

内視鏡検査を強化したい地域密着型の消化器内科・外科クリニック向け

開業58年以上でも

高齢者が多いエリアでも

医師1名体制でも

人口約2万人の地方都市でも

年間
内視鏡
検査数

1,500件超え

内視鏡クリニックのつくり方

Point
1

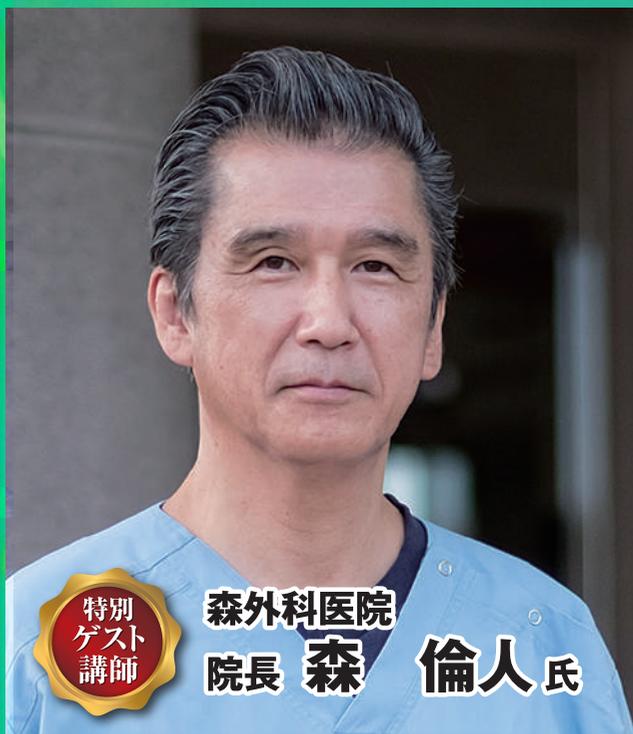
診療圏人口が少ないエリア
ならではの、集患方法と
診療効率化対策

Point
2

消化器疾患の新患が、
20人→80人へ増えた方法

Point
3

医師1名でも1日外来60人、
内視鏡検査10件を回せる
オペレーション



特別
ゲスト
講師

森外科医院

院長 森 倫人氏

▼【ゲスト講師が語る】成功するまでの軌跡
▼日本全国の内視鏡クリニック成功事例集

気になる方は
中面へ!

主催

2年で内視鏡検査数が3倍に増える内視鏡医院モデル経営法

お問い合わせNo.S120400

サステナブル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 〒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。) → 120400

“ドクター1人・人口約2万人の”地域の町医者が

内視鏡検査強化型

の経営法を取り入れることで

3年で売上**2倍**・年間内視鏡検査**1,500件**

を達成！

～人口約2万人の町医者が年間売上2億円への軌跡～

ドクター1人の内視鏡クリニックが、
“内視鏡検査を軸として”「患者様に選ばれるクリニック」を目指して
3年で売上2倍・年間内視鏡検査1,500件を達成したストーリー

【森外科医院の経営数値（2024年6月度）】

医師 : 1.2名
看護師 : 6名
医療事務 : 4名

診療時間 : 160時間
内視鏡室 : 1部屋
診察室 : 2部屋

月間内視鏡検査 : 161件
延べ患者数 : 1,000人
月間売上 : 15,000,000円

【目次】

- ・父から突然のクリニック継承
- ・不安な気持ちは心身に影響
- ・このままではいけない、変化することを心に決めた
- ・船井総合研究所との出会い
- ・船井総合研究所と出会ってからの軌跡
- ・最後に

父から、突然のクリニック継承

森外科医院が開業したのは1966年（昭和41年）でした。19床の外科診療所として私の父が佐賀県杵島郡に開業したのが始まりです。当時は、盲腸・ヘルニア・乳がん・扁桃腺の摘出手術もできる地域の町医者として診療しておりました。

小さな町でしたが、当時は患者様も多く来院されておりました。しかし、時代が進んでいく中で、国の方針転換もあり、2005年（平成17年）に無床診療所に転換しました。それから数年が経った2008年（平成20年）に父が認知症を患い、**診療ができなくなってしまった**のです。

当時、私は病院で消化器外科医として手術に専念できることにやりがいを感じていたため、すぐには継承する予定はなかったのですが、いつかは継がないといけないとも思っていました。父が診療してきた大事な患者様を放っておくわけにはいかないので、**私が継承することを決めました**。

それまで大学で消化器外科（肝胆膵）を専門にしておりましたので、開業当時は生活習慣病を診療したことはありませんでした。

内視鏡検査に関しても上部領域が専門でしたので、大腸カメラ検査に関してはほとんど経験したことがなかったです。知り合いの先生を頼ったり、勉強したりして、何とか診療をしておりました。



不安な気持ちは心身に影響

ここまでお話すると継承がうまくできたように聞こえるのですが、
現実はそんなに甘くありませんでした。
前述した通り、前職は病院で外科手術を基本としておりましたから、
地域の町医者の診療は新しいことばかりでとても大変でした。

