

循環器内科のための専門特化経営法セミナー

講座内容

第1講座

循環器内科として地域一番になるためのポイントを徹底解説！

講座抜粋①:循環器内科の業界動向解説
講座抜粋②:専門特化した循環器内科が追うべき経営数値の徹底解説
講座抜粋③:200件の内科コンサルティング事例から導き出した、循環器内科特化クリニックの作り方

株式会社船井総合研究所 内科グループ 田崎 麻鈴

船井総合研究所に入社後は医療業界のコンサルティングに従事してきた。マーケティングや採用、効率化、組織活性化など幅広いテーマでコンサルティングを実施し、クライアントの抱えている経営課題の解決に貢献してきた。またDX領域も得意としており、DX活用での集患戦略立案、業務フロー改善なども行っている。



第2講座

これから先も循環器内科として選ばれ続けるために

これからの時代、「ただ治療ができる」だけでは選ばれません。本講座では、地域の中で「循環器内科」として患者様に選ばれ続けるために、どのような戦略を立て、何から取り組むべきかをわかりやすく解説。明日から実行できるアクションプランに落とし込みます。

株式会社船井総合研究所 内科グループ マネージャー 和田 大樹

Webマーケティング、人材採用・マネジメントと幅広くコンサルティングを行っている。Webマーケティングでは、クリニックの強みを最大限に生かした集患対策を行い、医院の経営数値を改善してきた。また、人材採用・マネジメントでは現在の時流に乗った採用方法を行い、数多くのクリニックの人材不足を救った。ただ人材採用をするだけでなく、その後の医院への定着も考えた、マネジメントコンサルティングには社内外からも定評がある。今後も経営者に寄り添い、1件でも多くのクリニックに貢献していきたいと思っている。



開催要項

オンライン開催 ご都合の良い開催日を選択して、Web受講が可能です。

2026年 **2月28日** (土) 13:30~15:00 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月1日 (日) 10:00~11:30 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月7日 (土) 13:30~15:00 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月8日 (日) 10:00~11:30 [ログイン開始:開始時刻30分前~]

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メンバース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



【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/137039>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索マークから「137039」をご入力し検索ください。

お問い合わせ 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。



大反響
御礼！

過去の成功・失敗事例を学び、
上手いく専門特化経営の
仕組みを作る！

オンライン開催

スマホからも参加OK！

成功事例から学ぶ

追加開催
決定！

循環器内科

専門特化経営の正攻法

全国200件以上内科クリニックの
業績アップに携わった船井総合研究所の事例を凝縮！

成功している医院には共通項があった！

- ☐ 生活習慣病の新患が毎日2人以上来院する
- ☐ 合併症予防のための検査体制が整えられている
- ☐ 循環器疾患の患者さんに選ばれる差別化要素を網羅している

中面にて成功事例のご紹介！▶▶▶

オンライン開催 ご都合の良い開催日を選択して、Web 受講が可能です。

2026年 **2月28日** (土) 13:30~15:00 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月1日 (日) 10:00~11:30 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月7日 (土) 13:30~15:00 [ログイン開始:開始時刻30分前~]
3月8日 (日) 10:00~11:30 [ログイン開始:開始時刻30分前~]

主催

循環器内科のための専門特化経営法セミナー
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
〒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

お問い合わせNo. S137039

お申込みはこちら



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) 右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。→ 137039

コンサルタントが読み解く 内科クリニック経営の時流解説！

株式会社船井総合研究所
内科グループ
田崎麻鈴



「2025年問題」を経て外来需要のピークが過ぎ去った今、どのような対策を検討されていますか？

2025年、団塊の世代が75歳以上の後期高齢者となり、日本の超高齢化社会は新たな局面を迎えました。

厚生労働省の『外来医療計画関連資料（令和4年）』では、「全国的な外来患者数は2025年にピークとなり、以降は減少局面に突入する」と明記されております。

この「需要の減少」に対し、供給サイドであるクリニックの動向はどうでしょうか。右のグラフをご参照ください。

内科クリニックの総数は約35,000件で推移しており、閉院数と新規開院数が拮抗しているため、総数はほぼ横ばいの状態が続いています。

つまり、外来需要が減り始めたにもかかわらず、内科クリニックの数は変わらない。これにより、医療経営においては厳しい競争の時代に突入していくこととなるでしょう。

すでに都市部では患者さんの奪い合いが顕著になり、この波は今後、地方にも必ず押し寄せます。実際に当社へも「競合が増えて患者数が伸び悩んでいる」「開業しても勝ち残れるか不安」といったご相談が急増しています。

