横山　光孝(よこやま　みつたか)歯科医院地域一番実践会　地域一番ディレクター



経済産業大臣登録　中小企業診断士(２８年目)
経営戦略研究所㈱　執行役員

みなさん、こんにちは。経営戦略研究所の横山光孝です。
私は日々、歯科医院にお伺いをして多くの普通の歯科医院が地域一番歯科医院に進化していくのを目の当たりにしています。

私がお伺いをしている多くの医院では院長だけでなく勤務 Dr の先生もスタッフも成長をしていくので、地域で圧倒的な一番歯科医院になっています。

ありがたいことに、多くの院長、院長夫人、チーフ、スタッフの方々から「本当に医院が良くなりました」「本当に自分が成長出来ました」「人生が変わりました」との数多くのお声を頂戴しています。

また**私は経営戦略研究所㈱でも執行役員としてコンサルタントや事務スタッフに会社の使命や信頼の重要性を伝えて、経営戦略研究所㈱という会社のブランド化を進めて行く役割も担っています。**

なぜ、このように私のお伺い先は、どんどん地域で一番になっていくのでしょうか。
当然、そこの**院長やスタッフの方々の努力の結果であることは、間違いありません。**
同時に、私のコンサルティングや仕事に対する**コンサルティング・ポリシーが影響している**と私は確信しています。

そのコンサルティング・ポリシーとは
1. 本物主義

2. 現場主義

3. 原理原則・事例主義

の３つです

1. 本物主義
これからは、**本物の歯科医院しか残ることはできません。**
これは私の**２８年間のコンサルタント経験からまちがいなく言えることです。**
私は以前、フードビジネス、サービスビジネスなどのコンサルティングをやってきました。フードビジネスの競争激化の状況は、みなさんご存じの通りです。この厳しい業界で勝ち残っていった企業の共通項目がいくつかありますが、その１つが「本物企業」というわけです。

これから歯科業界もさらに競争が増してくることが予想されます。今後、真に患者様から

信頼をされ続ける医院は本物の医院しかありません。

本物の歯科医院とは本物の治療技術を提供することが出来るということと、本物の経営基盤の構築が出来ているということです。

ここでは経営の話に焦点を絞り、本物の経営基盤の構築について説明をします。
本物の経営基盤の構築とは、科学的なマーケティングとマネジメントによる医院基盤を固めた経営を出来ているということです。

現在医院で取り組んでいるマーケティングで最大限の費用対効果は上がっているでしょうか。
そのような**財務会計と管理会計への取り組みが出来ているでしょうか。**
レセプト枚数や自費金額はご存知でも、急患率や中断人数、また医院の ROI を把握した経営がされているでしょうか。

また**今のマネジメントで5年先、10年先の組織体制は盤石でしょうか。**

今、あてにしている勤務 Dr の実家の歯科医師のお父様が急に体調を崩されたら、あるいは信頼をしているチーフの旦那さんが来月から転勤になったとしても医院組織は成長をしていけるでしょうか。

その場しのぎの目先のことばかりの提案をしてくるコンサルタントは本物ではありません。

私は歯科医院のコンサルティングをする際に、目の前の業績、目の前のマイナススタッフをどのように扱おうかといった、**その場その場のモグラたたき的なコンサルティングをしません。**もちろんコンサルティングの一環として目の前の業績やマイナススタッフへの対応もします。

しかし、**その実施方法や視点が、はやりのビジネス本からのサル真似のノウハウや手練手管といった、その場しのぎの手っ取り早く結果を出すための小手先のテクニックによる対応ではないと言うことです。**

私のコンサルティング先には、**本物の地域一番歯科医院としての品格、人間力、技術力を併せ持った医院を目指して頂いています。**
小手先の活性化は求めませんし、提供をしません。
そのためには、もちろん本物のコンサルティングが必要となりますので、その**本物のコンサルティングを提供する**ことをコンサルティング・ポリシーの第1に上げています。

2. 現場主義

「10年ルール」「1万時間の法則」をご存じでしょうか。
米国のマルコム・グラッドウェル氏が著書の中で提唱をしているものですが、
アイスホッケー選手、サッカー選手、バイオリニスト、ピアニスト、作曲家、小説家など、

様々な分野の**プロで世界的なレベルに達した人には、例外なく１万時間の訓練期間（現場での時間）と10年のキャリアがあった**ことを指摘しています。

３歳の時から練習をしていたイチロー選手はもとより、史上最年少の男子プロゴルファー、石川遼さんも、6歳からゴルフを始めていますし、女子プロゴルファーの宮里藍さんも4歳から練習をスタートさせています。つまり若くして１万時間の練習と１０年のキャリアを持っていたわけです。

私は、この法則に則って、徹底した現場主義を貫いています。
コンサルタント経験は中小企業診断士として28年目を迎えます。また**歯科医院の現場コンサルティングは2万3000時間を超えています**。

現在は1年間に延べ220医院にお伺いをしてコンサルティングをしています。また年間延べ2500人の院長、夫人、勤務 Dr、スタッフの方々と面談をしています。
まさに現場で何が起きているのかを現場で見て、現場で聴いて、現場で感じて、医院全員で現場で一緒に改善をしているのです。

歯科コンサルタントの中でも日本で一番現場に出向いていると思います。歯科医院の「今」現場で起きている課題を解決するには**現場での院長、院長夫人、スタッフの方々の生の悩み、苦しみ、思いに真っ正面から向かい合う**必要があります。その現場を徹底的に重視しているということがコンサルティング・ポリシーの第２です。

3. 原理原則・事例主義

物事には原理原則があります。経営やコンサルティングでも同じです。経営やコンサルティングを上手に行っていくには法則があります。それは**①時流に適応すること　②原理原則に従うことの2つです。**

