

## デイサービスを通じて、介護食品をお届けする

# モッテコ

### 株式会社フロー 介護事業部(モッテコ事業部)

#### ポイント

#### 【利用者からみて】

普段利用するデイサービスの利用時や送迎時に、介護食品を購入し、持ち帰ることができる

#### 【事業として】

デイサービスを拠点として活用することで、介護食品の流通・プロモーションにおける課題を解消することを目指す事業

- 介護世帯へ“食の楽しみ”を提供するべく創業。デイサービスを拠点として活用することで、介護食品の流通・プロモーションの問題解決を目指す
- スタッフが定期的に商品を届ける仕組みで、利用者やデイサービスにもメリット
  - 定期的にモッテコのスタッフがデイサービスに商品をお届け（補充・入替）
  - その場では現金授受は行わず、デイサービスの請求とあわせて料金を回収＝場所の設置や回収の手数料でデイサービス事業者にも収入
  - 利用者・メーカーのニーズをくみ取って商品を選定し、介護食品に関する情報も提供
- 事業採算性の確保
  - 商品の販売以外にも、メーカーに対するプロモーション・マーケティングも事業に
- 取扱い拠点数・エリアを広げつつ、介護における“食”の問題解決を進める

#### 商品・サービス概要

### デイサービスに商品棚を設置して、介護食品を販売するサービス

#### 【商品・サービス】

- デイサービスを通じて介護食品を提供するサービス
- ＜サービスの仕組み＞  
 デイサービス内に専用の商品棚を設置して、介護食品を1品から持って帰ってもらうサービス。購入代金は、その場で支払わず、介護事業者の介護サービスの請求時に月次で支払う仕組み。  
 商品の追加・補充は定期的にモッテコのスタッフが行う。
- ＜商品内容＞  
 常温での保存ができるおかずや食事の一品、おやつや飲み物など。  
 概ね12品程度を取り扱う。月替わりのおすすめ商品や試食品の提供なども行う。
- 【価格】  
 1品あたりの価格は150～200円の商品をラインナップ。



#### 主な利用者とQOL向上のポイント

### デイサービス利用者の食の楽しみや栄養改善、家族のレスパイトケアに

- 利用者のプロフィール：デイサービスをご利用されている方のうち、食の支援が必要な方。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ)：デイサービスの職員の方が、食に関する支援が必要な方のご利用していただくとうちのサービスを開始していただくケースが多い。ご家族からの送迎の際の注文も多い。介護食を一人分作るのも、介護者(ご家族)にとっては手間・負担となるため、当社のサービスを利用いただくことがレスパイトケアにつながっているようだ。

商品・サービスが生まれた背景

介護世帯へ“食の楽しみ”を提供するべく、介護食品の流通・プロモーションの問題解決に向けて創業

● 高齢者向けのマーケティング・リサーチを通じて介護の“食”の課題を実感

介護食品を必要とする介護世帯へ“食の楽しみ”を提供することを目的に創業した。

元々、シニアに特化したマーケティング企業で介護専任のコンサルタントとして働く中で、介護の“食”の問題を実感していた。様々な製品があるにも関わらず、メーカーは、必要とする方に製品を知ってもらったり、届ける手段が不足している。一方の消費者も、どんな製品があるかを知らなかったり、実際に買う場所が不足していると感じている。結局、チャンネル（流

通・販売網）と、商品・サービスを知らしめるプロモーション手法が未確立である点に課題は集約される。

そこで、この課題を解決するための新たなチャンネル・情報ルートとしてデイサービスに代表される通所型介護施設に着目した。通所型介護施設は、介護を必要とする潜在顧客が定期的に集まる場であり、事業所数や利用者数も近年、右肩上がり伸びている。そこで介護食品の情報を紹介し、製品が提供できれば、一括してチャンネルとプロモーションの課題が解決できる可能性があると考えた。

サービス提供に関する独自の取り組み・工夫

スタッフが商品を届ける仕組みで、利用者やデイサービスにもメリット

【ビジネスの仕組み】

● スタッフが定期的な訪問して商品を届ける

デイサービス内に専用の商品棚を設けて介護食品を提供。モッテコのスタッフが定期的（概ね週1回）に訪問して、商品補充・交換を行う。

● デイサービス利用者が使いやすい支払方法

デイサービスを利用する高齢者が対象となるため、その場では商品の受け渡しと記録のみを行い、代金は月次の介護保険サービス費用とあわせてデイサービスが回収して、モッテコに支払う仕組み。

● デイサービスにも収入

デイサービスには設置する際に、商品の購入方法、取扱いの注意点などを説明する。商品によって若干の差はあるが、設置場所代や代金回収の手数料として、商品販売額の約15%はデイサービスの収入となる。

● イベント、勉強会など情報発信

商品を単に並べるだけでなく、情報提供の形で商品について知ってもらう機会を設けている。レクリエーションの一環として試食会を実施したり、季節や用途に応じて食事や栄養の話題を提供するチラシを作成するなどして、栄養や介護食品についての情報提供を行っている。

【取扱い商品】

● 品揃え

商品は一個150～200円。扱っている品目数は約12品目。3ヶ月に一回程度のペースで、売れ行きや季節要因を踏まえて少しずつ商品構成は見直している。

「こういう商品が求められるだろう」という利用者目線と、新商品としてアピールしたい等のメーカー目線と、双方を考慮して商品を決めている。

【事業採算性の確保】

● プロモーション・マーケティング活動も収益に

商品の販売による収益だけでなく、メーカーから新商品の試食等のプロモーション活動や意見収集などの調査・マーケティングでも収益を得ている。介護食品を提供するメーカーには、商品を試してもらい、生の意見が聞けることにも価値を感じてもらっているようだ。



今後の展開

取扱い拠点を広げつつ、介護における“食”の問題解決を進める

● 取扱店舗数の拡大

現在の扱いデイサービスは東京都内を中心に約30店。現在はまだサービスを磨く段階なので、取扱っていたくデイサービスも、チェーンの事業者でも1、2件に限るなど、あえて絞って提供している。

当初はデイサービスで商品を販売することに少なからず抵抗を示されるケースもあった。しかし、職員の方が食で支援が必要な方を考えて取り扱いを始めていただくところが増えている。今後は50店、100店と取扱いのデイサービス数を増やしていきたい。エリアも首都圏に限らず、大阪や名古屋等にもひろげていきたいと考えている。

● 質の向上、「食」に関する支援範囲の拡大

引き続き、試食会の実施など、情報提供の機会は増やしていきたい。また、「摂食」を中心にもう少しデイサービス等介護事業者の業務支援の領域にも踏み込んでいきたいと考えている。例えば、経管栄養やたんの吸引に関する研修の実施等も検討している。

● 自治体との連携も検討

本社の所在する新宿区とは連携を取って進めているほか、地域の健康イベントなどで介護食品の試食会なども行っている。自治体とも積極的に連携しながら、デイサービス以外にも拠点到らけていくことを検討していきたい。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

株式会社フロー 介護事業部(モッテコ事業部)  
執行役員 高瀬 誠

介護や支援が必要となっても、“食は楽しみ”であると位置づけられます。そのため、私達は、「手にとって実感できる食の楽しみ」を提供することを目的に、より良い商品やサービスをお届けします。



## 「地域をまるごと元気に」宅配を通して食の支援や見守り活動を展開 高齢者向けサービス：宅配「トドック」を中心に

### 生活協同組合コープさっぽろ

#### ポイント

#### 【サービス利用者からみて】

買い物に出かけるのが難しい状態であっても、安全性に気遣った商品の購入ができると同時に、配達を通じた見守りをしてもらえる  
定期的な見守りを通して、その都度状況を把握してもらえる、また情報やサービスの案内がもらえる

#### 【事業者として】

単なる商品配達にとどまらず、直接訪問する機能を武器とした地域への支援を通して、暮らし全体のサポートに向けたサービス案内ができる

- これまでのビジネスを支えてくれた北海道民、組合員への恩返しとして、地域貢献を考えたテーマの一つとして、「食」が挙げたことがきっかけ（他には、子育て支援など）
- 移動販売車や宅配「トドック」サービスから、見守り活動へ発展し、健康管理食の取り扱いも

人材教育、定着に関する工夫

- “気づく力”を上げるため、「見守りバイブル」を作成し、宅配担当者の意識づけ、スキル向上に注力。同時に、地域担当者に、救急救命士講習の受講を計画的に実施。

届け方に関する工夫

- 配達担当者や組合員とが定期的な係わりによって、お互いの理解が深まり、信頼関係ができているため、セキュリティのしくみが高コストにならない。

地域との連携、ネットワーク

- 北海道との包括連携協定、道内127市町村とも協定を締結するなど、自治体との連携に注力。
- NPOや大学との連携により「地域まるごと元気アッププログラム」に取り組み。

- 宅配サービスを中心とし、さまざまなサービスを付加することによって、より自律的な暮らしの支援をしていくため、道内地域での暮らしへの深堀を通じたサポートを展開したい

### 商品・サービス概要

#### 【商品・サービス】

#### ● 宅配サービス「トドック」

食を中心とした宅配システム。  
カタログやインターネット、携帯電話からの注文を受け、週に1回届けるサービス。  
商品代金以外にシステム手数料として216円/回。

- ・「ななまるサポート」70歳以上で上記手数料が108円。
- ・「75サポート」75歳になると上記手数料が無料。
- ・その他、「よるトドック」「リーディングサービス（視覚障がい者向け音声カタログ）」「子育てサポート」など



#### ● 移動販売サービス「おまかせ便カケル」

移動販売車に、食料品（生鮮、菓子、惣菜など）及び日用品を約1,000品目積載し、決まった曜日・エリアを巡回し、販売するサービス。  
買い物難民対策として、2016年3月現在76台が稼働。125市町村をカバーする。商品や停車位置の希望などは電話にて受け付け、対応。



#### ● 配食サービス「コープ配食サービス」

食事の宅配サービス。普通食、健康管理食、幼稚園給食、産後食などがある。  
事前登録制で、登録曜日に自宅に配食。

- ・普通食コース
  - 普通食：1食あたり562円（税抜）
  - 低カロリー食（約450kcal）：同475円
  - サラダ：同96円
  - 白飯：同86円
- ・健康管理食（朝昼/朝夕/昼夕/3食×ご飯有無の計24コース）  
糖尿や腎臓病などへの対応食
  - カロリー1440調整食：3食ご飯セット2,180円（税抜）
  - たんぱく40g調整食/60g調整食：同2,330円
- ・健康管理食やわか（コースは健康管理食と同様）  
咀嚼力、嚥下力が弱くなった方、低栄養の予防のためなど
  - やわかか食：3食フルセット1,810円（税抜）
  - きざみ食：同2,120円
  - ムース食：同2,120円



### 主な利用者とQOL向上のポイント

### 定期的な配達と「気づき」力で、安否確認や見守り、事情に応じた対応

#### ● 利用者のプロフィール

宅配サービス「トドック」の利用者320,000人（月ベース）のうち、65歳以上は110,000人、うち、単独世帯は11,000人。配食サービスの利用人数は6,000人を超える。（2016年3月現在）

#### ● QOL向上のポイント

担当者の教育により、「気づく」力を向上させ、利用者の事情を察知して情報提供やサービス案内が可能

●環境問題、子育て支援とともに取り組み開始

2008年、「北海道への恩返し」の10年」として、社会貢献につながる取り組みを開始。買い物袋の有料化、リサイクルセンター、割り箸の道産間伐材を皮切りに、子育て支援としての「えほんがトドック」（1-2歳の子供がいる世帯対象に絵本をプレゼント）などに着手。10年より移動販売車、11年には見守り活動をスタートした。

●2012年以降、食における地域貢献が本格化

2010年に開始した移動販売車は、11年の震災以降、被災者対応へと発展。さらに12年以降は、食に関する研究会などを立ち上げたほか、2014年以降、健康管理食（医療食、介護食）などの取り扱いを開始した。

【人材教育】

●「見守りバイブル」の作成による担当者の意識づけ

宅配サービス「トドック」を中心に、高齢者見守り活動を実施しているが、見守り・安否確認には、担当者の“気づく力”を引き上げることがきわめて重要である。そのため、北海道や札幌医大などと連携し、「見守りバイブル」を作成、訓練や教育に注力している。

2015年より、担当者に普通救急救命士講習の受講を計画的に実施し、より高い意識づけやスキル向上を図っている。

実際、11年～15年末までに225件（北海道全体）の行政への通報実績につながっている。配達先で新聞が溜まっているなどから自宅内で倒れている利用者を発見するなどの実例がある。



【届け方】

●信頼関係をベースに見守り活動を強化

宅配サービスを通じた見守り活動であるため、配送担当者利用者は互いに顔見知りであり、信頼関係が構築されている。家族が入院した場合に、近隣のトドック利用者と連携して、最適な商品を届けるなどの対応も可能である。

信頼関係がベースにあるため、特段のセキュリティ対策へのコスト負担もなく、サービスが提供できている。



●宅配車にAEDを搭載

2015年から、宅配車両にAEDを105台搭載し、万一の対応にも備えている。今後随時、搭載車を増やす予定である。

【地域、自治体とのネットワーク】

●見守り協定は127市町村と締結

北海道とは包括連携協定を結んでいるが、道内市町村とは2011年以降、宅配システムを使った高齢者見守り協定を開始、2016年3月現在、33市86町8村の市町村と締結している。残る52市町村にも広げていきたいと考えている。



●「地域まるごと元気アッププログラム」の拡大

2010年よりNPO法人ソーシャルビジネス推進センター、北翔大学、コープさっぽろの3者で健康寿命延伸を目指して、食に加えて運動を通じた健康づくり教室を取り組み、2016年3月現在11市町村で実施している。さらに2015年12月には「認知症になりにくいまちづくり宣言」推進本部を設立。道内179市町村に呼びかけ、2016年度から認知力テストの実施によるMCI（軽度認知障害）の早期発見とアタマとカラダを使った認知症予防教室の取組みを推進する。

●店舗における高齢者相談会「ちょこっと茶屋」の開催

行政・地域包括支援センター等との協力・連携により店舗スペースを活用した相談会を2015年5月から始めた。来店された方が気軽に相談できるサロンとして、現在5市1町7店舗で実施しているが、今後も全道に広げてく予定である。

