

6,000万 → **2.3億** を実現した **成功事例50選** を大公開

2億未満の
事業主様必見!

どのフェーズ・規模からでも取り組める

東京会場

2026年 **5月10日** 日
10:00~12:30
受付開始 開始時間30分前~

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東京駅 地下直結(八重洲地下街経由)
・東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)

大阪会場

2026年 **5月24日** 日
10:00~12:30
受付開始 開始時間30分前~

船井総研グループ大阪本社
サステナグローススクエアOSAKA

〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田三丁目2番123号 イノゲート大阪21階
・JR大阪駅の直上、西口改札口に直結
※2026年1月1日よりイノゲート大阪(梅田)に移転し開催いたします。
ご来場の際はご注意ください。

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
※祝日や連休により変動する場合がございます

※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。

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メンバースPlus)へご入会中のお客様のお申込みにも適用となります。

セミナー参加特典

ACTION PLAN

もう歯科経営に悩まない
次の施策がわかる
皆様だけの
「アクションプラン」
を作成!

Webのお申込みは右のQRコードからが便利です!

右のQRコードを読み取り、サイトからお申込みいただくか、下のURLからアクセスしてお申込みください。

セミナーページ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/140156>

船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索マークから **140156** をご入力し検索ください。

※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)
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



講座内容

第1講座

これからの歯科業界に必要な成長戦略~2億の壁を突破するロードマップ~

歯科業界が成熟期を迎える2026年を見据え、年商1億円で停滞する医院と、2.3億円~3億円へと突き抜ける医院の決定的な違い(ヒト・モノ・広告への投資配分)を解説します。ユニット台数や規模を無理に拡大せずとも高生産性を実現し、業績を伸ばし続けるための戦略と、2億突破までに必ずぶつかる壁(集患、人材、組織)を乗り越えるための具体的なロードマップを提示します。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 予防チーム リーダー 大里 治 氏



第2講座

実録 6,000万から2.3億突破までの道のり~院長の決断と実行~

開業後の順調な成長から一転、「1億円の壁」にぶつかったゲスト講師がいかにしてその壁を越え、5年で2.3億円規模へ成長したか。ユニット拡張や自費導入のタイミング、組織化の過程で直面した課題とその解決策など、実体験に基づいたリアルな「突破口」をお話します。チェア4台・6,000万時代から現在に至るまでの、経営数値の推移と当時の心境・決断を赤裸々に公開いただく貴重な時間です。

医療法人社団 浅井歯科医院 理事 浅井 佑介 氏



第3講座

地域トップクラス医院の「マーケティング」&「組織づくり」成功事例50連発

月間新患100名を実現するWeb戦略や、キャンセル率を5%以下に抑える「独自カウンセリング」、自費率を高める院内掲示など、即効性のあるマーケティング施策を公開。さらに、採用難を勝ち抜く「採用動画」の活用法や、教育期間を半減させる「動画マニュアル」、スタッフの定着と自走を促す「1on1面談・人事評価制度」まで。急成長する医院が実践している「攻め(集患)」と「守り(組織)」の具体的な施策を網羅し、一挙に解説します。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 予防チーム 中村 光太 氏



第4講座

本日のまとめ~ノウハウを最大活用するポイント~

本日のインプットを、明日から使えるノウハウに変えていただくために何が重要なのか。押さえるべきポイントと具体的な方法をご案内いたします。

株式会社船井総合研究所 歯科支援部 予防チーム リーダー 大里 治 氏



地方の“ごく普通”の

売上**6,000万**だった医院が

2.3億
を達成した

成長戦略
と
成功事例

50選

ゲスト講師

医療法人社団 浅井歯科医院 理事
浅井 佑介 氏

このセミナーで学べるポイント

- ✓ 1億の壁を突破し3億へ突き抜ける、成熟市場での「勝てる投資配分」と成長ロードマップ
- ✓ 月90名超の新患獲得を実現する、「SEO・MEO対策、専門サイト・LP制作、SNS活用」
- ✓ キャンセル率を5%以下に抑える「独自カウンセリングシステム」
- ✓ 患者様の意識を劇的に変えて無理なく自費率を高める、最新の「院内掲示&動画活用術」
- ✓ 求人倍率が高くても欲しい人材を採用できる「採用動画・サイト」の活用法
- ✓ 院長不在でも組織が自走する、教育期間を半減させる「動画マニュアル・カリキュラム」

詳しくは
中面へ

主催

2億の壁を突破する!
成長戦略と成功事例**50**連発セミナー

サステナ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
〒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

お問い合わせNo.
S140156

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 (右上検索マークから「お問い合わせNo.」をご入力ください)

