
株式会社アクロス様 主催

ケアマネジャーからの紹介が次々くる
デイサービス

2016年8月17日(水)

おざわ行政書士事務所
介護業界を支える行政書士 &
ケアマネマーケティング 小澤 信朗

本日の目次

1. 自己紹介
2. 今後のデイサービス事業において
求められること
3. 介護保険以外のサービスの活用と
注意点
4. 紹介をもらえる営業方法
5. 新規・老舗店舗の販促活動や
ケアマネとのつきあい方
6. まとめ

1. 自己紹介

小澤信朗（おざわ のぶあき）

1977年東京生まれ。東京都中野区で活動する行政書士。

山形大学人文学部卒業後、満喜（マキ）株式会社へ入社。

全国の居宅介護支援事業所、訪問介護事業所等の介護事業者の
システムサポートを担当。

在職時に、全国で約400名のケアマネジャー・ヘルパー・介護事務員に対しシス
テムサポートをおこなう。

その経験をもとに、行政書士として独立後、ケアマネジャーに対し
給付管理業務の指導を行っている。（北海道や長野県、茨城県での研修経験あり）

また、開業わずか1年半の間に、リコージャパン株式会社、株式会社エスエムエス、細田工
務店、連合福井など上場企業や大手労働組合主催のセミナーで講師として活動するなど
幅広い活動をおこなっている新進気鋭の行政書士である。

2. 本セミナーのゴールイメージ

- 保険外サービスの導入にする際の
準備、確認方法がわかる
- すぐに試すことができる
営業手法がわかる

2. 今後のデイサービス事業において求められること

(1) H27年4月の介護報酬減少にともなって検討すること

①売上の向上

②業務の効率化による経費削減

→その前に、貴社が必ずやっておく必要があることとは？

＊経営理念の作成（巨大福祉社会の中での御社の役割とは？）

2. 今後のデイサービス事業において求められること

(2) 売上の向上のために検討すること

①稼働率の向上

②加算の算定を積極的に

③新規サービス（介護保険外サービスへの参入）

2. 今後のデイサービス事業において求められること

(3) 経費削減のために検討すること

- ①業務の効率化&マネジメントの見直し、
タイムスケジュール&マネジメントの見直し
- ②ITやDVDなどの積極的な活用について
- ③ブログ、ホームページなどのSNSの
積極的な活用の本当の理由
- ④外国人、障害者の活用についての情報収集

3. 介護保険以外のサービスの活用と注意点

(1) 介護保険以外のサービスの事例

- ・ 障害福祉サービス

(特に放課後等デイサービス) への参入

- ・ 介護付き旅行サービス、実費での訪問介護。物販など

3. 介護保険以外のサービスの活用と注意点

(2) 障害福祉サービス（特に放課後等デイサービス）

参入に際しての注意点

- ・ 数年後には、報酬が下がる可能性が高い
- ・ 発達障害のあるお子さんの個別療育の建前のため、
定員数は少人数でやらざるを得ない（効率化しづらい）
- ・ 一度参入すると、安易にやめることができない。

また、お子さんの将来のことも考える必要あり

- ・ 資格者の確保が意外と大変である。

3. 介護保険以外のサービスの活用と注意点

(3) 保険や給付外サービスの導入に際しての注意点

- ・商品、顧客、宣伝方法が明確になっているか？
 - ・～は、簡単に売れる、という安易な取り組みをしない
 - ・10割自己負担であることを前提に、それでも、販売したら利益を出す（売上一経費）を確保することが可能であるか？
- 事前に事業計画書を作成するなど、しっかり検討する。

4. 紹介をもらえる営業方法

(1) 在宅介護サービスの営業の3つの特徴

- 介護サービスの仕事は原則、

「受注型」のビジネスである。

- 仕事発生のタイミングは、

お客（ケアマネジャー）にほぼ100%左右される。

- 営業先のケアマネジャーは

介護の現場の百戦錬磨（専門家）である

⇒3つの特徴からわかることは？

4. 紹介をもらえる営業方法

(2) デイサービスの仕事が発生する2つのタイミング

● デイサービスを使用するニーズ（必要性）がある場合

● デイサービスを利用したいというデマンド（要望）がある場合

(3) デイサービスの営業が本来売りにくい理由

→ 原則、ケアマネジャーからのニーズがあって、

はじめて、紹介（受注）をしてもらえる仕組み

となっている

4. 紹介をもらえる営業方法

- (4) 営業トークを駆使して、売上があがるケース
 - ⇒エンドユーザー(利用者や家族)に
直接、営業する機会があった場合
 - ⇒たまたま、ケアマネジャーがデイサービスを
探していたときに営業した場合
 - 「たまたま」と運に左右される可能性が極めて
高い(特にケアマネジャーへの営業に関して)

