【新版・歯科に強い会計事務所になる方法】

～新しいアプローチで歯科顧問先拡大と事務所収益アップ！～



M&M PARTNERS

◇「新版・歯科に強い会計事務所になる方法」執筆の背景

昨年に執筆した「歯科に強い会計事務所とは？～真の医院経営パートナーになる！～」を多くの先生方にお読みいただき、歯科へのアプローチを全国各地で展開、サポートをさせていただく中で、新しい歯科へのアプローチが時代にニーズによって、急速に高まってきています。

その新しい視点でのアプローチというのは、「事業承継」です。

多くの会計事務所では、顧問先歯科ドクターからの「相続」や「後継者」のことで相談があって初めて、「事業承継」にかかわる支援に取り組むという基本的には、受け身の体制ではないでしょうか？

しかしながら近年、歯科ドクターの高齢化や医院経営環境の悪化、将来不安などから歯科医院での「事業承継」相談ニーズが益々拡大しています。

そこで弊社がお付き合いしている会計事務所様との共同で、歯科の「事業承継」支援を切り口とした新しいアプローチを展開してきたところ、ある会計事務所様では、**新規先の顧問先数拡大（1年間で約1.5倍）、事務所収益拡大（月間収益が1年間で約2倍）を実現**することができました。

詳細は、当小冊子内でお伝えしていきますが、ポイントは**「事業承継」に関する相談や支援を、従来の受け身体制から、積極的なアプローチを効率的にしかけること**でした。

歯科の顧問先を拡大し、顧問先への貢献機会を拡大することで、事務所収益もアップさせることができるのです。

その理由は弊社の歯科向け「事業承継」支援サポートが特殊だからではありません。

この会計事務所様が、「相続」や「後継者」などの「事業承継」にかかわる問題に積極的にアプローチする仕組みを構築しただけです。

これは、弊社が個別コンサル契約先でのみ実施してきた「事業承継」支援ノウハウを歯科経営者ご自身や当該医院の明るい未来に貢献したいという想いを理解していただいた上で、弊社とコラボしていただいた結果です。

その私どもの想いをご理解いただき、弊社のノウハウやツールをフルに活用して、歯科医院への「事業承継支援」を貴事務所が積極的に展開していただき、事務所の顧問数拡大、顧問先への貢献機会拡大にお役立ていただければと思い、今回当冊子を執筆させていただきました。

◇なぜ今、歯科への「事業承継」なのか？（新しいアプローチが効果的な理由）

昨今の歯科を取り巻く環境（経営者の高齢化、競争激化、M&Aブームなど）を踏まえて、できるだけ早期に歯科経営者としての将来や自院の未来を思考することが、今の医院経営の活力になることをご存じでしょうか？

特に近年歯科医院向けのＭ＆Ａサービスを提供する会社が急拡大し、弊社へのご相談案件も増加してきていました。しかしながら残念なことに歯科の事業承継というよりは、「不動産物件の仲介」や「買い手の法人優先の交渉」など、本当に「事業承継」に悩む歯科経営者にとって非常に質の悪いサービスが散見されています。

さらに歯科においては、１０数年前から言われている「競争激化」によって医院の収益環境が悪化し、将来に対する不安や絶望から医院経営を放棄する事例（閉院や清算など）も散見しています。

一方で、分院展開を積極的に展開して拡大している医療法人も全国に散見され、個別医院の買収（M&A）は今後、ますます拡大していく傾向にあるでしょう。

弊社が過去、個別コンサル先だけで展開してきた「事業承継」サポートも、歯科ドクターの状況などによって、取るべき選択は様々です。

しかしながら間違いなく言えることは、できるだけ早期に自院のことや歯科ドクターご自身のことも含めて「事業承継」について、真剣に考えておくことで、取れる選択肢が拡大するということです。

だからこそ、歯科経営に役立つパートナーである会計事務所においては、その立ち位置や役割から、事業承継を支援する意義がとても高いのです。

上述の通り、従来の受け身体制（個別の事案についての相談がったら支援に動く）ではなく、**歯科の「事業承継」相談窓口として常に情報提供などのアプローチをしかけ、「相続や事業承継といえば、〇〇会計事務所！」というブランディングをしておくこと**で、個別案件の相談はもちろん、受け身体制の他事務所に先んじることも難しいことではなくなるのです。

◇なぜ今、歯科への「事業承継」なのか？（新しいアプローチが効果的な理由）

ある会計事務所の職員さんが言っていました。

「ただでさえ今忙しいのに、これ以上、事業承継のことや医院経営に貢献することなんて無理・・・」とのこと。

そんな中で、歯科ドクターとのコミュニケーションが不足していき、相続や事業承継に係る相談すらできない状況に陥ってしまうのです。

だからこそ、事務所として、「事業承継」支援にかかわる情報提供やコミュニケーションの機会を増やす仕組みを用意することが必要になります。（極力、職員の方の負担を増やし過ぎることなく…）

歯科ドクターご自身の将来と自院の未来を真剣に考えることは、医院経営者にとって使命ともいえるべきものであり、医院経営をより良くしていく活力となり、医院の価値向上に貢献するものであるといえるのです。

