

## 年間医業収入2億円突破を目指す集患戦略セミナー

開催日時

2025年 11月 22日(土) 16:00~18:00  
2025年 11月 23日(日) 10:00~12:00  
2025年 11月 29日(土) 10:00~12:00  
2025年 12月 4日(木) 16:00~18:00

開催方法 オンライン開催

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 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

#### 眼科クリニックが目指すべきクリニック像

眼科クリニックもライフサイクルの転換点を迎え、徐々に二極化の時代に入っています。その中で、外部環境に左右されない「選ばれ続ける」クリニックであるためには、継続して新患・ファン患者の獲得を実現する必要があります。本講座では、これから眼科クリニックが目指すべき姿について解説いたします。

株式会社船井総合研究所 医療・動物病院支援部 チーフコンサルタント 野田 陽一郎



### 第2講座

#### 2億円突破を目指すクリニックになるためのパターン別集患戦略

本講座では、「どうすれば、継続して新患・ファン患者獲得を実現できるか」についてお伝えいたします。診療報酬改定、競合の出現、思わぬ低評価口コミ等、外部環境に左右されることなく、安定収益と理想の医療追及を両立するための施策をご紹介します。

- 開業3年目、新患率20%でもまだ伸ばし続ける仕組みづくり
- 開業10年目でも新患率10%、Web/アナログ両面での広告戦略
- ターゲット疾患(緑内障、白内障、近視等)を伸ばしていくために必要な考え方
- 競合ができて患者数が減らない、外部環境で揺るがないクリニックづくり
- 紹介の好循環を生む、患者様から選ばれるクリニックづくり

など、実際のコンサルティングを通じて成功を収めた具体的な成功事例を交えながら解説してまいります。

株式会社船井総合研究所 医療・動物病院支援部 シニアコンサルタント 渡邊 栄



### 第3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、眼科クリニックの皆様へ今後意識していただきたい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・動物病院支援部 チーフコンサルタント 野田 陽一郎

#### 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/134333>  
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に  
右上検索マークに「134333」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 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。



年間医業収入  
1.25~1.5億円の  
眼科クリニックから

2億円突破の  
集患“虎の巻”

繁盛クリニックが実践する2026年から差がつく  
集患戦略解説セミナー

眼科集患セミナー!

オンラインセミナー PC・スマホがあれば  
どこでも受講可能!

2025年 11月 22日(土)・23日(日)・29日(土)・12月 4日(木)  
16:00~18:00 10:00~12:00 10:00~12:00 16:00~18:00

ログイン開始:開始時刻30分前  
※全日程とも同じ内容になっております。ご都合の良い日程をお選びください。

◇このようなお悩みはございませんか?◇

- ・今安定しているが、もう一段上を目指したい
- ・思い当たる増患策は行い、次に何をすべきか
- ・近隣に競合クリニックが開業される、された

#### ◆2億円の壁を超えるための集患戦略◆

- 施策 ① シニア世代のスマホ活用  
ついに地方でもWeb経由が来院理由の1位に
- 施策 ② 口コミで広がる、患者さんの輪  
紹介の好循環を生むファンマーケティング
- 施策 ③ ○○なら、あのクリニック  
最注力疾患(緑内障・白内障・近視等)を増やし”続ける”ためのターゲットマーケティング

主催



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

【眼科向け】年間医業収入2億円突破を目指す集患戦略セミナー

お問い合わせNo. S134333



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)]右上検索マークに「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ 134333



# 「2億円突破」クリニックになるための集患戦略



株式会社船井総合研究所  
医療・動物病院支援部 チーフコンサルタント  
野田 陽一郎

診療報酬改定を間もなく控え、眼科診療の未来についてお考えになる先生方も多いと思います。そのような皆様向けに、私共は、この度、『年間医業収入2億円突破を目指す集患戦略セミナー』を開催することにいたしました。