突然の環境変化に伴う不安定な状態が続いたり、
持病の悪化もあつたりしたせいなのか、
気がついたら心身はボロボロになっておりました。

そういった負の状態のときには偶然なのか、次々と負の事象がおきます。
私は鬱のような状態になり、診療も遠ざけたくなる日々が続きました。

実際、継承してから船井総合研究所に出会うまでの間は、
日々ルーチンワークで
「現状維持は衰退の始まり」という言葉通りに
売上も下がっていき、患者様も減少していきました。

このままではいけない、変化することを心に決めた

継承してから10年ほど、ずっと「現状維持」ができたらいいなと
思いながら診療しておりましたが、
気が付いたら月間売上は700万円程度まで下がってきておりました。

また、スタッフは採用しても採用しても辞職が続くばかりです。
さすがにこのままではまずいなと思い始めたのも、
ちょうど継承してから約10年が経ったときでした。

もともと生活習慣病を中心とした町医者の診療は違和感があり、
自分の腕で患者様を治療したいという思いが心のうちにずっとあったためです。

ちょうどその時に出会ったのが船井総合研究所でした。

船井総合研究所との出会い

私が船井総合研究所を知ったのは、クリニックにとどいたチラシでした。

おそらく皆様もこちらのチラシを受け取って、**クリニック改革**に本気で取り組んでみようと思っていらっしゃる方もいるかと思います。
当時の私は、まさにその1人でした。

船井総合研究所の内視鏡チームから送られてきた「**夢のような内視鏡検査数と月間売上**」のチラシを拝見して、半信半疑でセミナーに参加することにしました。

実際にセミナーに参加して話を聞いてみると、言っていることと成功事例は信憑性があると感じました。

当時の私は
「何か変化を起こしたい」
「自分の強みを活かして社会貢献をしたい」
とっていたので、船井総合研究所のコンサルティングを依頼することにしました。

船井総合研究所が介入する前は、下記のような悩みを抱えておりました。

- ・**午後診療は患者様が来なくて暇な状態**
- ・**定期通院の患者様ばかりで新規の患者様がほとんど来ない**
- ・**従業員の入れ替わりが激しい**
- ・**スタッフのキャリアアップを考えていなかった**

このような状態でしたので、木曜金曜の午後は大学病院にアルバイトにいたり、クリニック運営にも前向きに取り組めておりませんでした。

このような状態で船井総合研究所のコンサルティングを依頼したのですが、船井総合研究所とのお付き合いが始まってからは、**順調に業績アップが実現できております**。これは嘘のような本当の話です。

船井総合研究所と出会ってからの軌跡

ここからは、船井総合研究所を依頼した2020年から、今に至るまで何をしてきたかをお伝えできればと思います。

まず、初めに行ったことは**中期経営計画の策定**です。

皆さんは中期経営計画を立てておりますでしょうか。振り返れば、継承当初から経営計画を立てて取り組んでいたら、もっと早く森外科医院は軌道に乗ったかもしれません。

まずは自分自身がワクワクすることや達成したいことを深掘りしていきます。なかなか1人で行うのは難しいと思いますので、誰かと一緒に行うのが良いかと思います。

私がその時ワクワクしたことは

内視鏡検査と肛門手術を世に広めた結果、
クリニックの売上が上がり、
その分スタッフに還元できること、

でした。

この最終目標から逆算し、中期経営計画を策定しました。

船井総合研究所は色々なクリニックの事例を持っておりましたので、私の目指す先に近い医院をモデルにしながら

緻密な3カ年計画を策定しました。

計画さえできてしまえば、その計画を達成するための取り組みを細分化し、現場スタッフに共有をしながら進めていただけです。

船井総合研究所という第三者的ポジションを介入させることで、言いづらい部分をスタッフに伝えてもらったり、実際に成功している医院に繋げてもらい見学に行ったりして現場スタッフにも、この目標は実現可能だということを伝えることができました。

最後に

実際に取り組んだことをまとめてみましたが、この2年間は、継承から10年の停滞期と比べ物にならない程、進んでおります。

【施策一覧】

- ・ホームページ制作
- ・Google広告
- ・口コミ獲得
- ・内視鏡漫画作成
- ・自費診療のオペレーション構築
- ・人間ドックの集患対策
- ・診療内容の精査（断捨離）
- ・Web問診構築
- ・予約システム導入
- ・午後の大腸カメラ検査枠増枠
- ・大腸カメラ検査事前説明動画の作成
- ・デジタルサイネージの作成
- ・クランク導入
- ・内視鏡検査室のリフォーム、院内の導線改善
- ・更衣室のリノベーション
- ・ストレッチャー増台
- ・鎮静剤、下剤服用の工夫
- ・内視鏡検査後の休憩室の増設
- ・モデルクリニックの見学
- ・幹部MTG、幹部研修

上記だけでも、かなり多くの施策に取り組んできたのがわかるかと思います。こういった地道な努力が功を奏したのか、最近ではスタッフの定着率も上がってきておりますし、資格を取得したいなど、モチベーションが高いスタッフも多くなりました。

