

小規模多機能
経営レポート

大阪 2019年10月4日(金)

東京 2019年10月7日(月)

「使いたい放題」では登録者は増えません!

小規模多機能の成功のポイントは、

アセスメント重視の退院支援強化にあった!

登録者

29/29名

3事業所で達成!



株式会社 リフシア
常務取締役

小嶋 達之氏

湘南エリアに6事業所展開!

退院から在宅復帰を強化し、

1事業所売上1億円を達成!

地域から圧倒的サポートを

獲得した成功モデル

小さな会社でもできる!社会性と収益性の高い運営方法をお伝えします。

小規模多機能の収益化セミナー

お問い合わせNo. S050112

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

TEL.0120-964-000

平日
9:30~17:30

申込専用
FAX.

0120-964-111

24時間
対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル ●お申込みに関するお問合せ担当: 櫻田 内容に関するお問合せ担当: 森永

WEBからもお申し込みいただけます。(オフィシャルウェブサイト[<https://www.funaisoken.co.jp/>]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ 050112

特別ゲスト対談 インタビュー

株式会社リフシア
常務取締役 小嶋達之 氏



「在宅復帰はリフシア」と地域で評判を集め、
業界メディアからも大注目の成功事例を**特別大公開**

インタビュー (株) 船井総合研究所 森永顕成

**投資額が大きく、競争が激しい介護施設よりも、
今後伸びていく在宅介護市場に機会を見出す！**

Q.小規模多機能へ参入したきっかけを教えてください。

弊社は2003年から介護事業に参入し、デイサービスから事業を始めました。事業が軌道に乗り始め、有料老人ホームなどの施設系か、デイサービスなどの在宅系を広げていくかを検討していた時期に、2006年に横浜市が主催する小規模多機能の事業説明会に参加する機会がありました。

説明会を聞き、次の事業展開に最適なモデルだと直感しました。**投資が大きくノ
ウハウのない施設系にリスクを背負って参入するよりも、既存の延長線上に**

ある在宅系で事業展開を進め、在宅介護を一元的にサポートできるネットワークを築き、ポジションを獲得する戦略で進める方が、後発参入の我々でも勝ち残っていく可能性が高く、リスクも最小限に抑えられると考えたからです。

加えて、この業態を持つことの魅力と感じたことは、『通い』『訪問』『泊まり』のそれぞれのサービスを有機的に組み合わせることによって、**既存の在宅サービスだけでは家で暮らしたくても暮らせない認知症中重度者の方も支援できる**ことです。人員配置基準の中に看護師も含まれていたため、最後の看取りまで在宅介護を継続することができるということも想像することができました。

説明会を聞きながら、これからの市場環境や介護保険事業の時流を整理し、これから介護業界において、**弊社のような小さな会社がどういうポジションを取ってのかという構想を頭の中で描くことができました。**

Q.新設された業態ということもあり、当時は参入の実績も少なかったと思いますが、初めての参入に不安はなかったのでしょうか？

もちろん、ありました。ただ、頭の中で構想を練ると同時に、もちろんですが、このモデルの事業性についてもじっくり調べました。包括報酬のサービスですから平均要介護度・登録者数・各種加算によって、売上が大きく変動することがあると思っていたので、様々なリスクを考慮して、**収支シミュレーションを何度も作り、事業計画を設計していきました。**

何度も繰り返して構築するうちに、
いくつかの重点ポイントを押さえれば、
スタッフの適正配置を維持しながら、
品質を落とさず、利益を出していけると
分かり、事業として成立することに
確信を持つことができました。

		平均要介護度 2.5	平均要介護度 3.0	平均要介護度 3.3
登録20名	売上 (千円)	6,126	6,698	6,997
	単価 (千円/人)	306	334	349
	利益 (千円)	-793	-244	42
	利益率 (%)	-13.0	-3.6	0.6
登録23名	売上 (千円)	7,087	7,658	7,984
	単価 (千円/人)	308	332	347
	利益 (千円)	129	677	990
	利益率 (%)	1.8	目標 8.8	12.4
登録26名	売上 (千円)	7,968	8,702	9,057
	単価 (千円/人)	306	334	348
	利益 (千円)	975	1,680	2,020
	利益率 (%)	12.2	19.3	22.3
登録29名	売上 (千円)	8,932	9,712	10,072
	単価 (千円/人)	308	335	347
	利益 (千円)	1,900	2,654	2,995
	利益率 (%)	21.3	27.3	29.7

