

介護サービス情報の公表制度の基本情報項目および調査情報項目の利用意向について、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、基本情報項目については、経常利益が『5%以上増加』の事業所で「とても利用すると思う」が4.2%、「やや利用すると思う」(20.8%)と合わせると25.0%と最も多い。一方、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とても利用すると思う」割合は4.0%と比較的高いが、「やや利用すると思う」は8.0%で、これらを合わせると12.0%と利用意向が最も低くなっている。

調査情報項目の利用意向については、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とても利用すると思う」が4.0%、「やや利用すると思う」(12.0%)と合わせると利用意向は16.0%となっている。『5%以上増加』の事業所では「とても利用すると思う」は0%だが、「やや利用すると思う」が16.7%と利用意向の割合が最も高く、以下経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど利用意向が低くなっている。

■表側:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭:【Q11-3】基本情報項目の利用予想【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても 利用すると思う	やや 利用すると思う	普通	あまり利用 すると思わない	ほとんど利用 すると思わない	無回答
全体	876 100.0	11 1.3	116 13.2	155 17.7	418 47.7	166 18.9	10 1.1
10%以上増加	25 100.0	1 4.0	2 8.0	9 36.0	9 36.0	4 16.0	-
5%以上増加	48 100.0	2 4.2	10 20.8	6 12.5	19 39.6	11 22.9	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	3 1.0	43 14.5	58 19.6	143 48.3	46 15.5	3 1.0
5%以上減少	336 100.0	3 0.9	39 11.6	51 15.2	171 50.9	69 20.5	3 0.9
10%以上減少	136 100.0	2 1.5	18 13.2	20 14.7	62 45.6	32 23.5	2 1.5

■表側:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭:【Q11-4】調査情報項目の利用予想

	合計	とても 利用すると思う	やや 利用すると思う	普通	あまり利用する と思わない	ほとんど利用する と思わない	無回答
全体	876 100.0	10 1.1	104 11.9	161 18.4	405 46.2	178 20.3	18 2.1
10%以上増加	25 100.0	1 4.0	3 12.0	8 32.0	10 40.0	3 12.0	-
5%以上増加	48 100.0	-	8 16.7	9 18.8	19 39.6	10 20.8	2 4.2
横ばい(+/-5%)	296 100.0	3 1.0	38 12.8	59 19.9	141 47.6	51 17.2	4 1.4
5%以上減少	336 100.0	3 0.9	38 11.3	51 15.2	166 49.4	73 21.7	5 1.5
10%以上減少	136 100.0	3 2.2	11 8.1	23 16.9	57 41.9	38 27.9	4 2.9

介護サービス情報の公表制度の基本情報項目および調査情報項目の非利用意向者の非利用意向理由について、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、基本情報項目については、経常利益の推移にかかわらず「項目内容がわかりにくい」をあげる割合が6割～7割と最も高くなっている。2位は、経常利益が『5%以上増加』と『10%以上減少』の事業所で「項目内容が利用者のニーズに合致していない」（それぞれ56.7%、52.1%）、『横ばい』と『5%以上減少』の事業所で「項目数が多すぎる」（それぞれ52.9%、45.4%）とばらつきがでている。

調査情報項目については、経常利益の推移にかかわらず「項目内容がわかりにくい」をあげる割合が5割～6割と最も高くなっている。2位以下については、経常利益が『10%以上減少』の事業所で「項目数が多すぎる」（60.0%）、「内容が専門的すぎる」（56.8%）をあげる割合が他と比較して高くなっている。

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭：【Q11-3-1】【4, 5に回答した方】その理由(非該当: 292件 を除く)

	合計	項目数が多すぎる	項目内容が専門的すぎる	項目内容がわかりにくい	項目内容が利用者のニーズに合致していない	その他	無回答
全体	584 100.0	283 48.5	263 45.0	364 62.3	260 44.5	108 18.5	2 0.3
10%以上増加	13 100.0	5 38.5	6 46.2	8 61.5	3 23.1	2 15.4	-
5%以上増加	30 100.0	10 33.3	12 40.0	21 70.0	17 56.7	4 13.3	-
横ばい(+5%)	189 100.0	100 52.9	88 46.6	115 60.8	85 45.0	30 15.9	-
5%以上減少	240 100.0	109 45.4	105 43.8	147 61.3	100 41.7	49 20.4	1 0.4
10%以上減少	94 100.0	48 51.1	41 43.6	63 67.0	49 52.1	19 20.2	1 1.1

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭：【Q11-4-1】【4, 5に回答の方】その理由(非該当: 293件 を除く)

	合計	項目数が多すぎる	項目内容が専門的すぎる	項目内容がわかりにくい	項目内容が利用者のニーズに合致していない	その他	無回答
全体	583 100.0	316 54.2	279 47.9	388 66.6	256 43.9	91 15.6	4 0.7
10%以上増加	13 100.0	7 53.8	5 38.5	7 53.8	6 46.2	1 7.7	-
5%以上増加	29 100.0	12 41.4	13 44.8	19 65.5	12 41.4	4 13.8	-
横ばい(+5%)	192 100.0	109 56.8	89 46.4	134 69.8	89 46.4	26 13.5	-
5%以上減少	239 100.0	124 51.9	107 44.8	155 64.9	97 40.6	43 18.0	3 1.3
10%以上減少	95 100.0	57 60.0	54 56.8	63 66.3	48 50.5	15 15.8	1 1.1

介護サービス情報の公表制度の基本情報項目および調査情報項目の改善希望点について、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、基本情報項目については、経常利益の推移にかかわらず「項目内容のわかりやすい表現」をあげる割合が6割～7割と最も高く、以下、「項目数の減」、「比較機能の充実」の順となっている。なお、「項目数の減」をあげる割合は、経常利益が『10%以上減少』の事業所で53.7%と高く、経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど高くなっている。