●自治体との連携を拡大

全道市町村の8割に相当する140自治体との協定締結を目指して、協議を進めている。北海道に根差した展開であるため、いかに道民の生活に密着し、ニーズを深掘りできるか、どれだけ深くかかわっていけるかが重要であると考えている。

●宅配サービスにさまざまなサービスを付加

店舗や物流機能などのインフラと共に、組合員（利用者）、取引先、生産者、自治体、大学などのネットワークがある。これらを有効に活用して、北海道に貢献していきたい。そのために、直接訪問するという宅配の機能は大きな武器になる。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

生活協同組合コープさっぽろ 専務理事 中島則裕

コープさっぽろは、道民の皆さまが北海道の豊かな農水産資源をおいしく、バランスよく食べて健やかに暮らしていただけるように取組んできました。これからは、都市部でも移動販売車を増やし、買い物支援に取組みます。また、市町村と協力・連携して介護予防、認知症になりにくいまちづくりを進めます。当生協は、創立50周年を迎えましたが、次の100年に向け、「人と食」「人と人」「人と未来」を“つなぐ”をきっかけ、これまでの地域見守り活動をベースにしながら、もてる資源を様々な社会活動に積極的に活かしていきたいと考えています。

## ロコモ予防・脳活性化を目指す運動スクール

## 60歳からの運動スクール OyZ (オイズ)

株式会社コナミススポーツクラブ

## ポイント

## 【利用者からみて】

同じ時間、同じメンバー、同じインストラクターで手軽に参加できる運動プログラム

## 【事業として】

1. インストラクターを育成したり、目が届くように1クラスあたりの人数を絞込むなど質の確保に努める
2. ライセンス事業として介護施設のケアスタッフ向けの研修事業を実施

● 地域支援事業等での高齢者向けの運動プログラムの知見を活かし、高齢者の運動能力維持・向上を目指して事業化

● フィットネスクラブ未利用者でも安心して参加しやすい、スクール型のグループレッスン

質の確保

- ストレッチや簡単な筋力トレーニング、踏み台運動など、誰でも取り組みやすい内容
- 血圧のチェック、「無理をしない」指導の徹底など、安全性にこだわる
- 脳活性化コースは国立長寿医療研究センターが提唱するコグニサイズメソッドで開発

集客

- 立ち上がりテストで、ご自身の今の運動能力を知ってもらう
- 自治体の公的介護予防プログラム修了後の運動継続の受け皿にもなっている

働き手

- 教育を受けた全国400人以上のインストラクターが対応

● 運営施設でのOyZプログラムのノウハウをもとに、介護施設向けのプログラムをライセンス展開

## 商品・サービス概要

## 高齢の方でも安心して運動できるスクール形式の運動プログラム

## 【商品・サービス】

## ● OyZスクール足腰強化コース※運営施設で展開

同じ日時、同じメンバー、同じインストラクターの元で運動を行うスクール形式のプログラム。1回60分。ストレッチ、筋力トレーニング、踏み台運動など、ロコモティブシンドローム予防に向けて、高齢者が無理なく取り組むことができる内容となっている。

インストラクターの目が行き届くように1クラス定員15名までの少人数制としている。全国100カ所以上のコナミススポーツクラブで実施（2016年2月時点）。

## ● OyZスクール脳活性化コース※運営施設で展開

脳活性化を目指すコース。1回あたりの時間や形式は上記の足腰強化コースと同じ。足踏み運動などと同時にリズムに合わせて簡単な計算の組み合わせなど、有酸素運動と同時に頭を使う運動を行ってもらう。全国約20カ所で実施（2016年2月時点）。

## 【価格】（2016年2月時点）

足腰強化コース、脳活性化コース共通で  
週1回 月額6,156円（税込） 週2回 月額8,532円（税込）  
※温浴施設利用料は別途

## ● OyZライト（介護施設向けコース）

当社が介護施設のスタッフに研修を行い、合格者が当社のプログラムを指導する介護施設向けのライセンス事業。足腰や体幹強化、脳活性化を目的とした1回30分のプログラム。半年単位でプログラムを更新し、更新研修を受講してもらう。



## 主な利用者とQOL向上のポイント

## フィットネスクラブ未利用層に運動の機会を提供し、介護予防に効果

● 利用者のプロフィール：一般のフィットネスクラブだとハードすぎると感じる方が来ておられる。これまでフィットネスクラブに通ったことがない方など。年代は「足腰強化コース」では、70代前半を中心に60代から80代の年代が多い。「脳活性化コース」はそれよりも少し上の年代の方が多い。男女比で見れば、どちらも女性の割合が高い。当社が受託している自治体の介護予防プログラム（地域支援事業）の参加者が、公的サービス終了後にOyZを利用されるケースもある。

● QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）：実際に参加されている方からは階段昇降がスムーズになった、姿勢が良くなったなどの声がある。毎回同じメンバーで運動するため、そこで友達ができ、スクール後にお茶に行くなど、コミュニティ形成にもつながっている。

● **地域支援事業等で培った知見も活かし、高齢化社会に対応したプログラムを開発**

2006年の地域支援事業の制度化以降、自治体からの受託を受け、高齢者向けの運動教室に取組んでいた。それに伴い、高齢者向けの運動指導に関するトレーニングや研修を行い、社内の教育・ライセンス等を整備していた。

このような素地があったため、今後の人口動態等を考慮し、自治体の地域支援事業から一步広げて、当社が直接提供する高齢者向けの運動プログラムを作ることになった。

● **フィットネス未利用層を対象に運動能力を高める**

あるイベントでコナミスポーツクラブ各店で60歳以上の方を対象とした「立ち上がりテスト」を実施した結果、実に60代以上の4割の方が「ロコモティブシンドローム予備軍」を示すWB1（体重支持指数）40以下であった。この事実も踏まえて、「ご高齢の方の足腰を強化する」コンセプトでOyZスクールを2012年に開始した。

ご高齢の方向けのプログラムを提供するに当たり、ターゲットとしたのは高齢者の中でも「フィットネスクラブはハードルが高い」と感じている方々。

【サービスの質の確保】

● **ご高齢の方が安心して運動できるように**

プログラムはストレッチや踏み台を使ったステップ運動など、高齢の方でも取り組みやすい内容となっている。

また、運動を始める前に血圧を測定し、高ければ見学いただくようにしている。腰やひざに痛みのある方には「無理はしない」「できる範囲で」「休む勇気を」ということを話すようにインストラクター研修の中で徹底している。

1クラス当たりの人数は、インストラクターの目が行き届く少人数制にしており、定員は最大15名。

● **脳活性化コースは国立長寿医療研究センターからの受託事業で開発したプログラムが元**

「脳活性化コース」については、国立長寿医療研究センターからの受託事業で開発した、認知機能の向上に効果があると言われる「デュアルタスク（2つのことを同時に行う）」のプログラムをベースに開発した。

【集客】

● **立ち上がりテスト等で自身の運動能力を知ってもら**

高齢の方の関心が高いテーマでイベントを開催し、そこで立ち上がりテストなどを行い、自分の体力を把握してもらい、運動の必要性を実感してもらおう企画などを実施している。

● **自治体の介護予防プログラムも入口に**

当社が自治体の介護予防プログラムを受託し実施している地域（自治体）ではOyZの会員も多い。公的介護予防プログラム終了後の運動継続の受け皿として紹介いただいているためである。

【提供体制】

● **インストラクターがスクールを担当**

トレーナーからの専門研修を受けたインストラクターを各施設に2人以上配置し、このインストラクターがスクールを担当している。



● **介護施設等へのライセンス事業「OyZライト」を拡大**

介護施設等から要請もあって、ライセンス事業としてOyZ-Lightプログラムを提供しており、この事業を拡大していきたい。介護施設のケアスタッフに3日間研修を行い、その後も半年ごとにプログラムの更新と研修を行う。運動や体の仕組みに関して学べることはもちろん、当社が本業で得意とする「運動を続けていただく」ための「人を元気にさせる、モチベーションを高める」コミュニケーションスキルが学べることが現場のケアスタッフにも評価されている。

全国でフィットネスクラブ約400施設を運営しているが、当

社として自ら介護事業を手掛ける計画はないため、当社のノウハウを各地域の介護事業所で利用いただければお互いにWin-Winの関係だと考えている。

● **エビデンス確立や他の不定愁訴にも挑戦**

認知症予防効果など、今後、エビデンスもしっかりとっていきたい。現在「脳活性化コース」は20施設での展開だが、今後拡大していきたい。

さらにプログラムの開発・拡充は続けていきたいと考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

株式会社コナミスポーツクラブ プログラム統括室 プロデューサー森谷路子

介護予防にスポーツという視点からアプローチする介護予防プログラムを介護施設の皆様向けに展開しています。楽しく続けられるグループエクササイズで、利用者の運動機能の改善をはかってもらっており、導入施設から好評を得ています。

弊社が40年間のスポーツクラブ事業の中で培ってきた運動指導ノウハウが、各地の介護施設、自治体の皆様のお役に立つ部分があると考えております。今後とも弊社のノウハウを活用してお手伝いできる分野には積極的に取り組んでいきたいと考えております。

デイサービスを核にヨガ、コグニサイズのネット配信など複数事業を展開

## 健幸TV（ネット）＋東京マルシェ（リアル）

アグリマス株式会社

ポイント

### 【利用者からみて】

ネット配信で、専門家がない・少ない地域でも医療・介護情報、椅子ヨガなどの運動プログラムを受けることができる  
（低価格で毎月100～200番組、使い放題、見放題）

### 【事業として】

1. 介護保険サービスでの拠点、人材を資源として活用し、地域住民向けのヨガスタジオ、運動プログラムのネット配信など保険外の収益確保に挑戦
2. 各地域の事業者との連携で、地域の介護予防にも取組む
3. 食事・栄養の健康TVによる講習、産直野菜のご紹介など、同業他社へのコンサルティングも開始

- 食やヨガを通じた「地域の健康コンシェルジュ役」を目指し、産直の八百屋、ヨガスタジオ、デイサービス等「健康」や「予防」の観点で事業を展開

- 同一拠点で保険内外のサービスを展開し、質と採算を両立。今後はコンテンツ配信に注力

事業採算性の確保 ● 昼は保険内のデイサービス、午後以降はヨガスタジオや八百屋といった二毛作、三毛作モデルで、質にこだわりながらも、採算を確保

働き手

● 理学療法士の資格を持つヨガインストラクターなど専門性の高いスタッフが保険内/保険外双方のサービスを提供

自治体・他社連携

● 地域の介護予防拠点や介護事業所に介護予防の教室やサークル活動のツールとして提供

- 350店舗の調剤薬局グループ（(株)ファーマホールディング）とも連携して、「健幸TV」の配信先を広げ、地域の介護予防に貢献していく

商品・サービス概要

デイサービス、八百屋、ヨガスタジオ、ネット配信を同一施設で展開

### 【商品・サービス】

#### ● デイサービス事業所として

午前中は介護保険内のデイサービスとして運営。前半、後半各40分ずつのヨガプログラム（椅子ヨガ、椅子コグニサイズ）が特徴。産地直送の産直野菜を使った手作りランチも提供。

#### ● ヨガスタジオ、産直八百屋

午後はヨガのスタジオとして、高齢者に限らず、地域に方々に向けたサービスを提供している。地域の多様な方々にご利用いただけるように、ヨガ、ピラティス、カンフー、フラダンスなど、様々なクラスを設けている。元々八百屋をやっており、店舗にて産直野菜の販売も行っている。

#### ● 健幸TV（予防プログラムの日本全国インターネット配信）

デイサービスで実施している椅子ヨガのプログラムや健康に関する講座をライブ配信するインターネット放送。現状、個人宅、自治体の介護予防事業を実施するコミュニティスペース・サロン、介護施設、企業などに配信中。平成28年度より、大田区の新総合事業における「老人いこいの家を活用した介護予防の通いの場」に、「健幸TV」のプログラムを配信していくことが決定。



主な利用者とQOL向上のポイント

ヨガスタジオには乳幼児からご高齢の方まで幅広い世代が集う

- 利用者のプロフィール: デイサービスとしては要支援から要介護3くらいの方まで。ヨガスタジオではキッズ向けのプログラムもあり、高齢の方に限らず、子供や主婦層など幅広い方が来ている。「健幸TV」は理学療法士やヨガインストラクターといった専門家が少ない地域などへの配信を想定している。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ): デイサービスで実施したり、「健幸TV」で配信する椅子ヨガ、椅子コグニサイズのプログラムは、無理なく安全に、認知症の予防や下肢筋力等を向上させる内容となっている。実際に介護度が下がった方もいる。

## 食やヨガを通じて「地域の健康コンシェルジュ役」を目指す

### ●異業種から介護事業へ参入

元々金融業界で働いていたが、「健康なうちから病気を予防する」ことで地域へ貢献できる事業で起業したいと考えて、退社。まず「食」の部分で野菜の引き売りなども行った後、2011年には海外で心身両面に効果が実証されているヨガに注目して、空き店舗を使い、産直野菜の八百屋とヨガスタジオを併設した店舗を商店街にオープン。

ヨガスタジオのご利用者の中では高齢の方も多く、母がヘルパーとして介護に関わってきたこともあって、2013年に介護保険事業としてデイサービスにも参入（東京マルシェ池上）。

### ●「地域の健康コンシェルジュ役」を目指して

当社の目指すビジョンは「地域の健康コンシェルジュ」。「予防」の観点から事業展開を行い「薬に頼らない本物の健康」を目指して、地域の人々の健康生活を「タベルコト」「ウゴクコト」の両面から支援したいと考えている。高齢者がいつまでも生き生きと暮らし、敬われ、「より良く歳を重ねる」ことをサポートすることが当社のミッションだと考えている。

## 同一拠点で保険内外のサービスを展開し、質と採算を両立

### 【事業採算性の確保】

#### ●複数事業で採算を確保

東京マルシェ池上は、同じ店舗で午前は介護保険のデイサービス、午後や夜は一般のヨガスタジオという二毛作のモデルである（野菜販売を入れると三毛作）。スタッフもデイサービスのスタッフがヨガスタジオの講師も務めている。産直野菜を使ったランチ、理学療法士資格を持つスタッフなど、質にこだわりながらも、同一拠点で保険内外の複数の事業を手掛けることで企業としての採算を確保している。今後はここに「健幸TV」を加えることで、更なる収益の拡大を果たし、スタッフの処遇改善などにつなげていきたい。