2026年、この本格的な競争時代を勝ち抜くためには、他院との差別化が不可欠です。

図1：2025年をピークとした医療需要の推移

出典：経済産業省 「将来の地域医療における保険者と企業の在り方に関する研究会」資料

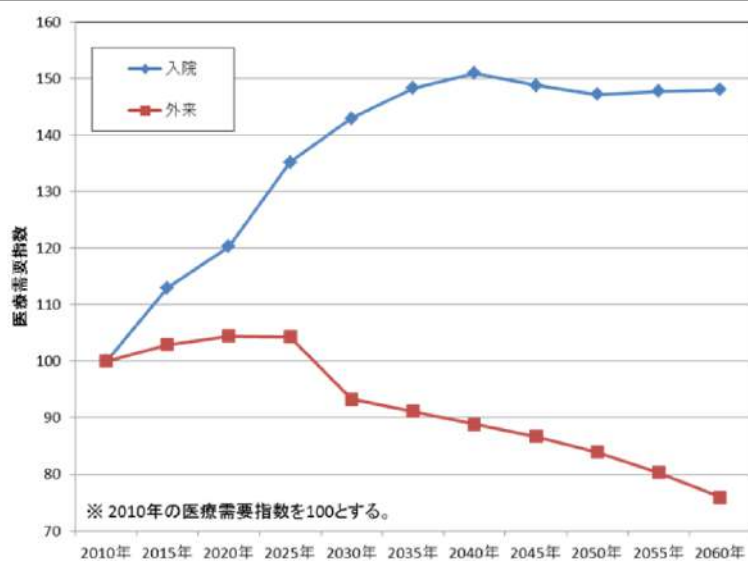
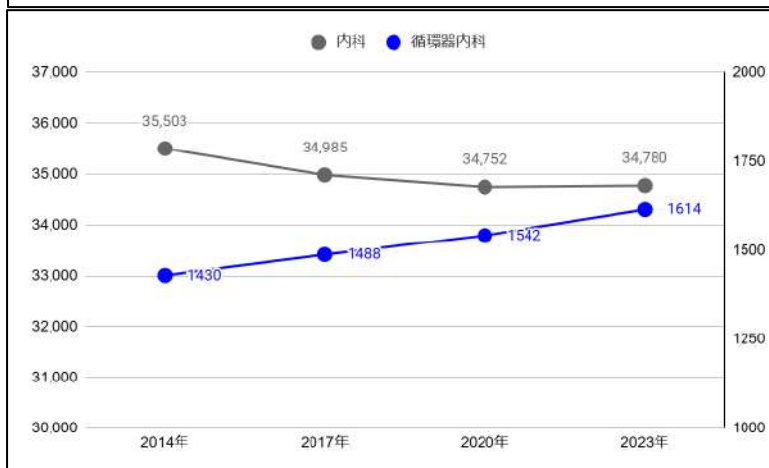


