

歯科医院

分院展開成功セミナー

セミナー日程・開催時間

開催日時

2023年 ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

8月27日 日

お申込み期限 8月23日(水)まで

9月 7日 木

お申込み期限 9月 3日(日)まで

9月14日 木

お申込み期限 9月10日(日)まで

9月17日 日

お申込み期限 9月13日(水)まで

各日13:00~16:00 (ログイン開始12:30より)

開催方法

オンライン配信

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。 [船井総研 Web参加](#) で [検索](#)

受講料

一般価格:30,000円/一名様 (税込33,000円)

会員価格:24,000円/一名様 (税込26,400円)

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みに適用となります。

セミナー内容

第1講座

歯科経営において、分院展開が必要とされる理由

- ▶ 歯科医院業界の最新時流を知ることができる
- ▶ 2023年の歯科医院経営における5つのキーワードがわかる
- ▶ 歯科医院の二極化が進むなかで、押さえるべきポイントがわかる
- ▶ 分院展開のメリット・デメリットがわかる

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 川本 葵



第2講座

【成功事例】7年で3院展開、保険診療メインで5億円規模を達成した秘話

- ▶ 保険診療メインの歯科医院でも確実に成功できる方法を学ぶことができる
- ▶ 現場で実際に使用している院内ツールまで見る事ができる
- ▶ 7年で3院を展開し、5億を達成した3つの理由を学べる
- ▶ スタッフがやめない組織作りについて知ることができる
- ▶ 分院長を選定するにあたって押さえるべきポイントがわかる

医療法人真歯会 理事長 平川 俊秀 氏



第3講座

失敗しない分院展開の方法とは？

- ▶ 成功する分院展開の法則がすべてわかる
- ▶ 分院展開に向けて明日から取り組むべきことが明確になる
- ▶ 分院展開が医院にとってふさわしいのかを判断する前提条件を知ることができる
- ▶ 失敗する分院展開あるあるを知ることができる

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 マネージャー 小川 純平



第4講座

本日のまとめ

【来場限定】で「分院展開成功チェックリスト」を配布いたします。実際に講座を聴いたうえで、自院がどうしていくべきかを判断するお時間をお取りいたします。

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 マネージャー 小川 純平

オンラインセミナーお申込み方法について
Webのお申込みは右のQRコードからが便利です！

右のQRコードを読み取り、サイトからお申込みいただくか、下のURLからアクセスしてお申込みください。

セミナーホームページ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/102859>



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

※お申込みに際してのよくある質問は [船井総研FAQ](#) と [検索](#) しご確認ください。

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

大好評につき！

オンライン追加開催！

分院展開すべきかどうかお悩みの理事長・院長先生へ
分院展開が軌道にのっていない先生へ

歯科
医院

分院展開

分院展開の失敗 する原因は？
分院展開が成功 する条件は？

分院展開を確実に成功させる秘訣が
ここにある…！

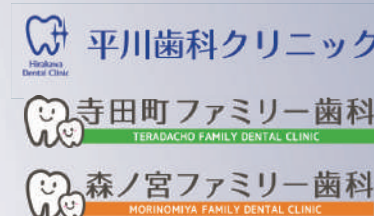
3分で
読める！

分院展開成功事例レポート

激戦区大阪で

年商
5億円
規模
達成した秘密に迫る…！

開業
約7年で
3院



特別ゲスト講師

医療法人真歯会

理事長 平川俊秀氏

激戦区大阪にて、歯科医院を3院展開。総合歯科医院として保険での予防歯科はもちろんのこと、矯正・インプラント・義歯・ホワイトニング・小児分野と幅広い診療科目を提供している。3院を展開するなかでもぶれない診療スタイルを確立することで患者様からの信頼を獲得し、「患者様を笑顔にする歯科医院」を実現する。

<歯科医院>分院展開成功セミナー

お問い合わせNo.: S102859



明日のグレートカンパニーを創る
Fundai 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 ※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索窓に右の「お問い合わせNo.」をご入力ください)

102859

分院展開成功事例 レポート をお読みいただく前に

分院展開をお考えの先生が不安に思っていることに 先にお答えさせていただきます。

立地選定 問題



ドミナント展開

分院展開を行う際には、本院から車で30分圏内でのドミナント展開(※)が重要になります。ドミナント展開の場合、本院からの既存スタッフの供給ができ、マネジメントコントロールが効きやすいという利点、また本院との地域特性が似通っていることも多く、本院でのやり方が通用しやすいという利点もあります。ただし、飛び地展開でも例外的に成功する条件もあります。セミナーでは例外事例もお伝えいたします。

