問回数などが変わります。



4 <「サポートコース」のサポートイメージ>

事業運営や経営全般、会計指導に関して

さまざまな運営上の「困り」や「悩み」をコンサルタントがお話をうかがいながら、ともに解決目指して仕組みを作っていきます。

例えば…

- ▼初回訪問で課題を確認し、目標や方向性を設定。毎月の課題に対してのフィードバック。
- ▼経営層と課題解決に向けた壁打ち。
- ▼参考資料・書籍など知識や情報の提供。
- ▼職員全体に向けた研修やワークショップを実施。
- ▼外部講師による講演を開催。など。

組立や清掃などの請負作業に関して

事業所で受注している業務の悩みや課題をコンサルタントがお話をうかがいながら、ともに解決目指して仕組みを作っていきます。

例えば…

- ▼初回訪問でヒアリング、既存作業の内容と単価を確認しながら課題を整理。
- ▼売上の分析方法や、適正単価の算出方法のレクチャー。
- ▼新規取引先獲得に向けた単価表・事業所パンフレットの作成や営業方法、営業先の探し方等のレクチャー。
- ▼営業活動実施後のフォローアップ。など。

菓子等の製造や飲食店のメニュー、商品に関して

事業所で運営しているカフェ、パンやお菓子等に関する課題をコンサルタントがお話をうかがいながら、ともに解決目指して仕組みを作っていきます。

例えば…

- ▼初回訪問で店舗や厨房を見学しながらヒアリング、サポート内容を検討。
- ▼売上の分析方法や、原価計算による適正価格の設定方法などをレクチャー。
- ▼事業所の特徴や強みを活かした店舗・商品コンセプトの企画。
- ▼シェフによる技術指導やレシピの考案、デザイナーによる店舗・看板等のデザイン。など。

「人事考課の仕組みを作りたい」
「想いの共有をしっかりと行い、より良いサービスを提供したい」
「人件費率を調整したい」
「会計のイロハがわからない」

「原価計算の方法がわからない」
「事業所の得意を活かして新しい商品を作りたい」
「ブランドイメージを統一したい」
「既存商品のブラッシュアップをしたい」

「単価表の作り方がわからない」
「既存作業の単価を上げたい」
「営業にあたり、自分たちの強みと弱みを整理したい」
「新規企業に営業を行うための営業法が知りたい」

「職員との面談方法について相談したい」
「食品表示や、地域や企業との協働方法など、事業所に必要な研修を受けたい」
「コンプライアンスについて点検したい」

「厨房をリニューアルしたい」
「店舗のディスプレイを見やすくしたい」
「お菓子やメニュー作りの基礎知識を教わりたい」
「集客の仕組みを作りたい」
「人気商品を開発したい」

雑貨・デザイン小物に関して

事業所で製作している自主製品の悩みをコンサルタントがお話をうかがいながら、ともに解決目指して仕組みを作っていきます。

例えば…

- ▼初回訪問の事業所見学とヒアリングで、課題解決に向けた取り組みについて検討。
- ▼事業所や利用者の強みや特徴を活かしたものづくりの方向性やコンセプトの設定、商品企画についての相談。
- ▼適正価格の設定方法のレクチャー。
- ▼ものづくりやデザインに関する技術・知識の提供や他事業所の見学のセッティング。
- ▼販路拡大に向けた戦略立案や情報の提供。など。

「ちょっとした」困りごとに関して

事業所内部だけでは解決できない、今さら訊けない悩みをコンサルタントがお話をうかがいながら、ともに解決目指して仕組みを作っていきます。

例えば…

- ▼お困りごとや悩み事について壁打ち。
- ▼必要な知識に関する研修の実施や、情報の提供など。
- ▼各種書類作成についてのレクチャー。
- ▼良いチーム作りのためのワークショップのアレンジ。
- ▼働きやすい環境づくりのための提案。など。

この事業が派遣するコンサル（伴走者）と一緒に課題解決を目指してみませんか？

5 <SNSコースのイメージ>

SNS運用に関して

事業所訪問+オンライン研修を通して、SNS運用の基本を学びながら、それぞれの事業所の課題解決の支援を行います。

- ▼初回訪問で課題を確認し、目標を設定。
- ▼SNSに関する基本的な知識や撮影のポイントについての研修を実施。他の参加事業所と課題や取組みについてシェアするなど横のつながりを持ちながらともに課題解決に取り組む。
- ▼再び個別訪問にて、研修を受けての新たな課題や改善点について確認。
- ▼それぞれの事業所がこれまでの取組みについてシェアする報告会を開催。

「SNSの始め方が分からない」
「始めた方がいいが続かない」
「投稿がマンネリ化してしまっている」
「写真や動画の撮影方法の基礎を学びたい」
「SNS運用の事業所内のガイドラインを作りたい」



スケジュールのイメージ

1 現状の分析と目標設定 (個別訪問)

初回は各事業所を訪問し、現状の課題をヒアリング。「誰に、何を伝えたいか」を整理し、SNS運用の具体的な目標を設定します。

2 基礎を固める オンライン研修

SNSの基本から応用まで段階的に学び合える研修をオンラインにて全4回開催。研修で学んだ内容を活かし実際に投稿を作成・発信。参加事業所間でシェアをして新たな気づきを得て改善につなげていきます。