実際の収支シミュレーションの一部

さらに、人口動態などの外部環境分析も行った結果、息の長いモデルになることが分かり、長期的にも事業継続ができるので、地域へ貢献できると思いました。

2006年12月に新規参入するも、 認知度が低く、参入当時は営業面で苦戦・・・

Q. 歴史の浅い業態ということもあり、集客で苦戦する事業所が多いようです。

集客面においては、すぐに軌道に乗りましたか？

弊社は、2006年12月に茅ヶ崎市の松林地区で第一号をOPENしました。世の中的にも初めての事業ですので、ある程度は想定していましたが営業面で苦戦する日々が続きました・・・。

運営側の我々は、この事業について理解していましたが、営業先である病院や包括や居宅は、全く認知していませんでしたので、参入当時は、問い合わせをいただくことも少なかったですね。

問い合わせがあったとしても、

――毎日泊まるって聞いたんですけど、本当ですか？

――要支援の方で毎日通いたいという人がいるんですけど、どうですか？

――区分限度額がオーバーしてる方がいるんですけど、そちらだといけますか？

など小規模多機能について理解が不十分な方からの問い合わせばかりでした。

本来は、アセスメントを行い、ご本人の状態に合わせて必要なプランを利用してもらうサービスなのですが、なかなか認知・理解が進まなかったですね。

事業構造的には、平均介護度の維持と登録者数の獲得が肝だと、気づいてはいたのですが、介護度が軽く、サービス量の多い利用者ばかりの紹介で、参入直後は営業面で苦戦していましたね……。なかなか軌道に乗せられなかったです。

病院・老健・クリニックから40%の紹介実績あり 在宅復帰支援強化で、業績の安定化へ！

Q. どのように、認知度の課題をクリアされたのでしょうか？

3ヶ月に1度配信する本部で作成している新聞や、イベントチラシ、利用者の様子が分かる利用報告書、パンフレットを持参して、月に20件の営業活動を継続して行っていました。単なるビラ配りのような形で受け止められないように、ネタを持っていくことを意識し、食事会を開催したり、介護予防のイベントを開催したり、勉強会を開催するなどを行い、まずは関係性を構築して行きました。

根気強く営業活動をしていると、徐々にご理解いただけて、紹介も増えていきました。在宅支援サービスなので、居宅・包括が中心になるかと思いきや、結果的には、**病院・クリニック・老健からの紹介案件もボリュームとしては多かったです**。

病院・クリニック・老健からの紹介が約4割を占めているのが実態です。

特に、病院は案件数が多いので、関係性ができてからは、登録者も平均要介護度も伸びてきましたし、経営的にも安定していききましたね。

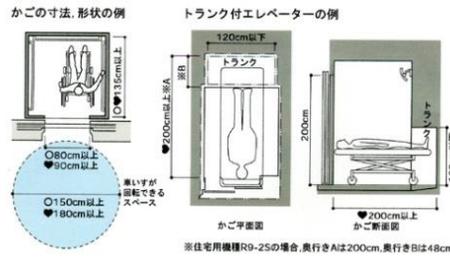
紹介元	H29年10月～H30年9月				
	登録者数(人)	男性比率(%)	平均年齢(歳)	平均要介護度	比率(%)
病院	35	45.7	80.4	3.4	28.0
クリニック	8	12.5	85.3	1.6	6.4
居宅	32	37.5	80.4	2.7	25.6
地域包括	14	28.6	84.4	1.9	11.2
他事業所(老健など)	22	36.4	86.5	2.8	17.6
家族など	14	21.4	84.7	1.9	11.2
合計	125	35.2	82.7	2.7	100
登録解除者	93				

