

今日からはじめたい ドクター マーケット開拓

当社のロングセラー小冊子で、「ドクターマーケット開拓のバイブル」との評価をいただいている『お医者さん！ この機会に保険を見直してみませんか？』が、4年ぶりに大改訂となりました。この『お医者さん…』改訂版と本誌との連動企画として、今月号ではドクターマーケット初心者のための特集を組みました。本特集と小冊子『お医者さん…』を読んで、ドクターマーケットにチャレンジいただけたら幸いです。

第1章

ドクターマーケットに強い優績者に学ぶ お忙しいドクターに、5分間で相続・事業承継対策を プレゼンテーションする

インタビュー (株)プログレス 代表取締役 ● 木場安弘さん

病院経営が冬の時代を迎えている。帝国データバンクの「全国企業倒産集計」によると、今年度上半期(2009年4~9月)の病院・開業医の倒産件数は、過去最悪だった昨年度の上半期の約2倍だったことが判明した。揺れ動き続ける医業経営の荒波を乗り越えてもらうために、生保セールスパーソンがドクターに提供できることは何か。また、ドクターの信頼を得るにはどうすればいいのだろうか。第1章では、ドクターマーケットの第一人者であり、MDRTのTOT常連入会者である木場安弘さんに伺った。

聞き手 保険ジャーナリスト ● 鬼塚真子

地域医療を担うドクターを 保険でサポートする

——帝国データバンクの調査によると、今年度の病院・開業医の倒産総額は、過去最悪だった昨年の総額213億9,500万円を上半期の時点で上回りました。病院・開業医の倒産件数が増加した背景から教えていただけますか？

木場 2001年以降、病院・開業医の倒産件数は、毎年30件前後で推移していました。当時の原因は主に放漫経営が占めていました。しかし、昨今は堅実な経営をしても倒産するケースが見受けられます。やはり、昨年のリーマン・ショックが契機となり、世界的な金融・経済危機を引き起こしたことが、影響していると思われます。こうした不景気

第2章

生保セールスパーソンが知っておきたい、 医療法人の基礎知識

YMG林会計 所長 税理士 ● 林 充之
監査2課 課長 ● 松嶋政志

ドクターマーケットに挑戦したい生保セールスパーソンは相変わらず多いですが、では、中小企業など一般の法人と医療法人とでは、何がどう違うのかを理解している方はどれだけいるのでしょうか。第2章では、有力医療法人を多数顧客に抱えるYMG林会計の林所長と松嶋課長に、医療法人についてのベーシックな部分を解説いただきました。

1. 医療法人のお金の流れ

私たちは病医院で診療を受けた場合、窓口で健康保険証を提示することによって、医療費の一部を支払うだけで済みます。残りの医療費は、病医院が毎月、レセプト（診療報酬明細書）を作成し、保険者^{※1}へ提出することにより、診療報酬を請求します。その請求の2カ月後に、病医院に診療報酬が振り込まれる仕組みになっています。

病医院は、診療報酬がまだ振り込まれていない期間に、従業員給料など諸経費の支払いが発生するため、資金管理が大変重要になってきます。特に新規開業した病医院は、2カ月間資金が不足するので、運転資金の確保が必要となります。余談ですが、レセプト請求作業は収入を確保する上で大変重要な作業になりますので、セールスを行う際、病医院がレセプト請求作業を行う毎月10日前後は、ドクターへのアポインントは避けるべきです。

2. 医療法人の現状

医療法人は、一般企業と比べ未収入金が貸し倒れになる可能性は少なく、安定した経営が図れます。しかし、帝国データバンクの調査によれば、2009年度上期（4～9月）に倒産した医療機関と介護事業者の件数は、半期としては過去最高の計50件に達しました（負債総額は228億円で前年度

上期の1.4倍）。そのうち医療機関の倒産は30件で前年度の約2倍。比較的規模の大きな病院の倒産は減少傾向ですが、施設数増で競争が激化する診療所や歯科医院の破綻が増えているようです。これまで医療機関の経営は、景気に左右されにくい業種と見られていましたが、小規模なところは厳しさを増しています。

医療機関を取り巻く環境は、大きく変わってきていますが、個人クリニックの開業は、依然伸び続けています。医療法人に関しては、2007年は第5次医療法改正施行前のかげ込み法人化で、1年間に約2,300件増加しましたが、医療法改正による「出資持分あり医療法人」の新規設立が不可能となった影響により、2008年は約1,000件、2009年は約300件と、一時的に減少傾向を見せています。

