

介護・医療・福祉事業者向けレポート

ナーシングホーム・介護施設の
「入居者募集」



ナーシングホーム・介護施設の入居者募集の考え方 (入居者募集の前提となる考え方)

ナーシングホームは、一般的な介護施設と異なり
ケアマネ営業やチラシ募集ではなく、病院営業が基本です。

Point
01

一般的な介護施設の入居者募集は居宅介護支援事業所のケアマネジャーへの入居者募集営業がメインだが、ナーシングホームの場合はより優先的に病院・地域連携室のメディカルソーシャルワーカーに対して営業を行う

Point
02

ナーシングホームに入居する医療行為が必要な方や難病患者は一般的な高齢者よりも数が少ないので、自社商圈だけでなく県全体・県外単位での営業が必要

自社のナーシングホーム（介護施設）を考慮した
営業先の選定が重要

【ナーシングホームにおける入居者募集のステップ】

- ナーシングホームの入居者募集は**病院・地域連携室への紹介促進営業**を中心
- オープンの3~4か月前から病院訪問営業を開始し、**定期的に複数回訪問**を行う
- 定期的な訪問で各紹介先からの信頼を構築する
- まずは紹介1人目の入居者を手厚くみることで、**継続した紹介&他の病院からの紹介**を狙う

【入居者募集営業の優先となる医療機関】

	病院の種類	訴求ポイント
1	急性期病棟	14日以内の退院に貢献できること
2	回復期ケア病棟	在宅復帰率の向上に貢献できること
3	地域包括ケア病棟	60日以内の退院に貢献できること
4	療養病棟	軽度者の退院調整に貢献できること
5	介護老人保健施設	平均介護度の重度化に貢献できること

3

ナーシングホーム・介護施設の入居者募集営業トーク (実際の参考営業トーク例)

【ナーシングホームの病院営業のトークのポイント】

■ ニーズをしっかりと聞き取る

漠然とした質問だけでは漫然とした返答しか返って来ないケースもあります。

在宅復帰の状況や退院数を聞きつつ、ニーズを探ります。

■ ニーズへの対応の説明

お困りごとに対して、聞き取りだけで終わらず、対応をしっかりと説明します。

対応しかねるケースであっても、最善を尽くした場合の対応を説明します。

■ 予測されるニーズへの対応を予め検討しておく

在宅復帰支援が困難となる要因として多いのは経済的困窮者、経管栄養、痰吸引、ガン末期、とにかく急ぐ、等。予めしっかりと対応ができるなどを伝えられるよう、説明のパターンや事例を用意しておき、「うちしか対応できない」をPRできれば必ず覚えてもらえます。

■ それでも話が盛り上がらない…関心を持ってもらえないときは

訪問看護のサービスの特徴、MSWが意外と知らない情報を伝えます。

(外泊時でも訪問看護が利用可能とか、退院当日でも利用可能とか、退院時特別指示書を出して重点的に在宅復帰直後をフォローすることで療養生活の質を上げられる、とか)

在宅復帰後の生活や在宅療養の質といったMSWの専門領域で、かつ訪問看護の得意分野で話題を作ると会話を弾ませやすくなります。地域の情報、地域参加の話題などもOKです。

4

ナーシングホーム・介護施設の入居者募集事例 (実際に上手く入居者を獲得できた他社事例)

【採用事例：A社@東北】

- エリア 東北A市にて開設。（市内人口32万人）
- 立上げ経緯 デイサービスの運営を経て初の施設を「後発の小資本、新規参入でも競合他社に勝るコンセプト」としてナーシングホーム開設。
※当時、市内に夜間看護師常駐の施設がなかった。
- 上手くいった 入居者獲得は月6人契約のペースで進行。
近隣で同コンセプトのI施設が同時期にオープンするも、入居は堅調に推移。

5

介護・医療・福祉施設の開設ご相談は
新日本建設までお待ちしております

愛媛県で介護・医療・福祉施設の建築実績多数！



お問い合わせは、HPまたはお電話にて承っております

新日本建設 愛媛

検索



新日本建設