◇具体的なアプローチ方法
（受け身体制から効果的な積極的アプローチの仕組みへ）

歯科経営者に対して積極的にアプローチする方法とはどのようなことを想像されますか？

多くの方々は、「相続」や「後継者」の問題はなかなかデリケートな問題でこちらからアプローチするのは難しいと思っているようです。

歯科経営者にとってみても、「自分が死んだ後のこと」や「自分がいなくなった場合のこと」と思い、なかなか回りの方々や親族にはまともに話しがしにくいというのが現実ではないでしょうか？

なので、積極的にアプローチをするとしても、まずは、歯科経営者に**「事業承継」を考えることは、医院経営者としての使命であり、現在の医院をより良くしていく原動力になる**ことを伝えていくことが必要になります。

ただし、歯科経営者へのアプローチには、当小冊子でも後述していますが、「セミナー」になります。

貴事務所が歯科経営者向けの「セミナー」を主催して、「事業承継」を考えることに取り組んでもらうきっかけとなれば、その歯科経営者にとって、「事業承継」の相談は、〇〇会計事務所（＝貴事務所）ということになっていきます。

◇具体的なアプローチ方法
（受け身体制から効果的な積極的アプローチの仕組みへ）

そこで問題になるのは、昨今の歯科向けセミナーの集客の難しさです。

「セミナーを開催しようと思ってもなかなか集まらない・・・」

「セミナーのテーマが『事業承継』では、反応が得られないのでは？（なぜ今なのか？）」

「臨床に関するセミナーなら参加してもいいけど、経営的なものは・・・」

など、歯科経営者向けのセミナーを主催してきた方にとっては、切実な問題です。

なので、シンプルに「セミナーを開催しましょう」というだけでは、積極的なアプローチをしかけても成果を得るのは難しいでしょう。

そこで効率的な歯科へのアプローチ方法として、下記のステップ、仕掛けを構築していくことをご提案します。

その具体的な戦略ステップは次ページの表です。

＜新・歯科へのアプローチ戦略（例）＞

STEP	テーマ	ポイント
1	**継続的な情報提供** 〇「事業承継」に関する小冊子プレゼント ・弊社オリジナル小冊子をベースにアレンジしてください。 〇小冊子請求先（or 顧問先）へのメール発信 〇新規先（関与先）へのダイレクトメール発信	「事業承継」にかかわる情報提供を継続的に効率的に発信する仕組みを構築します。 「小冊子」プレゼントを通じて、新規先の開拓のきっかけとします。
2	**セミナー集客⇒開催** 〇リアル会場での集合型セミナー 〇オンライン会場での集合型セミナー 〇オンラインでの個別（1対1）セミナー	計画的なセミナー開催を設定し、上記ステップ1の中で、セミナー集客をしかけていきます。
3	**セミナー参加者へのフォロー** 〇個別相談のオファー 〇事業承継支援サービス（※）のオファー 〇継続的な「事業承継」に関する情報提供（メール・DM等） （※）事業承継サービスについては、当小冊子8ページをご参照ください。	セミナーに参加された方へのフォローもあらかじめ準備しておき、具体的な次のアクションをご提案していきます。具体的なアクションがない場合でも継続的な情報発信を通じて、相談窓口としての立ち位置を確保していきます。
3-2）	**セミナー未参加者へのフォロー** 〇継続的な「事業承継」に関する情報提供（メール・DM等） ・次回セミナーのご案内 ・セミナー参加者の声や実践事例などの情報発信 〇セミナー動画（ダイジェスト版）のご案内	一度でもセミナーのご案内を差し上げた先に対しても、継続して情報提供を続けていきます。次回のセミナー参加に結びつける継続的なアプローチをします。

＜新・歯科へのアプローチ戦略（例）＞

STEP	テーマ	ポイント
4	**事業承継相談窓口（専任者設置）** 〇貴事務所WEBサイトやLPで「事業承継」担当を明示。 ・相談事例のご紹介 ・事業承継支援サービス（※）のご紹介 ・次回セミナー開催のご案内　など	税務顧問の担当者以外に「事業承継」専門の担当者と窓口（Web上）で設定します。いつでも相談しやすい窓口や担当者を設置しておくことも重要です。
5	**事業承継個別案件獲得** 〇個別相談からの案件受注 〇事業承継サービス（※）の受注	個別相談先には、具体的な支援内容をご提案します。「何かあったらご相談してください」ではなく、相手先の状況や必要性に応じてサービスをご提案します。※サービスプログラム・メニューの明示が不可欠です。

※上記ステップはあくまでも基本的なものであり、取り組み状況等によって変更があります。
大切なことは全ステップを計画的に実践していくことです。

◇事業承継支援サービスを入口とした収益アップ機会とは？

前述の新・歯科アプローチ戦略表の中にあるSTEP3「事業承継サービス（※）」とは、

税務顧問契約以外で、具体的な支援プログラムを意味します。

既存の顧問先には、「事業承継」に関するサービスとして、当事務所では、「Aというサービス」「Bというサービス」を有料（顧問料とは別料金）で提供しますと明示することが必要になります。

何もなく、突然、別料金のサービスを提示するのではなく、継続的な情報提供やセミナー参加を通じて、サポートすることの意義を感じてもらえていれば、スムーズにサービス導入ができるでしょう。ただし、下記の実践ポイントを覚えておいてください。

＜既存の顧問先への事業承継サービス導入の実践ポイント＞

◇サービスメニューを明示すること（サービス名、サービス概要、料金等が明示されること）

◇税務顧問の担当者とは別の担当者（事業承継支援担当者）が担当すること

新規先への「事業承継」に関するサービスをご提案する前提は、今お付き合いのある会計事務所との顧問契約を当事務所に変更することなく、事業承継についてサポートできるということを明示します。

