

社会福祉法人アス・ライフ
令和8年度 事業計画書

令和8年3月 5日 理事会提出

令和8年3月25日 評議員会提出

提出者

理事長 藤田英二

1. 法人経営の原則の遵守

当法人は、令和8年度事業を執行するに際し、法人定款第3条に規定する法人経営の原則を遵守する。

【法人定款】

（経営の原則）

第3条 この法人は、社会福祉事業の主たる担い手としてふさわしい事業を確実、効果的かつ適正に行うため、自主的にその経営基盤の強化を図るとともに、その提供する福祉サービスの質の向上並びに事業経営の透明性の確保を図り、もって地域福祉の推進に努めるものとする。

2. 経営理念と基本方針

【理 念】

- 1) 豊かな人生につながる支援
- 2) 地域社会から信頼される活動
- 3) 職員の豊かな生活

【基本方針（目標）】

私たちは、常に専門的役割と使命を自覚し、利用者の自立と自己実現のために寄り添い、必要な支援を行います。

1. 利用者の尊厳を重んじた支援
2. その人らしさを見つめた一人一人にあった個別的な支援
3. 自ら選び、自ら決める利用者主体の支援
4. 社会の一員として地域の中で暮らすための支援

3. 理事会・評議員会の開催

① 評議員会の開催

（評議員会は、定款等の重要事項を決定する。）

法人定款に定めるところにより、評議員会の意見を聴くこととされている事案のある場合に開催（令和8年5月、令和9年3月を予定）する。ただし、必要がある場合は、その都度、開催する。

② 理事会の開催

（理事会は、業務執行の決定を行う。）

年3回開催（令和8年5月、11月、令和9年3月を予定）する。

理事会は業務執行の決定を行う。ただし、必要がある場合は、その都度、開催する。

4. 事業運営

- ①第二種社会福祉事業 障がい福祉サービス事業（生活介護・生活訓練）運営
- ②第二種社会福祉事業 障がい福祉サービス事業（就労継続支援B型）の運営
- ③第二種社会福祉事業 障がい福祉サービス事業（居宅介護・重度訪問介護・同行援護）の運営
- ④第二種社会福祉事業 障がい福祉サービス事業（移動支援）運営
- ⑤第二種社会福祉事業 障がい児通所支援事業（放課後等デイサービス）運営
- ⑥第二種社会福祉事業 老人居宅介護等事業（訪問介護・介護予防日常生活支援総合事業）の運営
- ⑦老人デイサービス事業（地域密着型通所介護）の運営

5. 本年度の重点施策

- (1) 長期展望に基づく経営基盤及び経営組織の強化
 - ①地域密着に視点を置き地域と連携した事業活動
 - ② 人員体制の強化及び職員の定着率向上
 - ③ 地域社会で暮らせる支援の為に訪問介護事業の充実
 - ④ 若手職員の育成・各種研修への参加
 - ⑤ 事業継続計画（BCP）の検証（災害。感染症）
 - ⑥ 職場（施設）の整理・整頓・美化

- (2) 事業所としての理念／基本方針の徹底
 - ① 経営理念、基本方針の職員への周知
 - ② 倫理綱領、行動指針、関係法令及び法人規程等の遵守
 - ・利用者の権利擁護の研修を実施
 - ・虐待防止・身体拘束等・感染予防の研修を実施

- (3) 各事業の安定化・拡大
 - ① 全事業所の黒字化経営
 - ② 様々な障がい特性に応じられる施設の環境づくり
 - ③ 利用定員の確保
 - ④ 障がい特性に配慮した人員体制づくり
 - ⑤ ベテラン、若手の連携がとりやすい組織作り

- (4) 余暇活動の支援充実
 - ①地域や職員との関わりのなかで様々な体験を利用者に提供
 - ②利用者各々の障がいに合わせた活動の提供
 - ③ 季節を楽しむ行事の実施

