

人口減の地域でも

継続成長をする秘訣を公開

このような方に
おすすめ!

- ✓ 業績が横ばいかジワジワ下がっているけど、
そもそも何が課題かわからない方
- ✓ 成果の出る最適解が分からないので、
自分なりに考えて経営するしかない方
- ✓ 徐々に新患数が減っていき、
既存患者様でなんとかしのいでいる方
- ✓ 地方の病院を事業承継したら、
想像以上に患者様が増えず経営に
困っている方

開催日時 2024年
12月15日 日 10:00~12:30

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)]

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

セミナー内容

第1講座

なぜ粟田歯科医院は、年間800名以上の新患獲得という 圧倒的な成果を出しているのか?

今回のゲスト講師であられる粟田歯科医院が見事、医業収入を0.9億から2.5億までV字回復をされたポイントをお伝えします。
全ての地方歯科医院の悩みである“人口減少”、何もしなければ、経営状況は悪化することは明白です。そのような中で
『選ばれ続ける歯科医院』になり、地域一番店となるまでのサクセスストーリー。地方医院の成功例である粟田歯科医院の
成功事例の見どころをお伝えいたします。

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 佐藤 隆明

第2講座

人口減少している島で業績を倍以上にV字回復させたサクセスストーリー

4年前に事業承継した際、地方にある歯科医院の経営の苦しさを知りました。新患に来てもらえず、既存患者様の対応だけで
毎日が過ぎ去っているという医院も多いのではないのでしょうか? せっかく良い治療をされている先生方が“地方である”というだけで
諦める状況はもったいない。そんな想いで、今回のセミナーでは医業収入を倍以上に伸ばすことができた施策を惜しみなく共有
いたします。地方で奮闘されている先生方や、事業承継後に苦労されている先生方にとって、少しでもお役に立てれば幸いです。

医療法人社団粟田歯科医院 藤本 朋大氏

第3講座

2024年マーケティング施策総決算~地方歯科医院でも成果の出る成功事例を大公開~

粟田歯科医院に限らず、地方の歯科医院の成功事例を一挙大公開いたします。さまざまな施策をご紹介しますので、
自院で取り組めるもの、ブラッシュアップできるものなど、ぜひお持ち帰りいただければと思います。

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 宮地 花佳

第4講座

診療報酬改定から読み解く、地方成功歯科医院が求められるあり方

2024年、診療報酬改定により、今後の歯科医院の戦略は大きく変わります。治療から予防へ、予防から管理へ、日本の歯科医院の
あり方の変化が求められています。そのような中で、地方にある歯科医院だからこそそのポイントを抽出してお伝えいたします。

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 佐藤 隆明



新患数が減ってきていて
お悩みの皆様へ

人口が減り続ける地域の
歯科医院を事業承継

4年で医業収入を

9,000万 → 2.5億へ

ジワジワ新患が減る状況から
どのように脱却したのか

たった
4年で

After

Before

医業収入

9,000万円

一日来院患者

40名

新患

40名/月

チェア台数

6台

保険治療で

バタバタ

新患数がジワジワ

減っている

チェアの稼働率も

スカスカ

医業収入

2.5億円

一日来院患者

70名

新患

70名/月

チェア台数

9台

✓ 自費率約60%

メンテナンスも

増加し

保険点数も倍増

✓ Dr3名、DH4名、

DA5名の体制へ

人口が減り続ける地域での歯科医院経営、どんどん新患数は減っており、正直利益も
そこまで出ておらず、崖っぷちでした。それがマーケティングとカウンセリングを精査
したら 3ヵ月でV字回復。今では家族全員安心して暮らせています。地方を盛り上げ
たい全ての院長先生へ、惜しみなくノウハウをお伝えします。

医療法人社団粟田歯科医院

藤本 朋大氏

主催

人口減の島でも0.9億→2.5億へ
業績を倍増させた手法大公開

サステナグロースカンパニーをもつ Fundai 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.

S120614

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「お問い合わせNo.」をご入力ください)

120614

Webからお申込みいただけます

左記のQRコードを読み取りいただき、セミナーページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/120614>

※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。

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)

※お電話・メールでのセミナー
お申込みは承っておりません。

商圏が拡げられない淡路島で、

法人の未来を見据え 藤本氏に取り組んだ 施策とは？

医療法人社団粟田歯科医院 藤本 朋大氏

「むし歯や歯周病のない島へ」という未来の実現に向けて、兵庫県淡路島にある「粟田歯科医院」にて地域に根差した診療を実施している。“島にある歯科医院”という特性上、商圏を広げることもできず、人口も減少していく中でも島民から選ばれ続け、医業収入は増収増益。事業承継決定から早急に医院経営の改革に取り組み、当時の年商約9千万円から現在では2.5億円まで倍以上の業績向上を達成した。小商圏のあこがれるモデルとしての歯科医院経営を実現している。

