

セミナー当日で学べるポイント

- 医科歯科連携の全体像
- 医科歯科連携における立ち上げのポイント
- 医療機関と連携の始め方
- 紹介状の書き方とポイント
- 連携先開拓の際のトークフローとポイント
- 歯科医院が提携すべき医療機関の特徴
- 紹介経由で来院される患者様へのカウンセリングのコツとポイント
- 紹介経由での新患数を増加させるノウハウ
- 金属アレルギー外来の立ち上げ方とカウンセリングノウハウ
- 従業員の働きがいを引き出す理念経営の具体事例
- 失敗しない医科歯科連携のはじめ方

第1講座



これからの歯科医院が
注目すべき「医科歯科連携」とは

株式会社船井総合研究所 出口 清

2025年問題も間近に迫り、後期高齢化社会の入口をくぐった現在、あらゆる業界で高齢化していく日本社会に対応した会社経営の方針や戦略転換が求められてきています。その中で歯科業界はどのように経営の方針転換をしていくことが必要なのか？その突破口となる「医科歯科連携」というテーマについて、その全体像と考え方をお伝えします。

第2講座



わずか2年で医科歯科連携を立ち上げ、
地域から愛される歯科医院をつくり上げた秘訣

かすみり・おしむら歯科 口腔機能クリニック 院長 押村 憲昭 氏

開業後わずか2年で医科歯科連携の仕組みを立ち上げ、今では年間100講演以上の依頼が殺到。各方面から非常に注目を受け始めている「医科歯科連携の始め方」について、かすみり・おしむら歯科の押村氏にご登壇いただきます。医科歯科連携を医院経営の強みに置き、地域から愛される歯科医院をつくり上げてきたその全てを講演いただきます。

第3講座



失敗しない医科歯科連携の立ち上げ方を徹底解説

株式会社船井総合研究所 伊藤 崇

医科歯科連携を立ち上げることができれば、地域・患者・従業員の全てから愛される非常に社会的価値の高いテーマと取り組みになります。つまり、歯科医院の経営におけるコアな強みをつくり上げることにつながります。成功させるためのポイントや失敗しないためのポイントを要点を抑えて解説します。

第4講座



医科歯科連携を活かして
歯科医院経営を飛躍させるために必要なこと

株式会社船井総合研究所 出口 清

本セミナーを通じて、具体的にどのように歯科医院経営に医科歯科連携というテーマを活かしていくのか？そのポイントと必要な行動について講座を振り返りながらお伝えします。

2025年問題を解決する歯科医院の新テーマは **コV** だ！

～医科・行政・町と連携し、真のまちづくりを目指す～

医科歯科

連携

HPやSEOに頼らない！

月間新患数が **200** 名を突破

医科歯科連携の取り組みを徹底解剖！

かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニック
院長 押村 憲昭 氏

セミナー講演依頼が年間100件を超える
かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの
押村氏を ゲストにお招き！

かすみり・おしむら歯科
のここがすごい！



- ☐ 医科歯科連携を導入し、月間新患数は**200名**を記録
- ☐ **紹介経由**の新患が倍増、遠方から来院される方も多数
- ☐ 従業員の働きがいを引き出す、社会問題を解決する**医科歯科連携を実践**し圧倒的なブランディングを確率
- ☐ 開業初年度には**売上2億円**を突破、2年で**売上2.9億円**を達成

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。
新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようよろしくお願い申し上げます。
また、会場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございますので必ずご確認ください。

医科歯科連携セミナー 2023

お問い合わせ No **S096718**

主
催



明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

船井総研セミナー事務局

E-mail

seminar271@funaisoken.co.jp

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 ※お問合せの際は「セミナータイトル・お問合せ No・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

Webからお申し込みいただけます。 船井総研ホームページ<<www.funaisoken.co.jp>>右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。 096718

月間新患数
200名突破

紹介経由の
新患が**2倍**に

開業僅か**2年**で
2.9億

～地域や行政・町と連携し、真のマチづくりを目指す!～

「医科歯科連携」を立ち上げ“従業員が誇りを持てる”歯科医院づくりに成功。
これからの歯科医院の新テーマとなる「医科歯科連携」によるブランディングに成功した、
かすみ・おしむら歯科口腔機能クリニックの成功の秘訣に迫る!!