140156 Q

SPECIAL INTERVIEW



医療法人社団 浅井歯科医院

理事 浅井 佑介 氏

2017年にお父様の医院を承継

チェア
6台

年間売上
2.3億円

自費率
35%



新潟県五泉市



ゲスト講師

特別インタビュー

地方の「普通の医院」が5年で2.3億円を突破した軌跡

Q かつては年商6,000~7,000万円台、人口5万人弱の地方都市で「ごく普通の経営」をされていたと伺いました。当時はどのような状況でしたか？

当時は「自分が誰よりも早く出勤し、誰よりも遅くまで残り削る」ことこそが美德だと信じていました。歯科医師としての技術を磨き、目の前の患者様に誠実に向き合えば、自ずと数字はついてくる。そう自分に言い聞かせていたんです。しかし、チェアが埋まり、自分の体力が限界に近づくにつれ、ある残酷な現実気づきました。「私の体が一つしかない以上、このやり方の延長線上に2億という数字は絶対に存在しない」ということです。地域に根ざした「良い先生」ではいられても、経営者としては「成長の天井」に頭を打ち付けている状態。常に自分がフル稼働していなければ維持できない、薄氷を踏むような経営に、言葉にできない閉塞感と将来への不安を感じていました。



Q そこから5年で2.3億円まで一気に駆け上がられた印象ですが、その道のりは順調だったのでしょうか？

いえ、全くそんなことはありませんでした。危機感からセミナーや経営塾に片っ端から通い、良さそうな施策を次々と導入しました。確かに一時的に数字はピリッと動くのですが、結局はすべて「院長である私のマンパワー」に依存する施策ばかり。スタッフに新しいことを頼んでも「院長がまた何か始めた」という雰囲気が漂い、結局自分でやる羽目になる。「独学」の限界は、再現性がないこと、そして組織がついてこないことです。「自分が一番頑張るしかない」という呪縛から逃れられず、学べば学ぶほど現場が忙しくなり、心身ともに疲弊していく……。そんな「アクセルとブレーキを同時に踏んでいるような」ジレンマの中で、数年間足踏みをしていました。



Q その後大きな転換点があったと伺っています。いつ頃、具体的に何が変わったのでしょうか？

2020年、ついに自分の「我流」を捨てる決意をしました。それが最大の転換点です。船井総合研究所と契約し、全国の成功事例に基づく「経営の型」をゼロから導入しました。そこで突きつけられたのは、私自身の「役割」が間違っていたという事実です。それまでは時間の100%を診療に捧げる「一人の作業員」でしたが、**プロの視点を取り入れることで、医院全体の航海図を描き、適切な投資判断を下す「設計者」へとシフトしたのです。**驚いたのは、感覚を排除しデータに基づいて、自院の強みである小児歯科・予防矯正へ戦略的にリソースを集中させた途端、組織に劇的な変化が起きたことです。私が現場で細かく指示を出さなくても、スタッフが数字を意識して自走し始め、仕組みだけで業績が伸びる。**私が「経営者の時間」を確保し、次なるビジョン（小児棟の建築など）に動けるようになったこと**で、結果として売上は爆発的に拡大しました。



