

内科クリニックが^〆かぜ・流行疾患に依存せず、

開業2年半で
年間医業収入
1.25億円達成!

成功事例
クリニック院長が
ゲスト登壇!

開催日

2020年6月7日(日)東京・
6月28日(日)大阪
2020年6月14日(日)
オンライン開催

詳しくは
中面へ

開業早期の急成長を成し遂げた
内科クリニック経営のポイントは、
強みを活かした広告戦略だった!

Point 01

〆継続通院患者、を中心とし、
年中通して安定した
診療ができる

集患対策は^〆得意分野に
絞った疾患だけ、でも
月平均144名の新患獲得

Point 02

1日90人が
来院しても診療に
追われない体制

1時間15人の
診療をしても
待ち時間・残業なし

Point 03

安定・安心が経営の
余裕を生み、ワクワクする
チャレンジに取り組める!

保険診療だけに
縛られない、
自由診療売上比率20%

右記に
当てはまる方は
ぜひご参加
ください!!

- ❑ 開業早期に1億円を達成した院長が何に取り組んだのかを知りたい先生
- ❑ かぜなどの流行疾患に大きく振り回され、年中を通して診療が安定せず疲弊している先生
- ❑ 看板を出しているが、集患効果が薄いと感じている先生
- ❑ 新患一人当たりにかかっている広告費用を把握できていない先生
- ❑ 広告費用を見直し、利益を残したいと考えている先生

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに
心よりお見舞い申し上げますとともに、1日も早い収束を心よりお祈り申し上げます。

感染拡大が続く状況を鑑み、新型コロナウイルス感染症に関する当社対応として、3/2~5/10までの期間、セミナー・研究会を、ご来場による開催からWEB開催に切り替え
させて頂いております。また、随時、新型コロナウイルス対策関連セミナーを実施させて頂いております。皆様の会社経営、新型コロナウイルス感染対策の一助となれば幸いです。

内科向け生活習慣病強化セミナー

お問合せ No.5056185



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

TEL 0120-964-000

平日
9:30~17:30

FAX 0120-964-111

24時間
対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10 船井総研大阪本社ビル ■申し込みに関するお問い合わせ: 時田 ■内容に関するお問い合わせ: 川本

WEBからもお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索窓に右記の「お問合せ No.」をご入力ください) 056185

内科向け生活習慣病強化セミナー

2020年6月7日(日)東京会場: 6月28日(日)大阪会場: 6月14日(日)オンライン開催

私たちは日々、全国の内科クリニック様より様々なご相談をいただきます。お悩みは先生によってそれぞれ異なりますが、その解決手段は、今クリニックが置かれているステージによって違ってきます。まずは自院がどの立ち位置にいるのか?を把握することが重要です。

私たちが目指すのは、一人でも多くの院長先生が安定・安心した経営を行い、「先生がやりたい診療を思いっきりできる、理想とするクリニック」を創っていただくことです。そうすると先生の人生が豊かになり、そこで働くスタッフさんが幸せになり、その結果、通院する患者さんにも素晴らしい価値が提供できると考えています。

もうワンランク上のステージを目指すため、何に取り組まなければならないのか?

ぜひ、このセミナーを通じてクリニック経営のポイントを会得してください!

株式会社 船井総合研究所 ヘルスケア支援部 川本 浩史

内科クリニック開業後のステージとよくあるお悩み

多くの内科クリニックがたどる道…先生のクリニックは今、どのステージですか?

ステージ
04

発展クリニック(年間平均レセプト1,000枚~)

クリニック・院長の方針が明確なのでスタッフとの分業体制もスムーズで、院長は診療業務だけに集中できるため一日100名の患者さんを診察しても余裕がある。生まれた余裕で院長の夢や目標、クリニックの更なる発展を考える時間ができ、ワクワクした毎日を過ごしている。

ステージ
03

安定クリニック(年間平均レセプト~1,000枚)

継続的に通院される慢性疾患の患者さんが増え、閑散期でもレセプトが800枚以上と繁閑の差が少なく年中を通して安定した診療が行えている。患者さんの数が増えなくても再診患者が多いことから一人当たりにかかる診療時間も短く、待ち時間やスタッフの残業時間も少なく運営できている。

ステージ
02

一般クリニック(年間平均レセプト~800枚)

地域での認知度も向上し患者さんも来てくれるようになったが、時期によっては診療時間内に診療が終わらず、待ち時間に対するクレーム、またスタッフの残業負担も増えてきた。また繁忙期と閑散期の差が大きく、毎年冬が近付くと院内がヒリヒリした雰囲気になる。