そうして、当院は月間内視鏡検査30件・月間売上700万円の状態から、

**たった2年で月間内視鏡検査170件
月間売上1,500万円**

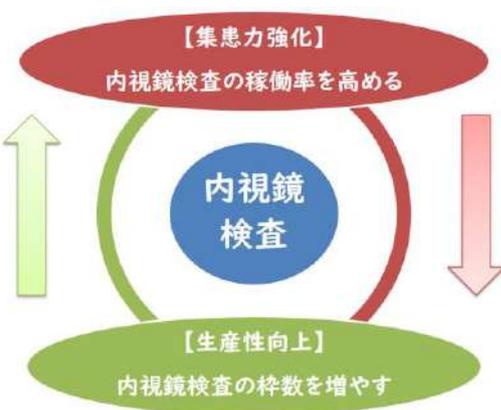
まで成長することができました。

全国で圧倒的な業績アップ事例続出！ 内視鏡マーケット攻略モデルとは？

弊社では2017年から内科経営研究会を母体に内視鏡クリニックとのお付き合いが始まりました。6年経った2023年時点では全国で150医院の内視鏡クリニックとお付き合いしております。内視鏡クリニックをコンサルティングさせていただくうえで掲げているミッションは『胃がん・大腸がんで亡くなる人をゼロにする』です。このミッション達成を本気で叶えたいと思い、良質な内視鏡検査を全国に広めようと、多くの成功事例を会員の皆様に共有しています。ここからは、弊社の展開する内視鏡コンサルティングの大枠を紹介できればと思います。

内視鏡検査数を伸ばすためには

内視鏡検査数を伸ばす方法として重要なのは『集患力強化』と『生産性向上』をサイクルで回し続けていくことです。



『集患力強化』は、医院のハード面を踏まえたうえで目標の内視鏡検査を最速で達成させるためにマーケティングを行います。内視鏡検査を増やす方法としては大きく二つあります。「新患」を増やすか「リピート患者」を増やすかです。どちらも重要ですが、まずは「新患」を増やすことに注力しなければなりません。では、どのようにして「新患」を増やすかですが、そのためには、Webマーケティングを強化する必要があります。

なぜ新規患者を増やすためには「Webマーケティング」なのか

当院を知ったきっかけ

	2022/11	2022/12	2023/01	2023/02	2023/03	2023/04	2023/05	2023/06	2023/07	2023/08	2023/09
インターネット	372	350	391	322	355	247	206	271	281	268	290
Google記事	13	7	9	14	6	8	9	10	16	10	9
チラシ	3	2	4	0	2	2	0	0	0	1	1
ブログ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
知人・家族の紹介	75	46	65	67	78	53	53	52	55	51	42
看板	13	18	19	11	10	13	10	7	9	10	11
地域情報誌・新聞 広告	2	2	2	0	1	0	0	0	1	1	0
近所	33	28	40	29	32	20	18	27	22	24	23
他の医院の紹介 (医院名をご記入 ください)	11	7	9	14	10	8	10	10	6	10	13
その他	16	15	12	11	13	14	10	8	7	11	7

右の写真はある医院の新規患者に来院したきっかけを調査したアンケートの結果になります。ほとんどの方がインターネット経由になっていることがわかります。したがって、新患を増やすにはいかにインターネットの対策を行うかになります。

しかし、インターネットの対策をやみくもにやっても成果はできません。前提として押さえておかなければならないことは、インターネット経由で来院していただくためには「認知してもらうこと」「選んでもらうこと」のどちらも対策していく必要があるということです。

Web上で「認知してもらう」ためには



Web上で認知していただくには、ユーザーが調べたときに、医院の情報を届けられるかが重要です。目安になるのは、左の写真にあるように各検索エンジン（GoogleやYahoo）において、来院が見込める検索キーワードで検索された際に、医院の来院導線に繋がるサイトが上位10位以内に入ってくるかどうかです。普段、クリニックのホームページ流入数を調べていると、掲載順位1番目と2番目の違いだけで、2倍近くクリック率に差がついてきているので、上位表示目指す重要性が伺えます。

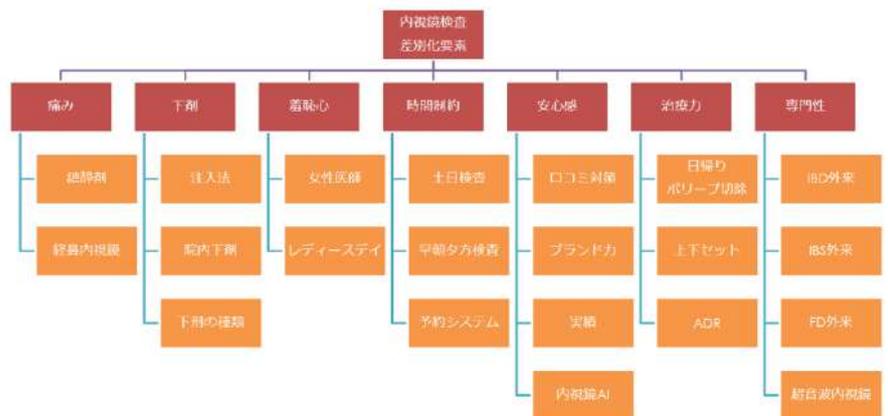
日本国内の検索エンジンで75%程度のシェアをとっているGoogleのスマホ版で表示される順番は「有料掲載エリア（リスティング広告）」「Googleマップ」「無料掲載エリア」になっております。船井総合研究所では、この全てのカテゴリに対して、医院ホームページを上位表示させる対策を行い、掲載順位上げることで、クリニックの認知度向上を実現しております。