Q わずか5年で売上2.3億円（当時比で約4倍、初期比5倍以上）を達成されました。今あらためて振り返ると、どのような教訓が得られましたか？

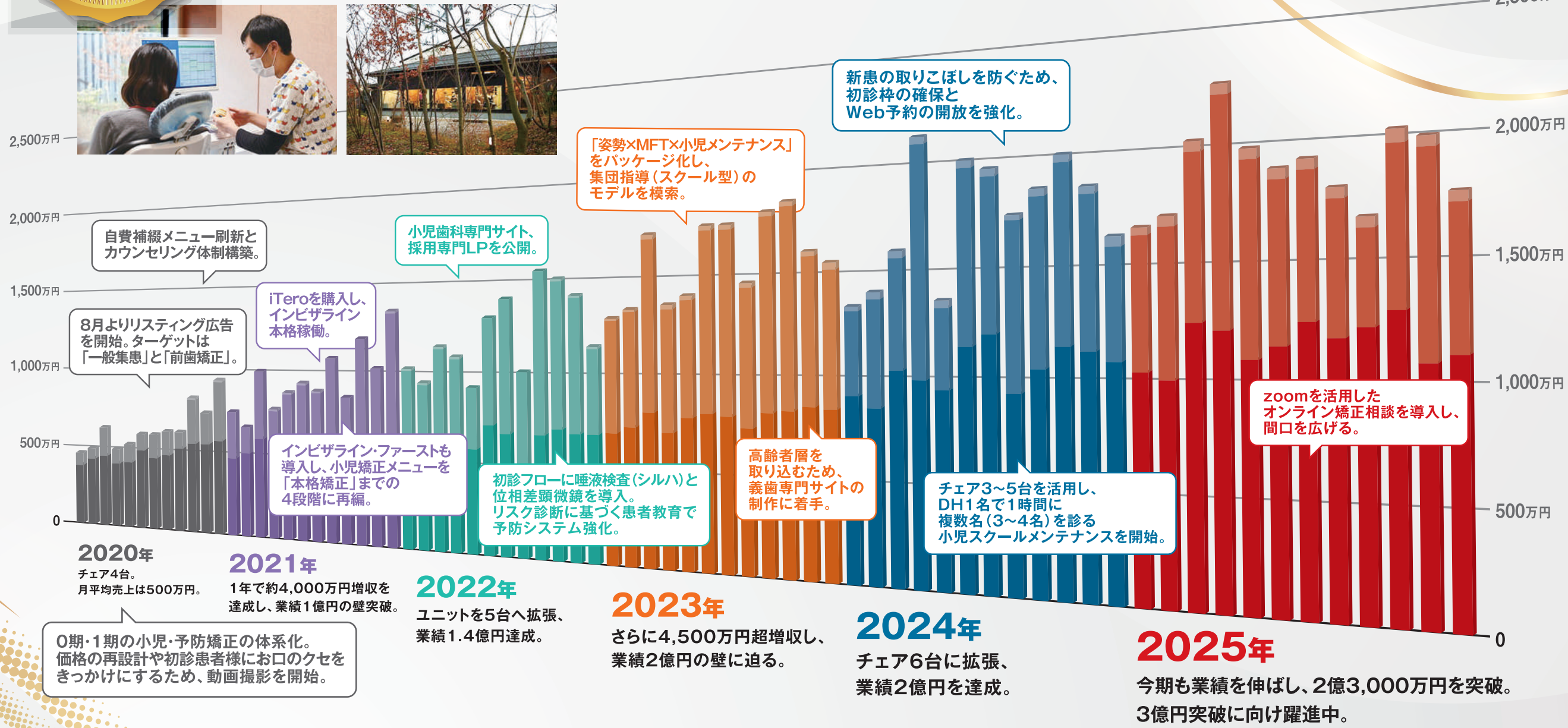
一番の教訓は、「**努力の量を増やすのではなく、努力の方向を変えること**」の重要性です。圧倒的な成長をもたらしたのは、私の気合でも根性でもなく、「**正しい地図（戦略）**」と、**迷った時に軌道修正してくれる「コーチ（外部パートナー）」の存在**でした。地方の、どこにでもある「普通の医院」であっても、プロの力を借りて「成功の型」を愚直に実践すれば、わずか5年で景色は劇的に変わります。2億という数字は、決して天才にしか到達できない場所ではなく、正しいステップを踏めば必然として辿り着ける場所なんです。かつての私と同じように、「自分一人で頑張る限界」を感じ、夜も眠れないほど将来に悩んでいる先生にこそ、「**我流を捨てて、プロと共に歩む勇氣**」を持っていただきたいですね。その一歩が、自分だけでなく、スタッフや患者様をも幸せにする未来に繋がっていると確信しています。



急成長ストーリー

浅井歯科医院の

年間売上 **5** 年間で **6,000万円** → **2億3,000万円** 実現!



急成長ポイント

1 自費補綴

2020年 約 30万円/月

2025年 約 150万円/月

2 成人矯正

2020年 約 70万円/月

2025年 約 300万円/月

3 小児矯正

2020年 約 50万円/月

2025年 約 200万円/月

4 メンテナンス患者様

2020年 約 200人/月

2025年 約 700人/月

浅井歯科医院が6,000万→2.3億を実現した**施策ロードマップ**をご紹介します!