### 【提供体制】

#### ●理学療法士など専門性の高いスタッフが 保険内/保険外双方のサービスを提供

理学療法士の資格を持ったヨガのインストラクターや、太極拳の世界選手権金メダリストなど、業務委託も含め専門性の高いスタッフが多数所属している。保険内のデイサービスのスタッフであると同時に、保険外のヨガスタジオの講師も務める。配信プログラムの企画運営にも携わる。

### 【自治体・他社との連携】

#### ●地域の高齢者、地域の商業、自治体、それぞれに メリットのあるスキーム

28年度以降大田区で予定されていることをはじめとして、各地域の自治体の介護予防プログラムとして、健幸TVを活用してもらうことを計画している。

薬に頼らない本物の健康を



Tokyo Marche

健幸TV

www.tokyo-marche-tv.jp



## 「健幸TV」の配信先を広げて、地域の介護予防に貢献

### ●エビデンスの確保

ヨガについてはストレス軽減効果や自律神経を整える効果など、海外でかなり実証研究が進んでいる。

当社が「健幸TV」にて提供する椅子を使ったコグニサイズ体操は国立長寿医療研究センターが開発したプログラムを元に展開している。当該センターへの登録申請は行っているが、今後は更なる連携を行い、エビデンスを明確にしていきたい。

### ●「健幸TV」を全国に

今後、東京マルシェ池上のような「デイ+ヨガスタジオ」のようなリアル店舗を多店舗展開していくことは品質確保の面で

難しい。むしろ、「健幸TV」の配信先を全国に広げることで、各地域の介護予防、認知症予防に貢献していきたい。自治体の介護予防教室サロンの他、介護施設での配信も予定されている。健幸TV配信先を全国に1,000ヶ所作ることが目標である。

また、介護予防、認知症予防のためには、週に1回程度のデイサービスでの運動では限界があり、在宅や地域コミュニティでの日々の運動習慣が重要である。在宅や地域コミュニティでの介護予防、認知症予防に「健幸TV」が役立つ存在となることを目指している。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

代表取締役 小瀧 歩

東京都大田区では「新総合事業の受け皿ツール」としてご利用いただくことが決まっておりますが、今後は首都圏地域よりも、特に地方において、理学療法士等の専門スタッフ不足による「介護予防格差」が顕著になっていくもの予想しております。費用をあまりかけずに地域住民主体の「介護予防サークル」を立ち上げていくためのツールとして、日本全国の市町村にご提供していければと考えております。



## 公的サービスと自費サービスを一貫提供し、地域に新たな市場を創出 元気が出る学校・大学（循環型介護予防エコシステム）

株式会社くまもと健康支援研究所

### ポイント

#### 【利用者からみて】

1. 公的な予防事業の終了後も同じメンバー同士の自費サービスに参加できる
2. フィットネスクラブなどの社会資源が充実していない地域でも介護予防サービスが受けられる

#### 【事業として】

1. 公的サービスと自費サービスを切れ目なく提供することにより、自費サービスへの高い移行率を確保
2. 商店・旅館など、地域の民間遊休資源を有効活用し、コストをおさえる

- 介護サービス、介護予防サービスともに「卒業後の受け皿」が不足しているという課題を解決
- 社会資源を活用しつつ、公的サービスと自費サービスを切れ目なく提供し、新しい市場を創出  
集客
  - まず公的サービスで体験してもらい、そこでできたコミュニティを自費の段階でも途切れないようにすることで、3~4割の方が自費サービスに移行
- 採算の確保
  - 商店街の空き店舗や旅館といった民間の遊休スペース＝地域の社会資源を有効活用
- 働き手
  - 看護師・理学療法士・健康運動指導士といった有資格者を組織化して、各地域でサービス提供
- 「受け皿」が充実していない他の地域に対しても、新しいサービスを創っていく

### 商品・サービス概要

### 公的サービス「卒業」後の受け皿として自費サービスを一貫提供

#### 【商品・サービス】

##### ●元気が出る学校（公的サービス）

自治体からの委託を受けて実施する公的な介護予防サービス（二次予防事業もしくは総合事業の通所型サービス）。送迎し、半日程度でストレッチや筋力向上、個別のトレーニングなどの運動を行ったり、食事をする。最長半年で「卒業」してもらおう。

##### ●元気が出る大学（自費サービス）

「元気が出る学校」の「卒業後」に希望者が参加する自費サービス。サービス内容は「元気が出る学校」と同様、送迎があり、半日程度で食事や入浴、理学療法士や看護師等のトレーナーのもとで運動トレーニングを行う。「大学院」としてお出かけ・旅行などのQOLサービスも行っている。

#### 【価格例】

##### ●元気が出る大学

1回あたり1,500~2,000円。週1回利用で月6,000~8,000円。



### 主な利用者とQOL向上のポイント

### 継続して通える場があることで健康維持・介護予防へ

- 利用者のプロフィール：入口は公的サービスであり、二次予防対象者や要支援の方々。概ね、3~4割の方が、公的サービスから、自費サービスへ移行される。公的サービス「卒業」に、フィットネスクラブ等の社会資源が充実しておらず、「受け皿」が希薄な地域（自治体）の方が対象となっている。
- QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）：公的サービスを卒業しても困らない「受け皿」を提供することで、利用者の介護予防を支える環境を整備することが当社のミッション。公的サービス卒業後も、定期的に外出し、運動を行ったり、同じ人たちと交流が行える社会参加の場があることで、健康維持・介護予防につながっている。民間の遊休資源を活用し、商業者を要支援高齢者を支える担い手にすることで、高齢者の方々の社会参加や交流の場所を作ることができていると思う。

● 公的サービスから「喜んで卒業」できる仕組み作りを目指して

地域包括ケアの中では「自助」や「互助」が欠かせないが、いったん「公助」（介護保険）の世界に浸かってしまった人はなかなか抜け出るのが難しいのが実態である。デイサービス等の介護施設が「通う場所」になっているし、そこでコミュニティが出来てしまうので、なかなか「卒業」できない。二次予防事業や総合事業も同様で、介護予防教室や通所サービスに参加しなくなった後に健康状態が悪化するケースが多い。

そこで、公的サービス利用後の「受け皿」を作り、公的サービスを「喜んで卒業」できる仕組みを作りたいと考えたのが当社のサービスの背景である。

● 健康になれる環境作り

元々大学で公衆衛生分野の研究をしており、大学院生時代に当社を起業。地域では資源が足りない上に、資源があったとしても「つなぐ」役割を担う人間が不足していると感じていた。

地域で資源を作ったり、資源をつなぐことにより、住民が地域の中で健康になるためのサービスを受けられる、選べる環境を作ることが必要だと考えた。

【集客】

● 公的サービスと自費サービスを切れ目なく提供

公的サービスである「元気が出る学校」は、一定期間後に終了（卒業）するものなので、「卒業」を喜んでもらうための仕掛けとして「学校」形式としている。（健康状態・運動機能等についての）「通信簿」も出すし、卒業後の「進路指導」も行う。

「元気が出る学校」卒業後に3~4割は自費の「元気が出る大学」に進む。いきなり全額自費だとハードルが高いが、はじめの「元気が出る学校」の部分が公的サービスで無償もしくは一部の自己負担で利用できるため、「体験」したうえで納得して自費に進む方が多い。

また、同じ場所で公的サービスの「学校」を午前、自費の「大学」を午後にして、昼食は「学校」「大学」で一緒にとるようにしている。こうすることで、公的サービス卒業後もコミュニティが途切れることがない。公的サービスでできたコミュニティをいかに自費サービス側でも維持・活性化するかが重要だと考えている。

日帰りのお出かけや旅行などのQOLサービスもコミュニティ形成、コミュニティへの帰属意識を高めるのに役立っている。

【事業採算性の確保】

● 商店街の空き店舗や旅館など民間の遊休スペースを有効活用

株式会社が運営しているため、公民館などの公的施設を使うには制約が多いため、地域の社会資源である民間が保有する空きスペースをうまく活用して、場所代をおさえている。

例えば、平日昼間の旅館の一角やショッピングセンター

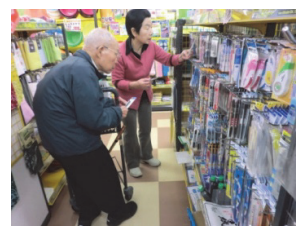
のフードコートを使ったりしている。喫茶店やスナックを利用しているケースもある。さらに住民ボランティアにも有償で参画いただいている。

【提供体制（働き手の確保）】

● 資格者を社員、登録で抱え、各地でサービス提供

「元気が出る学校・大学」の運営のために、看護師や理学療法士、健康運動指導士などの有資格者が従業員として60名程度所属。登録している退職後や子育て中の非常勤スタッフも含めると150~160名在籍している。

各地で退職後や子育て中の有資格者を積極的に発掘・採用・育成するとともに、当社のスタッフが各自治体に出向いて行ってサービス提供する形である。



● 「熊本」以外の地域での展開

熊本県内では4~5割の自治体で、介護予防サービス、コンサルティングサービス等を提供している。

既に福岡、大分、長崎などでは展開を始めており、提供エリアを広げていきたい。都市部はフィットネスクラブ等社会資源が充実しているため、公的サービス卒業後の受け皿もある。問題はそれらの社会資源が充実していない地域で、そうした場所に新しい自費サービスを作り上げていき、地域の事業者を

要支援高齢者の支援者に据え、自治体、住民ボランティアとの協働による支援環境整備が当社の役割だと考えている。

● 共助、公助と共存・並走

ボランティアとも並走していきたい。ボランティアは善意で成り立つものなので、利用者が使いにくい側面もある。

一方、介護保険事業者は中重度の方や認知症ケアなど専門的なケアを担い、当社のような事業者が予防や軽度の方向けのサービスを担うといった役割分担ができると思う。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

人口減少地域においては、地域事業者を巻き込んで、自治体、地域が一体となって個人の健康づくり・介護予防の技術強化とそれを支える環境整備をまちづくりの視点で進めていくことが重要だと考えます。私たちは、健康寿命延伸に取り組む社会企業として自治体（福祉部局、商工部局）との横断的な協働により、地域にある社会資源（民間遊休スペース、潜在有資格者、住民ボランティア等）を活用して、健康寿命延伸と地域経済活性化、社会保障費適正化の一石三鳥のビジネスモデルに真摯に取り組んでいます。

本サービスは、市場サービスやボランティアなどの社会資源が乏しい地域において、特に必要とするサービスであると考えています。利用者とその家族が介護保険からの卒業を喜ぶことができるまちづくりに向けて、課題意識を共有する自治体との協働で環境整備にあたっていきたく思います。

FC展開に加えて高齢者向け教科書などの「メソッド」を外販

## 「学校」形式のデイサービス 「おとなの学校」

株式会社おとなの学校

ポイント

### 【ご利用者からみて】

- 通常の介護にある「してもらう」から、「自分でする」空間を提供することで、心理変化を促し機能向上をはかる
  - ・ 一般的な介護現場はどうしても「自分は〇〇ができない」と心理的に「落ちる」場である。そうではない場を作るため、「自分でする空間」を提供している。
  - ・ 相手が介護士や看護師だと思っから車いすも「押して」となるが、相手が「先生」だと思っると「自分でする」となる。
  - ・ 「学校」という場をつくることにより、「学生＝未来がある」という場にしたいと考えている。

### 【事業として】

- フランチャイズ展開やメソッドの外販によってサービスの広域化と収益化をはかる
  - ・ 「おとなの学校」そのまま形態のデイサービスをフランチャイズにて展開。事業所の開発からノウハウの伝授など「おとなの学校」をフルスペックで提供し広域展開をはかる。
  - ・ 教科書等の教材制作をきっかけに、デイサービスや有料老人ホーム等幅広い事業所にアクティビティの一部として高齢者向け教科書や先生向け教則本などのメソッドを提供している。

商品・サービス概要

### 「おとなの学校」とは30分間単位で「授業」を行う「学校」形式のデイサービス

#### 【商品・サービス】

##### ● 「おとなの学校」

- ・ 30分間単位で「授業」を行う「学校」形式のデイサービス。チャイムがあり、スタッフが「先生」となって、授業が行われる。入学式や卒業式、「甲乙丙」の通知表もある。
- ・ 脳の機能をトレーニングする「脳トレ」ではなく「回想法」を実践している。
- ・ 認知症の高齢者の方にとって、「今のこと」は言ってみれば「アウェイ」であるが、「昔のこと」は空気として残っており、心理的には「ホーム」である。「おとなの学校」は心理的な「空気」「場の力」を用いて心理的にご高齢者の方々の「ホーム」に戻すことを狙い機能改善をはかっている。

##### ● 「おとなの学校」メソッドの販売

- ・ 「おとなの学校」の広域展開のため、メソッド導入を希望する介護事業者に対して導入研修を行うとともに、毎月分の教科書と教則本を提供。
- ・ 現在、メソッドを導入している介護事業者は全国で約30ヶ所（2015年10月現在）。老健、デイサービス、サービス付高齢者住宅など様々な事業所で利用されている。

#### 【価格】

##### ● 「おとなの学校」メソッドの導入価格

- ・ 価格例：定員20人、登録50名のデイサービスで  
初期費用15万円、教材費毎月75,000円が目安

#### 「おとなの学校」とは？

学校には「学び」があります。  
「学び」のある毎日は、感謝と感動で溢れています。

「おとなの学校」では、全てのものが「学校」であるために準備されています。ここは、お客さまもご家族も、そしてスタッフまでもが感謝と感動を生み続ける場です。



主な利用者とQOL向上のポイント

### 重度の認知症も対応。「感謝」と「感動」の場から高齢者を元気に

- 利用者のプロフィール：デイサービスや特養などメソッドが展開される事業所によって要介護1～5まで様々。
- QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）
  - ・ FIMの認知項目のスコアがあがるといった機能改善が期待される。
  - ・ 重度の認知症であっても、授業内容に従って教科書に文章を書いたり、授業の30分間座っていただける方がほとんど。「5分と座っていただけないので何とかならないか」といったご家族からの要望にも応えられている。
  - ・ “学びの喜び”や“同級生の仲間たち”によって意欲を高め、諦めず前向きになっていただける心理変化を促している。

