

以上、「所在地」についての集計結果から、都市部では、介護保険制度の導入とともに新規参入した法人が、拠点を持たず訪問サービス事業を中心とした事業展開をおこない、それ以外の地域では、介護保険導入以前から活動していた既成の法人が、施設などの拠点を持ちながら訪問サービス事業を拡大していったという一般的な傾向を読みとることができる。

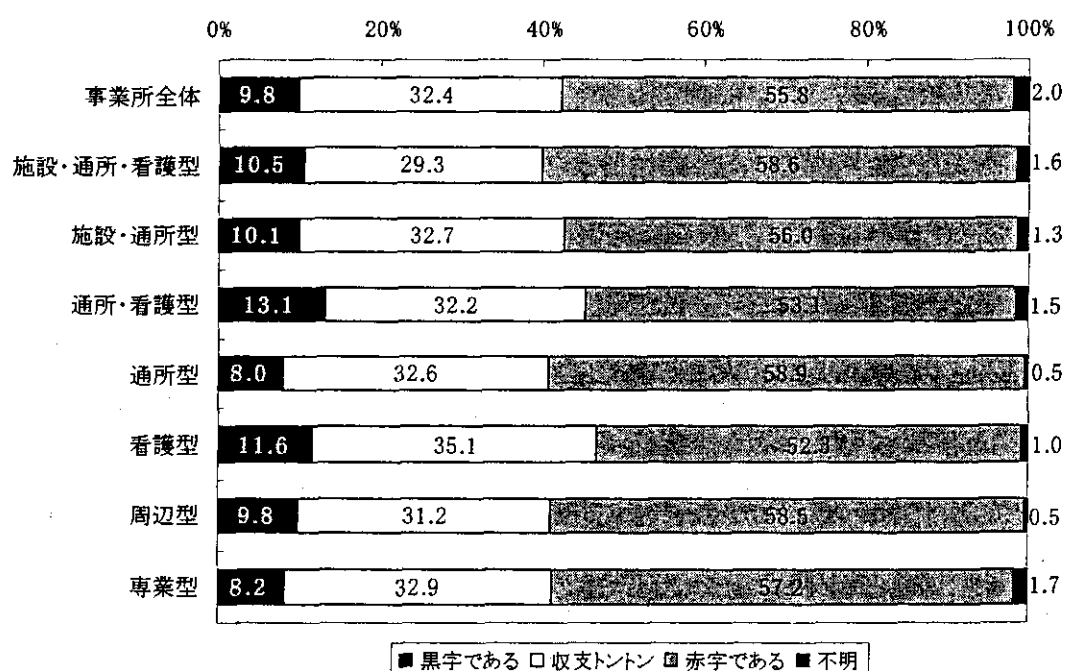
以下の分析では、訪問介護サービス事業についての「経営状況」並びに「今後の事業展開」について、「事業類型」、「経営法人」、そして、「所在地」という3つの観点から検討をおこなう。しかし、この節で見てきたように、これら3つの観点は相互に関連しており、以下の分析でも、この点に留意して結果を解釈していく必要がある。

第2節 訪問介護サービス事業の収支と客単価

1. 訪問介護サービス事業の収支

図2-4に見られるように、どの「事業類型」に属する法人の事業所も、訪問介護サービス事業については、約6割程度の事業所が「赤字である」と回答している。また、「事業類型」間の差異もほとんど見られない。また、「経営法人」や「所在地」においても、この傾向は変わらない。つまり、訪問介護サービス事業に関して言えば、所在地がどこで、どのような事業展開をしていても収支にほとんど大差はなく、全体の6割程度が「赤字」であるという現状が見て取れる。

図2-4 事業類型別訪問介護サービス事業の収支



2. 訪問介護サービス事業の客単価^(注)

訪問介護サービス事業の収支については、あまりかんばしくないという回答が多数を占めた。では、各事業所は、介護保険導入以前どの程度の客単価を予想していたのであろうか。図2-5は、介護保険導入以前に予想していた客単価の金額を回答してもらったデータを金額の多少により5つのカテゴリーに分類し、「経営法人」別にその内訳を示したものである。

