

講演内容&スケジュール

■ セミナー開催日時

2022年4月 **3日**・**7日**・**10日**・**16日**

全国どこからでも参加OK! オンライン開催 13:00~16:00 (ログイン開始12:30~)

■ セミナー講演内容

第1講座

泌尿器科業界の2022年時流予測

株式会社 船井総合研究所
地域包括ケア支援部

長谷川 寿人



ゲスト
講師

第2講座

泌尿器科患者特化型クリニックを 実現させた成功ストーリー



医療法人 駿煌会 理事長 **大草 洋氏**

平成26年神奈川県相模大野にて「おおくさ泌尿器科・内科クリニック」を継承開業。地元に着目した、泌尿器科専門クリニックとして地域では圧倒的なブランドを確立している。昨年には分院を展開し、さらに泌尿器科が不足している地域に対して、適切な診療をすばやく・過不足なく届けることを目指して日夜経営に取り組んでいる。

第3講座

泌尿器科レセプト比率9割以上を達成する クリニックの作り方 ~圧倒的な集患力強化に向けて~

株式会社 船井総合研究所
地域包括ケア支援部

長谷川 寿人



第4講座

まとめ講座

株式会社 船井総合研究所
地域包括ケア支援部

リーダー 石原 春潮



オンラインセミナーお申込み方法について

WEBのお申込みはQRコード読み込みが簡単です!!
スマホ・タブレットの方はQRコードを読み込んでいただくとお申込フォームにアクセスできます。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/083814>



お問合せNo **S083814**

泌尿器科患者メインの経営を目指す

泌尿器科クリニック様向け 集患力強化セミナー

なぜ 当院は内科を標榜しながらも

泌尿器科患者比率 **90%超**を
達成できるのか!?

達成するためのポイント

ズバリ
1

泌尿器科の専門性を圧倒的に
押し出す!

ズバリ
2

泌尿器科新患がグッと集まる
WEBマーケティング!

ズバリ
3

科目属性に特化した泌尿器
診療効率化術!

最大

一日泌尿器患者 外来数**80人超!**

患者満足度を
落とさずに!

驚異の最大診察人数**18人/時!**

特別
ゲスト
講師



医療法人 駿煌会
理事長 **大草 洋氏**

全国どこでも参加可能!

オンラインセミナー

2022年4月 **3日**・**7日**・**10日**・**16日** 13:00~16:00 (ログイン開始12:30~)

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。

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

泌尿器科レセプト比率9割を達成するクリニックの作り方セミナー お問い合わせNo.S083814

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 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **083814**

突然ですが

こんなお悩みや、課題はありませんか？



- ✓ 最近泌尿器科の新患が少ない
- ✓ 泌尿器科に特化したいが、別科目の患者様が多い
- ✓ 最近では競合が増えて、泌尿器科の集患が上手くいっていない
- ✓ 理想とする泌尿器科クリニックとして地域でブランドが確立できていない

このレポートをお読みの先生方の中で、このようなお悩みをお持ちのクリニックは少なくないと思います。泌尿器科の患者様を集めたいのに集められず、作りたかったクリニック像から実情は離れていってしまっているかもしれません。

上記の課題は

【泌尿器科新時代に対応した疾患別集患マーケティング】で解決できます！



今回ご紹介させていただく成功事例はこのマーケティング手法を使い、皆様が強化したい泌尿器疾患患者様の集患を進めることができました。

また、先生が得意としている疾患やクリニックとしての特徴を正確に捉えて、それを語弊無く患者様に発信をしていくことが可能になり、求めている患者様の来院を促すことができます。

- ✓ 泌尿器科患者比率90%を超えることができる
- ✓ 新患比率20%を維持することができる
- ✓ 泌尿器科としてのブランドを確立させることができる
- ✓ 本当にやりたかった泌尿器科クリニックを創ることができる

そんな状況を実現させたい方は中面へ！

医療法人 駿煌会のご紹介

医師1名体制で外来患者数
最大80名!
泌尿器科患者比率**90%**越えを達成

理事長 大草 洋氏

平成26年神奈川県相模大野にて「おおくさ泌尿器科・内科クリニック」を継承開業。
地元に着した、泌尿器科専門クリニックとして地域では圧倒的なブランドを確立している。昨年には分院を展開し、さらに泌尿器科が不足している地域に対して、適切な診療をすばやく・過不足なく届けることを目指して日夜経営に取り組んでいる。



<おおくさ泌尿器科・内科クリニック>の
ココが凄い!