## 「自分でやる空間」を提供したい、色々な取組みを通して「おとなの学校」に辿りつく

一般的な介護現場はどうしても「自分は〇〇ができない」と心理的に「落ちる」場である。そうではない場を作りたかった。ある学習療法を知ったことが一つのきっかけで「学ぶ」ということは楽しいということに気付いた。「介護士にやってもらう空間」と「自分でやる空間」、どちらを提供することが高齢者の方にとっての幸せかを考えた時に、我々は後者を提供したいと考え、「おとなの学校」に辿りついた。

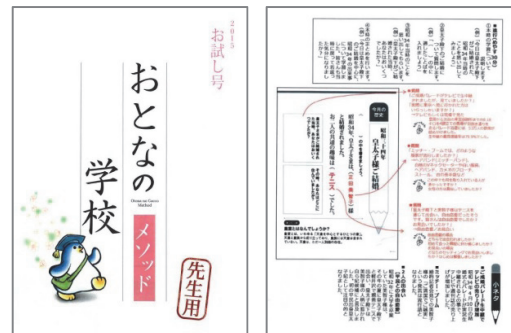
## 心理的な「空気」や「場の力」を重要視 誰でも授業を楽しめ、また行いやすいよう独自の教科書を制作

### ● “教室という空間” を再現し五感を刺激

- ・ “教室という空間” により五感を刺激させるため、黒板や時間割、時計などを実際の学校のように設置、チャイムも鳴るなど学校の懐かしさを五感で感じられる作りになっている。
- ・ 事業所内の様々な場面でも「学校」を再現している。老健で在宅に戻られる際には「卒業式」を行い制服も着用する。デイサービスでは「卒業式」はないが、利用を始められるたびに「入学式」を行っている。期末には「甲乙丙」の通知表も作成し手渡しをしている。
- ・ ただし、「学校」の形はとっているが、利用者には必ず「～様」と呼ぶなど、サービス業としてのお客様に対する対応は徹底している。

### ● 「おとなの学校」独自の教科書を制作

- ・ 「おとなの学校」で使われる教科書を、編集のプロと介護のプロと協業で毎月制作している。
- ・ 教科書には昔のものも含めて季節感も織り込みながら、写真もたくさん入れている。また、授業の間にはさむ「小ネタ＝雑学や豆知識」を載せている。
- ・ 「先生用」として教則本（ティーチングノート）を提供している。教科書を使ってどういう進行をすればよいかを記しており、誰でも授業が行いやすいようになっている。



## 「おとなの学校」メソッドをより広域に提供 回想法を活用した“ライフレコード”サービスの開発と提供

### ● 病院や海外への展開

- ・ 介護施設以外に病院にも展開していきたいと考えている。回復期リハ病棟などで導入すれば、運動能力とともに認知機能も上げていくことができると期待される。
- ・ 実際に海外からの視察もあることから、知財の問題を解決しつつ海外に展開したいと考えている。

### ● 高齢者のこれまでの人生を振り返る“ライフレコード”を家族が制作できるツールの開発と提供

- ・ 回想法を活用し、結婚式のビデオ・写真スライドのような形で高齢者の生い立ちから最近までを写真とコメント入りで振り返る“ライフレコード”を「おとなの学校」で制作している。
- ・ 今後は、製作をスタッフではなくご家族が制作できるようなツールを開発し、提供するサービスを予定している。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

株式会社おとなの学校  
代表取締役 大浦 敬子

おとなの学校にあるもの、それは「未来」。人は明日があるから生きられるのではないのでしょうか。  
最期の瞬間まで、未来を信じて生きられる場所を創る、それが私たちの願いです。

高齢者の「自信、意欲、誇り」を引き出し認知症を予防・改善

## 読み書き・計算による認知症予防、改善プログラム

株式会社公文教育研究会 学習療法センター

### ポイント

- 「くもん学習療法」：認知症高齢者の脳機能の維持・改善をはかる
- 「脳の健康教室」：元気な高齢者が認知症予防として取り組む

#### 【ご利用者からみて】

1. 「読み書き計算、コミュニケーション」を行うことで脳の活性化を促し、表情・意欲・身辺自立・QOLを向上させ、認知症予防と改善に寄与
2. 学習療法は「起点」「スイッチ」であり、高齢者の「自信、意欲、誇り」を引き出すことが学習療法の効果

#### 【事業として】

1. 教材を介してスタッフと利用者のコミュニケーションが深まるため、スタッフの人材育成と、介護力を大きく引き上げる
2. 導入施設側の体制など、導入に一定のハードルを設けることにより、質を確保
3. 実施するのは介護施設、自治体やNPO。当社は教材提供や人材育成という裏方に徹する

### 商品・サービス概要

高齢の方々に「自信」「意欲」「誇り」を持っていただく  
施設全体の介護力を大きく引き上げる

#### <くもん学習療法>

##### 【商品・サービス】

#### ●ご利用者から見て

- ・「読み書き計算、コミュニケーション」を行うことで認知症高齢者の脳機能の維持・改善をはかる
- ・学習療法を受けることで認知症の方の「自信、意欲、誇り」を引き出す。学習療法が「起点」「スイッチ」となり、リハビリ効果が高まるという評価も得ている

#### ●導入施設から見て

- ・教材を介してスタッフと利用者のコミュニケーションが深まる。利用者の人生のバックグラウンドをスタッフが知ることが可能となり、介護スタッフの人材育成に寄与
- ・日々の学習療法を通じて、ちょっとした字の乱れから体調の変化を感じ取ることもできる。一般的な介護サービスでは気付かない小さな変化が見え、この「気付き」が介護力向上の重要なポイントとなる

#### ●導入実績

- ・国内約1,600施設で導入され、約12,000名が学習中。アメリカでも10州24施設で導入されている（2016年1月現在）

##### 【価格】

- 導入施設から一人あたり月額2,000円（税抜）を納入。※導入時には別途研修費用がかかります。

#### <脳の健康教室>

##### 【商品・サービス】

#### ●ご利用者から見て

- ・「読み書き計算、コミュニケーション」を行うことで認知症予防を促し、仲間づくり、社会参加へつなげる

#### ●実施実績

- ・約240の市区町村で、約470の教室が開講されている（2015年度）
- ・教室では地域のボランティアである教室サポーターが受講者対応を行う。活動を通じて地域のコミュニティを形成。

##### 【価格】

- 当社には一人あたり月額2,000円（税抜）を納入。※導入時には別途研修費用がかかります。

<宮城県仙台市における  
脳の健康教室の様子>



### 主な利用者とQOL向上のポイント

### 健常な高齢者の認知症予防から認知症高齢者の脳機能維持・改善

- 利用者のプロフィール：くもん学習療法の利用者は認知症高齢者であり、実施主体は介護施設。脳の健康教室の利用者は主に健常な高齢者であるが要支援者も含む。実施主体は自治体やNPO団体。
- QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）：認知症の予防～脳機能の維持・改善。高齢の方々の「自信」「意欲」「誇り」を引き出す。

東北大学の川島隆太教授の研究テーマである「読み書き計算が脳の活性化につながる」を実証するため、2001年9月、独立行政法人科学技術振興機構の助成を受けた産官学の共同プロジェクトとして実践研究をスタート。

実践研究におけるFAB・MMSEの結果から、読み書き計算により認知機能が向上することが立証されたため、2004年7月、学習療法センターを立ち上げて事業として進めていくことになり現在に至っている。

## 高齢者の「自信」「意欲」「誇り」を持っていただく仕掛 導入施設側にハードルを設け質を確保

### ● 学習療法や脳の健康教室を通じて、高齢者の「自信」「意欲」「誇り」を持っていただくことを目指す

教材づくりには相当の経営資源を投入しており、高齢者の方々の長期記憶をよみがえらせるような古い日常用品等を読み書き教材の題材に入れたりしている。

こうして高齢者の方に「自信」「意欲」「誇り」を持ってもらい、スタッフの方々にも「そうか、介護とは3大介護だけではないんだ」と思ってもらえることを目指している。

### ● 認知機能のレベルに合わせた教材を用意

教材は利用者の状態に合わせたものを提供できるようにしている。状態の異なる利用者と同じ教材を使用することは「自信」「意欲」「誇り」という観点で逆効果になることがある。

脳の健康教室についても、教材を2種類用意している。健康教室に来られる方の中には、元気といっても軽度認知障害（MCI）の疑いのある方もいるため。

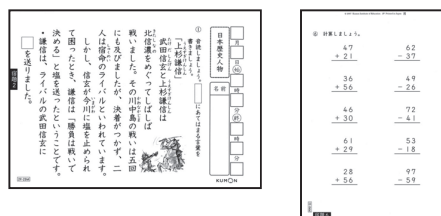
### ● 学習療法の導入には施設側に一定のハードルを設けることによって質を確保

学習療法や脳の健康教室はいわゆる「脳トレ」とは異なり、学習の進め方によって効果が全く異なってくる。

そのため、導入してもらおう施設にはあえてハードルを上げることで、「質」を保っている。具体的には、高齢者の方2人に対してスタッフ1人の配置や、学習時間は1日30分をできれば週5日、少なくとも週3回以上お願いしている。



学習療法教材



脳の健康教室教材

利用者の状態を把握し、一人ひとりがスラスラ学習できる教材を提供していく。

## 学習療法、脳の健康教室のさらなる普及と、ソーシャルインパクトボンドへの取り組み

### ● 学習療法、脳の健康教室のさらなる普及

かつて「メタボ」の知名度は低かったが今では誰もが意識するようになった。同じように、学習療法・脳の健康教室を拡げていくことで、若い方も含めて、学習療法、脳の健康教室を知っている状況を目指す。認知症についての認識を一般の方々にも高めていただくことが、認知症に関わる諸課題の解決につながっていくと考えている。

また、脳の健康教室についても、体操とのコラボなど今後の総合事業を含めた地域のコミュニティ・カフェ等のコンテンツとして利用してもらえるよう働きかけていく。

### ● 学習療法に携わる方に対して、新たな資格認定

2016年4月からは学習療法を実践される方に「学習療法実践士」「学習療法マスター」という資格を認定する予定。日常的に学習支援を行う実践士のうち、施設責任者の推薦を受けた方が当社の研修を受けると「マスター」に認定される。

### ● ソーシャルインパクトボンドへの取り組み

介護予防分野の初の試みとして、ソーシャルインパクトボンドの調査事業が経済産業省に採択され、進めているところである。学習療法や脳の健康教室が、ご高齢の方々の生活やケア全体にどのように影響しているか、社会的な便益、経済効果を生むのかを研究していく。

### 事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ 学習療法センター代表 大竹洋司

科学技術振興機構（JST）の補助を受け、2001年9月から産官学で実証研究を実施した結果、認知症高齢者、軽度認知障害（MCI）の方の脳機能の維持・改善、ならびに元気高齢者の認知症予防にも極めて高い効果があることが明らかとなり、学習療法・脳の健康教室は誕生しました。また、経済産業省の委託を受けたソーシャルインパクトボンド調査事業によって、高齢者の認知機能の維持・改善はもとより、公的なコスト（介護費・医療費）への貢献や高齢者介護施設の経営面においても大きく貢献出来る可能性が明らかになりつつあります。

学習療法センターは、実践者である導入施設、自治体の皆様とともに、学習療法・脳の健康教室の実践内容を、更に進化させていきたいと考えております。

# ホスピタリティと専門能力を身に付けたドライバーによる外出支援 サポートタクシー（ケアタクシー）

日本交通株式会社

## ポイント

### 【ご利用者からみて】

買い物、観光、お墓参りなど、ご高齢の方・障害のある方のお出かけをタクシードライバーが付き添い、サポートしてくれる

### 【事業として】

1. 介護・応急救護などの専門スキルを身に付けたエキスパートドライバーが対応
2. 時間制の料金体系やドライバー主体の運営でコスト問題を解決

- 「個人顧客から選ばれる」ことを目指して開始したサービス。「サポートタクシー＝高齢者の外出支援」は「観光」「キッズ」と並ぶ分野の一つ
- 独自の工夫・取組みで、コスト問題を解決し、質の高いサービスを提供

サービスの  
質の確保

- 優良ドライバーから希望者を募り、教育を徹底することで質の高いサービスを提供
- ドライバー同士でノウハウやサポートの留意点等も共有

事業採算の  
確保

- 独自開発のアプリでドライバーがお客様から直接予約注文を受け、本部コストを省く
- 時間制の料金システムにすることで、短距離が多い送迎ニーズに対応

- ドライバーのモチベーション向上や就職希望者の増加といった副次効果も生んでおり、今後もエキスパートドライバーの数を増やしていく予定

## 商品・サービス概要

## 専門のドライバーによる時間制の送迎・付添い等の外出支援サービス

### 【商品・サービス】

#### ● 専門のドライバーによる病院や買い物の送迎や付き添い

日本交通グループ約7,000名の中から、選抜された乗務員「エキスパートドライバー」が「サポート」「観光」「キッズ」の各分野において付加価値の高い時間制のサービスを提供している。

「サポートタクシー」は高齢の方を対象としたサービス。2015年11月時点で33名が対応している。

使用シーンは、病院への通院、買い物、お墓参り、家族の結婚式の出席といった場合の送迎と付き添いなどである。

#### ● 他社との連携により、百貨店や空港にも付き添い

三越との提携により、日本橋三越本店内の買い物をサポートするサービスもある。三越のパートナー研修にドライバーが参加したり、当社用の研修を三越に実施してもらっている。

JALやANAといった航空会社とも提携しており、ご自宅から空港の搭乗口までの送迎も行っている。



### 【価格例】

#### ● 時間制の料金体系（2015年11月時点）

最初の1時間 5,270円（運賃4,650円、サポートチャージ620円）  
以降30分後とに2,420円（運賃2,110円、サポートチャージ310円）

## 主な利用者とQOL向上のポイント

## ご高齢の方に対する、送迎を超えたお出かけの精神的・身体的サポート

- 利用者のプロフィール：年代では70代の方が多い。要介護認定は受けていないが外出に不安があったり、支障があるといった方や、要介護2程度までなら介護が必要な方にも対応している。
- QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）：定期的な利用の方が多い。買い物の後の荷物の仕訳のお手伝いや、お墓参りの送迎時のお墓の掃除など、単なる送迎ではなく、「お出かけに伴う精神的・身体的な何かかしのサポート」を行うサービスといえる。