4. 紹介をもらえる営業方法

(1) 営業する前におこなう事前準備の2つのこと

●どんなニーズを満たしたいのか？目標達成に貢献したいのか、
を明らかにする（特徴あるデイサービス）

⇒ただし、ケアマネジャーに認識してもらうのには工夫が必要

●重点地域のケアマネジャー（居宅介護支援事業所）の確認

⇒約15～20ほどの居宅介護支援事業所の場所の確認

（事業所から近い地域（なるべく半径3キロ以内））

（＊小規模デイサービスの場合）

4. 紹介をもらえる営業方法

(2) 特徴あるデイサービスの作り方

- ・ 居宅サービス計画書（2）のニーズと目標とサービス内容の分析（大まかに4パターンにわかれる）

●レスパイトケア ●生活指導、入浴、排せつ、食事など日常生活支援 ●交流を楽しむ ●機能訓練、歩行訓練

- ・ サービス内容のアピール

⇒結局、ケアマネジャーや関係者に違いがわからない

- ・ では、他のデイサービスとの違い、マネされないポイントは、どこなのか？

4. 紹介をもらえる営業方法

●特徴あるデイサービスを作るマジカルQuestion！

- ①好きなこと、得意なこと ②実績、資格など
- ③人からよく褒められること ④仕事で後悔していること
- ⑤何の制約もなかったらやりたいこと
- ⑥絶対に働きたくないデイサービスの特徵
- ⑦絶対に通いたくないデイサービスの特徵
- ⑧絶対に一緒に働きたくない介護職員の特徴
- ⑨心の底から最悪だと思う管理者・生活相談員の特徴
- ⑩デイサービスのキャッチフレーズ を書きだす。

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

(1) デイサービスの営業において大事な

『売れるしくみ』

●営業を4つのパーツに分解しおこなうこと

①集客 ②見込み客のフォロー ③販売

④顧客化

●買う可能性のある人を多く集めて、育ててから販売する。

●販売後、ファン（顧客化）をつくり、紹介とリピートを
増やす仕組みをつくる

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

●新規のケアマネジャー

⇒相手に不快感を与えずに、
自分と接触する頻度を上げていく

- ・通信の定期的な発行
- ・懇親会付きの勉強会の開催

●すでに付き合いのあるケアマネジャー

⇒通信や勉強会だけでなく、計画書や実績報告書でも
アピールしていく

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

(2) 顧客化していくために必要なこと

顧客化　＜利用者を紹介してくれたケアマネジャーや
利用者（家族を含む）に紹介や頻度を増やすこと＞

●利用者を紹介してくれたケアマネジャーや利用者（家族も含む）に

1. 他の利用者を紹介してもらう
2. 他のケアマネジャーを紹介してもらう
3. 利用者（要介護者）の利用頻度を増やす

ことをしてもらうこと

⇒4つのパーツの中で一番重要な項目！

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

①顧客化を目指す際の注意点

- ・ 利用者の状態の報告方法の確認
- ・ ケアマネジャーの人柄・性格・好みの調査
- ・ デイサービスの一番の理想的な利用者の獲得方法
- ・ ケアマネジャーが感激するプレゼントとは？
- ・ NGなデイサービスと思われる実績の報告方法

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

②ケアマネジャーが喜ぶ実績報告の記載方法

- ・タイトルを必ず書く

⇒そのタイトルを読んだだけで「ニーズを満たしているのか？」「長期・短期目標を達成できているのか？」ということが一目でわかるようにする。

- ・利用状況→「短期目標の達成状況」
- ・詳細・考察→「短期目標の達成状況の根拠となる利用者の活動内容」「長期目標の達成状況」「ニーズの解決度合」
- ・ケアマネジャーのモニタリング時に提案してほしいこと
- ・追伸も忘れずに！（ここに気持ちができる）

