

# 小児矯正特化で月相談数80名超え集患セミナー

## セミナー日程・開催時間

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をお選びください。

|      |      |                                                                                         |
|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 東京会場 | 開催日時 | 2024年3月10日<br>13:00~16:30 (受付12:30~)                                                    |
|      | 開催場所 | 株式会社船井総合研究所 東京本社<br>〒100-0005<br>東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階<br>[JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]   |
| 大阪会場 | 開催日時 | 2024年3月24日<br>13:00~16:30 (受付12:30~)                                                    |
|      | 開催場所 | 株式会社船井総合研究所 大阪本社<br>〒541-0041<br>大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル<br>[地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」⑩番出口より徒歩2分] |

受講料 一般価格:税込33,000円(税抜30,000円)/一名様  
会員価格:税込26,400円(税抜24,000円)/一名様

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。

お申込み締切 銀行振込の場合.....開催6日前まで  
クレジットカード払いの場合...開催4日前まで

※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、会場はマイページにてご確認ください。また、最少催行に満たない場合、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。

お申込みはこちら



## セミナー内容

### 第1講座



矯正市場の動向から分かる  
歯科医院で取るべき矯正治療戦略

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 リーダー 山本 喜久

### 第2講座



小児矯正特化で、月相談数80名を突破した  
矯正ブランディングのノウハウ大公開!

宇都宮矯正歯科 院長 山田 雅一 氏

### 第3講座



小児矯正強化による一貫した  
矯正治療による成功医院への道

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 川本 葵

### 第4講座



地域で真に選ばれる歯科医院になるために  
どのような取り組みが必要か

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 マネージャー 出口 清

成人矯正から

小児矯正まで

一貫した

# 矯正治療で

## 月間相談数

# 80件超えを達成!

## 月間相談数80件を達成した理由

- 1 自然検索(SEO・MEQ)で  
上位3位以内を取り続けるためのWeb対策
- 2 月10件以上の問い合わせに繋がる野立て看板戦略
- 3 LINEを活用した後追い施策により  
精密検査移行率は50%以上の達成
- 4 高い満足度に繋がる、患者ニーズ把握のための施策  
(問診票・TC育成・カウンセリング体制の強化)
- 5 口コミで紹介患者を劇的に増加させるためのスキーム

各フロアにおいての「徹底ぶり」に驚愕!?  
集患から成約に繋げる  
ために取り組んでいる施策を

# 大公開!

3分で読める!

インタビュー記事はこちら

宇都宮矯正歯科  
院長 山田 雅一 氏

お申込み方法

PCの方はこちら ※6桁の数字も含めて検索してください

船井総研 108284

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/108284>

スマートフォンの方はこちら

右のQRコードを読み取りいただき、  
Webページのフォームよりお申込みください。

※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。



小児矯正特化で月相談数80名超え集患セミナー

お問い合わせNo.: S108284

主催



サステナブルな成長を促す。 船井総研セミナー事務局  
Funai Soken

E-mail

[seminar271@funaisoken.co.jp](mailto: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](http://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)