調査情報項目についても同様に経常利益の推移にかかわらず「項目内容のわかりやすい表現」をあげる割合が6割～7割と最も高く、以下、「項目数の減」、「比較機能の充実」の順となっている。調査情報項目でも、基本情報項目と同様に「項目数の減」をあげる割合は、経常利益が『10%以上減少』の事業所で53.7%と高く、経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど高くなっている。

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭：【Q11-3-3】基本情報項目の改善希望点【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	項目数の減	項目数の増	項目内容のわかりやすい表現	検索機能の充実	比較機能の充実	情報更新制度の迅速化	その他	無回答
全体	876 100.0	409 46.7	7 0.8	630 71.9	133 15.2	175 20.0	76 8.7	60 6.8	64 7.3
10%以上増加	25 100.0	7 28.0	-	16 64.0	3 12.0	5 20.0	2 8.0	-	5 20.0
5%以上増加	48 100.0	16 33.3	1 2.1	35 72.9	6 12.5	12 25.0	5 10.4	4 8.3	2 4.2
横ばい(+/-5%)	296 100.0	140 47.3	3 1.0	211 71.3	56 18.9	59 19.9	29 9.8	15 5.1	21 7.1
5%以上減少	336 100.0	160 47.6	1 0.3	240 71.4	44 13.1	59 17.6	28 8.3	28 8.3	22 6.5
10%以上減少	136 100.0	73 53.7	2 1.5	102 75.0	19 14.0	32 23.5	10 7.4	13 9.6	10 7.4

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭：【Q11-4-3】調査情報項目の改善希望点【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	項目数の減	項目数の増	項目内容のわかりやすい表現	検索機能の充実	比較機能の充実	情報更新制度の迅速化	その他	無回答
全体	876 100.0	426 48.6	11 1.3	618 70.5	133 15.2	161 18.4	63 7.2	48 5.5	87 9.9
10%以上増加	25 100.0	8 32.0	1 4.0	14 56.0	6 24.0	5 20.0	3 12.0	1 4.0	5 20.0
5%以上増加	48 100.0	22 45.8	2 4.2	38 79.2	5 10.4	8 16.7	5 10.4	4 8.3	3 6.3
横ばい(+/-5%)	296 100.0	140 47.3	4 1.4	200 67.6	55 18.6	58 19.6	25 8.4	13 4.4	32 10.8
5%以上減少	336 100.0	172 51.2	2 0.6	244 72.6	41 12.2	59 17.6	21 6.3	19 5.7	28 8.3
10%以上減少	136 100.0	73 53.7	2 1.5	100 73.5	23 16.9	25 18.4	7 5.1	10 7.4	11 8.1

介護サービス情報の公表制度の基本情報項目および調査情報項目が介護サービスの質の向上に役立つかについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、基本情報項目については、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とても役立つと思う」が8.0%、「やや役立つと思う」(32.0%)と合わせると役立つと思う割合は40.0%となっている。『5%以上増加』の事業所でも役立つと思う割合が39.6%とほぼ4割を占めている。なお、経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど基本情報項目が役立つと思う割合が低くなっている。

調査情報項目については、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とても役立つと思う」が12.0%、「やや役立つと思う」(48.0%)と合わせると役立つと思う割合は60.0%と6割を占める。『5%以上増加』の事業所でも役立つと思う割合が45.8%、『横ばい』の事業所で45.6と4割以上を占めている。なお、調査情報項目についても経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど役立つと思う割合が低くなっている。

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-5】基本情報項目は、介護サービスの質の向上に役立つか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても役立つと思う	やや役立つと思う	普通	あまり役立つと思わない	ほとんど役立つと思わない	無回答
全体	876 100.0	31 3.5	245 28.0	269 30.7	229 26.1	87 9.9	15 1.7
10%以上増加	25 100.0	2 8.0	8 32.0	8 32.0	6 24.0	1 4.0	-
5%以上増加	48 100.0	2 4.2	17 35.4	14 29.2	7 14.6	8 16.7	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	11 3.7	97 32.8	90 30.4	74 25.0	20 6.8	4 1.4
5%以上減少	336 100.0	9 2.7	84 25.0	103 30.7	92 27.4	42 12.5	6 1.8
10%以上減少	136 100.0	7 5.1	27 19.9	42 30.9	44 32.4	13 9.6	3 2.2

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-6】調査情報項目は、介護サービスの質の向上に役立つか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても役立つと思う	やや役立つと思う	普通	あまり役立つと思わない	ほとんど役立つと思わない	無回答
全体	876 100.0	47 5.4	320 36.5	228 26.0	190 21.7	76 8.7	15 1.7
10%以上増加	25 100.0	3 12.0	12 48.0	5 20.0	4 16.0	1 4.0	-
5%以上増加	48 100.0	3 6.3	19 39.6	10 20.8	11 22.9	5 10.4	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	16 5.4	119 40.2	70 23.6	69 23.3	17 5.7	5 1.7
5%以上減少	336 100.0	17 5.1	110 32.7	94 28.0	73 21.7	37 11.0	5 1.5
10%以上減少	136 100.0	7 5.1	45 33.1	39 28.7	30 22.1	13 9.6	2 1.5

介護サービス情報の公表制度が利用者の選択支援に役立つかについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とても役立つと思う」が8.0%、「やや役立つと思う」(24.0%)と合わせると役立つと思う割合は32.0%となっている。『5%以上増加』の事業所では「とても役立つと思う」は2.1%だが、「やや役立つと思う」が33.3%で、これらを合わせると35.4%と役立つと思う割合が最も高くなっている。以下経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど利用意向が低くなっている。