「医科歯科連携」で歯科業界の未来を切り開く

かすみ・おしむら歯科口腔機能クリニックは、愛知県名古屋市で開業されて僅か2年。年間業績も2.9億に到達間近のペースで推移し、驚異的なスピードで医院が成長している、新進気鋭の歯科医院です。その中でも最たる特徴であるのが、「医科」と連携することで患者様の全身の健康と予防を実現する「医科歯科連携」を立ち上げ、その独創的な取り組みは日本の中においても唯一といえる強みを持った医院です。

医科と歯科との連携は、以前からも診療報酬改定の概要の中でも取り扱われる頻度が増えてきており、地域包括ケアシステムの実現を目指す国の方針に対しても、ど真ん中にマッチする歯科医院の取り組みとも言えます。

今後の時代や方向性を考慮しても、益々スポットライトを浴びる事が予想されるテーマです。

月間200名を超える患者様が新規で来院する歯科医院に変貌

「医科歯科連携」を中心に据えた歯科医院づくりに成功し、月間では200名を超える新患が来院する月もあります。更に、特徴的なのは紹介経由の患者様が来院割合が他院と比べて圧倒的に多いという点です。知人や家族の紹介だけでなく、提携している医療機関などからの紹介経由でも新患来院する歯科医院です。今では口コミが口コミを呼ぶ状態となり、通常の歯科医院と比べても圧倒的に新患が多いという特徴があります。

【連携先から来院される患者様の例】

- ①皮膚科の病院からの紹介(金属アレルギーで悩まれている方)
- ②産婦人科から妊産婦検診の紹介
- ③内科からの紹介(糖尿病などの方)

「従業員が誇りを持てる」働きがいを生み出す歯科医院づくり

かすみ・おしむら歯科口腔機能クリニックでは、「医科歯科連携」を中心に据えた医院づくりを推進し、従業員の働きがいやエンゲージメントを高めることに成功しています。従業員満足度調査を行った結果、「働きがいがある」という項目に関するスコアが非常に高く、従業員がやりがいをもって日々の仕事に取り組んでいるという結果が出ています。今後の歯科医院経営において、人材の採用やさらに激化していくことが想定されます。新卒の歯科衛生士の求人の倍率は20倍以上という業界の中で、いかに自院に定着してもらうかが重要なテーマになってきます。

そして、人材の定着に必要なポイントは①**働きやすさの創出**②**働きがいの創出**です。働きやすさについては、給与や休日休暇・福利厚生などを充実することで創出が可能です。しかし、働きがいというのは非常に創出が難しく、多くの歯科医院ではその重要性に気づきながらも施策への落とし込みが実現していませんでした。

その中で、かすみ・おしむら歯科口腔機能クリニックでは、「医科歯科連携」を中心とした地域社会への貢献・SDGsの推進など、従業員が社会や世界に対して価値を提供できるような職場づくりに成功しています。



かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニック 院長 押村 憲昭 氏

【略歴】

2010年 愛知学院大学歯学部卒業
2011年 愛知学院大学歯学部付属病院 臨床研修医
2012年 静岡県敬天堂歯科医院勤務
2015年 おしむら歯科
2017年 大阪大学歯学部社会人大学院入学

【講演・著作】

講演数100回以上、全国の歯科医師会/各種学会などで講演

「その皮膚疾患 歯科で治るかも」(クインテッセンス出版)
「Visual Derematorogy 歯科と連携して治す皮膚疾患」
(学研メディカル秀潤社)

その他、現在クインテッセンスにて執筆中



ご挨拶

初めまして。愛知県名古屋市で開業しています、かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニック院長の押村です。今回は当院が取り組んでいる「医科歯科」の取り組みについて、インタビューを実施していただく運びとなりましたので、包み隠さずお話しできればと思います。

私自身もまだ開業して2年と日も浅いのですが、医院全体で取り組んできた取り組みやそのポイント、また立ち上げで失敗しやすいポイントなども含めて、体験談としてお話をさせていただきます。少しでもこのDMをお読みいただいている先生方の経営のヒントになればと思います。