108284



# 宇都宮矯正歯科



特別  
ゲスト  
講師

宇都宮矯正歯科  
院長 山田 雅一 氏

経歴

平成13年 3月 茨城県立水戸第一高等学校 卒業

平成20年 3月 東北大学歯学部歯学科 卒業

平成21年 3月 東北大学病院付属歯科医療センター 研修終了

平成25年 3月 東北大学大学院歯学研究科 顎口腔矯正学分野 卒業  
「歯学博士号」取得

平成25年 4月 東北大学大学院歯学研究科 顎口腔矯正学分野 非常勤講師

平成25年 9月 東北大学病院矯正歯科 医員 入局

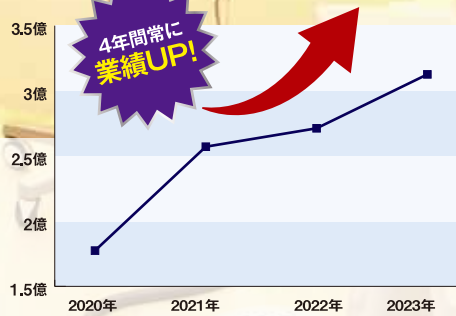
平成27年11月 日本矯正歯科学会「認定医」取得

平成28年 3月 東北大学病院矯正歯科 医員 退局

平成28年 4月 医療法人プライムオルソ くぼた矯正歯科クリニック 勤務

平成28年10月 医療法人プライムオルソ 宇都宮プライム矯正歯科 院長

平成31年 5月 宇都宮矯正歯科開院 院長



## 予防矯正から小児矯正、 成人矯正まで一貫して矯正治療を 提供している矯正専門歯科医院

栃木県宇都宮市で矯正専門歯科医院として開業し、初年度で売上1億円を突破し、3年で売上2.6億円、月相談80名を達成したのが宇都宮矯正歯科です。

宇都宮で矯正といえば、「宇都宮矯正歯科」と言われるほど矯正歯科としてのブランディングが確立されています。宇都宮矯正歯科では、従来の矯正専門歯科でよく見受けられた成人矯正のみだけでなく、予防矯正や小児矯正など一貫した矯正治療を行うことでLTVを高める治療を提供しています。

2019年に開業、矯正専門医として、患者様に最高の矯正治療を提供していくことを目標としつつ、患者様の矯正治療に対するニーズを最大限に汲み取った治療を行いたいとの思いから、ワイヤー矯正だけでなく、アライナー矯正や予防矯正などの治療も行っています。

矯正を強化されている方、強化しようと思っている方だと収益性が低いと思われる方が多く、アライナー矯正や予防矯正

を導入するのに躊躇する方も多いかと思います。

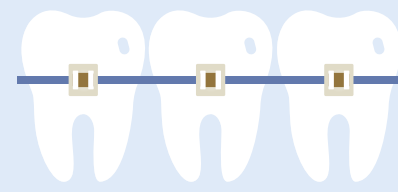
しかし成人マウスピース矯正だけでなく子供のころから歯並びを整えること、お口の悪い癖を治すことは全身健康において非常に重要な事であり、収益性も高めることができます。なぜなら小児口腔機能管理料なども算定できますし、子供のころから通ってもらうということで、LTVを高めることにも繋がるからです。そのため宇都宮矯正歯科では成人マウスピース矯正だけにとどまらず、子供のときからお口の悪い癖にアプローチできる予防矯正を含め、小児から成人まで一貫して矯正治療を行っています。

子供から成人にかけて一貫した矯正の治療だからこそ、宇都宮矯正歯科の専門知識やノウハウを活かすことができます。

予防矯正に取り組むことはチャレンジングな事ではあるかもしれませんが、80歳になって何本歯が残っているかなどを考えると成人からではなく子供のころからアプローチすることが、より多くの患者様を救う一番の近道なのではないかと思います。



## 「宇都宮といえば宇都宮矯正歯科」を 実現させたブランディング方法とは？



① 小児～成人矯正のブランディングは  
どのようにされていますか？

② 看板、口コミ、TCのカウンセリングを  
強化しています。

看板には院長の顔を出すのが効果的だと思います。リスクがありますが効果は高く、患者さんとの会話の中で、看板を見て来院されたという方も多くいらっしゃることを実感しています。また10個を超したあたりから「ここに出しませんか」というお誘いを受けることも増えました。

口コミも非常に大事で何かご指摘を受けた際には私自身がコメントを返すようにしています。

また、成約にはスタッフのカウンセリングも非常に重要なポイントになります。

私たちの医院には当事者意識とメタ認知能力の高いTCがいます。そのTCとどのようにカウンセリングを改善すればいいかブラッシュアップしています。

精密検査を実施せずに一度検討されるという患者様にはLINEで追いかけてしており、実はこの施策を考えたのもスタッフです。

## 宇都宮矯正歯科のTCが語る カウンセリングの極意

① カウンセリングではどのようなことを意識していますか？

② カウンセリング前には事前のヒアリング内容等をしっかりチェックしてから行っています。

小児に対してはカウンセリングでお口の癖の話を必ずしており、口腔内写真や水飲み動画などを使って丁寧に説明していきます。カウンセリングで撮った写真や動画は親御さんも見たいと思うので必ず見せるようにしています。

