

連載・税理士から見た歯科医院経営

皆様こんにちは！

先日、ある医院で新患が急減しました。
皆様はどこに原因を探しますか？

- ・ライバル医院の出現
- ・ネットでの誹謗中傷
- ・SEO の下落

色々な要因が考えられます。

しかし、この医院の場合は受付が新患を半分以上断っていました。
原因は、先輩の歯科衛生士から「新患は1日1名までにするように」と圧力がかかっていたからです。

要因は外ではなく、中にあったというわけです。
実はこの手の話は決して珍しいものではありません。

防止するには、

- ・院内の数値の変化を把握しておく
- ・医院の売上UP とスタッフの幸福がイコールになるような制度作りが必要になりますね。



税理士法人アップパートナーズ
～ www.upp.or.jp ～

〔福岡本部〕	福岡県福岡市博多区博多駅東 2-6-1 九勸筑紫通ビル 9F	TEL:092-403-5544
〔佐賀中央オフィス〕	佐賀県佐賀市鍋島 2-2-9	TEL:0952-33-7501
〔佐賀オフィス〕	佐賀県伊万里市二里町大里乙 1766-4	TEL:0955-23-6712
〔長崎オフィス〕	長崎県長崎市曙町 4 番 9 号	TEL:095-861-2054
〔佐世保オフィス〕	長崎県佐世保市白南風町 1-13 JR 九州佐世保ビル 2F	TEL:0956-76-8189



FDH Information

新たな PB、ネクステラカップが入荷しました！

長らくご愛用頂いた PL カップ（3000 個入）のデザインが刷新され、たまご型ロゴのネクステラカップに生まれ変わりました。昨日、初回ロットが納品され、本社社員にて搬入作業を行い、これまでの PL カップが終了次第の販売開始となりました。歯科治療中のうがい給水に適したサイズで、長時間の診療でも充分にご使用いただける設計となっております。是非、皆様のチェアサイドでご活用ください。



ネクステラカップ（3,000 個入）



The Fukuoka Dental Times

Vol.43 | 2021.08



FDH シリーズ 「人 ~ひと~」



北九州営業所 営業係
菅 康 昭

生年月日 昭和 59 年 12 月 25 日
動物占い パープル 狼
お仕事 北九州山口エリア営業

入社 5 年目を迎え、歯科ディーラーとしての脂がのってきた菅係。昨年山口エリアを担当し、様々な知識と経験を増やしながら、日々成長しています。北九州営業所では新人営業も加わり、先輩として彼らの指導も担ってくれています。

Contents of this month

- > コロナ後の NewNomal ~ コロナ禍が加速させた口腔ケア高価格帯への消費行動変化 ~
- > 税理士法人アップパートナーズ 菅社長コラム「課題に潜む内的要因」
- > FDH information 「新たな PB、ネクステラカップが入荷しました！」

発行元：福岡デンタル販売株式会社 マーケティング部
〒813-0034 福岡県福岡市東区多の津 4-7-5 KN センタービル TEL:092-629-1491



www.fidental.co.jp

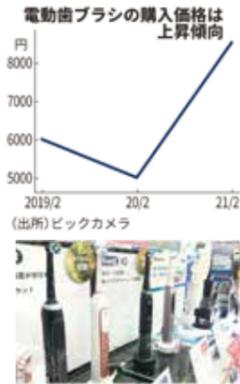


facebook

コロナ後の NewNormal

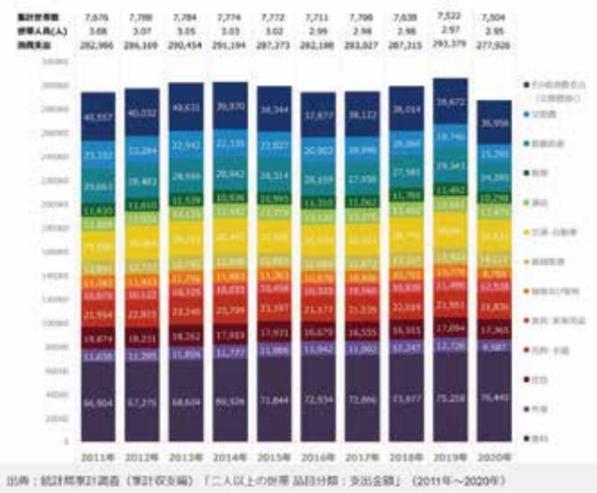
～ コロナ禍で加速された口腔ケア高価格帯への消費行動変化～

待ちに待った東京オリンピック 2020 がいよいよ開幕し、様々な国と地域から集まった選手たちの熱い戦いが毎日繰り広げられています。史上初の緊急事態宣言下での開催には、様々な問題と開催に関する賛否はあるものの、私たちに大きな感動を与えてくれるオリンピックに選手・関係者を含め、心から感謝したいと思います。



