

非営利型一般社団法人 日本福祉環境整備機構

事業計画書

2019年4月23日

太田 浩史

創業羅針盤 ID	201602087
----------	-----------

1 会社概要

会社名(屋号)	一般社団法人日本福祉環境整備機構
設立年月日(予定)	2019年3月22日
資本金(予定)	200万円
代表者名	太田 浩史
従業員数	4名
所在地	〒113-0032 東京都文京区弥生2丁目15番13号 ケアワーク弥生ビル501
一年後の 目標年間売上高	12,848,000円
事業内容	地域密着型通所介護
経営者略歴	1981年3月5日生 2003年3月 明星大学情報学部経営情報学科 卒業 2005年3月 東京YMCA 医療福祉専門学校 卒業 2005年4月 特別養護老人ホーム 緑寿園 入社 2007年4月 介護老人保健施設 あかしあの里 入社 2007年4月 専門学校日本福祉学院 社会福祉士科 卒業 2008年4月 青梅市 地域包括支援センター すえひろ 入社 2009年2月 株式会社ニチイケアパレス 入社 2009年11月 ニチイホーム千歳船橋 管理者 2012年11月 ニチイホーム江戸川 管理者 2015年2月 ニチイホーム大宮 管理者 2015年11月 任意団体 Arch 設立 2016年3月 ニチイホーム板橋徳丸 管理者 2017年3月 本社 営業部 営業一課 課長 2017年4月 KAIGO LAB SCHOOL 事務局長 2018年10月 NPO 法人ナルミーランド 特別顧問(理事)

2 創業動機、ビジョン

(1) 創業動機

高校生時代、障がい者福祉施設にてボランティア活動を行っていた当時、私は障がい者に対して何となく不自由で『可哀そう』という感情を抱いておりました。しかし、障がいを持つ方々は五体満足の私に向かって「よく来てくれたね！本当にありがとう！」といつも精一杯の笑顔と元気を与えて下さいました。この経験から、私は社会的ハンディを持つ方々に対して何かの役に立ちたいと考え福祉業界へ就職致しました。

高齢者介護施設に就職し『人との関わり方』を学ぶと同時に、ボランティア時代と異なる仕事としての業務の多忙さ、責任、そして精神的負担など『イメー

ジと現実とのギャップ』から挫折し、就職先を退職しました。

後に恩師へ相談した結果、やはり社会的弱者と言われている方の役に立ちたい！という夢を諦めきれず、もう一度介護業界への就職を決意し、老人ホームの管理者となりました。そして、管理者を10年近く経験する中で視野が少しずつ広くなり、目先の課題だけでなく、より多くの社会課題を解決したい、という考えを持つようになりました。

日本における社会福祉の問題は介護だけでなく、日常生活に身近な地域にも課題は山積しております。より多くの課題を解決するために広い視点で事象を捉え、『この課題を誰が解決するのか！』という熱意を持ち創業を決意しました。

資料2

(2) ビジョン

地域商店街と高齢者のハブを担い、互いの課題解決を図ることで、住み慣れた地域で安心して生活できるまちづくり支援行う。

3 事業内容

(1) 事業内容

- 1 地域密着型通所介護事業
- 2 上板橋南口守りん坊 AAA プロジェクト 商店街及び地域課題サポート
- 3 商店街空き店舗、賑わい支援、売行き支援

資料3

(2) 消費者の課題

—商店街・地域の課題—

多くの商店街は後継者問題、空き店舗、賑わい不足など課題を抱え、課題割合において、64%を占めるのが『経営者の高齢化による後継者問題』であり、そのうち90%の商店街が対策を講じられていない状況にある。商店街における課題解決のため、例えば上板南口銀座商店街振興組合では、商店街役員や町会、老人会等、地域に住まう人々が中心になって『上板橋まもりん坊AAAプロジェクト』を立ち上げ、以下の具体的な課題解決を図っている。

具体的な商店街・地域の課題

商店街が抱える課題

- ・商店街利用客と子育てママがコミュニケーションをはかる場所がない

・人材・資金を十分に確保できないため、発展させることが難しい

地域が抱える課題

<交流>

大人と子どもなど世代や職種を超えた地域住民同士が交流する場がない。

<イベント>

演奏会など音楽や芸能に触れる場が少ない。

<暮らしやすい町・安心安全>

買い物したり、遊んだりするなど子どもと一緒に楽しめる場所が少ない。

顔見知りが多く、子ども一人でまちを歩かせることに不安がある。

上記の具体的課題解決を図っている一方、上板まもりん坊 AAA プロジェクトを運営する上で人材・資金不足などの課題がある。

—高齢者の課題—

高齢化する経営者やその家族、地域住民が商店街や住み慣れた地域で生活していくためには、良い健康状態を維持する必要がある。高齢者が良い健康状態を維持するための課題要因は、以下の3つである。

