

# 安定して月商2,000万円を超える整形外科クリニックの作り方

オンライン開催 PC・スマホがあればどこでも受講可能!

## 開催要項

※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。(ログイン開始:開始時刻30分前~)

## 日時

2025年 3月 29日(土) 16:00~17:30  
2025年 3月 30日(日) 10:00~11:30  
2025年 4月 12日(土) 16:00~17:30  
2025年 4月 13日(日) 10:00~11:30

【申込期日】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 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

●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。

## 第1講座 整形外科クリニックの成長ステップ

競争が増え続ける整形外科クリニック業界ですが、安定した月商2,000万円以上を維持する売上基本パターンがあります。現状の自院の立ち位置から、自院の強みに合わせた実現可能な目標設定の方法をお伝えします。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 整形外科チーム 上野 智将



## 第2講座 安定した月商2,000万円体制を見据えたアクションプランの立て方

100医院以上の整形外科クリニックの経営支援に携わってきた事例を基に、安定して月商2,000万円以上を維持する体制作りについて、成長ステージに合わせたアクションプランの立て方について解説します。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 整形外科チーム 上野 智将



## 第3講座 本日のまとめ

安定して月商2,000万円を超える整形外科クリニックの実現に向け、効果的に成果を出すための取り組みの整理と実践いただくためのポイントを解説します。

株式会社船井総合研究所 医療支援部 整形外科チーム リーダー 伊佐 常紀



## お申し込み方法



【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/125168>

船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「125168」をご入力し検索ください。



船井総研 セミナー事務局 E-mail [seminar271@funaisoken.co.jp](mailto: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」と検索してご確認ください。※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。

# 延べ150名以上に視聴された大好評企画のセミナー

- ✓ 月商2,000万円を突破するイメージが持てず、戦略もわからない
- ✓ 今後どこまで成長できるのかわからず、数値目標も不明瞭である
- ✓ 自院のクリニック像やビジョンがなかなか決まらない
- ✓ 集患・リハ強化などと言っても、具体的に何をどのように対策すれば上手くいくかわからない

そのような方もご安心ください!

無理なく 安定して 月商 **2,000万円** を突破した整形外科クリニックの成長パターンを徹底解剖

- 事例①:人口38万人 地方都市 ▶ 集患強化型 + 交通事故治療強化型
- 事例②:人口126万人 大都市 ▶ 集患強化型 + 運動器リハビリ強化型
- 事例③:人口6万人 小都市 ▶ 運動器リハビリ強化型 + 交通事故治療強化型
- 事例④:人口5万人 小都市 ▶ 集患強化型 + 診療・業務効率強化型

事例に基づく成長パターン4つの基本の型とは? **5分で読めます!** まずはこちらをお読みください!

オンライン開催 PC・スマホがあればどこでも受講可能!

2025年 3月 29日(土) 16:00~17:30  
2025年 3月 30日(日) 10:00~11:30  
2025年 4月 12日(土) 16:00~17:30  
2025年 4月 13日(日) 10:00~11:30

(ログイン開始:開始時間30分前~) ※全日程同内容での開催となります。ご都合の良い日程をお選びください。

スマホの方は  
こちらから  
お申込み  
ください!



主催 安定して月商2,000万円を超える整形外科クリニックの作り方



サステナブルな成長を追求する

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No. S125168

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](https://www.funaisoken.co.jp)]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 125168

# ◆成長したクリニックの軌跡

月商2,000万円を達成したクリニックの事例をご紹介します!

## 集患強化型 + 交通事故治療強化型

A整形外科クリニック

月商1,600万円 → **月商2,000万円**

半年間で

実施  
事項

- ・ 集患できるHPに一新
- ・ GoogleビジネスによるMEO対策
- ・ Google広告の開始と運用
- ・ 交通事故患者への教育
- ・ 来院頻度コントロール
- ・ 診察室とリハビリ室の連携強化

### ▶ 欠点改善と長所伸展で業績アップ

新規患者の集患体制が整っていなかったため、まずは集患強化を行いました。また、強みである柔道整復師の活性化により交通事故治療も強化。新規患者の集患と交通事故患者の集患を行うことで、医療保険売上のみならず、自賠責保険による安定した売上確保に成功し、約半年間で月商2,000万円を突破された事例です。