④ 利用者の余暇活動充実のための移動支援、同行援護の支援強化

(5) 介護保険事業の経営

- ① 報酬加算による収益の獲得
- ② ICTの実用的運用
- ③ 登録訪問介護職の増員

(6) 施設・設備の管理

- ① 定期的な施設内清掃
- ② 送迎車両の清掃及び修理
- ③ 備品等の計画的購入
- ④ 働きやすい環境整備

(7) 就労継続支援事業所アス・ワークの利用者定着

- ① 障がいにもマッチングした生産活動の充実
- ② 障がいレベルに配慮したサービスの提供
- ③ 総合支援学校等からの現場実習生や体験者の積極的な受け入れを実施

(8) 人事管理の充実

- ① プロとして果たすべき使命を持った職員の育成
- ② 職員の業務に対する志気の高揚、人権尊重やコンプライアンス意識及び経営感覚の醸成など、今後の法人運営に必要不可欠な中堅職員の育成
- ③ 役職職員の職責に基づく職務の履行の徹底
- ④ 職員目標管理制度を活用した個別職員研修の充実
- ⑤ 永年勤続表彰
- ⑥ 採用活動のための法人パンフレットの充実
- ⑦ 社内研修・人事交流研修の検討
- ⑧ 働き甲斐につながる合理的かつ公平な待遇

(9) 財務管理

- ① ICT活用による経理事務の合理化・適正化・安定化
- ② 契約の透明性の確保
- ③ 運転資金の安定化
- ④ 社会福祉法人の財務諸表等電子開示システムによる公表

(10) 事業経営の透明性の推進

- ①事業経営・運営状況のホームページを利用した公表等
- ②役員等報酬基準の公表
- ③評議員会を議決機関、牽制機関、理事会を意思決定機関とした運営の継続、監事の理事会への出席義務、報告義務の取り組み

(11) 災害・防災・感染に対する取り組み

- ①災害安全計画の確認と避難訓練の定期的実施
- ②施設・設備の定期的な安全点検の実施
- ③ 災害時における職員の動員体制
- ④ 災害・感染発生時に行動できるための事業継続計画(BCP)の理解

5. 令和6年～8年度の3年間中期計画

① 各事業所の平均利用者目標 (1日平均利用 ※アス・ヘルパーのみ月平均)

	令和 6年	7年	8年
アス・ライフ(定員30名)	22名	24名	27名(生訓・共生型含)
アス・ワーク(定員25名)	14名	16名	18名
大市デイ (定員14名)	11名	12名	12.5名
なかそのフォア・アス(定員10名)	12名	12.5名	12.5名※日中一時除く
おおいちフォア・アス(定員10名)	9.5名	10.5名	11名 //
みらい フォア・アス(定員10名)	8.2名	9名	10名 //
アス・ヘルパーステーション	60名	70名	80名(月平均実利用)

令和8年度～令和10年度スローガン

「アス・ライフをもっと知ってもらおう」

— 信頼を積み重ねていこう —

今年度から3年間にわたり社会福祉法人アス・ライフを地域にもっと知ってもらう活動を行っていきます。職場や法人の立場から見ると、地域の方に法人名を知ってもらうことには、じわじわではあるが効いてくるメリットがたくさんあります。

