

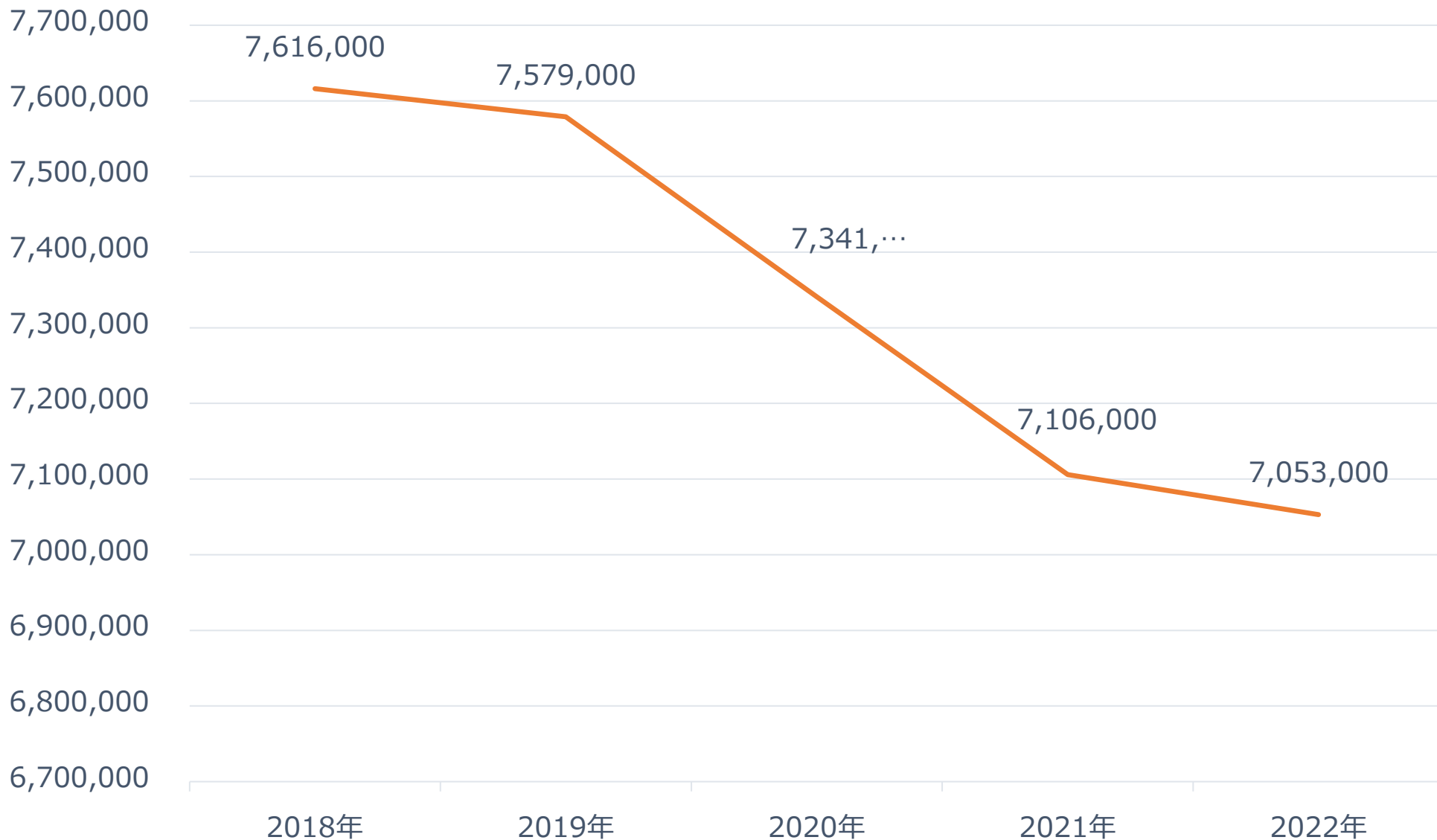
2024年 動物病院 時流予測

SUSTAINA

株式会社サスティナ マネージャー

