

コロナで知的障がいメンバーの業務が激減。 新サービスや職域拡大によるメンバーの雇用維持・拡大への挑戦

○飯田 佳子（株式会社ベネッセビジネスメイト 東京事業部 部長）

1 発表骨子

株式会社ベネッセビジネスメイト（以下「BBM」という。）はベネッセグループの特例子会社として、グループ各社より様々な業務を受託している。ところが、新型コロナウイルスにより、主要顧客であるベネッセコーポレーションの働き方や業務が変化。障がいを持つ社員（以下「メンバー」という。）が行ってきた業務が大幅に削減される事態となった。そうした逆風の中、メンバーの雇用を維持・拡大するために実施してきた取り組みを、具体的な事例と共に発表する。

2 新型コロナウイルスによる影響

(1) 概要

BBMの事業領域は、大きく「業務サポート」「ファシリティサービス」「施設運営」の3つである。その中の「ファシリティサービス」には、メールサービス課（郵便物や荷物の集荷・配達を主業務とする課）と、クリーンサービス課（オフィスの清掃業務を行う課）があり、知的障がい者を中心に、約60名のメンバーが働いている。ところが、コロナ禍で顧客の働き方と業務が大きく変化し、この2つの課の業務が激減する状況に陥った。

(2) メールサービス課への影響

メールサービス課では、社内に届いた郵便物や荷物は顧客一人ひとりの座席へ配達する「個人配達」を行ってきた。ところが、コロナにより顧客の大半が在宅勤務に移行。オフィスも固定席からフリーアドレスへと変わった。その影響により「個人配達」ができなくなり、フロアに設置した部門ごとのBOXに配達する形となった。

もう一つの変化は顧客の業務のデジタル化である。部門間で原稿や校正紙などのチェック物のデリバリーも行っていたが、これらチェック物がデータでやり取りされるようになり、このサービスも停止されることとなった。

(3) クリーンサービス課への影響

クリーンサービス課にもたらされた変化は、清掃エリアの縮小である。顧客の出勤率の減少とフリーアドレス化に伴い、オフィスが縮小され、清掃するエリアがコロナ前より約3割減となった。

3 業務確保のための3つの方向性

これら業務の縮小により、現メンバーの仕事の確保が大きな課題となった。そこで、この課題を解決していくため

に、以下3つの方向性で打開策を検討していくこととした。

- ① 働き方の変化によって新たに生まれた顧客ニーズをとらえて新しいサービスを開発していく。
- ② 今の仕事の価値を高め、メンバーがより活躍できる場を作っていく。
- ③ 新たな事業領域を開拓。既存の領域のメンバーを新領域へ再配置（ジョブチェンジ）していく。

これら3つの方向性を踏まえて実現したのが、メールサービス課の「通知サービス/出社時配達サービス」、クリーンサービス課の「チャレンジドハウスキーピングシステムの導入」、そして新領域の「企業内カフェの運営」である。以下にそれぞれの具体的な事例を紹介する。

4 事例紹介

(1) 通知サービス/出社時配達サービス

メールサービス課でまず行ったのが、新しい働き方において、顧客がどんなニーズを持っているのかの検討である。その中で「在宅勤務中でも、重要な郵便物や荷物の到着がわかるようにしてほしい」というニーズに着目。重要性の高い「速達・書留・個人情報扱う社内便・請求書」などが届いた際に、メールで到着を通知するサービスを実施することを決めた。しかしながら、メール室にはPCを使えるメンバーが少なく、彼らができる運用方法を考えていく必要があった。そこで取り入れたのが卓上スキャナーである。スキャンした封筒の画像をメール文章のひな型に添付して送信すれば、差出人情報の入力変換作業を行わずに必要な情報をお届けすることができる。オプションで封筒の中身まで知りたい方には、開封して中身のスキャンデータをお届けするサービスもスタートした（図1）。

