

<小児地域圧倒的一番店への道>成功事例20連発セミナー

セミナー日程・開催時間

開催日時

2024年6月16日

14:30~17:30 (受付開始14:00~)

開催場所

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO (八重洲)
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
[JR・東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結 (八重洲地下街経由)]

開催日時

2024年6月23日

13:00~16:00 (受付開始12:30~)

開催場所

株式会社船井総合研究所
大阪本社
〒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]

※[2024年4月1日]より八重洲に移転いたしました。ご来場の際はご注意ください。

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

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。

※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。

お申込みはこちら



セミナー内容

第1講座



コロナが終息した今、地域トップクラスの
歯科医院がとるべき小児特化の戦略
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 土戸 和希

第2講座



地域トップクラスの
小児特化型歯科医院になるまでの道のり
医療法人HDC 理事長 檜山 雄彦 氏

第3講座
第4講座



地域トップクラスの小児ブランドを創るマーケティングの全て
医院全体で取り組む小児ブランドに絶対必要なマネジメントの全て
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 土戸 和希

第5講座



明日からの実践できるまとめ講座
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
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

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 112913

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/112913

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と検索してください。



[TEL]0120-964-000 (平日9:30~17:30) ※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。

年商 3,000万円の医院が

年商 3.4億円の総合歯科医院に

当院が劇的に成長したきっかけ

小児成功事例20連発セミナー

成功の原点となった20の取り組み

- 施策1 キッズクラブ有効活用!! イベント開催・写真の院内掲示で小児歯科の認知度UPで紹介経由の小児患者が7割以上!
- 施策2 SNS×子ども集患!?小児の新患割合50%超の集患施策
- 施策3 小児プロジェクトチーム立ち上げでスタッフが自走小児矯正増のための高速PDCAサイクルを実現
- 施策4 0期から2期までの矯正ラインナップを増やし広告を活用した矯正相談数UP・成約数UP施策

秘策大公開

すぐに実践できる



2024年6月16日 14:30~17:30 東京開催

2024年6月23日 13:00~16:00 大阪開催

来場開催

<小児地域圧倒的一番店への道>成功事例20連発セミナー

お問い合わせNo.: S112913

主催 サステナグロースカンパニーをもっと。船井総研セミナー事務局 Funai Soken 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「お問い合わせNo.」をご入力ください) 112913

全国の小児に取り組む歯科医院の事例を厳選して紹介



集患

小児患者が2倍に!?

子どもが遊べるデジタルパネル導入で **新患数アップ施策**。
子どもが行きたくなる歯医者づくり



固定化

医院独自のキャラクターの製作

子どもが親しみやすいキャラクターを用いて
カウンセリング資料や歯科グッズの提供。
イラストで **歯医者の重要性を視覚で理解**してもらう。



自費率UP

小児口腔機能管理のフロー設計で

小児矯正の **成約率アップ施策動画撮影を導入**し、
親御さんに視覚で伝えMFT・小児矯正の件数増加。



自費率UP

子育て世代を対象とした **SNS広告活用**で
集患を強化。治療ではなく小児矯正希望の
患者さんを倍増させたWEB集患施策



集患

子どもが集まる歯医者であると認知してもらい、

家族紹介につなげた小児集患施策。

院内に子どもの写真を掲載し、
小児にも力を入れている医院としての認知アップ



教育

スタッフが自走するプロジェクトチーム立ち上げ。
小児専任チームを立ち上げスタッフ主体で、
小児矯正・MFTが決まる仕組み。
スタッフ主体の **高速PDCAサイクルを回すノウハウ**。



継続来院

唾液検査を活用した **親子予防施策**

親御さんの子どもの口に対する意識を高め継続来院につなげる

小児向けの唾液検査導入事例

唾液検査から虫歯リスクを伝え、デンタルIQの向上で **継続来院率アップ**



早期

集患

管理栄養士活躍で **LTV最大化の早期の患者獲得事例**。

妊婦への栄養指導、お母さんへの離乳食教室立ち上げ
マイナス一歳からアプローチした早期集患で、
生まれたら●●歯科で **生涯来院**につなげる仕組みづくり



集患

HPのリニューアルで **新患数アップ**につなげた事例

特定の層ではなく **全ての世代を対象**としたHPリニューアル、
医院独自の強みをアピールし新患数が増加



集患

Instagram活用で、小児新患増加施策!