Web上で「選んでもらう」ためには

最近では、競争環境も激化してきており、ただホームページをつくっただけ、広告を回しているだけでは新患が増えづらくなっているかと存じます。そこで重要になってくるのが内視鏡検査を医療行為であると同時に1つの商品と捉えて、マーケティング戦略を練る事です。内視鏡検査といっても医院毎で提供できるサービスが異なります。詳しくは、右図の差別化要素をご覧ください。

これらの差別化要素を網羅していくのも大切ですが、しっかりと患者様に届けることも重要です。たとえば、院内下剤を行っているという強みがあれば、ホームページの大腸カメラ検査ページに記載をして、なぜ院内下剤のスペースを設けたか、どのようなメリットがあるのかを伝えなければ良さが伝わりません。このように差別化要素を持ち、打ち出すところまでで患者様に選んでもらえます。

内視鏡検査の差別化とはつまり“商品力”



厳選
10院!

全国各地で「内視鏡集患」に成功する医院が続出!



大阪府大阪市
医療法人佐藤内科クリニック
大阪天満消化器
内視鏡内科クリニック
理事長 佐藤 公昭 氏



岡山県岡山市
医療法人社団桜会
桜のみち内科
クリニック
院長 室 信一郎 氏



宮城県仙台市
一般社団法人共栄会
仙台消化器
内視鏡内科クリニック泉中央院
代表理事 山岡 肇 氏



富山県富山市
医療法人社団有仁会
富山駅前おおむら内科
内視鏡クリニック
理事長 大村 仁志 氏



茨城県水戸市
医療法人維誠会
かねこ消化器内視鏡
肛門外科クリニック水戸院
理事長 金子 健太郎 氏



東京都板橋区
ほりた内科・
胃腸内視鏡クリニック
院長 堀田 伸勝 氏



埼玉県さいたま市
医療法人仁学会
里村クリニック
院長 里村 仁志 氏



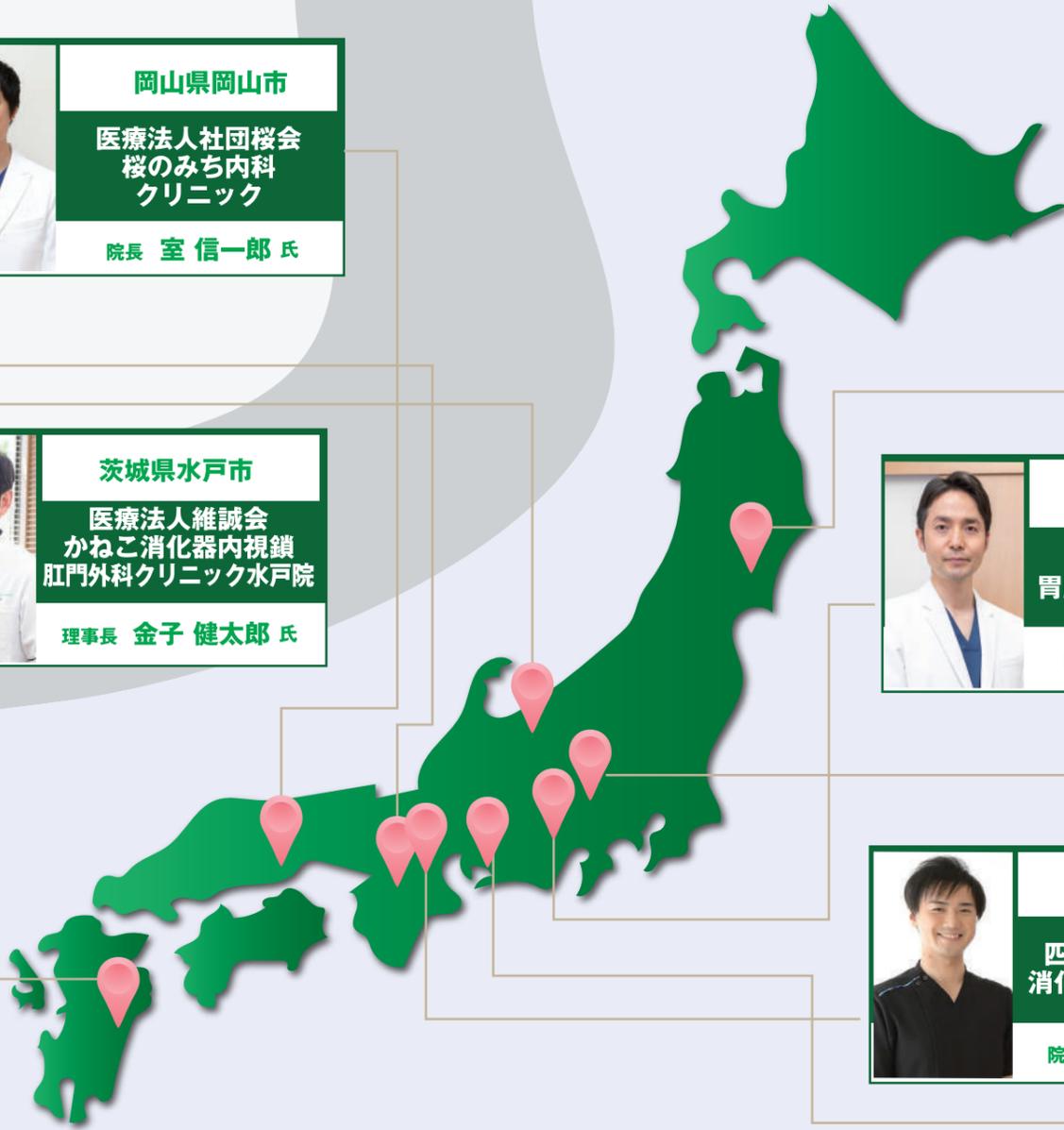
宮崎県串間市
医療法人秀英会
はなぶさ消化器・
内視鏡クリニック
理事長・院長 英 妙子 氏



