

月刊
monthly

[月刊 デイ]
<http://daybook.jp/>

VOL. 122

2 2010
月号

DAY

新企画&現場で役立つ
レク情報など満載!

特集

デイでできる 経費削減 の工夫



いいとこみつけた

介護老人保健施設 **せんだんの丘**

でいらいふりポート

介護老健通所リハビリテーション

●好評連載●

季節を楽しむ園芸クラフト
転ばない体づくり
介護は笑いから

1. コストを下げる工夫と 人材確保の具体策

株式会社 はっぴーライフ
代表取締役

辻川 泰史

はじめに

当然のことですが介護保険の事業は、限られた財源です。

全国の介護報酬、人員配置（地域によって若干の差はある）は同一です。ということは、同じフィールドで同じ条件であるということだと思います。

その中でいかに事業所の独自性を出していき、工夫していくかによって差が生じると思います。

管理者として、同じ条件で事業を行い、どういった結果を出すかが大切になってきます。

デイサービスで経費を抑えるための工夫

デイサービスを運営する場合に生じる経費の多くは下記のようになると思います。これらの経費を抑えるための工夫を考えてみましょう。

- 賃料 … 地代、家賃、リース料など
- 人件費 … 給料、手当など
- 車両費 … 送迎車などの車両
- 光熱費 … 電気およびガスなどの燃料費
- 改築費 … 建造物の全部または一部をつくるのにかった費用

など

1. コストを下げる工夫と人材確保の具体策

● 賃料

自社保有でない場合は、契約時にできるだけ（1,000円でも安く）借りられるように交渉します。しかし立地が良かった場合や競合がいる場合は、言い値で借りなくてはいけないケースもあるので、賃料で経費を抑えるのは難しい場合が多いと思います。

● 人件費

人手が足りないといって人員配置以上に過度に職員を増やしていくと、一人当たりの職員へ配分できる金額が少なくなります。この“配分できる金額”を上げていくためにはどうしたら良いでしょうか？

● 車両費

職員が安全に利用者を送迎するためには安いからといって粗悪な車両は絶対に導入できません。

● 光熱費

常時節約を心掛けることは必要ですが、過度に電気を消したりすると、気分が沈みモチベーションの低下に繋がります。

● 改築費

開設前の改築費用はとても負担になります。しかし、利用者様をおもてなしする場、職員に気持ちよく働いてもらう場にするためには、一定以上のものを用意することは大切です。

こう考えるとどれも削りにくく、経費削減できないように感じます。そのため節約できる箇所は限られてきます。

経費を抑える
ための

工夫例 送迎コストを下げる

ハイエースでの送迎が中心だったところを、シエンタ、ラクティスという車両に変更しました。

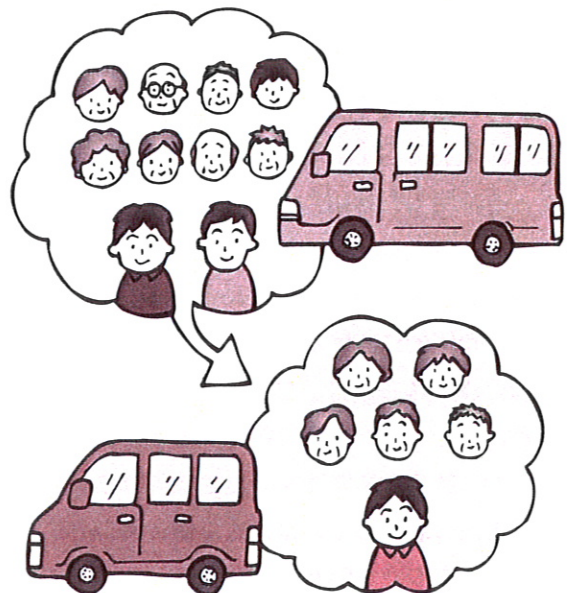
ハイエースでは運転者、同乗者の職員が2名つき、利用者8名の送迎になります。

シエンタであれば運転者1名で利用者5名を送迎できます。

余った1名は別車両で送迎に行くことができたり、事務的なことができたりと、別の業務を行うことができます。以前、私しかハイエースを運転できる職員がおらず、週1日だけタクシー会社に外注をしたことがあります。