泌尿器患者比率	
一般的な泌尿器科クリニック 内科や皮膚科等でごちゃごちゃ	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 泌尿器科患者比率 90%
一日最大患者数	
一般的な泌尿器科クリニック 40~60名	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 約 80 名
平均待ち時間	
一般的な泌尿器科クリニック 1時間以上	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 最大 30 分
月間医業収入	
一般的な泌尿器科クリニック 700~800万円	おおくさ泌尿器科・内科クリニック コロナ禍でも 900 万円超
スタッフ教育	
一般的な泌尿器科クリニック 複数科目のため、業務圧迫	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 泌尿器科をメインとして、超効率的
集患方法	
一般的な泌尿器科クリニック 看板・地域誌	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 泌尿器科特有の 5つ の施策
院長の気持ち	
一般的な泌尿器科クリニック こんなはずじゃなかった	おおくさ泌尿器科・内科クリニック 思い描いたクリニック経営

大草理事長が語る泌尿器科クリニックとしての成功秘話



おおくさ泌尿器・内科クリニック
OOKUSA UROLOGY & INTERNAL MEDICINE CLINIC

医療法人 駿煌会
理事長 **大草 洋氏**



株式会社 船井総合研究所
地域包括ケア支援部
泌尿器科特化型コンサルタント
長谷川 寿人

クリニックコンセプト

長谷川: 大草先生、本日はお時間を頂戴いたしました。誠にありがとうございます。早速ではございますが、泌尿器科のクリニックとして経営を始められる際に思い描いていらっしゃったコンセプトを教えてくださいませんか。

大草先生: 「大病院に行かずとも、病院と同等のレベルの泌尿器科治療が施せるクリニック」これに尽きます。開業を検討される先生には少なからず共通して皆さん感じられていることかと思うのですが、病院は待たせて当然、それでいて診察時間も限られていて、待たせた割には一瞬で終わってしまいます。そこに医療機関としての疑問・違和感を感じたのです。手術以外のできることを全て提供することが、泌尿器科クリニックとしての使命だと考えて日々診察に取り組んでいます。また個人的な願いとして、「患者さんが自分と出会ったことで、人生が良い方向に向かってほしい」という想いもあります。

長谷川: 患者さんの気持ちからクリニック経営に至った、ということですね。

泌尿器科患者比率90%越えの秘訣とは

長谷川: 開業されて現在に至るまで、泌尿器科と内科を標榜されてたかと存じますが、現在はその比率としてはほとんど泌尿器科の患者さんしかいらっしゃらないと伺いました。泌尿器科に徐々に特化していく過程で意識をされたことは、どんなことが挙げられますか。

大草先生: 何も特別なことはしてなくて、どんな患者さんがいらっしゃっても嫌な顔をせず、診察し切る、ということでしょうか。ネット上ではなく、実際の口コミでここまで広がったという認識でして、特にご

高齢の方であればあるほど、丁寧に診察・処置を意識しました。また泌尿器科の疾患は、症状によっては他の科目に流れちゃう傾向もあります。

何件もクリニックをたらい回しにされて、行きついたという患者さんも多いので、その方の気持ちにしっかりと寄り添うことができるかどうかが大切だと思います。

また、今の患者数や内訳を実現した決め手は、泌尿器科に専門特化したことと、病診連携・診診連携を意図的に狙っていったということです。ウェブが発達し、もちろん労働生産層の方はウェブから来院されると思いますが、泌尿器科のメインの疾患はやはりご高齢の方が罹患されることが多いものです。そういった患者さんとのつながりは、自力で作るよりも、口コミをはじめとした人との関わりの中で作り上げていくほうがずっと効率的だと思います。医師会で顔を合わせた近隣の他科目のクリニックの先生からご紹介いただくこともあり、病院との連携だけではなく、他クリニックとも良い関係性を築けるように意識しております。

余談ですが、病診連携の際に、私が実践したこととして、当直の医師に向けて、差し入れを「直接」届けるということです。こんな風に大量のカップラーメンを、この間も台車に乗せて運んでいきました。笑 お中元やお歳暮では、病院の上層の方としかつながることができませんが、結局クリニックに紹介をしてくださるのも、患者さんと接するのも現場の勤務医の皆さんですから感謝を込めて贈っております。私の顔も覚えてもらわないといけないですね！

長谷川: 病診・診診連携は、なかなかやろうと思っても、ハードルが高いという印象を持っておりましたが、そこを乗り越えたからこそその結果ということですね。当直の先生方からしたら、カップラーメンは本当に助かるんですね。笑



