

理想の

自費根治 特化モデル歯科医院

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。

Web
配信

2025年 10月8日(水) | 2025年 10月26日(日) | 2025年 11月6日(木) | 2025年 11月16日(日)

全日程 10:00~12:30

ログイン開始
開始時刻30分前~

お申込みはこちら

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

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。



Web
配信

スペシャル特典

今すぐ使える
自費根管治療
リーフレット

※無料個別相談会をご希望された方にお渡しします

セミナー内容

第1講座

「根管治療」が歯科医院と患者様の未来を切り開く

二極化が進む歯科業界の中で勝ち残る・勝ち続ける答えは「根管治療」にあります。最新の歯科業界のトレンドに沿いながら強みに特化する差別化戦略と今後の医院経営の方向性についてお伝えします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 リーダー 榎本 徹也



第2講座

【自費根管治療の最前線】成功医院が解説する正しいマーケティング

臨床スキルが高い医院こそ自費の根管治療をより強化していくために必要な「院内マーケティング」「カウンセリング」「HP設計」を含めたマーケティングを事例をもとにお伝えします。高い臨床スキル×マーケティングの仕組みが高い患者満足度と医院のスタッフに持続的に還元できる歯科医院経営を実現させる、そのノウハウを公開します。

医療法人湧光会 アスヒカル歯科 理事長 加藤 真悟 氏



第3講座

医院経営を成功に導く戦略・戦術

自費根管治療を取り組むうえで押さえておきたい院外マーケティングと院内マーケティングを医院の導入レベルに合わせて解説いたします。これから臨床レベルを上げて取り組みたい医院から更に患者様から選ばれる根管治療を行ってきたい医院まで自費の根管治療を主軸とした医院づくりの成功の体系化されたポイントをお伝えします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 チーフコンサルタント 大里 治誉



第4講座

まとめ講座

セミナーを通して得ていただいた学びを、自院にどう活かすか。まとめとして整理をさせていただきます。ご参加された皆様の取り組みの優先順位をお伝えします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 リーダー 榎本 徹也



お申込み方法

PCからのお申込み

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/131201
船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に
右上検索窓に「131201」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。

一度でも根管治療の自費化を検討したことがある皆様へ



インプラント専修医が

「歯を抜く」前に「歯を残す」を本気で考えた結果

すべての対象患者に

30分の根管治療カウンセリングを実施して

月間相談数

15件

自費根治
月間売上

350万円を達成

自費根管治療

セミナーで
学べる
ポイント

- 成約率60%以上を実現する
カウンセリングのタイミングとその内容
- 設備、機材、アポイント時間の観点から決める
保険と自費の違い
- 抜歯をしなければならない場合の
患者さんからの信頼を失わない伝え方
- 自費根管治療で介入すべき症例かの見極め方

Web配信 全日程 10:00~12:30

2025年 10月8日(水) | 2025年 10月26日(日)

2025年 11月6日(木) | 2025年 11月16日(日)

※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。

主催

【Web配信】
理想の自費根治特化モデル歯科医院

サステナブルグロスキャンをもっと
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.

S131201

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「お問い合わせNo.」をご入力ください) 131201



アスヒカル 歯科
Asbicaru Dental Clinic

医療法人湧光会

アスヒカル 歯科

大阪府で開業し、今年で10周年を迎える「アスヒカル歯科」は、チェア8台、スタッフ20名、徹底したカウンセリング体制とメンテナンス～「インプラント」「根管治療」など専門性の高い治療を行う歯科医院です。アスヒカル歯科の大きな特徴の一つは、主訴患者が月15名以上来院する専門性の高い自費根管治療にあります。