● “ひろう” から “えらぶ” 時代に、「選ばれるタクシー会社」を目指して

当社は、右肩下がりのタクシー業界の中で、“ひろう” から “えらぶ” 時代に「選ばれるタクシー会社」を目指している。当社は元々ビジネス顧客の割合が高く、個人のお客様に選んでいただくための新機軸を探していた。全国のタクシー会社にも行脚して話を聞いたり、社内でも検討する中で、付加価値を感じていただけるのは「高齢者のケア」「観光」「キッズ」の三分野ではないかという議論になった。

ただし、こうしたサービスは、後述の本部管理コストとドライバーにとっての不採算性の問題から、地方では事例があるものの、東京等都市部で手がけているところがないのが実態であった。ただ、そこで諦めずに、受注スキームを工夫することで実現にこぎつけた。

【サービスの質の確保】

● 選抜されたドライバーの中から、希望者に教育を徹底し、専門性の高いサービスを提供

「サポート」「観光」「キッズ」の三分野からなるエキスパートドライバーサービス（以下EDS）は1年以上の無事故無違反の優良ドライバー（「黒タク乗務員」）3,500名の中から希望者を募っている。

「サポートタクシー」のドライバーは普通救命救急研修、ユニバーサルドライバー研修に加え、全員が介護初任者研修を終了している。資格取得費用は現在は研修会社と提携し、全額会社負担で対応している。更に月に1回はスキルアップ研修を行い、専門性の向上に注力している。

● ドライバーの高い「現場力」も特徴の一つ

EDSドライバーは社内のSNSを通じて、ノウハウや個別のお客様ごとの留意点を共有したり、勉強会やミーティング等を自主的に行っている。こうした現場力の強さも他のタクシー会社にはない強みである。

【事業採算性の確保】

● ドライバーへの直接予約と、時間制料金により、コストの問題を解決

EDSのような注文型のタクシーサービスの場合、通常、予約・注文を受け付ける本部の管理コストが必要になる。また、病院への送迎のような短距離だと歩合給で働いているドライバーにとっては割が合わないことになる。当社では、次のような方法で管理コストとドライバーにとっての不採算性という問題を解決した。

① スマホアプリによるドライバーへの直接予約

ドライバーに独自開発のアプリを入れたスマホを持たせて、お客様からの予約注文をドライバーが直接受け付け、ドライバーが電話やメールでお客様に連絡を取る形にした。これによって、本部の管理コストを不要としている。

② 時間制料金

通常の距離料金だと短距離の送迎はドライバーの割に合わないため、「1時間以内ならいくら」という時間制の料金とした。それなりの費用をいただくことにはなるが、その分、前述のような教育を徹底することで付加価値を認めてもらっている。

POSITION



● EDSにより、ドライバーのやりがい向上、採用希望者が増える効果も

EDSにおける最大の課題は人材の確保。あくまで「ドライバー自らが手をあげる」ことにこだわりたいので、急に数を増やすことはできない。しかし、サポートタクシーをはじめとするEDSを始めたことにより、ドライバーのやりがい・モチベーションが向上したことに加え、当社への中途採用、新卒採用の希望者が増えている。現在の入社希望者はEDSを目標に入社を

希望する人も多く、こうした人たちの中から、EDSの担い手が増えていくことを期待している。

2015年11月時点でEDS乗務員は150名強だが、1,000名体制を目標としており、3年以内には「サポート」チームも200名体制を目指している。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

日本交通株式会社 管理部 営業企画  
マネージャー 徳山 正敏

いわゆる介護タクシーではなく、ご高齢の方・障害のある方のお出かけを乗務員が付き添いサポートするサービスです。気軽に、積極的に外出することで、身体面や精神面でも良い影響がもたらされ、その結果、社会的にも介護費・医療費などの削減や、地域活性化、消費拡大などに繋がるかと考えています。現在、定期的にご利用される方も増えてきており、社会的にも認知され、必要性もあるサービスと感じています。是非、地域介護にご活用頂ければ幸いです。



## バリアフリー旅行のプロが付き添う旅行サービス

# トラベルヘルパーサービス（介護旅行）

株式会社エス・ピー・アイ(あ・える倶楽部)

### ポイント

#### 【利用者からみて】

専門的な教育を受けた「トラベルヘルパー（外出支援専門員）」が身近なお出かけから、旅行までをサポートしてくれる

#### 【事業として】

1. いち早く「介護旅行」分野にフォーカスし、市場を創造しながら、長年にわたりノウハウを蓄積
2. 専門資格「トラベルヘルパー」として人材を育成しつつ、各地でのネットワークも構築

- 環境が整備されていない時代に、介護が必要な方が「旅に行くのをあきらめている」状況を打破すべく事業を開始
- 専門家である「トラベルヘルパー」の育成とネットワーク構築でニーズに対応

サービスの  
質の確保

- 専門家「トラベルヘルパー」による質の高いサービス。資格者は700名を超える。宿泊を伴う介護旅行に同行できる2級では120時間以上のカリキュラム。

集客・運営

- 口コミ、パブリシティによる集客とリピーターに支えられる。
- テレワークの活用などで、旅程を企画するコーディネイト人材の確保にも努める。

ネットワーク

- 各地域のトラベルヘルパーセンターとも連携し、様々なニーズに対応する。

- 人材育成を進めながら、「日常的な外出のトータルサポート」など、活躍の場を広げることも構想

### 商品・サービス概要

## 介護旅行サービスに加えて、専門家の育成にも取り組む

#### ● トラベルヘルパーサービス（介護旅行）

##### 【商品・サービス】

介護が必要な方向けに、介護技術と旅の専門知識を持つ介護旅行のプロ「トラベルヘルパー」が同行する介護旅行サービス。

身近なお出かけから長距離の旅行まで、お客様ごとの個別の要望に応じてプランを打合せ、旅程作成と見積もりを行った上で契約する。

##### 【価格】（2016年2月時点）

料金のご利用される方の自立度（介護度）により異なり、トラベルヘルパー1人あたり2～3万円/日（税別）。本人やトラベルヘルパーの旅費は別途かかる。

#### ● トラベルヘルパー（外出支援専門員）養成

当社の登録スタッフ以外も対象に、介護技術と旅の業務知識をそなえた「外出支援」の専門家を育成している。3級、準2級、2級がある。他に外出支援コーディネイト技法を1級講座と併用で開催している。（特定非営利活動法人「日本トラベルヘルパー協会」にて対応）



### 主な利用者者とQOL向上のポイント

## 介護が必要な方を中心に、「生きがい」につながる旅をサポート

- 利用者のプロフィール：ほとんどは要介護の認定を受けている方。年間400～500組の利用がある。利用者の多くはリピーターの方である。トラベルヘルパーの費用分、普通の旅行よりも費用は掛かることになるが、富裕層・資産家に限らず、一般的な方がご利用されている。健常・自立の方が年に数回旅行に行っているところを、年に1～2回程度なら、旅行、お墓参り、家族の結婚式の出席等に少し費用をかけてもいい、という感覚だと思う。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ)：単に「趣味」や「お楽しみのため」だけでなく、「大切な思い出の場所を訪れたい」、「もう一度ふるさとの山々を見たい」、「お墓参りや家族の結婚式の出席したい」など、家族や親しい人との絆を深めることや、自宅や施設に閉じこもることなく他との交流を持つことで、生きがいに繋がっていることが多いと感じる。

● 旅のニーズを「あきらめ」で終わらせないために

「介護旅行」のサービスを始めたのは約20年前（1995年）。元々、ある旅行会社に添乗員として働いていたが、「介護旅行」の分野にニーズを感じて創業。  
 当時は、介護が必要な方は旅行に行きたいと思っても、あきらめていることが多かった。しかし、外出や旅行のニーズの強さは感じており、これを何とか実現しようと考えた。サービス開始当初は、交通関係、ホテル・旅館等もバリアフリー環境が整っておらず、大変苦労した。  
 また異業種から参入した株式会社ということで、既存の介護事業者からの抵抗も大きかった。  
 バリアフリー法の施行以降、環境も格段に良くなり、介護予防重視の流れから、最近は障害者差別解消法の施行もあり、関係事業者の関心も高まってきていると思う。

● 安心して旅・外出をしていただくために人材を育成。介護職の処遇改善も視野に。

公共交通機関での移動や温泉旅館での入浴介助など、介護が必要な方の旅行の同行には、通常の介護の知識・技術に留まらない独自の知識やノウハウ、さらに立場の違う専門職どうしのサービスをシームレスにつなぐことが必要となる。  
 そのための専門家「トラベルヘルパー」の育成を1995年に開始。2006年には特定非営利活動法人「日本トラベルヘルパー（外出支援専門員）協会」を設立し、育成事業を移管した。  
 資格取得には一定の費用も時間もかかるが、その分専門性を高めることで、通常の介護事業所で勤務しているよりも時間単価でみれば高い報酬を得られる可能性がある。介護職のキャリアアップや処遇改善にも寄与するのではないかと考えている。

【サービスの質の確保】

● トラベルヘルパーによる専門的なサービス

専門的な教育を受けた「トラベルヘルパー」の資格者が当社に登録しており、お客さまからの要望を受けて、旅行に同行する。トラベルヘルパー資格は3級、準2級、2級があり、3級は基本を学ぶコース、準2級は仕事として日帰り等の外出支援ができるレベル、2級は介護・看護系の有資格者を対象としており、仕事として宿泊を伴う介護旅行に同行できるレベル。受講時間の目安はそれぞれ、3級は30時間、準2級は72時間、2級は120時間に及ぶ。さらに外出支援コーディネイト技法も開設している。これまでの資格取得者は約700名。当社に登録する以外に介護事業所等でトラベルヘルパーとして活動している人もいる。自ら進んで自費で資格取得する人が大半であり、モチベーションが非常に高い。

【集客・運営】

● 口コミやバブリティによる集客

以前はポスティングや介護事業所への営業も行っていましたが、効果は薄かった。現在は定期的にメディアに取り上げられることもあり、口コミやネット経由で引合いが入るケースが大半である。

● 企画・コーディネート

実際に同行するトラベルヘルパーに加えて、お客様の要望をお聞きして旅程を企画するコーディネーター人材も重要。この部分は在宅テレワークもうまく活用して、主婦層も含めて多様な人材が働けるようにしている。

【ネットワークの拡大】

● 各地のトラベルヘルパーセンターと連携 旅行会社とも提携

全国11カ所に「トラベルヘルパーセンター」という地域拠点があり、各地での利用者対応や旅館や観光地など受け入れ側の整備を行っている。自治体やNPO、介護タクシー事業者など様々な主体にセンターとして活動してもらっている。センター間の情報連携はTV電話やクラウド環境を利用して密に行っている。  
 また、JTB、郵船クルーズ（飛鳥II）とも提携し、当社のサービスを紹介してもらっている。



● トラベルヘルパーやコーディネーター人材の拡充が課題

現在、多様な利用者ニーズに対して、トラベルヘルパーや旅程を企画するコーディネーターに限りがあるため、これ以上利用者を増やすことが難しい状況である。まずはトラベルヘルパーやコーディネーターをより多く育成することと同時に多様な高齢者ニーズ、安全に配慮した移動に対する商品・サービスを開発して、市場を広げていくことが急務である。

● 「旅」に加えて、日常的な外出のサポート強化も

トラベルヘルパーは介護が必要な方の外出支援のプロなので、日常的な外出や買い物といった部分もサポートできる。現在は規制があって難しいが、バリアフリーの特殊車両を使用したサービスなど「自家用車タクシー」が認められれば、外出に関して一貫して支援する利便性の高いサービスが提供できる可能性がある。日常的な外出に関するサポートについても色々な可能性を模索していきたい。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

介護が必要になると外出がおっくうになり、ちょっとした旅行も他の人に迷惑をかけるからと、ためらう人が少なくありません。  
 また、本当は利用者の外出の夢を叶えてあげられたらと思う事業者の方にも、「もし事故にあったら、責任があるから困る」と二の足を踏んだまま、ことがすずまないという話を聞きます。互いにそうした考え方のままでは解決策は見つからず、はじめはそうでなくても結局、本人の終末の願いは叶わぬまま、一方でまじめであるにもかかわらず制度の限界を嘆きながら、介護職の魅力をも見失いかけている人も多いように感じます。私達トラベルヘルパー（外出支援専門員）は、そうした地域や環境の方々の善意の第三者として、利用者の自己責任を踏まえつつ、日常の介護と非日常の外出や観光サービスの専門職どうしを繋ぎ、各々の専門性を活かしたチームワークで介護を必要とする方のQOL向上へつなげる役割を果たしたいと考えています。たかが旅、されど旅もまたハビリティです。

# 「行けるところ」ではなく、「行きたいところ」に行く」を実現する ユニバーサルデザイン旅行

## 旅のよろこび株式会社

### ポイント

#### 【利用者からみて】

介護が必要な方や障害がある方でも参加できるユニバーサルデザインツアー。オーダーメイドでの旅行にも対応してくれる。

#### 【事業として】

1. 下見の徹底や参加者の事前の状況確認など「安心・安全」にこだわる
2. 「旅×予防」など、旅の可能性をさらに追求していく

● 「要介護の方々のハワイツアー」をきっかけに「旅の可能性」を感じて事業開始

● 一般のツアーよりも費用はかかるかわりに、他にない旅行体験を提供

サービスの  
質の確保

● 「行きたいところに行く」ために、下見や、参加者の状況確認など、「安心・安全」にこだわる。そのため、参加者の対象もあえて近隣に絞る。

● 約180名の訓練された介助ボランティアが支える。

集客

● 満足度も高く、多くがリピーター。DMで告知しつつ、介護事業所等から新規顧客を開拓。

採算の確保

● 企画型とオーダーメイドの両方を手掛けて、バランスをとる。

● 旅の効果を検証しながら、「介護予防」「病気の方向け」などへ領域も拡大

## 商品・サービス概要

## 介護が必要だったり、障害があっても「行きたいところに行く」を実現

### ● ユニバーサルデザイン旅行

#### 【商品・サービス】

「すべての人に旅のよろこびを」をスローガンに、介護が必要な方、障害のある方など、誰もが参加できるユニバーサルデザイン旅行を実施している。企画型のツアー旅行と、オーダーメイド型の旅行の双方を手掛けている。

