

開催日程・場所



2024年
9月1日

2024年
9月12日

2024年
9月29日

2024年
10月9日

申込期限

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
※祝日や連休により変動する場合がございます

お申し込みはWebから

右図QRコードを読み取り
いただきますと
お申込みフォームに
繋がります。



全日程 13:00~16:00 (ログイン開始:開始時刻30分前~)

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。

お問い合わせ 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)

※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。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

第1講座

院長が理想的な臨床家であり経営者になるための唯一無二の方法

昨今の歯科業界は新時代を迎え、二極化が進んでいる。その中で、地域に根差した総合歯科医院として成長させることは、歯科医院事業の永続的な存続と発展に必須項目であるといえる。2024年だけでなく、2040年を見据えた歯科業界の流れを先立って捉えて対応する必要がある中で、具体的にどうなるのか、根拠を持った未来予測と、その解決策である本セミナーの見どころを解説。

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 チーフコンサルタント 大槻 良憲



第2講座

なぜ、当院のメンバーは圧倒的な活躍を遂げる人財に成るのか

メンバーを活躍させると共に、地域に愛され根付く医療を提供する歯科医院創りに必要な「医院方針と理念」を解説。そして社会性・教育性・収益性のど真ん中を達成する理想的な歯科医院経営の根幹にある、理事長の熱い想い・戦略を解説。そしてなぜスタッフが活躍し成果を出しているのか、それを実現した成長ステップ・具体的な取り組み・体制構築の仕組みを、若手ながら早期に活躍し成果を上げている勤務医Dr・主任衛生士から登壇解説。



医療法人しんくら歯科医院

理事長・院長

藤井 秀紀氏



坂井 優氏



診療室マネージャー

森本 結圭氏

第3講座

スタッフが活躍できる組織戦略、具体的な経営システムの全貌

船井総合研究所として、しんくら歯科医院とどのように関わり、法人の想いを具体化してきたか。業界初公開となる「コンサルタントの具体的なサポート」と共に、院長だけに頼らない理想的な歯科医院経営のポイントを解説。

- 医院規模に応じた組織体制の構築とは？
- 早期活躍ができるマーケティングと教育体制とは？
- 衛生士が15名以上在籍していても、カリスマDHに依存せず、平均的に高点数をあげている仕組みとは？

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 新城 琉世



第4講座

まとめ講座 ～これから目指す歯科医院像～

セミナーを通していただいた学びを、自院にどう活かすか。まとめとして整理をさせていただき、ご参加された皆様の取り組みの優先順位をお伝えさせていただきます。

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 伊藤 崇



好評につきオンライン開催

決定!

“院長も保険診療で忙しい”からの脱却

スタッフが大活躍する 医院の仕組み

圧倒的な活躍を誇る

勤務医 &

歯科衛生士 も

満を持して登壇!

医療法人しんくら歯科医院

理事長・院長 藤井 秀紀氏

経営と臨床の両立

たったの

売上げの
院長比率

9%

保険1%・自費8%

2年目から月間

450万円

総売上の勤務医比率 42%

メンテナンスで月間

1,900万円

保険売上のDH比率 69%

このセミナーで 学べるポイント

- ① 院長が経営&臨床に専念しても、**医院が成長する秘訣**
- ② マーケティング&マネージメントの両輪で**単院拡大**するポイント

- ③ **勤務医が診療の武器をつくり、成果に繋げる仕組み**
- ④ 歯科衛生士の教育&予防体制の構築で**メンテナンス比率向上**
- ⑤ 幹部を中心に**スタッフ自らが課題抽出・改善**を行う組織体制

主催

勤務医とDHが皆こぞって活躍できる 拡大医院創りセミナー



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

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No.

S113934

お申込みは
QRコードから



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)

113934 🔍

しんくら歯科医院について

PROFILE

1997年 倉敷市で開業しチェア12台まで拡大
2020年 チェア20台の規模に拡大移転

地域の総合歯科医院として子どもから大人までが通う歯科医院である。院長の藤井秀紀氏は多数の書籍、雑誌への執筆を行っており、診療の様子やカウンセリング体制、幹部を中心とした組織経営を学ぼうと全国から多くの歯科医院が見学に訪れている。