図2：主たる標榜科目を提示するクリニック件数の推移
厚生労働省 医療施設動態調査より船井総合研究所が作成



なぜ「専門性」が今、求められるのか？

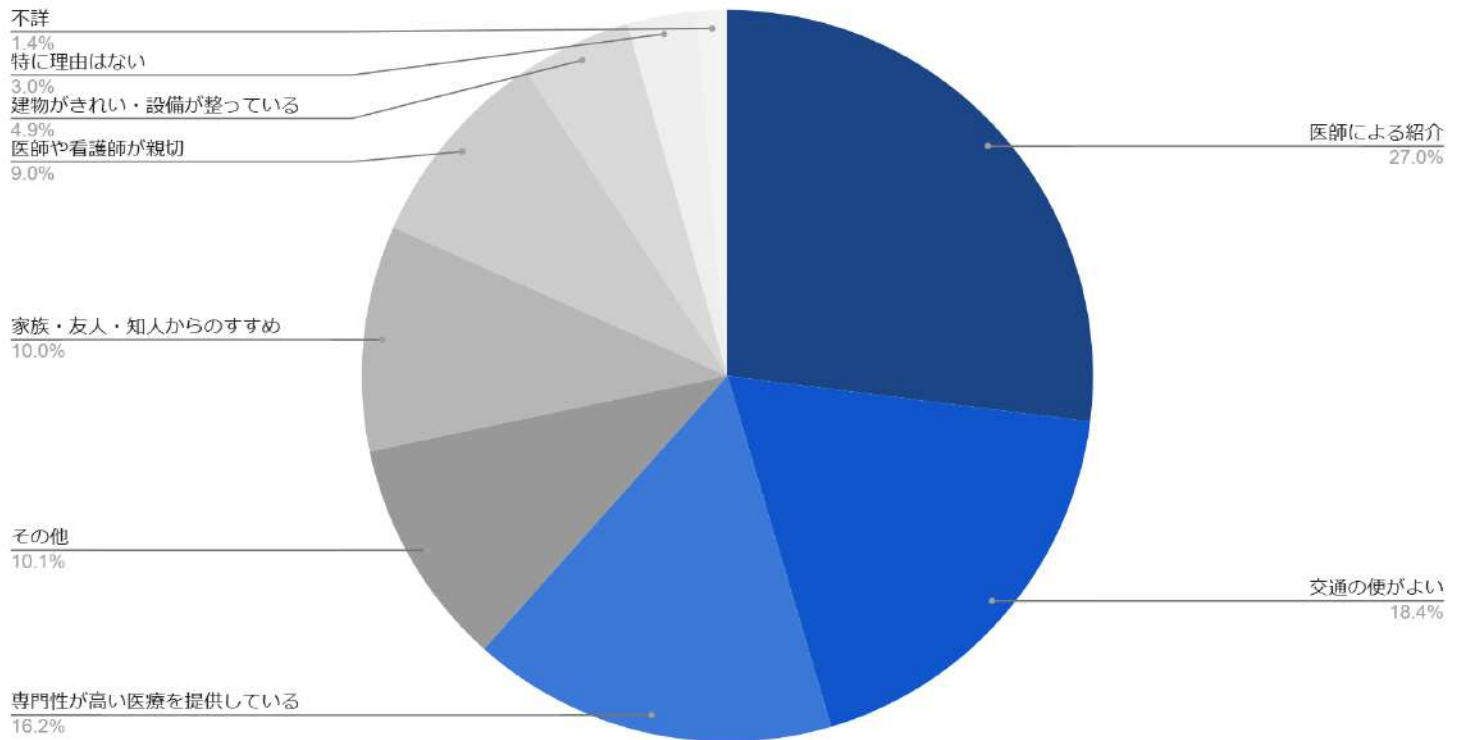
一昔前は、クリニックを開業すれば自然と患者さんが増える時代でした。しかし、2025年以降は供給側（クリニック）が増え続け、需要側（患者さん）が減っていく「需要と供給の逆転現象」が起こります。

では、患者さんに選ばれ、受診してもらうにはクリニックはどうすればよいのでしょうか？

下図2の厚生労働省の『令和5年 受療行動調査』によると、医療機関を選ぶ理由として「専門性が高い医療を提供していること」が16%を占めています。これは「医師による紹介」「交通の便」に次ぐ、高い割合です。

このデータは、多くの患者さんが「自分の症状を的確に診てくれる、専門性の高いクリニック」を探していることを明確に示しています。

図2：医療機関を選ぶ理由
厚生労働省 令和5年受療行動調査より船井総合研究所が作成



実際に2ページ目図1のグラフが示す通り、「循環器内科」を標榜するクリニックは年々増加しています。これは「循環器内科」という専門性を武器に、競合クリニックが増加していることの表れです。

もはや「何でも診るかかりつけ医」として患者さんを集めるのが難しい時代です。この状況を打破するためには、経営における差別化、特に専門特化こそが有効な戦略となります。