2024年7月に発表されたニュース、歯科業界には衝撃が走りました。

『倒産した歯科医院数が過去最高、2023年と比べて2.5倍の倒産数』
もちろん廃業も増加しており、歯科医院経営は年々厳しくなっているという
ウワサが社会の波として数値で表されました。

当院が所在する淡路島は人口は減り続けている状態です。

事業承継という形で今の歯科医院に入職したのですが、

地方にある歯科医院の経営は極めて特殊で、多々ある課題解決の難しさも痛感いたしました。

売上は上がっていない…、新患がジワジワ減っている気がする…

そのような中でこのままではいけないと思い、患者様に選んでいただくための

マーケティング戦略を見直し、通い続けていただくための患者様対応の徹底を決めました。

いてもたってもいられず、さまざまな経営セミナーに参加しました。

名著と呼ばれる本を何冊も読みました。

けれども医院が良くなるイメージは湧きませんでした。同じようなモヤモヤを抱えている院長先生も数多くいらっしゃるのではないのでしょうか？

そのような中で私が至った結論は

『世に出ているセミナー等の大半は、“都心などの一定の需要があること”を前提にしている』というものでした。



それからは地方で尽力されている先生方の手法を学び、

一つでも自院に持ち帰って改善・改革を進めました。

結果、9千万円程度だった売上を2.5億円まで伸ばすことができ、

今では安心して医院経営ができております。

一日限りのセミナーではありますが、過去の私と同じようにお悩みのある

地方を盛り上げたい全ての院長先生へ、惜しみなくノウハウをお伝えします。



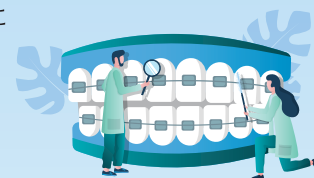
藤本氏 特別本音インタビュー

Question | 1

田舎の一歯科医院がなぜV字回復できたのでしょうか？



何よりも重要なのは集患、もっと言うと『純初診』、自院に来院歴が無い新しい患者様に来ていただく必要があります。釈迦に説法ではありますが、歯科医院経営において売上を伸ばすためには『集患を増やす』『中断を減らす/メンテナンスを増やす』『自費治療を選んでもらう』のどれかです。どれだけ『中断を減らす/メンテナンスを増やすこと』や『自費治療を選んでもらうこと』を意識しても、限界はあります。一方、『集患』を制すれば、都心でも地方でも売上は伸びます。あとは、『歯科医院に来る理由』になる商品ラインナップを増やしていくだけで、まずは患者様にきていただけます。当院でいうと矯正治療をはじめること、高齢者ばかりが通っている歯科医院だったのが、地域の若年層まで患者層が一気に増加しました。



Question | 2

粟田歯科医院だからできただけではないのでしょうか？



当院だから、ということはまったくございません。私自身も、他院で成果の出た事例をかき集め、とにかく試行錯誤してきました。一方で、私から皆様へお伝えしたいことは『都心と地方で戦い方が違う』ということです。さまざまな歯科医院向けの経営セミナーに参加しましたが、ある程度の都市部に立地していることが前提の施策を話される場合が事実として多いです。『地方の戦い方を学び、実行すれば勝てる。』そう確信できたので、今回皆様に伝えようとセミナーを開催することに決めました。当然、歯科医師として診療技術を磨き続けることは、医療人である私たちの義務だと考えております。ですが、それだけでは私たちの地域への貢献は限られたもので終わります。より貢献度合いを大きくするためにも、歯科医院に来院される方を増やす活動も必要だと思います。