※特定地域内に集中した店舗展開を行うことで経営効率を高める一方、地域内でのシェアを拡大する手法

飛び地展開をする

この飛び地展開を行う医院の多くは、“採用の拠点にするため”に地方から都心展開をされるパターンが多く見受けられます。しかしながら、飛び地展開の場合は本院から人員を供給することができず、本院と完全に切り離された環境になるため、マネジメントコントロールが非常に難しく、分院の組織分裂・崩壊を招きます。また地方展開と都心展開では、賃料等の固定費や人件費に大きな違いがあるため、収益構造が地方展開の場合と大きく異なります。飛び地展開をすると、このマネジメントコントロールと収益構造の違いで成功確率が大きく下がってしまいます。



本院のレセプト枚数を充足させて、 生産性が一定水準まで上がった 段階で展開を検討する

弊社のデータでは、月間レセプト枚数がチェア1台あたり120枚(例:チェア5台であれば月600枚)以上、月間売上がチェア1台あたり200万円を超えた場合にチェアの増設・拡張、分院展開が必要という試算が出ています。つまりはその水準まで至っていない場合には、分院展開をする必要はありません。ただし、上記の水準に至っていない場合でも例外的に分院展開が有効な場合もあります。セミナーでは例外事例もお伝えいたします。

タイミング 問題



本院のアポが埋まり切っていない、 売上が上がり切っていない 増床の余地が十分あるのに分院を展開する

一般的に分院は本院よりも売上が上回ることが少なく、また、地代・家賃等の固定費がかさむため、本院のアポが埋まり切っていない、売上が上がり切っていない、増床の余地がある場合には分院展開を行なう必要はありません。見かけ上の売上は上がっても、法人全体の利益減少につながってしまいます。



本院から分院長を「輩出」する

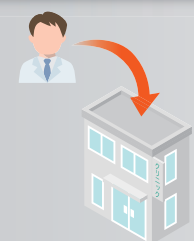
分院長は「採用」するのではなく、本院から「輩出」することが非常に重要です。本院のやり方を身につけた分院長であれば、本院と同様の組織文化を形成することができ、本院と同様の診療体制を敷くことが可能です。セミナーでは分院長を輩出するための方法、また、分院長の適正のある人材の見極め方等もお伝えいたします。



分院長 問題

分院長を「採用」する

分院の成功は分院長に懸かっているといっても過言ではありません。しかしながら、分院展開を行う際に、“人員を考えるよりも先に店舗地を押さえてしまう”医院も多くいらっしゃるのが現状です。そのため、急遽出店が決まった後に分院長採用を高額な給与等を引き合いに行なってしまう、本院とは全く別のやり方や組織文化が形成されてしまっ失敗するパターンが数多く見受けられます。



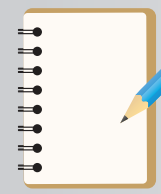
法人としてのルール・マニュアルを整備 金太郎飴化を図る

法人(本院)のやり方をしっかりと明文化させたいという、分院展開を行うことが鉄則です。マニュアルとしてデータ化を行い、どの分院でも展開できる体制に整える必要があります。どの医院でも同じやり方が実施できる体制(金太郎飴化)を図ることが重要です。



法人のルール・マニュアル・ツールが定まっていない

法人(本院)のルール・マニュアル・ツールが定まっておらず、暗黙のルールになってしまっていたり、いわゆる「うちのやり方」を見て覚える状態になってしまっていたりする場合には、開院時のオペレーションが上手くいかず、スタートダッシュを切ることができません。



Q. 分院展開はリスクが高いからやめたほうがいい?
A. あります! 人材獲得競争になるため、医院の拡大は必須です!

3分で
読める!

分院展開成功事例
レポートはこちら

成功レポート

激戦区大阪府で開院7年で3院展開5億円規模へ成長した

医療法人真歯会の秘密に迫る!

