

月刊シニアビジネスマーケット

超高齢社会のライフスタイルをデベロップする経営情報誌

SENIOR BUSINESS MARKET

2019
March
no.176

03



[CLOSE UP]

プレザングラン南雪谷

官民ファンドを使った
保育との複合プロジェクトによる
介護付きホーム

AIPヘルスケアジャパン合同会社

※本冊子は、「月刊シニアビジネスマーケット」(総合ユニコム株)2019年3月号の掲載記事を抜粋したものです。



存在感のある南欧風の外観 眺望に優れた最上階に食堂を配す

1. 建物の外観。南欧風をイメージし「入居者が気持ちを新たにできる」空間を目指した 2. 有料老人ホームのエントランス。石積みの壁材が高価格ブランドにふさわしい格調高さを演出 3. 2階のウッドデッキテラスには植栽も設け、アクティビティなどに活かす



保育+介護の複合建物として開発 両事業の運営をケア21が担う

「プレザングラン南雪谷」は、ヘルスケア施設への投資を行なうAIPヘルスケアジャパン合同会社が、大手百貨店の社宅があつた場所を取得して開発したもの。なおかつ同社がファンドマネジャーを務める東京都の官民連携福祉貢献インフラファンドの資金を一部活用した、「子育て支援施設」を含む福祉貢献型建物として、保育所の整備を前提に介護付有料老人ホームを併設した複合開発という側面も併せ持つ。この複合開発のオペレーターに選定されたのがケア21。同社は介護、保育、障害者支援までを手掛ける「総合福祉企業」を標榜し、関西エリアを拠点に、近年首都圏での展開で目覚ましい躍進をみせる。同社では、今年1月、有料老人ホーム、認知症グループホームで長年親しまれた「たのしい家」ブランドを変更。既存施設を含め高価格帯の「プレザングラン」、よりリーズナブルなものを「プレザンメゾン」と有料老人ホームを2ブランド化（グループホームは「たのしい家」ブランドを継続）。「たのしい家」ブランドを2ブランド化（グループホームは「たのしい家」ブランドを継続）。」「たのしい家」ブランドを2ブランド化（グループホームは「たのしい家」ブランドを継続）。「たのしい家」ブランドを2ブランド化（グループホームは「たのしい家」ブランドを継続）。

官民ファンド活用の 複合プロジェクト 新ブランドの新築1号にもなった 介護付ホーム

株ケア21では、東京都大田区に介護付有料老人ホームを3月1日に開設。同社では、今年1月に既存施設を含めたブランド変更を発表。変更後の新築ホーム1号は、東京都の官民インフラファンドを活用した保育所併設の複合開発としても注目を集める。

CLOSE UP Senior Life Designing

プレザングラン南雪谷
PLAISANT GRAND MINAMI YUKIGAYA

株ケア21



保育所を併設、園児や地域との交流にも意欲

12. 13. 最上階の5階に配したガラス張りの食堂は、ホーム最大のセールスポイントに。14. 食堂に面したオープンデッキでは、毎日の外気浴なども行なう。15. 有料老人ホーム専用の1階厨房。16. 1階厨房で調理したものを5階食堂に運ぶ配膳用のエレベーター。17. 理美容室。18. 併設する保育所「うれしい保育園南雪谷」のエントランス。有料老人ホームとは動線を分離。19. 20. 1階保育所は定員86名で4月開設。広々とした園庭も。

さらに、同社ホームとしては初となる複数のコンシェルジュスタッフ、専従のアクトエイビティスタッフを配置するなど、基軸となる「介護」以外のサービスを充実させることで、新ブランドならではの特徴を打ち出していく。そして、併設する4月開設予定の保育所「うれしい保育園南雪谷」(ケア21が運営)との連携も深めながら、介護と保育の複合施設として、地域に根付いた建物を目指していく。

また、その最上階で提供される食事も朝・昼・夕それぞれ選択制を採用、グルーピングによる現地調理という強みを活かし、有料老人ホームの食事ではなかなかお目にかかる刺身も提供されるとのこと。

