

医業収入が横ばいで
伸び悩んでいた、眼科医院が

アンコール
開催

白内障手術 30

月平均15件から 30件へ
飛躍した方法公開セミナー

＼どのクリニックにも適応できるルールがあった！



特別ゲスト講師

医療法人社団八光会
菅原眼科クリニック

理事長 **菅原 道孝 氏**

東京都荒川区にて2015年より2代目院長として
菅原眼科クリニックを運営。
継承後も業績は横ばいで推移していたところから、
月間医業収入165%・月間白内障手術件数200%
UPへとV字回復を達成。

白内障手術30件達成のための秘訣

- ① 月間新患数+30人以上増やすWeb施策
- ② 白内障HPの作り込みで毎月2名を超える新患直オペ希望者が出る!
- ③ 手術候補の患者に刺さる2カ月に1回の丁寧な手術説明会
- ④ 院長の診療効率化にもなる、満足度アップの白内障手術ツールを利用
- ⑤ 求人難時代にも有効、「スタッフ不足で手術が伸びない」状況を克服する求人戦略

各施策の詳細と工夫は中面で大公開!!

オンライン開催 各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

2024年

11月10日(日)・11月13日(水)・11月14日(木)・11月17日(日)

全日10:00~12:30
(ログイン開始:開始時刻30分前~)

白内障手術を倍増し業績V字回復!眼科マーケティングセミナー

お問い合わせNo.S120098

主催

サステナブルな成長を促す
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



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。) → 120098

～ご挨拶～

眼科クリニックを取り巻く環境は、採用難、賃上げ対応、診療報酬改定、競合クリニックの出現など、さまざまな要因によって刻一刻と変化しています。

本レポートをお読みの先生方の中には、こうした状況の中で

「本当に今のままで大丈夫なのだろうか？」

といったお悩みをお持ちの方もいらっしゃるのではないのでしょうか？

弊社では全国の眼科クリニックの先生方からご相談をいただきますが、最近では下記のような課題をお持ちのケースは少なくありません。

- 患者数の伸びが鈍化している、減少している
- 長い間、患者数や売上げが横ばいで推移している
- 増患に取り組みたいが、やり方がわからない
- 看板やポータルサイトに掲載しているが成果に繋がっていない

本レポートでは、上記のような課題をお持ちであったクリニックをご紹介します。

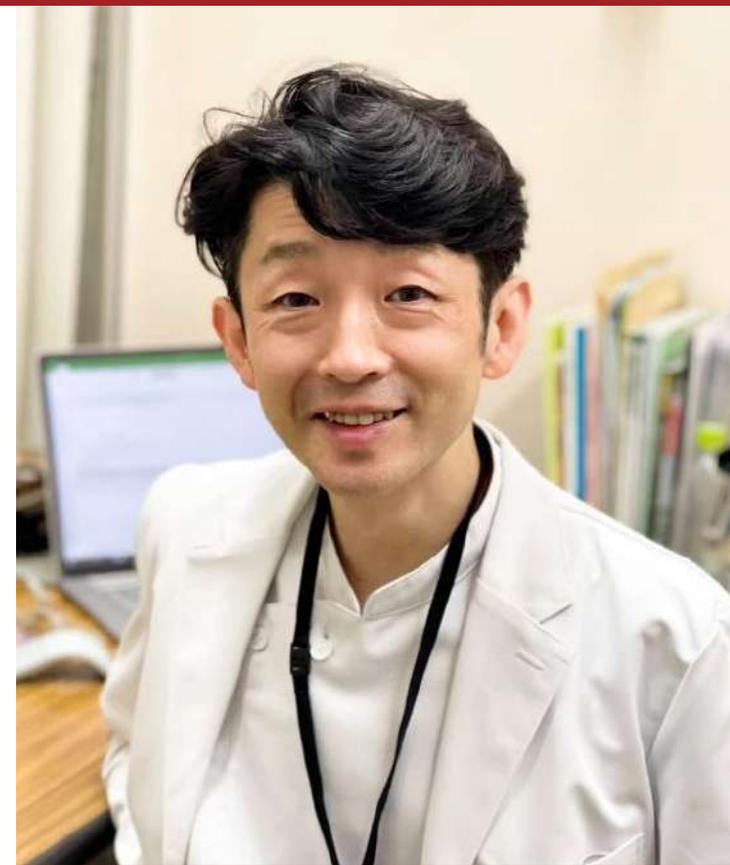
こちらのクリニックはコロナ禍の影響で売上が減少したことをきっかけに、**今までのやり方を変える決意**をされ、集患を中心とした経営施策を見直したことで、患者数・白内障手術件数、ひいては医業収入を伸ばされました。

