あの大反響セミナーが、パワーアップして **アンコール開催!**

なぜ、医師1名の地方の内科クリニックが

たった2年で 1.1億円から 2.2億円に 飛躍できたのか?

年間外来医業収入

院長1人、特別な検査機器もない内科では、年間1億円ちょっとが限界と思っていませんか?

特別ゲスト講師

陽だまりの丘なかむら内科
院長 **中村 真潮氏**

■講師プロフィール

三重大学医学部卒業後、三重大学医学部附属病院や米国Baylor大学循環器内科などの勤務を経て、2011年に三重大学大学院 臨床心血管病解析学講座 教授に就任。
2017年10月　三重県桑名市で、内科・小児科を標榜するファミリークリニックとして『陽だまりの丘なかむら内科』を開業。

専門性を生かした戦略へ転換し医院がこんなに変わりました!

■ホームページと広告の改善で、“来院してほしい”疾患の新患が増えるように

➡ホームページの徹底改修と“成果が見える”広告戦略により、“循環器専門”クリニックのブランディングに成功。

■思い切った人材投資で収益倍増を実現

➡院長が診療のみに集中できる環境を整えるために採用を強化。勤務スタッフ数は6名→16名と大幅に増員し、院長負担は変わらず売上は倍増することに。

■“たった3つ”の施策で診療単価が大幅に向上

➡2年間の間に取り組んだ「3つのこと」で、診療単価が780点→1,200点と大幅な向上を達成。

「陽だまりの丘なかむら内科」の成長ストーリーは、レポート中面から!

主催

サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken 船井総研セミナー事務局

医師1名で医業収入2億超え　循環器強化型医院の創り方セミナー　お問い合わせNo.S109444

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

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

※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。

当社ホームページから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『お問い合わせNo.』を入力ください。)→ 109444

■　地方の住宅地という地域ニーズに合致した ファミリークリニックとして承継開業。 立ち上がりは順調に推移。

当院は2017年10月、地域のファミリークリニックとして
開業されていたクリニックを承継する形で、
三重県桑名市の「陽だまりの丘」という住宅地に開業しました。

陽だまりの丘とは人口5,000人ほどの住宅地であり、
平成12年に開発をされた街です。
名古屋の都市部に通勤をされている方だけでなく、
大企業の工場地帯も近くにあるため、住んでいる方は
40歳代～60歳代の比較的若年のファミリー層が中心の
人口構成となっています。

このような地域背景もあり、当院は開業当初から
地域の「ファミリークリニック」として、
子供から高齢者まで幅広く診療することを打ち出していました。

幸いなことに前院長が診察をされていた患者さんも
引き続き通院してくださったこと、
また当時のスタッフもほとんど皆さん残っていただいたことから、
開業時の立ち上がりは順調でした。

おかげさまで地域内の口コミで
少し離れた団地からも高齢の患者さんにもご来院いただくなど、
開業1年が経った**2018年の年間医業収入は8,000万円**ほどと、
内科クリニックの開業としては良いペースだったと思います。

しかし、悩みがなかったわけではありません。

当院には、ファミリークリニックとして
子供から高齢者まで非常に幅広い層の患者さんが いらっしゃっていたわけですが、
その中には外科系疾患、精神疾患など、
私が専門性を持たない疾患の方もおられます。

何でも診てくれる、ということで当院を頼ってきてくださる
地域の方ですので、当然、診ないというわけにはいかなかったのです。

■　開業3年目、新型コロナウイルス感染症が流行し、はじめての減収を経験。

これまで順調に業績が伸びていたこともあり、このまま続けていれば
1億円超～1.5億円程度にまでは問題なく成長していけるだろう、
という自負がありました。

しかし2020年3月からの**新型コロナウイルス感染症の流行**により、
例にもれず当院も打撃を受けることとなります。

ありがたいことにそれまで減収ということを経験したことがなかったため、
やはり当時はショックを隠せませんでした。

“今まで通りで大丈夫”と思っていたところに急ブレーキがかかったような感覚でした。

改めて思い返してみると、
本当に今までの通りのやり方で良いのか？ということを、
立ち止まって考えるきっかけになったのだと思います。

しかし落下傘開業であったことから周りに知り合いの経営者もおらず、
経営について相談できる相手がいませんでした。

そんな時、インターネットでクリニックの経営について調べていると、
船井総合研究所というコンサルティング会社が、
コロナ禍における内科クリニックの経営に関する
セミナーを行っている、という情報を見つけました。