2022年6月
月商4,500万円
へ到達

2020年10月
大阪市中央区に
森ノ宮ファミリー歯科
を開業

特別ゲスト講演

医療法人真歯会

理事長 **平川俊秀氏**

経歴
2003年 九州歯科大学 卒業
2015年 3月 平川歯科クリニック(大阪府東大阪市)開業
2016年 7月 医療法人真歯会 設立
2016年10月 寺田町ファミリー歯科(大阪府大阪市)開業
2020年10月 森ノ宮ファミリー歯科(大阪府大阪市)開業

平川歯科クリニック
寺田町ファミリー歯科
森ノ宮ファミリー歯科



Q. 医療法人真歯会が分院展開に成功した理由は?

A. 分院の再現性が高いこと

実は最初は成功していませんでした。勢いで分院展開をしたものの、本院がおろそかになってしまったのが現実です。そこまで本院の売上は右肩あがりでしたが、分院をだしたことをきっかけに売上の伸びがぴたっと止まりました。そこではじめて危機感を覚え、何が大切かを考えたときに「メンテナンスだ」と思いました。このような背景もあり、日頃スタッフには「とにかくメンテナンスにもっていきましょ」ということを伝えています。



当院は保険診療がメインであるため、収益構造もほとんど同じです(保険:75% 自費:25%)。インプラント治療の技術がとて高いスーパーDrや、指名してくださる患者様をたくさんもっているなどといったスーパーDHはあまり求めていません。それよりも、地域みなさんに認知され、インフラになっていることが重要だと考えています。なので、当院の裏テーマは、「個人の能力を頼った体制にしないこと」です。この裏テーマを設定しているからこそ、再現性の高い分院展開が可能になっているのだと思います。

Q. 日頃スタッフにはなにを指導している?

A. 「レセプト枚数」と「接遇」

多くのことを同時に意識することはなかなかできないため、「一番大切なことはレセプト枚数だよ」と伝えています。そして日々の診療や行動に迷うことがあれば、私含め、これはレセプト枚数を増やすことに繋がるものなのかを考える、いわば組織の行動指針のようなものになっています。そしてもう一つ大切にしていることは「接遇」です。環境や技術はなかなか変えることはできませんが、接遇は明日から変えられます。これは何年も前のミーティングから伝え続けていることです。普段のミーティングで技に対して指導することはほとんどありません。技術面に関しても院内セミナーや、院内勉強会を定期的に行っていますが、何よりも患者様に「あそこいいよね」と言っていただけることが重要です。長く通ってくださり、患者様との関係が深まって、敬語を崩しすぎないということもスタッフには指導しています。

開院当初に使用していた実際の院内MTG資料

平川歯科クリニック 森ノ宮ファミリー歯科 (2020年10月17日)	1. 挨拶 患者様と接する際は、必ず笑顔で挨拶をします。挨拶は患者様の第一印象を決めます。挨拶は患者様の心を和ませ、信頼感を生みます。挨拶は患者様の心を和ませ、信頼感を生みます。
2. レセプト レセプトは患者様の診療内容に基づいて作成します。レセプトは患者様の診療内容に基づいて作成します。レセプトは患者様の診療内容に基づいて作成します。	
3. 接遇 患者様と接する際は、必ず笑顔で挨拶をします。挨拶は患者様の第一印象を決めます。挨拶は患者様の心を和ませ、信頼感を生みます。挨拶は患者様の心を和ませ、信頼感を生みます。	
4. 受付 受付は患者様の診療内容に基づいて作成します。受付は患者様の診療内容に基づいて作成します。受付は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
5. 診療 診療は患者様の診療内容に基づいて作成します。診療は患者様の診療内容に基づいて作成します。診療は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
6. 会計 会計は患者様の診療内容に基づいて作成します。会計は患者様の診療内容に基づいて作成します。会計は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
7. 送迎 送迎は患者様の診療内容に基づいて作成します。送迎は患者様の診療内容に基づいて作成します。送迎は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
8. 清掃 清掃は患者様の診療内容に基づいて作成します。清掃は患者様の診療内容に基づいて作成します。清掃は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
9. 点検 点検は患者様の診療内容に基づいて作成します。点検は患者様の診療内容に基づいて作成します。点検は患者様の診療内容に基づいて作成します。	
10. 評価 評価は患者様の診療内容に基づいて作成します。評価は患者様の診療内容に基づいて作成します。評価は患者様の診療内容に基づいて作成します。	

Q.なぜレセプト枚数が増加し続けている？

A.メンテナンスへの誘導の徹底

先にメンテナンスの時間配分についてお伝えします。新患は1時間枠をとり、前半の30分に検査・診断を行います。検査では、唾液検査と位相差顕微鏡を用いて、菌の状態を患者様にお見せしています。そしてそこで歯周病についてのお話をしています。(これが初診カウンセリングと呼ばれるものです。)そして後半30分で応急処置やクリーニングを行うという流れです。