黒澤 恵美

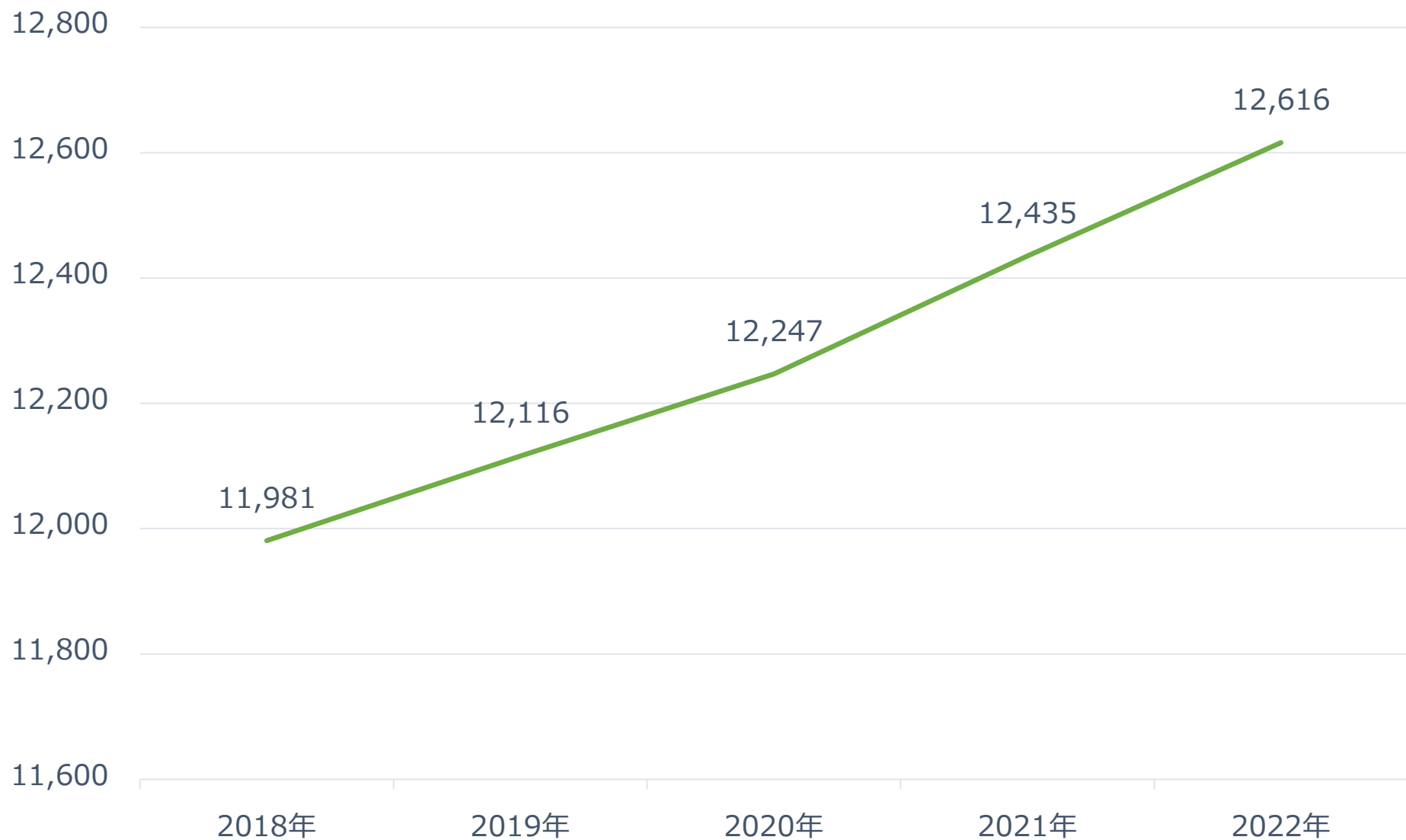
業界動向 - 犬の飼育頭数



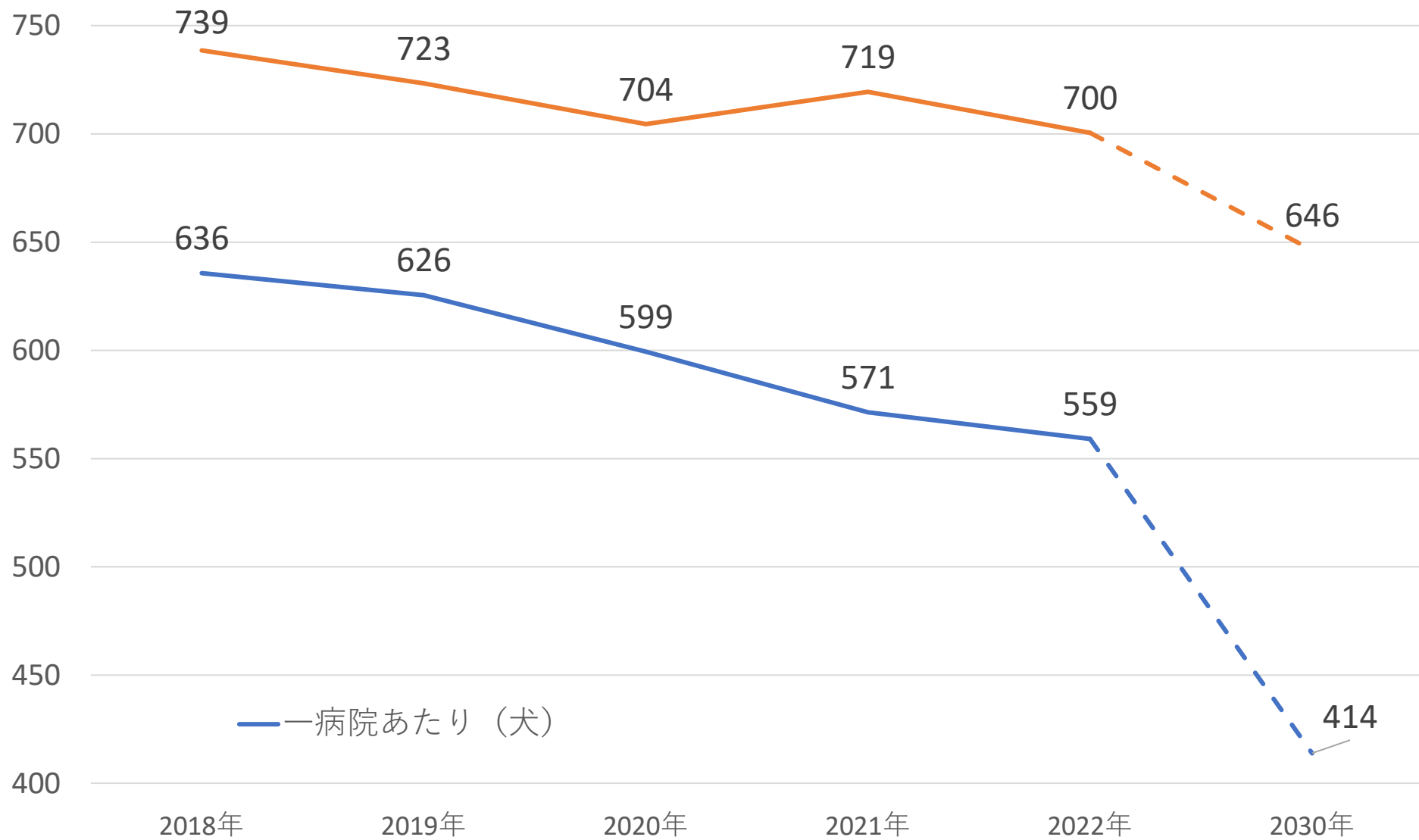
業界動向 — 猫の飼育頭数



業界動向 — 動物病院数



業界動向 — 1病院当たりの犬猫頭数



— 1病院あたり (犬)