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭：【Q11-7】介護サービス情報の公表制度は、利用者の選択支援に役立つか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても役立つと思う	やや役立つと思う	普通	あまり役立つと思わない	ほとんど役立つと思わない	無回答
全体	876 100.0	19 2.2	169 19.3	243 27.7	319 36.4	116 13.2	10 1.1
10%以上増加	25 100.0	2 8.0	6 24.0	8 32.0	8 32.0	1 4.0	-
5%以上増加	48 100.0	1 2.1	16 33.3	13 27.1	12 25.0	6 12.5	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	3 1.0	61 20.6	97 32.8	98 33.1	34 11.5	3 1.0
5%以上減少	336 100.0	9 2.7	56 16.7	81 24.1	136 40.5	51 15.2	3 0.9
10%以上減少	136 100.0	4 2.9	21 15.4	36 26.5	52 38.2	21 15.4	2 1.5

介護サービス情報の公表制度に伴う費用が妥当かについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上減少』の事業所では「ほとんど妥当だと思わない」が49.3%、「あまり妥当だと思わない」(39.0%)と合わせると妥当だと思わない割合は88.2%となっている。同様に経常利益が『10%以上増加』の事業所では妥当だと思わない割合は88.0%と高くなっている。一方経常利益が『横ばい』の事業所では妥当だと思わない割合は77.4%と最も低い。

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭：【Q11-8】介護サービス情報の公表制度に伴う費用は妥当か【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても妥当	やや妥当	普通	あまり妥当だと思わない	ほとんど妥当だと思わない	無回答
全体	876 100.0	2 0.2	22 2.5	123 14.0	349 39.8	369 42.1	11 1.3
10%以上増加	25 100.0	-	-	3 12.0	13 52.0	9 36.0	-
5%以上増加	48 100.0	-	2 4.2	7 14.6	21 43.8	18 37.5	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	-	9 3.0	54 18.2	115 38.9	114 38.5	4 1.4
5%以上減少	336 100.0	1 0.3	5 1.5	43 12.8	132 39.3	152 45.2	3 0.9
10%以上減少	136 100.0	1 0.7	4 2.9	9 6.6	53 39.0	67 49.3	2 1.5

毎年の介護サービス情報の公表の実施回数が妥当かについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「普通」が60.0%と6割を占める。なお、「普通」と答えた割合は経常利益が『5%以上増加』の事業所で52.1%、『横ばい』の事業所で47.3%で、以下経常利益の推移が減少傾向の事業所ほど「普通」と答える割合が低くなっている。

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-9】毎年の介護サービス情報の公表の実施回数は妥当か【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても多い	やや多い	普通	やや少ない	とても少ない	無回答
全体	876 100.0	162 18.5	235 26.8	413 47.1	27 3.1	15 1.7	24 2.7
10%以上増加	25 100.0	4 16.0	6 24.0	15 60.0	- -	- -	- -
5%以上増加	48 100.0	5 10.4	14 29.2	25 52.1	4 8.3	- -	- -
横ばい(+/-5%)	296 100.0	51 17.2	84 28.4	140 47.3	6 2.0	7 2.4	8 2.7
5%以上減少	336 100.0	69 20.5	91 27.1	149 44.3	13 3.9	3 0.9	11 3.3
10%以上減少	136 100.0	31 22.8	34 25.0	60 44.1	4 2.9	4 2.9	3 2.2

介護サービス情報の公表制度を事業者から利用者への情報発信の一つだと思うかについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とてもそう思う」が4.0%、「ややそう思う」(48.0%)と合わせると、そう思う割合は52.0%となっている。『5%以上増加』の事業所ではそう思う割合が45.8%となっており、以下経常利益の推移が減少傾向の事業所ほどそう思う割合が低くなっている。

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-10】公表制度を事業者から利用者への情報発信の一つだと思うか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても そう思う	やや そう思う	普通	あまり そう思わない	ほとんど そう思わない	無回答
全体	876 100.0	36 4.1	273 31.2	215 24.5	230 26.3	110 12.6	12 1.4
10%以上増加	25 100.0	1 4.0	12 48.0	6 24.0	6 24.0	- -	- -
5%以上増加	48 100.0	2 4.2	20 41.7	10 20.8	10 20.8	6 12.5	- -
横ばい(+/-5%)	296 100.0	8 2.7	98 33.1	74 25.0	77 26.0	36 12.2	3 1.0
5%以上減少	336 100.0	17 5.1	91 27.1	80 23.8	95 28.3	48 14.3	5 1.5
10%以上減少	136 100.0	6 4.4	36 26.5	38 27.9	36 26.5	18 13.2	2 1.5

介護サービス情報の公表制度を施設のマネジメントに活かそうと思うかについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とてもそう思う」が20.0%、「ややそう思う」(40.0%)と合わせると、そう思う割合は60.0%となっている。『5%以上増加』の事業所ではそう思う割合が45.8%、『横ばい』の事業所では41.6%となっている。『5%以上減少』の事業所でそう思う割合が42.3%とやや高いが、傾向としては経常利益の推移が減少傾向の事業所ほどそう思う割合が低くなっている。

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-11】公表制度を事業所のマネジメント等に活かそうと思うか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても そう思う	やや そう思う	普通	あまり そう思わない	ほとんど そう思わない	無回答
全体	876 100.0	55 6.3	318 36.3	245 28.0	169 19.3	78 8.9	11 1.3
10%以上増加	25 100.0	5 20.0	10 40.0	7 28.0	3 12.0	-	-
5%以上増加	48 100.0	3 6.3	19 39.6	12 25.0	9 18.8	5 10.4	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	20 6.8	103 34.8	93 31.4	53 17.9	24 8.1	3 1.0
5%以上減少	336 100.0	21 6.3	121 36.0	87 25.9	71 21.1	32 9.5	4 1.2
10%以上減少	136 100.0	4 2.9	48 35.3	38 27.9	28 20.6	16 11.8	2 1.5

