

超高齢化社会

オーラルフレイル

インプラントの減少

口腔機能管理加算

患者様の口腔機能を回復させ、
“真に噛める喜び”を提供できる歯科医院へ

高付加価値義歯

0件 → **7件/月** 以上の

成約を成し 遂げた方法



TOPIC

1

相談数の最大化

患者特性に合わせた最新の
義歯マーケティング

TOPIC

2

成約数の最大化

無資格スタッフでもできる
義歯カウンセリング方法

TOPIC

3

生産性の向上

歯周病治療・リベース・リラインを
絡めた生産性向上施策

ゲスト講師

医療法人社団 NWC
なかやま歯科医院
理事長

中山 貴博氏

問い合わせが0件だった私の歯科医院が、高品質な
義歯を患者様から求められるようになった理由



成功レポート

すが歯科
クリニック
院長

須加 敦雄氏

院長に頼らないスタッフカウンセリングで、
高品質な義歯が毎月成約している秘訣



主催



明日のグレートカンパニーを創る

義歯治療収益向上セミナー

お問合せ No.S041269

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10 船井総研大阪本社ビル

TEL 0120-964-000

平日
9:30~17:30

FAX 0120-964-111

24時間
対応

内容に関するお問合せ：斎藤 / 申込みに関するお問合せ：星野

WEBからもお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索窓に右記の「お問合せ No」をご入力ください) **041269**

～本書を皆様にお届けしたきっかけ～

本書をご覧いただきありがとうございます。

現在、私ども（株）船井総合研究所のコンサルタントは、都市圏から地方圏まで、全国各地の歯科医院様をご訪問させていただいております。その中で、義歯に関するお悩みを数多く耳にして参りました。

例えば、

「技術があれば患者様は来てくれると思ったのに、なかなか来院いただけない・・・」「保険の義歯ばかりで、本当に素晴らしい自費の義歯を選んでいただけない・・・」「価格を理由にお断りされているから、この地域で自費の義歯は厳しいのかな・・・」「なかなか自費の義歯は出ないのに、院長のコンサル時間ばかり取られる・・・」

といったお悩みでございます。

そして、先生だけではなく患者様からも、義歯に関するお悩みを伺って参りました。

「義歯が合っておらず、痛くて噛めない・・・」

「違和感があって、付けたくない・・・」

「義歯にしてから食べられない物が増え、食事が楽しめなくなってしまった・・・」

お話は変わりますが、2018年現在の日本の人口は約1億2,700万人で、そのうち約25%は高齢者です。2060年には、日本の人口は約9,000万人まで減少し、そのうち高齢者が占める割合は、なんと約40%になると予測されています。

高齢化が進むこの日本において、義歯治療は非常に重要な意味を持ちます。実際には、素晴らしい技術をお持ちの先生は多数いらっしゃいますが、その技術を生かし切れているかというと、そうではありません。先生は「技術を生かしたい。患者様により良い治療を提供したい」、患者様は「今までのように食事を楽しみ、健康に長生きしたい」と考えていると思います。

本書には、そんな先生と患者様の橋渡しになりたいという想いが込められています。

この度、弊社の歯科チームが総力を挙げ、弊社クライアントである歯科医院様の事例を集め、そのノウハウを体系化いたしました。このノウハウが実践され、より多くの先生、患者様の想いが実現することを願っております。

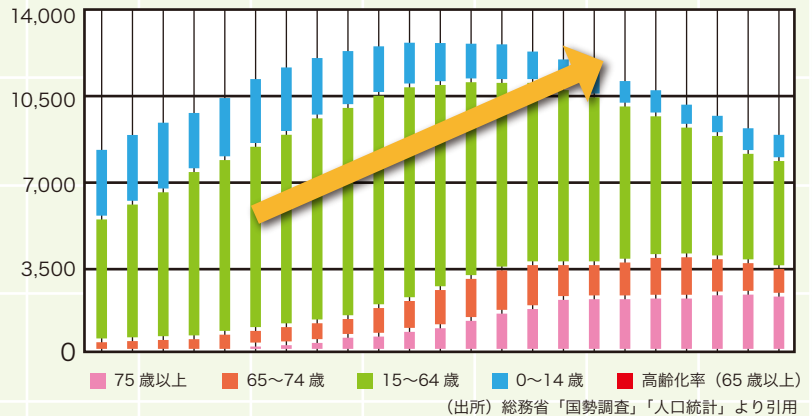
次のページより、弊社が推奨する「義歯マーケティングモデル」をご紹介します。是非、ご覧ください。