図2-5より、株式会社、有限会社といった新規参入組は、比較的高い客単価を予想していたことがわかる。株式会社の最頻カテゴリーは「5万円～7万円未満」(29.4%)で、3万円未満の客単価を予想していた事業所は2割にも満たない(13.0%)。さらに、10万円以上の客単価を予想していた事業所も2割程度あった(20.6%)。有限会社に至っては、最頻カテゴリーは「10万円以上」(34.2%)であり、株式会社以上の強気の予想である。それに対して、社会福祉法人、社会福祉協議会といった既成組は、いずれも比較的低い客単価を予想していたことがわかる。最頻カテゴリーは、2つの「経営法人」とも「3万円～5万円未満」であるが(社会福祉法人：39.7%、社会福祉協議会：43.8%)、その下の「3万円未満」のパーセントとも大差はない(社会福祉法人：38.3%、社会福祉協議会：41.1%)。また、10万円以上の客単価を予想していた事業所はほとんどない(社会福祉法人：3.6%、社会福祉協議会：1.4%)。また、医療法人、協同組合、NPO法人と言った法人の事業所は、両者の中間的な値を示している。

図2-5 経営法人別訪問介護サービス事業の客単価予想

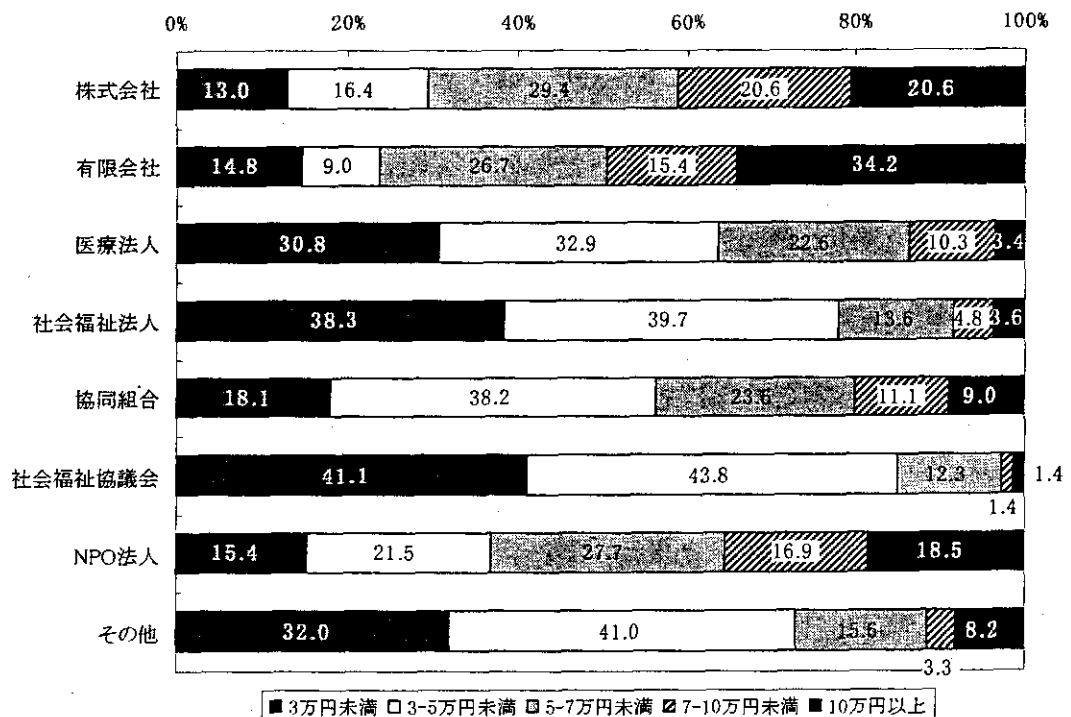


図2-6は、調査時点（平成12年10月現在）での客単価の金額を回答してもらったデータを金額の多少により5つのカテゴリーに分類し、「経営法人」別にその内訳を示したものである。

株式会社、有限会社といった新規参入組が比較的高い客単価を予想していたことは先に述べたが、客単価実績においても、他の「経営法人」より高い金額を回答する事業所が多かった。最頻カテゴリーは、いずれも「5万円～7万円未満」（株式会社：32.4%、有限会社：25.4%）である。また、有限会社では2割程度の事業所が「10万円以上」と回答している（23.7%）。介護保険導入以前の予想客単価と比較すると、若干「低め」に推移している感はあるが、概ね予想通りの実績を上げていると言えよう。それに対して、低い客単価を予想していた社会福祉法人、社会福祉協議会といった既成組は、客単価実績においても「予想通り」低い客単価を回答する事業所が多いことがわかる。最頻カテゴリーは、いずれも「3万円～5万円未満」（社会福祉法人：45.8%、社会福祉協議会：53.4%）であり、予想客単価の結果と一致する。ここでも、医療法人、協同組合、NPO法人と言った法人の事業所は、両者の中間的な値を示している。

