

# 歯科 経営情報

## REPORT

Available Information Report for  
dental Management



### 経営

歯科医院の差質化戦略

## 予防歯科と 自由診療への 取組みポイント

- 1 施設数の変化と自由診療や予防歯科へのシフト
- 2 差質化戦略Ⅰ 自由診療への取組み
- 3 差質化戦略Ⅱ 予防歯科への取組み
- 4 成功のカギはカウンセリングシステムの導入

税理士法人イースリーパートナーズ

2026

3

MAR



# 1 | 施設数の変化と自由診療や予防歯科へのシフト

歯科医院の施設数は、平成22年の68,384施設をピークにしばらく横ばいが続いていましたが、令和5年以降は減少に転じています。

その要因としては、主に歯科医師の高齢化による閉院、医療DXの進展にともなうデジタル化・IT化への対応困難、経営不振等が挙げられています。

一方、全体数の減少は進んでいるものの、都市部では依然として激しい競合状態が続いており、他院との差質化が今後の経営において重要になっています。

差質化の重要なポイントは「自由診療」と「予防歯科」への積極的な取り組み方にあると言えます。広告等による増患対策も必要ですが、自院の既存患者についても「自由診療」や「予防歯科」を理解してもらったうえでいかに選択してもらうか、またそのような患者を受け入れる院内体制が整っているかが重要なポイントとなります。

## 1 | 歯科医師の高齢化と歯科医院の施設数の変化

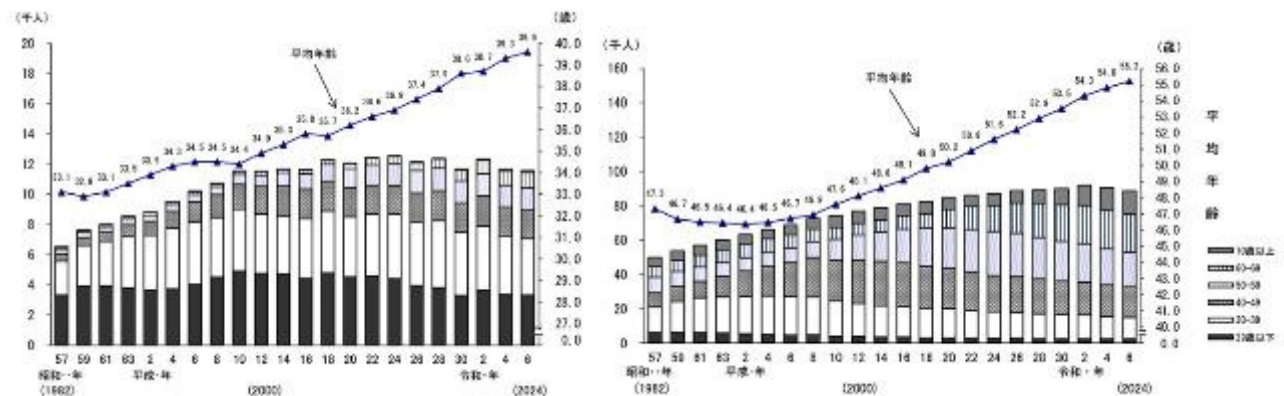
### (1) 進む歯科医師の高齢化

厚生労働省が昨年12月に発表した「令和6(2024)年 医師・歯科医師・薬剤師統計の概況」によると、全国の届出「歯科医師数」は103,652人で前回の調査時より1.5%減少し、「60～69歳」が22,970人(22.9%)と最も多く、次いで「50～59歳」21,558人(21.5%)となっており、特に診療所に従事する歯科医師においては、60歳以上の割合が増加傾向にあります。

#### ■ 年齢階級別にみた歯科医師数及び平均年齢の年次推移

(病院に従事)

(診療所に従事)



厚生労働省：令和6(2024)年 医師・歯科医師・薬剤師統計の概況

## (2) 歯科医院の年次推移

一方、医療施設調査によると、歯科医院の施設数は平成22年の68,384施設をピークに、令和5年では66,818施設、令和6年66,358施設、令和7年65,626施設と減少傾向にあります。