クリニック経営の成功への近道は、

- ・ **成功事例を学ぶ、真似ること**
- ・ **原理原則に則り、正しい戦略をとる**

ことにあります。

ぜひレポートをご覧ください、クリニック経営の参考となれば幸いです。



医療法人社団八光会
菅原眼科クリニック
理事長 菅原道孝 氏

東京都荒川区にて、2015年より2代目院長として菅原眼科クリニックを運営。

継承後、業績は横ばいに推移していたところから、月間医業収入165%、月間白内障手術件数200%UPへとV字回復を達成。

■ 先代から継承 借金返済からのスタート

私が現在のクリニックの経営に携わりはじめたのは、2015年、父である先代院長が引退することになり、クリニックを継承する運びとなりました。

継承してみると、法人に借金が想定よりも多く残っていることを知り、まずはとにかく借金を返済していくことから私のクリニック経営がはじまりました。

継承前は、都内でも患者数の多い病院での勤務をしており1日100名以上の診療をしておりました。継承当時の1日患者数はおよそ、その半分程度・・・

実際にクリニックの院長になり患者数が少ない日が続くと、「このままで大丈夫だろうか・・・」という不安な気持ちでいっぱいでした。

それでも先代から通院してくださる患者さんも一定数いらっしゃり、また徐々に患者数が増えたことで赤字経営を抜け出すことができました。

■赤字経営は抜けたが・・・ 患者数伸び悩みの葛藤とコロナ禍の危機

1日あたり平均70名、オペ件数は月15件ペースを3～4年維持しており、継承当時よりは業績は悪くないと考える一方で、『**もっと多くの患者さんを診る余裕もあるし、患者数も伸ばせるのではないか・・・**』という想いでした。



患者数に対しての日々の診療の物足りなさや、このままではだめだという考えを持っていました。

しかし、これといった打開策があるわけではなく、きっかけもなかなか掴めずに現状維持の状況が続いておりました。

そのような日々が続く中で、**2020年新型コロナウイルスの流行**が訪れました。

当院も受診・オペ抑制の影響によって、**ピーク時には患者数が昨対-25%近く**の減小、**医業収入としても-30%**と大きな打撃を受けました。

「**このままで大丈夫なのか?**」という想いと、先行きの見えない不安を強く感じました。

いかにこの状況を乗り越れば良いのか、経営における最大の危機に悩んでいるときに、一通のセミナー案内(チラシ)が届きました。

内容はWeb集患に関するセミナーであったことを覚えております。

▼当時参加したセミナー案内
新患・白内障手術を増やすためにWebの活用についての必要性を実感しました

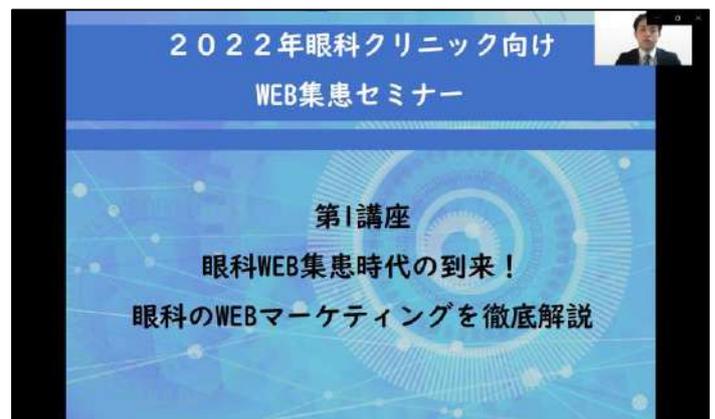


■ 今までのやり方を変えることを決意 まずはWeb対策をはじめること

コロナ禍で減少した患者数を取り戻すヒントを探しに参加したWebセミナーで講師の方々がおっしゃられていたことは
「新患が伸ばせないと患者数は伸びていかない」
「患者さんがWebで検索して眼科を探すようになっている」
「高齢者がメインの眼科でもWebから集患する時代がきている」
ということでした。