## 集患強化型 + 運動器リハビリ強化型

B整形外科クリニック

月商1,500万円 → **月商2,400万円**

1年間で

実施  
事項

- ・ 運動器リハビリ立ち上げ
- ・ 早期の運動器リハビリ I 取得と高稼働を両立するため採用戦略実行
- ・ HP導線の整備
- ・ 疾患ページ作成によるHP掲載情報の充実化

### ▶ 運動器リハビリを4カ月で0名から4名にして、交通事故治療も同時に強化

「月商2,000万円の突破」を目標に、運動器リハビリの立ち上げを決断。「早期のPT4名採用」と「稼働率95%以上」を両立させるために、PT採用戦略を立ててスタート。PT4名体制開始から半年で約480万円の売上を達成。同時にHPを中心に集患対策を強化して、新規患者数を昨年対比125%に伸ばされた事例です。

# ◆成長したクリニックの軌跡

月商2,000万円を達成したクリニックの事例をご紹介します!

## 運動器リハビリ強化型 + 交通事故治療強化型

C整形外科クリニック

月商1,600万円 → **月商2,000万円**

半年間で

実施  
事項

- ・ 運動器リハビリの生産性向上
- ・ PTマネジメントによる稼働率向上
- ・ 交通事故患者への接遇の効率化
- ・ 来院期間の目安の掲示
- ・ 来院頻度コントロール
- ・ 診察室とリハビリ室の連携強化

### ▶ PTの生産性の見直しと運動器リハビリ処方数増加による交通事故治療強化

PT1人当たり売上が低く、PTの生産性を改善する必要性がありました。そのため、運動器リハビリを2単位制から1単位制へ移行し、リハビリ患者数を増加。余った空き枠に交通事故患者を処方することでPT1人当たり売上を90万円/月から120万円/月に、自賠責保険の月間売上が150万円から330万円にアップした事例です。

## 集患強化型 + 診療・業務効率化型

D整形外科クリニック

月商1,700万円 → **月商2,500万円**

1年間で

実施  
事項

- ・ 診療業務分担化
- ・ 診療効率化のための動線設計
- ・ ITを活用した業務効率化
- ・ InstagramやLINE等のSNS活用
- ・ MEO対策・SEO対策による集患対策
- ・ ポータルサイトの強化

### ▶ 院長の負担軽減のために診察回りの業務分担化

診療終了時間を超えた診療により院長・スタッフの残業時間が増え、患者さんの待ち時間も長い状況でした。そのためまずは、数値を基にしたロードマップを作成し、今後の目標を設定。診察回りの業務分担による診療効率化とGoogleマップをはじめとする集患対策の結果、無理なく月商2,500万円を突破された事例です。

# 月商2,000万円を超える整形外科クリニックの成長パターンとは？



株式会社船井総合研究所 医療支援部 整形外科チーム 上野 智将

## 月商2,000万円を前に業績が止まる“停滞期”

弊社はこれまで、全国各地のさまざまな売上規模の整形外科クリニックの経営サポートに携わってまいりました。よくある事例として、開業してから業績は伸び続けてきたが、ある一定の水準から伸びにくくなるということがあります。過去の推移から予測された業績や目標とする売上に届かず、業績が停滞する・伸び悩むといったケースがよく見受けられるということです。

## 整形外科クリニックにおける月商2,000万円の壁とは

地域一番クリニックの目安となる月商2,500万円（年商3億円）を目指される中で、月商2,000万円（年商2.4億円）の手前で停滞される医院が多く、弊社では、

**「月商2,000万円の壁」**と呼んでいます。

厚生労働省の医療経済実態調査の報告データからも、半数以上の整形外科クリニックが月商2,000万円を下回ると推測できることから、「月商2,000万円の壁」が実際にあると考えております。

（引用：厚生労働省、「第24回医療経済実態調査報告（2023年5月）」より弊社加工）

## 月商2,000万円を突破するための【4つの“知る”】

安定して月商2,000万円を達成するクリニックは、集患、診療・業務効率化、運動器リハビリ強化、交通事故治療強化等といった対策をクリニックに合ったパターンで取り組んでいます。

業績が停滞・伸び悩むケースにおいては、**自院にとって業績が伸びるパターンを把握していないことや、結果が出やすい最適な順序で対策を進められていない**といったことが考えられます。他院で成功した施策だけをそのまま行うだけでは、結果が出ない場合も多くあります。

「月商2,000万円の壁」を突破するためには、集患、診療・業務効率化、運動器リハビリ強化等の具体的対策に取り組む前に、クリニックに合った目標と計画を立てることから始めていく必要があります。