当時はコロナ禍であったため
オンライン開催ということで
気軽に参加ができる、と感じ、
興味本位でセミナーに
参加をしてみることにしました。

2020年7月の話です。

実際に申し込んだ
セミナーHP

■　船井総合研究所との出会い、そして経営改革に取り組むことに。

セミナーの参加特典として、登壇していたコンサルタントに
無料で経営相談ができるということだったので、
ものは試し、と経営相談をしてみることにしました。

そこで指摘されたのは、当院は
「狭い診療圏での何でも屋」になっており、
強みがなく、環境の変化に弱い状態である
ということです。

これにはハッとさせられました。

地方のファミリークリニックとして
地域の患者さんに求められていることに向き合うことが
大切だと思っていたのですが、
今目の前にいる人“しか”見えていなかったのです。

例えば近隣に競合クリニックができると、特色のない当院よりも
新しいクリニックに患者さんは流れてしまうかも知れない、
と強く危機感を覚えました。

そして提案を受けたのは、私の
専門である高血圧などの循環器内科の診療体制を強化していくことで
当院の特色をしっかりと定めて打ち出し、診療圏を広げていくことでした。

まさに私が**開業して、本来やりたいと思っていたクリニック**の形を
思い出しました。

正直、提示されたコンサルティング料金は
決して安いものではなかったので
おそるおそる、ではありましたが、
思い切って契約を結び、
経営改革に取り組むことにしました。

2．ヒアリング内容まとめ

Funai Soken

先日はお忙しい中、お時間を頂戴し誠にありがとうございました。面談時の内容を整理し、実施事項ならびにスケジュールを作成いたしましたので、ご確認ください。（）内先生の理想とされる医院像を実現するための お手伝いをさせていただければと考えております。

■ 現状の強み・課題と今後目指したい方向性

現状の強みと課題

＜強み＞
○医院承継後、順調に患者数が増加し売上は右肩上がりに推移している
○院長先生の診療守備範囲が広く、幅広い患者層が来院されている

＜課題＞
・幅広い患者層が来院されていることから診療フローが一定でなく、非効率となっている可能性がある
・診察にまつわる業務の多くを院長先生が担っており、結果として待ち時間が発生してしまっている
・多方面の広告媒体への出稿により、広告の費用対効果が適正でない可能性がある

今後目指したい方向性

【短期的な方向性（2～3年）】※要な待ち時間・残業を削減し医師1名で年間医業収入1.2億円を達成
＜院内診療オペレーションの効率化＞
クリニック全体で効率的な診療体制を築くための仕組みを構築
①ツール、システムを活用した問診、説明の効率化推進
②人を介さない情報発信媒体の整備
③診察室内メディカルクラーク人員の採用・導入

＜集患体制の強化＞
専門性を高めた広報戦略へと転換し、単価の高い生活習慣病患者比率の向上（質）と診療圏の拡大を目指す
①現状の広告戦略を見直し、最元診療圏の幅広い患者をターゲット層から、広域診療圏で専門性を絞った広報へと転換
②対象疾患を選定し、「地域名×疾患名（症状）」でのSEO対策・広告運用体制の整備
③仲間医数向上と2千内の連携整備による来院率向上により、対象疾患の新患獲得を最大化

【中長期的な方向性（3年目～）】
院長の負担増なく年間医業収入1.5億円以上を達成するための次期展開の検討
→①診体制の構築、自費台加、在宅医療の業態性加等）

Copyright© Funai Consulting Inc. All rights reserved.

