

皮膚科・美容皮膚科 経営レポート

2億円・3億円の壁を突破するべくあらゆる施策をしてきた！
一層成長するために成功事例施策をもっと知りたい方向け！

皮膚科(保険)×美容皮膚科(自費)バランス型経営をする

年商5億円クリニックの
成功事例30連発大公開

✧ 年商5億円クリニックの成功事例一部公開 ✧

ホームページ・SNSブラッシュアップは徹底的に！
院長×広報部隊×船井総合研究所の月1回会議でPDCA高速回転

オンライン集患に加えて、オフライン集患も徹底！
内覧会や学びのマルシェなどイベント開催で市長も参加

スタッフモチベーションが上がる仕組みづくり！
売上だけではなく！紹介患者数に応じたインセンティブ設計

大手クリニックとの差別化！
スタッフブランディングでファン化！

「理念」「ビジョン」を積極的に発信
クリニックの方向性に共感できる人のみ採用



医療法人Palette
理事長 上田 厚登 氏

皮膚科・形成外科・美容皮膚科 | 年商5億円突破経営戦略セミナー

お問い合わせNo.S130216

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。) → 130216

皮膚科・形成外科・美容皮膚科 | 年商5億円突破経営戦略セミナー

開催日時	2025年 7月 24日(木)	10:00~12:30 (ログイン開始:開始時間30分前~)	開催方法	オンライン開催
	27日(日)			
	31日(木)			
8月 3日(日)	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もございます。		

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。			

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、既に飽和状態なのか？ 美容医療参入の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、クリニックに求められている事とは？ 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！ ③皮膚科・形成外科クリニックの4つの成長ステップ 年商規模と保険・自費売上の割合によって、行うべき施策は大きく異なります。各ステージごとのキーポイントを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 リーダー 朝日 伶			
第2講座	【徹底解説】年商5億円の壁を突破するマーケティング・マネジメント手法とは？			
	【講座内容抜粋】 ①年商5億円を突破するための組織作りとは？ 年商2億円・3億円の時はスムーズに進んでいた施策がなかなか進まなくなるのが、年商5億円の1つの壁です。 上田先生がどのようにその壁を突破してきたのか、徹底解説いたします。 ②医療脱毛1,000万円/月以上、シミ治療500万円/月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？ 常に変化させているホームページやチームビルディングのために行っている実際の研修について、お話いただきます。 医療法人Palette 理事長 上田 厚登 氏			
第3講座	ゲスト講座から紐解いた今後注力しなければならない皮膚科・美容皮膚科の最新マーケティング			
	【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の選択とは？ 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具体的な戦術を解説いたします。 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致します。 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 第3講座までの内容を踏まえて、今後、失敗しない方法について、お話いたします。 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			

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/130216>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
右上検索窓に「130216」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。





医療法人Palette
理事長 上田 厚登 氏

働くスタッフ・患者さま・地域の方々が Happyになるクリニックづくり 〜保険診療×自費診療の経営方針・運営方法〜

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りがある、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でき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
は明確で、ニキビ患者さま

3 スタッフがイキイキしている！
働きやすい環境づくり

2 患者さまが目線徹底された地域密着経営

1 院内広報×船井総合研究所で
宣伝・広告強化

上田皮ふ科の
ここが
すごい!!



WEB集患・オフライン集患・スタッフモチベーションUP・スタッフ採用などなど！
セミナー当日、上田皮ふ科が年商5億円を達成するまでに行ってきた施策を大公開します！

の再診率が低いことです。患者さまに「治療を続けたい」「治療を続けられれば、イメージ通りの効果が出る」と思っていただけに私たちは、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。



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、お肌の「御用聞き」でいたいと考えています。

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。



Question 3
保険診療×自費診療を
展開していく中での
壁とは？

徐々に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、多くの壁が立ちほだかります。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。

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！



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、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でもあります。特に受付は、私たちドクターが見えないところで

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

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！



想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ていただくためには、まずスタッフに心地よい職場と思ってもらう必要があります。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！」がキーワード

最後に、ここまで読んでくださった皆様へ。皆様は、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、今でも悩みながら、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、理念に沿っていないかったら即却下、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、地域の方々の支持を得て、スタッフが誇りをもって働けるように努めています。



【年商5億円クリニックの事例大公開】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。



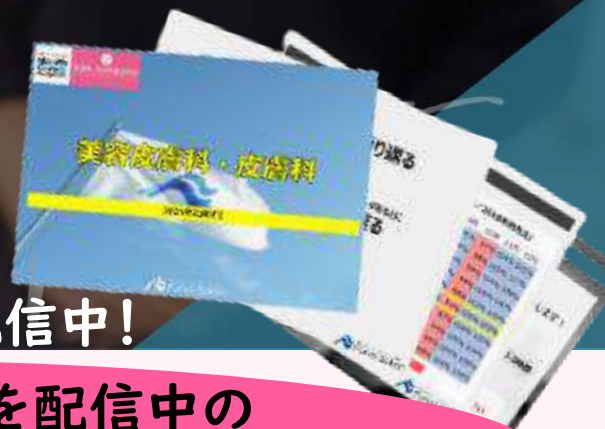
セミナー当日、実際に活用しているツールをご紹介します！



皆様のご参加を心よりお待ちしております！

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!