図2-6 経営形態別訪問介護サービス事業の客単価実績

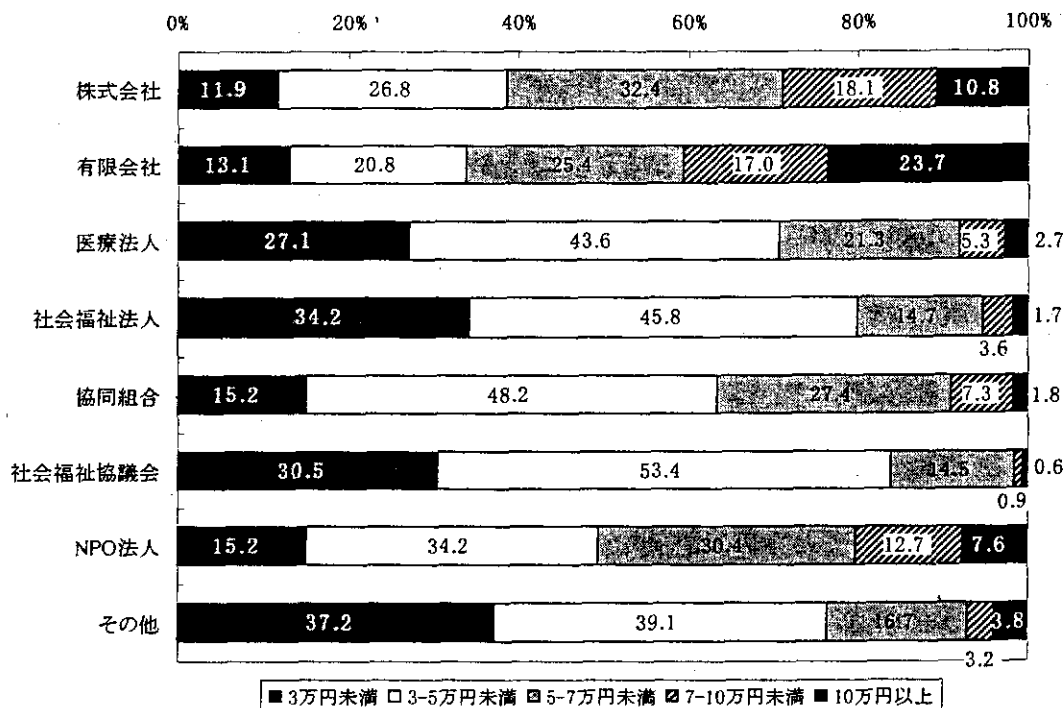
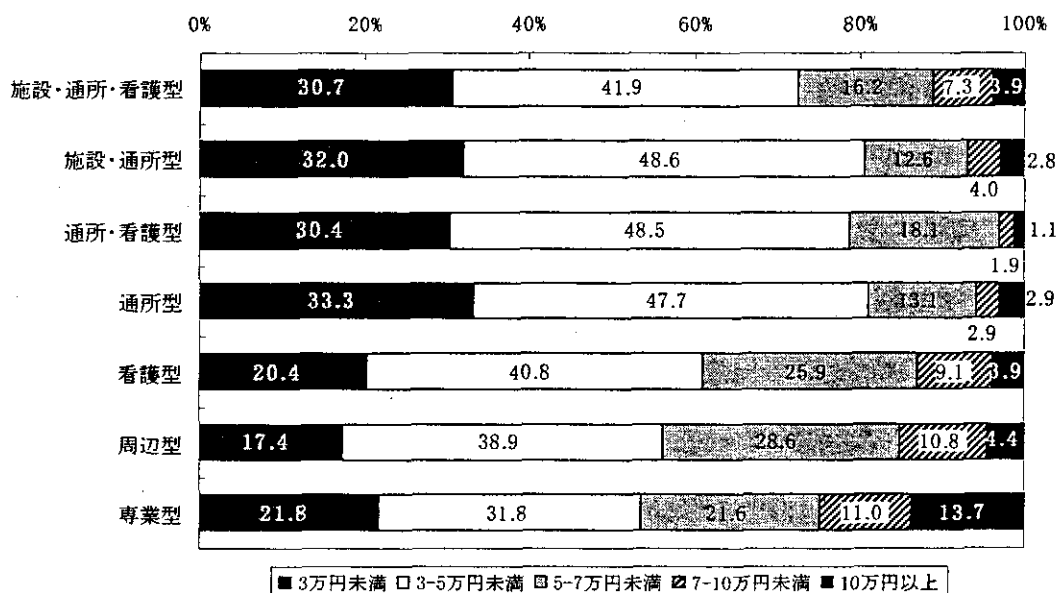


