

本DMを受け取った耳鼻咽喉科クリニック限定 特別レポート

開院5年目まで、年間医業収入“1億未満”だった医院が

# クリニック経営術

を身につけ

1院1ドクター・発熱外来なしで

## 年間医業収入3億円を達成

～圧倒的地域一番医院を実現するまでの軌跡～

著書「最強のクリニック経営術」や日経ヘルスケア連載でも有名な「みやはら耳鼻咽喉科」の今まで語られてこなかった歴史、苦しかったこと上手くいったことも含め、  
すべてがここに詰まっています。

コロナ禍明けの“今”こそお届けしたい  
耳鼻科クリニック経営の真髓とは・・・？

## 特別ゲスト

医療法人南輝 みやはら耳鼻咽喉科  
理事長 宮原孝和 氏

詳しくは中面に。3分で読める、確実にクリニック経営に参考となる内容はこちら

主  
催

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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

耳鼻科クリニック 圧倒的地域一番セミナー  
船井総研セミナー事務局  
<E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp>

お問い合わせNo. S101506

※お問い合わせの際は  
「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を  
明記の上ご連絡ください。

開院5年目まで、年間医業収入“1億未満”だった医院が

# クリニック経営術

を身につけ

1院1ドクター・発熱外来なしで

## 年間医業収入3億円を達成

～圧倒的地域一番医院を実現するまでの軌跡～

著書「最強のクリニック経営術」や日経ヘルスケア連載でも有名な「みやはら耳鼻咽喉科」の今まで語られてこなかった歴史、苦しかったこと上手くいったことも含め、すべてがここに詰まっています。

医療法人南輝 みやはら耳鼻咽喉科 理事長 宮原孝和 氏



IT活用・スタッフ戦力化により、1時間平均32名を診ることのできる診療体制を構築。高性能音声入力・同時6カルテ表示・インカムの全員装着、ダブルクラークなどさまざまな施策により、診療効率化と患者満足度を両立されている。さらに、高生産性医療の実現に向け日々新たなチャレンジを行われており、2020年、2021年、2022年ともにコロナ禍にもかかわらず、過去最高の診療報酬を達成され、年間医業収入3億円に到達（発熱外来やコロナワクチン接種はしていない）。また、2021年5月にクリニック経営の指南本「最強のクリニック経営術」を執筆されている。

### 【目次】

- ・なかなか超えなかった1億円の壁
- ・開業から8年後、より良い立地へ移転を決意
- ・“お待たせしない耳鼻科”というブランディング
- ・新卒主義の採用と教育システム、専門学校での講義スタート
- ・最新のものをいち早く！積極的な設備投資
- ・コロナ禍でも徹底した広告投資、そして飛躍的成長
- ・圧倒的な業績と働きやすさの両立へ
- ・船井総合研究所より

## ■ なかなか超えなかった1億円の壁

岡山市でみやはら耳鼻咽喉科を開院したのは今から17年も前、2006年のことです。

今でこそ多くの患者さんにご来院いただいている当院ですが、開院当時のみやはら耳鼻咽喉科はまったくの別物でした。

まず、資金的な余裕がなく  
圧倒的に悪い立地でのスタートだったのです。

というのも、  
開業決意の前年にスーパーカーを購入。

当時は貯金10万円で、  
耳鼻科開業医の伯父が建ててくれたクリニックに  
テナントとして入居することで何とか開業しました。

開院してからも困難は続きました。

お伝えしたように立地が悪い開業だったため、  
なかなか患者さんが集まりません。

一日の診察患者数が  
なかなか100名を超えず、  
不安だった日々でした。

さらにはマネジメントにも苦労しました。

自分で開業した途端に  
プレイヤーである医師と同時に、  
マネジメントをする社長でもあるのです。  
当時知識のない私は上手くスタッフマネジメントを行えず、  
看護師が半年で3名全員離職したりと…。

開業してから約2年は  
このように散々なスタートだったのです。

当時は何もかもが初めてで、  
わけがわからない状態で過ぎていった日々でした。

今振り返っても、  
「まあ何も準備してなかったら自分はそうなるだろうな」  
とも思える当然の結果でしょう。

しかし、このような危機・ピンチにこそ、  
チャンスがあると思います。

当時自分がよくやったと思うのは、  
セミナーに参加したことですかね。

今から15年前、私が開業2年目のとき、  
まさにちょうど今、先生がお読みになっているように  
船井総合研究所から郵便物が来たのを見て、  
なんとなく参加を即決しました。

逆にそのような状況ではなかったら、  
セミナーに参加することも無かったと思います。

当時はクリニックでホームページを作るのも、  
まだまだ珍しい部類でした。  
ホームページを作ったりするのとかも、  
正直面倒くさいと思ってました。

しかし、私もセミナーに参加し、  
船井総合研究所のコンサルティングを受け、  
そこからホームページを作ったりと、  
少しずつみやはら耳鼻咽喉科は変わっていきました。



