

- 005** 第一章 **医療機関の形態と実態を知る**
 - 006** I. 病院とクリニックの違い
 - 008** II. 医療機関の収入(診療報酬制度の仕組みと自由診療の仕組み)
 - 010** III. 医療業界の実情

- 013** 第二章 **勤務医の実態**
 - 014** I. 収入の実態
 - 014** II. 勤務の実態
 - 015** III. 提案のヒント
 - 016** IV. ライフプランニング

- 017** 第三章 **クリニックの実態**
 - 018** I. 収入の仕組み
 - 018** II. 診療科目ごとの特徴
 - 023** III. 儲かっているクリニックと儲かっていないクリニック
 - 024** IV. 開業費用
 - 026** V. 提案のヒント
 - 027** VI. 嘱託医は高収入?
 - 028** VII. 意思決定権者は?

- 029** 第四章 **医業経営の実態**
 - 030** I. 医療法人とは?
 - 031** II. MS法人とは?
 - 033** III. 租税特別措置法26条とは?

- 035** 第五章 **いざ、ドクターマーケットへ!!**
 - 036** I. 開業医と会える曜日と時間
 - 037** II. 開拓手法
 - 038** III. やっぱり紹介
 - 040** IV. 医師が好むセールスと嫌うセールス
 - 041** V. 医師が喜ぶ情報

- 045** 第六章 **医師を取り巻く保険環境**
 - 046** I. ドクターマーケットは競合が大勢
 - 047** II. 医師協同組合と保険医協同組合
 - 048** III. クリニック向けの保険提案
 - 050** IV. 病院向けの保険提案
 - 051** V. 私の失敗事例
 - 054** 最後に

クリニックの実態

ります。外科の一部が整形外科になるイメージなので、通常は外科を標ぼうしているクリニックでも打撲や骨折などの処置は行います。

私達が外科や整形外科に対してもっているイメージは、待合室に大勢のお年寄りが待っていて、医師の診察よりも電気治療やマッサージなどをうけている人が多いというものではないでしょうか？外科や整形外科を標ぼうしているクリニック数は内科に比べて少なく、診療単価も内科と比べて少ないのが特徴で、患者数をいかに多く集めるかがポイントになります。

診療所によってはかなりの患者数をこなしているところも多く、外科や整形外科はそれなりに高収益を上げている診療所の割合が多いのも特徴です。

外科や整形外科の場合、医師や看護師のほかに理学療法士や作業療法士などのスタッフも抱えているので、固定費にしめる人件費の割合も比較的高くなっています。そういうスタッフに対する保障や退職金準備なども提案ポイントになるでしょう。

眼 科

眼科は、コンタクトレンズに関する診察や処方だけでなく、グループでコンタクトレンズの販売を手掛けているところも多いため、他の診療科目と比較をしても高収益なクリニックが多いのが特徴です。

最近では、簡単な手術については日帰り手術を行っている眼科も多く、これも眼科が高収益である要因の一つになっています。さらには歯科や内科と違い、眼科クリニックの軒数も少ないために、眼科クリニックは高収益なクリニックが多いです。

眼科クリニックはコンタクトレンズ販売を行う別法人をグループに持っていることが多く、こちらの別法人も収益を上げていますので、グループ全体としての保険提案を行う余地は十分にあります。

これらを踏まえまして、眼科は軒数自体は少ないですが、高収益なクリニックである可能性が高い診療科目でもありますので、ぜひともターゲットにしたい診療科目の1つです。

耳鼻咽喉科

最近では、新規開業時に人気のある診療科目だけに競争が厳しくなっている診療科が耳鼻咽喉科です。産婦人科や内科・外科・眼科などと比較をしても、重大

クリニックの実態

ただ、開業当初はまだ地域に認知されていないので、患者数もそれほど伸びずに収益的には厳しい状態からのスタートとなります。ここでポイントになるのは、開業資金費用をいかに安くおさえるか？または月々の返済金をいかに少なくするか？ということです。

これらにより月々のキャッシュフローが変わってきますので、金融機関と有利な交渉をするには、やはり開業当初の自己資金は多いにこしたことがないというのが実態です。

そのために開業を志す勤務医に対しては、いかに短期間で開業資金を少しでも多く積み立てておくかというアドバイスが必要になります。

ちなみに一般的な開業資金の目安は以下の通りです。

診療科目	平均開業費用
歯科	3,000万円～7,000万円程度
内科	4,000万円～9,000万円程度
外科・整形外科	5,000万円～9,000万円程度
眼科	6,000万円～1億円程度
耳鼻咽喉科	4,000万円～8,000万円程度
婦人科	5,000万円～9,000万円程度
心療内科・精神科	3,000万円～6,000万円程度
皮膚科	3,000万円～6,000万円程度