介護サービス情報の公表制度の調査によって施設のサービスの質が向上すると思うかについて、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『10%以上増加』の事業所では「とてもそう思う」が12.0%、「ややそう思う」(48.0%)と合わせると、そう思う割合は60.0%となっている。『5%以上増加』の事業所ではそう思う割合が43.8%、『横ばい』の事業所では45.9%とやや高いが、5%以上増加の事業所では42.3%と低下し、傾向としては、経常利益の推移が減少傾向の事業所ほどそう思う割合が低くなっている。

■表例:【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】
 ■表頭:【Q11-12】公表制度の調査によってサービスの質が向上すると思うか【介護サービス情報の公開制度について】

	合計	とても そう思う	やや そう思う	普通	あまり そう思わない	ほとんど そう思わない	無回答
全体	876 100.0	44 5.0	344 39.3	242 27.6	150 17.1	78 8.9	18 2.1
10%以上増加	25 100.0	3 12.0	12 48.0	6 24.0	4 16.0	-	-
5%以上増加	48 100.0	4 8.3	17 35.4	13 27.1	10 20.8	4 8.3	-
横ばい(+/-5%)	296 100.0	15 5.1	121 40.9	91 30.7	38 12.8	25 8.4	6 2.0
5%以上減少	336 100.0	15 4.5	127 37.8	91 27.1	58 17.3	38 11.3	7 2.1
10%以上減少	136 100.0	6 4.4	48 35.3	36 26.5	34 25.0	9 6.6	3 2.2

(12) コンピューターのシステムの管理者について

施設で使用しているコンピューターのシステム管理者について、平成17年9月以前から平成18年9月以降の経常利益の推移別に特徴をみると、経常利益が『5%以上増加』の事業所では「専任」が60.4%と、6割以上を占めている。また、『10%以上増加』の事業所では「非常勤」が16.0%と他と比較して高くなっている。

■表例：【Q8-4】経常利益推移(前年度比)【現在の経営状況等について】

■表頭：【Q12-5】システム管理者【施設で使用しているシステムについて】

	合計	専任	非常勤	その他	無回答
全体	876 100.0	352 40.2	31 3.5	295 33.7	198 22.6
10%以上増加	25 100.0	10 40.0	4 16.0	7 28.0	4 16.0
5%以上増加	48 100.0	29 60.4	1 2.1	10 20.8	8 16.7
横ばい(+/-5%)	296 100.0	106 35.8	9 3.0	108 36.5	73 24.7
5%以上減少	336 100.0	134 39.9	10 3.0	110 32.7	82 24.4
10%以上減少	136 100.0	59 43.4	5 3.7	48 35.3	24 17.6

第5章 介護老人保健施設のマーケティング活動の方向性

マーケティングは、“顧客に価値を提供し、顧客を創造する活動”である。マーケティングが適切に行われている介護老人保健施設は、顧客に選ばれる施設になり、それが好業績に結びつくことになる。したがって、好業績の介護老人保健施設の特徴を探ることによって、介護老人保健施設のマーケティングの方向性を探索することができるはずである。

そこで以下では、実証データを用いて、好業績の介護老人保健施設の特徴を把握し、介護老人保健施設のマーケティングの方向性を検討することにしよう。

(1) 介護老人保健施設のマーケティングの戦略次元の抽出

はじめに、介護老人保健施設の実証データに基づき、介護老人保健施設のマーケティングの戦略次元を抽出する。具体的には、「サービスに自信がある」「独自性の高い介護サービスを有している」「利用者の声を聞いている」「顧客ターゲットを設定している」など介護老人保健施設のマーケティングに関連すると考えられる12の変数を利用して、探索的因子分析を実施した。

バリマックス回転後の因子パターンは、以下の表に示した通りである。抽出された3因子の累積寄与率は51.96%であった。なお、「地元との交流をしている」については、いずれの因子に対しても負荷量が0.4未満であったため、この変数を除外して因子分析を行った。

表：探索的因子分析結果

	サービスの独自性	サービスへの自信・こだわり	戦略的マーケティング
核となる商品がある	0.76	0.15	0.25
独自の「ブランド」を有している	0.74	0.17	0.23
独自性の高い介護サービスを有している	0.60	0.41	0.16
サービス競争に強みがある	0.55	0.37	0.25
サービスに自信がある	0.36	0.74	0.10
サービスにこだわりがある	0.41	0.64	0.19
利用者の声を聞いている	0.04	0.58	0.36
利用者に提案をしている	0.22	0.55	0.38
リピーター確保策を実施している	0.24	0.16	0.60
顧客ターゲットを設定している	0.20	0.11	0.56
異業種との交流をしている	0.11	0.21	0.48
累積寄与率	20.59	39.05	51.96
固有値	2.26	2.03	1.42

