

開催日程・時間

※どちらの日程も内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

オンライン
開催

2025年 **5月1日 木**・**5月15日 木**
各日10:00～12:30 ログイン開始 | 開始時刻30分前～

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

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

講座内容

第1講座

小児矯正に注力していく医院だからこそ取り組むべき令和の歯科医院経営とは？

2025年小児矯正を「強み」にする医院と、これから「強み」にしたい歯科医院はどのように生き残っていくべきなのか。最新時流も鑑みて解説いたします。

- 小児 歯科・小児 矯正を取り巻く環境の変化
- 小児矯正を主軸に生き残っていくにはどのようにして行けばいいか ●2025年版、最新歯科医院経営理論

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 小児歯科チーム 土戸 和希



第2講座

「3つの視点から語る」普通の歯科医院が小児矯正を導入して矯正中心の歯科医院になった軌跡

インプラント・補綴中心から矯正中心の歯科医院へ変貌させた過程を、理事長・TC・トレーナーの3つの視点から語っていただきます。

- 普通の歯科医院が小児矯正・MFTを始めた方法大公開
- 成約7割のカウンセリング風景、患者へのMFT導入風景をセミナー内で特別公開
- スタッフを巻き込みながらスタッフ主体で小児矯正・MFTを導入するポイント
- 院長・TC・トレーナーの3つの視点から語る小児矯正導入方法

医療法人社団志翔会 理事長 津田 哲郎 氏／山中 典子 氏／事務長 高綱 拓也 氏



第3講座

全国400院からわかった、小児矯正を伸ばしていくうえで、必要な取り組み

全国400医院以上に導入してきた小児矯正の取り組みを余すことなくお伝えします。

- 0から矯正カウンセリングに移行する流れを医院の状況パターンに分けて解説
- 高成約率を実現するスタッフ主導のカウンセリング体制と教育体制の構築方法
- 小児が継続的に集まる医院体制の構築、運用方法
- 未経験がMFTを患者に提供できるようになるまでのロードマップとポイント

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 小児歯科チーム 森 航稀



第4講座

本日のセミナーを医院に落とし込んでいただくために

本日のセミナーのまとめと実践に移すために考え方とやり方をお伝えします。

- 今すぐ実践に移すために、経営者に押さえていただきたい考え方
- 情報を持ち帰るだけではなく具体的に実践するための考え方と方法をご紹介します
- 2025年を戦い抜くために必要なこと ●誰よりも早く確実に小児分野を強化する方法

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 小児歯科チーム リーダー 山本 喜久



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 124700

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/124700>

[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、セミナーページ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。



大好評につき
**オンライン
開催決定**

小児矯正 をこれから始めていきたい・より強化したい方へ

セミナー参加者限定

成約率を上げる **小児矯正カウンセリング資料** を**無料**でプレゼント!

5年で累計500症例を達成した医院から導き出した

小児矯正 の**最適**な

患者フロー

目 初 診 ～ 治療終了 まで

大解剖

医療法人社団志翔会
つだ歯科矯正歯科

理事長 **津田 哲郎** 氏



初 診



カウ ン セ リ ン グ



診 査 ・ 診 断



成 約



ト レ ー ニ ン グ



治 療 終 了

TC

- ☑成約率70%を誇る小児矯正カウンセリングの極意
- ☑カウンセリングのスタッフへの落とし込み方法

Dr

- ☑小児矯正を終わりにするタイミングの見極め方
- ☑アポイント内にチェックを済ます効率化されたオペレーション

トレーナー

- ☑小児にやりきってもらうためのトレーニング内容・伝え方
- ☑普通の歯科医院でMFTを実施していくために必要なこと

5年で累計500症例を達成する理由や適切な患者フローがわかる **レポートはこちら**

主催

Web
配信

累計500症例を達成した
小児矯正集患セミナー



サステナブルな成長戦略をもっと。
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.