『外出頻度が少なくなる』

健康状態が「良くない」人では「ほとんど毎日」

外出する者は約 3 割にとどまり、「ほとんど外出しない」という者が 23.0%、週に 1 回未満しか外出しない者の合計は約 3 割となっている。

『会話頻度が少なくなる』

健康状態が「良い」人では「ほとんど会話をしない」が 1.1%と極めて低いのに対し、健康状態が「良くない」人では 13.1%となっている

『社会的な活動への参加が少なくなる』

健康状態が「あまり良くない」は 20.3%、「良くない」が 11.5%である。

資料4、5、6

(3) 消費者の課題解決策

・商店街及び地域の課題解決策

『空き店舗』を活用した地域密着型通所介護に通う高齢者と共に、商店街及び地域が抱える交流イベントの場を担い、交流から顔見知りが多く不安となる課題を解決する。

・高齢化する消費者の課題解決策

『会話』が飛び交い、商店が立ち並び『外出』しやすく、買い物などの『社会参加』が出来る商店街を利用することで、高齢になっても良い健康状態を維持する。

資料7、8

4 ターゲット市場

(1) 市場規模

板橋区における65歳以上の高齢者人口は、介護保険制度が開始された2000年当時約72,700人であったが、現在128,356人(2017年10月)へと増加している。中でも、介護サービスを受ける介護受給者(要介護及び要支援者)は現在23,639人であるが、2040年には38,958人と60%を超える増加予測が立っている。

(2) 具体的なターゲット市場

板橋区には計4,982人を収容できる介護入所型施設があるため、介護受給者23,639人のうち少なくとも19,392人は在宅生活を送っている。

地域密着型通所介護は1日の定員が18名以下と定められているため、月の稼働日を21日と仮定した場合、1月の最大利用人数は延べ378名となる。1人当たり利用者が週2回の利用と仮定した場合、月(4週)利用数は8回となる。事業所が1月に最大稼働する場合、延べ378名を1人当たり利用回数8回で除した実数(47.2≒)47名との契約を要することとなる。在宅生活で地域密着型通所介護を利用する年間延人数は18,254人であるが、平均1人当たり10.7回利用しているため、年間で約1,705人(18254÷10.7)が利用し、2025年には2,072人(22176÷10.7)まで増加するということが推計できる。

一方、在宅で生活する介護受給者からケアマネージャーが担当できる要介護者の上限35人で除すると、少なくとも554名(19392÷35)の在宅ケアマネージャーが在籍しており、一人当たりのケアマネージャーは地域密着型通所介護を利用する方を平均3.0人担当しているという計算となる。

5 競合分析と競争優位性

(1) 競合の状況

板橋区における地域密着型通所介護利用者は、平成30年から平成37年度において利用者が1.2倍増(22,176÷18,432)との予測となっている。平成30年度、地域密着型通所介護は75件あるが、平成37年度には利用者増加に比例し90件(75×1.2)となると推測し、今後は7年間で15件(年間約2件)増えていく計算となる。

資料9

一方で、全国の通所介護倒産件数は2013年で10件であったが2018年には41件となっている。倒産事業所は従業員10人未満の小規模が80%、開業5年での倒産件数が39.1%を占めている。倒産原因は順に、販売不振や事業上の失敗、計画性を欠く起業となっており、サービスや特徴などで他社と差別化を図れない事業所は、販売不振に陥り淘汰されていく状況にある。

資料10

(2) 他社比較と優位性

地域密着型通所介護は、原則同区居住者限定となり一般的に、通所介護の商圏範囲(送迎範囲)は半径5Km とされるが、当事業所の商圏範囲は板橋区全域をカバーしている。次に、近隣通所介護の特徴を比較した。消費者(高齢者)の本質的な課題は、良い健康状態を維持するための要素である『会話・外出・社会参加』の低下であり、当通所介護の特徴は、商店街の魅力(会話・外出・社会参加)の活用である。

