



YUMEOKA

# 人、お金、パワーが集まる 予防管理型医院を確立するセミナー

2012年2月5日(日)  
株式会社ユメオカ 丹羽浩之

# 自己紹介

丹羽浩之(39歳 歯科コンサル歴8年)

## ■ユメオカ・ミッション

予防管理型医院を経営面から  
サポートするプロ集団づくり

## ■趣味

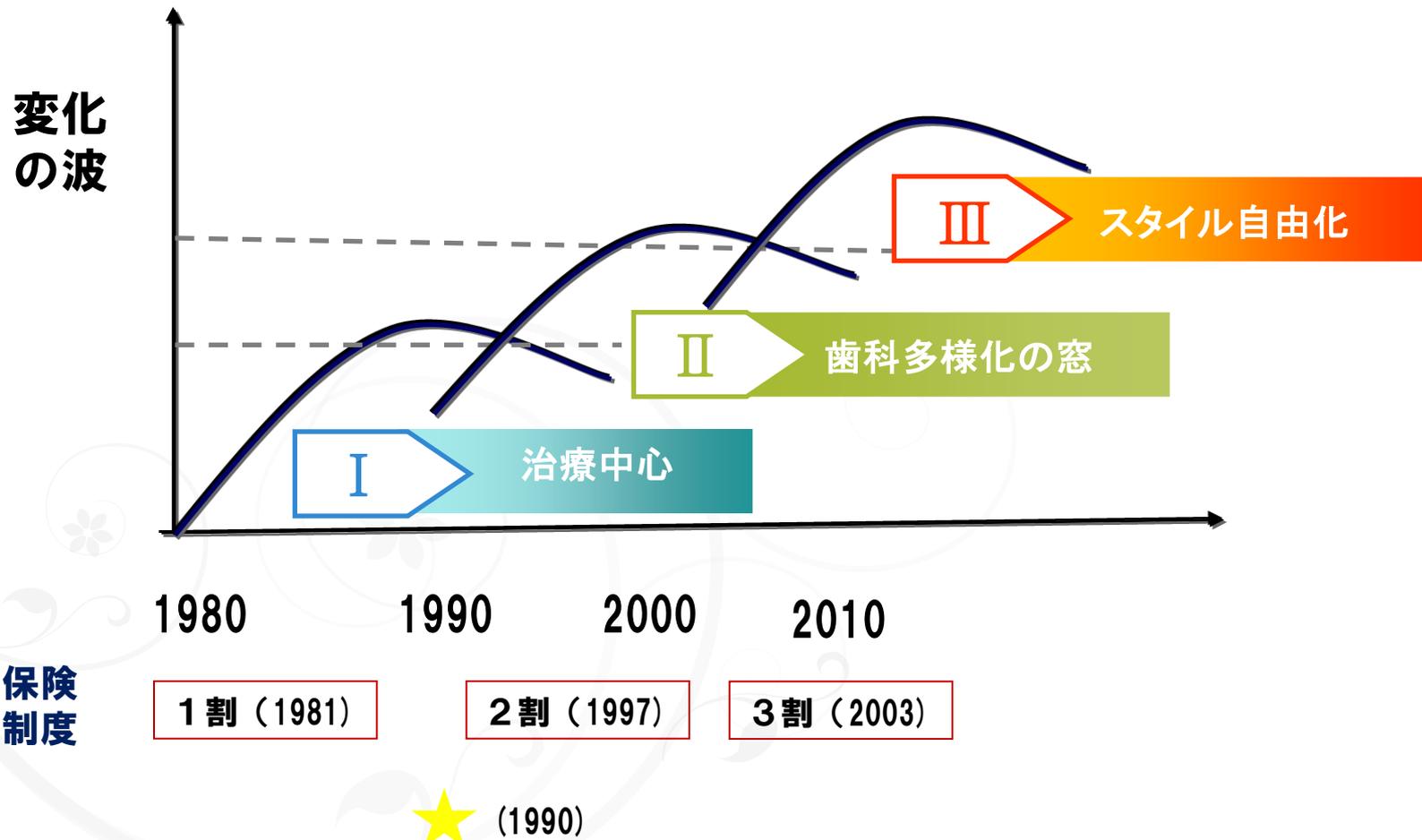
読書、雑誌の乱読、  
美術館&建築巡り、  
家電ショッパ巡り

## ■原動力

好奇心



# 歯科経営のヒストリーと3つの波



# ★ 本日の内容

- 1 苦労期の医院が「引き寄せの法則」に入るストーリー
- 2 安定期の医院が停滞から突破するストーリー
- 3 18か月の悪戦苦闘実例

# よくお聞きする院長の思い

患者さんが口コミで評判を聞きつけ、どんどん集まってくる医院にしたい

スタッフが自律的に成長し、自然に医院も発展していくスタイルがいい

毎月の返済後にも、医院にお金が残り、頑張ってくれているスタッフに還元したい