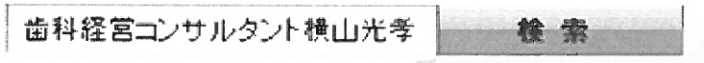
両方とも大事ですが、**時流に乗っただけの経営やコンサルティングでは、時流が変わった時に大きく業績を落とします。その時に影響を受けないのが原理原則経営**なのです。
私のコンサルティングでは、時流適応と同時に、**コンサルティングをするのが難しい原理原則経営のコンサルティングを提供しています。**
つまり地域一番歯科医院の原理原則を徹底してコンサルティング先医院に実践をしてもらうのです。
この原理原則の徹底は簡単ではありません。**数々のメゾットを徹底的に現場に落とし込んでいく**のです。実はこれが出来るコンサルタントはそうはいません。どちらかというと時流適応でその場をしのいでいく方が楽です。だからそのような提案ばかりをするコンサルタントが多いのも事実です。しかし、それでは本物医院にはなれません。

私は**本物主義、現場主義を通して本物医院の原理原則を数多く蓄積してきました。**この事例をもとに本物医院づくりをすることをコンサルティング・ポリシーの第３としています。

私が提供するのは「本物医院」へのコンサルティングです。小手先ノウハウで作ることの出来る**「人気医院」ではありません。人気はいずれ落ちます。**

本物の医院には、本物の院長、本物のスタッフが必要です。ですから当然、共に本物を目指す私自身も目指しているのは**「人気コンサルタント」ではなく「本物コンサルタント」なのです。**

私の本物コンサルティングに関する実際の院長、院長夫人、スタッフの方々の生の声は是非、HPをご覧下さい。医院名、実名、顔写真入りで語って下さっています。



＜自己紹介＞

大学時代のアルバイトで**ホスピタリティの醍醐味と出会う。**

その後、お客様を**おもてなしすることの奥深さを知りたくてサービス業界に就職**をしてサービス、おもてなしの日々を送るも始めは自分ひとりでお客様にサービスをしていれば良かったが、運営管理を任せられるようになると**サービスマネジメントの必要性**に気付かされることになる。

チームのスタッフを通してお客様に満足をして頂く、感動をして頂かなければ結果への責任が果たせない立場になる。マネジメントとマーケティングの勉強を否応なしにせざるをえない中で平成８年に**中小企業診断士の資格を取得。**

その後、**業種特化型コンサルティング会社に就職**をして、**８年間コンサルタント**として数多くの支援企業の業績アップに携わる。

現在は**歯科医院において、過去のコンサルティング経験を活かして「本物医院づくり」のコンサルティングを展開している。**

【横山をより知っていただく為に】

幼少の頃は**おとなしい子供**だった。**よく風邪を引き、**母親は商売をしながら私の看病をするのは大変だったと思う。何しろ父親は根っからの商売人で**１年３６５日休むことが皆無。**私が物心ついた時から大学に進むまで**休んだ日は一日も無い**という**筋金入りの商売人。**

そんな父親と一緒に商売をしている母親はたまったものではなかったと思う。商売だけでなく**経理もこなし私と弟の子育て**もある。その両親の勤勉さで学校に行くことも、育ててもらうことも出来たのだから**感謝をしなければならない。**

しかし当時の私にはそんな親の苦労など全く分かるはずもなく**同級生が日曜日にお父さんと遊んでいるのを見ると羨ましかった。**

小学校に入ると**丈夫になるためという理由で少林寺拳法**を習い始める。その頃は**Bruce Lee**に徹底的にはまった。何度も映画を見ては、鏡の前で回し蹴りのポーズを一日中練習して表情、歩き方、振る舞いなど生活の全てでLeeになり切っていた。

そのかいあって**日本武道館の全国大会に出場**したこともあるが当時**初段の私が４級の拳士に負けて**悔しい思いをした。いや、むしろ恥ずかしかった。黒帯があっさり緑帯に負けてしまったのだから。悔しさをバネに更に自分を鍛える！訳でもなくそれ以後、武道館にはコンサート以外では足を踏み入れないことにしている。

大学時代のアルバイトで**ホスピタリティの醍醐味に出会う。**
その後、お客様をおもてなしすることの奥深さを知りたくてサービス業界に就職をして、おもてなしの日々を送るも始めは自分ひとりでお客様にサービスをしていれば良かったが、**運営管理を任せられるようになる**と**サービスマネジメントの必要性**に気付かされることになる。

チームのスタッフを通してお客様に満足をして頂く、感動をして頂かなければ結果への責任が果たせない立場になる。
戦略を打ち出し、リーダーシップを発揮し**人をまとめ成果を出すということの難しさ。**この時期は大いに悩みました。**人を管理する**ということに。自分にはどうしてまともな部下が来ないのか、どうして頼れる右腕は出来ないのかと毎日思っていました。

２０代前半で**店舗運営責任者**として**店舗の業績やチームの教育**を任されてはいましたが、スタッフの**遅刻は当たり前、無断欠勤は日常茶飯事、スタッフルームの壁には足で蹴った穴**が空いている。当然スタッフとの雰囲気も悪く**挨拶どころか目を合わせることもなく**仕事をしていました。

新橋にあるその店の**業績はどんどんダウン**していきます。当然ですよね。お客様よりも従業員の**気に食わないことに意識が集中**しているんですから。毎月の**業績検討会**では売上予算対比・部下育成を中心に会議があるのですが、**毎回、私が血祭りに**上げられていました。

ある夜、会社の社長がフラリと店にやって来て、かなり酔っていましたが**「何で売上が悪いんだ！」**と叫び私を**殴る蹴るの大暴れ**をした事があります。何人ものお客様のいる前で…。**メガネが吹っ飛んでいった**ことを覚えています。普段仲の悪かったスタッフが無言で持ってきたメガネを奪い取り、いたたまれず店を飛び出して見上げた時に歪んで見えた**西新橋交差点にあるビルの看板**は心の奥に焼き付いています。