図2-7は、先の客単価実績のカテゴリーデータを「事業類型」別に整理し直したものである。「看護型」、「周辺型」、「専門型」に分類された訪問系のサービスに特化した法人の事業所が、「ハコもの」を拠点としてサービスを展開している法人の事業所よりも高い客単価を回答する傾向が

見られる。特に「**專業型**」の事業所では、1割以上が客単価が10万円以上であると回答している(13.7%) 点が目につく。

図2-7 事業類型別訪問介護サービス事業の客単価実績



経営法人では、新規参入組が高い客単価を回答する傾向にあり、事業類型では、訪問系のサービスに特化した事業所が高い客単価を回答する傾向にあったという結果は、同一の事実を違った角度から見たに過ぎない。先に述べたように、株式会社、有限会社の9割が訪問系のサービスに特化しており、訪問介護サービスは核となる事業であり、主たる収益源となっている。それに対して、施設や通所サービスなど訪問介護以外の収入源を持つ法人にとっては、訪問介護サービスが収益の柱になる必要は必ずしもない。特に介護保険導入以前から施設や通所サービスにより収益をあげていた法人の多くは、既存のサービスに軸足を置きながら、訪問介護サービス事業への展開をはかっている状況であると推察できる。「事業類型」あるいは「経営法人」の違いによる訪問介護サービス事業への取り組み方の差は、下の表2-1でも読みとることができる。

表2-1は、事業類型毎に、訪問介護サービス事業の収支への回答別(「赤字である」、「収支トントン」、「黒字である」)に、客単価実績として回答した金額の中央値を示したものである。この表により、各事業類型の採算ラインを大まかに把握することができる。採算ラインが「収支トントン」と「黒字である」との間にあるとすれば、4万円程度が「施設・通所」と「通所」、4万を越える程度が「施設・通所・訪問」、「通所・訪問」、「看護」、5万円程度が「周辺」、そして、5万円を超える程度が「專業」ということになる。もちろん、各事業類型の中でもばらつきがあるが、概して、この順に訪問介護サービス事業への依存度が高まると考えられる。

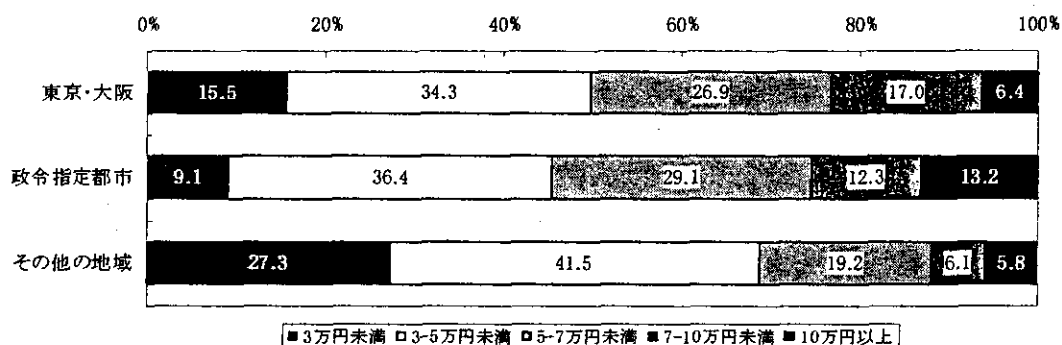
表2-1 事業類型別採算ライン

(客単価:単位千円)

		赤字である	収支トントン	黒字である
施設・通所・看護	度数	108	50	18
	中央値	32.0	42.0	49.0
施設・通所	度数	136	86	24
	中央値	31.0	37.5	40.0
通所・看護	度数	146	86	36
	中央値	34.0	40.0	45.2
通所	度数	182	94	30
	中央値	32.0	40.0	41.0
看護	度数	193	125	43
	中央値	40.0	43.0	45.0
周辺	度数	263	144	46
	中央値	40.0	45.0	53.0
専業	度数	380	227	56
	中央値	41.0	51.0	55.0

図2-8は、先の客単価実績のカテゴリーデータを「所在地」別に整理し直したものである。図から、「東京・大阪」、「政令指定都市」のいわゆる都市部の方が、若干高い客単価を回答する傾向にあると言える。ただ、都市部とその他の地域では報酬単価の設定そのものが異なるため、結果として客単価に違いがでることは当然の結果と言えよう。この意味で、実質的な客単価については、都市部とその他の地域ではそれほど大きな差はないと考えられる。