# ＊現状を見ると・・・

患者さんの評価はそれなりに高く、  
治療には5年以上の人が多いが・・・

スタッフは、2極化している

高価な投資はそんなにしてないが、医院には  
思ったほどお金も残らない

# 過去に取り入れてみたこと

自費説明資料

患者来院記録簿

コーチングセミナー・コース

ポスター

電子スライド

# ★そこで考えた策

~~■カウンセリング導入~~

~~■プロジェクト化の推進~~

# 何が違うのか？

リーダーシップ？

スタッフの質？

地域性？

# 真の解決策は2つ

苦劳期

①「カウンセリングをしたい」  
とスタッフに思わせ続ける

患者数延べ800人/月  
or  
売上500万円/月

安定期

②焦点を何にしたらいいか？  
全員で共有できる状態づくり



# 苦劳期のストーリー

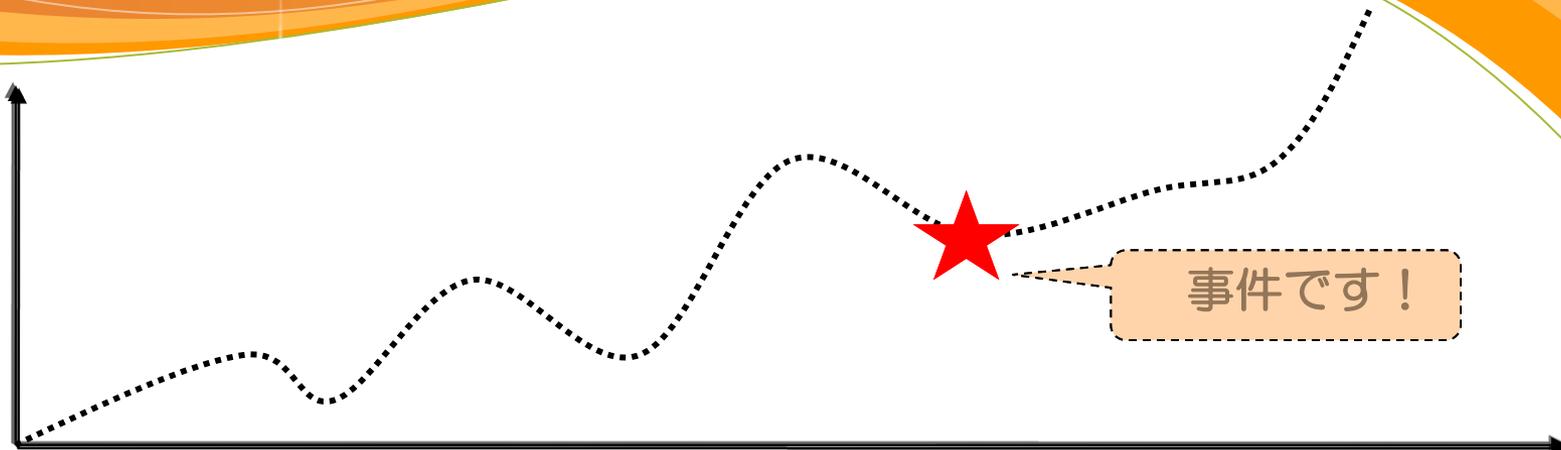
# 【苦労期】の解決策

## 目的

「カウンセリングをしたい」  
とスタッフに思わせ続ける

# 3つのPhaseに分けて進める

活気



事件です!