加藤真悟氏
独占
インタビュー

なぜITIインプラントスペシャリストの加藤真悟氏は「歯を残す」根管治療の自費化に踏み込んだのか？

Q1 自費根管治療を始めたきっかけは？

歯科医師になったばかりの頃は、インプラント治療に多くの情熱を注ぎ、スペシャリスト資格の取得、セミナー講師も務めていました。しかし、学会で講演を重ねるたびに、「本当に抜歯の必要があったのか」という議論が繰り返されることに違和感を覚えるようになりました。さらに、歯が破折して抜歯に至り、インプラント治療を選ばれた患者さんのほとんどが、過去に根管治療を受けているという現実と直面したとき、「せっかく根管治療をしたのに、結局抜歯になってしまう…これは、本当に患者さんのためになっているのだろうか?」と、疑問を抱くようになりました。もちろん、インプラント治療は素晴らしい選択肢の一つですが、患者さんご自身の天然歯を、できる限り長く残せることこそ、歯科医師としての役割ではないかと、強く感じ、「極力、抜歯せずに歯を残したい!」という患者さんの願いを叶えたいと強く思うようになりました。そこから、歯を残すための知識と技術を求め、国内外で積極的に学びを深める中で、世界基準の根管治療の存在を知り、自費診療でしか実現できない高品質な治療の必要性を痛感しました。もし現在の根管治療に限界を感じ、「もっと患者さんの歯を長く、健康な状態で残せる方法はないだろうか?」と真剣にお考えであれば、私自身の経験や学びが、きっと何かのヒントになるはずです。



Q2 根管治療の自費化への障壁はありましたか？

費用面で私自身、大きな葛藤がありました。長年、保険診療を中心に行っていましたし、自費診療に対しては、患者さんへの経済的な負担が増えるのではないかと懸念がありました。しかし、長年の臨床経験と学びを通して感じたのは、これまでの根管治療の方法や保険診療の制約だけでは、どうしても救えない歯があるということです。世界基準の根管治療に触れる中で、その精密さと高い技術を目の当たりにし「本当に歯を残すためには、時間や材料、技術に制約があってはならない」という信念を持つようになりました。自費診療という形を取ることで、時間に制約されることなく、最新の設備や高品質な材料を使い、妥協のない丁寧な治療を提供することができます。保険診療ではどうしても限界のある部分を克服し、患者さんの歯を生涯にわたって守るためには、自費という選択肢も必要だと考えるようになったのです。患者さんの未来の歯を守るために、新しい一歩を踏み出すべきだと強く決意いたしました。



Q3 加藤先生が考える「歯を残すことの価値」とは？

インプラント治療は、失われた歯の機能回復において非常に有効な手段です。経営的にも高単価であり、医院の収益に大きくプラスになることも事実です。しかし、根管治療の持つ本質的な「価値」に目を向けると、「自費での質の高い根管治療」は、一本の歯を救うだけでなく、将来的な抜歯、インプラント治療という選択肢を回避させることができます。これは、結果として患者さんに「生涯を通じて自身の歯で食事ができる」という、大きな価値を提供するということです。質の高い根管治療は、患者さんの満足度を高め、医院への信頼を深めてくれます。さらに、質の高い根管治療を提供できることは、歯科医師としての「やりがい」や「満足度」を高めることにも繋がります。目の前の歯を救い、患者さんからいただく「私の歯を諦めずに丁寧に治療してくれて本当に感謝しています。」というお言葉は、日々の診療における大きなモチベーションとなるはずです。インプラント治療は重要な選択肢の一つですが、その前に「残せる歯を最大限に残す」という根管治療の価値を改めて認識し、自費で質の高い根管治療を導入することは、患者さんの健康に貢献するだけでなく、結果的に、医院の信頼と評判を高め、新たな患者さんの来院を力強く促進すると確信しています。

Q4 根管治療への想い

私は根管治療に誰よりも本気で取り組むことが、多くの患者さんを救うことにつながると強く信じています。歯が痛み、不安を抱えて来院される患者さんに対して、精密な診断と丁寧な治療を提供することで、その苦痛から解放し、再び安心して食事ができる喜びを取り戻していただきたい。それが私の願いです。私たちが、一本の歯を丁寧に治療することで、その歯が何十年も患者さんの生活を支え続けることができるのです。