三重県四日市市
四日市あおば内科・
消化器内科クリニック
院長 奥瀬 博亮 氏



愛知県名古屋市
名古屋むらもと
内視鏡クリニック栄院
院長 村元 喬 氏



株式会社船井総合研究所
医療支援部 リーダー
平山 侑之介

船井総合研究所が内視鏡クリニックのマーケティングコンサルティングに着手し始め、6年目を迎えて数々の成功事例が誕生してきました。数多の成功事例から集患成功となるルール化ができ、検査数増加のポイントはずバリ2つあるといえます。1つは内視鏡検査を受けたがっている顕在層の患者様をWeb上で如何にして集患ができるか。もう1つは内視鏡検査を受けるべき潜在層の患者様を院内（外来時）で如何にして集患できるか。

この2つが内視鏡検査数増加の重要なポイントであり、全国どの内視鏡クリニックにも共通していることです。人口の多いエリアでは前者、レセプト枚数が多いクリニックでは後者に重点的に取り組むと良いでしょう。また、全国の内視鏡クリニックの集患対策を行って感じてすることは内視鏡検査を強みとして持つことは素晴らしい相乗効果を生むということです。よく内視鏡検査に特化することで外来機能が弱まるのではないかとご指摘をいただきますが、実際はむしろ逆で、内視鏡検査数の増加に併せてレセプト枚数、医業収入は大きく増加していきます。

是非この機会に内視鏡検査数増加を本気で取り組んでみてください。

「内視鏡チームの
コンサルタントより」

森外科医院以外にも 全国で成功している内視鏡クリニックが続出しています！

医院名	エリア	月間 内視鏡検査数 ※2024年6月時点	医師1列当たり 月間内視鏡検査数	医師 看護師 医療事務
森外科医院	佐賀県杵島郡 (約2万人)	170件	170件	医師:1.2名 看護師:6名 医療事務:3名
Sクリニック	宮城県仙台市 (約108万人)	1,435件	359件	医師:4名 看護師:17名 医療事務:16名
Tクリニック	富山県富山市 (約42万人)	384件	192件	医師:2名 看護師:7名 医療事務:5名
Hクリニック	宮崎県串間市 (約1.6万人)	134件	134件	医師:1名 看護師:4.5名 医療事務:4名
Oクリニック	大阪市北区 (約13万人)	1,213件	404件	医師:3名 看護師:4名 医療事務:6名
Sクリニック	佐賀県基山町 (約1.7万人)	260件	174件	医師:1.5名 看護師:4名 医療事務:4名
Iクリニック	山梨県甲府市 (約19万人)	164件	164件	医師:1名 看護師:3名 医療事務:4.5名
Iクリニック	千葉県市川市 (約48万人)	661件	330件	医師:2名 看護師:8名 医療事務:10名
Tクリニック	東京都新宿区 (約35万人)	376件	250件	医師:1.5名 看護師:3.5名 医療事務:3.5名

厚生労働省が令和2年で発表した医療施設調査によると、令和2年9月に全国で実施した内視鏡検査の総数を施設数で割り返すと、1施設当たりで、61件の内視鏡検査を実施している計算になります。

内視鏡クリニック成功事例インタビュー① 大阪府大阪市北区の事例(区人口約13万人)