注1) 主因子法、バリマックス回転後の因子負荷量

注2) 因子負荷量0.45以上を太字・下線で表示

注3) いずれの因子への負荷量も0.4未満の質問項目は因子分析から除外した。

因子の解釈

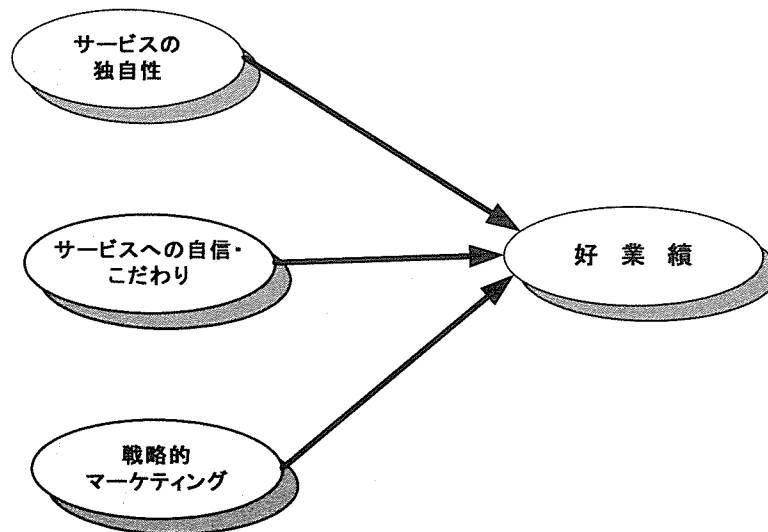
各因子と各測定変数との相関関係をみると、第一因子は「核となる商品がある」「独自のブランドを有している」などと相関が高いことから『サービスの独自性』を示しているといえることができる。

第二因子は「サービスに自信がある」「サービスにこだわりがある」との相関が高いことから、『サービスへの自信・こだわり』と呼ぶことにする。

第三因子は「リピーター確保策を実施している」「顧客ターゲットを設定している」などの重視度と相関が高いことから、『戦略的マーケティング』因子と名づけた。

(3) モデルの構築

ここでは、上記の分析結果を踏まえ、介護老人保健施設のマーケティング諸要素と業績との因果関係を示すモデルを構築しよう。ここで構築するモデルは、複数の潜在変数によって構成される構造方程式モデルである。モデルの基本構造は、以下の通りである。



図：モデルの基本構造

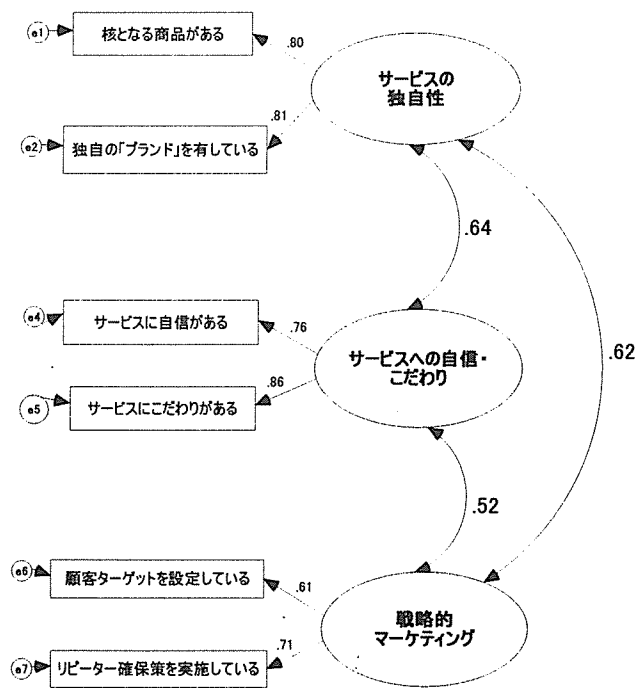
分析に用いる潜在変数は、いずれも2つの測定変数によって観測される“構成概念”である。具体的に、①探索的因子分析によって抽出された3つの因子については、因子負荷量が高い上位2位の変数を用いて潜在変数を構成した。②「業績」については、「利用者数の推移」と「経営状況」の2つの測定変数（いずれも5ポイントスケール）から構成される潜在変数とした。複数の測定変数を利用することにより、単独の測定変数を利用した場合に比べて評価精度が増加することが、先行研究によって示されている。下の表には、潜在変数と測定変数との対応関係、

および、潜在変数の内的一貫性に関する信頼性分析結果（ α 係数）を示した。

また、探索的因子分析で抽出された3つの因子構造を検証的因子分析モデルにより検証した結果は、次の図のとおりである。観測データの検証的因子分析モデルへの適合度は良好であった。

表：潜在変数の信頼性分析結果

潜在変数	測定変数	信頼係数 α
サービスの独自性	「核となる商品がある」「独自のブランドを有している」	0.78
サービスへの自信・こだわり	「サービスに自信がある」「サービスにこだわりがある」	0.79
戦略的マーケティング	「リピーター確保策を実施している」「顧客ターゲットを設定している」	0.60