当時、提案を受けた資料の一部

■　最初の取り組みはホームページの改修。
また広告媒体の工夫で、
新たに来院される患者さんに変化が見られた。

最初に行ったのはホームページの改修でした。
当時は開業時にお世話になったホームページ業者からの提案のまま、
特に手を加えていなかった状態です。

毎月、ホームページ業者からはアクセス数などの報告は受けていたものの、
それが良いのか悪いのか？
ということについては、特に意識していませんでした。

まずは近隣の他院ホームページとの比較を徹底的に行い、
何が足りていないのか？を考え、増やすべきコンテンツを検討しました。
開業した時以来、久しぶりに疾患についての原稿を書く日々となりましたが、
2カ月ほどで新たに6ページの疾患ページを追加し、
ホームページの充実につながりました。

またクリニック広報のための広告媒体についても、
それまでは特に深く考えていなかったのが事実です。

営業に来られた広報誌や看板業者、ネット業者、また電柱、市役所といった
広告を手当たり次第にかけており、当時計算してみると、
月間で40万円程度の広告費をかけていました。

しかし**その費用対効果については計算をしておらず、**
役に立っているのか、役に立っていないのかはわかっていなかったのです。

そこで不必要と思われる広告は削減し、
費用対効果を測りやすいネットでの広告に費用を集中
させることにしました。

この広告をはじめると、明らかに
今までとは異なるエリアから、また私が本当に診ていきたい疾患の
新患が増えてきました。

同じ費用を使っても、**広告のかけ方の工夫次第でここまで変わる**ものか、
と驚いたことを覚えています。

広告媒体ひとつとっても戦略が大事だ、ということを改めて感じましたね。

■　患者数が増え、残業が恒常化。
業務負担の軽減対策に取り組むことに。

幸いなことに、数ヶ月で業績は回復傾向となってきました。

しかし同時に、思ったよりも患者さんが増えたことで非常に忙しくなり、
待ち時間や残業、スタッフの負担が大きく増加してしまいました。
このままではスタッフをはじめ、私自身もいつか過労で倒れてしまう、
と感じたため、対策を講じることにしました。

まずは思い切って、**夕方の診察時間を30分早く（19時→18時30分）終了する**
ことにしました。
先述の通り当院は住宅地に位置していますので、
仕事が終わり帰ってこられてから受診されるという側面もあったのですが、
そういった時間帯は
予約外での飛び込み受診の方も多く、**スタッフの残業発生の大きな原因**
となっていました。

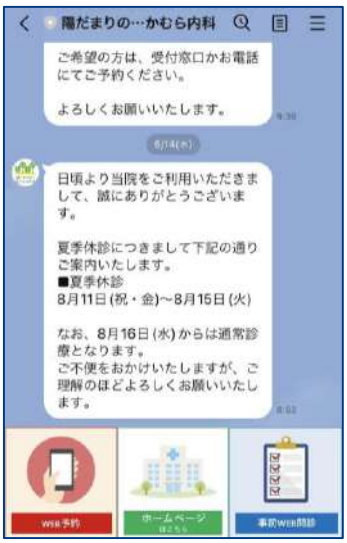
ここは残業を無くし**スタッフの負担を減らす**こと、また今後の採用を見据え、
スタッフが働きやすい環境を整えることを優先しました。

医業収入の減少は覚悟していたのですが、
いざ思い切って行ってみると患者さんからの理解も得られ、
収入には大きな影響がなかったのは想定外でした。

また少しでも院内での滞在時間や診察室内での時間を減らすため、
Web予約を取り終わった後、
事前に問診に答えていただけるWeb問診の仕組みを入れました。

来院前に答えていただけるのが理想ですが、どうしても
来院後の待ち時間が発生しているため、
待合室での入力も推奨しています。

問診内容の構築には手間がかかりましたが、
あらかじめ聞きたいことを機械的に収集でき、
診察開始時には電子カルテに反映ができていることで、
診察室内での問診時間の削減ができています。
また結果として、**患者さんの院内滞在時間の削減**に
つながっていると感じています。



現在はクリニックの
公式LINEアカウントで
予約・問診を集約

■　人件費高騰の不安を持ちつつもスタッフを増員。2年間で勤務スタッフは6名→16名に。

このタイミングで、**スタッフの増員**にも手をつけました。

また看護師や医療事務といった従来から勤務していた職種だけでなく、
「シュライバー（カルテ入力サポート）」や「秘書クラーク」など、直接は患者さんと接しないような職種の採用を積極的に行っていきました。

最初は今までのスタッフとの関係性や**人件費の増大に不安を感じた**ものの、
業務負担により私自身が疲れ切っていた、ということもあり、
思い切って人を増やすことにしました。

当時から参加していた「内科経営研究会」という
内科クリニック院長向けの会員制勉強会でも、そうした職種の採用により
うまく診療を回されている先生方のお話も聞いていたため、
背中を押してもらうことができました。