開業して間もない先生方も、軌道にのってきた先生方にも、そのフェーズ以外の先生にとっても価値ある内容になっているかと思います。

やる事が明確になることで、一直線にその方向へ向かっていくことができます。

本セミナーでは、まだまだ伸ばしていく余地がある皆様へ、その集患方法の具体策、伸ばす段階で注意すべきこと、壁の乗り越え方などを、私どもの日々のコンサルティングの中での成功事例をもとにお伝えしていきます。

ぜひ、本セミナーの内容を実践していただき、もう1ステップ、クリニックの存在を引き上げていただきたい、と思っています。

## 眼科クリニックの基本成長ステップ

|                   | 月間レセプト枚数                   | フェーズの状況・次のステップに行くには                                                                                                                                                                   |
|-------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 眼科クリニック<br>Ver1.0 | 800枚                       | <div>開業後3年以内</div> 開業後順調に伸びている通過点<br><div>開業後4年目以降</div> <ul style="list-style-type: none"><li>患者数が伸び悩んでいる</li><li>集患力がボトルネックになっている</li><li>立地がボトルネックになっている</li></ul>                 |
| 眼科クリニック<br>Ver2.0 | 800枚<br>800枚<br>1,000枚     | 引き続きの集患と同時に効率化がテーマになっている<br><ul style="list-style-type: none"><li>忙しさもある一方、診療実績・経営数値には物足りなさもある</li><li>経験・専門性を活かした医療をより推進していきたい</li><li>時間毎・曜日毎の繁閑差が激しく、診療キャパシティを有効活用できていない</li></ul> |
| 眼科クリニック<br>Ver3.0 | 1,000枚<br>1,000枚<br>1,500枚 | 再成長がメインテーマになっている<br><ul style="list-style-type: none"><li>地域の人気クリニックになっており、達成感・充実感を感じている</li><li>効率化が進み、待ち時間や残業を改善することができている</li><li>再成長へのアクセルを踏むために投資を視野に入れている</li></ul>             |
| 眼科クリニック<br>Ver4.0 | 1,500枚<br>1,500枚           | 家業から企業へ<br><ul style="list-style-type: none"><li>分院体制、複数診療での対応を行っている</li><li>スタッフの組織構造が多階層化し、マネジメントが複雑になっている</li><li>更なる成長のために経営戦略を本格的に考える状況となっている</li></ul>                          |

## 2億円突破をするための集患戦略

### 集患戦略1 認知度向上・診療圏拡大のための徹底した広告投資

広告戦略においてはいかに地域における認知度を上げていくか、さらには「どのような強み・特徴を持っているクリニック」かを認知いただくブランディングは集患上重要となります。

眼科クリニックの特性上、紹介での新患が増えていき、徐々に広告費を減らしていくことができることから当初の大きな投資が重要となります。

### 集患戦略2 紹介を生むファンマーケティング

自然な口コミと紹介の連鎖を生んでいただく「ファン患者」を増やしていく必要があります。馴染みの薄いクリニックに、不安を抱えて来院した患者さんが少しでも“このクリニックを選んでよかった”と思っていただくことがファン化には欠かせません。患者満足度を上げ、ファン化していくためには先生・スタッフとの信頼関係、協力関係が欠かせません。

### 集患戦略3 最注力疾患(緑内障・白内障・近視等)を増やし”続ける”ためのターゲットマーケティング

地域で選ばれ続けるクリニックになるためには、先生の強みとなる特徴を集患段階から伝えていき、院内掲示・患者用資料にても訴求していくことが重要となります。ターゲットマーケティングの成功は、上記広告投資の効果最大化・ファン患者獲得にもつながって行きます。

## 2億円突破をするための診療効率化戦略

- 院内の動線は無駄なく効率的ですか？
- 受付・検査・診察室と部署間の連携は取れていますか？
- 自動精算機・シュライバーなど診療効率化の方策は導入していますか？

### ◆◆ セミナー内容一部 ◆◆

- 新患患者を獲得できない→Web/アナログ両面での広告戦略策お伝え
- お馴染みの患者さんを獲得したい→患者さんの治療満足度向上策お伝え
- ターゲット疾患患者を獲得できない→クリニックの強み・特徴打ち出し策お伝え