このセミナーが  
当院の転換点といっても  
過言ではありません。

そして、やっとのことで年間医業収入が1億円を超えたのは  
開業6年目の時でした。

## ■ 開業から8年後、より良い立地へ移転を決意

年間医業収入1億円の壁を突破し、開業8年を経過したタイミングで、現在開業している土地に移転をしました。

段々と患者さんが増えてきて、事前問診を取るスペースもなく、クリニックを改装したいと伯父に打診したところ...  
テナント入居をわきまえない安直な発想が伯父の逆鱗に触れて

「自分で一からやれ」  
とすぐに退去させられることに。

移転にはリサーチも船井総合研究所さんをお願いし、新しい場所は十分に業績アップが見込めるとわかり、同じ診療圏内での移転を決意しました。

もちろん、なかなか決断できない内容ですが、コンサルタントの後押しがあったからこそ、この決断ができました。

移転に際しては開院して数年経過しており、いろいろなノウハウや自分の診察のやり方も整っていたのが幸いし、理想的な構造を移転時には作りました。  
今はもう、完全に最適化された場所で動いているイメージです。

また、既存の患者さんをキープできるよう旧医院から1km圏内で移転先を探しました。

それが当たり、移転後は想定を超えた業績伸長につながりました。

移転という選択肢は、新規開業でなくても、既存の医院でも十分ありな選択肢だと思います。

確かに移転にかかる費用は馬鹿にはなりませんが、やっぱり勝負に出たら売上は伸びるので、決して損ではないと思います。

当院も移転し、5年ぐらいで年間医業収入が1.6億円へ。移転前と比べて売上が約1.5倍になりました。



今のクリニックは開業8年目からの土地と建物です。

## ■ “お待たせしない耳鼻科” というブランディング

当院の特徴の一つとして、  
徹底した診療効率化が挙げられます。

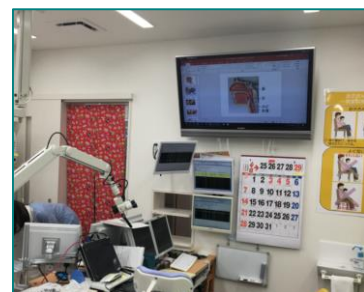
ちょうど電子カルテを導入し、  
診療効率化に本格的に取り掛かったのは  
開業4～5年目の頃だったと思います。

当時、診療の待ち時間は  
決して長いというわけではなかったのですが、  
「とにかく回す診療」になってしまったと思います。

ひどいときには、  
患者1人あたりの診療単価が200点だった時も…。

とにかく、診療の質を上げるためにも、  
「無駄なやり方はしたくない！」  
という一心で診療効率化を行いました。

今では耳鼻科の診療効率化として  
多くのクリニックのスタンダードかもしれませんが、  
代表的なもので言えば…



当院診察室には  
ディスプレイがたくさん！

- ・ スタッフ全員にインカムを装着する体制
- ・ 2名体制のクラーク（シュライバー）連携システム
- ・ 医師は6つの電子カルテの画面を同時に確認可能
- ・ 音声認識入力によるカルテや紹介状記載
- ・ 紙でのツールや大型ディスプレイを用いた説明

など・・・

片っ端からクリニックの「効率化」を  
徹底的に追求していきました。

もちろん、他にもたくさんの工夫はありますが、  
ここではスペースの都合上割愛させていただきます。



## ■ 新卒主義の採用と教育システム 専門学校での講義スタート

流れるような診察オペレーション構築をはじめ、  
飛躍的な当院の成長には、  
スタッフの成長・活躍が切っても切れない関係にあります。

当院ではそれこそ電子カルテを入れた時期と同じタイミング、  
具体的には開業4～5年目ごろに  
「新卒採用主義」に切り替えていきました。

並行して教育体制も少しずつ整備、  
マニュアルも3年くらいかけて完全に整備していきました。

マニュアルは1度作ってしまえば、  
後は少しずつアップデートしていくだけで  
ずっとクリニックに残る価値のあるものになります。



当院は  
マニュアル完備！

もちろん、最初是新卒採用でなかなか応募が集まらず、  
良い人材も採用できなかったのですが...