基本情報	チェア数	20台
	スタッフ人数	勤務医 7名／衛生士 約20名
	幹部人数	9名



しんくら歯科医院のココが凄い！ 経営と臨床を両立 ～院長の売上比率が9%でも売上があがる仕組み～

通常の医院		しんくら歯科医院
マーケティング	勤務医の早期活躍	保険診療のマスターからスタートする教育体制
	DHチームの高い数値	2年目から月 450万円の売上 勤務医が早期活躍できる 長所伸展型の型教育体制
	予防継続率	売上の約2割～3割
	カウンセリング体制	予防継続率 90%以上
マネジメント	各カウンセリングが独立した体制	初診から自費治療を含み メンテ移行まで 一貫したカウンセリング体制
	◎トップダウンで院長が意思決定、指示を行う ◎幹部は存在しているが役割を最大限に発揮出来ていない	◎スタッフから出てきた意見やアイデアを幹部による意思決定で行う ◎スタッフのマネジメントは幹部が行う
	専門チームによる活躍の場づくり	医院のマーケティングの部分をスタッフが担う

Interview

医療法人しんくら歯科医院
理事長・院長

藤井 秀紀 氏

岡山大学歯学部
岡山大学歯学部第一口腔外科学講座

日本口腔外科学会
日本小児歯科学会
日本口腔インプラント学会
CHP研究会（副代表 2008－2011年）



- ☑ 院長が診療する数によって売上が大きく変わる、**院長に依存した組織体質**になっている
 - ☑ 日々の診療に追われ**経営者業務に手を付けられていない**
 - ☑ 自分が得意な/注力していきたい診療科目の**スキルアップに時間を割けない**
- と悩まれている先生方は多いと思います。
私たちが関わらせている医院の先生方も同じような悩みを抱えてらっしゃいます。



なぜ

院長の売上比率が9%でも医院の売上が上がるのか？ セミナー先行インタビューを公開

「院長の売上比率が低くても医院の売上が上がる組織体制づくり」です。医院は「院長/理事長によって医院の業績・組織文化が99.9%変わる」ため、院長が売上をつくり、医院を引っ張っていかねばいけません。しかし院長1人で医院の業績を拡大していくには限界があり、院長がいなくても回る組織をつくるが必要だと考えています。

「組織づくり」と聞くと抽象的で何をやったのかイメージがしづらいかと思うのですが、まず組織づくりのポイントを教えていただけますか。

藤井氏:◎心理的安全性を担保する ◎院長による最終判断の段階までは幹部、スタッフが考える ◎全スタッフに役割を与え、業務を明確にする ◎導入が決まった施策は徹底的に浸透させる ことだと思います。

ありがとうございます。組織をつくるにあたり具体手的にどのようなことから始められましたか？

藤井氏:まず一番土台となる医院の理念を浸透させるための土壌と仕組みづくりに取り組みました。土壌づくりとしてまず全スタッフが心理的安全性を感じられるように、コミュニケーションを多くとらなければいけない朝礼体制にしたり、診療時間以外でも高頻度で関わるようにし、理念を実現するための仕組みをつくっています。
次に幹部の育成です。「**数字意識と患者様目線**」どちらも持つように伝えています。月に船井総合研究所が入るミーティングでは数字や現場の声を基に課題を抽出し、全員で議論して、医院の経営、来院してくださる患者様両者にとって最適な

解決策を模索するようにしています。そのため、解決策を見つける行動に移すまでには時間がかかりますが全員が納得した上で動くため、幹部以外のスタッフにも浸透しやすいです。

幹部の皆さまにはどこまで委任しているのですか？

藤井氏:最終の判断と何かしら失敗した時の責任以外は全部任せています。診療現場での問題・課題をはじめ、スタッフ間のトラブル、各々のキャリア相談などもまずは幹部で解決してみよう促しています。

実際、幹部でかつ衛生士の森本さんは「私にもここまで任せてもらえるんだと思え、自分の役割や日頃の指示により責任を感じるようになった」とおっしゃっていましたね。

藤井氏:はい。幹部という役職を設け、ミーティングや研修をしているのに、名ばかりになってしまっは意味がないので。また、当院にはプロジェクトにも取り組んでいます。4～5名のチームにそれぞれ、SNSマーケティングや矯正相談数アップなどのテーマを提供し、目標達成に向けて取り組んでもらっています。

幹部にマネジメント業務、プロジェクトでマーケティング業務に携わってもらい、藤井先生はスタッフが自らの業務を円滑に回し、成功体験を積めるような土壌や仕組みづくりを日々されているということですね。
プロジェクトやどのように進められたのですか。