図2-8 所在地別訪問介護サービス事業の客単価実績



第3節 訪問介護サービス事業の展望

1. 訪問介護サービス事業の今後の展開

訪問介護サービス事業への方向性をたずねる目的で、訪問介護サービス事業の今後について、「積極的に拡大していく」、「徐々に拡大していく」、「当面は現状維持を続ける」、「縮小していく」、「撤退を考えている」、「未定」の6つの選択肢の中から、あてはまるもの1つを選択して

もらった。図2-9は、「経営法人」別に回答の内訳を示したものである。

訪問介護サービス事業については、6割程度の事業所が「赤字である」と回答しているにもかかわらず、図2-9によると、「縮小」あるいは「撤退」を考えている事業者はほとんどいない。特に、株式会社、有限会社、協同組合、NPO法人など新規参入組は、「積極的拡大」と「徐々に拡大」をあわせた「拡大」路線を志向している事業所がその大半を占めている（株式会社：71.2%、有限会社：68.0%、協同組合：82.8%、NPO法人：69.2%）。それに対して、社会福祉法人、社会福祉協議会といった既成組では、「現状維持」の割合が高い（社会福祉法人：47.0%、社会福祉協議会：65.4%）。特に、社会福祉協議会では、「拡大」路線を志向する事業所は3割弱（27.1%）にとどまり、他の「経営法人」に比べ、訪問介護サービス事業への消極的な姿勢が際だっている。

図2-9 経営法人別今後の訪問介護サービス事業の展開

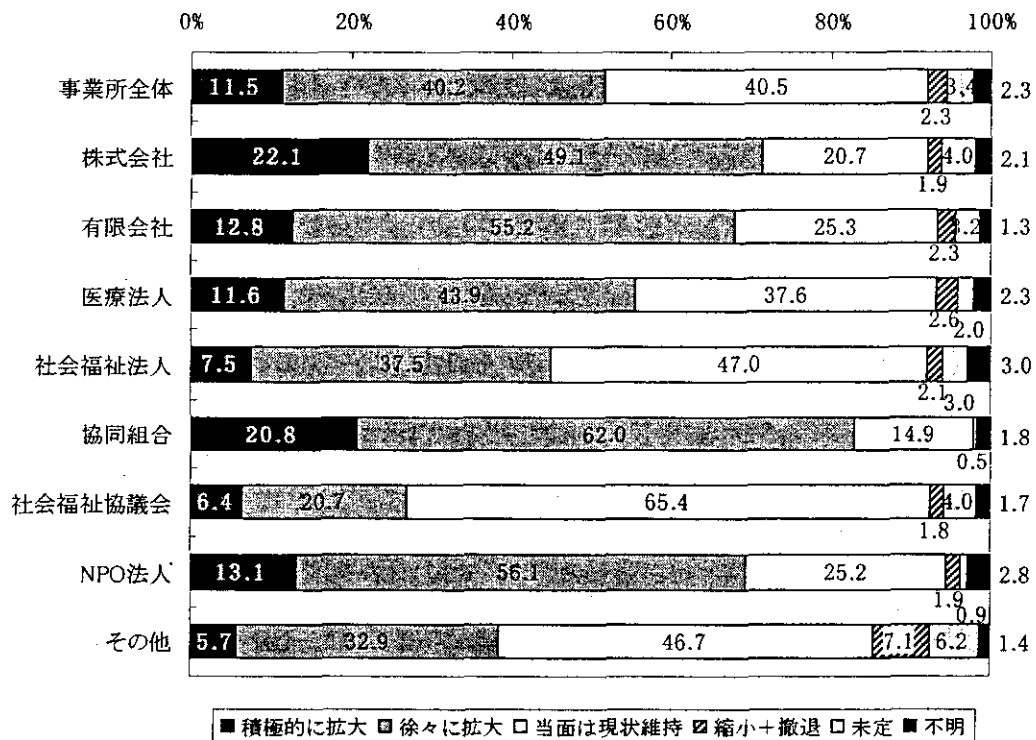


図2-10は、同じデータを「事業類型」別に整理したものである。「経営法人」別による図2-9と比べると、各カテゴリー間の差は少ない。「ハコもの」を拠点としたサービスを展開している法人よりも、拠点を持たない訪問系サービス中心の法人の方が今後の展開に若干積極的であるとする傾向を読みとることはできるが、どの「事業類型」の法人も、現状維持あるいは拡大路線を志向していると言えよう。