歯周病の説明については、開業当初に私が急遽作成した、箇条書きの説明マニュアルが今では3つの医院で使用される院内ツールの一つになっています。この説明マニュアルを用いて、初診の患者様全員に歯周病の説明を行っています。入ったばかりのスタッフにも、説明マニュアルを見ながらでもいいので、これ通りに話すよう伝えています。

また毎月、レセプト枚数とリコール数を院内に掲示し、いつでも見られるようにすることで、スタッフのやりがいやモチベーションの維持にも繋がっていると感じます。なのでレセプト枚数が増加し続ける理由は、「メンテナンスへの誘導を徹底すること」これに尽きます。

Q.スタッフがやめない理由は？

A.採用段階で「人柄」を重要視すること

採用基準として一番重要視している点は、「人柄」です。開業当初、DHを採用する際に、衛生士学校に通う3年間、無遅刻・無欠席であることを自己PRとして伝えてくれた応募者は即採用しました。普通に話せて、普通に返事ができること、当たり前のことですが一番大切です。そして院内の雰囲気をよくするためにも、言葉が強い人、すぐ怒る人は採用しません。そして昇給のタイミングで全員1万円ずつあげることを採用の時点で伝えています。歩合や能力での評価はとくに女性にはかなり負担が大きいと思います。毎日、元気に出勤して、元気に働いてくれることがスタッフにとっても、医院にとっても良いことだと思います。ちなみに3年間、無遅刻・無欠席だと言っていたスタッフは、結婚して引越したものの、分院のほうで復帰してもいいかと言ってくれています。とても頼もしいです。ちなみに採用しない人は、言葉が強い人・すぐにきれる人です。「院内の雰囲気が良くなるイメージがつくか?」ということが判断基準になっているかもしれません。



Q.分院長はどこから輩出する？

A.副院長ではない勤務医から

メンテナンスへの誘導で使用している院内ツール

リコールパンフレット

むし歯・歯周病パンフレット

リコールはがき

治療中断呼び戻しハガキ

歯科医師キャリアパス		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
歯科医師力	目指すキャリアイメージ	★ベーシックな保険診療を提供することができる ★一口腔全体の治療計画を立案することができる ★法人内の他職種との連携ができる	★法人内でも高レベルな保険診療ができるようになる ★自費診療(自費補綴&アライナー矯正)ができるようになる	★法人内でも高レベルな自費診療を提供することができる	★患者一人一人のライフステージに合わせた治療を行うことができる ★若手歯科医師の模範となり、法人内での育成担当者ができる	★自身の診療得意分野を伸ばすために外部・内部問わず研修を行う ★経営幹部として、経営にも携われるようになる ★紹介患者様が増え、指名で治療に入ることが増えてくる
	臨床スキル	●保険診療 ●診査・診断・治療計画 ●患者対応	●自費診療(軽度) ●埋伏抜歯 ●FOP ●アライナー矯正	●自費診療(重度) ●MTM ●歯周形成外科手術 ●インプラント	●歯周再生療法 ●FGG/CTG	●フルマウス自費診療 ●GBR/サイナスリフト
	経験症例モデル/年間	●一口腔単位の治療 5症例 ※先輩Drフォローあり	●自費補綴 50症例 ●アライナー矯正 3~5症例 ※先輩Drフォローあり	●自費補綴 60症例 ※内前歯20症例 ●アライナー矯正 10症例 ●インプラント 3症例	●自費補綴 60症例 ●複合型自費診療 3症例 - 例)インプラント×アライナー矯正 ●アライナー矯正 30症例	●自費補綴 50症例 ●複合型自費診療 10症例 - 例)インプラント×アライナー矯正 ●アライナー矯正 30症例 ●若手医師育成
歯科医師 年収モデル		1年目 560万円		3年目 820万円		5年目 820万円
		分院長 1,200~1,500万円		経営幹部分院長で 2,400万円		

よく分院長は本院のナンバーツーのポジション、あるいは副院長から輩出すると耳にするかと思います。しかし当院はあえて、それよりも唇が浅いドクターに分院を任せます。その理由はあくまでも本院を重要視しているためです。分院がだめになっても本院でカバーするのだという気持ちで本院には力をいれています。そしてナンバーツーではなくても、本院の再現性が高いことから、分院内での診療フロー等の落とし込みに時間がかからないということも当法人の分院展開が成功している理由かと思っています。