S124700

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)

124700



小児矯正に注力することで、

大きな成長を遂げた 歯科医院

小児矯正との出会い

10数年前に神奈川県綾瀬市で開業して以来、保険診療を中心にインプラントと自費補綴を付加していくスタイルを貫いてきました。

ご縁があって勤務医を採用すること自体はできていたが、診療に出る時間が多く、経営者としての時間が取れない現状を変えたいと思っていました。そのためにはカウンセラーが必要だと感じ、スタッフをTC育成のセミナーに行かせたりしていました。ただ、カウンセリングだけをスタッフが行うのではなく、スタッフだけである程度診療が完結できるような診療体系があれば、より経営者としての時間も取れ、スタッフも主体的に動いてくれるのではないか、いつか叶えたいと思う日々が続きました。

そんな私が小児矯正に取り組もうと思ったきっかけは、8年ほど前に船井総合研究所が主催で行われていた医院への視察セミナーでした。それまで8年間医院を経営してきて、インプラントを専門的に学んできたこともあり、私の医院はインプラントと補綴の医院でした。「インプラント」と標榜するだけで患者を集める事ができ、自費の売上が立つ時代はるか昔に過ぎ、自費診療の売上に陰りを感じていた時期でした。そんな時に、当院の事務長が「こんなセミナーありました」と

提案してきたのが船井総合研究所の視察セミナーでした。

2019年9月、期待と不安を抱えながら、熊本に向かいました。3つの分院を順番に周っていく中でとても印象的だったのが、「歯並びが悪くなる原因からアプローチをする」予防矯正という考えでした。

「こどもが好きそうな内装」「予防矯正を成約させるために、仕組み化されたカウンセリング体制」「豊富な知識を話せるスタッフ達とその教育方法」「楽しそうにこどもたちと接するスタッフの姿」などを医院見学を行っていく中で拝見し、ここが次世代の医院経営への取り組みだと感じたのです。

この小児矯正を行っていくことは決めたものの、どのようにスタッフへの落とし込みや院内体制を構築していくべきかわからず、船井総合研究所にお願いをしたところから、私の医院の歯車は動き始めました。



こんな先生にお読みいただきたい

- ✓ **小児矯正を増やしたい** と思っているがどうしたらよいかわからない
- ✓ **小児矯正の成約率** に悩みを抱えている
- ✓ **MFTオペレーション** をどのようにしたらいいのかわからない
- ✓ 子ども達が **MFTを続けてくれない**



上記のような経営課題を少しでも考えたことのある先生に、ぜひ中面をじっくり見ていただきたいです。今回ゲスト講師を務めている医療法人社団志翔会つだ歯科矯正歯科がどうやって小児矯正の症例を増やしていったのか、商品設計からカウンセリングシステムなどの院内体制、院外へのマーケティングまでまるっと解説いたします。

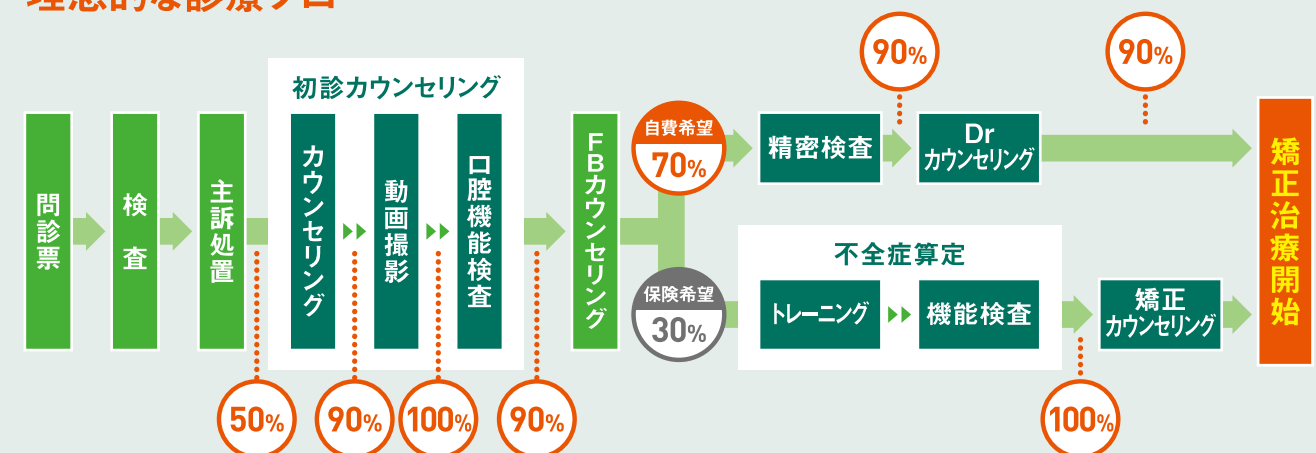
理想的な 小児診療フロー

皆様の医院で小児患者の診療フローはどのようになっていますか？ 小児予防矯正を行う上では、「動画撮影」と「フィードバックカウンセリング」が重要です。既に行っている方も、動画撮影、FBカウンセリングはすべてのお子さまに実施できているかという点は、確認が必要です。

