6-1				
主題	稼働率向上への取り組み			
副題	自立支援の強みをいかした稼働率の向上			
キーワード 1	自立支援	キーワード 2	稼働率	研究(実践)期間 12ヶ月

法人名・事業所名	社福) 大三島育徳会 デイサービス博水の郷
発表者(職種)	前島幹(生活相談員)、斎藤まどか(介護士)
共同研究(実践)者	是永雅之(生活相談員)、一関はるみ(介護士)、瀧上憲一(介護士)、他

電話	03-5797-5650	FAX	03-5797-5651
----	--------------	-----	--------------

事業所紹介	平成 14 年 9 月 1 日開始の今年 23 年目のデイサービスである。一日の定員 25 名。お一人ひとりの目的・楽しみ方を大切に地域のお仲間と楽しい職員が共に過ごしている。ご利用者主体を軸とした職員と“共に支え合う”関係を育み、その人らしい“いきいき”“わくわく”感が生まれる表情豊かな空間を目指している。
-------	---

<p>《1. 研究(実践)前の状況と課題》</p> <p>開設当初より個人の自律・自立心の助長(自立支援・セルフサービス制の実現)に努めていた。その一環として自ら食べたお膳、使用した湯呑・おしぼりをご利用者自身で片づけるセルフサービスの取り組みを行っていた。令和 2 年度の平均稼働率は 89.20%だった。</p> <p>新型コロナウイルス禍になり、感染症対策のために時間がとられ、お膳の片付けは職員が中心に行うようになった。令和 5 年 5 月に新型コロナウイルスが 5 類へ移行し、セルフサービスを再開した。その時の稼働率は 64%にまで落ちていた。対策を練るために、多職種で会議を行い、取り組みを行った。ご利用者・ご家族・職員の満足度はあがった(ご利用者満足度 97.2%・ご家族満足度 100%)。またご利用者の ADL 向上が見られる成果もみられた。それにもかかわらず、稼働率が上がらなかった。80%以上、85%を目指して営業活動を行ってはいたが 75%と目標に達することが出来なかった。</p> <p>《2. 研究(実践)の目的ならびに仮説》</p> <p>＜実践の目的＞</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. セルフサービスによる自立支援を事業所の強みとして宣伝し稼働率をあげ、ご利用者を増やす。 2. 利用者の“いきいき”“わくわく”感が生まれる表情豊かな空間のデイサービスにする。 <p>＜仮説＞</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 名刺やパンフレットだけでなく、事業所の特色がわかる写真を営業に活用すれば宣伝になる。 (2) セルフサービスによる自立支援の取り組みを行い、その取り組みを宣伝すれば稼働率が上がる。 <p>《3. 具体的な取り組みの内容》</p> <p>事業所の強みを活かした営業をすることで稼働率を上げるためにはどうするか、多職種(生活相談員、介護士、看護師、機能訓練士)で会議を行った。更に当法人の居宅支援事業所の意見とご家族アンケートの意見を参考にして以下のことを取り組んだ。</p>
--

- (1) 居宅支援事業所を営業訪問する
 - ① 法人内の地域密着型のデイサービスと一緒に営業する。
 - ② 営業のマニュアル作成。
 - ③ 営業計画を立てる。
- (2) サービス利用中の写真を活用した営業
 - ① 事業所の特色がわかるパンフレットを作成する。
 - ② 毎日更新しているホームページのブログにセルフサービスの様子を載せる。
 - ③ ご利用者のご家族との連絡帳ノートに、ご利用時の写真を貼り、デイサービスでのご様子をお知らせする。
 - ④ ケアマネジャーに毎月、担当ご利用者の近況報告書に写真を添付して提出する。
- (3) 利用希望の方には見学を勧め、ケアマネジャーに同行をお願いする。
- (4) お知らせパンフレットにホームページの二次元コードを載せる。
- (5) 誰が見学対応しても変わりがないように、見学対応マニュアルを作成した。

《4. 取り組みの結果》

令和4年12月には64%だった稼働率が、上記の取り組みを行ったことで、令和5年11月には88%に達し現在も80%の稼働を維持している。また営業を行う1年前の新規のご利用者が、月平均2.6名、追加希望が0.6名であった。営業を始めて以降は新規ご利用者2.9名、追加利用が2.1名の結果となっている。新規のご利用者が増え、稼働率も向上した。

ケアマネジャーからはコロナ禍で見学できない中、パンフレットにてお風呂やトイレの環境、ご利用者の様子が一目で見てわかるのは助かる。ご利用者がデイサービスを利用開始する際の参考資料になると喜ばれた。現在は気軽に見学できるデイサービスとして、浸透している。

《5. 考察、まとめ》

居宅支援事業所に直接営業に行く事で顔の見える関係ができた。そのため電話などによる情報の連携がしやすくなり、ご利用者の紹介や曜日追加につながった。これは営業による成果であると考える。

また、職員が、日々、現場で“いきいき”“わくわく”を意識してご利用者と一緒に楽しんでいる。セルフサービスの取り組みが自立支援につながり、ご利用者のADLの向上も見られた。これが、ご利用者とご家族の満足度につながり、ご利用者ご本人やご家族から、曜日の追加の相談を受けることも増えた。

利用希望者やケアマネジャーが見学に来た際には楽しい笑顔の雰囲気伝わり、新規利用希望となり、稼働率向上につながった。

《6. 倫理的配慮に関する事項》

なお、本研究（実践）発表を行うにあたり、ご本人（ご家族）に口頭にて確認をし、本発表以外では使用しないこと、それにより不利益を被ることはないことを説明し、回答をもって同意を得たこととした。

《7. 参考文献》

「あのデイサービスには、なぜ人が集まるのか」（2022年8月発行）糠谷和弘著、（株）PHP研究所
「居宅支援事業所のケアマネジャーの自立支援に対する意識とケアマネジメントの実践から浮かび上がる課題に関する研究」（2017年）

《8. 提案と発信》

今後は、ご利用者、ご家族そしてケアマネジャーが何をデイサービスに求めているのかを追及して行くことが必要である。ご利用者、ご家族、ケアマネジャーに選ばれるデイサービスになるために、新たな強みを見だし、実行し、発信し続けていかなければならない。デイサービスは、在宅介護のかなめであることを事業所も職員も自覚し、これからも、ご利用者、ご家族が満足できるサービスを行っていききたい。