海外ツアーでは、アメリカ、カナダ、フランス、スイス、チェコ、ベルギー、オランダ、スペイン、中国等15ヶ国で実績あり。

国内でもさっぽろ雪まつりや、階段の多い日光東照宮など、「バリア」の多いところにも行っている。「行けるところではなく、行きたいところに行く」を理念としており、お客様が行きたいところにはあらゆる手段を使って行くようにしている。

ツアーにはヘルパー資格を持ったスタッフが同行するほか、登録しているボランティアスタッフが介助を行っている。



## 主な利用者とQOL向上のポイント

## 事前の訪問が可能な近隣の方にあえて絞る

- 利用者のプロフィール: 介護が必要だったり、障害のある方。一度ご参加された方はリピーターになるケースが多い。初めて旅行にご参加される方は事前にご様子を見に行く必要もあるので、お客様は基本的に当社がある熊本県内など近隣の方に限っている。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ): 「旅行なんて行けない」と思っている方の背中を押し、「旅に行きたい」という思いを実現している。旅は、目標になったり、認知症予防や介護予防にもつながる力があると思う。実際の効果についても熊本保健科学大学と研究を始めているところである。

●施設の方の一言からのハワイツアー

以前は地元新聞社の旅行部門に勤めており、熊本県の社協の視察旅行で、福祉施設の方に「入所さんを海外に連れて行ってあげたい」というご要望を聞いた。調べてみるとアメリカはADA法（アメリカ障害者法）があり、バリアフリー環境が整っていた。ビーチで押せる車椅子もあることがわかった。半年間準備して、ハワイに行ったのが1996年。そこで参加者の方々が喜んでる姿を見て、これは是非広げていきたいと考えたのがきっかけ。新聞社の旅行部門でユニバーサルデザイン旅行を企画・実施することになった。

その後、勤務していた新聞社が旅行部門を閉鎖することになり、しばらく別の仕事もしていたが、やはりユニバーサルデザイン旅行を事業としてやりたいと考え、2005年に旅のよこび株式会社を立ち上げた。

●旅は「生きがい」「目標になる」

ご高齢の方は「旅行なんて行けるわけがない」と諦めていたり、「人に迷惑をかけたくない」と遠慮していることが多い。その心を溶かし、「旅に行けますよ」と後押しするのが当社のミッション。「旅行に行こうか迷っている人」の背中を押すために、ツアーに参加された方々のエッセイ集も出版している。

「旅のよこび」という社名の通り、旅は「生きがい」「目標」になる。「普通にリハビリをするだけなら辛くても、旅に行くことが目標になれば頑張れる」という方も多い。また当社は「ツアー型」にすることで仲間同士で刺激を受けて切磋琢磨することもあるし、当社のツアーに参加することで友達も増えていく。「たかが旅、されど旅」であり、旅の力は大きいと思っている。

【サービスの質の確保】

●下見やサポート体制、事前確認など、「安心・安全」に徹底的にこだわる

大手旅行会社のツアーに比べれば料金は高いと思うが、その分、下記の通り、質の高さにはこだわっている。

①下見の徹底

「バリア」のあるところに行くので、初めて行く場所では下見をし、現地の社会資源を調べることを徹底している。

②少人数のツアー

介護が必要な方や障害のある方が参加されるので、ツアー人数を絞っている。最大でも15~20名。

③訓練を受けた介助ボランティア

訓練を受けた登録制のボランティアスタッフが同行。日当は払わないが、旅費・宿泊費はツアー料金に組み込んでるので「持ち出し」はない。自社のスタッフや登録ボランティアの教育も兼ねて、近隣の病院の会場を借りて介護・福祉関係の講座も実施。これらの講座は、近隣の方にも公開している。

④事前の状況確認

「パーソナルノート」を作り、お客様個々人の状況をヒアリングし、記録している。介助内容によっては、自宅にうかがってご様子を確認する。旅に出る前のお客様とのコミュニケーションのプロセスを非常に重視している。

【集客】

●リピーターを重視しつつ、介護施設等にもPR  
新聞社時代からのリピーターの方もいる。既存の参加者には定期的にDMを送ってツアーを案内している。新規のお客様獲得には、地域包括やデイサービス等へ回ってPRしている。

【働き手の確保】

●介助ボランティア

180名程度のボランティアスタッフが登録。介護・看護の資格者の他、近隣の熊本保健科学大学の協力で学生もボランティアに参加してくれている。

【事業採算性の確保】

●企画型と、オーダーメイド型のバランス

オーダーメイド型はニーズはあるが、相当手間暇がかかるため、採算的に厳しいのが実態。企画型のツアー旅行と両方をやることで、何とか利益のバランスを取っている。



●「旅の力」の効果実証・エビデンス作り

感覚として、旅は力になる、認知症や介護予防の効果があると感じているが、そのエビデンスも必要だと思う。熊本保健大学と組んで、旅の効果に関する研究も始めている。

●「介護予防」や「病氣の方向け」の旅行へも取り組む

これまでは「介護が必要な方」「障害がある方」を対象としてきたが、要介護になる前の方に「認知症予防」等介護予防の要素を取り入れたツアーを実施し始めている。

また、糖尿病など、病氣の方向けのツアーも展開し始めており、今後はこのように、旅行に参加される方の対象を広げていきたいと考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

旅のよこび株式会社  
代表取締役 宮川和夫

非日常を五感で体験する旅は、生きがいに、リハビリの目標に、介護予防にもなるようです。総合事業、地域包括ケアシステムが推進される中、旅を生活に取り入れることで、ご高齢の方、障がいがある方のQOLが高まります。

旅を諦めたり、自信を無くしておられる障がい者、情報が入りにくい高齢者に、ユニバーサルデザイン旅行を勧めたいと、知っていただく工夫が求められています。

「出かけたくなる」思いを創出し、元気を維持する

## ライフクオリティービューティーセミナー

資生堂ジャパン株式会社

ポイント

### 【サービス利用者からみて】

化粧行為を続けることにより、外出などの活動ができ、元気な状態を保つことができる

### 【事業者から見て】

1. これまでの化粧理論や接客ノウハウを活用した付加価値づくりが可能
2. 既存事業の持つ強いブランド力を利用したネットワーク構築により、サービス提供者、提供フィールドの確保を実現

- 身だしなみとしての化粧法を伝える「整容講座」がライフクオリティー事業に発展。
- 継続的なサービス提供のための有償化に伴い、エビデンスやノウハウを整理した。

商品・サービス  
の企画

- 既存事業で培った理論とエビデンスに基づいたセミナーの提供。
- 要介護状態になる“手前”の状態に着目し、元気な状態を維持してもらうサービス。
- 介護施設や医療機関のスタッフ向けの整容に関するスキルアップ講座も併せて提供。

人材確保・育成

- ベテラン美容部員など接客・コミュニケーションスキルの高い人材を抜擢、教育することで、付加価値の高いサービスを提供している。

- エリア拡大のために、地域の化粧品専門店を巻き込んだ動きを目指す。  
当社のビューティーコンサルタントOGも活用した地域ボランティアの組織化も視野に入れる。

商品・サービス概要

高齢者自身だけではなく、介護スタッフ向けのメニューで裾野拡大

### 【商品・サービス】

#### ●いきいき美容教室（高齢者向け）

参加者自身が化粧を楽しんだり、ADL維持・向上につながる化粧療法を目的とした高齢者向けセミナー。

【価格】

	対象	派遣料 (税抜)
I	特別養護老人ホーム、ケアハウス、デイサービス、グループホーム、自治体管轄の介護予防事業、自治会	10,000円
II	有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅、介護老人保健施設、介護事業を併設していない医療機関	20,000円
III	研究機関、一般企業、社会奉仕団体主催	40,000円

#### ●化粧サロン（高齢者向け）

高齢者一人ひとりのスキンケア、メーキャップやハンドケアのサービス。

【価格】

2,000円/20分/1人～

#### ●化粧療法講座（介護・医療スタッフ向け）

1. ADL向上のための整容講座

高齢者に対するアクティビティスキルと、高齢者が化粧による「整容」ができるための知識・技術を学ぶセミナー。

【価格】

内容	費用
ベーシックⅠコース	4,000円/120分/1人
ベーシックⅡコース	10,000円/240分/1人
マスターコース	12,000円/240分/1人
OJTコース	5,000円/60分/派遣人数

2. スキンケアを通じた口腔ケア講座、メーキャップを通じたコミュニケーションスキル向上講座、ハンドケアを通じた身体ケア向上講座、ネイルケアを通じた脳トレ講座など。

【価格】

2,000円/60分/1人

(※価格は2016年4月1日以降のもの)

主な利用者とQOL向上のポイント

「出かけたくなる」思いを原動力に、心身機能の維持

#### ●利用者のプロフィール

介護施設に入居している要介護高齢者や地域に住む健常高齢者

#### ●QOL向上のポイント

「化粧療法」によって、自分や他者への意識を取り戻してもらい、結果として「出かけたくなる」「人と話したくなる」など生活意欲を高め、生活動作トレーニングにつなげることができる。

● 高校卒業予定者を対象とした「整容講座」が前身

1949年から高校卒業予定者を対象に、身だしなみとしての化粧法を伝えるための「整容講座」を開始。以降、参加者や目的によって内容を変化させながら、発展的に継続してきている。

とりわけ、高齢者に関しては、当社研究により、化粧行為が認知症の周辺症状を緩和させたり、ADLを向上させる効果があることが明らかとなり、社会貢献の一貫としてセミナーを実施してきた。

● 活動を続けるための有償化

近年、高齢者施設等からのセミナー開催要望が拡大してきたことにより、活動を継続的に発展させるために、有償化に踏み切った。

有償化に際して、提供価値を明確にするためのADL向上効果をデータとして整備した。

【商品・サービスの企画】

● エビデンスの整備

「心」「脳」「身体」「口腔」に関して化粧療法がADLを向上させる効果があることをデータとして整備した。

とりわけ、歯科衛生士との共同研究から顔のマッサージや化粧前後の会話により、唾液分泌機能が向上することもわかっており、女性に限らず男性にも効果があるといえる。

● 「ご自身でやって」もらい、機能を引き出す

化粧を「して差し上げる」のとは違い、自立支援の観点からセラピストも自ら化粧を落として、一緒に化粧行為を実施することで、高齢者自身の残存機能を引き出していく方法をとっている。

【人材確保】

● ビューティーコンサルタントの高いコミュニケーションスキルを活用

現在は、現役ビューティーコンサルタントからの抜擢、及び自薦によってビューティセラピストを育成・登用している。初対面の人にもリラックスしてもらってコミュニケーションを行うスキルは、非常に高い。

口腔

化粧療法による唾液分泌の変化



2014年 長期療養型病院 (同一対象者で実施)  
平均年齢: 87.8±6.4歳  
平均介護度: 3.6±1.3



● 「社会インフラ」としての化粧行為

現在「運動教室」など様々な介護予防のためのサービスが提供されているが、効果を得るには、高齢者が自宅を出て会場に向かうことがあってのこと。身だしなみや化粧をサポートすることで、「外に出たい」「人と会いたい」というはじめの一歩を後押しする。人が社会とのつながりを保つための社会インフラとして捉えてもよいと考えている。

● 地域の専門店を巻き込む

今後は、地域の化粧品専門店も巻き込んだ動きにしていきたい。すでにある専門店が、介護予防の「通いの場」として自治体から選定されている例もある。専門店は地域のコミュニティ形成を担っている場合も多く、化粧療法の普及拠点としていきたい。

● ビューティーコンサルタントOGを中心としたボランティアの組織化

社会的に大きな流れにしていくために、各市町村に化粧療法を学んだ「化粧ボランティア」を組成し、組織化する動きも作りたい。

その核として、全国に数万人単位で存在するビューティーコンサルタントのOGの活用を考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

資生堂ジャパン株式会社 ライフクオリティ事業グループ  
医学博士・介護福祉士 池山 和幸

高齢期には、健康状態の悪化や心身機能の低下などにより、外出頻度が低下し、地域・社会とのつながりが希薄になりがちです。また、人との交流機会が減少すると、他者への関心や自分への意識が低くなります。本来、個人の意思だけで行っていた身だしなみや化粧を、介護・医療の現場そして地域でサポートすることで、社会とのつながりを保つことができます。また、誰もが慣れ親しんだ身だしなみや化粧は、生活動作トレーニングにもなり、リハビリや介護予防効果が期待できます。健康寿命の延伸には、からだの機能の維持だけでなく、心のケアや社会とのつながりも必要です。高齢期の生活をトータルにサポートするサービスの基盤整備が各地域で推進されることを期待しています。

専門性の高い美容サービスを提供し、ADLや免疫力を向上させ介護予防に

## ビューティタッチセラピー

一般社団法人 日本介護美容セラピスト協会

ポイント

### 【サービス利用者からみて】

高齢になっても「キレイの気持ち」を持ち続けることが認知症の症状の悪化を遅らせたり、老いてもその人らしく生きることを支援できる心と体の美容療法。

ハンドセラピーやメーキャップセラピーを通じて、身体的精神的に癒されると同時に、自らメーキャップを手がけることで、自立支援・ADL向上につながる

### 【事業者から見て】

1. 介護や美容に関する高度な知識・技術の講習を経たセラピストを認定制度で育成することにより、高い専門性を確保
2. 大学や研究所とのネットワークにより調査・研究を実施し、教育にフィードバックすることで効果を高める

- 「入院中の化粧行為が周囲の患者も含めた雰囲気明るくなった」という体験により、化粧や美容の効果を再認識につながり、お洒落に関心を持つことが高齢者の活動性を高め、介護予防の手段として有用と考えた。
- 免疫学の専門家、大学、病院などと共同研究を続け、知識の体系化と認定制度の整備を実現。

商品・サービスの企画

- 研究事業とサービス提供が密接につながっており、最新の研究成果がサービスに反映できる。

人材確保・育成

- 3か月42時間+OJT15時間に及ぶ講習を経た認定制度にすることで、一定の品質担保を可能にしている。
- 希望者が資格を取得できるため、介護職の技能向上、シニアの就業支援にもつながっている。
- 一度認定されても、3か月に1度フォローアップ教育を受けるため、最新の研究成果を教育できる。

