



プレゼンテーマ

会社を立ち上げた時の“想い”



魅力づくりアドバイザー

シニアホームラボ株式会社



シニアホームラボ株式会社
代表取締役 波田野 晶久



シニアホームラボは
介護施設の入居促進をアドバイスする
営業専門のコンサルティング会社です。
魅力づくりアドバイザーとして活動しています。



企業理念

人との出逢い

そしてつながりを大切に

人の幸せの総量を上げること

お客様を幸せにするために スタッフにしわ寄せが及んではいけない

その逆でもいけない

総じて 幸せの総量が上がらなければならない

ホームのスタッフを ご入居されているお客様とそのご家族を
運営されている会社を すべての人を幸せにする

◀ハッピーサイクル▶



**なぜ、
介護施設に特化した営業専門の
コンサルティング会社を立ち上げたのか！**



誰もが幸せになるためには
利益を上げること！

介護業界での実績

- 2012年 4 月 有料老人ホーム「はなことば」の運営をしている ゆうあいホールディングス グループ（以下YHDG）の株式会社まんよう（5ホームを運営）に、YHDGとして初めて営業職として採用され入社
- 2014年 1 月 **関東最大級の大規模デイサービス（140名規模）の稼働促進の陣頭指揮を執る**
- 2015年 5 月 ソニーグループとの一部資本業務提携を機に、YHDGが展開する26ホーム「はなことば」の入居を促進するため統括営業担当
- 2017年 7 月 **ソニーフィナンシャルグループ入り（資本業務提携から約 7 %の稼働アップ評価）**
- 2017年 8 月 プラウドライフ株式会社（ソニーライフケアの完全子会社化）に社名変更
- 2018年 4 月 事業推進部営業担当部長
- 2019年 1 月 **営業部長（営業不在の会社から6年10か月で営業部を作り上げる）**
- 2019年2月～2023年3月 コロナ禍での約 4 年間 平均入居稼働率94.3%という高稼働を実現**
- 2023年 6 月 退職
- 2023年10月 シニアホームラボ株式会社 事業活動スタート

心から痛感した出来事！

2014年 1 月 関東最大級の大規模デイサービス（定員140名）の稼働促進の陣頭指揮を執る

当初、日々の利用者数95名前後

3年目、115名まで伸ばすも、目標の130名には届かず！

2017年 2 月 **ソニーから“不採算施設”と判断され、閉鎖！**



心に響く見学対応

～寄り添う“まなざし”が導く、7つのおもてなし～

入居率・採用率・定着率を同時に高める“選ばれるホーム”のつくり方



- 1 相手に合わせる柔軟な対応が、心に響く第一歩
- 2 事前準備が余裕を生み、見学の質を高める
- 3 自然体のおもてなしが、ホームの本当の魅力を伝える
- 4 五感で感じる快適な空間づくりが、安心感を生む
- 5 余裕のあるスケジュールが、ご家族の信頼につながる
- 6 想定外を想定内に。あらゆる状況に対応できる準備力
- 7 すべてのご家族に寄り添う心配りが、選ばれるホームの証



魅力づくりアドバイザー
シニアホームラボ株式会社



見学の心得（おもてなし）&クロージングの手引き

= CONTENTS =

○はじめに	1
○見学対応がなぜ重要なのか	1～2
○競争が激化する中で選ばれるホームになるために	3
○魅力づくり＝ブランディング ～5つの目的～	4
○魅力づくり ～ディズニーリゾートの事例（蚊がいない）～	5
○見学時のチェックポイント ～主なチェック13項目～	6
○見学時のチェックポイント ～ディズニーランドの事例（ゴミがない）～	7
○入居を決めるポイント	8
○入居を考え始める“きっかけ”とは	8～9
○入居に至る背景 ～その時のご家族の心理状態～	10
○見学対応時に求められる3つの力と専門的知識	11
○在宅介護のメリットとデメリット、施設介護のメリットとデメリット	12
○見学の心得 ～心に響く見学対応の7つのおもてなし～	13～15
○見学対応で大事なこと “伝える力”と“響かせる力”で変わるホームの印象	16～17
○心に触れる見学対応 ～想いや理念をもっと熱く語れ！！～	18
○お客様の心理状態を掴む ～申し込みまでの5つフェーズ～	19
○お客様情報のヒアリングポイント	20
○アセスメント お客様の身体状態確認のポイント	20
○入居申込みに際して大切な説明事項	22
○入居の申込みからクロージングが始まる！	22
○入居までの流れ ～クロージング～	23
○おわりに ～人のために動くから強くなれる～	24～25
○メッセージ ～ホームの品質は、スタッフ一人ひとりの意識から変わる～	26
◇資料 5段階のフェーズのおもてなしチェックシート	27～32
①見学準備 ②お出迎え ③サービス説明 ④館内案内 ⑤お見送り ⇒おもてなしチェック 100項目	