株式会社 船井総合研究所
医療支援部 高度治療チーム チームリーダー
小川 純平

超 高齢化社会 を迎える今、 自費義歯 市場が拡大する

2025年には、日本人の**3人に1人が65歳以上**という未曾有の超高齢化社会に突入します。歯科業界に目を向けると、単に虫歯や歯周病を治療するだけではなく、「食事や会話ができる」という口腔機能の回復が重要となっていきます。そのためには、「よく噛め、外れにくく、会話が楽にできる」といった患者様のニーズを満たす義歯、つまり自費義歯の普及が欠かせません。つまり、高齢者の口腔内を健全にし、口腔機能を改善・維持するために、**自費義歯市場の拡大が見込まれる**ということなのです。

2060年までの人口動態

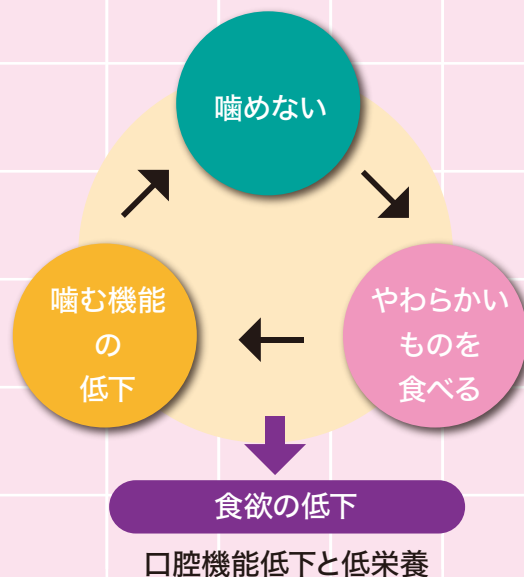


オーラルフレイル予防で 自費義歯 が注目されている

社会の超高齢化に伴い、オーラルフレイルという概念（口の中（オーラル）の機能が低下することによって、からだの衰え（フレイル）に繋がっていくという考え方）が台頭してきました。

昨年の診療報酬改定で、高齢者のオーラルフレイルを食い止める目的として、咀嚼能力検査が保険点数として正式に算定できるようになりました。

今後、**自費義歯のニーズは更に高まり**、自費義歯を扱っている歯科医院が患者様や国からも必要とされていくことは自明の理といえるのではないのでしょうか。



船井総研が推奨する 義歯マーケティング モデルとは？



Consultation

TOPIC

1

相談数の最大化

**咀嚼能力検査や、Web マーケティングを活用し、
患者様の特性に合わせた最新の自費義歯マーケティング**

患者特性を3つのタイプに分け、それぞれに適したアプローチを行います。
咀嚼能力検査等を用いた保険義歯患者様のカウンセリング誘導や、
顕在化したニーズをいち早く捉える Web マーケティングを行います。

Conclude

TOPIC

2

成約数の最大化

**院長に頼らず、資格のない歯科助手スタッフでもできる
自費義歯カウンセリング方法**

自費義歯の成約へと結びつけるスタッフ主体のカウンセリングを
行います。様々なツール等を用いることで歯科助手スタッフでも
安定的な成約を見込むことが可能です。

Earning

TOPIC

3

生産性の向上

**自費義歯の収益にお悩みの医院は必見の
歯周病ケア治療・リベース・リラインを絡めた生産性向上施策**

品質の良い自費義歯の場合は、技工料等が高額であるため、
売上は一時的に伸びても、利益が残りにくいという側面があります。
そのため、カウンセリングの際に、自費の歯周病ケア治療等を併せて提案し、
生産性の向上を図ります。

TOPIC

1

相談数の最大化

～最新の高付加価値義歯マーケティングとは？～

患者層を3分割し、 それぞれに対する アプローチを行う

短期間で成約数を増やす施策 ～全体像～



相談数の最大化

～最新の高付加価値義歯マーケティングとは？～

TARGET

1

保険義歯に**不満・不便を感じ、すぐにでも換えたい**と
考えている方（あるいはその家族）

今の保険義歯が合わなくて困っている、外れにくい義歯がないか探している、という見込み患者様（自費義歯へのニーズが顕在化している患者様）に、web マーケティングによるダイレクトな集患を行います。具体的な web マーケティングの方法としては、義歯の専門サイトを制作し、義歯専門サイトからの問い合わせを増やす施策を行います。さらに、義歯専門サイトへの流入を増やすために、広告の運用を行い、定期的に義歯サイトの効果測定を実施します。

