

Chapter1 患者様が求める良い歯科医院とは

1. 歯科医院をはやらせるのは簡単!?
● Marketing Mind (経営理念) がなければ Selling (診療) は成り立たない
● 徹底した患者様目線が大切
2. 患者様が求める箱としての歯科医院の中味とは?
● 患者様が求める「近い」「利便性が良い」は、開業時に熟慮すべき重要事項
● 立地条件には「流動性」のあるものと「不動」のものがある
3. 患者様が求める良い歯科医師の中味とは?
● 患者様と歯科医師が描く「治療上手な先生像」にはズレがある
4. 患者様が求める良い歯科医院のスタッフの中味とは?
● 患者様が求める「可愛い」スタッフとは容姿ではなく、対応である
5. 患者様満足度から見る歯科医院
● 新規開業時に重要な患者様の口コミ
● column 医療の常識に囚われすぎない

Chapter2 スタートアップ時に考えておきたいこと
— 診療圏の考え方・内装について —

1. 歯科医院に必要な坪数はどのくらい?
● 坪数と売上は比例しない
2. 売上とスタッフの数をどう考えておくべきか
● 最初は人件費率や固定費率をあまり気にする必要なし
3. 立地条件をどう考える? ① 診療圏
● 1km 圏内から 90% の患者様が来院するという前提で立地を選ぶ
● 現地に出向き、人の動線で立地を検討する
4. 立地条件をどう考える? ② 参入障壁
● 参入障壁と参入される障壁に備える
● column 診療圏ソフト活用の勧め
5. 内装をどうすべきか?
● 自分の好み、希望ではなく、患者様目線で空間を演出する
6. その他、工夫しておくこと
● ちょっとした工夫で患者さんを引きつける
7. スタッフの採用と教育はなぜ必要か
● 患者様が求める「可愛い」は先生方の教育で作れる
● 「基本理念と行動指針」をスタッフに示すことの重要性
● スタッフがやめない環境作りのスタートは社会人として「職業倫理」を教えること
● 教師と上司は違うことを教える

8. 内覧会の機会をフルに活かすために
● 内覧会の目標を明確にする
● 内覧会は業者任せにしない
● 内覧会のポイント
● column キッズ・クラブ 子ども関係の口コミは絶大!

Chapter3 "金のなる木"の捉え方

1. 患者様と向き合う角度の今、昔
● デジタル時代、説明時に座る位置は患者様に対して 45 度
2. 人には絶対領域がある
● 相手に圧迫感を与えない距離を意識する
3. 自費診療を始めるタイミング
● 開業から 3 か月は自費診療をスタートさせない
4. 歯科医療機器の「買い替え」と「買い足し」
● 買い替えが必要になりそうな機器は最初から購入しておく

Chapter4 歯科医院経営の分岐点

1. まずは戦略を立て、途中で見直す
● 思いだけで突っ走らない
2. 売上とユニット増設のタイミング
● 売上の方程式
3. 分院展開をどうするか?
● 分院展開のタイミング
● 分院展開のパターン
● 分院展開の終わりを見据える
● 分院展開とは「人に任せる」こと

Chapter5 この先を考える
— 5 年後、10 年後に求められるもの —

1. 5 年後をどう考えるか
● 先を予測してニーズに備える
2. 歯科業界のこの先の展開
● 歯科医療機器のデジタル化
● プレーンを持つことの勧め
● “第三次診療圏” という新しい診療圏の開拓を
● 専門性を強化する
● M&A に備える



STRATEGY
for

新規開業 ストラテジー

NEWly
OPENED
DENTAL
clinic



著 吉田 元 定価 本体価格 5,500 円 (税込)
A4 変型、76 頁、ISBN 978-4-909066-53-4 C3047

開業を
決めたものの、
「失敗したらどうしよう…」
という先生方の不安に
本書がずばりアドバイス

新規開業のビジネスモデルには実は、「成功のスタンダード」があります。その秘訣は立地選び、内装、スタッフの採用、内覧会など、スタートアップに必要な事項を「徹底的な患者様目線」で戦略的に組み立てておくこと。それを学び、計画に反映しておけば、安心して開業することができます。新規開業を決めたらまず最初に読んでおきたい一冊。

