

開催日程・時間

※講座内容はすべて同じです。
ご都合のよい時間をお選びください。

開催日時

2024年 **11月24日**

午前 10:00~12:30

受付開始

午後 14:30~17:00

開始時間30分前~

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

〒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ご利用となります。

お申込み締切

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

※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



講座内容

第1講座



インプラント医院だからこそ取り組むべき
新しい歯科医院経営とは？

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



スタッフ達と創り上げた令和型
「予防×インプラント」歯科医院の創り方

医療法人MUSASHI 武蔵デンタルクリニック 理事長・院長 武蔵 章氏

第3講座



全国400医院から分かった
インプラント医院が生き残る戦略・戦術

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 森 航稀

第4講座



インプラント医院が取り組む明日からの一歩とは

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

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 120918



<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/120918>

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30)

船井総研セミナー事務局：【E-mail】seminar271@funaisoken.co.jp ※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。



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。

※お申込みに関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。



チェア変えず

スタッフ増やさず

広告掛けず

3億円達成!

北海道のごく普通の歯医者が実現した

広告費を**一切**かけない

患者育成型

**インプラント
セミナー**

誰でもできる

カウンセリングで

年間本数 **約60本が200本**に

2年で **売上1億円アップ**した
院内マーケティング施策の
秘密を大公開!

明日から
できる

3つのカウンセリング

- ① 歯が**“ある”**重要性を伝える **治療カウンセリング**
- ② 歯が**“なくなる”**時の最善策を伝える **メンテナンスカウンセリング**
- ③ 成約率**50%超え**の **院内相談会カウンセリング**

医療法人MUSASHI 武蔵デンタルクリニック

理事長 **武蔵 章氏**
院長

主催

年間200本以上達成するための
患者育成型インプラントセミナー



サステナ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.

S120918

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)

120918



医療法人MUSASHI
武蔵デンタルクリニック

理事長 院長 **武蔵 章氏**

インプラント年間本数

約60本から**200本**へ

年商 **3億円**へ

経歴

- 1998年 3月 昭和大学歯学部卒業
- 1998年 4月 昭和大学歯科病院 第一補綴学教室入局
- 2002年 3月 医療法人社団秀飛会 上志津中央歯科勤務
- 2008年 9月 武蔵デンタルクリニック開院

所属学会

- 日本顎咬合学会認定医
- 日本口腔インプラント学会会員



インプラント年間症例数約60から200に急成長、
2年で売上1億円アップした
歯科医療法人にインタビュー

医療法人MUSASHI
武蔵理事長に聞く！

予防 × インプラント で収益を上げる歯科医院

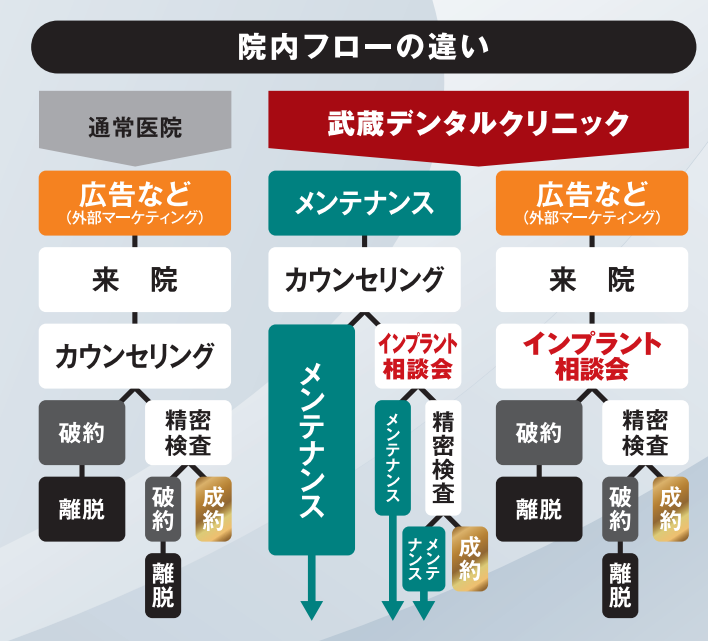
2008年9月に北海道旭川市にてチェア4台で開院し、2013年にはチェア台数を8台まで増築を行い、現在はインプラントの症例数を年間約60本から200本にまで大幅に増加させ、2年で売上1.5倍、2億円規模から3億円にまで急成長を遂げたのが武蔵デンタルクリニックです。