一般的な歯科医院



理想的な診療フロー



1 他院にはない**予防矯正**というコンセプト **今しかできない**という訴求



小児矯正患者が集まる理由

つだ歯科矯正歯科では、「悪い歯並びを予防しながら行う矯正治療」というコンセプトで、筋機能矯正+MFTを主軸とした矯正メニューを提供しております。

わかりやすく魅力的で、他院との差別化ができていた治療メニューの提供により、つだ歯科矯正歯科は小児矯正患者の集患に成功しております。

具体的には、マウスピース型の筋機能装置+一期矯正+MFTをセットでメニューにしております。筋機能装置装着とMFTで口腔習癖を取り除いた上で、一期矯正に移行するという流れです。

皆様がご存じのように、小児期の口呼吸などの口腔習癖があると、その後の顎の発達などに悪影響が出てしまいます。口腔習癖が見られ始めた4〜5歳という早期に関与することにより、比較的口腔習癖を取り除きやすく、顎の成長を正しく導くことができます。

そして、このような治療は顎が成長しきってから行うことは難しいです。成長途中の【今しかできない】矯正という訴求が患者にできること、ということも成約件数が多い大きな理由です。

3 無資格者のTCが行う カウンセリングシステムの構築



多くの小児患者にカウンセリングができる理由

矯正成約数はカウンセリング実施数×成約率という簡単な方程式で成り立ちます。実は成約率にのみ目を向けている方も多いのですが、効果が出やすく、インパクトが大きいのは明らかにカウンセリングの実施数を大幅に増やしていくことです。

まず皆様はご自身の医院でのカウンセリング実施数をご存じですか？ もしわからないようであれば、まずはデータを集計するところからかもしれません。ただ、院長主体でカウンセリングを行っている多くの医院では、治療との兼ね合いでアポイントとして開けられる数に限界があり、実施数を伸ばす事はかなり難しい状況となります。

つだ歯科矯正歯科では、カウンセリング実施数の最大化のためにスタッフ、特に無資格者が主体として行うカウンセリングシステムの構築を行っています。

「歯科医師が話すべきこと」と「歯科医師でなくとも話せること」の2点に分けるのがポイントです。口腔習癖が及ぼす悪影響や歯並びについて、当院の矯正治療についてなど、一般的な知識の説明をスタッフに権限譲渡し、検査や診断に移行した患者のみ、歯科医師が担当しております。

このようなシステムにより、実施数の担保のみならず、コミュニケーション量の増加による信頼関係も生まれ、成約率も向上する可能性があります。

小児分野立ち上げから 5年で500症例を達成した

4つの理由とは？

2 こどもに興味をもってもらうための **動画撮影**と**FBカウンセリング**の徹底



矯正を始めてもらえる理由

口腔習癖を主軸とした矯正治療を提供するにあたり、一番のハードルはいかに保護者の方に価値を感じてもらうかです。残念ながら、現在の日本では口腔習癖が歯並びに悪影響を及ぼすということを知っている人は非常に少ないのです。そのような状況で、「お口ばかりしていると歯並びが悪くなる」といきなりカウンセリングで話しても、知識がほぼゼロの保護者の方にはどこか遠い話のように聞こえてしまい、身が入った状態で聞いてもらえません。つだ歯科矯正歯科では、この重要な歯科知識を保護者の方にしっかりと「自分ごと」として持ち帰ってもらえるためにカウンセリングに動画撮影を盛り込んでいます。

具体的には、お子さまのご来院時に「口呼吸」「嚥下」の習癖がないかの動画を撮影しており、動画検査とその解説という形で、口腔習癖とそれが及ぼす悪影響、当院が行っている矯正治療という流れでカウンセリングを行います。

人は特に目に見えるものしか信じようとしないためこのような工夫により、「今矯正治療を始めたほうが良い理由」を保護者の方に伝えられることができ、矯正を始めるためにご来院いただいた方はもちろん、矯正のためにご来院されていない患者でも、高い成約率を達成しています。

4 **予防矯正**から始める 小児ブランディング



小児の新患数が増えた理由

ゲスト講師としてご登壇いただく、医療法人社団志翔会 つだ歯科矯正歯科はもともと、小児に特化した医院ではありませんでした。通常の保険診療に加え、インプラントを中心とした自費の売上が少しあった形です。それが今では、小児の集患、小児の矯正主訴の集患に成功し、小児を中心に売上が構成されている医院になりました。

