

「自費を伸ばしたいが、スタッフがついて来ない。。」
「部屋の稼働をもっと増やしたい!患者数をもっと増やしたい!」

保険×自費診療 バランス型経営 の全てを徹底解説

保険診療250人/日、自費診療2,000万円/月
バランス型医院のマーケティング・マネジメント手法とは!?

✦ マネジメント ✦

主体的に動くクリニックを実現したチーム編成

モチベーションアップさせた学ぶ環境づくり

スタッフが上田皮膚科で働いていることを
誇りに思うきっかけとなる学びのマルシェ

✦ マーケティング ✦

美容カウンセリング単月100件達成に導いた
保険から自費への誘導オペレーション

美容医療機器25台導入して見えてきた
治療効果を出すシミ治療プロトコル

医療脱毛で単月売上1,800万円達成に導いた
ホームページづくり×Instagram広告運用

医療法人Palette
理事長 上田 厚登 氏

皮膚科・形成外科 保険診療×自費診療 バランス型経営セミナー

お問い合わせNo.S123314

サステナブルな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。) → 123314

開催日時	大阪会場	2025年 3月 2日(日) 10:00~12:30(受付開始:開始時間30分前~) 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]
	東京会場	2025年 3月 16日(日) 10:00~12:30(受付開始:開始時間30分前~) 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 JR[東京]駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線[東京]駅 地下直結(八重洲地下街経由)]

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
※祝日や連休により変動する場合がございます。

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。

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。

第1講座

競争が激化する美容医療市場で保険診療を基盤にしている皮膚科・形成外科クリニックが勝ち抜く方法とは

【講座内容抜粋】

- ①美容医療市場は、飽和状態なのか
美容医療参入数は増加しているものの、美容医療市場まだまだ成長市場です。一方で市場の成熟に向けた準備は必須です。
- ②物価上昇・人件費UPが続く今、経営者に求められていることとは
スタッフ・患者様・院長自身のためにも「生産性の向上」が必須です。そして、生産性UPに自費の強化は欠かせません。
- ③皮膚科・形成外科クリニックの4つの成長ステップ
年商や保険・自費割合によって、行うべき施策は異なります。各ステージごとのポイントを解説いたします。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 皮膚科・美容皮膚科チーム リーダー 朝日 伶



第2講座

保険患者数毎日250人以上×美容医療機器25台以上保有する院長が語る皮膚科・美容皮膚科の勝ち筋とは

【講座内容抜粋】

- ①保険診療×自費診療 バランス型経営の極意
保険診療の基盤の活かし方や、保険と自費が入り乱れる複雑オペレーションの攻略方法を解説いただきます。
- ②25台以上の美容医療機器を実際に試して見えてきたこととは
25台以上の美容医療機器を試して見えてきた各機器の効果や、相乗効果を生み出す治療、経営視点で導入すべき治療などを解説いただきます。
- ③医療脱毛毎月800万円以上、シミ治療毎月500万円以上を売り上げるマーケティング・マネジメント手法とは
実際の施策を解説いただきます

医療法人Palette 理事長 上田 厚登 氏



第3講座

毎月全国100件以上の皮膚科・美容皮膚科クリニックを見ているからこそ見える
マーケティング・マネジメントの成功法とは

【講座内容抜粋】

- ①都心部・地方、どの成功院でも徹底しておさえている基本原則とは
「基本戦略×時流適応」を徹底することが大きな成功への道です。セミナーでは、具体的な内容を徹底解説いたします!
- ②クリニック別、失敗しない次の一手(治療法)の選択とは
毎月100件以上の皮膚科・美容皮膚科クリニックデータから抽出した適切な治療展開を解説いたします。
- ③明日から行うべき施策とは
全体の経営戦略はもちろん、今、具体的に何をすべきなのかまで徹底解説いたします。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 皮膚科・美容皮膚科チーム チーフコンサルタント 米田 昌弘



第4講座

本日のまとめ

【講座内容抜粋】

本日のまとめ
東京会場、大阪会場でのリアル開催ですので、時間の許す限り質疑応答や参加者の皆様による情報交換などもできればと考えております。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 皮膚科・美容皮膚科チーム リーダー 朝日 伶



お申込み方法



【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。



【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/123314>
船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に
右上検索窓に「123314」をご入力し検索ください。

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)

※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。



患者さまの満足度を上げるために おススメの治療機器をお話します!