登録者紹介元データ

重度化・看取り対応実現のためにサービス知財を整備し、マンパワー不足を解消！

Q. 重度化してくると、現場としても負担が多くなると思うのですが、対応幅を広げるために工夫されたことはありますか？

病院・クリニック・老健から紹介いただく方の重度化対応・看取り対応を可能にするためには、どうしてもマンパワーだけで対応することが難しいです。重度化対応のために、仰臥位のまま入浴することが可能な「シャワートロリ」を1台60万円で購入し、全施設へ導入しました。他にも、前傾姿勢保持用にトイレに手すりを配置したり、ストレッチャーで移動対応可能なトランク付きのエレベーターを導入するなど、**サービス品質を担保しながら、スタッフの負担を軽減することに努めました。**



各種ハード面を強化

訪問メインの運営モデルが確立！ 病院から在宅復帰の支援が確立し、業績も安定

Q. サービス面で工夫されたことを教えてくださいませんか？

ケアマネジメントの強化を行いました。具体的には、ご本人の状態に応じて、多職種連携によるカンファレンスを実施し、必要に応じて、**医療機関やご家族と連携を取りながらリハビリプログラムを作成し、在宅復帰の流れを整備する「トータル・ケア・アセスメント」の精度を向上**させました。

例えば、退院支援後の1ヶ月間に、ロングで小規模多機能を利用させていただき、通い・泊まりの時間で、どういう時間を過ごしていて、ご自宅で生活するために足りない部分をアセスメントして明確化します。これらの専門職によるアセスメントを踏まえて、今後どんなリハビリに取り組む必要があるのかをご家族に対して

フィードバックし、在宅復帰までの流れをご家族と共有をすることで始めました。

さらに、主治医の先生や、多職種と連携を継続しながら、アセスメントとフィードバックを繰り返し、生活機能改善を行うことができたことで、ご本人・ご家族の自信にも繋がっていきました。**生活機能の改善により、次第にご自宅で過ごせる時間が増えていき、半年後には週の半分はご自宅で暮らすことができるようになるというような例が続々と出てきました。**ここまできると、必要な部分のみ訪問で支援するだけで、ほとんど自立して在宅で暮らしていただけるようになります。**家族の「できない！」をトータル・ケア・アセスメントで実現したのです。**

〈要介護5 90代 女性 認知症高齢者の日常生活自立度Ⅲa のケース〉

自宅で転倒骨折、入院治療を行う。

退院時には、ADL低下で食事摂取できない状態からトータルケアアセスメントで在宅に復帰を果たす

1ヶ月目

	月	火	水	木	金	土	日
日中	終日小規模多機能に滞在。自社のPT・STを交えたトータルケアアセスメントを実施。						
夜間	同時に医療機関（主治医・歯科）との連携を図る。						

義歯の調整や、口腔ケアの徹底を行い、食事摂取量の回復を目指す。主治医とも協議の上、内服薬の見直し。また、離床時間を徐々に増やし、排泄感覚を取り戻せる様トイレ誘導なども支援。

2ヶ月目

	月	火	水	木	金	土	日
日中	小規模	自宅(訪問)	小規模	小規模	自宅(訪問)	小規模	小規模
夜間	小規模	小規模	小規模	小規模	小規模	小規模	小規模

ADL回復状況に合わせ、住宅環境も見直し、日中の一時帰宅を繰り返す。移乗、排泄、食事などの具体的な介助方法の共有を家族で行った結果、尿意便意も回復しバルンも外せた。

半年後

	月	火	水	木	金	土	日
日中	小規模	自宅	小規模	小規模	自宅 訪看※1	自宅	小規模
夜間	小規模	自宅	小規模	自宅	自宅	小規模	小規模

※1：他社訪看事業所を利用

日中トイレ誘導が可能になり、夜間オムツ対応でのお試し帰宅も行い、ご家族の介護力や自信もついた所で、自宅と事業所半々の利用となる。

実際の退院支援の例

ですから、病院から紹介されるご家族はほとんどの場合「在宅で面倒を見ることはできない。」とおっしゃりながら事業所へお越しになるのですが、事例ができてからは「皆さん、そうおっしゃいますが、意外と大丈夫ですよ～！ご自宅に戻れますので、ご安心ください。」と自信を持って言えるようになりましたね。

このような流れが構築できてからは、訪問で見守りをする回数が増えたので、訪問スタッフ2人で1日20件前後回るのがスタンダードになり、結果的に月600件回る事業所も出てきました。