8～10時、15時～17時の4時間で1日1万6千円でした。

車両は当社所有でした。これをタクシー会社所有で行くと、1日=2万円、月契約だと月40万円です。数社のタクシー会社と打ち合わせましたがどこも同じような金額設定でした。



外注で送迎を行っている法人は結構あると思います。これが自社でできればこの経費は浮くことになります。送迎のオペレーション体制を見直すことで経費を削減できる場合も多くあると思います。

人材確保と職員が辞めない具体策

「離職率は職場として下げていくことが大切です」と言われますが、その離職の理由、内容にもよると思います。自法人に適していない人材を無理に引き止めることは、その職員にとっても、同僚にとっても、法人にとっても有意義なことではありません。

1 採用について

いかに自法人に適した人材を採用するか、最初の入り口、採用の段階である程度マッチングの精度を上げるために法人として取り組むことが必要だと思います。

現在の業界を取り巻く状況、社会からのイメージとして、介護業界は人材確保が困難という認識が強くあると思います。実際に応募が来ても、無資格、未経験であるなどして、採用に至らないケースもあります。

過去の人材確保の方法では難しくなっているのが現状だと思います。

特に若い人材確保を目指す場合は、すでにインターネットを活用した採用方法が主流になりつつあります。

求職者を自法人のエリアだけに焦点を当てた採用戦略から、全国的に広げることも可能です。

都市部だけに適した方法だと感じられるかもしれませんが、決してそうとは言い切れません。

都市ごとに特色はあります。良さがあります。例えば、都市部の若者の中には地方で働きたいと感じている人も少なくはないと思います。

実例として挙げると、四国の事業所が都内からの採用に成功しました。何を打ち出したかという点、港の風景と海の近くにある事業所とその名産の魚料理です。

地元の人には日常的な風景で、日常的なことでも都市部の若者から見れば憧れることもあるのです。



しかし、そういった若者に、自法人の存在を知ってもらう必要があります。

都市部に求人広告を出す方法もあります。ただ、それだけでは、文字数、画像の制限があり、本当に見せたい箇所を見せることは難しくなります。

有効的、効率的な方法がインターネットの活用です。

インターネットの活用と一言でいってもホームページ、ブログ、メルマガ、インターネット求人サイトなどといった多種多様な方法があります。

予算なども法人によって異なると思いますが、ホームページの構築、運営、活用は今後さらに必須事項となることは間違いありません。

ホームページ作成のポイント

どういったホームページが良いのか？ 正解はないと思います。法人によって、理念、特色が違います。特色をしっかり打ち出していくことが大切なことだと思います。

●何のためにホームページは必要なのかを明確にすること

ホームページを作成する目的を持ち、軸がしっかりしていないと効果を発揮することは難しい

●ホームページの注意点

個人情報の厳守はしっかり行うこと

●一方的な情報発信になってしまわないように注意すること

求人サイトのように見栄えのみに焦点が行き過ぎると親しみが沸かなくなるケースもある

●職員の意見を取り入れること

法人の指針を明確にし、職員が愛情を持つことのできるサイト作成にしないと運営協力してもらえない



2 職員のモチベーションアップ

介護業界では、利用者満足＝CS（Customer Satisfaction：顧客満足）ということに関しては積極的に行っている法人が多くあります。介護技術の講習会、制度知識の勉強会などに積極的に力を入れていると思います。