成人に対してはアイテロの表示した画面を自分で操作して見て

③ TC採用はどのような点を重要視されていますか？

④ 大事なのはコミュニケーション能力、  
相手の立場に立つ能力、前向きな気持ちがあるかどうかだと思います。

当院が月80名の相談数を獲得できているのはスタッフそしてTCの能力が高いからではないかと私は思っています。

このようなスタッフを採用するためには相手の立場に立って考えられる、さらにはDr.の立場にも立って考えられる人を採用するのがよいかなと思います。

また採用のずれを無くすためには他の職種から募集してTCを育てるのではなく、最初からTCで募集したほうが良いのではないかと思います。採用の時見られるポイントとしては口コミも見られていと思うので採用を成功させるためにも口コミの対策の強化は非常に重要だと思います。

⑤ 他院ではなく宇都宮矯正歯科を  
選んでいただけている理由は何だと思いますか？

⑥ 認定医が3人いる上で高度な治療を  
低価格で提供していることだと思います。

例えば小児矯正ではマウスピース矯正や床矯正が選べてトータルフィーで49万円という高度な治療と安さを両立しています。

今後はインハウスでマウスピース作成から自院で行うことができればよいなと思っています。



もらう・撮影しやすいようにDr.を呼ぶときに写真などを撮っていただける時間を設けるなどの工夫をしています。

また、当院のカウンセリングではDr.が治療計画を話すときにTCが同席しています。そうすることでDr.の治療計画を聞いた上で相手に合わせたクロージングを行うことができます。



月間相談数10件から80件までを  
2年で達成した

集患

から

成約

に至るまでに取り組んでいる施策を

地域ブランディングに繋がる

## 徹底した院外マーケティング



### POINT 1 看板設置

宇都宮矯正歯科では看板を約40か所に設置しており、実際に矯正相談の来院経路でも看板を見てと回答されることが多くなっています。ポイントとしては、設置場所とデザインの統一です。原色のピンクを使用し、院長の画像も掲載、そして「見えないマウスピース矯正」というキャッチフレーズをつけることで印象に残りやすく、院外マーケティングの柱ともいえる施策になっています。

### POINT 2 SEO対策の強化+HPの充実

「宇都宮 矯正」と検索すると常に上位に表示される状態になっています。SEOといわれる自然検索で上位に表示される状態にするには、情報量の多さが肝です。宇都宮矯正歯科では定期的なブログ更新を行っており、サイト内の情報は常にアップデートされています。またHPにたどりついた患者様が知りたい情報である治療費用や装置の種類などは上部のタブに設置、そしてスマートフォンで見たときにもWeb予約や問い合わせの電話ボタンが押しやすいようにと、設置位置までこだわった設計をしています。

### POINT 3 口コミ対策

通院されている患者様には徹底して口コミ回収を行っております。口コミ数は120件を超え、評価は4.6と高評価です。看板を見て興味をもち、「宇都宮矯正歯科」と検索すると本体サイトが表示され、中を見ると専門性の高さが伝わる内容で、最後に実際のレビュー(口コミ)をみると高評価。ここまでの一連の流れ、ユーザー行動を予測したうえでの院外マーケティングをしているからこそ、月間相談数80件を達成できているのです。

### ✓ 消費者行動モデルの注目から行動までを抑えた院外マーケティングを実践

#### AISAS型

インターネット時代の購買様式  
検索エンジンでECサイト誘導



他院との差別化ポイント!

## 徹底した成約につながるひと手間



### POINT 1 精密検査に繋がらなかった患者様への後追い

少なからず一度検討しますというお返事をいただくこともあります。宇都宮矯正歯科では、機会を逃すことがないよう、初回相談から1ヵ月が経過したタイミングで、LINEにて再度精密検査のご案内をお送りしています。そのために初回相談時には必ずLINEを登録していただき、患者様との連絡手段を確保されています。

### POINT 2 カウンセリングの質向上に向けた取り組み

カウンセリングの質を高めるための取り組みも欠かさず行っています。院内での練習ももちろんですが、精密検査へ移行されなかった患者様に対しては別途アンケートにご回答いただき、カウンセリングを受けてみての意見を集めています。実際に患者様がどう感じたのかというリアルな意見を見て、各自改善するということまで実践しているからこそ、高い成約率に繋がっているのではないのでしょうか。

