2024年度事業計画

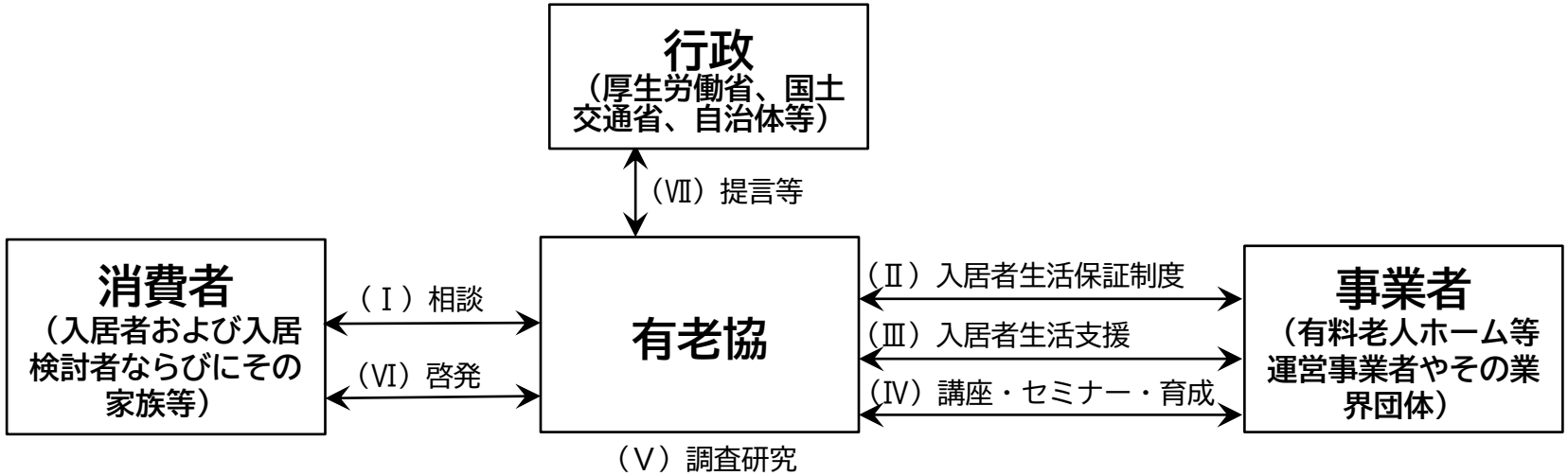
公益社団法人全国有料老人ホーム協会

公益社団法人としての協会事業のあり方

事業全体像について

公益性の認定

「公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律」の別表（第２条関係）の「四 高齢者の福祉の増進を目的とする事業」かつ「十九 地域の健全な発展に資する事業」であって不特定かつ多数の者の利益の増進に寄与するもの。



基本となる事業運営方針	公益性	認知度向上	入会メリット強化	組織力強化

（老人福祉法）	（公益目的事業）
• 入居者保護 • 有料老人ホーム業界の健全な発展	• 高齢者向け住まいの事業の健全性確保 • 入居者保護事業の実施

事業全体像を踏まえた「基本となる事業運営方針」について

- 有老協の「入居者保護事業の実施」と「高齢者向け住まいの事業の健全性確保」を図るための事業は、内閣府から公益性の認定を受けて運営されている。
- 認定の根拠は「高齢者の福祉の増進を目的とする事業」かつ「地域の健全な発展に資する事業」であって「不特定かつ多数の者の利益の増進に寄与するもの」とされていることである。
- これを実現するためには「業界団体として多くの会員が組織化されている」「消費者に対し業界の取組みがしっかりと訴求できている」ことが必要である。
- 以上から、次の４つを基本となる事業運営方針とする。

① 公益性	不特定多数の高齢者の利益に寄与する事業を実施し、高齢者向け住まい事業の健全性を確保し、入居者保護を図る。
② 認知度向上	高齢期の住まいにかかる適正な選択に役立てるため、有老協の「安心」「安全」事業を広く周知することに取り組む。
③ 入会メリット強化	会費を負担して有老協の事業に参加する会員のメリットを強化（さらに見える化）する。
④ 組織力強化	有老協の事業取組みを業界に広げ、事業者の意見を行政へ届けるため、入会促進を軸に組織力強化に取り組む。