そのためにも、まずは、以下の4つの事項を把握しましょう。

- ①自院の立ち位置
- ②Webの完成度
- ③経営数値から見る強み・弱み
- ④オペレーションの完成度

前章で説明した【4つの“知る”】について、解説します。

## ①自院の立ち位置

地域における自院のシェア率を把握されていますでしょうか。シェア率とは、自院の年間売上が、自院の商圈における整形外科クリニックの年間売上の何%を占めているかということです。仮に、3km商圈内でその中の人口から算出される売上が10億円、自院の売上が2億円の場合、シェア率は20%です。このシェア率を知ることで、地域における立ち位置がわかり、それによって戦略の考え方が変わってきます。

## ②Webの完成度

Webによる新規集患体制が十分に構築できているかということは、業績に大きく影響します。Webにはさまざまな対策がありますが、中心となるのはホームページです。そして、集患できるホームページかどうかが一番のポイントです。きれいで見やすいかという点のみでなく、ホームページの閲覧数や来院につながっているか等に着目し、対策する必要があります。

## ③経営数値から見る強み・弱み

売上の内訳については、クリニックによってさまざまです。そのため、はじめに自院における強み・弱みを知ることが重要です。強みとしてさらに伸ばしていく数値、弱みとして改善していく数値を決め、数値に基づく自院に合った施策を決定・実行していきます。

## ④オペレーションの完成度

安定して月商2,000万円を超える医院運営をするためには、オペレーションの無駄を省くことが重要です。業績が伸びるにつれて、患者数も増えるため、患者さんの待ち時間、職員の残業時間を増やすことなく、診療をするには、オペレーションの導線、仕組みを見直すことが求められます。

これら4つの“知る”の詳細については、セミナーでご説明いたします。

## 業績アップに向けた基本の6つの型とは

月商2,000万円を突破した事例においては、前述した4つの項目を把握した上で、目標と計画を立て、自院にあった成長パターンを辿られています。成長パターンはクリニック毎で異なりますが、成長パターンを分解すると、基本の6つの型があります。その6つの型は以下の通りです。

### ① 集患強化型

### ② 診療・業務効率強化型

### ③ 運動器リハビリ強化型

### ④ 交通事故治療強化型

### ⑤ 接遇・患者対応強化型

### ⑥ 自費診療/介護リハ強化型

月商2,000万円を達成するための4つの重要項目

これらの基本の型を理解し、①～④を中心に、自院に合った型の組み合わせ、いわゆる自院に最適な成長パターンを選択していきましょう。次のページからは、この基本となる6つの型について解説します。

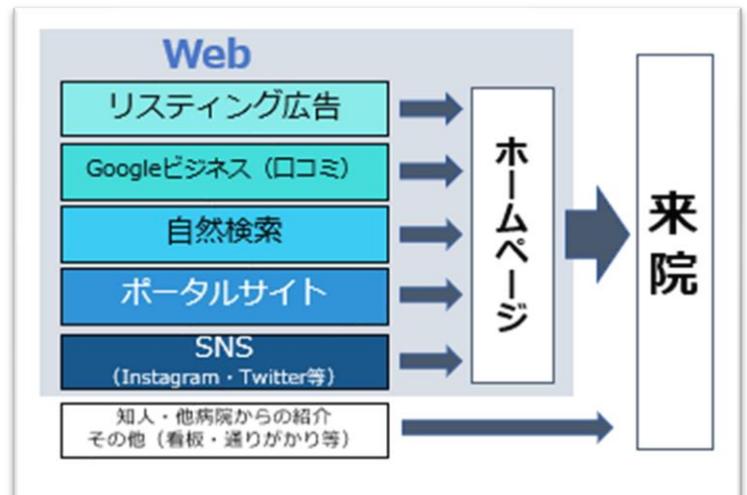
## ～業績アップに向けた基本の6つの型～

### ① 集患強化型

業績アップには患者数増加は必須ですが、月商2,000万円突破に向けて、あとどれくらいの患者数が必要であるか把握されていますでしょうか。売上の方程式は「レセプト数（患者数）」×「レセプト単価」であり、レセプト枚数を増やすためには、まず“入口”として、初診数を増やす必要があります。目標に向けて、レセプト枚数1,500枚を下回っている場合、集患強化にて初診数・レセプト枚数を増やしていきましょう。

