

訪問看護Webセミナー
明日から使える！

利用者増加を実現する営業戦術「実践編」

合同会社Mind share

代表 前原 扶幸

自己紹介



合同会社Mind share
代表 前原 扶幸

新卒で介護付き有料老人ホームを事業展開している会社に入社。
その後、東京都、神奈川県、埼玉県に25店舗以上展開している訪問看護会社に
営業職として入社。
都内を中心に激戦エリアのサテライトばかりを担当。
毎月300～400件の営業をこなし赤字サテライトの立て直しに成功。

その後、施設紹介会社が運営している会社に入社。
訪問マッサージ事業部に配属。訪問マッサージの営業を経験。

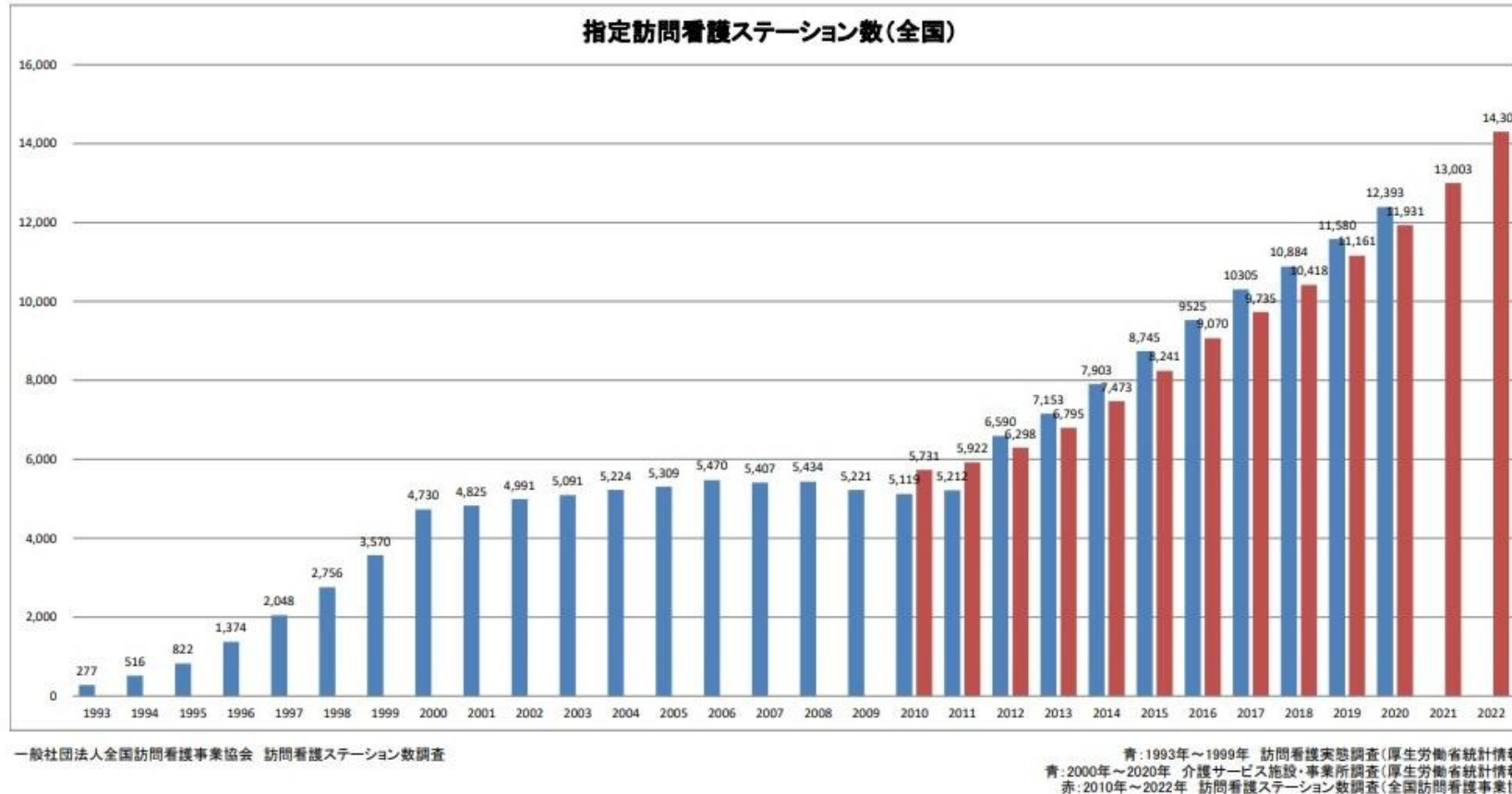
その後、知人が経営している訪問介護会社に入社。
週5日、訪問介護士として現場を経験。週1日、フリーランスとして集客支援を
開始。業績低下の事業所を訪問スタッフと一緒に立て直す。