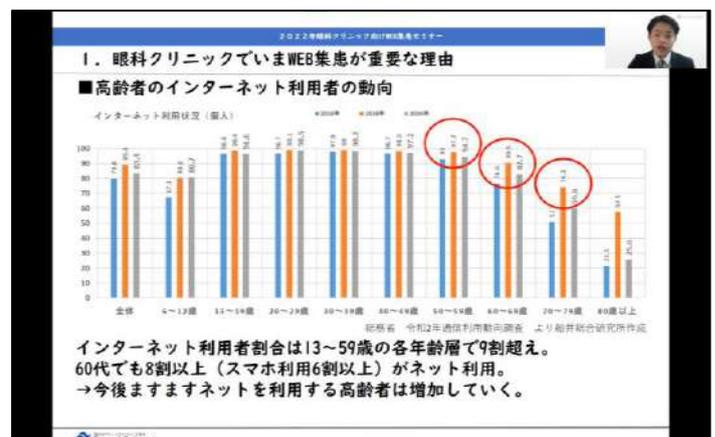
「集患でWeb対策が大事！」
という話は今までも耳にしておりましたが、「眼科は高齢者が中心であまり効果がないのでは？」という考えもあり、行動に移せてはいませんでした。



「自院では新患数も減少してきており、このままでは、経営もジリ貧になってしまう・・・」

▲▼当時参加したWebセミナーの様子

「なにかを変えよう！だめならだめでまずは行動を起こしてみよう！」と考え、セミナーで言及されていたWeb対策に取り組むことを決意しました。



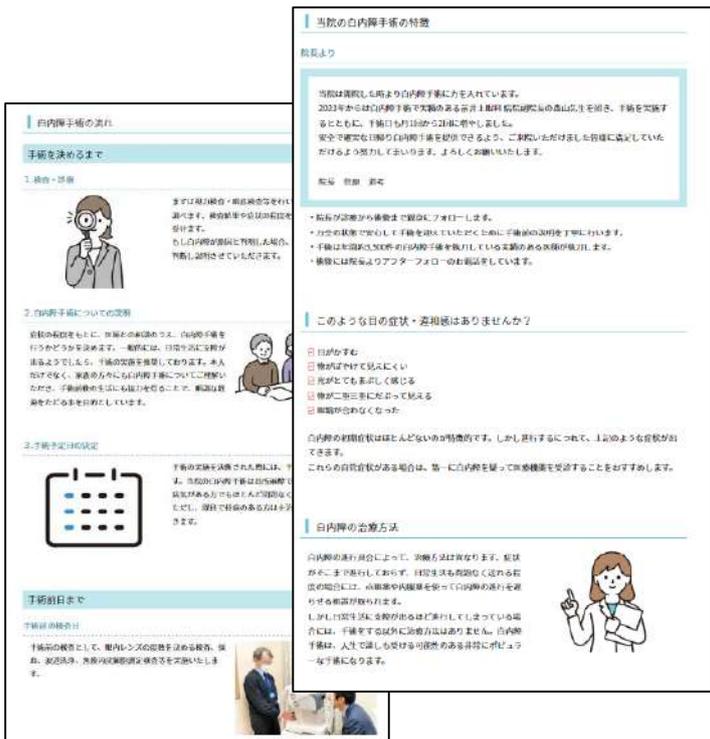
■ まずは公開後から手付かずであった ホームページの改善から

まず取り組んだのが「ホームページの改善」でした。

もともとホームページはあったものの、日々の診療に追われあまり更新することなく、ほぼ制作当時のままになっておりました。

Web経由で患者さんをお呼び込むには、ホームページを見ていただいた時に、そこから来院しよう！と思っただけのことが大切です。

当院で注力している白内障手術や緑内障のページを優先的に、文字だけのページから、より患者さんにとってわかりやすいコンテンツにするためにページのリニューアルを進めました。



