

訪問歯科 スタートアップ セミナー2025

講座	セミナー内容
第1講座	これだけ押さえる！ 訪問歯科を始めるために必要な基礎知識(基本用語・保険・必要書類や器具) 訪問歯科の取り組みを始める際、知っておくべきことは多くあり、外来の延長で行うとうまくいきません。訪問歯科に関わる基本的な用語の解説や、訪問歯科を始めるにあたって必要な保険算定ルール、作成書類等の基礎知識をコンパクトかつ適切に徹底解説いたします。 株式会社船井総合研究所 歯科支援部 歯科グループ 高齢者歯科チーム 長瀬 亘亮
第2講座	年間1,000万円をプラスさせる訪問歯科の立ち上げと経営的ポイントについて 森山デンタルオフィス新松戸おとなこども歯科・矯正歯科医院長の森山 貴氏にご登壇いただきます。外来保険・自費に続く新たな柱として医療業績年間1,000万円プラスさせることができた訪問歯科立ち上げの軌跡と経営者目線から見るポイントをお話しいたします。 森山デンタルオフィス新松戸 おとなこども歯科・矯正歯科 医院長 森山 貴氏
第3講座	訪問歯科における集患ノウハウについて 訪問歯科を取り組み始める準備ができたら、次は集患です。ここは同分野の最大の課題、参入障壁といえます。逆に訪問歯科の集患ができると、院外でのチェア台数によらない収益が確立できるとともに、訪問患者様のご家族や周辺介護職の支持も集まり、外来集患にも繋がります。院内でできる取り組み、院外の居宅マーケティング、施設獲得の手法を順に、成功事例をベースにご紹介させていただきます。 株式会社船井総合研究所 歯科支援部 歯科グループ 高齢者歯科チーム チーフコンサルタント 奥田 晋平
第4講座	本日のまとめ 本日のセミナーの内容、今後の歯科医院運営における要点をおまとめさせていただき、セミナーの内容を即実践いただくために必要なことをお伝えします。 株式会社船井総合研究所 歯科支援部 歯科グループ 高齢者歯科チーム リーダー 若木 伸文

開催要項

大阪会場	開催日時 2025年 2月24日月(祝) 10:00~12:30(受付開始:開始時間30分前~)	東京会場	開催日時 2025年 3月9日日 10:00~12:30(受付開始:開始時間30分前~)
開催場所 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]	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	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もございます。 ※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます。
------------	--	---------------	---

※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。
※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。

お問い合わせ

 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
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)

セミナー情報をwebからもご確認ください。
https://www.funaisoken.co.jp/seminar/124051

今すぐスマホでチェック!



※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。 ※お申込みに際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。

「ゼロから始める訪問歯科診療」決定版!

集患方法 運営ノウハウ 成功の秘訣 から 市場参入 まで

医院業績に
年間 **1,000** 万円~を **1** 年で **プラス** する

 **最短最速** で立ち上げる

訪問歯科 スタートアップセミナー2025

立ち上げ 1年 月間 100 万円	部門売上 初期投資 30 万円で スタート可!	最小人数・スポットで 立ち上げ 歯科医師 歯科衛生士 1 名
--------------------------------	---	--

成功事例 医院業績1,000万円を1年でプラスに成功したストーリー!
訪問歯科の徹底した現場対応で受診から定着率を大幅アップさせた手法とは!

徹底解説	① たった1年で月間100万円達成! 訪問歯科参入を 成功させた事例紹介!	② 訪問歯科導入経験十数年のコンサルタントが教える 集患ノウハウと 施設獲得に向けた 具体的方策
	③ 訪問歯科をはじめる為に 必要な基礎知識、書類、器材 は? 要点をおさえて徹底解説!	④ 外来保険・自費に続く 医院経営の第三の柱になる理由 とは? 低コスト、高収益の仕組み!

このような
お悩みを
お持ちの方は必見!

