

頭数減少時代でも 安定的に**外来数・売上を確保**するための方法を徹底解説！

オンライン開催

2024年8月21日水 | 2024年8月26日月 | 2024年9月6日金 | 2024年9月17日火

全日程 13:00～15:30 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)

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

お申込み期日

銀行振込み……開催日6日前まで  
クレジットカード……開催日4日前まで  
※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください。  
※祝日や連休により変動する場合もございます。  
※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます。

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みに適用となります。

| 講座              | セミナー内容                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 第1講座            | <b>動物病院業界が直面する課題と全動物病院が力を注ぐべき方向性</b><br>頭数減少、病院数増加の昨今の業界内において、新患の獲得はより困難となっております。そのような状況下で業績向上を図るために、これまでのような新患獲得だけに依存する体制はリスクもあります。今後の縮小する業界動向を鑑み、動物病院が直面する課題と今から注力していくべき取り組みについて、業界の成功事例や他業界の事例を交えながら解説いたします。<br>株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 横山 拓実 |
| 特別ゲスト出演<br>第2講座 | <b>池田動物病院のこれまでの道のりと継続的な客単価向上を実現する具体的な取り組み</b><br>直近の4年間で平均客単価が9,000円から15,000円にまで上昇し、順調に診療件数も伸ばしている神奈川県川崎市の池田動物病院。これまでの4年間で実際にどのような取り組みを行いこれらを実現してきたのか、また、4名の勤務医含む従業員にどのように単価に対する意識付けを行っていったのかをご紹介します。<br>株式会社CoToFu 池田動物病院 代表取締役・院長 石井 隼氏       |
| 第3講座            | <b>飼育頭数減少でも安定した業績UPを実現する、既存飼い主のLTV最大化手法</b><br>動物病院の業績を左右する診療件数を伸ばすポイントは新患の獲得と既存飼い主の来院促進ですが、新患の獲得難易度が上がり続けている業界においては、今後、既存飼い主の来院促進と単価向上が病院成長の命運を握ります。この講座では、飼い主様あたりの顧客生涯価値(LTV)を最大化するための具体的な方法を解説いたします。<br>株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 越後谷 晃大        |
| 第4講座            | <b>明日からの病院経営をこれまでとは異なるものにするために</b><br>成功する経営者と、そうでない経営者の違いはどこにあるのか。本セミナーのまとめとして、どのような病院・院長でも確実に成果を上げることのできる考え方・取り組み方法をご紹介します。<br>株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 リーダー 野口 海渡                                                                              |

セミナーのお申込みはこちら！

PCからのお申込み

下記セミナーページからお申込みください。▼  
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/116414>

QRコードからのお申込み

右記QRコードからお申込みください。

お問合せ

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)

※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。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

最近、診療件数の伸びが悪く、頭打ちになっている

単価を上げていきたいが、満足度が低下してしまわないか不安

そんなお悩みを持つ方 必見！

値上げしても来院率UP！

顧客単価を1.7倍アップさせる方法

4年で平均客単価が9,000円から15,000円に上昇

従業員への単価意識の浸透

院長だけが忙しいからの脱却

Special Guest Episode 承継後の病院改革！安定経営の秘訣

今 業界で注目される顧客生涯価値という考え方

このセミナーで学べるポイント

既存飼い主の来院を促進する商品設計の具体的な事例

飼い主満足度を下げずに継続的な客単価向上を実現する院内体制の構築方法

価格改定における戦略的な考え方

参考になる診療項目別の料金表データ

客単価向上に対する従業員への意識付け方法

詳細は中面へ

株式会社CoToFu 池田動物病院 代表取締役 院長 石井 隼氏

オンラインセミナー

2024年8月21日水・8月26日月・9月6日金・9月17日火

新患獲得だけに依存しない！動物病院LTV最大化経営のすすめ

お問い合わせNo. S116414

お申込みはQRコードから

主催 Funai Soken

サステナブルな成長を促す。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

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](http://www.funaisoken.co.jp) (右上検索窓に右の「お問い合わせNo.」をご入力ください) 116414