月間1,300件を実現した大阪天満消化器・内視鏡内科クリニック 佐藤理事長に聞く！軌跡と成功のポイント

大阪天満消化器・内視鏡内科クリニックのここがすごい！

開業からたった2年で月間内視鏡検査1,300件を達成



医療法人佐藤内科クリニック
理事長 佐藤 公昭 氏

Q.なぜ、開業から2年で月間内視鏡検査1,300件が実現できたのですか？

2013年に大阪市北区の天神橋商店街の中に『佐藤内科クリニック』を開業しました。当時は、1階で外来診療、2階で内視鏡検査という体制だったのですが、検査室1部屋のみで院内も決して広くなかったため、月間内視鏡検査数は200件程度が限界でした。しかし、患者様の需要は多く、もっと快適でかつ検査数を多く回せるクリニックがこの地域には必要だと感じたので、内視鏡に特化した分院展開を考えはじめました。



私は「やる」と決めたらとことんやり抜く性格ですから、どうせ分院展開するのであれば、日本一の内視鏡検査数を目指したいと思い、天満駅徒歩1分のところに月間内視鏡検査数1,500件を目指せる内視鏡クリニックを開業しました。本題の開業2年で月間内視鏡検査数1,300件が達成できた理由ですが、3つポイントがあったと思います。

- ①高い目標から逆算で経営を行ってきたこと。
- ②「ヒト・モノ・情報」に積極的に投資。
- ③即断即決でチャンスを見逃さない経営。

です。開業時から日本一の内視鏡クリニックを目指していたので、月間内視鏡検査1,500件を達成できる箱づくりを行いました。箱ができて、地域の方々に認知されなければ、内視鏡検査の枠は埋まらないのでホームページの作りこみや月間300万円以上のGoogle広告を開業時から回しておりました。もちろん、私がすべて行う時間も知識もないので、それぞれの専門家にアウトソーシングしました。彼らの提案を受け入れるかどうかは常に大阪天満消化器・内視鏡内科クリニックが「より早く・確実に」日本一の内視鏡クリニックになれる提案なのかを判断し、日本一の内視鏡クリニック達成に多少でも近づく施策に関しては即断即決で取り入れております。

内視鏡クリニック成功事例インタビュー② 富山県富山市の事例(市人口約42万人)

月間診療時間120時間で内視鏡検査385件を達成した 大村先生に聞く！軌跡と成功ポイント

富山駅前おおむら内科・内視鏡クリニックのここがすごい！

- ①競合に打ち勝つ内視鏡クリニック圧倒的差別化戦略
- ②医師・スタッフの高いQOLを実現



医療法人社団 有仁会
院長 大村 仁志 氏

Q.競合クリニックに打ち勝つ秘訣は何ですか？

競合クリニックが存在する中で特に意識していたことは他のクリニックとの差別化を徹底することです。まずは地域の内視鏡クリニックの調査を行いました。他のクリニックが患者様に提供できていない差別化要素を絞り出し、開業時からそれらの差別化要素を実走するようにしました。

当院では2つの観点から他のクリニックとの差別化を図っています。

1つ目は「時間的制約を減らす」ことです。Web問診・Web予約を活用し患者様の待ち時間を最小限に抑えています。また、最低2回来院が必要な大腸カメラの来院回数を減らすために事前診察や検査結果説明の方法に選択肢を設けています。当院はビジネス層の利用も多いので患者様からもご好評いただいています。

2つ目は「下剤」という不安要素です。内視鏡検査の下剤の味や量に抵抗感がある方が多いという背景の中、当院は開院当初から豊富な下剤の種類を揃えたり、下剤を服用しない検査方法を実施していました。

Q.医師・スタッフの高いQOLを目指した背景とその達成のポイントを教えてください！

開院当時から自身を含め子育てや家庭生活の充実を希望するスタッフのために少ない診療時間で最大限に患者様に貢献したいと考えていました。その結果得意とする内視鏡診療に特化し、診療効率を高め時間あたりの生産性を最大化する診療体制を確立しています。

効率化をする上で、1番大きいのはWeb問診やWeb予約などのシステム化です。

人がやる必要のない業務はシステム化をし、スタッフの価値を最大限に活かすようにしています。特にWeb問診は診療の生産性を大きく向上させています。問診内容に応じて検査の資料を紐づけすることで診察室にはいる前から患者様の検査に対する知識を上げるようにしています。これはスタッフの検査説明の工数軽減にも繋がっています。

また、オペレーションに必要なさまざまなツールは船井総合研究所の研究会会員の成功事例を参考に日々アップロードしています。

さらに最近ではクラーク教育にも力を入れています。こちらも他の成功事例を参考に教育を行なっています。

内視鏡クリニック成功事例インタビュー③ 宮崎県串間市の事例(市人口約1.6万人)

市人口約1.6万人の地域で月間内視鏡検査135件を達成した 英先生に聞く！軌跡と成功ポイント

はなぶさ消化器・内視鏡クリニックのここがすごい！

- ①たった1年で内視鏡検査数2.5倍、医業収入2倍を実現
- ②地域密着型の内視鏡クリニックモデル確立
- ③圧倒的的患者満足度を実現



医療法人社団 秀英会
院長 英 妙子 氏

Q.なぜ、たった1年で内視鏡検査数2.5倍、医業収入2倍を実現できたのですか？

大きくは「Webでの集患強化」「集めた患者様のリピート率」の2つだと思っています。Webでの集患については、当初地域の競合クリニックは力を入れていませんでした。船井総合研究所にお任せし、HPの整備や広告、予約システムの導入を進めました。その結果、これまでは診療圏外であった地域からも多くの患者様が来て下さるようになりました。また、新患と獲得した後にリピート率を上げていくために、「接遇」にこだわったり、船井総合研究所の力を借りながら、さまざまなツールを活用しています。