### ■ 歯科医院の施設数

	令和5年	令和6年	令和7年9月	5年～7年の減少数
歯科医院	66,818施設	66,358施設	65,626施設	△1,192施設

厚生労働省：令和5年6年7年 医療施設調査

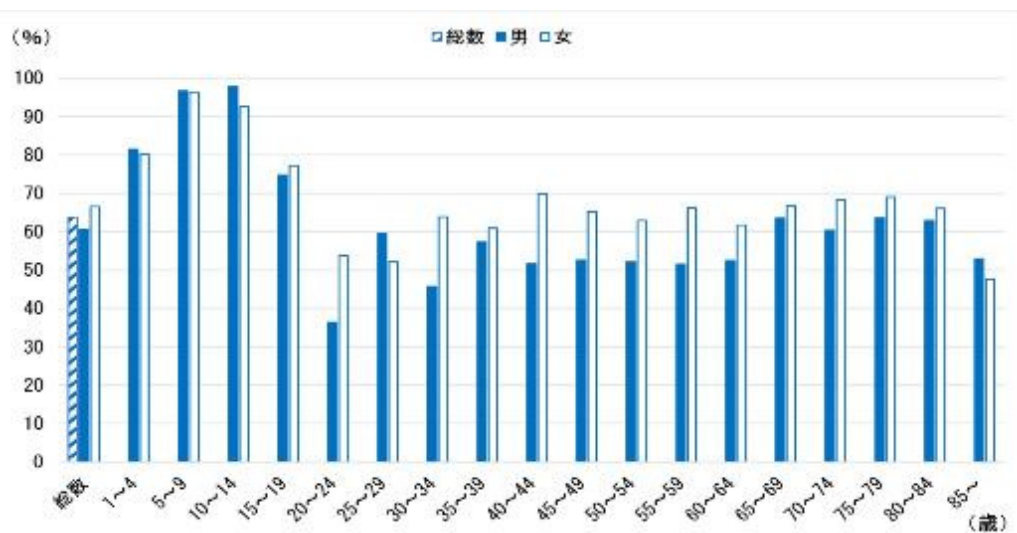
## 2 | 歯科検診における患者意識の変化

厚生労働省の「令和6年度歯科疾患実態調査」によると、過去1年以内に歯科検診を受けた者の割合は全体の63.8%という結果になっており、これは、令和4年の同調査58.8%から増加しています。

受診機会別にみると、1歳以上の全年齢層で、全体の半数以上がかかりつけ歯科医院での定期的な検診を受けており、その他自治体（市町村など）の検診、学校健診、職場検診のほか、75歳以上は後期高齢者医療広域連合による歯科検診なども利用されています。

このように、過去に比べると歯科検診を受診する機会が増え、患者の予防意識も高まってきているといえます。

### ■ 過去1年間に歯科診療を受けた者の割合



厚生労働省：令和6年 歯科疾患実態調査結果の概要

## 3 | 患者意識の理解

少し前まで、歯科受診する患者は「歯が痛む」「歯茎が腫れた」「補綴物が外れた・欠け

た・壊れた」といった現象が起きてから来院し、対症療法を受けるケースがほとんどでした。現在でも比率的に多くを占めている患者の受診傾向ですが、なかには「早く治療して欲しい」という願いが強いため、症状の検査・診断結果から自由診療を勧めたり、カウンセリングの時間をとってもらったり、予防歯科の定期健診を勧めたりすることがなかなか難しい患者もいます。

基本的には、治療中に患者との信頼関係を十分に構築し、歯科医師や歯科衛生士の話を聞くことがどれほど重要かを患者に理解してもらわなければ、カウンセリングから始まる自由診療や予防歯科への窓口を開くことはできません。