今でもこの交差点を通る度に看板を見るとあの時のことがよみがえってきます。

「ちくしょう、今に見てろ！」と思いながら**売上を上げる方策、人を育てる答え**を探しました。その答えのヒントを周りの人や**書籍**に求めると、**人に関することで悩んでいる人の多さ、人に関する書籍の多さ**に驚く。そうだったのか！こんなにも**多くの人が人に関して悩んでいるのか！**

デール・カーネギー著**「人を動かす」**を読んだ時の衝撃は忘れません。自分がやっていたことのほとんどが**「人が動かない」**ことばかりだったのです。

当時は人手不足の超絶頂期、その中で**人材を確保しモチベーションを上げリーダーシップを発揮し結果につなげる方法**はたった一つしかありませんでした。
「自分が変わる！」「考え方を変える」「行動を変える」ということで人に接して**結果を変えて**いきました。

もう一冊ビジネス書で気づきを与えてくれたのが**船井幸雄会長**の著書**「上に立つものの人間学」**です。経営マネジメントというと**知識偏向**になり勝ちですが、船井会長の書籍を読むことで**経営には「人間的要素」が大きく影響**をすることを知ることが出来ました。

中でも**「企業はトップ一人で 99.9%以上決まる」**という言葉には感慨深いものがありました。経営者に業績が悪いと殴られた時、会社を良くするためにとことん働こうとは思えませんでした。

本当に**「経営は人だ」**と思いました。

これから多くの経営者が**人に関することで悩むケースが増えて行く**だろうと感じ、自分は**経営者と共に企業を良くしていく**職業である**コンサルタントになろうと決心**をしたのです。

またビジネスで結果を出す為には他にも**マーケティング、マネジメント、ファイナンスなどの能力が欠かせず、**この領域も勉強して**中小企業診断士の資格を取得**しました。

この時は大いに勉強をしました。**朝４時に起きて出勤前に３時間勉強、１４時間働いて帰宅後３時間勉強、**当然**通勤途中はテープ学習**をするなど**「仕事」「勉強」「睡眠」の３語で一日のライフスタイルが事足りる**生活を**３年間**過ごしました。

第３次実習試験の同期は**都市銀行**や**一部上場企業**の**年上の管理職**ばかりでしたが一緒に**業界トップのコンビニエンスストアや商店街の経営診断**を出来たことは実に勉強になりました。

経営への知識・情報・資格を得て**業種特化型の○○コンサルティング会社に入社**し**コンサルタントとして経営支援**をするようになりました。

経営支援の中で忘れられない事は**焼肉店の経営支援**をしている時に**ＢＳＥが起きた**ときです。

それまで順調に業績を伸ばしていたその店は**１日８０万円を売上げ**ていました。
しかし**ＢＳＥ報道の翌日にはお客様はゼロ！**全くの**ゼロ！**一人も来ません。

実は**１日８０万円の売上**をあげる**店舗スタッフのモチベーション、ホスピタリティは半端ではありません。**ソフトもハードも**モチベーションも完全に地域一番**です。

そこの**女性店長**は**お客様のお顔、お名前、好みを５００人以上覚えています。**お客様の**好みの食材が入荷**した時に**連絡すると来店してくれる信者客**が**個人レベルで５００人以上**いるのです。その店が**来客ゼロ！**

今がどんなに繁盛していても、集客していても**いつ何が起こるか分からないのが経営**です。

その店長はお客様に**電話をかけまくり**ました。「うちの肉は本当に安全なものですよ。どうぞ安心してご来店下さい」と**５００人を超える全員に電話**をかけました。電話だけでなく、**手紙を書き、訪問をし、**自店の**良さを説明して回り**ました。

ＢＳＥ以前から**店舗の半径１５０ｍを掃除していた**彼等です。その彼等が**必死になって**安心を訴えて来店をお願いしているのです。お客様は**見ていないようで見ています。程なくまた繁盛店**になって行きました。

売上予算とか**来客予測**とかいう言葉がありますが、本当は**お客様が来て下さる保証など、どこにもないのです。**お客様が**ドアを開けて入って来て下さる、電話をかけて来て下さる**という事は**どれだけ有難いことなのか。**どれだけ、そのことに**感謝できているのか。**

それを**お客様がゼロになってから気付いても取り返しがつかない**のです。
たとえＢＳＥのように**外的要因だとしても、お客様は容赦してくれません。**お客様に**言い訳は一切通用しません。**その中で**成果を出していくことが出来るのがプロフェッショナル**です。

原因がＢＳＥならば**誰でも**瞬時に**経営危機を感じることはできます。**普通、**お客様は徐々に減っていく**のです。**日頃から問題意識を持つ**ということの重要性。それを痛いほど知らされました。

コンサルティング情報を収集している時、当時Ｆ総研の**歯科医院コンサルティング**と**岩渕龍正**の名前を知りました。その当時、岩渕が発行していたメルマガを随分と**モチベー**

ションの高いメルマガだなと感じたのを覚えています。

その後メルマガの発信元がＦ総研から経営戦略研究所に変わり**ジェームス・スキナー氏のセミナーへの招待**がありセミナーに参加をしたことが大きな転機になりました。このようなセミナーを**多くの人に勧めている人物**と**仕事をしたい！**

このような会社で**自分も成長に挑戦**をしたい！という思いで経営戦略研究所の門をたたき、一緒に挑戦をしていくことになりました。

今では前職の**経営コンサルタント経験**を踏まえ、毎月**本物歯科医院創りのコンサルティング**に**全力で挑んでいます。**

日々、コンサルティングをしていて感じるのは**歯科医院**でも**サービス業**でも**フードビジネス**でも**成功をしていく経営者（院長）には、本当に共通した原理原則がある**ということです。