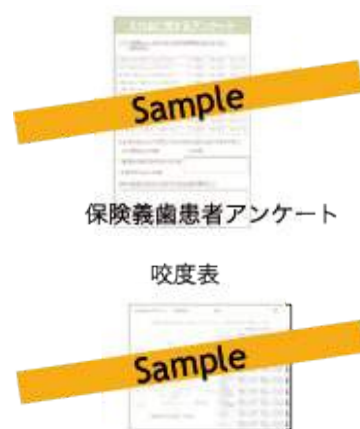


TARGET

2

現在、保険義歯を使っており、**不便をガマンし、換えたい**と
思っている方

保険義歯を使用しており、「義歯が合わない」「外れやすい」などの悩みを持たれている方のニーズを顕在化させて、自費義歯への誘導を行います。今のお悩みに関するアンケートを使い、それを元にスタッフがカウンセリング（お悩みのヒアリングを中心に）を行い、詳細な院長カウンセリングへ誘導します。その際に、咬度表を活用し、患者様が「どの程度食べられるようになりたいか」というニーズも引き出します。また咀嚼能力検査を薦め、客観的な指標を患者様に提示して、自費義歯への転換を勧めます。



TARGET

3

今後欠損治療を控えており、**“審美性・安定性のよい治療”**
の優先順位が高い方

「義歯には保険の義歯しかない」と考えている患者様は多いものです。そうした患者様に、まずは、保険以外の義歯があることを患者様に訴求します。方法は、ポスターやチラシ、チェアサイドのモニター動画などの販促物を院内に掲示することです。情報発信をする対象者は、下記の方々です。

- ・欠損している方（今後、義歯治療を選ばれる見込みのある方）
- ・すでに保険義歯を使用している方

それぞれの対象者に向けて、販促物で訴求する内容を変化させ、自費義歯の認知拡大を目指します。



成約数の最大化

資格のないスタッフでもできる義歯カウンセリング方法とは？

Q1 実際にスタッフはどのようなカウンセリングを行うのですか？

欠損治療を行う段階で欠損カウンセリングを行います。その際に、“今後、義歯の治療に移行する可能性が高い義歯予備軍患者様” に対しては「義歯カウンセリング」を実施します。専用のカウンセリングスライドと、ミーティングの中で作り上げたカウンセリングのトークフローに沿って、カウンセリングを行います。また、保険義歯患者様へは咀嚼能力検査結果に基づくフィードバックを行い、咬度表等を用いて、自費義歯への誘導カウンセリングを実施します。



カウンセリングトークフロー



欠損カウンセリングスライド

Q2 スタッフのカウンセリング教育は？

定期的な義歯に関する勉強会を開催します。時には技工所の方を招いて、それぞれの義歯の費用や特徴（強度・材料・寿命耐久年数・装着感・鉤歯への影響・発音・短所・修理について）、保障の有無、完成に要する期間、通院回数といったことをスタッフ全員が学ぶことができる体制を整えていきます。

Q3 院長は本当にカウンセリングを行わないのですか？

基本的に院長はカウンセリングを行いません。スタッフがカウンセリングをしたうえで、どうしても決断に迷っている患者様にのみ、背中を押してあげる意味合いで院長が短時間のカウンセリングを行う場合がございます。なぜこうした体制が可能なのかというと、それぞれの義歯の費用や特徴（強度・材料・寿命耐久年数・装着感・鉤歯への影響・発音・短所・修理について）、保障の有無、期間、完成に要する期間、回数といった内容は、院長でなくとも患者さまに説明できるためです。

生産性の向上

歯周病ケア治療・リベース・リラインを絡めた生産性向上施策とは？

Q1 確かに自費義歯は良いと思うのですが、経営面で収益が気になります。

義歯を得意としている先生方から、お悩みとして、「高品質な自費義歯を積極的に勧めたいが、どうしても技工料や材料費を含めると、2,30万円以上する義歯も多く、経営的な観点から勧めづらい。」ということをお伺いします。確かに良い品質の義歯を求めれば求めるほど、それに伴って技工料や材料費が高くなっていき、結果として患者様へ提供する義歯本体の価格も自然と上がってしまいます。

