

訪問看護事業を活性化したい方向け

訪問看護 利用者100人

開設から
1年で
スタッフ8人
訪問800回

ご利用者の在宅生活に真正面から向き合い、地域に選ばれる訪問看護の在り方

事例公開Webセミナー

開設から利用者100人到達までのストーリー

- 経営未経験の看護師が同僚と共に創業
- 人口7万人の小商圈で慌ただしくスタート
- ケアマネジャーのニーズを分析し営業
- 利用者起点の看護で信頼を獲得
- 問い合わせ数30件/月ペースで成長軌道へ



ゲスト講演

合同会社飛翔庵
代表 梶原 勇真氏

オンライン開催（全4開催） ※講座内容は全て同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

2025年
5月12日・13日・15日・21日

PC・スマホがあれば
どこでも受講可能

13:00~15:00
(ログイン開始・開始時間30分前~)

セミナーでお伝えする事例の一部を【中面】にて紹介

主催

サステナブルグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

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

お問い合わせNo. S126927

お申込みは
こちらから→



当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。)→ 126927

経営も営業も未経験の看護師が 初めての経営、初めての訪問看護 ステーション開設から1年で 利用者数100人にいたるまで



地域包括ケアシステムの推進と共に全国に普及した訪問看護ですが、利用者数が伸びず廃業にいたるケースや、人員体制が安定せず休止となるケースが少なくありません。そんな中、初めての起業、初めての訪問看護ステーション立ち上げから1年で、利用者を100人以上に伸ばすことができた背景には、どのような工夫や努力があったのか、合同会社飛翔庵 代表の梶原勇真氏に伺いました。

経営未経験の看護師が同僚と共に創業

私自身ももとは、看護師として総合病院で働いていました。病院で看護師として経験を積み、キャリアアップしていきたいと思う一方で、病院の厳しい勤務体制の中では一人ひとりの患者さんと向き合うことが難しいことを日々痛感していました。「自分の力で、もっと患者さんの生活に寄り添う看護ができないだろうか」そんな思いが募る中で、注目したのが訪問看護の活動でした。

病院でのキャリアを手放すのは勇気が要りましたが、意を決して訪問看護ステーションに転職しました。そこで、在宅ならではのやりがいや可能性を感じ、「自ら訪問看護ステーションを立ち上げたい」という想いが芽生えました。決心は簡単ではありませんでした。法人を設立するということは、看護師としてのスキルだけではなく、経営や運営に関する知識が不可欠です。何をどうすれば良いのかもわからない状態でした。それでも、病院時代の同僚が「一緒に創業しよう」と賛成してくれたこと、看護師の先輩方が背中を押してくれたこともあり、「失敗を恐れずに、今こそ一歩踏み出そう」と決意しました。

人口7万人の小商圏で、慌ただしくスタートするも...

そして、法人を設立し、訪問看護ステーションを開設する準備を整えました。事業所を構えることにしたのは、京都府の城陽市という、人口7万人余りの市町です。準備も順風満帆とはいかず、慌ただしい日々の中で、何とかスケジュールを間に合わせるようなスタートでした。

これが私にとって新しい冒険の始まりでした。最初は本当に小さなステーションでした。「利用者の皆様に、誠心誠意を込めて看護サービスを提供する」その一心で業務を進め、1年後、利用者数は100人に達し、スタッフ8人体制で月に800回の訪問を実現。売上高も単月500万円を達成することができました。

しかし、そこまでの道のりは決して平坦ではなく失敗の連続でした。

ひしょう訪問看護ステーション
2023年11月1日開設



初めての営業はお叱りから。失敗しては学ぶ日々

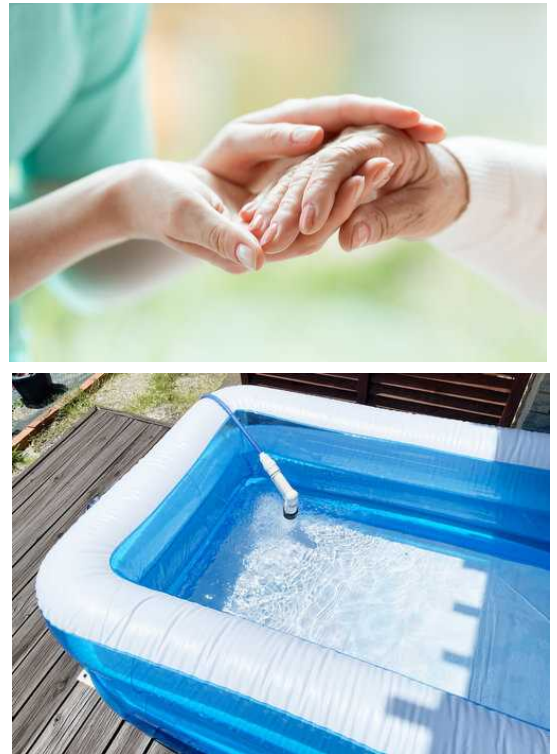
開設直後は当然、利用者数はゼロ。そこで、20年以上にわたって地域で活動する居宅介護支援事業所に営業を行おうと電話でアポイントを取ろうとするも、「まずは土台3年がんばれ」と挨拶にも伺えませんでした。ただ顔を合わせるのではなく信頼がなければ紹介が得られないこと、ただ丁寧だけでなく「どんな想いをもって活動しているか」が重要だということを知りました。

