

自費補綴の売上を10倍にした秘訣大公開!

当てはまる方は参加必須

- ✓ 保険改定でCAD選択率が上がり自費選択率が減少…
- ✓ メンテナンス患者様のC再発が起きてしまう…
- ✓ Drチェックでの時間を長く割くことができず、悩んでいる…
- ✓ 月間補綴自費売上がなかなか100万円をこえない…
- ✓ カウンセリングをしてもなかなか成約率がよくならない…



セミナー日程・開催時間

開催日時

2025年9月7日
10:00~13:00 (受付開始:開始時間30分前~)

開催場所

TKP東京駅
カンファレンスセンター
カンファレンスルーム8B
〒103-0028 東京都中央区八重洲1-8-16 新横町ビル

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

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

※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。

セミナー内容

第1講座

予防管理型歯科医院の業績アップの全体像
現在主流となった、「予防管理型歯科医院」における、次なるテーマは「今後減少が見込まれる治療患者様の自費治療を増やしていくか」です。「予防管理型」から更なる成長に向けた戦略をお伝えいたします。
株式会社船井総合研究所 歯科支援部 成人歯科チーム チーフコンサルタント 田坂 敬

第2講座

補綴売上を10倍に伸ばしたたった一つの仕組みとは
なぜ、ファミリア歯科は予防中心でありながら自費補綴でも驚異的な成果を上げられるのか? その答えは、定期メンテナンス来院時の戦略的な「ドクターチェック」と「予防志向型セラミック」にありました。本講座では、ゲスト講師が試行錯誤の末に確立し、補綴売上を10倍に伸ばした唯一無二の仕組みとその背景にある思考法、そして具体的な実践テクニックまで、余すところなく大公開します。
ファミリア歯科 院長 菅原 孝氏 / TC 辰馬 奈緒氏

第3講座

自費補綴を10倍に増やすたった一つの仕組み
第二講座で示された成功事例の重要なポイントを整理して、即実践できる形まで落とし込み解説いたします。本講座では、チェックリストを用い、メンテナンスからのスムーズな流れで患者様の隠れた要望を引き出し、成約をしていくゲスト講師の優れたカウンセリング技法と仕組みづくりの考え方を詳しく分析。これを基に、各医院が実践しやすい「自費補綴の成約率を高めるための具体的な進め方と目標達成までのロードマップ」として解説します。
株式会社船井総合研究所 歯科支援部 成人歯科チーム 宮地 花佳

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、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 成人歯科チーム チーフコンサルタント 田坂 敬

お申込み方法

PCからのお申込み

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/131382>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に
右上検索窓に **131382** 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。

チェア6台の歯科医院でも

たった1枚のシートで

10倍売上

が上がる

Before

60万円

After

600万円

定期検診に来ても**不良補綴から抜髄**になってしまう。
そんな患者様をなくしたい。
この気持ちから仕組みをつくりました。
チェック方法からコンサル方法まで全て公開します。

- 当日学べるポイント
- 1

不良補綴を誰でも抜け漏れなくチェックできる
不良補綴チェックシート
- 2

変えるのは**年に1回のDrチェック**
- 3

今、話題のオーバーレイ治療
患者様に喜ばれる**オーバーレイ成約の秘密**



ファミリア歯科
院長 菅原 孝氏

主催

メンテ時の一言だけで
1Drの補綴売上月600万円達成セミナー
サステナブル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

お問い合わせNo.