利用者の前方に倒れ腕を載せられるバー状の手すりが好評だという。

そして、最大の特徴は、食堂を最上階の5階に配したことであろう。これは保育との複合施設という特性から、1階に有料老人ホームの共有部を広く使えないという制約から実現したものだが、眺望に優れたガラス張りの食堂と隣接して入居者の外気浴などにも利用されるオープンデッキは、結果的に同ホーム最大のセールスポイントとなっている。

居室は全室18m²で全61室。見学者からはトイレ周りの手すり、特に壁面から見下す手すりが多く設置されている。

居室は全室18m²で全61室。見学者からはトイレ周りの手すり、特に壁面から見下す手すりが多く設置されている。

内装は白を基調とした明るい空間に

4. 居室のモデルルーム。全室18m²。5. 車いすにも対応する居室内の洗面台。6. 居室内のトイレ。手すりを多く設置。7. 個浴室は居室フロア(2~4階)に設置。8. 1階の機械浴室。9. 白を基調とした1階のロビー。本物を模した暖炉や熱帯魚のいる水槽などで質感を高めた。10. 11. 2~4階の談話コーナー(10. 3階、11. 4階)。内装も南欧風をイメージし高級感を志向。

ホーム最大のセールスポイントに 最上階に食堂を配置

拡大する入居者ニーズに応えるべく、ブランドの変更に踏み切り、同ホームはその変更後初めての新築物件となつた。

CLOSE UP | プレザングラン南雪谷 PLAISANT GRAND MINAMI YUKIGAYA

フロア平面図



立地図



施設概要

施設名	プレザングラン南雪谷
所在地	東京都大田区南雪谷3-11-9
交通	東急池上線「雪が谷大塚」駅より徒歩約9分
開設	2019年3月1日
建物所有	合同会社はくたかシニアレジデンス
事業主体	(株)ケア21
類型	介護付有料老人ホーム（一般型特定施設入居者生活介護）
敷地面積	1,552.31m ²
構造・規模	鉄筋コンクリート造・地上5階建て
延床面積	3,053.87m ²
居室数（定員）	61室（61人）
居室面積	18.00m ²
居室設備	エアコン、福祉対応型温水洗面台（鏡付）、洗浄機能付トイレ、室内照明、カーテン、緊急時用コールボタン、収納
共用施設	食堂（5階）、談話コーナー（2～4階）、理美容室（4階）、機械浴槽（1階）、個浴室（2～4階）、厨房（ほか）
併設	認可保育所「うれしい保育園南雪谷」（定員86人）※2019年4月開設予定
設計	株井上種建築デザイン研究所
施工	鉄建建設（株）
総事業費	約33億円

料金表

●入居一時金0円プラン	
費目	料金
入居一時金	0円
月額利用料	家賃
	232,000円
	管理費（税別）
	45,000円
	食費（税別）
	54,000円
月額計	331,000円

●入居一時金300万円プラン	
費目	料金
入居一時金	3,000,000円
月額利用料	家賃
	182,000円
	管理費（税別）
	45,000円
	食費（税別）
	54,000円
月額計	281,000円

※上記のほか、入居一時金600万円、900万円、1,200万円プランがある
※敷金は一律232,000円
※食費は実費（表示金額は1日3食×30日の場合）

VOICE

最上階に見晴らしのよい食堂を設けインパクトのある空間に



AIPヘルスケアジャパン
合同会社
シニア・マネージング・
ディレクター
傳田雄士氏

今回のプロジェクトは、東京都の官民連携福祉貢献ファンドを活用したもので、

保育+介護の複合施設というのが当初より決まっていましたので、両方をお任せできるオペレーターという点から、同じ大田区内の当社保有物件で介護付きホーム「プレザングラン大田多摩川」の運営にも実績のあるケア21さんにお願いすることになりました。また、南雪谷周辺は、入居一時金1,500万円以上の競合ホームが多く、同社が入居一時金1,000万円以下のホーム得意としていたことも、お願いした理由の1つです。

そしてもう1つ、家主の観点から申し上げれば、介護人材が払底する業界にあって、今後オペレーターの教育力が重要な要素になってくると考えています。ハードには限界がありますので、いかにオペレーターが