持続的成長の裏側には？

# 山あり谷ありの！事業承継からこれまで池田動物病院が歩まれてきた成長ストーリー

## Special Interview

株式会社CoToFu 池田動物病院

代表取締役  
院長

石井 隼氏

神奈川県  
川崎市

診察室 2部屋

従業員数 10名

年間売上 1.37億円

月外来数平均 760件



## 勤務医から経営者へ

## 承継して始まった再生の歩み

私は2019年にこの動物病院を承継しました。当時の病院は、最新の医療設備が整っているわけではなく、大規模な投資もままならない状況でした。また、病院の経営状況も厳しい状況が続いていました。これに加えて、ペットの飼育頭数の減少や新型コロナウイルスの影響による外来数の減少が深刻でした。そうした厳しい状況を自分で変えていきたいという強い思いから、病院の承継を決断しました。

承継後の最初の2年間は、前院長に引き続き院長を務めていただき、その間に病院の現状を正確に把握することと自身のスキルアップに

努めました。前院長の豊富な経験と知識を借りることで、病院の運営に関する深い理解を得ることができました。前院長には本当に感謝しております。

ただ、大規模な投資ができない状況下で、既存のリソースも限られておりましたので、打てる戦略は限られていました。

そんな中で特に注目したのは、診療単価の見直しと診療スタイルの改善でした。診療単価の見直しにより、経営の安定化を図り、診療スタイルの改善により、飼い主様へのサービス品質を向上させることを目指しました。

## 価格改定の戦略とその成果

価格改定については、まず周辺の二次病院や一次病院の価格を参考にしました。特に検査や入院、外科処置などの項目については、詳細な見直しを行い、適切な値上げを実施しました。また、注射を打った本数や入院中の強制給仕、投薬など、これまで大まかに計算していたり、費用をもらっていなかったサービスについても、細かく費用を設定しました。ただし、診察料金や爪切りなど、一般的によく利用される料金については上げずに据え置きました。2023年に入り、世間の値上げラッシュに合わせて全体的な価格改定を行いました。

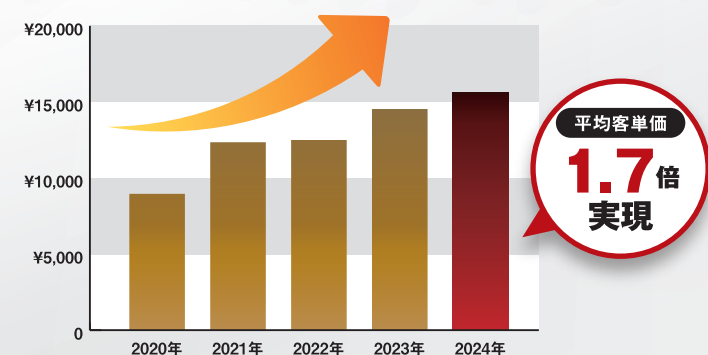
単に値上げを行うだけでなく、飼い主様に価格以上の価値を感じていただけるよう、診療体制や医療の質の向上にも注力しました。



## 統一された診療スタイルの確立と教育体制の構築

以前は各獣医師が独自の判断で診察を行っていたため、診療内容や売上にばらつきがありました。これを改善するために、病院全体で統一した診療スタイルを確立しました。具体的には、診察が終了した後、飼い主様への説明を十分にを行い、その後で必要な検査を行い、適切な獣医療を提供することを徹底しました。また、ペットの症状の進み具合に応じて一時預かりの体制を整え、獣医師間で知識の共有を促進し、マンツーマンでの指導を行うことで、それぞれの苦手分野を克服できるようにしました。

また、通常診察が早く終わるケースでも、問題になっている部分以外の状態も細かく確認するようにしています。飼い主様から「きちんと診て



くれている」という評価を受けることができ、単価のアップやリピート率の向上にもつながっています。

## 今後の展望と感謝

現在、病院の売上は順調に上がり、新たなチャレンジが可能な状況になりました。

今後は、得意とする診療分野をさらに磨き、飼い主様への訴求力を高めるために、ホームページの改修などを行っていく予定です。

「池田動物病院に通うとペットが長生きできる」という印象を飼い主様に持っていただけるよう、一件一件の診療に真摯に向き合い、地域のホームドクターとしての役割を果たしていきたいと考えています。

また、日々頑張ってくれているスタッフにも、これまで以上に働きやすさややりがいを感じてもらえるような環境を整え、病院全体の成長と共に、



スタッフ一人ひとりの成長もサポートしていきます。スタッフの力があってこそ、病院が成り立っていることを忘れず、感謝の気持ちを持ち続けながら、さらなる発展を目指していきます。