もちろん、税務顧問として新たに契約してもらうことが主目的ではありますが、それ以外は無料のサポートでなんでも対応しますというスタンスは避けるべきだと思います。

もちろん最初から有料サービスを提案するのではなく、継続的な情報提供やセミナー参加等を通じて、当事務所の事業承継サポートに興味、関心をもってもらうことが大前提となっていきます。そのうえで専任の担当者から具体的なご提案をすることは、先方の歯科経営者にとっても大変意味のあることだと認識してください。

以下に、事業承継サービスの事例を掲載しておきます。詳細は、初回限定無料の「プライベート・セミナー（1対1ミーティング）」にてお伝えします。

◇事業承継支援サービスを入口とした収益アップ機会とは？

◇月次診療実績管理アドバイザリー・サービス

～弊社が個別コンサルで利用している診療実績データをベースにして医院改善の課題や成果を月次でアドバイスするサービス。【月額2～5万円】

◇事業承継計画策定支援サービス

～事業承継の計画を歯科経営者のヒアリングや資料分析を踏まえて、資金面や具体的なアクションプランまで落とし込み、計画表として整理してご提供するサービス。
【5～10万円】

◇事業承継アドバイザリー・サービス

～定期的な情報発信（相談事例などを掲載したニュースレター）をベースに、定期的（月1回程度）の相談機会（事業承継に関するトピックスなどの情報提供を含む）を提供するサービス。税務顧問の担当者とは別の専任者がつくことがポイント。【1～5万円】

※上記のサービス名や金額はあくまでも参考のものとしてご理解ください。

※これらの事業承継支援サービスは、貴事務所オリジナルで考えていくことが重要です。

※実際に検討、導入にあたっては、顧問先（新規先）にとって、当該サービスを受けるメリット（価値）が伝わるようにサービス名を考え、提案資料を作成することがポイントです。

以下のページについては、一昨年に作成した「歯科に強い会計事務所とは？」の内容を転載（一部、加筆、編集）しています。

歯科へアプローチする基本戦略や真の医院経営パートナーになるための具体的なノウハウを記載しています。

過去に読んだことがある方は、改めて振り返りとして、読んだことのない方はぜひともしっかと読んで理解して、実践してみてください。

そうすることによって、ここまでお伝えしてきた
「新しい視点でのアプローチ＝事業承継を切り口にした積極的なしかけ」
での効果がさらに高まることになります。

◇前書き（自己紹介に変えて）

『歯科に強い会計事務所』とは、

・歯科医院を顧問先に100件、200件～と数多く抱えている事務所　　でしょうか？
あるは
・歯科専門チームを抱えて歯科医院へのコンサルを標榜している事務所　　でしょうか？
あるいは
・全国規模で歯科医院を相手にデータ情報を販売（提供）している事務所　　でしょうか？

残念ながらいずれもその可能性が低いと言わざるを得ません。

詳しくは本文の中でお伝えしますが、私がこれまで（過去十数年の中で）お会いしてきた会計事務所の中には上記のような会計事務所がいくつも存在して、その実情を知っているからです。

もちろん、全国には、素晴らしい実績をあげている会計事務所があることも承知の上で、申し上げますが、
歯科に強い＝医院経営に役立つ会計事務所
が圧倒的に少ないというのが私の結論です。

言い方を変えれば、院長先生は、会計事務所を真の経営パートナーとして認識していないということです。

申し遅れましたが、私は北海道札幌市に拠点をおく株式会社エムアンドエムパートナーズ代表の村上　和人と申します。
詳しい経歴は※弊社Webサイトをご覧ください。
＜ https://www.mandm-coaching.jp/message ＞

歯科改善支援のコンサルを初めて約20年になりますが、もともと（前職）が会計事務所系のコンサル会社に入って、歯科改善支援コンサルとしてスタートを切った時には、歯科のことは皆目わからず、それまでの人生で歯科に通ったこともない状態でした。

今でこそ、歯科ドクターと大抵のことは話することができますが、当初は歯科の用語すら理解できず、当時の上司（歯科コンサルの師匠）に言われたままについて歩くだけの日々でした。

あるきっかけにより、一気に歯科医院のクライアントを持つことになり、否が応でも歯科改善の知識と経験を身につけることになったのです。

歯科コンサルの全国展開に伴い、当時の会社のつながりなどから全国の会計事務所への歯科ノウハウ講座を展開したり、東京や大阪などでの歯科ノウハウ講座の講師を務めるなど、会計事務所とのかかわりを深く持つようになっていきました。

詳細は守秘義務などの関係でここでは掲載できませんが、個別の会計事務所スタッフの方と一緒に顧問先の歯科ドクターに訪問したり、弊社のコンサルティング先に事務所スタッフの方に同行していただいたり、歯科向けのセミナーや講座を共同開催したり、などなど。

私自身はあくまでコンサル会社の人間として活動していたので、会計事務所のスタッフというわけではありませんでしたが、これらの活動の中で、事務所スタッフの方々の日々の悩みや問題を多く共有させていただきました。

私が前職の会社から独立した後も、引き続きお付き合いいただい会計事務所の方もいらっしゃいましたが、私個人で出来ることも限界があり、なかなか全国規模での歯科ノウハウ講座と実践サポートを展開するには至りませんでした。