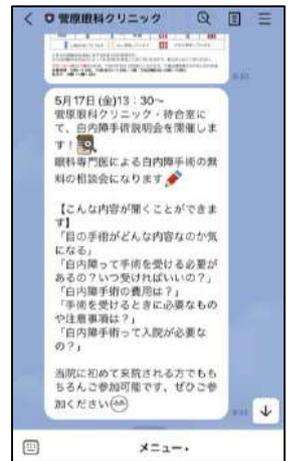
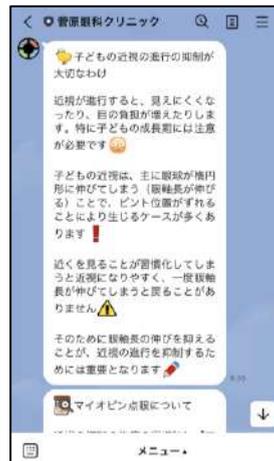
◀白内障手術ページは一番大きく
リニューアルしました。

より患者さんにとってわかり
やすい内容になるよう、文字だ
けのページからイラスト等も挿
入しながらコンテンツを整備を
しました。

実際にホームページをみて白
内障手術を希望する方も増えた
ので実施してよかったと感じて
おります。

▶LINE公式アカウントについても
同様に、当院のアカウントがある
ものの更新することができていま
せんでした。

お知らせや患者さんに鮮度の高
い情報を定期的に発信することで
再来に繋がっていることを実感し
ています。



■ 販促施策の見直しを進める中で変化を実感

新患増加のためにWeb広告も開始しました。

当院では広告費の多くをGoogle広告に投資しております。広告経由で来院予約した方を計測しており、投資に対する費用対効果がわかるため、その結果をもとにさらに投資をするかどうかの経営判断をすることができます。

以前までは、Web広告をかけるなんて考えたこともありませんでしたが、新患の来院経路を確認していく中でWeb経由で受診される患者さんが増えていることも実感でき、それまでの施策も併せて新患数も月間平均80→110名と大きく増加しました。

