

利益と診療の質を同時に上げたい院長必見

全て仕組みで解決できる

保険診療を脱却し 5選 自由診療を増やす 戦略

5

戦略



はじめに

自費率を高めるために必要なこと

こんなお悩み抱えていませんか？

「保険診療ばかりで利益が出ず、診療数を増やすしかない…」

「自由診療を断られてばかりで、どうしたら解決するの…？」

このように感じているなら、それはあなただけではありません。実は、収益に悩む多くの歯科院長が、診療報酬の頭打ちと患者数の伸び悩み…という全く同じ焦りを感じています。

腕には自信があるのに自由診療が
なかなか選んでもらえないのはなぜ？



なぜ競合に勝てないのか？それは、患者さまに「価値」を感じてもらおうための「仕組み（戦略）」がないからです。

自由診療を増やすには、売り込まずに選ばれる仕組みが必須

保険診療依存が生み出す、構造的なリスク

保険診療を中心とした経営には、以下のような3つの構造的なリスクがあります。

保険診療に依存する3つのリスク

診療報酬が 頭打ちになる	保険診療は価格を変えられないため、コストが上がっても収入は変わらない。施策を実施しないと <u>利益率は年々低下する一方</u>
患者数が 伸び悩む	虫歯の減少により、 <u>新規患者が自然と増える時代は終了</u> 。歯科医院数も飽和しており患者さまの獲得競争はさらに激化。
量で補うと 悪循環に陥る	<u>利益のために診療数を増やす→スタッフの疲労→離職が発生→採用コストで利益が圧迫される…</u> という悪循環に陥る

自由診療を増やすために必要なこと

自由診療を増やしている院長の共通点

自由診療を増やしている医院が実践しているのは、「売り込まなくても自然に自由診療が選ばれる仕組み（戦略）」を持っていることです。そもそもなぜ自由診療は断られるのでしょうか？

自由診療の価値が分からない…
押し付けられている気がする…



患者さまが自由診療を断るのは、高いからだけでなく
「選びにくさ」が原因であることがほとんどです

つまり、患者さまが「選びやすい状態」を作ってあげることで、
売り込まなくても自然に自由診療が選ばれるようになります。

患者さまの選びにくさを、仕組み（戦略）で解消する

自由診療を増やして利益を伸ばす戦略5選

多くの院長が「もっと診療数を増やさないと利益が出ない」と勘違いしていますが、仕組み（戦略）の見直しをするだけで自由診療を増やして利益を伸ばせるチャンスは十分にあります。

自由診療を増やして利益を伸ばす戦略5選

- ① 自由診療の価値を言語化する
- ② 選ばれる導線を描く
- ③ トークスクリプトを標準化する
- ④ リコール患者へ再アプローチする
- ⑤ 提案の見せ方を変える

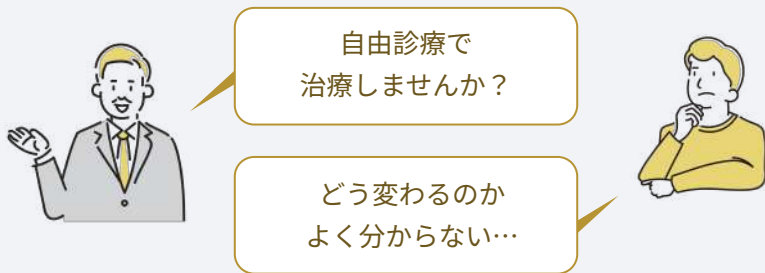
忙しいのに余裕がない経営を
変えるには仕組みが必須です！



自由診療を増やして利益を伸ばす戦略5選

① 自由診療の価値を言語化する

自由診療を増やすには「自由診療の価値を正しく言語化すること」が必須。患者さまが保険診療を選ぶ理由は「安いから」ではなく「自由診療で何がかわるのかイメージできないから」です。



患者さまが「これは自分にとって意味がある」と感じれば、費用の大小ではなく価値で選んでもらえます。患者さまの生活の変化（より良い未来）について説明するようにしましょう。

患者さまの「Before/After」で語るようにする

② 選ばれる導線を描く

自由診療を増やすためのポイント2つ目は、選ばれる導線を描くことです。自由診療が断られるのは、説明の内容ではなく説明のタイミングや流れに問題があるケースが多いからです。

タッチポイントごとに伝えることを設計しましょう。

タッチポイント	患者さまの心理	やるべきこと
カウンセリング	何が自分に合うの？	悩みのヒアリング
診察室での説明	どっちがいいの？	より良い未来の提示
持ち帰り資料	家で考えたいな	情報を整理した資料

タッチポイントごとにやるべきことを決めておく

自由診療を増やして利益を伸ばす戦略5選

③ トークスクリプトを標準化する

トークスクリプトを標準化する、とは「どの状況で・何を・どう伝えるか」をスクリプト（台本）として整備すること。台本があることで「説明のバラツキ」を無くすことが可能です。

私が話せば自由診療を選んでもらえるのに
スタッフが説明すると断られてしまう…



これはスタッフの問題ではなく、院長の伝え方のうまさが
仕組みとして共有されていないことが原因です

「こういう患者さまには、このような切り口で話す」という考え方のフレームワークを共有するイメージで作成しましょう。

院長の説明のうまさを、仕組みとしてスタッフに共有する

④ リコール患者へ再アプローチする

リコール患者への再アプローチとは、既存顧客へ自由診療を提案すること。定期検診やメンテナンスに来院しているリコール患者さまこそが、最も自由診療につながりやすい層です。