数字で見る アスヒカル 歯科



月間
根管治療
相談件数

15 件



月間
自費売上

1,100 万円以上

内自費根管治療売上
260 万円以上



月間チェア
一台当たり
売上

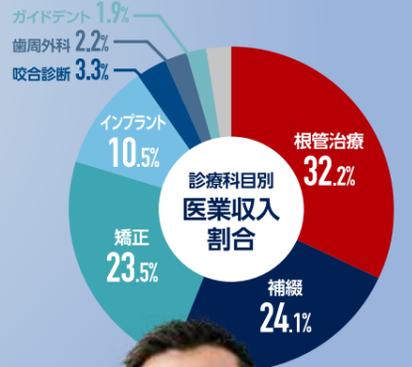
270 万円以上



月間
医業収入

2,100 万円

月間自費根管治療売り上げ推移



月間 15名の自費根管治療主訴患者が来院するモデル医院の アスヒカル 歯科が大事にしている考え方

① 保険のみに頼らない歯科医院経営の実現

私たちが最も重要視している考え方の一つが、「保険診療のみに依存しない経営体制の確立」です。これは決して、保険診療を軽視するという意味ではありません。国民皆保険制度は、日本の歯科医療を支える重要な基盤であり、今後もその役割は変わらないでしょう。しかし、**保険診療「だけ」に頼る経営は、現代そして未来の歯科医院にとって、持続的な成長と理想の実現を困難にする**と考えています。

なぜ保険診療「だけ」では厳しいのか？

歯科医療の質の向上、患者さんへのより良い医療提供を実現するためには、投資が必要です。例えば、精密な診断を可能にする最新の医療機器の導入、感染予防のための高度な設備、そして何よりも、歯科医師やスタッフが常に最新の知識と技術を習得してもらうための研修費用などがあります。しかし、現状の保険診療の枠組みだけでは、これらの投資を十分に行うことが難しい状況です。限られた保険点数の中で質の高い医療を提供しようとすればするほど、経営は右肩下がりになり、結果として「利益が出ないから設備投資もできない」「最新の技術を学ぶ余裕もない」という悪循環に入ります。これは、診療の質の維持、患者さんへの満足度低下に繋がってしまいます。価値に見合った適正な対価をいただくことで、医院の経営基盤は安定し、その余剰利益を、さらなる診療の質の向上、最新設備の導入、そして先生ご自身の更なる技術研鑽に投資していくことが可能になります。「質の高い医療を提供したい」という理想の医院を実現するためには必要な選択です。



② スタッフに還元できる仕組みづくり

スタッフの定着率、満足度、そして医院の成長…すべては「人」に繋がります

私たちにとって、共に医院を支え、共に成長していくスタッフは、かけがえのない「仲間」です。経営者として、スタッフが幸せに働くことができる環境を作ることが、私の重要な責務だと考えています。歯科医院経営は、決して院長一人の力で成り立つものではありません。日々の診療を支え、患者さんと丁寧なコミュニケーションを取り、医院の円滑な運営を担ってくれるスタッフの存在があってこそ、質の高い医療を提供できます。



働きやすさ

- ・週休3日制
- ・清掃業者委託
- ・評価制度
- ・福利厚生

働きがい

- ・組織文化
- ・研修制度
- ・1on1ミーティング
- ・院内イベント
- ・キャリアデザイン

経営者として整備したい労働環境「働きやすさ」と「働きがい」

「働きやすさ」と「働きがい」は、車の両輪のようなものです。勤務時間や休日、勤務場所といった物理的な働きやすさだけでなく、人間関係やキャリアアップの機会など、精神的な働きがいも同じくらい重要です。具体的には、スタッフ一人ひとりの成長を支援するため、外部講師を招いてのスキルアップ研修や、資格取得支援制度、明確なキャリアパス制度などを充実させています。また、定期的な1on1ミーティングやチームビルディング研修、院内イベントの開催などを通して、風通しの良い職場環境づくりにも力を入れています。働きやすさの向上という点では、業務効率化のためのコンサルティングもお世話になっています。ここで最も大切にしているのは「頑張る人に還元する」という考えです。「働きやすさを提供しながら、更なる意欲を引き出し、その努力や成果を明確な評価基準に基づいた昇給・賞与制度や表彰制度、役割に応じた手当てによって評価・還元していく」。このサイクルを確立することこそが、医院全体の成長と、スタッフ一人ひとりの幸福に繋がると考えています。歯科業界は変革の時代を迎えています。「人」を大切にしている経営こそが、本当の意味で成長できると信じております。