自費売上の基盤となる「自費補綴強化」

自費補綴の売上が倍増した商品設計(価格戦略)と営業設計(カウンセリングとツール)

- ✓患者様が自費を選択しやすいメニュー設計と購買心理から逆算した料金設定
- ✓メニュー表・ポスター・パンフレットなどツール整備による患者様への情報発信の徹底
- ✓成約率を高める補綴カウンセリングの実施



カウンセリング体制の構築

各種カウンセリングを導入したことによる、キャンセル・治療中断率の低下、メンテナンス移行率の上昇、自費成約率の向上。さらに浅井歯科医院では1人のスーパーTCに頼らない組織全体にカウンセリングの仕組みを落とし込み、ノウハウや知識を共有する体制を構築し、カウンセリングに磨きをかけ続けています。



新規領域 **小児矯正・成人矯正** への挑戦

成人は部分矯正から始め、アライナー矯正を本格導入。小児も0期・1期から小児アライナー矯正を含めた本格矯正まで強化します。



補綴に続く、自費診療の“新たな柱・武器”の作りこみ

リスク検査導入によるメンテナンス数最大化

- ✓初診フローに唾液検査と位相差顕微鏡を導入
- ✓リスク診断に基づく患者教育を強化、予防の重要性を啓蒙、次回メンテナンス予約の徹底
- ✓患者様の症状に応じた独自のメンテナンス期間の設定
- ✓メンテナンス時間の短縮によりアポイント枠を確保
- ✓DrとDHで使用するチェアを分けて固定し、無駄な移動を減らし時間のロスを削減



皆様の現在地は?

2億突破施策チェックリスト

マーケティング

- 集客**
- ☑Google広告
 - ☑SEO対策(院長スタッフ紹介、症例、EEATブログ投稿など)
 - ☑MEO対策(GMBの情報入力、投稿、Google口コミ増加施策など)
 - ☑UI/UX対策(電話タップに診療時間・曜日)
 - ☑SNS対策(Instagram活用)
 - ☑家族感染(問診表で家族構成確認し、家族紹介へつなげる)
 - ☑LINE公式アカウントの活用(空きアポ送信)
 - ☑近隣施設への医院パンフレット設置
 - ☑アポイントルールの整理と受付教育
 - ☑Webアポイントシステムの導入とフローティングバナー設置
 - ☑院前看板(立て看板、タペストリー、のぼりなど)

固定化

- ☑初診カウンセリングの導入(来院感謝、来院理由の確認、要望ヒアリング、医院コンセプト、今後の流れ、検査内容の説明、医院からの情報伝達、キャンセルポリシーの説明・署名など)
- ☑無断キャンセル対策(予約時間になり未来院の場合電話掛けを行う。繋がらない場合SMS)
- ☑次回治療内容説明(次回の治療内容、重要性、痛み・麻酔有無、想定時間、気を付けるべきことの説明)
- ☑次回予約未定患者様へSMS
- ☑中断デメリットの説明(中断した場合のデメリットを患者様へ最初に説明)
- ☑外来NLの活用
- ☑唾液検査・位相差顕微鏡
- ☑リコールカウンセリングの導入・仮アポ・SMS
- ☑担当衛生士制の導入

単価アップ

- ☑自費治療の商品設計(選択品数、価格の根拠的分岐点など)
- ☑院内自費治療勉強会の開催(歯科技工士の講演など)
- ☑自費カウンセリングの導入+カウンセリング管理・検討患者様へ後追い手紙
- ☑院内掲示物の徹底(待合室、チェア前、チェアアーム、モニターなど)
- ☑支払方法の多様化(クレジットカード、デンタルローンなど)
- ☑専門サイト・専門LPの制作+マーケティング

マネジメント

- 採用**
- ☑ヒト生産性・人件費率・チェア台数から見た最適な人員数
 - ☑求人競合調査と雇用条件決定+ターゲット別アピールポイントの決定(Dr・DHの重要視する条件)
 - ☑採用サイトの制作
 - ☑採用動画の制作
 - ☑SNS活用(Instagram)
 - ☑採用パンフレット+オリジナル学校求人票
 - ☑医院見学フローの決定(事前アンケート、見学ポイント、若手社員面談・先輩社員面談・院長面談、プレゼン資料、LINE交換、事後アンケートなど)+選考フローの決定(応募者のマッチ率測定、面接マニュアルなど)

教育

- ☑入社式・新人社員研修
- ☑教育カリキュラムの整備(カリキュラム、アプリ、テスト、検定)
- ☑教育マニュアルの整備(紙、動画)
- ☑教育担当者の設置

評価

- ☑スタッフ成長サポートシートの作成

定著

- ☑日報の導入
- ☑1on1面談の導入
- ☑自己開示プレゼン・マンダラートの作成・発表
- ☑シャッフルランチ・シャッフル飲み会

組織化

- ☑朝礼・終礼の整備
- ☑職種会議・チーフ会議の開催(幹部体制構築)
- ☑MVVの策定・クレドカードの作成
- ☑経営方針発表会・表彰式の実施
- ☑プロジェクトチーム(KPIチームの発足、ポイントやすごらく制の導入、PDCA会議の開催など)
- ☑組織SANBOの活用

セミナー当日は、これまでの施策とツールも大公開!