注 1) モデル適合度指標：GFI 0.996、修正済み GFI (AGFI) 0.987、RMSEA 0.024

注 2) 数字は標準化係数

図：検証的因子分析結果

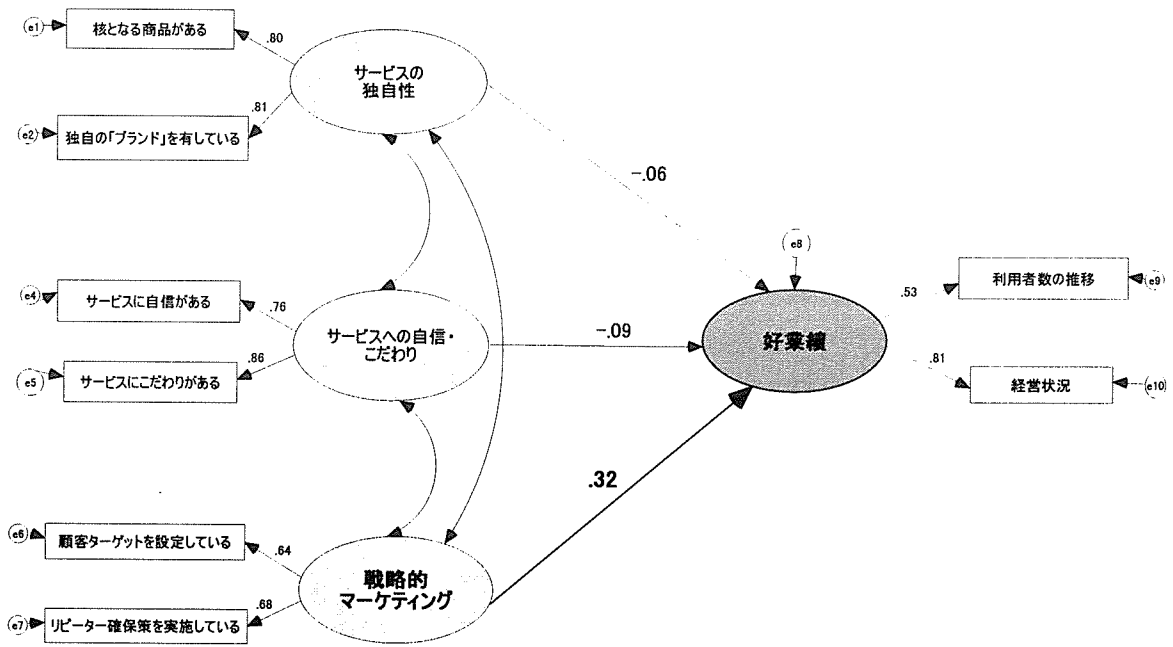
(4) モデルの推定結果

介護老人保健施設の業績に関する構造方程式モデルは、共分散構造分析を利用して構築を行った。推定結果は、以下の図の通りである。

モデルの全体的な適合度を示す GFI(Goodness of fit index)は 0.992、AGFI(Adjusted Goodness of fit index)は 0.978 と高い適合度を示している。潜在変数間のパス係数をみると、「戦略的マーケティング→好業績」は有意であるが、「サービスへの自信・こだわり→好業績」「サービスの独自性→好業績」は有意ではない。

すなわち、

- ①「戦略的マーケティング」は、「業績」にポジティブな影響（1%水準有意）を与えている。
 - ②「サービスへの自信・こだわり」は、「業績」に有意な影響を与えていない。
 - ③「サービスの独自性」は、「業績」に有意な影響を与えていない。
- ことが明らかである。



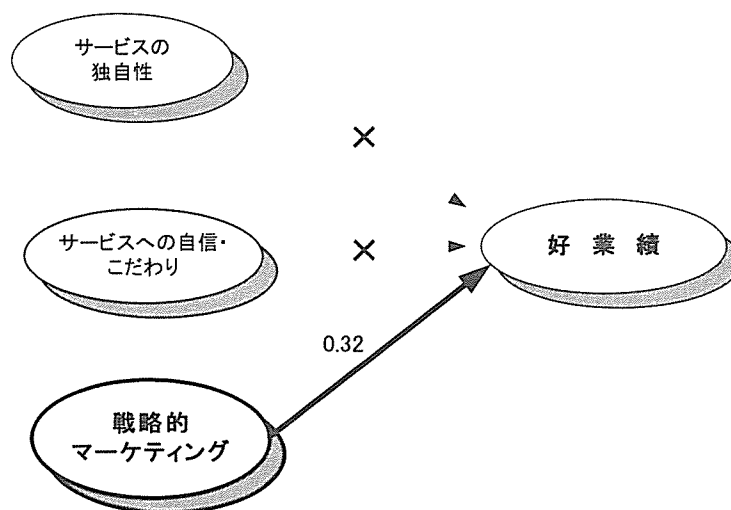
注 1) モデル適合度指標 : GFI 0.992、修正済み GFI (AGFI) 0.978、RMSEA 0.034

注 2) 数字は標準化係数

図 : モデルの推定結果

表 : パラメーター推定結果

	推定値	標準化係数	標準誤差	t値	有意確率
サービスへの自信・こだわり → 好業績	-0.059	-0.090	0.049	-1.187	23.5%
サービスの独自性 → 好業績	-0.029	-0.058	0.043	-0.667	50.5%
戦略的マーケティング → 好業績	0.203	0.316	0.079	2.570	1.0%