義歯本体の価格が高すぎてしまうと、患者様からの反響や問い合わせは極端に減ってしまいます。そのため、いかに提供している義歯の価格を抑えながら、一方で経営を成り立たせる施策を講じていくのかを考える必要があります。



Q2 義歯 × 歯周病ケア治療による生産性向上施策とは？



新たに欠損をしてしまった患者様で、自費の部分義歯を選択された患者様に対しては、自費の歯周病ケア治療を勧めます。自費義歯の種類によっては、増歯や増床ができない（難しい）義歯もあるため、その旨をお伝えすることにより、残存歯に対しての自費の歯周病ケア治療も同時に成約することができます。

Q3 義歯のリベース・リラインを利用した生産性向上施策とは？

患者様の中には、「今の義歯をそれなりに使っているが、もっとより良くしたい。（ただ何十万円もするような自費義歯は考えていない）」という患者様もいらっしゃいます。そういう患者様に対しては、リベース・リライン（自費）を提案します。この施策はドクター 1 時間あたりの生産性が非常に高い施策です。リベース・リラインに関しては、ゲスト講師である中山先生にセミナーでご解説いただきます。

当日のセミナーにて詳細を大公開！



すが歯科クリニック
院長
須加 敦雄氏

実績がゼロの状態から義歯特化型医院へ
「そんなの絶対無理でしょ？」と
最初は思いました。

なぜ義歯マーケティングに取り組もうと思われたのですか？

須加先生

船井総研さんの経営研究会に参加した際に、ある技工所さんのプレゼンを見たことがきっかけとなりました。プレゼンの中で、実際に自費義歯を装着した患者さんのインタビューを流されており、「うちの医院でもこういう義歯ができれば、患者さんが喜ぶだろうな。」と思ったのです。

船井(小川)

つまり、当初は自費義歯の実績はほとんどない状態からのスタートということでしょうか。

須加先生

はい。ですから、担当のコンサルタントの方から「月に〇症例目標にしましょう。」と言われても、「そんなの絶対に無理でしょ？」と、最初は思いました。そもそも実績もないので、どのタイミングでカウンセリングをするのか、どうやってカウンセリングしたらいいのか。治療期間は？費用は？と、本当に何も分からない状態でした。

実績ゼロの状態からどのようにして義歯特化型医院へ 転換していったのでしょうか。

須加先生

当然ですが、私自身は自費義歯の勉強をしましたが、同時に院内体制の整備を行ってきました。院内には至るところにポスター等の掲示物や患者さんにお渡しするパンフレット等がございます。やはり、まずは患者さんから認知されるということが最も重要かと思えます。また、義歯の勉強会を技工所さんを招いて行ったり、スタッフにも協力いただき、私以外のスタッフが義歯のカウンセリングを積極的に行える体制を整えていきました。



現在は月の成約数はどのくらいでしょうか。

須加先生

少なくとも、週に1件はコンスタントに成約しているといった状況です。多い時には月に7件の成約をしたこともあります。自費義歯を選んでくださった患者さんはどの方も満面の笑みを浮かべてくださり、本当にこの義歯マーケティングに取り組んでよかったと思っています。

船井(小川)

本日は有難うございました。貴院の益々のご発展を願っております。

医療法人社団 NWC
なかやま歯科医院
理事長
中山 貴博氏

最先端の義歯マーケティングを展開
安定した収益性を実現させる
その手法とは？

なぜ義歯マーケティングに取り組もうと思われたのですか？

中山先生

義歯のマーケティングに本格的に取り組み始めたのは約 5 年くらい前になるのですが、私自身が以前に歯科技工士をしていたこともあり、当時、精密義歯のセミナーに参加したことがきっかけで、義歯を極めようと思いました。

まず義歯マーケティングで取り組まれたことは何ですか？

中山先生

義歯を極めようと思ひ、まず船井総研さんに「何とか技術は高めるから患者様にこの価値を伝える方法はないか」とご相談させていただいたところ、Web に関するご提案をいただきました。ホームページを作ったところで、本当に患者様からの問い合わせが増えるのか。ホームページで効果を得られていない医院さんも多くあると知っていたので、当初は非常に不安でした。