① 信頼感・安心感が高まる

地域で名前を聞いたことがある法人は、それだけで「ちゃんとしたところ」「長くやっ
ていそう」という無意識の信頼につながります。

福祉・介護・教育系の法人ほど、この安心感は大きな価値になります。

② 利用や相談につながりやすくなる

いざ困ったときに「そういえば、あの法人があったな」と思い出してもらえるかどうかは、名前を知っているかどうかがかかれ目です。

直接の利用者でなくても、

- 家族や知人への紹介
- 民生委員・地域包括・学校などからの相談につながりやすくなります。

③ 地域との協力関係が築きやすい

法人名が知られていると、

- 行事への参加
- ボランティア協力
- 災害時の連携

などで「顔の見える関係」が作りやすくなります。

「知らない団体」より「聞いたことがある法人」の方が、声をかけやすくなります。

④ 人材確保にもプラスになる

地域で名前が通っている法人は、「あ、あそこね」と認知され、求人のハードルが下がります。

特に

- 送迎運転手
- パート職員

では、知名度＝安心材料になります。

⑤ 法人の理念や姿勢が伝わる

法人名と一緒に「どんな想いで、どんな活動をしているか」が地域に浸透していくと、単なる施設ではなく“地域の一員”としての存在感が生まれます。

ひとことと言うと

法人名を知ってもらうことは、信頼の貯金をすること、すぐに数字で見えなくても後から必ず効いてくると確信し、これからの3年間スローガンを掲げて取り組んでいきます。

【取り組みや具体的な行動】

① まず最優先：名称を“見える化”する

1. 事業所名に法人名をセットで使う

例

- ×「放課後等デイサービス〇〇」
- ◎「社会福祉法人アス・ライフ 放課後等デイサービス〇〇」
保護者・関係機関・地域に**法人名が自然に刷り込まれる**

2. ロゴ・表記ルールの一貫

- 看板
 - チラシ
 - 名刺
 - ホームページ
 - SNS
- 「アス・ライフ」の表記・色・ロゴ位置を統一。小さな積み重ねが認知度を作ります。

② 地域密着型で効く施策（福祉法人向き）

3. 地域イベント・学校・自治会との連携

- 地域祭りへの参加
 - 学校・PTA・保育園との協力
 - 福祉体験・出前講座
- 「〇〇をやっている法人」ではなく
「アス・ライフがやっている」と名前で覚えてもらう

4. 見学・オープンデイの定期開催

- 事業所見学会
 - 仕事体験
 - 保護者向け説明会
- ポスター・SNSで**「社会福祉法人アス・ライフ主催」**を強調

③ Web・デジタル（低コストで広がる）

5. ホームページは「事業所」より「法人」を主役に

トップページで：

- 法人理念
- 法人の想い
- 代表メッセージ

「この事業所いいな」

→ **「この法人、信頼できそう」**へ

6. SNSで“法人名＋活動”を発信

- Instagram：日常・雰囲気
- Facebook：地域・公式情報
- LINE：保護者・関係者向け

投稿例：

「社会福祉法人アス・ライフでは、〇〇な支援を大切にしています」

④ 採用活動＝最大の知名度アップ施策

7. 求人で“法人のストーリー”を語る

- なぜこの法人を作ったか
- どんな支援を目指しているか
- 職員をどう大切にしているか

応募者は**将来の地域の語り部**になる

8. 実習生・ボランティアの受入強化

- 福祉系学校
- 高校・大学

「実習で知った法人名」は**記憶に残りやすい**

⑤ 信頼性を高める（間接的に知名度 UP）

9. メディア・広報

- 地域新聞
- 市町村広報誌
- 社協だより

「社会福祉法人アス・ライフが〇〇を実施」という形で掲載

10. 行政・関係機関との関係構築

- 相談支援事業所
- 学校
- 医療機関
- 行政担当課

紹介時に**法人名で呼ばれる**状態を目指す

⑥ 中長期で聞く「ブランド化」

11. 法人スローガン・行動指針の浸透

- 毎年のスローガン
- 職員行動指針

職員が外部で語る言葉が揃う

→ 「アス・ライフらしさ」が定着

12. 「アス・ライフ＝〇〇」のイメージ作り

例：

- アス・ライフ＝児童支援に強い
 - アス・ライフ＝人を大切にする法人
 - アス・ライフ＝地域に開かれた福祉
- 重要なポイント（福祉法人ならでは）**
- 派手な広告より**継続と一貫性**
 - 「事業所名」より**「法人名」を主語に**
 - 職員全員が**法人の広報担当**

- **予算感**（ほぼゼロ／少額／投資可）
- **対象**（地域住民／保護者／求職者／行政）
- **主力事業**（例えば、連携が強い放課後等デイ等）