泌尿器科の患者比率が高まるメリット

長谷川: 続いて、泌尿器科の患者比率が高い先生だからこそお感じになる、そのメリットについてお伺いしたいと思います。どんな良いことがあるのでしょうか。また、先生が嬉しいとお感じになるシーンはどういったところでしょうか。

大草先生: 単純に自分の専門分野ですから、気楽に診察ができますよね。専門じゃないものの、診察はできるというような微妙なラインの患者さんには、「もっと専門家の方が良いと思いますが、大丈夫ですか?」と聞いてしまっているくらいです。笑 ただ、専門性というのは、意識して打ち出さないと伝わらないもので、ホームページに専門医資格を書いても伝わりません。自分自身でしっかりと訴求をしていくことで、今のように自然と泌尿器科の患者さんが増えていったのだと思います。



長谷川: はっきりと専門分野を押し出すことが、重要ということですね。先生は、病診・診診連携など固有の強みがあると思いますが、しっかりと専門性を打ち出しているから、泌尿器科の患者さんの受診が多いわけですね。ですが、そこまできっぱりとおっしゃることは少し勇気が必要そうですね。笑

先生が考える他院との違いについて

長谷川: 今回先生には、内科を標榜しながらも、泌尿器科へ特化していき、泌尿器科の患者さんが9割を超えるようになった秘訣について中心にお伺いをしてまいりました。泌尿器科は稼げない科目として、単科で開業するのは難しいと言われていたのが通説の中で、先生は泌尿器科をほぼ単価で経営ができる状態にまで発展をさせてこられました。

そんな先生に最後にお伺いしたいのは、その過程の中で先生が感じられた、他の泌尿器科クリニックとの違い・特異性についてです。先生と同様に、他科目もセットで標榜されているクリニックは存在しますが、どうしてもその割合がコントロールできずに、泌尿器科以外の科目の患者さんの率が増えてしまうというご相談を頻繁にいただきます。先生から見て、おおくさ泌尿器・内科クリニックが他院と違って、泌尿器科として成功した要因は何だと思われますか?

大草先生: 成功したなんて思っておりませんが、自分としては意図して今の体制になるように自分なりに

頑張ってきました。前のお話と共通してしまう部分がありますが、どれだけ泌尿器科の患者さんに自分の存在を知ってもらえるようにアプローチしてこれたか、が全てかだと思います。そして私の基本的なスタンスである三方良し、win-win-winの関係性を創ることができるかどうか重要な指標になると思います。



クリニック経営とは、社会性の高さからビジネス的な思考が抜けがちです。しかし、他の業界と同様に、自院があり、提供しているサービスがあり、そしてそのサービス提供に携わる他の企業があり、最後に患者さんがいらっしゃる。関わる人々全ての立場で益があり、うれしいことではないといけないと思っております。

例えば、患者さんのニーズに応えることは重要ですが、どうしても自院では対応不可能な要求は当然断っても問題が無いはず。しかし、無理をしてクリニック側が対応することで、患者さんは満足かもしれませんが、クリニック側としてはその対応を持続させることが困難な可能性があります。

それではやはり健全な経営状態ではないと考えます。



繰り返しお伝えしている病院連携も同様です。ただ病院側から送ってもらうようお願いをするだけでなく、ポリクリを受け入れたり、病院側にもメリットがあるように対応をする必要があります。患者さんからしてみても、前立前がんなどのアフターフォローのために、何時間も病院で待たされるよりも、すぐに呼ばれるクリニックの方が負担は少ないですから、病院連携というのは非常に現実的な施策です。

こういった視点から、私はやることやらないことを決めていきます。考え方は、もしかすると医師というよりは、経営者なのかもしれませんね。笑

長谷川: win-win-winの関係を構築することができたからこそ、今のように安定した泌尿器科の患者さんの人数を維持することができていくんですね。本日は、大草先生、長いお時間を頂戴いたしまして誠にありがとうございました。より詳しい内容を知りたい方は、中面をご覧ください！



**泌尿器科患者比率90%超！
集患力強化セミナーの詳細はこちら**



泌尿器科特化型のコンサルタントが、 泌尿器科患者比率90%の実現方法のポイントを解説!!

