

分院が開業2年で**2.5億円!**?

成功事例セミナー

セミナー日程・開催時間

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

2025年
Web開催
9月11日(木) ①10:00~12:30 ②14:30~17:00
9月21日(日) ③10:00~12:30 ④14:30~17:00

ログイン開始 開始時刻30分前~

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。

受講料
一般価格 税抜40,000円(税込44,000円)/一名様
会員価格 税抜32,000円(税込35,200円)/一名様

セミナー内容

第1講座

歯科業界最新時流講座

診療報酬改定、人件費・材料費(物価)の高騰、大型歯科医療法人の破産等が取り上げられる中、今後の歯科医院はどうなっていくのか、最新時流・未来予測をお話いたします。そして歯科経営において、分院展開が必要とされる理由について解説いたします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 小児歯科チーム チーフコンサルタント 川本 葵



第2講座

【成功事例】分院1店舗目、開業2年で2.5億円を突破した秘話

激戦区大阪において、分院を開業してわずか2年で年商2.5億円を達成させ、現在、本院をあわせると約6億円の規模の法人を創り上げた医療法人凌和会 菅良宜理事長に分院展開のポイントをお話いただきます。

医療法人凌和会 すが歯科・矯正歯科 理事長 菅 良宜 氏



第3講座

失敗しない分院展開方法のすべて

分院展開には成功する法則・基準があります。逆にその法則・基準に反すると分院展開は100%上手くいきません。そもそも分院展開する必要があるのか(本院の拡張・拡大(移転)を優先する方が先決ではないのか)といった、根本から「失敗しない分院展開の方法」を解説いたします。

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



第4講座

本日のまとめ

実際に講座を聴いたうえで、自院がどうしていくべきかを判断するお時間をお取りいたします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 歯科グループリーダー 山本 喜久



Web開催
決定!

開業当時、**憧れていた治療**は
なんですか?

参加者限定

分院長に任せるための
チェックリスト **無料配布**

本当はやりたかったことを
実現する

一般開業と自費開業の良いところどりを達成し、
利益率を大幅に向上させる

分院戦略

Before

- ☑ いつまでもマネジメントを一人で行っており、細かいことに追われ、夜中まで作業をする毎日
- ☑ アポイントの時間に追われ、最低限の治療をし続ける
- ☑ 売り上げが伸びず、インフレ時代の賃上げに対応できず、退職が続き、設備にも投資できない

After

- ☑ マネジメントを分院長に任せ、細かなマネジメントから解放されることで**やりたかった治療に専念**できる
- ☑ 患者さんに**自分が一番良いと思う治療**をして、感謝してもらえる
- ☑ 生んだ利益をスタッフ、設備にも投資でき、**「三方よし」の経営**ができる

Special Guest 医療法人凌和会 すが歯科・矯正歯科 理事長 菅 良宜 氏

ゲストの菅先生が歩んだ物語は**中面へ**

主催

Web配信)

分院が開業2年で2.5億円!? 成功事例セミナー

お問い合わせNo.

S129172

お申込みは
QRコードから



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 129172

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/129172>

[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。



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)

129172

分院展開によって叶えられること

分院展開で、先生はさまざまな「想い」を叶えることができます。
この中に、先生が叶えたいこと、叶えたかったことはありますか。

✓ 地域の多くの患者さんによりよい歯科医療を届けることができる

2号店を開くことで、よりよい医療を多くの方に届けたいという想いを叶えることができます。1つの医院だけでは診療できる患者数に限りがありますが、2号店を開きチェアの数確保することで、単純により多くの患者さんを診ることができます。そして、別のエリアに2号店を構えることでこれまで通院が困難だった患者さんにも適切な医療を提供することができるようになります。



✓ 勤務医にある程度の診療を任せ、自分が行いたい診療に集中できる

2号店を構えることで、自分が行いたい診療に集中したいという想いを叶えることができます。本院は院長に、分院は分院長にある程度の診療を任せておいて、自分は一番行いたい診療・行うべき治療に集中することができます。本院だけだとなかなか自分の行いたい診療に時間をさけなかったり、その他のマネジメントの問題が発生したりする中、2号店を構え、マネジメントを各院長に分離しつつベースとなる保険診療の部分を主に任せていくことで自身が集中して行いたいことに取り組むことができます。