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

③ケアマネジャーが喜ぶFAX送信表

- ・なぜ、打ち合わせした内容をF a xするだけで
ケアマネジャーに喜んでもらえるのか？
- ・記載事項のポイント
 - 「送付状の文言」「利用者名」「ケアマネジャー名」
 - 「日時」「打合せ参加者」「打合せ方法」
 - 「打ち合わせ内容詳細」
- ・ちょっとした、しかし、整理する際に重要な記載項目とは？

5. 新規・老舗店舗の販促活動やケアマネとのつきあい方

④ F A X 送信表や実績報告書の真の狙い

- ・ 外部の方とのコミュニケーションをとることで可能な
人材育成
 - ・ 報告の記載方法は、営業だけでなく、人材育成にもつながる
 - ・ 理念の作成、マネジメントの見直し、情報発信
- すべて人材育成につながっていることが前提になる。

7. まとめ

- ・ 集客⇒見込み客のフォロー（DM等の案内、懇親会つきセミナーの主催）を通してケアマネジャーから紹介をもらう仕組みを作る！
- ・ 利用者を紹介してもらったら、ケアマネジャーをファンにする仕組み（ケアマネジャーが喜ぶ実績報告の記載方法など）を作る！

⇒在宅介護ビジネスでは**ケアマネジャーもお客様**である。
ケアマネジャーの欲求を満たすことが何より大事である！

行政書士 小澤 信朗のサービス

おざわ行政書士事務所では、

下記のようなサービスを提供させていただいております。

<デイサービス集客コンサルティング>

- ・ 5か月コース （合計231,000円）（税込）（期間中8回ほど訪問します）
（毎月46,200円+交通費のご負担をいただきます。）

<「ケアマネジャーからの紹介が次々くるデイサービスになる方法」出張セミナー>

- ・ 1日 42,000円～

<デイサービス開業支援コンサルティング>

- ・ 会社設立 ・ 通所介護指定申請代行（許認可コンサルティング含む）など

【セミナー参加特典！初回相談、お見積もりは無料！】

集客コンサルティングをご依頼をご検討される場合は、初回相談をお申込みください。

上記のご要望がございましたら、

『おざわ行政書士事務所』（tel 03-5942-9752）まで！

（HPにも案内あります）

行政書士 小澤 信朗のサービス

<デイサービス集客コンサルティング お客様の声>

【デイサービスひととひと 管理者 小林 美雪様】（さいたま市）

- ・喜ばれる実績報告書の書き方は、私たち職員の一ヶ月振り返りにもなり、利用者様の状況が更に理解出来るものでした。職員間の情報共有にも繋がり、内部の活性化にもなります。
- ・介護保険の仕組みは、パートスタッフも勉強をしていない分野なので、教えて頂き有難かったです。非常に流れが分かり易く、何が中心にあるのかが確認出来ました。
- ・また、利用者様一人一人の第二表の確認を行うことで、何を提供すべきか・どのような行動をとるべきかというのが全員で意思共有出来ます。デイ全体の意識が高まりました。

その結果、1日もなかった満員が、コンサルティング後、4か月後には週に3日、満員になりました！

教えて頂いたものを続けることで、より利用者様の満足を高めて参ります。

小澤さんの熱意に感謝です。

行政書士 小澤 信朗のその他のサービス

- 新たに居宅介護支援事業所や訪問介護事業所や
デイサービスを立ち上げたい！
- サービス提供責任者の変更など行政への手続きが面倒だ！
- 介護報酬の請求や介護システムの運用の相談にのってほしい！
- 新たに会社を立ち上げたい！
- 介護サービス提供事業者がおこなう営業のヒントをえたい！
- ケアマネジャーやヘルパー向けに講演や研修をおこなってほしい！
- 遺言や相続、成年後見、介護事務に関する相談にのってほしい！

上記のようなご要望がございましたら、

『おざわ行政書士事務所』（tel 03-5942-9752）まで！

（HPにも案内あります）

行政書士 小澤 信朗の連絡先

おざわ行政書士事務所

〒164-0002東京都中野区新井1-4-2 ヴィラ中野304号室

TEL : 03-5942-9752

FAX : 03-5942-9753

移動オフィス : 090-2645-6725

E-mail : info@kaigo-shoshi.com

ホームページ <http://kaigo-shoshi.com/>

●6日間の無料メールセミナー

「ケアマネジャーからの紹介で利用者が30%増える方法」

<http://kaigo-shoshi.com/deimailseminor.aspx>