- ✓ 新たな医院経営の柱のひとつとして、訪問歯科の取り組み開始を考えている方
- ✓ 余剰人員や産休育休明けの時短人材に活躍のできる場を作りたいと考えている方
- ✓ 高齢者や通院困難層、地域のも職種からの支持を得て、集患を強化したい方
- ✓ 今は訪問歯科に関心はないが、最低限の情報収集はしておきたい方

SPECIAL GUEST
森山デンタルオフィス新松戸
おとなこども歯科・矯正歯科
医院長 **森山 貴氏**

大阪会場	2025年 2月24日月(祝) 10:00~12:30 (受付開始:開始時間30分前~)	東京会場	2025年 3月9日日 10:00~12:30 (受付開始:開始時間30分前~)
-------------	--	-------------	--

主催

 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

訪問歯科 スタートアップ セミナー2025

お問い合わせNo. **S124051**

お申込みは
QRコードから

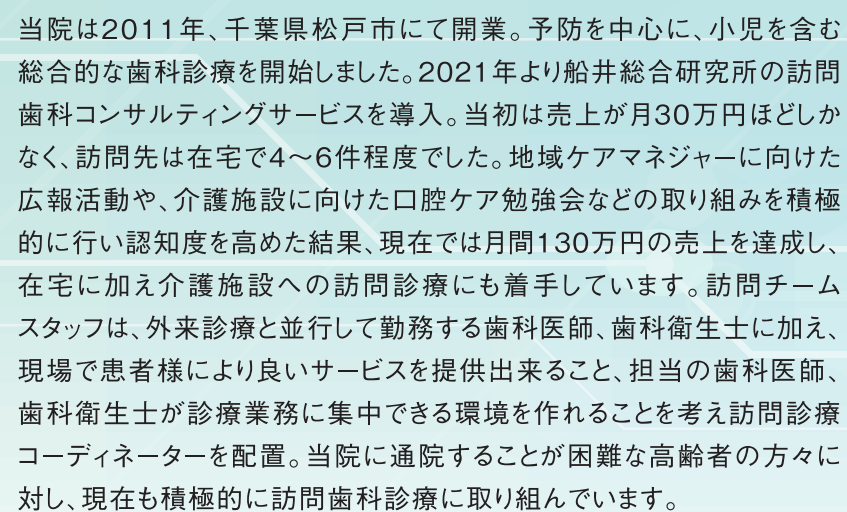


当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索窓に右の「お問い合わせNo.」をご入力ください) **124051** 