循環器内科の成長の4つのステージ

株式会社船井総合研究所では、内科クリニックの成長段階において下記のように4つのステージがあると考えております。

循環器内科クリニックの経営ステージ

ステージ4

月間平均レセプト枚数：1,200枚～
生活習慣病管理料＋特定疾患療養管理料の月間算定件数：1,000件～
レセプト単価：1,000～点

ステージ3

月間平均レセプト枚数：～1,200枚
生活習慣病管理料＋特定疾患療養管理料の月間算定件数：～1,000件
レセプト単価：～1,000点

ステージ2

月間平均レセプト枚数：～1,000枚
生活習慣病管理料＋特定疾患療養管理料の月間算定件数：～600件
レセプト単価：～850点

ステージ1

月間平均レセプト枚数：～700枚
生活習慣病管理料＋特定疾患療養管理料の月間算定件数：～300件
レセプト単価：～700点

多くのクリニックは開業後1～2年でステージ2に移行しますが、競合の多いエリアではこのステップアップが難しくなります。また、ステージ2から3への壁は非常に高く、開業5年以上経っても超えられないクリニックが少なくありません。

この成長の壁を乗り越えるために重要なのが「Webマーケティングの強化」と「循環器内科としてのコンセプト設計」です。

患者さんの多くは、スマートフォンでクリニックを探します。Webサイト上で「循環器専門クリニック」としての特徴や、院長先生の専門性を明確に打ち出すことが不可欠です。

まずはWebマーケティングで循環器系の患者さんをメインにレセプト枚数を伸ばしていきます。

また、生活習慣病やSASの定期通院患者を増やすことができれば、患者数が安定します。これにより、インフルエンザなどの季節性疾患に左右されない、持続的な成長が実現します。

これらの患者層のレセプト枚数が月1,000枚近くまで安定して伸ばしていければ、院内体制を整え、検査件数を伸ばすことに注力していく必要があります。

レセプト枚数と連動して、検査件数も伸ばしていくことができれば、結果としてレセプト単価が向上し、ステージ3～4へのステップアップが現実のものとなります。

「循環器」専門特化で勝ち抜く！ 循環器内科クリニックの成長戦略

他科にはない循環器内科ならではの強みを活かし、持続的な成長を実現するための3つの正攻法を解説いたします。

①循環器系の患者さんを獲得するための“攻め”のWebマーケティング

競合が増加している中で、ただ患者さんが来院するのを待っているだけでは成長が鈍化してしまいます。

今求められているのは、「循環器疾患」「生活習慣病（高血圧・脂質異常症・糖尿病）」「睡眠時無呼吸症候群（SAS）」といった患者さんを能動的に獲得するためのWebマーケティングです。

本セミナーでは、

- ・最も対策すべき『循環器系の患者さんがWeb上で検索しているキーワードランキング』
 - ・『〇〇市 循環器内科』などの狙ったキーワードで地域上位を取る疾患ページの作り方
 - ・クリニック半径5kmの「動悸、息切れの症状を気にしている40~60代」といった層にだけピンポイントで配信するWeb広告のかけ方
 - ・「広告から何人来たか」「ブログ経由で何人来たか」といったWeb集患の費用対効果を明確にするシンプルな表（ダッシュボード）
- といった具体的な攻めの施策についてお伝えします。

②循環器内科の検査(心臓エコー・ホルター心電図)体制の強化

循環器内科の大きな武器は、心臓エコーやホルター心電図といった専門性の高い検査です。

これらの検査機器を導入するだけでなく、検査に該当する循環器系の患者さんを集患すること、そして検査の必要性を患者さんに丁寧に伝え、検査へと適切に誘導することが、クリニックの経営において重要になります。

- ・患者さんに渡すだけで無理なく検査誘導を推進できる院内ツール
- ・医業収入アップのための臨床検査技師の適切な採用タイミング

といった、実際のクリニックの成功事例をもとにした現場テクニックを解説いたします。

③『またこのクリニックに来たい』と感じてもらう！地域で支持される診療体制構築

せっかくコストをかけて集患した患者さんをただ診察し、薬を出すだけの「その他大勢」のクリニックで終わらせてはなりません。競合が真似できない「診療体験の質」を創り上げることで、患者さんの満足度をアップしながら売上をアップすることができます。