気になるところは
ありますか？



そういえば〇〇が
気になってまして…



リコール患者さまは口腔への関心が高く、自由診療の価値を伝えると「それなら検討してみようかな」と感じてもらいやすい状態です。リコール患者さまリストの確認から始めてみてください。

リコール患者へ提案は、費用対効果の高い自由診療転換施策

自由診療を増やして利益を伸ばす戦略5選

⑤ 提案の見せ方を変える

同じ治療内容でも「提案の見せ方」により患者さまの「やってみようかな」という気持ちは大きく変わります。この提示の仕方・タイミング・見せ方のことを「オファー設計」とも言います。

提案の見せ方は、3つのポイントを意識してみてください。

① 最初のハードルを低くする

いきなり高額な治療の提案はせず、低コストまたは無料で体験できるステップを用意し、信頼を積み上げる流れが効果的です。

【無料】
噛み合わせ
相談

▶
【初回割引】
ホワイト
ニング体験

▶
【自費】
審美治療
の提案

まずは費用負担が少ない相談や体験から始める

② どれがいいですか？と聞ける選択肢を用意する

自由診療の中に「ライト／スタンダード／プレミアム」という3段階の選択肢を用意すると、患者さまは「どれにしようかな」と自分ごととして考え始めます。

保険と自由診療どちらにしますか？と訊くと
「安い方で」と答えられやすくなります



③ 持ち帰り資料で検討期間をサポートする

「今日決めなくても大丈夫ですよ」と伝えながら、持ち帰り用の資料（費用・期間・事例・Q&A）を渡すことで、家で考える時間を前向きな検討時間に変えることができます。

患者さまに帰宅後も考えてもらうために
材料となる資料を用意しましょう！



よくある質問

Q. 自由診療を売り込むのに抵抗があるのですが

A. 自由診療を「患者さまにとっての価値を正しく伝える」ことができれば「丁寧に説明してくれる医院」の印象に繋がります。



患者さまが納得して選んだ自由診療は満足度も高く、口コミや紹介にもつながりやすくなります。

Q. スタッフが自由診療の説明に慣れていません

A. まずは院長自身が「患者さまの生活がどう変わるか」を言葉にした「ベネフィット文」を主要な自由診療ごとに書き出すことから始めてみましょう。



完璧なスクリプトをつくらうとするより、まず一つの治療で試してみることが大切です。

Q. 自由診療を提案すると患者が離れそうです

A. 自由診療を勧めるのではなく「選択肢として提示する」スタンスを守る限り、患者さまが離れることはほとんどありません。



選択肢が増えたことを喜ばれるケースが多く、医院への信頼感が高まることの方が多いです。

Q. 忙しくて新しいことに取り組みません…

A. 「忙しいから取り組みない」という状況こそ、実は仕組みが必要なサインです。今の忙しさが診療数に依存しているなら、仕組みを整えるところから始めてみてください。



仕組みを整えることで患者さまから得られる価値が高まり、結果「忙しさの質」が変わります。

成功している院長が必ず知っている「〇〇」

継続的に売上をアップさせる方法

今回ご紹介した自費率を高めるコツをあなたの医院に応用することができれば、売上は飛躍的に伸ばすことが可能です。

しかし、「そんな簡単に効果が出たら苦労しない」と感じる方もいらっしゃるでしょう。

そんな簡単に売上が増えたら
こんなに苦労してないよ…



実は、マーケティングの「原理原則」をより深く、全体的に理解することで、誰でも簡単に理想のお客さまを見つけることができるようになります。

短期的な売上アップのテクニックではなく、どんな業界でも使えて、継続的に売上アップできる方法です。

マーケティングの原理原則を手に入れるには…

では、その「原理原則」はどうすれば手に入るのか？

8万人以上の経営者が実際に受講したマーケティングの原理原則を学べる講座で手に入れることが可能です。その原理原則を学べる講座へ無料招待いたします。

マーケティングの原理原則を学べば
継続的に売上アップが可能です！



有名経営者たちがこっそり実践している売上アップの秘訣を、こちらで手に入れてください。

有名経営者たちがこっそり実践している
売上アップの秘訣は…



セミナーに参加して集患に成功した院長先生の声



自由診療を増やす利益直結のマーケティングが学べます！

保険診療を中心に行っていると、集患して売上アップすることができても、同時に人件費が多くかかってしまうため、利益は横ばいになってしまいがち。そういった状況を打破し、利益を増やしたいと感じている院長先生こそ、このマーケティングが必要だと考えています。

医療法人社団栄昂会 理事長

『中原まさひろの医療物販学ラボ』 主宰 中原維浩 先生



幹部、社員の動きが見違えるほど成長！**26院も分院展開**出来ました！

医療法人社団ALBA 理事長

熊木淳雄 先生



たったの1ヶ月で**最高売上！**大手美容サロンと提携し、**継続的な集患**に成功！

市川駅前矯正歯科 院長

柏英希 先生

集患・利益・採用・離職に悩む院長先生へ

10年で26院展開を実現

たった1ヶ月で最高売上を達成

開業29年で過去最高売上を達成

令和の今、成功する院長の共通点

「三方よし」 マーケティング 特別セミナー

オンライン開催

無料で参加する



セミナー参加院長



10年で26院展開
医療法人社団ALBA
熊木 淳雄先生



集客数180%アップ
医療法人社団栄昂会
中原 維浩先生



たった1ヶ月で最高売上
市川駅前矯正歯科
柏 英希先生



開業29年で最高売上
柴田歯科医院
柴田 貞彦先生