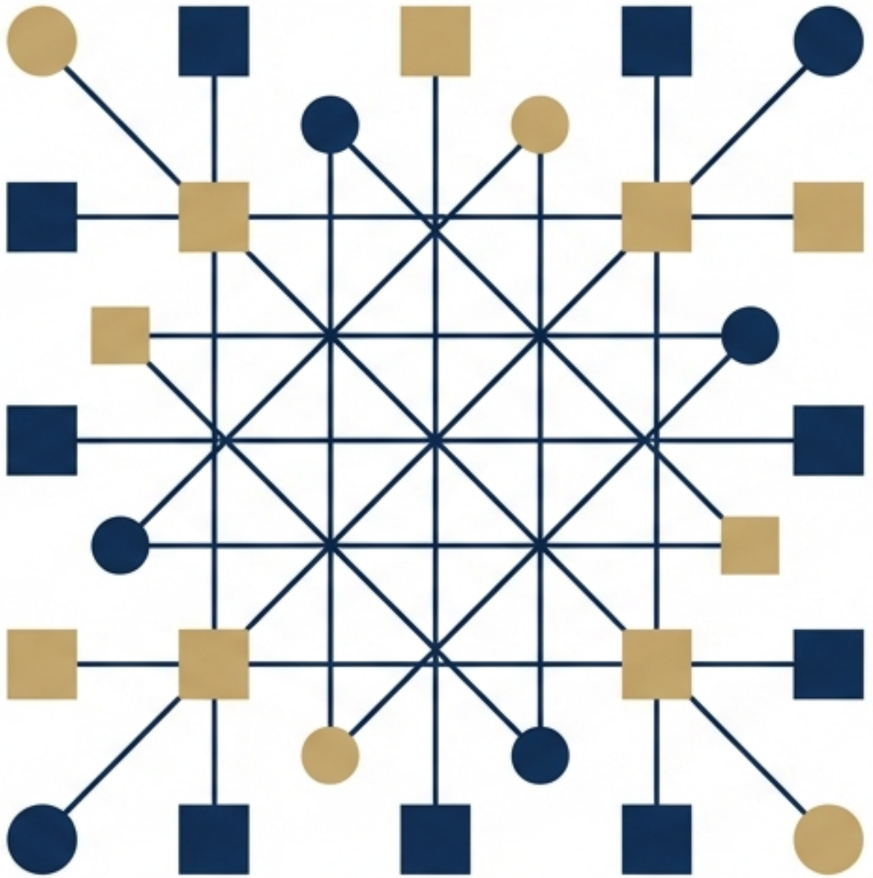
就労継続支援B型事業所のための利用者獲得プック

関係機関連携を仕組み化し、安定した紹介基盤を構築する戦略と実践



NotebookLM

現場の営業活動が停滞する3つの根本要因

広告への依存には限界があり、B型事業所の安定運営には関係機関（相談支援、医療、行政、学校など）との信頼関係が不可欠です。しかし、現場では以下の「3つの壁」が立ち塞がっています。

1. 属人化の壁

営業活動が特定の担当者個人のスキルや人脈に完全に依存している。



2. 情報共有の壁

紹介を受けた後の進捗報告が遅れ、関係機関からの信頼を損なっている。



3. ニーズ不把握の壁

各関係機関が抱えている固有のニーズや課題を正確に把握できていない。



NotebookLM

関係機関からの紹介が「単発」で終わるメカニズム

1. 初回訪問のボトルネック



事業所の基本情報を一方的に説明するだけで終わり、相手の課題解決に結びついていない。

2. 紹介発生後のボトルネック



利用希望者が訪れた後、紹介元への進捗共有がなく、不信感を生み出している。

3. 関係維持のボトルネック



定期的な接点（フォローアップ）の設計がなく、時間の経過とともに自然消滅する。

「連携先への価値提供不足」と「フォロー設計の不在」が、紹介ルート枯渇の真因です。

NotebookLM

営業活動を「売り込み」から「連携価値の仕組み化」へ転換する

【Before：売り込み型】

- 目的：自事業所の定員を埋めること
- 行動：一方的な施設説明とパンフレットの配布
- 結果：担当者個人の力量に依存し、単発の紹介で終わる

【After：価値提案・仕組み化型】

- 目的：紹介元が安心してクライアントをつなげられる情報提供
- 行動：相手の課題に対する解決策の提示と、紹介後の透明なプロセス共有
- 結果：組織全体で連携価値を提供し、継続的な紹介ループが生まれる