新卒採用を強化していくために、  
市内のメジャーな専門学校の講義を受け持つようになりました。

そこから、新卒の応募も増えていき、  
今では当院スタッフのほとんどが  
新卒採用からのスタッフで構成されています。

やはり、新卒の方は吸収力も熱意も素晴らしいです。

教育する体制にある程度自信があったら、  
絶対に新卒を入れるべきだと思います。

## ■ 最新のをいち早く！積極的な設備投資

当院のもう一つの特徴として、  
徹底した設備投資が挙げられるかと思います。

診療効率化では先述の通りです。  
電子カルテの台数を増やしたり、  
音声認識システムを導入したりするなど、  
良いと思った施策には積極的な投資を行います。

また、マーケティングという意味では、  
「30分で41種類のアレルギーがわかるアレルギー検査機器」  
を一挙に5台導入したのは  
全国でも当院だけです。

先日も家族で5名の患者さんが、  
このアレルギー検査を希望して来院されたのですが、  
当院では全員30分後に  
検査結果をスタッフから説明できました。



その他にも、  
医院公式ホームページや  
クリニックの移転もちろん積極的な設備投資ですし、

こんな設備は  
なかなか見られないと  
思います

当院は新型コロナウイルスが流行する前から、  
オンライン診療を行うことができる体制を作り上げています。

積極的な設備投資は、  
広告・宣伝にもなることの対価も含めて考えると、  
費用対効果は全然悪くないだろうと思いましたね。

価値があるものをいち早くキャッチし、  
投資判断が行えるのも、当院の成長要因の一つだと思います。



## ■ コロナ禍でも徹底した広告投資、そして飛躍的成長

診療効率化による

「お待たせしない」耳鼻科のブランディングの構築、  
積極的な設備投資による患者満足度向上を進めていき、  
移転して順調に伸びていった当院ですが、

そこで2020年の新型コロナウイルス流行が起きました。

しかし、多くの耳鼻科が苦戦したであろうコロナ流行初期でも、  
当院は2020年の6月から、  
昨年対比（2019年比）でプラスに転じることができました。

しかも、当院では発熱外来や  
新型コロナのワクチン接種などを実施せず  
純粋な耳鼻科診療ですぐに挽回することができました。

なぜ、当院はそこまで伸び続けることができたのか？

それは設備だけではない、広告に対する積極的投資によるものです。

インターネットでの投資は、  
ホームページや各種専門サイトの制作はもちろん、  
GoogleやYahoo!のリスティング広告、  
FacebookやInstagramなどのSNSの広告、  
LINEなどの医院SNSの活用、  
費用対効果を見ながら使える手段はどんどん進めていきました。

また、アナログにおける施策も徹底しています。  
医院だよりの発行や保育園・幼稚園へのDM発行をしながら  
周辺地域をおさえていきました。

地元のテレビや新聞の取材にも応じ、  
地域での圧倒的一番の地位を築いていきました。

結果として、コロナ禍でも毎年最高売上を更新していくことができ、  
当院の成長は名実ともに地域一番へとなっています。

## ■ 圧倒的な業績と働きやすさの両立へ

当院はおかげさまで、  
年間医業収入3億円へと到達します。

当院ではこの医業収入をアップさせつつ、  
教育システムの細分化・スタッフの早期戦力化を実施。

ただし、近年業績が急伸した反動もあり、  
人事マネジメントを中心にまだまだ課題は多いです。

しかし、中長期的には、  
更なる省人化、究極のオペレーションというのを  
クリニックで実現させていきたいと思っております。

というのも、これからの時代、  
耳鼻咽喉科は何らかの形で「いちばん」になり、  
患者さん目線でも、そこで働くスタッフ目線でも、  
差別化していかないと生き残れない時代になっていくと思います。

最後に、まさに今コロナが明け、競争が激化し、  
これから医療クリニックも非常に厳しい環境がありますが、  
だからこそ、人事、マーケティングや診療オペレーションを  
全体的に見直して、取り組むには良い機会だと思います。

逆に言うと、“今”手を入れていかなければ明るい未来は無いです。

このセミナーをきっかけに  
「とにかく、やれることを手当たり次第」と言ったら変ですが、

“全てすぐやる”くらいの意気込みを持って、  
今回セミナーを聞いていただければ嬉しいです。

宮原先生より直々の  
30秒音声メッセージが  
あります！



医療法人 南輝

みやはら耳鼻咽喉科

宮原 孝和



## ここまでお読みいただいた熱心な耳鼻科の先生へ

さて、  
みやはら耳鼻咽喉科様の  
年間医業収入3億円クリニックへと至る軌跡は  
いかがでしたでしょうか。

申し遅れましたが、  
私は株式会社船井総合研究所で  
医療支援部 医療チームのリーダーをしております  
井上 駿（いのうえ しゅん）と申します。



お読みいただいた通り、  
みやはら耳鼻咽喉科様も開業当初から順調だったわけではなく、  
さまざまなチャレンジを経て、  
圧倒的な結果を出されていることを  
わかっていただけたかと思います。