地方ということもあり、最初はなかなか応募がこず苦労をしましたが、
医療機関での勤務経験を問わない形にしたり、**勤務時間を柔軟に対応**したり
することで、なんとか良い方を採用することができました。

しかしシュライバーについては、採用が決まってからも苦労をしましたね。
当院は診察室が狭いためシュライバーの方に座ってもらうスペースが
なかったため、急遽、スタンディングデスクと
電子カルテ画面をミラーリングするノートPCを導入し、
半ば無理やりではありますが仕組みを整えることができました。

シュライバーの導入により
診察のスピードが明らかに上がったことに加え、
今までは診察中に打ち込みが間に合わず、
診療時間が終わった後に
**私が何時間も残業をして入力していた
カルテ情報をその場で入力してもらう**ことができ、
私の負担軽減に大きく寄与してくれました。

当院の診察室内
赤丸がシュライバーの立ち位置

今では2つある診察室にシュライバーを**常時2名配置**し、
私が部屋を順次移動する形で診療を進めています。

またもう一つ思い切ったのは、
臨床検査技師の常勤化です。

当時は1〜2週間に一回、非常勤で臨床検査技師の先生に
ご勤務いただいていたのですが、
この方に常勤となっていただけないか、という打診をしました。

というのも、
高血圧など生活習慣病の患者さんが増えていくなかで、
なかなか私自身が**エコー検査を行う時間を取れなくなってきた**
背景があります。

本来は定期的に頸動脈や心エコーを行いたいにも関わらず、
何年も検査ができていない、という状況にもどかしさを覚え、
思い切って常勤で勤務いただくことを打診しました。

ありがたいことにご快諾をいただけたため、
今では**エコー検査について基本はいつでも提供できる体制**となり
非常に助かっています。

また秘書クラークについても、
今は常時2名がクリニック2階で勤務しており、
さまざまな書類業務などを担ってくれています。

このように今までに採用していなかった職種も含め
人員を大きく増やしたため、
2020年当時は1日の勤務スタッフ数が6名だったのに対し、
今では**3倍近くの16名**にまでなっています。

こうした形で**私が診療だけに集中できる体制**を整え、
診療以外の業務について分担できるようになったことで、
患者さんが増えた今も、私の感じる忙しさは
なんとか横ばいくらいで維持できています。

■　院内の体制が整うことで、単価は780点→1,200点に、外来売上は2倍に向上。

当時、もう一つ気になっていたことは**レセプト単価の低さ**でした。
先述した内科経営研究会で他の先生の事情を聴くと、
レセプト単価が1,000点～1,200点を超えるような先生もいる中で、
当院は**平均780点程度**だったのです。

そこで以下の**3つの取り組み**を進めていきました。

①単価の高い疾患の比率を高める
→循環器、生活習慣病、睡眠時無呼吸症候群の集患に注力

②検査体制を整える
→先述の臨床検査技師の常勤化、即日検査ができるよう検査機器を充実

③経過が安定している患者さんは通院間隔を伸ばす

③については、開業当初は
通院間隔が短い方がレセプト単価が高まると思っていました。

しかし通院間隔が短いと、例えばエコー検査など
年に一度しか行わない検査では、
その患者さんの「1回の通院に対する検査比率」が下がってしまい、
結果として私の「診察1枠」あたりの単価が下がってしまう
ことに気づいたのです。

逆に通院間隔を伸ばすことによって、同じ検査頻度であったとしても
「1回の通院に対する検査比率」を高めることで、
「診察1枠」に対する単価が高まり、結果としてレセプト単価が高まる
ことが分かりました。

こうした取り組みを進めることで、
当時の平均レセプト単価が780点だったのが、
現在の平均レセプト単価は**1,200点にまで向上**しています。

また当時から現在において**売上は倍増している**のですが、
通院頻度を伸ばしていますので来院患者数は16%程度しか増えておらず、
売上の伸びほどには診察の負担は増えていないのが実情です。

■　今後の展望について

先述してきたさまざまな取り組みやスタッフとのめぐりあわせにより、当院は

当初想定していた1.5億円という目標を大きく超え、2022年、2023年には2億円超という業績を達成

することができました。
しかしまだまだ改善の余地が残されている点、
今後取り組みたい点も多くあります。

まずは待ち時間の対策です。
おかげさまで患者数がどんどん増えていることで
私一人ではどうしても診察数に限界が訪れており、
待ち時間が長くなってしまう時間帯があります。

