

C & C

2003. August Vol. 1 No. 1

「ケア & コミュニケーション」

CONTENTS

WHITENING NOW「ホワイトニングで新しいお客様が…」

INSIDE REPORT「目標管理型経営を实践」

Nd:YAGレーザーの応用例「歯肉メラニン色素沈着の除去」

C&C ラウンジトーク

INFORMATION「オステル」／「海外留学」

創刊のご挨拶

日頃は格別のご愛顧を頂き、厚くお礼を申し上げます。

去る6月16日、株主総会・取締役会の議を経て、新たに社長に就任致しました。

前社長の意を体し、「顧客中心主義」を継承し、お客様の満足度向上のため一層の努力をして参る所存です。

その一環として、このたび、全国でお取引を頂いておりますお客様各位とササキを結ぶ情報誌を年3回刊行することに致しました。

情報誌のネーミングは「Care&Communication」と致しました。

これは真心や思いやりといったケアの気持ちを大切に、お客様と私どもの間でお役に立つ密度の濃い、希望の明日に繋がるコミュニケーションを目指し、お取引を継続・拡大して頂きたいと願い、名付けたものです。

Care&Communicationの主な内容は、歯科医業に夢とビジョンを持ち、「こうなりたい」「こうしたい」と活路を拓いているお客様、社会の枠組みの変化に見合った独自のシステムづくりに励んでいるお客様、既成概念や古い慣習の打破にチャレンジし独自の付加価値づくりに努めているお客様などについて、単なる紹介記事ではなく、より一歩踏み込んだ内容を盛り込んだ誌面づくりを目指すとともに、それを分かりやすく、ビジュアルに表現したいと欲張った企画を致しております。

併せて、お客様とササキの双方向の媒体となるよう、お客様からのご意見・ご提案を頂戴して参りたいと、専用のフリーFAXとURLの窓口を設け、「C&C」コーナーの充実にも努め、さらにそれを日常業務に反映させ、良質の商品とサービスのご提供ができるようにしていく所存です。



ササキ株式会社
代表取締役社長 佐々木伸五

「ホワイトニング」で新しい「お客さま」が来院!

今回は星野匠先生に実際の導入方法や実情などについてうかがいました。

「ホワイトニング」は 患者→患者の紹介が多い!!

「親しくなった方、特に主婦の方が気軽に希望してきます」。「この前なんか、農作業の格好のままで『ホワイトニングして下さい』と来院された主婦の人がいて、ビックリしてしまいました(笑)」。

「ホワイトニングは髪のカラーリングと同じで、一人がすると周りの人は何処で白くしたの? 幾らかかったの? 私もしてみようかな? と言う具合になるし、ホワイトニングをした人は歯の白さを自慢してくれるので、結果として口コミで広げてくれるんです」。

「ただ注意をしないといけないのは、審美的なことはこだわりも強いので、患者さんの考え、希望、期待をしっかり把握するカウンセリングがとても重要です」。「例えば天然歯と補綴処置した歯が混在している場合は、色調の違いが出てくるためホワイトニング後の補綴治療(メタルボンド入れ替え、CR充填など)が必要となることを事前に伝えて理解して頂かないとトラブルになります」。

メリットとデメリットを正確に伝えて、患者さんの満足が得られる最善の方法をお勧めする。この姿勢が同医院のポイントである。



平成6年江戸川区に開業。最寄り駅よりバスで約15分。主に主婦層の患者が中心、今後は特に小児に力を注ぐ。



「極力削らない、抜かない。将来にわたる歯の健康まで考えて、120%の力で治療します」と宣言される星野先生。



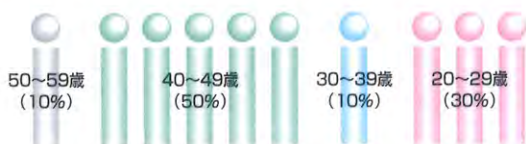
患者さんにホームホワイトニングの説明や注意を納得がいくまで行う。

「うちのスタッフがモデル。全員の歯がピッカピカ!」

そして、実際の主役は衛生士さん!! 患者さんとの親しい関係をそれぞれの個性を生かしながら築き上げている。

同医院の衛生士さんすべてが実際にホワイトニングをされているので、患者さんへの説得力が非常に強い。説明や注意からフォローまで衛生士さんが中心に行っている。チェアタイムは患者さんひとり30分が基本時間とのこと。

約半数が40~50歳の女性。 キッカケは同窓会や結婚式。



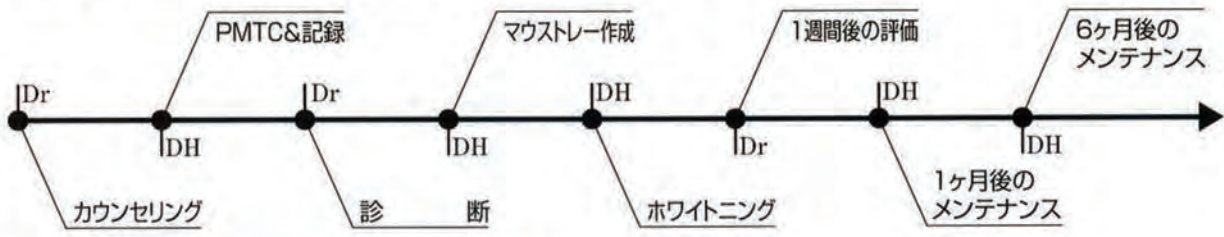
▲ 同医院のホワイトニングをされる方はやはり女性がほとんどであり、おおよその構成は上図のとおり。