スキル×マインド教育でスタッフ育成を加速！ 高度なサービスを下支えする教育制度の構築

Q.在宅介護サービスの全般を網羅するという意味では、高度なスキルが求められると思いますが、スタッフ育成にはどのような取り組みをされていますか？

大きく2つの種類の教育を行ってまして、スキル面とマインド面の教育を行ってまいります。スキル面で言うと、「リハビリ支援型ケア」のための教育、マインド面で言うと、「理念教育」のための教育です。

例えばスキル面で言うと、介護職員が根拠に基づいた「リハビリ支援型ケア」を提供することを目的に、専門性に基づいた教育訓練を実施しております。具体的には、運動プログラムの基本、生活リハビリの基本、各疾患概論、マネジメントなどの落とし込みを行い、修了者に対しては社内資格の「ケア・トレーナー」として位置付けるようにし、サービス品質の担保とモチベーションアップにつなげています。

年間売上1億円、営業利益2,000万円を突破！ 在宅サービスネットワークの構築に成功

Q.これらの取り組みによって、収益性はどのように変化したのでしょうか？

適正顧客を紹介いただくために必要な営業体制の構築、マンパワーではカバーできないハード面への対応、在宅復帰を実現するトータル・ケア・アセスメント、それらを支える教育体制の構築などにより収益面においても、参入当初に計画していたシミュレーター通りにすることができました。



数値面で好調な事業所だと、年間売上1億円、営業利益2,000万円という数値を叩き出している事業所もあります。弊社はサブリース型で展開してきましたので、初期投資額4,000万円程度で抑えながら、最短単月黒字を半年、最短累積黒字を1年で実現した事業所も中にはあります。

小規模多機能で圧倒的な地域一番化を実現し、 リフシアの在宅介護ブランドをより強固なものに！

Q.最後に小嶋様の将来展望を教えてください。

弊社の理念は、『心を添えてともに生きる』ことです。地域の皆様が住み慣れた地域で安心して暮らしを継続していけるように寄り添い続けていきます。 今後は、その再現性の高さを追求するためにも、より一層、管理職育成に力を入れていき、社内でどんどん人材を輩出できる教育体制を構築していきます。

これまで、在宅介護サービスを一元的に提供するサービスネットワークを構築することを目指し、ドミナント展開を進めてきました。今後は、介護保険制度外の予防や食環境改善など、生活支援も含めた総合的なサービス提供体制の構築を進め、**地域包括ケアシステムの一翼が担えるよう経営基盤強化を進めます。** そのような取り組みのもと、事業エリアの拡大も図りたいと考えています。

小規模多機能
ホーム一覧



リフシア松林



リフシア柳島



リフシア香川



リフシア松が丘



リフシア善行



リフシア大庭

誌上特別講座

たった3つのポイントで 社会性と収益性の高い 小規模多機能が実現する！

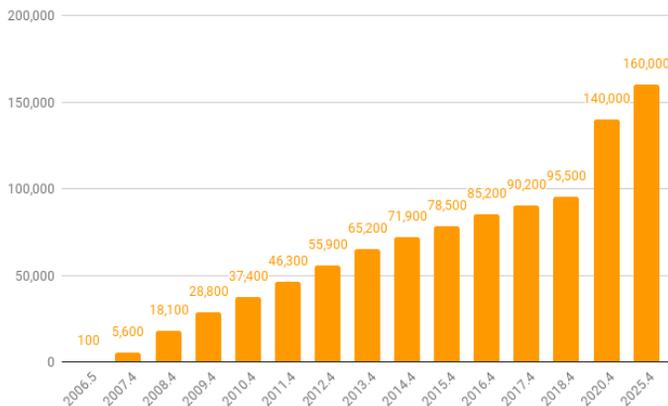
株式会社船井総合研究所 地域包括ケア支援部
地域包括ケアグループ 森永顕成



小規模多機能は、地域需要がますます増加することが想定されており、2025年問題の切り札とも言われている注目業態です。しかし、**急速に整備が加速する成長市場**でありながらも、収益面で**苦戦する法人が多く、全国的に思うようには伸びていかない現実があります**。平成28年3月のWAMNETの統計によると、**黒字化に成功している事業所はたったの15.9%**（n=1,481）というデータもあり、中には事業自体を廃業する事業所も出てきています。