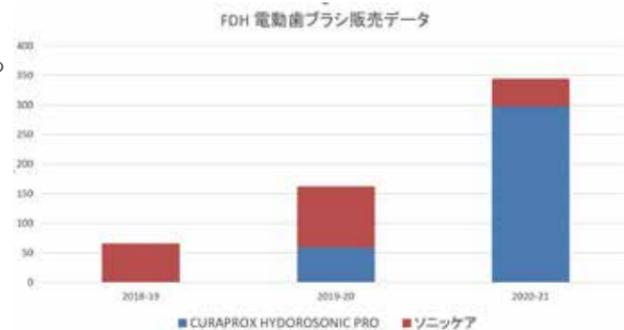
さて、8/4 付の日経電子版では、大手家電量販店における電動歯ブラシの平均購入価格が、新型コロナウイルス感染拡大を背景に約 2 倍になっていると報じられています。フィリップス社が 6 月に大手家電量販店向けに上市した最上位機種「ソニックケア 9900 プレステージ」の店頭価格は 45,540 円前後で設定されるなど、電動歯ブラシの市販に高価格帯のモデルが追加されてきています。日経紙面では、コロナ禍において、「マスクで自分の口臭を気にするようになった」、「歯科医に行く回数を減らした」といった消費者の声が紹介されます。マスク生活が常態化し、口臭へのケアや健康志向の高まりがセルフケアの市場を盛り上げていると報じられ、さらに、大手家電量販店の美容家電担当者からは、「電動歯ブラシを使っていなかった人の新規購入や、より高性能な製品に替える動きが見られる」と報告され、背景には、コロナ禍により加速された消費行動の変化があると取り上げられています。

今年 6 月にインターネットサイト MarkeZine に犬飼江梨子氏が寄稿した記事によると、総務省統計局家計調査（家計収支編）における「二人以上世帯の支出金額」（右図）より、2011 年からの 10 年間の消費行動を分析すると、世帯人口が減少傾向にある中で「食費」や「家具・家事用品」「保険医療」といった世帯支出が増加し、「交際費」が減少している背景等から、日本人の消費行動は、『家で過ごす時間やモノを大切にしている意識』が高まり、『外での活動よりも家で過ごす時間に重きを置く』傾向や、『非日常よりも日常を大切にしている意識』の変化があると、それらを、新型コロナウイルスの流行がさらに拍車をかけたのではと報告しています。



コロナ禍では、外出自粛により、旅行や外食などの消費が減り、その代わりに家具・家電の買い替えなどが増加、最近では美容や健康家電などの消費が増えて来ているといい、より良い品にお金をかける意識などの消費行動が高まってきていると述べられ、今後更にセルフケア市場の拡大が見込まれ、高価格帯の高スペック品への関心が高まっています。

当社の販売データにおいても、30,000 円弱の電動歯ブラシ販売数は、昨年から大きく増えており、これらの紙面を裏付ける販売状況となっています。プロケアとセルフケアの充実した院内指導が、コロナ禍における消費マインドをさらに充足させるものと考え、口腔ケア製品の知識と最新情報を継続してお届けしていきたいと考えております。



歯ブラシの理想を追求した革新的なブラシヘッド

ハイドロソニック プロは、歯と歯肉を優しくブラッシングするために独自開発された CUREN® 繊維と CURACURVE® フラカーブで、口腔内を隅々までしっかり磨くことができます。



あらゆる口腔環境において、安定した性能を発揮します。



※センシティブブラシヘッド / シングルブラシヘッド使用時

掲載内容につきましては、詳しくは弊社営業までお問い合わせください。