注文票

品名	税込価格	冊数
必ず3カ月で軌道に乗せる! 新規開業ストラテジー	5,500 円	
1カ月で即戦力! 今日からできる! デンタルスタッフビギナーズ 歯科業務の基本から	4,730 円	



インターアクション株式会社

東京都武蔵野市境南町 2-13-1-202
TEL 070-6563-4151 FAX 042-290-2927
http://interaction.jp



AUTHOR PROFILE
著者プロフィール

よした はじめ
吉田 元
医療法人 奉優会
モアナ歯科クリニック
理事長

<略歴>
神奈川県立 歯学部 歯学科卒業
神奈川県立 歯学部 歯学科卒業
神奈川歯科大学 歯学部 歯学科卒業
神奈川歯科大学 歯学部 歯学科卒業
2013 年 モアナ歯科クリニック 開業
2014 年 医療法人 奉優会 理事長就任

<所属団体>
日本口腔外科学会、日本口腔インプラント学会、
日本顎顔面インプラント学会、
AO・EAO、神奈川歯科大学、東京歯科大学、明海大学

3か月
Three Months

で歯科医院を軌道に乗せるための「新規開業」アドバイス満載!

成功体験を聞けることは、成功への最大の近道である。すべてを真似できないとしてもこの本で道筋は見つかる

荒井昌海先生 (エムズ歯科クリニック理事長) からの推薦の言葉より

Chapter1 患者様が求める歯科医院とは

3. 患者様が求める良い歯科医師の中間とは?

患者様が求める歯科医師ランキング、ベスト5

- 1位 優しい先生
- 2位 清潔感のある先生
- 3位 治療が上手な先生
- 4位 親しい先生
- 5位 説明してくれる先生

まずは、患者様と歯科医師との「感覚のズレ」を知ろう。そこに患者様が求めている「良い歯科医院」になるための重要事項が隠れている

Chapter4 歯科医院経営の分岐点

2. 売上とユニット増設のタイミング

保障診療の売上の方程式

$$\text{売上} = \text{患者数} \times \text{客単価} \times \text{来院回数}$$

$$\text{歯科医院の売上} = \text{患者数} \times \text{診療単価} \times \text{来院回数}$$

$$\text{ユニット1台の売上} = \text{歯科医院売上} \div \text{ユニット数}$$

突っ走らず、常に戦略を立て直しながら金銭的な根拠と限界を知って計画を立てることが大事

Chapter2 スタートアップ時に考えておきたいこと - 診療圏の考え方・内装について -

3. 立地条件をどう考える? (1) 診療圏

歯科医院のマークは半径1km

クリニックの周りは何層も多層

半径1kmの診療圏の考え方

自分のやりたいことや好みで決めてはいけない! 患者様のきやすさ、心地よさを主軸にすべてを決めよう

Chapter5 この先を考える - 5年後、10年後に求められるもの -

1. 5年後をどう考えるか

今後の業界の流れを読んで開業時から備えよう。10年先を見越すのは難しいが、5年先のことは予測ができるはず

Chapter3 “金のなる木”の捉え方

1. 患者様と向き合う角度の今、昔

2. 人には絶対領域がある

“固定概念”と“今”だけにとらわれず医院に利益をもたらしてくれるものは何かを考えよう

吉田先生の **好評** 既刊本のお知らせ

「新人を教えるための教材がほしい!」という歯科医院の皆様へ

1カ月で即戦力! 今日からできる!

ビギナーズ **デンタルスタッフ Beginners**

歯科業務の基本から

著: 吉田 元 A4変型、156ページ、定価: 4,730円 (税込価格)

PART1 デンタルスタッフ Beginners 最初にマスターしたい基本・8
PART2 患者さん対応や診療補助に役立つ“治療”や“予防”の知識