

どの歯科医院でもできる！  
**自費補綴に注力して“利益”を上げる！**

矯正やインプラントに頼らず

一般歯科  
 の武器

**保存・補綴**だけでも

1Dr+チェア5台

月**100万円** → 月**600万円**を実現

自費補綴・ダイレクトボンディングを主体に  
**600万円**達成までの**ロードマップ公開**

本セミナーで学べること

✓ 一般歯科の本分「保存・補綴」だけで月100万円を600万円へ  
 収益**600%増**を実現する **自費根管** × **自費補綴** モデル

✓ 来院前に信頼関係が完成  
 「この先生に診てもらいたい」と患者様が指名し来院する **Webマーケティング**

✓ Web戦略と院内ツールで口下手でも問題なし  
 患者様が納得して自費を選ぶ **問診・カウンセリング自動化フロー**

✓ 生産性を落とさない  
 自費根管の価値を最大化する **マイクロスコープ臨床活用** × **アポイント管理戦略**

医療法人  
 あおき歯科・矯正歯科クリニック  
 理事長 **青木 隆宜** 氏



やりたい治療で 月100万→600万! **自費売上6倍セミナー**

お問い合わせNo.  
**S139226**

お申込みは  
 QRコードから

サステナブルなカンパニーをもっと。  
**Funai Soken**

株式会社船井総合研究所  
 〒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

やりたい診療を追求で **自費売上 600%UP!** 月100万円 → 600万円を実現した **医院づくりセミナー**

講座	セミナー内容	講師
第1講座	<b>やりたい診療ができる歯科医院とできない歯科医院の違いとは?</b> インプラント・矯正のWebマーケティングが競合多数のエリアにおいて、業績を伸ばし続ける歯科医院経営の特徴と中でも特に業績を伸ばした「保存治療」「自費補綴診療」のポイントを解説します。	株式会社船井総合研究所 歯科支援部 保存・補綴チーム リーダー <b>田坂 敬</b>
第2講座	<b>当院が、やりたい治療を月100万→600万に増やすことができた方法</b> ~自費がなかなか増えなかった私が変われた「取り組みのすべて」~ 患者様への説明に苦悩していた医院が、いかにして「根管治療×補綴」を主軸にした自費月600万を実現したのか。実際の医院で起こった変化について青木先生にお話しいただきます。実際に先生が取り組んだ戦略から、取り組むことでうまくいかなかったことまで、自費売上600万円の成長にいたったプロセスを公開していただきます。	医療法人あおき歯科・矯正歯科クリニック 理事長 <b>青木 隆宜</b> 氏
第3講座	<b>「やりたい治療」で集客するためのWeb戦略と導入ロードマップ</b> ~ゲスト医院の成功を裏で支えるマーケティングの全貌~ 第二講座でご紹介した成功事例を、他の医院でも再現するための「仕掛け」を解説します。特に、説明が苦手な先生でも質の高い患者様を集められる「特設サイトの作り方」や「SEOとMEO対策」といったWebマーケティングの秘訣を公開します。また、Webで集患をした患者様を成約に導く院内のオペレーションまで解説をいたします。この講座では、先生方が翌日の診療から生かすことができる事例をお伝え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 保存・補綴チーム <b>田中 光成</b>
第4講座	<b>まとめ講座</b> 本日の学びをまとめて、明日からできることをお伝えし、本日のセミナーを最大限有意義にできるようにお伝えいたします。	株式会社船井総合研究所 歯科支援部 保存・補綴チーム リーダー <b>田坂 敬</b>

開催要項

開催日時

2026年 **4月12日**  
 10:00~12:30  
受付開始 開始時間30分前~

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**  
 〒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。  
 ※満席などで期限前にお申込みを締め切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。 ※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

サステナブルな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からもご確認いただけます。  
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/139226>

**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。



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](http://www.funaisoken.co.jp) (右上検索マークに「お問い合わせNo.」をご入力ください) **139226** 🔍



福岡市  
東区

# 医療法人 あおき歯科・矯正歯科クリニック



福岡市の住宅街にて開業。「保存・補綴」への徹底したこだわりで、インプラントに頼らず自費率51%超を達成。チェア5台で技術と収益を両立されている、高生産性医院の成功モデルです。

