

入居者のための紹介事業の 実態調査報告書

2013年5月11日

高齢者住宅経営者連絡協議会
The Council of Senior Housing Industry Executives

目 次

高齢者住宅経営者連絡協議会の設立の目的	1
紹介事業の実態調査の概要	1
1. 委員会設立の背景と目的	
2. 実態調査の方法	
3. 入居者のための紹介事業の実態調査委員会委員	
4. 委員会スケジュール	
調査の内容と結果	
1. 紹介事業の実態調査アンケート	3
(1) 概要	
(2) アンケート結果	
() 紹介事業の事態調査アンケート(対象:高経協会員)	4
() 紹介事業の実態調査アンケート(対象:紹介事業者)	19
2. 厚生労働省・国土交通省への照会	30
(1) 概要	
(2) 照会結果	
考察	
1. アンケート結果からの示唆	35
(1) アンケート回答数	
(2) 紹介料の価格帯	
(3) 上乗せキャンペーン	
(4) 満足度	
(5) 両事業者の関係	
(6) 取引条件	
(7) トラブル	
2. 照会結果からの示唆	40
3. 高齢者住宅の運営事業者が入居紹介を受ける際に留意すべき事項	40
(1) 基本的な取組み方	
(2) 具体的な留意事項	
4. まとめ	44
巻末資料	46
高齢者住宅経営者連絡協議会 会員名簿	60

高齢者住宅経営者連絡協議会の設立の目的

高齢者住宅経営者連絡協議会（以下、高経協）は、高齢者住宅業界全体の発展を目指して、2010年4月に設立された任意団体である。

広く高齢者住宅の経営に携わる者が集い、高齢者住宅業界の発展の課題となる事項の改善のための協議を行い、将来を見越した政策提言を行うことで、終身にわたり尊厳のある暮らしを支え、良質な高齢者の住まいの場を提供することによって国民生活の向上に寄与することを目的とする。

2013年5月11日現在、51団体（株式会社45社、社会福祉法人4法人、医療法人2法人）が加盟している。

紹介事業の実態調査の概要

1. 委員会設立の背景と目的

高齢者住宅運営事業者（以下、「運営事業者」という）にとって、安定した施設経営をするためにも入居者の確保は欠かせない課題である。

運営事業者は自社で広告宣伝を行い、顧客獲得の活動を行っているが、近年、運営事業者に入居検討者を紹介する紹介事業者（以下、「紹介事業者」という）が増えてきており、こうした紹介事業者に入居検討者の紹介などを委託する運営事業者も少なくない。

運営事業者は紹介事業者と業務上密接な関係にありながら、一方で、紹介事業の実態が的確に把握されていない状況であった。

そこで、本協議会では「高齢者住宅に関わる紹介事業は入居者のために存在すべきである」という公平な観点から、入居者のための紹介事業の実態調査委員会（以下、「本委員会」という）を発足した。そして、運営事業者と紹介事業者がより良い関係を構築することを目指して、紹介事業の実態調査を行なうこととした。

2. 実態調査の方法

本委員会は、上記の目的を達成するために、下記の方法で調査を行った。

- (1) 運営事業者を対象とする「紹介事業の実態調査アンケート」の実施
- (2) 紹介事業者を対象とする「紹介事業の実態調査アンケート」の実施
- (3) 厚生労働省と国土交通省に対する紹介事業に関する照会の実施

なお、アンケート(1)(2)は、運営事業者と紹介事業者の意見の相違を明確に分析するため、回答結果を比較検証できる対称的な質問構成とした。

3. 入居者のための紹介事業の事態調査委員会委員

福元 均 : 株式会社木下の介護 取締役常務
 木村 暎美子 : 株式会社サンライズ・ヴィラ 営業本部長
 田村 明孝 : 株式会社タムラプランニング&オペレーティング 代表取締役
 森野 佳織 : 株式会社ツクイ 取締役執行役員
 田中 康夫 : 株式会社東急イーライフデザイン 代表取締役社長
 佐伯 智 : 東宝サポートライフ株式会社 専務取締役
 寺尾 勇一 : トラストガーデン株式会社 取締役
 竹内 等 : 平和ヘルスケア株式会社 常務取締役

(団体名 50 音順 / : 委員長、 : 副委員長)

4. 委員会スケジュール

2012年 8月10日(金)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者住宅経営者連絡協議会役員会にて、入居者のための紹介事業の実態調査委員会の設置を決定 ・ 第13回高齢者住宅経営者連絡協議会定例会議にて、委員会の設置及び選出委員を報告
9月21日(金)	第1回委員会
10月30日(火)	第2回委員会
11月21日(水)	第3回委員会
12月26日(水)	第4回委員会
2013年 2月7日(木)	第5回委員会
3月6日(水)	第6回委員会
3月26日(火)	第7回委員会
4月2日(火)	第8回委員会
4月5日(金)	役員会に素案報告
4月15日(水)	第9回委員会
5月7日(火)	第10回委員会
5月11日(土)	提言書とりまとめ

調査の内容と結果

1. 紹介事業の実態調査アンケート

(1) 概要

() 運営事業者を対象とするアンケート

〔アンケート実施期間〕

平成 25 年 1 月 9 日～平成 25 年 2 月 13 日

〔対象企業数〕

アンケート実施期間に高経協に所属する会員企業 全 55 社
うち運営に携わっている企業 50 社に対してアンケート送付

〔回答企業数〕

45 社（運営していない事業者 5 社を除いた回答率 90%）

() 紹介事業者を対象とするアンケート

〔アンケート実施期間〕

平成 25 年 1 月 8 日～平成 25 年 2 月 15 日

〔対象企業数〕

本委員会でアンケート送付先住所を確認できた紹介事業者 76 社

〔回答企業数〕

15 社（回答率 19.7%）

(2) アンケート結果

次ページ以降にアンケート回答結果をまとめる。本文中の図表についてはすべて「高齢者住宅経営者連絡協議会作成」である。

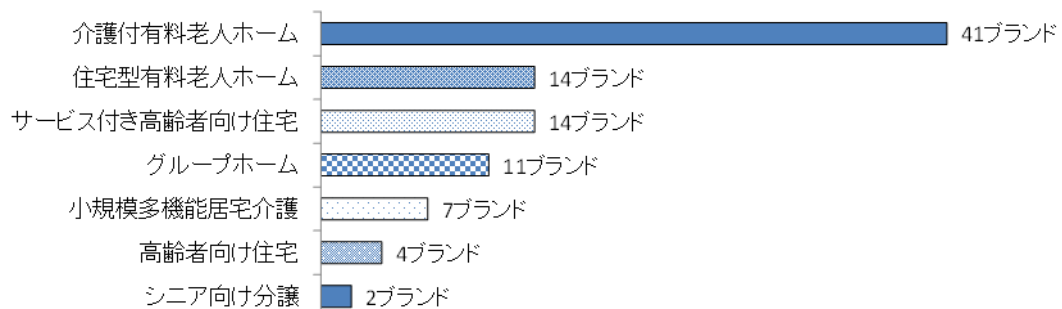
() 紹介事業の実態調査アンケート結果 (対象：高齢者住宅経営者連絡協議会
会員)

会員企業の施設情報

回答企業 45 社

1 施設ブランドの累計 (複数選択可)

「介護付有料老人ホーム」が 41 ブランドと最も多く、「住宅型」及びサ付住が 14
ブランドずつと続く。「シニア向け分譲」も 2 ブランドある。



2 施設数

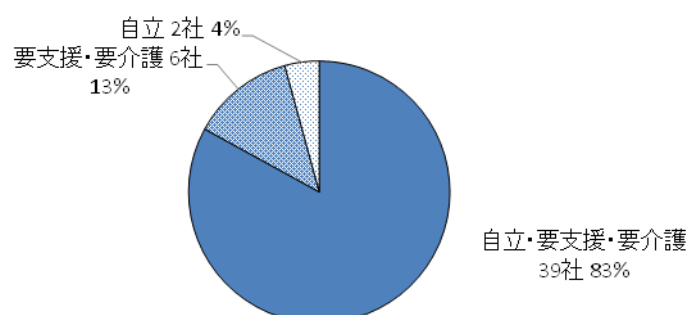
合計 928 棟

3 全戸数

合計 50,386 戸

4 施設の入居要件 (複数選択可)

入居要件としては「自立・要支援・要介護」が 39 社・83%を占める。次いで「要支
援・要介護」6 社・13%を占める。



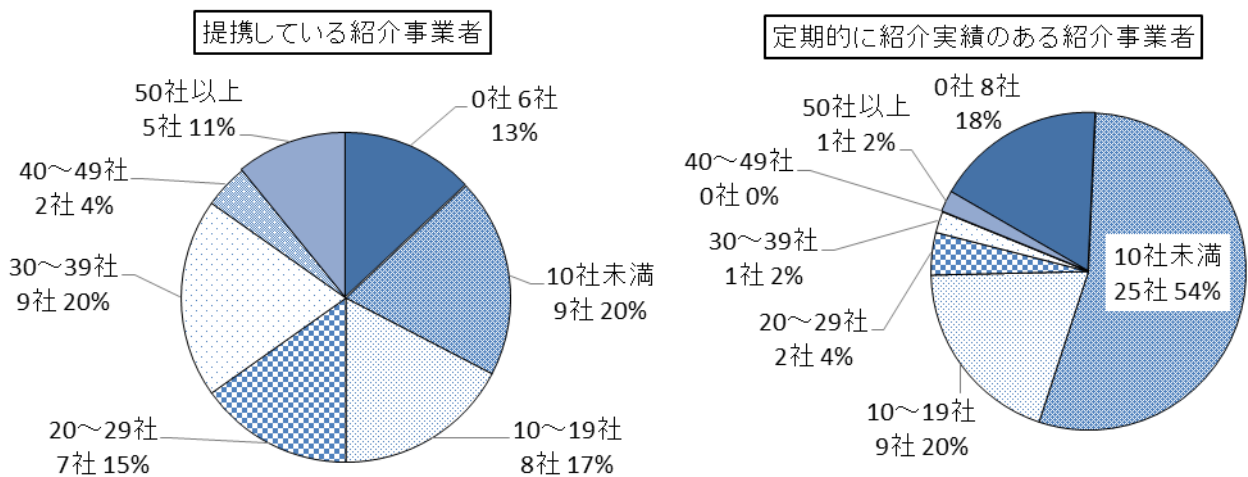
紹介事業者との提携状況に関する事項

1 & 2 提携紹介事業者及び定期的に紹介実績のある紹介事業者

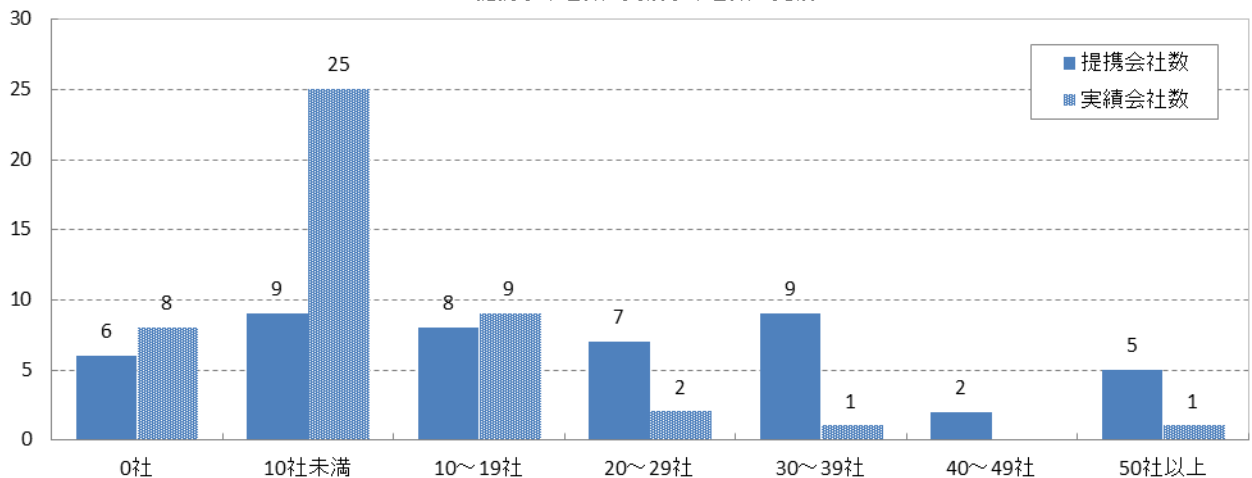
提携紹介事業者数は、「30～39社」と「10社未満」が9社・20%ずつと最も多い。次いで「10～19社」が8社・17%ある。「50社以上」も5社・11%あるが、逆に「0社」も6社・13%ある。

ただし、定期的に紹介実績のある紹介事業者は「10社未満」の25社・54%が最も多く、「10～19社」が9社・20%と次ぐ。

提携事業者数は、0から30社台まで幅広く分布しているが、定期的な紹介実績のある紹介会社は、10社未満に集中している。運営事業者から見て、提携はしているものの、定期的な紹介実績が無い紹介事業者が少なくないと言える。

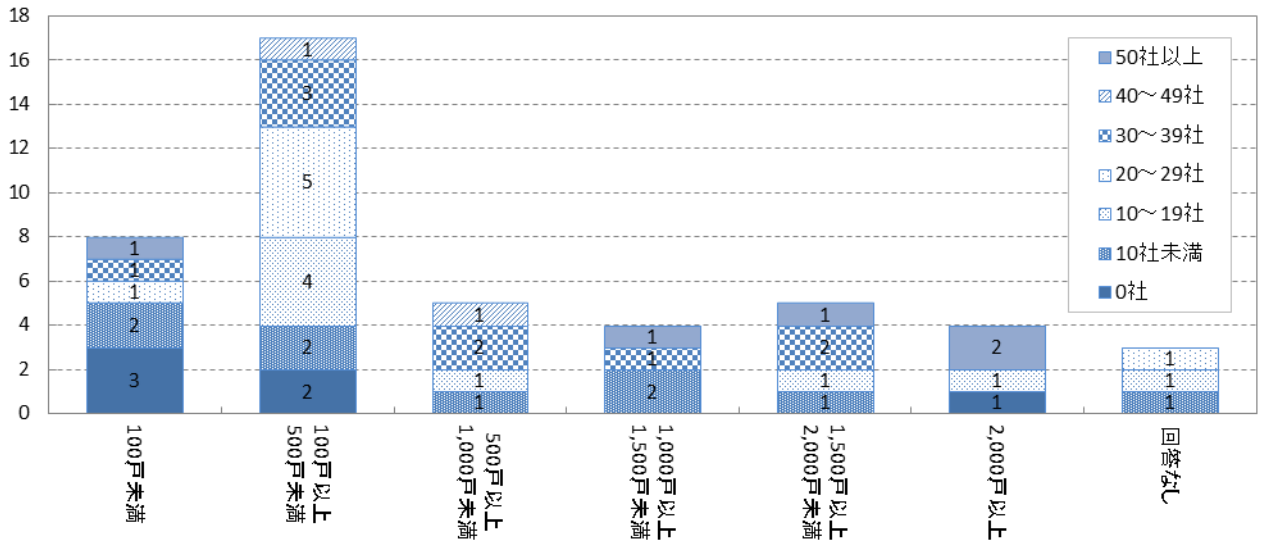


提携事業者数と実績事業者数の比較

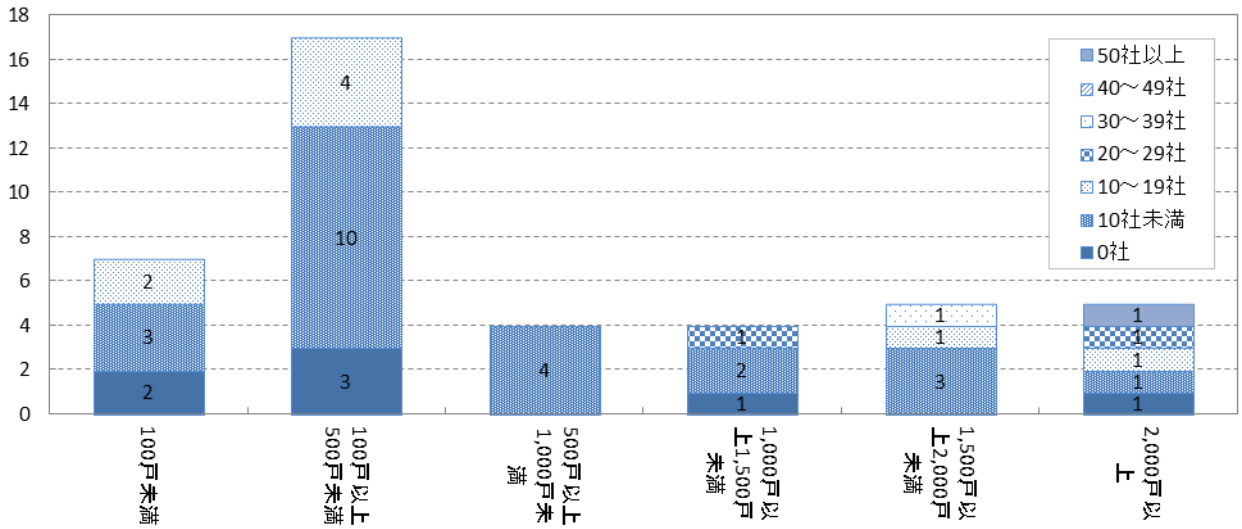


ブランド・戸数合計別の提携紹介事業者数は、明確な傾向が見られず、運営戸数が多い大規模事業者であるからと言って、提携事業者数が多いといった特徴は見られない。ブランド・戸数合計別の実績紹介事業者数も同様であり、事業規模との関連は薄い。