質の高い診療が選ばれる医院をつくる

患者さんと歯科医院をつなぐ

三方良しの自費根管治療



01 患者良し 患者満足度の高い治療を提供することができる

通院回数が少ない | ドクターが丁寧に診てくれる | 治療成功率 | が患者さん満足度を決める

保険診療の根管治療を経験した患者さんの大多数は、根管治療を「何度も通わなければならない治療」「いつ終わるのかわからない長い治療」と思っています。根管治療を受ける患者さんの年齢層は仕事や家庭などで忙しい40～50代であり、自分の予定を何度も調整して歯科医院に通うことにストレスを感じています。根管治療の自費化を行うことで、1回あたりの治療時間を十分にとることができ、治療回数を減らすことが可能です。また、論文でも紹介がされていますが、マイクロスコープやMTA、Ni-Tiファイルを使用した自費根管治療は成功確率が上がるため患者満足度が高くなり、治療後のメンテナンスでの継続来院につながります。

02 医院良し 不採算部門を採算部門へ

再治療を減らし、ドクターの時間当たりの売上アップ
保険での根管治療は、かなり神経を使い、材料や器具なども高価なものが多いにも関わらず、1回のアポイント当たり約500点と算定できる点数がかなり低いのが、現在の日本の歯科医療です。そのため、頑張って患者さんのための治療をしても保険の根管治療では利益がほとんど残らないという経営の悩みを多くの院長先生が抱えていました。根管治療を自費化することはこのような悩みを解決することにつながります。

保険の根管治療			自費の根管治療		
合計点数	1,000～2,500点		金額	120,000円	
アポイント時間	来院回数	合計診療時間	アポイント時間	来院回数	合計診療時間
約30分	4～6回	120～180分	約60分	2～3回	60～180分
1時間あたりの売り上げ 約10,000～15,000円			1時間あたりの売り上げ 約40,000円		

03 ドクター良し 自身の高い治療技術で良い治療を提供したい

保険の根管治療は時間的制約が強く患者さんの「歯を残したい」というニーズに応えることが難しく、歯科医院経営を考えると保険診療で点数が確定している診療に多くの時間を費やすことは他診療の売上が下がってしまいドクターの売上がさらに下がってしまいます。患者さんからすると早く治療が終わってほしいのになかなか治療が終わらない印象です。ドクターとして、経営者としての葛藤の中で根管治療の自費化は時間的、設備的制約を受けずに研鑽した技術を積極的に患者さんに還元することができます。確かな治療技術は患者さんの信頼を獲得しやすく、「質の高い治療を受けたい」というニーズに応えることができます。そのため、保険診療と比較してドクターの技術で患者さんとのWIN-WINの関係を実現することができます。