#### ■対症療法希望の患者の意識

- とにかく早く治して欲しい
- 1回の治療時に1カ所だけでなく、複数治療部位が有るなら全て手掛けて欲しい。
- 何故こうなったかの原因究明や説明は不要なので治療開始して欲しい
- アンケートで保険内希望と記載しているので自由診療を勧めずに治療して欲しい
- 定期健診の予約等は後で考えるので治療開始して欲しい
- 痛いところを診てX線を撮って、次回から治療開始となるのは何故？
- 痛くないところ（症状が出ていても無痛）の治療はしなくても良いのでは？

#### <他の要因から発生する意識>

- 予約しても待たせるのに治療自体も時間が掛かりすぎる（待ち時間対策が取れていない）
- 自分が思っている治療期間より、数週間長くかかっているのは何故？（治療計画説明が無い）

## 4 | 差質化戦略の基本は自由診療と予防歯科の取り組み

今では多くの歯科医院が自由診療や予防歯科に取り組んでいますが、画一的な自由診療メニューを作成し、定期健診の時期が来たらハガキやメール等で通知しているだけにとどまっているケースも多くみられます。

自由診療には、ホワイトニング等に見られる審美歯科に属するものと、補綴物自体の機能や食事時の感覚向上、保存期間の長期化といった患者にとって大きなメリットのあるものがあります。

また、予防歯科の定期検診には、歯周病予防や補綴物維持管理、医科の症状にも関連する予防措置という大きな目的があります。

来院している患者やSNSを閲覧している患者にアピールするには、大まかな言葉での説明ではなく、根拠を示し、何が患者にとってメリットなのかを判りやすく目に留まるような表現と媒体で告知することが、他医院との差質化を図る重要なポイントになります。

## 2 | 差質化戦略 I 自由診療への取り組み

自由診療には、補綴物等の材料によるものやインプラント等の保険外診療行為、ホワイトニング等の審美歯科、矯正歯科でもインビザライン等と様々な形態があります。

患者に自由診療を推奨する手法としては、「口腔内の健康を維持するための考え方」を前面に出すものへと変化してきており、もはや「高いものが良いもの」というだけでは受け入れてもらえません。近年では自由診療に関する情報が多く出回っていることから、いかに自院の自由診療への取り組みを患者にアピールできるかが重要です。

SNSでの発信も重要ですが、常日頃から培った患者とのコミュニケーションを利用し、いかにカウンセリングに結びつけていくかが、重要なポイントとなります。

### 1 | 変化する自由診療の留意点と特色

#### (1) 補綴物等の自由診療材料の変化

過去の診療報酬改定において、前歯のCAD/CAM冠が保険適用になり算定要件も見直されました。同じく大臼歯CAD/CAM冠の適用拡大がされたり、純チタン2種を用いた全部金属管について技術の新設等がされたりと他にも歯科固有の技術評価の見直しがされています。

診療報酬改定の情報をいち早く、かつ正確に把握し、患者への提案や自由診療メニュー、パンフレット等の内容を迅速に見直していきましょう。

新しい医療情報を積極的に提供してくれる歯科医院は、患者からの評価も高まります。

#### ① 歯科固有技術の評価の見直し

##### <令和4年度診療報酬改定>

改定後	
<b>【CAD/CAM冠（1歯につき）】</b>  [算定要件] 注) 別に厚生労働大臣が定める施設基準に適合しているものとして地方厚生局長等に届け出た保険医療機関において、歯冠補綴物の設計・製作に要するコンピュータ支援設計・製造ユニット（歯科用CAD/CAM装置）を用いて、歯冠補綴物（全部被覆冠に限る。）を設計・製作し、装着した場合に限り算定する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● (新) チタン冠 1歯につき 1,200点 新機能・新技術で保険適用された純チタン2種を用いた全部金属冠について、技術料の新設を行う</li> <li>● (新) レジン前装チタン冠 1歯につき1,800点 純チタン2w種を用いたレジン前装冠について技術料の新設を行う</li> </ul>