池田動物病院が  
新規集患に頼らず

# 高成長を実現した動物病院経営のズバリ

ペットの飼育頭数の減少が業界課題となっている今

動物愛護法の改正 や 飼い主の高齢化 により、

今後の新規頭数は  
まず間違いなくさらに**減少**へ



新患を  
獲得する動きは  
より困難に  
なっていく

動物病院は **顧客生涯価値(LTV)** を高める必要がある！

**LTV = 患者数 × 生涯での来院回数 × 一回の単価**

ここを  
伸ばすことは  
困難

ここを伸ばしていく  
取り組みが必要になる

## 押さえるべき4つのポイント

### POINT 01 平均顧客単価を上げる

平均顧客単価を上げると、一度の来院から得られる収益が増えます。高付加価値なサービスや商品の提供を通じて単価を上げることで、外来数の増加に依存せずに病院全体の収益を安定させることができます。

### POINT 03 継続期間を延ばす

飼い主との関係を長期間にわたって維持することで、一人の飼い主から得られる総収益が増えます。継続的なケアやフォローを行うことで、飼い主との長期的な信頼関係を築きます。継続的な収入源が確保されることで、病院の安定運営が可能となり、持続的な成長が期待できます。

### POINT 02 来院頻度を上げる

来院頻度を上げることで、病院の利用機会が増え、年間の総収益が向上します。定期的な健康チェックや病気の早期発見・早期治療の重要性など、飼い主教育を通じて、頻繁に訪れてもらうことが大切です。頻繁な来院は飼い主との信頼関係を深め、顧客満足度を高める効果もあります。

### POINT 04 離脱率を下げる

飼い主の離脱率を下げることで、既存顧客の維持にかかるコストを削減し、安定した収益を確保します。資源をサービスの向上や新しい機材の導入に充てることができます。さらに、顧客の離脱を防ぐことで、口コミによる新規顧客の獲得も期待でき、病院全体の成長につながります。

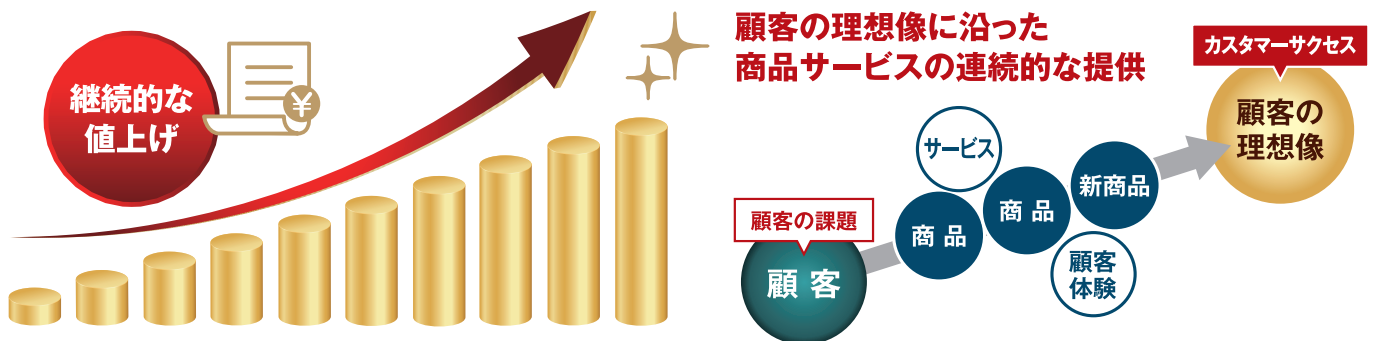
実際に持続的成長を実現！

## 施策ロードマップ



### 施策① 価格と商品の見直し

価格設定と商品の見直しを定期的に行います。市場動向や顧客のニーズを踏まえた適切な価格設定を行うことで、収益の最大化を図ります。次に、飼い主やペットにとっての理想から逆算して病院として提供できる価値を考えながら、既存の商品を付加していき、必要であれば新たな商品を作成していきます。飼い主・ペットの理想を叶えるサービスプラン・パッケージを作成していくことで、持続的な来院と高満足度を達成しながら一人当たり単価の向上を目指します。