2024年度事業計画

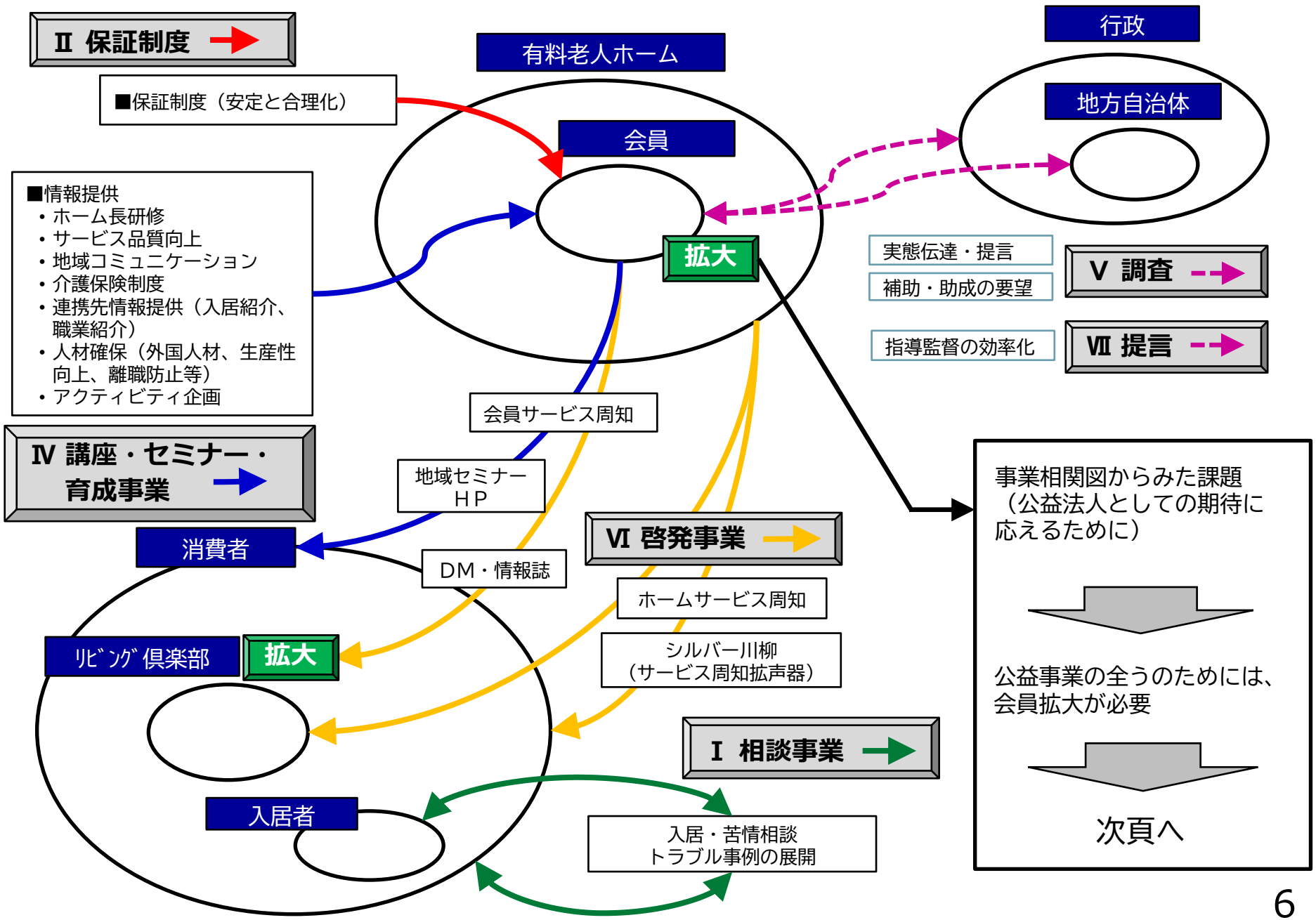
重点取組み事項

各事業を通じて、以下のことに重点的に取り組む

認知度向上	■ 業界の認知度向上（有老協（鶴のマーク）の広報等） ■ 多様な有料老人ホームの特徴を分かり易く消費者に啓発し需要を喚起 ・「自立型ホームへの早めの住み替え・情報収集」 ・「介護が必要になってからの住み替え・早めの情報収集」 等
組織力強化	■ 事業者に向けた経営サポート機能の充実 ① 入居促進 ② 人材確保 ③ サービス品質向上 ④ 地域コミュニケーション体制支援 ⑤ 介護保険制度改正および介護報酬改定の情報提供 ⑥ 行政への提言 ⑦ 保証制度活用周知
保証制度高度化	■ 現行制度のリスク見積りに応じ、拠出金の合理性および公平性を検証することによる事業運営の更なる適正化

■ ■ 入居者（契約者）保護
高齢者向け住まい業界の健全な発展

事業相関図


Ⅱ 保証制度
■保証制度（安定と合理化）
有料老人ホーム
会員
拡大
行政
地方自治体
■情報提供
・ホーム長研修
・サービス品質向上
・地域コミュニケーション
・介護保険制度
・連携先情報提供（入居紹介、職業紹介）
・人材確保（外国人材、生産性向上、離職防止等）