ステージ
01

開業時苦戦クリニック(年間平均レセプト~500枚)

思い切って開業をしたものの、思った通りに新患が集まらない。勤務医時代の患者さんが継続して来院してくれているが高齢化も見られ、この先新患が少ない状態でいつまで診療を続けられるか不安な日々を過ごしている。



オンラインセミナー WEBからのお申込み(クレジット決済)

右記のQRコードを読み取りWEBページのお申込みフォームよりお申込みください。

セミナー情報を下記WEBページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/056185>



開業2年半で年間医業収入1.25億円を達成できたクリニック運営のポイント

三上内科クリニック 院長 三上 修司氏

宮崎医科大学入学卒業後、神戸大学第一内科（循環器内科）に入局。神戸大学付属病院、国立神戸病院、六甲アイランド甲南病院 副院長などを経て、平成29年5月に三上内科クリニックを開院。専門の循環器領域を中心に、「病気の治療」だけでなく「病気の進行予防」「健康寿命の延伸」を目指し、日々診療を行っている。

日本内科学会・総合内科専門医、日本循環器学会専門医、日本透析医学会指導医、日本医師会認定・認定産業医。

当院の成り立ちと特徴

当院は2017年5月に、神戸市東灘区の六甲アイランドという、人口約19,000人の人工島に開業しました。開業地をここに選定した理由は、元々勤務していた病院が近く当初から一定の患者さんの確保が見込めたためです。また循環器内科を専門としていたことから島内には競合となるクリニックは少なく、開業後すぐから医業収入は順調に推移していました。

しかしある時来院している患者さんの住所を見てみると、来院患者さんの9割近くが島の住民であることが分かりました。また新患も風邪や腹痛といった急性症状が多く、来院患者さんは多くても思うようにレセプト枚数が積み上がりません。特に循環器領域においてはCTやMRI、カテーテル等といった設備面以外では病院と遜色のない治療を提供できている自負があったため、循環器疾患の新患が思うように来ないことは想定外でした。さらに病院時代からの患者さんも多かったため、来院患者さんの3割以上が0歳以上と高齢化も進んでいました。

このままでは**近い将来に確実に伸び止まってしまふという焦り**、そして急性疾患の新患に忙殺されず安定した診療体制を築きたいという想いから、島の外からの慢性疾患の新患確保が急務であると感じ、島と本土をつなぐ電車や郵便局への広告掲載なども試してみましたが、あまり大きな成果を感じませんでした。

開業1年8ヶ月でホームページを刷新

伸び悩みを感じて色々と情報収集をしているとき、船井総合研究所から内科クリニック向けの経営セミナーのDMが届き、一度参加してみることにしました。セミナーでは、診療圏を広げて目的とする疾患を集患するにはホームページを活用したWEBマーケティングが大切であるとの講演がありました。当院でもホームページは作っていましたが、振り返ってみるとクリニックの場所や診療時間など一般的な内容が中心で、近隣の方が内科クリニックを探した時に当院を検索結果で見つけるということがほとんどだったように思います。

そこで開業1年8ヶ月目で、ホームページを刷新することにしました。コンサルタントからアドバイスをいただき、当院が専門とする循環器疾患、中でも高血圧や脂質異常症、糖尿病、高尿酸血症、睡眠時無呼吸症候群といった、いわゆる生活習慣病についての情報をしっかりと充実させるようにしました。この時にコンサルタントから言われた注意ポイントは次の3つでした。

- ① 無目的にただ作るだけでは意味がなく、**「閲覧数を増やす」と「来院率を高める」**2つの対策が重要であること
- ② 閲覧数を増やすためには、Googleの検索結果を意識したページを作ること（SEO対策）とリスティング広告（検索されたキーワードと連動して表示される広告）が重要であること

三上内科クリニック運営の3つのポイント

POINT 01

年中通して安定した診療ができる“継続通院患者”を集める

院長は循環器内科の専門医。集患対策はなぜなどの“体調が悪い時に来院する”患者ではなく、自身の専門性を存分に活かすことができる“生活習慣病”など継続して通院する疾患だけ取り組みました。一般的に集患が難しいと言われる生活習慣病などの慢性疾患ですが、ホームページを中心とした集患対策を行うことで月平均144名の新患が獲得できています。

POINT 02

1時間15人が来院しても診療に追われず、待ち時間・残業なし

1日90名の患者を診療しても待ち時間・残業が発生しない理由は、
①慢性疾患患者比率の高さ（約65%） ②診療オペレーションの仕組み化、の2つがありました。

POINT 03

安定・安心が経営の余裕を生み、ワクワクするチャレンジに取り組める！

ゆとりを持って診療を行えることで、新たなチャレンジに取り組む余裕が生まれました。今、三上院長が注力しているのが“自由診療”の拡大です。保険制度だけに依存しない経営体質を作ること、そして患者さんの治療の選択肢を広げる対策として力を入れており、今では自由診療が売上の20%を占めています。