今回この小冊子を書くに至った理由としては、歯科界の現状と未来に向けて、真に歯科経営に役立つパートナーとしての会計事務所の役割が、近年ますます大きくなってきたことを実感したからです。

北海道の小さなコンサル会社がなぜ全国の歯科医院に改善支援にお伺いしてきたのか？
その理由をご理解いただき、貴事務所が、本当に歯科に強い（＝医院経営に役立つ）事務所になることを決意され、徹底的に歯科界のサポートに取り組むきっかけとなればと思っています。

歯科に強い（医院経営に役立つ）会計事務所とは、
・決して顧問件数が多いだけではなく、
・歯科専門チームメンバーをかかえるだけではなく、
・全国規模で情報提供をするだけ
ではないのです。

真に医院経営パートナーとして認識される会計事務所とは、
◇院長先生と定期的に会って、医院改善のアドバイスを提供し、
◇医院改善の順番とノウハウを知って、適切に提供でき、
◇診療実績という数値をもって医院改善の課題と成果をお伝えできる
（スタッフがいる）会計事務所だと私は考えます。

ぜひとも小冊子を最後まで読んでいただき、真の医院経営パートナーとなるという決意をされた事務所代表の先生あるいは事務所スタッフの方はまず当小冊子巻末でご紹介のオンラインセミナー【小冊子読者限定ご優待価格で参加可能】にご参加ください。
※セミナーの詳細や参加特典などは、小冊子の最終ページでご案内しています。

明るい歯科界と貴事務所の未来のために、当小冊子がきっかけとなれれば幸いです。

1．歯科に強い（医院経営に役立つ）会計事務所は少ない！

この話をすると多くの会計事務所の先生方からお叱りを受けるかもしれませんが、
なぜこのようなことを冒頭にお伝えするかというと、

私のクライアントの歯科ドクター（しかも複数名）が、
「会計事務所に支払っている毎月の顧問料って、『お布施』みたいなもんでしょう。しょうがないよね」
多くの歯科ドクターが、開業時に先輩や知り合いのドクターに言われて顧問契約したけど、
何も意味ないよねと思っている歯科ドクターが多いということなのです。

そうは言っても、
「ウチの事務所はたくさんの歯科医院を顧問先に抱えているよ」
という先生方もこの小冊子を手に取って見て頂いているかもしれません。

それでも「歯科に強い（医院経営に役立つ）会計事務所は少ない」と言わざるを得ません。
なぜなら、
貴事務所のスタッフは、毎月（定期的に）院長先生に会っていますか？
大抵の場合、事務スタッフか院長の奥様にしか会っていないのではないでしょうか？
経営者である院長先生に会わずして、医院経営に役立つことは難しいと思うからです。

だからこそ、歯科ドクターから見た時に、
医院経営に役立つパートナーとして会計事務所の名前が出てこないことが
あるのだと思います。

もう1つ私が「歯科に強い（医院経営に役立つ）会計事務所が少ない」と断言するのは、
過去に歯科ドクターに「月次試算表」や「決算書」を見せてくださいとお願いした際に、
「どうぞ」と手渡されたのは、**封の空いていない封筒**でした。
たしかに封筒の中には、「決算書」が入っていました・・・。

最近は電子化がすすみ、郵送で送ることも少なくなってきたと思いますが、
歯科ドクター、つまり経営者である院長先生が「決算書」や「月次試算表」などのデータを
チェックはせず、見てもいないという状況は変わっていないでしょう。

その主な理由は後述しますが、要は院長先生が見てもわからないし、理解できないから
なのです。もちろん、細かい数値まで理解する必要はないかもしれませんが、院長として
経営者として最低限押さえておくべき数値はチェックして欲しいと私は思っていますし、ク
ライアントの歯科ドクターにはそのポイントを教えていることもあります。

つまり、**「歯科に強い（医院経営に役立つ）会計事務所」が少ない**という現実を踏まえると、
きちんとやるべきことをやれば、「歯科に強い会計事務所」として**地域で圧倒的な成果と
歯科に強いというブランドを獲得すること**が可能なのです。

そのポイントと実践事例などを当小冊子でお伝えしていこうと思います。



2. 真の歯科経営支援パートナーが求められています！

今回、この小冊子を私が書いた理由の1つが、前書きにも書きましたが、
歯科界の現状と未来を考えた時に大変な危機的な状況にあると感じたからです。

なぜなら、
歯科界は十数年前から競争が激化していてドンドン開業が増えているので、
いずれ淘汰されてくるだろうと言われてきましたが、
コロナを経てもその数は大きくは減らず、むしろ競争が激化する一方だからです。

さらには、
そのような歯科界の状況をみて、支援する会社や組織もドンドン増えてきて
その支援の内容があまりにも断片的、部分的な例が散見されているからです。
例えば、
「SNSを使えば、新患が翌月●倍に！」
「〇〇というツールを使えば、自費収入が軽く月100万円超え！」
「スタッフ採用には、〇〇を活用さえすれば応募者●倍に激増！」
などなど。

もちろん、それぞれのツールやノウハウがまったくダメではないと思いますが、
「それだけで・・・」というのは眉唾ものですね。
そのようなことで相談を受けたことも、数多くあります。