ブランド・戸数合計別 提携紹介事業者数

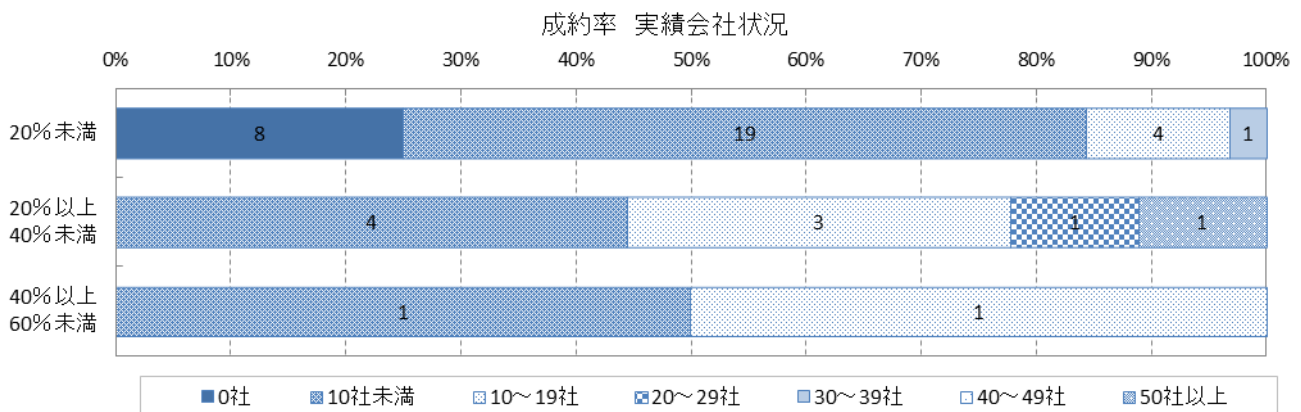
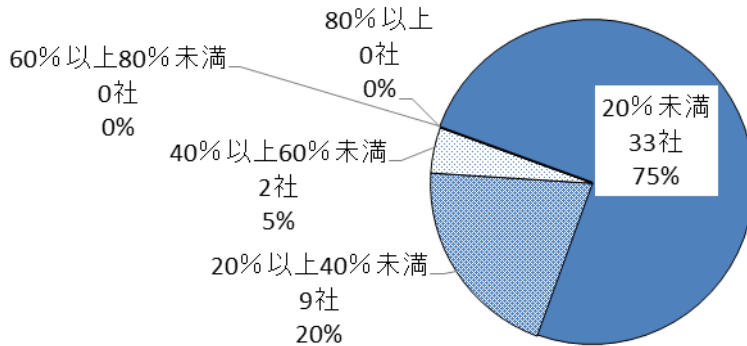


ブランド・戸数合計別 実績会社数



3 過去1年間の総成約件数のうち、紹介事業者を通しての成約件数の割合

「20%未満」が33社・75%と最も多い。次いで「20%以上40%未満」が9社・20%となっている。紹介事業者を通しての成約が20%以上の場合であっても、紹介実績会社数が「10社未満」が4割～5割を占めている。

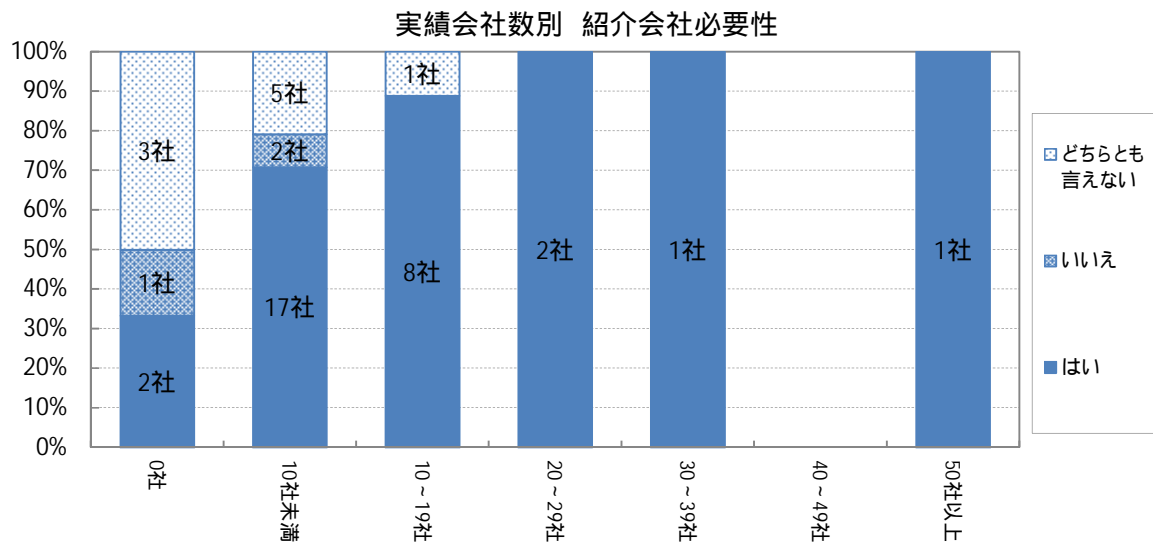


4 紹介事業者の存在は必要だと思いますか。

紹介事業者の必要性を認めている運営事業者が32社・68%を占め、認めていない事業者は3社に留まる。

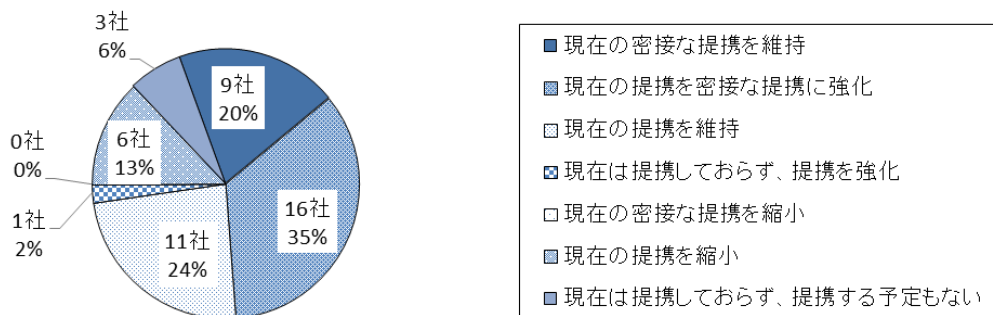
紹介実績を有する紹介会社を多く持つ運営事業者ほど、必要性を認めており、紹介実績会社数20社以上の場合では、回答した全ての運営事業者が必要と回答している。





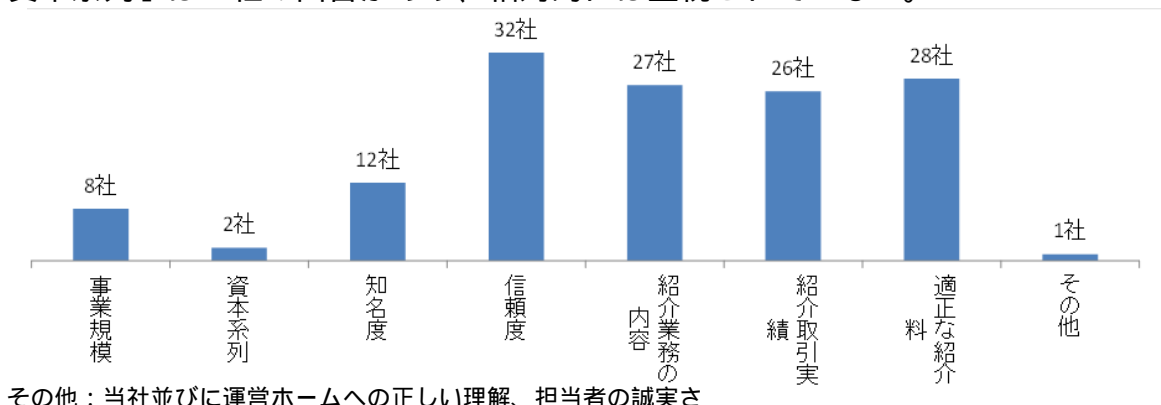
5 紹介事業者との今後の連携方針

今後の連携方針については「現在の連携を密接な連携に強化」が16社・35%と最も多い。次いで「現在の連携を維持」が11社・24%となっている。「現在の密接な連携を維持」も9社・20%あり、施設運営事業者側は概ね現在の連携状況に満足し、今後も活用する意向が見て取れる。しかし一方で6社・13%が連携を縮小するとしている。



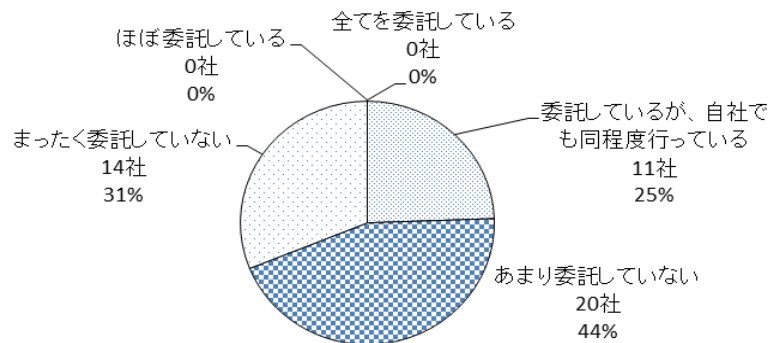
6 提携会社の選定条件（複数選択可）

選定条件は「信頼度」が32社と最も多い。「紹介業務の内容」や「紹介実績」「適切な紹介料」も26社～28社の回答があるなど重視されている。「事業規模」は8社、「資本系列」は2社の回答があり、相対的には重視されていない。



7 紹介事業者に委託している度合い

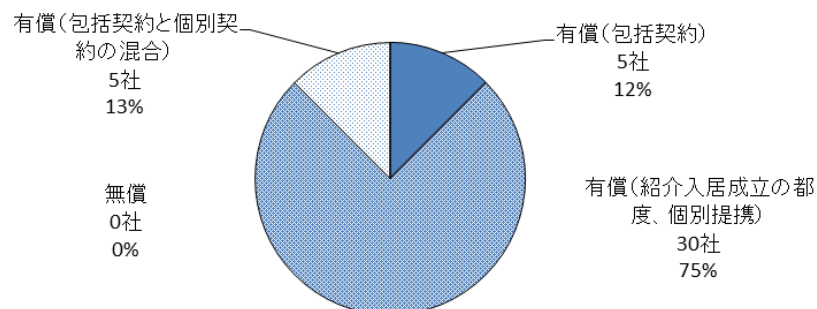
「全てを委託している」運営事業者は無く、「あまり委託していない」が20社・44%、次いで「まったく委託していない」が14社・31%と広報・営業活動の委託については、消極的である。



紹介事業者との契約内容に関する事項

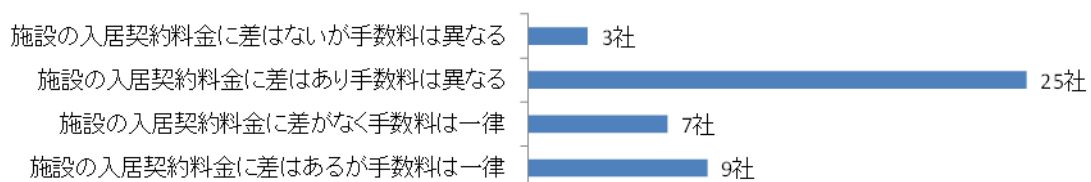
1 紹介事業者との提携形態

提携形態については、回答全社が有償としており、「紹介入居成立の都度、個別提携」が30社・75%と最も多い。包括契約及びそれとの混合については、合わせて10社・25%となっている。



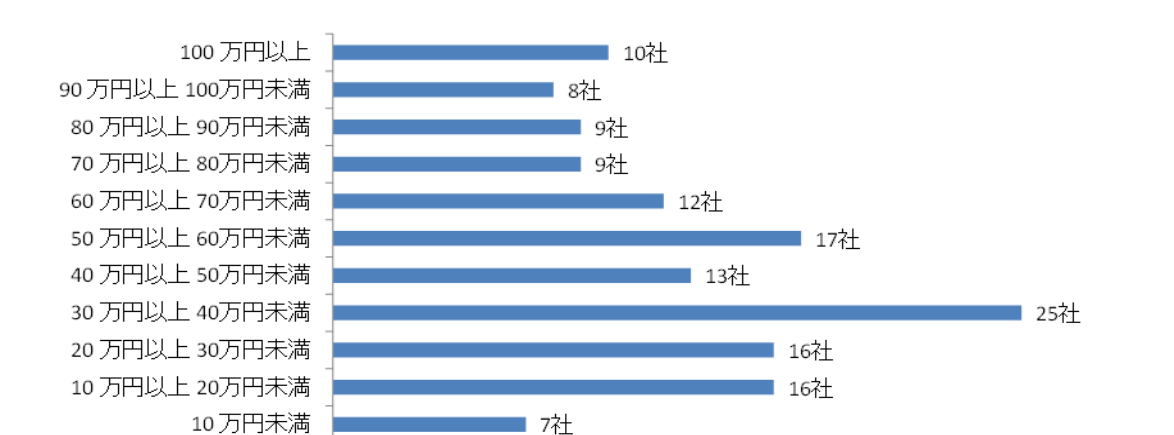
2 紹介手数料の設定(複数選択可)

「入居契約金に差はあり手数料は異なる」が25社と最も多い。運営施設の入居金設定が異なることや開設時期・入居状況に応じて、異なる手数料が設定されていることを反映している。



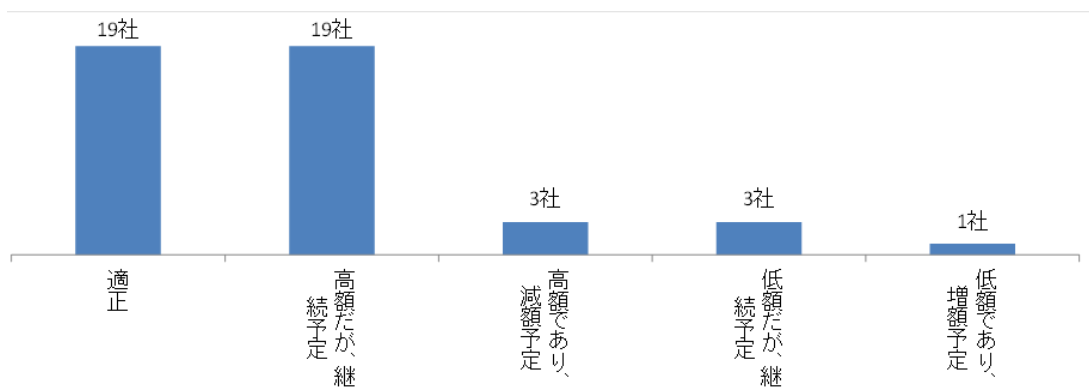
3 紹介料の金額(複数選択可)

紹介料の金額は、幅広く設定されているが、「30万円以上40万円未満」が25社と最も多い。「50万円以上60万円未満」が17社、「10万円以上20万円未満」「20万円以上30万円未満」が16社とそれに次ぐ。「10万円未満」は7社と少ない。



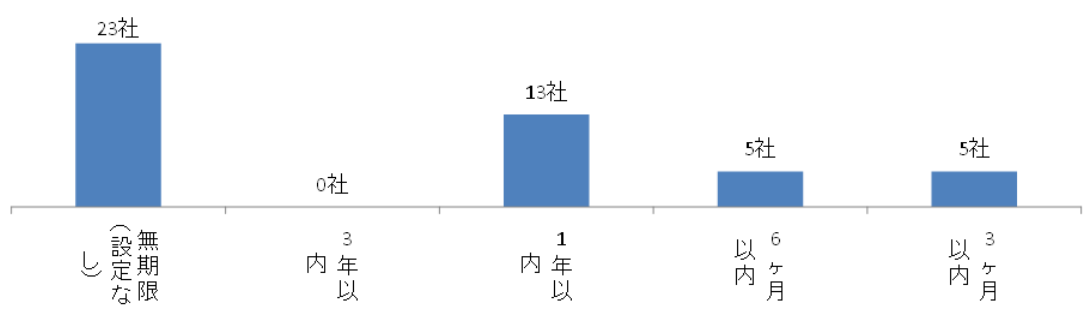
4 紹介料の金額の妥当性(複数選択可)

金額の妥当性については、「適正」及び「高額だが、継続予定」が19社と並ぶ。現在の紹介料が低額と考えている運営事業者は3社及び1社と少ない。



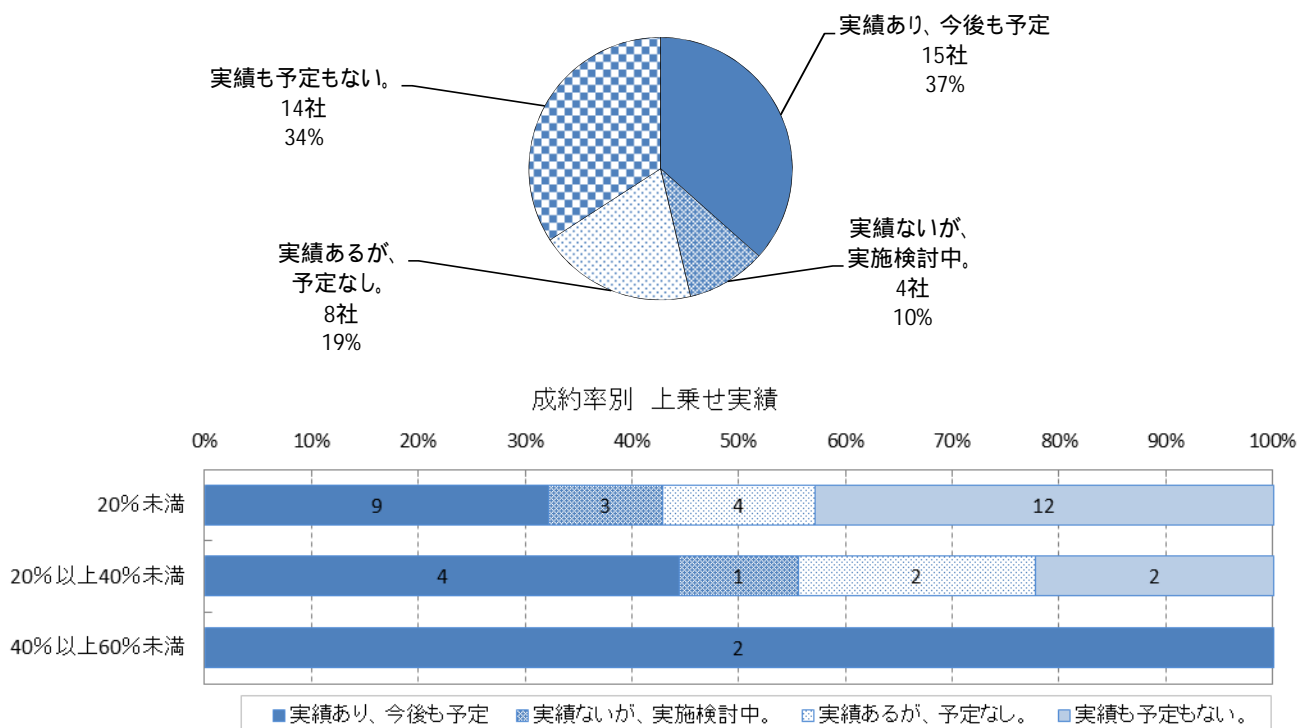
5 紹介情報の有効期限(複数選択可)