三上内科クリニックのホームページ。病気の解説ページは、全て病気別に単一ページで作成、内容は、開業地域の他院よりも充実させて執筆するなど随所に伝わりやすい工夫を凝らしている。

③ 来院率を高めるためには、集患したい疾患について自診療圏内地域で最も詳しく解説したページを作り、来院までの導線設計すること
当院では、元々「循環器疾患」として1ページにまとめて紹介していた病気の解説ページを疾患別に分割し、合計16ページを新たに作成しました。またそれぞれの内容も、病気の解説からよくある症状、治療方法や日常生活において気を付けるべきことなど、同地区内の他のクリニックよりも充実させるように執筆しました。また中でも注力して伸ばしていきたい糖尿病や高血圧、睡眠時無呼吸症候群といった疾患に対しては、“病名”や具体的に「あんな」「お悩み」で検索された際に当院が上位表示されるよう、インターネット広告を活用しました。こうした対策によつて、当時は月に1,000人程度だったホームページへのアクセスが、今では月に13,000人を超える方に閲覧されています。

ホームページ刷新による 集患の効果

まず印象的だったのが、島の外からの新患が目に見えて増加したこと。さらに新患には問診票で当院のことを知ったきっかけを聞いていますが、「ホームページ」という回答が増えたことに加え、実際に検索したキーワードでは「東灘区」という島名より広い地名、そして疾患名による検索で当院のことを知り、来院につながった患者さんが増加しました。

中でも高尿酸血症（痛風）、睡眠時無呼吸症候群、高血圧については明らかに島の外からの患者さんが増えたように感じています。痛風のように実際に痛みを伴うもの、睡眠時無呼吸症候群の「いびき」のように比較的状況が出やすいもの、高血圧のように日常的に自分で測定できて意識しやすいものは、来院につながりやすい傾向にあるようです。例えば特に注力している睡眠時無呼吸症候群では広告費用として月間約35,000円をかけていますが、毎月10〜15名の新患が来ています。単純に計算すると**1名の新患を獲得するのに1万円前後の広告費が2,300円〜3,500円**ということになりますので、**継続して院**

2018年の来院患者と2019年の新患の比較

■ 2018年12月以前からの継続来院患者

年齢	男性	女性	計	割合
0~10	19	21	40	2.1%
11~20	59	84	143	7.5%
21~30	35	100	135	7.1%
31~40	82	68	150	7.9%
41~50	112	140	258	13.6%
51~60	140	170	310	16.3%
61~70	139	151	290	15.3%
71~80	116	147	263	13.8%
80~90	93	168	261	13.7%
91~	12	38	50	2.6%
合計	807	1,093	1,900	100.0%

■ 2019年1月以降の新規来院患者

年齢	男性	女性	計	割合
0~10	18	18	36	2.2%
11~20	58	104	162	9.8%
21~30	103	116	219	13.3%
31~40	123	135	262	15.9%
41~50	150	132	282	17.1%
51~60	145	135	281	17.0%
61~70	100	90	190	11.5%
71~80	54	59	113	6.8%
80~90	29	56	85	5.2%
91~	6	14	20	1.2%
合計	791	859	1,650	100.0%

来院患者年齢層別の分布



してくれる疾患だということを考えると、**非常に費用対効果が高い**と感じています。開業2年目に入った2018年の春以降は月平均90名前後で推移していた新患数が2019年には月平均144名と大幅に増加し、平均のレセプト枚数は2018年の697枚から2019年には868枚と大きな伸びを見えています。またインターネットを見て来院される患者さんが多いので、患者さんの年齢層が若返ったのが印象的でした。2019年の新患を見ると、元々30%を超えていた70歳以上

の方は13%となり、20歳〜60歳までの層が2018年45%↓2019年63%と、特に割合が高まっています。またホームページの刷新で目標としていた**通生活習慣病の患者さんが増え、今では来院患者の約65%が定期的に通院していただいている患者さんです**。神戸市内でもこういった対策を打っているクリニックはまだ少ないので、**同じことをするクリニックが増えてくる前から先んじて取り組めたことも大きな成果につながった理由だ**と感じています。

患者数が急増しても 待ち時間・残業なし

ホームページの刷新によって大幅に患者さんが増えることが想定されたので、患者数が増加しても待ち時間が長くなったりスタッフの残業時間が増えたりしないよう、診療体制の見直しも同時に行いました。具体的対策は2つです。