- ・“院長だけ”ではなく“クリニック全体”で患者満足度を上げる！診療の質と満足度を両立する診療オペレーションの押さえるべきポイント
- ・「待ち時間」を「価値」に変える院内サイネージの導入
- ・慢性疾患患者の離脱を防ぐ！定期通院フォローのやり方とクリニックでの仕組みづくり

これからの「循環器内科クリニック」の 経営・未来をお考えの皆様へ

ここまでお読みいただき、誠にありがとうございます。

船井総合研究所は、これまで数多くのクリニックの成長をサポートしてまいりました。その中で、特に近年、多くの方から共通のお悩みをいただくことが増えています。

- ・「競合が増えて、患者数が伸び悩んでいる」
- ・「開業（または継承）するが、どう経営していけばいいのかわからない」
- ・「将来の経営に漠然とした不安があるが、何から手をつけていいかわからない」
- ・「診療報酬改定など、外部環境の変化にどう対応すべきかわ悩んでいる」

人口減少による外来需要の縮小、診療報酬のマイナス改定、物価高に伴う機器費用や材料費などのコストの増加、近隣エリアでの内科クリニックの開業、など。

こうした経営課題を乗り越えるための解決策の一つが、
「循環器診療に特化した専門経営」です。

患者さんが求める専門的な医療と、専門領域をPRした集患、そして循環器ならではの検査へと誘導するオペレーション、院内体制を組み合わせることで、競合に左右されない強固な“循環器内科クリニック”を創り上げることができます。

しかし、「専門特化」と一言と言っても「具体的に何をすればよいのか」については、イメージが湧きづらいかもしれません。

そこで、本レポートでご紹介した「循環器内科専門特化経営の正攻法」について、より詳細に解説するオンラインセミナーを開催いたします。

セミナーでは、より具体的な施策まで、循環器内科クリニックにおける成功事例と併せてお伝えをさせていただきます。

皆様のご参加を心よりお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
内科グループ
田崎麻鈴

本セミナーでご紹介する 循環器内科に特化した具体的な経営ノウハウ

本セミナーでは、全国200件以上のクリニックを支援してきた船井総合研究所が、本レポートをお読みの皆様にお伝えする特別な経営ノウハウを凝縮しました。

【集患・増患対策】

○「高血圧症、脂質異常症を主とした生活習慣病の新患が毎日2名以上来院する」仕組み

Webサイトの作り方、魅せ方、検索エンジンで上位表示させるためのSEO・MEO・リスティング広告の具体的な集患テクニックを徹底解説。

○専門性を可視化するWebコンテンツ戦略

「循環器内科のHPで必ず掲載すべき疾患・症状ページ」の具体例と、患者さんが「ここに相談したい」と直感的に感じるためのコンテンツ制作術。

○動画を活用した潜在層マーケティング

自覚のない潜在患者を惹きつけ来院に繋げるYouTube広告や、自院に通院しているが未治療である生活習慣病、SASへのアプローチ手法といった集患ノウハウの成功事例をご紹介します。

○SAS患者を集患するためのマーケティング

「いびきがうるさい」SASの新患を獲得するための手法について、受付で渡すだけでSASの検査が増えるチェックリスト付き院内チラシの活用法を踏まえてお伝えします。

【院内オペレーション・仕組み化・レセプト単価向上】

○心臓エコー・ホルター心電図検査の稼働率を最大化する仕掛け

診察室で医師が「検査の必要性」をスムーズに伝えられるツール、スタッフと協力して行う「必要な検査を漏らさない」院内体制について成功事例と共にお伝えします。

○検査体制を強化するための人員配置と採用戦略

スムーズな診療と検査を実現するための「適正なスタッフ数」と予約枠の組み方、そして検査技師が最大限に力を発揮する採用のベストタイミングを解説します。

○レセプト単価向上を実現する具体的処方戦略

「処方間隔の延長×検査体制の拡充」で、無理なくレセプト単価が伸ばせる、再現性が高い、レセプト単価を上げるためのメカニズムを公開します。