押村先生の考える「医科歯科連携」とは？

「医科歯科連携」は歯科医院を起点としながら、患者様の全身の健康管理・予防ができる歯科唯一無二の社会性の高い取り組みだと考えています。

また、医療機関と連携を進めることで、歯科医院に通って治療やケアを受けたほうがいい患者様を紹介していただく新患の獲得にも繋がっていきます。「かかりつけ歯科」という言葉が診療報酬改定のたびに取り上げられてきていますが、「医科歯科連携」を行なうことこそが、本当の意味での「かかりつけ歯科」に近づくのではないかと考えています。

また、医科などの医療機関における患者様とのコミュニケーション時間はせいぜい5分程度と短い特性があります。しかし、歯科医院のメンテナンスで来院する患者様とのコミュニケーション時間は長く、場合によっては数十分に及びます。こうしたコミュニケーションの時間の長さや、患者様と繋がることができる業界特性を活用することで、患者様の健康状態の把握と管理が可能です。当院では体組成計による全身の体重や筋肉量・骨密度などの管理、血圧の管理や食事の管理なども行い、口腔内の健康状態だけでなく全身の健康管理を行い、適切な医療機関への連携・紹介へとつなげることで、「医科歯科連携」を機能させています。歯科医院でこそ、全身の予防へと繋がる取り組みが成し遂げられると考えています。それだけでなく、医科には通うが歯医者には通わないという患者様も多くいらっしゃいます。医科歯科連携を行なうことで、歯医者に通うきっかけにして頂くことにもつながり、そういった繋がりを経て、町全体の健康をサポートすることに繋がると考えています。

かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



なぜ、医科と歯科の連携に焦点を当てたのか そのきっかけは何だったのか

私自身、開業したならポジティブな気持ちで患者様と向き合いたいという気持ちがあり、本当に患者様のためになる予防医療を提供しようと思い開業以来取り組んできました。目標としては、患者様が最終的には歯科医院に通わなくてもいい「本当の予防歯科」を目指しながら歯科医院を経営していきたいと考え、現在も様々な取り組みを推進しています。

そして、現在取り組んでいる「医科歯科連携」こそが、本当の意味で地域に根差した歯科医院になれる唯一の方法だと感じています。

「医科歯科連携」に焦点を当てた背景として、歯科医院は患者さんが健康な状態でも通う唯一の医療機関であると気づいたことがきっかけです。多くの医療機関というものは症状や病状などが発生し、それを治療するために医療機関に患者様が訪れます。しかし、歯科医院は予防歯科や定期健診というものが基盤にあるため、患者様が悪くなっていない状態で通うことができます。本当の予防というものは悪くなる前にどれだけ多面的に健康への啓蒙とケアを提供できるかどうにかかっています。

歯科医院を起点(ハブ)としながら、患者様の全身の健康管理を実現していくことこそ、医科歯科連携の目指す姿だと考えています。

また、ごく自然なことではありますが、歯科と医科が分断された状態で患者様が医療機関に通い続けるということは、患者様の健康のためには理想的な状態とはいえないと考えています。だからこそ、自分たちから理想の状態を目指して、「医科歯科連携」の取り組みを立ち上げようということで始めました。



かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



医科歯科連携を通じて変化したこと

「医科歯科連携」を取り組むことで、
変化したことは大きく3つです。

- ① 紹介経由の新患が増加
- ② 自費売上の増加
- ③ 従業員のやりがいの創出



特に、歯科医院の運営においてはこれらの3つが導入後にいい変化として現れてくれたと実感しています。

一つ目の「紹介経由の新患が増加」ということについてですが、
当院は幸い開業以来、新患が少なくて困ったということはほとんどなく、順調に新患で来院される患者様の数は益々増加してきています。都市部や地方など関係なく、新患が少なくて困っている歯科医院の方々も多くいらっしゃることは存じ上げています。当院ではHPはもちろん基本的な取り組みは全て行なっていますが、特にこの「医科歯科連携」や患者様の紹介などの取り組みを進めていく中で、医療機関からの紹介や知人からの紹介が非常に増加しています。また、近辺からの来院だけでなく、遠方からわざわざお越しいただく患者様も連携を行ってから増加しています。