社会貢献のその先にあったもの、

訪問歯科診療



森山デンタルオフィス

ゲスト講座 事例紹介

医院の業績アップはもちろん、地域への社会貢献として立ち上げた訪問歯科診療。

最短で業績を上げたこれまでの歩みをお伝えいたします！

部門売上

月間**100**万円



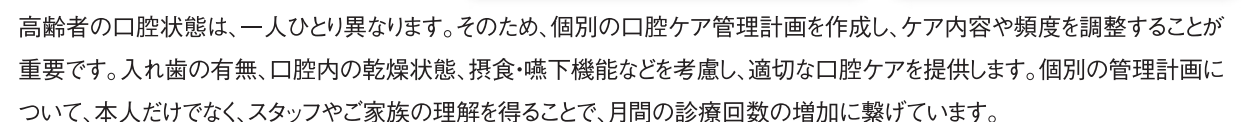
施設内受診率！

約 **90%**

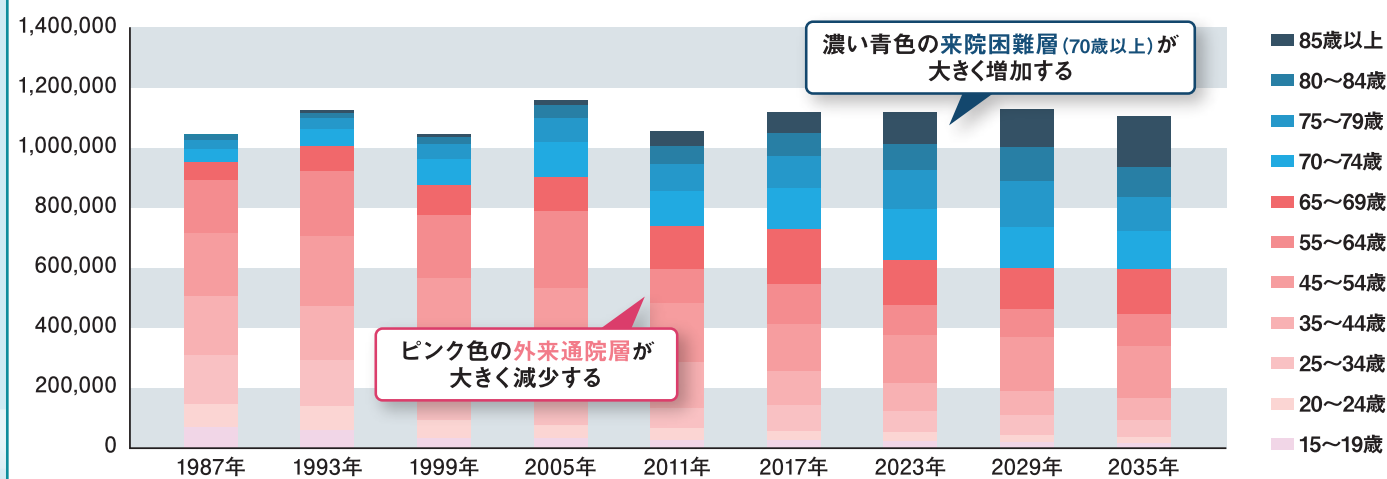


月間平均診療回数

3.0 回



歯科を受診する患者数の予測資料

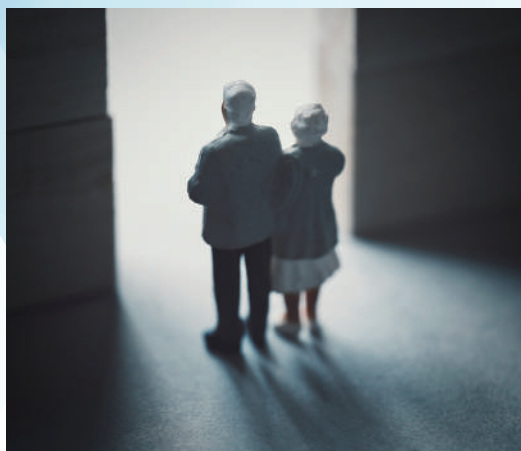
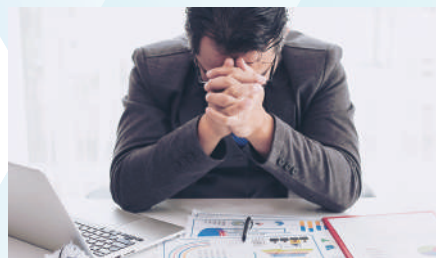


年齢階級	実績値				予測値				
	1987年	1993年	1999年	2005年	2011年	2017年	2023年	2029年	2035年
通院可能層合計(1～69歳)	1,098,300人	1,142,300人	975,900人	1,017,900人	848,739人	820,162人	706,895人	670,420人	662,075人
対2005年比	107.9%	112.2%	95.9%	100.0%	83.4%	80.6%	69.4%	65.9%	65.0%
通院困難層合計(70歳～)	90,900人	115,800人	949,600人	254,300人	313,758人	391,149人	490,669人	536,781人	509,375人
対2005年比	35.7%	45.5%	66.9%	100.0%	123.4%	153.8%	192.9%	211.1%	200.3%

※厚生労働省発表1984～2008年の患者調査公表データより

超高齢社会の脅威… 今、訪問歯科が必要な理由

変わらない歯科医院は今以上に厳しい状況に…



上のグラフは、年齢別の来院患者数の占める割合の推移を表したものです。グラフからわかるように**69歳未満の来院患者は想定3割減少**しており、**70歳以上の来院患者はおおよそ2倍まで増加**しています。

そして、前項の図の通り、75歳以上の要介護認定者は増え続ける一方であることから、今後も外来患者数は減少、訪問歯科対象患者は増加することが、避けることのできない必ず来る未来なのです。