医院経営を改善し、成長させていくためには、
簡単にすぐに出来ることばかりではないのです。

そもそも医院経営者として歯科ドクターが自覚し、思考し、行動しなければ、
医院を成長させ続けるなんてことは不可能です。

だからこ、医院経営に役立つ、院長先生に寄り添ってくれるパートナーが
とても重要なのです。

弊社が提供している歯科コンサルのノウハウなどが特別なものであるとは言いません。

でも北海道の小さなコンサル会社が、なぜ毎月、九州や沖縄に訪問しているのか？
九州には、もう10年以上通い続けていますが、なぜ地元ではないコンサル会社に
頼むのか？

おかげ様で、全国の他地域の先生方からも（クライアント歯科だけではありませんが）
時々、ご相談などがあります。その理由は・・・（当小冊子の最後にお伝えします）。

コロナを経て、歯科界を取り巻く環境は以前からの厳しさが増す一方、
取り巻く環境や患者様に意識の変化によって、**歯科にとっては大きなチャンスの時代**にも
なっているのです。

なので、今こそ（これからの）歯科にとって、断片的ではなく、一時的でない、
歯科の未来を支える真の医院経営のパートナーが求められているのです。

それを実現できる一番近い位置にいるのが、会計事務所なんです！



3. 歯科経営の真のパートナーになることが出来ます！

なぜ会計事務所が、歯科経営の真のパートナーになる一番近い位置にいるのか？

それは、
◇院長先生と毎月会うことが可能
（会うためのツールを手にさえすれば）

◇歯科経営に役立つツールやノウハウを提供できる
（歯科改善のノウハウを知りさえすれば）

◇歯科経営に役立つアドバイスを、数値を以って語れる
（アドバイザリーサービスを確立すれば）

というのが、会計事務所だからです。

もちろん、顧問先である歯科医院にとっては、まさにその立ち位置にあると
言えるでしょう。

そして、上記のことを達成した会計事務所は、真の経営パートナーであるからには
税務顧問もお願いしますと歯科ドクター（院長先生）が言われるのも当然ですね。
※ただし、他の会計事務所の顧問先を奪いに行けという主旨ではないことを
あえて申し添えておきます。

具体的な事例として、

1）S市のM税理士法人様で、歯科支援専門チームを立ち上げ、
歯科の顧問先を1年間で**2．3倍（25件⇒58件）**にした。

2）N市のK税理法人様で、会計事務所スタッフと共に会計事務所ならではの
サービスを企画し、**顧問料アップ（＋2～5万円）を3割の顧問先で実現**した。

3）私自身が、会計事務所系のコンサル会社に入社し、**ほぼゼロから年商1億円超えの歯科コンサルチームへと成長**する過程にかかわってきた。
（もちろん私1人で実現したわけでは決してありません）。

などなどありますが、これらの事例は決して特別な事例ではありません。

つまり、歯科へアプローチする原則を知り、歯科改善の基本ノウハウを知って、数値をベースにしたアドバイス提供を実践すれば、歯科医院経営の真のパートナーになることが可能なのです。

その一番近い位置にいるのは、
（この小冊子を手にとっていただいた）貴事務所なのです！



4. 歯科へアプローチする原則を知っていますか？

多くの会社事務所が歯科へアプローチするには、外せない原則があるにもかかわらず、
多くの方が知らない（できない）のです。

なぜなら、
・事務所スタッフは、歯科ドクターに会うのは敷居（ハードル）が高いと感じている。
・診療時間中に会う約束ができない（時間がとれない）と思っている。
・院長先生に会っても何を話したらいいかが、わからない。
というのが多くの事務所スタッフの本音だからです。

でも実際には、
歯科ドクターに会う機会（理由）を作り、会って何を話すかを学ぶことができれば
大丈夫なんです。

具体的なアプロ―チ方法としては、

①セミナーで会う

～事務所主催の歯科経営者向けセミナーを開催し、参加してもらう。

②セミナー前後で会う

～セミナー開催に向けた集客活動やセミナー開催後のフォロー活動で会う。

③実践講座で会う

～講座開催時に一緒に受講して会う。

④実践講座フォローで会う

～講座と講座の合間のフォロー訪問で会う。

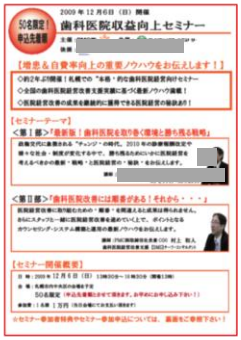
⑤税務顧問とは別の機会（アドバイザリーサービス）で会う

～歯科支援専門チームの担当者（税務顧問担当とは別）として会う。

ここでいう「セミナー」とは、「歯科経営者向けのセミナー」。「実践講座」とは弊社が実施している「歯科改善ノウハウ実践講座」を意味します。それぞれの概要やノウハウは、当小冊子の特典であるご案内などで詳しくお伝えしています。