✓ 勤務医の活躍の場を増やすことができる

1つの医院では限られた診療スペースや患者数の中で勤務医が経験を積んでいくことになりますが、2号店ができることで、新たな診療環境でさらに多くの経験を積むことが可能になります。さらに、2号店の開設により、新たに院長や診療責任者として勤務医が活躍できる場が増えます。これにより、ただ診療を行うだけでなく、医院の運営やスタッフマネジメントに関わることで、将来的に開業を考えている勤務医にとって貴重な経験となります。また、経営や組織運営の視点を学ぶことができるため、長期的なキャリア形成にも有利になります。



✓ 経営的リスクの分散ができる

もちろん、本院そもそもが安定している経営基盤の上に成り立っていることが前提にはなりますが、経営的リスクを分散したい方の想いも叶えることができます。1つの医院のみで経営を行っている場合、そのエリアの人口減少やそれに準ずる医院の増加、地域経済の変化(企業の撤退、開発計画の変更など)が直接経営に影響を与えます。しかし、2号店を異なる地域に開院することで、特定のエリアに依存するリスクを軽減できます。また、2号店を開くことで、対象となる患者層を分散させることができます。例えば、1号店ではファミリー層向けの一般歯科診療を中心に、2号店では審美歯科やインプラント治療を専門とすることで、異なる患者ニーズに対応できます。これにより、1つの医院の売上が落ちても、もう一方の医院で収益を確保することが可能になります。



そもそも

分院展開を考える前に行うべきことは？

そもそも、分院展開を考える前に準備しておくべきことは複数あります。

これは現状の医院経営をブラッシュアップすることですので、
分院展開をお考えの皆様、まだ分院展開を考えていない方も行っていくことが必要なのです。

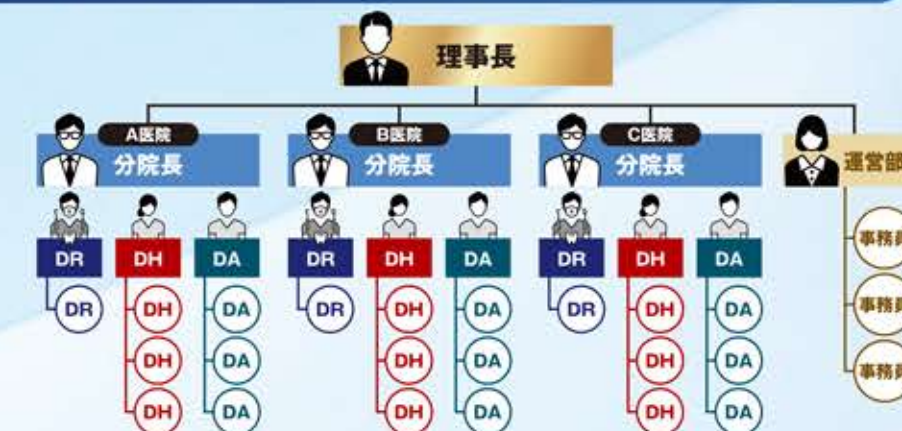
▶ 医院の理念の具体化

分院展開を考えている方も、考えていない方も、今日の不安定な情勢の中で医院経営を行っていくためには、医院が目指すべき方向(=理念)を具体化し、明文化し、そちらに沿った医院経営を行っていく必要があります。日々の行動指針・共通の価値観となるバリュー(VALE)の部分を設定されている医院は多いのですが、医院の経営理念であるパーパス(PURPOSE)を設定されている医院は少ない現状です。パーパス(PURPOSE)、ミッション(MISSION)、ビジョン(VISION)を策定して初めて、日々の行動指針(VALE)に落とし込むことができます。



▶ 組織図の策定とそれに応じた採用・教育戦略の策定

人員が増えていくにあたって、組織図の策定とその図に応じた採用計画、教育計画が必要になります。人員に応じて組織図を策定するのではなく、あるべき組織図から逆算して幹部やチーフなどを配置することで、不足しているポストを明確化することができます。明確化された不足ポストに対し、人材教育を行うのか、採用をしていくのかを考えていく必要があります。