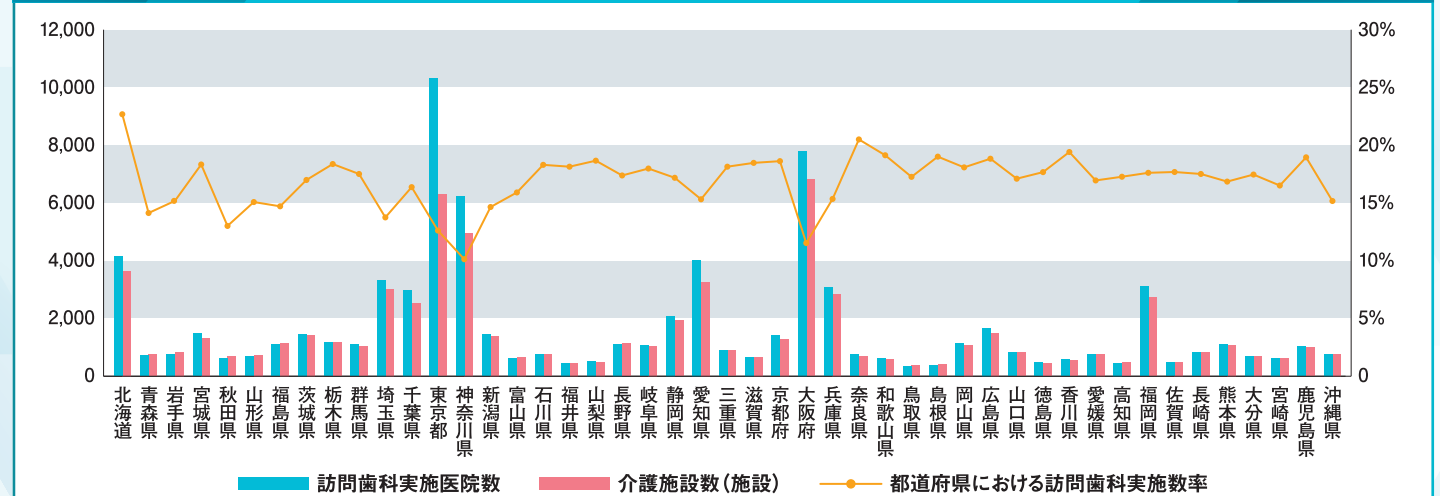
2025年には団塊の世代が後期高齢者となり、その後の2030年、2040年には、日本の総人口は1億人を割り込み、65歳以上の高齢者人口は3,921万人となりピークを迎えると言われています。それに伴い、歯科医院への通院が困難な方も増えるため、訪問歯科診療の需要は今後さらに高まります。

気になる 都道府県別 訪問歯科医院数と 参入トレンド



都道府県別で見ても、約15%の歯科医院が訪問診療(歯科訪問診療料の算定)を行っています。都市部だけでなく、各地方においても平均以上の歯科医院が訪問診療体制を整え、**今後の外来患者の高齢化(通院困難)に備えている**ことがわかります。介護施設や居宅支援事業所数と比例し訪問歯科医院数も増加している傾向にありますが、今後の需要を考えると早期に参入を進めた方が良いことがわかります。

都道府県別訪問歯科医院実施数



出典:厚生労働省:平成26年～令和4年「介護サービス施設・事業所」調査の概況より引用 グラフ作成は船井総合研究所より加筆



POINT

地域格差はありますが、訪問歯科へ参入する歯科医院は**年々増加**してきています。今後訪問歯科に注力していく医院には、他の訪問歯科医院との差別化が求められます。

REASON

かかりつけ歯科診療所(現・口環強)ができたことで訪問歯科に取り組む医院が増加

2018年以降、施設基準を満たすことや一定数の訪問患者を診療することを目的に、参入する医院が増加の一途を辿りました。



介護現場のニーズが高まっている

競争性の高い地域ではケアマネ等のキーマンとなる職種の摂食嚥下に対するニーズが拡大しており、ポータブルレントゲン、ポータブルユニットの保有だけでなく、VE(嚥下内視鏡検査)の保有を紹介先の条件として求められるようになっています。

