



人が増え続ける街「浦安」 歯科医院開業の可能性を探る

企画構成: byクレセル マーケティングチーム



開業候補地がどんな特徴を持ち、生活者がどんな属性をもっているかを知っていないと、患者とのコミュニケーションの構築、診療ビジョンの明確化、そして診療目標や数値目標は立てられません。マーケティングベースの診療ビジョンがあれば、開業後医院経営が停滞することであっても、医院システムの再構築が容易です。

「歯科医院探検隊が行く!」では実際に現場へ行って得た情報を元にエリアマーケティングを行っています。

人口が増え続ける街「浦安」

第一回歯科医院探検隊のエリアマーケティングは千葉県浦安市です。東西線浦安駅の南側になる北栄(きたさかえ)・猫実(ねこざね)地区を見てきました。どちらも住宅地なのですが、北栄地区は3~4階建ての低平な集合住宅が多く、猫実地区はそれよりも一戸建ての割合が多くなっています。

駅の周辺は繁華街となっており、西友の周りには商店街もありました。

浦安市の開発計画では、今後は6~8階建ての集合住宅を多く建てていく、とのことで、今の町並みより若干ですが高さが出てくると思われます。

平均所得は477万円

浦安市の平均所得は477万円。千葉県全体ですと383万円ですので、平均並かややゆとりがある市のようなです。人口は平成19年1月現在で157,501人です。人口は毎年増加傾向にあり、平成10年から平成15年までに12.6%増加しています。

今回調査した地域の昼間人口は20,918人で、夜間人口は30,100人ですので、東京のベッドタウンという様子が現れていると思います。

患者人口1,368人の激戦区

この地区の歯科医院は22件ありましたので、

1医院当たりの人口は1,368人です。千葉県全体ですと人口6,056,462人につき歯科医院が2,764件ですので、1医院当たりの人口は2,191人となります。

数字からは相当な激戦区だと考えられます。特に浦安駅周辺には、今回調査した医院の半数以上となる13件がありました。しかし、住宅街の方へ行きますと、残りの半数がばらけて立地しています。商業・業務集積地域と住宅街ですので単純には比較できませんが、数字から見る住宅街の競争率は低いと言えるのではないのでしょうか。しかし、商業・業務集積地域に比べると人の動線から外れている分、プロモーションの仕方が盛業への分岐点になると思います。

これらの状況から、以下の仮説を立てました。

- 住宅街⇒ファミリー狙い
- ややゆとりのある収入⇒多少の自費診療



平均所得

浦安市 477万円
千葉県 383万円

人口

浦安市 157,501人
人口増加率 101.2%
千葉県 6,056,462人
東西線浦安駅乗降客数 48,244人

調査区内人口

昼間人口 20,918人
夜間人口 30,100人
生徒数 3,983人

歯科医院

浦安市件数 22件
1医院当たりの人口 1,368人
千葉県件数 2,764件
1医院当たりの人口 2,191人

Data

※階数のポイントは下記の通り
1F=2ポイント、
2F=1ポイント、
3F以上=0.5ポイント、
商業施設・高層オフィスビル内=2ポイント

NO.	医院名	評価	ポイント	プロモーション的要素			診療日時とインフラ			提供する医療サービス品目				隊員Aの目から見た医院			隊員Bの目から見た医院			
				パンフレット	カード	ホームページ	休日診療	20時以降診療	階数	レーザー	インプラント	審美	矯正	目立つ	入りやすい	最新機器が ありそう	家族連れが 入りやすい	目立つ	入りやすい	最新機器が ありそう
1	A 歯科医院	C	5.5						2			○			○		○	○		○
2	B 歯科医院	C	6			○			2				○				○	○		○
3	C 歯科医院	C	6.5			○			2	○					○		○	○		○
4	D 歯科医院	B	7.5		○	○			0.5		○	○	○	○	○	○	○	○		○
5	E 歯科医院	C	5.5				○	○	1					○			○	○		○
6	F 歯科医院	C	4.5						2			○	○				○			
7	G 歯科医院	C	5.5		○		○	○	0.5			○	○				○			
8	H 歯科医院	C	6						2		○	○	○	○			○	○		
9	I 歯科医院	D	3					○	2											
10	J 歯科医院	D	3						1				○	○			○			
11	K 歯科医院	A	12		○	○	○		2		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
12	L 歯科医院	C	6						2			○	○			○				
13	M 歯科医院	C	5.5					○	2				○	○			○			○
14	N 歯科医院	B	8			○		○	2	○			○	○						
15	O 歯科医院	C	4						2			○	○							
16	P 歯科医院	C	5.5			○			2			○	○				○			
17	Q 歯科医院	C	5		○				2				○	○			○			○
18	R 歯科医院	D	3					○	2											
19	S 歯科医院	B	10		○			○	2		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
20	T 歯科医院	C	7	○					0.5			○	○	○			○	○	○	
21	U 歯科医院	D	2						2											
22	V 歯科医院	C	7			○			2				○	○						



立地・診療時間・標榜の傾向

- この地区の全体的な傾向は以下の通りです。
- ①1Fや商業施設で開業している医院が17件と7割以上を占める。
 - ②夜間診療を行っているところが8件と全体の約3割。
 - ③審美11件、矯正10件と、ともに半数近くを占める。
 - ④6件が自宅で開業している。

優良歯科医院の条件

- この地区優良歯科医院の共通項として下記のことがあります。
- 集客施設至近、もしくは大通りに面しており、人の動線上に立地。
 - ポイント表のプロモーション要素の一つ以上該当する。
- 集客施設の中にあり、見た目がガラス張りの

洗練された雰囲気のあるK 歯科医院は、受付の方の対応も丁寧で、診療サービスも豊富なため、文句なしのトップグループだと感じました。

他にも、駅前という立地を活かし、プロモーションに気を使っているD 歯科医院、レーザーを売りに得意分野をアピールしているN 歯科医院など、優良歯科医院には他に埋もれないようにする努力が窺えました。また、優良歯科医院は車での来院にも気を使っています。

浦安での盛業には

この地区は今後の開発でも集合住宅が増えるので、人口の増加、特に家族を構成している年代が多く集まってくることが予想されます。そのため、ファミリーデンティストとして運営していくことが大事だと考えます。

もう一方の仮説では所得の状況から自費診療が多いのではと予想をしましたが、若い院長が

多く審美治療が一般的なことから、ビル診開業における設備等の借入返済残が多いことから、ニーズに対応しているというよりは、保険診療主体の医院運営は限界点に近く、医院経営の観点から審美的ニーズを積極的に作り出しているのではないかと推察されます。

今回の優良歯科医院のように立地優位性を最大限に生かし、患者の消費心理を喚起するプロモートは、現況を考えると有効な試みですが、このような手法は患者と歯科医師の両者満足の上でしか成立しないことを付け加えてさせていただきます。