▶ 経営シミュレーションの策定

皆様は、今年一年間の数値計画を立てられていますでしょうか。分院展開に関係なく3ヵ年計画の策定、もっと言えば5年、10年の数値計画が必要で、それに伴った施策の一つとして「分院展開を行う」という選択肢を選ぶか、本院で増床を視野に入れ、最大限まで伸ばしていくのかを選択する必要があります。実現性も加味しながら、先生の夢や目標を達成している状態になるまで何年かけるのか、その際の経営的な状況はどうなっているのか、など、数値上でシミュレーションを立て、そのタイミングごとにどんなマーケティング施策を行うのかを考えていく必要があります。



▶ 分院長による勤務ドクターの指導

ドクターの勉強会を毎月開催して、理事長の考えを伝えていく必要があります。そして、それを分院長や理事長のアシストのもとすぐに挑戦、実践できるようなやりがいのある環境を整えることが重要です。



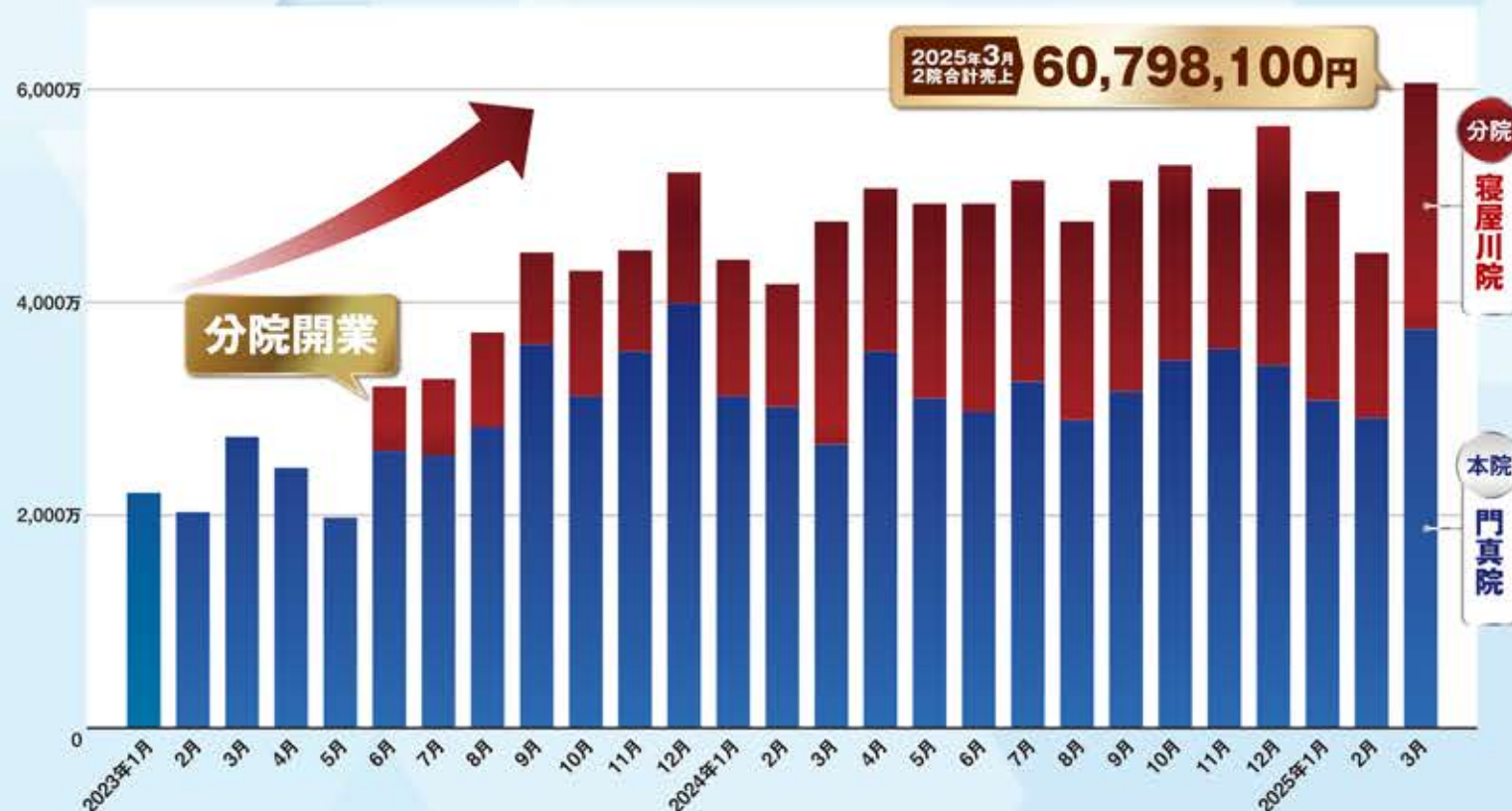
特別ゲスト講演

医療法人凌和会 すが歯科・矯正歯科

理事長 菅 良宜 氏



今回のゲスト講師である菅氏は、大阪大学卒業後2014年OSSTEM JAPAN Course インストラクターに就任され、同年12月に「すが歯科クリニック」を門真市にて開設されました。2018年にはアメリカインプラント学会専門医を取得され、同年9月に医療法人化、2021年10月に現在の名称へと変更されています。さらに、2023年日本口腔インプラント学会専門医の資格を取得されるとともに、すが歯科・矯正歯科 寝屋川香里園院 大人こどもクリニックを開設し、地域医療への貢献が続けられています。



法人全体で 6億円規模へ成長

チェア台数

本院 8台

分院 8台

月間レセプト総数

本院 約1,200枚

分院 約620枚

月間売上

本院 約3,200万円

分院 約1,800万円

やりたいことを行うために

分院展開をした理事長に聞く

Q1 分院展開を行おうと思ったきっかけを教えてください。

A1 多くの患者さんにより治療を届けるためと、スタッフの給与を担保するためです。

1つの医院だと診れる患者数に限界があると気づき、よい治療を多くの方に届けるためには、多くの患者さんを診ていく必要があると感じました。ドミナント展開を行えば、地域での認知度を上げつつも、多くの患者数を診ることができ、良い治療を多くの地域の方々に届けられると思ったのです。そして、勤務医のDrに自分が開業したときのような良い思いをさせたいという想いもありました。また、過去病気になって生死を彷徨った時に、自分がいなくても医院が回る状態になってしまったのですが、このまま自分がいなくても医院が回る状態で静かに隠居するよりもなにか大きいチャレンジをして、もう一度1から何かを作りあげたいと思いました。