「紹介元が安心してつなげられる情報提供」こそが、関係構築の鍵となります。

NotebookLM

関係構築を仕組み化するための5-Step プレイブック



Step 1: 連携先マップ作成
（ターゲットの整理と優先順位付け）

Step 2: 価値提案の設計
（提供価値と解決策の明文化）

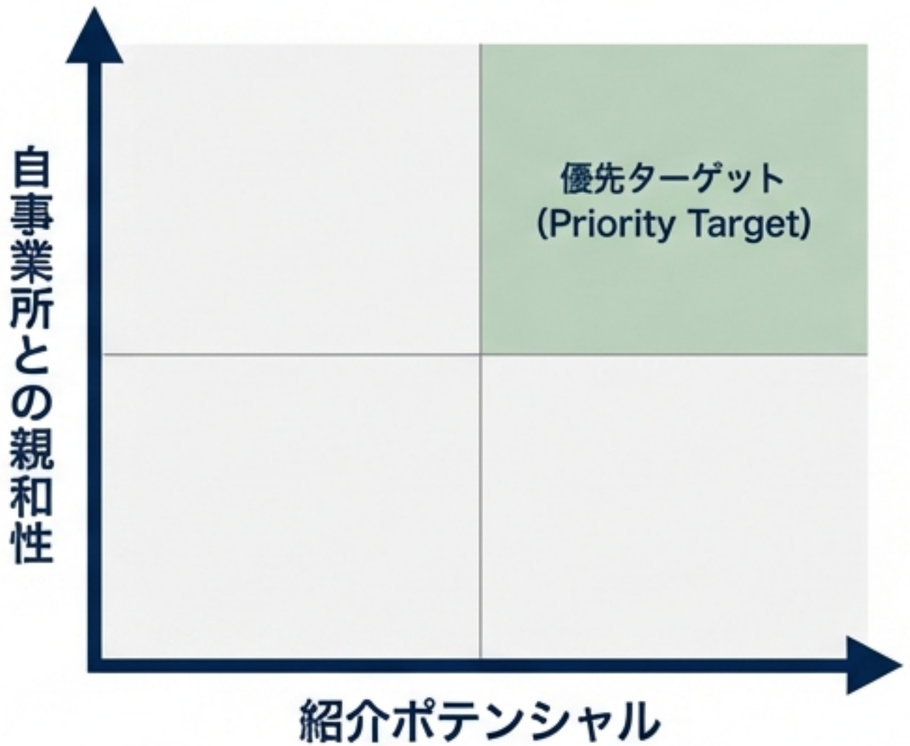
Step 3: 紹介導線の標準化
（見学から利用開始までの手順固定）

Step 4: 紹介後フォロー
（同意範囲での進捗共有による信頼維持）

Step 5: 月次レビュー
（データに基づく分析と改善サイクル）

NotebookLM

【Step 1】連携先を分類し、アプローチの優先順位を決定する



カテゴリ分類の例：

- 相談支援事業所
- 医療機関
- 行政窓口
- 教育機関（学校など）

連携先をリスト化し、「自事業所との親和性」と「紹介ポテンシャル」などを軸に優先順位を設定します。限られたリソースを最も効果的な機関へ集中させることが第一歩です。

NotebookLM

[Step 2] 連携先が抱える課題に対し、自事業所の「提供価値」を明文化する

連携先のニーズ

(例：特定の特性を持つ利用者の受け入れ先が見つからない)