そして、クライアントの上場に伴い、2022年9月に訪問看護・訪問介護の
集客支援に特化した合同会社Mind shareを設立。

現在、新規開設した小規模ステーションから上場したステーションまで幅広く担当。
新たに訪問診療やナーシングホームの集客支援を開始。

今まで延べ30000件の営業経験経験で得たノウハウを詰め込んだ訪問看護・訪問診
療に特化した「営業管理ツール」の開発アドバイザーに就任。近々、発表予定。

競争が激化していく訪問看護

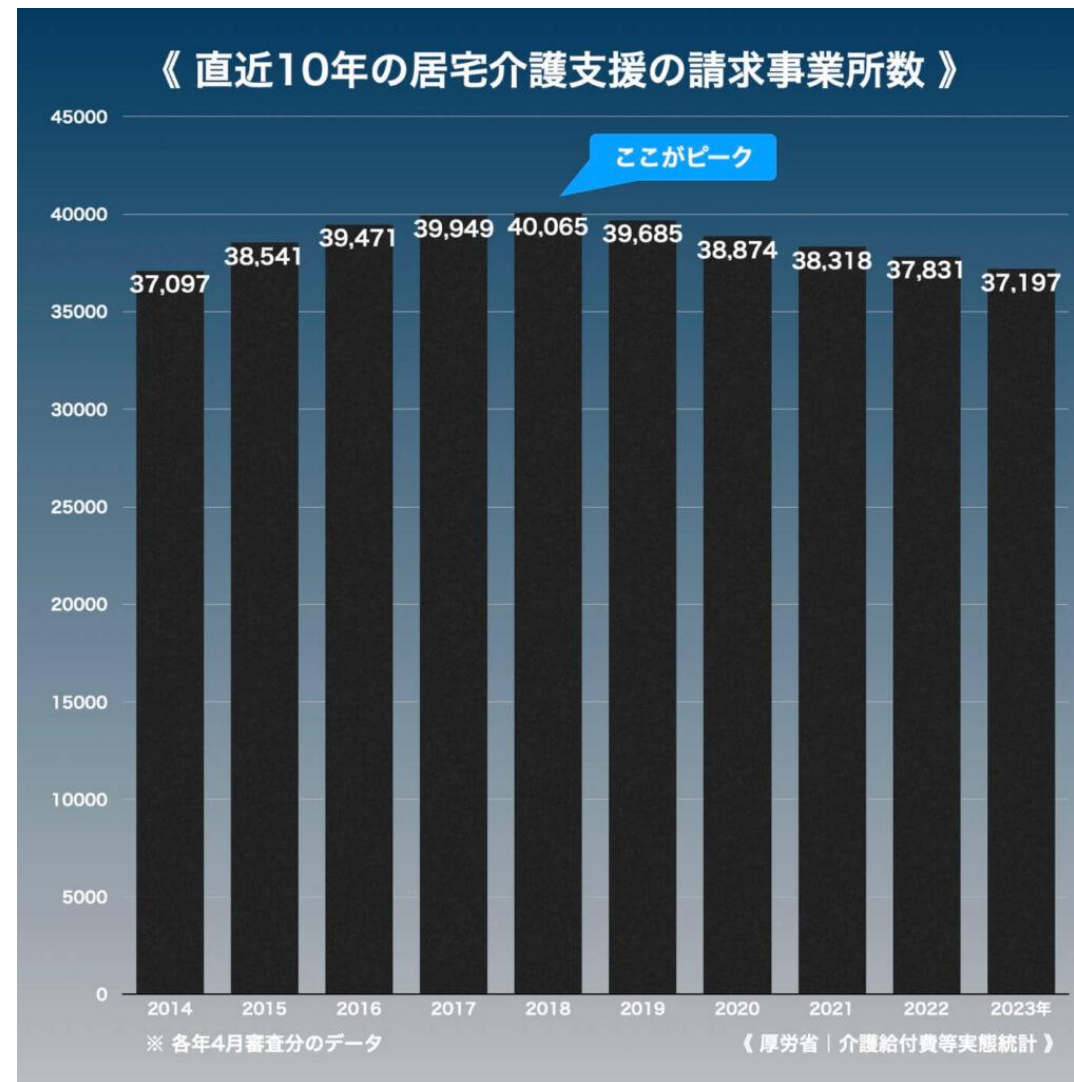


出典：一般社団法人全国訪問看護事業協会令和4年度 訪問看護ステーション数 調査結果

一般社団法人全国訪問看護事業協会の2022年度の報告によると全国で稼働している訪問看護ステーションは13003件。同協会の2023年度の報告によると届け出・休止を含めると14304件の訪問看護がある。

2021年度中の**廃止数は490件**、**休止数は242件**と報告されている。合計で**732件**もある。

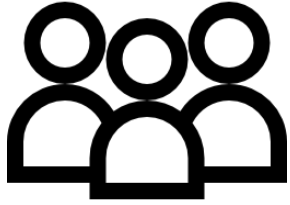
居宅介護支援事業所の現状



出典：厚労省 介護給付費等実績統計

引用：「ケアマネドットコム 2023年8月1日 ケアマネタイムス」から
2023年4月審査分の**全国事業所数は37197か所**。**前年同月より634か所減少**。2018年の40065か所から比べると**2868件の減少**。5年連続で減少しているが**今後も更なる減少が予測される**。

廃業・閉鎖に追い込まれる 訪問看護の三大要因



①**集客**：新規ご利用者の獲得、市場における取引先の開拓

→訪問スタッフの訪問が少ないと人件費や諸経費で赤字経営になり閉鎖・廃業。
スタッフの雇用を維持できないうえにご利用者は在宅医療難民になってしまう。



②**採用**：看護師、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士、事務員の採用

→訪問件数が増えてきたら新規ご利用者の受け入れができなくなり、
新規依頼を断り、地域のケアマネージャーからキャパシティが無いという
イメージを持たれ、数か月後に新規依頼が減少。