Q2 分院展開を行ったことで良かったことは何ですか？

A2 自分が臨床に集中できることです。

押さえるべき場所である保険の部分や治療の肝となる部分を押さえることは必要ですが、ある程度のマネジメント、診療を院長に任せ、臨床に集中できることが良かったと思っています。



Q3 分院展開を行う際に大変だったことなどはありましたか？

A3 初めはよそものが来たから、身構えられていると感じることがあり、受け入れられるまで時間がかかったことです。

Q4 分院展開を行う際にやらなくてもよかったことなどはありましたか？

A4 大がかりな設備投資です。

大がかりな設備投資は一気に行わなくてもよかったと考えています。むしろ、設備は本当に必要なかを真剣に考えて段階的に導入していった方が良く今は感じています。



Q5 今振り返ると、やってよかったこと、やっておいたほうがよかったことはありますか？

A5 開院に合わせた内覧会です。

開院に合わせた内覧会のおかげで開院3ヵ月連続で200人を超える患者さんが来ていたので、よかったことだと思っています。ただ、開院して1年目でDrが1人やめてしまったので、勤務医があと何年でやめようとしているのかは確認すべきだったと思っています。

セミナーの詳細はこちら

分院展開を行い、**分院開業** 2年で**2.5億円**を達成。

マネジメントも解放させるに至った**すが歯科・矯正歯科**が取り組んだ、**分院展開を成功させるための取り組みとは。**



01 マーケティング面の仕組み化

分院展開は開業直後の集患が非常に重要で、初月から安定した患者数を確保できるかで経営の成否が決まるといっても過言ではありません。特に開業した分院を早期に黒字化させるためには、まずは本院でマーケティングを仕組み化しておく必要があります。本院で成功した集患モデルをテンプレート化しておくことで分院の開業に合わせてすぐに、場合によっては開業する前に施策を打つことができます。そして、本院での集患モデルを明文化、マニュアル化しておくことで、現場のスタッフに落とし込みやすく、人に依存せず、仕組みによって患者さんが集まる状態＝持続可能な集患力を実現することができます。人に依存しないので、院長が現場を離れてもマーケティングが回っていくのです。医療法人凌和会では、開業前に仕組み化を行っていたおかげで開業初月は230人以上、2ヵ月目も130人以上の方に新規にご来院いただきました。