・アクティビティ企画
実態伝達・提言
補助・助成の要望
Ⅴ 調査
指導監督の効率化
Ⅶ 提言
会員サービス周知
Ⅳ 講座・セミナー・育成事業
地域セミナー
ＨＰ
消費者
DM・情報誌
Ⅵ 啓発事業
ホームサービス周知
シルバー川柳
（サービス周知拡声器）
ﾘﾋﾞﾝｸﾞ倶楽部
拡大
Ⅰ 相談事業
入居者
入居・苦情相談
トラブル事例の展開
事業相関図からみた課題
（公益法人としての期待に応えるために）
公益事業の全うのためには、会員拡大が必要
次頁へ

事業相関から見た時の課題

事業相関図からみた課題

↓

公益法人としての期待に応えるために。

↓

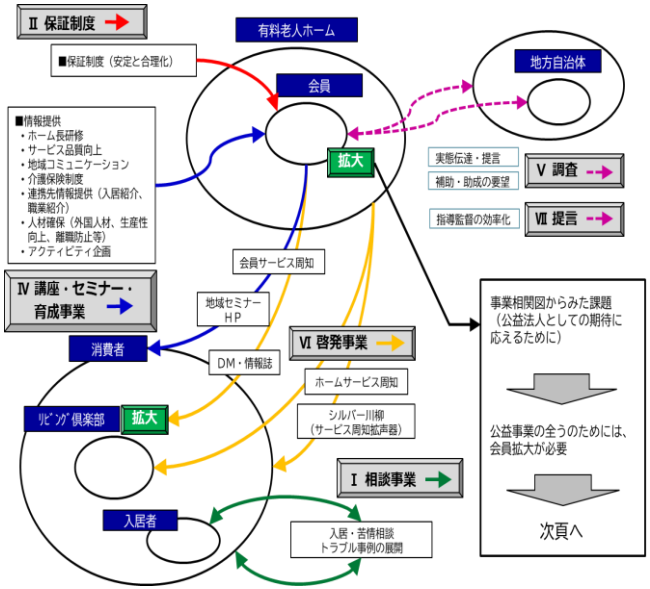
公益事業の全うのためには、会員拡大が必要。

↓

事業者の入会メリットを、更に目に見えるかたちにしていくため、次の２点が課題。

① 事業全般の取組みにおいて、入会しているメリットを更にわかりやすく伝えていくことが必要である。
⇒前頁図の実線曲線の箇所

② Ｖ調査事業、Ⅶ提言事業については、既会員を含む事業者にとってどうメリットつながっているのかが不明確。事業の位置付けを整理して入会メリットを明確にする必要がある。
⇒前頁図の破線曲線の箇所