コンサルティングを通して**原理原則を身に付けた院長の医院は本当に業績が伸びていく**のです。

また、**業績が伸び出した医院の課題や取り組み**が、前職のコンサルティング先の**中堅企業の課題と非常に良く似てきている**ことも感じます。

組織体、事業体というのは伸びているとき、成長しているときには似たようなステージがあることを確信しました。

歯科医院の皆様！一緒に**最高のライフステージ**を築き上げましょう！

歯科医院経営を通じて最高の自分を見つけましょう！
それは決して**楽ではありませんが必ず出来る事**です。

一緒に自ら機会を作り出し、機会によって自らを変えていきましょう！

どうぞ、よろしくお願いを致します。

第１講座

DH１人月間300万円達成
システム導入の概要

歯科医院地域一番実践会
地域一番ディレクター　横山　光孝



・DH1人月間300万円達成システム公開セミナーの講義に関して

・経営者、経営幹部の方を対象とした内容

・診療における医療の重要性は大前提

・数値の重要性

・医業収入、売上、利益、収益、給与、歩合・・・

・まず自医院のメンテナンスの課題を明確にする

→自医院の問題点のアンテナを立てておく

→問題意識の数が成長度合いの数

→「やった方が良いこと」を研修報告書にどんどん記入する

1. システム導入【タスクシフトの考え方】
2. ＤＨの採用・定着
3. 歯科衛生士教育
4. リコールシステム・データ公開
5. ＤＨ人事評価制度・給与体系の仕組み
6. まとめ

・どんな医院もゼロからスタートする

→全ての医院が「やること」の実践から

→2億、3億、5億、8億、10 億医院へと成長していく

→「やれば成果が出ること」を確実に実施していく

→スタッフの給与、待遇は「医院の成果」があって実現する⇒具体的に何をするのかに焦点を当てる

＜帳票資料集＞

講義内で使用する帳票類です

衛生士リコール集計表

1ヵ月目標点数　　点
1日目標点数　　点

実労働日数
0　日

担当:
2022年　1月

		予約人数	対応人数				TELキャン		無キャン		全体キャン		保険点数			自費収入	医業収益	保険人数計	1人当り点数	雑収	お通し率		アポ確定率		リコール間隔																		SPT2	備考
			メンテ枠	治療枠	自費	計	人数	(%)	人数	(%)	人数	(%)	メンテ枠	治療枠	点数計						人数	(%)	人数	(%)	1M	TEL	無	2M	TEL	無	3M	TEL	無	4M	TEL	無	6M	TEL	無	1Y	TEL	無	計		
1	土							–		–		–										–		–																				
2	日							–		–		–										–		–																				
3	月							–		–		–										–		–																				
4	火							–		–		–										–		–																				
5	水							–		–		–										–		–																				
6	木							–		–		–										–		–																				
7	金							–		–		–										–		–																				
8	土							–		–		–										–		–																				
9	日							–		–		–										–		–																				
10	月							–		–		–										–		–																				
11	火							–		–		–										–		–																				
12	水							–		–		–										–		–																				
13	木							–		–		–										–		–																				
14	金							–		–		–										–		–																				
15	土							–		–		–										–		–																				
16	日							–		–		–										–		–																				
17	月							–		–		–										–		–																				
18	火							–		–		–										–		–																				
19	水							–		–		–										–		–																				
20	木							–		–		–										–		–																				
21	金							–		–		–										–		–																				
22	土							–		–		–										–		–																				
23	日							–		–		–										–		–																				
24	月							–		–		–										–		–																				
25	火							–		–		–										–		–																				
26	水							–		–		–										–		–																				
27	木							–		–		–										–		–																				
28	金							–		–		–										–		–																				
29	土							–		–		–										–		–																				
30	日							–		–		–										–		–																				
31	月							–		–		–										–		–																				
合計		0	0	0	0	0	0	–	0	–	0	–	0	0	0	0	0	0		0	0	–	0	–	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	–
平均		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	–	#DIV/0!	–	#DIV/0!	–	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	–	#DIV/0!	#DIV/0!	–	#DIV/0!	–																			0	#DIV/0!	–