自費根管治療の導入を考えてる皆様へ

今こそ あの時、やっていれば… とならないために
根管治療を自費化する決断が求められている

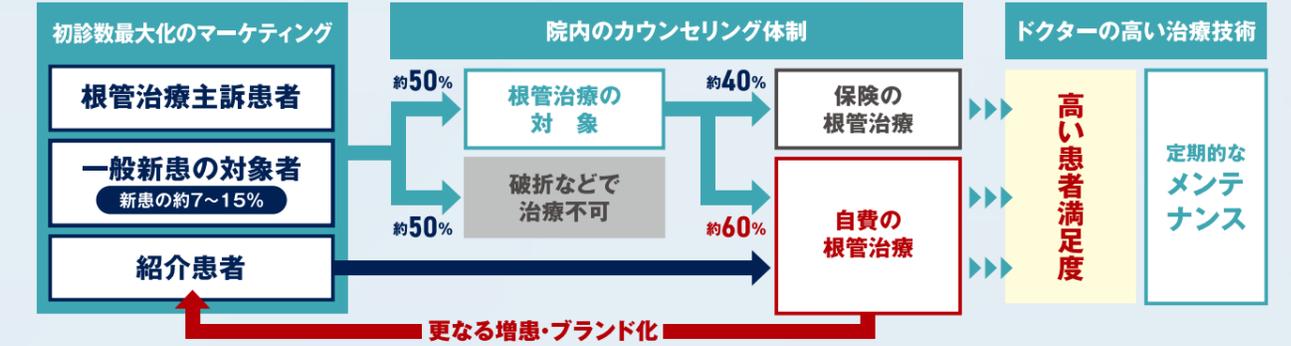
8020達成率が50%を超えた今患者さんの「歯を残したい」というニーズが膨らみ、併せて自費でも歯を残せるならと専門性の高い根管治療がより求められるようになります。皆様の医院の周りに根管治療を自費でやってくれる医院は少ないかもしれませんが、今後はアライナー矯正やインプラントのように技術革新の中で歯科医師の技術の差が出づらくなっていき、競合となる医院の数も急速に増えていきます。そうなる前から根管治療を自費化するのでは遅く、今自費化に取り組み歯科医師としての技術を最大限活用できる診療体制で地域の中でより早く自費化を行うことで「歯を残したい」という患者さんの希望を叶え、根管治療を医院の強みに変えていくことが可能になってきます。

	自費根治	アライナー矯正	インプラント
競争性	競争はほとんどいない	シミュレーション技術の発展で行っている医院が急速に増加	ガイドの普及で行う医院が増加
患者層	患者さんはしっかり治療を求める	患者さんは通いやすい、価格が安いといった利便性・低価格を求める	長く通った信頼している歯科医院や実績の多い医院を選ぶ
需要と供給	需要よりも供給が圧倒的に少ない	需要と供給が釣り合っているが、できる医院が急速に増えているので、今後は供給の方が多くなる	需要が減っていくので供給過多になる

成功モデル医院の自費根管治療の成約と売上の方程式

自費根管治療の最大化 = 初診数最大化のマーケティング × ドクターの高い治療技術 × 院内のカウンセリング体制

自費根管治療は、マーケティング、ドクターの治療技術、院内でのカウンセリング体制の3つの要素をそれぞれ強くすることが必要となります。対象の患者さんがどれだけ多くても「歯を残したい」という気持ちに寄り添うカウンセリング体制がなければ「ただ自費化して高くなった」という印象だけが残ってしまいます。逆に対象の患者数を増やしていかなければ、根管治療の自費化はいつまでも医院の強みにはなっていきません。確かな技術で治療を行い、それに見合った対価をいただくことで自費化した根管治療は医院の強みとなり、満足した患者さんは「また困ったら相談してみよう」「誰か困っていたら紹介してあげよう」と次なる患者さんと呼んでくれるグッドサイクルが回り出します。



医療法人湧光会 アスヒカル歯科が実際に行った施策は次のページを **Check!**

月間相談数 15件以上 自費根管治療 自費売上のうち 30% を占める セミナーで学べること一覧

初診数最大化の
マーケティング

集患の4つの柱

根管治療で悩む患者さんに向けた

1 | 専門HP設計

自費根管治療の情報を発信するにあたり、単なる治療内容の紹介に留まらず、**患者さんの感情に訴えかけるHP設計が重要視されています。**
患者さんはただ治してもらいたいのではなく、よりいい治療、早く終わる治療をどんな先生がやってくれるのか?を気にしています。
「院長紹介ページ」では院長がどのような信念を持ち、なぜ質の高い根管治療を提供したいのか、その背景にある情熱や患者さんへの真摯なメッセージが記載されています。**“この医院なら自分の想いを大切にしてくれそう”**—そんな信頼や共感こそが、選ばれる理由となるのです。
つまり、医院の「想い」や「らしさ」を言語化し、患者さんにしっかりと届けていくことによって治療の技術だけでなく、治療の不安を抱える患者さんに安心感を与えることができます。



患者さんの悩みに着目したコンテンツでファンを増やす

2 | コンテンツSEO対策 (検索エンジン最適化)

