

開業戦略バイブル

事例から
実践を学ぶ

歯科医院の

歯科医院の業界動向

新規開業の準備

開業後に業績を上げた歯科医院の事例



株式会社
船井総合研究所 編

あなたの歯科医院を
「グレートクリニック」
にする3つの条件

社会性

収益性

教育性

開業をスタート地点に

頭に入れておきたい基礎データ

開院を上回る閉院数

新規開業数は2008年ころまで増加してきたが、その後ペースは落ち始め、2017年以降はほぼ横ばい、あるいは微減といった状況にある（図1-1）。

その理由は、かつての開院数が閉院数を上回る状態から、近年は開院数と閉院数が同数あるいは逆転していることが考えられる。図1-2に全国の歯科医院の開院数・閉院数の推移を表したグラフを示す。開院数も閉院数も3年ごとに増えてはいるが、1990年には1,000程度あったその差が徐々に縮まり、2017年には閉院数が開院数を上回っている。

減少する現役歯科医師数

次に国内の歯科医師数の推移を確認する（図1-3）。

歯科医師数は増え続けてはいるものの、近年は増加数が少なくなりほぼ横ばいとなっている。理由として、歯科医師国家資格取得者数の減少が考えられる。今後、歯科医師数はどのように変化するのかをシミュレーションした結果*、2030年時点の歯科医師数は118,400人程度となり、現在よりも16,600人程度の増加が

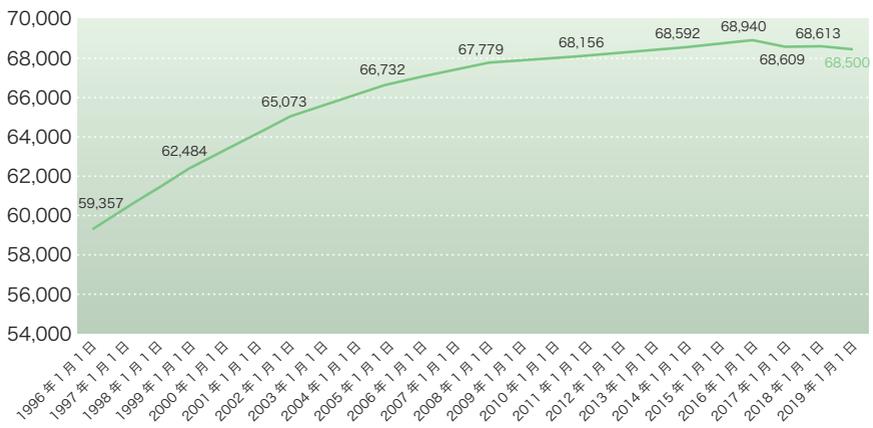


図1-1 歯科医院数の推移

出典：厚生労働省 医療施設調査（各年10月1日時点）

あなたの医院の健康度をチェックしてみよう!

①ユニット1台あたり月間生産性

| | | | | |
|-------|---|--------|---|--|
| ¥ | ÷ | 台 | ≒ | <div style="background-color: #4CAF50; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">目標値</div> 200～ 250万円/月 |
| 月平均売上 | | ユニット台数 | | |

②従業員1名あたり月間生産性

| | | | | |
|-------|---|------|---|--|
| ¥ | ÷ | | ≒ | <div style="background-color: #4CAF50; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">目標値</div> 125～ 150万円/名 |
| 月平均売上 | | 従業員数 | | |

図1-13 歯科医院の生産性

上げるためには、一定数の従業員を確保することが必要となる。開業時のユニット数が3台の場合、基本的な従業員構成は下記ようになる。

- ・ 歯科医師（院長）1名
- ・ 歯科衛生士1～2名
- ・ 歯科助手，受付1～2名

ユニットを追加する場合の従業員構成比の考え方であるが、一般診療では、ユニットの台数分だけ歯科助手は必要となる。ただし、歯科衛生士の施術については、歯科助手は基本的には不要である。