船井(小川)

Web マーケティングの施策の結果はいかがでしたか？

中山先生

ホームページはおおよそ 3 ヶ月程度で完成し、一般公開いたしました。公開してから、最初の 1 ヶ月間くらいは反響がとて少なくて不安でした。しかしながら、2 ヶ月が経とうとしていたところに、Web からの入れ歯の問い合わせが急激に増え始め、今までは全くなかった相談が来るようになりました。結果、コンスタントに月 8 件のお問い合わせがあり、多いときには月 6 件の自費の総義歯を成約することもできるまでになりました。

最近、義歯マーケティングで取り組まれていることは何ですか？

中山先生

ここ最近では、以前よりも欠損の少ない患者さんが増え、総義歯を求める患者さんよりも、部分義歯を求める患者さんが増えています。部分義歯の方の多くは他の残存歯に問題を抱えていることも多いため、当院は自費の部分義歯を勧めるとともに、自費の歯周病ケア治療をご提案させていただいています。また、既存義歯のリベース・リラインといった提案を行っており、「今の義歯をもう少しだけ使いやすくしたい」というニーズにお答えできる体制を構築しています。

船井(小川)

有難うございます。セミナーでもそのあたりのお話を詳しくお聞かせいただけますと幸いです。

医療法人社団 NWC 様は
「ビジネスフラッシュ 2nd Stage
～企業が輝くとき～」
にご出演されています

チバテレビ系列 2017 年 6 月 17 日(土) 放送



なかやま歯科医院 院長
中山 貴博



こちらを Check !

コンサルが
解説

義歯マーケティングモデルに 成功したポイント！

すが歯科クリニック様の場合



(株) 船井総合研究所
医療支援部 高度治療チーム
チームリーダー
チーフ経営コンサルタント

谷口 竜都
(たにくち・りゅうと)

すが歯科クリニック様の場合は、保険義歯を装着されている患者様へ積極的にカウンセリングを行うことで、自費義歯へのニーズを最大化しています。Webマーケティング等の狩猟型マーケティングに依存しない方法をとっているため、収益も安定的に確保できています。またカウンセリングも院長自らが行うのではなく、スタッフ(歯科助手)さんが主体となって行っていることも重要なポイントです。

CASE01

医療法人社団 NWC 様の場合



(株) 船井総合研究所
医療支援部 高度治療チーム

齋藤 真緒
(さいとう・まお)

医療法人社団 NWC 様は、数年以上前から、積極的に義歯マーケティングに取り組まれております。現在では義歯治療をきっかけとした歯周病ケア治療や、先生ご自身の技工士時代の経験から得られた義歯のリベース・リラインといった知識を使い、一步先を進んだ義歯マーケティングモデルを構築しています。

CASE02

最後に

本書をご覧いただき、誠に有難うございます。

弊社では、これまでに自費義歯患者様の“集患”に関するセミナーを何度か行ってまいりました。内容として、2年前は Web マーケティングを駆使した狩猟型のマーケティングについて、去年は院内カウンセリングを駆使した既存患者様のニーズ最大化についてお話しさせていただきました。今年に関しては、“集患”の観点のみならず、義歯治療を医院の新たな柱にする方法として、新たに“収益性”の観点も加えたセミナー内容となっております。

歯科医院経営は決してボランティアではございません。患者様へ最善の治療を提供するという社会的意義(“社会性”)とともに、自院の経営を安定・向上させるための“収益性”も同時に考えていかなければなりません。

今回、弊社の義歯マーケティングモデルの集大成をお話しできればと考えております。少しでもご興味のある方は、是非ともセミナーにご参加いただけますと幸いです。皆さまに当日お会いできることを楽しみにしております。

株式会社 船井総合研究所
医療支援部 高度治療チーム
チームリーダー
小川 純平



義歯治療収益向上セミナー開催

東京

5月19日(日)
13:00~16:30

開催場所
(株)船井総合研究所
東京本社

大阪

5月26日(日)
13:00~16:30

開催場所
(株)船井総合研究所
大阪本社

歯科業界の最新時流について

第1講座



(株)船井総合研究所 医療支援部 高度治療チーム
チームリーダー
チーフ経営コンサルタント
谷口 竜都 (たにぐち・りゅうと)