## Phase I

- ・ビジョン共有
- ・ミーティング習慣
- ・初診カウンセリング

## Phase II

- ・他カウンセリング
- ・知識向上勉強会

## Phase III

- ・担当役割制

院長

大義名分

教材ノウハウ

バランス確認

# 苦労期を乗り越えるために

## 苦労期

- ◆ スタッフをのせてあげること  
(1歩引いて、大人になる)
- ◆ 自分を責めないこと  
(心が折れないようにする)

# 「引き寄せの法則」ステージ

④引き寄せ

③一体感

②つながり（向上心）

①存在価値（楽しい）

高まり



# Phase I : ビジョン

- ・ 患者さん
  - ・ スタッフ
  - ・ 医院
- を盛り込む

サンプル作成カリキュル

## クリニックビジョン

	目標項目	【1年後】 2011年度	【3年後】 2014年度
経営方針	- その年に一頁して徹底したいこと	- 患者さんのベースにあった治療を全スタッフが実行する	- 「治療ベースを選択できる、治療内容に いかに精通できる歯科」として評判に - 予防の患者さんの増加
院長	- 個人的な取り組みとして	- 予防歯科基礎知識の把握 院内での実施 - カウンセリングの質の向上として トレーニングを繰り返す	- 矯正のセミナー受講 - スタディグループに参加し、輪齿く歯本例 を学ぶ
経営戦略	- 目標を達成するために、どのような 作戦で向かうか	- かがりつけ患者（※）数の増加（2割増） （※何もなくても定期的に来院される人） - 院内独自のカウンセリングスタイルが確立 （患者さんの希望するベースを引出すことと並行） - 予防に対する知識をスタッフ全体で向上  - イベントの実施 - スタッフ同士で年2回	- （1.5倍に）  - 全スタッフが、患者さんのベースに合わせた 提案ができる - 予防患者さんから家族紹介を積極的に取り組み を実施  - 患者さんをお客さんでイベントの実施  - 休日を増やす、1日特設日を増やす1日つくる
ビジョン (目標)	◇売上規模ビジョン	- 売上 7000万円 - 稼働率85%、リコール率30% - 自費率25%以上	- 売上 1億円 - 稼働率90%、リコール率40% - 自費率30%以上

