

はじめに

2005年から歯科医院経営コンサルタントを始め、早くも12年が経とうとしています。この間、わが国は人口が減少しながらも、歯科医院の数は顕著に減っているわけではありません。理論上では、1医院あたりの来院数は減っていくはずですが、私がこれまでコンサルティングさせていただいた歯科医院のほとんどは、年を追うごとに増患しています。

その一方、患者数が減り、たとえば4台あったチェアを、1台、また1台と使わなくなり、使われなくなったチェアやその周りには機材が置かれ、衰退の一端を辿る歯科医院もあります。

歯科医院は「立地ビジネス」ですので、どのような立地にあるかで来院数は大きく異なります。しかし、だからと言って「立地がよければ、必ず患者さんは集まる」というわけでもありません。

「立地」という要素を除けば、患者数が多い歯科医院と少ない歯科医院の違いは、「行動量の違い」です。

仕事柄、これまで数多くのビジネス書を読んできましたが、ビジネスにおいて、結果を出すために必要なのは、

1. 「何のために、それをやるのか」という目的、理念、志を高くもつ
2. 「1」を実現するために、具体的な事柄を、まずやってみる
3. 「2」でやってみたことを、さらによくするために改善する

これらのステップを踏むことに集約されると感じています。それは、歯科医院における増患についても例外ではありません。

本書は、歯科雑誌「月刊デンタルダイヤモンド」での2年にわたる連載に、加筆・修正を加われ、さらに、既に成功を収めた歯科医院の院長先生、スタッフの方との対談を収載した、豪華な一冊です。

本書を熱心にお読みになる院長先生やスタッフの方は、既に大きな成功・成長を収められていると思います。しかし、「**現状維持は衰退と同じ**」ですので、本書に書かれている内容で、まだ実践されていない取り組みはもちろん、実践を試みたものの、途中でとん挫している取り組みを再開されるためにお役立ていただければ幸いです。一口に「増患」と言っても、医院によって合う内容、合わない内容があると思います。本書は、「システム構築」「インターネット」「スタッフ」の3つのジャンルに分けて記載しています。自院に必要と思われるジャンルから読んでいただければと思います。

また、私が主宰する医経統合実践会は「**スタッフをクリニック経営に巻き込む**」をコンセ

プトにしています。本書をひとりでも多くのスタッフに読んでいただき、「当院で取り入れたいことは何か?」、「この本に書いてある内容を実践するために、いつから、誰が、何をやるのか?」など、ミーティングの議題にさせていただければ幸いです。

社会人になってからの学習は、「実践することを決めるためにするもの」です。読書、セミナー、他院見学あらゆるインプットについてそれが言えます。

本書によって増患が実現する。

これが著者の最大の願いです。

医経統合実践会 主宰
医経統合コンサルタント
根本和馬