公益事業

　内閣府から認定されている「高齢者向け住まいの事業の健全性確保」「入居者保護策の実施」に関わる事業

公益事業（Ⅰ 相談事業）

事業		内容（課題設定項目等）
1	入居・苦情相談	目標：一般消費者およびご入居者にむけた、高齢期の住まいの選択および入居後の不安・不満への対応支援に取り組む。2024年度は問合せ内容のデータを整備し、相談業務の効率化を進める。 （１）入居・苦情相談体制の整備 ・専任相談員を配置した対応を継続（平日週5日（祝祭日を除く））。 （２）相談事例を活用しホーム運営に役立つ情報を会員法人向けに提供 ・専任相談員による「相談員アドバイス」のＨＰ掲載（毎月） ・入居、苦情相談の入電・相談傾向および内容分析の公表（3月） ・ＨＰに掲載している相談事例のデータ整備を行い事例検索機能を向上（9月） （３）苦情対応委員会の運営（8月、12月、2月） ・消費者向けＨＰで苦情対応事例として公表する事案の協議 ・消費者から会員事業者に対する申立案件への対応 （４）なんでも相談会の実施 ・フリーダイヤルを介した消費者およびご入居者にむけた電話相談会を開催（11月）
2	事業者からの設立相談	目標：有料老人ホーム等の設立を検討している事業者からの相談に対応するため、相談窓口を常時設置し、運営支援に取り組む。 （１）ホーム設立の相談対応（日常対応）

公益事業（Ⅱ 入居者生活保証制度）

<table>
<tr><th colspan="2">事業</th><th>内容（課題設定項目等）</th></tr>
<tr><td>1</td><td>保証制度運営の
安定と合理化</td><td>目標：制度の安定性と合理性維持。リスク量の定量把握による資産とのバランス検証および収支の安定化を図っていく。
（１）関係委員会の運営
① 制度加入審査委員会の運営（入居者保護）
開催頻度：4月、6月、8月、10月、12月、2月、3月
実施内容：加入審査（与信管理および必要に応じ審査の過程で経営指導を実施）
② 保証制度運営委員会の運営（制度の持続可能性確保）
開催頻度：6月、9月、12月、2月（予定）
実施内容：保証制度の継続的・安定的な運営にむけた協議の遂行状況の報告
<table>
<tr><td>6月</td><td>ａ）2023年度の決算を踏まえた資産･負債、リスク量および事業収支の計算
ｂ）2024/4以降の拠出金変更から更なる見直しの可否見通し</td></tr>
<tr><td>9月</td><td>ｃ）直近資産･負債､ﾘｽｸ量および事業収支の計算､委託作業内製化の検討状況報告</td></tr>
<tr><td>12月</td><td>ｄ）上記ｂ）での経過を踏まえ、拠出金の更なる見直し可否・要否検討結果
ｅ）上記ｄ）を踏まえ損害保険付保内容の見直し可否・要否を判断</td></tr>
<tr><td>2月</td><td>ｆ）損害保険会社との交渉を経ての損害保険付保内容の見直し結果
ｇ）損害保険付保内容見直し後の、中期的な事業収支シミュレーション
ｈ）拠出金改定の具体的内容</td></tr>
</table>
③ 資産運用委員会の設置
開催頻度：年度内１回
実施内容：保有する資産の2024年度の運用方針
（２）事業収支・リスク量の計算の更なる精緻化
① 事業収支・リスク量を計算する際の変数（平均余命等）の影響度分析(6月)
② 倒産予測値シミュレーションに基づいた保有リスク量の計算（9月～12月）
③ 中期的な事業収支のシミュレーション(1月～3月)</td></tr>
<tr><td>2</td><td>保証制度活用周知</td><td>（１）会員事業者の運営状況等に応じた前払金プランの導入・見直し支援
前払金プラン未導入法人、信託保全利用法人に対して、保証制度利用促進の手順確立※(5月）と当該法人へのアプローチの実施(通年)
※当該法人の安定的な資金収支・損益計画策定をサポート</td></tr>
</table>