S131382

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) 131382



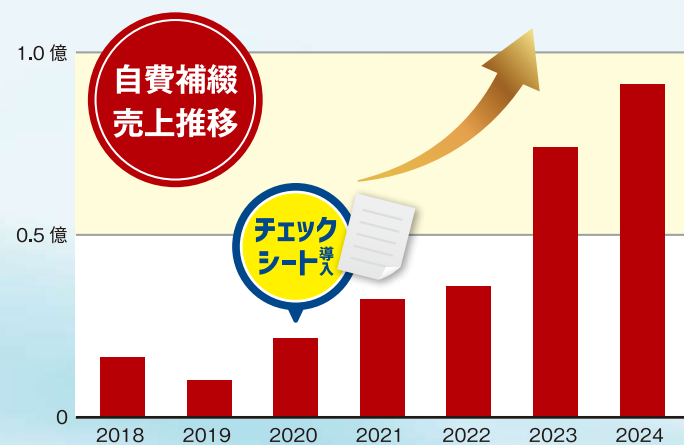
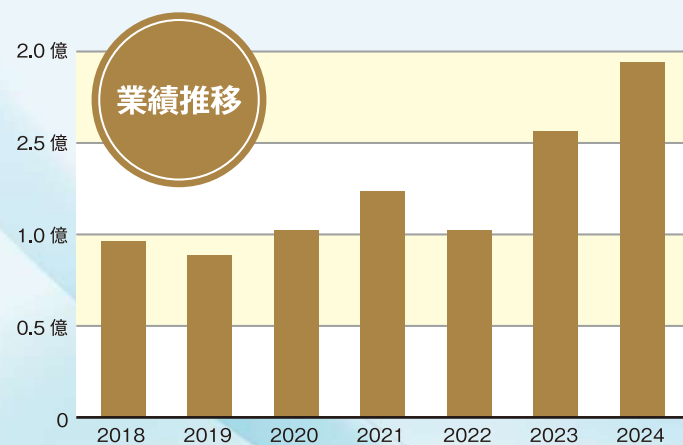
ファミリア歯科について

2015年神奈川県横浜市で開業。小児から高齢者までを診療できる総合型歯科医院として診療を開始。

「**将来の歯を残すために**」をモットーに、むし歯、歯周病、マウスピース矯正、インプラント、義歯など幅広い診療を提供している。

2018年頃より徐々に自費診療を強化する仕組みづくりを行い、安定的に実績を伸ばす体制を築いている。

現在は業績2億円突破に向け、日々診療と経営に取り組んでいる。



「**地域からむし歯・歯周病をなくしたい**」

その想いを胸に今日まで進んできました。

自分の得意な診療科目に注力することで安定して業績を伸ばすことができました！

INTERVIEW

Q1 自費補綴を強化する前のファミリア歯科は？

2015年に神奈川県横浜市に開院し、今年で10年目を迎えました。**元々は基本的に保険治療を主体としており、自費の売上は月に100万円あるかないくらい**でした。当時は**常勤Drが自分1人**ということもあり、日々、治療の患者様対応や急患対応に追われながら、衛生士のメンテナンスに対するDrチェックも行っていました。文字通り、医院の中を駆け回る状態でしたし、**1日が終わると疲労感でいっぱい**でした。また、メンテナンスのDrチェックに関しても、限られた診療時間の中でチェックしていくので、正直なところ患者様に良さが伝わっているのか**不安も大きかった**です。医院の衛生士たちに患者様の口腔内で何を見てほしいのか等を伝えていても、仕組み化していなかったのでDrチェックの中で1から確認しなくてはいけないということもしばしばありました。補綴の治療も当時からあったのですが、どんなに良さを伝えようと思っても伝わりきらず、自費選択率はほぼ0%でした。**自費売上がなかなか安定せず**、月によっては十数万円ほどということもありました。当時はとにかく保険治療を回していかなければという想いが強く、自費売상을上げたいと思いついて院内で施策を試みても反響が薄かったり、気づけば施策が止まったりして長続きませんでした。**今思い返してみると、空回りしている部分も多かった**と思います。



Q2 自費補綴を強化するきっかけとなった想いは？

強化する最大のきっかけになったのは、売上だけでなく、**メンテナンスに移行した患者様のむし歯の再発をなくしていきたいと考えた**からです。さらに深めていくと「**不適合の補綴物**」にたどり着きました。過去に治療された補綴の不良に気づいて再治療を行った際、患者様から感謝の声をいただいたことが、強く印象に残っています。再発してから治療をするのではなく、患者様が過去に入れた補綴物が不適合になっているタイミングで入れ替えをご提案する。そうすることで当院に通っていただいているメンテナンス患者様に対して早期発見～再発前の治療を届けようと思いました。実際、**私自身できる限り抜歯はしたくない**、さらに言うと根管治療になる前に抑えたいという気持ちが強く、欠損治療や根管治療以上に補綴の治療を深めていきたいと考えていました。そこから、**治療中の患者様はもちろんのこと、メンテナンス患者様への補綴の説明をより強めていこう**と決めました。



Q3 自費補綴の売上が上がって変わったことは？

まず何よりも医院の業績が大きく変わり始めました。自費の売上が伸び悩んでいた当院としては、ここがまず嬉しかったです。そして、安定して自費売上が上がっていったことで、これまで投資を決めあぐねていた**人件費を無理なく上げることができる**ようになりました。また、いつも頑張ってくれているスタッフの給与を上げることに前向きになれ、それに伴いスタッフのモチベーションが上がりさらに患者様へのお声がけを頑張ってくれるという**好循環がうまれていったのも医院として大きく変わったポイント**です。