藤井氏:その部分は船井総合研究所が得意分野なので、全部任せていました。

しんくら歯科医院が行う、組織を内部から強くする仕組み

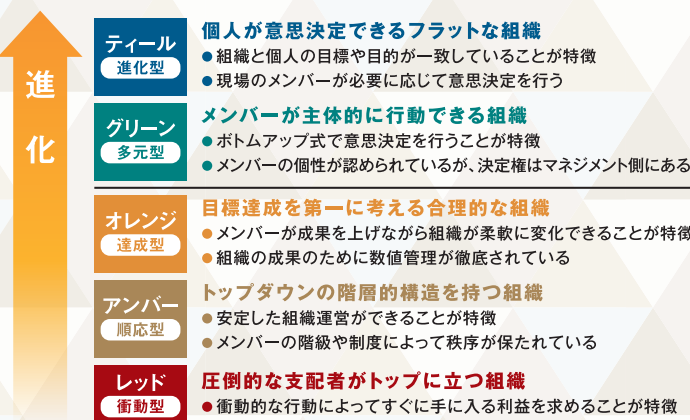
歯科医院経営の「三方よし」に準ずる仕組み化

- ① 社会性**
 - 価値ある治療の提供
 - 患者様の生涯にわたって健康に寄与
 - ② 教育性**
 - スタッフの成長
 - ③ 収益性**
 - 新たな機器への投資
 - 給与の増加 ● 勉強会への参加費
- ❓ なぜ院長の売上比率が9%でも医院の売上が上がるのか
 ➡ しんくら歯科医院は、**社会性、教育性、収益性**の3要素を実現するための仕組みができています。

では、具体的にどのような仕組みがあるのか？

5つの組織モデル

左記の図は組織の5つの進化段階を示したのになります。現在しんくら歯科医院は「**グリーン(多元型)**」の段階にあり、幹部にマネジメント業務、プロジェクトでマーケティング業務に携わってもらい、藤井先生はスタッフが自らの業務を円滑に回し、成功体験を積めるような土壌や仕組みづくり、自身の治療技術の向上、医院拡大のための戦略・戦術・戦闘の部分に集中できています。



なぜグリーン型の組織が強いのか



しんくら歯科医院では、生産性の向上・従業員の満足度の増加が更なる価値を加速度的にうみだすサイクルが構築されています。生産性があがり売上が向上すると、リソース(教育する側の人材と彼らの時間)をスタッフ教育や満足度向上に充てることができ、更なる生産性の向上を実現することができます。このサイクルが診療の質や医院全体の価値の向上に繋がり、最終的には患者様のロイヤリティの向上、健康維持に繋がると言えます。

しんくら歯科医院風組織をつくるための仕組み

Dr.が活躍するための仕組み

- 院外マーケティング**
 - ✓ 自費主訴の患者様を呼び込むためのWebマーケティング
 - ✓ 地域特性に応じた集患対策
- 院内マーケティング**
 - ✓ 院内掲示物や資料を活用した正しい治療の啓蒙
 - ✓ TCによるカウンセリング体制の構築

- 前提**
- ✓ 医院の理念や文化に合わない人を採用しない
 - ✓ 勤務医が早期活躍できる長所伸展型の教育体制
 - ✓ 院長をはじめ全Dr.による教育

教育方針

DHが活躍するための仕組み

- 院外マーケティング**
 - ✓ しんくら歯科医院を見つけ初診で来院する時点で予防を重視した医院であることを教育する
- 院内マーケティング**
 - ✓ 診療フローの明確化
 - ✓ 初回来院から治療終了後メンテナンスに移るまでのカウンセリングフロー
 - ✓ 待合室、チェアサイドで自然とできる患者教育

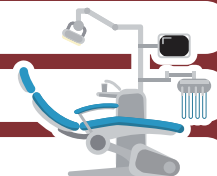
- 教育方針**
- ✓ 先輩チームによる新人教育
 - ✓ 全員の下限を担保できる教育カリキュラム
 - ✓ 治療を予防の一環として捉えており、治療の知識も身につけたうえで衛生士業務に取り組む

プロジェクト

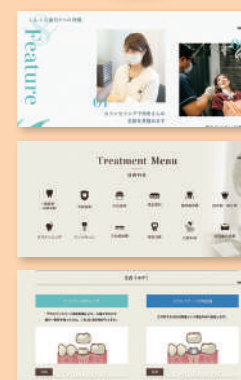
幹部

組織理念を浸透させるための仕組み

組織理念を浸透させるための土壌づくり



Webサイト



しんくら歯科さんだからできるんでしょ？

と思われた先生は

次のページをご覧ください

このDMを見てくださっている先生の医院でも、

院長の売上比率が低くても医院の売上が上がる方法をお伝えします。

勤務医とDHが活躍するためのステップ

STEP
01

一定数以上の新患数の確保



まずは法人として、勤務医に活躍する場を設ける（＝打席を増やす）必要があります。目安としてはチェア1台あたり毎月10名の新規の患者様が来るような対院外のマーケティング対策を講じます。さらに、新患数の内訳の「自費主訴」の患者様を増やしたい場合は、**自費治療専門のサイトを制作して広告を適切な戦略で運用**します。