公益事業（Ⅲ 入居者生活支援）

事業		内容（課題設定項目等）
1	自然災害時等の 入居者保護	目標：災害発生時に、会員登録ホームの入居者保護およびホームの業務継続支援を行う。 （１）災害発生時における有老協での会員支援マニュアルの策定 ① 過去の自然災害対応を踏まえて、日勤帯、休日別に、初動から３日間程度の活動方法を定める、「会員支援マニュアル」を策定する。(6月～7月) ② 特に会員支援については、地域性等を十分考慮した支援方法を検討する。(8月～9月) （２）地域でのホーム間の協力・連携体制の整備促進 ① 協議会内の共助体制の検討 北海道連絡協議会において、人・物の相互支援について規定化（案）を作成。（10月） ② 他連絡協議会での協議 有老協からの北連協での事例共有をもとに、連絡協議会幹事会等において、災害時の相互支援について話し合う場を設ける。（11月～2月） （３）行政との連携 ① 災害時の会員の状況について、行政へ情報提供し連携（適宜） （４）中長期的な支援の検討 ① 近年多発する自然災害に備え、中長期的な支援内容のあり方について、1年かけて検討を行う。

公益事業（Ⅳ 講座･セミナー･育成事業）

<table>
<tr><th colspan="2">事業</th><th>内容（課題設定項目等）</th></tr>
<tr><td>1</td><td>サービス品質向上
にむけたサポート</td><td>目標：会員法人の事業運営におけるサービス品質向上支援のため、以下（１）～（３）のサービス品質向上にむけた取組み（サービス品質体系）を会員に展開する。
（１）コンプライアンス確認
入居契約書等について法令順守状況を有老協にて確認
<table><tr><td>① 入会時</td><td>正会員入会時に有老協が入居契約書、重要事項説明書、サービス規定書の内容について法令順守状況を確認</td></tr><tr><td>② 入会後</td><td>コンプライアンス順守のために必要な情報を提供（随時）</td></tr></table>（２）あんしん宣言
企業理念・経営理念に準ずる行動指針・基準等を法人として公表するための手段のひとつとして会員ホーム向けに提供するもの。
有料老人ホーム事業の普遍的な理念を具体化した、あんしん宣言の取組み趣旨を展開し、利活用を促進する。
（３）サービス第三者評価
自社のサービスを第三者の目線を入れて検証するための仕組み（比較的大規模な法人ではISO9001や内部監査等にて実施）のひとつとして会員ホーム向けに提供するもの。
① サービス第三者評価の取組み趣旨を展開し、利活用を促進
⇒受審ホーム負担：受審料165千円（評価機関の交通費は有老協負担とする）
② 評価項目の見直し（「Ⅴ 調査研究事業」の(１)①として実施）</td></tr>
<tr><td>2</td><td>消費者への
サービス周知</td><td>目標：高齢期の住まいを選択するうえで必要となる、介護に関すること、および有料老人ホームの特徴や適切な選択に役立つ情報へのアクセス手段を一般消費者（主に70歳以上のシニア層およびそのご家族様等を想定）の皆様に提供するものである。（Ⅵ「啓発事業（広報活動）」の目標と同じ。）
（１）消費者向けセミナーおよび講師派遣の実施
地域連絡協議会主催の消費者セミナー開催にむけた連携、および自治体等が主催する地域セミナーへの講師派遣のサポート</td></tr>
</table>

公益事業（Ⅳ 講座･セミナー･育成事業）

<table>
<tr><th colspan="2">事業</th><th>内容（課題設定項目等）</th></tr>
<tr><td>3</td><td>ホームの日常業務運営のサポート</td><td>目標：ホーム運営事業者が適切な事業運営を行うための各種サポート（有老協の事業に参加する会員メリットの強化につなげていくもの）。
１．人材育成サポート
（１）研修委員会の運営（7月、9月、11月、1月、3月）
・施設長研修メニュー改定、研修／事例研究発表等の企画
（２）施設長研修の実施
・前期（9月、10月）
・後期（11月、12月）