特に「①セミナー」を主催する上で苦労（懸念）されるのが、『集客』だと思いますが、
その点も歯科へのアプローチという視点、原則が重要になります。

【ご参考】セミナー集客DMの検証例（その秘訣はオンラインセミナーにて）

	A	B	C
			
①DMリスト数	2，000件	2，000件	200件
②参加医院数	52医院	12医院	25医院
③反応率	2．6%	0．6%	12．5%

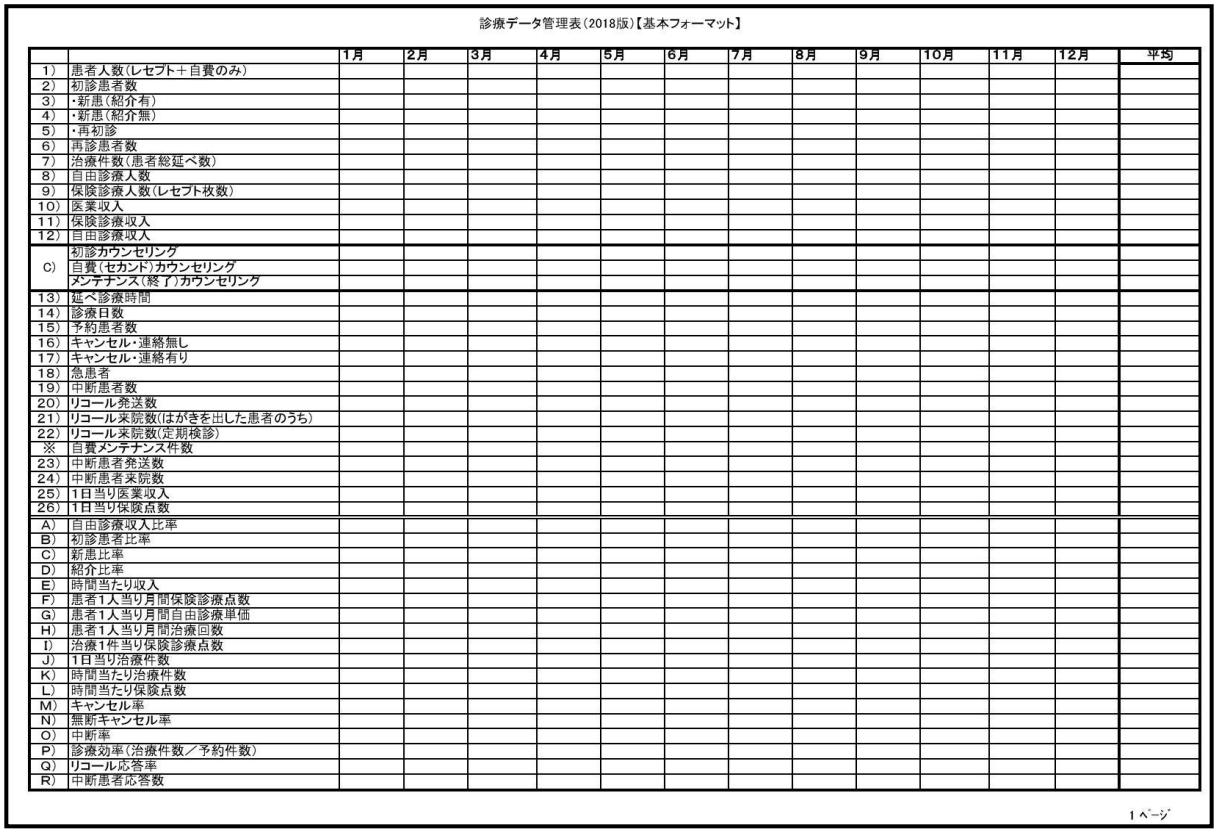
ただし、最近ではありとあらゆるアプロ―チをとっても『集客』が高いハードルであるというのは紛れもない事実です。

だからと言って、何もせずにいたら、院長に会う機会を逃し、歯科に強いという事務所のプランディングがかなうことはないでしょう。

つまり、歯科へのアプローチの原則を知って実践し続ければ、院長先生と定期的に
会うことが可能になり、歯科に強い会計事務所へのステップを踏み出すことが出来ます。

5. 会計事務所ならではのアドバイザリーサービスを確立できます！

ここまでに何度か言及してきた「歯科へのアドバイザリーサービス」というのは、
弊社がコンサルで必ず活用している「診療実績管理表」を使ったアドバイス提供サービス
を意味しています。



診療データ管理表（2018版）【基本フォーマット】

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
1）	患者人数（レセプト＋自費のみ）													
2）	初診患者数													
3）	・新患（紹介有）													
4）	・新患（紹介無）													
5）	・再初診													
6）	再診患者数													
7）	治療件数（患者総延べ数）													
8）	自由診療人数													
9）	保険診療人数（レセプト枚数）													
10）	医業収入													
11）	保険診療収入													
12）	自由診療収入													
C）	初診カウンセリング													
	自費（セカンド）カウンセリング													
	メンテナンス（終了）カウンセリング													
13）	延べ診療時間													
14）	診療日数													
15）	予約患者数													
16）	キャンセル・連絡無し													
17）	キャンセル・連絡有り													
18）	急患者													
19）	中断患者数													
20）	リコール発送数													
21）	リコール来院数（はがきを出した患者のうち）													
22）	リコール来院数（定期検診）													
※	自費メンテナンス件数													
23）	中断患者発送数													
24）	中断患者来院数													
25）	1日当り医業収入													
26）	1日当り保険点数													
A）	自由診療収入比率													
B）	初診患者比率													
C）	新患比率													
D）	紹介比率													
E）	時間当たり収入													
F）	患者1人当り月間保険診療点数													
G）	患者1人当り月間自由診療単価													
H）	患者1人当り月間治療回数													
I）	治療1件当り保険診療点数													
J）	1日当り治療件数													
K）	時間当たり治療件数													
L）	時間当たり保険点数													
M）	キャンセル率													
N）	無断キャンセル率													
O）	中断率													
P）	診療効率（治療件数／予約件数）													
Q）	リコール応答率													
R）	中断患者応答数													