# 一挙大公開!

## 徹底的に患者様に寄り添ったカウンセリング



### POINT 1 事前準備・問診票

宇都宮矯正歯科では患者様のニーズを把握するために行う事前準備への取り組みが素晴らしいです。まず電話で問い合わせのあった場合に仰られていた主訴にあたるお悩みと、問診票に記載されている内容が同一なのかを確認し、患者様のお悩みとしてできた内容を漏れなく把握します。そして問診票の質問項目には、患者様の基本情報だけでなく、認定医が在籍していることを知っているかなどの項目を追加しており、回答しながら専門性を感じられるものになっており、カウンセリングへの温度感を高める内容になっています。

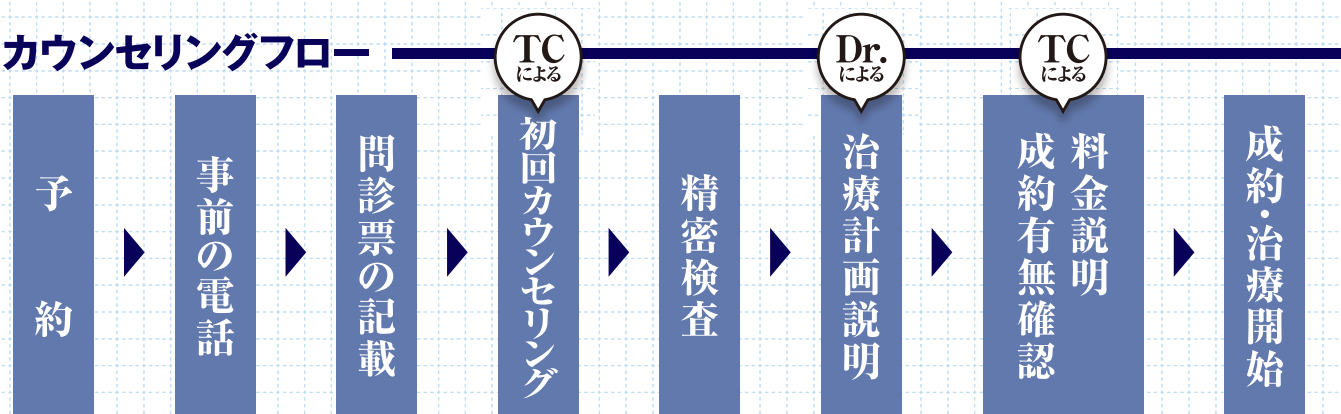


### POINT 2 保護者の温度感を高める小児矯正カウンセリング

子供の歯並びが今後どうなっていくのかを不安に感じられている保護者の方は多くいらっしゃいます。ただ、成人矯正に比べると一度話を聞いて治療開始時期については検討するという方も多くいらっしゃるのが一般的です。宇都宮矯正歯科の小児矯正カウンセリングでは、歯列を並べるという観点ではなく、そもそも歯ならびが悪くなる原因のお口の悪い癖について、そしてその悪い癖がお子様の身体にどのような悪影響を及ぼすのかということから話すことで、小児矯正は今しかできない治療であることを説明されています。その結果成約に繋がり、保護者のリアルな口コミとなり、地域ブランディングが強化されることで今では小児の矯正相談は月10件を超えるようになっています。