根本的な対策として2診体制を築くべく医師の採用に着手をしており、
現時点で3名の非常勤の先生にお越しいただいている状態です。
しかし不足している曜日もあり、まだまだ医師の採用には
注力しなければいけません。

また特に平日の午後には人手不足となってしまい
一時的に診療以外の業務が滞ってしまう場面も起こってしまっているため、
まだまだスタッフ採用も行っていかなければならないと感じています。

今後の展望としては、
近隣の土地が空けばクリニックの規模拡張なども検討していきたいですね。

循環器内科の専門性を活かした心臓リハビリテーションや、
管理栄養士を採用しての栄養指導など、
提供できる医療の幅を広げていきたいと思っています。

開業した頃に考えていた目標は達成できましたが、
また次の目標がどんどん出てきますので、
これからも高みを目指して努力していきたいと思います。

陽だまりの丘なかむら内科
院長　　中村 真潮

ここまでお読みいただき、ありがとうございます

株式会社船井総合研究所
医療支援部
シニアコンサルタント
川本　浩史

陽だまりの丘なかむら内科が、
たった2年間で1.1億円→2.2億円の急成長を
実現するまでの軌跡はいかがだったでしょうか。

申し遅れましたが、
私は株式会社船井総合研究所にて
内科クリニックのコンサルティングをしております
川本　浩史（かわもと　ひろし）と申します。

**一般的な内科クリニックにおいて、
1名医師で保険外来中心では
年間医業収入1億円～1.5億円が限界だ。**

そうお考えの先生は
多くいらっしゃるのではないでしょうか。

しかし、陽だまりの丘なかむら内科は

・医師は院長一人だけ
・特別な検査機器（内視鏡検査やMRIなど）はなく
・保険外来が売上の98%以上

という状況下で、年間医業収入2.2億円超を達成されました。

それも、ほんの**2年前までは**、一般的な限界の認識である
『1億ちょっと』だったにも関わらず、です。

なぜ、このような急成長が達成できたのでしょうか？
ポイントは、次のページでご紹介する３つであると考えます。

①クリニックのコンセプトを循環器内科に固めたこと

元々、地域のファミリークリニックとして開業されていたところを、
コロナ禍をきっかけに戦略を「循環器内科」に集中したことで、
患者一人当たりの単価が向上し、かつ**診療オペレーションの効率化**
にもつながりました。

②検査体制を充実させたこと

決して不必要な検査を数多く出す、ということではなく、
必要な検査を、必要なタイミングで提供することができるようになりました。
もちろん検査機材や人材への投資はかかりますが、
結果として**単価が向上し投資額以上の回収**ができています。
また必要な検査を即時行えることで**患者満足度の向上**にもつながっています。

③適切なタイミングで増員の投資ができたこと

クリニックの経営にとって、経費の大半を占めるのは人件費です。
退職スタッフの補充ではなく、**単純に人を増やす、というのは、**
非常に勇気のいる意思決定ではないでしょうか。

中村院長は、①、②、③それぞれに対する
意思決定・投資の決断が迅速で、経営者として非常に高いご判断力
をお持ちでした。

結果として、
院長が診療に集中するための分業体制を早期に築く
ことができ、患者の急増に対応することができたのです。

コロナ禍を経て、
内科クリニックの経営を取り巻く環境は大きく様変わりしています。

業界がいわゆる「**成長期**」であった時代は、
従来の方法を継続していれば持続成長できましたが、
今は「**成熟期**」へとステージが進んでいます。

「成熟期」とは、需要と供給のバランスが逆転し、

需要（患者数）　＞　供給（クリニック数）

から、

需要（患者数）　＜　供給（クリニック数）

となり、**クリニックが過剰になっている状態**です。

従来通りのやり方では、
縮小していく市場と一緒に業績も縮小してしまいます。

また成熟期を迎えた業界は、もう一つ特徴的な事象が起こります。

それは、
「成功するクリニック」と「衰退するクリニック」の二極化傾向が加速する
ということです。

市場の縮小に合わせて衰退をしていってしまうのか、
陽だまりの丘なかむら内科のように
再度成長軌道に乗ることができるのか、は、
このレポートをお読みいただいている先生のご決断次第です。