→人材紹介会社経由で採用すると80～150万の紹介料がかかってしまい、
会社にキャッシュが残らない。何かあった時に閉鎖・廃業になってしまう。



③**教育（マネジメント）**：看護・リハビリの質を維持、組織の一員としての教育

→看護・リハビリの質を維持できないとケアマネージャーやご利用者からクレーム
が発生して地域のステーションの評価が下がり、新規依頼も減少。

→人材不足の中でマネジメントを失敗すると離職者が出て人員基準2.5人を下回り
閉鎖・廃業になってしまう。

ポートフォリオ理論を取り入れた 戦略を組み立てる

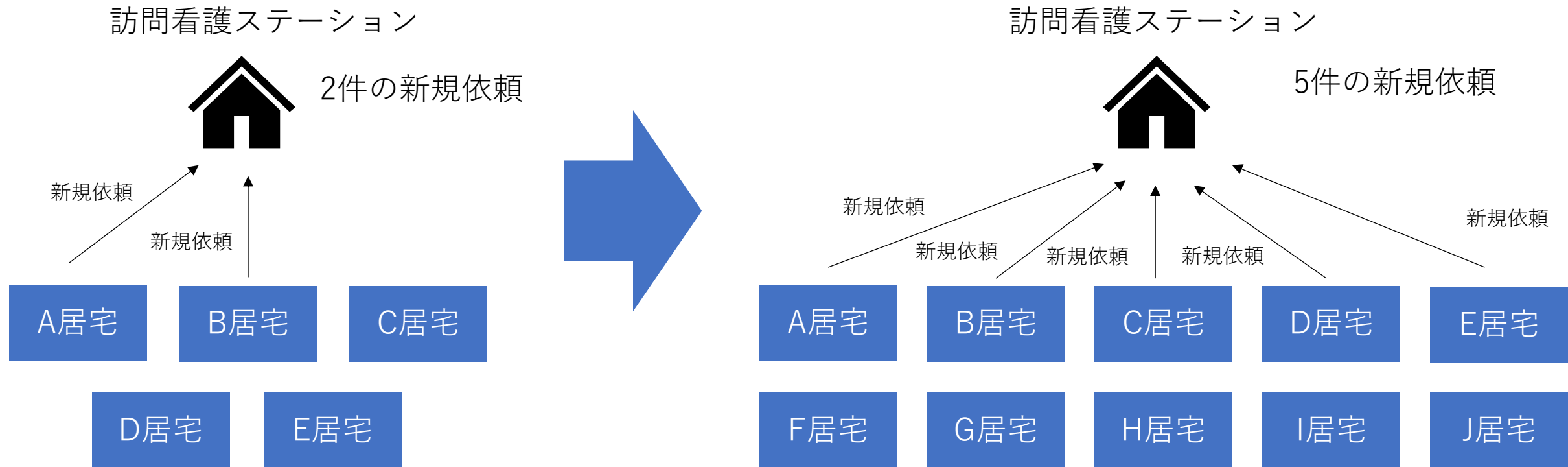
取引先数を増やすことで経営を安定化させる

どんな事業もお客様や取引先の数が多ければ多いほど経営は安定化する。

訪問看護における経営の安定化はリピート依頼の獲得にある。

ポートフォリオ理論にある通り、一つの取引先の売上を5%に抑え、20~25の取引先を開拓してリピーター分散する。

また、一つの取引先に1人のキーマン（依頼者）では、異動や退職時にリピーターを失ってしまうリスクが生じる。



デジタルとアナログを融合させる

自社所有（オウンドメディア）のWEBサイトやSNS（アードメディア）、FAX営業、電子メール、電話を活用した営業活動。

アナログ営業

足を運んで自社をアプローチすることや地域の交流会や勉強会などのイベントに参加する営業活動。

訪問看護の営業は“アナログ営業”が主流。

では、これらデジタル営業とアナログ営業を組み合わせると…

デジタル営業

- ・ 毎月2回～4回のFAX送付
- ・ 月1回のご利用者の介入状況の報告電話
- ・ 電子メールで空き情報のお知らせ
- ・ WEBサイトのブログで有益な情報発信
- ・ 公式LINEで有益な情報発信
- ・ Instagramでご利用者様・ご家族様に向けたお役立ち情報発信
- ・ リモート勉強会



アナログ営業

- ・ 毎月1～2回の訪問営業
- ・ 月1回の計画書・報告書配布
- ・ 地域包括支援センターでの勉強会