訪問も思い通りにいかないことばかりでした。苦労したのは、初めてのお看取りです。利用者のご自宅でのお看取りを希望されていましたが、訪問診療が開始する前にご逝去となりました。介護タクシーが搬送に協力してくれ、病院にて死亡確認を受けたものの、ご家族は「なぜ自宅に戻ったのに病院で最期を迎えなくてはならないのか」と深く悲しまれました。在宅看取りの在り方や、ご家族が何を求めて在宅でのお看取りを希望されたのかを深く考えさせられるケースでした。営業の苦労や訪問の失敗。活動の方向性にズレも生じ、創業メンバーは私のみとなってしまいました。

利用者起点の看護で信頼を獲得

こうした経験の中で、在宅支援の知識やケアマネジャーとの連携の視点を身に付けていきました。病院と異なり、自宅では看護師は必須の存在ではありません。あくまで利用者が主体で「私たちはオプション」、本人の目標が第一で、目標を引き出すために看護師も理学療法士やケアマネジャーからアドバイスを受け、学びます。訪問は“長時間で週1”より“短時間で週2”。頻度高く行うことを方針としています。

多職種連携で意識しているのは「敷居の高い看護師だと思わせないこと」です。専門用語や高度な手技にプライドを見出すのではなく、在宅ケアのチームに入れてもらうというスタンスです。高度な医療行為を行うことにプライドを持つのではなく、「予防こそ大事」という発想で活動を行っています。ときにはご利用者の活力に繋がるアクティビティのためカラオケ機を持参したり、気分転換になればとビニールプールを庭で膨らませて足浴をしたり、自由な発想で私たち自身も楽しみつつ、ご利用者起点の看護を行っています。



問い合わせ数30件/月ペースで成長軌道へ

苦労はありつつも、利用者は増え、また徐々に問い合わせをくださるケアマネジャーや医師が増えてきました。特殊な状況下の在宅看取りも、経験を活かし、病院、警察署、葬儀屋と連絡を取り合い、ご家族に満足いただける対応を行うことができました。

スタッフの増員と共に訪問回数はさらに増加し、現在では1ヵ月あたり1,000回以上の訪問を実施しています。特に嬉しかったのは、ご利用者やそのご家族から「ここをお願いして本当に良かった」と感謝の言葉をいただいたこと。看護師として、そして経営者として、これ以上の報酬はありません。この1年で得た信頼と成功は、私にとって大きな喜びとなりました。



新設・廃業のサイクルが加速し、 経営の明暗が分かれるステージへ。 これからの時代に求められ、 成功する訪問看護ステーションとは

株式会社船井総合研究所 シニアライフ支援部 地域包括ケアグループ
シニアコンサルタント 津田和知



「とにかく出店を増やす」戦略は通用しなくなる

介護事業のコンサルティングを行っております、株式会社船井総合研究所の津田和知です。初めての訪問看護ステーション運営に関わらず、地域の信頼を得て、スピーディーにご利用者を増やし、活動を広げている合同会社飛翔庵の特別インタビューはいかがでしたでしょうか。「利用者を増やすにはとにかく営業だ」「看護師は営業ができない」「訪問回数と売上を伸ばせば成功だ」もしそんなイメージをお持ちでしたら、前提を覆すような事例だったのではないのでしょうか。

なぜ合同会社飛翔庵は優れた成果を挙げることができたのか、本誌をお読みの方はどのような要素を自社に取り入れることができるのか。

ここからは経営コンサルタントの目線から、これからの時代に求められ、成功する訪問看護ステーションになるためのポイントを解説いたします。

■ 新設、廃止・休止は過去最多。マーケットは成長から成熟へ

2023年の訪問看護ステーションの新設は2,437カ所。一方、廃止・休止は992カ所。いずれも過去最多を大きく塗り替える結果となりました。

急速に事業者や利用者が増える市場環境を成長市場と言います。訪問看護・リハビリ業界はまさに成長市場。しかし、2023年の廃止・休止が過去最多となったように、市場のステージは成長期から成熟期へと移行の兆しが現れ始めています。