もつ「人の力」で付加価値を高められるか。優れたノウハウがあっても、人材の採用・定着なくして満足なサービスが提供できませんので、離職率が低いケア21さんは安心してお任せできるという面もありました。

設計面では、1階に保育園と園庭を設けた関係から、有料老人ホームが1階で使える面積が限られていました。そこで、思い切って最上階に食堂を配しました。厨房が1階にある関係から、バックヤードに配膳用のエレベーターを設けることでケア21さんにはご理解をいただきました。三面をガラス張りとしたことで眺望にも優れた、インパクトのある空間になったと考えています。（談）

VOICE

ブランド変更を機に福祉以外のサービスを磨く



株ケア21
代表取締役社長
依田 平氏

当社の介護事業は、高齢者の自宅での暮らしを支えることを目的とした、訪問介護サービスがスタートでした。そして、ADLの低下に伴い、自宅での生活が困難な方々がふえるつれ、こうした方々の受け皿となる入居系施設として、約15年前に、大阪・吹田市で有料老人ホームをはじめ

て開業、「自宅のような空間」、なかでも“楽しい”ことを重視し、有料老人ホーム、グループホーム共通の「たのしい家」というブランドを冠し広く展開してきました。

当社は「総合福祉企業」として、介護だけでなく、保育や障害者支援事業も手掛けているが、福祉の本来的役割は、「弱者救済」です。ところが、入居系施設に限っては、これに「住まい」「生活」という一般事業の領域が加わってきます。近年では、建物のクオリティや住空間の快適性を強みにこの業界に打って出る異業種もふえてきました。在宅介護出身の当社にとって、「福祉」の部分は自信をもってご提供できるところですが、それ以外のサービスにはより磨きをかける余地がある。つまり、ブランド変更を機に、福祉ではない部分の充実をより強化したいという思いがありました。

新ブランドは、基幹コンセプトである「たのしい」と同じ意味をもつフランス語「PLAISANT（プレザン）」に置き換え、マーケットの格差拡大に対応すべく立地や利用料、人員配置により「グラン」「メゾン」の2ブランドを使い分けることで、より高齢者やそのご家族のニーズに沿った住まいやサービスをご提供できると考えています。

肝心の福祉以外のサービスとして「プレザングラン南雪谷」では、お刺身の出る食事であったり、専門職を配置したアクティビティ、あるいは保育園との交流などで具現化されています。交流によって、高齢者は活力が生まれ、子どもにとっても年齢を重ねることの偉大さ、尊さを感じ取ってもらえますので、今後もこうした複合開発には積極的にチャレンジしていくと考えています。（談）

VOICE

コンシェルジュや食事サービスで入居者が最期まで笑顔でいられるホームに



株ケア21
プレザングラン南雪谷
施設長
矢富浩一郎氏

私自身、デイサービスの管理者を長く勤めており、新ブランドの新築1号ホームの施設長という重責に、プレッシャーを感じつつも、日々オープンに向けて準備を進めているところです。

今回、新ブランドのなかでも、高価格帯の「プレザングラン」として、従来までの入居者サービスにいかに「介護」以外のプラスアルファを附加できるかが問われるところでした。そのなかで、1つの特徴となるのが、「コンシェルジュサービス」です。

これは、介護スタッフとは別にメイン1名、サブ2名の計3名の専任スタッフが、外出付添いなどご入居者のあらゆるご要望にお応えするものです。コンシェルジュサービスは、当社の他のホームでも実施

しているところはありますが、複数名を常駐させるのは初の試みで、より柔軟かつ多様なニーズに対応できると期待しています。

さらに、食事も朝食が和と洋、昼食が3種類（日替わり・麺類・丼）、夕食は週1回、事前にご入居者からご要望をいただいたりクエスト食というように、「選択」の幅を広げ、よりホームでの生活を楽しんでいただけるようにしています。

ケアの部分はもとより、こうしたコンシェルジュやアクティビティ、食事サービス、さらには併設する保育園との交流などを通じて、最期の最期までご入居者が笑顔で過ごしていただける、そんなホームにできればと考えています。（談）