紹介情報の有効期限は、「無期限(設定なし)」が23社と最も多い。次いで「1年以内」が13社、「6ヶ月以内」「3ヶ月以内」が5社となっている。



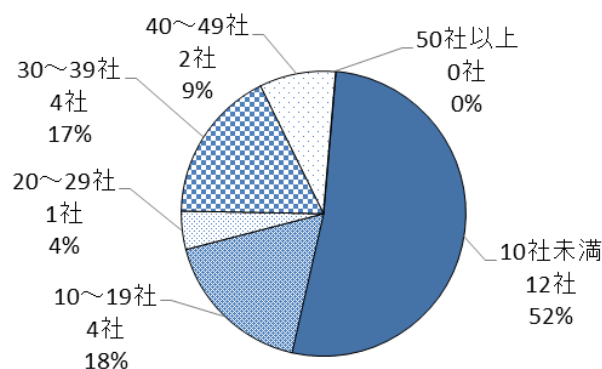
6 紹介料の上乗せキャンペーンの実績

一定の期間を設けその期間に紹介が成立する紹介料を上乗せして支払うことを上乗せキャンペーンと称している。23社・56%が上乗せキャンペーンの実績を持っている。うち今後も予定しているのは15社・37%である。22社・53%は上乗せキャンペーンの予定を持っていない。成約実績割合の高いほど、上乗せキャンペーンに積極的であり、成約実績割合が20%未満では9社・32%が「実績あり、今後も予定」であるが、20%以上40%未満では4社・32%が「実績あり、今後も予定」であるが、20%以上40%未満では4社・44%にまで割合が増えている。



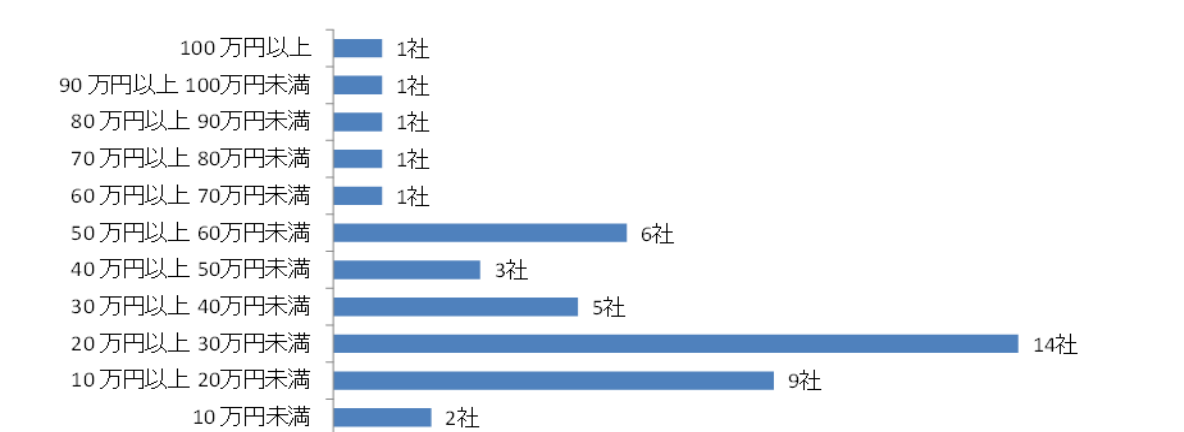
7 キャンペーンを実施した紹介事業者の数

上乗せキャンペーンを実施した紹介事業者数は「10社未満」が12社・52%と最も多い。



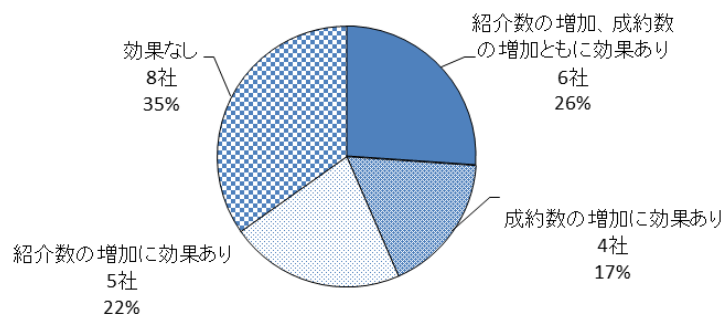
8 上乗せした金額(複数選択可)

上乗せ金額は「20万円以上30万円未満」が14社と最も多く、次いで「10万円以上20万円未満」が9社となっている。



9 キャンペーンの効果

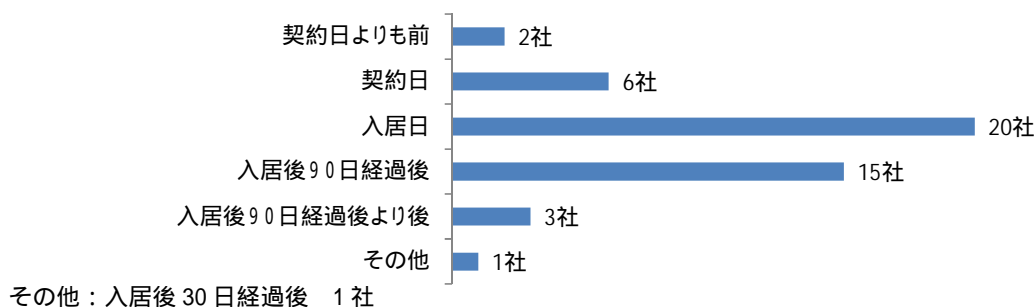
上乗せキャンペーンについては、15社・65%が紹介数や成約数に増加があったとしている。ただし、「効果なし」も8社・35%あり、その成果には幅が見られる。



10 紹介料の発生日(複数選択可)

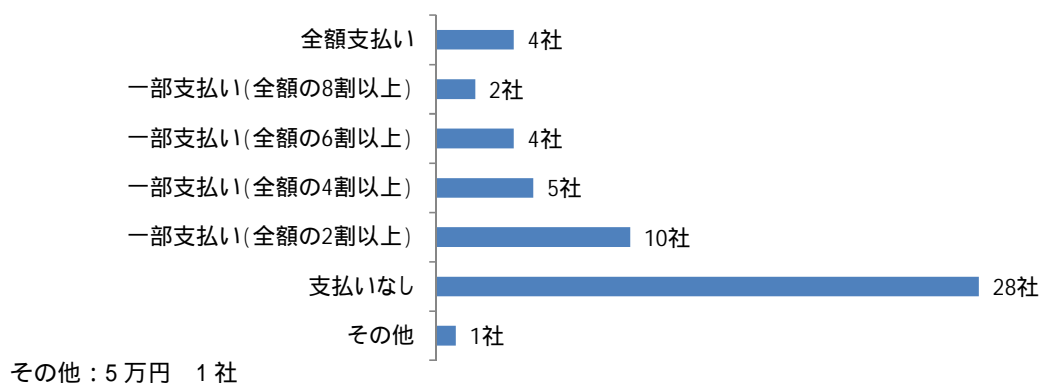
「入居日」が20社と最も多い。次いで「入居後90日経過後」が15社となっている。「契約日」は6社と少なく、運営事業者としては実際の入居が始まってから紹介料が発生するものと意識していると言える。

90日以内の退去は入居一時金を全部返還するものと定められている



1 1 90日退去における紹介料の取り扱い(複数選択可)

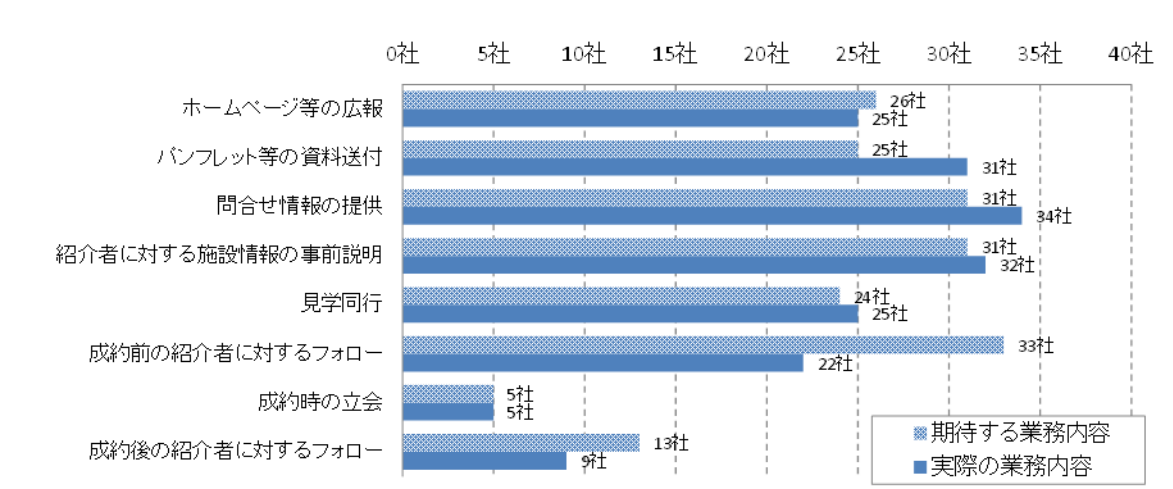
入居後90日以内に退去した場合については、紹介料の「支払なし」が28社と最も多い。次いで2割支払いが10社となっている。運営事業者としては、長期入居に繋がらなかった入居者の紹介情報の価値は低く見られていると言える。



紹介事業者の紹介方法に関する事項

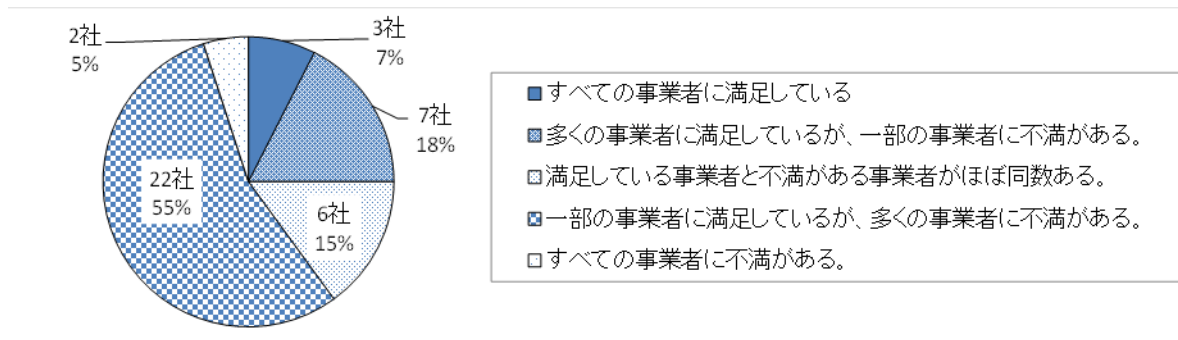
1 & 2 紹介事業者に期待する業務内容及び実際の業務内容(複数選択可)

紹介事業者への業務内容としては、「問い合わせ情報の提供」や「紹介者に対する施設情報の事前説明」について、30社以上が期待していると回答しており、実際にも行われている。「パンフレット等の送付」は25社が期待しており、31社で業務としているなど、紹介事業者が期待以上に活動していると言える。ただし、「成約前の紹介者に対するフォロー」は、33社が期待しているのに対し、実際の業務は22社に留まるなど、ギャップが生じている。



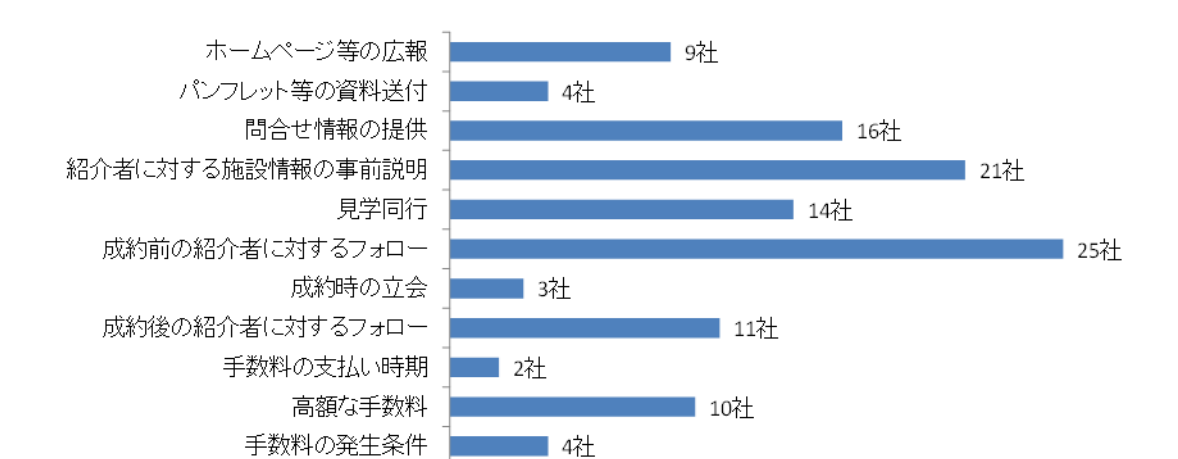
3 紹介事業者の業務内容に対する満足度

22社・55%が「一部事業者に満足、多くの事業者に不満」と回答しており、紹介事業者の必要性は認識し、料金も妥当と考えている運営事業者が多いが、不満も少なくない状況と言える。



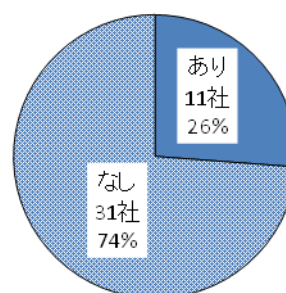
4 紹介事業者の満足していない業務内容(複数選択可)

満足していない点として、期待と実際の業務でもギャップがあった「成約前の紹介者に対するフォロー」が25社と最も多い。次いで、「紹介者に対する施設情報の事前説明」が21社となっている。事前説明は紹介会社が実際の業務として行っていたところが多いにもかかわらず、不満も多い結果となっている。



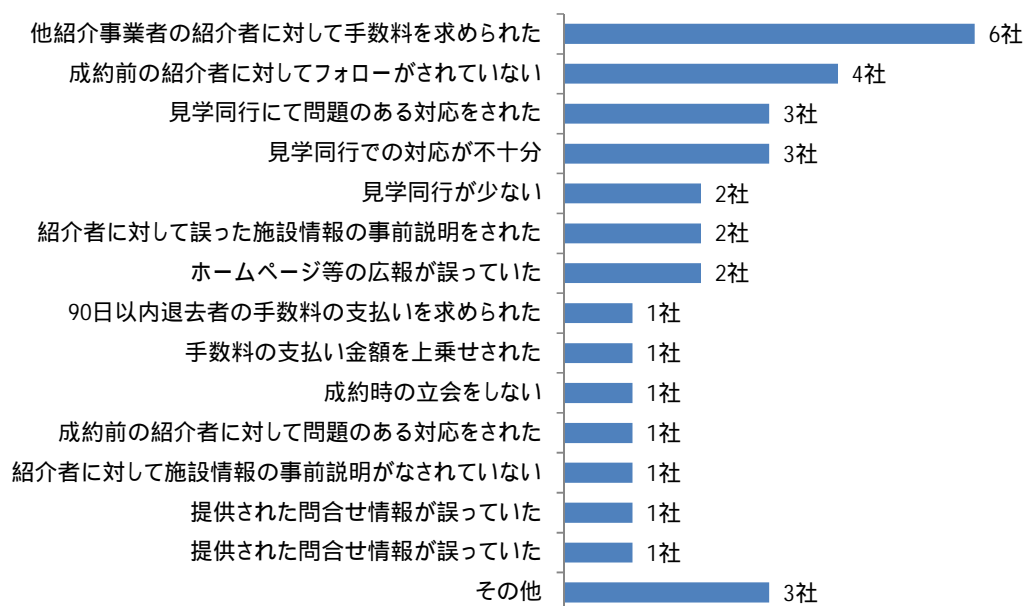
5 紹介事業者とのトラブルの有無

31社・74%がなし、11社・26%がありと回答している。



6 トラブルの種類(複数選択可)

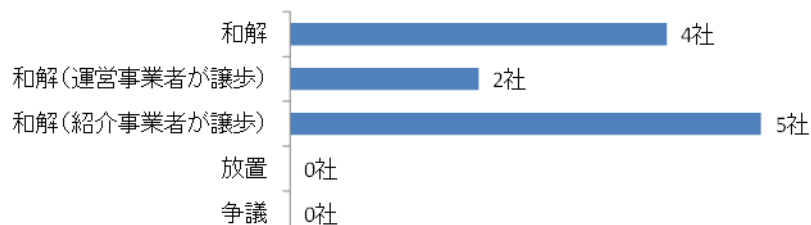
「他紹介事業者の紹介者に対して手数料を求められた」が6社と最も多く、次いで「成約前の紹介者に対してフォローがなされていない」が4社となっている。複数の紹介会社から重複して紹介情報を受けた場合のルールや慣例が整備されていないことが、トラブルの一端とも言える。



その他：上記に当てはまる項目はいくつもありますが、大きなトラブルになったことはない
紹介していない方の紹介を報告してきたこと
事業継承する前の契約内容と継承後の契約内容に違いがあり、手数料金額でトラブルが生じた

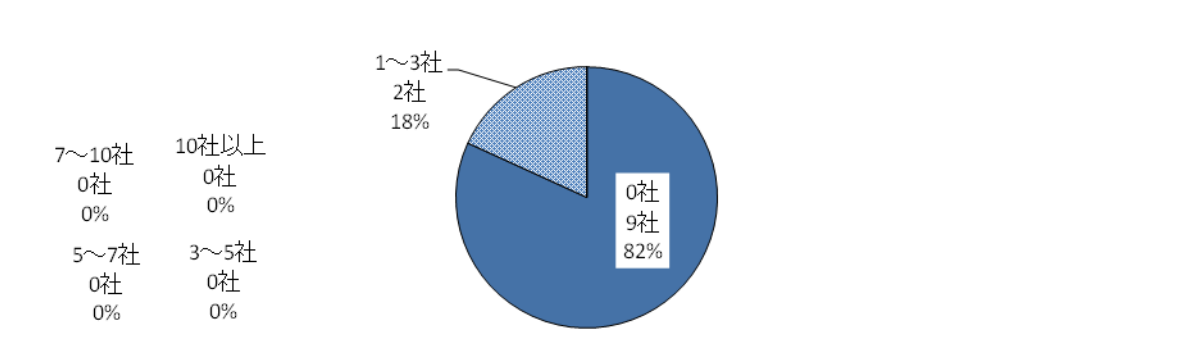
7 トラブルの主な解決方法について、該当する項目をすべて選択してください。 (複数回答可)