- ・ 訪問診療と共同の勉強会
- ・ 医介塾などの交流会の参加
- ・ チラシのポスティング

コミュニケーションのきっかけが増え新規依頼やお問い合わせを増やすことができる。

訪問看護におけるUSP（差別化戦略）

USP (Unique Selling Proposition) とは
「**自社が持つ独自の強み**」を打ち出した差別化戦略。

訪問看護におけるUSP (Unique Selling Proposition) は大きく二つに分けられる。

ハード面におけるUSP

- ・ 24時間オンコール対応
- ・ 20分で緊急訪問
- ・ 365日オンコール対応
- ・ 土曜日・日曜日・祝日
定期訪問
- ・ PT・OT・ST在籍
- ・ 精神科訪問看護特化
- ・ 小児訪問看護特化



ソフト面におけるUSP

- ・ 訪問スタッフの人柄
- ・ 訪問スタッフのスキルや資格
- ・ ステーションの独自の取り組み

首都圏の訪問看護では4年ぐらい前までは、ハード面を打ち出せば差別化が図れたが、
現在ではソフト面の比重を増やすことが重要。
これからは、どこのステーションの誰から看護・リハビリを受けることが重要になってくる。



スタッフの顔が見えるオープンなステーションになる必要がある。

前回講演はアーカイブ配信されています カーネルホームページのセミナーメニューからご視聴ください

<https://www.kernel1991.co.jp/seminar/>



🗣️ 講演： 明日から使える！利用者増加を実現する営業戦術
(アーカイブ配信)

🕒 時間： 35分

📄 概要： 競争が激しい訪問看護ステーション経営で生き残り、成長するためのノウハウを明日から実践できる具体的な営業事例を交えて紹介します。

詳しくはこちら

売上を上げる営業戦術 名刺の差別化

①自社ステーションのQRコードを掲載する

→自社ステーションのWEBページ、公式LINE、SNS（X・Instagram）のQRコードを掲載して自社ステーションのコンセプトやUSPをケアマネージャーに理解してもらう必要がある。