### 施策② 飼い主向けの資料の作成

飼い主が治療内容や健康管理について理解を深められるよう、説明資料を作成・提供します。これにより、飼い主はペットの健康状態や治療について安心感を持ち、信頼を築くことができます。資料には、具体的な治療の流れやケアの方法、健康維持のためのアドバイスなどを盛り込み、飼い主が日常的に参考にできる内容とします。例えば、治療の選択肢やその効果、副作用について詳しく説明することで、飼い主は自身のペットに最適な治療を選ぶ際の判断材料とすることができます。飼い主がしっかりと治療内容を理解することで、満足度が高まり、治療単価のアップやリピート率の向上にもつながります。

#### 飼い主向けの説明資料



### 施策③ カウンセリング体制の構築



平均単価の高い獣医の診療スタイルを分析し、それを院全体に浸透させていきます。勤務医に対しては、治療やサービスの単価に対する意識を高める教育を行います。ペットの健康状態を正確に把握するために必要な検査をしっかりと提案し、飼い主に各検査の目的や重要性を丁寧に説明して納得してもらうなど、診療スタイルを統一することで、必要な検査が確実に行われ、最終的に治療の単価と顧客満足度が向上します。また、看護師がカウンセリングを行い、飼い主からの質問や相談に迅速かつ丁寧に対応する体制を整えます。飼い主が常に安心してペットの健康管理を任せられる環境を提供するなど、病院全体で飼い主の満足度を高めるための取り組みを行っていきます。



# ますます進む ペットの飼育頭数減少 動物病院数増加 人口減少 高齢化 ... 目を向けるのは新規集客だけじゃない! **動物病院の持続的成長**

顧客生涯価値=LTV

定着・来院頻度UP

LTVを高める  
4つのポイント

- 1 平均顧客単価を上げる
- 2 来院頻度を上げる
- 3 継続期間を延ばす
- 4 離脱率を下げる

患者数  
×  
生涯での  
来院回数  
×  
一回の単価



## LTVが低い動物病院とLTVが高い動物病院の違い

LTVが低い動物病院

LTVが高い動物病院



新規顧客獲得に依存

リピーターが少ないため、  
マーケティングコストがかかり  
安定した収益が得にくい。

顧客獲得と  
維持

リピーターが多い

安定した収益を確保できるため、  
新規顧客獲得にかかる費用を  
抑えられる。



全科診療と予防が中心

一般的な全科診療と予防を中心とした  
獣医療を提供

提供する  
医療

従来型に加え得意科目での  
専門診療を展開

専門性を訴求しセカンドオピニオンのニーズにこたえる。  
単価UPに大きく寄与する



希薄な関係性

診療後のフォローやコミュニケーションが  
少なく、短期的な関係になる

飼い主との  
関係

濃密な関係性

診療後のフォローが充実しており、  
定期的なコミュニケーションを通じて、  
飼い主が病院に対する信頼感を持ち、  
長期的な関係が築かれる。



安価に設定

飼い主が料金の安さにのみ惹かれて  
来院することが多く、価値提供が少ないため、  
顧客の満足度が低い。

料金設定と  
価値提供

高めに設定

価値あるサービスや専門知識の提供が  
可能になり、飼い主が料金に対する価値を  
認識しているため顧客満足度が高い。



不足している

飼い主教育や予防医療の提供が少なく、  
ペットが病気になったときにのみ来院する。

飼い主  
教育と  
予防医療

充実している

飼い主がペットの病気の早期発見や予防に努め、  
健康維持のため病気以外でも来院する。



講座の  
内容

戦略策定

- ✓ 動物病院市場の動向研究
- ✓ 今、伸びている動物病院の共通項と基本戦略
- ✓ 10年後も持続的成長を続ける動物病院であるための方針

商品設計

- ✓ 利益最大化のための料金設定の基本的な考え方
- ✓ 競合と自院の強みを踏まえた満足度が下がらない料金・商品設計
- ✓ セカンドオピニオンの客単価UPを実現するための考え方

マネジメント

- ✓ スタッフが自分で考え行動できる組織文化を醸成するための院長の考え方
- ✓ スタッフへの単価意識の落とし込み方法
- ✓ 看護師が売上に貢献するための体制構築

集 患

- ✓ 飼い主を来院に結び付けるためのHP分析
- ✓ 既存飼い主の来院頻度を上げるための取り組み
- ✓ 口コミから新規飼い主を獲得するためのGoogle口コミ強化
- ✓ 自院の尖りを明確にする専門診療科サイトの構成



## 詳しくはセミナー当日にお伝えします!



セミナーでは  
上記の具体的事例・成功のポイントを徹底解説いたします!