特に、自院に初めて来る“新患”の集患対策に注力していくことが重要です。都市・地方部どちらにおいても、初診数600～、新患数300～といった事例もあります。

新患増加に向けては、地域性、周辺人口等考慮し、最適な集客方法を選定しますが、どのクリニックにおいても中心となるのはWebです。ホームページ対策、Web広告、Googleマップの対策等を掛け合わせ、新患数が増えているか効果判定をしながら、Web対策を実践していきましょう。



### ② 診療・業務効率強化型

患者数が増えていく過程において、診療時間内に患者数を診療していくためには、診療・業務の効率化を進める必要があります。効率化を進めなければ、患者さんの待ち時間は増加し、患者さんの定着率は下がり、運営に必要なリピーターが増えにくい状況になります。また、残業時間が増え続けることで、医師・スタッフは疲弊し、スタッフの定着率も下がっていくでしょう。安定して月商2,000万円を突破する運営をするためには、スタッフがスキルアップし、そのスタッフが定着して、生産性の高い運営を持続することが求められます。

の目標診察人数を設定し、クランク採用・育成、患者さん・スタッフ動線の見直し、初診患者の対応方法の統一等の施策を行います。これらの具体的な施策は診療・業務の全体像の把握をした上で、優先順位を決めていきましょう。以下に診療中の行動を計測した結果の例を掲載します。

行動分類	業務時間	割合
待機	0:03:00	5.0%
移動	0:01:00	1.7%
カルテ入力（患者カルテ・処方等）	0:19:00	31.7%
カルテ操作（検査結果・事前情報の確認）	0:05:00	8.3%
事務的手続き・書類作成	0:02:00	3.3%
患者との会話・説明	0:14:00	23.3%
診察（検査・評価・患部確認）	0:08:00	13.3%
診察（処置・装具・運動指導）	0:04:00	6.7%
スタッフへの指示・説明・確認	0:02:00	3.3%
書類確認	0:02:00	3.3%
合計	1:00:00	100%

診療効率化を進めるには、1時間あたり

※この場合、カルテ入力の割合が高い為、クランク採用・育成がポイントになります。

## ～業績アップに向けた基本の6つの型～

### ③ 運動器リハビリ強化型

PTの人員を増やし、運動器リハビリを強化するクリニック（施設基準：運動器Ⅰ）は年々増加しています。整形外科クリニックにおいて運動器リハビリは、業績アップに欠かせない売上の柱の1つになります。

一方、リハビリの生産性については、詳しく把握していない、売上の上げ方がわからない等のお悩みの声をよくお聞きします。ここでの生産性とはPT1人、またはリハビリスタッフ1人あたりの売上です。生産性が低いまま、PTが増えると、業績は伸びにくくなり、人件費率も高くなっていきます。生産性の高いリハビリ運営のためには、リハビリ室の現状を数値で把握し、数

値に基づいた運営をすることが必須です。まずは、リハビリに関連する数値を調査の上、各数値の目標を設定しましょう。

予約枠単位数	420
開院時予約単位数	410
新患者数（人）	22
患者数（人）	400
キャンセル単位数	20
取得単位数	400
計画書	95
予約枠稼働率	97.6%
キャンセル率	4.9%
実稼働率	95.2%

←PTの数値結果例  
リハビリ数値は、リハビリ室全体・個人毎に、毎月集計しながら運営することがポイントです。

また、運動器リハビリ強化には、マネジメントも重要です。主任教育、オペレーションの整備にも力を入れながら、生産性の高いリハビリ運営の体制を構築していくことが求められます。

### ④ 交通事故治療強化型

業績を上げる中で、交通事故治療による自賠責保険売上に焦点が当たりにくいのがこれまでの整形外科クリニック業界の特徴でした。月商2,000万円が達成できない医院の多くは自賠責保険による売上が50万円～150万円で留まっております。そして、「患者対応や書類業務の手間」、「情報発信の適切な方法がわからない」等の理由により、交通事故治療の集患に注力されていないケースも多く見受けられます。

しかし、交通事故治療は、リハビリとの親和性や収益性が高いため、治療の適切な対応方法を定め、交通事故に遭われた方に必要な情報発信をすることで、“無理な

く”交通事故に遭われた患者さんを受け入れ、業績を伸ばされる整形外科クリニックも増えております。

整形外科クリニックで交通事故の治療を受けることは、患者さんにとっても、医院経営にとってもメリットが多くあります。また、ホームページを見て来院される方が多いため、適切な情報発信をすることで、治療方針を理解して来院される患者さんの割合を増やすことができます。