施設による口腔衛生管理加算の拡充

施設系サービス(特養、老健)において、口腔衛生管理加算の拡充から入所者毎の口腔管理が求められ、施設職員のデンタルIQも高まっています。

診療報酬改定

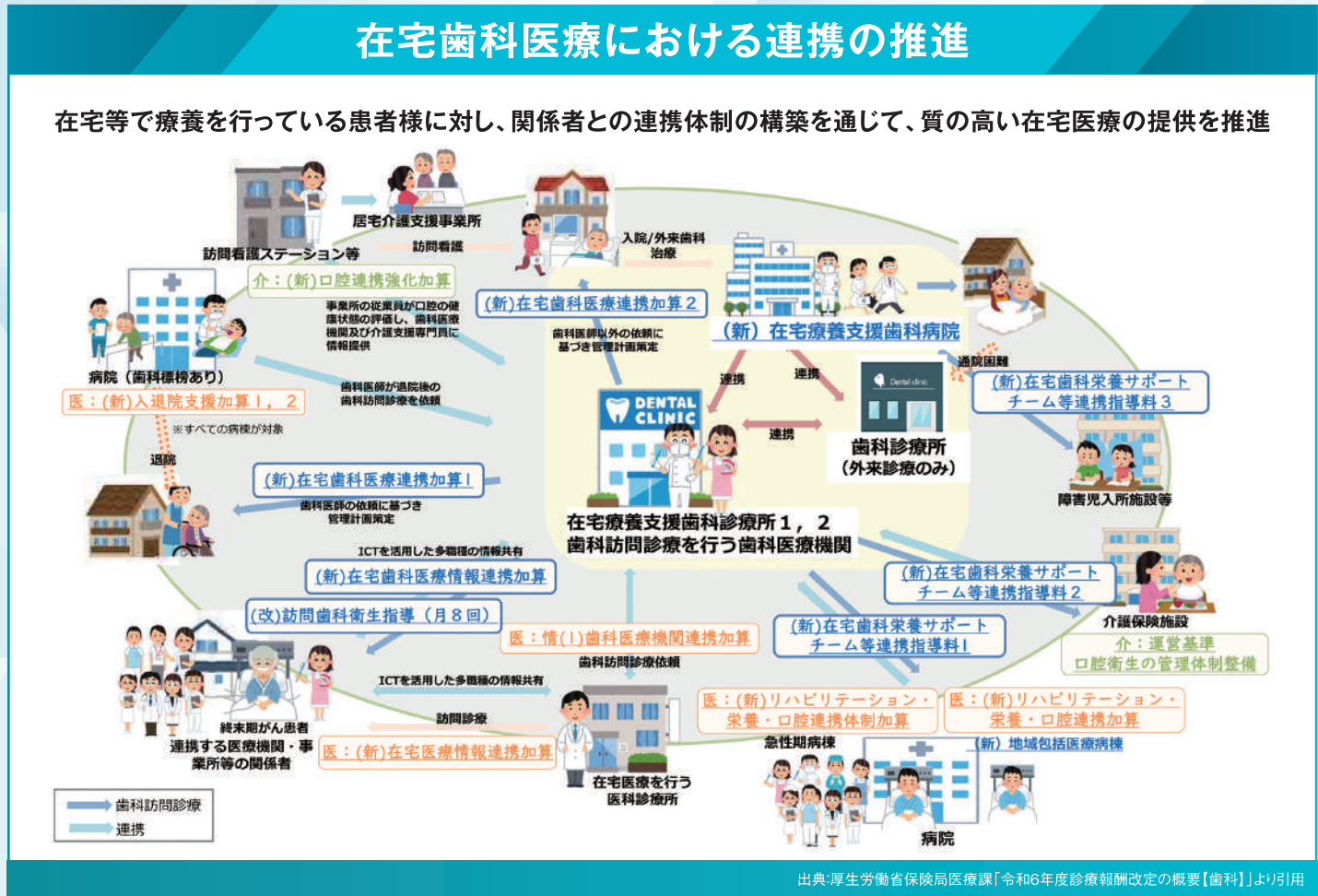
歯科訪問診療料の拡充及び細分化から施設訪問が厳しくなります。

つまり

競合他院との差別化が求められる

2024年 医療・介護・障がい福祉の全貌から見る

「これから必要な
施策と方向性」とは!?