<令和6年度診療報酬改定>

大臼歯CAD/VCAN冠の適用拡大	改定後		
<p>●CAD/CAM冠を装着する部位の反対側に大臼歯による咬合支持(固定制ブリッジによるものを含む)があり、次の①又は②を満たす場合①</p> <p>①CAD/CAM冠を装着する部位と同時に大臼歯による咬合支持がある場合</p> <p>②CAD/CAM冠を装着する部位の近心側隣在歯までの咬合支持があり、対合歯が欠損又は部分床義歯の場合</p>	【CAD/CAM冠 (1歯につき)】		
	1	2 以外の場合	1,200点
	2	エンドクラウンの場合	1,450点

厚生労働省：令和4年6月 診療報酬改定 歯科

## (2)審美歯科～ホワイトニングエッセンスというブランド

ホワイトエッセンス社のホワイトニング薬剤は従来の物より3倍以上効果が上がる(ホワイトエッセンス発表)とされています。

販売先は全国で登録されている歯科医院だけであり、その対象となる歯科医院には、歯科医師、歯科衛生士に対して100時間以上の徹底した研修が行われています。ここで薬剤塗布技術だけでなく、技術やコミュニケーション能力といった歯科医院全体のより高い能力向上を目的にしており、同社認定試験に合格した歯科医院のみが使用できます。

なお、同エリア内での件数制限があるため、確認が必要です。

## (3)インプラント治療

インプラント治療に関しては、過去色々な問題がありました。X線装置での撮影だけで、必要な骨の厚さや密度が足りないにもかかわらず、インプラントを埋め込んで骨が割れたり、装着が取れてしまったりという問題や、メンテナンスの重要性の説明不足による問題、さらには、材料の使いまわしといった問題まで発生していました。

インプラント治療に際しては患者の骨の量(骨密度)や厚さ、人工歯根を埋め込むための幅など、事前に確認すべき様々な条件があります。必要な機器を整備して十分な検査と治療計画の説明等のカウンセリングを実施することが肝要です。

また、インプラント治療では、定期的なメンテナンスが重要です。インプラント自体には神経が通っていないため、痛み等の自覚症状が表れにくいことから、歯科医院によるプロケアと日々のセルフケアが必要になります。

## (4)矯正歯科でのインビザライン

インビザラインとは、アライン・テクノロジー社が提供するマウスピース型矯正装置です。インビザラインの認定やランクは、学会資格とは別の位置づけとして、アライン・テクノロジー社が付与している認定医制度です。実際にトレーニングを行い、修了した歯科医師が登録できます。

他にも「日本歯科医療評価機構のインビザライン認定医」や、歯科医師・医院紹介サイトを運営するハートミラー社が実績を基に独自の基準で認定している「インビザラインドクター」という名称もあります。

今まで矯正歯科専門の歯科医院で行われていた治療も、研修を受けて認定医取得することで、一般の歯科医院でも行うことができるようになりました。そのため、こうした治療を始めるケースも増加しているようです。

## 2 | カウンセリングの効果

カウンセリングを実施することによって、患者それぞれが最適と考える治療計画を提案し、得られる効果が価格以上の価値があるということが共有できれば、それ自体が患者満足度の向上にもつながります。

他業界では、サービスレベルが高ければ価格も高いのは当然ですが、歯科医院では、自由診療であっても患者からの評判を気にして、サービスレベルが高いにも関わらず価格を抑えてしまった結果、患者満足を得られなくなるという傾向がみられます。

歯科医院のブランドとは「来院者との約束」であり、また、約束を継続することがファンを増やしていくことになります。

患者満足度向上のためには、長期視点で患者との関係を構築していくことが重要です。

そこでの歯科衛生士の果たす役割は大きく、歯科医院と患者との関係に好循環を生むためには欠かせない存在となります。

患者それぞれが最適と感じる治療提案を行う

得られる効果が価格以上の価値がある事を共有する

長期的視点で患者との関係を構築していく

## 3 | 差質化戦略Ⅱ 予防歯科への取り組み

実際に予防歯科・定期健診を患者に案内する際は、診療の最終時に治療ユニット上でパンフレットやリーフレットを配布し、簡単な説明だけで次回の検診予約を取るか、あるいは会計時に同様に予約を取るといった対応にとどまっているケースが大半です。