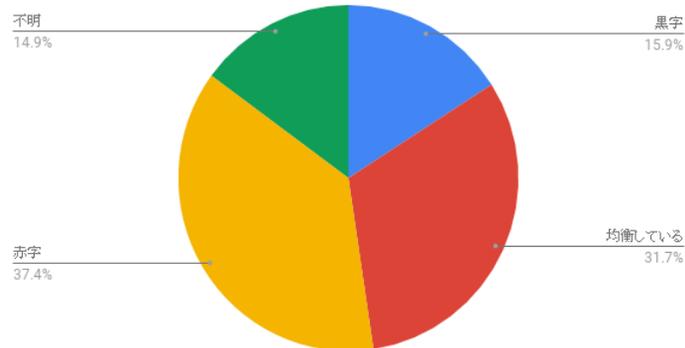
〈小規模多機能の実態〉

- 利用者数の推移(推計) -



【出典】厚生労働省「第7期介護保険事業計画におけるサービス量等の見込み」平成30年5月21日

- 小規模多機能の収支状況 -



【出典】特定非営利活動法人全国小規模多機能型居宅介護事業者「連絡会地域包括ケアシステムにおける小規模多機能型居宅介護の今後のあり方に関する調査研究事業報告書（平成28年3月）」

船井総研では、成功事例レポートの法人様のように成功していく事業所と、そうでない事業所と何が違うのか研究を重ねてきました。その結果、以下の違いがあることが分かってきたのです。

〈従来型モデルと理想型モデルの違い〉

項目	小規模多機能1.0 (小多機・標準型)	小規模多機能2.0 (小多機・理想型)
業績	売上 6,000万 (月500万)	売上 8,000万 (月670万)
	営業利益 300万 (月25万) /5%	営業利益 1,500万 (月125万) /18%
KPI	登録者 20名	登録者 26名
	平均介護度 2.1	平均介護度 2.7
	人件費率 75%	人件費率 58%
商品設計	コンセプト 使い放題	コンセプト 中重度者の在宅生活を支援
	ターゲット 誰でもOK	ターゲット 困難ケース×退院支援
	サービス量 過剰 × 通い泊まり中心	サービス量 適正值 × 訪問中心
集客設計	営業先 知り合いのみ	営業先 片道15分×病院・包括・居宅
	営業訴求 プッシュ型	営業訴求 プル型
	集客導線 訪問営業のみ	集客導線 訪問営業以外にも多数
業務設計	考え方 臨機応変対応	考え方 標準化対応
	人員数 定義なし / 常勤換算13名	人員数 定義あり / 常勤換算11名
	仕組み なし	仕組み あり (業務70-×マニュアル)

つまり、以下を意識して押さえながら、運営をしていく必要があるということです。

- ①過剰サービスにならないように対象や商品性を明確化する「商品設計」
- ②①を明確に地域の各機関へ周知し、認知度を向上させる「集客設計」
- ③常勤換算が1.1名体制で現場運用が可能な「業務設計」