自事業所の提供価値

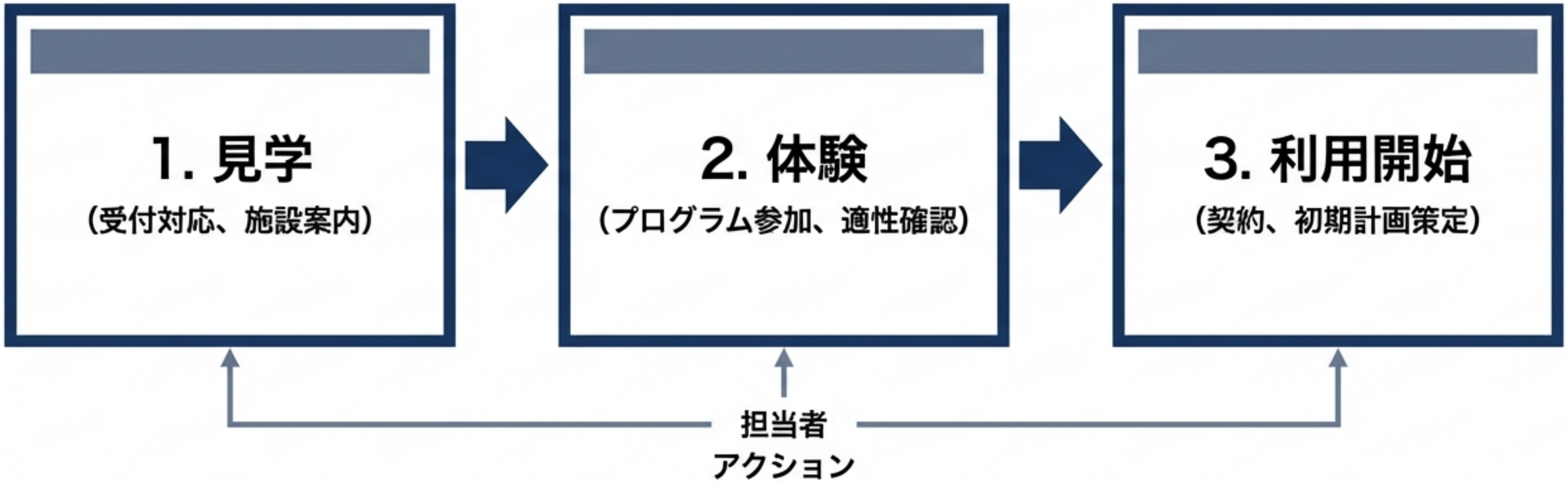
(例：何を提供できるか、どの課題を解決できるかを具体的に言語化したメッセージ)

コンサルタントの助言：

「施設の特徴」を語るのではなく、「相手の業務をどう助けられるか」という視点で明文化することが重要です。

NotebookLM

[Step 3] 見学から利用開始までの「紹介導線」を標準化する



アクション指示：

各フェーズにおける「手順」と「連絡担当者」を完全に固定・文書化してください。
担当者が不在でも、組織として均質な対応ができる状態を目指します。

NotebookLM

[Step 4 & 5] 進捗共有の仕組み化と、データに基づく月次改善サイクル

【紹介後フォロー（Step 4）】

紹介元へ進捗を迅速に共有し、
関係性を維持する。

※必ず本人の同意範囲内で
報告を実施すること



【月次レビュー（Step 5）】

感覚ではなくデータで振り返る。

計測項目：訪問件数 / 紹介件数 /
成約率 / 連携継続率

計測項目：訪問件数 / 紹介件数 /
成約率 / 連携継続率

メッセージ：「報告」と「検証」のサイクルを回すことで、
単発の紹介が「強固な連携パイプ」へと進化します。

NotebookLM

ケーススタディ：属人化から脱却した「AG事業所」の変革

[導入前（Before）]

- 課題：紹介件数が特定の担当者に依存し、極めて不安定。

[実施内容（Action）]

- 連携先マップの整備
- 紹介導線の標準化
- 進捗報告テンプレートの導入

[導入後（After）]

- 成果1：紹介件数の安定化
- 成果2：連携先からの「再紹介」が増加

成功要因のハイライト：営業を「個人の力」から「組織の仕組み」へと転換したこと。

NotebookLM

運用の見える化：追跡すべき3つの主要評価指標（KPI）

	定義	目標値	計測頻度
1. 紹介件数	月間の新規紹介件数	前月比改善	月次
2. 体験移行率	見学から体験利用へ移行した割合	70%以上	月次
3. 再紹介率	既存の連携先から再び紹介を受けた割合	前四半期比改善	四半期