しかし、職員満足＝ES（Employee Satisfaction：従業員満足）ということに関しては、あまり積極的ではない場合があります。

職員対象の社内旅行、忘年会などは行っている、それだけでは足りない、または実際には求めていることもあると思います。

自分の現在と将来に不安が強ければ、現在の仕事の目標、目的の軸がぶれてしまい自信を失ってしまうこともあるのです。

法人としても、職員が何を求め、何を目指しているのかを知ることは必要であり、大切なことだと感じます。

そんな中で一つの方法として、事業所のコンセプトをビジュアルで表現するムービー（ピクチャー）の活用は有効です。映像で見ることで自己の目標、業務の確認になります。

当社では、全スタッフではありませんが、若手スタッフを中心に個別のオリジナルムービーを制作しました。弊社HP（<http://www.hl-tokyo.com/staff/>）から見ることができます。（ID=life、PW=happyを入力すると閲覧できます）

特集 デイでできる経費削減の工夫

ムービーに関しては、単に作ればよいというものではありません。業者に頼めばそれなりのクオリティーの高い作品にはなるとは思います。ですが、それでは費用を投じる意味が薄くなってしまいます。

スタッフに構成、写真（ピクチャー）選定、順序、文言も決めてもらいます。文言を書き出すことによって、自己を振り返り見つめ直す機会になったり、自信を持つこともできます。

制作時間が取りづらいという問題はあるかもしれませんが、行う目的をしっかりと説明し、協力を要請すれば多くのスタッフは協力してくれると思います。

技術的な面は、ムービー制作が容易にできるソフトも販売されており、少しのスキルで制作できます。文字で伝えるだけでなく、ビジュアルで表すことにより意識が変わってくると思います。

職員のモチベーションアップのための

工夫例 ユニフォームの工夫

どこの高校に入学しようかと悩んだとき、似たような校風で通学時間も同じ、そういったときに決め手となるのが、制服だと思えます。

同じユニフォームを着ることで無意識に一体感が生まれるということは広く知られていることです。しかし、ユニフォーム一つでも画一的なもので、ありきたり過ぎると効果は薄くなります。

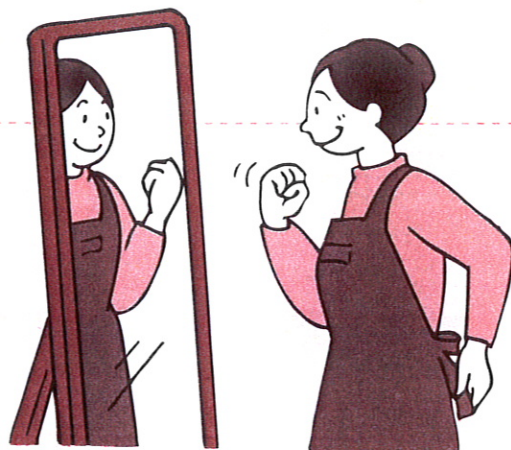
介護という職業柄、あまり派手にはできませんが、何かしら工夫することが大事だと思います。当社ではスタッフにも選択してもらおう機会をつくりました。

同じユニフォームでも人によって色を変えたりするだけで気分が変わるようです。

色の効果の解釈はさまざまありますが、下記のような認識を持っています。

色の効果

赤	体がよく動くようになり、エネルギーになる
ピンク	優しい気持ちになれる
オレンジ	社会的な色 運動能力を高める効果
茶	包容力を与える 温かい人間味を与える
黄	自分と相手をリラックスさせる
白	清潔感など



スタッフには3着ほどユニフォームを貸し出しておきます。色はすべて違う色にし、スタッフがその日の気分を選んで自由に着ていようようにします。スタッフも「今日は優しい気持ちで業務を行いたいからピンクのユニフォームにする」、「リラックスしたいから黄色にしよう」などと、ちょっとしたことで楽しめることに繋がると思います。

管理者や同僚がスタッフの着ているユニフォームのカラーを見て心境を察することもできると思います。

小規模の事業所ではユニフォームをあえて用意せず、個性を大事にしている法人もあります。個性を尊重することは大切です。しかし、何でも自由にしすぎてしまうことは、無意識に規律を乱すこと、節度を崩すことを招きやすくなることがあります。

確かにユニフォーム代は安くはありません。

ただ、目の前に現れる結果は明確には見えないかもしれませんが、法人の姿勢、想いとしてはスタッフに伝わるとは思います。