できるだけ具体的に  
数字を盛り込む

スタッフのワークスタイル入れ、  
「エゴヒット」を融合させる

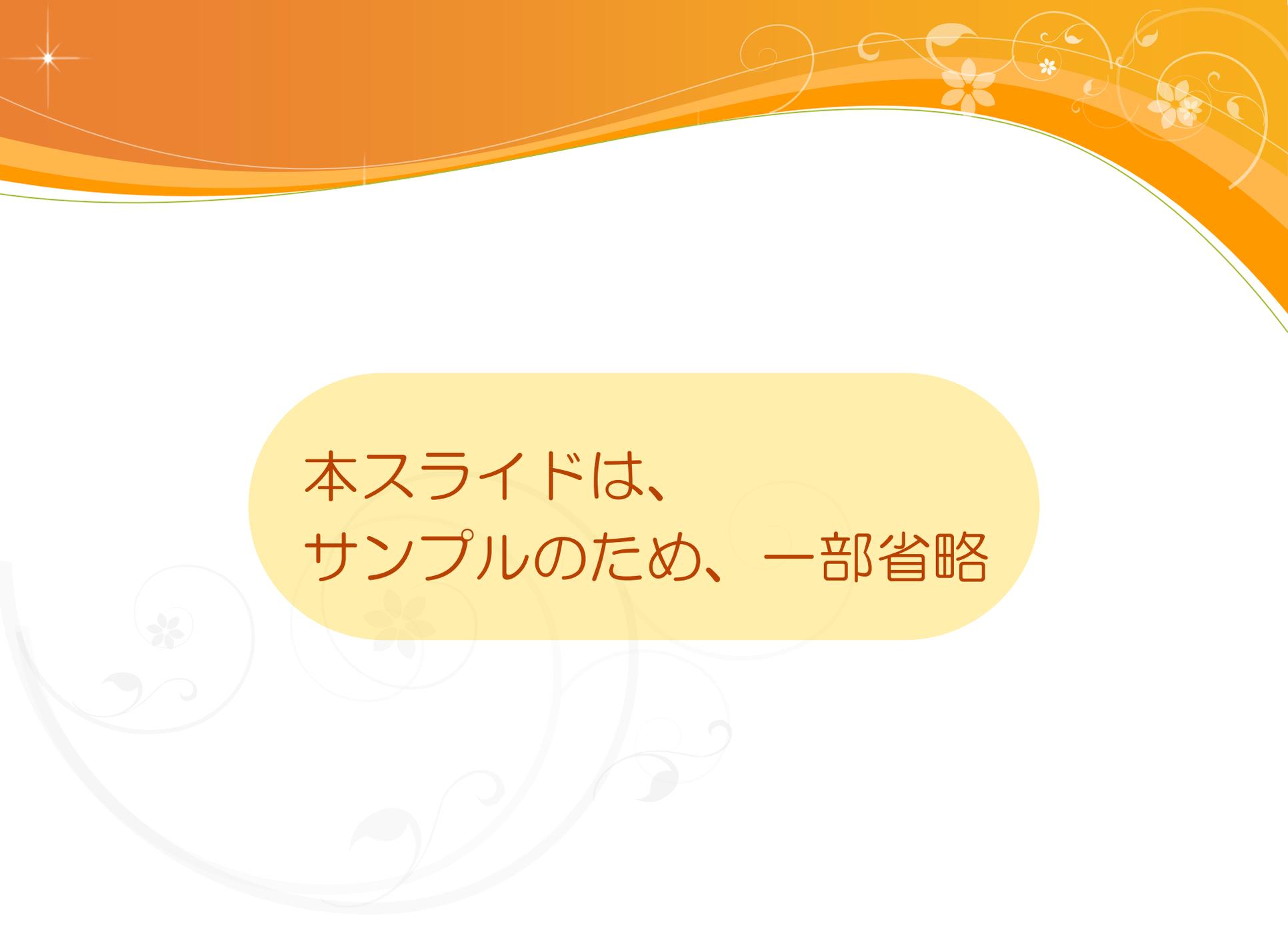
サンプルはユメオカWebの「無料コンテンツ」からDL可能

# ★ Phase I : 院内ミーティング

## 『テーマ設定例』

- 1・嬉しかった患者さんのエピソード
- 2・医院の歴史を振り返る
- 3・メンテナンスに通い続ける患者さん、  
そうでない患者さん
- (4・医院の収支)