図2-10 事業類型別今後の訪問介護サービス事業の展開

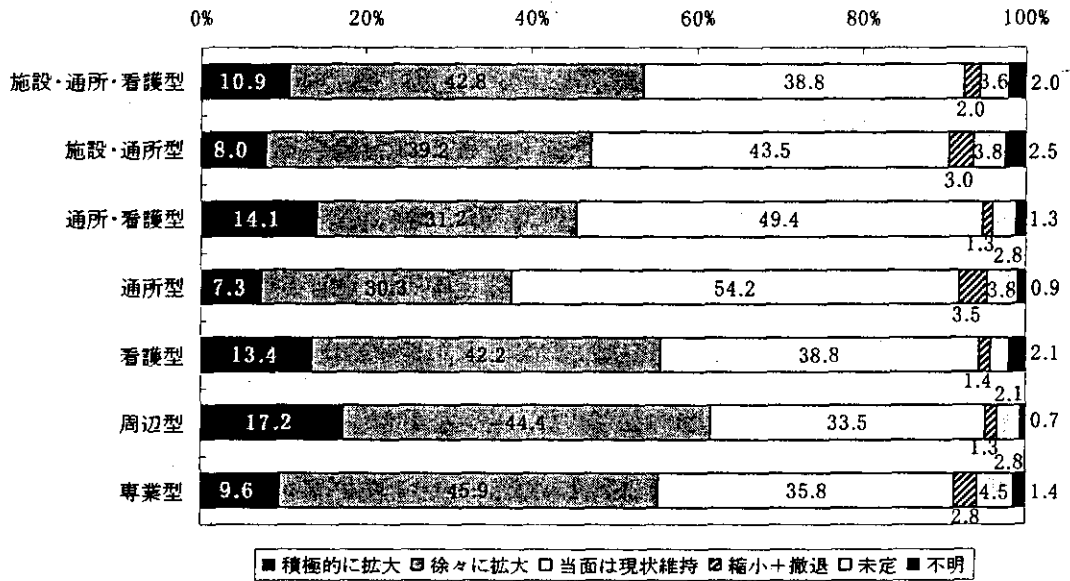
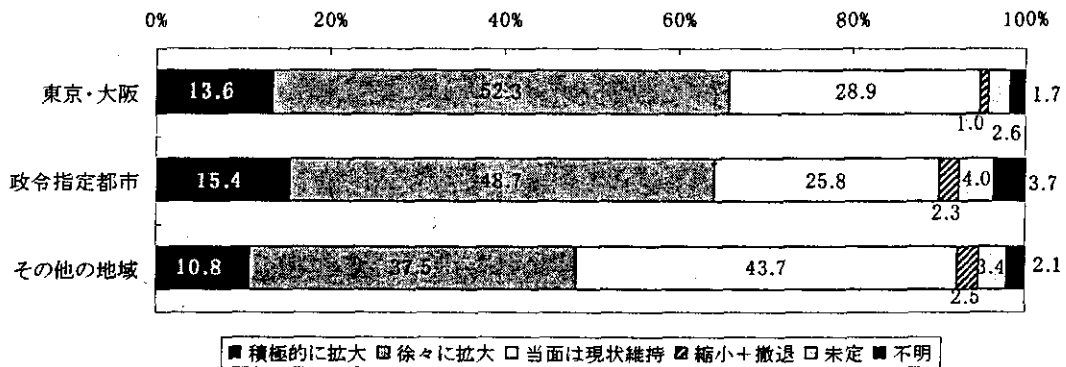


図2-11は、同じデータを「所在地」別に整理したものである。「東京・大阪」や「政令指定都市」と言った都市部では、「その他の地域」よりも拡大路線を志向する事業所の割合が多いことがわかる。