5段階のフェーズのおもてなしチェックシート <100項目>

◆選ばれるホームの7つのおもてなし

①事前準備 見学は準備で8割決まる！～心構えと環境づくりが信頼の第一歩～

- 数日前～ 前日 チェック項目…9項目
- 当日（あるいは前日の夕方）…18項目

②お出迎え 第一印象は3分で決まる！

- チェック項目…10項目

③館内案内 “見せる”から“伝える”へ～ただの案内ではなく、「暮らしの提案」を～

- チェック項目…16項目

④サービス説明 「安心」のしほみを語ろう ～サービス内容に、想いをのせて～ その人らしい暮らしを支えるために

- チェック項目…36項目

⑤お見送り 終わりの印象が未来の選択を決める！

- チェック項目…11項目

高齢者施設の見学は印象が悪ければ2回目はありません。正に「一期一会」最後の最後まで、ひとさじの心配り『おもてなしの心』を忘れないこと



面接の心得（おもてなし） & クロージングの手引き

—“人を見極める”だけの面接から、“人に選ばれる”面接へ—

一般企業編



魅力づくりアドバイザー
シニアホームラボ株式会社

本手引きの目的と対象

「“ここで働きたい”を引き出す面接力が、定着を変える」

面接は、応募者を選ぶだけの場ではありません。

むしろ、企業側が“ここで働きたい”と思わせることができるかが、その後の定着や活躍に大きく影響します。

この手引きでは、相手に選ばれる視点からの面接ノウハウを具体的に整理しました。

本手引きは、定着率や採用率に課題を抱える中小企業を対象とした、面接力向上と魅力づくりのノウハウを体系化した実践型のマニュアルです。とくに「面接で何を伝えるべきか分からない」「すぐ辞められてしまう」といった悩みを抱える企業に向けて、採用の入口から定着に至るまでの流れを可視化し、改善の一手を提供します。面接は単なる選考の場ではなく、“未来を信じてくなる職場”を伝える大切な接点です。本書は、面接で伝えるべき企業の7つの基準と、応募者との信頼関係の築き方を、豊富な具体例を交えて解説します。

“人を見極める”だけの面接から、“人に選ばれる”面接へ



シニアホームラボは

一人でも多くの人が幸せになれるよう

「人」にフォーカスし「魅力」をテーマに

「ここで良かった」と思える施設を

増やしていきます

最後までご視聴いただきましてありがとうございました。

ホームページQRコード

Corporate website



www.seniorhomelabo.com



魅力づくりアドバイザー

シニアホームラボ株式会社

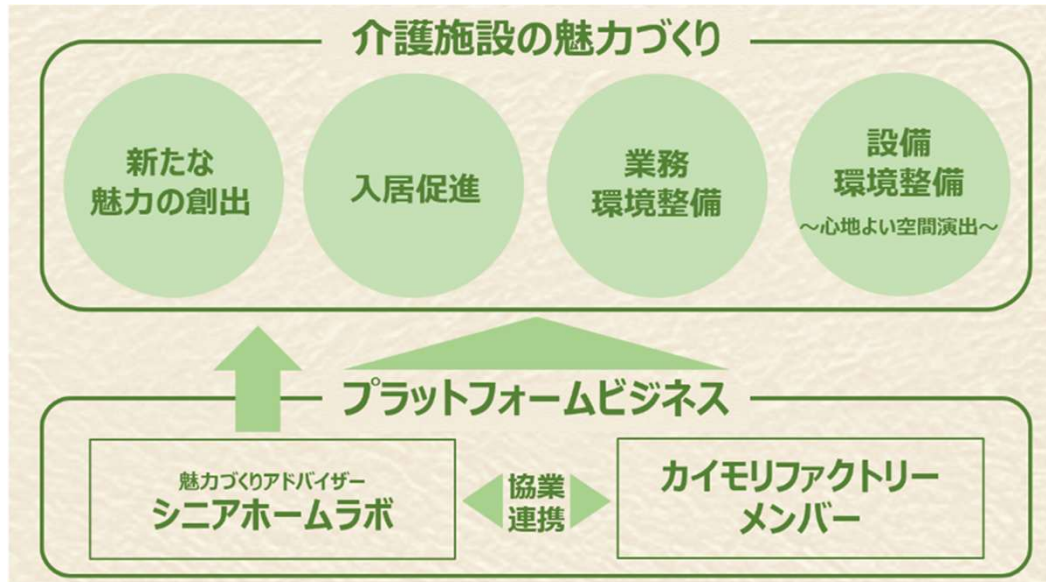
代表取締役 波田野 晶久

070-8928-2907 / seniorhomelabo_hatano@outlook.com

カイモリファクトリー構想

カイモリファクトリーとは、介護施設を盛り上げるための共創の場をつくろう、という構想

介護業界を盛り上げていく交流の場 **カイ**は介護施設、**モリ**は盛り上げる、**ファクトリー**は場づくり



➤ **カイモリファクトリー構想を具現化するための取り組み**



6つのBOOSTプロジェクトを立ち上げ
テーマは、
『経営、安心安全、
健康、環境、味力、人材』
そして、7つ目のBOOSTを検討中！

6つのチームで、介護施設の魅力づくりをして、すべての人を幸せにする活動がカイモリファクトリー構想です。

- 1 経営を安定させる『**カイゴ経営BOOST**』
- 2 防災やリスク管理を強化する『**カイゴ安心安全BOOST**』、
- 3 職員と入居者を元気を守る『**カイゴ健康BOOST**』
- 4 環境改善とコスト削減に取り組む『**カイゴ環境BOOST**』
- 5 食の魅力で差別化を図る『**カイゴ味力BOOST**』
- 6 人材確保と育成を実現する『**カイゴ人材BOOST**』