二つ目は、「自費売上が増加」したことです。当院の売上における自費率は約40%前後となっています。内訳としては補綴治療が最も多く、その後に欠損治療・矯正治療という順で比率を占めています。「医科歯科連携」を行なう中で、皮膚科との連携を行う取り組みがあります。皮膚科からの紹介を頂けるようになると、金属アレルギーなどの症状でお悩みの患者様を紹介していただくことが増え、結果として金属の除去・自費補綴（セラミック治療）を選択していただく比率が非常に高く、通常の初診で来院される患者様のおおよそ2倍以上の自費選択率につながっています。当院では紹介経由で来院いただくような患者様については、カウンセリングや対応の流れを通常より工夫して行なっています。悩まれている方や全身の健康とのバランスを診る必要がありますので、しっかりとその点に配慮した対応とカウンセリングを行うことで、自費治療を自然と選んでいただいているのだと感じています。

三つめは「従業員のやりがいの創出」です。
先日、当院の従業員を対象に満足度調査というものを全体で実施しました。
正直なところ怖いという気持ちもあったのですが、結果を見てみると想像以上に従業員の満足度は高く、その中でも仕事へのやりがいに関するスコアが軒並み高かったということがあげられます。「仕事への誇り」という項目に関しては、ほぼフルスコアに近いような結果となりました。コンサルタントの方とも話したのですが、歯科業界の従業員満足度の傾向として、働きやすさは高いが、働きがいの高いスコアが中々出にくい傾向があるようです。医療業界の特性上、良い事をやっているという自覚はあるようですが、この仕事に誇りをもって打ち込めている、他の病院ではやっていないような独自のなことをやっているとは感じにくいようです。その点、当院における「医科歯科連携」という取り組みは他の医院ではまだまだ導入できていない取り組みであり、ここの医院しか提供できていない価値を私たちがかわって提供できているんだという自覚に繋がっているのではないかと思います。
決して暇な医院ではないですし、多くの患者様に対して高いレベルの医療サービスの提供やスキルを求められる医院だと思います。それでも従業員の働きがいを創出することで、人材がより定着し成長につながっていくことで、当院では求人や採用に関する悩みを持ったことがほとんどありません。今後の歯科業界で生き残っていくためには、この職場づくりと働きがいづくりはとても重要なことだと感じています。

かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



立ち上げにあたってのハードルとは

「医科歯科連携」を立ち上げる際に考慮しておくべきポイントは、いかに従業員を巻き込みながらしっかりと賛同をもらえるかが重要です。
特に、「なぜ、医科歯科連携を医院で取り組んでいくのか？」このポイントについて、院長自身が自分自身の言葉でしっかりと伝えることができるかどうか従業員を巻き込んでいく際のポイントです。
「医科歯科連携」は院長一人で完結する取り組みではありません。
連携先の開拓から実際に紹介経由で来院される新患の患者様の対応まで、歯科医師・歯科衛生士・歯科助手・受付といった、全ての職種の従業員がかかわることで、患者様の全身の健康予防を推進していくことが可能です。そのため、従業員全員がこの取り組みに対しての意義を感じてもらえるかどうか重要だと言えます。
具体的には、院内ミーティングや導入説明会などを実施していきながら取り組むことが有効だと言えます。
実際に進めながら改善していく部分もありますが、取り組みの全体像やポイントなどを抑えた情報を如何に従業員に事前に通達できるかがカギになると考えています。
また、実際に立ち上げていく際にはいろんな方々の力を借りていくこともおすすめです。
地域ごとや医院の特徴によって、どのように立ち上げる方法が一番効果的かという点も異なります。当院では、当院のDHを派遣し講習やサポートを行うサービスも提供しています。過去にも多くの医院の先生方にも利用いただきましたが、結果として医院それぞれにピッタリの医科歯科連携の立ち上げにつながっています。
院長先生自身がやる気になっていただくことが一番重要ではありますが、決めた後には周りの人たちを巻き込んで立ち上げるほうが効果も成果も大きくなって帰ってきます。



忙しい医院・スタッフの少ない医院でもできるのか

正直に言うと、「従業員が5人未満」「まったく暇がない」といった医院では立ち上げは簡単にいかないかもしれません。医科歯科連携の導入に際して、連携・提携先となる医療機関の開拓、実際に患者様を紹介する際の紹介状の作成・送付や紹介経由で来院された新患の方のカウンセリングなど、立ち上げる際にはマンパワーがどうしても必要となるからです。
しかし、私はどんな歯科医院でもこの取り組みを立ち上げることは院長先生の覚悟さえあれば簡単にはいかなくとも実現はできると考えています。
それは私自身がそうだったからです。
そして、今回はこの「医科歯科連携セミナー」では、立ち上げる際に苦労したポイントを解決するようなスキームやツールなど、そのすべてを皆さんにお話ししようと思いますので、立ち上げに要する時間と労力を削減して実行していくことが可能だと思います。
地域に根差した歯科医院を目指していきたいという先生方にとって、その覚悟さえあれば十二分に実現は可能です。

かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



地域から「なくてはならない・愛される」唯一無二の歯科医院になるために

「医科歯科連携」を皮切りに、本当の意味で地域に根差した歯科医院になれるように、様々な地域貢献となるような活動に現在邁進しています。

それは、当院のビジョンでもある“地域から「なくてはならない・愛される」唯一無二の歯科医院になるために”という目標から始まっています。

「医科歯科連携」を行っていくことで、従業員の働きがいが生まれたり、新患が増加したり、アレルギー外来から紹介される患者様が自由診療を選択したりなど、歯科医院経営において大きなメリットに繋がる事は間違いありません。しかし、当院の目標はそこだけではなく、地域のために・社会のために・世界のために貢献できるかということにかかっています。

そのため、歯科医院経営における収益性の上に、最大限の社会性の実現というものを見据えていくことで、業界や地域がより良くなっていくと考えています。

《実際の取り組み》

- 地域の医科歯科連携、歯科をHUBにした全身を診る地域づくり
- 児童養護施設への定期的な訪問～歯科レクリエーション ※最近地域貢献費から児童養護施設へテレビのプレゼント
- 地域ポスティング
- 歯ぴスマ通信
- セカンドキャリア (DH、Dr) 開拓、復職支援センター
- パートナーラボ (一人歯科技工士の友好的M&A)
- 名古屋市SDGs推進プラットフォーム会員
- 歯ブラシ回収プロジェクト
- コロナ期、歯ブラシ配布等
- 飲食店コラボのポスター
- 老人会への歯科レクリエーション
- まちのキャラクター
- 年末年始診療
- 歯科衛生士学校への受験応援グッズの贈呈



かすみり・おしむら歯科口腔機能クリニックの 押村先生に 特別インタビュー



「医科歯科連携に興味を持たれている先生へ」

ここまでお読みいただいて本当にありがとうございます。

私自身の体験と想いを中心に喋ってしまったと思うので、少しでも参考になっていただければ幸いです。しかし、本当に私自身はこの業界をより良くしていくために、「本当の予防」「本当の意味での地域になくてはならない歯科」ということを真剣に考え、一つ一つできることにチャレンジしながら経営を行ってきました。

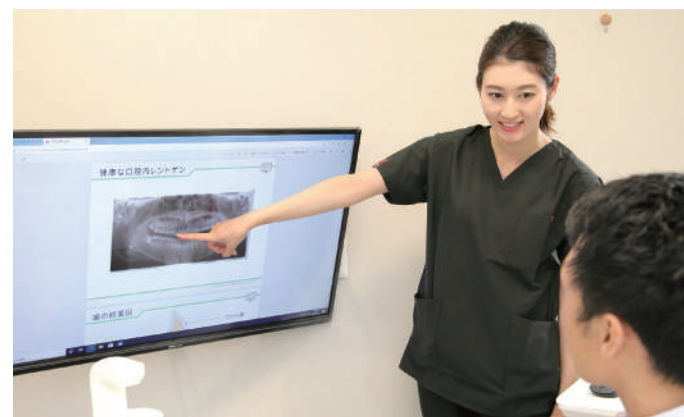
そして、今回セミナーにてお話しさせていただく予定の「医科歯科連携」というテーマについても、この目標の実現のために必要な取り組みだと考えています。

「医科歯科連携」は本当に三方よしの取り組みだと思います。

患者様の健康を促進し、結果として新患数や自費売上の向上につながることで医院経営に寄与し、その結果として従業員への還元や働きがいの創出につなげることができています。

まだ、この取り組み自体は全国の歯科医院でも僅かしか導入していません。

今このタイミングだからこそ、「医科歯科連携」というテーマに一步踏み出していただき、共に地域医療や歯科業界を良くしていくような方々と当日お会いできることを楽しみにしています。