②顔写真と自己紹介を掲載する

→毎年、多くの訪問看護ステーションが開設され、ケアマネージャーからしたらどのステーションにどんな訪問スタッフがいるかいちいち覚えていない。これからはどんなステーションよりどんなスタッフからサービスを受けたいかが重要となるため顔写真や自己紹介の掲載は必須。

③自分のバックボーンと情熱を掲載する

→裏面に自分がなぜ、看護師・療法士になりたいと思ったのか、資格を取っての経歴、仕事を通して大変だったことや学んだこと、これから訪問看護の一員として目指したいビジョンを掲載。

表面



訪問看護・訪問診療 営業代行
&コンサルティング特化
合同会社Mind share

代表
まえ はら もと ゆき
前原 扶幸

☎ 143-0024
東京都大田区中央8-11-10
☎ 090-1708-4275
✉ houmonkonsaru@gmail.com
🌐 <https://houmonkango-maehara.com/>

裏面

サービス内容

- ・営業代行・集客コンサルティング(全国対応)
- ・顧問(全国対応)
- ・月額1万円チャットコンサルティング開始しました

プロフィール

訪問看護・訪問介護の集客に特化した経営コンサルタント。
新卒で施設の介護士として就職するも早々に3か月で適応障害と診断され婚約中のなか退職。
失意の中、ハローワークで出会ったのは訪問看護の営業職。
都内を中心に25拠点以上展開している訪問看護会社で激戦区のサテライトばかりを担当。
大手競合に対してチラシ媒体などを駆使し局地戦を展開。
弱小サテライトを立て直す。その後、訪問マッサージの営業職を経験。
現在は訪問介護士とコンサルタントを兼務。主に零細小規模ステーションをメインとしているが中には上場した訪問看護ステーションの顧問も担当。
「訪問看護・訪問介護を絶対に潰させない」を信条に日々、実践して結果を出している集客ノウハウやマーケティング戦略を発信。

売上を上げる営業戦術 ホームページの差別化

訪問看護ステーション経営におけるホームページは主に採用を主軸とした媒体であると認識しておく。今後はホームページの構成とSNSとの組み合わせで集客に繋がる可能性がある。

ホームページ作成におけるポイント

①トップページ

- 最初に見られるページでステーションの**第一印象が決まる**。トップページで**悪い印象を持たれると他のページを見てももらえなかったり、SNSに飛んでももらえない**。
- スタッフの看護やリハビリ提供している写真やスタッフの集合写真を掲載、どんなスタッフが
いるかイメージしてもらえるような写真を掲載する。動画も効果的。
- ステーションの理念やコンセプト、**USP（独自性）を表現した内容**にする。

②ステーションの想いページ

- ステーションが目指すビジョンや解決したい地域課題などを掲載する。

③スタッフ紹介ページ

- 顔出ししたくないというスタンスでは選ばれない。常勤スタッフは**全員、顔写真、ストーリープロフィール**などを掲載するぐらいオープンにする。

④ご利用者の声ページ

- ご利用者、ご家族様、ケアマネージャー、ソーシャルワーカーなどステーションをご利用
されている方々からステーションを利用してのアンケートや声をヒアリングして掲載する。

⑤会社案内ページ

- 代表のあいさつ、住所、電話番号、FAX番号、資本金などを掲載。

最近はSNSさえ整備しておけばという風潮があるが、ホームページがあつてのSNSであると認識すること。

売上を上げる営業戦術 営業 F A X の差別化

訪問看護は稼働が上がると営業活動量が少なくなってしまう。
限られた空き時間で如何にFAXDMで差別化して地域への周知活動を継続できるかが重要。

FAXDMの活用

- エリアの営業先へ一斉配信して新規依頼の獲得に繋げることでわざわざ足を運ばなくても相手へ訴求することができる。
- FAXDMの反響は、マーケティングの世界で「センミツ」と言われている。
1000枚撒いたら3件のお問い合わせが平均。ポスティングも同じ。
- 配信の間隔は、最初は1か月で4回。最低1か月で2回、露出を増やしていく。
- 必ず、配信枚数とお問い合わせ数の計測をExcelやスプレッドシートで記録する。
- 1か月1件の新規依頼の獲得でもいいので継続してFAXDM原稿をブラッシュアップして反響率を高めていくことが重要。