株式会社船井総合研究所 地域包括ケア支援部 長谷川 寿人

<そのほかの成功事例をご紹介>

～船井総研の泌尿器科コンサルティングの実績～

- 5か月で昨対比1.5倍の医業収入へ
- 5か月で平均泌尿器科総患者数1.5倍
- 4か月で泌尿器科患者比率を3割→7割まで増加
- 自費領域を新規展開し2か月で2倍の自費診療の売り上げへ
- 病診連携による、紹介患者数月間平均約2倍
- レセプト単価を4か月で1.3倍
- 待ち時間最大1時間30分から30分以内にまで短縮

成功事例のポイント① 泌尿器科に専門特化したホームページ

泌尿器科クリニックとしての強み・特徴を打ち出す

それぞれのクリニックには開業時のコンセプトがあるはず。コンセプトに則りつつ、泌尿器科としての専門性をアピールする必要があり、疾患別に解説するページだけでなく、症状も独立して解説するページを用意して、訪れた患者の不安・疑問を解消できるようなHPを構築していく。



成功事例のポイント② 泌尿器科に最適なWEBマーケティング

近年増加している疾患の傾向をとらえつつ、疾患別に訴求する



現代社会において、泌尿器科疾患の患者数は増加の一途を辿っている。その需要に対してしっかりとアプローチをするためには、①WEB検索されるキーワードを把握して、対応すること。②キーワードに対して、自院のHPや其他媒体の情報が表示されるように対策を施すこと。③上記に沿ったWEB広告を展開すること。この3つが重要となる。

成功事例のポイント③ 患者心理に配慮した、来院導線を設計

スタッフ・他の患者との必要以上の接触を回避する

泌尿器科の差別化要素として、最も大きな要素として挙げられるのが、

- ① プライバシーの確保
 - ② 専門性の訴求 (治るのかどうか)
 - ③ クリニックの利用のしやすさ
- の3点である。予約システムやWEB問診を導入するだけで、一定数の新患増加を狙うことができる。

特に働く世代は最低限の会話・問診での診察～会計を求める傾向が強い。



<本セミナーでお伝えする内容を一部ご紹介!!>

～セミナーを通して取得できるノウハウ～

- 泌尿器科患者の本当の来院経路と行動原理
- 圧倒的な集患力を実現するための3ステップ
- 自院が最初に取り組むべき集患対策について
- 集患に活かせる予約システムの活用方法
- 患者心理に寄り添った来院・予約導線を整備する理由
- 泌尿器科特有の「他院との差別化要素」
- 差別化要素を選ぶ上で泌尿器科特有の大切な視点
- 2022年ウィズコロナへ向けた泌尿器科の立ち回り
- 現代の情報社会に沿った適切なWEB集患のコツ
- 地域の中で泌尿器科ブランディングを確立する方法
- 事務スタッフが医業収入に絡めるようになる取り組み

上記はあくまでも本セミナーの一部となります。

さらに詳しく知りたい方はお気軽にお申込みください!

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。

泌尿器科レセプト比率9割を達成するクリニックの作り方セミナー

お問合せNo.S083814

開催要項

オンラインにてご参加 ※全日程とも同じ内容となっております。ご都合のよい日時をお選びください。

お申込期限:3月30日(水)

2022年 4月 3日(日) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始 12:30より)

お申込期限:4月 3日(日)

2022年 4月 7日(木) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始 12:30より)

お申込期限:4月 6日(水)

2022年 4月 10日(日) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始 12:30より)

お申込期限:4月 12日(火)

2022年 4月 16日(土) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始 12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

日時・会場

受講料

一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 一名様

会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800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日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。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く場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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。

●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。

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.083814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
株式会社 船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ:藤野 ●内容に関するお問合せ:長谷川

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

<オンライン受講>

4月 3日(日)

申込締切日 3月30日(水)

4月 7日(木)

申込締切日 4月 3日(日)

4月 10日(日)

申込締切日 4月 6日(水)

4月 16日(土)

申込締切日 4月 12日(火)



泌尿器科患者比率 90%超の秘訣レポート を無料公開中！



特別レポート 特別無料ダウンロード可能！

泌尿器科患者比率90%を超過させるための適切なWEBマーケティング手法を大公開したレポートです！

<本レポートのポイントをご紹介>

- ☑泌尿器科の患者比率を増やすための最初の一步
- ☑泌尿器科患者の新患がとる泌尿器科クリニックを探すためのWEB上での行動
- ☑集患対策基本の3ステップ
- ☑それぞれのステップごとの具体的なWEBマーケティング手法の解説
- ☑経営相談をお申込みいただいた方限定、HP無料分析サービス付随！

下記のQRコードからダウンロード！



その他小冊子 今すぐダウンロード！

【泌尿器科クリニックの集患のポイント】
☑来院患者の行動特徴を解説！



【来院患者数の日による偏りを防ぐ方法】
☑システム活用や、誘導方法のポイント！



【泌尿器科クリニック専用・口コミ対策】
☑口コミの投稿傾向を分析！