しかし、所得税（個人クリニック）の「超過累進課税」から、法人税（医療法人）の「2段階比例税率」を適用することにより、税負担軽減効果があることや、院長のほかには院長夫人などの家族を理事にすることによる効果的な所得分散、理事退職時の退職金、生命保険や損害保険の保険料を損金にできるなど、医療法人には各種メリットがあり、今後も医療法人の件数^{※2}は増えていくでしょう。

3. 診療報酬の構成

診療報酬の構成要素は、「診療単価×患者数」です。一般企業においては、単価を自由に決めることができますが、医療機関においては、保険診療単価を自由に決めることはできません。国の制度で診療点数が決められているからです（ただし、自由診療については、単価を自由に決めることができます）。よって、診療報酬を増やすには、患者数を増やさなければなりません。

近年の開業ラッシュにより、近隣に競合病医院が増えている中、増患・増収は厳しい状況になってきています。ドクターにとって増患・増収対策は非常に悩むところです。

※1 保険者は、国民健康保険及び後期高齢者医療制度の被保険者の場合は、都道府県ごとに設立されている国民健康保険団体連合会。社会保険の被保険者の場合は、社会保険診療報酬支払基金となります。

※2 2009年3月現在、厚生労働省の調べでは4万5,396件の医療法人があり、「一人医療法人」はそのうちの3万7,878件で、医療法人全体の約80%を占めています。

第3章

ドクターマーケットの今後の動向と 医療法人の形態別保険提案

宮田昇税理士事務所 代表 税理士 ● 宮田 昇

民主党政権下における医療行政は今後、どのように変化していくのであろうか。あるいは第5次医療法が施行されたことによって医療法人の経営にどのような影響を及ぼしているのか。これらの動向を踏まえて、今後、ドクターマーケットをいかに開拓したらよいのだろうか。第3章では、医療法人の特徴に合わせた保険提案のヒントを交えて、税理士の宮田先生に解説いただきました。

1. ドクターマーケットの今後の動向

① 診療報酬の改定

先の総選挙で民主党政権が誕生してからというもの、連日のようにダムの建設問題をはじめとしたさまざまな政策に関するマスコミ報道がなされ、国民の政治への関心が高まっています。そして医療業界に対しては、2010年度の診療報酬改定分として、3,000億円程度を来年度予算で概算要求する方針が固められました。

特に労働条件も厳しいとされる救急医療や産科などを抱える大病院に対して手厚く保護をしていく方針のようです。ちなみに、この診療報酬は、2年に1度見直しが行われ、ちょうど来年がその改定期にあたります。

自民政権下では医療費抑制のためこの10年間は引き下げられ続けてきましたが、今回この要求が通れば、診療報酬が対2008年比で約4%引き上げられることとなります。ただし、診療報酬の引き上げは国民の負担増にもつながりますし、また、現時点では小さな診療所や歯科医院などの経営に影響を与えそうな部分についての方向性は明らかにされておきませんので、今後の動きが気になるところです。

(現在、いわゆる「事業仕分け」の対象になって議論が進められています)

② 診療科目による浮沈

未曾有の不景気の影響もそれほど受けずに、ますます順調な業界という先入観のあるドクターマーケットですが、

実際のところ、診療科目によって少なからず明暗が分かれている状況です。

一概には言えませんが、近年の傾向として、この不景気という要因以外にも少子高齢化社会を迎えて産科や小児科などは経営環境が厳しくなっているところが増えてきました。

逆に、お年寄り人口の増加に伴って、白内障や緑内障患者は増えていることなどから、眼科は比較的順調と言えるのではないのでしょうか。また、食文化の変化に伴って糖尿病患者なども増えていることなどから、循環器系のドクターも右肩上がり業績を伸ばしている傾向があります。

本来であれば高齢化社会の恩恵を受けても良さそうな歯科医院は、過当競争の影響もあって収入は思うように増えず、さらには診療報酬の引き下げもあり、経営の状態は芳しくありません。

そこで、収入が伸び悩んでいるドクターが、高齢化社会に対応すべく、まさに生き残りをかけて、「在宅医療」に力を入れ始めました。「待っていても患者が来ないのであれば自ら出かけて患者に会いに行く」という、まさに外回り営業をドクターもやる時代が到来したと言えます。