患者もある程度は定期健診が重要だと思っているため、案内が来た時点で通院するかを判断するケースが多いのも事実です。そのため、1回目の定期健診に来院しても、2回目、3回目とまでは続かない患者も多いようです。

したがって、患者に予防歯科の重要性を認識してもらうには、口腔内の健康を維持するために必要な事項を周知していくことが重要なポイントとなります。

### 1 | 保険適用内での定期健診と自費による定期予防との違い

保険適用内での定期検診は、う蝕と歯周疾患の発見と治療が目的です。したがって、歯周ポケットの検査や歯垢の付着状況などの検査を行いながら、少しずつ歯石除去などの処置を行います。保険による制限や治療の手順があり、1回で口腔内全体をきれいにすることはできません。

一方、自費での定期予防は、定期的な健康診断と、う蝕や歯周疾患の予防処置、そしてステイン除去などによる審美性の回復等を保険による制限等を気にすることなく実施することができます。

#### ■ 保険の定期健診と自費の定期予防

##### ● 保険の定期健診からの治療

- ・ 歯周病に罹患している4mm以上の歯周ポケットがある患者には、歯周病安定期治療として定期的に来院してもらい、1回で上下全顎の歯石除去などの処置が認められている
- ・ 病気の兆候を探る検査・診断（単発）
- ・ 特定条件（根管強）で継続提供

##### ● 自費の定期予防からの予防措置

- ・ 原則、1回で全ての歯面のクリーニングを行い、エナメル質の再石灰化を促す効果の高いハイドロキシアパタイトを含んだ保険適用外のペーストを歯面にゴムカップで練りこむなどの予防処置を行う

## 2 | 計画的・継続的な管理を保険で受けるための2つの条件

3カ月に1回という計画的・継続的な管理を保険で実施するためには、2つの条件があります。SPT（歯周病安定期治療）と口腔管理体制強化加算（口管強）の施設基準をクリアした歯科医院で管理を行うことです。

### ■歯周病安定期治療（SPT）の対象となるパターン

- これは予防ではなく、治療管理である
- 歯石取りや症状によっては歯周外科手術などの歯周病治療が完了後、その病状が安定した状態を維持し、再発・悪化を防ぐために定期的に行う治療・管理を指す
- ※これは歯周病という慢性疾患をコントロールするための治療・管理とみなされます。