本スライドは、  
サンプルのため、一部省略



# 安定期のストーリー

# 安定期で停滞

スタッフから  
の不満出始める

- ◆ 順調に伸びてきたが、最近停滞している
- ◆ 患者数も売上も伸びているが、この先には行き詰まり感があり、漠然と不安

# ＊ 充満するスタッフの不満

- ◆ これ以上、人が増えないとリコール数増加なんて無理
- ◆ 昼休みも少なくなって、終了後はクタクタ
- ◆ 院長は何がしたいのか、分からない



# 環境改善には原資が必要

- ◆ 長期休暇、週1日の17時終了日
- ◆ 新機材の購入（例：新型のスケーラー）
- ◆ 特別手当、賞与増

• • • • •

# ＊何が必要か



定期的なズレの軌道修正

# 予防管理型医院の売上は4つの掛算

新患率

×

キャンセル率

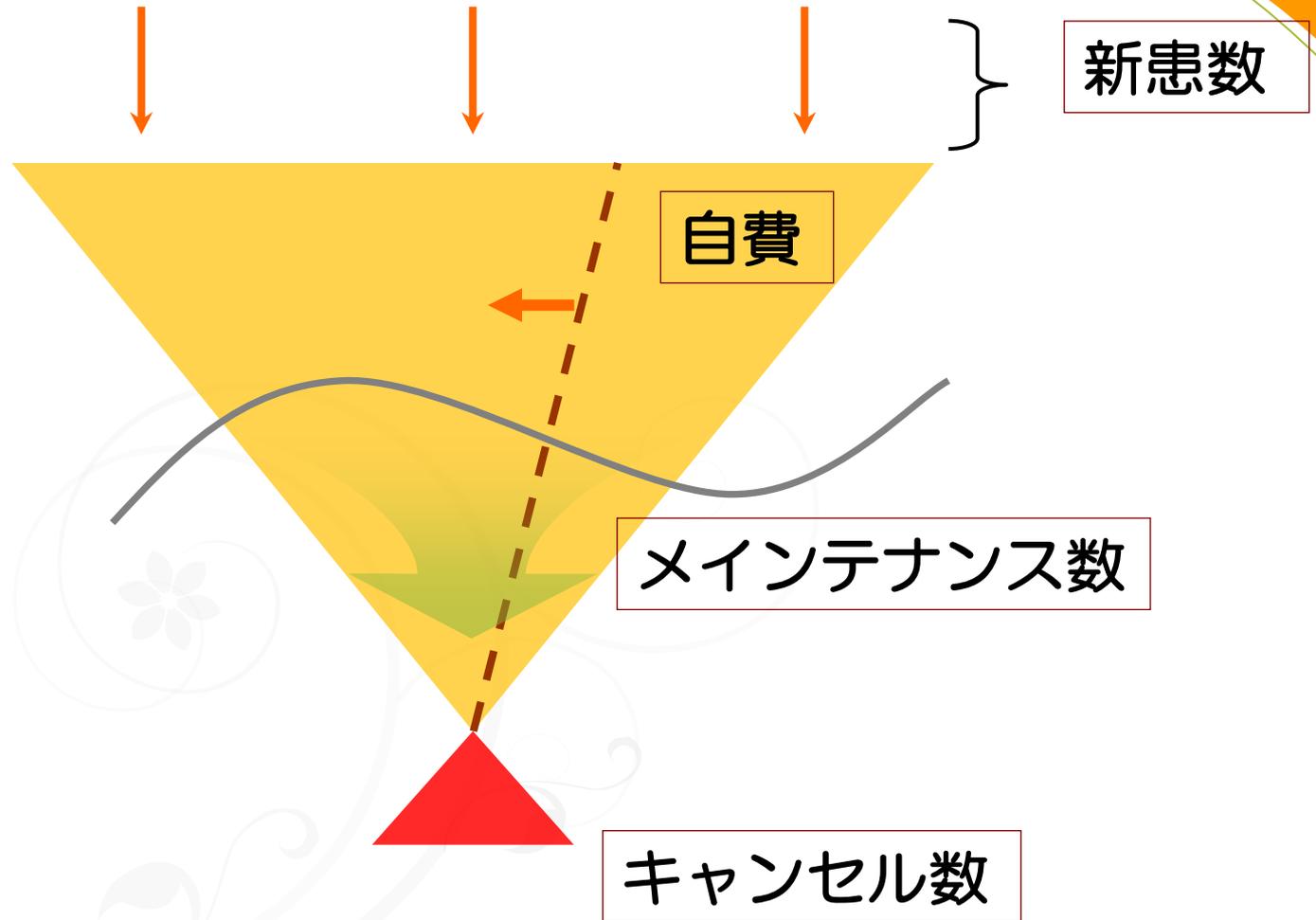
×

リコール率

×

自費率

# 4つの指標の意味



# 4つのバランスの意味

ビジョン



新患率

×

キャンセル率

×

リコール率

×

自費率

# 事例①:うぐいす歯科クリニック(仮称)

## うぐいす歯科クリニック(仮)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	平均
1 実数	568	554	559	697	609	573	593
2 全新患者	32	23	32	56	44	42	38
3 新患者(紹介)	4	6	17	20	27	16	15
4 メインテナンス数	104	80	114	109	113	116	106
5 自費(千円)	78	768	119	1,586	610	817	663
6 売上(千円)	3,554	4,152	3,719	6,219	4,692	5,139	4,579

# 事例①分析

## うぐいす歯科クリニック（仮）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	平均
1 実数	568	554	559	697	609	573	593
2 全新患者	32	23	32	56	44	42	38
3 新患者（紹介）	4	6	17	20	27	16	15
4 新患者率	5.6%	4.2%	5.7%	8.0%	7.2%	7.3%	6.4%
5 メインテナンス	104	80	114	109	113	116	106
6 リコール率	18.3%	14.4%	20.4%	15.6%	18.6%	20.2%	17.9%
7 キャンセル率	7.0%	8.3%	11.3%	10.8%	9.8%	10.6%	9.6%
8 自費率	2.2%	18.5%	3.2%	25.5%	13.0%	15.9%	13.1%
10 売上（千円）	3,554	4,152	3,719	6,219	4,692	5,139	4,579

