

企業名

生活関連サービス業、娯楽業

中小企業

株式会社特殊衣料

知的障がい者の社員への対応から生まれた保護帽が、想定外の分野からも大きな反響

Point

- ▶ 知的障がい者を中心に障がい者雇用を積極的に推進
- ▶ 「職場適応援助者（ジョブコーチ）」や「障害者職業生活相談員」といった、専門知識を有する社員を障がい者の指導担当者として配置
- ▶ 障がい者と健常者がともに働きやすくなるよう、社内／社外研修や交流促進活動、業務の仕組みの工夫などの取り組みを実施
- ▶ 知的障害者更生相談所、ハローワーク、養護学校等の外部団体、企業等とネットワークを構築し、障がい者の生活面についても地域と連携しながらケア体制を構築
- ▶ てんかんの持病を持つ社員への対応から生まれた保護帽「アボネット」が、自動車会社、病院、かつらメーカー、インフラ企業といった当初想定していなかった分野から注目され、売上が増加

Data

◎企業概要

会社設立年	1979年	資本金	40百万円
本社所在地	北海道札幌市西区発寒14条14丁目2番40号		
事業概要	リネンサプライ業、介護用品製造・卸・販売、清掃業		
売上高	1,298百万円		

◎従業員の状況（単体）

総従業員数	165名（うち非正規112名）
属性ごとの人数等	【障がい者】24名
正規従業員の平均勤続年数	13.0年（男性12.2年、女性15.5年）

女性

外国人

障がい者

高齢者

キャリア・スキル等

限定なし

ダイバーシティ経営の背景とねらい

病院や福祉施設向けに障がい者・高齢者の自立を支援するサービス・商品を販売

特殊衣料は1979年に札幌市東区で創業し、1984年に現在の札幌市西区へと移転し現在に至っている。

同社の顧客はその多くを病院と福祉施設およびその入所者が占める。会社設立当初はクリーニング(布おむつの洗濯)が主であったが、顧客のニーズに応じて事業を拡大させていった。

現在の業務の三本柱は

①病院施設のリネンサプライ業

(リネンクリーニング・レンタル、施設入所者等の私物のクリーニング)

②病院施設の清掃

③福祉用具の開発・製造・卸売

である。

障がい者の積極的な雇用

近年、医療・介護・福祉の現場では、サービスのアウトソーシングが加速している。同社の事業もその流れの中にあるが、しかし業務の性質上、機械化には限界がある。また特に近年、入所者の名前の確認や居室ごとのクリーニングなど、顧客からきめ細かなサービスが求められていることもあり、人の手で業務を進めていく必要がある。

同社が多く雇用している知的障がい者には、一般に反復作業が得意であるという長所があり、健常者の1.5倍程度の処理能力が期待できる人もいる。たとえばリネンサプライ業では一日4.5t程度のクリーニングを行う必要があるなかで、知的障がい者の生産性の高さは同社にとって大きな魅力となっている。

同社に在籍している障がい者は、2013年現在、知的障がい者21名、身体障がい者2名、聴覚障がい者1名、計24名であり、拡大傾向にある。障がい者の活躍が同社の業績拡大に貢献していることがうかがえる。

い者1名、計24名であり、拡大傾向にある。障がい者の活躍が同社の業績拡大に貢献していることがうかがえる。

養護学校からの職場実習の受け入れをきっかけとした障がい者雇用

障がい者雇用のきっかけは、養護学校の教諭に職場実習の受け入れを依頼されたことであった。当初は障がい者に対する理解・ノウハウの不足と工場の施設が障がい者に対応するものとなっていない等の理由から、受け入れに前向きになることができなかった。しかし教諭からの再三にわたる熱心な誘いによって、まず同社社長らが養護学校の授業風景を見学することとした。そこで障がい者の力を実感したため、職場実習の受け入れを決めた。

受け入れによる効果は、業務遂行能力のみならず職場の雰囲気にも現れた。養護学校からの職場実習の受け入れによって、職場であいさつが盛んになったり、雰囲気が以前より明るくなった。

当時、健常者の求人募集をしてもなかなか採用に至らない中で、上記のような効果を期待し、1991年から障がい者の雇用を開始した。

ダイバーシティ推進のための具体的取り組み

外部機関との連携の仕組みづくり

障がい者雇用を行った当初は障がい者に対する様々な知識・ノウハウが不足しており、外部機関との連携が不可欠であった。連携のきっかけとなったのは、体力が低下し、勤め続けられなくなった知的障がい者の次のステップについて、知的障害者更生相談所、ハローワーク、養護学校へ相談したことであった。養護学校とは職場実習受け入れの際のネットワークがあったが、ここで知的障害者更生相談所、ハローワークとネットワークを構築することができた。