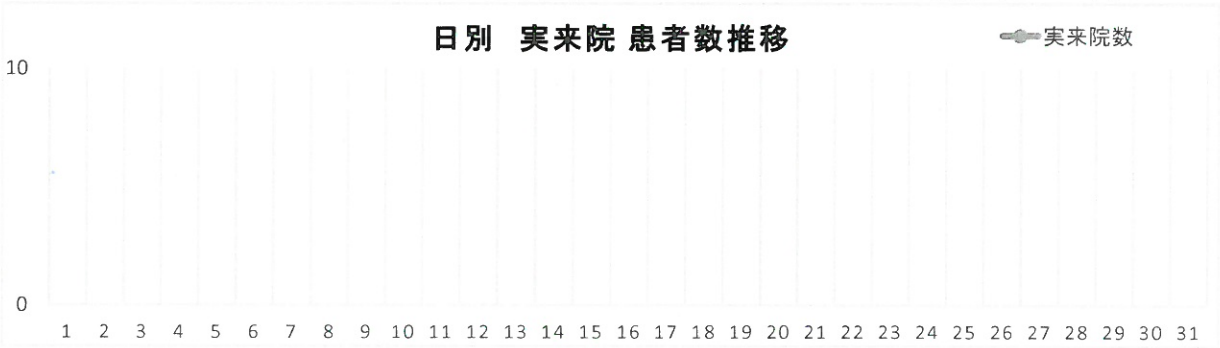
2022年　来院実績表

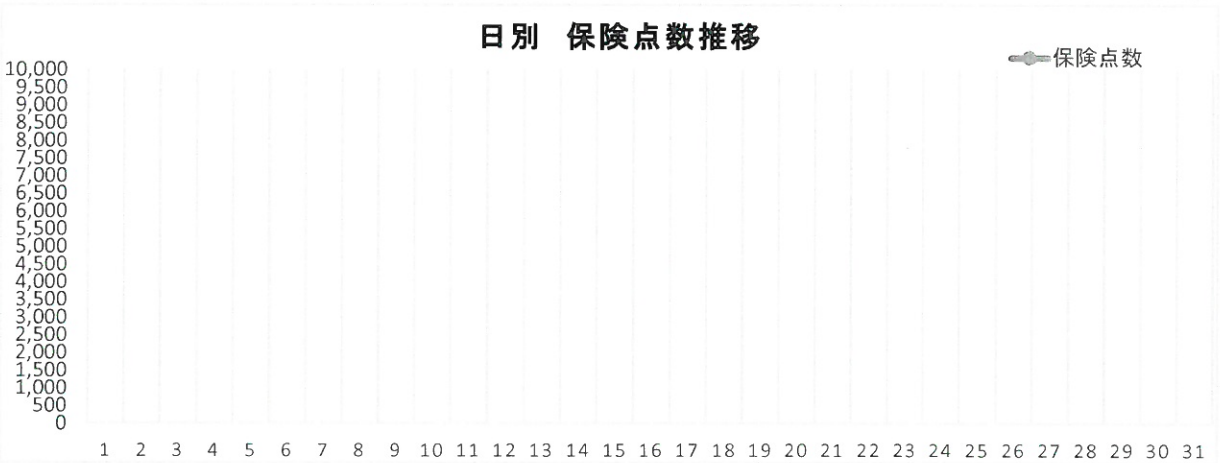
年月	日数	レセプト枚数	保険点数	1枚点数	保険人数	1診療点数	1日人数	月回数	新患人数	再初診人数	急患人数	急患率	終了人数	予約総数	無断キャンセル	電話キャンセル	キャンセル率	無キャン率	中断延人数	中断率	1日点数	自費収入（円）	雑収入（円）	自費率（%）	診療実績（円）	自費人数	入金人数	お通し予約人数	お通し人数	お通し率	紹介人数	紹介率
前月																																
1月	0.0	0	0		0				0	0	0		0						0			0	0		0	0	0					—
2月	0.0		0																0			0	0		0							—
3月	0.0		0																0			0	0		0							—
4月	0.0		0																0			0	0		0							—
5月	0.0		0							0									0			0	0		0							—
6月	0.0		0																0			0	0		0						0	—
7月	0.0		0										0						0			0	0		0							—
8月	0.0		0								0								0			0	0		0							—
9月	0.0		0													0			0			0	0		0							—
10月	0.0		0							0			0	0	0	0			0			0	0		0							—
11月	0.0		0							0				0	0	0			0			0	0		0						0	—
12月	0.0		0																0						0						0	—
合計	0	0	0		0				0	0	0		0	0	0	0			0	–		0	0		0	0	0	0	0		0	—
平均	—	—	—	–	—	–	–	–	—	—	—	–	—	—	—	—	–	–	—	—	—	—	—	–	—	—	—	–	–	–	—	–
昨年平均																																

▲▲歯科医院　リコール集計表

2022年　　1月

日	曜日	予約人数	実来院数	TELキャン	TELキャン率	無キャン	無キャン率	キャンセル合計	全体キャン率	リコール来院率	保険点数
1	土				-		-		-	-	
2	日				-		-		-	-	
3	月				-		-		-	-	
4	火				-		-		-	-	
5	水				-		-		-	-	
6	木				-		-		-	-	
7	金				-		-		-	-	
8	土				-		-		-	-	
9	日				-		-		-	-	
10	月				-		-		-	-	
11	火				-		-		-	-	
12	水				-		-		-	-	
13	木				-		-		-	-	
14	金				-		-		-	-	
15	土				-		-		-	-	
16	日				-		-		-	-	
17	月				-		-		-	-	
18	火				-		-		-	-	
19	水				-		-		-	-	
20	木				-		-		-	-	
21	金				-		-		-	-	
22	土				-		-		-	-	
23	日				-		-		-	-	
24	月				-		-		-	-	
25	火				-		-		-	-	
26	水				-		-		-	-	
27	木				-		-		-	-	
28	金				-		-		-	-	
29	土				-		-		-	-	
30	日				-		-		-	-	
31	月				-		-		-	-	
合計		0	0	0	-	0	-	0	-	-	0
平均		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	-	#DIV/0!	-	#DIV/0!	-	-	#DIV/0!





次回アポイント取得表

2019 年 1 月

	▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			▲▲			全体		
	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率	予約数	ｱﾎﾟ取得	取得率
1 日																																				
2 月																																				
3 火																																				
4 水																																				
5 木																																				
6 金																																				
7 土																																				
8 日																																				
9 月																																				
10 火																																				
11 水																																				
12 木																																				
13 金																																				
14 土																																				
15 日																																				
16 月																																				
17 火																																				
18 水																																				
19 木																																				
20 金																																				
21 土																																				
22 日																																				
23 月																																				
24 火																																				
25 水																																				
26 木																																				
27 金																																				
28 土																																				
29 日																																				
30 月																																				
31 火																																				
計	0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0		0	0				
平均			–			–			–			–			–			–			–			–			–			–			–			–		

中断リスト

H31

	No.	氏名	最終来院日 （中断日）	担当	TC	中断TEL日	結果	備考
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								