2022年の診療報酬改定では、訪問歯科診療の質向上を目的とした変更が行われました。主な変更点としては、施設入所者に対する口腔ケアの質向上を目的とした「口腔衛生管理体制加算」の基本サービス化が挙げられます。この改定によって、より一層入所者の状態に合わせた適切な口腔ケアの提供と、歯科との連携による包括的なケアの提供をされることが期待されました。

2024年の
報酬改定における
ポイント

- ✓ 歯科訪問診療料の増枠と細分化
- ✓ 口腔衛生管理体制加算の義務化増枠（特定施設の訴求期間の開始）
- ✓ 口腔連携強化加算の新設（訪問系サービスとの連携）
- ✓ 医科歯科連携の強化（周術期口腔機能管理、情報連携加算）

 POINT

多職種連携の重要性も強調されており、訪問歯科診療が地域包括ケアシステムの中でより重要な役割を担っていくことが求められています。これらの報酬改定は、訪問歯科診療の重要性を改めて示すものであり、今後の発展に大きく貢献するものと考えられます。

今後の

報酬改定を踏まえた/
時流予測

1 地方における在宅歯科診療の需要拡大



地方における訪問歯科の取り組みは、都市部とは異なる課題がありますが高齢化社会の進展とともに重要性が増します。

課題	地理的な問題	患者様の居住地が分散しており、移動に時間がかかる。
	人材確保	歯科医師や歯科衛生士不足が深刻化し、訪問診療に対応できる人材確保が難しい。
	情報格差	都市部に比べて訪問歯科に関する情報や研修機会が少ない。
	医療機関との連携不足	訪問診療を行う上で必要な、医師やケアマネジャーとの連携体制が構築しにくい。

2 口腔衛生管理義務化による協力歯科医療機関の増枠



入所者個々に対する“口腔の評価”及び“口腔ケアの充実”が必要であることから、介護施設内の“かかりつけ歯科”の利用が増加。

課題	1日の診療人数調整	歯科訪問診療料3まで許容範囲を超えない対策と診療日数と時間枠の確保。
	口腔加算の協力	口腔衛生管理に対する協力が必須となる為、訪問歯科衛生指導と介護予防の考え方を施設側と協議、まとめる必要がある。
	訪問体制の本構築	施設内における衛生指導や研修会協力等が必要な為、訪問歯科人員や診療時間の確保が必要。

3 訪問系サービスの歯科利用の増大



“口腔連携強化加算”の新設から今まで関わることの無かった訪問系サービス（訪問看護、訪問介護）からの診療依頼が増加。

課題	多職種連携のスキル	訪問看護師やケアマネジャーなど、多様な職種との連携が求められます。そのため、歯科医師・歯科衛生士には、コミュニケーション能力やチーム医療に関する知識・スキルが求められます。
	情報共有	患者様の身体情報の共有をスムーズに行うための仕組みが必要。特に、訪問看護や訪問介護の現場で得られた情報は、患者様の口腔ケアに役立つ貴重な情報となる。