受付は、1日の患者数が50名程度であれば1名でよいが、50～60名以上の場合は2名程度が必要になる。

たとえば、歯科医師が1名でユニット5台（治療ユニット2台，予防ユニット3台）の歯科医院における人員構成を考えてみると、歯科助手2名，歯科衛生士3名，受付1～2名程度が必要となる（受付は歯科助手やバックヤード業務も兼任）。仮にこのような人員構成でも利益が少ない，あるいは出ない場合は，どのように考えれば良いだろうか。

まずやるべきことは，売上に対しての人件費比率をチェックしてみることである。従業員の人件費合計（賞与・福利厚生費含む）は売上の25%程度が適切と

図 2-2 目安となる売上高の内訳

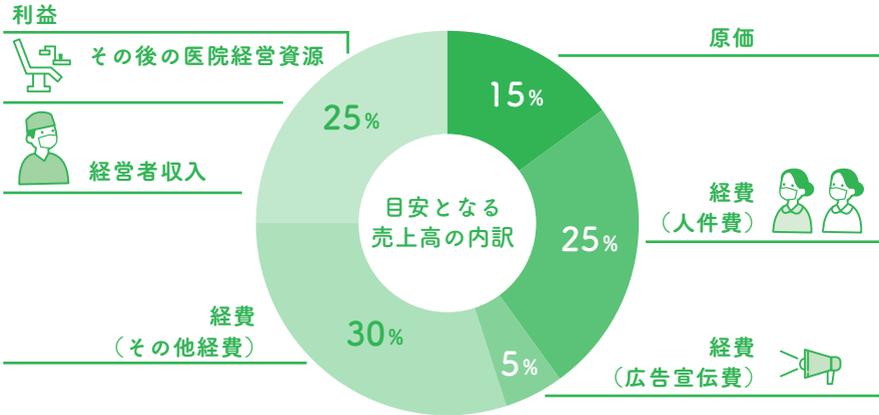
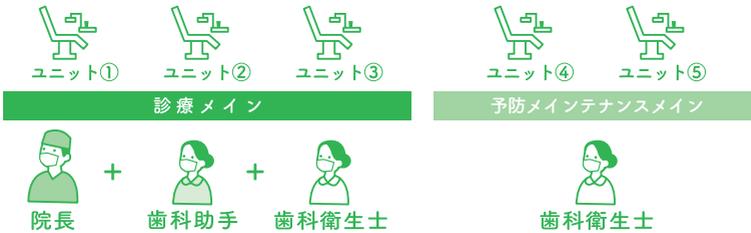


図 2-3 診療ユニットの台数の目安①

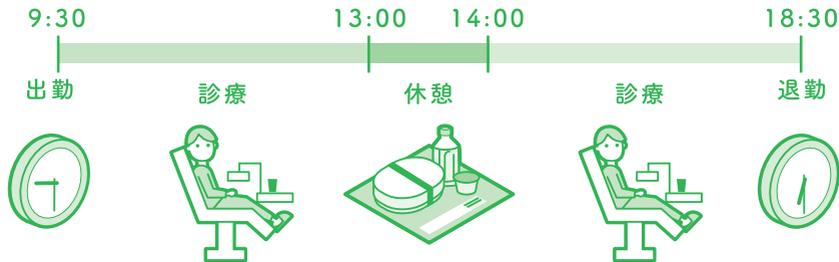
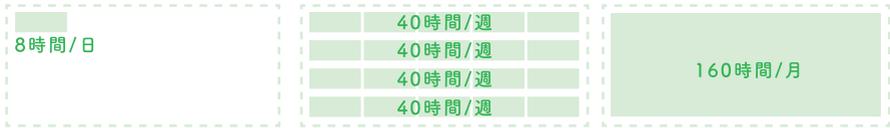
歯科医師 1 名の場合