そこで今回、
このレポートをここまでお読みいただいた
熱心な先生に向けて、陽だまりの丘なかむら内科が
どのように成長軌道に乗ることができたのか、

その秘訣を大公開するセミナーを企画

させていただきました。

セミナーでは中村院長にもご登壇をいただき、
この2年間の軌跡について
余すことなくご講演をいただく予定です。

そんなセミナーの気になる内容を
ほんの一部ご紹介すると・・・

- **2025年以降を見据えた内科業界の時流**
- **「成功医院」と「衰退医院」を分けるポイントとは**
- **成功する経営者がおさえるべき3つの思考**
- **平均レセプト単価が780点→1,200点になった分業・検査体制の仕組み**
- **医師、看護師が医療業務に集中するための秘書・クラークの活用法**
- **院長が「来てほしい」患者さんに「自院を見つけてもらう」ための広告手段**
- **診療する疾患を“絞る”ための具体的手法**
- **循環器内科クリニックにとって、「新患数」よりも大切な経営指標とは**
- **必要な検査を逃さないための仕組みづくり**
- **患者負担に配慮しつつ、診療“1枠あたりの単価”を高めるには**
- **院長の生産性向上と患者満足度向上を両立するポイント**

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いております。

状況が刻一刻と変わる内科クリニック業界の中で、
経営を本気で考え、
良いクリニックを創ろうとしている
先生方に出会いたいからこそ、
東阪両会場でセミナーを企画させていただきました。

アフターコロナ時代の内科クリニック経営において、
改めて成長軌道に乗れるかどうか。

その一歩を踏み出すために、
ぜひ、本セミナーにご参加いただければと思います。

2024年3月17日（日）　には東京で、
2024年4月7日（日）　には大阪で、

お会いできること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　シニアコンサルタント　川本 浩史

セミナーのお申込みは
今すぐ下記QRコードから

前回参加者の喜びのお声

中村先生のお人柄、トークが面白く、とても楽しい講座でした。船井総研コンサルタントの方々の講座はビジネス理論などを提示しながらのお話で納得感が高かったです。

神奈川県　O先生

医師以外の職種を活用した具体的な診療効率アップの手法、診療、経営全般について、本音を交えた有益な情報をいただけました。ありがとうございました。

匿名希望

お話が大変面白く、引き込まれる講演でした。短期間で思い切った取り組み、ぜひ当院でも取り入れていきたいと思います。

匿名希望

中村先生のご開業当初の状況から、船井総研との契約後の違いについて、何のために、何の取り組みを行い、その結果どうなったのか、非常に参考になりました。

栃木県　T先生

飾らないお言葉、エピソードの一つ一つに深くうなづき（心の中で）、大変参考になりました。

北海道　K先生

先生の目標、熱量が伝わるご講演でした。当院の弱いところを痛感し、取り組むべき課題が明確になりました。

熊本県　K先生

事務クラークの充実、院内モニターやホームページの拡張の重要性を実感しました。まだまだ聞きたいことがありますので、ぜひ次の機会に質問をさせてください。

埼玉県　H先生

私たちもオススメします!!

開業してから6年目になりますが、船井総合研究所との出会いが契機となり、今のクリニック、法人があります。 いつもサポートをしていただいていることに心から感謝しています。

定例MTGでは**常に新しい情報提供、ノウハウの伝授、客観的なアドバイス**がありますが、いつも組織の課題点を分析し、**適切な解決策を提案**してくださるおかげで、組織の強みや弱みを把握し、**改善に向けて実際に動く**ことができます。

入口管理やマーケティング、新規事業を始める際にも的確なアドバイスをいただき、**多方面からのサポート**をしていただいています。

MTG以外でも、不明点や疑問点など質問に対するレスポンスの速さ、いつも期待以上の動きをしてくださる担当者の方を非常に信頼しています。また研究会を通じて多くの先生方との出会いがあり、さまざまな情報共有ができることで刺激を感じています。 **新しいことに挑戦し続けている**当法人にとって、**ビジネスとして新しい視点を得るための成長の機会**をいただける大切なコンサルティングです。