STEP
02

下限品質を担保する 院内マーケティング体制の構築



次に、勤務医の診療レベルやスタッフのカウンセリングレベルに左右されない診療体制をつくる必要があります。新規の患者様が初回来院してからメンテナンス移行までの一連の診療フローの整備と、その中で適時適切に使用できるカウンセリングツール、お渡し資料などを制作します。「どのメンバーが話しても一定数の成約を取れる」フロー（誰が・どこで・どの資料を使って・何分間・どのような内容を話すか）を作るために現状を見直し、必要に応じて最適な流れへと変えていきましょう。

STEP
03

治療の自費率アップとともに メンテナンス固定化の院内体制の構築



自費率の向上においては、スタッフのカウンセリングレベルの担保、強化と、患者様が将来を見据えた、自分にとって最適な治療を選択するための啓蒙資料（カウンセリング資料、持ち帰り資料、院内掲示資料）を制作します。現時点で提案の機会・成約が多い診療項目から取り組むこともポイントです。**メンテナンス患者様の固定化において特に即効性があるのは初期段階の患者様教育です。**例えば唾液検査や位相差顕微鏡検査を初診来院時に行い患者様の口腔内の現在の状態やリスクについてお伝えすることで、治療終了後も継続的に来ていただくための教育を行います。



STEP
04

院内の仕組みを個人別で 最大化できているかのPDCA体制



STEP3まででつくり上げた仕組みをスタッフ個人が最大限に活用するためのPDCAを回す体制（フィードバックシステムや、改善ミーティングの設定、評価制度への反映）も構築する必要があります。さらに、院長の売上比率が低くても医院の売上をあげること、勤務医ならびにDH全員が活躍できる医院づくりを目的にプロジェクトも始めます。3～4人で1つのグループをつくり、設定した目標の実現に向かって全員で取り組んでいただきます。目標には新患獲得や自費治療カウンセリング数の増加など、歯科医院経営に直結する内容に取り組んでいただきます。

セミナーで学べる事

勤務医を早期にかつ最大限に活躍させるための 院外・院内マーケティング体制とマネジメント法

勤務医が打席にたつ回数を増やすため、新患数の獲得、自費治療成約率アップの仕組み
しんくら歯科医院では院長の藤井先生が最前線に立って勤務医教育を行っており、その理由や具体的な教育方法

歯科衛生士全員が等しく活躍できる、法人としての仕組み

医院理念や教育方針、これらを実現するための新卒教育体制、
アポイントの取り方から高いメンテナンス継続率を維持するためのトークフローまで



院長が経営者になるためのポイント

自身の治療技術の向上、医院拡大のための戦略・戦術・戦闘の部分に集中する当たりの日頃の業務分担、
院長の売上比率が低くても売上があがる医院をつくるために取り組んできたこと

セミナー限定公開

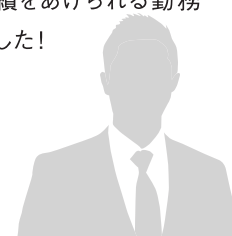
実際に使っている院内掲示物や患者様にお渡ししている資料を公開！



成功事例

理念経営の 仕組み化を達成！

想いを浸透させることで終わらず、
具体的なアクションとして明確化する
ことで、院長の私だけでなく勤務医が
活躍できるようになり、平均して月
300万円の業績をあげられる勤務
医体制になりました！



歯科衛生士の増員をしても、 一人当たりの 平均点数が上がった！

教育体制とメンテ固定体制が整った
ため、歯科衛生士を増員しても、
平均点数が上がりました！その分、
多くの患者様が予防処置に来院
いただくことになり、やりたかった
歯科医院体制に近づきました！



院長の私が、 インプラント治療に集中 できるようになりました！

これまで院長の私は、保険治療も
補綴治療も勤務医と同じように対応
していましたが、勤務医と役割分担が
できるようになったことで、より多くの
患者様を診れる医院づくりになった
だけでなく、より追求したかったイン
プラント治療に集中できるようにな
ったため、提供できる医療のクオ
リティが全体的に上がりました！