1つ目は、疾患別にカスタマイズした問診票、説明用ツールの作成です。例えば生活習慣病の新患は、食事内容や普段の活動量、既往歴や服薬状況など、聞くべき内容が多岐に渡ります。こうした**全ての方に一律に聞かなければならない内容は、予め疾患別に準備した問診票に記入してもら**



当院で使用している「生活習慣病」用の問診票。予め把握しておきたい内容を記入してもらい、診察前にスタッフが電子カルテに入力している。

査内容など、**新患が来るたびに繰り返す説明内容は、普段の説明内容を紙に落とし込んで配布**できるようにしました。診察室のすぐ手が届くところに置いておき、該当の疾患の患者さんが来られたらポイントのみ口頭で簡単に説明し、あとはこの説明用ツールをお渡ししています。紙にして持つて帰っていただくことで「**伝えたいつもりになっていく**」ということが**少なくなり、患者さんの理解度は今までよりも向上した**と感じています。また当院で働いているスタッフは年齢層の高いパート職員が主体で、氣を利かせてアクティブに動いてくれる方ではありません。患者さんに何を聞かなければならないのか？何を伝えなければならぬのか？という医師の考えを紙にしたことでスタッフの理解度も高まり、スタッフ教育にもつながったと感じています。

2つ目はクラークの導入です。当院では特に患者の集中する午前中にクラークを配置していますが、パソコンの入力作業が必要なくなるだけで負担が大きく減ることを実感しています。特に患者さんが多くくつくと、この負担の積み重ねは毎日の疲労に大きく影響するた

今の体制で得た「やりたいこと」に取り組む時間

め、クラークの導入は必須だと思っています。またパソコンではなく患者さんの方をしっかりと見て診察ができるので、患者満足度も上がっていると感じています。今後は午後診療の際にもクラークを導入していけるよう、人員体制を整えているところです。

今、私は生活習慣病を中心とした診療体制を築いたことによって生まれた余裕で、診療が休みの日には全国の様々な勉強会に出席しています。主には自由診療領域にかかわる勉強会です。勤務医時代にはエビデンスの確立した保険診療治療しか見ていませんでしたが、実は保険が認められていないだけで、優れた治療法は沢山存在していることを知りました。例えば動脈硬化症に対してカテーテル治療や薬だけでなく、キレート剤を点滴するキレーション療法があります。アメリカでは1950年代から効果が認められ積極的に導入されている治療法で、カテーテルに比べても低侵襲で治療することができま

す。その他にも実際に私自身で試してみても効果を実感できたもの、本当に良かった治療については、患者さんに対しても提案しています。保険診療、いわゆる標準治療でうまくいかない患者さんに対して選択肢を増やすことができるという意味でも、自由診療は有効です。このように**自身が視野を広く保ち、常に新しい知識を学び続けるために時間を使える**ことは、とても嬉しく思っています。

また今後の展開として、通院できなくなってくる患者さんへの訪問診療、在宅医療の提供体制を整えていくことを考えています。まずは2022年に法人化をして年末には在宅専門クリニックを立ち上げられるよう、今から動いています。その他にもまだまだ先の展開にはなりますが、自由診療専門クリニックなども立ち上げていきたいですね。地域に根差したクリニックとして患者さんの様々なニーズに対応していけるよう、これからも様々なことにチャレンジしていきたいと思っています。

小冊子無料
ダウンロード

内科化経営に役立つ9つの無料小冊子

右記QRコードより、SAS治療強化をはじめとした9つの無料レポートをダウンロードいただけます。



パソコンからは「小冊子無料ダウンロード 内科」で検索！
QRコードからのダウンロードはこちらを読み込んでください

- 1 今後、地域に必要とされる内科医院とは？
- 2 睡眠時無呼吸症候群(SAS)集患強化のメソッド
- 3 診療効率、と患者満足度、を両立するための診療体制づくり
- 4 人事不足時代を生き抜くための採用戦略と具体的施策
- 5 広告費用ゼロ、のWEB集患～MEO対策編～
- 6 広告費用ゼロ、のWEB集患～ポータルサイト対策編～
- 7 内視鏡強化型医院を目指すべき理由とは
- 8 月間200件の内視鏡検査実績を目指す～WEBマーケティング編～
- 9 在宅患者の集患で成功する「3つのステージと7つのポイント」