当院の最新機器・治療法

長崎初上陸の機種や、院長おすすめの機種をご紹介します。美容治療のトレンドがわかります。



さまざまな肌トラブルへの対応が可能な22種25台のレーザー・美容機器



セミナー当日、25台以上の機器を使ってきたからこそ言える
上田式フェイシャル治療を徹底解説いただきます!



② **医師採用にもつながる**
治療の幅が広がってくると、医師の応募も増えてきます。特に美容医療治療を学びたいという先生方は、勉強好きでクリニックへの貢献度も高いため、採用もしやすいです。

③ **商圏を拡大していける**
「近くに〇〇を入れているクリニックがないので、来ました!」と一部の機器を求めて遠方から来院される患者さまもいらっしゃると思います。商圏を拡大できるきっかけにもなります。

治療の幅を整えることは、治療の幅を広げるだけでなく、クリニック拡大や競争力を高める重要な要素となっています!

Question 3 保険診療×自費診療を展開していく中での壁とは?

徐々が増えてくるクレームと変化に対するスタッフの不満勃発

保険診療から自費診療を展開していく過程には、多くの壁が立ちあがります。これまでの経験をもとに、その代表的な課題をまとめました。

まず、大きな課題となるのがクレームの増加です。自費診療では、患者さまの期待が高まり、結局見合わない結果や対応に対する不満が表面化されま

す。私たちが意識していることは、**こちらに落ち度がないとしても、とにかく患者さまと真摯に向き合い、フォローを徹底することです。**時には、施術を無料で提供するなど柔軟な対応もしてきました。これは、患者さまのためでもあります。クレーム対応するスタッフの精神的ストレスを軽減するためにもあります。特に受付は、私たちドクターが見えないところで

Question 1 大切にしている診療に対する想いとは?

「患者さまのHappyを追求する」これは、私たちが診療を続ける中で最も大切にしている軸です。

私たちは、元々保険診療をメインにする皮膚科クリニックとして、開院していました。ですが、日々診療をしていると、保険診療では、治療の幅に限界がある、そのように感じるようになってきました。

私たちにとって、根本にあるのは、「患者さまのHappy」です。

だからこそ、患者さまのHappyのために自費治療も含めて治療の幅を広げること、適切な説明をすること、効果が実感できる治療を提供することを出来ればと考えています。

例えば、世の中でニキビのお悩みが解決しない理由

上田皮膚科のここがすごい!!

1 保険診療×自費診療の複雑オペレーションの中で患者さま想いの対応

2 美容医療機器を25台以上導入し、幅広いお悩みに対応

3 院内広報×船井総合研究所で宣伝・広告強化

お肌の「御用聞き」でいたいと考えています。

また、地域の方々が、他院で保険診療で治療可能なお悩みに対して、自費で支払うことがないように、不必要、かつ莫大な金額を支払うことがないように私たちは、自費のみに頼らない、



の再診率が低いことです。

患者さまに「治療を続けたい」「治療を続けられ、イメージ通りの効果が出る」と思っていただけのように私たちは、治療の幅、適切な説明、効果を実感できる治療を提供することを心がけています。

Question 2 25台以上の美容医療機器を導入して見えてきたコトとは?

治療の幅を整えるメリットは、治療の幅が広がるだけではない!

美容医療機器を25台導入してきて、正直、機器によって「当たり前外れ」があることを認識しています。

① **他院との差別化要素になる**

これは、単純なお話ですが、他院にはない独自の機器があれば、それだけで大きな強みとなります。最新機器を導入した際には、一時的にでも大きな差別化要素になっています。また、新しい機器でなくても、複数機器を活用したオーダーメイド治療は、他院と被りづらくなってくるため、差別化要素にしやすい、かつ真似されにくいのです。

保険診療×自費診療を展開していく中での壁とは?

クレームをもらっていることも多々あります。そのスタッフは何もしていないのにも関わらずです。そのような時の対応方法を事前に取り決めておくことも重要ですが、

スタッフの負担にならないフォローをクリニックとして行っていくこともクリニックを運営する上で、重要なことだと感じています。

次に、大きな壁となるのがスタッフの不満や抵抗です。新たな治療機器の導入や施術プロトコルの変更は、スタッフにとって負担になります。

特に、看護師という職業特性なのか、変化に対して苦手意識を持つスタッフも少なくないです。この課題に対しては、とにかくクリニックの方向性や理念を繰り返し共有してきました。もちろん、状況に応じてこちらの提案ではなく、スタッフの提案を受け入れることもあります。あくまでもクリニックの軸