# 「うぐいす歯科クリニック」の状況

新患率

×

キャンセル率

×

リコール率

×

自費率

**6.4%**

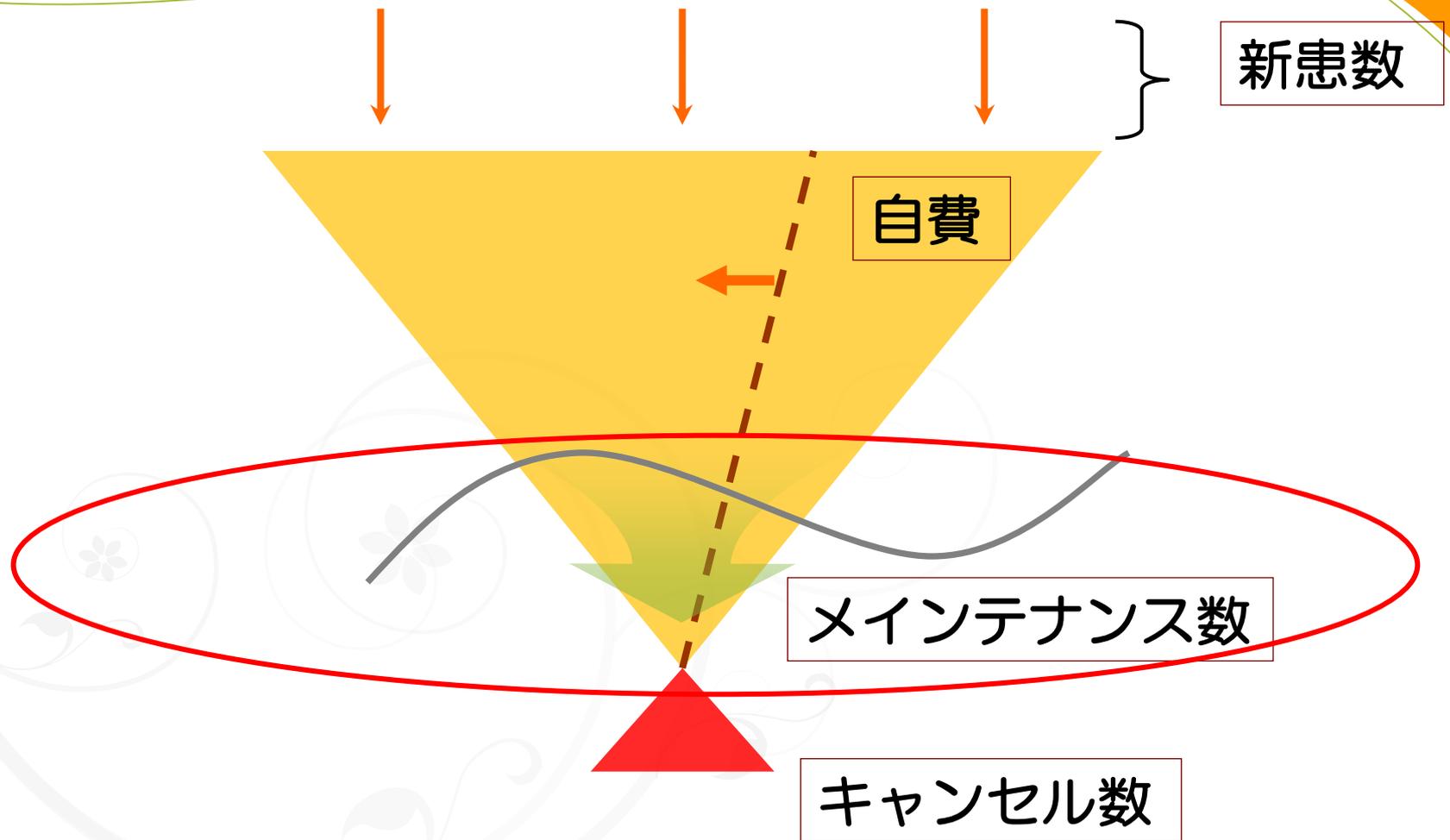
**9.6%**

**17.9%**

**13.1%**

しかし、基準がないとバランスのとりようがない？

# うぐいす歯科クリニックのモデル



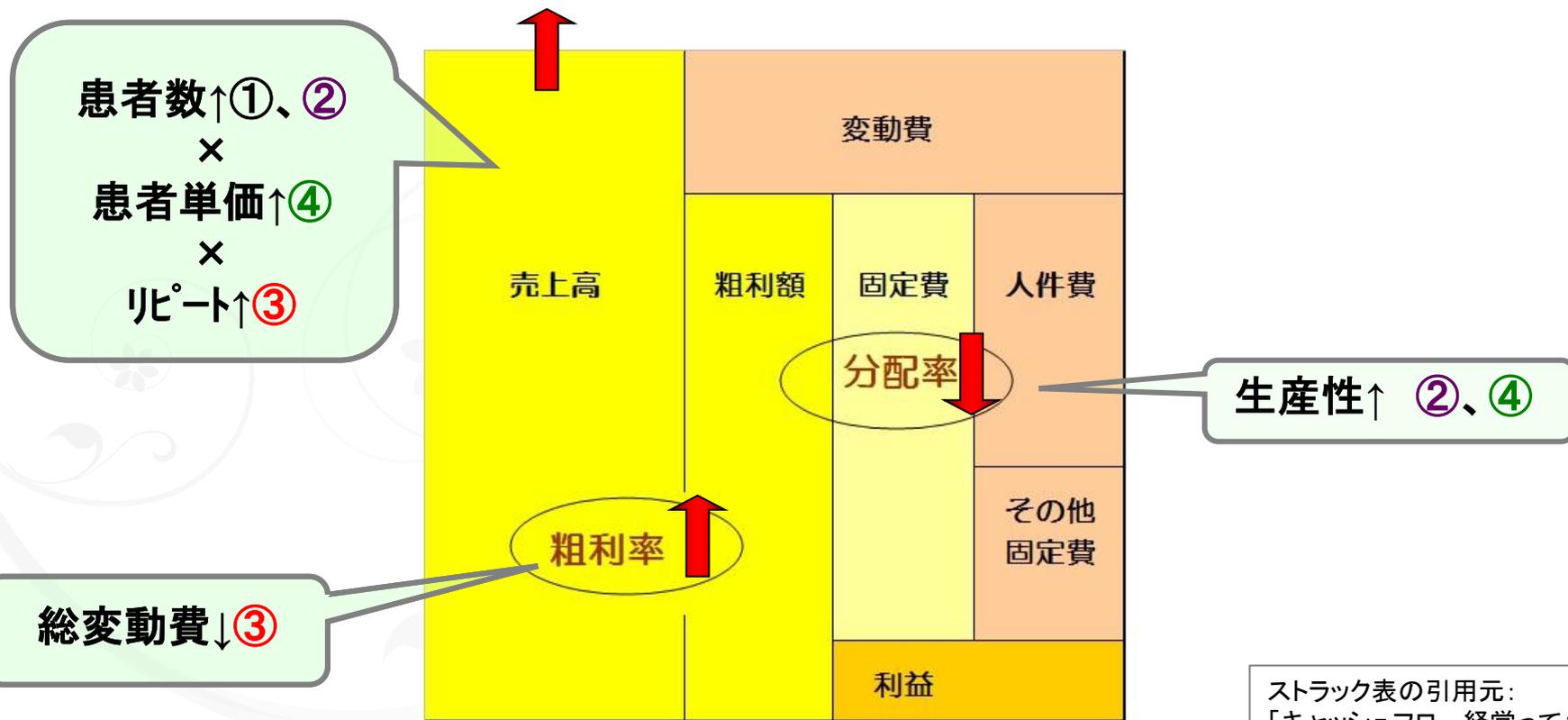
# 4 バランスと医院収支の関係

①新患率

②キャンセル率

③リコール率

④自費率



ストラック表の引用元:  
「キャッシュフロー経営って？」  
和仁達也著

# 4 バランスと医院収支の変化

① 新患率

② キャンセル率

③ リコール率

④ 自費率



環境改善の原資

ストラック表の引用元:  
「キャッシュフロー経営って？」  
和仁達也著

# 安定期の停滞を突破する策

「頑張っているのに先が見えない」状態に

⇒ **バランス管理し、軌道修正する**



# ユメオカクライトが使っている『予防管理型4バランス・シート』

●● 歯科医院

## 『予防管理型4バランス・シート』

No.	指標	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	(年総値)	基準値	達成率
10000	新患率	11.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1%	5%以上	10%
10000	そのほか	10.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.0%	10%以下	7%
10000	リテラシー向上率	33.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3%	30%以上	50%
10000	自費率 (来院患者)	80%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80%	15%以上	50%
10000	自費率 (来院患者)	20.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0%	-	-
1	予約数	100													-	-
2	新患数	10													-	-
3	リテラシー向上数	30													-	-
4	自費 (来院) 未済数	90													-	-
5	自費 (来院) 済数	7													-	-
6	自費 (来院) 未済率	3													-	-
7	そのほか	10	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		-	-
10000	新患率上 (千円)	10000													-	-
10000	自費率上 (千円) ※来院	10000													-	-
10000	自費率上 (千円) ※来院	2500													-	-
11	自費率上 (千円)	12500	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		-	-

①新患率

×

②キャンセル率

×

③リコール率

×

④自費率

■4つの指標が「基準値を超えている」ときに、それは何を意味するのか？

①特設が伝わっている状態

②患者に不満がない状態

③カウンセリングが機能して口の中の健康を保たない状態

④治療の選択感に伝わっている状態

【医院の利益に与える影響】



A・治療中心型

B・予防途上型

C・予防推進型

D・予防者舗型

E・予防管理バランス型

Yumeoka All Rights Reserved.