まずは、自院の交通事故治療における患者数、請求単価、月毎の新患者数・離脱数、交通事故治療におけるリハビリ体制を確認し、無理なく交通事故治療強化を進める計画を立てましょう。

## ～業績アップに向けた基本の6つの型～

### ⑤ 接遇・患者対応強化型

今後、整形外科クリニックでは“競争激化”と“人口減少”が加速することで、固定客化力の重要性がさらに増していきます（固定客＝リピーター）。

そのため、接遇力の強化に向けた対策やニーズを把握し適切な患者教育を実施するためのコミュニケーションスキルを上げる対策を行い、来院された患者さんに「また通いたい」と思ってもらえるクリニックになることが重要です。

接遇対策については、月商2,000万円達成に限らず、中長期的なクリニック運営を目指す中で必ず必要な対策となります。

### ⑥ 自費診療/介護リハ強化型

月商2,000万円を達成されているクリニックには、医療保険による売上げが主軸となり、それに付加する形で、クリニックの長所や方向性に沿い、自費診療や介護保険のリハビリに取り組みされる事例もございます。

自費診療/介護リハの強化については、月商2,000万円突破後の月商2,500万円、3,000万円を目指すクリニックの事例が多いです。

月商2,000万円の突破を目指す場合は、まずは医療保険を中心とした対策を進めることが重要です。

## ～まとめ～

ここまで、「業績アップに向けた基本の6つの型」について、月商2,000万円突破のために特に重要な4つの型を中心にご紹介しました。

月商2,000万円達成に向けては、先の事例でもご紹介させていただいたように、クリニックごとで様々な成長パターンがあります。ここまでご説明した基本の型をもとに、自院に合った成長パターンは何か、現状のクリニックの強み・長所・伸ばしていきたいところなどを踏まえたうえで選択しましょう。

しかし、選択した成長パターンに沿って、ただやみくもに対策を進めては、

なかなか思い描いているような成果にはつながりにくいです。

選択した成長パターンから成果につなげるためには、**自院が目標とするクリニック像や売上数値などのゴール設定**と、その目標を実現するためには何が必要なのか、**具体的なアクションプランを立てながら計画的に対策**を実行していくことが重要になります。

次のページでは、月商2,000万円の達成をはじめとする整形外科クリニックの成長に向けた、アクションプランの設定として、ロードマップと売上計画の作成についてご紹介します。

# ◆整形外科クリニックの成長に向けた ロードマップ・売上計画の作成方法をご紹介します！

月商2,000万円達成に向けて、自院の課題や強みを把握した上で、基本の6つの型をもとに、自院に合った成長パターンを選択し、最適なロードマップ、売上計画を作成しましょう。

## ◇ロードマップ作成

月商2,000万円を達成するためには、目標を達成した時のクリニック像、いわゆるゴールから逆算してアクションプランを策定していきます。



## ◇売上計画

売上目標を設定し、毎月達成度を振り返りましょう。数値は、医療保険売上、自賠責保険売上、労災保険売上、自費診療売上と細分化し、その数値実績をもとにアクションを実行していきます。