Question | 3

お金などはあまりかけたくないのですが…？

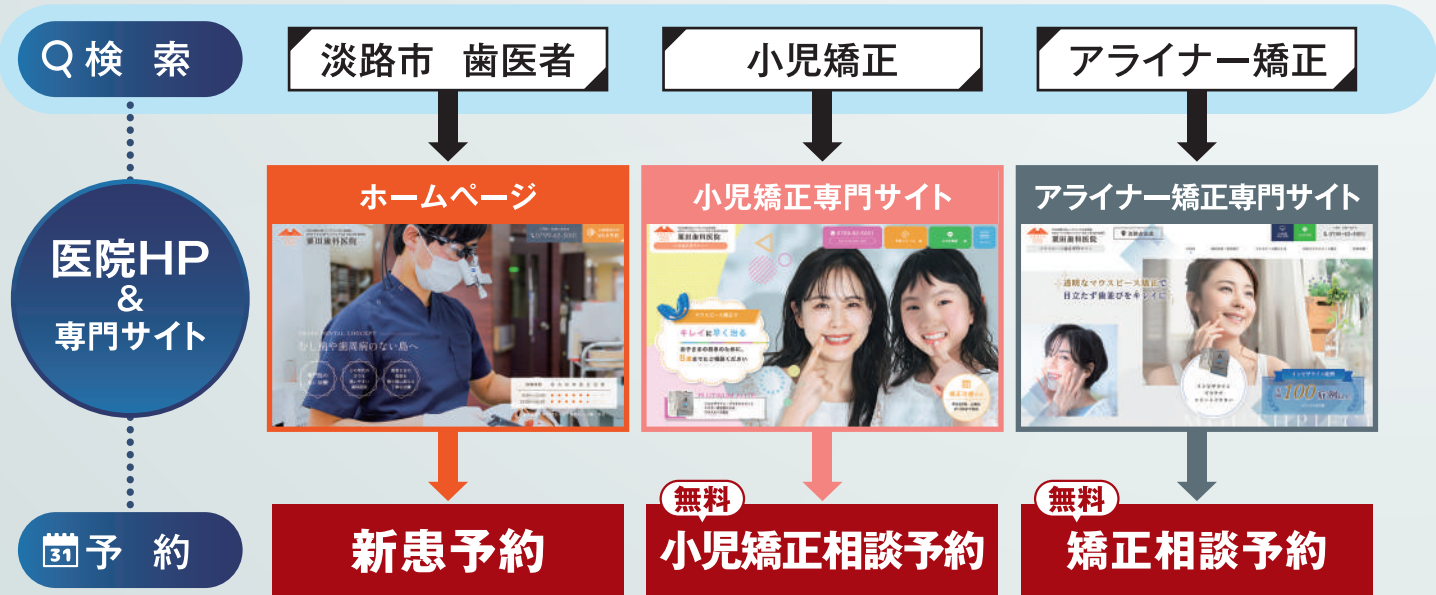


正直、歯科医院の経営ではやらねばならないことが多すぎます。経営者が経営に集中できない、医療人として目の前の人を救うだけだと経営は苦しい。そんな、医療と経営の両立が求められる立場です。一方で、その順番さえ間違えなければ確実に右肩上がりになりますし、その優先順位付けの問題だと考えております。地域の方へいい診療を届けるためにも、私たちは成長しなければいけないと考えております。当院でも、投資すべき点に投資するために、削減できる費用は削減してまいりました。お金の使いどころを抑えれば、今の費用内でより大きな成果を生み出すことはできると思います。その上で、得た利益を更に投資に回して地域の方へ良い歯科診療を提供していく、そんな複利的な考えが経営では重要なんだと考えております。



事例 01

年間800名の新患が来院し続ける 外来マーケティングの全体像



栗田歯科医院がこれほどの業績アップを実現された背景には、何よりもマーケティングの最適解を実現しているところが大きいです。最初は新規アポイントを見るための院内改革からスタートされました。新規患者様がいつでも予約できるように予約枠を整理し、多くの患者様を診れる体制ができました。

また、業績を伸ばしている先生方は皆お持ちの専門サイトですが、栗田歯科医院でも、オフィシャルサイトの他に『成人矯正の専門サイト』と『小児矯正の専門サイト』を立ち上げられました。そして、それぞれのサイトに矯正を考えている未来の患者様が気になるポイントを網羅的に記載されています。加えてサイトを作っただけだと意味はなく、どのように当院を知ってもらうかの方法も整理されました。チラシが良いのか、看板が良いのか、Web広告が良いのか、問診票を活用して流入経路を分析、マーケティング投資の最適化を測っています。

Point ① 新患が増えない一番の要因は既存アポイントにあり!

新患を獲得するためにとにかく広告を出したりチラシをばら撒こうとすると、費用がかかりすぎてしまいます。数多くの歯科医院の院長先生とお話する中で、業績が上がらない医院の大半は『予約の取れない歯科医院化』していることです。アポイントルールが徹底されている医院ほど、新患に選ばれ続けます。



Point ② C処P処などの患者様はなかなか増やせない、それ以外の新患を!

マーケティングをどれだけ頑張っても、実は一般主訴の患者様の集患はすぐに限界が来てしまいます。日本人のデンタルIQは少しずつではありますが向上しており、人口減少も相まってC処の方自体が減ってきております。痛みがあるから歯医者に行く、以外の理由で来院いただくために、矯正やインプラントなどの診療科目付加は必須といえるでしょう。



Point ③ 狙うは第一想起。歯医者といえば〇〇歯科の状態をつくる!

