

創刊記念
キャンペーン
実施中!

創刊前

特別編集号

介護
ビジョン
CAREvision

最新 介護経営

● Special Interview

厚生労働省老健局長 中村秀一

“ミスター医療改革”が語る介護保険制度の将来ビジョン

特 集

介護報酬ダウントリヤー乗り切る「あの手この手」徹底検証 PART 1 ルボ 苦悩する介護施設の減収対策

介護マネジメント
講 座

Lesson.1／経営のツボ 私たちがいなくても顧客(利用者)は困らない

Lesson.2／コミュニケーション上手 利用者の「心の声」に耳を傾け共感する

ケーススタディ・
リスクマネジメント

Case.1／施設 入所者の生活パターンを把握し、リスクが発生する状況をつくらない

Case.2／在宅 斎齋による被害経験をもとにマニュアル作成し研修実施

●介護ビジネス新潮流

一貫したコンサルティングと柔軟な提案でグループホーム事業を総合的にバックアップ

「パナホーム グランマ」

コラム／介護行政モニタリング 規制強化だけでは人材育成、質の向上など絵に描いた餅

私たちがいなくても 顧客（利用者）は困らない

(南)ハヤカワブランディング代表取締役 早川浩士

経営の原点は「お客様」であると誰しも認めるが、案外と顧客（利用者）のことについて真剣に考えられていないのも事実である。

「マーケティング・コンセプト」という言葉さえ知らなかつた1912年、アメリカでは大陸横断鉄道の開業に伴つて、通信販売会社のL·L·ビーン社が成長の芽を育んでいた。同社の最初のカタログ「サーキュラー」の中に、後世のビジネス関係者に感動を与えた文章が残つている。

「擦り切れるまで着ていただいて、なお、お客様がその商品に満足している——ここまで来なければ、販売が完了したとは考えられません。私たちにとっては、完全に満足できないからといって返品してくるお客様も、とても貴重な存在なのです。私たちが何より避けた

いのは、お客様が「不満を抱き続けること」なのですから」という一文を顧客にあてる経営姿勢は、対面販売ではない経営上のハンディを克服して余りあるメッセージといつてよい。顧客（利用者）を見失わないというシンプルな目的が、経営の原点となつてゐる。

顧客（利用者）をつくり出せ！

顧客（利用者）がおざなりにされる危険性をはらむのは、介護事業に限らず、いかなる事業の経営においても日常茶飯のことである。残念だが、「顧客（利用者）はどこにでもいる」と達観している事業者も少なくない。

東京がダメなら大阪があるさ。大阪がダメなら福岡があるさ。福岡がダメなら札幌があるさと、転々と事務所を

変える。あるいは、スーパーがうまくいかないでの、ディスカウントストアを始め。それもダメなので、飲食店、カラオケといろいろと商売をやってみる……。

うまくいかなかつた原因は、「あなたの店がなくても顧客（利用者）は困らない」という認識の欠如である。経営が顧客（利用者）のためになつていないから、

「私たちは、顧客（利用者）へのサービスによって彼らに恩恵をもたらしているものではない。顧客（利用者）が私たちにサービスする機会を与えることで、私たちに恩恵をもたらしているのである」といったシビアな認識をもてない事業者が少なからず存在する。

経営の目的は「顧客（利用者）をつくり出す」ことである（勘違いしないでほしいのは、それは「要介護等認定者」の出現を促しているわけではないことである）。

「経営とは？」がわかり、「生き（生）かして生き（活）きること」や、「経営は経営で生き（活）きること」が理解できる事業者は、自信を持つ経営の目的を掲げることができるだろう。このことがわからないと、経営の目的を導き出せず、「あなたの店がなくても顧客（利用者）は困らない」という理由で休業、閉鎖、廃業、倒産に追い込まれてしまうことになる