「紹介事業者が譲歩」が5社と最も多く、「和解」は4社とそれに次ぐ。



8 トラブルの結果、取引を中止した紹介事業者の数

トラブルにより取引を中止した紹介事業者はほとんど無く、「1～3社」とした回答が2社あったのみである。トラブルの主な解決方法が、「紹介事業者が譲歩」するケースが多いことも、取引中止に繋がりづらい一因と考えられる。



紹介事業者への要望

1	成約に至らなかった経緯、理由などあれば教えて欲しい。
2	紹介事業は、今後益々重要な位置づけになるものと個人的には思っています。信頼を得られる業界にするためには、それ相応のルールが必要だと思いますが、現状は、それが全く整備されていない状況であります。業界としてルールを定め、本来の目的である、ご利用者様のニーズに合わせた施設をプロ意識を持って紹介してもらえる業界になっていただきたいと思えます。
3	一般的に既に介護が必要な方を主要顧客としているので仕方ないとは思いますが、自立型ホームに対する理解度が足りず、ホームの特徴を十分に知らない業者が多いです。 もう少し元気な内から高齢者向けホームに入居するメリットをお伝えし、自宅から高齢者住宅へ移り住む啓蒙をして頂ければと思います。
4	より有効（契約に結びつく）な紹介をいただきたい。
5	お客様に施設紹介される際、既に他の紹介センターを利用して、当該施設の紹介を受けているかを確認し、受けているのであればその旨を施設に伝えて欲しい。 お客様に施設紹介される際、既に紹介予定のホームに事前にお客様自身でコンタクト（電話相談・見学等）を取られているかを確認して欲しい。
6	ネットの情報のみで紹介料を徴収するのは問題である。見学まで進めて徴収とすべき。
7	情報提供のみで紹介料を発生するのは問題。見学の決定まで責任が必要。
8	紹介者へ提供する各施設の情報を正しく把握し、正確に伝えているのかが不明なケースがあるので、ちゃんと勉強してほしい。
9	有効期限の設定
10	紹介手数料をつり上げるような動きはやめて欲しい。入居プランによっては減額しないと事業者側はやっていけないと思う。 業界として検討者からの適正な手数料の設定により、検討者からも”責任を持った紹介”と思える業務スキームが必要と思う。
11	異業種からの参入が多く、専門知識をもつプロが少ない（特にウェブ系から対人相談室を開設する場合）。これ以上の乱立は避け、規制や業界基準を設けることが望ましい。検討者に混乱を招くことになる。
12	実際のサービスとかけ離れた説明を控えるようにしてほしい。一度でも良いので、紹介事業者自ら施設見学をした後に、お客様への案内をして欲しい。
13	紹介事業者によって異なりますが、相談員のスキルが低く、対象者の状況を聞き取れていないケースが多々あります。また、見学の誘致をしてきた際に、その方にとって最適の施設をご提案しての事なのか、疑問に思う事があります。

14	機械的な「紹介」に終始している事業者が多いのが実情であり、もっとニュートラルな立場を活かした営業支援、ホームの運営実態をより理解した丁寧な顧客への説明を期待する。
15	施設の増加と共に紹介事業者も急増しており、その個々の事業者レベルは相当に格差を感じております。お客様への紹介業として看板を掲げているという意識を持って、サービスの質の向上と専門知識の研鑽を行って頂き、業界のクオリティを上げて頂きたいと思っております。事業者も認定制度等があると更にお客様も安心できると感じます。
16	資料手渡し後・送付後のフォロー・報告が不十分であり、見学にも同行しないケースがある。 そのため、紹介料支払いの対価が明確でないケースがある。
17	一時金のない契約に関する紹介手数料の基準がない。

その他（上記回答に関する補足など）

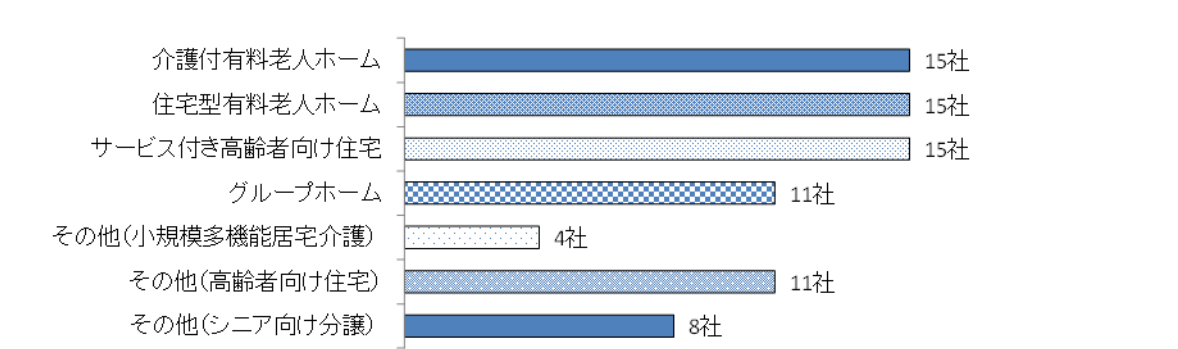
1	主な業務である入居者紹介はもちろんですが、第三者としての意見をフィードバックしてもらえることが非常にありがたいです。
2	当社施設は開設から10年以上経過したが、紹介事業者からの入居者は4件に留まっている。
3	現在、企画中の介護住宅が開設する際には、紹介事業者との契約を予定している。
4	弊社は、紹介事業の実績に乏しく、アンケートの該当項目も不適切な箇所が多かった。
5	高専賃（サ付）に対する手数料の妥当性（宅建業法との関係：賃貸住宅は賃料1ヶ月）を議論して欲しい。他の紹介事業者から同じ顧客を紹介されることがあった。専任媒介のように事業者と顧客と契約関係が明確に出来ないか。
6	高齢者住宅、ホームの運営事業者やグループ会社が紹介事業を行うのは如何なものでしょうか。以前は資本関係や人的関係がある場合は紹介業を避けるべき、という指導があったと思っております。
7	直営施設と受託施設の運営を行っておりますが、特に受託施設は事業主が営業活動を行っており、直営施設も受託施設からの移り住みによる入居者が大半であります。受託施設も紹介会社の活用は行っていないため上記回答については、直営施設の一般外部からの入居者獲得のために1社と提携している状況であり、大きな効果はないのが現状です。上記回答は紹介業者提携当初における活動の回答です。宜しく申し上げます。
8	現在取り引きがない為、十分な回答はできておりませんがご了承下さい。
9	-5：契約期間は1年だが、原則的に自動更新 -11：過去に事例がないため、回答せず

() 紹介事業の実態調査アンケート結果 (対象：紹介事業者)

主に扱っている施設・事業形態

1 施設ブランドの累計 (複数選択可)

介護付・住宅型有料老人ホーム及びサ付住については回答した全社が紹介先として扱っており、グループホームやその他の高齢者向け住宅も 11 社が扱っている。シニア向け分譲等については 8 社となっている。小規模多機能居宅介護も 4 社が対象としている。



サービス付き高齢者向け住宅で、かつ、有料老人ホームの場合、有料老人ホームとして集計。

2 施設の入居要件(複数選択可)

紹介対象の入居要件については、回答全社とも「自立・要支援・要介護」であり、身体状況を問わず紹介を行っている。

自立・支援・要介護 15 社

3 価格帯

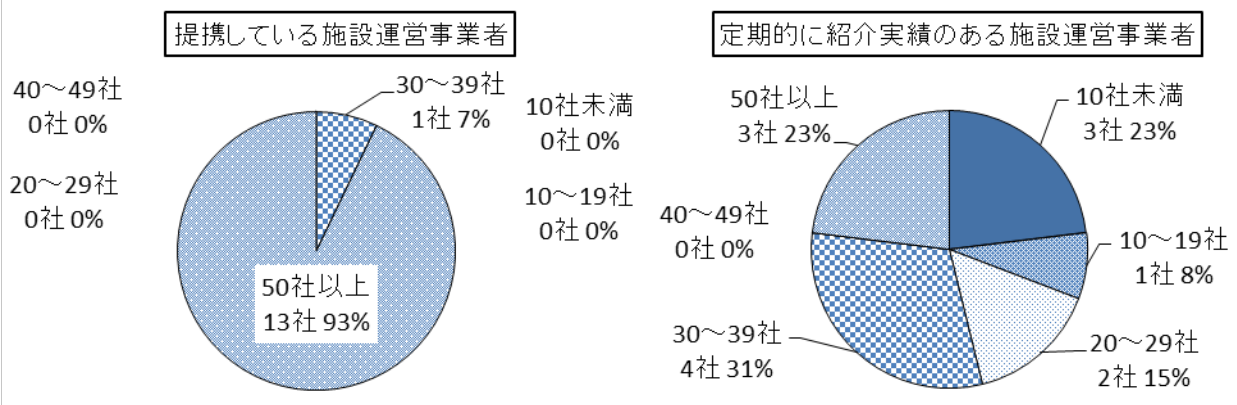
紹介対象の価格帯についても、回答全社とも「価格帯を問わない」としており、幅広く紹介を行っている。

問わない 15 社

紹介事業者との提携状況に関する事項

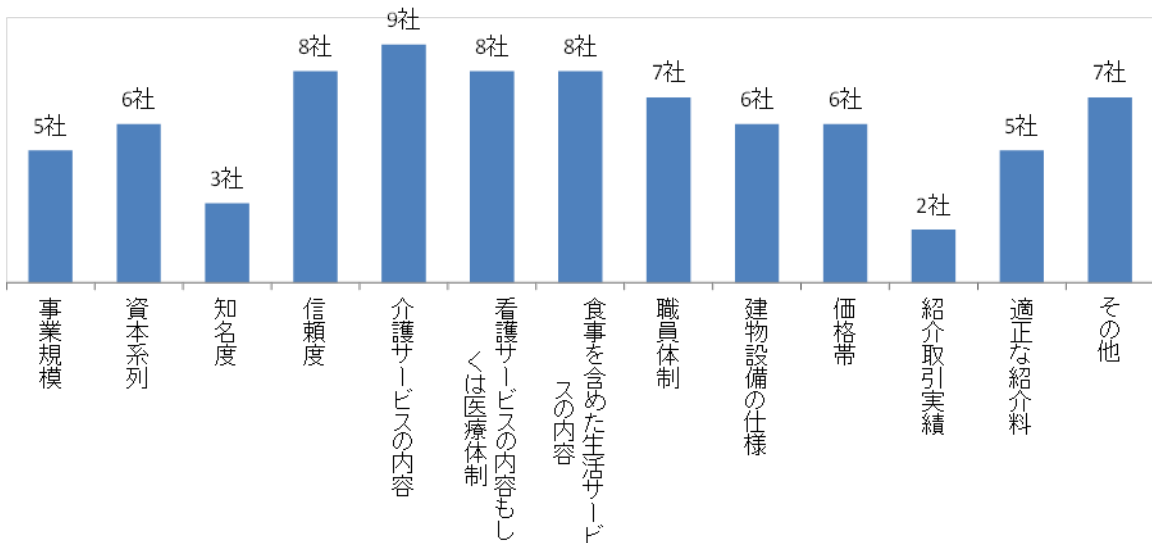
1 & 2 提携施設運営事業者及び定期的に実績のある施設運営事業者

提携している施設運営事業者数は13社・93%が「50社以上」と回答している。定期的に紹介実績のある施設運営事業者数は「30～39社」が4社・31%と最も多く、次いで「10社未満」及び「50社以上」が3社・23%ずつとなっている。提携事業者数は多いが、実際に定期的に万遍なく紹介を行っている会社は限られていると言える。



3 施設運営事業者と提携する際の選定条件(複数選択可)

総じて、介護をはじめとするサービスを重視する紹介会社が多く、「介護サービスの内容」が9社、次いで「看護サービス」「生活サービス」が8社となっている。「信頼度」も8社と多い。逆に「紹介取引実績」や「知名度」は2社及び3社と少ない。



その他

施設の立地条件。

法的に問題なければ社会資源として紹介先として提携している。

提供する際や提供後の対応、また、紹介に際して行うアンケートの内容により提携をしたとしても紹介数は変化しますし、結果その後の提携解除もあります。ご相談があった時に予算・介護内容にマッチする施設様に都度ご連絡し、提携をお願いしている。GH でも、提携していただけてもマッチすれば資料送付。紹介メールは送信する。

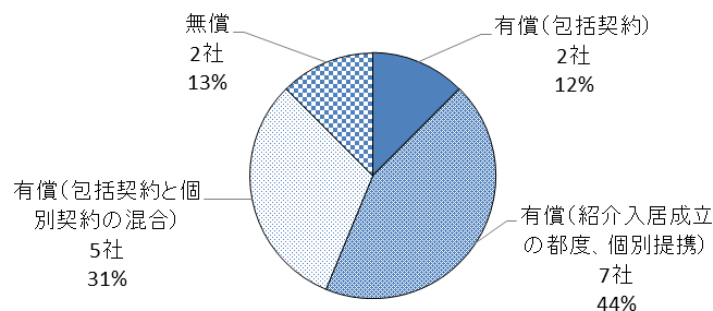
事業の透明性。経営者の事業方針。

介護事業全般への展開状況。考え方や理念。

施設運営事業者との提携状況に関する事項

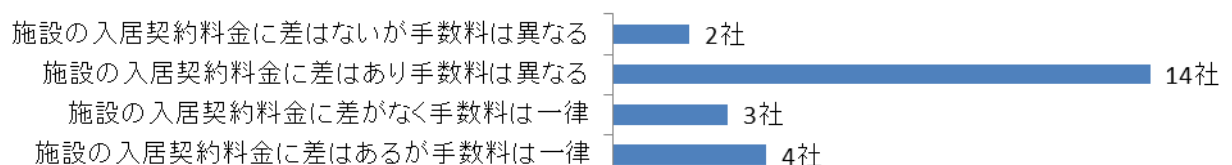
1 施設運営事業者との提携形態

「有償（紹介入居成立の都度、個別提携）」が7社と最も多く、次いで「有償（包括契約と個別契約の混合）」が5社となっている。「有償（包括契約）」も2社あり、ほとんどの紹介会社は施設運営事業者と有償にて提携しているが、2社のみ無償としている。



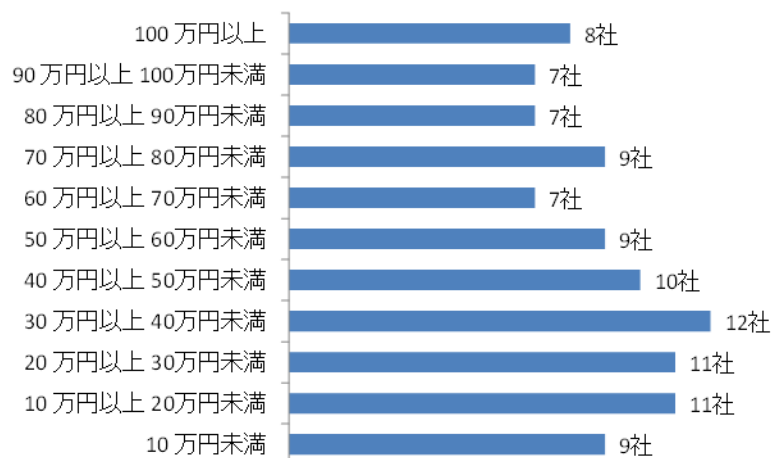
2 紹介手数料の設定(複数選択可)

「施設の入居契約料金に差はあり手数料が異なる」と14社が回答している。高齢者住宅の料金設定の幅広さが、紹介手数料にもある程度反映されている状況にあると言える。



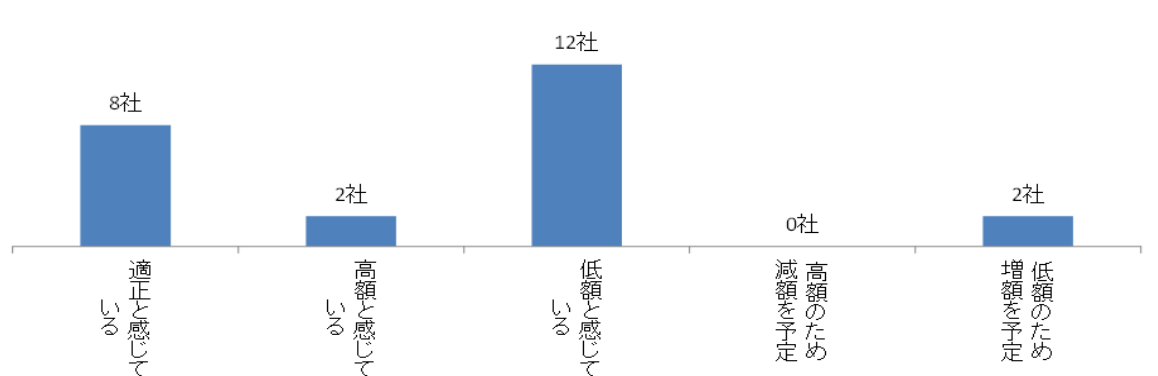
3 紹介料の金額(複数選択可)

紹介手数料の金額の回答も幅広く、どの価格帯においても7社以上の回答がある。10万円から50万円にかけてボリュームゾーンであり、10社以上の回答があるほか、「30万円以上40万円未満」が12社と最も多くなっている。



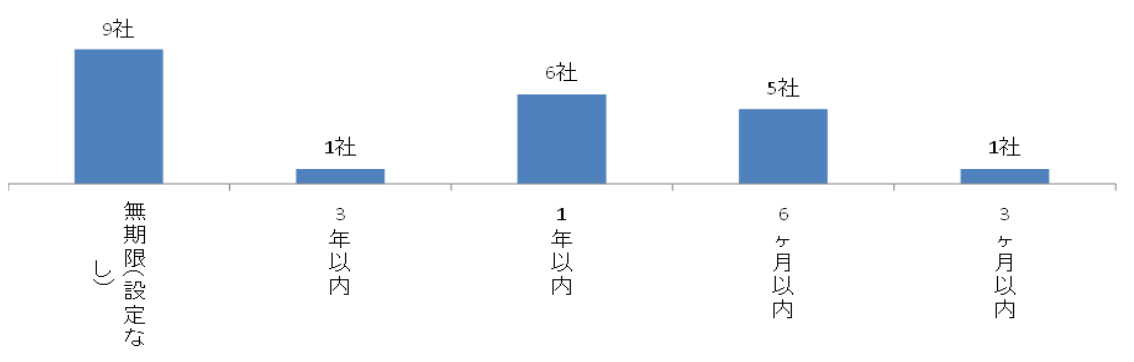
4 紹介料の金額の妥当性(複数選択可)