子育て世代が多く利用するInstagramで
小児矯正の患者さんの写真や、治療、託児の様子を掲載、
小児歯科医院としての **認知アップ、来院数増加事例**



学べる
ポイント

- ✓ 2024年の歯科医院経営に置いて **必要な経営のキーワード**がわかる!
- ✓ **業績を伸ばしている**歯科医院の**特徴**がわかる!
- ✓ 大きな投資をかけずに**すぐに取り組める実績事例**も紹介!

なぜこんなにも**事例が集まるの?**

全国歯科医院の事例を
データベースシステムを活用し、
常に**最新情報をアップデート**。



当日はそこから
選りすぐりの事例を

大公開!

小児歯科を強みに持つ 総合歯科医院を経営



医療法人HDC

ひやま歯科クリニック

理事長

檜山 雄彦



平成 7 年

平成 8 年

平成 13 年

平成 15 年

平成 16 年

平成 20 年

平成 22 年

神奈川県大学歯学部 卒業
神奈川県大学総合診療科 勤務
神奈川県大学小児歯科学講座助手
日本小児歯科学会認定医 取得
歯学博士号 取得
神奈川県大学小児歯科学講座 講師
ひやま歯科クリニック 開院
日本小児歯科学会専門医 取得

開業から小児歯科を始め、現在までの軌跡

01 チェア3台で開業

来院する患者さんは1日3名…

2008年に神奈川県川崎市で開業をしました。居抜き物件を買取り、チェア3台から診療を始めました。今振り返ると当時は、**1日の平均患者数は3名**、一般歯科として開業し自費は補綴、インプラントがメインの売上で小児を診るということは全く考えておりませんでした。売上は伸びず、**年商3,000万円**ほどで、院内の雰囲気も冷たく張り詰めており、経営において危ない状態だったのを覚えております。



02 遠ざけてきた小児診療

私自身、大学病院では小児歯科を専門にしましたが、スタッフの給与を支払い続け、医院を継続するため収益のことを考えたときに**生産性が低いと勘違いし**小児をするという選択肢は全くありませんでした。

03 強みを整理するきっかけとなった経営セミナー

小児に目を向けるようになったきっかけは、ある経営セミナーに参加したことがきっかけでした。地域の方々にとってどんな医院でありたいか、そして自分ができること・強みは何か、ひたすらに考えました。コンサルタントからの提案やセミナーに参加する中で自身の強みである**小児歯科から地域の患者さんに貢献したい**と決心しました。診療理念や医院としての軸がここから形成されていきました。

04 小児歯科を始めることを決心

小児に力を入れる上で出来ることは何でしようと思いました。小児の患者さんに来てもらおうと考えたときに、新患として来院してもらうよりも、**既存の患者さんのお子様や兄弟、友人の紹介を増やし、小児患者さんに当院を選んでもらおう**と考えました。

05 まずは院内から変えていった 小児を集めるための取り組み

キッズクラブ会員のお子様の写真を院内の壁紙にひたすら貼り付けていたのですが、既存の患者さんから多くの子どもが来ている医院としての認知につながり、既存の患者さんで子どもを連れてきてくれたり紹介経由の患者さんが少しずつ増えていきました。当時来てくれていた患者さんから、ひやま歯科＝小児歯科もやっている医院としての認知がされ、子どもが集まり、そして親子集患につながっていきました。キッズクラブの会員向けの**満足度向上**のために進めたクリスマスイベントや特典のプレゼントなどがお子様の満足度はもちろん、評判を聞きつけた患者さんの来院にもつながってきました。マザータイムと称して**お母さんのための診療時間**・子ども預かり診療も始めました。**ブログ記事**の投稿も、スタッフと分担して定期的な投稿も行い子どもに優しい歯医者として、**患者さんからの口コミも増えて**いき、子どもだけでなく、成人、高齢者と幅広い世代の方の来院も同じように増えております。



