

要介護高齢者施設の新しいかたち

～（株）都エンタープライズ～

企業調査研究グループ 鶴坂貴恵

企業名	株式会社 都エンタープライズ	代表者	代表取締役 榮野川廣勝
事業内容	介護サービス		
資本金	10百万円	従業者	7名
住所	大阪市西区新町1丁目27番8号	ホ-ム^°-ジ^	



▶▶ はじめに

ご承知のとおり、わが国の高齢化は急速に進展しています。平成13年の「国民生活基礎調査」によりますと、65歳以上の高齢者のいる世帯数は昭和50年では7,118世帯であったものが、平成13年には16,367世帯に増加しています。また65歳以上の世帯構成の割合は昭和50年では、単独世帯8.6%、夫婦のみ世帯13.1%、3世代世帯54.4%となっていました。平成13年になると、単独世帯が19.4%、夫婦のみ世帯が27.9%と増加し、3世代世帯は25.5%と減少しています。このように高齢化の進展は単に高齢者人口が増加しているだけでなく、高齢者だけの世帯が増えているという実態も生まれていることがご理解いただけるとと思います。

高齢者が健康で、自分の身の回りの世話を自分ででき、趣味などを楽しむことができるほどの身体状態であれば、何も不自由を感じることはないと思われます。しかし、健康を損ねたり、身体的にハンディを負ったりして、自分の生活が自分で支えられなくなったとき問題が生じます。そのときのために整備されたのが介護保険制度です。たとえ高齢者のみの世帯であっても、必要なときに必要な介護サービスが受けられるようそれぞれの要介護者に応じたプランを作成してもらい、介護サービスを楽しむことができる仕組みとなっています。

しかし、仕組みが整備されても、介護を要する高齢者には、「急に具合が悪くなったらどうしよう」といった不安を持ちながら生活をしている人も少なくありません。また人との交流がわずらわしくなって、ひきこもりがちになってしまっている高齢者も多く見受けられます。たとえ、健康な高齢者であっても、いずれ訪れる老いへの不安を誰でも持っているといっても過言ではないでしょう。

▶▶ 格安な介護付高齢者住宅の開発

多くの高齢者が、24時間何かあれば介護や医療サービスなどが受けられ安心して暮らせるところ、同じような世代が集まり若い人たちに気を遣わないところに老後は暮らしたいと願っています。そのような高齢者は、公的な施設、あるいは有料老人ホームへの入居を考える場合が多いようです。ただ公的な施設は、入居のための待機者が多く簡単には入居できず、一方、有料老人ホームも入居のための一時金や月額の利用料が非常に高額に設定されている場合が多く、入居したいという希望はあっても必ずしも実現でき

ていないのが現状のようです。将来に不安を持ち、かつ高額な利用料金も支払えない高齢者は、潜在的に多いと思われます。このことは、安心できる介護サービスが受けられ、利用料金も年金の範囲で事足りる施設へのニーズの高さを示しています。

このようなニーズを把握し、具体化したのが同社の計画です。現在、建築を進めている施設は、個室が60室あり、他に共同浴場、食堂、厨房等を設けるものです。1室の広さは20平方メートル程度、各部屋には、簡易なキッチン、トイレ、洗面所、クローゼットを設置して、家賃は月40,000円、共益費12,000円、敷金は家賃の3カ月分の120,000円と安価に設定されています。希望者は別途料金を支払えば食事のサービスも受けられるシステムとなっています。さらに24時間体制で管理人が常駐し、入居者の監視に当たります。

また同施設の立地場所が交通至便な駅前である点も特徴の一つと言えます。これは、入居者が家族や友人との交流を活発にできるようにという配慮によるものです。普通、高齢者用の施設は、風光明媚な都心から離れた場所に立地しており、自然には恵まれていても、家族が訪問するにも、入居者が出かけるにも便利だとはいえない状況にあります。その点、駅前ならば、気軽に訪問も出かけることも可能になるでしょう。

加えて施設に入居するに当たり、住み慣れたまちから離れることに抵抗のある高齢者も多いと言えます。そのため、同社はなるべく近隣の市の居住者からの入居者を集めたいと考えています。

このように同社は、高齢者がいつまでも自立した生活を営むために、単に行き届いたサービスの提供や安価な価格設定のみならず、高齢者の人との交流や地元志向も重視していることが分かります。

以上から、同社の計画する施設は、高齢者にとって理想的な施設と言えます。それではなぜ、このような施設の設置が実現可能となったのでしょうか。それは、既存施設の利用です。同社は、以前ビジネスホテルとして利用していた建物を買取り、内装を変え介護用施設として利用しようとしています。新たに建設するよりは安価で、しかも社会的資産の有効利用というメリットもあります。



▶▶ この事例から学ぶこと・・・

新事業を行うとき、新製品を作るとき、「マーケットイン」、つまり市場ニーズを読むことが必要です。経営革新支援法の承認企業をみますと、とかく「プロダクトアウト」つまり自社の保有する技術や資源を優先した開発になってしまっているケースが多く見受けられます。もちろん、自社が持つ技術、人的資源、販売ルート、ノウハウ、情報、資金等経営資源に立脚した計画であることは重要です。しかしニーズの裏付けがなければ、実現可能性は低くなってしまいます。同社は医療用機器の販売会社として、業績を伸ばしてきました。さらに同社のグループには柔道整復師、針灸師を養成する専門学校、医療法人があり、新たな事業を展開する際の経営資源は豊富であるといえます。その一方で、高齢者が持つ不安や望みを的確にとらえ、事業化に結び付けている点で評価ができます。

情報収集が得意でないという中小企業が多いようですが、自社の技術や開発しようとしている製品に市場性があるのか？という点は、技術の高さと同様に重要なことであることを忘れてはいけません。そのためには、公的な機関のサービス、外部の情報サービスをうまく使い分けながら、マーケティングリサーチを行って欲しいと思います。

同様の内容は、社団法人大阪能率協会『産業能率』2003年7月号に掲載しています。