一見、問題ないように見えるけど・・・
下記の病院様の「隠れた課題」、わかりますか？

	2021年	2022年	伸び率
年間売上	65,054,641	68,575,067	105.4%
年間来院数	8,176	8,580	104.9%

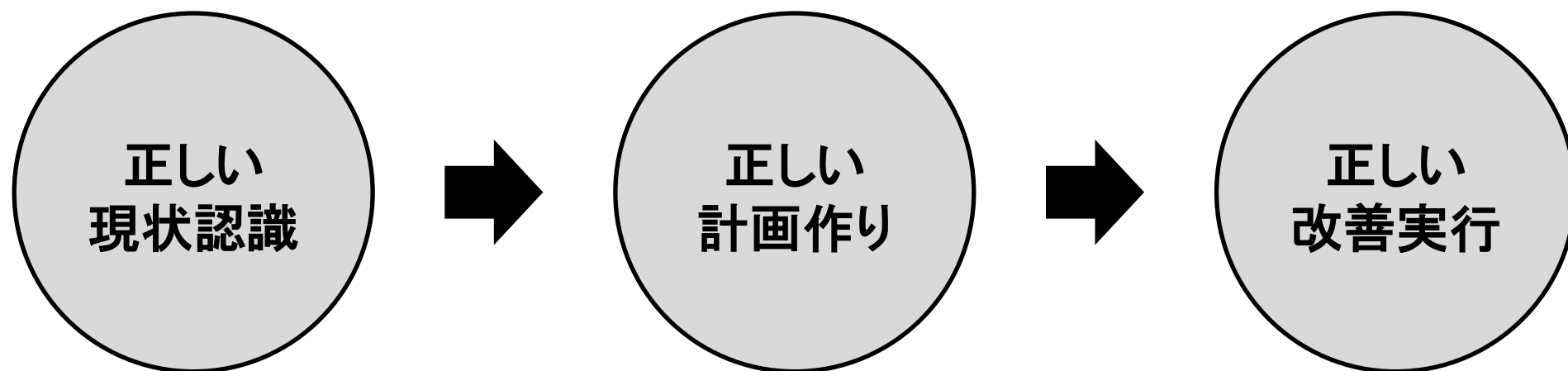
	2021年	2022年	伸び率
年間売上	65,054,641	65,249,805	100.3%

※ 2021年当時の料金で再算定した場合の数字

	2021年	2022年	伸び率
実来院数	1,341	1,293	96.4%

※ 期間内に来院歴のあるカルテ数

正しい動物病院経営のために必要なこと



現状分析 — 動物病院の経営体系

(1) 内部環境分析・調査

- ・院長・経営陣の哲学整理
- ・スタッフ・先生の意識把握(強み・弱みなど)
- ・カルテデータ分析(顧客分布、犬猫比率など)
- ・顧客データ特性分析(来院頻度、来院内容など)

(2) 外部環境分析・調査

- ・商圈(影響圏)分析(人口・世帯数伸率など)
- ・シェア率(自院カルテ / 潜在需要など)
- ・競合病院分析
(競合病院サービス 競合病院価格など)

自院の強み

自院の弱み

競合状況

市場のニーズ

(3) 方向性の決定 ⇒ 「誰に、何を、どのように訴求するか？」
⇒ 「どういったパーパスを設定するか？」

(4) マーケティング策

- ① 来院数増加策
- ② 来院回数増加策
- ③ 診療単価増加策

(5) マネジメント策

- ④ 採用
- ⑤ 教育
- ⑥ 評価
- ⑦ 組織階層化
- ⑧ 生産性向上

現状分析 — 課題の整理 & 方向性の決定(参考例)

① 自院の強み

- 来院頭数・回数共に、2カ年で増加傾向にある
- 来院頭数の80%は8歳以下の若～中齢が占めており、定着次第ではLTV（生涯価値）の最大化が見込める
- 皮膚、循環器関連項目の伸びが顕著である

② 自院の弱み

- 10歳以上の高齢動物での来院頭数が若干減少傾向にある
- 10歳以上の高齢動物での診療単価が減少傾向にある
- 開業以来10年間、診療費の改定をしておらず、原価上昇に伴う利益減少が想定される

③ 競合状況

- 半径3キロ圏内にある競合は7軒、半数は自院よりも規模が大きい
- 最も近い競合は獣医師数が6名、設備も整っていることから、高齢動物の転院が懸念される
- 広告宣伝に力を入れている競合は1軒のみ
- 診療科目についてWEB上で訴求を強化している競合は存在しない

