

徳島県支部

介護ビジネスにおける利用者満足のための調査研究

少子化・高齢化の進展、介護負担の増加、労働力人口の減少等に伴い、高齢者・女性の社会進出の必要性が増大しつつあり、それに伴い介護関連サービスや育児関連サービス等の家事支援サービスに対する需要が増大することが見込まれている。なかでも、ここ数年間で要介護認定者・サービス利用者数の増加、介護ビジネスへの新規参入がますます増えてきており、介護保険法の改正もあいまって、今後、事業所の淘汰が一層起こりうることが予測されている。

そこで、今回の調査研究は、その基準を、「利用者満足」とし、現状や実情を把握したうえで、その「利用者満足」を向上させるために“組織として”どのように取り組んでいくべきなのかアンケート調査を実施し、分析して提言を行うものである。

認定事業所数に対してのサンプル数としては多くはないが、集計・分析のなかで一定の傾向を読み取ることができたように思われる（詳しくは本文を参照していただきたい）。

回答結果全体を見渡してみると、全体的にやや良好な結果が出ているように思われる。ただ、今回のアンケート調査の目的である「利用者満足度向上のための課題」を抽出していくにあたって気になる点が3つ見つかっている（実は、これらはビジネスで成功していくための重要なポイントでもある）。

それらに対する提言とともに、福祉サービス第三者評価（基準）に対して「組織としての取り組み」について、および利用者満足度を向上させるのに不可欠な「苦情対応システムの構築」、「介護保険法改正のポイント」と「それらへの対応について」を、集計結果に続けて報告書としてまとめている。

具体的には、顧客（利用者）の視点から経営を考える場合に、非常に参考となる考え方は経営品質（顧客にとっての価値があるサービスを生み続ける組織をつくり、組織の状態を高めようというもの）で、これらが報告書の核となっている。米国競争力復活の原動力の1つとなったといわれる「マルコム・ボルドリッジ国家品質賞（MB賞）」の考え方を範として取り入れた経営品質向上の考え方は、いまや世界60か国以上に広がりを見せている。

分野面でも、企業のみならずあらゆる分野に取り入れられており、福祉の分野においてもますます広がりを見せるのではなかろうかと思われる。

厳しい競争環境のなか、勝ち残るのは付加価値といった差別化も必要であるが、それは足元である組織とそれらが提供するサービスの本質がしっかりしたものでなければならぬのである。