えっ！ 市で言語聴覚士がいる
訪問看護ステーションは4つしかないの！？

県で言語聴覚士の有資格者は170名ほどです。市では調べ

解説
ヘッダー部分のキャッチコピーはFAXDMを見られることが
決まる重要な部分。ステーション名ではなく、興味を持たれる
ようなコンセプトや差別化できるコピーを掲載する。

看護やリハビリ提供時の写真

解説
ご利用者に看護やリハビリを提供している写真やステー
ションのスタッフの集合写真など躍動感あふれる写真を大
きく掲載する。

私たちはご利用者様とケアマネジャー様にお約束します！

- 1 「言語聴覚士」によるリハビリも提供できますが歩行訓練も行えます
ことばや飲み込みのリハビリ、日常生活動作の支援（歩行訓練や起居動作訓練など）や栄養サポートも積極的に行います。
- 2 祝日も定期訪問に対応しています
・ゴールデンウィーク、お盆休み、シルバーウィークといった大型連休にも訪問。振替えなどの煩わしさはありません。
- 3 緊急時には24時間365日対応しています
・緊急時、当事業所で訪問看護を受けている方であれば夜間・休日にも必要に応じて訪問いたします。
- 4 密な連携とスピーディーな対応でケアマネジャー様の負担軽減に貢献します
・「指示書」「主治医」「医療機関」とのやりとりは私たちが積極的に行います。こまめに訪問した様子を報告して
月1回のモニタリング訪問時も安心。極力ケアマネジャー様のストレスを軽減する取り組みを行っています。

解説
ステーションのUSP（独自性）、メリットやベネフィットなどの
特徴をまとめて掲載する。

在宅生活で一番大切なのはご利用者様との信用関係です！

代表の顔写真

私たちは訪問看護で一番大切なのは
ご利用者様とご家族様との信用関係だと
思っています。
なので、無料相談を活用ください。

2023年 月 日 現在の空き情報

	月	火	水	木	金
看護					
STリハ					

■訪問エリア：
鳥しよ部は除く。※
過疎地域にも喜んで訪問致します！

解説
代表が訪問業務や管理者を兼務している場合は代表写真でも良い。
代表もしくは管理者の顔写真を掲載する。

解説
FAXDMを送付する日付をその都度記入する。
空き状況を掲載することで、どの曜日に看護・リハビリの空きがあるかを
イメージしてもらう。

訪問看護ステーション名

会社ロゴ

郵便番号・住所

電話番号 FAX : FAX番号

解説
レスポンスデバイス（お問合せ一覧）にはステーション名、郵便番号、住所、
電話番号、FAX番号、公式LINEやホームページのQRコードを掲載してス
テーションに興味をもってもらうように導線を設置しても良い。

売上を上げる営業戦術 営業チラシの差別化

営業チラシとは

- リーフレットやパンフレットとは違ってA4サイズ（A3サイズでも構わない）で**両面印刷**の媒体。
- リーフレットやパンフレットだけでは**差別化を図ることは難しい**。
- 営業チラシには自社ステーションの魅力や体制、利用して得られる**メリットとベネフィット**を表現したもの。

営業チラシ作成における注意点

- 印刷コストを削減するためモノクロ印刷するケースは多いが、**ステーションのコンセプトや熱量を届けるためにはカラー印刷**。
- 片面印刷では、ステーションの魅力やそこで働いているスタッフ、メリットやベネフィットなど**掲載できる情報量が少なくなってしまう**。また、裏が白紙なのでメモ用紙にされるだけなので**両面印刷**。
- 無料のインターネット情報を参考にして作成するケースも多いが、**無料情報は多くのステーションが参考にして作成するため差別化にはならない。劣化版の更なる劣化版コピーになってしまう**。

オープン

に

土日祝日365日
定期訪問対応の
訪問看護があるの！！

表面

写真

Mindshare

解説

ヘッダー部分のキャッチコピーは**チラシ**を見られることが決まる重要な部分。
ステーション名ではなく、興味を持たれるようなコンセプトや差別化できる
コピーを掲載する。

解説

ご利用者に看護やリハビリを提供している写真やステーションのスタッフの集合写真
など躍動感あふれる写真を大きく掲載する。・集合写真や代表・管理者の画像を大き
く掲載する。