上記のほかにも職業センター、生活支援を行う社会福祉法人、通勤を行う交通機関等の外部機関と幅広く連携をとっている。なかでも養護学校との連携は、養護学校で同社の紹介を行うことでリクルーティングのほか、製品に対するニーズ収集の面でも役立っている。

障がい者に近い人による生活面での支援

また、障がい者雇用を始めた当初に戸惑ったことは、知的障がい者の生活面でのトラブルへの対応についてであった。社外のトラブルについて会社に連絡がくるケースもあり、会社側の負担となっていた。

障がいを持つ社員数と売上高の推移(平成25年度は障がい者数のみ)



株式会社特殊衣料

このような中で、知的障がい者が集団生活を営んでいた通勤寮（当時）の寮長より、「会社は業務に専念してほしい。生活面のケアは通勤寮がすべて行う。」との申し出があった。会社が生活面も含めて知的障がい者のケアすることは困難であり、また障がい者にとっても、職場と生活の場は本来分けるべき、との考えの中で悩んでいた会社にとって、これは大きな支えとなった。

1996年には知的障がい者の保護者会である「やよい会」を開設した。やよい会は、障がい者の家族と障がい者の指導担当社員によって構成され、知的障がい者の自立を支援することを目的とする組織である。やよい会の場で会社と家庭がコミュニケーションをとり、情報伝達を密に行っている。

やよい会の運営は当初は会社側が主体となり、年2回の会合とレクリエーションを行っていたが、現在は保護者に運営を任せており、工場移転の際の手伝いに積極的にかかわっている等、以前にもまして積極的に活動している。

今後、障がいをもった社員の高齢化が進むと、会社が雇用を終えた後の次のライフステージを考える必要がある。これをどのように形成していくのかという問題は、会社だけでなく家族の理解・協力が不可欠である。その意味で、やよい会の重要性は今後ますます増していくものと思われる。

知的障がい者と周囲の社員がともに働きやすい仕組みづくり

障がい者雇用のためには、会社と外部機関の間での障がい者支援体制の構築のみならず、社内の障がい者と健常者の理解促進も必要である。

そこで、知的障がい者と健常者がともにスムーズに働くために「ともにはたらく」というガイドブックを発行した。これは仕事に関するマナーについて、イラストを用いてわかりやすく記したものであり、前半は知的障がい者本人用、後半は周囲の社員等用に分かれている。

「ともにはたらく」は同社の社内研修で使われていたが、その存在を知った社外からも反響があった。反響は主に教育機関や企業からであり、生徒・学生や社員教育用に多くの注文があり、2度増刷するまでになった。

専門知識を持った社員の育成

障がい者に対する深い理解を有し、現場で障がい者をサポートするための人材を育成すべく、職場適応援助者（ジョブコーチ）の研修や障害者職業生活相談員の資格認定講習を受講している。現在、同社

にはジョブコーチが2名、障害者職業生活相談員が6名おり、障がい者の指導担当社員として働いている。

また、上記研修の内容は受講していない社員にとっても有益であるため、その内容を社内にフィードバックするため、月に1度、社内研修を実施している。

障がい者が理解しやすい仕組みづくり

上記のような取り組みと障がいを持つ社員と接していく中でわかったことは、業務において障がいを持つ社員に指示を出す際は、明確にわかりやすく行う必要があるということであった。

そこでまず、商品管理の場面で、納品日、数量、品名等、製品に関連する情報をラベルに記載し情報を一括して整理できるシステムを採用することとした。また、当日の業務内容や伝達事項についてはカードに記載し、伝達するようにしている。これは伝えたことを障がい者が忘れてしまうことを防ぐためにも有効な取り組みである。

そのほか、作業台の色を変え、認識をやすくするとともに、漢字が読めない社員のために表示にはルビを振ってわかりやすくするなど、職場環境の改善・向上も図っている。

新入社員にはマンツーマンで業務内容を教える

障がい者を新たに雇用し現場に配属となった際には、ジョブコーチが社員と一緒に業務を行い、本人が理解するまで教えることとしている。

また、知的障がい者の雇用は1名ずつ行うこととしており、複数名を同時に雇用することはない。かつて同時に複数人の知的障がい者を雇い入れたことがあったが、作業の進捗や理解の速さ等についてどうしても比較してしまった。それは障がい者に焦りや劣等感を生み、生産性を下げ、最悪の場合働き続けられなくなるといったデメリットにつながるため、現在では1名ずつ雇用している。1年間に複数人を雇い入れる際には、雇用開始時期をずらして対応している。