２．2024年度介護報酬改定にむけた支援
（１）処遇改善・生産性向上、医療連携等の支援に対応したセミナーの実施（4月～6月）

３．その他日常業務運営支援
（１）法定必須研修のオンデマンド提供（通年）
（２）事例研究発表（東日本事例研（11月）、西日本事例研は、近畿連絡協議会と実施方法を協議）
（３）人材確保／採用・定着・離職防止をテーマとした情報発信（地域連絡協議会への共有）
（４）アクティビティの企画（11月）および事例の発信（地域連絡協議会への共有）
（５）日常的なホームからの運営相談対応（通年）
（６）定期的な情報発信（メルマガ・ＨＰ（適時）、協会通信※）
※協会通信は冊子での発信（年２回）とし、タイムリーな情報はメルマガ・ＨＰにて発信する。

受講料
オンライン開催
登録ホーム　：5,500円
非登録ホーム：16,500円
集合開催
登録ホーム　：22,000円
非登録ホーム：33,000円</td></tr>
<tr><td colspan="3">＜事業メニュー検討にむけた重点取組み＞
■ ホームにおいて経営と介護現場の中間マネジメントを担う人材の育成サポート
■ 2024年度報酬改定を踏まえ会員をサポートしていくための取組み
○ 新処遇改善の上位区分には介護職員の働く環境改善等を目指した生産性向上への取組みが必須化（ホームにて生産性向上を検討していくための考え方や具体的な取組み方法をサポート）
○ 協力医療機関との連携体制の構築・強化
■ その他ホーム運営にとって効果的と考えられる情報発信（日常業務運営サポート含む）
○ 人材確保（採用、定着、離職防止）をサポートするためのコンテンツ展開
○ 法定必須研修受講を効率化するための仕組み提供（コンプライアンス対応）
○ 会員法人間のホーム運営・サービス向上好取組み事例を共有する場の提供（生産性向上、サービス品質向上、消費者の嗜好の変化・多様化への対応等）</td></tr>
</table>

公益事業（Ⅴ 調査研究事業）

事業		内容（課題設定項目等）
1	有料老人ホーム事業の調査研究（補助金事業）	目標：消費者保護、事業の健全性確保、および地方自治における指導監督上の課題解決にむけて年度単位で事業設定を行っている。 2024年度は、業界団体等によるサービス第三者評価事業を活用することで、自治体による指導監督の更なる効率化に向けた協業につき調査研究事業として実施する。 （１）補助金事業としての検討テーマ ① サービス第三者評価項目を運営指導の一部に重ね合わせることを目指し、次のア）イ）ウ）の流れで取り組む。 ア）指導指針に基づく検査基準の検討、有老協のサービス第三者評価の見直し（2024年度） イ）見直した評価項目で第三者評価事業を開始（2025年度） ウ）第三者評価の実効性を標準指導指針に照らし行政とともに検証（2026年度） ② 有料老人ホーム設置運営標準指導指針におけるローカルルールの見直し（2024年度介護報酬改定においてＱ＆Ａ発出による「いわゆるローカルルールについて」に対応するもの） 例・住宅型有料老人ホームに対する夜勤配置義務付け ・健康管理業務の範囲の違い　等 ③指導監督担当者全国意見交換会の実施 全国自治体担当者による意見交換会から意見の集約（11月、Web×2回） ④有料老人ホームの類型・表示事項のあり方検討 令和５年度に補助金事業で検討した、類型・表示事項の見直しを継続して検討、さらに有料老人ホームの名称についても検討を行う。 （２）上記を検討するための調査研究委員会の設置運営 ① 委員構成　（協会役員、地方自治体、サービス評価機関の評価者等の7名） ② 開催頻度　（4回） 上記事業について補助金事業の採択の可否を厚生労働省と協議し、補助金事業として採択された場合は、上記事業を実施する。なお、上記事業が補助金事業として採択されなかった場合は、有老協の調査事業として（１）①のみ実施する。