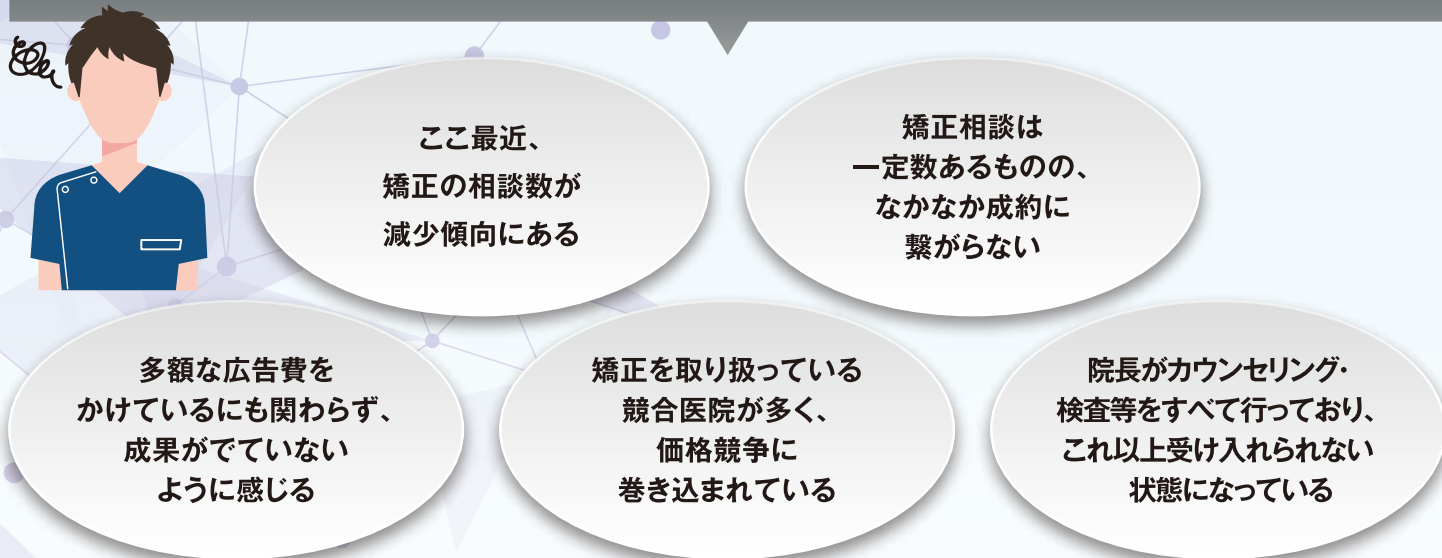
### カウンセリングフロー



各フローでの使用ツールや実施時間、また話している内容、成約に繋がるポイントについては  
セミナーですべてお話しさせていただきます!



# このようなお悩みはありませんか？



上記のようなご相談は非常に多いです。そもそも矯正のニーズが減少しているのではないかとお考えの方もいるかと思います。しかし、「矯正」「マウスピース矯正」という検索ボリュームが減少傾向にあるわけでもありません。今回ご紹介する宇都宮矯正歯科のように、各フローにおいて徹底した取り組みを行っている医院は安定して矯正相談数を獲得し、成約に繋がられています。

## 担当コンサルタントからのメッセージ

歯科医院を取り巻く環境は日々変化してきております。小児のう蝕の減少、歯科医院の開業と比べた廃業の割合の増加など今までの歯科医院の形からの差別化が必要となってきています。「治す歯医者」から「予防まで行う歯科」への転換が求められています。矯正治療というところに注力してみても今までの歯科医院での矯正治療とは差別化が必要となります。その差別化に成功し「地域の矯正歯科医院といえば」というブランディングに成功したのが宇都宮矯正歯科です。

宇都宮矯正歯科では院外マーケティング、院内マーケティングどちらも両立されています。その要因となったのが小児矯正です。現在宇都宮矯正歯科では月間10人の小児患者を集患することができており、集患に成功していると言えます。コンサルタントとして関わらせていただき一番感じるのが医院全体での勉強意欲の高さです。スタッフ含め小児のお口の癖を切り口としたカウンセリングなど落とし込みも徹底されています。