予防治療と欠損治療(インプラント)に注力し、患者様を長期的に管理、タイミングをみて患者教育も兼ねたカウンセリングを挟んでいく「院内引き上げ」を中心にインプラントの症例数を増加させ、売上3億円の壁を突破しました。

皆さんにとって、インプラントの症例数を多く出している医院のイメージはどのようなものでしょうか。「良くも悪くもインプラントのオベを数多くこなすことに注力し、メンテナンスにはあまり力を入れることが出来ない医院」というイメージがあるかもしれません。もしかするとこちらをお読みの先生の中にも、インプラント主訴の患者様を外部からマーケティングで手繰り寄せ、オベを行い、メンテナンス自体はあまり行っていない方もいらっしゃるのではないのでしょうか。もちろんその方法が間違っているというわけではございません。

ただ、武蔵デンタルクリニックは違います。年間約200もの症例数を出しておきながらも、勤務医含め3人のDrが使用しているチェアは8台の内3台にとどまっています。現在はその他の5台は主に歯科衛生士がメンテナンス、SPTを回しており、実際のメンテナンスのレセプト数は月間約600枚もあります。全体のレセプト枚数がおおよそ1,000枚となっているので約60%に上る割合がメンテナンスとなっている状態なのです。

つまり、インプラントに注力をしながらも、主訴患者を外から集めてきて終わり、オベをして終わりではなく、まさに「予防型管理歯科医院」として、予防やインプラント埋入後のメンテナンスにも注力しているのです。「予防」や「メンテナンス」に特化しているからこそ、患者様との信頼関係も生まれ、下の図のように1回の接点ではなく何回でも接点を持つことが出来ます。結果としてインプラントを選択してもらいやすくなるのです。



Q ずばり症例数が60本から200本に成長できた要因はなんでしょうか？

A 初診の数が圧倒的に増えたのが一番の要因だと思います。担当のコンサルタントの方が提言してくれたことを言われたとおりにやっていたら、1ヵ月の平均新患数が約30人だったのが今では100人前後にまで伸びました。メンテナンスからの引き上げがあるといえども、新患からインプラントの患者様を引っ張ってくる場合もあるので、新患数が3倍程度になったのがやはり大きかったと思います。中でも口コミの対策を徹底的に行ったことが良かったと考えています。新患数を増加させたのと同時に、インプラント相談会を実施しはじめ、カウンセリングに徹底的に注力できる日を設けたことも大きいと思います。改めて考えてみても、船井総合研究所がいなかったら100%こうはなかったと思っています。

Q なぜインプラントに注力しているのでしょうか？

A インプラントはスタッフを幸せにしたり顧客満足度を高めたり、「予防歯科」をやっていくうえで必要だと思っているからです。いくらメンテナンスに注力して行っても欠損時にはインプラント治療を通してしっかり噛めるようにし、パーティカルストップを確立してあげないと口の中は崩壊の一途をたどってしまうと思います。インプラントを行っていくことで、結果的に患者満足度も上がり、自費売上も上がり、スタッフにも還元できて両者を幸せにすることができると考え、注力しています。

Q 先生の今後の目標や夢があれば教えてください！

A 「旭川市民の健康寿命を延ばす」それが私が歯科医院を経営する目標です。そして、あらゆる意味で旭川でNo.1になっていきたいと考えています。その中でも1番は当院で働くスタッフの幸福度を重視しています。結局、スタッフの幸福度が患者様の幸せにもつながってくると思うのです。2番目には顧客満足度で、3番目には旭川で予防歯科といえば「武蔵デンタルクリニック」という認識をつくることです。実は以前まではインプラントがダントツでNo.1だったのですが、今では上記3つを成し遂げるための1つの手段として捉えています。