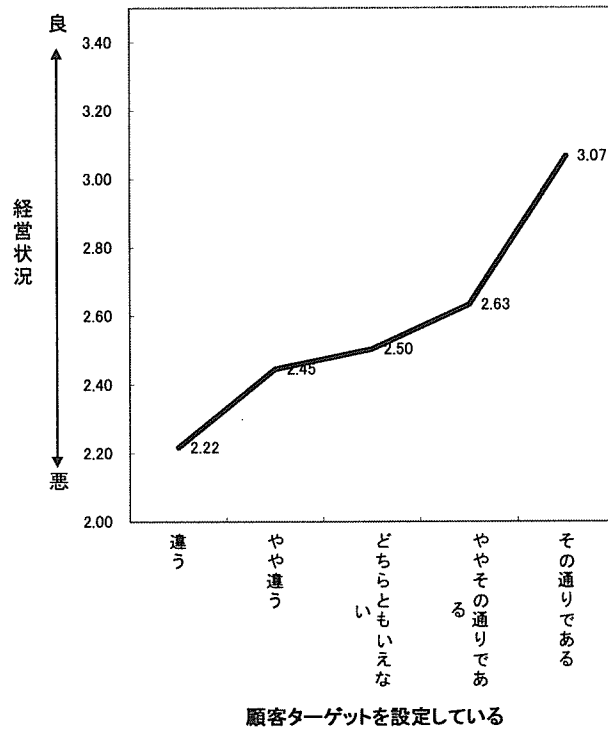


図：介護老人保健施設の好業績モデルの構造

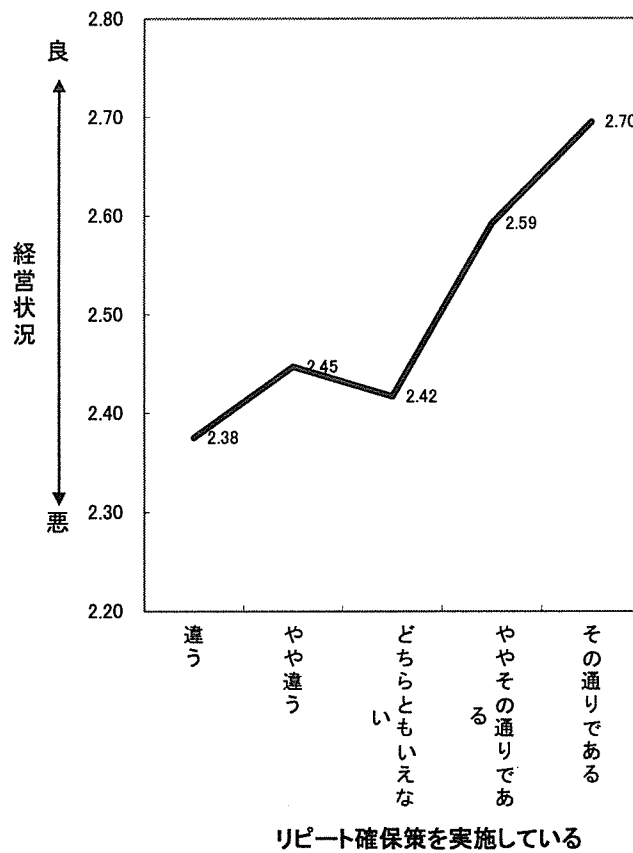
(5) モデルから得られる示唆

介護老人保健施設の好業績モデルからは、「顧客ターゲットの設定」「リピーター確保策の実施」といった“戦略的なマーケティング活動”の重要性が示唆される。

下のグラフは、①顧客ターゲットの設定状況と経営状況の関係、②リピーター確保策の実施状況との関係をみたものであるが、このグラフからも、「顧客ターゲットの設定」「リピーター確保策の実施」の重要性が視覚的にも明らかであろう。



図：「顧客ターゲットの設定」と経営状況の関係



図：「リピーター確保策の実施」と経営状況の関係

以上、ここでは実証データを利用して、介護老人保健施設のマーケティングの方向性を検討した。

介護老人保健施設にとって、

①「セグメンテーション（市場細分化）→ターゲティング（標的市場の選定）→ポジショニング（競合に対する自社の位置づけ）」という3つのステップをとり、戦略的にサービスを提供していくこと、

②顧客との絆の強化やリピーターの確保に焦点をあてる「関係性マーケティング」を重視していくことが不可欠だということである。

介護老人保健施設が、積極的なマーケティング活動を行い、より多くの利用者に高い顧客満足を提供していくことを期待したい。

添 付 資 料

調査票

厚生労働科学研究費補助金 長寿科学総合研究事業

介護老人保健施設のマネジメントに関する研究 調査票

この度は、本調査にご協力いただき、誠にありがとうございます。

介護保険法の改正による17年10月と18年4月の介護報酬改定は、老人保健施設の経営を直撃しましたが、施設経営は人材確保、人材育成をはじめ各種の経営・マネジメント上の問題が発生しています。また、新たに開始された介護サービス情報の公表制度についても利用者への普及啓発等が必ずしも十分でない現状にあります。そのため、社団法人全国老人保健施設協会のご了知を戴き、長寿科学総合研究事業の一環として「介護老人保健施設のマネジメントに関する調査」を実施することになりました。

この調査は、老人保健施設の組織全体にわたる質向上をはかるためのマネジメントに関する問題点を解明するための調査であり、国立保健医療科学院経営科学部で長年取り上げさせて頂いたテーマでもございます。

平成18年4月に主任研究者の小山秀夫の所属変更により、静岡県立大学経営情報学部内で研究を継続することになりました。

年度末のご多用中大変恐縮ですが、施設の管理者の方にご回答をお願い申し上げます。

調査票では、ご回答内容について個人のプライバシーと老人保健施設名は無記名であり、流出することは一切ございませんので、忌憚のないご意見を賜ればと存じます。また、頂いたご意見につきましては、ご多用中大変恐縮ですが、ご記入に関しまして、20分前後のお時間をいただくこととなりますがよろしくお願い申し上げます。

本調査についてのお問い合わせ、ご照会は、静岡県立大学経営情報学部小山秀夫のメール hideo@u-shizuoka-ken.ac.jp、ないし FAX054-264-5400 にてご連絡下さい。

また重ねてのお願いで恐縮とは存じますが、本調査票は2月24日(土)までに同封の返信用封筒にてご返送賜りたくお願い申し上げます。

* フェースシート(あてはまる番号に○印をご記入下さい)

貴老人保健施設について	開設年次	昭和 平成 ()年
	所在地	() 県・都・道・府
	老人保健施設開設者	1 医療法人 2 社会福祉法人 3 公立(都道府県、市町村等) 4 公的(日赤、済生会、厚生連、北社事) 5 その他()
	定員数	入 所 ()床 うち 個室 ()床
		短期療養入所 ()床 うち 個室 ()床
通所リハビリテーション ()人、 通所介護 ()人		
入所者の直近の平均要介護度		(.)