ただ、この動きが顕著になると、今までドクターとのアポイントが比較的取りやすい時間帯だった木曜日の午後や土曜日に、ドクター自身が外出をしているところが増えますので、ドクターに会える機会が少なくなるというデメリットが生じるかもしれません。

2. 医療法人の形態別保険提案

① 医療法人数の変遷

2007年4月に第5次医療法が施行された後、通常、個人開業医が法人化する場合には、出資持分の定めのない「基金拋出型医療法人」となります。この形態は従来にはない特徴として、せっかく苦勞して医療法人を大きくしても、医療法人内に蓄えられた財産は解散時に国等に帰属してしま

第4章

『お医者さん！この機会に保険を見直してみませんか？』を活用したドクターマーケット開拓

1級ファイナンシャル・プランニング技能士 ● 吉光 隆

このたび小社より発行された小冊子『お医者さん！この機会に保険を見直してみませんか？』（改訂版）では、開業医・医療法人の生命保険見直し方法が詳しく解説されており、この小冊子をドクターに読んでいただくことで、生命保険のニーズ喚起につながるようになっていきます。第4章では、『お医者さん…』の執筆者である吉光隆氏に、小冊子の活用と改訂版の特徴を中心に、これからドクターマーケット開拓をはじめるとあって、生保セールスパーソンが押さえておきたいポイントを解説いただきました。 ※小冊子の詳細は、目次の左隣ページの広告をご覧ください。

1. 保険セールスにとってのドクターマーケットの魅力

生命保険の営業にとって、ドクターマーケットは大きな魅力があります。その理由をいくつか挙げてみましょう。

①不況に強い業種

やはりもっとも大きな魅力は、現在のような景気低迷の時期においても「医業」は影響を受けにくいという点でしょう。高齢化が進む中、健康に不安を抱える人が増加していることも要因に挙げられます。また、新型インフルエンザのワクチン接種や治療など、売薬に頼れない部分はドクターの専門領域になることも理由の1つです。

②ターゲット数が多い

全国の医療施設が約17万6,000（09年3月現在）、医師数が約37万5,000（2006年12月現在）人もいて、このほかに看護師・薬剤師などを合わせると、非常に多くのターゲットがドクターマーケットにはいます。

③高額所得が多い

最もよく言われるのは、ドクターは一般の会社員に比べて高額所得であるということです。最近では中堅の病院や自治体が経営する病院等は経営難と言われていますが、ベッドを抱えない診療所は医師数も少なく、それだけ人件費がかからない分、収益につながりやすいと言えます。また、勤務医

（研修医を除く）の平均年収でもおよそ1,500万円近くになっています。

④付き合い加入が多い→見直しを提案しやすい

医業は地域に密着しないと経営できない業種でもあります。患者・先輩・大学の医局・嘱託医などから紹介を受けると、ドクターには生命保険加入を断れないという面があります。そのため、非常に多くの生命保険に加入していることが多いのです。これらの保険を「見直す」提案は、これからの大きな保険販売のポイントになるでしょう。

このように魅力的なドクターマーケットですが、ところが、ドクターはよほどのことでもない限り生保セールスパーソンには会ってほけません。というより、「会いたくない」というのがホンネでしょう。

しかし、なかにはドクターが相手をしたと思うような生保セールスパーソンも存在しています。それは、次のような人物像が考えられます。

1. 保険の押し売りをしない
2. 知識が豊富（ドクターが付き合いでも損をしないと思える人物。必ず新しい情報を届けてくれる）
3. 患者を紹介してくれる
4. 悩みごとを解決してくれる人脈が多い

上記のようなタイプの生保セールスパーソンになるための第一歩として、小冊子『お医者さん…』を活用してもらえれば幸いです。

2. 『お医者さん…』執筆の狙いと4年ぶり大改訂の理由

当初この小冊子は、全国でのドクターセミナーや、医師団体によるドクターへの毎月の相談業務を通して、ドクターに「正しい保険の加入の仕方」を知ってもらおう意図で執筆しました。と同時に、生命保険を販売する立場の人たちにも学んでもらうとともに、医師へ届けるツールとして活用してもらおうことも目的としていました。このたびの改訂