宮原先生の凄さは  
常にチャレンジ、アクションを止めない姿勢  
にこそ、あると思います。

これからの時代、  
ますます耳鼻科経営にはこのチャレンジングな姿勢、  
スピード感が求められます。

この背景には、人口減少・少子高齢化が  
深く関わっています。

我々はもともと、団塊世代が全員、  
後期高齢者になる2025年が  
耳鼻科経営のターニングポイントとなると考えており、

この年から徐々に  
**「選ばれる耳鼻科と  
選ばれずに衰退していく耳鼻科の二極化」**  
が始まるとお伝えしてきました。

この二極化は、当然エリアによっても差があります。

弊社の知る限り

既に二極化が始まっているエリアも複数出てきています。

これからは、「耳鼻科経営のコツ」が明らかに変わってきます。

いち早く、

①地域一番を目指すこと、

②さらに、地域一番であり続けるためのチャレンジに  
着手することが重要です。

また、これからますます、

賃上げを求められる世の中になります。

耳鼻咽喉科クリニックは

価格を変えられない保険診療が中心であるがゆえの  
難しさがありますが、

その中であっても

「どうやって業績を上げるか？」

を常に考えなくてはいけない時代になりました。

業績アップ

→スタッフへの適切な賃上げ（スタッフ還元）は、  
この時代にとっては正義です。

ぜひスタッフさんと一緒に、

地域一番になるためのチャレンジを続けていただければと思います。

**そして、最後に重要なお知らせがあります。**

本レポートでお話いただいた宮原先生を

この度ゲストとしてお迎えし、

現地開催型のセミナーを行うことになりました。

ぜひ宮原先生のチャレンジを止めない熱量を直に感じていただき、新しい時代の幕開けに、良い勢いをつけていただければと思います。

宮原先生との  
質疑応答のお時間も長めにご用意させていただきます。

実際、  
過去にみやはら耳鼻咽喉科様をゲストにお招きしたセミナーでは、  
下記のようなお声をいただいております。

宮原先生のスタッフさんへの愛情、クリニックへの愛情、  
七転び八起き of 宮原先生の経験談、すべてとても参考になりました。  
貴重なお話を本当にありがとうございました。

私自身、やる気をもらった感あります。  
明日からの診療に役立たせていただきます。宮原先生、  
貴重なお話しありがとうございました。

宮原先生は凄い！けれども、真似できそうなこともあったのでやってみようと思います。また、現状維持は退化である、という言葉、”刺さり”しました。

ぜひこの機会にご参加くださいませ。

また、今回のセミナー会場ですが、  
東京・大阪と2会場をご用意させていただきました。

繁忙期を乗り越えた今  
今こそ「経営」に本気で向き合うことのできる、  
絶好のチャンスではないでしょうか。

このチャンスを逃せば

また次の繁忙期が来て...  
日々の診療に追われ...  
先を見据えた施策になかなか腰が上がらず...

といったことにはなりかねません。

今、ここまでお読みいただいた皆様は、  
きっと本気で経営に取り組むことができる  
先生だと確信しております。

これからの厳しい時代における耳鼻咽喉科業界において、  
経営に本気で取り組む先生方と

2023年7月16日（日） には東京で、  
2023年7月30日（日） には大阪で、

お会いできるのを楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所  
医療支援部 医療チーム リーダー

井上 駿



## 【追伸】

本セミナーはZoom（オンライン）ではなく、  
来場型のセミナーです。

有名な「みやはら耳鼻咽喉科」様にご登壇いただくため、  
多数の方のお申し込みをいただくことが見込まれます。  
会場のキャパシティの都合もあるため、  
場合によっては参加をお断りする可能性もございます。

後で考えよう、と本DMを机に置いておいたら、  
参加者数が規定に達してしまうかもしれません。

本セミナーの醍醐味である、  
みやはら耳鼻咽喉科様の軌跡と最新の取り組み、  
さらには、宮原先生と率直に、直接質疑応答ができる場は  
「来場でのご参加」ができる  
この機会だけかもしれません。

今すぐスケジュールをご確認し、  
右記のQRコードよりお申し込みください。



開院5年目まで、年間医業収入“1億未満”だった医院が

## クリニック経営術

を身につけ

1院1ドクター・発熱外来なしで

## 年間医業収入3億円を達成

～圧倒的地域一番医院を実現するまでの軌跡～

あの **みやはら耳鼻咽喉科** の軌跡が  
たったの **3分** でわかる！

- ▶ なかなか超えなかった1億円の壁
- ▶ 開業から8年後、より良い立地へ移転を決意
- ▶ “お待たせしない耳鼻科”というブランディング
- ▶ 新卒主義の採用と教育システム、専門学校での講義スタート
- ▶ 最新のものをいち早く！積極的な設備投資
- ▶ コロナ禍でも徹底した広告投資、そして飛躍的成長
- ▶ 圧倒的な業績と働きやすさの両立へ