成熟市場で有効な戦略は、出店数最大化ではなく、特化・大型化による差別化です。これからは、「とにかく出店・とにかく営業」というやり方は通用しない時代に入りつつあります。

ステージ	導入期	成長期	成熟期	衰退期
需給バランス	供給<需要	供給<需要	供給=需要	供給>需要
充足率	0~25%	25~100%以下	100%	100%以上
市場環境	無競争（しかし集客困難）	競争が拡大	競争激化・二極化	淘汰・寡占
収益性	かなり高い	高い	コストが拡大	厳しい
企業の戦略	資本金があればチャレンジ	とにかくたくさん開設	特化・大型化による差別化	特化・大型化による差別化 特化の集積による総合化

質は前提。加えて企業努力が必要

成熟市場において、生き残るためには「質の高いサービスの提供」はもはや前提条件です。その上で、いかに「選ばれるステーション」になるかが重要となります。合同会社飛翔庵の事例でも示しているように、ポイントとなるのは、以下の3点です。

①明確なコンセプト: どのようなご利用者に、どのような価値を提供したいのか。理念を明確化し、サービスに反映させることで、共感してくれる人財と連携先を獲得します。合同会社飛翔庵は活動を行う中で、医療行為を積極的に行うより予防という観点を重視する方向性が明確化され、居宅介護支援事業所との連携が取りやすくなりました。

②地域との連携（営業）: 居宅介護支援事業所や医療機関に対して、ニーズを捉えた能動的な営業を行うことで、信頼を得ます。合同会社飛翔庵は営業先の反応一つひとつを記憶し、次の接触に活かすことで、関係性の強化を図ることができました。

③人員体制: 10人以上の大規模化を目指す。採用・教育においても、営業においても、大規模事業所は小規模事業所より有利です。合同会社飛翔庵は人員体制が整うと共に、問い合わせや人材の応募のペースが上がり、成長軌道に乗っていきました。

これからの時代に求められる訪問看護ステーションとは

訪問看護ステーションの多くは5人未満の少数体制で活動しています。売上規模は3千万～5千万程度の事業所が多く、経営基盤は決して強固とは言えません。「それでも赤字でなければOK」「単体で利益を上げるより、自社が経営する入居施設や訪問診療の活動を補って欲しい」このように考える経営者もいらっしゃると思います。

しかし競争が激化するこれからの時代、人財を確保し続け、ご利用者の紹介を継続的に得るには、家業レベルの経営から企業の経営へとステップアップする必要があります。ご利用者への想いだけでなく、働くスタッフにも利益を還元できる訪問看護ステーションにならなくてはなりません。

競争に打ち勝つための原動力は変化です。今回ご紹介の事例が訪問看護ステーション経営の変化のきっかけとなり、質向上や経営基盤強化にご活用いただけたら幸いです。

		失敗する訪看	成功する訪看	
			これまで	これから
KPI	売上高	3千万未満	3千万以上1億円未満	1億円以上
	人件費率	70%以上	60%～70%台	60%台
	訪問回数	1人当たり1日4回以下	1人当たり1日4～5回以上	1人当たり1日5～6回以上
明確なコンセプト		なし	リハビリから医療的処置まで	総合型 特化型
地域との連携（営業）		能動的な営業なし	先行者利益で紹介元確保 満足度向上によるリピーター育成	能動的な営業による紹介元開拓 顧客関係性管理によるリピーター育成
人員体制		5人未満の小規模	5人以上の中規模	10人以上の大規模

【訪問看護】開設1年で利用者100人セミナーのご案内

このような方にお勧めのセミナーです

- ✓ 立ち上げて1年以上経つが赤字を抜け出せない...とお悩みの方
- ✓ 点滴指示やターミナルケアが偏って多く、訪問回数が毎月乱高下している
- ✓ 営業ができておらず、利用者の紹介が少数の居宅や医療機関に依存している
- ✓ 看護師の訪問が1日4件で停滞し、生産性が低い
- ✓ 経営や営業の戦略がなく、周囲に競合が増えてきて先行きが不安

本セミナーで学べるポイント

事業活性化の方法

訪問回数が伸びず、経費過多で赤字を抜け出せない。そんな事業所も、本セミナーでは、事業立て直しのためのマネジメント、利用者獲得、経営数値管理等の手法を、実践事例と共に学べます。