はぶらさないようにしてきました。また、組織体や会議体を整えることを今でも試行錯誤しながら進めています。船井総合研究所を交えた経営会議やリーダー陣を含めたリーダー会議はもちろんですが、その他に稼働率チームや接遇チーム、SNSチームなどを設け、それぞれの役割と責任を明確にすることで、組織としての協力体制を整えています。

Question 4 スタッフモチベーションを上げる方法とは？

学びへの積極投資と大家族経営
①学ぶクリニックをつくって

皮膚科学会・美容皮膚科学会参加や他県のクリニック見学、他業種のレストランや歯科の見学など常に外から学ぶ姿勢を取っています。もちろん、スタッフも参加させていますが、初めは旅行感覚でもOKだと思っています。徐々に学びに対して前向きになってくれれば、という想

Question 5
競合との差別化に
対する考えとは？

院内広報×船井総合研究所で連携し、更新し続けるホームページ・SNS

当院のホームページは、日々ブラッシュアップしています。元エンジニアのスタッフと船井総合研究所の力も借りながら、他院のホームページで魅力的なパーツは常にキャッチアップしながら、今のホームページをもっとブラッシュアップして、認知拡大できないか、まだまだ完成だとは思っていませんが、着実に理想とするホームページに近づけて嬉しい限りです。



また、差別化要素として、意識しているわけではありませんが、患者さまのために今何ができるのか？ということは常に考えています。そのため、患者さまのお肌を診て、予定していた施術があったとしても、臨機応変に施術を変えるようにしています。オーダーメイド治療として、推してはいいませんが、実質のオーダーメイド治療をしているような形ですね。「患者さまのHappyを追求する」ことを大切にしているからこそです！

いで参加させています。スタッフが勉強好きになるかどうかは、院長次第です。院長が勉強好きだから、スタッフも勉強好きになる、のように考えています。

②働く環境づくり

患者さまに心地よいと思っただけのためには、まずスタッフに心地よい職場とってもらい、必要があります。だからこそ、院内設備にも時間とお金と労力をかけています。また、コミュニケーションを増やすためにも社食をスタートしました。週に1回50名程のスタッフが集って、食事することで院内の雰囲気良くなるように努めています。



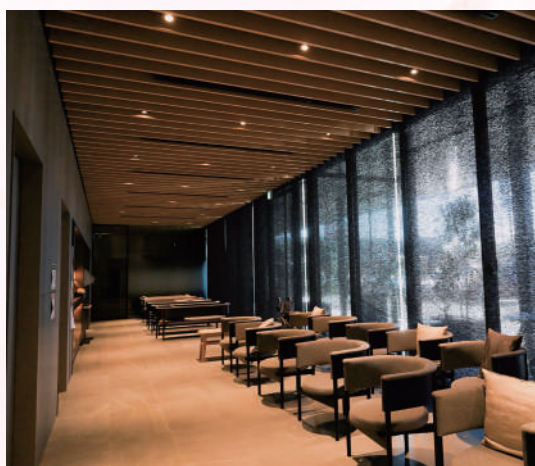
Question 6 皆様へのメッセージ

「まずは、やってみようー」がキーワード

最後に、ここまで読んでくださった皆様へ。皆様ながら、メッセージをお送りできればと存じます。

何とか50名以上のスタッフを抱えるクリニックとして、成長してきましたが、今でも悩みなが、試行錯誤しながら、前進しています。最近、改めて大切だと感じているのが、①行動しながら修正していくこと、②理想からの逆算をすること、③スタッフからの意見は、理念に沿っていなかったら即却下、沿っていたら突拍子もない意見でもOKということです。特に③については、「社食」が良い例です。正直、突拍子もないスタッフからの提案でしたが、クリニックの方向性に沿った案だったからこそ、実現しています。

③地域密着経営
当院では、学びのマルシェというものをしています。その他でも積極的に地域の方々との交流を図ることで、地域の方々から支持を得て、スタッフが誇りをもって働けるように努めています。



長くなりましたが、当院のより具体的なストーリーをセミナー当日、出し惜しむことなくお話しします。質疑応答の時間も用意していますので、是非とも皆様と意見交換もできればと存じます。

セミナー当日、お氣をつけてお越しください。お待ちしております。



【保険×自費診療バランス型経営】上田皮ふ科の**実際の取り組み**を一部ご紹介！

01 経営計画

“ビジョン”を見える化し、具体的な数値計画を実施。商品戦略・人事戦略・広告戦略などを踏まえて、ロードマップを作成。その上で、現状とのギャップをすり合わせ、具体的な施策スケジュール作成。