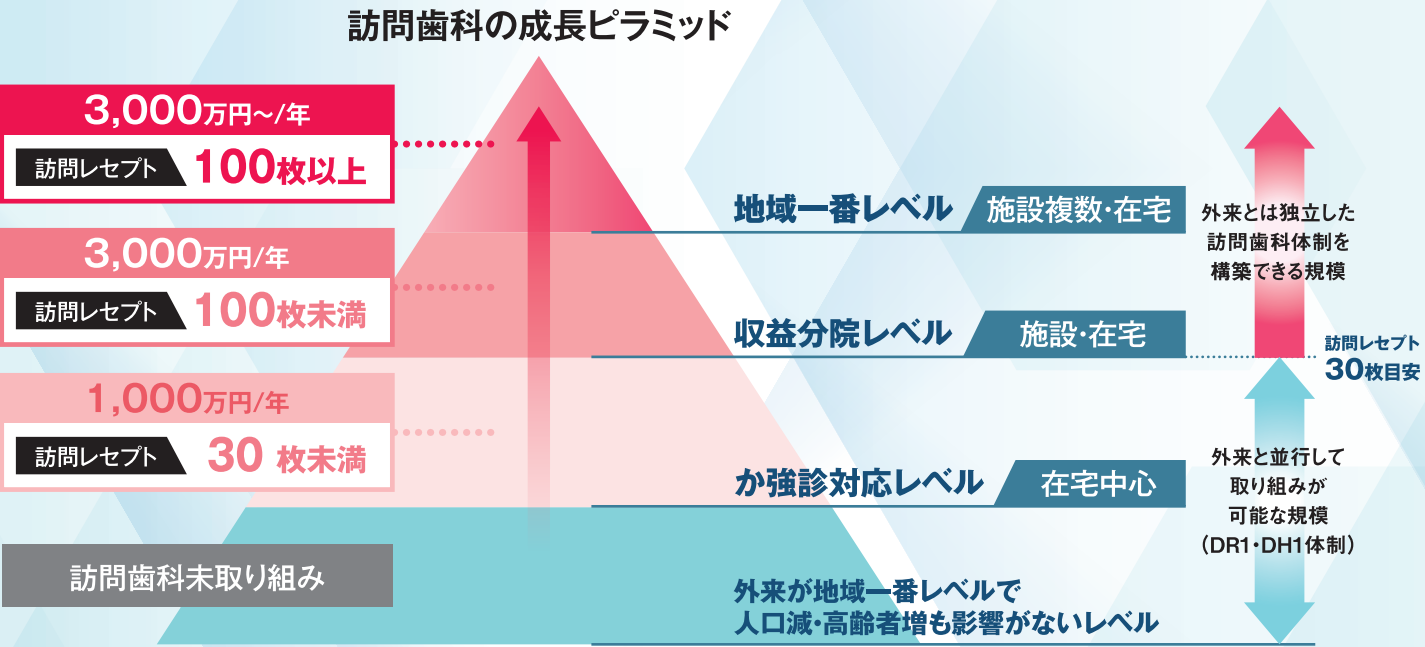
 鍵はケアマネジャー

2024年の報酬改定は、医療だけでなく介護や障がい福祉とのトリプル改定年度でした。この改定を受けて問われるのは多職種連携の質であり、居宅でいえば情報をつなぐ重責のあるケアマネの役割が大きなポイントです。地域包括ケアシステムのさらなる推進のための医療・介護・障がいサービスのための連携というテーマがあり、ケアマネに大きなスポットが当たっています。それが、「適切なケアマネジメント手法」であり、2024年度からは新たな法定研修カリキュラムに盛り込まれています。

STEP
01

訪問歯科強化型医院までの 順序・計画・施策

皆様の中には、「やっぱり訪問歯科って大変なのかな・・・」そう感じた方もいらっしゃるかと思います。
そこで、まずは訪問歯科に取り組んでいくための計画と施策について、簡単にお伝えいたします。



まずは訪問歯科に取り組んでいくにあたっての計画、つまり立ち上げに関するマスタープランについて解説します。
一般的に訪問歯科の立ち上げは、自院のみで手掛けると、**スタートからか強診対応レベルまで6ヵ月、そこから収支化レベルまで3年**はかかると言われます。これでは、立ち上げ過程で診療報酬の改定期に入り、軌道修正を行わなければならない可能性も出てきてしまいます。なので、短期間で訪問歯科強化型の計画を実現するためには、「**部門化レベルまでの期間をいかに短くできるか**」が非常に重要です。
訪問歯科の立ち上げに失敗する歯科医院のほとんどが、この「**部門化レベル**」までに**期間や労力が掛かり過ぎて、長続きしないこと**が原因です。それは、ひとえに立ち上げの仕方がわからないことで初期段階の期間が掛かり過ぎてしまうことが主な原因です。
船井総合研究所は、『初期の取り組みをいかにスピード感を持って構築出来るか』を重視しております。