0から小児部門を立ち上げ、ここまで成功した大きな理由が「予防矯正」による地域の認知度向上、いわゆるブランディングの向上です。

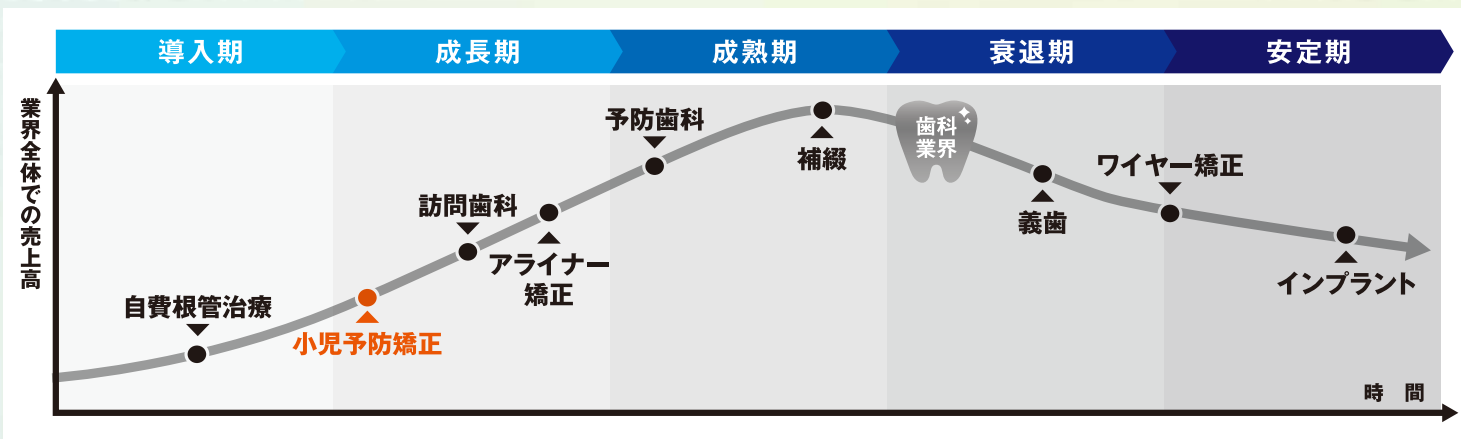
悪い歯並びを予防する「新しい矯正治療」と「お口の機能まで診てくれる治療」という部分において、他院と比較した時や、従来の小児矯正と比較した時にわかりやすく差別化をすることが可能です。そして、その差別化されたものをHPなどを通じて、対外的に発信しつつ、リアルでの口コミも広がり、地域でのブランディングが向上されていきます。実際につだ歯科矯正歯科でも、専門サイトの構築や、オフィシャルサイトへの掲載、院内での掲示や初診から始める各カウンセリング体制の中においても口腔機能や予防矯正の話を組み込むことで、他院と違った取り組みを実施していることを積極的にアピールされています。