02 数値分析

保険売上・自費売上・施術別売上・カウンセリング数など細かく経営数値を分析。分析することで、経営上の課題や強みを明確にし、施策のPDCAを回す体制を構築。



03 採用強化

業績UPに合わせて、医師・看護師・医療事務を着実に増やすべく、採用LPを構築。「採用ページ見ました！」と言って面接に来られる方増加。採用したスタッフの意見を取り入れながら、採用LPのブラッシュアップは進行中。



04 オペレーション改善

自費の契約売上と消化売上のバランスを踏まえて、目指すべき時間生産性を決定。院内の稼働率チーム中心に稼働率UPと時間生産性UPを継続的に進行。



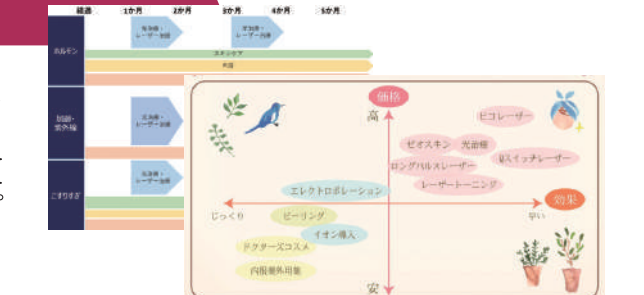
05 ホームページ強化

常に他院、そして他業界のホームページを見ながら、ブラッシュアップの余地を院長が積極的に検討。院内の広報担当と船井総合研究所がタッグを組みながら、継続的にホームページ強化中。



06 カウンセリング強化

商品設計（治療プロトコル作成）からカウンセリングの流れ構築、カウンセリングツール整備、スタッフ教育を徹底。契約率・契約単価の数値分析を定期的に行いながら、ブラッシュアップを継続的に進行中。



07 SNS強化

SNSチーム中心に企画・撮影・演習を実施。元エンジニアの広報担当を採用後、SNS強化が加速。LINE・Instagram・YouTubeと幅広い媒体で患者さまのためになる情報を発信中。



08 院内掲示・チラシ作成

保険診療で活用する疾患説明ツールから自費診療で活用するパンフレットや掲示物など、患者さまに知ってもらう・興味を持ってもらう・理解してもらうためのツールを常に作成中。



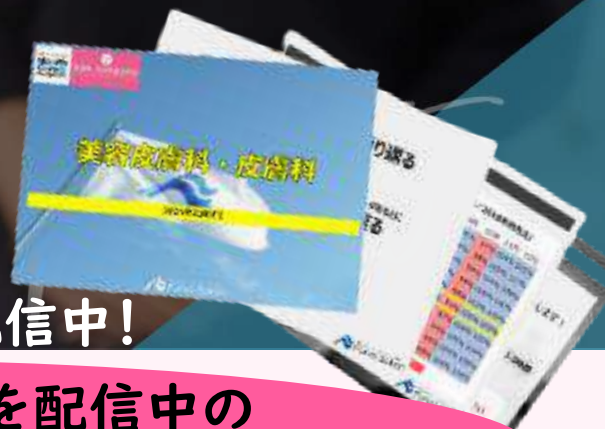
セミナー当日、実際に活用しているツールをご紹介します！



セミナー当日、お会いできることを楽しみにしています！

メルマガ登録 募集中!

皮膚科専門のコンサルタントによる
「経営ノウハウ」や「現場の最新情報」配信中!



皮膚科経営に関する情報を配信中の
無料メルマガにご登録いただくと…

皮膚科経営で使える小冊子を 無料でプレゼント中!

小冊子の内容一部紹介

テーマ	タイトル
時流	皮膚科・美容皮膚科 時流予測レポート2025
医療脱毛	【全身脱毛毎月100件契約】医療脱毛成功事例大公開
集患	【美容皮膚科】主訴別キーワードランキング Ver.4
成功事例	スタッフ売上で月850万円達成する成功の秘訣
ホームページ	医療脱毛を伸ばすためのホームページの大原則
マネジメント	クリニックを持続的に成長させるPMVVの重要性
開業・分院	【皮膚科・美容皮膚科】開業半年前から取り組むべき5つのポイント

メルマガ登録
小冊子ダウンロードはこちら!