Q 過去にあった苦難があればお教えてください！

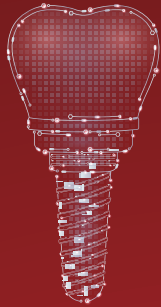
A スタッフの大量離職と採用・定着難に見舞われた時期がありました。正社員の歯科衛生士が1年で7名辞めてしまい、これまで歯科衛生士と歯科医師主体で人員を構成していましたがさすがに危機感を覚え、初の試みであった歯科助手の採用、中途の衛生士の採用も開始しました。ただ、採用自体はできていたものの全く定着せず、当時は2職種あわせて17人程度採用し15人程度が辞めていくような危機的な状況でした。船井総合研究所と二人三脚でマネジメントの施策にも取り組み、なんとか少しずつ組織が良い方向に向かっていきました。





コンサルタントが解説

インプラントのバブル崩壊のその後



ここ数年でインプラントを取り巻く業界の動向は目まぐるしく変化しています。
10年ほど前に「インプラントバブル」ともよばれていた、多くの歯科医院がインプラントに参入し、価格競争が激化した時代が崩壊を迎えたことはご存じの方も多いのではないでしょうか。中には、多額の借金を抱え、破産に追い込まれた医院もあったかと存じます。
現在、インプラントは歯科業界のライフサイクル(あらゆる業種・

業態は導入から安定までの軌跡をたどること)の面から分析すると、「安定期」というライフサイクルの時期となっています。需要よりも供給側が多く、かつ認知度も高いので、「自分に最も合ったものを選びたい」という想いが購買にあたっての基準となります。
「安定期」になればなるほど、需要が停滞し、供給する側も淘汰が加速します。そして、徐々に「衰退期」へと進んでいくのです。

厳しいインプラント市場で生き残っていくために

競争が激しい市場で生き残っていくためには「差別化の8要素」を意識することが重要です。
下記の要素に対しての貴院の取り組み、現状をチェックし、今の立ち位置を確認してください!!

差別化の8要素詳細		詳細
戦略的差別化要素	① 立地	医院の立地、利便性。
	② 規模	敷地面積や広さ。売上規模や人員規模。
	③ ブランド力	地域での認知度、顧客満足度など。
	④ 商品力	商品の量・数・幅(在庫数、アイテム数、価格幅)、質。
戦術的差別化要素	⑤ 販促力	どのような販促内容か。
	⑥ 接客力	どのような接客をしているか。スタッフの接客販売力。
	⑦ 価格力	どのような価格の商品か。
	⑧ 固定化力	継続的に来院(ファン化)してもらう仕組みはあるか。

医療法人MUSASHIが取り組んだ施策とは？



医療法人MUSASHI
が取り組んだ事例

01

カウンセリング内容の見直しと 院長の手を空ける 院内体制の構築

カウンセリング内容

“よく噛める”だけではない 患者様の願望を叶えるための 院内相談会カウンセリング

噛み合わせの重要性和 願望を叶えるための治療



患者様に対して「**パーティカルストップ**と**アンテリアルガイダンス**」の説明を行っています。臼歯のかみ合わせが前歯に影響を及ぼし、顔貌面や機能面に障害を及ぼす可能性があり、その影響を防ぐならしっかりと奥歯のかみ合わせが確立できるインプラントを埋入した方がいいと伝えています。実際に、インプラント対象層である50代以上の方は「健康で長生きしたい」という要望をお持ちの方が多くです。そのためには噛み合わせの確立やそのほかの歯を守るためのインプラントが必要という話をしています。

