



一般社団法人 **医療介護経営研究会**  
**C-SR顧問レポート**  
**2018年 2月号 (第63号)**

【C-SR広島県会員】  
社会保険労務士法人オーク(担当:佐藤)  
〒737-0143 呉市広白石2-6-37  
TEL(0823)74-9606 FAX(0823)74-9609

**今月の担当**

- ・株式会社はっぴーライフ 代表取締役
- ・株式会社エイチエル 代表取締役
- ・C-SR (社) 介護経営研究会 顧問



**介護保険法顧問 辻川 泰史 (つじかわ やすし)**

介護報酬が下がったりすることは、私も経営している立場として痛手です。

ブログやFBなどでは多くの経営者の方々が可笑い、変だ、という意見や持論を展開されております。実際に現場を見ていないのではないかと、という疑問もあります。

しかし、文句を言った所で変わりません。もう決定してしまったのです。どうしていくべきか？

ここは経営者の力量、その法人の力量が問われる所です。

人材不足に関しては介護業界だけの問題ではありません。飲食店に行くと、人手が不足して注文してから時間がかかる事も多くなってきています。日本の労働人口が減少していつていると少しずつ感じます。

特に介護業界は成り手が少ないのが現状です。何故か？理由は沢山ありますが、その一つに給与が低いというイメージ。

そしてもう一つが大変そう、というイメージが大きくあるのではないかと思います。

介護業界が優遇されていないのでしょうか？

残業がなく、給与の遅延もなく、賞与も決まって支給され、年収600万以上。

そんな仕事がどれだけあるのでしょうか？

もしそういった仕事に就いている人がいれば、その人は特殊なスキルがある人、又は努力を人一倍した人だと思います。介護報酬引き下げの度に制度への批判をする事は、より業界のイメージ低下を招くと思います。

言うべき事は言う。

伝えるべき事は伝える。

そういった事は必要です。

しかし、経営者層が大変だ、大変だと言い続けることは自社にとっても業界にとっても良い事ではありません。

経営者の気持ちのブレは職員に伝わります。

そして職員の気持ちに不安が生じ、サービスに影響が出てしまう事もあります。

悪循環です。

介護報酬によって経営の行い方を変えていく事が必要だということは、私はセミナーでも伝えていますが、多くの経営者が認識している事です。

自社のみが報酬を下げられるわけではありません。同業者全部です。

報酬引き下げに対して、どういう影響が考えられるのか？そして、その影響によって損失がどの程度出て、その損失を最小限にするにはどうしたらよいか？

どういふ協力をして欲しいか！

という事を話し合って一致団結していく事が大事だと思います。

職員を安心させるように方向性を示して

リーダーシップを発揮すべき時ではないでしょうか？

経営者としてのリーダーシップの見せ所です。

製品ライフサイクルで考えた場合、成長期から成熟期に入る時期に介護事業所は急増しました。

そしてデイサービス業界は、今は衰退期なのかもしれません。

そうなる次には又、新たな形での導入期が来ます。

その新たなステージの為の課題だと思います。

時代が変わる。

その都度、自社も自分も変わるという事が必要です。

サプリメントで有名なDHCも元は洋書の翻訳委託の会社でした。

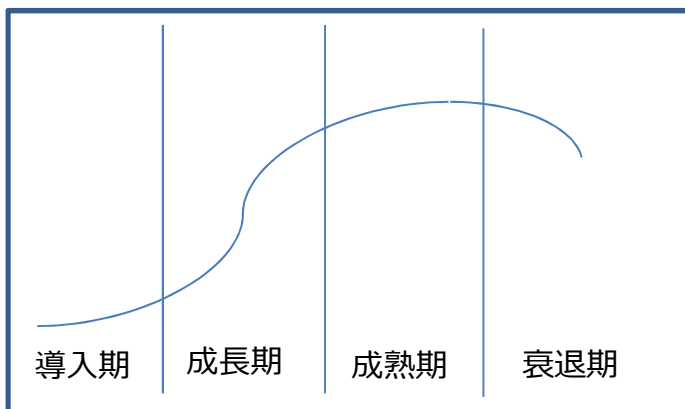
D-大学 H-翻訳 C-センター

私たちが避けようのないものに文句をつけ、反抗してみたところで、避けようのないもの自体を変えることはできない。だが、自分自身を変えることはできる。

デールカーネギー

## 2018年 2月号 第63号 顧問レポート

### 製品ライフサイクル



成功する製品はすべて、次のような明確に区別ができる4つの段階を持っています。

(失敗する製品はこの4段階の途中、主に導入期で失敗します)

4つの段階とは、

- (1) 導入期 (市場開発期)
- (2) 成長期
- (3) 成熟期
- (4) 衰退期 です。

製品ライフサイクルは、通常、S字カーブとして描かれ、導入期ではほとんど横ばいに近い推移を示した後、成長期で大きく上昇、また成熟期でゆるやかな上昇に戻ります。

製品の競争戦略は、それぞれの段階ごとに異なります。

導入期においては、市場開拓を主とし、製品の認知度を高める必要があります。

特に製品コンセプト、使い方の提案など、製品を顧客が使用シーンをイメージできるように理解してもらうことを重視する必要があります。

成長期においては、市場におけるポジションの確立、シェアの確立を目指します。

流通チャンネルの拡大を図ることや、機能の改良やモデルチェンジが必要となってきます。

成熟期においては、競合製品に対して自社製品のポジショニングやシェアの防衛が重点となります。ポジショニングのために価格や広告における戦略・戦術が必要となります。機能改良やモデルチェンジは小さなものとなります。

衰退期には、撤退のタイミングの検討を行うことが必要となります。

価格もマージンも低く抑えられたなかで、メンテナンス体制や社会的責任も考慮する必要があります。

#### 【講師プロフィール】

辻川泰史

株式会社はっぴーライフ 代表取締役

株式会社エイチエル 代表取締役

〒180-0002

東京都武蔵野市吉祥寺東町1-17-18 三角ビルB1

はっぴーライフ

TEL 0422-28-5051 FAX 0422-28-5052

エイチエル

TEL 0422-28-1231 FAX 0422-28-1232

株式会社はっぴーライフ

<http://www.hl-tokyo.com>

株式会社エイチエル

<http://www.eichieru.com>

毎日が一期一会Blog

<http://ameblo.jp/eichi-eru>

TV出演VTR

「朝まで生テレビ2009, 10, 23」

<http://www.hl-tokyo.com/tv/asamade.html>

「東京MXテレビ2009, 11, 7」

<http://www.hl-tokyo.com/tv/tokyo.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=ujIvsqa8RDI>

#### 【著書】

「福祉の仕事を人生に活かす」中央法規出版

「10年後を後悔しない20の言葉」講談社

「図解 デイサービス開業と経営実践ガイド」

誠文堂新光社

「人が集まる!喜ばれる!デイサービスのはじめかた・

つづけた」秀和システム

「これならわかる <スッキリ図解> 介護ビジネス」翔泳社