→**ギロチンの法則**、大きく掲載された人の顔写真は人の目の注意を引く。

解説

代表が訪問業務や管理者を兼務している場合は代表写真でも良い。
代表もしくは**管理者の顔写真**を掲載する。

解説

代表、管理者、訪問スタッフの写真、横に**ストーリープロフィール**を掲載。
出身地や座右の銘、好きな言葉、マイブームなどを掲載する。

→**何故、看護師・療法士になりたいと思ったのか、資格を取っての経歴、
仕事を通して大変だったことや学んだこと、これから訪問看護の一員として
目指したいビジョン**を掲載。

解説

レスポンスデバイス（お問合せ一覧）にはステーション名、郵便番号、住所、
電話番号、FAX番号、**公式LINE**や**ホームページのQRコード**を掲載してス
テーションに興味をもってもらうように導線を設置しても良い。

写真

ストーリー
プロフィール

写真

ストーリー
プロフィール

ステーション名

住所

電話番号

FAX番号

QR

ホームページ

会社ロゴ

Tel

Fax

裏面

一番フットワーク軽くスピーディーに！
 看護師 名/理学療法士 名/作業療法士 名

解説

ヘッダー部分のキャッチコピーはチラシを見られることが決まる重要な部分。
 ステーション名ではなく、興味を持たれるようなコンセプトや差別化できる
 コピーを掲載する。

解説

訪問エリアの地図を掲載して明確化する。
 →無料でダウンロードできる「白地図」や「みんなの行政地図」で
 自社商圏の地図をダウンロードしてペイントアプリで細かく訪問できる
 エリアを掲載。

解説

ステーションのUSP（独自性）、メリットやベネフィットなどの
 特徴をまとめて掲載する。

解説

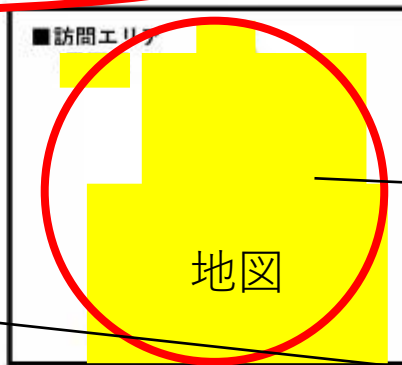
FAXDMを送付する日付をその都度記入する。
 空き状況を掲載することで、どの曜日に看護・リハビリの空きがあるかを
 イメージしてもらう。

解説

アンケート用紙やヒアリングで実際に自社をご利用されているご本人様、ご家族様、
 ケアマネージャーに協力をしてもらう。

解説

レスポンスデバイス（お問合せ一覧）にはステーション名、郵便番号、住所、
 電話番号、FAX番号、公式LINEやホームページのQRコードを掲載してス
 テーションに興味をもってもらうように導線を設置しても良い。



地図

現在の空き情報

	(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)
看護	△	○	○	○	△	○	△
リ	△	○	○	△	△	○	○
	○	○	○	○	○	×	×
	×	○	○	○	○	×	×

○：空いています △：空きがあります ×：空いていません

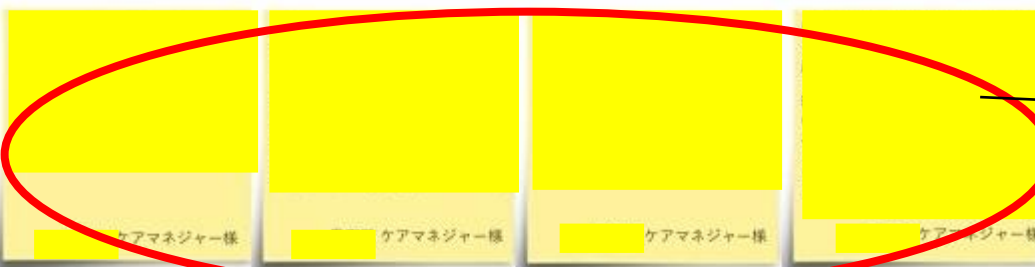
現在の空き情報

	(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)
看護	△	○	○	○	△	○	△
リ	△	○	○	△	△	○	○
	○	○	○	○	○	×	×
	×	○	○	○	○	×	×