Q.地域密着型の内視鏡クリニックモデル確立した背景は？

当院は宮崎県串間市の人口約1.6万人の市に立地しています。地域医療に貢献するためにも、消化器内科だけではなく、内科も含めた幅広い診療が必要だと考えていました。CTも完備しており、質の高い医療を提供できていると感じています。HPも消化器内科だけでなく、生活習慣病やCT検査に関するページを整え、幅広い疾患、症状の集患に力を入れています。

Q.どうやって圧倒的的患者満足度を実現したのですか？

「接遇」は勿論ですが、満足度を上げる「仕組み」づくりにもこだわっています。最近一番効果があったのは「クランク体制」の構築です。クランクを配置することで、患者様の目を見て診療することが出来ますし、患者様の小さな変化にも気付ける余裕が生まれました。また、接遇にも非常にこだわっており、患者様のフォローは看護師や医療事務で報連相を徹底しています。

2年で内視鏡検査数が3倍に増える 内視鏡医院モデル経営法

内視鏡検査数アップをテーマにさまざまな手法、成功事例を公開
業界待望の内視鏡クリニック経営セミナー!

東京会場

2024年11月24日(日) 10:00~12:30
(受付開始:開始時間30分前~)

ゲストインタビューレポート、特別誌上講座はいかがでしたでしょうか。お読みいただいた方にはわかると思いますが、内視鏡検査を増やすには明確なポイントがあります。このポイントを理解し自院のものにしていかなければ内視鏡検査数は増やすことができません。逆に言えば、ポイントさえ押さえればどんなクリニックでも内視鏡検査数を伸ばすことができると言えます。

船井総合研究所では、全国の内視鏡検査数を1件でも多く増やすために、胃癌・大腸癌で亡くなる方を一人でも多く減らすために、内視鏡検査数アップをテーマにした内視鏡クリニック向け経営セミナーを開催いたします。貴院の検査数は増やすことができます。詳細は次ページ以降をご参照ください。

本セミナーに参加すると

下記の内容を学ぶことができます！

- 人口約2万人の地域でも年間内視鏡検査1,500件達成の秘訣
- 患者様から選ばれる内視鏡クリニックになるための要素とは
- Webのみで集患できる内視鏡検査
- 医師1名体制で1日外来60名、内視鏡検査10件を回す診療体制
- 地方でもスタッフ数に困らない人事戦略
- 内視鏡検査未経験のスタッフが中心の中でも成長できる教育体制
- 「来てほしい」患者様に「自院を見つけてもらう」ための広告手段
- 他院の事例から学ぶ。リスティング広告の費用対効果とは
- 無料でできる！Googleマップ対策
- 内視鏡クリニックに特化したホームページ構築のポイント
- 必要な検査を逃さないための仕組みづくり
- 内視鏡検査数が順調に伸びている内視鏡クリニックの人員体制
- 全国150医院の中で、成功している内視鏡クリニックの特徴とは
- ”今すぐ”経営者に押さえていただきたい考え方
- 誰よりも早く確実に目標の売上、内視鏡検査数達成を目指す方法

参加者
限定!!

さらに、今回は具体的なツールまで
全て公開させていただきます!

これまで、内視鏡クリニック向けの集患力強化セミナーを開催してきましたが
参加いただいた先生からは、このような声を多くいただきました。

「研究会に参加して使えるようになる無料特典って意味があるものなの?」

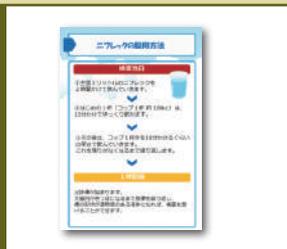
「結局全部自分で準備しなきゃいけないんでしょ?」

そこで今回は、実際に成果を挙げているクリニックで、面談や申請で実際に使っ
ている患者様向け疾患リーフレット、内視鏡検査説明資料、採用ツールなど明日から
実践いただけるツールをすべて公開させていただきます!