高めて他項目を節約するというにはならない。

続いて診療理念からも規模を考える。理念は診療内容に関わり、診療内容は特に診療規模に直結する。たとえば多くの経営者が考える予防メンテナンスを強く訴求したい場合、診療ユニットは最低でも5台必要と言われている。診療ユニットの台数は、おもに治療に使用するか予防メンテナンスに使用するか、という用途ごとに算出するのが基本となる。図 2-3 に用途別の診療ユニットの例を示す。ただし、これは最も効率的な人員体制を前提としている。

このような構成で考えると診療ユニットが5台あっても、予防メンテナンスをメインに使用できるのは2台のみとなる。もし歯科医師が2名になると、図 2-4 のようになる。



診察終了時間は18時30分ないし18時45分までとなる。公務員や一般的な社員の就業時間と比べてみても、19時退勤の歯科医院は妥当と言える。

従業員の人数と福利厚生設計

週6日診療にしようとするならば、診療時間は週5日診療の1.2倍になる。従業員の人数もそれに比例して1.2倍と考える。つまり、従業員5名の医院が週6日診療をするためには、必ず1名が休日をとるため計6名が必要となる。

なるべく多くの応募者を獲得するためには魅力的な労働条件を提示する必要があり、福利厚生はその中でも重要な要素の1つであると言える。福利厚生というとかなり広い視点と多くの要素があり、たとえば交通費の補助や有給休暇、住宅補助やセミナー・講習会への参加費用補助、懇親会などがある。最近話題の昼食に対する補助も福利厚生の一環である。応募者にとって魅力的な職場と映るために福利厚生は充実させていきたいところである。

①年間休日

かなり着目し比較される項目である。歯科業界の有名な求人サイトでも年間の休日日数を記載する欄があり、週休のほかに祝日の振替え診療の有無、年末年始やゴールデンウィークなどの大型連休やお盆などの公休日の日数が集計されている。多いところでは120日を超えており、110～120日が業界的にも一般的な水準になってきている。週休1日のペースで何年間も働いてきた経営者世代にとっ

要である。

ポータルサイト掲載

次に活用していくのはポータルサイトである。ポータルサイトとは、企業が立ち上げたまとめサイトのようなものである。その特徴は歯科医院に代わって Web 上で予約や電話ができたり、何軒もの歯科医院が掲載され特定のエリアや最寄り駅で検索できたりすることにある。したがって、自院のホームページの SEO 対策を講じていくとともに、他のサイトでも自院の情報が掲載されるという観点でとても重要である。ポータルサイトは、検索上位に表示されているものを選ぶのが良いが、ポータルサイトを紹介するサイトもあるので、参考にしながら時代に合ったポータルサイトを活用していくことが大切と言える。

リスティング広告の準備

「リスティング広告」という言葉もかなり浸透してきた。本来マーケティングに携わる人間でないとあまり知る機会のない言葉であったが、今や多くのビジネスで活用されている。これは Google や Yahoo! などの検索エンジンを運営する会社が、ユーザーの検索ワードにあわせて表示させる広告のことで、広告がクリックされてホームページが参照されると費用が生じるといったものである。この特性から、先述したホームページの SEO 対策があまりうまく講じられていない場合でも、課金を前提に優先的に多く表示させることにつながるため、相対的により多くの患者の目にとまる。ただし、リスティング広告はテクニカルにやろうと思えばとても細かい設定ができ、また戦略の幅が広いので、安易に始めて高額な請求がきてしまうこともあるので、注意も必要である。

デジタル化への取組み

院内業務における取組み

あらゆるものがデジタル化に向かっている中で、開業歯科医院の多くはいまだにカルテやサブカルテを印刷したり、直接手書きで使用しているケースが多い。

しかし、これからは当然デジタル化してなくてはならない。

そのメリットは多岐にわたるが、おもなものを以下に列記する。

①カルテ棚をなくすることができる

院内スペースは貴重である。カルテをすべてデジタル化することで保管するスペースが必要でなくなる。

②カルテ準備の必要がなくなる