※上記費用は、ビルテナントでの開業費用の目安です。

※費用の中には、建物保証金や内装工事・医療機器などを含めています。なお医療機器は一般的に導入される機器を目安にしておりますので、特殊な機器や高額機器を導入する場合には、さらに上乗せになる場合もあります。



Ⅲ. 租税特別措置法26条とは？

ドクターマーケットを開拓する上で必ず知っておく必要があるのが、『租税特別措置法26条』です。これは、医療機関における税金の優遇措置で、詳細は以下の通りです。

(原文)

医療又は歯科医療を営む個人が、各年において、社会保険診療につき支払を受けるべき金額を有する場合において当該支払を受けるべき金額が五千万円以下であるときは、その年分の事業所得の金額の計算上、当該社会保険診療に係る費用として必要経費に算入する金額は、所得税法第三十七条第一項及び第二編第二章第二節第四款の規定にかかわらず、当該支払を受けるべき金額を次の表の上欄に掲げる金額に区分してそれぞれの金額に同表の下欄に掲げる率を乗じて計算した金額の合計額とする。

2,500万円以下の金額	72%
2,500万円超3,000万円以下	70%
3,000万円超4,000万円以下	62%
4,000万円超5,000万円以下	57%

原文を簡単に解説すると、診療報酬収入が5,000万円以下の診療所の場合は、その収入額に応じて57%から72%の概算経費率を掛けて所得を計算できるということです。この概算経費率を適用することによって、実際にかかった経費より、概算経費率の方が多い場合には納税する税金が安くなるケースもあります。

措置法が適用されていると、一見すれば収入が少ないので資金に余裕がないと思いがちですが、中には措置法がギリギリ適用になっているようなクリニックですと、措置法の恩恵により、資金的に余裕のあるクリニックも中には存在しています。

そのために措置法適用の診療所でも、そもそもの収入額によって資金的な余裕度が違いますので、措置法適用診療所＝お金に余裕のない診療所とは必ずしも言え

いざ、ドクターマーケットへ!!

I. 開業医と会える曜日と時間

開業医と会える可能性が高い時間帯は、ずばり「診療時間外」です。開業医によってもまちまちですが、診療時間終了間際になりますと、クリニックの待合室にはMRと呼ばれる医薬品メーカーの担当者や金融機関担当者など、患者さんとは違う雰囲気の人が待っていることがあります。

彼らは、開業医にあって打ち合わせをしたり、商品のプレゼンをしたりするために診療時間が終わるのを待合室で待っています。

ただ会うだけなら、午前の診療が終わる直前に訪問すれば開業医とは会えます。ただ、保険商品を説明したり、保険に関するニーズをヒアリングしようと思えば、ある程度の時間を要することになります。その場合には、MRや金融機関担当者に交じって時間を取ってもらうだけでは時間が足りないケースがほとんどです。

一番ゆっくり時間を取って貰いやすいのは、診療のない休診日か午後の診療が終わってからになります。なお午前の診療が終わってから、午後の診療が始まるまでの間の時間帯は、開業医によっては、医師会の活動時間に当てているケースや、ゆっくり休憩を取って午後の診療に備えるために時間が取れないケースもあります。一番確実なのは、休診日か午後の診療後でしょう。

あと、土曜日は午前の診療だけにしているクリニックもありますので、このようなクリニックであれば土曜日の午前の診療終了後も時間を取って貰いやすいです。特に土曜日は、前述のMRや金融機関担当者が、ほとんど訪問しないと、午後の診療がないことも重なって、ゆっくり時間を取って貰うように依頼すると土曜日を指定する開業医も多くいます。

個人的な経験で申し上げますと、土曜日の午前の診療終了後が一番会え、その次に平日の午後の診療終了後です。休診日も会えなくはないですが、休診日は先生自身も休みたいのと、一日予定を入れられる先生も多くいらっしゃいますので、それほど多くないように感じます。

ですから、ドクターマーケットを開拓する際には、平日夜や土曜日午後の使い方がポイントになってきます。さらに「第三章 III. 儲かっているクリニックと儲かっていないクリニック」で説明をしましたが、儲かっているクリニックであれば、診療時間ピッタリに終わることはまずなく、時には大幅に延長して診療しているケースも多くあります。そういうクリニックこそ、ぜひとも契約を頂きたいクリニックなわけですから、ドクターマーケットを開拓する際には、アポイントを詰め込みすぎないように注意して、夜間や土曜日に