ケアマネジャーとの連携方法

一方通行のコミュニケーション等、ケアマネジャーに嫌われる『陥りがちな失敗』をやっていませんか？本セミナーでは、ケアマネジャーに「頼みやすい訪問」と思ってもらうための連携の方法を学べます。

未経験でもできる営業方法

「営業は嫌」という意識をどのように変えるか？本セミナーでは、具体的な営業手法や営業管理の方法、および、意識変革のためのマインドセットのポイントを学べます。

生産性向上の仕組みのつくりかた

本セミナーでは、目指すべき生産性（1日あたり訪問回数）の水準から、標準的な訪問スケジュール、タイムマネジメントの考え方、インセンティブ制度のつくりかたを学べます。

訪問看護業界の時流

外部環境の目まぐるしい変化に戸惑い、方向性を迷われている方も多いのではないでしょうか？本セミナーでは業界の時流を解説し、これからの訪問看護ステーション経営のポイントを学べます。

成功事例・お客様の声

- 改革の推進力が上がった
「ギリギリ赤字の経営を長く続けて、利益を諦めかけていましたが、他社事例から刺激を受け、もう一度当初の目標に立ち返ってチャレンジする意識を経営陣と社員が持つことができました」
- これまでの失敗に気づくことができた
「やってはいけない営業やケアマネジャーとの関わり方を、知らず知らずのうちにやっていたことに気づきました。軌道修正を行うことができ、紹介元を増やしていく上で参考になりました」
- 営業の抵抗感が減って、足を運びやすくなった
「これまで営業＝セールスという印象を持っていましたが、目的や意味を理解したことで、自然と営業先に足を運べるようになりました。手法が分かったことで『このやり方で間違っていない』と思えるようになったことも安心に繋がりました」
- 会社の体制作りの参考になった
「初めての訪問看護事業で、何も管理体制や仕組みがない中、全てが手探りでした。他社事例や手法の紹介で、会社の体制を整える上での参考になりました」
- 経営について学ぶ機会があった
「管理者として、訪問看護の経営について学ぶ機会が欲しいと思っていました。経営に特化したセミナーで、業界の状況や経営のポイントについて学ぶことができ、勉強になりました」

【訪問看護】開設1年で利用者100人セミナー

講座	内容	
第1講座	訪問看護の市場環境の変化と、これからの生存戦略 新規立ち上げ、廃止・休止ともに、過去最多となった訪問看護。今、業界に何が起きているのか？これからの生存・成長のため不可欠な要素とは？コンサルタントが解説いたします。 株式会社船井総合研究所 シニアライフ支援部 地域包括ケアグループ シニアコンサルタント 津田和知	
第2講座	【ゲスト講演】人口7万人の町で立ち上げ1年で利用者100名を超えたひしう訪問看護ステーションの取り組み 小商圈で利用者数を伸ばすためのポイントとは？ご利用者対応、他社連携、営業、マネジメント等の実践事例を代表・管理者看護師の梶原氏よりご紹介いただきます。 合同会社飛翔庵 代表 梶原勇真 氏	
第3講座	利用者数が伸びる訪問看護ステーションの創り方 利用者が伸びる訪問看護ステーションは何が違うか？事例に基づき、利用者獲得の手法、スタッフのマインドセット、生産性向上の仕組み化等をコンサルタントが解説いたします。 株式会社船井総合研究所 シニアライフ支援部 地域包括ケアグループ シニアコンサルタント 津田和知	
第4講座	事例を実践に移すために 事例を実践に移し、ビジョンを実現するため貴社が明日から取り組むべき要点をコンサルタントがお伝えします。 株式会社船井総合研究所 シニアライフ支援部 地域包括ケアグループ リーダー 三浦基寛	

開催要項

オンライン 開催	2025年			
	5月12(月)	5月13(火)	5月15(木)	5月21(水)
	開催時刻 13:00-15:00 (ログイン開始 開始時刻30分前)			
	申し込み期日 銀行振込 開催日6日前まで クレジットカード 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます			

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web 参加」で検索。

受講料	一般価格	(税抜)30,000円 (税込)33,000円/1名様	会員価格	(税抜)24,000円 (税込)26,400円/1名様
	会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン (旧：FUNAIメンバーズPlus) へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。			

セミナーのお申込みはこちら

 PCからのお申込み 下記セミナーページからお申し込みください。 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/126927	携帯電話・スマートフォンからのお申込み 右記QRコードを読み取り お申し込みください。 
---	---

お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。船井総研セミナー事務局(E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp)
TEL : 0120-964-000 (平日9:30~17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。