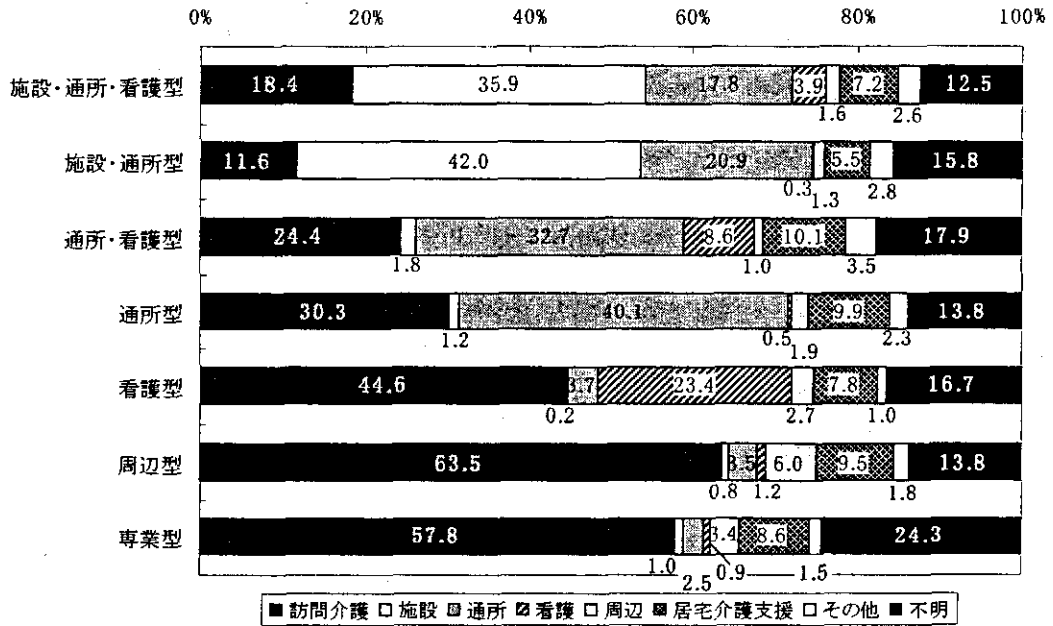
図2-11 所在地別今後の訪問介護サービス事業の展開



2. 今後力を入れていく介護サービス事業

図2-12は、今後力を入れていく介護サービス事業を3つ重要な順に回答してもらった際、優先順位が最も高かった事業を「事業類型」別に示したものである。なお、「施設型」、「通所型」、「看護型」、「周辺型」の各サービスは、「事業類型」の際に用いた分類基準と同じである。

図2-12 事業類型別今後力を入れていくサービス事業
(優先順位1位)

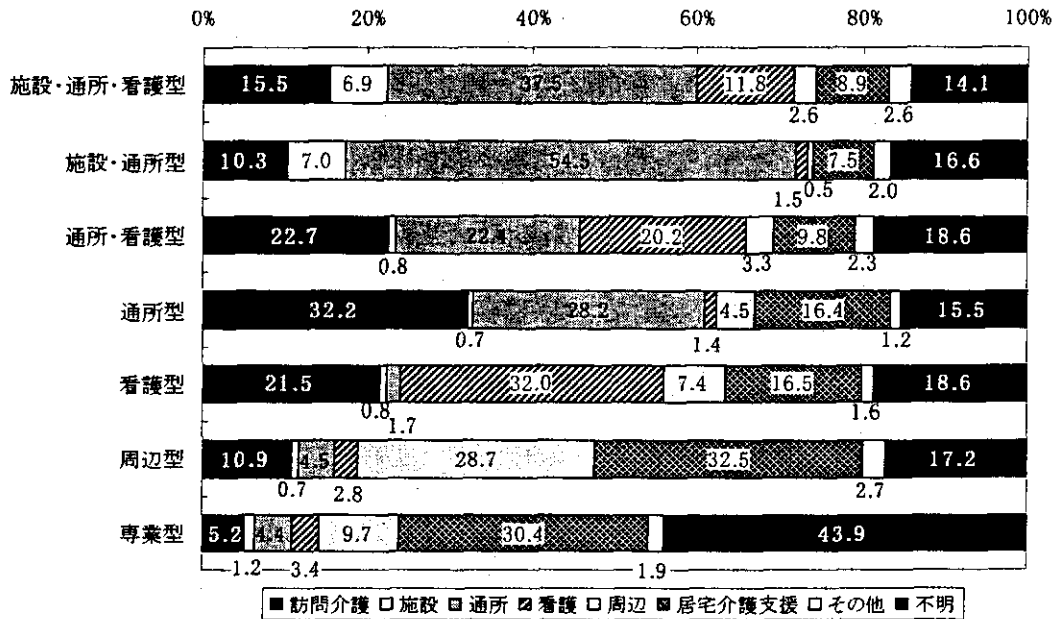


一般に、「施設型」、「通所型」、「訪問型」に分類された法人は、それぞれの「型」のサービスの一層の充実を志向する傾向がある。ただ、すべての「事業類型」に共通しているのが、訪問介護サービス事業への関心の高さである。どの「型」の法人においても相当数が今後最も力を入れていく事業に「訪問介護サービス事業」をあげている。図2-4の「訪問介護サービス事業の収支」ならびに図2-10の「訪問介護サービス事業の今後の展開」についての結果と総合すると、ほとんどの法人が、訪問介護サービス事業については、現在「赤字」であるにも関わらず、撤退ないしは縮小は考えておらず、むしろ、「訪問介護サービス事業」の一層の充実を志向していることがわかる。