不安を払拭する術式説明



患者様にとって、「インプラントはどこに行ってもほとんど同じ治療」だと思われてしまうこともあります。インプラントには多くの術式があるという話を行い、「当院では【痛みが少なく】【腫れも少ない】術式を採用しており、実際に翌日痛み止めを服用している患者様が1割ほどである」ということをお伝えすることで当院の術式のすごさ、信頼感を高め、成約につなげます。実際には術式の違いだけではなく、埋入するインプラント体の違いまで言及し、他院との差別化につなげます。

信頼感を増すための、埋入後長期的に通っている方の症例写真共有



カウンセリングの最中に、当院で治療を行った方のレントゲン写真をお見せすることがあります。実際にお見せする内容は、インプラント術前、インプラント術後はもちろん、インプラント術後から10年15年と年月が経っている写真も併せてお見せしています。そうすることで、予後の状態を見せるのはもちろん、インプラントの埋入本数が増えている場合は1回目のオペの満足感が高く、「リピーター」として再度行ったというお話をすることで、信頼感を高めます。

院内体制の構築

今からでも遅くない、 どの医院でも絶対やるべき 院内体制の構築

カウンセリングに注力しても 診療が回るDr体制



武蔵デンタルクリニックには院長を含め、3人のDrがいます。院長がいなくても回るようにアポイント体制の確立、Dr教育を施しています。そのため、院長は一般診療を勤務医にさせておき、インプラントのオペやカウンセリングに注力することが出来ます。

成約後の手続き、 説明を代行するTC



院長がカウンセリングを行った後、契約の内容や諸注意までお話しているとアポイントの時間もかなり割いてしまします。武蔵デンタルクリニックでは、TCを複数人擁しており、そのTCが事務的な説明部分を代行することで、先生のカウンセリングアポイントを最大限開けられるようにしています。

インプラント相談会の実施



院長が、インプラントのカウンセリング「だけ」に注力する「相談会」の日を設けています。もともと院長がお休みであった木曜日を軸とし、一般診療は勤務医に任せ、一日中カウンセリングの場所に籠ります。この日だけは患者様1人に対して1時間のアポイントを取っており、みっちりカウンセリングを行う事で成約率も向上しています。

メンテナンスでの患者教育体制と 治療時の長期管理体制の構築

継続的な患者育成体制と 治療カウンセリング・メンテナンスカウンセリング

武蔵デンタルクリニックでは、患者様に対し、カウンセリングを通して継続的に情報提供を行うことで患者様のデンタルIQを向上させ、インプラントの相談会へつなげています。
特にその中でも特徴的なのは「治療カウンセリング」と「メンテナンスカウンセリング」です。
このタイミングで、しっかりと患者教育を行い、患者様を育成していきます。