06 子どものために出来ることを増やす 小児矯正にも挑戦

小児の患者さんを診ることが増え、既存の患者さんからの矯正の相談をいただくことが増えていました。当時は「夜だけ矯正」の別称で、SH矯正から導入し、歯を抜かない矯正・寝ているときだけ装着する手軽さから親御さんからの相談も増えました。SH矯正だけでは治らない子どものためにも、より包括的に子どもの歯並びを治療できるように外部の矯正勉強会にも参加をし臨床的な勉強を日々しておりました。今では筋機能矯正装置のMRCとアクティビティ、1期矯正ではワイヤー矯正、インビザラインファーストを提供しています。インビザラインファーストは、1日中装着してもらうので、学校で矯正装置をつけている当院の患者の子どもを見て、**子ども同士の口コミ**から、**友人紹介での矯正相談も増え**、意外な反響です。



07 子どもが行きたくなる歯医者に こだわった内装設計

少しずつ患者さんも集まり、チェアが埋まったタイミングで、隣のテナントが空くという話がありがたテナント拡大することになりました。**子ども向けの内装**になるように、**人工芝を敷いたキッズスペース**、アニメが常時流れるモニター、電光・壁紙の色までこだわった作りをしました。待合室は広く、大人が座るベンチがいくつかあり、その横にキッズスペースを設けております。子どもが遊ぶ様子が見えるので、親御さんとしても安心して待合室で待つことができる点、そして子どもを連れていなかった方も子どもも連れてこれる歯医者だと認識してもらえるので**家族来院**につながっています。

08 小児を集めるため、ウェブ対策も行い HPリニューアル 子ども向けのデザイン

「お子様にも大人にも優しい地域密着型の歯医者さん」をキャッチコピーに、子どもに力を入れつつも全ての年代の方の診療をしていることを打ち出していきました。また小児歯科専門医を強みとして伝え、子どもの集患につなげつつも、子どもだけでなく高齢者の写真を入れ世代が大きく偏ることなく、子どもから大人まで対象としている歯医者ということを伝えていきました。効果を発揮しております。





安心してお母さんが連れてこれるように 始めた託児診療

子どもの集患のために**お母さんの安心や喜びに寄り添う**ことが必要不可欠だと思い、保育士を採用し、**常時保護者の方の治療中の託児**を行えるようにし、人工芝のキッズスペースで子どもと一緒に遊び、子どもも楽しく、保護者は安心して治療を受けられる歯医者になりました。保護者の方への確認をし、**SNSに託児の様子**もアップし、歯医者を探す方を選んでいただけるよう情報発信もしております。安心して通ってもらえるように託児ができる歯医者、そして日々手探りで子育てをする親御さんへの食育、妊婦さんに向けた栄養指導も行い包括的に、親子に優しい歯医者を目指し体制を整えていきました。

院長1人の限界を超え医院全体で取り組むために 立ち上げた小児チーム

職種問わずチーム分けを行い、小児プロジェクトチームとして、MRC・小児矯正をメインで学び更に患者さんにとって良い診療をするための企画・取り組みを行っております。月1日診療をせず、MTGの日を設けており、プロジェクトチームごとに**振り返り、考える時間と実行の時間**を用意し勤務時間の中で完結するようにしており、**スタッフ主体でPDCAサイクル**が回る仕組みを整えていきました。月次の目標も設定することで、数字意識がスタッフの中でも芽生え、どのようにしたら目標を達成することができるのか、またなぜ達成できなかったのか考えるようになり、日々患者さんと向き合っているスタッフ