- エリア拡大が最優先の課題。セラピスト養成のためのインストラクター制度整備やセラピーハウスの設立、高齢者の肌にやさしい化粧品の開発も視野に入れる。

商品・サービス概要

### 自立支援に主眼を置いた「参加型」のセラピー

#### 【商品・サービス】

- ・ 「自分で鏡を持つ」「眉を描く」などの化粧行為を通じて、自立支援につなげていく。
- ・ 「肌に触れる」ことで、手から手へ、人から人へ、心から心へ・・・大切なことを伝え、心地よさや不安の緩和につなげる。

#### ● ビューティタッチ基本コース

フェイシャルセラピーからメンタルケアの魔法と言われるメーキャップセラピーまでを含むコース。女性にはお薦め。

#### ● ハンドセラピーコース

先から腕までの血液やリンパの流れを促し、むくみを改善するとともに、心のケアにもつながる。男性も受けられるサービス。

#### ● フェイシャルセラピーコース

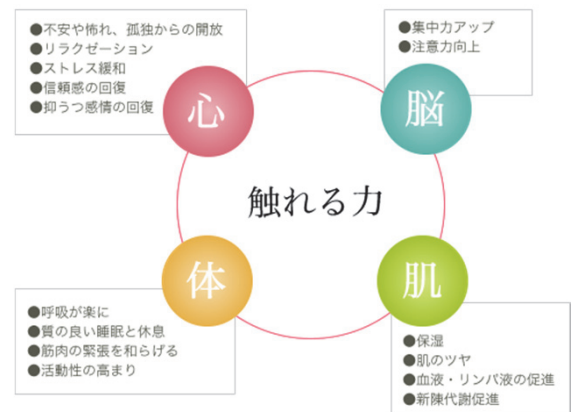
オールハンドのトリートメントマッサージ、LEDを導入した光セラピー、保湿パックを含むフルコース。

#### 【価格例】

・ お一人おひとりに寄添う施術タイプは1回30分が基本で1,620円（税込）

・ 複数で行うレッスンタイプは、材料費500円（人）+講師料

- ※ 介護関連施設（有料老人ホーム、サービス付き高齢者住宅、グループホームなど）、在宅訪問美容（美容室、喫茶店、温泉、空き家活用）などでの提供が可能。
- ※ 自治体と連携した、健康寿命延伸のためのレッスンタイプもあり（公民館・社会福祉協議会・いきいき教室等）。



主な利用者とQOL向上のポイント

### 「触れる力」によって、積極性・自発性が高まりADL向上へ

- 利用者のプロフィール  
介護施設に入居している高齢者・在宅の元気高齢者。
- QOL向上のポイント  
「参加型」かつグループでサービスを受けることによって、言葉数が増えるなど積極性・自発性が高まり、免疫力の向上、食欲・睡眠の改善、手指の動作の向上などのADL向上につながる（上図参照）。

●入院中のお化粧が周囲を明るくした

「入院中に化粧行為を続けたことにより、周囲の患者も含めて表情が生き生きとし、雰囲気明るくなった」という代表理事自身の経験が、化粧や美容の効果を再認識するきっかけになった。

●研究機関や大学、病院とのネットワーク

経験を実証すべく各種研究機関、大学、病院とのネットワークを構築し、研究や調査を推進。免疫力の向上などについてのデータが収集できた。

●被災者とのコミュニケーション

2011年の震災後、福島など被災地で「疲れをいやしてもらえないものはないか」という問合せがあったと聞き、ハンドマッサージのボランティアへ赴いた。

被災者の方々へのハンドマッサージにより、精神的に落ち着いた様子が見られたことなどもあり、男女限らず、効果を実感。継続するためにはビジネスの形にする必要があると考え、協会設立に至った。

【商品・サービスの企画】

●サービスのバージョンアップ

調査・研究事業によってデータ収集・検証をしているため、常に内容は更新しており、バージョンアップを行っている。

●参加型で、男性にも可能なサービスの提供

自立支援を目標にしているため、自発的に化粧やマッサージに取り組んでもらえるよう「参加型」で実施している。結果、化粧品の蓋が開けられるようになるなど、ADLが向上する。メイキャップだけだと男性は難しいが、ハンドセラピーやフェイシャルセラピーを男性にも提供する。高齢者同士でペアトレーニングを行うなどケースによって工夫している。

【人材の確保】

●資格認定により応募者を募り、シニアの就業支援にも

協会の事業として最も重要なのは、サービスを提供する人の確保とその質の担保。そのためにも、希望者に広く門戸を広げる。2016年2月末現在615人の応募があり、合格者527人、21～78歳のセラピストが誕生している。

中でも、60歳以上が92人と17.5%に上っており、シニアの就業支援にもつながると考えている。

【人材確保】

●幅広い知識習得とフォロー教育による専門性の確保

基本講座は3か月42時間+OJT15時間であり、介護の基礎知識から高齢者独自の課題、社会政策、福祉用具、接客、身体知識、最新の調査結果など幅広く学んでもらう。

顧客の個別性に対応するための傾聴スキルや、提供場所である高齢者施設との情報共有のための記録作りなども含まれる。

また、認定後も3か月ごとにフォローアップ教育を受ける必要があり、最新の調査結果を教育に組み込んでいる。



●エリアの拡大

現在、セラピストが多いのは九州・関西・中部・関東。2016年は四国・中国、17年は北海道・東北と順次地域を拡大したい。

●インストラクター制度

サービス普及のためにはセラピストの拡大が必須。何千人という単位でセラピストを養成するためには、インストラクター制度を整備することが必要であると考えている。

●セラピーハウスの設立

サービス提供の場として、また高齢者が集える場を形成するという意味で、セラピーとカフェが合体したような「セラピーハウス」もつくりたい。併せて地域包括ケアや空き家対策にもなれば理想だと考えている。

●高齢者向け化粧品の開発

高齢者の肌は非常に繊細で敏感であり、専用の化粧品の開発が必要であると考えている。また、容器については、もっと機能が低下した人でもチャレンジできる工夫ができると感じている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

代表理事 谷都美子

介護施設では、睡眠の改善や認知症の方が落ちつく等の効果が、たくさん寄せられています。きっと、30分間対面して、一人ひとりに寄り添うことが「笑顔」「元気」「自立支援」の大きな糧となっているのではないのでしょうか。そして、セラピーを実施するセラピストにも「更なる喜び」が感じられるから続けられるようです。セラピー後は、施設の中がとて明るくなるので、働く人にも・高齢者にもオススメです。施設内でセラピスト養成も大きなニーズとなっています。

一方、在宅の高齢者の健康寿命延伸対策として、訪問美容はもとより、地方自治体との活動も年々盛んになっています。「社会福祉協議会」・「公民館」・「いきいき教室」・「まちの保健室」をはじめ、さまざまな形でのコラボも進化していますので、高齢者が明るく、希望のもてる社会になるよう支援していきたいと考えています。



## 「これまで通っていた“街の美容室”」を訪問サービスで再現 訪問理美容サービス

### LLP全国訪問理美容協会

#### ポイント

#### 【サービス利用者からみて】

要支援・要介護になっても、自立の状態と同様の理美容サービスが受けられ、安全におしゃれを楽しむことが可能

#### 【美容師にとって】

要支援・要介護者向けの理美容技術の取得、およびビジネス継続のためのサポート（営業、保険、相互フォロー、機器・物品の共同購入など）が受けられる

#### 【協会として】

美容室や個人美容師の、訪問理美容サービスへの参入を促進しネットワーク拡大

- 外出や移動が難しい人たちへ、それまで同様の理美容サービスを提供しようとしたのがきっかけ
- サービス定着には、訪問理美容ならではの技術だけでなく、ビジネスとして継続できることが重要であるとの認識から協会設立

#### 商品・サービスの企画

- 訪問理美容に特有な技術や機械・道具、個別対応の方法などを随時収集、研修にて共有。
- 利用者だけではなく、美容師のリスクにも着目し、必要な情報提供を実施。

#### 集客

- 高齢者の施設やコミュニティへの営業に必要な書類などは、協会がひな形を作って案内。
- プロならではの技術により、施設スタッフの労力を削減し、施設との関係を構築する。

- 安全なサービス提供と定着に向け、技術研修に注力するとともに、認定制度の立ち上げを視野に入れ、全国へ拡大していくニーズに即したサービスを拡充していく

### 商品・サービス概要

### ご利用者には、いつまでも美しく/美容師にはトータルサポートを提供

#### 【商品・サービス】（サービス利用者向け）

#### ● 訪問理美容サービス

通常理美容室・美容院で行う施術を訪問にて提供。ヘア・カットやパーマ、ヘア・カラーのほか、エステなども提供することがある。

<主なメニュー及び価格例（税込）>

施設	メニュー	在宅
2,900円	ヘア・カット	3,900円
7,900円	パーマ(カット込)	9,900円
7,900円	ヘア・カラー(カット込)	9,900円
3,500円	ベッド・カット	4,500円
1,500円	シャンプー(ドライ込)	1,500円
1,500円	シェービング、髭剃り	1,500円

出所:会員企業「株式会社 出前美容室 若蛙」(2015年12月現在)

#### 【商品・サービス】（会員企業向け）

#### ● 研修

訪問理美容技術に加え、介助技術、高齢者・障がい者への理解、接遇やコミュニケーションの仕方、関係する法制度、営業の進め方、リスクヘッジや保険情報の提供など、サービス提供に必要な情報をトータルで学ぶことができる。

#### ● 営業

サービス利用者の集まる施設やコミュニティへの営業活動及びそれに必要となるツール類を提供。

#### ● ご利用者のあっせん

サービス事業所立ち上げの際、利用者へ美容師を紹介。

#### ● 機器・物品の共同購入

<費用>

- ・入会費 3,000円
- ・月会費 2,000円
- ・研修受講費 20,000円
- ・利用者紹介 初回サービス利用額の15%

※いずれも価格は2015年12月時点。

### 主な利用者とQOL向上のポイント

### 要支援・要介護者を笑顔に/引退美容師などの再活躍も

#### ● 利用者のプロフィール

<サービス利用者> 要支援・要介護者で、自分で理美容室に通えない人たちが、これまでと同じように、理美容サービスを受けることができ、生きる糧や喜びを感じる。サービスを通してコミュニケーションができる。

<理美容師> 一度美容師を引退したが訪問理美容師として社会貢献したいと考える人や、通常美容室に加えて訪問理美容師として活動したい人など。

● 高齢者が安心して理美容サービスを受けられるように

美容業界は、「低価格で短時間で仕上げる」タイプと、「ガラス張りのおしゃれな美容室」に二極化しており、どちらも高齢者にとっては敷居が高い。そのため、高齢者がこれまで通っていた“街の美容室”を再現することが重要だと考え、開業した。

● ビジネスが継続できなければサービスが拡がらない

訪問理美容を手がけると、ビジネスとして継続できるよう、理美容技術にとどまらず、ノウハウの蓄積や体制の整備などが必要であることがわかった。同じ志を持った人たちと情報交換し、ネットワーク化することで協会を立ち上げた。

【商品・サービスの企画】

● 訪問理美容に必要な技術、特殊機械・道具の勉強

通常の理美容サービスとは違い、寝たきりの方へのサービスや、一人ひとりにあったカラーの調合などが必要となってくるため、技術研修や、新たな機械・道具の勉強が非常に重要である。協会ですぐ話し合い、研修や共同購入に活かしている。

● 美容師も安心してビジネスが継続できるしくみ

訪問理美容は、サービスを受ける側だけではなく、提供する方もリスクや心配がある。個人情報保護に関する理解、徹底した衛生管理の知識、損害保険の加入などは、サービス提供側のリスクを軽減するために必要であり、協会員に対する教育を実施している。

研修内容
訪問理美容技術
介助技術
高齢者・障がい者に関する理解
接遇・コミュニケーション
関連法規
営業方法

【集客・顧客（利用者）との関係構築】

● 価格だけで勝負しない「プロの技」での関係構築

実は、訪問理美容は、やろうと思えば一人で始められるサービスであり、ビジネス立ち上げ当初は低価格を武器に集客することもできるが、長く続かない上に、リスクが伴う。施設などでは、入居者の洗髪に介護スタッフは30分かけて行っており重労働であるが、専門美容師の手で5分で仕上げることで、施設スタッフの労力軽減につながることを理解してもらい、関係構築につなげる。また、カラーやシャンプーは好みが強くなるサービスであり、徹底した個別対応により、選ばれ続けることを目指している。

● ビジネスサポートとしての営業支援

高齢者施設やコミュニティに向けての営業は、理美容師にとっては未経験であるため、必要な紹介・説明資料や、チラシおよび契約書類等のひな形などは協会ですぐ準備し、活用できるように整えている。協会に問合せされた利用者を会員に紹介することもある。



● 技術研修に注力し、認定制度を整備したい

サービス利用者の身体的状態、健康状態はさまざまであり、それに対応してサービスを提供するのが訪問理美容。サロンでのサービス提供とは全く違った技術や接客が求められる。そのため、今後はより一層訪問美容の技術研修には注力したい。経験や技術によってレベルを分ける認定制度を作りたいと考えている。

● エリアを全国に広げる

現在の会員は約70社（2015年12月時点）であり、地域は秋田から熊本までとなっている。協会としてはまず全国に仲間を広げ、訪問理美容サービスを根付かせたい。

● 利用者向けの新たなサービス開発も

「いつまでもきれいでいたい」というニーズは年齢に関わらずある。担当日にお花を贈る感覚で、離れて暮らす親世代に、子供から「おしゃれカード」のプレゼントがあり、サービスが受けられる、というような企画も今後考えていきたい。協会ですぐ美容師をネットワークしており、技術や経験も把握できているからこそ、実現するサービスだと考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

LLP全国訪問理美容協会理事長 藤田 巖

利用者はいくつになってもおしゃれを望んでいる。おしゃれが生きる糧、喜びになる。その思いを高齢者をはじめとする福祉に関わる全ての人（国や自治体、ケアマネジャーなど）に理解してもらいたい、訪問理美容サービスの必要性を強く認識してほしい、と考えています。また、安心して受けられるサービスにしていくために、全国で統一した動きをしていく支援もお願いしたいです。私たちは、「ありがとう」もうれしいけれど、「またきてね」と言われることが最もうれしい。生きていくのが楽しいと思っている受け皿にもっとなれるようにしたいです。