	合計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体予算	243,200,000	19,250,000	18,250,000	22,900,000	21,850,000	18,250,000	20,900,000	19,500,000	18,300,000	20,650,000	23,050,000	20,650,000	19,650,000
確定	99,922,941	19,280,239	19,230,233	23,237,319	21,544,060	18,930,233							
予算-確定	138,477,059	(30,239)	(980,233)	(337,319)	305,940	(680,233)	20,900,000	19,500,000	18,300,000	20,650,000	23,050,000	20,650,000	19,650,000
単月予算達成率	-	100%	105%	101%	99%	104%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
予算進捗率	-	100%	103%	102%	101%	102%	84%	73%	64%	57%	50%	46%	42%
医療保険予算	212,000,000	17,000,000	16,000,000	20,000,000	19,000,000	16,000,000	18,000,000	17,000,000	16,000,000	18,000,000	20,000,000	18,000,000	17,000,000
確定	88,926,592	17,000,239	16,593,222	20,039,010	18,700,899	16,593,222							
予算-確定	123,073,408	(239)	(593,222)	(39,010)	299,101	(593,222)	18,000,000	17,000,000	16,000,000	18,000,000	20,000,000	18,000,000	17,000,000
単月予算達成率	-	100%	104%	100%	98%	104%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
予算進捗率	-	100%	102%	101%	100%	101%	84%	72%	64%	57%	50%	46%	42%
自賠責予算	24,000,000	1,700,000	1,700,000	2,200,000	2,200,000	1,700,000	2,200,000	1,900,000	1,800,000	2,000,000	2,400,000	2,100,000	2,100,000
確定	9,804,090	1,650,000	2,000,000	2,300,000	2,154,090	1,700,000							
予算-確定	14,195,910	50,000	(300,000)	(100,000)	45,910	0	2,200,000	1,900,000	1,800,000	2,000,000	2,400,000	2,100,000	2,100,000
単月予算達成率	-	97%	118%	105%	98%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
予算進捗率	-	97%	107%	106%	104%	103%	84%	72%	64%	56%	50%	45%	41%
労災予算	4,800,000	350,000	350,000	500,000	450,000	350,000	500,000	400,000	300,000	450,000	450,000	350,000	350,000
確定	2,299,143	320,000	439,011	601,121	500,000	439,011							
予算-確定	2,500,857	30,000	(89,011)	(101,121)	(50,000)	(89,011)	500,000	400,000	300,000	450,000	450,000	350,000	350,000
単月予算達成率	-	91%	125%	120%	111%	125%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
予算進捗率	-	91%	108%	113%	113%	115%	92%	79%	72%	63%	56%	52%	48%
自費予算	2,400,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
確定	1,192,259	310,000	198,000	297,188	189,071	198,000							
予算-確定	1,207,741	(110,000)	2,000	(97,188)	10,929	2,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
単月予算達成率	-	155%	99%	149%	95%	99%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
予算進捗率	-	155%	127%	134%	124%	119%	99%	85%	75%	66%	60%	54%	50%

本セミナーでお伝えする内容を、  
ほんの一部ご紹介させていただきます！

- 地域一番レベルに至るために把握すべき差別化の8要素
- 月商2,000万円を達成したクリニックの実際の取り組み
- 整形外科クリニックが知っておくべき売上の方程式
- 月商2,000万円達成に向けた成長ステップと数値指標
- 数値で示すロードマップと売上計画の作成方法
- 患者数を増やすための理想のWeb集患体制
- 新規患者を集患できるホームページ作りのポイント
- 集患戦略を練るために把握すべき患者さんが来院に至るまでの全体像
- 診療効率化を実現する多職種連携型診療スタイル
- 医師・看護師等のスタッフの動線の見直し
- ポスター・パンフレット等を活用した患者教育
- 高生産を実現する運動器リハビリの徹底した数値管理方法
- 患者さんに適切に通っていただくための通院指導
- 目標売上から逆算したPTの採用戦略
- 集患・効率化につながる交通事故治療の情報発信方法
- 交通事故治療強化に欠かせない初診時の通院指導
- 整形外科クリニックに特化した接遇対策
- 自費診療の業績をアップするために必須な院内マーケティング

詳細を知りたい方は、本セミナーにご参加ください！

# 追伸：お客様の声をご紹介します

過去、弊社が開催いたしました「安定して月商2,000万円を突破する整形外科クリニックの作り方セミナー」の参加者のお声をご紹介します。

自院の無駄を省き、さらに発展させるためにとっても参考になりました。
月商2,000万円を超えるためのイメージが湧きました。
診療効率、自賠償の重要性がわかりました。
現状に対する分析と具体的な行動が必要と感じました。
開業前ですが、具体的な数値目標、現時点で取り組むことができる項目の整理ができ、有用であったと感じています。
改めまして、整形外科診療所の増収を図る事がいかに大切かを思い知りました。
取り入れるべきところが多く、いまから復習します。
実施している対策の強化とともに、本日の拝聴した内容の実践に取り組みたいと思います。
現在取り組んでいるものの中でもまだ詰めが甘いところがあること、新たな気づきもあり、参考になりました。
Web集患の強化を早速しようと思いました。
具体例があり、説得力がありました。
集患、啓蒙、具体的なサイクルがわかりました。
事例集が大変ためになりました。早速できることから始めたいです。
知らないことが多かったので、発見と気づきがありました。
実践的な内容で、とても勉強になりました。
自院での今後のプラン作成の一助にしたいと思います。
診察周りのオペレーションに関して非常に参考になりました。

ここでは掲載しきれないほどコメントをいただいておりますが、本レポートにおいては一部をご紹介します。過去の「安定して月商2,000万円を突破する整形外科クリニックの作り方セミナー」で学ばれた先生方のお声を参考に、本セミナーへのご参加をご検討いただければと存じます。

**皆様のご参加、心よりお待ちしております！**

**セミナーの詳細・申し込みはこちら**