先生方に考えていただきたいのですが、『アライナー矯正の装置といえば?』と質問されると何をイメージされるでしょうか? おそらく具体的な装置の名前か、メーカーの名前などが浮かび上がったと思います。同じように『歯医者といえば?』で思い浮かべていただく“指名検索マーケティング”の実現により集患が安定します。



事例 02

保険点数が2倍に! メンテナンス患者が増え続けた カウンセリング体制の確立



栗田歯科医院が業績を上げ続けている要因として、予防の患者様が多く通い続けていることもあげられます。直近の診療報酬改定を振り返っても国が歯科医院に予防や管理を求めていることは明白です。そもそも治療は売上が上がりやすい一方で持続性と利益率に難点があり、予防は利益が持続的に残る診療科目です。

初診時のカウンセリング、複数の治療計画の提示、治療時のお声かけ、治療終了時のカウンセリング、一つ一つ整理してマニュアル化し組み立てあげられました。初診でご来院されてからデンタルIQ、ご自身の歯に対する興味関心を高めていただくフロー設計をすることで、歯医者に通い続けようと思う患者様が生まれてきます。

これからの歯科医院はただ治療するのではなく、医療教育機関として患者様のデンタルIQを高める活動が求められます。

Point ① 患者様のデンタルIQは農耕型で高めよ!

正しく説明するといっても、とにかく説明すればいいわけではありません。勝手に患者様のデンタルIQが高まっていくような、患者様対応フローの設計がポイントです。昔から日本では『松竹梅』と3つのランク分けをしてきた文化がございます。行動経済学的にも3つの選択肢を与えられると、品ぞろえは豊富であり、かつ選びやすく購買意欲が刺激されると言われています。患者様のためと思って大量の情報やメニューを与えると、どれを選択すれば良いかわからず不安になってしまい、むしろ何も選択しない(＝離客)という結果になってしまいます。患者様にとってその時必要な最小限の情報を定期的に与えることで、デンタルIQを高めることができます。



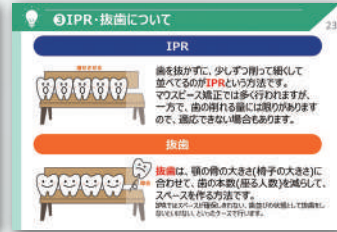
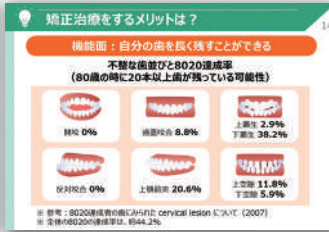
Point ② 患者様に正しく『選んで』いただくカウンセリング!

大前提、自費診療を『売る』ようなカウンセリング体制ではなく、患者様に『選んで』いただくカウンセリング体制が重要です。患者様が歯科医院に来院される際は明確な主訴こそあれど、その主訴を解決する手段については詳しいわけではありません。さらに言えば『銀パラジウム合金で補綴setしたら、将来金属アレルギーになるかもしれない...』のような、未来のことまで考えて治療の選択をされる患者様は非常に稀です。正しくカウンセリングを行うことで、患者様が健口＝健康と考え、自ら自費治療を選択し自費率が伸びていきます。