○：空いています △：空きがあります ×：空いていません

○：空いています △：空きがあります ×：空いていません

ご利用されているケアマネジャー様のご紹介！



看護とリハビリなら、私たちにお任せください！

会社
ロゴ

Tel :
Fax :

ステーション名
住所
電話・FAX番号

QR

ホームページ

売上を上げる営業戦術 勉強会・イベントへの参加

①勉強会を主催する

→地域包括支援センターへ営業しに行った時に地域のケアマネージャーやソーシャルワーカーに向けた勉強会の講師を提案する。ここで大切なのは無料で実施することとすぐにご利用者を獲得できないからといって費用対効果が無いので先方から提案されたことを受けないという判断はしないこと。最後に自社のアプローチ時間やリーフレット・チラシを配布して認知してもらえるようにする。

②WEB勉強会を主催する

→地域のケアマネージャーへ営業しに行った時にこういった内容の勉強会に興味があるかをヒアリングしてネタをストックする。ZOOMやGoogleミートで手軽にリモートで参加してもらうことが大切。この際、ケアマネージャーやソーシャルワーカーのメールアドレスを集めておく。後々、スタッフの増員や体制強化のアナウンスをする時に活用できるしコミュニケーションができるようになる。

③地域のイベントに参加する

→地域包括支援センターや訪問診療、医介塾などで勉強会を定期的に主催しているかヒアリングして、講師として勉強会を行う。もしくは参加してそこで営業とは違った形で地域のケアマネージャーやソーシャルワーカーと交流して信用関係を構築する。

WEB勉強会開催での留意点

→基本、ケアマネージャーやソーシャルワーカー、地域包括支援センターの相談員や相談支援事業所の相談員は就業時間内に自己研鑽で参加したい方が多い。
開催時間は16:00以降にすること。

営業活動で得た情報を積み上げよう

多くの訪問看護ステーションは新規依頼をいただいた記録は残すが営業時に聞いた新規依頼に繋がるか繋がらなかわからない案件やキャンセル案件は記録に残していない。

①新規進捗管理表の導入

- ・新規依頼、新規相談、増回、キャンセルの進捗を記録する。
- スプレッドシートやExcelで日々更新して全従業員で管理する。

②営業日報

- ・営業して得た市場情報やニーズを記録する。
- スプレッドシートやExcelで日々更新して全従業員で管理する。

③新規依頼実績表

- ・1年を通して毎月、どの営業先の誰から依頼が何件来たかを記録する。
- スプレッドシートやExcelで日々更新して全従業員で管理する。



営業活動で得た情報を積み上げなければ意味が無い

目的は機会損失を防ぎ、開拓可能な見込み先の把握。

**あなたのステーションは何故、
営業活動をしなければならないのか？**

地域の医療インフラとしてご利用様が安心して在宅生活を送れるよう
訪問看護・リハビリを提供するため。

でも、今のご利用者の人数を何もせず継続していくのは難しい…

なので、地域のケアマネージャーやまだご利用されていない潜在ご利用者に
あなたのステーションの独自の良さをアプローチし続けなければステーションの
維持は困難になります。

訪問看護ソフト

えがおDE看護



お任せできるから ステーション運営に集中できる

訪問看護ステーション業務に特化して

26年

だからお任せできる



介護保険制度施行前の1998年に発売したえがおDE看護は

”電子カルテ機能”と”レセプト請求機能”に特化して、26年現場の声や複雑な制度に対応し続けているので、訪問看護ステーション業務をお任せできます。

管理者の本来の使命であるステーション運営を通じた「良質な看護サービスの提供」に当たり前に集中できる毎日を実現します。

お任せできる 3 つのポイント

高性能・多機能であっても、使いこなせてますか？

POINT

01

スタッフみんなが使いこなせる

制度や請求が複雑で、調べたりチェックするのに困ったことはありませんか？

POINT

02

システムが判断してくれる

困ったときに解決までに時間がかかっていませんか？

POINT

03

サポートが問い合わせた時に解決してくれる

お任せできるから ステーション運営に集中できる えがおDE看護

機能やご利用料金へのご質問、導入に関するご相談、デモのご依頼など、お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ内容に応じて担当者よりご連絡いたします。

お問い合わせ



株式会社カーネル



info@kernel1991.co.jp

大阪 (06) 6221-0033



東京 (03) 6222-8945

福岡 (092) 518-1354



<https://www.kernel1991.co.jp/kango/>

