



「季刊CMS」を手にするアップパートナーズグループの菅 拓摩先生（写真左）と制作担当の高尾夕紀氏（同右）

アップパートナーズグループが発行する情報誌「季刊CMS」が広げる 医療機関との信頼の輪

アップパートナーズグループ（福岡県福岡市）は、病院・クリニック向けに情報誌「季刊CMS」を発行している。同誌は活躍する医師へのインタビューや、税制・助成金など医院経営に役立つ情報をまとめた情報誌で、福岡・佐賀・長崎の病院・クリニックへ5000冊以上無料配布している。同誌の発行は、顧問先の病院・クリニックへの情報提供や関係強化になると同時に、新規顧客開拓の大きな足がかりとなっている。取材した医師からの解約はゼロ、紹介も多数得ているといい、会計事務所が取り組むメディア・媒体活用の成功事例として注目される。本稿では、アップパートナーズグループ代表の菅拓摩氏と、季刊CMSの制作を担当する高尾夕紀氏に、制作の意図や手応えについてお話を伺った。

（取材・江面洋治、撮影・関征士）

ウェブの情報は流しても 紙の情報は読む

—— 本日は、オウンドメディアである病院・クリニック向け情報誌「季刊CMS（Clinic Management Solution）」を発行しているアップパートナーズグループの菅代表と、制作を担当している高尾さんにお話を

伺います。まずは、「季刊CMS」創刊の経緯や背景についてお聞かせください。

菅 記憶を辿ると、コロナ禍に入る少し前だったかと思います。「クライアント向けに助成金や税制の話、また頑張っている事例を紹介できたらよいね」という軽いアイデアからスタートしました。最初はウェブ発信でもいいかと思っていましたが、やはり紙として手に取ったほうが記憶に残るのではないかという思い

もありました。創刊の時期はちょうどコロナ禍と重なり、創刊号では助成金関連の記事を多く掲載しました。

その後、顧問先だけでなく、地域の全てのクリニックに読んでほしいと思ったので、もうすぐ20号を発行しますが、今でもあって自社のPRはほとんど入れず、情報提供中心の誌面構成としています。

—— 紙媒体を選んだ理由を教えてください。

菅 私自身も様々な情報を受け取りますが、

ウェブだとほぼ流し見で終わってしまいます。しかし紙で届くものは意外と目を通すんですよね。だからこそ、紙なら読んでもらえるのではと思い、こだわりました。

—— 「季刊CMS」は上質な紙を使われていますね。捨てづらい印象です。

菅 紙質についてはデザイナーからの提案でよいものを採用しましたが、思いのほか多くのドクターから紙質について言及がありました。「季刊CMS」のことを「いい紙を使っているあの雑誌」と言ってくださる方が多く、「皆さん本当に紙質に目が向くのだな」と驚きました。私自身もそこは発見でしたね。

病院・クリニックに 5万500冊を配布

—— 「季刊CMS」は福岡・佐賀・長崎を中心に配布していると伺いましたが、現在の配布数はどのくらいでしょうか。

高尾 今はおよそ5万500冊になっています。年に1回リストを見直し、新しく開業された医院にも届くようにしています。

—— 実際に受け取った読者や掲載された医

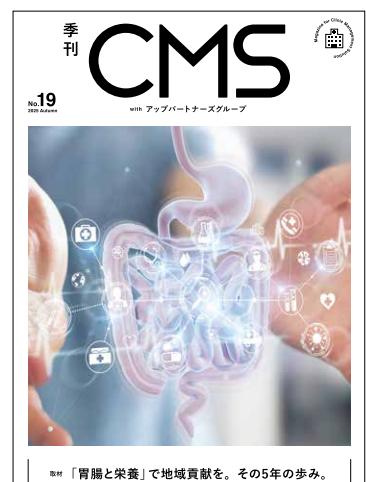
院からの反響はいかがですか。

菅 先日、スタッフを通じてアンケートを行ったのですが、「見たよ!」と知り合いのドクターから声をかけていただき、少し照れくさく感じながらもうれしい気持ちになりました」「知っている先生が載っていると話題になり、次号では誰が掲載されるのか楽しみにしている」といった声を頂いています。

—— 医師の先生方が、「季刊CMS」に載されることを楽しみにされているのですね。掲載されると、「見たよ!」「すごいね!」といったメッセージが、お知り合いの先生方からたくさん送られてくるようです。することに、菅先生はどのような価値を感じますか。

菅 新規営業の際に初めて伺ったクリニックでも、「季刊CMS」を院内に置かれていることが多いです。私が誌面に登場していることもあり、「取材している」本人が来たんですね」と言われることもあります。最近では、新規訪問先の約半数で「季刊CMS」が置いてある印象です。また、初対面の先生からも、「以前勤務していた医院で読んでいました」と言っていたことがあります。

季刊CMS〔上から創刊号（2020年秋号）、7号（2022年夏号）、19号（2025年秋号）〕



——記事作成から校了に至るまでの工程で特に苦労されるポイントはどこでしょうか。
高尾 医師の先生方は、とても丁寧に記事を確認してくださる方が多い印象です。なかには、十分な確認期間を取りたいとおっしゃる先生もいらっしゃいます。

締め切りに間に合わない場合は、担当者を通じてご状況をうかがうこともあります。菅

医師の取材ならではの大変さ

つになつてゐる感ひますし、取材した先生
から新たなご紹介を受けることも増えました。
また、「季刊CMS」に登場してくださつ
た先生で、顧問契約が解約となつたところは
今のところありません。

「すでに知っている」という関係性ができるので、最初のハードルが下がった状態で面談や商談を始められるのが大きいです。

—— 「季刊CMS」をきっかけに、新しい顧問契約につながることはありますか。

「と私が以前に『表現』問題がなかないか」
クしたうえで原稿をお送りしていますが、それでも赤字で細かく修正を戻されるケースが多いです。それだけ記事の印象や内容を大切にされているということで、むしろ熱心に向き合っていただけるのはありがたいと感じています。「適当にお任せします」と言われる先生はいらっしゃいません。

特化型情報誌 他事務所との差別化に成功する

——「季刊CMS」は医業に特化した情報誌ですが、このような特化型媒体を利用するするメリットについて教えてください。

菅 まず、日常的に本や文章を読むことが習慣となっている業界だと、より効果を發揮しやすいと思います。業種で言えば、福祉や介護の分野などは特に有効かもしれません。経営に課題を抱えていらっしゃる方々も多いので、税制を含むさまざまな情報を発信できる場として適していると感じます。建設業も効果が期待できそうですね。

——高尾さん、ご担当として「季刊CMS」の発行に対する思いをお聞かせください。

確かに費用はかかりますが、そのぶん差別化できる点も大きいです。情報誌発行に投資ができる事務所と、そうでない事務所の違いが明確になつてきます。

当社も情報誌発行は、最初のうちは相当なチャレンジでした。しかし、今振り返ると大きなプラスになつていると実感しています。

―― 本日は貴重なお話をありがとうございました。アップパートナーズグループと「季刊CMS」の今後ますますのご発展をお祈り

高層　つい最近も取材した分ないとでもおっしゃる方で、お忙しい中お時間いただき、会食にも招待していただきま
した。私もそこまで喜んでいたので大変うれしく思いましたし、また、社内で実施したアンケートでも「営業活動にとても役立つてある」という声が多数寄せられています。今後も発行時期を見越した企画の立案など、読
んでいただける工夫を考えていきたいですすめます。――最後に菅先生に、読者の皆様へ向けたメッセージをお願いします。

六三十七

と私が以前は「表現」問題がないか」で、

高尾
つい最近も
取材した先生にとても