

第18回 “心の壁”を乗り越えて一般企業とつながる??

例えば印刷、クリーニング、弁当、パン、お掃除、記念品・・・といった商品・サービスのお客さんは、個人であることもありますが、会社などといった一定規模の組織であったとしたら、ある程度の量をまとめて、しかも適正な価格で購入してくれることも期待できます。もしそうなれば、利用者さんに支払える工賃も確実に確保できます♪。

しかしながら皆様の事業所の商売相手は、個人とか、医療・福祉関係の事業所が比較的多く、いわゆる一般企業（このような呼び方が妥当かはわかりませんが・・・）との取引は、昔よりは多くなってきたとは言え、今一つのように見えます。

その理由の一つとして、法人・事業所として、一般企業との接点がそもそも少ないのではないのでしょうか。さらにその背景を探ると、「我々は社会福祉、一方、企業は利潤追求。原理が全く違う（^◇^）」などと決めつけて、勝手に線引きしてしまうような意識の存在が見え隠れします（特に、福祉の学校を出て、そのまま福祉の世界に入られた職員さんなら、そもそも一般企業のことがわからないので、このような言説にうなずき易いかもしれません。）。言ってみれば、「心の壁」を自分たちの方から作ってしまっているような状態です。

では少し考えてみましょう。企業は本当に「利潤追求原理」なののでしょうか？ 投資家の利益配当要求に常に晒されている上場企業ならともかく、オーナー経営者も多い中小企業の場合、そもそも“利潤”の概念さえ曖昧です。上場企業でも、長期的に企業価値を維持するには、目先の利益の追求だけではダメで社会貢献もしなければいけないという話になってきています。一方、お金がなければ回らないのは、一般企業でも社会福祉事業でも全く同じです。両方の世界を経営コンサルタントとして見てきた私としては、「どちらもそんなには変わらない」と確実に言えます。ですから、きちんと接点を作ってコミュニケーションをとれば、互いの無理解や「心の壁」を乗り越えて付き合っていけるはずと、断言していいでしょう。

では、具体的には、どのように接点を作っていけばよいのでしょうか。てっとり早いところでは、商工会議所・商工会といった地域の経済団体に入って、研修でも活動でもボランティアでも、役員や職員の方が積極的に参加することです。そこで企業経営者層の人たちと名刺交換して、話合っ、メールでやりとりできる仲になってゆくことができます。

また、地域とか商店街とかのイベントに、積極的に出店することです。単に出店するだけでなく、運営側でも汗をかけば、地域経済のキーパーソンに顔を売ることができます。

法人の理事や、利用者さんや職員さんのご家族などで一般企業にお勤めの方に、関係を仲介していただくこともできるでしょう。

その他、企業も含め「地域とつながる」考え方につきましては『「工賃向上計画」策定・実現ノウハウ集 第二部 実現へのノウハウ（平成27年度改訂版）』10ページ以下で説明しております。

<http://www.shougai-syuuro.jp/upload/2015050814310759812.pdf>