紹介料金額の妥当性については、「適正と感じている」は8社に留まり、「低額と感じている」との回答が最も多く12社となっている。ただし、「低額のため増額を予定」の回答も2社に留まり、紹介料の金額に不満を抱きつつも、金額改定への動きは小さい。



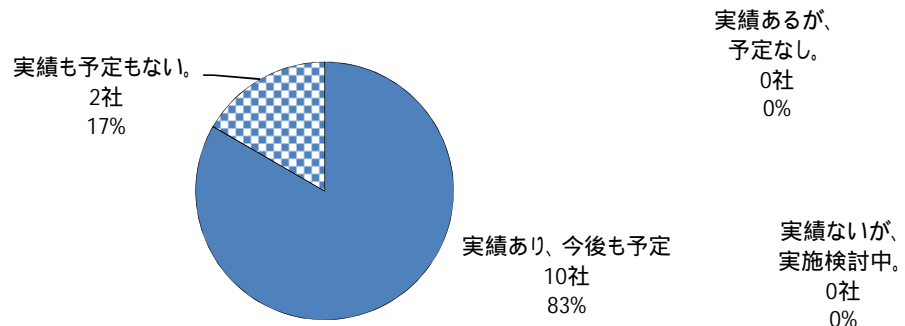
5 紹介情報の有効期限(複数選択可)

紹介情報の期限については、「無期限(設定なし)」が9社と最も多い。次いで「1年以内」が6社、「6ヶ月以内」が5社となっている。



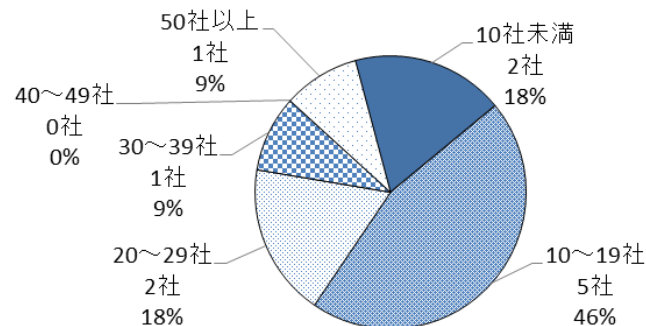
6 紹介料の上乗せキャンペーンの実績

紹介料の上乗せキャンペーンは10社・83%が「実績あり、今後も予定」と回答している。



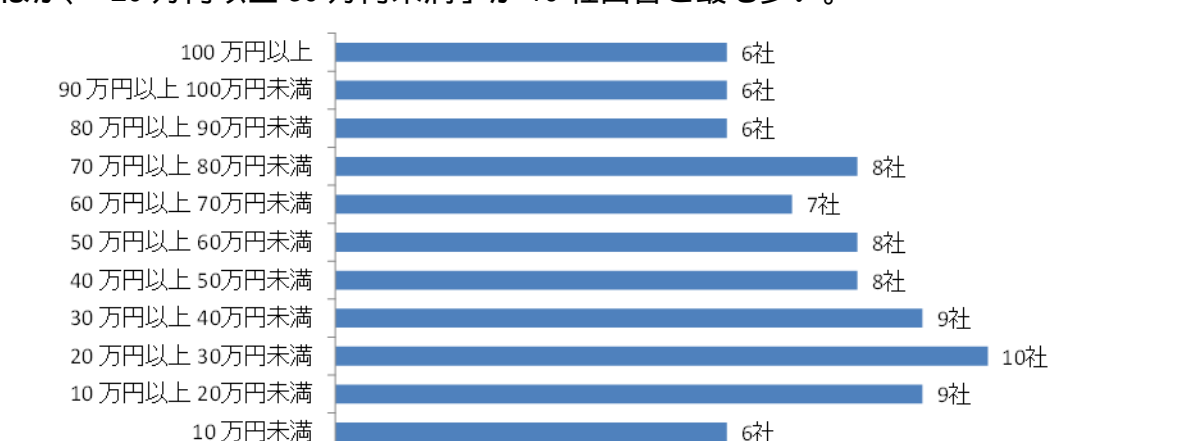
7 キャンペーンを実施した施設運営事業者の数

上乗せキャンペーンを実施した施設運営事業者数は、「10～19社」が5社・46%と最も多い。「50社以上」と回答した会社も1社あるが、提携事業者数よりもだいぶ少なく、キャンペーン対象事業者が限られていると言える。



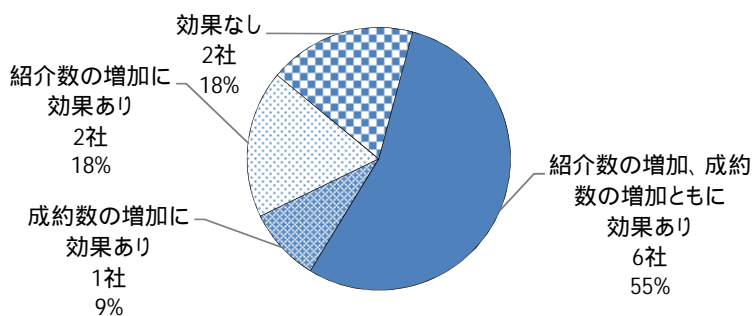
8 上乗せした金額(複数選択可)

紹介料の上乗せ金額については、全価格帯とも6社以上あり、幅広くなっている。10万円から40万円にかけてボリュームゾーンとなっており、9社以上の回答があるほか、「20万円以上30万円未満」が10社回答と最も多い。



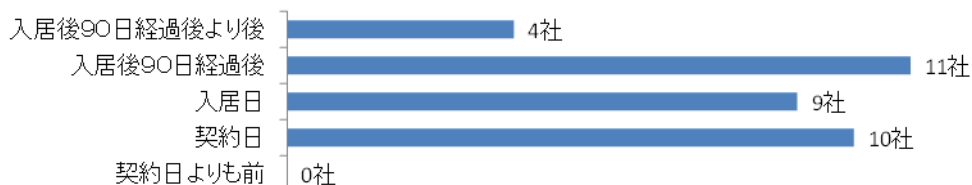
9 キャンペーンの効果

上乘せキャンペーンの効果については、紹介数・成約数ともに増加したのが6社・55%を占める。紹介数又は成約数が増加した会社も合わせて3社・27%ある。上乘せキャンペーンは紹介会社の営業努力を上げさせることが明確に見て取れる。



10 紹介料の発生日(複数選択可)

紹介料の発生日は、「入居後90日経過後」が11社と最も多いが、「契約日」も10社、「入居日」9社とそれに続いている。「契約日より前」としている会社は無い。



11 90日退去における紹介料の取り扱い(複数選択可)

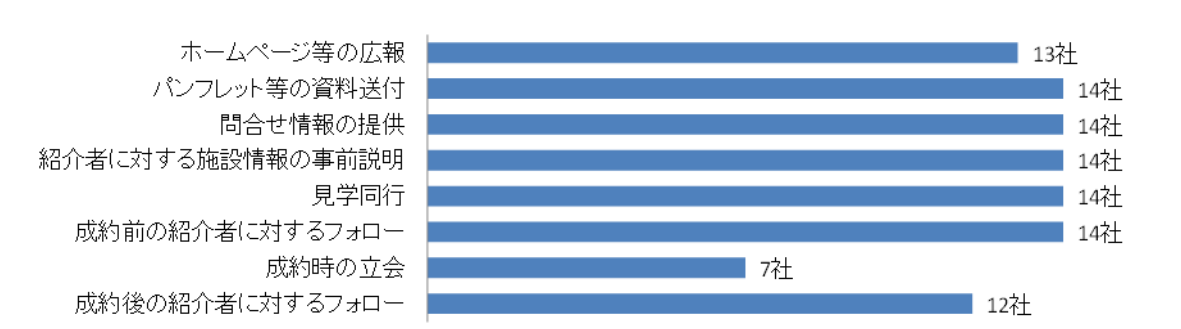
90日退去時の紹介料については、「全額支払い」が11社回答と最も多いが、「支払なし」も7社回答など対応が分かれている。



紹介方法に関する事項

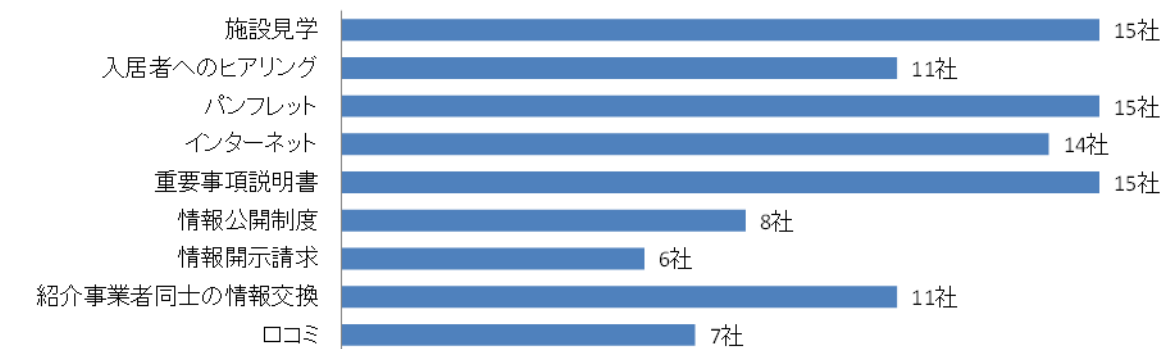
1 紹介業務の内容（複数選択可）

紹介業務として、「ホームページの広報」「パンフレット等の送付」「問い合わせ情報の提供」「紹介者に対する施設情報の事前説明」「見学同行」「成約前の紹介者に対するフォロー」は、ほぼ全ての紹介会社が行っている。「成約後の紹介者に対するフォロー」も12社が行っている。これに対し、「成約時の立会」は7社に留まる。



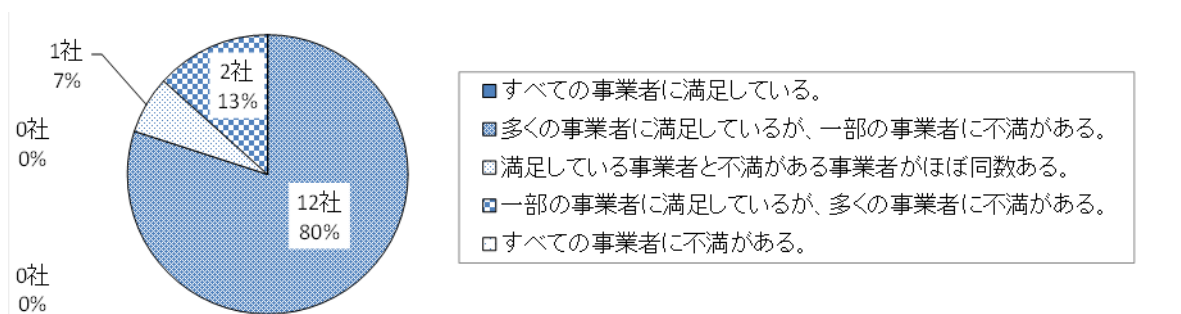
2 施設の情報収集の手法（複数選択可）

回答全社が「施設見学」「パンフレット」「重要事項説明書」を利用しており、「インターネット」も14社が利用している。「入居者へのヒアリング」や「紹介事業者同士の情報交換」の回答も11社あり、運営事業者以外からも情報の収集を行っている。



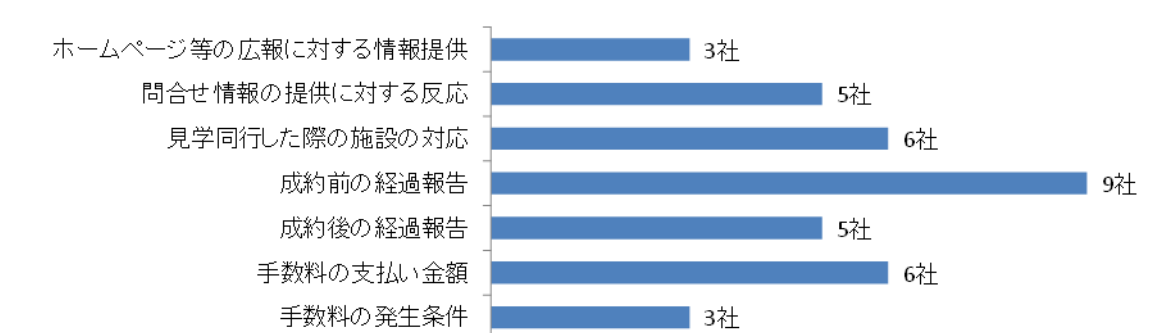
3 施設運営事業者の対応に対する満足度

多くの事業者に対し満足しているとの回答が12社・80%を占める。



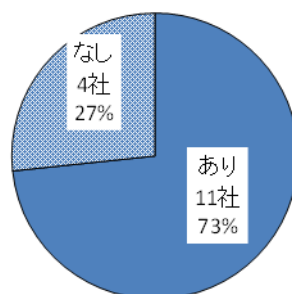
4 施設運営事業者の対応について、満足していない項目

「成約前の経過報告」についての不満が、9社と最も多い。この点について、「成約前の紹介者に対するフォロー」は、ほぼ全ての紹介会社が行っていることもあり、紹介会社と運営会社の意識の差はかなり大きいものと言える。逆に「成約後の経過報告」について不満は、5社に留まっている。



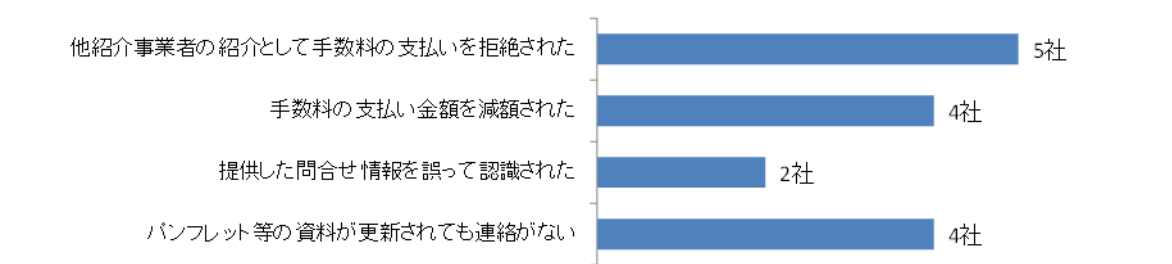
5 施設運営事業者とのトラブルの有無

11社・73%が有と回答している。



6 トラブルの種類(複数選択可)

トラブルの種類としては「他紹介事業者の紹介として手数料の支払いを拒絶された」が5社と最も多く、「手数料の支払い金額の減額」及び「パンフレット等の資料が更新されても連絡がない」が4社回答している。手数料の支払いは紹介事業の根幹であり、それに対するトラブルが意識されているといえる。



その他個別の回答

紹介契約を交わしているホームへ紹介するも「手数料の支払いが発生する為」という理由から受け入れを断られる。という事が過去あり。

「手数料の支払い金額を減額された」の内容は契約では外税なのに一方的に内税とされた。

お客様が直接見学に行ってしまう情報提供はしているのに何の連絡がなかった。後からわかり紹介の対象にはなったが、紹介会社の名前もお客様は伝えているのに知らせる義務はないと言われた。

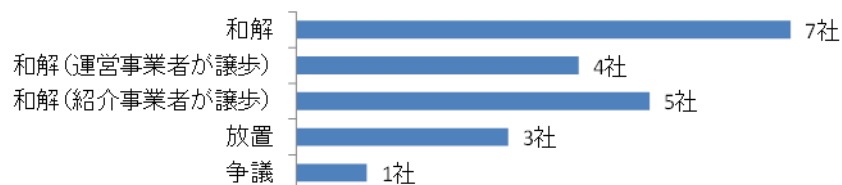
事前にホーム等のクオリティをチェックするようにして、疑問点があるホームは紹介しないようにしています。

- ・ 家族にも入居した事実を隠すように伝え、その代わりに入居する際の料金を減額していた。
- ・ 紹介料の支払いに応じず、支払い時期をずらすならまだしも、そのまま督促をしても支払いに応じず、その後会社が倒産したケースが2社あります。
- ・ 期をまたいでいるから払えない。
- ・ 紹介した事実（Fax用紙）がなくなっているから払えない。
- ・ 紹介だけで何をしたのか（見学予約、見学同行をしていない）。払うに値しないとされたケースもあり。

死亡退去した入居者家族に返還金を返さないの返すように言ったが（1年以上押し問答）のりらくらり〔直接のやり取りは施設側と弊社です〕。そのうち喝され家族は諦めた（泣き寝入り）。弊社から裁判をおこすことも提案したが、家族からそこまでする必要はないとのこと。もうこれ以上動かなくても良いと言われ、そのままにしています。

7 トラブルの主な解決方法（複数回答可）

「和解」が7社と最も多く、どちらかが譲歩したとの回答も5社及び4社ある。争議に至ったとの回答も1社ある。



上記以外の主な解決方法

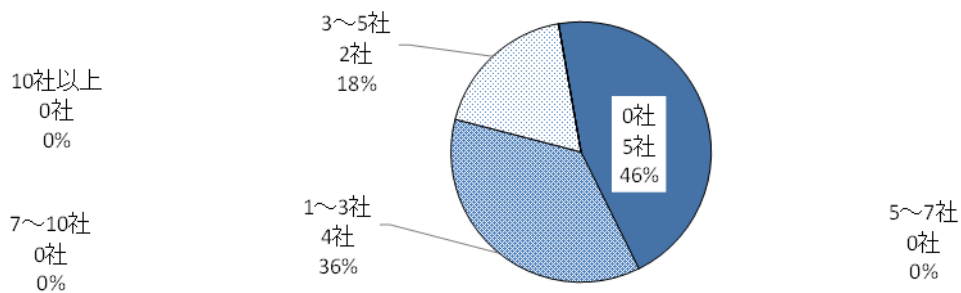
根気よく連絡をし、協議のうえ解決する。

内容証明等による督促。

基本的にお客様にとってベストな形で収束させます。

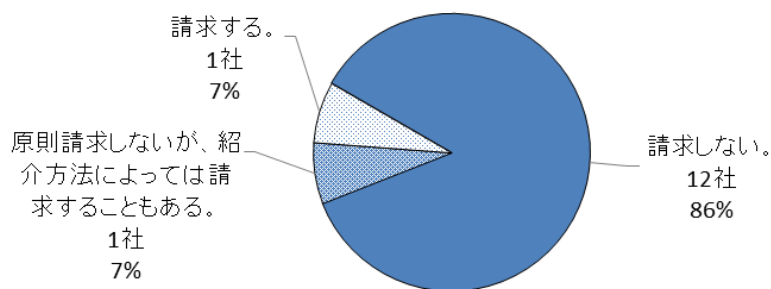
8 トラブルの結果、取引を中止した施設運営事業者数

トラブルにより取引を中止した施設運営事業者数は少なく、「0社」の回答が5社・46%、「1～3社」が4社・36%となっている。「3～5社」は2社・18%に留まる。トラブルが生じるケースはあるものの、前述のように多くは和解・譲歩により解決されるため、取引中止までは少ないと推測される。