公益事業（Ⅵ 啓発事業）

事業		内容（課題設定項目等）
1	広報活動	目標：高齢期の住まいを選択するうえで必要となる、介護に関すること、および有料老人ホームの特徴や適切な選択に役立つ情報へのアクセス手段を一般消費者（主に70歳以上のシニア層およびそのご家族様等を想定）の皆様に提供するものである。 （１）高齢期の住まいを選択するうえで必要とする情報の発信 ① YouTubeの活用（長期的に複数回に渡って知識として取り入れていただきたい情報を発信するツールとして活用） ａ）動画発信（月4回） 例）高齢期の住まい選びにで注意するポイント、 高齢期の住まいに関する料金や調査報告の紹介、 コンプライアンス・サービス品質の向上に取組むホームの紹介、 シルバー川柳の紹介、 事例研究発表の紹介、等 ② SNSの活用（タイムリーな情報を発信するツールとして活用） ａ）Xでの情報発信（通年） 例）有老協の事業やイベントの案内、 消費者向けに相談内容の紹介、等 ③ マスメディアの活用 ａ）インターネットニュースや全国紙・地方紙への掲載を行うために、マスメディア向け配信用プラットフォームを活用（年10回） ｂ）有料老人ホームのサービスを地域の方に認知いただくために、地域特性に応じた地域紙など媒体のスポット活用（地域連絡協議会と連携） ④ 消費者向けセミナーおよび講師派遣 ａ）地域連絡協議会主催の消費者セミナーを後援（1地域連20万円を上限として支援） ｂ）自治体主催セミナーへ講師を派遣する等のサポートを実施（適宜） ⑤ シルバー川柳の実施（消費者が高齢期の暮らしを考えるきっかけ作り）と広報への効果的な活用（上記①②③による情報発信） ａ）第24回「有老協・シルバー川柳」の実施 ・公募　　（2月～5月）公募の段階からメディア、SNS活用 ・入選作選考（6月～8月）⇒入選作公表（9月）、各種媒体へのリリース

事業		内容（課題設定項目等）
1	広報活動	⑥ リビング倶楽部の運営 介護に関わる情報および有料老人ホームサービスに関わる情報へのアクセスを望まれる消費者組織を運営することで、一般消費者にとって簡易な情報アクセス手段を設ける仕組みとして運営。 ａ）情報誌の発行（9月、3月） ・「シニアの暮らしトレンドブック」特集記事：防犯について（9月） ・「Enjoyシニア」特集記事：認知症予防について（3月） ｂ）入会促進策 ・「リビング倶楽部・入会のご案内」改定(4月) ・シルバー川柳単行本プレゼントキャンペーン（10月）、消費者セミナー・講師派遣での周知（適宜） （２）会員ホームに関する情報の発信 「Ⅳ 講座・セミナー・育成事業」における「１.会員法人の事業運営におけるサービス品質向上支援」にて連携した会員ホームの「サービス品質体系」に則った好取組事例を消費者の皆様へ発信していく。 ① 発信する方法 ａ）マスメディア、ＨＰ、YouTube、ならびにSNSおよび消費者セミナーの活用 新聞社への案内、ニュース配信用のプラットフォーム・ＨＰ・YouTubeへの記事掲載を行い、SNS(X)・消費者セミナー等により情報の展開を図る。（適宜） ｂ）ホームの好取組事例を｢選び方マニュアル｣の記事として追加する。 ⅰ）｢取組み宣言と自主点検｣｢第三者チェック｣実施取材ホーム記事を追加（7月） ⅱ）リビング倶楽部の情報誌で取材ホームを紹介（9月、3月） ｃ）消費者サイトの会員ホーム検索機能を充実させ、視認性を向上させる。（5月） ② 効果の検証 ａ）2022～23年度に取材したホームにアンケートを実施し、有老協を活用したホームＰＲ効果を検証する（12月）。