だからこそ出る最適なアイデアがあるので良い取り組みとなっております。

スタッフの患者さんのためにやりたいを実現できる体制でありモチベーションにもつながっております。取り組みの1つとして出産を控えたスタッフたちが、親・歯科医院のスタッフとして患者さんのために**BLW**を始めました。BLWとは離乳開始初期から固形食を手づかみで食べる手法で口腔機能の獲得としてのメリットもあり、スタッフ自ら構成を考えパンフレットなどの案内資料を作成し、導入に至っております。その他にも、子ども向け、お母さん向け施策も月次で日々考え、多くの施策に取り組んでおります。

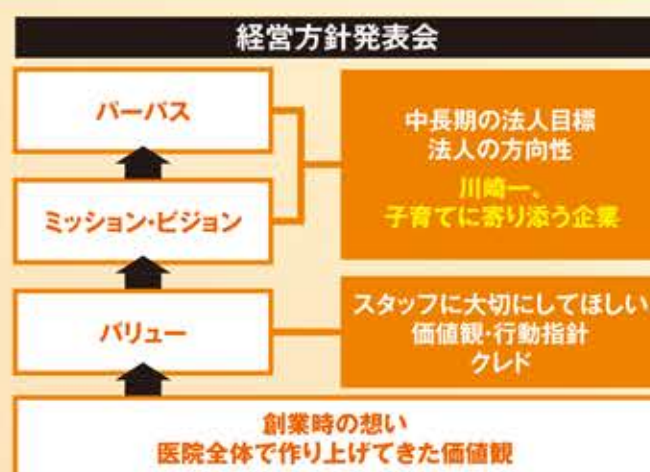


子どもは当院の強み・存在意義 スタッフに浸透させるために行う経営方針発表会

毎年、年始にはスタッフ全員で外部会場を借りて終日時間をかけて、経営方針発表会をしています。

「子どもといえはひやまに」

院長自身が、法人の方向性、目標を伝え、スタッフ全員の前で宣言をします。大切にしたい価値観、医院理念のPMVVを毎年同じことを伝え続け、**スタッフ全員に浸透**させております。また、新しく入るスタッフもいるので、必ず開業からの振り返り、開業時の想いも話しております。また、プロジェクトチームの1年の振り返り・表彰をし本年の目標、取り組みを個人で発表してもらっています。恒例企画となっておりますが、重要なイベントでスタッフのモチベーション、当院で働く意義の再認識、スタッフの成長につながっています。



コンサルタント解説

小児歯科に力を入れるべき5つの理由

POINT 1

LTVの最大化

早期に自院を選んでもらえることで、LTV最大患者まで育ってくれる。

POINT 2

子どもブランディングで家族集患に

子どもから兄弟に、そして親の来院につながり、ウェブに頼らず紹介患者さんを集患しやすい。

POINT 3

幼少期からの関係構築で、 自費の案内がしやすい

新患よりも関係構築ができているので、治療における最適な提案をしやすい。

POINT 4

早期の口腔機能へのアプローチ

乳幼児の段階からアプローチでき正常な口腔機能の獲得矯正治療にもつながりやすい。

POINT 5

親同士の口コミで紹介患者の最大化

保育園、学校の親同士のつながりで。ネットではなく実際のお知り合いからの口コミで来院につながりやすい。



株式会社船井総合研究所
歯科・動物病院支援部 土戸 和希

このような経営者におすすめ!

- ✓ 総合歯科医院で小児を強化し**更に業績を伸ばしていきたい方**
- ✓ 小児に力を入れているが**小児集患**にお悩みの方
- ✓ 小児で売上を伸ばしたいが**次の戦略イメージ**ができていない方
- ✓ **小児における最新事例**を取り入れすぐ実践したい方
- ✓ 小児は既にしているが、**売上が近年伸び悩んでいる方**
- ✓ **小児矯正**件数が伸びずお悩みの方