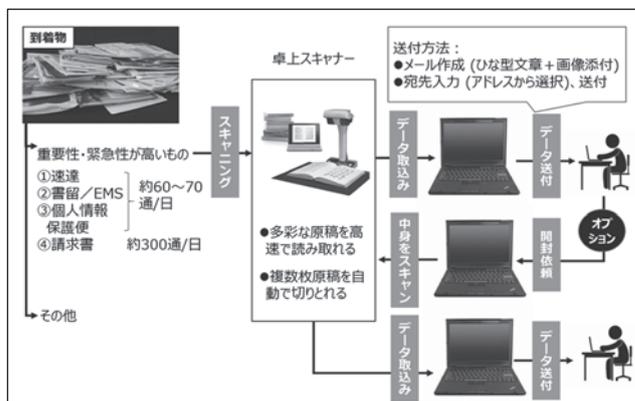


図1 メールサービス課の新サービス「通知サービス」

もう一つ着目したのは、「出社した際に席まで届けてほしい」というニーズである。個人情報扱う社内便や書留などは受領印が必要なため、「個人配達」がなくなってからはメール室まで取りに来る必要があった。それらの郵便物等を、メールまたは電話一本でその日座っている席までお届けするサービスを開始した。席まで届けるのは「個人配達」をしてきたメンバーにとっては得意な業務であり、そのスキルを活かせる業務を復活すべく、連絡を受ける仕組みとフリーアドレス席に届ける運用方法を構築。メンバーに新しい業務を提供するとともに、顧客から直接「ありがとう」の声を聞くことができるようになった。

(2) チャレンジドハウスキーピングシステムの導入

クリーンサービス課では、顧客の衛生意識の高まりをとらえ、従来の「清掃」から「感染防止」までを行う清掃へ価値をあげていくことを考えた。そこで導入を決めたのが「チャレンジドハウスキーピングシステム（以下「CHKS」という。）」である。

CHKSは「感染防止」を目的とし、アメリカの感染症研究に沿ったホスピタルグレード（クリーンルームレベル）の清掃システムである。その最大の特徴は、障がいの有無や年齢に左右されず、失敗が少ない点にある。例えば、力の入り具合によって清掃品質が変わらないよう、均等に力が入る道具など、道具類にも工夫がある。また、基本はチームで行うため、一人ひとりの得意を活かした役割分担がしやすい。クリーンサービス課では、加齢により不調になるメンバーが今後増えていくことが懸念されていたため、その課題にもマッチした清掃システムと言える（図2）。



図2 クリーンサービス課の新サービス「CHKS」

もう一つの特徴は「汚れを数値化・可視化」する点である。ルミテスターという汚れを図る検査機器を使い、定期的に清掃後の汚れを測定。検査結果をイントラネットで発信し、BBMの衛生管理の品質の高さ、感染防止の安全性の高さをグループ全体に積極的に浸透させた。メンバーと

も共有し、汚れの数値が高めだった箇所については清掃方法を再確認し、PDCAを回す運用を構築した。

CHKS導入にあたっては、支援員全員でCHKS協会の研修を受講し、考え方や新しい清掃方法を習得。その後メンバー向けのマニュアル作成や研修・OJTを実施し、2021年11月に拭き掃除（除菌清掃）でこのシステムを導入、2022年8月にはトイレ清掃で導入を行った。

コロナで清掃フロアが縮小となったが、CHKS導入により、除菌清掃を始めとする新たな付加価値を生み出すことができた。受託単価も4割アップ、メンバー2名の新たな雇用も実現することができた。

(3) 企業内カフェの運営

最後にご紹介するのが「カフェの運営」である。これまで東京本部ビルでは食堂運営会社が入って社員食堂を運営していたが、出勤者の減少によって運営を続けていくことが困難となった。そこで、BBMの運営による軽食中心のカフェを提案し、その運営を受託することが決まった。

カフェの運営により、新たに4名のメンバーを配置できることとなった。そのうちの2名は業務縮小の影響が大きかったメールサービス課のメンバーをジョブチェンジしていくこととした。メンバーの強みに着目し、カフェ業務への適性がありそうなメンバー4名を選出。その4名に、「他課研修＝他の課の業務を経験する研修」として半月程度、カフェ業務の実習を行った。その実習で4名の適性を見極め、かつ本人との面談やコミュニケーションを重ね、最終的にカフェメンバー2名を決め、正式に異動してもらうこととした。こうした丁寧な適性を見極めにより、カフェに配属されたメンバーたちは、新しい領域でモチベーション高く取り組み、日々成長をしてきている。中には、調理の面白さに目覚め、メニュー開発など新しい能力を開花するメンバーも出てきている。

5 最後に

コロナ禍でのこの2年間は、メンバーや支援員にとって、大きな変化が続いた。中には変化が苦手なメンバーもおり、新しいサービスや事業開発によって、不調者が増えてもおかしくない状況であった。そうしたリスクを最小限におさえたいために、支援員が現場でメンバー一人ひとりをサポートし、定着推進課と連携しながら不調の芽を事前につぶしていくことも必要であった。雇用維持・拡大のためのサービスや事業の開発と、定着のためのメンバー支援との両立を目指していくことが重要であると改めて感じた。

コロナ3年目に突入し、これからは拡大してきたサービスや事業を安定化させ、BBMらしい業務へと深化させていきたい。