検索エンジン

新宿 眼科

広告 <https://www.●●●>
新宿駅東口から徒歩5分の眼科
船井クリニック
日帰りで白濁手術を実施 眼科専門医に

●現在地付近
眼科

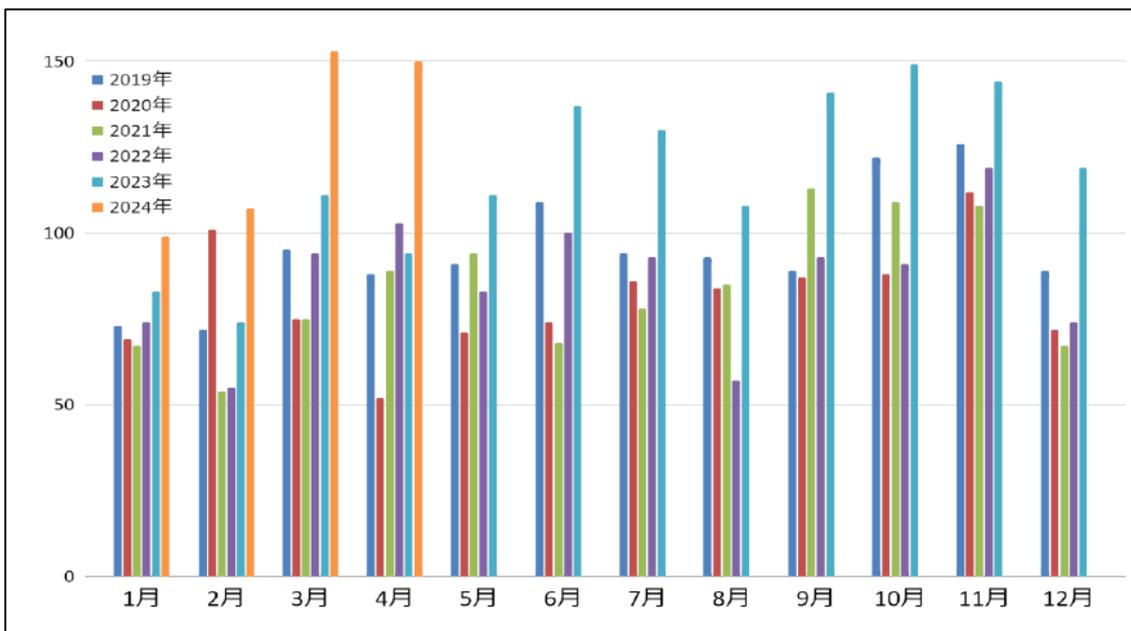
地図

船井クリニック
4★★★★☆ (30)
新宿●●●クリニック
3★★★★☆ (5)

SEO対策

新宿の眼科クリニック一覧 / ファイドクターサイト
新宿で眼科診療を実施しているクリニックをまとめました

▼当院の新患数の推移



■ 患者数増とともに、白内障手術を増やす取り組みを

患者数のみならず、大きな収益源となる白内障手術を増やしていったこともよかったです。

自院では、先代の時からオペドクターを招聘して手術を実施しております。

継承後もそのままの体制でオペの枠数も変えずにやっておりましたが、経営数値をもとに「もっとオペの枠数を増やしていきましょう」というアドバイスをコンサルタントの方からいただき、オペ枠の拡大へと踏み切りました。

しかし、オペ枠を増やしたところで、その分オペがしっかりと増えていくのか不安もあったため、さまざまな施策に取り組みました。

オペ増患の取り組みの一つとして行ったのが、白内障手術説明会の実施です。

当日は待合室が一杯になるほど患者さんに来院いただき、また実際に説明会をきっかけに受診や手術のお申込みをされた方もいらしたため、非常に効果を実感しています。

▼白内障手術説明会のチラシ

▼白内障手術説明会の当日の様子 2024年の5月に2回目の説明会を実施しましたが、前回より多く、20名以上の参加いただきました。



■ 結果としてコロナ禍の落ち込みから1年で回復 その後1年で、白内障手術件数 15件/月→30件/月と倍増

- 実際に行った取り組みは、その他にも
- ・ 白内障手術の説明ツールの作成と配布
 - ・ 院外にのぼりの設置
 - ・ オリジナルチラシの配布

など、他の眼科クリニックからみても特別大きな取り組みは行ってないかもしれませんが、**一つひとつ行動に移していくことで結果が変わりました。**



▲白内障手術後には患者さんに電話をしております。

おかげで懸念していた手術の予約枠も埋めきることができ、結果、

- ・ 来院患者数（日平均） 70名 → 90名
- ・ 白内障手術件数（月平均） 15件 → 30件

と、各種数値とともに医業収入についても大きく伸ばすことができました。

また、白内障手術は患者さんにとって生涯で1度の目の手術であり不安も大きいものです。さまざまな情報が溢れる現代だからこそ、**クリニック側からの患者さんに向けての情報提供をしていくことの重要性**を感じています。

▼菅原眼科クリニックで作成・使用している院内ツール

The collage displays several tools used in the clinic:

- 白内障手術ガイドブック**: A patient guide for cataract surgery, featuring illustrations of patients and a form for patient information (name, date, eye side).
- 手術前の点眼スケジューリング表**: A checklist for pre-operative eye drops, listing medications like クラキシット (レボフロキサシム) and サンベタゾン (リンデロール).
- 手術後の点眼スケジューリング表**: A checklist for post-operative eye drops, listing the same medications.
- 白内障手術の流れ**: A flowchart detailing the surgical process, from pre-operative checks to post-operative care.
- 白内障手術の注意点**: A list of important points for patients, such as avoiding eye drops, contact lenses, and swimming.
- 院内ツール**: A collection of other materials, including a calendar for appointments, a list of services, and contact information for Kaneko Eye Clinic.