STEP
02

訪問歯科基本知識の 習得・適応力強化

介護施設・訪問先の熟知



柔軟な対応方法

お世話になっております。
〇〇歯科医院の（役職、氏名）〇〇と申します。
お忙しいところ、突然のご連絡で申し訳ございません。
〇〇（患者名）さまのご家族より、訪問歯科の依頼をいただきましたので、連携を取らせていただきたくお電話させていただきました。

いつもお世話になっております。お電話頂戴しありがとうございます。〇〇さんから聞いています。
フェイスシートなど必要ですか??

※フェイスシート:介護の現場で使用されるプロフィール書類のようなものです。
サービス利用者の氏名・年齢・住所などの基本情報から、家族構成や職歴、既往歴などの立ち入った情報までありますので、必要な箇所のみ、可能であればFAXいただくようにしましょう。

訪問歯科を始めるには、「**基本的な介護知識**」の習得が必須となります。特に、介護施設の参入を目指すのであれば、施設種別毎の特徴、特色をしっかりと押さえていかなければなりません。また医療的な治療型訪問診療のみではなく、療養として継続的に計画的な訪問診療を行なう介護算定の仕組みを理解しておかなければ、ケアマネジャー、介護士や看護師といった多職種との連携が上手く取れず、結果的には患者様との関係性が長続きしないことに繋がってしまいます。
訪問診療料とは、居宅療養管理指導とは、訪問歯科衛生指導とは、要介護認定とは、訪問歯科に必要な準備物とは、算定に必要な書類とは、提出先とは、在宅のケアマネジャーとは、その繋がり的重要性とは、実際に立ち上げに成功された医院で用いられた書式やツール、資料のご紹介をまじえながら、これらの疑問、具体的な内容について、セミナー講座の中で詳しくお伝えいたします。



STEP

03

離脱数に耐えられる、ストック型で安定した 訪問歯科体制の基盤づくり



立ち上げ成長過程で重要となるタイミングは2回あります。①訪問歯科の依頼をいただいた際、②治療が落ち着き、定期的かつ継続的なメンテナンスに移行する際の2回です。

それぞれでの局面で意識すべき内容が異なりますが、①については基本的でイメージが付きやすい内容が多いかと思います。こちらでは②について解説いたします。

治療が一旦終了した段階で、その後いかに定期診療に繋げていけるかの秘訣は、**口腔ケアや口腔リハビリの体制を整えられているかどうか**と、**“口腔ケアの重要性”をどこまで発信出来ているか**ということです。

外来診療とは全く異なる院外アプローチで、リコールメンテナンスの離脱数をいかに減少させるか。訪問歯科は基本的に治療よりもケアが重視され、患者ストック型と言われている為、このタイミングをいかに対応できるか、が重要なポイントとなります。

STEP

04

在宅・介護施設 広報活動の攻略法



1

居宅・施設向けに
基本的な広報を
徹底する

2

ファン(固定客)をつくり、
顧客情報を
徹底管理する

一方で“お得意様”づくりについては、**一朝一夕で成されるものではありません。**在宅ケアマネジャーも在宅と事業所を行き来する方ですので、多忙で直ぐにお会い出来るとは限りません。**地域のケアマネジャーとどれだけ接点をつくれるか**がポイントとなります。

場合によっては、飛び込みであれば訪問を断られてしまうケースもあるかと思いますが、**無理のない範囲で可能な限り訪問広報を繰り返し**、継続して地域のケアマネと接点を増やしていくなど、**地道な取り組みの積み重ね**が大切です。訪問広報の際に意識していただきたいこと、**実際にお渡しいただく営業ツール、情報発信ツール**など具体的な内容についても、セミナー内の講座にてご紹介させていただきます。

これら全てを網羅したセミナーはここだけ！
ぜひこの機会にお見逃しなくご参加ください。