初診・再初診治療フローチャート　　月

						初診資料							症例検討会		現状シート		補綴Con.				部分Con.				
	カルテNo.	患者氏名	Dr.	初診日	紹介	初Con.	P	C	X	F	DH	DH名	再有	日付	5本以上	S-Con.	計画書	担当	説明	決定	部位	治療終了	終Con.	SPT	メンテ
1		様																							
2		様																							
3		様																							
4		様																							
5		様																							
6		様																							
7		様																							
8		様																							
9		様																							
10		様																							
11		様																							
12		様																							
13		様																							
14		様																							
15		様																							
16		様																							
17		様																							
18		様																							
19		様																							

新患経過表

No.	月	日	カルテNo.	新規患者名	来院経路	パノラマ	カリエスチェック	コース	担当者 Dr.	担当者 DH	担当者 TC	コンサル 初診	コンサル セカンド	コンサル 治療計画	コンサル インプ矯正	コンサル 自費契約	コンサル メンテ	経過確認日 治療中	経過確認日 中断最終来院	経過確認日 終了最終来院	経過確認日 メンテ来院	中断TEL	中断ハガキ	中断保来院	検査5mm	FOP	アドレス登録	その他	次回予約	TEL日	アポ確定日	終了	備考欄	キーワード1	キーワード2	キーワード3
1	1																																		
2	1																																		
3	1																																		
4	1																																		
5	1																																		
6	1																																		
7	1																																		
8	1																																		
9	1																																		
10	1																																		
11	1																																		
12	1																																		
13	1																																		
14	1																																		
15	1																																		
16	1																																		
17	1																																		
18	1																																		
19	1																																		
20	1																																		
21	1																																		
22	1																																		
23	1																																		
24	1																																		
25	1																																		
26	1																																		
27	1																																		
28	1																																		
29	1																																		
30	1																																		
31	1																																		
32	1																																		
33	1																																		
34	1																																		
35	1																																		
36	1																																		
37	1																																		
38	1																																		
39	1																																		
40	1																																		
41	1																																		
42	1																																		
43	1																																		
44	1																																		
45	1																																		
46	1																																		
47	1																																		
48	1																																		
49	1																																		
50	1																																		
51	1																																		
52	1																																		
53	1																																		
54	1																																		
55	1																																		
56	1																																		
57	1																																		
58	1																																		
59	1																																		
60	1																																		
61	1																																		
62	1																																		
63	1																																		
64	1																																		
65	1																																		

診療実績データ分析表

医院名　　◢◢歯科医院　　令和 4 年度

医師数	スタッフ数	ユニット数	診療所面積
			坪

年月	日数	レセプト枚数	保険点数	1枚点数	延人数	1診療	1日	月回数	新患	再初診	急患	急患率	終了	予約	無断	電話	キャンセル	無キャン	R対象	R予約	リコール	中断	中断率	1日	自費収入	雑収入	自費率	自費	自費	診療実績
						点数	人数		人数	人数	人数		人数	総数	キャンセル	キャンセル	率	率	患者数		反応率	延人数		点数	(円)	(円)	(%)	人数	診療率	(円)
昨年末																														
1月	0.0	0	0		0				0	0	0		0	0	0	0			0	0		0	######		0	0		0		0
2月	0.0	0	0		0									0					0	0					0	0				0
3月	0.0	0	0		0									0					0	0					0	0				0
4月	0.0	0	0		0									0					0	0					0	0				0
5月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
6月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
7月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
8月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
9月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
10月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
11月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
12月		0	0		0									0					0	0					0	0				0
合計	0	0	0		0				0	0	0		0	0	0	0			0	0		0	–		0	0		0		0
平均	####	#DIV/0!	#DIV/0!	–	#DIV/0!	–	–	–	######	######	######	–	######	######	######	######	–	–	######	######	–	######	######	–	#DIV/0!	#DIV/0!	–	#DIV/0!	–	#DIV/0!
昨年平均																														