■ 満足度・納得度の高い診療を続けていくために

以前は患者数に物足りなさを感じておりましたが、いまでは外来診療で忙しくなり、効率化の必要性を感じているほどです。

地域の眼科医・そして経営者としても、この地域においてより多くの患者さんを診療すること、患者満足度を向上し続けることを大事にしたいと考えております。

私自身の考えにはなりますが、**診察に納得して帰っていただくこと、その時の患者さんの安心した表情を見たときに一番のやりがいと喜びを感じます。**

そのためには**患者さんと向き合って説明をしっかりとる時間も大事にしたい**です。その一方で、待ち時間をはじめとした患者さんにとって不必要な時間はツールやデジタル化を順次進めてどんどん削減していきたいです。

ゆくゆくは先代から継承したこのクリニックを、この地域の皆様から、「**眼に困ったら菅原眼科クリニックに行こう**」と真っ先に名前を出してもらえるような**地域で一番のクリニック**を目指していければと思います。



▲当院の紙カルテ置き場です。近々電子カルテの導入を計画しておりますが、継承時から今まで紙カルテによる診療です。



外部環境に左右されず

成長し続ける！

眼科クリニックづくりの ポイント



株式会社船井総合研究所
医療支援部
チーフコンサルタント

野田 陽一郎

眼科クリニック専門のコンサルタント。
クリニック経営研究会眼科分科会主宰。
毎月全国数十件の医院・クリニックに伺い、
常に現場の情報を把握したうえで、クライア
ントを最適な方向に導くお手伝いをしている。

先ほどご紹介したクリニックは、コロナ禍のピンチから
変わることを決意し、改革を行ったことで業績のV字回復
を実現されました。

眼科クリニックの外部環境も刻一刻と変化しており、そ
の時の時流に即して経営も変化させていく必要があります。

特に2024年度以降、より
大切になるキーワードは

収益性（生産性）の高い クリニックづくり

になります。

次ページからポイントを、
3つに絞ってお伝えさせて
いただきます。

社会性

さらなる地域への貢献
理想のクリニック経営の実現

教育性

スタッフの雇用・教育
接遇力、患者満足度の向上

収益性

患者数を伸ばし、利益を出す

Point①

「優先すべきは収益性の高い クリニックづくり！」

今後も物価高における影響や最低賃金の上昇、採用コストの上昇と賃上げ（募集条件および既存スタッフの雇用条件の見直し）への対応が必要不可欠です。

この環境下においては、**まずはいかにより多くの患者さんを診療し収益性（生産性）を高めていくかを考えていく必要があります。**

スタッフ数の確保ももちろん大事ですが、患者数があまり伸びていない状況でスタッフ数を増やしてしまうと経営的には苦しくなってしまいますので、バランスと優先順位が大切です。**まず第一に優先すべきは現体制で新患を中心に患者数を増やし、医業収入を伸ばしていくことです。**

Point②

「Webから患者さんを 呼び込む導線を構築！」

新患を増やすための広報施策はさまざまあります。

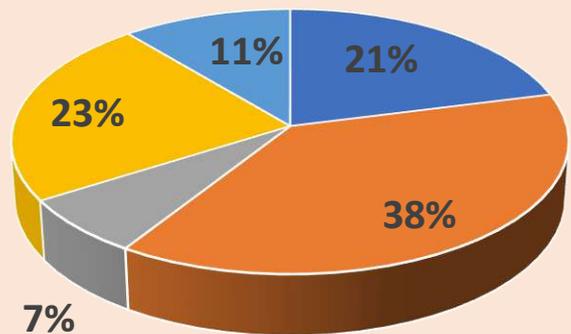
勿論、クリニックの状況に応じて効果的な施策は異なりますが、**もし手をつけられていないのであれば真っ先におすすめするのがWeb集患への取り組みです。**

基本的に全国どのエリアにおいても、来院経路の調査を行うと**新患のおおよそ30~40%がWeb経由がきっかけで来院されております。** Web集患に手を付けていないとなると当然ながらこの割合が少なくなりますので、**30~40%の新患の機会損失をしているとも言えます。**