入居者に対する紹介料の請求に関する事項

紹介会社から入居者に対しては、紹介料を請求しない会社が12社・86%を占める。状況にもよるが請求する会社も2社・14%ある。



施設運営事業者への要望

1	空室情報をメールで送ってくるが本社と各担当営業の連絡がうまく行なわれていないので満室なのに「空室3」など間違っただ情報が流れてくる。本社窓口に伝えたが、こう言われた。「沢山の施設があるので本社は営業が知らせてくれないとはあくできない」それ以上何も言う気がおこらなかった。お客さんに文句言ってどうするの！その後も改善されないまま流れてきます。大手さんなのにネ～。残念。
2	入居費用の支払いパターンを多くしたり、入居検討の方々にわかりやすい説明や資料作成をお願いします。
3	<ul style="list-style-type: none"> ・紹介した顧客情報の管理がずさんな所が多数あるため、しっかりと保管をして欲しい。 ・担当が代わった際に紹介センターの認識がない、もしくは紹介センターに対して嫌悪感を持つ方が着任した際に、成約したにも関わらず認めてくれない場合があるため、締結した契約書の順守を求めたい。また引き継ぎは期待出来ないの、代表の方もしくは統括される方の指導を徹底してもらいたい。
4	まだまだ紹介会社に対して閉鎖的な運営事業者が多い様に思います。特に地方に多い感じはします。しかし弊社としてはいまお付き合いのある運営事業者には満足しています。
5	一部の事業者を除きますが、重要事項説明書等のお客様にとって重要な資料を入手し易い体制を整えていただけると幸いです。（「介護サービス情報公表システム」（厚労省）のデータは一部のホームのみであり、プリントアウトしにくいです。）

その他上記の回答に関する補足など

1	当センターは施設運営事業者との対等性を維持するため、会員からの会費のみで運営しています。
2	運営事業者がバックにある紹介会社の存在は、一般市民が紹介業界に対し不信感を招きかねないので心配です。
3	紹介業は何らかの登録制度の元、資格者や研修受講者による説明、案内等の義務付けが早々に必要かと考えます。

2. 厚生労働省・国土交通省への照会

(1) 概要

委員が下記省庁を訪問して、高齢者住宅の紹介事業に関する見解を尋ねた。訪問の実施回数は、厚生労働省と国土交通省の合同回も含めて延4回となった。

- ・厚生労働省 老健局 高齢者支援課
- ・国土交通省 住宅局 安心居住推進課
- ・国土交通省 土地・建設産業局 不動産業課

(2) 照会結果

() 第1回

〔場所〕 厚生労働省 老健局 高齢者支援課
〔訪問日時〕 平成25年3月25日(月)10:00~11:00
〔対応者〕 厚生労働省 老健局 高齢者支援課(併)振興課
高齢者居住福祉専門官 山口 義敬氏
〔質疑応答〕

高齢者住宅の紹介事業に関して厚生労働省はどのように考えているか。

- ・紹介業が宅地建物取引業(以下「宅建業」という。)にあたる場合があり得ることを懸念している。
- ・宅建業法は厚生労働省ではなく、国土交通省の管轄である。

高齢者住宅の紹介事業は宅建業法に抵触すると考えるか。

- ・厚生労働省では回答できない。

高齢者住宅の紹介事業の業務内容について認識を伺いたい。

- ・紹介事業者はホームページで施設を紹介しているだけとの理解をしていた。最近、一般の賃貸住宅と同様に、特に有料老人ホームについては、ホームページ上での紹介が多く見受けられるが、実際に対象となるホームへの同行まで行っているものがあるのは知らなかった。

紹介事業者による入居検討者の施設見学同行を評価する運営事業者もいる。どう考えるか。

- ・厚生労働省では回答できない。ただし、同行して斡旋を行う事業者は宅建業法の

対象となる事業に該当する懸念もあるため、国土交通省の関係部局との相談が必要だと思う。

高齢者住宅の紹介業務にはどのようなスキルが必要と考えるか。

- ・ 紹介する施設の建物情報だけではなく、住まいにおいてどのようなサービスが提供されるのかも理解したうえで紹介する必要があるだろう。
- ・ 高齢者住宅の紹介サービスの質を高めるためには何が必要と考えるか。運営事業者が紹介事業者を支払う紹介料も、利用者から支払われる金銭が元になっているものと考えられるので、それに見合った適正な紹介を行うことが必要であろう。

本委員会による実態調査の評価を伺いたい。

- ・ 実態調査は非常に意義がある。
- ・ 実態調査を踏まえて、注意点などをまとめた運営事業者向けのガイドブックを作成することは良いことである。
- ・ ただし、まずは宅建業に該当する事業なのかどうかを整理した方が良い。

() 第2回

〔場所〕 国土交通省 住宅局 安心居住推進課

〔訪問日時〕 平成25年3月25日(月) 11:10~12:00

〔対応者〕 国土交通省 住宅局 安心居住推進課 企画専門官 江田 頼宜氏
〔質疑応答〕

サ付と紹介事業者の関係をどう考えるか。

- ・ サ付の登録事業者には、契約の前に入居者に対する登録事項等の説明を義務づけている。よって、紹介事業者による関与の有無に関わらず、サ付に関しては入居検討者への説明が確実になされる仕組みになっている。
- ・ サ付の登録事業者にとっても、入居者の確保は課題であり、登録事業者自ら入居者の確保のための活動を行うだけでなく、紹介事業者に依頼することもあるだろう。ただし、紹介事業者が事実と反するような誤った情報を広報していれば問題である。
- ・ 物件情報の提供は、紹介事業者だけではなく、登録事業者もパンフレットや業界団体を通じて行っており、国土交通省の補助金により整備されたサ付の情報提供サイトもある。

現在、運営事業者と紹介事業者の契約形態など統一性がない。国でガイドラインを

定めて、ルールを明確化する必要はあると考えるか。

- ・ 安心居住推進課では判断できない。

委員会で検討している「紹介を受ける際の運営事業者の心得(仮称)」に助言を頂きたい。

- ・ 紹介事業者が宅建業法に抵触するか否かを心配されているのであれば、宅建業法を所管している不動産課に聞いてみるのが良いのではないか

紹介業務に係るトラブルの報告はあるか。

- ・ 現時点で、サ付に関してのトラブルを把握している状況にない。
- ・ サ付は登録総戸数が10万戸を超えてきており、何らかのトラブルが発生してもおかしくないと思われる。
- ・ トラブルの予防策を考えるため、トラブル事例を収集することも必要と考えている。

サ付のポイントはサービスであり、サービスを含めて総合的に紹介する必要がある。どのように考えるか。

- ・ 介護や各種サービスに関する知識のない不動産仲介会社では、サ付を的確には紹介できないのではないか。
- ・ 有能な紹介事業者があれば、入居検討者・サ付登録事業者にとって有益と考える。
- ・ 入居相談者が情報収集する際の環境を整えること、また、ニーズに合った紹介がされることは、重要であり、安心居住推進課として関心がある。

紹介事業の実態調査を目的として設立した本委員会をどう考えるか。

- ・ 紹介事業を含めて、入居検討者が希望する施設を探す方法には興味がある。
- ・ 新しく参入したサ付登録事業者が営業戦略を立てるための参考になる情報であれば、実態調査アンケートの結果は有意義なものとなるのではないか。

() 第3回

〔場所〕 国土交通省 土地・建設産業局 不動産課

〔訪問日時〕 平成25年4月3日(水) 13:00~14:10

〔対応者〕 国土交通省 土地・建設産業局 不動産課

不動産指導室 適正指導係長 石塚 直広氏

流通企画係長 谷澤 一広氏

企画係長 鈴木 健弘氏

() 第4回(厚生労働省・国土交通省 合同)

〔場所〕 厚生労働省 老健局
〔訪問日時〕 平成25年4月18日(木)10:00~11:20
〔対応者〕 厚生労働省 老健局 高齢者支援課
 高齢者居住福祉専門官 山口 義敬氏
 国土交通省 住宅局 安心居住推進課 企画専門官 江田 頼宜氏
 国土交通省 土地・建設産業局 不動産業課
 課長補佐 金子 佐和子氏
 不動産指導室 適正指導係長 石塚 直広氏
 企画係長 鈴木 健弘氏

〔質疑応答〕

<国土交通省 住宅局 安心居住推進課>

紹介業に対する見解を改めて伺いたい。

- ・ サ付については、まずは認知度を高める必要があると考えている。情報入手や情報提供のツールが幅広くあることは入居者にとって望ましく、市場で情報提供する事業者が生じることは自然なことと思われる。

紹介料の金額について見解を伺いたい。

- ・ 紹介料の価格は事業者が決めるものであり、市場のなかで相場が整備されていくのだろう。紹介料があまりに高額な場合には、その紹介事業者とは、登録事業者も取引しなくなるということもあるのではないかと思われる。

紹介料が消費者に与える影響をどう考えるか。

- ・ サ付の登録事業者が紹介事業者に紹介料を支払うことを知って気分を害する消費者がいるかもしれないが、一般的に無料で紹介を受けられるなら消費者としては特に問題視しないのではないか。
- ・ 紹介料に関する経費が入居者の費用に上乗せされることもあるだろうが、消費者は紹介料の有無に関係なく費用がいくらかかるかで住宅を選択すると思う。一般的に経費等を含めて入居者の費用をいくらにするかは登録事業者が決めることである。

消費者にとって高齢者住宅を選択できる環境は整っているか。

- ・ 消費者が情報を入手するためには、紹介事業者以外にも様々なツールがあり、公的な窓口やサ付の情報提供システムもある。そのなかで必要な情報を収集することとなるが、より選択しやすい環境を整えていく必要があると考える。
- ・ サ付の登録事業者には、契約の前に入居者に対する登録事項等の説明をする義務

がある。紹介されて即契約というわけではない。紹介の有無にかかわらず、制度上、消費者に登録事項等に関する説明が確実になされる仕組みになっている。

紹介業に問題はあると考えるか。

- ・ 把握はしていない。
- ・ 消費者のトラブルなど、問題があるなら教えてほしい。

<国土交通省 土地・建設産業局 不動産業課>

高齢者向け住宅等の紹介業は宅建業に当たるか

- ・ 高齢者向け住宅等の紹介業が宅建業に当たるか否かは、高齢者向け住宅等の契約が施設やサービスの利用ではなく建物の売買や賃貸借であるかの点及び紹介行為が単なる紹介にとどまらず媒介の実態を有しているかの点の2点から判断することになる。個別具体の紹介事業が、媒介の実態を有しており、かつ、対象の高齢者向け住宅等が住宅の賃貸借契約や売買契約である場合には、宅建業法上の媒介に該当し、事業者には宅建業免許を有していることが求められる。

紹介行為の態様は種々であろうと思われ、媒介の実態を有しているかを一律に判断することはできないが、ホームページで物件情報を掲載するといった、単に物件情報を提供したり、賃借希望者等の紹介にとどまる場合は、媒介行為に当たらない。一方で、例えば、当事者の間に立って取引条件の交渉・調整や契約締結の立会いを行う等、契約成立に至る尽力行為を行うものと認められる場合は媒介の実態にあるものと考えられる。

いずれにしても、高齢者向け住宅等の紹介業が宅建業にあたるかどうかは、個別具体の業態や行為の内容に応じて判断されることになる。

<厚生労働省 老健局 高齢者支援課>

- ・ 運営事業者は紹介事業が宅建業法に抵触するか否かを知りたいのであり、有識者からのアドバイスが欲しいのだろう。明確になることは望ましいことである。
- ・ 運営事業者はアンケート結果や今後の実態調査をもとに紹介業務の内容を整理し、グループ分けしたうえで不動産業課に相談するとよい。
- ・ その上で、業界の自主ルールとして、宅建業に該当する紹介業の形態を整理し、適切に業務を行っている事業者に紹介を依頼するようにすれば、業界全体としてのコンプライアンスも図れるのではないか。

考察

1. アンケート集計結果からの示唆

運営事業者と紹介事業者のアンケート回答について、両者の回答結果を比較した一覧表を本項の最後に記載する。

ここでは、主に特徴のある事項を取り上げて、本委員会の所見を述べることとする。

(1) アンケート回答数

紹介事業者は、76事業者に対してアンケートを依頼した。このうち回答があったのは15事業者(回答率19.7%)であった。

紹介事業者のアンケート回答率が低いことから、今回のアンケート結果を紹介事業者全体の傾向と見なすことは控えるべきと考量する。よって、今回の報告書でも、紹介事業者のアンケート結果は参考数値として掲載する。

なお、運営事業者も、当初は従来の協議会で実施しているアンケートに比べて回答率が低い傾向にあった。

アンケートの回答率が低くなる背景には様々な要因があると推測されるが、そのひとつとして、今回のアンケートが両事業者にとって回答を躊躇われる内容であったことも挙げられると考量する。

(2) 紹介料の価格帯

アンケート結果では、紹介料の価格帯が非常に幅広いことがわかった。

これは、各運営事業者が、自社の高齢者住宅の価格帯、収支、入居状況等によって戦略的に決定しているためと考えられる。

また、両事業者の回答を比較すると、紹介事業者では「低額と感じている」が最多であり、運営事業者では「適正」「高額だが継続予定」が同数最多という回答になっており、違いが目立つ。

紹介料を支払う運営事業者は、紹介料を紹介業務の対価と考え、費用対効果を考える。

それに対して、紹介料を受け取る紹介事業者にとっては、紹介料は売上の核である。経営の観点からの回答と思われる。

両事業者の立場の相違が明確に表れた結果と言える。

(3) 上乗せキャンペーン

紹介料を期間限定で上乗せするキャンペーン(以降、「上乗せキャンペーン」という)は、運営事業者の56%で実績があり、今後検討中を含めると66%となる。このことから、上乗せキャンペーンは紹介事業において浸透しており、特殊な方法ではないことが確認された。

上乗せする金額は、紹介料と同様に非常に幅が広い。

運営事業者の回答は10万円以上60万円未満の価格帯に集まったが、紹介事業者は運営事業者より更に高額な価格帯で実績があるとの回答になった。

このような結果は、高額な上乗せ額を設定する少数の運営事業者が、多くの紹介事業者と成約しているためと推測される。

キャンペーン効果については、運営事業者で65%、紹介事業者で82%が「効果がある」「何らかの効果がある」と回答をしており、紹介料を値上げする上乗せキャンペーンは紹介数に影響を与えることが確認された。

(4) 満足度

紹介事業者には運営事業者の満足度を、運営事業者には紹介事業者の満足度を尋ねた。

結果、紹介事業者は「すべてに満足」「多くに満足」が8割となったが、運営事業者は「すべて不満」「多くに不満」が6割と対称的な結果となった。

満足していない内容を確認したところ、運営事業者は、紹介事業者の施設に対する理解不足への不満が高かった。なかには、見学したことがない施設を入居検討者に紹介する紹介事業者を疑問視する回答もあった。

また、運営事業者は、紹介事業者に対して、紹介者へのフォロー不足にも不満を感じていた。

一方で、紹介事業者も、運営事業者に対して、紹介者の経過報告不足に対する不満が最も高かった。

しかしながら、厚生労働省と国土交通省への照会において、紹介事業者が「仲介」等することは宅建業法に抵触する恐れがあるとの指摘があり、その判断基準は現在明確に定まっていない。両事業者が望むフォローや経過報告が「仲介」に該当するか、現時点では定かではない。

よって、両事業者は、宅建業法の存在と今後業界内での自主規定を定めるなど、コンプライアンスに反することがないように行動すべきであると考える。

(5) 両事業者の関係

7割の運営事業者が、紹介事業者を「必要」と回答している。

入居者確保を命題とする運営事業者と、紹介を業とする紹介事業者は、互いを必要とする関係であることを確認した。

入居検討者にとっても、紹介事業者から施設の正確な情報を多く得られることは望ましいと考える。

この見地から、両事業者は相互に協力発展できる関係を構築することが望ましいと考量する。

(6) 取引条件

アンケート全体を通じて、運営事業者と紹介事業者の取引条件は事業者によって非常に異なっている現状が浮かび上がった。

回答が特に多岐に亘った取引条件としては、例えば、90日以内退去時の紹介料の発生の有無、紹介成立の判断基準、情報の有効期間等が挙げられる。

契約の基本的な条件を含めて、業界として統一されていない実態が確認された。

(7) トラブル

トラブルは運営事業者の26%、紹介事業者の73%が経験していた。両事業者ともに、紹介事業者が重複した場合の紹介料の支払いに関するトラブルが最多となった。

回答結果にあるトラブルの事例検討を行い、情報共有することは、両事業者にとって有効と考える。

また、こうしたトラブルが生じる原因の一つとして、取引条件が定められていなかったり、あるいは不明瞭な取り決めで見解が一致していなかったりするために、事後の話合いとなってしまう、意見が対立していることが挙げられる。

両事業者のトラブルを未然に防ぐためにも、運営事業者は、紹介を受ける前に、取引条件を十分に確認して、紹介事業者と契約を締結することが必要と考える。

アンケート回答に関する運営事業者と紹介事業者の比較表

：同調 ：一部同調 ×：相違

	設問	運営事業者	紹介事業者	結果
1	取引をしている事業者数	「0社」から「50社以上」まで多岐にわたる 1社当たり平均23社(加重平均)	「50社以上」が圧倒的多数	×
2	紹介実績のある事業者数	「10社未満」72% 1社当たり平均9社(加重平均)	「30社以上」累計54% 1社当たり平均31社(加重平均)と多い	×
3	成約件数割合	「20%未満」71% 「40%未満」20% 平均19%(加重平均)	[設問なし]	-
4	紹介会社の必要性	「必要」70%	[設問なし]	-
5	今後の連携方針	「維持」「提携強化」累計80% 期待値は大きい	[設問なし]	-
6	選定理由	上位は「信頼度」「実績」「内容」「紹介料」	上位は「介護・看護・食事サービスの内容」「信頼度」	
7	委託している度合い	「まったく・あまり委託していない」累計75%	[設問なし]	-
8	提携形態	個別契約が主流	包括契約と個別契約が半々	
9	紹介料の設定	紹介料が異なるケースが多く28社	紹介料が異なるケースが多く14社	
10	紹介料の額	概ね60万円未満で主流は30万円台	いずれの価格帯も多く30万円前後が最多	
11	紹介料の妥当性	「適正」19社42% 「高額だが継続予定」19社42%	「低額」14社58% 「適正」8社33%	×
12	紹介情報の有効期限	「無期限(設定なし)」23社50% 「1年以内」13社28%	「無期限(設定なし)」9社41% 「1年以内」6社27%	
13	上乗せキャンペーン	「実績あり」「実施検討中」累計66%	「実績あり」「実施検討中」累計83%	
14	実施した企業数	最多は「10社未満」12社52%	最多は「10～19社」5社46%	-