医療法人糖心会
べっぷ内科クリニック
理事長　別府 浩毅 氏

私は友人医師の紹介で、2019年に船井総合研究所の内科経営研究会に入会しました。当時私は、地元に戻ってから親子での事業継承に向けて準備を進めているところでしたが、**具体的にどのように進めていけばよいのか、課題をどう解決していくのがよいのか**、などを模索している状態でした。

研究会に入会したことで、**これから進める改革の道筋を得ることができた**ように感じました。奇しくも当院ではスタッフに関する問題が勃発しており、事務職員一斉退職の憂き目にあっておりましたが、同様の状態を経験されたクリニックのアドバイスもあり、冷静に対処しピンチを凌ぐことができました。

もちろん船井総合研究所が“これをやれば誰でもうまくいく”ような答えを持っている、というわけではないですが、全国の医療機関に会員がおり研究会を通じて知り合える機会があることで、**問題点を話し合ってアドバイスがもらえたり、トラブル解決の経験談を聞いたり**できるなど、**普段周囲の先生方にあまり聞くことができないような内容も相談できる**貴重な機会とっています。

また、異業種で活躍している著名な経営者らの講演を毎回拝聴する機会があり、医療機関に限らず、経営に関するヒントやスタッフマネジメントのポイントなどを学ぶことも多くあります。

今年に入って顧問コンサルティングサポートをお願いする形になり、早速現場訪問を通して実際のスタッフの動きをみてもらったり、求人業務にアドバイスをしていただき、**経営に関するアドバイザーとして頼りにしております。**

医療経営者は多忙で日々の業務に忙殺されてしまいがちですが、**方針決定やトラブル解決の相談先を検討しているのであれば、船井総合研究所の力は大いにお勧めできる**と思います。

医療法人恵伸会
大分あべハートクリニック
理事長　阿部 裕一 氏

私たちもオススメします!!

当院と船井総合研究所との出会いは2023年1月頃になります。2022年5月に開業してまだ1年も経っておらず、いわゆる落下傘開業で患者の数も少ない状況が続いていました。同年7月からのコロナ第7波で発熱患者が増加し、認知度が上昇したこともあり、その後の患者数も増加はしましたが、やはり発熱患者頼りのところはあり、おりしも2023年4月からは発熱外来の診療報酬も減少することが決定していたため、**内科慢性疾患患者をどのように増やしていくか模索していた**時に、船井総合研究所からのDMを見て、まさに知りたいことを聞けるセミナーであったためすぐに申し込みました。

はたなかクリニック
院長　畑中 雅喜 氏

その内容は、**漠然と私が考えていた施策を具体化したものであり、行うべき内容が非常にクリアになったことを覚えています。**しかし、実際に行動に移すとなると非常に労力も時間もかかることであり、どこから手を着ければいいかわからない状態でしたが、船井総合研究所に経営サポートをお願いすることで、担当の方が実際に現場に来てサポートしてくれたり、資料作りなども行ってくれたりで、至れり尽くせり、しかもスピーディーと**非常に頼りになる存在**です。おかげで徐々に発熱外来に頼らずとも経営が上向きつつあります。その時々で的確なアドバイスをいただける船井総合研究所には非常に感謝しています。

2020年の春に緊急事態宣言が発令され、当院も大きな影響を受けました。スタッフを休ませて雇用調整助成金を利用することになるとは、想像もしていませんでした。開業時には多くの無料コンサルタントが周りにいましたが、その時期には姿を消し、**経営の立て直しを図ろうとしても相談相手がいなかった**のです。医療コンサルティング業界をネット検索や読書で調べると、たくさんの会社が乱立していることがわかりました。実際、私は船井総合研究所にたどり着くまでに２つのコンサルティング会社と契約したことがありましたが、成果は芳しくありませんでした。

経営には広告などへの投資が必要であり、それによって収益を上げることが求められます。しかし、私はサラリーマン気質から抜け出せず、**投資に慎重になりすぎていたことが不良経営の最大の原因**だと、毎月のコンサルティングで学びました。２ヶ月に１回行われる**内科経営研究会では、参加クリニックが毎月の業績を公開**しており、当院の立ち位置や今後の方向性を確認することができます。船井総合研究所との契約料は少額ではありませんが、３年近く経った今、十分に回収できており、**無駄な投資ではなかったと実感**しています。