資料11

他、外部機関等との連携について、近隣1事業所以外は東京都平均 3.3 を下回っている。

資料12

6 マーケティング状況・結果

マーケティング状況については以下の通り

- 1 設立予定である上板南口商店街の居宅介護支援事業所 介護のたくみ(株式会社 福ぶくろ)花本代表取締役社長より協力するとの話を得ており、今後在籍する7名のケアマネージャーに直接ご挨拶予定。居宅介護支援事業所への営業範囲は順次拡大していく。
- 2 同商店街役員会議に参加し、事業所設立について合意を得た。3月老人会の方への挨拶を調整中。今後は各商店の方と関わりを持ち、商店街からの相談・依頼を受けていく中で顧客増加を狙う。
- 3 ケアマネージャーが購読する中央法規出版おはよう21(過去掲載歴あり)や高齢者住宅新聞(過去掲載歴あり)に掲載依頼し PR する。また、板橋区消費者センター情報紙「くらしの Eye(あい)」、おとしより保健福祉センター情報誌「よりそいの輪」、生徒期の健康支援パンフレット

資料13, 14

7 ビジネスモデル

他社との特徴を戦略キャンバスにより比較した。地域密着型通所介護は、利用者の心身機能の向上と、介護を受け持つ家族の負担を軽減することを目的としている。消費者は、通所介護を利用することで心身機能の向上から『良い健康状態を維持』し、

家族の負担を軽減することで『住み慣れた地域で、家族や親しい人々と生活する』ことが本質的な目的となる。近年、麻雀やカジノなどのギャンブルやマシントレーニングを特徴とする通所介護が多い。しかし、健常者がダイエットを目的としてジムに行っても大抵続かないように、目的意識が明確でないとモチベーションの継続は難しい。そして、住み慣れた地域での生活は『人との関りや地域とのつながり』からなり、人や地域とのつながりは『安心』となる。

資料15、16、17

8 販売計画

参照 収支計画書

9 仕入・経費計画

参照 収支計画書

10 事業化計画

	2019 年 3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月
会社設立															
物件申し込み															
商店街役員説明															
老人会挨拶															
税務署届出															
地方税届出															
建築士打合せ															
施工業者打合せ															
物件契約															
工事着工															
資金調達相談															
借入															
区役所開設相談															
都・区助成金相談															
助成金打合せ															
助成金申請・決裁															
年金事務所(社保)															
HP・チラシ作成															
情宣活動															
開設															

11 店舗計画

建物名	アソルティ上板橋203号
構造	鉄骨鉄筋コンクリート造
規模	地上9階 地下B1階 住所階 3階
私用部分面積	146.10㎡ (44.20坪)
築年月	平成2年8月
住所	東京都板橋区上板橋1-19-16
交通	東武東上線上板橋駅 徒歩3分
店舗選定理由	1 上板南口銀座商店街に属している 2 地域密着型通所介護の上限人数を受入れられる面積 3 1階に大型スーパー(利便性)上板橋アスク保育園(顧客獲得) 4 2階にフィットネスジム(平均年齢53歳) 5 (利用者)地下駐車場よりエレベーター利用可(職員)通勤便利

資料18

12 資金計画

参照 収支計画書

13 資金繰り表

参照 収支計画書

14 収支計画

参照 収支計画書

15 事業リスク

経営資源の観点から捉えた事業リスクについては以下4つの通り

1ヒト

<事業リスク>

平成26年、介護業界の有効求人倍率は失業率を上回った。人材確保が出来ず人員基準を満たせない場合、介護報酬は減算となり事故リスクが高まる。

<対策>

人材確保対策として、まず従業員からみた組織の強みを構築する。そして、組織の強みを採用と離職防止の両面につなげる。具体的な組織の強みづくりについては、チームビルディング手法、ストレングスファインダーを活用する。

2モノ

<事業リスク>

車いすやベッド・浴槽などの介護用品について、故障や破損があった場合、運営に支障をきたす場合がある。

<対策>

有事の際でも運営が円滑に行くよう、今から複数の福祉用具店と連携体制を構築する。

3カネ

<事業リスク>

事業運営の収益は、原則介護報酬からなる。介護報酬を受けるための介護保険指定申請について、取り消しや停止処分を受けた場合、介護報酬はショートし倒産の危機につながる。

<対策>

介護保険指定申請取り消しや、停止処分における理由の6割は不正請求である。生産性向上の観点からも、請求ソフトを導入し正確に請求する他、不正を行わない風土づくりをするため、毎月研修を行う。

4情報

<事業リスク>

高齢者と介護事業所の需給バランスや、介護保険法改正の情報を把握していない場合、社会情勢の動向が読めず、集客力が落ち、倒産となる可能性がある。

<対策>

社会情勢や介保法改正の動向を、厚生労働白書などから読み解き、安定した運営を継続的に行うため、先駆けて事業対策を講じていく。

資料19、20