自費根管治療に関心のある患者さんが検索する可能性の高いキーワードを選定することがSEO対策では非常に重要です。
アスヒカル歯科では、そのキーワードに基づいた**質の高いブログ記事を月に2本**、継続的に発信することで、上位に表示されるようになりました。

歯科医院の立地に合わせて主訴患者を獲得する

3 | リスティング広告 (検索連動型広告)

アスヒカル歯科では徹底的な商圏調査を行います。
現在来院されている患者さんの居住地域データを調査し、「今、どの地域からの患者さんが多いのか」を正確に把握し、まずはその地域に焦点を当てた広告運用を行います。そして、段階的にその輪を広げていくように広告の範囲を拡大していきます。

② SEOとリスティング広告の違い

SEOは「中長期的に信頼性の高い集客を目指す施策」でじっくり育てる看板のようなものです。一方、リスティング広告は「即効性があり、柔軟なターゲティングや短期的な集客に強い施策」、ピンポイントで届くチラシと言えます。集患したい診療科目や結果を出したい期間に応じて使い分けや組み合わせが効果的です。



まだ見ぬ患者さんを来院前に教育する

4 | YouTube戦略

文章では説明しきれない内容を先生自身の言葉で伝える動画を作成して掲載することで、視覚と聴覚の要素を入れて実際のカウンセリングのように来院前の患者さんにも治療知識を伝えることができます。動画なので文章より患者さんは引き込まれやすく歯科医師の顔、雰囲気わかる点も患者さんを引き付ける要素になります。



カウンセリング
体制

患者さんと伴走する仕組み

アスヒカル歯科では、さまざまな複数のTC専任のスタッフが3つの個室カウンセリングルームで個々の患者さんに合ったカウンセリングを実施しています。患者さんが抱える不安や疑問に真摯に向き合い、納得して治療に臨んでいただけるよう丁寧な説明を心がけています。
根管治療主訴の患者さんには、悩みの把握や不安の解消を主に行い、一般新患の患者さんには多くの資料どりと正確な診断から治療計画の説明を行い、少しでも根管治療の必要性がある場合には自費根管治療についてカウンセリングを行います。



最大のポイント

診査・診断からTCと連携したセカンドカウンセリング



TC	<p>説明内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 診断の結果、根管治療が必要になること ✓ 歯の根に違和感や症状があるのか? ✓ 根管治療には保険と自費があり、それぞれの違いについて ✓ 神経を残せる可能性があること ✓ 神経を残せることで、歯を残せる可能性が高まること ✓ 補綴物が自費になること
Dr	<p>説明内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 症状がある場合には、現在の歯の根の状態を説明 ✓ 症状がない場合には、治療介入をするのかを患者さんに説明し、最後は選んでもらう

セカンドカウンセリングを実施する際に、ドクターは主訴新患、一般新患にかかわらず根管治療が必要な場合には治療計画に組み込み、TCと連携して根管治療カウンセリングを行います。そのうえで、症状がない場合には治療介入をするのか、それともメンテナンスで長期的に管理していくのか選択肢を提示して患者さんに選択してもらい治療計画の合意形成を行います。このように根管治療が必要となる患者さんすべてにカウンセリングを行うことで、短期的に主訴新患を集めて症例を増やすだけでなく、長期管理の患者さんが症状が出たときに高い確率で自費根管治療を選択してもらえる患者さんに伴走する仕組みが出来上がります。

本セミナーで学べること

- ✓ どのような患者さんに自費根治を勧めるといいのか?
- ✓ 求める患者さんを集めるマーケティング手法
- ✓ 自費根治で成功する医院の人員体制
- ✓ 自院で自費根治を取り組む際に優先的に行うべき施策
- ✓ 初診から自費根治スタートまでの流れ
- ✓ 根管治療を強みにする医院が達成すべき歯科医院の経営数値
- ✓ 価格設定の考え方
- ✓ 万が一抜歯になってしまった際の対応
- ✓ 自費根治を習得するまでのステップ
- ✓ 適切なカウンセリングのタイミング
- ✓ 成約率を高めるカウンセリング内容

セミナーのお申込みは裏面に! >>>