新患を増やし、収益性の高いクリニックづくりを行うためには、Webから来院いただく、その導線づくりに取り組むことが必須です。

当然これは、外来患者さんでも手術患者さんでも同様です。

▼実際に新患の来院経路を計測した割合（%）の一例



- 家族・知人からの紹介
- インターネット・HP
- 看板（駅・道路・電柱）
- 家が近所
- その他

Point③

「患者数を伸ばしたうえで、 白内障手術のマーケティングを！」

「医業収入を伸ばすために、（収益性が高い）白内障手術件数を伸ばしたい」とお考えの先生が多くいらっしゃるかと思います。

白内障手術件数を伸ばすうえでの重要なポイントは、

- ①ベースとなる外来患者数をしっかりと伸ばすこと
 - ②白内障手術に注力している（安心して手術を受けられる）眼科であることを患者さんに認知いただくこと
- になります。

近くに自院の他にオペ眼科がない、著名なドクターが在籍しているなど、紹介案件が多い眼科はこの限りではありませんが、**原則ベースとなる外来患者数に比例して白内障手術件数は伸びていきます。**

新患を中心に患者数を伸ばすことが前提のうえで、**患者さんに「この眼科は白内障手術に力を入れている」と認知いただくことがポイント**になります。

生涯に1度の目の手術という患者さんの大きな不安をいかに取り除き、安心して自院での手術を決断いただけるか。院内での診察、説明はもちろん、対外的な情報発信もより重要になります。

▼のぼりによる アプローチ・認知拡大



ここまでレポートをお読みいただいた先生の中で、

- ✓ 患者数の伸びが鈍化している、減少している
- ✓ 長い間、患者数や売り上げが横ばいで推移している
- ✓ 増患に取り組むたいが、やり方がわからない
- ✓ 看板やポータルサイトに掲載しているが成果に繋がっていない
- ✓ Web 関係の集患施策に取り組めていない

こうしたお悩みをお持ちの方のために、セミナーを行います。
セミナーでお伝えする内容の一部をご紹介します。（次ページ）

セミナーでお伝えすること・学ぶこと

- ・ これからの時流と求められる眼科クリニック経営の考え方
- ・ Web集患こそが、**新患対策の一丁目一番地**
- ・ 「**地域名×眼科 or 白内障手術**」で**検索3位以内に入るための秘訣**
- ・ こんなホームページはまずいかも？NG例をご紹介
- ・ **白内障手術希望の患者さんが集まる？**白内障手術ページの作り方
- ・ 白内障手術を200%増加させたタイミングと枠の作り方
- ・ オペ満足度を高める！**どのクリニックでも取り組める施策とは？**
- ・ 実際どうやって行うの？**院内説明会の実施方法と具体的事例**
- ・ 日による患者数の偏りを減らすためのLINE活用術とは！？
- ・ 最新事例多数！全国の眼科クリニックを取り巻く**採用難対策**
- ・ “**求人を出しても応募0名“から”即戦力ORTを採用”へ**
結果を出すための採用術
- ・ 医師除く**スタッフ数5名・紙カルテでも繁忙期に**
1日100名以上の患者数を診療する外来診療オペレーションとは？
- ・ 1日患者数が、過去最高人数を更新するほど忙しくても前向きに
業務に取り組む？スタッフのモチベーション維持のための仕掛け
- ・ **スタッフの適正人数は？**外来患者数と院内体制にあわせた
基本的な考え方
- ・ **診療時間を“一人当たりマイナス10秒ずつ”、短くしてもなお**
患者さんの理解度、納得度を向上させる特別な院内ツールを公開
- ・ 受付の電話対応時間が50%カット！**他院でも効果的であった**
デジタル化・効率化対応のリアルな事例をご紹介

最後に・・・

～『白内障手術を倍増し業績V字回復！ 眼科マーケティングセミナー』のお誘い～

本レポートはいかがでしたでしょうか。

「長い間、患者数や売上が横ばいで推移している」

「近くに競合ができ、患者数の伸びが鈍化、減少している」

こうした悩みをお持ちの先生方にとっては、特に気になる内容であったのではないのでしょうか。

物価高、採用難、診療報酬改定による長期的スパンでの減算・・・

厳しい外部環境の変化に耐えうる、そしてさらに成長を続けるためには、患者数を増やし、収益性を高め続ける必要があります。

今回のセミナーは、『**より多くの患者さんを診療することで地域医療に貢献したい**』という院長先生の根底にある想いをもとに、患者数・白内障手術件数の増患、ひいては業績のV字回復を実現したクリニックが**具体的にどのようなことを行ったか事実や考え方**をお伝えしたうえで、今後のクリニック経営の参考にしていただくことを目的としております。