今回は今までの試行錯誤含め月間相談数80件を超える集患施策を語っていただく密度の濃いセミナーとなっております。ぜひご参加ください。



株式会社船井総合研究所  
歯科・動物病院支援部  
リーダー 山本 喜久

## 本セミナーで学べること

- ✓ **自然検索**(SEO、MEO)で上位を取り続けるための対策
- ✓ **温度感の高い患者**が相談にくるWebマーケティング方法
- ✓ 答えるだけで権威性を伝えることに繋がる問診票の質問項目
- ✓ スタッフ自らカウンセリングの精度向上を改善する医院体制
- ✓ 矯正相談のキャンセル数を激減させるアポイントの取り方の工夫
- ✓ **患者様に選ばれる商品設計**
- ✓ 宇都宮で矯正といえば「宇都宮矯正歯科」という地域ブランディングを成功させる看板戦略
- ✓ 精密検査へ移行しなかった患者様への後追い施策
- ✓ 採用難時代のなかでも優秀なTCを獲得できる採用活動
- ✓ 安定して成約率50%を叩き出しているカウンセリング内容
- ✓ 口腔機能から訴えかける小児矯正カウンセリング
- ✓ 保護者の心を掴むカウンセリングのアイスブレイク
- ✓ スタッフ主導で実施できる院内オペレーション
- ✓ 小児矯正の成約率が向上する動画撮影



## ✓ チェックリスト

### 今の取り組みの徹底度合いをチェック！

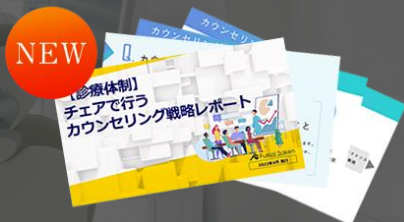
- 集患**
  - ☐ 口コミ対策: 口コミ回収に取り組んでいますか？ 競合医院より件数、評価は上ですか？
  - ☐ MEO対策: 「〇〇市 矯正」と検索したときに上位3位には入っていますか？
  - ☐ SEO対策: 「〇〇市 矯正」と検索したときに1ページ目に自院のサイトがありますか？
  - ☐ Google広告: 1相談獲得するにあたり、いくらの費用をかけているかを把握していますか？ また費用対効果を高めるために分析を行っていますか？
  - ☐ Webでの対策だけではなく、看板なども活用して認知度の向上に努めていますか？
  - ☐ サイト強化: 自院のサイトに症例写真を掲載していますか？ 矯正装置の種類や、費用について細かく記載していますか？
- カウンセリング**
  - ☐ 問診票について、戦略的に質問項目を設けることができていますか？
  - ☐ Dr.のみでの矯正相談ではなく、スタッフ主導でのカウンセリング体制が構築できていますか？
  - ☐ カウンセリングに使用するツールや、お持ち帰りパンフレットなどを充実させることができていますか？
  - ☐ 小児の患者様に、適切なタイミングで矯正の話ができていますか？
  - ☐ 小児矯正カウンセリングにおいて、お口の悪い癖が身体にどのような悪影響を及ぼすのかという観点から伝えることができていますか？
  - ☐ 精密検査には繋がらなかった患者様の後追いができていますか？
- 分析・改善**
  - ☐ 今、矯正治療を受けられている方がなぜ自院を選んだのかを把握できていますか？
  - ☐ 性別、住所、来院経路、主訴などを集計し、次の取り組みへと繋がられていますか？

歯科医院を経営されている方必見  
いまメルマガ登録をすると…

# 歯科医院経営ノウハウ小冊子



無料で



プレゼント!!

全国500の  
歯科医院の業績  
UPを実現した

## 小冊子の内容一覧

### 集患

- 歯科医院集患戦略レポート～Web戦略～
- 歯科医院集患戦略レポート～概要～
- 歯科医院集患戦略レポート～ロコミ (MEO) ～

### 自費

- アライナー矯正の増患・成約レポート～スタートアップ～
- アライナー矯正の増患・成約レポート～ステップアップ～
- インプラントの増患・成約レポート
- 再治療のスパイラルから脱却する 根管治療自費化のススメ

### 診療体制

- 小児歯科・小児矯正を強化する歯科医院のためのレポート
- チェアで行うカウンセリング戦略のレポート
- 金属代高騰対策のレポート
- 予防歯科体制 (リコール率アップ・自費メンテナンスの導入方法) 構築のレポート
- 訪問歯科スタートアップ (立ち上げ) レポート

採用

経営

定着

ロードマップ

時流予測

診療報酬改定

などなど

他にも **多数**

全50種類以上!新しい小冊子も随時公開!  
小冊子ダウンロードはこちら!

※メルマガジンに自動登録されます。



新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。



# 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

株式会社船井総合研究所 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