Q4 セミナーの参加を検討している先生へメッセージをお願いします！

このDMをここまでお読みいただいた先生方は、もしかすると当院に似ている状態だったり、似た課題をお持ちなのではないでしょうか？歯科医院の経営は診療と両輪であるため日々悩まれることも多いと思います。実際、私もこうなりたい、あんなにいいな、と思うことはあれど、行動に移し、継続するのはなかなか難しかったです。そんな中で出会ったのが船井総合研究所です。「**あったらいいな! 「こうなりたい!」までの近道を一緒に考えてくれる心強いパートナーを持てた**からこそ、今私はセミナー登壇で皆様に会えるようにまでなりました。今回、このDMで出会えたご縁が、先生方の医院の発展に繋がることを願っております。当日、セミナー会場でお会いできることを心待ちにしています！

たった1枚の患者管理シートで実現できました



POINT 01 来院

👊 ここを押さえる!

- 『不良補綴管理シート』活用に向けて
初診時に患者様の口腔内を徹底把握!
- 初回来院時から『不良補綴管理シート』活用は始まっています!
- ❑ 患者様の口腔内にある補綴物について、経過年数を抜け漏れなく把握
 - ❑ 過去の他院での治療歴まで詳細に確認
- することで、患者様一人ひとりに合わせた、『把握・管理』を実現する第一歩になります。

⚠️ ここに注意!

- ❌ 患者様へのカウンセリングを通さず、すぐに治療に着手!
- ➡ これでは患者様にとってみれば「痛みがあるときに行けばいい」都合のいい歯科医院になってしまいます。初回来院時にしっかりと患者様を理解・管理し、治療に向けた意識づくりをスタートさせます。また、治療の際にもしっかりとカウンセリングを行い、納得いただいたうえで治療をご提案します。できる限り歯を削らずに治療することを意識します。

POINT 02 治療終了

👊 ここを押さえる!

- 初診時の情報に基づきメンテナンス移行へ!
- 治療終了時には、
- ❑ 初診時に把握した患者様のリスクや、過去に入れた補綴物の状況を踏まえ、メンテナンスの重要性をお伝え
 - ❑ 単なる『お掃除』ではなく、患者様自身の口腔内の将来を見据え、適切な管理の必要性を説明
- することで、メンテナンス移行率を徹底的に高めます。また、初回来院時と治療終了時の口腔内のビフォーアフターを明確に伝えることで、患者様ご自身に変化を実感していただき、次のメンテナンスアポイント取得がスムーズになります。

⚠️ ここに注意!

- ❌ 「また定期的にお掃除に来てくださいね」という曖昧なメンテナンス案内
 - ❌ 患者様に口腔内のビフォーアフターを伝えない
- ➡ 歯医者に痛みがあるから通うのではなく、痛くなる前に通い続けるメンテナンスの必要性を理解していただかなければ、新患が多くても離脱する一方です。治療終了してようやくメンテナンスの第一歩目だということをお伝えする必要があります。

POINT 03 レントゲン

👊 ここを押さえる!

- 『不良補綴管理シート』でDH・Dr連携へ!
- 当院独自の『不良補綴管理シート』を基に
- ❑ DH(歯科衛生士)メンテチェックのルールを明確化
 - ❑ 誰でも抜け漏れなく不適合な補綴物を確認できるように
- することで、DHとDr(歯科医師)の連携がスムーズになります。これにより、患者様管理に基づく適切な診査・診断を効率的に実施し、見落としなく自費補綴の提案へと繋がります。

⚠️ ここに注意!

- ❌ Drチェックの時間が取れないからなくしてしまう
 - ❌ DHがどこをチェックしたらいいのか、人によって基準がバラバラ
 - ❌ 理由なく補綴物の入れ替えを案内する
- ➡ 『不良補綴管理シート』があれば、Drチェックの効率化はもちろん、DHのチェック基準を統一し、患者様にとって必要な治療の提案が可能になります。

POINT 04 入れ替え説明

👊 ここを押さえる!