治療カウンセリング

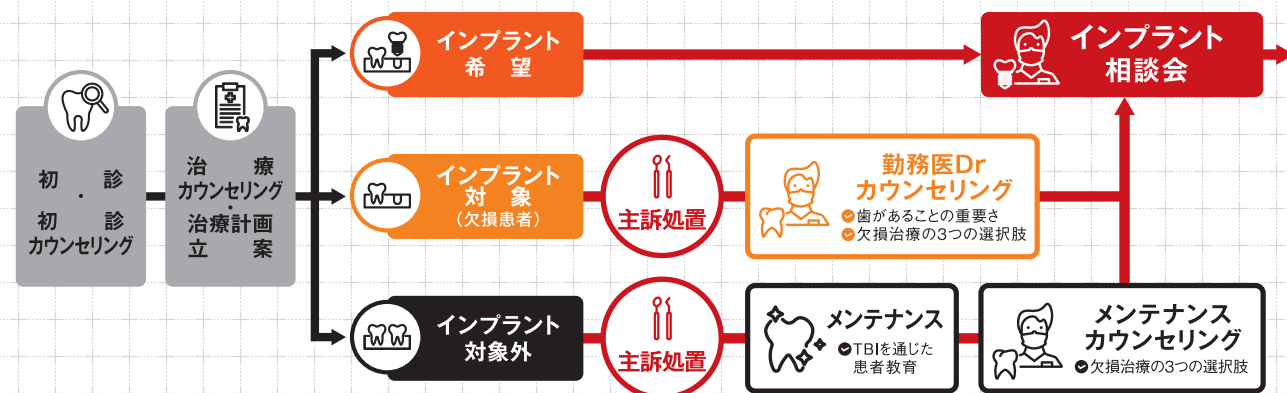


拔牙時もしくは拔牙後には、「治療カウンセリング」としての時間を取り、Drからお話をしています。その際にはそもそも歯があることの重要性、歯を残すことの大切さを8020運動などの話と組み合わせでお話しています。そうすることで、インプラントへの意識だけではなく、メンテナンスの重要性に対しても視点を落とさせ、ここでインプラント治療に興味を湧かせることが出来なくとも、継続的に来院してもらえるような意識を向上していきます。また、状況に応じて、3つの欠損治療の違いや選び方をご説明しています。患者様に応じて、「噛みごこち」や「耐久性」、「予後の状態」などを比較してお話し、結果的にインプラントが一番適しているという会話内容からインプラント相談会へ引き上げていきます。

メンテナンスカウンセリング



メンテナンス時に、欠損がある方や今後拔牙が必要になってしまうであろう歯を持つ方、次回のドクターアポイント列で拔牙がある方に対し、衛生士からお話をしています。ほとんどの場合、チェア上で3つの欠損治療の違いを衛生士の説明できる範囲でご説明します。場合によっては、継続的に通っており、信頼関係ができている患者様の方から、欠損治療についてのご質問や「衛生士だったらどんな治療を行うか」というご質問をいただくこともあります。そう言った際は、衛生士から自信をもってインプラントが良いということをお伝えしています。そのうえで、患者様の反応を鑑みて相談会に誘導していく形をとっています。



スタッフが自信をもって インプラントを勧められる 認識の醸成

院内勉強会でスタッフ教育の機会を創出

患者様に欠損治療について、インプラントについて伝えていくためには、そもそものスタッフの教育も必要です。
武蔵デンタルクリニックでは、月1回必ず行っている院内勉強会時に、欠損治療について伝えていくことで、スタッフが自信をもってインプラントを勧められる体制をつくっています。
スタッフが自信をもってインプラントについてお話すことで、患者様にとっても信頼感が増し、より成約につながりやすくなるのです。
下記に実際に院内勉強会の中で行っていることの内容を一部ご紹介します。



院内勉強会の取り組み

知識共有

パーティカルストップと
アンテリアルガイダンスについて

3つの欠損治療の治療ごとの
メリットデメリットについて

インプラント埋入後の
メンテナンスについて

理念浸透

旭川市でNo.1を目指す

来院した患者様を笑顔にする

旭川市民の健康寿命を守る

スキルアップ

外部講師が行う
院内セミナー

各種カウンセリングの定期確認・
内容見直し

メンテナンス患者様への
お声かけ方法と話す内容

取り組みの具体的な内容はセミナーでお話しします!

セミナーの詳細情報は裏面に

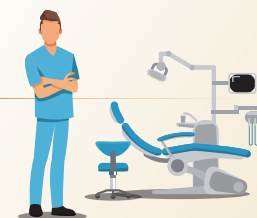
コンサルタント からの メッセージ

状況が刻一刻と変わる歯科業界の中で、経営を本気で考え、「良い歯科医院」をつくろうとしている先生方へ

組織はトップで99%決まる

正しい戦略に「今」取り組み始める、アップデートするそのための第一歩としてこのセミナーに参加するかどうかは今後の医院の命運を左右すると言っても過言ではありません。「現状維持は衰退である。挑み続けさえすれば必ず良くなる。」と、かの福沢諭吉も述べています。現状に甘んじず、挑み続ける皆様、現状維持はしたくないが方法がわからなくてもがいている方のご参加を心よりお待ちしております。

株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 森 航稀



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