4 成果報告と交流

最後は本事業の一環で開催されるイベント「GOOD PLAZA TOKYO」の会場にて、最終講習会。これまでの取組や変化を対面で話し、事業所同士のつながりを作ります。

3 個別訪問による 実践フォロー

研修と実践を経て、再び個別訪問。個々の事業所の運用状況を直接確認しながら、つまずきや疑問点に対してアドバイスを行います。

昨年度の取組例



一般社団法人コ・オペレイトラボ
イル・ヴェント

自分たちの商品の特徴である「デニムと刺繍」からブレない統一感のあるインスタグラムの投稿に取組ました。投稿を見て海外からのお客様が来店されたとの報告も。



この事業が派遣する
コンサル(伴走者)と一緒に
課題解決を目指してみませんか？



6 昨年度の事業所の取組事例特集

A事業所 <価格改定・ブランドリニューアル>

クッキーの品質は高いけれど、適正価格がわからず、パッケージにも事業所らしさを表現することが難しい…



まずは丁寧に関係性を構築しながら、商品の品質に対する自信を作り、打ち合わせを重ねて価格設定を見直し。商品価値に見合うようデザイナーを起用してロゴマークを含むパッケージの全面リニューアルをした。

C事業所 <組織マネジメント改善>

工賃を上げたいという思いは事業所内で共通していたが組織として「何を目標して、どう進めるか」の方向性がすり合わせられていない…

施設長と対話を重ね、組織全体で目指す方向性を確認するミーティングを実施。職員みんなが立ち返れるミッション・ビジョンを一緒に作った。



B事業所 <営業活動・単価の見直し>

名刺やチラシ・ポスター印刷を中心に、区からの委託業務が大半を占めていて仕事に限られている。一般企業からの受注を増やし、作業の幅を広げたい…



これまで設定していなかった単価を見直し、事業所の強みを伝える営業用のチラシを作成。営業リストをもとに営業を実施した結果、企業との相談・見学会が成立した！

D事業所 <商品ブランディング>

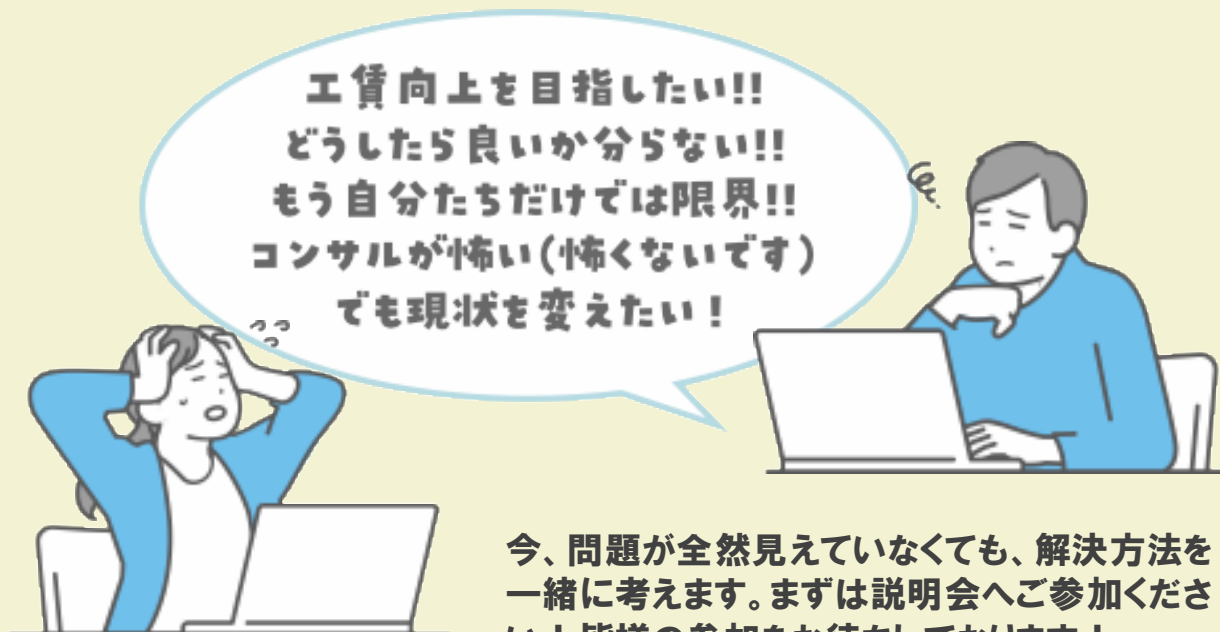
イベントに合わせてさまざまな商品を作っていたが、事業所ならではのものづくりをどうしていけば良いのか方向性が見えない…



これまでのものづくりを棚卸しし、利用者のイラストを活かせる商品を検討。地域のランドマークである競馬場にちなんだ馬のキャラクターを据えた「PONY POP」というブランドを立ち上げ、主力商品3商品を開発した。



7 この事業をもっと知りたい方、参加してみたい方へ



今、問題が全然見えていなくても、解決方法を一緒に考えます。まずは説明会へご参加ください！皆様の参加をお待ちしております！



説明会参加
フォームはこちら



もっと本事業について知りたい方へ

令和7年度
工賃向上への取り組み
好事例集（PDF資料）



サポート内容決定までの流れ

説明会への参加

参加申請書を提出

コンサルタントによる
ヒアリング

本事業で解決できる
課題か検討

本事業への参加決定

相談しながら課題を整理

サポート内容の決定