□ 今の状態（タイプ）を把握することから成果は生まれる

# 院長が「心の余裕」を得ることで

+

- ▶ 任せる
- ▶ 許せる



心の  
余裕

-

- ▶ 医院を潰す気か？
- ▶ 給料ドロボーか？

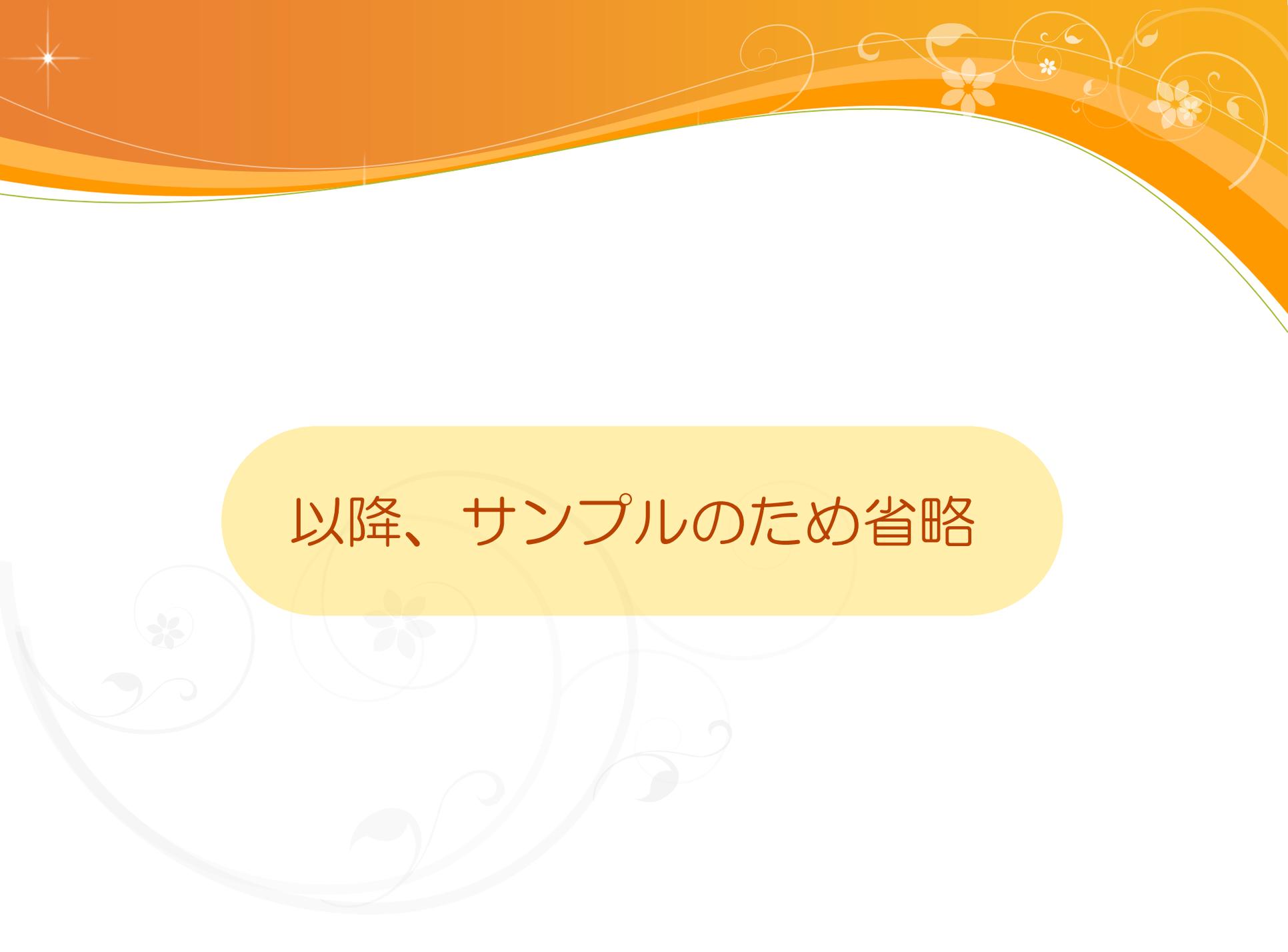
# 予防管理型医院の未来と可能性

- 長期症例の増加
- 粗利率の向上
- 波がなくなる



- 快適な日常
- 健康維持
- 意欲（デンタルIQ向上）

- 楽しい毎日
- 新しいやりがい
- 環境改善  
（休暇、賞与、機材）



以降、サンプルのため省略