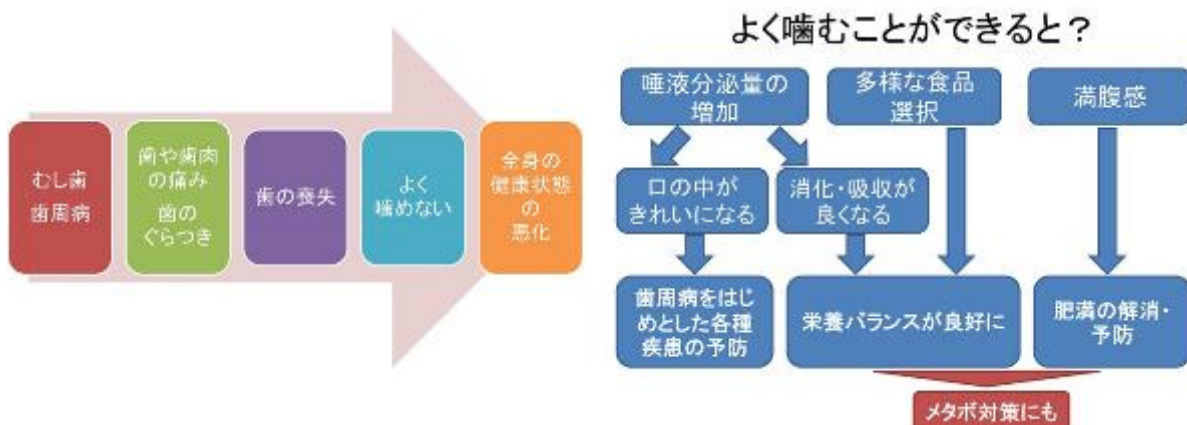
### ■口管強と呼ばれる厚生労働省認定の医院

- 以前はかかりつけ歯科医機能強化型歯科診療所（か強診）と呼ばれていた制度が再編
- むし歯・歯周病の重症化予防と継続的な口腔機能管理を行う施設基準を満たした歯科医院への加算
- 歯科医師と歯科衛生士の配置、過去1年間の歯周病安定期治療30回以上、エナメル質初期う蝕管理料等12回以上の算定、訪問診療体制などが必須要件

## 3 | 口腔内と全身の健康との関係性

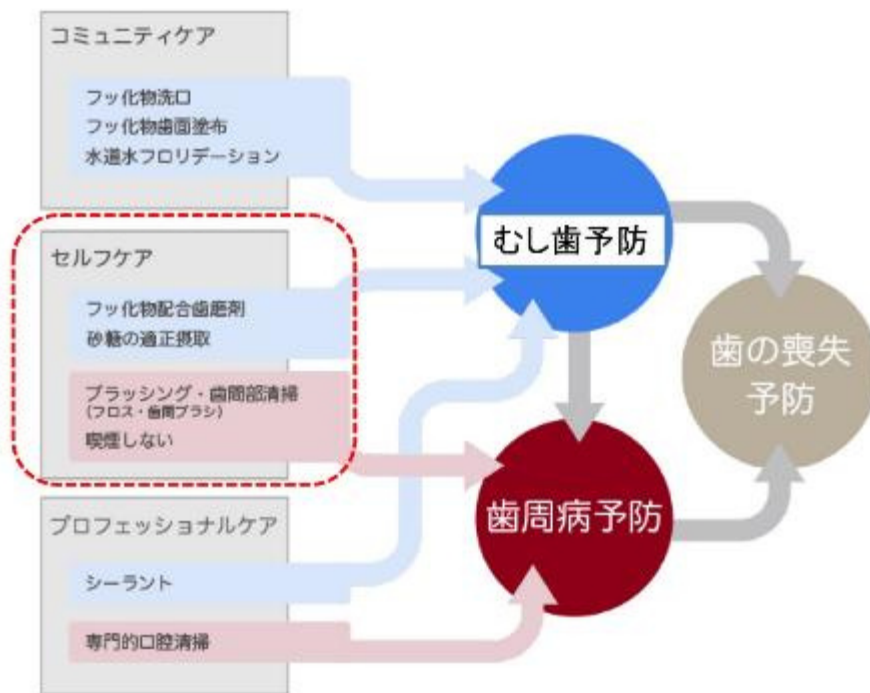
厚生労働省では、口腔内の健康維持が全身の健康状態にも影響があると考え、歯や口の健康推進に取り組んでいます。特に高齢社会では、口腔機能低下が誤嚥性肺炎、糖尿病、心血管疾患、認知症、低栄養などと関係することが強調されています。

歯科医院は単なる虫歯・歯周病の治療の場から、全身健康を支える医療拠点としての役割が求められています。



厚生労働省：「保険者における歯や口の健康づくりセミナー」

■予防による虫歯・歯周病対策



厚生労働省：e-ヘルスネットより一部改変

4 | カウンセリング時の注意点

カウンセリングを行うには、ユニット上ではなく、カウンセリング室を使ことが効果的です。歯科医師がパンフレット等を使って予防歯科の重要性を説明すると説得力が増し、その後は歯科衛生士も説明しやすくなります。

