

自費義歯がたった半年で月70万円から500万円に伸びた秘訣を公開!!

大好評
セミナー
につき

オンライン開催決定!



あてはまる方は
ぜひご参加ください

- ✓ 入れ歯が得意だが、自費の入れ歯はほとんど出ない...とお悩みの方
- ✓ HPに入れ歯のページを作っているが、患者様に伝わっていない気がしている方
- ✓ 自分以外自費入れ歯について話せる人がいないと感じている方
- ✓ 今まで補綴を自費の中心にしていたが、少しずつ自費売上が減ってきてお悩みの方
- ✓ 患者層が高齢化してきて、今までの診療体制のままだと不安な方

オンライン開催

2025年 1月26日 | 2025年 2月5日 | 2025年 2月16日 | 2025年 2月26日

全日程 10:00~12:30 (ログイン開始:開始時刻30分前~) ※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。

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

お申込み期日

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

※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください。
※祝日や連休により変動する場合がございます。
※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。

セミナー内容

第1講座 高齢化・口腔機能管理時代における自費義歯のニーズとこれからの歯科医院経営の在り方
人口のうち約30%が65歳以上となった高齢化社会で、人口減少、高齢化地域でも業績を伸ばし続ける歯科医院経営の特徴と、中でも特に業績を伸ばした「入れ歯・義歯」診療のポイントを解説します。また、講座内では商圏内の人口特性に合わせた歯科医院経営ごとの戦略策定の方法と持続的に売上を伸ばす医院の特徴をお伝えします。
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 大里 治 氏

第2講座 義歯を強みに! 脱保険義歯を実現して月500万の売上を達成した方法
「入れ歯・義歯」診療を医院の強みに据えて月500万円の売上を達成したやまて歯科医院の取り組み事例について、なぜ義歯に強みを据えたのか? 実際の取り組みを具体的に伝えていただくとともに、義歯を強化することで医院に起こった変化と患者の食事や生活を支え長く選ばれる医院づくりにつなげてご講演いただきます。これから入れ歯・義歯を強化していく医院や最近自費売上の減少に悩まれている医院、長く通っていただく医院をつくりたい先生は必見です。
医療法人心清会 やまて歯科医院 理事長 石河 清貴 氏

第3講座 医院の強みに合わせた集患方法と自費義歯を成約する仕組みの全貌
高齢患者層に合わせた自費患者の集患方法と既存の保険患者からいかに自費義歯を成約するのか? そのポイントと仕組みを徹底解説いたします。「やまて歯科医院」独自の口腔機能低下症の診断から客観的評価について、口腔機能の算定だけでなく保険制度を活かして自費義歯を納得して選んでもらう院内フローを皆様の歯科医院で実現するポイントをお伝えします。総義歯だけでなく部分義歯を自費で成約する仕組みなど、今後実施すべき取り組みについて解説していきます。
株式会社 船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 大里 治 氏

第4講座 成果を最大化させるために
本日のセミナーで押さえておくべき重要なポイントの総まとめを行います。セミナーを受講いただきました皆様に明日から取り組むべき具体的な実践事項をご紹介します。
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 氏

お申込み方法

PCからのお申込み
https://www.funaisoken.co.jp/seminar/123417
船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に
右上検索窓に「123417」をご入力し検索ください。

QRコードからのお申込み
右記QRコードから
お申込みください。

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) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

※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。

年末年始休業のお知らせ
2024年12月26日(木)正午~2025年1月7日(火)まで※休業期間中は電話が繋がらなくなってまいります。※Webからのお問い合わせには1月8日以降順次ご回答させていただきます。※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。ご不便をお掛け致しますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

患者層が高齢化してきて
補綴や矯正主体の
医院経営に不安がある

保険で噛める入れ歯を作っていて
自費義歯を
オススメできない

口腔機能管理を活用した
自費義歯強化型
歯科医院のつくり方

たった
なぜ6ヵ月で自費義歯
月間70万円から500万円を
実現できたのか?