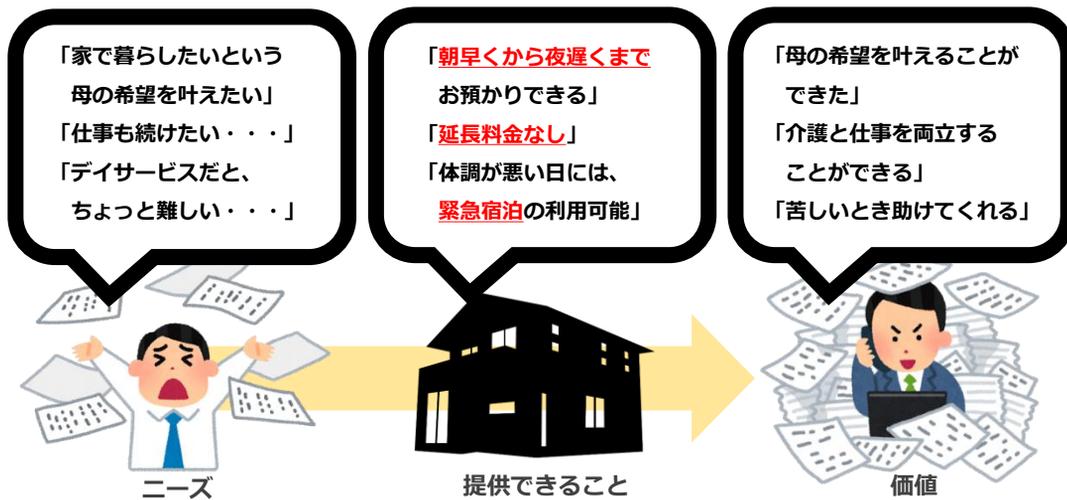
ポイントを絞って、解説していきたいと思います。

過剰サービスにならないように 利用対象や商品性を明確化する「商品設計」

商品設計のポイントは、**小規模多機能の強みを明確化**した上で、小規模多機能でしか救えない人に、**ターゲットを絞ること**と、**目安サービス量を定義すること**です。小規模多機能でしか救えない人とは、**「病院からの退院支援」「既存の在宅介護サービスに合致しない困難ケース」の2パターン**です。

在宅サービスを一元的に提供できる強みや、多機能サービスだからできる強みを活かし、合致する人だけを集めることが大事です。区分限度額オーバーの方を支援して、18名時点で26名時点のサービス量になり、新規の通いの枠がなくなってしまうようなことになってはいけません。小規模多機能はサービスを利用者様全員で分け合いながら、適切な方にサービスを届けるサービスです。

〈仕事と在宅介護の両立を望む息子さんの例〉



歴史が浅いモデルの課題となる認知度を地域の機関へ周知・向上させるための「集客設計」

集客設計のポイントは、訪問営業に焦点を絞ってお伝えします。赤字事業所と黒字事業所の営業の違いを比較したものを以下に掲載いたしますので、まずはこちらをご覧くださいと思います。

〈赤字事業所と黒字の事業所の営業の違い〉

赤字の事業所	売り方	黒字の事業所
誰にでも利用してもらう	利用者対象	適切な方に利用してもらう
市内ならどこでも利用可能	受け入れエリア	近隣の方に利用してもらう
顔見知りのケアマネ	営業・販促対象	包括/病院/老健/居宅/家
市内	営業・販促エリア	車で15分圏内
パンフレットのみ	営業ツール	営業先によって 訴求内容を使い分ける
プッシュ型の営業	営業手法	プル型の営業

訪問営業は、先ほどの商品設計でお伝えしたターゲット（ご利用者・ご家族）をどのように集めるかがポイントです。上記のような営業先特性を把握した上で、営業活動を行う必要があります。「毎日通えます！泊まります！」「24時間365日利用できます！」というプッシュ型営業は絶対NGの営業方法です。短期的に利用者が増えても、介護度が低くサービス量が多いケースが多いので、長期的には過剰サービスにより、業務負担が増えてしまうことにもなりかねません。

登録者25名以上でも、常勤換算11名体制で現場が混乱しない「業務設計」の仕組み

業務設計は、**常勤換算11名で回せるような仕組みを構築することをゴールに組み立てて**いきます。ポイントは、**常勤主体のシフト設計、当日のオペレーションが見えるタイムテーブル設計、各シフト毎の業務フロー・マニュアルの構築**です。これらを組み立てることにより、業務を標準化していきます。よくあるNGケースとして八、人に業務やシフトをつけるケースです。この方法は、業務が次から次へと属人化していきますので、業務負担が重たくなり、人が必要になってしまいます。**柔軟で臨機応変対応が求められるからこそ、業務を標準化する必要があります。**

〈常勤換算11名で運用可能な業務設計〉

勤務表	小規模多機能ホーム船井 9月シフト																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
森永 副社長																															
船井A	①	休	③	④	⑤	明	休	②	休	休	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤
船井B	②	休	②	休	②	休	②	明	休	②	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤	明	休	②	③	④	⑤
船井C	③	休	③	休	③	明	休	③	④	⑤	明	休	③	④	⑤	明	休	③	④	⑤	明	休	③	④	⑤	明	休	③	④	⑤	明
船井D	④	休	④	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤	明	休	④	⑤
船井E	⑤	休	⑤	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥	明	休	⑤	⑥