さらに、パンフレットを持ち帰って読み返してもらうことで、同居家族への理解も深まり、家族全員が予防歯科の患者になる可能性が高まります。

■カウンセリング時の注意点

- ① 予防歯科の目的をわかりやすく説明
- ② 歯科疾患がどんな病状を起こすか、また、口腔内の健康だけでなく、全身の医療疾患にどのような影響を及ぼすのかを説明
- ③ 検査メニューを明確にし、何故この検査を行うかという理由まで付ける  
(いかに重要で専門性の高い検査であり、精密な結果が得られるかに重点を置く)
- ④ 保険適用と自由診療となる境界線を説明し、検査後のトラブル防止を行う
- ⑤ 院内のスタッフ全員が同様の説明ができるように研修する
- ⑥ 検査結果を資料化して渡すことも明記する

## 4 | 成功のカギはカウンセリングシステムの導入

現在、予防歯科や自由診療の重要性を認識している歯科医院では、カウンセリングを積極的に導入しています。

一方で、専門のカウンセラーを配置するなど、本格的に実施している歯科医院はそう多くはありません。今後の経営を考えれば、歯科医院にとって歯科助手や歯科衛生士による兼任を考慮してでも、カウンセリングシステムへの取り組みはきわめて重要なテーマといえます。

### 1 | カウンセリングの効果

#### (1) 自由診療割合の増加

自由診療の割合を増加させるには、情報提供の量と質の双方の充実を図る必要があります。どれほど情報提供をしても、患者との間に信頼関係が構築されていなければ、自費の押付け・押売りを受け取られます。

カウンセリングによって、希望する治療や適している治療が自由診療であると歯科医師が判断し、それが患者に受け入れられるのは、お互いに信頼関係が構築されてからです。



#### (2) キャンセル率の減少

予約のキャンセル率は、歯科医院へのロイヤリティをはかるうえでの重要な指標です。

患者は、日々複数の予定に優先順位を付けて行動しています。歯科医院へのロイヤリティが低い場合、歯科治療の優先順位が下げられてしまい、結果としてキャンセルにつながってしまいます。

一般的には、キャンセル率の目安として、連絡ありのキャンセルは10%以内、無断キャンセルは5%以内に収まっているのが適正だといわれています。キャンセル率を下げるには、カウンセリングを通じて行う二つの取り組みが必要です。

一つは医院のルールを伝えることであり、もう一つはカウンセリングを通じて、個人的な人間関係を構築していくことです。

## 2 | 予防歯科への説明時の留意点

予防歯科に取り組む際には、予防という考え方を患者へどのように説明するかがポイントとなります。口腔内に関しては、痛みや出血、歯の欠損等が起こってから来院するというのが一般的です。

したがって、常日頃からの口腔内の健康維持の重要性を患者に判りやすく説明し、理解してもらうということが必要です。

そのためにも、治療時のチェアサイドで行うのではなく、患者と向き合える場を作り、カウンセリングという時間を取ってもらい、予防歯科の重要性について理解してもらうことが大切です。

### ■患者に訴えるべき予防による口腔内の健康維持の重要性

- 歯の治療は、疾病前の状態に戻すことが少なく、削る、抜く、といった治療が多い
- 将来、歯が少なくなる・無くなることによる生活へ影響(食生活、会話等)
- 口腔衛生は、糖尿病や肺炎、甲状腺機能低下、白血病、不妊症、根管感染を原因とする関節リウマチ、多発性硬化症等に関係すると研究・発表されている