1 ページ

なぜこれが、会計事務所ならではのアドバイザリーサービスにつながるのかというと、
一般的に歯科ドクターが弱い数値について、
一般的に事務所スタッフの皆様が強い数値を以って語れるサービスだからです。

具体的には、
「診療実績管理表」をベースにしたアドバイスのポイント（医院改善の課題と改善成果を明確化できる）を学ぶことで、適宜必要なツールやノウハウを提供することが可能になるからです。

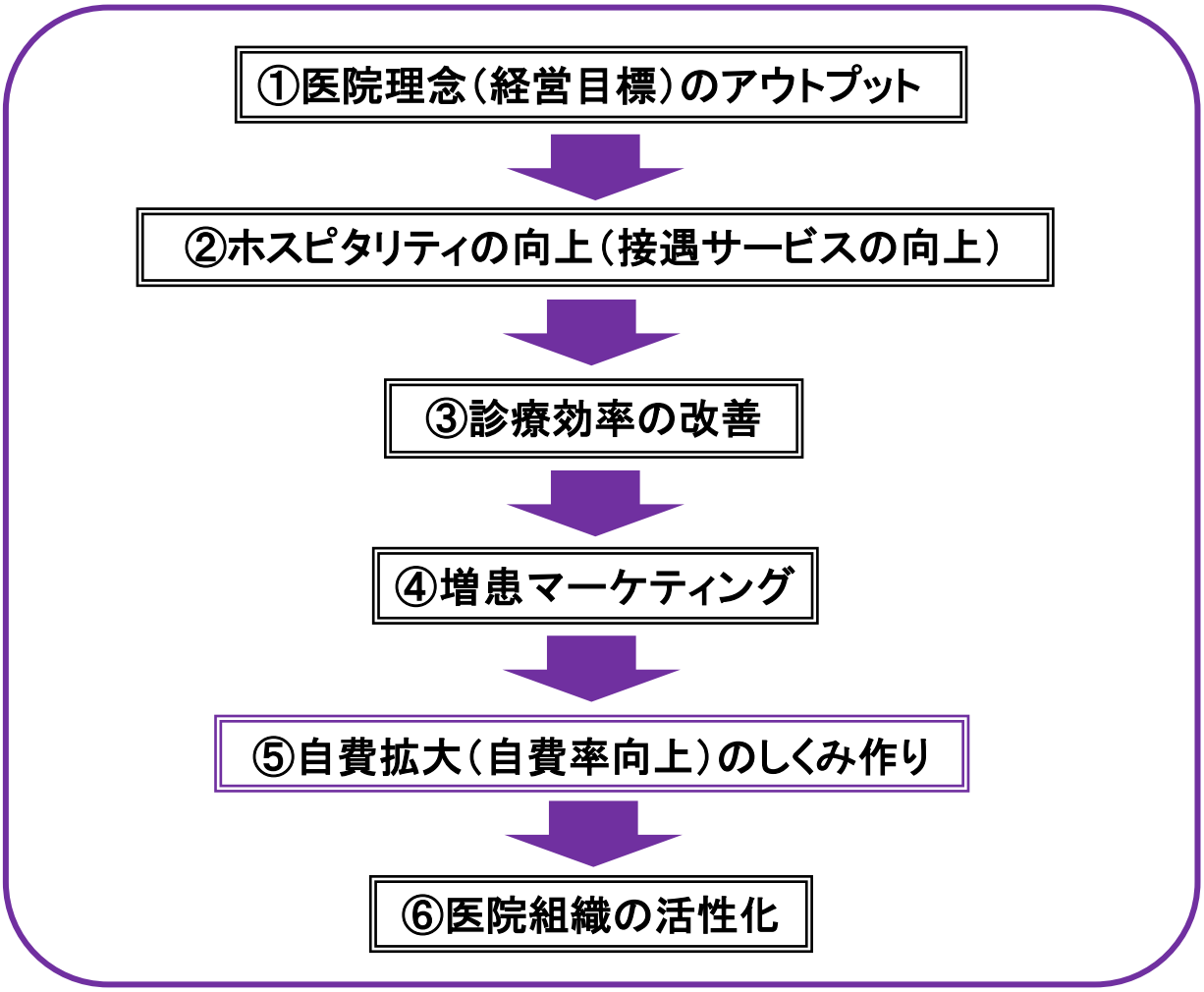
さらにそのツールやノウハウを提供するには、
医院改善の成果を継続的に獲得できる**【改善6ステップ】(※)**に基づいているので、
【改善6ステップ】を知ることで、ツールやノウハウ提供に迷うことが無くなります。

さらにさらに、弊社が提供する「歯科改善6ステップ実践講座」では、
歯科ドクターと一緒に学び、フォローしていく中で、
医院での取り組みをサポートする(講座で学んだことの確認をする)ことになり、
真の医院経営のパートナーとして着実に歩んでいくことができるようになるのです。

つまり、歯科改善のノウハウを学び実践し続ければ、会計事務所ならではのアドバイザリーサービスを確立することで、新規顧問先獲得の可能性を高めたり、既存先の顧問料アップを実現できます。



（※）継続的に成果を獲得する秘訣＜歯科【改善6ステップ】＞とは？



私どもが全国の歯科医院にお伺いして、個別コンサル現場で指導しているベースが、この**【改善6ステップ】**なのです。それぞれの各ステップは特別なものではありませんが、その順番にこそ、意味があります。