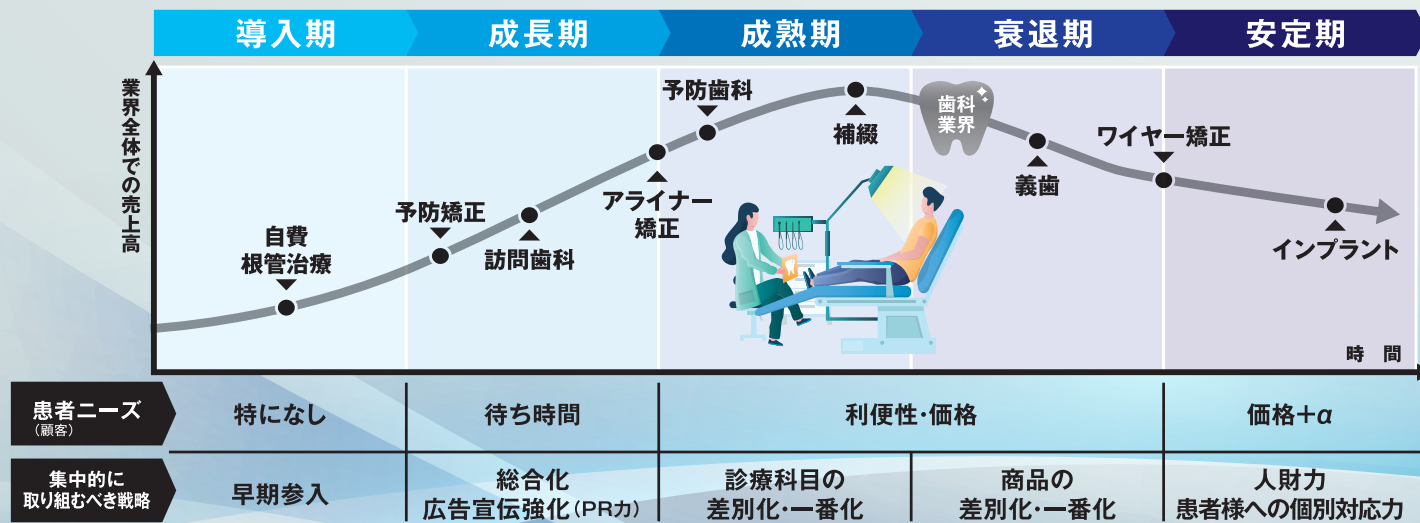


矯正患者様100名/年、成約率70%! 自費売上1,000万円/月を実現した

V字回復の起爆剤



ここまでさまざまご紹介してまいりましたが、栗田歯科医院の業績アップの起爆剤は間違いなく矯正治療、中でもアライナー矯正です。一般診療だけだとどうしても積み上げ型の医院経営しかできません。今や歯科業界は群雄割拠、倒産医院数が増加している状態で、患者様も『自分にあったものを選びたい』という心理状態になっています。そんな中で、他院とは違う何か武器を持たなければいけません。栗田歯科医院ではそれがアライナー矯正でしたし、地方であればまだまだアライナー矯正には勝ち筋はあります。



Point ① 一般診療のみの地方歯科医院は今後厳しくなる!

歯科業界は『治療』から『予防』へ、そして『管理』へと進化を求められています。これは診療報酬改定を見ても明確に記載されていることで、欠損歯が減少している昨今の時流からも読み解けます。船井総合研究所が創業以来提唱している理論で『差別化の8要素』というものがございます。どんな業界でも生き残るために求められる差別化ポイントの中で、比較的改变やすい要素の中で一番影響力が高いのが『商品力』、つまり歯科経営においては『診療科目』です。



Point ② 『今すぐ患者様』にも『隠れ患者様』にも認知してもらおうべし!

自費診療を受けてもらう患者様の集患戦略を『既存の患者様』『主訴のある地域の方々』『主訴のない地域の方々』の3つに分けなければいけません。『既存の患者様』に対しては自費診療を知ってもらうための院内マーケティングを実施。『主訴のある地域の方々』にはその方々が検索するキーワードに広告をかけるなどが求められますが、『主訴のない地域の方々』には認知を獲得するための施策をしていく必要があります。



伸びる歯科医院と衰退する歯科医院の違い

伸びる歯科医院

40名~60名

自費率30% 月300万円

増加していく

ホームページ、科目別専門サイト
Web広告、ポータルサイト

毎年昇給

毎年新卒採用

衰退する歯科医院

10名程度

自費率10% 月50万円程度

微減していく

ホームページ
ポータルサイト

昇給できない

なかなか採用できず、
収入減

当日学べること

- ✓ 医院の魅力が伝わる**HPの構成と見せ方**
- ✓ 悪い口コミに負けない! やらせはなしで患者様から嬉しい口コミをもらい**新患を150%増やす方法!**
- ✓ 広告費の最適な費用対効果は!? **広告を活用するために経営者が知っておくべき知識**
- ✓ 10km先からでも患者が来院する**Web広告の活用方法**
- ✓ Web予約を導入して、**新患数を1.5倍にするアポイントルールの秘訣**
- ✓ **治療中断とキャンセルを5%減らす**初診カウンセリング
- ✓ 自費治療を押し売りしない! **患者様が進んで自費を選ぶカウンセリングの秘訣**
- ✓ 「田舎だから自費がでない」とは言えなくなる**カウンセリングノウハウ**
- ✓ **来院患者数+10名**になるアポイントルールの極め方



田舎で人口が減っているからこれ以上の売上は望めない。田舎だから自費は出づらいから難しい。そんな諦めをお感じの先生方はいらっしゃらないでしょうか。今回セミナーでご登壇いただく栗田歯科医院の院長藤本先生は人口減の淡路島においても、業績を安定して伸ばしておられます。あきらめる前に藤本先生のお話から医院を更なる成長歯科医院にしませんか? ぜひ一度お申込みください。