

## システム運用時のコストについて

運用時の ICT コストや人件費等を予め見越して、構築する ICT システムの規模を決めることとします。特に ICT システム更改の時期とコストを見積もることが重要です。

### 【初期構築費の考え方】

ある地域での事例を 9 千万円規模に金額調整して、構成要素別に構築費内訳を案分すると以下ようになります。これは 1 千万円以上 1 億円未満のプライベートクラウドを利用するシステムの導入費用※を想定しています。(連携ネットワークの「目的」「範囲」によって投資金額規模は大きく異なります)

なお、初期構築費で占める「ICT システム開発及び構築費」は、連携施設数により大きく増減します。

初期構築費内訳		説明	金額 (単位：千円)	構成比
①	コンサルティング業務委託	ICT 関連仕様の作成等、専門性を要する業務に対する委託	11,700	13.0%
②	アプリケーションライセンス	パッケージソフトウェアの利用が多い	24,000	26.7%
③	ICT システム開発及び構築費	いわゆる双方向連携実現に必要な経費想定 ※一方向連携ではコスト圧縮が可	41,000	45.5%
④	ネットワークインフラ構築費	クラウド利用、VPN (virtual private network) 接続等に要する費用想定	4,500	5.0%
⑤	ハードウェア費		8,800	9.8%
合計			90,000	100%

※日医総研ワーキングペーパー「ICT を利用した全国地域医療連携の概況 (2016 年度版)」の「平均導入費用は、28,780,563 円 (56 箇所平均)」に基づく。

### 【運用コストの収支計画】

初期構築費と同様の考え方で、運用保守費を算出したものが以下の表となります。

〈運用に関する支出〉

運用保守費内訳		説明	年額 (単位：千円)	構成比
①	運営主体の事務経費	事務局人員等の人件費や一般管理費等	1,320	16.4%
②	iDC 運用費	クラウド環境利用料金。データ量で変動	4,000	49.8%
③	アプリケーション保守費	ICT ベンダー向けシステム保守料金	480	6.0%
④	インフラ運用費		800	9.9%
⑤	利用者支援業務	システム監視、利用者からの問合せ対応を行うコールセンタ等の運用支援サービス費	1,440	17.9%
合計			8,040	100%

これらに加えて、将来のシステム更改のために積立金を計上することが必要です。積立金の金額を決定するために、構築したベンダーと、運用が開始するまでに予め金額規模感を合意する必要があります。なお、初期構築時の仕様や設計は流用できるため、構築金額と同額とはなりません。ある地域の実例では、初期構築費が数億円であったのに対し、システム更改費用が数千万円にまで圧縮できた事例もあります。

また、連携ネットワーク間での相互連携に対応できるよう、積立に概ね10%程度を予め見込んでおいてください。

〈運用に関する収入〉

主に、参加施設から徴収する利用料金となりますが、金額を決定する上では、以下の視点で利用料金を設計してください。また、利用料金は必ず意思決定を行う会議体に諮り合意形成してください。

視点	説明
支出の設計	運用保守費と積立金の中長期での推移の設計が必要です。
機能別参加施設数の整理	機能別に、当初からの参加施設数、また今後参加すると期待される施設数の見込みの整理が必要です。
機能別の利用料金設計	全国的には機能別の規模に応じて、利用料金を設定することが多いですが、支出とバランスがとれるよう設計してください。

【参考：全国利用料傾向】

利用料金	利用料金ガイド 月間費用
病院 ※概ね100床以上	300,000円前後
病院 ※100床未満	100,000円前後
医科診療所	10,000円前後
歯科診療所	10,000円前後
保険薬局	8,000円前後
訪問看護ステーション	8,000円前後
介護系施設(特養・老健等)	5,000円前後
居宅・デイサービス等事業者	5,000円前後
行政機関(地域包括支援センタ等)	5,000円前後

※本表は、日医総研の作成したレポート「ITを利用した全国地域医療連携の概況(2015年度版)」の全国利用料金情報と、厚生労働省医療情報連携ネットワーク支援Naviで紹介されている複数地域の事例を参考にしています。

その他、地域によっては、以下のような収入を得ているケースがありますので、可能な限り検討することが必要です。

収入	説明
賛助会費及び寄付金	様々な企業や団体から活動に対する支援を受ける。毎月継続の利用料金の支払いと位置付けを分けて、年度ごと(賛助会費)や一回の支払い(寄付金)とする。
広告収入	運用法人のホームページ等に企業広告を募集し、その広告宣伝費としての収入を計画する。