医療法人心清会
やまて歯科医院 理事長
石河 清貴 氏
ゲスト講師

- 当日学べること
- ✓ 保険部分義歯の患者様にも自費義歯を成約する院内フロー
 - ✓ 口腔機能管理料算定を活用して自費義歯成約率50%を達成するカウンセリング
 - ✓ 値段を理由で断られない選ばれる自費義歯のラインナップ
 - ✓ 口腔機能管理を活用し、患者様の口腔状態に合わせたメンテナンス体制

主催 自費義歯がたった半年で月70万円から500万円に伸びた秘訣

お問い合わせNo. S123417

お申込みはQRコードから

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

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) 123417

たった半年で

月商 **2,000万円**

人口8万人以下の地方エリアでも

月間自費売上 **700万円UP**を実現した

成功の秘訣

医院のご紹介



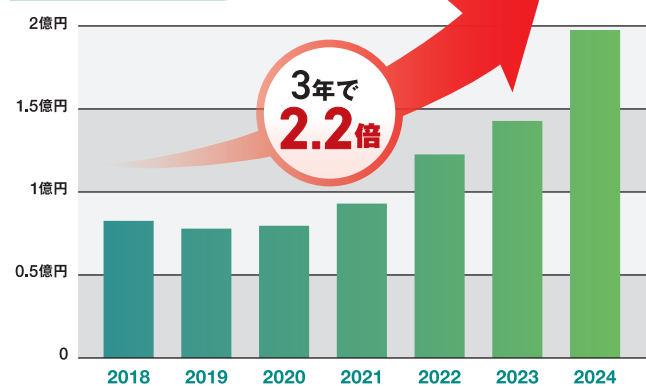
医療法人心清会
やまて歯科医院

理事長 **石河 清貴 氏**

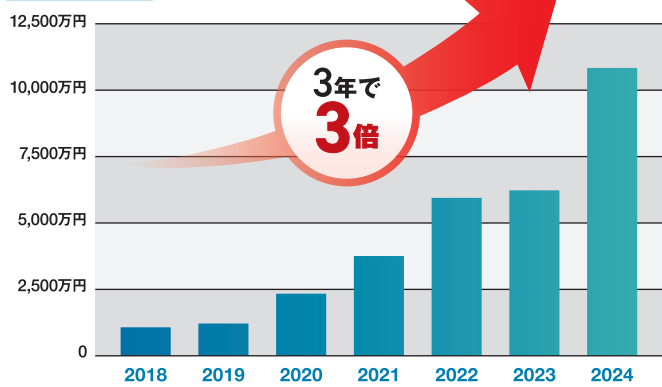
チェア	歯科医師	歯科衛生士	歯科助手	受付
8台	2名	6名	3名	1名

埼玉県飯能市にて、入れ歯治療や矯正治療、予防歯科、セラミック治療などに力を入れている。累計1,500症例を超える義歯の製作実績から義歯を強みに地域から選ばれる歯科医院を運営している。

合計医業収入



自費売上



Q 自費義歯を強化する以前のやまて歯科は？

当院は祖父、父と3代通じて歯科医師としてご縁をいただいた飯能市で開業いたしました。現在の場所には2007年にチェア3台で移転開業を行いました。

開設当初は先代の患者様も引き継ぎながら医院近隣の新しい患者様にも数多く足を運んでいただきました。

当時は保険診療と自費診療分け隔てなく患者様に正しい情報を伝える医院にしていきたいという気持ちはあるものの、患者様に自費を押し売りしていると思われたらどうしようか、スタッフから反発を受けるのではないかと考え、なかなか保険中心の診療から抜け出すことができませんでした。

今思えば、**自費診療を推し進めることで押し売りだと思われたり、お金のことばかり考える医院になってしまうことが怖かったのだと思います。**



Q 自費義歯を強化することになったきっかけは？

当院が自費義歯を強化することになったきっかけは患者様からの一言でした。

「痛くない、食事の際に違和感がない入れ歯はないの？」

長く当院へ通っていただいていた患者様にこの一言をもらってハッとしました。

入れ歯はもともと当院の強みではあったものの、インプラントor保険の入れ歯という構図が院内で出来上がってしまっていたことに気づきました。そこで改めて、当院で保険の入れ歯を入れている患者様を診てみると

- ✓ 保険で一度噛める入れ歯を作っているが、すぐに弛んでしまう
- ✓ 入れ歯安定剤がないと食事ができない
- ✓ 痛くて合わないため、食事の時に入れ歯を外している 等

患者様の声を聞いてみると、保険の入れ歯で満足しているわけではなく**「入れ歯ってどれを選んでも同じでしょ」**と入れ歯治療自体に良いイメージを持っていないことがわかりました。それまで押し売りにならないようにと自費入れ歯についての説明を躊躇していたことで長く通ってくださっている患者様にすら歯科治療についてきちんと伝えることができていなかった現実を知り、そこからどのように伝えれば当院に通ってくださる**患者様が正しい理解をして自身に必要な治療を選ぶことができるのか**と考えるようになりました。