私が普段分院長に指導していることをあげるとすると、スタッフへの接し方くらいかと思います。分院長がやめてしまうリスクに恐れている方も多いかと思いますが、私も同じです。分院長をいつまで続けてもらえるのかということは誰にも明確にはわからないので、そのためにドクターの採用は常に募集をかけています。他院で経歴があると文化の理解が難しいため、新卒もしくはキャリアの浅い人で採用をするようにしています。



歯科・治療院・エステ支援部
矯正歯科グループ マネージャー

小川 純平

立教大学法学部を卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。最短・最速で圧倒的な業績アップを実現するコンサルタント・マーケター。マーケティング関連においては業界トップクラスの知識と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、他業界からの引き合いも多い。患者ニーズ・行動心理を応用した集患戦略を得意とし、その手腕は業界内でも高い評価を得ている。担当クライアントの“平均”医業収入は5億円/年を超え、10億円/年を超えるクライアントも多数存在する。

ここまでお読みいただき誠にありがとうございます。

私、株式会社船井総合研究所の小川と申します。

私達は日々200会員の歯科医院経営者のコンサルティングに携っております。

今回ご紹介させていただいている、医療法人真歯会 平川俊秀理事長は、2015年に本院である平川歯科クリニックを設立し、約1年後の2016年に一つ目の分院「寺田町ファミリー歯科」を開院、そしてそのタイミングで法人化をされています。2020年に3つ目の分院である「森ノ宮ファミリー歯科」を設立し、現在大阪府で3院展開されている医院です。

本日はこちらをお読みくださっている皆様限定で、医療法人真歯会がなぜ成功したのかについて、コンサルタント目線で解説させていただきます。
ずばり医療法人真歯会が成功した理由は「標準化・再現性・タイミング」の3つのポイントにおいて、基準を満たしてからの分院展開を行ったからです。一つずつ説明させていただきます。

1 標準化

まず「標準化」というのは、ずばり「勘にたよらない経営」が確立されている状態です。医療法人真歯会でいうと、一番重要視している項目は保険診療であるメンテナンスです。メンテナンスへの誘導を徹底して行うこと、レセプト枚数を増加させることをスタッフ全員が共通認識として持っているからこそ、安定した経営を確立することができています。

ここで重要なのは、「あり方」を教育することです。真歯会様で行っているあり方教育は以下のようなものです。

- ・医院としての目標を掲げ、院内ミーティングなどの機会に全員に伝えること
- ・目標を達成するために必要なこと、患者様に求められていることを明文化し共有

理事長・院長に求められることは、「あり方」の教育を行うことであり、やり方に関しては手法は教えるものの、指導はせず、ある程度スタッフの考えに任せるということが組織のトップとして必要なことであると感じます。

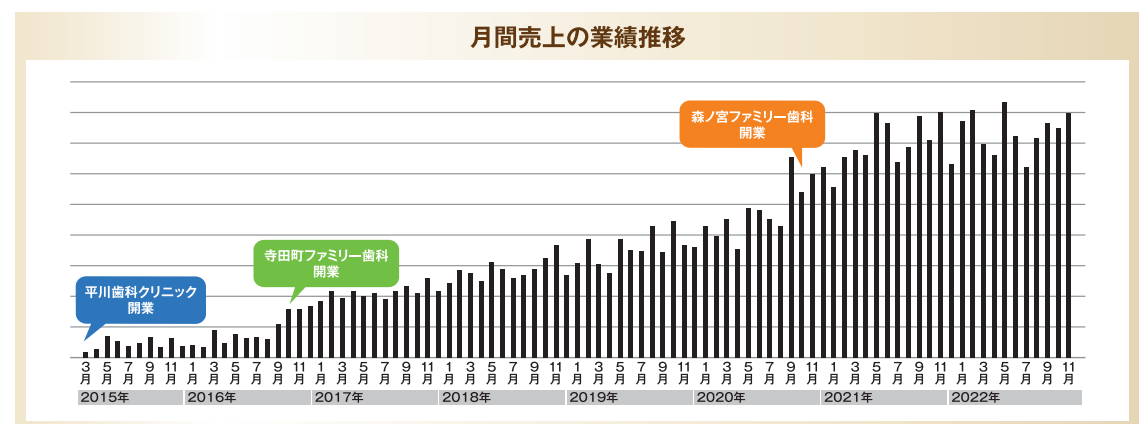
2

再現性

分院展開を行うにあたって、次に重要なのが「再現性」です。わかりやすくお伝えすると、本院のやり方をそのまま分院でコピーのように実施できるか誰がやっても同じ経営になるかということです。

