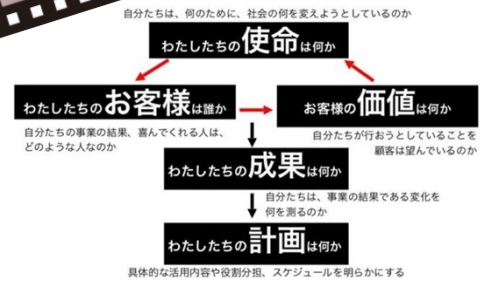


理事長の頭の中

Chairman of Chitosekai Group
by Hiromasa Hidari



VOL.155. 2019. 6月号

「コンセプトの必要性」

日々のサービスの中で、自分たちの仕事は何につながり、会社、顧客にどう貢献しているのかを考え続けることが組織人、社会人として価値を高めていく考えたと思います。それを怠ると惰性という恐ろしい言葉になります。介護業界のレベルが試されています。さて、当時私が考えたサービスの考えを共有しますね。

いきいきらいふSPAのコンセプトは、3時間入浴専門デイサービス、短時間入浴専門デイサービスと、お風呂特化型のデイサービスです。

このコンセプトに行き着いたのには、社員の定着と帰属意識の向上がありました。

通常デイを当時運営する中で、社員の中から、いきいきらいふの理念である、『自分が受けたいサービス、家族に受けてもらいたいサービス』を実現する中で、自らのサービスに疑問を持ち問題解決のために動き出すメンバーが現れました。その時に現場に来てもらいたいとオファーが僕に来ました。

現場に行くと、僕に感謝してくれるおじいちゃんと、クレームをいうおじいちゃんで見分けられました。

感謝してくれるおじいちゃんは、友達増えてうれしいと92歳。

クレームをいうおじいちゃんは、風呂入って早く帰りたいという68歳。

孫と同じくらいの年の差の2人のニーズは違うにもかかわらず、スタッフは戸惑いながら制度上仕方ないとなだめながら座らせている現実。

早く帰りたいと、クレームをいうおじいちゃんに、短い時間でお風呂入って帰れるデイがあったらくる??と聞いてみたら二つ返事で「はい！」と、

まさに、理念である自分が受けたいサービスのプロジェクトが始まりました！

そんな中、ドラッカー塾に通っていた僕は、そのコンセプトをドラッカーさんの「五つの質問」に当てはめて、グランドデザインを考えました。

- 第一の問い われわれの使命は何か
- 第二の問い われわれの顧客は誰か
- 第三の問い 顧客の価値は何か
- 第四の問い われわれの成果は何か
- 第五の問い われわれの計画は何か

第一の問い われわれの使命は何か

いきいきらいふの使命は?という問いに理念だと想った僕は、

「自分が受けたいサービス、家族に受けてもらいたいサービス」といれました。

第二の問い われわれの顧客は誰か

理念から自分が受けたいサービスを提供したいと考えてますから、顧客はいつか通る老いに対して僕たちが顧客なんだと気づきました。
顧客＝私たち

第三の問い 顧客の価値は何か

一の問いと二の問いを考えて導き出すと、僕たちの価値は「新たなサービスを生み出すこと」と定義しました。

第四の問い われわれの成果は何か

これが一番、難解でした。。

成果とは??

売上が上がること！←ドラッカー氏曰くそれは、成果を達成したご褒美。

利益！←それは、成果を達成した果実と、

成果とはを、ドラッカー氏は、定義してました。

『顧客の時間を変化させる』こと。

先生が、やっと回答をくれたので、顧客の時間を変化させること??という質問から出力した僕の答えは、男性利用者の時間を変化させること！という回答を導きました。

当時、デイの問合せで、男性利用者の引きこもりが困っている。

近くの銭湯も廃業し、ますます外に出て行かない。

ヒダリ君なんとかしてよー

と、通常デイの男女別比率を調べたら、9割女性だった。

そこで、男性利用者の比率を五割まで引き上げることが成果だと定義した。

いきいきらいふSPAのコンセプトはお風呂専門。

しかし、社会に貢献し指示され続けるサービスとして、男性利用者の時間を変化させることを裏コンセプトに展開を始めた。

第五の問い われわれの計画は何か

ダイヤモンドはできた。しかし、僕たちの歩みでは1年に二店舗がせいぜい。。

そんなダイヤモンドを手に入れて磨けなければ、大手に渡すこともあり得ると社員に話した。

そんな中、フランチャイズ展開の計画が社内から上がってきた。

そして、グランドデザインが完成し、第一号店が生まれることになった。



フェイスブック始めました。
お友達申請お待ちしております。

社会福祉法人 千歳会
理事長 左 敬真