コンサルタントが解説

小児矯正を取りまく環境

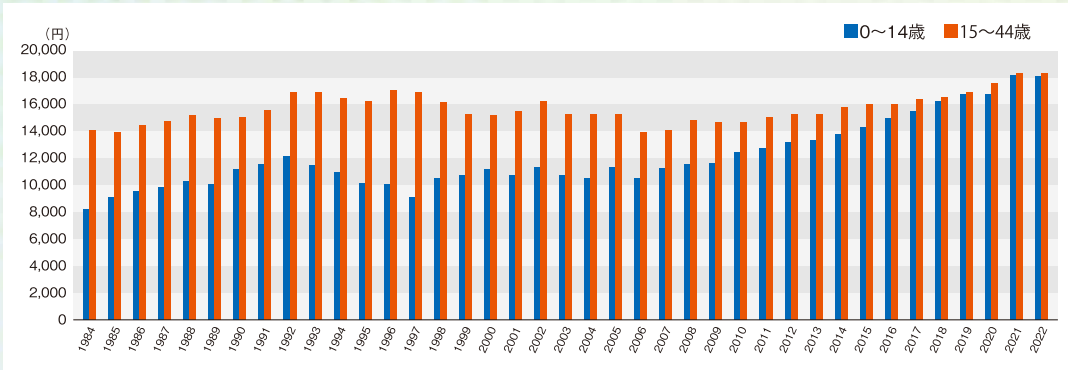
歯科業界のライフサイクル



予防矯正とも言われる「筋機能矯正装置」と「アクティビティ」を併用した小児矯正は、歯科業界のライフサイクルでいうとまだまだ成長期に位置しています。とはいえ、成長期に入ってくると導入し始める歯科医院が増加し、競争となりえる医院が増えてきます。このフェーズでは、患者は他人が選ぶものと同じものを選んでいきたいと考える特性があるため、外部にマーケティングを実施し、「他の人も行っている」という訴求をしていくことが重要です。なにはともあれ、この成長期までに参入し、しっかりと売上を構成できるようになれば、今後の歯科医院経営においてかなり大きなアドバンテージになることは間違いありません。ここでの判断・決断が医院を変えてしまう、そういっても過言ではないのです。

小児矯正をなぜ今おこなうべきなのか

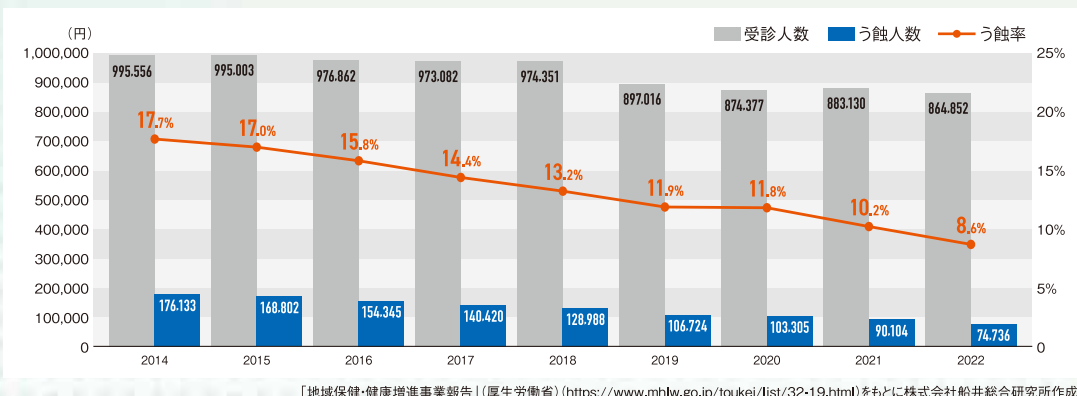
小児の一人当たり歯科医療費の増加



「国民医療費」(厚生労働省) (<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/37-21.html>)をもとに株式会社船井総合研究所作成

左図は人口一人当たりの歯科診療医療費の推移です。15～44歳のいわゆる成人層の医療費も減少傾向にあった2006年ごろと比較して、増加傾向にあるが、0～14歳の小児の対象になる層はより増加傾向になっていることがわかるかと思います。また医療費についても成人層とほぼ変わらない金額になっていることもわかります。つまり、徐々に小児に対する歯医者への意識が醸成されているのです。

小児のう蝕本数とう蝕率の変化



「地域保健・健康増進事業報告」(厚生労働省) (<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/32-19.html>)をもとに株式会社船井総合研究所作成

う蝕率は年々低下していることから、今後はう蝕した歯を治すために歯科医院に通院するのではなく、う蝕にならないようにするために通院する割合が増えていくと考えられています。こうしたニーズに応える歯科医院の仕組みづくり(＝予防型歯科医院)と潜在的なニーズに応える付加価値(＝口腔機能発達不全症への対応など)の2つの側面から経営する必要があり、小児矯正は潜在的なニーズへのアプローチになります。

本セミナーから学べる事

- ✓ スタッフ主導で行うカウンセリング体制の構築方法
- ✓ 小児が集まる院内創りの行い方
- ✓ こどもに「やりたい」と思わせるアクティビティの方法
- ✓ 保護者に **刺さる** カウンセリングの内容と方法
- ✓ 患者に選ばれるための商品設計
- ✓ 小児矯正を明日から**強化するためのステップ**



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**を創ろうとしている先生方へ

組織はトップで**99%** 決まる

「正しい拡大戦略に取り組む」「現状の取り組みをアップデートする」などの第一歩をどんな形で、いつ踏み出すが今後の医院経営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、現状を何とか変えたい皆様にとって今回のセミナーが第一歩になるよう、尽力いたします。皆様のご参加をお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
歯科支援部 小児歯科チーム **森 航稀**