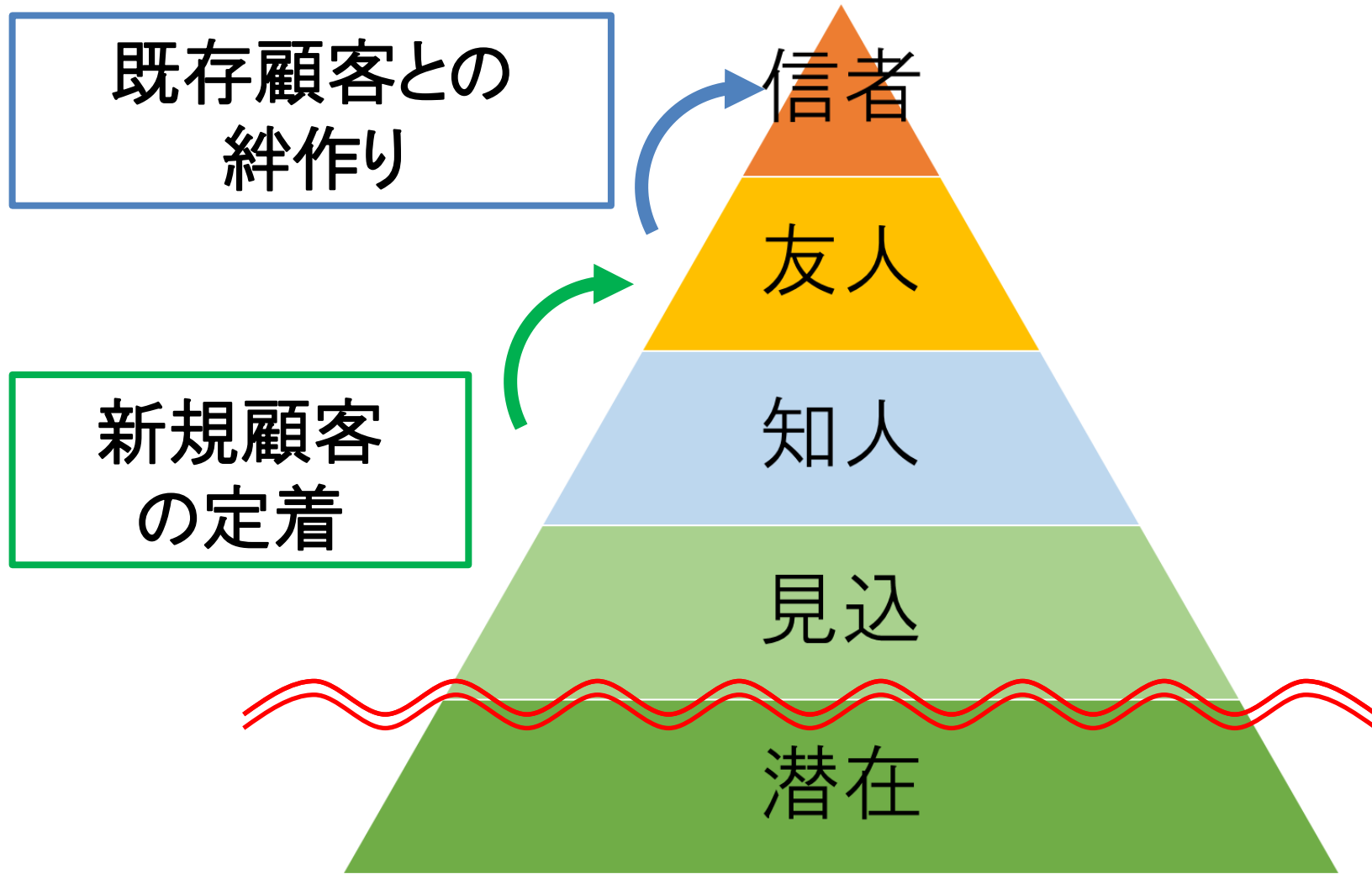
方向性の決定

④ 訴求の方向性

- 若年齢の来院が多いため、予防・健診などの基本項目はもちろん、伸びている皮膚疾患・循環器疾患（予防も含め）の訴求を行う
- 高齢期の転院を防ぐため、8～10歳の動物との関係性強化を行う
- 高齢期での実績などを改めて既存飼い主へ訴求を行う
- 仕入れ原価計算を行い、適切な価格へと改定

⑤ 具体的施策について

- 年間2回の健康診断時に皮膚と循環器の簡易チェックを併せて実施、自院での当該分野での取組を紹介する
- 病院のLINE公式アカウントを開設し、得意科目（皮膚・循環器）のコラムを定期配信、また高齢期での取組例についても発信
- 皮膚と循環器の特設ページをHP内に開設、Google広告にて足元診療圏へ広告を配信