図2-13は、今後力を入れていく介護サービス事業を3つ重要な順に回答してもらった際、優先順位が2位の事業を「事業類型」別に示したものである。

「施設型」に分類された法人のうち、「通所型」サービスをあげた法人が相当数に上っている（施設・通所・訪問：43.7%、施設・通所：65.4%）。逆に、「通所型」あるいは「訪問型」に分類された法人のうち、「施設型」サービスをあげた法人はほとんどない。「施設型」サービスには相応の投資が必要な点を考慮しても、「施設型」サービスへの関心の低さと「通所型」サービスへの関心の高さから、ここでも、「施設」から「在宅」への流れを読みとることができる。

図2-13 事業類型別今後力を入れていく介護サービス事業
(優先順位2位)



第4節 まとめ

本章では、訪問介護サービス事業についての「経営状況」並びに「今後の事業展開」について、「事業類型」、「経営法人」、そして、「所在地」という3つの観点から検討をおこなった。

「事業類型」については、ほとんどの項目で、「施設」や「通所施設」などいわゆる「ハコもの」を拠点としたサービス展開をおこなっている法人と、「ハコもの」を持たずに訪問系のサービスに特化している法人との対照が浮き彫りとなった。社会福祉法人や社会福祉協議会といった介護保険導入以前からサービス展開をおこなっていた「既成組」が前者の代表であるとするれば、株式会社や有限会社と言った介護保険を機に介護サービス事業を手がけるようになった「新規参入組」が後者のグループを形成している。

本章のテーマである訪問介護サービス事業に関して言えば、前者の既成組と後者の新規参入組との間で、その取り組みに違いが見られた。訪問系サービスが事業の中心とならざるを得ない法人にとって、訪問介護サービスは存立基盤に関わる事業である。他方、すでに介護サービス事業の分野で安定した収益を確保している法人にとっては、訪問介護サービス事業への依存度は、はるかに低い。両者の立場の違いが予想客単価や客単価実績などに如実に反映していると言えよう。

この意味で、新規参入組が訪問介護サービス事業の実績で既成組を上回ったとしても、事業の

採算ラインについては、必ずしも楽観できる状況にはない。むしろ、現状で最も厳しい状況におかれているのが「彼ら」なのではないかと推測できる。それは、第2節の「1. 訪問介護サービス事業の収支」で報告した結果に端的にあらわれている。この章で取り上げた項目のうち、既成組と新規参入組との違いが見られなかった唯一の項目が「訪問介護サービス事業の収支」である。どちらの「組」も訪問介護サービス事業の経営状況は芳しくない。当然、他に収益源のない事業所、さらには資金面で余力のない事業所ほど、状況が切迫してきているのは想像に難くない。

マスコミは、介護保険導入当初から「スタートから暗礁に乗り上げた介護ビジネス」という姿をこぞって報道してきた。これは、ある部分訪問介護サービス事業の現状を反映したものであるかもしれない。しかし、第3節の「1. 訪問介護サービス事業の今後の展開」並びに「2. 今後力を入れていく介護サービス事業」で報告した結果は、マスコミが作り上げた「像」が表面的なものでしかない事を示唆している。本調査に回答を寄せていただいた膨大な数の事業所のほとんどが、訪問介護サービス事業の一層の拡大を望み、さらに、サービスの「多角化」による経営の安定を志向するのではなく、訪問介護サービス事業そのものの充実を将来的な課題の1番目にあげていたという結果から、走り始めた訪問介護サービス事業の先行きが、一部マスコミの論調ほど暗いものではないという感を覚える。同時に、介護保険の施行後1年も経過していない調査時期であり、そうした事業者の将来見通しは介護保険が定着するにつれて現実に見直しを迫られることもあるかと思われる。

(注) 「客単価予想」では、1466事業所(39.9%)が無回答であり、「客単価実績」では、1126事業所(30.7%)が無回答であった。そこで客単価に関する分析では、無回答データを除いた数(「客単価予想」では2205、「客単価実績」では2545)を母数として、パーセントを計算した。