セミナー内容と開催時間

第1講座

これからの
内科医院経営の時流

株式会社船井総合研究所 田熊 孝治



第2講座

ゲスト
講座

開業2年半で1.25億円を達成した
当院の変遷と取り組み

三上内科クリニック 院長 三上 修司氏



第3講座

生活習慣病診療を強化して理想の
内科クリニック経営を実現するための具体的事例

株式会社船井総合研究所 川本 浩史



第4講座

本日のまとめ

株式会社船井総合研究所 田熊 孝治



内科クリニックが生活習慣病の診療を強化して得られる

3つのメリット



株式会社 船井総合研究所 ヘルスケア支援部 川本 浩史

メリット 01

年中を通して
安定した診療ができる

閑散期と繁忙期の差が大きく、繁忙期には診療時間、残業時間が長くなり疲弊している院長先生は多くいらっしゃるのではないのでしょうか。生活習慣病を主軸とした診療体制を築く最初のメリットは、この繁忙の差が小さくなることです。

また再診患者が多くなるため、一人当たりにかかる診療時間は相対的に減っていきます。さらに生活習慣病、慢性疾患患者は、何らかの理由で離脱がない限りは基本的に継続して通ってくる「積み上げ型」の患者さんです。生活習慣病、慢性疾患患者の集患を強化することは、年中を通して安定した診療体制を築くことにつながるのです。



メリット 02

WEBマーケティング
による診療圏の拡大と
患者層の若年化

生活習慣病、慢性疾患患者を集患する手段としてWEBマーケティングを集患の中心に置くことで、2つの恩恵を受けることができます。

1つ目は診療圏の拡大です。インターネット媒体を使うことにより広範囲に広告発信でき、診療圏を広く取ることができます。言うまでもありませんが全国的に人口減少が進む今、限られた足元診療圏だけでは市場は縮小していきますので、診療圏の拡大はどの地域であっても重大な課題です。

2つ目は、患者層の若年化です。特に勤務医時代からの患者さんを引き続き診療している先生や医院継承をされた先生は、既存患者さんの高齢化にお悩みのことが多いのではないのでしょうか。WEBマーケティングのメインターゲット層は若年層です。WEBマーケティングにより、中長期的に安定したクリニック経営を継続していくための若年層患者をしっかりと獲得することができます。

メリット 03

院長先生にとって
ストレスフリーな
経営体制

生活習慣病が中心の診療体制となると、通常であれば患者数の増加に伴って急激に追われて診療時間の延長・負担の増大という構図となるところが、残業が少なく、限られた診療時間内で最大の売上を目指すことができます。

残業が減ると、スタッフ離職率が下がります。慢性的な残業体質は、スタッフにとって非常に大きなストレスの一つです。患者数が増えても残業が少ない体制が築けると、スタッフが気持ちよく働くことができ、結果として先生が安心して気持ちよく働くことができます。

そして、こうした診療体制は先生にとって日々の診療だけに追われたいことゆとりを生み、「先生がやりたいこと」に取り組むための時間を創出することができます。先生によっては、それは家族との時間であったり、分院展開などの次のステップを考える時間であったりするでしょう。何よりも先生が理想とする生活、人生を実現するためには、目の前のことに振り回されないゆとりを生むことがとても大切なのです。

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

内科向け生活習慣病強化セミナー

お問い合わせNo. S056185

開催要項

東京会場にてご参加

お申込期限: 06月03日(水)

2020年 **06月07日**(日) 開始 **12:30** ▶ 終了 **16:30** (受付12:00より)

船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。

また最少催行人数に満たない場合、中止させて頂く場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いは致しかねますので、ご了承下さい。



オンラインにてご参加

お申込期限: 06月10日(水)

2020年 **06月14日**(日) 開始 **12:30** ▶ 終了 **16:30** (受付12:00より)

本講座はオンライン受講が可能となっております。

オンライン受講の方に限り、諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承下さい。

大阪会場にてご参加

お申込期限: 06月24日(水)

2020年 **06月28日**(日) 開始 **12:30** ▶ 終了 **16:30** (受付00:00より)

船井総合研究所 大阪本社

〒541-0041 大阪府大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

地下鉄 御堂筋線「淀屋橋駅」10番出口より徒歩2分

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。

また最少催行人数に満たない場合、中止させて頂く場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いは致しかねますので、ご了承下さい。

日時・会場

受講料

一般価格 税抜 30,000円(税込**33,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 24,000円(税込**26,400円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。
または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.056185を入力、検索ください。

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社 船井総合研究所

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 時田 ●内容に関するお問合せ: 川本

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

お申込みはこちらからお願いいたします

6月7日(日)東京会場

申込締切日6月3日(水)



6月14日(日)オンライン

申込締切日6月10日(水)



6月28日(日)大阪会場

申込締切日6月24日(水)