## 技術を磨き、患者様と向き合う。

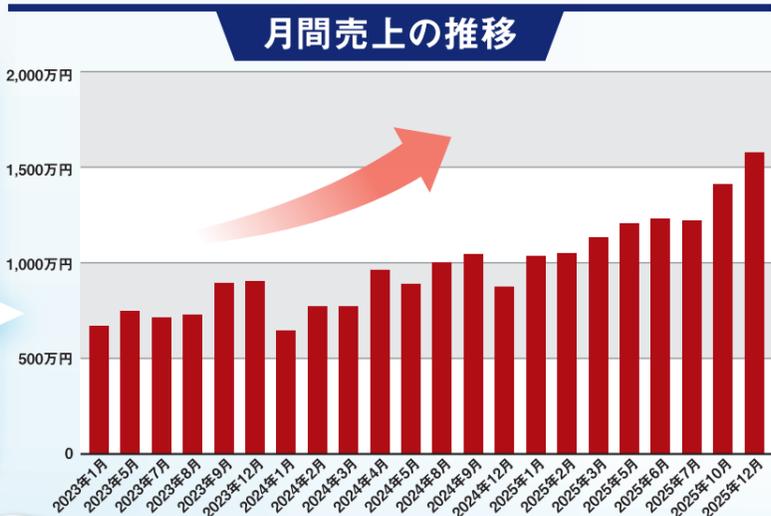
一見遠回りに見えて、一番の近道となる経営とは。

「特別なことはしていません。」青木院長の言葉には、迷いがありません。歯科医師としての本分である、日々の技術研鑽に励み続けていました。その積み重ねてきた技術力を土台に、集患・カウンセリング・院内システムという3つの要素を丁寧に整備。それまで手つかずだった部分を一つずつやり切ったことで、成果が表れ始めます。その実直な姿勢は、やがてエリア外からも患者様が訪れるブランド力へとつながりました。結果、月間自費売上は6倍となる600万円を達成。技術の研鑽に励み、患者様と真摯に向き合い続ける。その姿勢こそが、医院経営を成功へ導く、一見遠回りに見えて、最大の近道であることを証明しています。



## インプラントや矯正に頼らず

## 保存・補綴のみで売上をUPさせる方法



月間売上 **3倍** に成長

最高 **2,000万円**

600万円台だった月間売上が、保存・補綴治療に特化することにより、  
**チェアの台数を変えることなく**  
月間売上1,500万円を突破しました。

## 保存・補綴 **6倍UP!** の月間自費売上が



月間自費売上 **100万円** から **600万円** へ

最高 **1,400万円**

その成長の大きな成功要因は保存・補綴治療にあります。月間の自費売上のうち、約600万円が、自費補綴、根管治療、ダイレクトボンディングで構成されています。

自費根治

月 **150万円**

ダイレクトボンディング

月 **150万円**

自費補綴

月 **300万円**



# 医療法人 **あおき歯科・矯正歯科** クリニック

肉眼を超えた「見える」精密治療で歯を守る

理事長 **青木 隆宜** 氏  
インタビュー



「医療法人 あおき歯科・矯正歯科クリニック」は、インプラント等に過度に依存せず、  
ダイレクトボンディングや根管治療など

「**歯を残す保存・補綴**」で自費売上の約6割を構成されています。

GPの本分である技術力を高収益に変え、右肩上がりの成長を続ける  
経営の秘訣を青木先生にお聞きました。

確かな技術への  
「自信」があった。  
しかし患者数は伸び悩んだ

もともと保存治療に関しては、様々なセミナーに参加して、技術の研鑽を積んでいました。そのため、患者様にいい治療を提供できている自信がありました。そんな中で「いい治療をしていれば、患者様に来てもらえる」と思っていました。なかなか増えない患者数に少し焦れたい感覚がありました。もちろん患者数が増えないので、自費の患者数も多くはなく、自費を選択いただける患者数自体も多くはありませんでした。



治療の価値を伝える  
徹底した情報提供

当院では、補綴説明などをスタッフと一緒に行うことで、「全員に分け隔てなくカウンセリングを行う」体制を確立しています。役割分担は明確です。院長の私は「全體的な治療計画」の立案と説明に集中し、スタッフは補綴説明やLINEを活用したきめ細かな患者管理を担当します。また、治療を急ぐことはありません。必要であれば3回、4回と対話を重ねて徹底的な「患者教育」を行うことで、納得して治療を選んでいただいています。このプロセスを経ることで、売り込まずとも納得して自費を選んでいただけるのです。



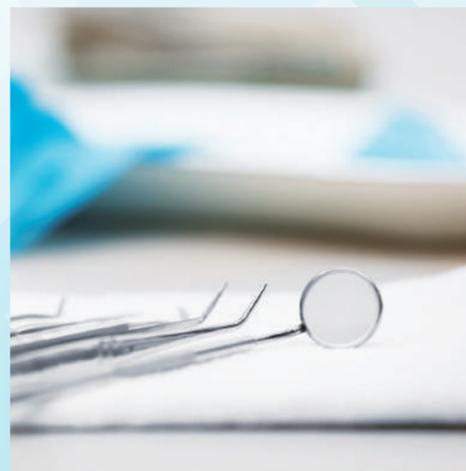
自費希望の  
患者様が来院する  
Webマーケティング

当院のHPのコンセプトは「遠くからでも通ってもらえる医院」です。商圏を近隣に絞るのではなく、マイクロスコープを用いた精密治療やダイレクトボンディングの症例を徹底的に発信することで、エリアの壁を越えた集客を行っています。「近くの歯医者では抜歯と言われたが、先生なら残せるか」。そのようにWebで検索し、私の技術を知って来院される方は、最初から自費診療を受けられる覚悟ができています。Webで、技術の価値を正しく伝えることができれば、立地や価格競争は全く関係なくなるのです。