項目	内容	9月1日	9月2日	9月3日	9月4日	9月5日	9月6日	9月7日	9月8日	9月9日	9月10日	9月11日	9月12日	9月13日	9月14日	9月15日	9月16日	9月17日	9月18日	9月19日	9月20日	9月21日	9月22日	9月23日	9月24日	9月25日	9月26日	9月27日	9月28日	9月29日	9月30日	9月31日	
船井A	入浴																																
船井B	入浴																																
船井C	入浴																																
船井D	入浴																																
船井E	入浴																																

入浴	泊まり	訪問
船井太郎	船井次郎	船井太郎
Aさん	Fさん	Mさん
Bさん	Gさん	Nさん
Cさん	Hさん	Oさん
Dさん	Iさん	Pさん
Eさん	Jさん	船井太郎
Fさん	Kさん	訪問時間
	Lさん	Qさん
		Rさん
		Sさん
		Uさん

さいごに

介護業界の時流を読み解くと、以下の3つが明確に見えてきます。

- 1. 在宅介護の受け手が変化していること** → 認知症重度者が増加
- 2. 在宅介護の担い手が変化していること** → 世帯構成の変化による弱体化
- 3. 小規模多機能の市場が拡大すること** → 在宅介護拡大、1と2の支援が必要

大袈裟に聞こえるかもしれませんが、上記3つを踏まえた上でこれからの日本の介護業界の未来を考えると、**小規模多機能を全国各地に普及できるかどうか**が今後の在宅介護の命運を分けると言っても過言ではありません。

上記の仮説を立てた後、**船井総研では全国各地の小規模多機能の事業所視察を100件以上実施**してきました。毎日のように小規模多機能を運営する日本全国の経営者様とお会いし、経営面や想いなどのお話をお聞かせいただく中で、上記の仮説と同じビジョンをお持ちの方が大勢いらっしゃる事が分かったのです。

社会性の高さや将来性に注目が浴びているものの、実態としては収益面で苦戦されて閉鎖する事業所が増えて多いこのモデルをなんとか船井総研としてサポートできないかという想いで2018年から小規模多機能の収支改善コンサルティングを始めることになりました。

レポートをお読みいただき、期待が膨らんだ方、まだ個別のお悩みが解消されていない方もおられると思います。先に申し上げますと、決して簡単ではありませんが、力をかけるべきポイントを絞って取り組めば成果を出すことはそれほど難しいことではありません。



実際に、法人毎に経営課題は様々ある中で**日本全国で成功事例が続出**しています。

【東京都の事業所様】

コンサルティング開始から**3ヵ月で月売上240万円から550万円**の業績アップに成功。

【埼玉県の事業所様】

コンサルティング開始から**6ヵ月で、月売上620万円から760万円**の業績アップに成功。（昨年対比+124%アップ）

【石川県の事業所様】

コンサルティング開始から**10ヵ月で、登録者が10名から29名**に伸び、**月売上240万円から710万円**の業績アップに成功。（昨年対比+305%アップ）

今回のセミナーでは、誌上でご紹介した株式会社リフシアの小嶋氏をお招きし、就任当時から収益化に至るまでの経緯をご披露いただきます。講演後の質疑応答も可能ですので、疑問に感じることはその場で解消してお帰りいただけます。また、セミナー特典として「個別無料相談(1時間)」がっておりますので、貴法人の課題に合わせた解決策をご教示いたします。ぜひ、このチャンスをつかみ取り、成果に繋げていただければと思います。

それでは、皆様とお会いできることを楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所 地域包括ケア支援部 **森永顕成**