中央大学 法学部法律学科卒業。2016年に、株式会社船井総合研究所に新卒で入社。最優秀新人賞を受賞し、最速で管理職に昇進。建設業や環境メーカーなど BtoB から、歯科医院などの BtoC と多岐に渡ったコンサルティングノウハウを学び、現在は歯科医院を専門としている。集客・固定化・単価アップのマーケティングから、採用・教育・評価・定着・組織化のマネジメントと、歯科医院経営の総合的なコンサルティングを行っている。

自費義歯強化による収益性向上の成功事例

第2講座



医療法人社団 NWC
なかやま歯科医院
理事長
中山 貴博 (なやかま・たかひろ) 氏

千葉県松戸市に、なかやま歯科医院、ごこう東口歯科クリニックの2院を開業している。元歯科技工士という経歴から、義歯に特化したマーケティングを展開。義歯特化マーケティングに取り組んでから、3年間で業績を3倍に伸ばす等、驚異的な成長を続けている。

ゲスト
講座

義歯治療強化による収益性アップの秘訣

第3講座



(株)船井総合研究所 医療支援部 高度治療チーム
齋藤 真緒 (さいとう・まお)

立教大学 経済学部経済学科卒業。船井総合研究所に新卒で入社後、歯科業界からリフォーム業界、不動産業界と様々な規模のクライアントをコンサルティングしてきた。その中でも主に Web を活用した手法を得意とし、歯科業界では集患や自費率向上、リフォーム業界では採用の Web ノウハウを築き上げた。現在は、歯科医院専門コンサルタントとして「院長に寄り添った」スタイルで全国の歯科医院をコンサルティングしている。

本日のまとめ 明日から行っていただきたいこと

第4講座



(株)船井総合研究所 医療支援部 高度治療チーム
チームリーダー
小川 純平 (おがわ・じゅんぺい)

立教大学法学部卒業。船井総合研究所 最優秀新人賞。入社後は主に集客(集患)・採用の Web マーケティングに従事。Web マーケティングにおいては社内トップクラスの知識・ノウハウを有しており、歯科専門コンサルタントでありながら、他の業界からの引き合いも多く、あらゆる業種において即時業績アップに貢献。患者ニーズ・行動心理を把握したマーケティング戦略を得意としている。クライアントには十億円規模の医療法人も複数あり、歯科業界を代表するマーケッターとして活躍している。

お申し込み方法

FAX でのお申し込み

本DMに同梱しておりますお申込用紙にご記載の上、FAXにてお送りください。

0120-964-111

(24時間対応) 担当: 星野

Web でのお申し込み

右記のQRコードを読み込んでいただき、Web ページのお申込みフォームよりお申込みください。

セミナー情報を Web ページからも確認いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/041269/>



義歯治療収益向上セミナー

▶ セミナー講座内容 13:00~16:30 (受付開始12:30~)

第一講座 「歯科業界の時流予測」

担当講師
株式会社船井総合研究所 医療支援部
高度治療チーム チームリーダー
谷口竜都

第二講座 「義歯特化型医院 成功の秘訣」

ゲスト講師
医療法人社団NWC なかやま歯科医院
理事長 中山貴博 氏

第三講座 「たった1ヶ月で成約数が急上昇するノウハウ大公開」

担当講師
株式会社 船井総合研究所 医療支援部
高度治療チーム 齋藤真緒

まとめ講座 「本日のまとめ 明日から行っていただきたいこと」

担当講師
株式会社船井総合研究所 医療支援部
高度治療チーム チームリーダー
小川純平

▶ セミナー開催日時・場所

東京会場

2019年5月19日(日)

※申込締切日:2019年5月17日(金) 17:00まで

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
[JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]

大阪会場

2019年5月26日(日)

※申込締切日:2019年5月24日(金) 17:00まで

〒541-0041 大阪府中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル
[地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」10番出口より徒歩2分]

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。

また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

▶ ご参加料金 1名様あたり

一般:税抜25,000円(税込27,000円) 会員:税抜20,000円(税込21,600円)

※スタッフのみの参加はできませんのでご了承ください。

※ご入金の際は、税込金額での振込みをお願いいたします。

- 受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。
- ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
- 万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、裏面の申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。
- ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて裏面の申し込み担当者までご連絡くださいますようお願いいたします。それ以後のお取消しの場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けさせていただきます。
- 会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