診療に対する想い

私には、歯科医師として磨き続けてきた「保存」と「補綴」の技術に、それなりに自信があります。しかし、どんなに優れた技術も、その価値が伝わらなければ、患者様の健康には寄与できません。「最良の選択肢があることを、正しく知っていただきたい」。その想いから、私は「ひとつひとつ丁寧に説明することを大切にしています。その上で、経営者として効率も重視しながら、患者様それぞれが納得できる形を追求してきました。患者様ご自身が、自分の歯の価値に気づき、最善の治療を選択される瞬間が、私にとって一番の喜びです。技術を磨くことも、経営を安定させることも、すべては最高の医療を届け続けるため。それが、私の原動力です。



# 当日のセミナーで学べる内容

- 01 インプラント・矯正に頼らず**自費売上を6倍**(月100万円→600万円)にする具体的なロードマップ
- 02 保険診療の「数」を回す疲弊モデルから、**高単価・高品質な診療モデル**への脱却法
- 03 競合ひしめくレッドオーシャンを避け、「**保存・補綴**」という**ブルーオーシャン**で勝つ戦略
- 04 自費治療を選ばれる医院が実践する、**マイクロスコープの活用方法**
- 05 **やりたい治療**をベースに歯科医院経営を行う方法
- 06 **昨対比600%UP**を実現した、実際の医院数値と成長の裏側
- 07 「歯を残す治療」というストーリーを起点に、**自費補綴へ繋げるカウンセリング**
- 08 単発の治療で終わらせず、**LTV(生涯顧客価値)を最大化**する長期的な治療計画の立て方
- 09 **生産性を落とさずに質を担保**する、自費診療専用のアポイント管理と時間配分
- 10 マイクロスコープを武器に集客するための**LP戦略**とは?
- 11 **CAD/CAMに流れないようにする**ためのカウンセリング術
- 12 院長が診療のみに集中できる、**スタッフと連携した院内オペレーション**の構築
- 13 口下手・説明下手なスタッフでも成約率が劇的に上がる、**院内ツールとトークの連携**
- 14 補綴の契約率を2倍に引き上げた、**患者心理に響く「価値」の伝え方**
- 15 診療時間を削ることなく、**短時間で深い信頼関係を築く**問診・カウンセリング術
- 16 「安さ」や「近さ」で選ばれない、**技術と人柄で選ばれるためのWebブランディング**
- 17 エリア外からでも「**先生に診てほしい**」と熱望する患者様を集めるWeb戦略
- 18 来院前に患者教育を完了させ、**初診時から自費希望の状態を作る**Webサイト構成
- 19 高額な広告費をかけずに、**質の高い患者様(自費ターゲット)**だけにアプローチする手法
- 20 価格競争から完全に脱却し、**相場の影響を受けない集患チャネル**の確立



## ブルーオーシャン戦略

### 1 競争激化のインプラント市場からの「脱却」

多くの医院がインプラントや矯正の集客(レッドオーシャン)で価格競争に陥る中、患者様が本当に求めている「自分の歯を残したい」という願いに応える医院は圧倒的に不足しています。他院では抜歯と診断された歯を「残す技術」を武器にすることで、エリア外からでも選ばれる独自の立ち位置(ブルーオーシャン)を確立できます。



## 信頼とブランドの構築

### 2 技術が最大の集患ツールになる「ブランドの構築」

高額な広告で集めるのではなく、「技術」で患者様を集める。マイクロスコープを用いた「精密な保存治療」で患者様の期待を超えることは、単なる契約以上の深い信頼関係を生み出します。「あそこの先生なら何とかしてくれる」という評判・口コミが次の患者様の呼び水となり、医院の自費売上の向上につながるのです。



## LTV(生涯顧客価値)の最大化

### 3 「技術に納得する」ことで生まれる未来の売り上げ

矯正治療のように一度の治療で完結するのではなく、他の要治療歯で患者様が継続的に来院されるのが、保存・補綴領域の特徴です。仮に、その治療が保険のCAD/CAMとなり、以降も保険治療を選ばれる場合と、治療への

※それぞれ計5歯治療した場合	
最初に保険治療と言われ以降も保険治療の場合	補綴カウンセリングで満足いただき、以降自費治療の場合
60,000円	金額 400,000円
30,000円	原価 100,000円
30,000円	利益 300,000円

満足感から「次も自費で」と選ばれる場合とでは、利益には約10倍もの差が生まれます。学んだ技術が利益に変わり、患者様も医院も従業員も喜ぶ、三方よしの歯科医院経営なのです。

なぜ今、

保存

補綴

特化型モデル

が最強の経営戦略なのか?