介護事業 経営者向け 小規模多機能の収益化セミナー

講座内容&
スケジュール

大阪

2019年10月4日(金)
(株)船井総合研究所 大阪本社

東京

2019年10月7日(月)
(株)船井総合研究所 東京本社

講座	内容	講師
第1講座 13:00~13:30	小規模多機能の現状とこれから	株式会社 船井総合研究所 地域包括ケア支援部 地域包括ケアグループ グループマネージャー チーフ経営コンサルタント 沓澤 翔太
実践企業の 特別講演 第2講座 13:40~14:40	小規模多機能 成功への軌跡	株式会社リフシア 常務取締役 小嶋 達之氏
第3講座 14:50~15:50	小規模多機能の高収益化の方法	株式会社 船井総合研究所 地域包括ケア支援部 地域包括ケアグループ 森永 顕成
まとめ講座 16:00~16:30	本日のまとめ	株式会社 船井総合研究所 地域包括ケア支援部 地域包括ケアグループ グループマネージャー チーフ経営コンサルタント 沓澤 翔太

ゲスト講演



株式会社 リフシア

常務取締役 **小嶋 達之氏**

小規模多機能部門の新規開設、品質向上、利用者獲得を総合的に関わる中でトータルケアマネジメントを確立し、小規模多機能の売り上げ1億円を突破するなど、数々の実績を上げる。湘南エリアを中心に11拠点で、地域高齢者の在宅介護を支える役割を担い、今後もさらなる事業拡大を志向している。

講師プロフィール



株式会社船井総合研究所
地域包括ケア支援部 地域包括ケアグループ
グループマネージャー
チーフ経営コンサルタント

沓澤 翔太

デイサービス、特別養護老人ホーム、有料老人ホームなどの新規開設、収支改善、異業種からの介護事業への新規参入支援などを手がける。現在は、デイサービスや有料老人ホームの利用者獲得や新規開設を中心にコンサルティングを行っている。介護事業所のコンサルティング以外にも、療養病床の転換や訪問診療など医療業界のコンサルティング実績や医療器具の販売促進支援など介護周辺事業についても実績を持つ。



株式会社船井総合研究所
地域包括ケア支援部 地域包括ケアグループ

森永 顕成

愛媛県松山市出身。新卒で船井総研に入社後、介護業界の経営コンサルティングに特化。今後、地域包括ケアシステムにおいて中核的役割を担う小規模多機能のモデルに注目し、全国の小規模多機能を行脚・取材を重ね、成功ノウハウをルール化。小規模多機能の新規立ち上げ・活性化コンサルティングを得意領域としている。現場主義・事例主義・結果主義を信条とし、成功確率の高いコンサルティングを志向。誠実で親身な仕事ぶりにクライアントから厚い信頼を得ている。

日時・会場

大阪会場 2019年 **10月4日(金)**
 株船井総合研究所 大阪本社
 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

地下鉄御堂筋線
 「淀屋橋駅」
 ⑩番出口より
 徒歩2分

東京会場 2019年 **10月7日(月)**
 株船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6
 日本生命丸の内ビル21階

JR[東京駅]
 丸の内北口
 より
 徒歩1分

開催時間
13:00
 ▼
16:30
 受付12:30～

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしませんので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 **30,000円** (税込**33,000円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 **24,000円** (税込**26,400円**) / 一名様
 ※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いいたします。
 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。 ●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡くださいようお願いいたします。それ以後のお取消しの場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
 ●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。
FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785837 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
 お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る **株式会社 船井総合研究所**
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ: 櫻田 ●内容に関するお問合せ: 森永

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

お問合せNo. **S050112** 担当 **櫻田 宛**

小規模多機能の収益化セミナー **FAX:0120-964-111**

ご希望の会場に をお付けください。 【大阪会場】 2019年 10月4日(金) 【東京会場】 2019年 10月7日(月)

フリガナ	業種	フリガナ	役職
会社名		代表者名	
会社住所		フリガナ	役職
TEL	()	ご連絡 担当者	
		E-mail	@
ご参加者 氏名	フリガナ	役職	フリガナ
	フリガナ	役職	フリガナ
	フリガナ	役職	フリガナ

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。
 そんな勉強熱心なあなた様は今現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか? 下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、**無料個別経営相談**を行います。(どちらかに をお付けください。)

セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。
 セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があれば をお付けください。
 FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】
 1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
 2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
 3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして預託することがございます。
 4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
 5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研グループ・レトリベーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。
 【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総合研究所ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)