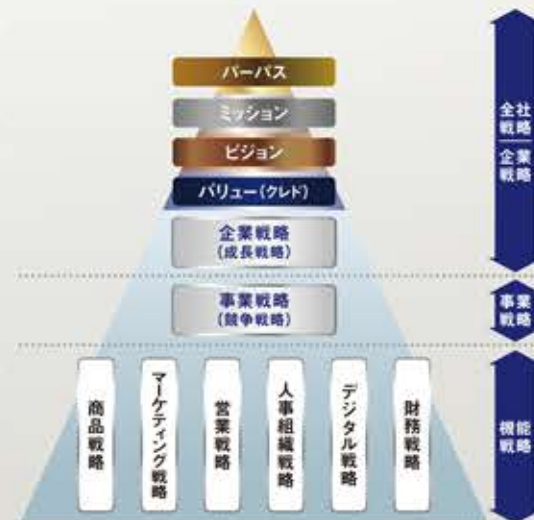
項目	仕組み化の具体例
HP	予約導線・SEO対策ルール
Google map	投稿ルール・口コミ促進方法
リスティング広告	キーワード設計・広告テンプレート
SNS対策	投稿内容・頻度・投稿ルール・ハッシュタグ
内覧会	企画・集客・当日の流れ・運営方法
チラシ・ポスティング	デザインテンプレート・配布エリア選定

02 法人理念の言語化と共有 (PMVV経営)

分院展開で成功する医院の特徴の一つに「どこに行っても同じ安心感」や「その医院らしさ」を感じられる」というブランドの統一化を行っている医院が多い傾向にあります。ブランドの統一には単なるロゴや内装だけでなく、理念に基づいたスタッフの行動が重要になります。そして、院長の目が届かない環境下では、スタッフが理念に基づいて判断・行動できるかどうか重要です。その基準となるのが「法人理念」となっています。「この行動は理念に沿っているか?」と立ち返れる「判断軸」になるのです。明文化された理念があることで、単なるマニュアル的行動ではなく、自律的・主体的に行動するスタッフを育てることができます。医療法人凌和会では、経営方針発表会時の医院理念行動指針の共有や全体MTGの際にワークも絡めて伝えていくことで浸透をさせています。



共有や全体MTGの際にワークも絡めて伝えていくことで浸透をさせています。



03 作りこまれた分院長・勤務医の教育カリキュラム

当たり前のことではありますが、分院では院長(経営者)が常駐しないため、勤務医や分院長が医院の理念・診療品質・スタッフマネジメントまで担う必要があり、彼らがどれだけ「育っているか」が、分院展開の成功率を決定づけます。医療法人凌和会では、ドクターの勉強会を毎月開催して理事長の考えを伝えています。そして、それを分院長や理事長のアシストのもとすぐに挑戦、実践ができるようなやりがいのある診療環境を整えています。



本セミナーでわかるポイント

POINT 01 失敗しない分院展開の方法

「失敗する分院展開の典型例」。またその失敗を回避するための成功方法を解説いたします。



POINT 02 分院展開を検討、実施するタイミング

来場限定で「分院展開成功チェックリスト」をお配りし、分院展開の検討を行える時間もお取りいたします。



POINT 03 本院の拡張(増床・移転)か分院展開かの基準

本院の拡張(増床・移転)か分院展開かを迷われている方に、船井総合研究所のデータから導き出した最適解をお伝えします。



POINT 04 上手くいっていない分院の立て直し方

既に分院展開をされている方でも、ご参考いただける内容となっております。



POINT 05 分院を始めるにあたっての組織体制構築

分院を検討するにあたり必ず必要になる、組織図・評価制度等・幹部育成方法について解説いたします。



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。そのような悩みを解決できる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がよくあります。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