15	上乗せ金額	概ね60万円未満 最多は「20～30万円」14社32%	いずれの価格帯も多い 最多は「10～19万円」5社46%	×
16	キャンペーン効果	「効果あり」累計15社65%	「効果あり」累計9社82%	
17	紹介料発生日	「入居日」20社43% 「90日経過後」15社32%に対して「契約日」6社13%と低い	「90日経過後」11社32% 「入居日」9社26%に対して「契約日」10社29%と高い	
18	90日退去の紹介料	「支払いなし」28社52%で最多 「一部支払い」累計21社39%	「全額支払い」11社22%で最多 「支払いなし」7社14%	×
19	紹介会社の業務内容	実際は「資料送付」「問合せ情報の提供」「事前説明」が多く30社以上 期待は「問合せ情報の提供」「事前説明」「紹介者フォロー」が多く30社以上	「成約時の立会」7社(47%)、「成約後のフォロー」12社(80%)以外は概ね実施	
20	施設情報収集の手法	[設問なし]	「施設見学」「パンフレット」「重要事項説明書」は15社(100%)で最多	-
21	満足度	「すべて・多くに満足」10社(45%) 「すべて・多くに不満」24社(60%)	「すべて・多くに満足」12社(80%) 「すべて・多くに不満」2社(13%)	×
22	満足していない内容	上位3項目 「成約前のフォロー」「事前説明」「問合せ情報の提供」	上位3項目 「成約前の経過報告」「見学同行時の対応」「紹介料の額面」	×
23	トラブルの有無	「あり」11社26% 「なし」31社74%	「あり」11社73% 「なし」4社27%	×
24	トラブルの種類	「他紹介事業者による紹介者に対して紹介料を請求された」6社で最多 「紹介者の成約前フォローがされていない」4社 「見学同行時の対応誤り・不十分」各3社	「他紹介事業者による紹介者として紹介料を支払いを拒絶された」5社で最多 「紹介料の減額」4社 「資料等が更新されても連絡がない」4社	-
25	解決方法	「和解」11社が主流 「放置」「争議」なし	「和解」16社で主流 「放置」3社 「争議」1件	
26	トラブルによる取引中止	「0社」9社82%で最多 「1～2社」2社18%	「0社」5社46%で最多 「1～3社」4社36% 「3～5社」2社18%	
27	入居者への請求	[設問なし]	「請求しない」12社86% 「原則しないが紹介方法による」1社 「請求する」1社7%	-
28	自由記入欄	紹介事業者の必要性を認めつつも、レベル向上、的確な情報提供、紹介者のフォローを期待するコメントが特徴的。	運営事業者の的確な情報提供、紹介料の取り扱いに関する要望が多い。また、紹介事業の登録制度等を求める声がある。	×

2. 照会結果からの示唆

今回、厚生労働省と国土交通省の関係部署に対して、高齢者住宅の紹介事業に対する見解を求めたところ、有料老人ホームを管轄する高齢者支援課及びサ付を管轄する安心居住推進課からは、宅建業法のかかわりに関して不動産業課の見解を求めべきとの意見があった。

国土交通省の土地・建設産業局不動産業課への照会においては、紹介事業が宅建業法に抵触するか否かの判断は現時点では困難であり、まずは紹介事業の実態把握を行ない、必要であれば消費者のためにも実情に合わせた整備を行いたいとの見解だった。

よって、本委員会は照会の結果を踏まえ、現時点では、運営事業者と紹介事業者の両者が、民間企業として相互に責任をもって、トラブル回避の方策や良好な関係構築を図るべきであると考量する。

3. 高齢者住宅の運営事業者が入居紹介を受ける際に留意すべき事項

本委員会では、アンケートならびに照会の結果を通して、運営事業者が紹介事業者から紹介を受ける際に、様々なトラブルが生じている現状と、今後も同様のトラブルが生じる可能性のあることを確認した。

そこで、本委員会は、当該実態調査報告書を高齢者住宅業界にとって意義のあるものと致すべく、「高齢者住宅の運営事業者が入居紹介を受ける際に留意すべき事項」をまとめ、高齢者住宅事業者に対して広く提言したいと考えるに至った。

以下に、本委員会が考える「高齢者住宅の運営事業者が入居紹介を受ける際に留意すべき事項」を、

- (1) 基本的な取組み方
 - (2) 具体的な留意事項
- にわけて提言する。

(1) 基本的な取組み方

はじめに、運営事業者は、入居者の募集、契約、入居後のフォローについての責任は、当然のことながら、事業主体である自らが背負わなければならないことをしっかりと認識しなければならない。

紹介事業者に入居募集の代理、仲介、媒介まで依頼することは、宅建業法に抵触する懸念のあること。そして、紹介事業者に入居募集、契約等を強く依存することは、入居検討者に対しても責任の所在が曖昧になり、トラブルの原因になりかねないことを運営事業者は認識する必要がある。

また、高齢者住宅の紹介業務に関する行政等の指導や基準が現時点では存在しな

いことから、紹介事業者から紹介を受けるにあたっては、あらかじめ書面による取り決めを締結することが大切である。

さらに、紹介事業者に施設の紹介を依頼するにあたっては、正しい施設情報の基に紹介してもらうために、運営事業者も正確でタイムリーな情報提供を心がけ、両者間における情報の錯綜によるトラブルを回避することが大切である。

運営事業者の基本的な取り組み方

- (1) 入居者の募集、契約、入居後のフォローにおいて、運営事業者は責任と主体性を持って対応すること。
- (2) 紹介を受ける前に紹介に関係する書面による取り決めを締結すること。
- (3) 紹介事業者に対して施設情報の正確かつタイムリーな提供を行うこと。

(2) 具体的な留意事項

続いて、運営事業者が入居検討者の紹介を受ける際の具体的な留意事項について、() 運営事業者と紹介事業者間の取り決めるべき事項、() 紹介業務を委託するに当たり確認すべき事項、に分けて箇条書きで述べることとする。

() 運営事業者と紹介事業者間の取り決めるべき事項

紹介情報の有効期間は定められているか？

アンケートでは、紹介情報の有効期間を無期限、または、設定なしとしている回答が多く見られた。

過去に紹介を受けた入居検討者が、数年後に入居することになった場合などを想定して、後日トラブルとならないように、情報の有効期限を定めておくことを推奨する。

紹介料の発生条件はどのように設定されているか？

紹介料の発生日について、「入居日以前(入居日を含む)」と回答した事業者が 29 事業者と全体の 6 割を超えた。

紹介料の発生条件を「入居検討者の情報提供」、「入居契約の成立時」、「入居一時金初期償却収入の確定(90日経過後)」等のいずれに定めるかにより、紹介料の発生日も変わってくる。

アンケート結果からも、発生条件は両事業者の意見の相違などからトラブルの原

因になりやすい。条件をあらかじめ十分に検討し取り決めておくことが必要である。

解約や退去の場合の紹介料の扱いは？

トラブルのなかでも多かったのは、入居前または入居後 90 日以内の退去に伴う紹介料の取り扱いである。

紹介料の発生条件が入居後 90 日以内となっている場合で、90 日以内に退去が生じた場合、紹介事業者から運営事業者への返金手続き等が生じる。この手続きにおいてトラブルが生じたと回答した事業者が双方に多く見られた。

また、退去時の紹介料の取り扱いが定められていないために、退去発生時に意見が衝突するというトラブルもあった。

入居前の解約、ならびに、入居後 90 日以内の退去は、いずれの運営事業者においても十分に起こりうることであり、両者間でしっかりと予め取り決めることが必要である。

他紹介事業者と情報が重複した場合を考慮しているか？

複数の紹介事業者から紹介を受けるようになると、入居検討者の情報が重複することがある。このとき紹介事業者は、それぞれが情報提供者であると主張するため、トラブルにつながりやすい。

このトラブルを防ぐためには、情報提供を行った紹介事業者を確定できる公正で明確な記録が必要である。例えば、紹介成立を確認する書式の相互保管などが挙げられる。

複数の紹介事業者から紹介を受ける前に、予め当該確定書類について定めておくことが必要である。

個人情報の取扱いは適正か？

紹介事業者からメール・FAX・電話等で提供を受ける入居検討者の情報は、まさしく個人情報であり、入居者情報と同様に、取り扱いには細心の注意を必要とする。

紹介事業者の紹介方法が個人情報保護法に抵触しないか、紹介を受ける前に予め確認しなければならない。

紹介料は適正か？

紹介料の設定は、紹介事業者に期待する業務や、運営事業者の経営方針や営業戦略に応じて異なり、一概に適正な額面を定めることはできないと考える。

しかしながら、高額すぎる紹介料の設定は、健全な施設運営に影響を与えかねない。

また、現在、紹介料を運営事業者が支払っているが、元をたどれば運営事業者に利用料を支払う入居者が負担しているとも言える。

各運営事業者は、計画性と客観的な根拠を持って、適正と考える額面の設定を心がけるべきである。

なお、紹介料は、額面に応じて勘定科目等が異なる場合がある。よって、自社の財務経理の担当部署もしくは委託先に、適切な処理方法を確認することを推奨する。

契約期間並びに終了後の守秘義務の存続に関する条項はあるか？

反社会的勢力との取引排除の条項はあるか？

紹介料の消費税表記がなされているか？

委託契約を締結する場合、委託契約期間は定められているか？

いずれも契約条項としては基本的な内容であり、含まれていない場合は条文を追加すべきである。

() 紹介業務を委託するに当たり確認すべき事項

正確な情報を広報しているか？

紹介事業者のホームページにおける施設情報、ならびに、入居検討者に送付する資料内容に関して、最新の正確な情報が提供されているか、定期的に確認する必要がある。

また、紹介事業者の情報更新が遅滞している場合は、トラブルの要因となる可能性があるため、運営事業者は速やかに改善を要請することが必要である。

紹介を行う相談員が「介護」を深く理解しているか？

紹介事業者が施設を紹介するにあたっては、入居検討者、並びに、その関係者の要望を的確に把握する必要がある。

介護サービスや入居条件など、入居検討者の要望にそぐわなければ、運営事業者は入居検討者を紹介されても受入れることは困難である。

よって、実務にあたる相談員が、介護を深く理解して入居検討者の要望を把

握できるか、確認する必要がある。

施設のサービスや特徴を理解しているか？

紹介事業者が入居検討者の要望にかなう施設を推薦するためには、施設情報を正しく認識していることが必要である。

アンケートでも、施設情報を誤って紹介されたというトラブルが見られた。

紹介を受けるにあたっては、紹介事業者が施設のサービスや特徴を正しく理解していることが、入居検討者と運営事業者の双方にとって望ましいマッチングにつながる。

運営事業者は、適切な紹介を受けるためにも、紹介事業者に施設のサービスや特徴を十分に説明しなければならない。

紹介事業者の特長を確認しているか？

今後、高齢者住宅の供給拡大に伴い、不動産仲介業界や広告業界など様々な事業分野からの紹介事業への参画が予想される。紹介事業者を活用して入居促進を図る場合には、その紹介事業者の得意分野や募集活動方法、情報の質、経営母体などを見極め、認識したうえで取引を行うことが必要と考える。

4.まとめ

本委員会は、今回のアンケートと照会による紹介事業の実態調査を行うなかで、高齢者住宅に対する紹介事業の必要性を改めて認識した。

紹介事業が必要とされる背景としては、「高齢者住宅の複雑な類型」が挙げられるだろう。

まさに多種多様な高齢者住宅に対して、入居検討者はいずれを選択すればよいか迷う。そして検討するためにはサービスの内容を重視するが、一般の不動産事業者では説明できないことが多い。そこで、紹介事業者の存在が求められる。

また、「高齢者住宅の流通市場の未整備」も挙げられるだろう。

高齢者住宅は、地域性が強く、サービスは多岐に亘り、料金体系も入居一時金、賃料、管理費、サービス費等と複雑化している。

入居検討者が、自分の希望を満たす高齢者住宅を探そうとしても、高齢者住宅のすべてを扱う窓口が存在しない。

運営事業者にとっても、入居者の募集に関しては、各事業者で各種広告媒体の利用や見学会開催等を工夫しているが、決め手となる方法はない。

こうしたことから、入居検討者にとっても、運営事業者にとっても、わかりやすく使いやすい新たな流通市場を整備する必要がある。すなわち、情報の入手や提供

を可能とする場の創成である。

これらは、高齢者住宅事業が抱える課題であり、単に運営事業者と紹介事業者の取引の健全性を明確にするだけでは解決しない。

運営事業者と紹介事業者に対するアンケート結果から、運営事業者と紹介事業者は互いを必要とする密接な関係にありながら、いくつかの意見の相違があることや、両者間の取り決めが未成熟であることがわかった。そして、それらに起因したトラブルも生じていることを確認した。

こうした状況は、入居検討者に対しても望ましいことではなく、両事業者は相互に理解して歩み寄ることが必要である。

また、紹介事業の実態を把握するためには、紹介事業の中心にある入居検討者と入居者に対しても、アンケートを実施することが有効だと考える。

厚生労働省と国土交通省に対する照会結果からは、高齢者住宅の紹介事業に対する法令が整備されるまでの間は、運営事業者と紹介事業者の双方が、民間企業としての責任ある対応をしなければならないことを改めて確認できた。

本委員会が行った紹介事業の実態調査は、前例のない試みであった。

そのとりまとめ成果として、「高齢者住宅の運営事業者が入居紹介を受ける際に留意すべき事項」を提言することとした。

本委員会は、「入居者のための紹介事業の実態調査報告書」が、入居者にご満足いただける施設になりたいと願う運営事業者と、入居検討者のために最適な施設を紹介したいと願う紹介事業者にとって、相互発展できる関係構築のための一助となることを願う。紹介事業を通じて高齢者住宅に入居されたご高齢者、ご家族の皆様が「入居してよかった」と思っていただけることを切に願ってまとめとする。

謝 辞

紹介事業の実態調査にあたって、調査の目的にご賛同いただき、アンケートにご協力してくださった紹介事業者、ならびに、運営事業者の皆様に対して厚く御礼申し上げます。

卷末資料

アンケート調査書送付事業者一覧(高齢者住宅経営者連絡協議会会員)

1	株式会社アズパートナーズ
2	株式会社荒井商店
3	株式会社エヌエムライフ
4	株式会社エヌ・ビー・ラボ
5	株式会社エネルギー介護サービス
6	株式会社オフィスmega
7	オリックス・リビング株式会社
8	株式会社学研ココファン
9	株式会社木下の介護
10	株式会社キャピタルメディカ
11	株式会社共立メンテナンス
12	京王ウェルシステージ株式会社
13	酒井医療株式会社
14	株式会社サミュエル
15	株式会社サンケイビルウェルケア
16	株式会社サンライズ・ヴィラ
17	株式会社シティインデックスホスピタリティ
18	株式会社シティー・エステート
19	財団法人シニアライフ振興財団
20	株式会社ジャパンケアサービスグループ
21	株式会社JAPANライフデザイン
22	社会福祉法人常陽会
23	社会福祉法人伸こう福祉会
24	株式会社生活科学運営
25	社会福祉法人生活クラブ
26	社会福祉法人聖隷福祉事業団
27	セコムフォート株式会社
28	株式会社センチュリーライフ
29	大和ハウスライフサポート株式会社
30	株式会社チャーム・ケア・コーポレーション
31	株式会社ツクイ
32	株式会社東急イーライフデザイン
33	東急ウェルネス株式会社
34	東宝不動産株式会社
35	トラストガーデン株式会社
36	株式会社日本ライフデザイン 湖山医療福祉グループ
37	長谷川介護サービス株式会社
38	株式会社長谷工総合研究所
39	医療法人社団はなまる会
40	株式会社光ガ丘ヘルスケア
41	平和ヘルスケア株式会社
42	株式会社ベネッセスタイルケア
43	株式会社ヘルスケアシステムズ
44	株式会社マザアス

45	三井住友海上ケアネット株式会社
46	株式会社メッセージ
47	株式会社有楽
48	株式会社ユニマットそよ風
49	医療法人社団容生会
50	ライフサポート株式会社
51	株式会社ランドネクサス
52	株式会社リエイ
53	ロングライフホールディング株式会社
54	ワタミの介護株式会社
55	株式会社タムラプランニング&オペレーティング

2012年12月アンケート調査時点

アンケート調査書送付事業者一覧(紹介事業者)

1	株式会社赤門ホームコンサル
2	アイシーズ株式会社
3	株式会社イーウェル
4	株式会社イトクロ
5	株式会社インターネットインフィニティー
6	ヴィプロ株式会社
7	株式会社ウィルコミュニケーションズ
8	株式会社エイジプラス
9	株式会社エスエルシー
10	神奈川ロイヤル株式会社
11	キットカンパニー株式会社
12	株式会社クーリエ
13	株式会社くらし計画
14	株式会社グランドエイジング
15	株式会社グローバルクオリティ
16	ケアビズサービス株式会社
17	株式会社ケアプロデュース
18	株式会社ケアリッチ
19	株式会社高齢者の住まい支援センター
20	有限会社高齢者の住まいと介護の情報館
21	コーディアルコーポレーション株式会社
22	株式会社こすもす
23	社団法人コミュニティネットワーク協会
24	株式会社サイバーレイ
25	有限会社さつきメディカル
26	株式会社ザップ
27	株式会社シニアサポート
28	NPO法人シニアスマイル