現役コンサルタントが解説する、これからの歯科医院経営と連携歯科

株式会社船井総合研究所 出口清

法政大学経営学部経営戦略学科卒業。
2016年に新卒で船井総合研究所に入社し、医療・整骨・住宅不動産などの様々な業界を経験し、2018年以降は歯科業界に特化したコンサルティングに従事している。
歯科医院の規模を問わず、小規模から県No1クラスの規模の歯科医院まで幅広く対応。
マーケティングや財務・戦略構築などに強みを置き、「PLに見えるコンサルティング」をモットーとしている。

【外部講演・メディア実績】

- ・大田区蒲田歯科医師会
- ・鶴見大学歯学部同窓会
- ・日経トレンディ取材



「人口減少が確実となるこの日本で、 歯科医院経営はどこに向かうべきか？」

近年、日本では人口の減少が進行し、2020年時点では7406万人、2050年には5276万人、2065年には4529万人に減少していくことが予想されています。
出生率は過去最低水準1.30に政府高官が危機的状況の発言もあり、高齢化は加速の一途をたどって2040年には3人に一人が高齢者という状況です。
そんな中で、歯科医院経営の環境もこれから数年かけて大きな変化を迎えることでしょう。来院される患者様の年齢層の変化や来院が難しい患者様の増加、う蝕などの減少による治療ニーズの低下など、様々時流の変化を読み解き今から経営の舵取りを行っていくことが必要です。これからの数年は「下山経営」をどのように上手く歩んでいけるかがポイントになるといえるでしょう。

経営テーマは 「採用難への対応」「人材定着の強化」に

今後、数年先を見据えた際に歯科医院経営者が遭遇する最も重要な経営課題は人材の採用と定着となることが予想できます。歯科業界は現状でも非常に採用が難しい業界の一つでもあり、有資格者である歯科医師・歯科衛生士の採用はさらに激化、また都市部と地方における採用格差についても拡大の一途をたどると考えられます。
そうした際に、自院にいる人材のどのように活躍してもらい定着してもらうのか、という点は重要性が高まってくるでしょう。具体的には、働きやすさを創出するための条件改善・雇用環境改善を行ない、並行しながら働きがいの創出を行っていくことが必要です。歯科医院における働きがいの創出は簡単ではなく、地域社会などへのつながりを感じることでできる新規事業の立ち上げなどを行うことがポイントになってくるでしょう。また、採用についても歯科医院自体のブランドイメージをどこまで向上させることができるか、差別化できるかが重要です。雇用条件の改善は全業種で進むため、それだけでは相場についていくだけとなり、採用における優位性の獲得は難しいでしょう。
2023年のこのタイミングから、それらへの準備と対策が必要です。

虫歯のなくなる歯科業界において、 「かかりつけ歯科」こそが突破口に

ここ数年間で小児のう蝕数はみるみる減少していき、歯科医院に通院する理由として虫歯を治療するためという理由は今後さらに減少していくことが想定できます。
予防歯科が一般的に普及をし始めた中で、歯科医院の役割や機能というものは大きくシフトしていくことでしょう。診療報酬改定にもある通り、現在国が歯科医院に求めているキーワードは3つです。
【管理・機能回復・連携】 これだけです。
予防管理は進んできましたが、機能管理・回復の普及は道半ば、連携に関してはまだまだこれからという状況です。歯科医院の経営は国の方針をいち早く察知し、いかに早くそこに参入できたかにかかっていると、振り返ってみてもわかるはずです。これからの歯科における「医科歯科連携」という言葉はより一層注目されてくるテーマと言えます。「医科歯科連携」を取り組み、地域のかかりつけ歯科になれるかどうかが突破口です。

大型歯科医院は導入必須、 「社会性が高い新規事業」を立ち上げる意味とは

年間売上規模2億円以上の歯科医院にとって、今回のような社会性の高い新規事業の立ち上げというものは非常に重要です。訪問歯科や今回の医科歯科連携など、地域医療を支えていくための取り組みに非常に近いものは、歯科医院における従業員の働きがいの創出や地域社会に対してのブランディングにつながるためです。昨今の若者は就職先を決める際に、社会や世界に対していい事を行っているかという点を非常に色濃く見るようになってきています。つまり、儲かっているだけの企業には就職しない時代に様変わりしてきているのです。医療業界ではそういった医院を見ることはほとんどありませんが、他の医院に比べてどれだけ社会貢献をしているのか？という視点は見られています。今回のような「医科歯科連携」はまさに社会貢献事業の一つともいえるものであり、地域社会に対してのブランディングでの効果を大きく発揮することが予想されます。