0-3歳

・予防での初診が多い

⇒ 予防継続の導線作り

4-6歳

・病気でないので来院する理由がない

⇒ ケア・未病の訴求

7-9歳

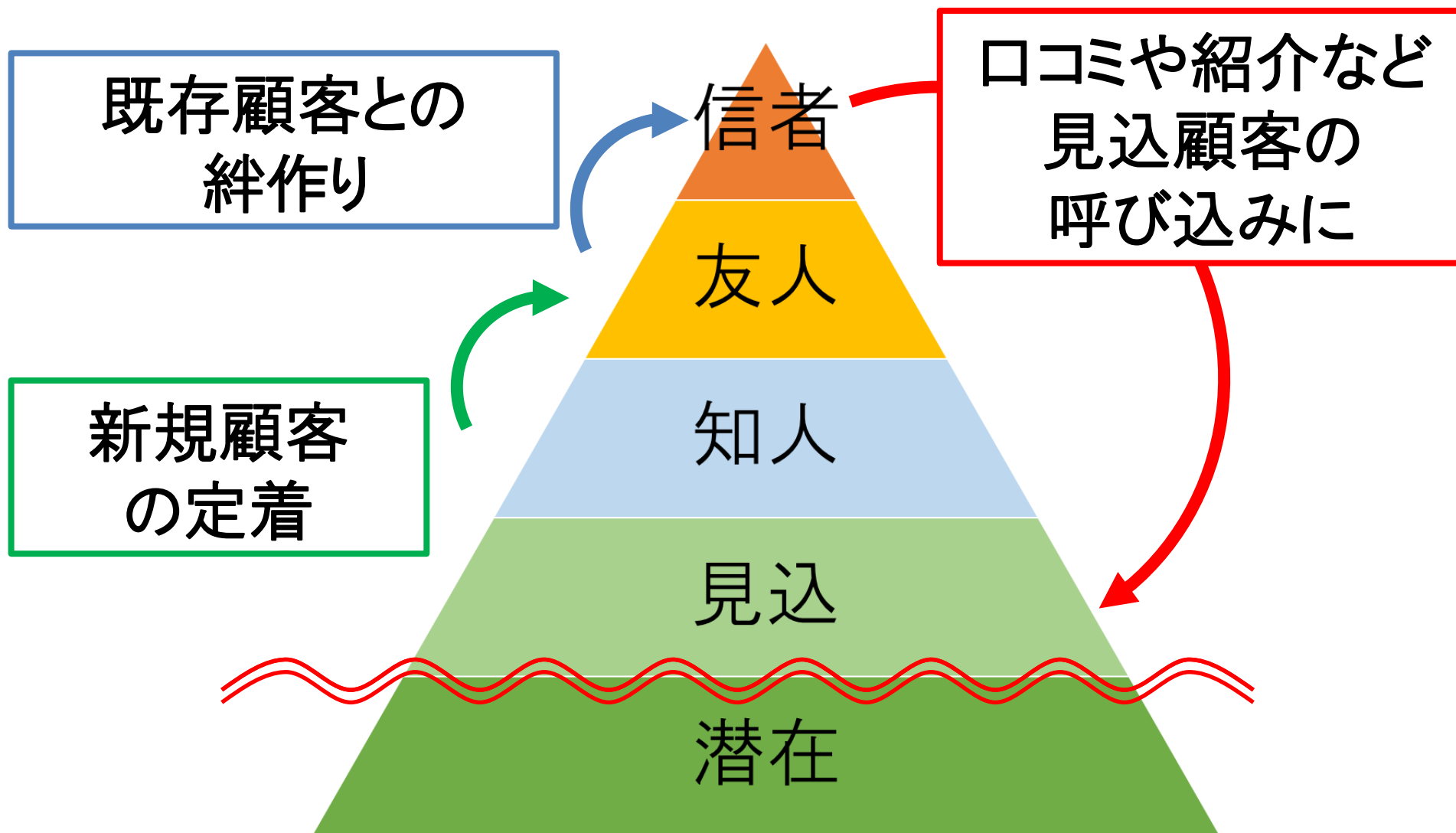
・治療での初診が多い

⇒ 成果や結果の実感

10歳-

・通院に関する不満・不便を解消する