第２講座

DH１人月間300万円達成
システムの内容公開

医療法人篤志会　さこだ歯科
最高執行責任者　伊黒　香織

SAKODA
DENTAL
CLINIC

第３講座

DH１人月間300万円達成
システム導入のポイント

歯科医院地域一番実践会
地域一番ディレクター　横山　光孝



・さこだ歯科さんだから出来る

→伊黒さんだから出来る

→伊黒さんの初コンサルティング面談

→「○○さんを辞めさせて下さい」

→当時ユニット4台から・・・51台

→チーフが変われるかどうかで医院未来が決まる

・チーフの視点を経営者視点に変える

※「　　」の解答はテキスト巻末にあります

→「虫の目」から「　　」に視点を上げる

→「目の前のスタッフの出来ていないこと」から

→「医院全体を客観的に見る視点」に変える

→「客観的に見る」＝（　　）で判断する

→医院の現状、スタッフの状態は数値に出る

・給与・賞与・・・21%　　・勤務時間・・・17%

・福利厚生・・・10%　　・休日休暇・・・10%

・合計・・・58%

→スタッフ要求の重要項目6割・・・給与、休み、待遇

・人件費率の考え方で医院の成長が決まる

→今の医業収入の適正人件費率では、今の医業収入止まり

→目指す医業収入の適正人件費を投資することが成長につながる

・給与・賞与・・・21%　　・勤務時間・・・17%

・福利厚生・・・10%　　・休日休暇・・・10%

・合計・・・58%

→労働時間は短く、給与は高く

→診療時間は短く、売上（　　）は高く

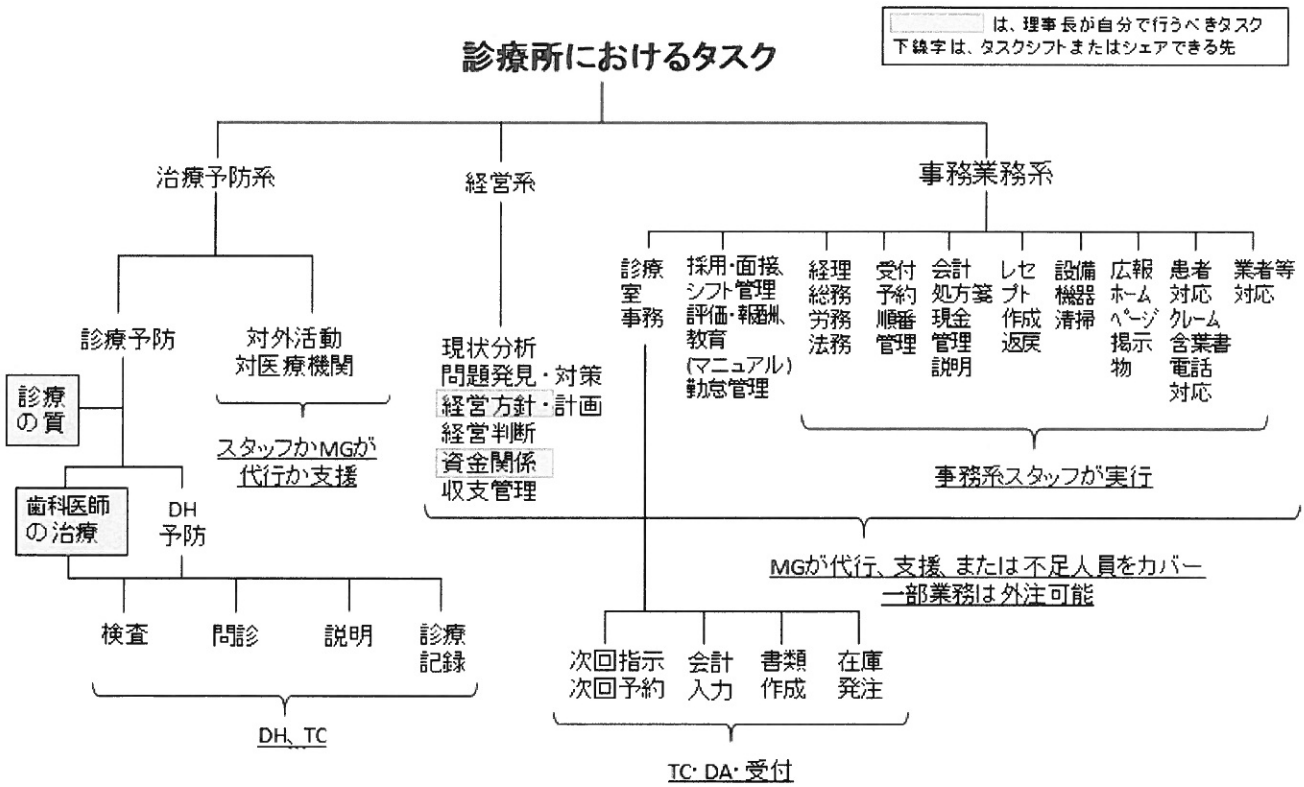
・対応策

1. 売上をアップする

2. 経費をコントロールする

3. 生産性をアップする

⇒タスクシフトによる医院のシステム化をはかる



・「経営をするための組織」が必要になる

→経営企画室、経営事務、人事部、SNS関連部

→「経営をするための組織」の人員は増加していく

→経営のための組織は直接的には（　　）を上げない

→「診療をする組織」の生産性をアップする

・ 3～5年目歯科衛生士の実績と歩合

→300万円×17%

＝51万円

×12ヶ月

＝612万円

→その他、各種の福利厚生など

・歯科医院経営においては

→歯科衛生士スタッフの役割は大変に重要

→勤務Drは売上アップにはつながりやすい

→Dr給与

→治療原価

→アシスト人員、アシストをDHでやっている

・メンテナンスを強化すると収益が変わる

→まずメンテナンス1枠を埋めていく

→1列をしっかり埋めて200万円を達成する

→1列200万が出来れば、250万も出来る

→その列を増やしていく

→その後、300万円を目指していく

・DHの採用

→（　　）も視野に入れた採用活動

→実習生、医院見学、就職フェア参加

→求人専用公式 LINE 登録でマネジメント

→女性スタッフはライフスタイルが変わる

→つながっておくことが重要

・DHの定着

→定着させるための5分間トーク

→何を振り返っているかが重要

→その日の最後が最重要

→「出来たこと」「出来なかったこと」を振り返らない

→新人は「　　」

・「今日、一番頑張ったことは何か」を振り返る

→新人スタッフは定着の前に、医院に慣れてもらう

→「頑張れそう」「続けられそう」の気持ちを引き出す

・成果を出せるDHを育成する

・成果を出すには「　　」で管理する

→P：目標数値

→D：実行（取り組みの経過；プロセス）

→C：チェック；具体策決定

→A：具体策実行

・「成果を出す」ための振り返りは

→結果でなくプロセスを聞く

→「　　」として徹底する

→原因、具体策のヒントは数値に出ている

→まずはキャンセル、次回アポ確定に取り組む

・キャンセル率・キャンセル人数（　　）

→中断率、中断人数

→中断させない取り組み

→術前術後のCCDカメラ、口腔内写真説明

→位相差顕微鏡検査

→LINE での告知

→次回アポを確定させる

→アポ状況（　　）
を診療中に伝達、診療後にSNSにもアップ

→メンテナンスは枠外アポが取れない

→次回アポ確定率を把握する

・（　　）へ確実に移行

→SPT2誘導管理表で管理する

・DH個々のどんな項目をチェックしていくのか

→予約人数、実来院人数

→キャンセル人数、キャンセル率（電話、無断）

→保険点数（1人、1日、1ヶ月）、自費金額、物販

→アポ取得率、（　　）

→お通し率、SPT2率、1M、2M、3Mの人数、割合

・メンテナンスを中断させない

→さこだ歯科さんのDr、TC、幹部スタッフの学

んでいること

→「　　」

→プロスペクト理論

→新人には「患者様に寄り添う診療」という表現

・患者様は合理的な判断が出来ない

→治療に関しては判断にバイアスが生じる

→（　　）

→「今までこの治療をしてきたのだから、続けたい」

→「薬を変えましょう」

→「もう少し、この薬で様子をみたい」

・「骨の痛みが出てきましたね。早いうちに症状緩和専門の先生に診てもらいましょう」

→「骨の痛みはありますが、新しい先生に診てもらうまでもないです」