## 3 | 患者への働きかけのタイミング

予防の重要性を患者へ呼びかける際はタイミングが重要です。症状が発生し、痛みを無くして欲しいと思っている状況下では聞いてもらえません。

治療に相当数の通院を行い、完治までの痛みや時間投下に対して、「二度とこんな思いはしたくない」と強く思っている瞬間こそがベストタイミングとなります。

### ■予防歯科を患者へ働きかけるタイミング

**初診時**：患者の多くは「痛い → 治す」という認識で来院しています。ここで、歯周病の進行、再発リスク、定期管理の必要性を説明します。

**主訴がおちついた2回目**：患者が改善を実感している、治療への信頼ができているタイミングでSPTやメンテナンスを提案します。

**補綴物のセット終了時**：う蝕や歯周病になった患者の多くは「二度と再発させたくない」と考えているため、最も予防歯科医療へ誘導できる可能性が高いチャンス。

※結果として、初診患者の数だけ手持ち患者が増え、自費率が高くなり、激化する競合の影響を最小限にできる。

## 4 | 自由診療につなげる初診カウンセリングの重要性

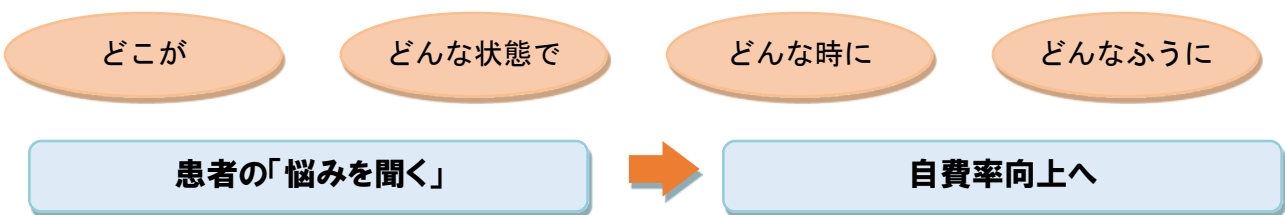
「受付で問診票にご記入後は、初診カウンセリングになります。」

このような言葉でスタートし、患者がまわりを気にせず会話できるカウンセリングルームで行うことが効果的です。

実際のカウンセリングで最も重要なのは、患者の悩みを聞くことです。

「どこが」「どんな状態で」「どんな時に」「どんなふうに」困っているのかを、詳しく聞くようにしましょう。

### ■初診カウンセリング



## 5 | 予防歯科は通院習慣の仕組みが重要

「治療が終了したら早く帰りたい」というのが患者心理ですが、予防歯科は通院習慣の仕組み作りが重要となります。歯科医院のリコール（定期検診の呼び戻し）は、予防歯科を定着させる最も重要な仕組みです。

成功している歯科医院では、単なる案内ではなく「システム化」しています。対象となる患者は、歯周病治療終了患者（SPT）、メンテナンス患者、小児予防患者、インプラント患者などですが、特に重要なのは歯周病患者のSPT管理です。

また、「次は3ヶ月後のメンテナンスになります。今予約を取っておきましょう。」と患者が帰る前に次回予約を入れることも重要です。

### ■定期検診案内（リコール）のおもな手段

- ハガキ
- SMS
- LINE
- 電話
- メール

現在は、開封率が高く、コストが安いことからSMSやLINEが主流

#### 【効果的な内容】

- 歯周病再発の注意
- 定期管理の必要性
- 医院のメッセージ

メッセージ例：「歯周病は再発しやすい病気です。定期的なクリーニングで歯を守りましょう」など。

■参考資料

厚生労働省：令和6(2024)年 医師・歯科医師・薬剤師統計の概況

令和6年 歯科疾患実態調査結果の概要

令和5年6年7年 医療施設調査

歯科口腔保健の推進に向けた取り組み等について

保険者における歯や口の健康づくりセミナー

e-ヘルスネット

ホワイトエッセンス株式会社：ホワイトエッセンスについて

アライン・テクノロジー社：インビザライン認定医制度



税理士法人イースリーパートナーズ

大阪：530-0054 大阪市北区南森町1-3-29 MST南森町3F ☎06-6654-6805

京都：600-8413 京都市下京区烏丸仏光寺下ル大政所町680-1 第八長谷ビル4F ☎075-354-8455

高槻：569-0803 高槻市高槻町14-13 丸西ビル ☎072-686-5131