例えば、メンテナンス時間は何分か、治療終了時に行うカウンセリングはどのような内容か、カウンセリングで使う資料は何かなどです。これらをスタッフが入れ替わっても同じ流れでできるのか、場所が変わっても同じことができるのかという部分を今一度確認していただきたいです。

医療法人真歯会の場合、患者様に話すタイミング、話す内容、みせる資料すべてが3院とも同じ流れで構成されています。だからこそ、分院展開を行ったあとの業績推移が安定した増加傾向になるのです。



3

タイミング

そして最後に「タイミング」です。分院展開をお考えの先生からよくいただく質問です。「いつ分院展開すべきですか?」「分院展開をしていい基準は何ですか?」こちらをお読みの先生でも悩まれている先生が多くいらっしゃるのではないかと思います。

タイミングについては詳細に検討する必要があります。展開の基準を理解し、その基準を満たしているか、満たしていなければ何が足りないのかを考え、改善する必要があります。

このタイミングの部分については、セミナーの講座にて詳しく解説しておりますので、ご興味がある方はぜひご参加ください。

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。

お問い合わせ
多数により

アンコールにてセミナー開催決定！
セミナー講座から学べることを一部ご紹介

本セミナー講座から学べることを

一部ご紹介！

- ✓ 歯科医院の二極化が進むなかで、考えるべきであるリスク回避について
- ✓ 分院展開のメリット・デメリット
- ✓ 保険診療メインの歯科医院でも確実に成功できる方法
- ✓ 現場で実際に使用している院内ツールをご紹介
- ✓ 7年で3医院を展開し、5億を達成した理由である標準化・再現性・タイミングとは
- ✓ スタッフがやめない、育休・産休から復帰してくれる組織作り
- ✓ 分院長を選定するにあたり、院外からの採用が失敗する理由
- ✓ 分院展開が医院にとってふさわしい選択であるのかを判断する前提条件
- ✓ 失敗する「分院展開あるある」をご紹介
- ✓ 徹底したメンテナンスへの誘導方法について
- ✓ 本院と分院が同じ診療体制で行える理由である院内の統一化について
- ✓ スタッフへ教育していること、院内ミーティングの内容
- ✓ レセプト枚数を増加し続けられるスタッフへの指導方法
- ✓ レセプト枚数、リコール数、新規仮アポの取得率、既存仮アポの取得率
- ✓ 分院展開を行う基準となる医院の状態・タイミングについて
- ✓ 分院の医院名は法人のブランディングにも有効？
- ✓ 分院長はあえてNo.2から輩出しないようにしている理由
- ✓ スタッフに求めることは、治療技術よりも接遇
- ✓ 診療圏人口からおおよその売上上限を把握することができる

チェック
リスト

あなたの医院は分院展開できる状態ですか？

分院展開チェックシート

【本院の生産性チェック】

基本情報			
開業年数		院長現年齢	
レセプト枚数		ユニット台数	
保険売上		自費売上	
自費内訳			
新患数		1日平均患者数	
		キャンセル率	
従業員構成			
常勤		非常勤	
パート		パート	
移動指数			

ユニット1台
あたりの
生産性は？

Q1. ユニット1台あたり月間生産性は_____万円

Q2. ユニット1台あたり月間レセプトは_____枚

Q3. ヒト1人あたりの年間生産性は_____万円

計算方法
Q1. (保険売上+自費売上)÷ユニット台数
Q2. 月間のレセプト枚数÷ユニット台数
Q3. ((保険売上+自費売上)×12ヶ月)÷稼働指数合計
※稼働指数は、週40時間勤務を1とする 例)非常勤週10時間勤務の場合⇒0.25

評価基準
Q1. ○:250万円以上、△:200~250万円、△:150~200万円、×:150万円以下
Q2. ○:140枚以上、△:120枚以上、△:100枚以上、×:100枚未満
Q3. ○:1800万円以上、△:1500~1800万円、△:1200~1500万円、×:1200万円以下