「医科歯科連携」は三方よしの取り組み、 参入スピードこそが明暗を左右する

今回のような「医科歯科連携」という新しくホットなキーワードは参入スピードこそ明暗を分けると言えます。どんな業界にも言えますが、地域の中で可能な限り早く参入し・立ち上げを行うことで、以降の経営判断を優位に進めていくことが可能になります。
また、ブランディングに大きな効果を持つ「医科歯科連携」という取り組みは、より一層イメージや認知を考えると、一番早く導入できるかということがポイントです。
まだ周りの歯科医院が取り入れていない今こそ、決断をすべき絶好のチャンスと言えます。今回のセミナーで少しでもこの「医科歯科連携」に興味を持たれた先生は、ぜひ本セミナーにご参加いただければと思います。

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

医科歯科連携セミナー2023

お問い合わせNo. S096718

日時・会場

東京会場

2023年4月23日(日)

㈱船井総合研究所 東京本社

〒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

開催要項

開始 13:00 ▶ 終了 16:30 (受付12:30より)

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1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致しかねますので、ご了承ください。
新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

申込期限

各開催日の4日前まで

●銀行振込み：開催日6日前まで ●クレジットカード：開催日4日前まで

※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください ※祝日や連休により変動する場合もございます
※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます

受講料

一般価格

税抜 30,000円(税込33,000円)／一名様

会員価格

税抜 24,000円(税込26,400円)／一名様

●銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。
万が一、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

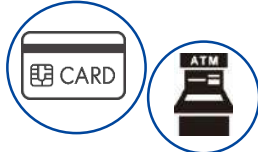
お申込方法

1.Webお申込み



下記QRコードを読み込み
もしくは
船井総研HPの右上検索窓に
096718 Q で検索

2.お支払い



お申込み時に
クレジットカード・銀行振込
のご選択が可能

3.メールが届く



受講料のお支払い確認後
お申込み手続き完了のお知らせを
メールで案内、マイページにも
受講票が表示されます

4.セミナー受講



受講票をご確認のうえ
開催場所へご来場ください

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)

ご参加いただくにあたり 下記ご確認ください

- ・入館時、マスクの着用をお願いしております。
- ・入り口付近に消毒液をご準備しておりますのでご利用ください。
- ・お客様の安心・安全を優先し、赤外線サーモグラフィーによる
ご来場者様の体表温スクリーニング
または、非接触型の体温計にて測定を実施いたします。
- ・発熱(37.5度以上)がある場合、入館をお断りいたします。
- ・当社スタッフもマスク着用で業務にあたらせていただきますこと
をご容赦ください。
- ・体調がすぐれない場合はご参加をご遠慮ください。

※その他、お申込みに関してのよくあるご質問は、
「船井総研FAQ」と検索しご確認ください

▼お申込みはこちら



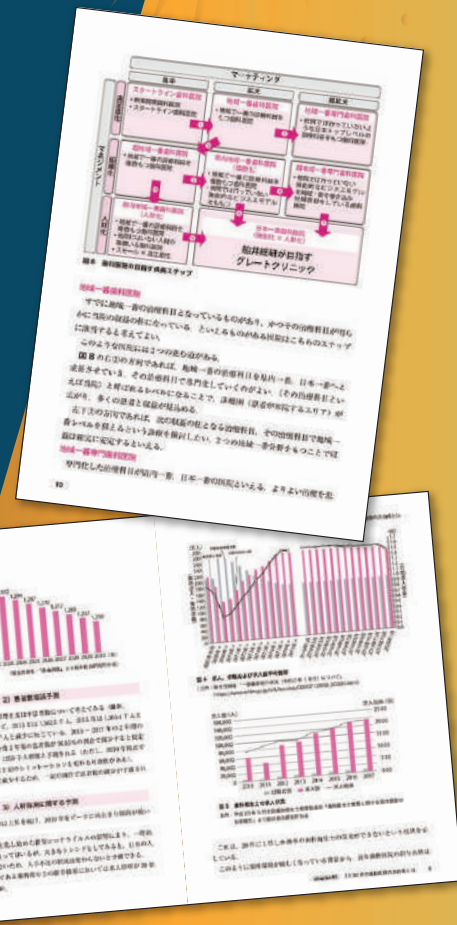
いますぐ
始める

グレートクリニックになるための コンパス 羅針盤!!