NotebookLM

運用を阻害する「よくある3つの失敗パターン」と回避策

罠1： 営業資料だけを充実させて満足する

・結果：紹介後の運用が弱いため継続しない。

✓・回避策：資料作成よりも「フォロー設計」を先に構築する。

罠2：連携先のニーズを「固定」で考えてしまう

・結果：相手の状況変化に対応できずミスマッチが起きる。

✓・回避策：定期的なヒアリングを実施し、情報をアップデートする。

罠3：成果を「件数」だけで評価する

・結果：紹介の質（マッチング精度）が見えなくなる。

✓・回避策：件数だけでなく「継続率」や「再紹介率」を併用して評価する。

NotebookLM

持続可能な運用を担保する「品質チェックリスト」

- [ ] 連携先マップが定期的に更新されている
- [ ] 紹介導線が文書化され、全スタッフが閲覧可能になっている
- [ ] 同意範囲に沿った、紹介元への報告運用ルールが存在する
- [ ] 月次レビューが実施され、データに基づいた改善が行われている
- [ ] 担当者交代時の引継ぎ手順がマニュアル化されている

コールアウト：この5項目がすべてチェック状態に保たれていることが、安定した紹介基盤の証明です。

NotebookLM

信頼の基盤となる法令・ガイドラインの遵守



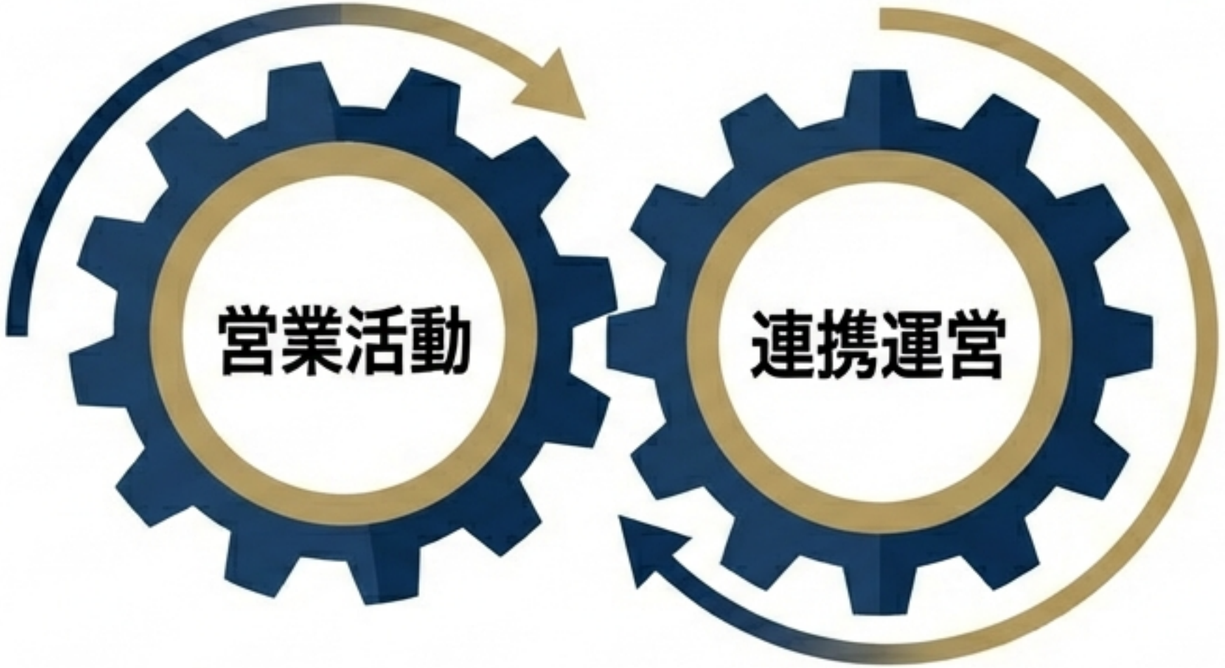
連携活動において遵守すべき重要法令・指針：

- **障害者総合支援法：**
  事業運営の根幹となる法的要件の遵守
- **個人情報保護関連法令：**
  利用者の情報取り扱いと同意プロセスの徹底
- **地域連携運用に関する通知：**
  各自治体が定める地域連携のルール順守

強固な関係機関とのネットワークは、徹底したコンプライアンスの基盤の上にのみ成立します。

NotebookLM

まとめ：利用者獲得は「営業活動」と「連携運営」の両輪である



サマリー：価値提案、導線設計、継続フォローを「仕組み化」することで、
特定の人材に依存しない安定的な紹介基盤を構築することができます。

ネクストアクション（明日からチームでやること）：
「まずは現在の『連携先マップ』をホワイトボードに書き出し、
既存のつながりを可視化することから始めましょう。

NotebookLM