▶ お振込先

三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974) 普通 NO. 5785350 口座名義 カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ

お振込口座は、当セミナー専用の振込口座となっております。

※お振込み手数料はおお客様のご負担とさせていただきます。

▶ お申し込み方法

【WEBからのお申込み】右記QRコードよりお申込みください。

クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認くださいませ。

【FAXからのお申込み】入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。

お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、担当者までご連絡ください。



お申し込みは超カンタン！今すぐ下記を記入してファックス送信するだけ！

FAXお申し込み用紙 **FAX:0120-964-111** (24時間対応) 担当/星野

<セミナー名>「義歯治療収益向上セミナー」

東京会場に参加する

2019年5月19日(日)

【お申込期限:5/17(金)17:00迄】

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
[JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]

お問い合わせNO:S041269

【お問い合わせ先】

TEL:0120-964-000

(平日9:30~17:30)

お申し込みについて 担当:ホシノ

セミナー内容について 担当:サイトウ

※ご連絡の際は、お問い合わせNoをお伝えください



お申し込みはこちらから

大阪会場に参加する

2019年5月26日(日)

【お申込期限:5/24(金)17:00迄】

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル
[地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」10番出口より徒歩2分]

※ネットからのお申し込みはクレジット決済が可能です

■ご記入方法:太枠内は必ずご記入ください。 ■ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

フリガナ		フリガナ		役職
医院名		代表者名		
会社住所	〒			
フリガナ		役職	メールアドレス(任意)	
ご連絡ご担当者			※お持ちの方のみで結構です	
TEL		FAX		
ご参加者お名前	1	フリガナ	フリガナ	フリガナ
		役職	役職	役職
ご参加者お名前	3	フリガナ	フリガナ	フリガナ
		役職	役職	役職

今回のセミナーにご参加される方に限り、セミナー後日無料個別経営相談会を行います。ご希望の場合は、右記にチェックをつけてください

無料個別経営相談を希望する。(1院様1時間程度)

セミナー終了後、開催される無料個別経営相談会について

過去、多くの歯科医院様が以下のような目的で当サービスをご活用くださっています。 ※中には毎回ご利用される方もおられる人気サービスです！

- ①セミナーで聞いた内容を実行するため
 - ②自院の現状の認識や他院の現状把握のため
 - ③自院の特有の悩みを相談し、今後の院経営に活かすため
- その他ご希望に応じて個別で対応いたしますので、お気軽にお申し込み下さい。

弊社会員組織(ご入会中の弊社研究会があれば○印をお付け下さい)

●FUNAIメンバーズPlus ●その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】

- 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
- セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行

会社に発送データとして預託することがございます。

- 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
- お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



ダイレクトメールの発送を希望しません

※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、を入れて当社宛にご連絡ください。

無料メールマガジン購読者募集

(株) 船井総合研究所 オーラルケアグループ執筆

最短・最速・最ローコストで業績アップを実現！
歯科医院経営の“成功事例”をレポートするメールマガジン

(株)船井総合研究所オーラルケアグループが、
日々のコンサルティング現場における成功事例や、業界情報を配信いたします。

メールマガジンご愛読者の声

普段、診療・経営をしていると「本当にこれでいいのか」「実際何をすべきなのか」など悩むことが多くあります。そんなことを定期的に配信してくれ、とても参考にさせていただいております。 T歯科医院様

悩んでいることはどの先生も同じようなことなので、タイミングよく解決につながるものが良くあります。とても有効だと思っています。 R歯科医院様

メールマガジンお申込みはこちらから

①右記のQRコードより、お申込みフォームにご記入下さい。

又は

②下記にご記入の上、FAXにてご返信下さい。



▲お申込みフォームはこちら▲

メールマガジン 購読申込み

右記の空欄にご記入の上、
FAXにてご返信ください。

貴院名	
お名前	様
メールアドレス	
お電話番号	
FAX番号	

FAX送信先

担当:オーラルケアグループ

06-6232-0194

※24時間対応いたします

【個人情報に関する取り扱いについて】

1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行

会社に発送データとして預託することがございます。

4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受領票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

ダイレクトメールの発送を希望しません

※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、☑を入れて当社宛にご連絡ください。