「増患を実現したのであれば、増患対策のノウハウやツールだけではなく、その前のステップを見直すことが重要。」

「自費収入を増やしたのであれば、その前のステップ（特にホスピタリティと診療効率）の改善を進めないと、継続的に自費収入を増やすことはできない！」などなど。

各ステップにおけるチェックポイントや改善に活用できるツールやノウハウを**順番を間違えずに提供すること**で、医院経営改善に役立つことが可能なのです。

6. さいごに（真の医院経営パートナーになるために）

最後まで小冊子をお読みいただき、ありがとうございました。

今回この小冊子を執筆した想いは最初にも記載の通り、
「歯科界へ貢献できるパートナー」を求めらていると痛切に感じたからです。

この小冊子を読んで、
「歯科界へのアプローチは難しいなぁ・・・（でも挑戦してみよう）」
「歯科医院の顧問先を増やしたいけど、出来るかなぁ・・・（でもやってみたい）」
「歯科医院の顧問先を多く抱えているけど、適切なアドアイスを提供できてるかなぁ・・・
（これからも顧問先として医院経営に貢献したい）」
と感じた事務所の先生やスタッフの方々には、まず弊社のノウハウを知ってください。

決して、「簡単に」「楽して」「すぐに」に出来るとは言いません。

でも今回私が開催を決意した「歯科改善ノウハウ指導講座」を学び、実践をしていただければ、その成果はもちろん、貴事務所が「歯科に強い＝医院経営に役立つ」というブランディングの基盤を創ることになるでしょう。（実践すれば・・・）

改めて、ここまで読了いただいたことに感謝を申し上げます。
その上で、「歯科に強い会計事務所」のブランディングへの決意を固めた先生やスタッフの方々は、まずオンラインセミナーにお越しください。
※今回のオンラインセミナーは「歯科改善指導ノウハウ講座」のエッセンスや概要をギュッとまとめてお伝えし、私が直接かかわった事例などもお伝えします。

その上で、歯科界に貢献できるパートナーとして弊社をご採用いただければ幸いです。

株式会社エムアンドエムパートナース
代表取締役　村上　和人
（経営コンサルタント/成幸コーチ）

※当小冊子読者限定のご案内

歯科を顧問先として持つ(増やしたい)会計事務所の責任者の方へ。



主催:㈱M&M PARTNERS(北海道札幌市)

このオンラインセミナーに参加すると

◇「歯科に強い会計事務所」になるということの本質が理解できる。
◇なぜ「真の歯科経営パートナー」が求められているか？が理解できる。
◇顧問先の歯科医院へのアドバイスに活かせるノウハウやツールを手にできる。
◇歯科医院の顧問先を新規開拓するための新しい視点のアプローチ方法を学べる。
◇会計事務所ならではのアドバイザリー・サービスを確立する必殺ツールを手にできる。

セミナープログラム

『新・歯科に強い会計事務所になるための戦略と方法』

1)会計事務所が医院経営のパートナーとして認められない理由とは？

2)医院経営における真のパートナーとなるための実践ポイント

3)会計事務所が知っておくべき歯科界の現実

4)歯科経営改善に貢献できるマル秘ノウハウと成果獲得ツール

5)会計事務所ならではのアドバイス提供するためのアドバイザリーサービスとは？

6)新視点による積極的アプローチ法で歯科顧問先を獲得する最新ノウハウ！

その他、各種ツールサンプルなどをご提供します。

セミナー開催概要

【ライブ受講コース(各回90分)】

ライブ開催は終了となりました。
動画視聴コース(アーカイブ配信)は、
10月末まで受付中です。

参加費:1名¥11,000円(税込み)※カード決済 or 銀行振込。

【動画視聴コース】

オンラインセミナーを録画した動画をご自身の好きなタイミングで繰り返し視聴できるコース。事務所内での共有も可能です。
参加費は、11,000円(消費税込み)。

動画視聴コースでも、セミナー参加特典は可能です。ぜひともご活用ください。

セミナー講師

医院経営改善支援の実績は約22年。北は地元北海道から南は沖縄まで、のべ200件を超える全国のクライアント歯科の現場で様々な課題解決に取り組む中で見い出してきた歯科【改善6ステップ】をベースに成果獲得をサポート。
近年は歯科経営改善支援のコンサルティングに加え、院長やスタッフへのコーチングスキルを活用したサポート等で、全国のクライアント歯科の増患、増収、増益に貢献している。

会計事務所向けの歯科ノウハウ指導では、全国規模でのセミナーや講師実績に加え、個別会計事務所での歯科アプローチの展開支援や個別案件への対応などを通じて、歯科医院の顧問先拡大や既存の顧問先へのアドバイスサービスの提供を図り、顧問先拡大や顧問料アップに貢献している。



経営コンサルタント/成幸コーチ 村上 和人
(株式会社M&M PARTNERS 代表)

☆当セミナー詳細や参加申込は、コチラから ⇒⇒⇒

＜ https://www.mandm-coaching.jp/2609aos-dental-pre ＞

【本資料執筆責任者】

株式会社M&M　PARTNERS
代表取締役　　経営コンサルタント/成幸コーチ
村上　和人

〒060-0061
北海道札幌市中央区南1条西16丁目1番地323　春野ビル3F
TEL：011-558-0656　FAX:011-351-1866
E-mail:mandm.part.2025@gmail.com
WEB:https://www.mandm-coaching.jp