事例から実践を学ぶ 歯科医院の 成長戦略 バイブル

株式会社 船井総合研究所 編

■ A5判/130頁/2色 ■ 定価 4,400円(本体 4,000円+税10%)
ISBN978-4-263-44636-2 注文コード:446360

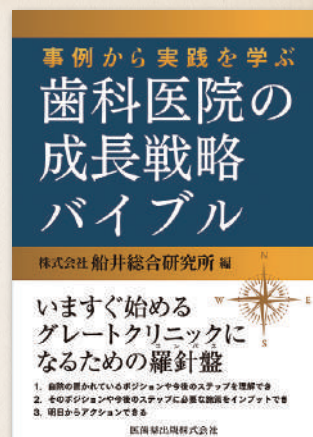


● 本書は

1. 自院の置かれているポジションや今後のステップを理解でき、
2. そのポジションや今後のステップに必要な施策をインプットでき、
3. 明日からアクションできる

ことを目的に「羅針盤・地図」として活用できる内容となっています。

- “自院の成長”に合わせて、何度でも読み返して活用できます。
- 本書を読んで明日から実行に移せば、「教育性」「社会性」「収益性」を兼ね備えたグレートクリニックに生まれ変われます。



医歯薬出版株式会社

〒113-8612 東京都文京区本駒込1-7-10

TEL03-5395-7630 FAX03-5395-7633

<https://www.ishiyaku.co.jp/>

序文より〈一部抜粋〉

本書が目指すもの

- ▶ 世の中に経営に関する多くの情報が出回っているが、表面的な解説で終わっているため、すぐに実践できる成長のヒントを多く散りばめる
- ▶ 歯科医院の成長をロードマップ化し、実行すべき施策、そして具体的な事例を掲載し、明日からの医院の改善に役立てる
- ▶ 自院が今後どのような方向に進めばよいのか、次のステップは何なのか、そのために何をすればよいのか、がわかる
- ▶ 成長に合わせて、何度も読み返せる

Contents

第1編 これからの歯科医院経営の方向性とは

- Chapter 01 2030年の歯科医院の方向性とは
- Chapter 02 患者・従業員に支持されるクリニックの経営手法

第2編 歯科医院経営の実際 成功事例にみる成長戦略

- Chapter 01 高生産性モデル 鶴岡歯科医院（神奈川県鎌倉市）
- Chapter 02 小児・矯正 医療法人笹木歯科クリニック（福島県いわき市）
- Chapter 03 予防歯科 医療法人CREA ただこし歯科クリニック（岐阜県可児郡）
- Chapter 04 訪問歯科 医療法人世心会 鹿児島セントラル歯科（鹿児島県鹿児島市）
- Chapter 05 大商圏モデル 医療法人真摯会 まつもと歯科（大阪府吹田市）
- Chapter 06 人材育成・組織化 医療法人フェネスト 歯科タケダクリニック（埼玉県和光市）
- Chapter 07 分院展開型 医療法人博道会 大串歯科医院（長崎県佐世保市）

第3編 グレートクリニックに向けて

執筆者一覧

谷口 竜都
松谷 直樹
安井 大貴
長谷川 光太郎
砂川 大茂
若木 伸文
水野 陽介
辻 建三

医歯薬出版 ご注文承り書

事例から実践を学ぶ 歯科医院の成長戦略バイブル

注文コード ()冊
446360

●納入店ご指定希望
※納入店のご指定の場合
手数料はかかりません。

〔ご指定納入店名〕

●直送希望
(2つの方法から
お選びください。)

①		代引 450円
②		後払い 400円※

※②の後払いの請求書は
(株)ネットプロテクションズ
から別送となります。

●お名前

●TEL

●ご住所 (〒 —)

★必要事項をご記入のうえ、FAX03-5395-7633にご送信ください。★弊社ホームページ<https://www.ishiyaku.co.jp/>からご注文いただけます。

医歯薬出版株式会社 〒113-8612 東京都文京区本駒込1-7-10 TEL03-5395-7630