自費義歯を強化することを決意
～月500万円を実現した半年間の軌跡～

Q まず初めに行ったのは？

自費義歯を強化するにあたってまず取り組んだのは**口腔機能低下症の算定**です。実は、今年の改定でおおきく取り上げられる前の2023年の7月にすでに船井総合研究所に「口腔機能低下症の検査と指導をしていきましょう」というご提案いただいていたのですが、その際は人員体制に課題がありなかなか進めることができませんでした。

その後、2024年6月の診療報酬改定の際に、歯科医師会の方で舌圧計を含めた口腔機能検査機器の貸し出しがあり「これを機に算定してみよう」と思い算定を始めました。口腔機能の検査や指導は、スタート時点では不明点も多かったですが、スタッフと院内勉強会を開いて、船井総合研究所の力もかりて進めました。検査に関する資料や指導に関する資料を船井総合研究所の担当の方にご用意いただいたので、あとは院内で実施するだけでした。

院内で検査と指導をやり切れた秘訣は、**「対象の患者様のカルテに付箋を**



つけて朝礼の際に院内共有を行い説明漏れをなくすようにする」ことでした。結果、口腔機能低下症の対象患者様の約90%は検査を快諾してくれました（※対象患者様とはご案内の優先順位の高い患者様です）。検査してみると、**今までわかっていなかった患者様の状態が見えてきました。**

エピソード

口腔機能検査でわかった入れ歯の患者様の実情

患者様から入れ歯に関して、不満の声はほとんどなく、**保険で噛める入れ歯を作ることができている**と思っていました。しかし、口腔機能の検査をすると、**✓ 入れ歯を作り替えたのに咀嚼能力が回復しない患者様** **✓ 総義歯を入れた途端に舌圧の数字が悪化した患者様** など、今までの入れ歯セット後の患者様からの反応とは違う客観的な数値データが出てきました。薄々は感じていましたが、やはり**患者様は口に出さないだけで、生活の中で何か不便がある**ことを強く実感し、不安と申し訳なさがありながら、患者様に聞いてみると、

入れ歯を作ったけど、本当は家で付けていない。つけなければいけないのはわかっていたので歯医者に来たときはつけています

噛むと痛かったりして嫌だから、食事の時だけ入れ歯を外している

などびっくりする話が出てきました。患者様には申し訳ないことをしたなと思いますが、口腔機能の検査を通して、患者様とこのような話をする機会をつくれたのは、本当に良かったです。

Q 患者様にどのようにカウンセリングしているのですか？

患者様の実情を知ったことで、今まで自費の入れ歯を提案・カウンセリングを行うのは、『義歯専門サイトを見てお問い合わせいただいた患者様』『自費を希望された患者様』のみでしたが、これでは入れ歯を使わない患者様がが増えてしまうと危機感を持ち、仕組みを変更しました。

新しい仕組みは、『入れ歯の患者様でも50歳以上はすべて口腔機能精密検査を行う』という流れをつくりました。口腔機能の検査を行い、検査結果を伝え、資料をもとに口腔リハビリテーション・指導を行う。しかし、これでは口腔機能管理を行っている他の歯科医院と同じなので、当院では『口腔機能の低下の原因を検査結果をもとに説明する』という


ことをしています。「舌圧が低下していますね。トレーニングして、それでもよくなかった場合は入れ歯を自費にしましょう」では、患者様の意識は変わりません。なぜトレーニングをしなければいけないのか、なぜ今の入れ歯ではよくないから自費の方が口腔機能にとって良いのか、スタッフ・歯科医師が患者様に応じて説明をしています。

今までは初回のカウンセリングで保険入れ歯を選んだ方が、入れ歯の再作成などの際に自費を選ぶことはほとんどありませんでしたが、この院内フローに変えてから、半年後の口腔機能再評価の際に自費の入れ歯を選ぶ方が一定数出てくるようになりました。



患者様事例

実際に60代のAさんは、今年の1月に義歯の調整でご来院いただいた際に、口腔機能管理を行うと、入れ歯を外した時よりも入れ歯を付けたときの方が舌圧が下がってしまったためカウンセリングを行ったところ、保険の入れ歯ではどうしても舌側のレジンが舌運動を邪魔してしまい食事がしにくいとのことでした。自費の入れ歯だと薄く、舌側も小さく作れることをご説明して初来院から約半年間経って自費の入れ歯を入れることになりました。