東北地方
内科・呼吸器内科クリニック
院長　匿名希望

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。

医師1名で医業収入2億超え　循環器強化型医院の創り方セミナー

お問い合わせNo. S109444

講座	セミナー内容
第1講座	**内科業界の時流予測** 株式会社船井総合研究所　医療支援部 シニアコンサルタント　川本 浩史 内科業界は競合医療機関が増加を続けており、事業そのものが成熟期へと移行しています。成熟期では業界全体が衰退していく中、「今後も持続的成長を続ける医院」 と 「時代の変化に対応できず業績が下がっていく医院」の二極化構造がより進んでいくことが予想されます。2025年以降も成功し続けるクリニックであるために、おさえておきたい内容をお伝えいたします。 【講座の抜粋】 ・2025年以降を見据えた内科業界の時流解説 ・「成功医院」と「衰退医院」を分けるポイントとは ・成功する経営者がおさえるべき3つの思考
第2講座	**医師1名で年間医業収入2.2億を超えた当院の取り組み** 陽だまりの丘なかむら内科 院長　中村 真潮 氏 三重県桑名市で開業されている『陽だまりの丘なかむら内科』院長の中村真潮氏をゲストにお招きし、ご講演いただきます。 地域のファミリークリニック（内科・小児科）から『循環器』に集患・院内オペレーションを特化した結果、たった2年で年間医業収入が1.2億→2.2億に急成長した取り組みについて解説いただきます。 【講座の抜粋】 ・平均レセプト単価が780点→1,200点になった理由 ・思い切った人材投資で1日稼働スタッフが6名→16名に ・医師、看護師が医療業務に集中するための秘書・クラーク採用
第3講座	**循環器内科クリニックが持続的成長を実現するための具体的施策を徹底解説** 株式会社船井総合研究所　医療支援部　朝倉匡基 循環器内科クリニックが持続的成長を実現するためには何をすれば良いのか？ 全国で数多くの循環器内科クリニックのコンサルティングを行っている専門のコンサルタントが、業績向上のための具体的施策を徹底解説いたします。 【講座の抜粋】 ・「来てほしい」患者さんに「自院を見つけてもらう」広報手段は？ ・必要な検査を逃さないための仕組みづくりとは ・患者負担に配慮しつつ、診療1枠あたりの単価を高めるには ・院長の生産性向上と患者満足度向上を両立するポイント
第4講座	**本日一番お伝えしたかったこと** 株式会社船井総合研究所　医療支援部 リーダー　和田 大樹 「本日一番お伝えしたかったこと」と題して、本日のまとめ講座をさせていただきます。 本日のセミナーをお聞きいただき、明日以降でどう自院に落とし込みをしていくのかをお伝えいたします。

お申込みはこちら！

右記のQRコードを読み取りいただき、
お申込みフォームよりお手続きくださいませ。

セミナー情報を当社ホームページからもご覧いただけます！
https://www.funaisoken.co.jp/seminar/109444

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。

医師1名で医業収入2億超え　循環器強化型医院の創り方セミナー

お問い合わせNo. S109444

開催要項

日時・会場

東京会場 にてご参加

※各回、同じ内容ですが、大阪会場での
ゲスト講座は録画投影となります。

お申込み期限：3月13日（水）

2024年 3月17日（日）　開始 13：00 ▶ 終了 16：30（受付開始 12:30より）

会場：株式会社船井総合研究所　五反田オフィス
〒141-8527　東京都品川区西五反田6-12-1　[JR「五反田駅」西口より徒歩15分]

大阪会場 にてご参加

お申込み期限：4月3日（水）

2024年 4月7日（日）　開始 13：00 ▶ 終了 16：30（受付開始 12:30より）

会場：株式会社船井総合研究所　大阪本社
〒541-0041　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、会場はマイページにてご確認ください。
また最少催行人員に満たない場合、中止させていただくことがございます。
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、ご了承ください。

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。尚、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取り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いたします。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みに適用となります。

お申込み

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上でご確認いただけます。
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. 109444を入力、検索ください。

お問い合せ

サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken　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9:30～17:00）　※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問合せNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

※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

3月17日（日）東京会場　申込締切日 3月13日（水）

4月7日（日）大阪会場　申込締切日 4月3日（水）

※各回、同じ内容ですが、大阪会場での
ゲスト講座は録画投影となります。