- 『不良補綴管理シート』で導く納得のカウンセリング!
- 『不良補綴管理シート』で得られた客観的な情報と患者様の口腔内の状態を具体的に提示しながら、カウンセリングを実施します。
- ❑ 患者様の抱える不安を限りなくゼロに近づける
 - ❑ 患者様自身が納得して自費補綴を選択できる
 - ❑ むし歯再発のループから離れ、患者様の歯をまもる
- これにより、長期的な信頼関係が構築され、「通い続けたい」「知人を紹介したい」と思う『ファン患者』を育てます。

⚠️ ここに注意!

- ❌ 話し手によって説明がバラバラ
 - ❌ 話しにくい患者様には話さない
 - ❌ 成約重視で無理やりスタッフに施策を実行させる
- ➡ 『不良補綴管理シート』を共通言語とすることで、誰が説明しても一貫性のある情報提供が可能になり、院長のカウンセリングに依存せず成約に繋げることができます。また、どの患者様にも伝える内容が決まっているため、「話しにくい」「時間がない」といった理由でカウンセリングを省略してしまうことによる機会損失を防ぎます。



累計1,296件の
歯科医院を成功に導いた

歯科業界最大級の
コンサルティング会社

当日3時間でお伝えする

船井流

これらをすべてセミナーでお話しいたします!!

自費補綴マーケティング

のすべて

メンテナンスからの引き上げ成約で

集患施策不要!

難しいWebマーケティングは一切不要!
医院のメンテナンスを重ねていくことこそが成功のカギ!

自費の売上を上げるためには広告運用・専門サイトが必要…そんな話を耳にした、実践しようと思うが腰が重い…そんな先生方のお声をよくいただきます。しかし、自費補綴マーケティングであれば、初期段階で難しいWebマーケティングは一切不要! 保険で来られた患者様のメンテナンスによって引き上げるので、無理なく集患、今すぐ実践できます!

自費補綴で月数百万円を成約する

医院のロードマップ!

STEP 1

自院状況・伸びしろの確認

医院の月の補綴件数・成約件数・売上目標は適性でしょうか。なんとなく月の自費売上を見ることから卒業!

STEP 2

上記目標に合わせ、院内でルール決め～実行へ

STEP 3

成約率の状態に合わせて必要施策を実施

成約率30%未満の場合

POINT 01 価格の適正化

あきらめない価格
利益率80%を確保した適正価格

競合に対して有利な価格に設定する

極端な価格設定とならないようにする

POINT 02 絞り込み

提案数は4種類まで

院長が納得して患者様へ提供できる商品に絞り込む

商品の違いを患者様が理解できる数に絞ることが重要

POINT 03 価格の適正化

院内での口腔に対する健康意識を高める啓発ポスターや自費補綴に関するチラシ・持ち帰り資料を用意することで、患者様の自費補綴・口腔健康管理への意識を高める

成約率30%以上の場合

POINT 01 スタッフの専門知識

スタッフ自身が補綴治療の違いやそれぞれのメリットを理解し、治療の専門知識を持つことで患者様への情報提供力を高める

セミナー参加勉強会

POINT 02 接遇力

カウンセリングだけに留まらず、初診からの接遇力を高めることで、医院への信頼感・安心感に繋げる

院内講習等

POINT 03 自院理解度

スタッフ自身が、自医院の治療がいかにいいかを理解することが、カウンセリングの成約率にも表れる

症例把握を重ね、自医院の治療について知るためには教育をしていく必要性もある

累計1,296件の歯科医院から導き出された

理想補綴売上の把握!

自院の補綴売上本数の目標はありますか? 船井総合研究所では全国の医院の数値データを基に、おおよその貴院の目標数値を概算で作成!

自費補綴成約歯数の目標数値は補綴対象歯数 × 提案率 × 成約率である

成約歯数

=

補綴対象歯数

レセプト対比

10~20%

×

提案率

理想値

95~100%

×

成約率

理想値

30%以上

価格設定でカウンセリングなしでも「選ばれる」事例!

うちにはカウンセリングルームがない…そんなお声もいただきます。しかし、カウンセリングルームなしでも患者様が自費の補綴物を選びたくなる「価格設計」と「商品設計」があります!

価格設計

患者様が「あきらめない」金額設計

商品設計

患者様が「迷わず選ぶ」絞り込みの商品設計

カウンセリング付加でチェアサイドでできる

成約率アップ事例!

さらに自費率をあげるために、チェアサイドで補綴カウンセリングを実施! 成約のカギは補綴物の「メリットデメリット」ではなく材質の選び方×患者様にわかりやすく届くキラーフレーズ!