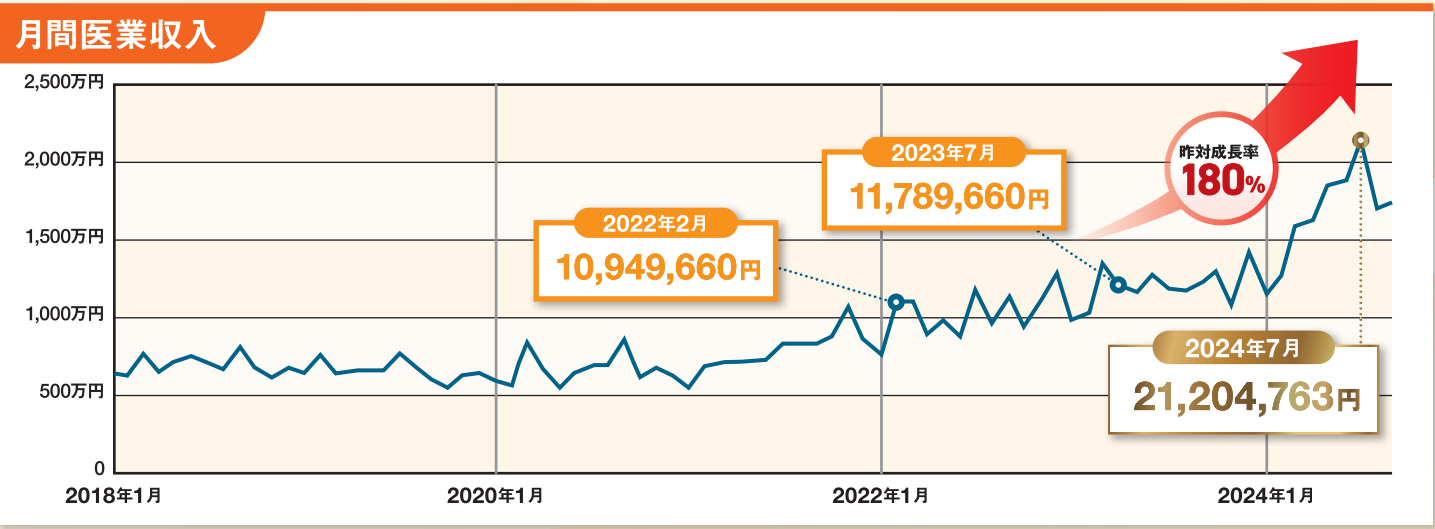
Q より成約件数を増やすために行ったことは？

次に行ったのは**カウンセリングの強化**です。これまではスタッフがなかなか自費入れ歯については素材の理解や、欠損した口腔内に対する自費の補綴物や矯正との違いを話す経験がなかったため説明することが難しいようでした。しかし、**私しか話せない状態ではお話できる患者様が少なく、カウンセリングのアポイントの取得にも時間がかかってしまいます。**

そのため、カウンセリングスライドとカウンセリングを受けた患者様が次回来院されたときのお声がけトークフローを作成して、スタッフ誰でも自費の入れ歯について情報提供ができるようにしました。今ではスタッフがカウンセリングを行って、私が口腔内の状況についてお話するという状況になっております。今まで欠損カウンセリングは30分院長アポイントで取っておりなかなか土曜日や夕方は取ることが難しかったですが、今では私が話すのは10~15分になっているため比較的カウンセリングアポイントが取りやすくなりました。

結果としてカウンセリングをすべての患者様に行うことができ、必要な治療を納得して選べる環境が整いました。

半年後には これまでとは別の歯科医院へ



自費義歯に取り組んだ結果、患者様との長期的な接点を持つことができ私個人としてもスタッフを見ていて以前よりも仕事にやりがいを感じているように思います。特に今まで食事を楽しめなかった方が自費の義歯を入れたことで外での食事を楽しめたり、ご家族との食事を楽しめているという報告をもらうことが増えてきて、この医院が地域に貢献できていることを実感しています。