公益事業（Ⅶ 提言）

事業		内容（課題設定項目等）
1	自治体・行政連携	目標：自治体が独自に用意する補助金や自治体を介して助成される国の交付金が着実に会員に届くよう、自治体とのネットワークをつくり、その情報を会員に結びつける。 （１）自治体を通じた事業者向けサポートの着実な運用 ①補助金や交付金が着実に事業者に届くための自治体とのネットワーク作り（通年） （例）公益財団法人介護労働安定センターによる労働局委託事業『介護分野における人材確保のための雇用管理改善推進事業』等を通じた「生産性向上のための業務改善の取組み（新処遇改善加算の上位区分の必須要件）」支援 （２）上記(1)を実現するための地方自治体との日常的な関係構築 ①日常的な相談対応（日常対応） ②定期メール配信やホームページでの情報提供（7月、1月） ③事業者集団指導への講師派遣（適宜） ④有老協および地域連絡協議会が開催するセミナーへの参加（適宜）

国の交付金が設定されている経緯等「医療・福祉サービス改革プラン（厚生労働省 2019年5月）」

■ 基本的方向性と目標

○ 以下４つの改革を通じて、医療・福祉サービス改革による生産性の向上を図る。

① ロボット・ＡＩ・ＩＣＴ等の実用化推進、データヘルス改革
② タスクシフティング、シニア人材の活用推進
③ 組織マネジメント改革
④ 経営の大規模化・協働化

○ これにより、2040年時点において、医療・福祉分野の単位時間サービス提供量について５％以上の改善を目指す。

■ 関係情報

○ 介護職員の働く環境改善に向けた政策パッケージについて（令和4年12月23日 厚生労働省）
○ 介護分野におけるデジタル行財政改革の方向性について（デジタル行財政改革会議（第2回・2023年11月22日）資料５・厚生労働大臣資料）
○ より良い職場・サービスのために今日からできること／業務改善の手引き～介護サービス事業における生産性向上に資するガイドライン（社会保障審議会介護保険部会・2022年10月17日開催分資料）
○ 介護テクノロジー導入支援事業（令和6年度厚生労働省予算案の主要事項、地域医療介護総合確保基金、介護ロボット導入支援事業・ＩＣＴ導入支援事業の発展的見直し）

Ⅷ　その他事業

事業		内容（課題設定項目等）
1	団体保険制度の運営	（１）団体内付保率の向上 （２）環境変化に応じた運営リスクに対する補償充実
2	高齢者住まい事業者団体連合会活動	（１）契約者保護・業界健全化 ① 高齢者向け住まい紹介事業者届出公表制度の充実（お客様接点の更なる健全化） （２）事業者支援 ① ホーム運営の生産性向上にむけた取組み支援 ② 介護従事者の働きやすさの確保・処遇改善（次期介護報酬改定にむけた取組み） ③ 外国人材活用の裾野拡大にむけた行政提言
3	組織力強化	目標：有老協の事業取組みを業界に広げ、事業者の意見を行政へ届けるため、入会促進を軸に組織力強化に取り組む。有老協の事業に参加する法人のメリットをさらに見える化する。各公益事業（相談事業、講座・セミナー・育成事業等）を通じた取組みとリンクさせていくものとする。 地域連担当者を配置し、地域連絡協議会との連携を通じ、協会内で会員法人の意見を共有し各種施策のＰＤＣＡサイクルに組み込んでいく。 （１）会員法人のニーズの把握と対応にむけた取組み ① 地域連絡協議会を通じて会員法人のニーズを確認（4回/年） ② 地域連絡協議会活動をサポートすることで全国の地域組織での活動を更に活性化 ③ 地域の消費者に対する有料老人ホームサービス周知活動を更に強化するための支援 ④ 有料老人ホームサービスの情報提供を求める消費者（リビング倶楽部会員等）に対する会員法人の周知活動 （２）入会促進 本取組みにおける2023年度活動総括（2023年度第7回理事会）をふまえた対策を実施。 ① 施設長研修参加法人への入会案内（9月、10月） ② 情報会員対象法人（約4000法人）に向けて協会の活動をＰＲ ミニ協会通信等、有老協活動を報告する資料をFAXで定例送信し協会の認知度を高める。（6回/年、偶数月発信） ③ 自治体が公表する新規ホーム開設法人にむけたＰＲ活動（毎月実施）