障がいの種類に応じたコミュニケーション

周囲の同僚は、知的障がい者に対して積極的にコミュニケーションをとることを心掛けている。知的障がいを持った社員の中には自らは全く話さない者もいるが、話しかけると話しはじめる者もいる。そのため、積極的にコミュニケーションをとっている。

一方、聴覚障がいを持った社員は全く聴力がないわけではないため、聞きやすくゆっくり話す、大切なことは筆談で話すといった方法でコミュニケーションをとっている。

ダイバーシティ推進による経営効果

てんかんをもつ社員への対応から生まれた保護帽の発売

障がい者雇用を積極的に行っていく中で、社員の中にてんかんの持病を持つ者がおり、発作により工場で突然倒れたことがあった。工場の床は固いため、てんかんの発作による転倒は大怪我につながる可能性があり、特に頭部を保護する必要があった。その際、ヘルメットや従来からある保護帽をかぶることとなっていたが、保護機能はあっても重い、すぐに汗で蒸れてしまうが洗えない、それにより臭いが発生する、デザイン性が考慮されておらず外出の際に他人の目が気になるといった問題があった。

顧客である福祉施設や病院で聞き取りをしたところ、同様の問題意識を持っていた。そこで同社では「デザイン性に優れ、洗うことができ、通気性に優れた軽い保護帽」の開発を行うこととした。また札幌は冬場の転倒事故が多発する。その際のけがの防止に向けて、子どもや高齢者も使えるファッションブルで優しい帽子をつくりたいとの思いもあった。そこで同社と行政、高等専門学校の3者による産学官連携体制で共同開発を実施し、「アボネット」との商品名で発売した。現在では10種類以上のバリエーションのある同社の人気商品となっている。

てんかんをもつ社員への対応から生まれた保護帽「アボネット」



思わぬ広がり

これらの帽子は上記の目的のために発売したが、用途が広がるなど思わぬ波及効果があった。

(波及効果1：専門研究機関との連携)

自動車の衝突実験を行っている研究機関より、共同研究の依頼があった。自動車事故による被害を低減するには頭部を保護することが不可欠であるが、そのための保護帽を製作できる企業として白羽の矢が立った。

研究機関では、衝突実験装置を用いて頭部が受ける衝撃の値について精緻なデータを取り、それに基づいて同社と研究機関職員によって改良を重ねた。その結果、頭部傷害値（HIC 値）に基づき安全性が評価され、同社の保護帽のアピールポイントとなっている。保護帽でこのように精緻な安全性データを

とっているのは同社の製品だけであり、他社との差別化につながっている。

HIC 値による評価結果（左側は「アボネット」シリーズの商品名）



(波及効果2：自動車会社における採用)

自動車会社より、電動一人乗り二輪車を日本市場において波及させるために、頭部保護のためのおしゃれで安全な帽子をつくりたい、との発注があった。これはモーターショーのデモ走行でも使用された。

(波及効果3：大学附属病院における採用)

従来取引の無かった遠方の大学附属病院からも大量に受注した。これは入院患者のリハビリを担当する部署で院内転倒被害を予防するために有効かモニターするための購入であり、成果があれば学会等で発表される予定である。

(波及効果4：かつらメーカーにおける採用)

かつらメーカーでは抗がん剤治療で頭髪が抜け落ちてしまった女性を顧客とすることが多いが、かつらができるまでには2か月程度の時間を要する。その間に使用する帽子としても採用された。これは優しい素材で縫い目が表に出ないといった作り方、デザイン、軽量であることが評価され採用に至った。

(波及効果5：インフラ企業における採用)

北海道は雪が多く、各家庭を回って電気・ガス等のライフラインの検針を行う職員の安全確保は、企業にとっては重要な課題である。その中で検針を行う社員の安全対策用の帽子としても採用された。

(好調な売上)

上記のような波及効果もあり、売上はほぼ毎年前年を上回る順調な伸びを示している。発売から11年間で50,000個以上の売上を記録し、今後も一層の売上増が期待されている。

保護帽「アボネット」の年間販売個数・売上高

期間	14年10月～15年9月	15年10月～16年9月	16年10月～17年9月	17年10月～18年9月	18年10月～19年9月	19年10月～20年9月	20年10月～21年9月	21年10月～22年9月	22年10月～23年9月	23年10月～24年9月	24年10月～25年9月	11年間合計
個数(個)	326	1,625	1,943	2,211	3,794	8,838	8,834	8,848	9,508	9,440	52,191	
売上高(円)	4,584,915	11,459,195	14,500,983	17,909,121	24,649,647	27,325,415	26,906,787	38,704,091	41,629,046	49,682,481	51,251,258	306,602,937