レクリエーションの活性化で介護現場により多くの笑顔を

## レクリエーション介護士

スマイル・プラス株式会社

ポイント

### 【利用者（資格受講者）からみて】

介護職や介護の現場に関わりたい人が「レクリエーション」についての専門的な知識・ノウハウを学ぶことができる

### 【事業として】

1. 介護現場の声や専門家の意見に基づく体系的な教育を通信・通学・団体などの幅広い形で提供
2. 素材提供サイト、人材育成、人材マッチングと収益源を多角化
3. 地域コミュニティ作りや介護予防を目的とした「レク・カフェ」も展開

- 高齢者の「生きる喜び」や「楽しみ」を見出す支援をし、介護現場により多くの笑顔をもたらすべく、専門的・体系的教育が行われていない「レクリエーション」に着目して資格化

レクリエーション  
介護士資格

- 200以上の介護施設を訪問し、現場の声を聞きつつ、専門家の知見も踏まえて教育内容を策定
- 通信教育事業者、介護教育事業者と組んで、通信・通学、団体での受講が可能

事業採算性

- 素材サイト「介護レク広場」、人材育成事業「レクリエーション介護士」、求人サイト「介護レクワーク」の3事業で採算確保を狙う

- 商店街の空き店舗を活用し、介護レクリエーション人材の育成や高齢者の憩いの場の創出を目指す「レク・カフェ」の展開にも着手

商品・サービス概要

“人を支える人”を支える”を理念に、素材・人材からレクをサポート

### 【商品・サービス】

#### ● レクリエーション介護士

介護従事者、介護業界に興味のある人、介護が必要な方の家族、ボランティア希望者などを対象にしたレクリエーションに関する民間資格。「高齢者とスムーズに接するコミュニケーション力」、「高齢者が楽しめるレクリエーションを企画する力」、「アイデアを実践する力」を身につけることができる。個人で受講する場合は約3ヶ月の通信講座か2日間の通学講座で取得できる。介護施設等の団体での受講にも対応している。

（一般社団法人 日本アクティブコミュニティ協会が認定）

#### ● 介護レク広場

介護レクリエーション素材を無料でダウンロードできるサイト。5,000点を越える塗り絵や計算問題が利用でき、全国で7万人以上が会員登録している。

#### ● 介護レクワーク

介護レクリエーションに特化した成功報酬型人材マッチングサイト。レクリエーション介護士の資格を取得し、介護現場で働きたい人と、レクに力を入れている介護事業所とをマッチングさせる。



主な利用者とQOL向上のポイント

- 利用者のプロフィール(レクリエーション介護士受講者):レクリエーション介護士の合格者は7割は介護現場で既に働いている人だが、3割は介護現場での勤務経験のない人である。レクリエーションを通じて、介護現場で働く人の裾野を広げたいと考えている。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ):レクリエーションに積極的に取り組んでいる介護施設では、「日々の生活の中に、生きる喜びと楽しみ」や「笑顔」が生まれる。それによって現場の介護士のやりがい、モチベーションにつながっている。

● **きっかけは創業者の介護経験から**

デザイン会社を経営していた当社の創業者が、自身の親の介護経験の中で、「高齢者に向けた良質なレクリエーション素材」がないと感じ、Web上でレクリエーション素材を無償で提供し始めた（「介護レク広場」）。広告を行うことなく、口コミだけで7万人以上の会員登録がある。

● **「レクリエーションについて学びたい」という介護現場のニーズに**

「介護レク広場」でレクリエーションに関わりを持つ中で、会員である介護従事者にアンケートをとってみると、半数以上の人が「レクリエーションについてコツを知りたい、学びたい」と考えていることがわかった。実際、デイサービスや入所施設といった介護現場ではレクリエーションにかなりの時間を割いているにも関わらず、介護初心者研修等の教育の中では、体系立ててレクリエーションの教育は行われていない。専門的・体系的な教育を

受けていない中で、「レク当番」が回ってきた人が対応している、という現状を変えたいと考えた。

● **目的は高齢者の「生きる喜び」や「楽しみ」を見出す支援をし、介護現場に笑顔をもたらすこと**

レクリエーションを有効に実施すれば「喜び」や「楽しみ」、「笑顔」がうまれる。レクリエーションの充実を通じて、介護のポジティブな面を社会にもっと知ってほしい。いきなり「身体介助」となればハードルは高いが、「レクリエーション」からであれば、介護現場に足を踏み入れるハードルは低いはずである。介護レクリエーションについて資格化し、更に働く場とマッチングさせることで、より多くの方が介護現場に関わるきっかけになればと考えている。

【レクリエーション介護士】

● **事業所の声を聞き、専門家の意見を基に、介護レクリエーションに関する知識・ノウハウを体系化**

経済産業省の「多様な『人活』支援サービス創出事業」の採択を受け、200以上の介護施設を訪問し、レクリエーションについて困っていることをヒアリングした。更に専門医やリハビリ職などの専門的知見も踏まえて資格化したのがレクリエーション介護士である。現在2級のみだが、2016年4月より介護現場でレクリエーションを提供できるリーダー的な人材を育成する1級の提供を開始する。

【事業採算性の確保】

● **サイト、人材育成、求人サービスで三事業で採算確保を狙う**

素材サイトの広告収入、人材育成事業に加えて、求人サービスにも着手。今後は求人サービスの拡大により、事業継続のための採算を確保していきたい。

● **通信・通学、団体等多様な受講手段**

通信や通学、施設単位での団体受講等、様々な方法で受講ができ、受講希望者のニーズにあった受講形態が選べるのが特徴。そのために、複数の事業者と提携して、通信教育のほか、各地で通学講座を展開している。



● **イベントも実施し、レクリエーション介護士の認知度拡大を図る**

情報発信としてレクリエーション介護士のセミナー等を定期的に開催している。シンポジウム・講演、展示等を行い、レクリエーションの可能性やレクリエーション介護士の認知拡大を図っている。



● **地域コミュニティ創造新事業「レク・カフェ」の展開**

平成27年11月より、レクに関する情報発信の場として、大阪の天神橋三丁目商店街の店舗を活用し、「レク・カフェ」の実証店舗を展開し始めた。商店街の店舗を利用し、高齢者が楽しめるレクリエーションプログラムとコーヒーを提供するカフェを運営。介護レクエーションを学んだボランティア人材の育成と、高齢者の憩いの場を各地に創り出すことを目指している。

スポンサー企業からの広告収入と高齢者からの利用料を受けつつ、商店街の空き店舗を利用することで低コストで運営する。実証結果も受けて、各地に拡大していきたい。

● **離職防止効果の検証など、介護現場のポジティブな面を発信していきたい**

介護レクリエーションにより介護のポジティブな面を打ち出したり、介護従事者のやりがい作りにつなげていきたい。レクリエーションの充実化により、介護従事者のモチベーションが向上し、離職防止につながるのではないかと考えている。その効果も定量的に検証していきたい。

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

代表取締役 伊藤 一彦

● **「人を支える人」を支える**

私たちの考えるレクリエーションは、単なる遊びではなく、「日々の生活の中に、生きる喜びと楽しみを見出していく様々な活動」のことであり、介護現場における高齢者向けのレクリエーションを「介護レクリエーション」と表現しています。

この「介護レクリエーション」という分野に着目し、介護に携わる方々の支えとなるサービスを提供していくことで、高齢者が心豊かに生活できる社会の実現を目指しています。私たちは、「介護レクリエーション」を通じて、高齢者と介護に携わる方々の双方に、一つでも多くの笑顔が生まれるように努力し続けていきます。

カフェ、カルチャー教室、運動教室などを会員制で提供

## 地域に開かれたコミュニティ拠点 「ホームクレール」

東急不動産株式会社

### ポイント

#### 【ご利用者からみて】

- 地域に開かれたコミュニティ拠点を開発し、高齢者の相談を気軽に受けられ、解決することができる場を提供
  - ・ コミュニティカフェ、イベントフロア、フィットネスフロアを有するサービス提供拠点を開発
  - ・ コミュニティカフェには、生活全般に関するちょっとした疑問や将来の不安などを気軽に相談できる生活コンシェルジュが常駐し、日々の様々な相談に対応
- 食事・カルチャースクール等の「楽しみ」サービスや、緊急対応・急病サポートといった「安心」サービスなどを会員制サービスとして提供

#### 【事業として】

- 多くの開発実績をもつシニアレジデンスの入居者向けサービスを切り出し、地域に開かれた独立型サービス拠点として展開
- 本事業から顧客獲得やオペレーション施策等を検証し、今後の新しい“地域に開かれた高齢者住宅”開発に活かす

### 商品・サービス概要

「今だからこそその楽しみと交流を」  
「まるで、お子様が近くにいるような安心を」

#### 【商品・サービス】

- 会員制サービスは“たのしみクレール” “あんしんクレール” の二種類
  - ・ 会員制サービスには、家外サービスである“たのしみクレール”と、家中サービスである“あんしんクレール”があり、基本的に2つのサービスを組み合わせた3種類のサービスプランを提供
  - “たのしみクレール”
    - 「より充実した暮らしを送りたい」「ずっと楽しめるよう健康でいたい」といった楽しみと交流を提供
    - ・ カフェの利用。プランによって食事の割引が適用
    - ・ フィットネスクラスやカルチャークラスの利用
  - “あんしんクレール”
    - 「一人暮らしで何かあった時に心配」「子供や周りの人に迷惑をかけたくない」に備える安心感を提供
    - ・ 健康アドバイスサービス。看護師などの専門家が個別相談に対応
    - ・ 緊急対応サービス。有事に警備員が駆け付ける
    - ・ 急病入院時サポート。急病時や入退院時の付添いなど
    - ・ 自宅での家事支援サービス

#### 【価格】

- 価格はサービスの組合せによる3種類のプランに対応
  - ・ お気軽プラン：980円/月。月1回の食事が付いたたのしみクレール中心のプラン
  - ・ 安心プラン：2,980円/月。いざという時に備えるためのあんしんクレールがセットになったプラン
  - ・ 通い放題プラン：7,980円。ただし、70才以上の方はシニア割引で5,980円/月。好みに合わせてフィットネス、カルチャークラスが好きなだけ利用できる。

シニア住宅のような  
安心と充実をご自宅に。



楽しみをくれる、安心をくれる。

ホームクレール用賀

東急不動産のライフサポート

### 主な利用者とQOL向上のポイント

どこに相談してよいか分からない健全なシニアが、気軽に相談し、解決することによって、自宅にいながら自分らしく生き生きと人生を歩む

- 利用者のプロフィール：会員の8割が女性。年齢は50代、60代、70代以上で1/3ずつの構成比。家族の介護をしている会員も多く、介護疲れを癒せるようコンシェルジュに相談することも多い。
- QOL改善・向上のポイント（対応するニーズ）  
介護が必要な状況になれば自治体やケアマネに相談できるものの、健全な高齢者は生活に困りごとがあった場合、どこに相談してよいか分からない。そこで、気軽に相談ができ解決することができることをコンセプトとし、自宅にいながら自分らしく生き生きと暮らすことを支援している。

商品・サービスが生まれた背景

シニア向け住宅事業の居住者向けサービスを切り出し、地域に開かれた独立型サービス拠点として開発

当社は、シニア向け住宅事業「グランクレール」を10年以上展開しており、本サービスはシニア向け住宅事業の居住者向けサービスを切り出し、地域に開かれた独立型サービス拠点として開発したものです。

シニア向け住宅事業において、今後は地域の住民にも開かれた住宅開発を予定しており、新たな居住者向けサービス開発のためのパイロット事業として2015年7月に開設しました。

サービス提供に関する独自の取り組み・工夫

生活コンシェルジュの常時配置や充実したフィットネスやイベントの開催  
地域に開かれたサービス拠点として地域連携を推進

● カフェに常駐する生活コンシェルジュが、まるで家族のように日々の様々な相談に対応

- ・相談を気軽に受けられ解決することがサービスコンセプトのため、対応窓口となる生活コンシェルジュを複数名常時配置している。
- ・生活コンシェルジュの責任者はシニアレジデンスのフロント経験者であり、他は会員の娘世代にあたる40~50歳代の女性を中心に地域採用。積極的にコミュニケーションを取れる人を採用している
- ・生活コンシェルジュは、話し方、認知症対応といった研修や、看護師による勉強会を受講している。

● 充実したフィットネスやイベント内容

- ・フィットネスは、東急不動産グループであるスポーツオアシスと連携し、インストラクター派遣による健康プログラムや独自開発機材などが提供されており、好評を得ている。
- ・カルチャークラスは、ニーズの高い料理教室やクラフト系講座を実施している。イベントの頻度は週4日程度であり、朝から夕刻まで様々な講座を開催しており充実している。

● 地域に開かれたサービス拠点として地域連携を推進

- ・毎週木曜日に“わがマチ用賀の保健室”といった健康相談会を地域住民に対して無料で開催。地域の医療法人と連携し専門知識を有した看護師が対応している。
- ・当施設を活用したいという地域住民からの要望に応じている。社協の講演会会場として貸与したり、認知症家族向け交流の場としてのカフェ利用、地元のシニアクラブの活動の場として利用されている。

<「ホームクレール用賀」の拠点概要>



今後の展開

今後“地域に開かれた高齢者住宅”を開発していく際に、機能やノウハウを転用していく予定

● 今後の“地域に開かれた高齢者住宅”を開発していく際に、機能やノウハウを転用

- ・今後開発する“地域に開かれた高齢者住宅”における居住者向けサービスとして、ホームクレール事業で培った必要機能やノウハウを活かしていく予定
- ・2017年に開業予定の多世代型大規模集合住宅では、コミュニティサロンの開設や、ホームクレールの主要サービスを提供する予定

● 本事業はパイロットケースであり、同様の拠点を展開する予定は今のところない

事業者からの、ご利用される方やケアマネジャー・自治体の方へのメッセージ

ヘルスケア事業部課長 沼滝ゆりか

昨年7月の開業以来、「ここに通うようになって体調が改善した」「地域に知り合いができた」「近くに、話ができ、通える場所があって嬉しい」などの、利用者のお声を、下は40代から上は90代の方まで、数多く頂いています。あらためて、食事を楽しむことや、体を動かすこと、他者との交流が、健康寿命の延伸にいかにか大切かを実感する毎日です。みなさまのお越しをお待ちしています。