⇒ 顧客体験価値の向上



働き甲斐

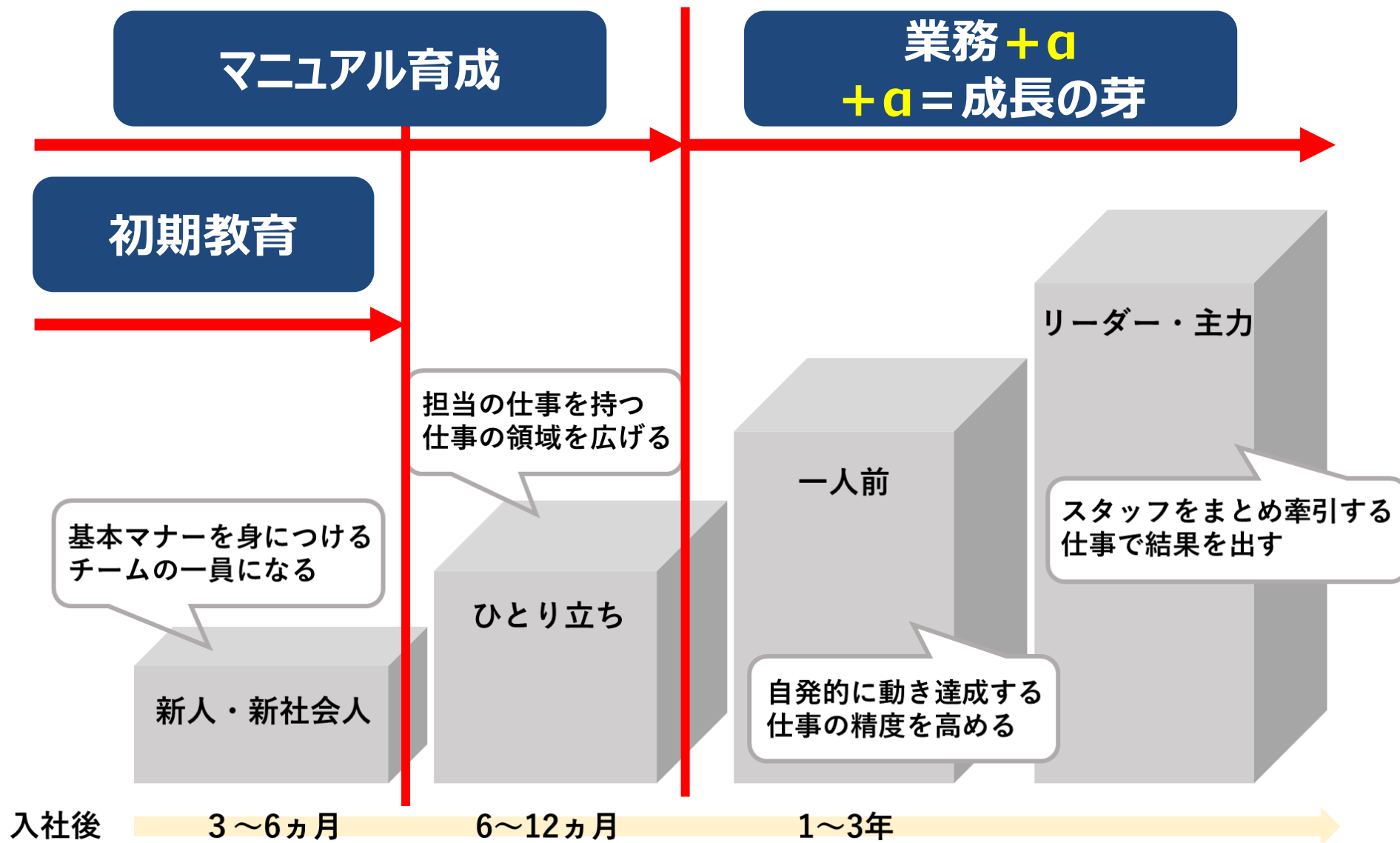
 **働きがい** ⇒ **教育**

業務内容・スキルアップ・新しい挑戦

 **働きやすさ** ⇒ **評価**

給与・福利厚生・人間関係

働きやすさ



可視の領域

やり方

不可視の領域

あり方