自分たちの仕事が患者様の生活を支えているのだと実感することで、スタッフが主体的に動き出したことも、想定外のメリットでした。昨年の12月にチェアを増床いたしました、スタッフが主体的に動く体制がすでにできていたこともあり自費義歯の強化を進めていくにつれて当院では以下のような変化が起きました。

- 自費補綴本数の増加 → **約1.5倍**
- レセプト枚数の変化 → **10%増**
- 口腔機能によるレセプト単価上昇 → **約1.2倍**




月間売り上げ2,000万円突破、自費義歯の取り組みがどうしてそのような取り組みにつながったのかはセミナー当日お話をさせていただきます。

自費義歯の取り組みを進めてみてわかったことは、人口減少が進む地方の医院こそ自費義歯を通して地域の方に貢献ができるということです。私が医院を構えている飯能市も人口減少が進む地域の一つです。コンビニより多い歯科医院が人口減少する地方で長く診療を続け、多くの患者様に選ばれ続けるには、『歯を治す』ではなく『患者様の食事を支える』ために**歯科医院で何ができるのかを考えることが必要不可欠**です。当院は患者様に合う入れ歯、噛める入れ歯を作成すること、口腔機能管理を活用して噛めるようになるまでトレーニングを経て寄り添うことで『患者様の食事を支える』ことの一端を担っていると考えています。

また、歯科業界として慢性的な人手不足のなかで「患者様が来ても、歯科衛生士がいない」「人がいないからチェアが空いてしまう」という状況になっています。当院は、歯科医師、歯科衛生士、歯科助手に選ばれる医院となるためにも、保険主体医院から自費の柱の強化を引き続き進めていきます。

今後も、地域の患者様に選ばれ、働き手に選ばれ永続的な歯科医療を提供していくために、医療技術の向上、院内の体制構築、雇用条件の向上を図っていき、歯科業界に微力ながら貢献していきたいと考えています。

保険入れ歯を自費化して、**入れ歯を医院の柱**にするポイント

■ 口腔機能管理料を活用して成約率50%以上の院内体制を構築する

従来の自費義歯特化型の医院の特徴はまずはWebマーケティングを駆使して自費入れ歯を求める層を集患することが成功のカギでした。

そのため、今まではカウンセリングを行っても成約できなかった患者様はずっと保険の入れ歯を使い続け、**相談数が減ってきたらリスティング広告を増額して隣の町や市にエリアを広げて広告を出稿しなければなりません**でした。

しかし、今後の自費義歯特化型医院のモデルは保険の口腔機能管理を活用することで初回のカウンセリングでは保険の入れ歯になったとしても**半年以内の自費選択率が50%を超えています**。

このモデルは、今までは「入れ歯ってどれも同じでしょ」と入れ歯治療についてあきらめていた患者様が、半年間の口腔機能管理を経て「より食事を楽しみたい」「もっといい入れ歯があれば入れたい」と**本当によいものを選択することが大きな価値**です。

▼従来の義歯特化モデル



▼令和6年度版の義歯特化モデル



■ 仕組みで実現する“脱”院長主体のカウンセリング



- ◎ 保険の口腔機能管理を活用した患者様の口腔機能評価
- ◎ 普段の生活、食事に対する評価
- ◎ 現状の入れ歯の装着感に対するヒアリング



- ◎ 歯を抜くことになった、歯を失った際に選ぶことができる治療の種類について
- ◎ 欠損部位を放置することで高まるリスクについて
- ◎ 入れ歯の種類
- ◎ 入れ歯の選び方(審美性、クッション性、薄さ、耐久性)

入れ歯のカウンセリングはどの医院も院長の時間を多くとることが多いと思います。そんな医院でよく耳にするのは院長しか自費入れ歯について話せない、カウンセリングを任せたいけどスタッフに教える時間がない…しかし、院長に依存したカウンセリング体制ではすべての患者様に情報提供ができない…。

そのため、カウンセリングをDHとDAに分業することでカウンセリング数を増やし医院側から情報提供ができていない患者様を減らす必要があります。実際に義歯特化型の医院ではDrが現状の口腔状態の評価を行い、DHもしくはDAの方で治療に関する情報提供を行う必要があります。

■ 利益を確保しても、選ばれる価格設定

価格を決めるうえで重要視しなければならないのは、患者様が納得できる価格であるのか、利益を適正化して薄利多売にならないことです。きちんと利益を担保することで数を見る診療ではなく、患者様に向き合い「納得した治療を受けるため」のカウンセリングやその後の調整など