問1 現在、貴施設で抱えている経営・マネジメント上の問題について、該当する項目に○をつけて下さい。

		1 大変困っている	2 やや困っている	3 どちらともいえない	4 あまり困っていない	5 ほとんど困っていない
1	人材確保	1	2	3	4	5
2	将来の見通し	1	2	3	4	5
3	経営状況	1	2	3	4	5
4	サービス提供内容の見直し	1	2	3	4	5
5	設備の老朽化	1	2	3	4	5

6	上記の問題について、何らかの対応方策は立てていますか	1 立てている	2 少し立てている	3 あまり立てていない	4 ほとんど立てていない
---	----------------------------	---------	-----------	-------------	--------------

問2 貴施設の特徴に関して、該当する項目に○をつけて下さい。

		1 その通りである	2 ややその通りである	3 どちらともいえない	4 やや違う	5 違う
1	独自性の高い介護サービスを有している	1	2	3	4	5
2	独自の「ブランド」を有している	1	2	3	4	5
3	核となる商品がある	1	2	3	4	5
4	サービス競争に強みがある	1	2	3	4	5
5	サービスに自信がある	1	2	3	4	5
6	サービスにこだわりがある	1	2	3	4	5
7	利用者に提案をしている	1	2	3	4	5
8	利用者の声を聞いている	1	2	3	4	5
9	顧客ターゲットを設定している	1	2	3	4	5
10	リピーター確保策を実施している	1	2	3	4	5
11	異業種との交流をしている	1	2	3	4	5
12	地元との交流をしている	1	2	3	4	5
13	「サービスの質」が利用者に伝わっていると思う	1	2	3	4	5
14	サービスへの「こだわり」が利用者に伝わっていると思う	1	2	3	4	5

問3 貴施設が現在重要視している項目について、該当する項目に○をつけて下さい。

		1 とても重視	2 やや重視	3 どちらともいえない	4 やや重視しない	5 まったく重視しない
1	サービス力 (りよく)	1	2	3	4	5
2	サービス開発力	1	2	3	4	5
3	ブランド力 (りよく)	1	2	3	4	5
4	広告力	1	2	3	4	5
5	情報発信力	1	2	3	4	5
6	利用者とのコミュニケーション力 (りよく)	1	2	3	4	5
7	利用者のニーズ把握力	1	2	3	4	5

問4 貴施設の“現状の満足度”について、(管理者として事業の各項目に関する満足度) 該当する項目に○をつけて下さい。

		1 とても満足	2 やや満足	3 どちらともいえない	4 やや不満	5 とても不満
1	サービス力 (りよく)	1	2	3	4	5
2	サービス開発力	1	2	3	4	5
3	ブランド力 (りよく)	1	2	3	4	5
4	広告力	1	2	3	4	5
5	情報発信力	1	2	3	4	5
6	利用者とのコミュニケーション力 (りよく)	1	2	3	4	5
7	利用者のニーズ把握力	1	2	3	4	5

問5 貴施設の非常勤職員の状況についてお答え下さい。

1	非常勤職員への研修は、実施していますか	1 定期的に研修を行っている	2 不定期で研修を行っている	3 ほとんど研修をしていない		
2	非常勤職員への研修の費用については、施設が負担していますか	1 全額施設負担	2 一部施設負担	3 全額非常勤職員負担		
3	非常勤職員の研修中の賃金の保障を行っていますか	1 全額保障している	2 一部保障している	3 全く保障していない		
4	非常勤職員数は変化していますか(平成17年12月と平成18年12月で比較してお答えください)	1 大幅に増加している	2 やや増加している	3 変化なし	4 やや減少している	5 大幅に減少している

問6 現在、実施しているプロモーション（宣伝）手段について、該当する項目に○をつけて下さい。（複数回答可）

- ① チラシ配布（新聞折込、ポスティング等） ② 新聞・雑誌広告
 ③ インターネットによる情報発信 ④ 地域の情報誌 ⑤ 介護支援専門員に対する説明等営業活動
 ⑥ 新聞、雑誌、テレビ等に取り上げてもらう ⑦ リーフレット・パンフレット配布
 ⑧ ダイレクトメール ⑨ 従業員による営業活動（関係機関周り、地域組織周り等） ⑩ イエローページ
 ⑪ その他（ ）

問7 今後、重視したいプロモーション（宣伝）手段について、該当する項目に○をつけて下さい。

		1 とても重視	2 やや重視	3 どちらともいえない	4 やや重視しない	5 まったく重視しない
1	口コミ	1	2	3	4	5
2	チラシ（新聞折込、ポスティング等）	1	2	3	4	5
3	新聞・雑誌広告	1	2	3	4	5
4	インターネットによる情報発信	1	2	3	4	5
5	地域の情報誌	1	2	3	4	5
6	介護支援専門員に対する説明等営業活動					
7	新聞、雑誌、テレビなどに取り上げてもらう	1	2	3	4	5
8	リーフレット・パンフレット配布	1	2	3	4	5
9	ダイレクトメール	1	2	3	4	5
10	従業員による営業活動（関係機関周り、地域組織周り等）	1	2	3	4	5
11	イエローページ	1	2	3	4	5

問8 現在の経営状況等についてお聞きします。該当する項目に○をつけて下さい。これは、平成17年9月以前と平成18年9月以降を比較してご回答ください。

1	利用者数	1 10%以上増加	2 5%以上増加	3 横ばい（±5%）	4 5%以上減少	5 10%以上減少
2	経営状況	1 好調	2 やや好調	3 停滞	4 やや不調	5 とっても不調
3	売上推移（前年比較）	1 10%以上増加	2 5%以上増加	3 横ばい（±5%）	4 5%以上減少	5 10%以上減少
4	経常利益推移（前年比較）	1 10%以上増加	2 5%以上増加	3 横ばい（±5%）	4 5%以上減少	5 10%以上減少
5	経常利益（直近決算時）	1 黒字	2 やや黒字	3 収支トントン	4 やや赤字	5 赤字