・「自費治療の選択肢もあります」

→「今までの保険治療を続けたい」

→「現状維持」の気持ち

・メンテナンスに移行していく

→歯科医院には今まで痛くなったら通院していた

・SPT2に移行する

→3ヶ月に1度の来院を変えたくない

→現状維持バイアスの中で現状の行動を変えていく説得力が求められる

→信頼がないと単なる押し売り

・メンテナンスを勧めなたくない患者様への対応

→医院で基準を明確＝（　　）する

→スタッフ個人の好き嫌いを基準にしない

→メンテナンスの重要性をしっかりと認識する

・メンテナンス患者様増加と同時に必要な取り組み

→歯管文書、実地指導などの提供文書管理

→担当DHと医療事務スタッフが(　　)

・医院の知名度がアップ

→患者様が多くなる

→医院規模が大きくなる

→分院を出す

→訪問診療を始める(　　)

→脇を固めることが非常に重要

・今後、さらに重要となるマーケティングの取り組み
→SNSの取り組み

→インスタグラム・マーケティング

→予防に来るライフスタイルを持つ患者様とのコミュニケーションツールとして活用が必須

・世代別の利用者割合

・20代→64%

・10代→63．4%

・30代→48．6%

・40代→35％

・全世帯→37．8％

・男性→31．9％

・女性→43．8％

⇒20～30代の女性・・・これからの患者様層

・閲覧の目的

→有名人の投稿、画像、動画

→友人・知人や家族とのコミュニケーション

・インスタグラムが(　　)の変わりのツール化

→情報収集

→検索

→テキストでなく画像で情報収集、検索

→飲食店、ヘアサロン、ジム、商品の検索

→その流れで歯科医院も検索

・歯科医院の検索・・・DH学生は必ず見ている

・インスタグラムがHP代り

→インスタグラムをHPのように作成する

→見やすさ

→見た目のよいデザイン

→センスのあるコンテンツ

・インスタグラムの進化を取り入れていく

→マップ機能

・インスタグラムの進化を取り入れる

→「　　」機能

・自医院のインスタグラムを強くする

→いいね、投稿数、閲覧時間、DM、フォロー、保存
などを多くするとアカウントが強くなる

・ライブ配信を活用する

→小児歯科

→歯並び教室

→歯磨き教室

→マタニティ歯科

→ホワイトニング

・フォロー　アプローチを実施する

→医院に来てもらいたい患者様にアプローチする

→メンテナンス時、患者様の行っている店舗を

聞く

→雑貨、ヘアサロン、エステ、ネイル、ショップ、他

→その店舗をフォロー、いいね

→その店舗のフォロワーをフォロー、いいね

・今後、さらに重要となるSNSの取り組み

→Google 口コミへの取り組み

→コロナ禍でネットでの購入が一般化した

→ネット購入では口コミを重要視する

→商品は返品できるのに、口コミ、☆数を気に

する

→医療は返品出来ない

・就活の学生さんはインスタグラムだけでなくGoogle 口コミも見て判断をしている

→Google　口コミを見ているのは患者様だけでない

→出来れば(　　)以上を目指していく

→口コミもお願いが必要

→メンテナンス時に担当DHからお願いをしていく

・SNSの取り組みは重要

→他にも

→LINE、You Tube、Tik Tok、Face book、etc

→オンライン診療、オンラインカウンセリングの拡充

などへの対応が求められてくる

→そのためにも・・・

・成果を上げるために評価をする

→成果を上げる組織には「○○の文化」がある

・成果を上げる組織には「　　」がある

→「信用」と「信頼」

→「信用」・・・相手に対する「理性的」な判断

　きちんとすることで信用される　信用金庫

→「信頼」・・・相手との「感情的」な結びつき

　親子の関係、信用は崩れるが信頼関係は強い

・常勝チームには「信頼の文化」がある

→マンチェスターユナイテッド（サッカーチーム）

→アレックス・ファーガソン監督

→26年間で13回のリーグ優勝

→FIFA（国際サッカー連盟）会長も別格扱い

→破格のスーパースター達をどうマネジメントしたか

・ゴールが決まった時、誰を称賛するか

→シュートした選手

→パスを出した選手

→チーム全員

・ゴールを決めたシューズを磨いているスタッフに感謝、祝福をする

→(　　)で支えている人物の努力を見逃さない

→「信頼の文化」を築いていく

→ゴールを決めた選手を評価するのは信用の文化

→経営事務、消毒滅菌の影の努力を評価する医院

・システム、生産性も大事だがスタッフのサポートへの取り組みが非常に重要

・システムだけでは、人はついてこない

→マインドだけでは、戦略を間違える

→システムと人のマネジメントのバランスが高

い生産性アップを維持していくポイント

テキストの答え

＜第３講座の答え＞

１．システム導入ポイント
鳥の目
数値
利益
売上
2，3年後
出来ないことだらけ
PDCA
PDCA　MTG
無断、電話
翌日、3日後、1週間後、3ヶ月後
SPT2
次回アポ確定率
医療行動経済理論
現状維持バイアス
数値化
二重チェック
点数もアップする
HP
予約
4．5
信頼の文化
影