No.	チェック項目	判定 (○△×)
①	ドミナント展開を検討している	
②	テナント立地を抑えている	
③	生産性チェックのQ1が○ or △である	
④	生産性チェックのQ2が○ or △である	
⑤	本院にユニットの増台・増床の余地がない。もしくは、増台・増床の余地はあるが診療圏シェアの関係で展開せざるを得ない	
⑥	法人の理念や目的が明文化されている	
⑦	法人の診療フローが明文化されている	
⑧	法人のツール類が全て統一されている	
⑨	現在の本院に分院長を務められる勤務医がいる	
⑩	生産性チェックのQ3が△以上の状態で採用を検討している。もしくは×の状態なので、本院のスタッフの一部を分院へ転動させることができる	

ヒト1人
あたりの
生産性は？

メモ

講座内で実際に
貴院が分院できる状態なのか
チェックシートにて診断します！

以下の数値情報をご用意して、ご参加ください！

ひと月あたりの
レセプト枚数

ひと月あたりの
ユニット台数

ひと月あたりの
保険売上と自費売上

スタッフ人数
(パート含め)

実際にご参加された方の声

本日は貴重なお話ありがとうございました。再現性、標準化、タイミング、分院展開の仕組みがよくわかりました。平川先生が地域の皆様に貢献しようという思いで分院を展開していらっしゃることも伝わってきました。ありがとうございました。



同じ大阪府内という立地もあり、先生の分院展開手法非常に参考になりました。当院もいずれ先生の様に規模拡大していきたいです。



分院展開の第一歩がとても分かりやすかったです。ありがたいお話を聞けました。



※一度こちらのセミナーは開催されており、その後追加開催についてのお問い合わせを多数いただいたため、アンコールでの開催となります。枠数が限られておりますので、ぜひこの機会にご参加ください。

無料 メールマガジン & 公式LINE

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

船井総合研究所 歯科グループが、
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・LINE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

☑ 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

メールマガジン&公式LINEお申込みはこちらから

下記のQRコードより、お申込みください。

メールマガジン



公式LINE



THE DENTAL / 船井総研歯科YouTube支援本部

★ 毎週 最新情報を発信★

YouTube限定の動画を続々配信しています。

ぜひお気軽にご覧ください。

チャンネル登録で、最新投稿を見逃さずに動画をチェックできます。

YouTube



研究会に関するお問い合わせはお客様相談窓口
へ TEL: 0120-958-270
平日9:45~17:30(年末年始を除く)

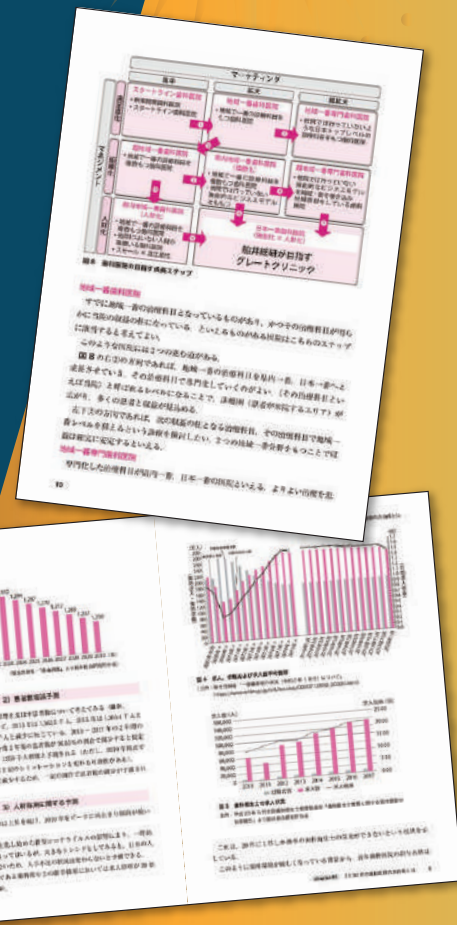
いますぐ
始める

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

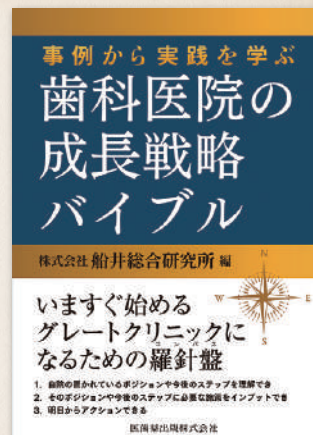


• 本書は

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