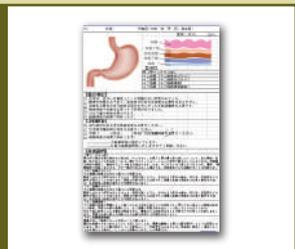
疾患
リーフレット



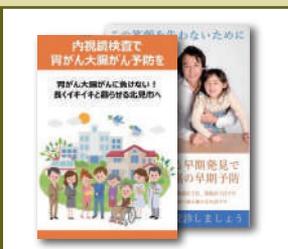
下剤飲み方
リーフレット



検査後説明
ツール



内視鏡検査啓蒙
ポスター



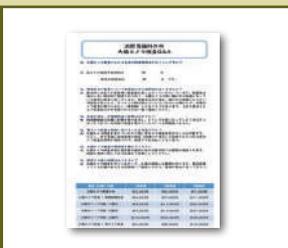
がんチェック
リスト



事前説明
チェックリスト



内視鏡検査
Q&A



ご家族向け
内視鏡検査
リーフレット



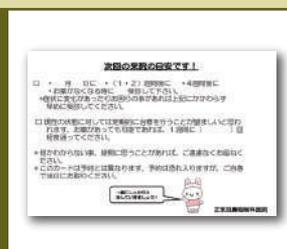
医療機関向け
営業資料



内視鏡検査の
流れ



再来院促進
カード



ポリープ切除後
リーフレット



また、今回のセミナー会場ですが、
東京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視鏡クリニック業界の中で、
経営を本気で考え、
良いクリニックをつくらうとしている先生方
日本から胃がん・大腸がんで亡くなる人を0にしたい志を持っている先生方
と直接お話がしたいという思いから現地でのセミナーに拘っています。

- ・月間内視鏡検査200件以上を目指している先生
- ・医師1名体制で外来と内視鏡検査を並行して回せる方法を知りたい方
- ・内視鏡検査数が順調に増えている医院の共通項を知りたい先生
- ・人口減少が進んでいる地域で今後の経営を悩まれている先生

このような方には
ぜひ「**2年で内視鏡検査数が3倍に増える内視鏡医院モデル経営法**」
に参加していただきたいと思っております。

**共に内視鏡検査を世の中に広めていき
日本人の胃がん・大腸がんで亡くなる人を0にしていきませんか？**

ミッション達成をより早く確実なものにするために、
ぜひ、本セミナーにご参加いただければと思います。

2024年11月24日(日) に東京で、

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 リーダー

平山 侑之介

豪華3大セミナー特典

1 貴社店舗の商圈調査
(希望者のみ)2 コンサルタントによる無料経営相談
(希望者のみ)3 内科経営研究会へのご招待
(希望者のみ)

全国各地の内視鏡医院の支援を行なっている弊社コンサルタントが貴社の展開されているエリアで在宅が拡大に向けた商圈調査をさせていただきます。

実際に月間内視鏡検査数1000件を超えている内視鏡クリニックの経営支援をしているコンサルタントが貴院の経営状況について無料でフィードバックを行います。

弊社では、内視鏡医院の経営者、人事責任者向けの定期勉強会を開催しています。本セミナーにご参加いただいた方には研究会にご招待させていただきます。

以上3点をご提供! ※研究会へのお試し参加は1社1回限りでございます。

講座	講座内容	講師
第1講座	内視鏡クリニックが“今”考えないといけないこと 人口減少・高齢化・東京一極集中といった社会的な課題が騒がれているなかで、令和6年の診療報酬改定や内視鏡クリニックの競合環境激化などで全国の内視鏡クリニックを取り巻く環境も変化しています。本講座では内視鏡クリニックの院長が“今”考えるべきことをお伝えいたします。 ■講座抜粋①:内視鏡業界の“今”を徹底解説 ■講座抜粋②:ゲスト講師ご紹介	株式会社船井総合研究所 医療支援部 リーダー 関根 奈々
第2講座	2年で内視鏡検査数が3倍に増えるモデル事例公開 佐賀県杵島郡で内視鏡クリニックを開業されている森氏に会場にてご登壇いただきます! ■講座抜粋①:内視鏡検査数が増えたこの2年間での変化とは ■講座抜粋②:内視鏡検査と外来診療を同時に行ううえでの効率的な回し方とは ■講座抜粋③:人口1.7万人で高齢者が多いエリアでの内視鏡検査数の増やし方	森外科医院 院長 森 倫人 氏
第3講座	内視鏡検査数を増やした医院が行うべき内視鏡クリニックのモデル経営法解説 全国120医院の内視鏡クリニックとのお付き合いの中でルール化された人口数・エリアに依存しない内視鏡クリニックモデル経営法を徹底解説します。 ■講座抜粋①:Web対策のみで内視鏡検査数を増加させる方法は ■講座抜粋②:内視鏡検査と外来を並行して診療するうえでの効率的な体制は ■講座抜粋③:内視鏡検査数を増やしていただくために必要な人員数は	株式会社船井総合研究所 医療支援部 白銀 剛人
第4講座	本日の学びを最大化するまとめ講座 まとめ講座では、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します。 ■講座抜粋①:情報を持ち帰るだけでなく具体的に実践するための考え方と方法をご紹介 ■講座抜粋②:全国のネットワークを駆使し、誰よりも早く確実に目標の内視鏡検査数達成を目指す方法	株式会社船井総合研究所 医療支援部 リーダー 平山 侑之介

東京会場

2024年11月24日(日) 10:00~12:30
(受付開始:開始時間30分前~)

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

船井総研グループ 東京本社サステナグローススクエア TOKYO

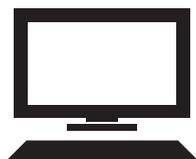
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー 35階

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。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。※【2024年4月1日】より八重洲に移転いたしました。ご来場の際はご注意ください。

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
●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。

お申込み方法



【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/120400>

【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。