当日は本レポートでご紹介させていただきました、医療法人社団八光会・菅原眼科クリニックの菅原 道孝氏をゲストにお迎えしご講演いただきます。

継承時からコロナ禍を経てのV字回復の軌跡や当時のリアルな心境など、本レポートではお伝えしていない事例まで包み隠さずお伝えいただく、またとない機会となります。

いかに新患を中心に患者数を伸ばしていくか、**特に集患面において課題を感じている先生方、まだ収益性を向上させていくべきフェーズにあたるクリニックにおいては必見の内容**です。

本セミナーは2024年2-3月に開催させていただきました好評を博しました。

終了後も日程が合わず参加できなかった、といったお声を複数いただきましたため、今回オンラインセミナーとして追加開催を企画いたしました。

より多くの皆様にご参加いただけるように複数日程、ご用意しております。

ご自宅でもクリニックでも、PCがあれば受講可能です。

この機会を逃すことのないよう、ご参加のほどお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
医療支援部 チーフコンサルタント
野田 陽一郎

眼科クリニック経営 成功レポート

白内障手術を倍増し業績V字回復！眼科マーケティングセミナー

講座

セミナー内容

第1講座

眼科クリニックの時流と成長し続けるためのポイント

最近の眼科クリニックの時流とこの先クリニックが成長し続けるために押さえておきたいポイントについてお伝えします。

【講座内容抜粋】

- ・眼科クリニックの時流
- ・この先成長し続けるために経営において押さえておくべきポイント
- ・ゲスト講座の見どころと学ぶべきポイント

株式会社船井総合研究所 医療支援部 チーフコンサルタント 野田 陽一郎



第2講座 ゲスト講座

過去最高医業収入達成を実現した成功事例の取り組みを一挙公開！

東京都荒川区で開業されている医療法人社団八光会 菅原眼科クリニック 菅原道孝氏よりご講演いただきます。

【講座内容抜粋】

- ・菅原眼科クリニックの継承からの経緯
- ・V字回復～過去最高医業収入を達成した経緯と取り組み
- ・白内障手術件数を倍増させた当院の集患施策と具体的取り組みのご紹介

医療法人社団八光会 菅原眼科クリニック 理事長 菅原 道孝氏



第3講座

患者数・白内障手術件数を伸ばし続けるために 取り組むべきマーケティング施策を徹底解説

菅原眼科クリニックが実行した具体的な取り組みや成功要因まで担当コンサルタントが徹底解説いたします。

【講座内容抜粋】

- ・菅原眼科クリニックが取り組み、過去最高医業収入達成を実現した集患施策
- ・なぜ菅原眼科クリニックは、月間白内障手術件数を倍増できたのか？白内障手術件数を伸ばすためのポイントについて

株式会社船井総合研究所 医療支援部 久保田 駿



第4講座

本日のまとめ

セミナーでの学びを明日から自院で活用していただくために、眼科クリニックの先生方にすぐできるポイントについてお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 チーフコンサルタント 野田 陽一郎

開催要項



全国どこでも
参加可能！

2024年

11月10日(日)・11月13日(水)

11月14日(木)・11月17日(日)

オンライン
セミナー

【申込期限】・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
※祝日や連休により変動する場合がございます。

【開催時間】 全日 10:00～12:30 (ログイン開始：開始時間30分前～)

講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

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。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研Web参加」で検索。

【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
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。

Webからお申込みください

右記のQRコードを読み取りいただき、セミナーページよりお申込みください。
当社ホームページからもセミナー情報の確認・お申込みが可能です。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/120098>

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。

船井総研セミナー事務局 (seminar271@funaisoken.co.jp) TEL:0120-964-000(平日9:30～17:30)

※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。