患者様とのコミュニケーションに時間を使うことが可能になります。逆に利益を残した価格設計にしなければ、自費診療を選択してもらっても診療時間を削らなければいけなくなり、結果的に患者様満足度が低下していきます。

名称	範囲	価格帯	片額粗利率	フル原価率	フル粗利率
ノンクラスプデンチャー(1~3歯まで)	パーシャル	低	64.9%	35.1%	64.9%
ノンクラスプデンチャー(4歯以上)	パーシャル	低	68.6%	31.4%	68.6%
デジタルプリント義歯(リーバ)A	フル	低	76.2%	23.8%	76.2%
デジタルプリント義歯(リーバ)B	フル	低	71.4%	28.6%	71.4%
デジタルプリント義歯(リーバハード)	フル	低	82.0%	36.1%	63.9%
デジタルプリント義歯(リーバホワイト)	フル	低	80.6%	38.7%	61.3%
金属床(コバルト)	フル	中	77.8%	22.2%	77.8%

■ 義歯を強みにするブランディング戦略

「自費診療を増やすためには、結局専門サイトを作成してリスティング広告を出稿すればいい」とお考えの先生もいらっしゃるかもしれませんが、自費義歯を増やしていくのに欠かせないのは看板や、相談会といったオフラインのマーケティングになります。

野立て看板や、院外看板は地域内のブランドイメージの確立をしてくれます。通勤などで交通量が多い道路に出稿できれば、となりの市などへのリスティング広告よりもエリアを広げた集患が可能になります。義歯に特化した実績を掲載し、医院名が目立つデザインで作成します。同じデザインを商圏内に複数展開することで潜在的に入れ歯の悩みを抱えている層の来院につながります。

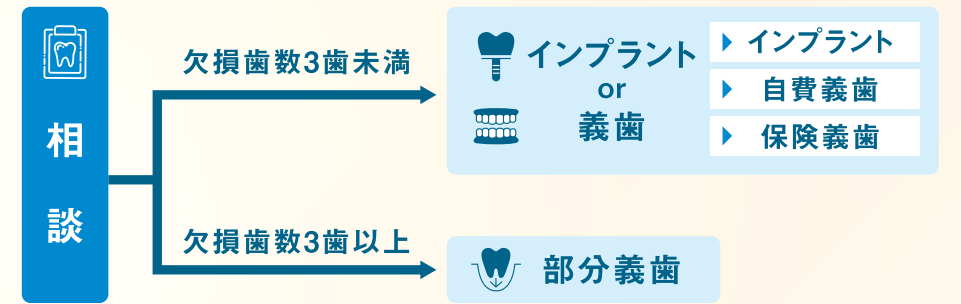
無料相談会は、入れ歯には困っているけど歯医者で診てもらうことに抵抗がある患者様との接点をつくります。相談会では、現状の入れ歯の悩みや、よくある質問で不安を消しておくことで今後のカウンセリング成約率を確実に上げることができます。



■ 自費義歯の強化を行うとインプラントの成約も増える!?

自費義歯の強化を取り組まれた医院は自ずとインプラントの成約数が伸びる傾向があります。

そのような医院では、患者様の欠損歯数に応じてカウンセリングの内容を変えることで「今は入れ歯を入れている患者様」が残りの歯のためにインプラントの選択肢を考えるきっかけを与えています。



■ 最後に 自費義歯がたった半年で月70万円から500万円に伸びた秘訣 セミナーのご紹介

本セミナーでは「より良いものをより多くの患者様に」と考える医院が、実際に何を行って、どのような課題と向き合ってきたのか、医院経営の考え方を踏まえて具体的にお伝えし、今後の医院運営の参考にさせていただくことを目的としております。

今回のキーワードとなる、「医院の強みをどのように伝え、患者様に正しい情報を届け良い治療を納得して選んでもらうのか」そしてその結果、歯科医院経営をどのように豊かにしていくのかを真剣に考える一日となります。

当日は今回ご紹介させていただきました、医療法人心清会 やまて歯科医院の石河理事長にご登壇いただきまして、医院で実施している施策、スタッフの教育や医院経営の考え方なども包み隠さずにお伝えいただき、またとない機会となります。

弊社としても、全国400院のクライアントの中で実際に成果の出ている、義歯に関する取り組みをお話させていただきます。

皆様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 大里 治 先生

お申込みは裏表紙をご確認ください ▶▶▶