29	株式会社シニアプランニング
30	株式会社シニアホーム相談センター
31	株式会社シニアライフサポート
32	NPO法人シニアライフ情報センター
33	株式会社新日本都市企画一級建築事務所
34	株式会社スイートカンパニー
35	株式会社すがるう
36	スターツコーポレーション株式会社
37	住友不動産販売株式会社
38	株式会社スローライフ
39	株式会社スローライフプラン
40	生活改善研究所
41	株式会社太寿
42	大和ライフネクスト株式会社
43	株式会社タムラプランニング&オペレーティング
44	有限会社たんぼぼ介護
45	株式会社テルウェル・ライフアシスト
46	東京ロイヤル株式会社
47	東電パートナーズ株式会社
48	株式会社トップスジャパン
49	株式会社トレジャー
50	日本介護情報機構株式会社
51	社団法人日本介護情報センター
52	株式会社ニュー・ライフ・フロンティア
53	株式会社ネストレスト
54	株式会社ハナザワ興産
55	株式会社パーソンズ・ブリッジ
56	株式会社イージェーシー
57	株式会社ファインダビリティ
58	富士通ホーム&オフィスサービス株式会社
59	富士福祉経営マネジメント株式会社
60	株式会社フジヤマサービス
61	株式会社ブライトプランニング
62	株式会社ぶれしゃす
63	株式会社プロトメディカルケア
64	株式会社ベルス
65	株式会社ヘルスケアパートナーズ
66	ホームネット株式会社
67	株式会社マックスリアリティー
68	株式会社メイビス
69	明治安田システム・テクノロジー株式会社
70	一般社団法人 有料老人ホーム入居支援センター
71	株式会社ユピテル・ケア
72	株式会社ライフケアパートナーズ
73	ライフネット株式会社
74	株式会社ラピュータファイナンシャルアドバイザーズ
75	株式会社ASFON
76	株式会社SORAコーポレ - ション

紹介事業の実態調査アンケート(高齢者住宅経営者連絡協議会会員)

紹介事業の実態調査アンケート (対象 高齢者住宅経営者連絡協議会会員)

(記入情報:平成24年12月末時点)

複数のブランドをお持ちでブランドによって回答が異なられる場合、お手数ですがブランド別に用紙を分けてご記入下さい。

番号を選択する設問については、別表の「記入番号表」の記入番号をご確認ください。

御社名:

ブランド名:

・会員企業の施設情報

1. ブランドのタイプを選択してください。(複数選択可)

2. 施設数を記入して下さい。

(棟)

3. 全戸数を記入して下さい。

(戸)

4. 入居要件をひとつ選択してください。

自立 要支援・要介護(要介護のみを含む) 自立・要支援・要介護

・紹介事業者との提携状況に関する事項

1. 提携している(または紹介実績のある)紹介事業者の総数をひとつ選択してください。

0社 10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

2. 上記のうち、定期的に紹介実績がある紹介事業者の数をひとつ選択してください。

0社 10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

3. 過去1年間の総成約件数のうち、紹介事業者を通しての成約件数の割合をひとつ選択してください。

20%未満 20%以上 40%以上 60%以上 80%以上

4. 紹介事業者の存在は必要だと思いますか。

はい いいえ どちらともいえない

5. 紹介事業者との今後の連携方針をひとつ選択してください。

6. 提携会社の選定条件をすべて選択して下さい。(複数選択可)

「その他」を選択された方は、条件についてご記入ください。

7. 施設の広報や入居営業について、紹介事業者に委託している度合いをひとつ選択してください。

・紹介事業者との契約内容に関する事項

1. 紹介事業者との提携形態について、該当する項目をひとつ選択してください。

有償(包括提携) 有償(紹介入居成立の都度、個別提携) 有償(の混合) 無償

2. 紹介手数料の設定について該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

3. 紹介料の金額について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

4. 紹介料の金額の妥当性について、該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

適正 高額だが、継続予定 低額だが、継続予定 高額であり、減額予定 低額であり、増額予定

5. 紹介情報の有効期限について、該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

無期限(設定なし) 3年以内 1年以内 6ヶ月以内 3ヶ月以内

6. 紹介料の上乗せキャンペーンの実績について、該当する項目をひとつ選択してください。

実績あり、今後も予定。 実績ないが、実施検討中。 実績あるが、予定なし。 実績も予定もなし。

紹介料の上乗せキャンペーンの実績がある場合、設問7・8にご回答ください。

7. キャンペーンを実施した紹介事業者の数をひとつ選択してください。

10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

8. 上乗せした金額について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

9. キャンペーンの効果について、該当する項目をひとつ選択してください。

紹介数の増加、成約数の増加ともに効果あり 成約数の増加に効果あり 紹介数の増加に効果あり 効果なし

10. 紹介料の発生日について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

契約日より前 契約日 入居日 入居後90日経過後 入居後90日経過後よりも後

11. 90日退去における紹介料の取り扱いについて、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

・紹介事業者の紹介方法に関する事項

1. 紹介事業者に期待する業務内容について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

2. 紹介事業者の実際の業務内容について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

3. 紹介事業者の業務内容に対する満足度について、該当する項目をひとつ選択してください。

4. 紹介事業者の業務内容について、満足していない項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

5. これまで紹介事業者とのトラブルが生じたことはありますか。

あり なし

紹介事業者とトラブルが生じたことがある事業者にお伺いします。(設問6・7・8)

6. トラブルの種類について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

上記以外のトラブルがありましたら記載してください。

7. トラブルの主な解決方法について、該当する項目をすべて選択してください。(複数回答可)

和解 和解(施設運営事業者が譲歩) 和解(紹介事業者が譲歩) 放置 争議

上記以外の解決方法(結果)がありましたら記載してください。

8. トラブルの結果、取引を中止した紹介事業者の数について、該当する項目をひとつ選択してください。

0社 1~3社 3~5社 5~7社 7~10社 10社以上

・紹介事業者への要望が御座いましたら、こちらにご記入ください。

・その他(上記回答に関する補足などは、こちらにご記入ください。)

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

記入番号表(紹介事業の実態調査アンケート)(対象 高齢者住宅経営者連絡協議会会員)
設問番号のアンケートの回答欄には下記「記入番号」を記入してください

設問番号	記入番号	項目
運営事業者の施設情報		
1		介護付有料老人ホーム(兼サービス付き高齢者向け住宅を含む) 住宅型有料老人ホーム(兼サービス付き高齢者向け住宅を含む) サービス付き高齢者向け住宅(以外) グループホーム その他(小規模多機能居宅介護) その他(高齢者向け住宅) その他(シニア向け分譲)
紹介事業者との提携状況に関する事項		
5		現在の密接な提携を維持 現在の密接な提携を縮小 現在の提携を密接な提携に強化 現在の提携を維持 現在の提携を縮小 現在は提携しておらず、提携を強化 現在は提携しておらず、提携する予定もない
6		事業規模 資本系列 知名度 信頼度 紹介業務の内容 紹介取引実績 適正な紹介料 その他
7		全てを委託している ほぼ委託している 委託しているが、自社でも同程度行っている あまり委託していない まったく委託していない
紹介事業者との契約内容に関する事項		
2		施設の入居契約料金に差はあるが手数料は一律 施設の入居契約料金に差がなく手数料は一律 施設の入居契約料金に差はあり手数料は異なる 施設の入居契約料金に差はないが手数料は異なる
3・8		10万円未満 10万円以上 20万円未満 20万円以上 30万円未満 30万円以上 40万円未満 40万円以上 50万円未満 50万円以上 60万円未満 60万円以上 70万円未満 70万円以上 80万円未満 80万円以上 90万円未満 90万円以上 100万円未満 100万円以上

設問番号	記入番号	項目
11		全額支払い 一部支払い(全額の8割以上) 一部支払い(全額の6割以上) 一部支払い(全額の4割以上) 一部支払い(全額の2割以上) 支払いなし
紹介事業者の紹介方法に関する事項		
1・2		ホームページ等の広報 パンフレット等の資料送付 問合せ情報の提供 紹介者に対する施設情報の事前説明 見学同行 成約前の紹介者に対するフォロー 成約時の立会 成約後の紹介者に対するフォロー
3		すべての事業者に満足している 多くの事業者に満足しているが、一部の事業者に不満がある。 満足している事業者と不満がある事業者がほぼ同数ある。 一部の事業者に満足しているが、多くの事業者に不満がある。 すべての事業者に不満がある。
4		ホームページ等の広報 パンフレット等の資料送付 問合せ情報の提供 紹介者に対する施設情報の事前説明 見学同行 成約前の紹介者に対するフォロー 成約時の立会 成約後の紹介者に対するフォロー 手数料の支払い時期 高額な手数料 手数料の発生条件
6		ホームページ等の広報が少ない ホームページ等の広報が誤っていた 問合せ情報の提供が少ない 提供された問合せ情報が誤っていた 紹介者に対して施設情報の事前説明がなされていない 紹介者に対して誤った施設情報の事前説明をされた 見学同行が少ない 見学同行での対応が不十分 見学同行にて問題のある対応をされた 成約前の紹介者に対してフォローがされていない 成約前の紹介者に対して問題のある対応をされた 成約時の立会をしない 成約時の立会で問題のある対応をされた 成約後の紹介者に対してフォローがされていない 成約後の紹介者に対して問題のある対応をされた 手数料の支払い時期を早められた 手数料の支払い金額を上乗せされた 90日以内退去者の手数料の支払いを求められた 入居していない紹介者の手数料の支払いを求められた 他紹介事業者の紹介者に対して手数料の支払いを求められた

紹介事業の実態調査アンケート(紹介事業者)

紹介事業の実態調査アンケート (対象 紹介事業者)

(記入情報:平成24年12月末時点)

番号を選択する設問については、別表の「記入番号表」の記入番号をご確認ください。

御社名: _____

. 主に扱っている施設・事業形態

1. 類型について、該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

2. 入居要件をひとつ選択してください。

自立 要支援・要介護(要介護のみの場合も含む) 自立・要支援・要介護

3. 価格帯について、該当する項目をひとつ選択してください。

価格帯を問わない 価格帯を限定している

「価格帯を限定している」を選択された方は、限定している価格帯について選択してください。

高価格帯 低価格帯

. 施設運営事業者との提携状況に関する事項

1. 提携している(または紹介実績のある)施設運営事業者の総数をひとつ選択してください。

10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

2. 上記のうち、定期的に紹介実績がある施設運営事業者の数をひとつ選択してください。

0社 10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

3. 施設運営事業者と提携する際の選定条件をすべて選択して下さい。(複数選択可)

「その他」を選択された方は、条件の内容についてご記入ください。

(_____)

. 施設運営事業者との契約内容に関する事項

1. 施設運営事業者との提携形態について、該当する項目をひとつ選択してください。

有償(包括提携) 有償(紹介入居成立の都度、個別提携) 有償(の混合) 無償

2. 紹介手数料の設定について該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

3. 紹介料の金額について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

4. 紹介料の金額の妥当性について、該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

- 適正と感じている 高額と感じている 低額と感じている 高額のため減額を予定 低額のため増額を予定

5. 紹介情報の有効期限について、該当する項目をすべて選択してください。(複数選択可)

- 無期限(設定なし) 3年以内 1年以内 6ヶ月以内 3ヶ月以内

6. 紹介料の上乗せキャンペーンの実績について、該当する項目をひとつ選択してください。

- 実績あり、今後も予定。 実績ないが、実施検討中。 実績あるが、予定なし。 実績も予定もなし。

紹介料の上乗せキャンペーンの実績がある場合、設問7・8・9にご回答ください。

7. キャンペーンを実施した施設運営事業者の数をひとつ選択してください。

- 10社未満 10社以上 20社以上 30社以上 40社以上 50社以上

8. 上乗せした金額について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

9. キャンペーンの効果について、該当する項目をひとつ選択してください。

- 紹介数の増加、成約数の増加ともに効果あり 成約数の増加に効果あり 紹介数の増加に効果あり 効果なし

10. 紹介料の発生日について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

- 契約日より前 契約日 入居日 入居後90日経過後 入居後90日経過後よりも後

11. 90日退去における紹介料の取り扱いについて、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

紹介方法に関する事項

1. 御社の紹介業務の内容について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

2. 施設の情報収集の手法について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

3. 施設運営事業者の対応に対する満足度について、該当する項目をひとつ選択してください。

-

4. 施設運営事業者の対応について、満足していない項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

5. これまで施設運営事業者とのトラブルが生じたことはありますか。

- あり なし

施設運営事業者とトラブルが生じたことがある事業者にお伺いします。(設問6・7・8)

6. トラブルの種類について、該当する項目をすべて選択して下さい。(複数選択可)

-

上記以外のトラブルがありましたらご記入ください。

7. トラブルの主な解決方法について、該当する項目をすべて選択してください。(複数回答可)

- 和解 和解(施設運営事業者が譲歩) 和解(紹介事業者が譲歩) 未解決 争議

上記以外の解決方法(結果)がありましたらご記入ください。

8. トラブルの結果、取引を中止した施設運営事業者数について、該当する項目をひとつ選択してください。

- 0社 1~3社 3~5社 5~7社 7~10社 10社以上

・入居者に対する紹介料の請求に関する事項

1. 入居者に対する紹介料の請求について、該当する項目をひとつ選択してください。

- 請求しない 原則請求しないが、紹介方法によっては請求する場合もある 原則請求する

・施設運営事業者への要望が御座いましたら、こちらにご記入ください。

・その他(上記の回答に関する補足などは、こちらにご記入ください。)

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

記入番号表(紹介事業の実態調査アンケート)(対象 紹介事業者)

設問番号のアンケートの回答欄には下記「記入番号」を記入してください

設問番号	記入番号	項目
紹介実績のある施設運営事業者の施設情報		
1		介護付有料老人ホーム(兼サービス付き高齢者向け住宅を含む) 住宅型有料老人ホーム(兼サービス付き高齢者向け住宅を含む) サービス付き高齢者向け住宅(以外) グループホーム その他(小規模多機能居宅介護) その他(高齢者向け住宅) その他(シニア向け分譲)
施設運営事業者との提携状況に関する事項		
3		事業規模 資本系列 知名度 信頼度 介護サービスの内容 看護サービスの内容もしくは医療体制 食事を含めた生活サービスの内容 職員体制 建物設備の仕様 価格帯 紹介取引実績 適正な紹介料 その他
施設運営事業者との契約内容に関する事項		
2		施設の入居契約料金は差はあるが手数料は一律 施設の入居契約料金は差がなく手数料は一律 施設の入居契約料金は差があり手数料は異なる 施設の入居契約料金は差はないが手数料は異なる
3・8		10万円未満 10万円以上 20万円未満 20万円以上 30万円未満 30万円以上 40万円未満 40万円以上 50万円未満 50万円以上 60万円未満 60万円以上 70万円未満 70万円以上 80万円未満 80万円以上 90万円未満 90万円以上 100万円未満 100万円以上
11		全額支払い 一部支払い(全額の8割以上) 一部支払い(全額の6割以上) 一部支払い(全額の4割以上) 一部支払い(全額の2割以上) 支払いなし
紹介方法に関する事項		
1		ホームページ等の広報 パンフレット等の資料送付

設問番号	記入番号	項目
		問合せ情報の提供 紹介者に対する施設情報の事前説明 見学同行 成約前の紹介者に対するフォロー 成約時の立会 成約後の紹介者に対するフォロー
2		施設見学 入居者へのヒアリング パンフレット インターネット 重要事項説明書 情報公開制度 情報開示請求 紹介事業者同士の情報交換 口コミ
3		すべての事業者に満足している。 多くの事業者に満足しているが、一部の事業者に不満がある。 満足している事業者と不満がある事業者がほぼ同数ある。 一部の事業者に満足しているが、多くの事業者に不満がある。 すべての事業者に不満がある。
4		ホームページ等の広報に対する情報提供 パンフレット等の資料送付に対する資料提供 問合せ情報の提供に対する反応 紹介者に対する施設情報の事前説明に対する協力姿勢 見学同行した際の施設の対応 成約前の経過報告 成約時の対応 成約後の経過報告 手数料の支払い時期 手数料の支払い金額 手数料の発生条件
6		ホームページ等の広報への情報提供が少ない ホームページ等の広報への情報提供が誤っていた パンフレット等の資料を要請しても送付されない パンフレット等の資料が更新されても連絡がない 問合せ情報の提供をしても対応されない 提供した問合せ情報を誤って認識された 紹介者に対する施設情報の事前説明に協力しない 紹介者に対する施設情報の事前説明に誤った情報を提供された 見学同行を認めない 見学同行にて問題のある対応をされた 成約前の経過報告がない 成約前に問題のある対応をされた 成約時の立会で問題のある対応をされた 成約後の経過報告がない 成約後に問題のある対応をされた 手数料の支払い時期を延期された 手数料の支払い金額を減額された 退去者の手数料の支払いを拒絶された 入居前の紹介者の手数料の支払いを拒絶された 他紹介事業者の紹介であるとして手数料の支払いを拒絶された

高齢者住宅経営者連絡協議会 会員名簿

事業主	
1	株式会社アズパートナーズ
2	株式会社荒井商店
3	株式会社エヌエムライフ
4	株式会社エネルギア介護サービス
5	株式会社オフィスmega
6	オリックス・リビング株式会社
7	株式会社学研ココファン
8	株式会社木下の介護
9	株式会社キャピタルメディカ
10	株式会社共立メンテナンス
11	京王ウェルシステージ株式会社
12	酒井医療株式会社
13	株式会社サミュエル
14	株式会社サンケイビルウェルケア
15	株式会社サンライズ・ヴィラ
16	株式会社シティインデックスホスピタリティ
17	株式会社シティー・エステート
18	社会福祉法人常陽会
19	社会福祉法人伸こう福祉会
20	株式会社生活科学運営
21	社会福祉法人生活クラブ
22	社会福祉法人聖隷福祉事業団
23	セコムフォート株式会社
24	株式会社センチュリーライフ
25	大和ハウスライフサポート株式会社
26	株式会社チャーム・ケア・コーポレーション
27	株式会社ツクイ
28	株式会社東急イーライフデザイン
29	東急ウェルネス株式会社
30	東宝不動産株式会社
31	トラストガーデン株式会社
32	株式会社日本ライフデザイン 湖山医療福祉グループ
33	長谷川介護サービス株式会社
34	株式会社長谷工総合研究所
35	株式会社ハートフルケア
36	医療法人社団はなまる会
37	株式会社フィルケア
38	平和ヘルスケア株式会社
39	株式会社ベネッセスタイルケア
40	株式会社ヘルスケアシステムズ
41	株式会社マザアス
42	株式会社メッセージ
43	株式会社有楽
44	株式会社ユニマットそよ風
45	医療法人社団容生会
46	ライフサポート株式会社
47	株式会社ランドネクス
48	株式会社リエイ
49	ロングライフホールディング株式会社
50	ワタミの介護株式会社
51	株式会社タムラプランニング&オペレーティング

団体名 50 音順 (2013年5月11日時点)



高齢者住宅経営者連絡協議会
The Council of Senior Housing Industry Association

入居者のための紹介事業実態調査報告書

2013年5月11日発行

(事務局) 〒101-0054 東京都千代田区神田錦町 1-13 大手町宝栄ビル 602

TEL/FAX : 03-3292-3289

E-mail: info@kokeikyo.com

無断複製・転載を禁じます