「ホワイトニングは、若い人だけというイメージがありますが、実は年配の方が多くいます。それに比べて、30代の方は子育てなどで余裕がないようで少ないですね」。

動機の多くは、(1位)同窓会、(2位)子供さんの結婚式、(3位)帰省など。晴れがましい席に出る時に、普段から気になっている「歯の黄ばみ」をこの際、白くしたいという理由がほとんどでした。

ホワイトニングは、治療以外のケアを目的に来院する新しいアイテムになっている。

◆◆◆星野歯科「ホームホワイトニング」の流れ

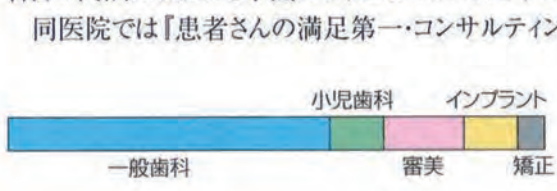


初回	DXキット ¥45,000 (マウストレー上下付)
リピート	ミニキット (ホワイトニングジェル 2本入) ¥10,000 マウストレー (作成料) 上下 各¥10,000

◀「数万円もする品物をそのままお渡しするのは失礼」とお洒落で丈夫な手提袋をオリジナルで制作。

ホワイトニングだけでは儲からない。
トータルな治療・健康づくりを。

「ホワイトニングにより、リコール率が20%アップしましたが、ホワイトニングだけで売上を向上させようという発想だとキツイと思います。ホワイトニングの後に考えられる治療につなげていくのが大切なんです。ホワイトニングは健康な歯を維持する為の入口。すべての治療の中に関係してくるものなのでトータルの見方が重要になってくるんです」と、院長。診療科目の内訳はおおよそ下図のようになっているそうです。



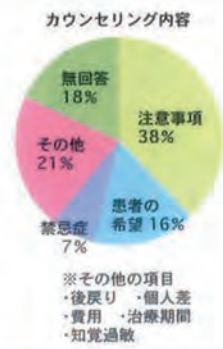
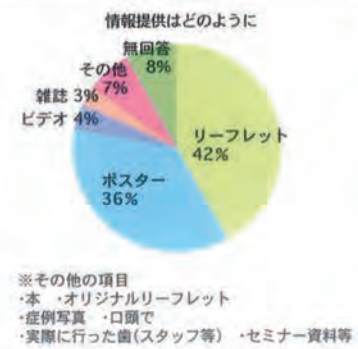
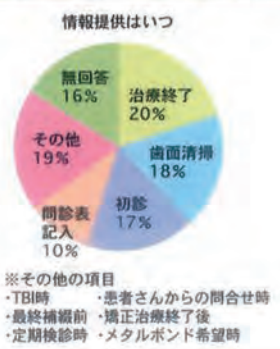
▲治療後すぐに患者さんへメッセージをお渡ししている。

同医院では『患者さんの満足第一・コンサルティング歯科』というコンセプトにもとづいたシステムとイメージ作りが徹底している。たとえば、ホワイトニングキットを入れる袋から名刺、ステーションナリー、患者さんへのメッセージカードなど、ステキでオシャレなオリジナル製品で統一されている。なによりも患者さんとの信頼関係を作ることを優先した医院経営をされていた。

院長 星野 匠 先生 たくみ 昭和39年(1964年)群馬県生まれ。明海大学歯学部卒。平成6年(1994年)星野歯科医院を開業。日本歯科医師会会員。所属学会「日本歯科理工学会」「日本口腔インプラント学会」他。日本顎咬合学会「咬み合わせ認定医」
星野歯科医院 東京都江戸川区鹿骨5-20-9/Tel.03-5243-0080 Fax.03-5243-0081/E-mail: info@h-dc.jp http://www.h-dc.jp

NITEホワイト歯科医院アンケート

当社/中京地区450件調べ(平成15年3月実施)



代表的な価格帯
カウンセリング、PMTC、マウストレー上下組に、NITEホワイト・エクセルDXキットを組み合わせた代表的な価格は、¥30,000～¥60,000でした。

まじま歯科クリニック 大阪市生野区田島5-7-25/Tel.06-6756-0418 Fax.06-6756-0039
http://homepage3.nifty.com/majima-dental/

目標管理型 経営を実践

「お客様がお客様を呼ぶ」サービスを

歯科医院もサービス業。スタッフ全員が経営者感覚を。

まじま歯科クリニックには現在、歯科医師3名(院長含め)歯科衛生士3名、受付助手3名、技工士1名が働いている。「うちではスタッフ全員に経営者感覚をもってもらう。自分の仕事に自覚と責任を持つこと、そして営業戦略をきちんと立てること。これは目標管理型の経営をしているうちには絶対必要なんです」。

間嶋伸治院長は勤務医を採用する面接で必ずこの質問をする「あなたの開業する日は?医療人としての目標は?あなたの人生目標は何ですか?」と。明確な自己目標がなければと思うから。

また、スタッフ雇用時の採用方法もおもしろい。まず、書類選考を行い面接をして、それから体験入社(!)をする。周りのスタッフやお客様と話をし、医療の現場

を肌で感じて体験をしてもらう。その状況をスタッフが「やる気があるか、続けられるか」など判断し、院長ではなくスタッフが話し合い、責任を持って採用を決める。「私なんか、一緒に頑張りましょうって言うだけなんですよ(笑)」と院長。



予防管理が中心。より一層の予防意識を!

では、同クリニックでは何を目的とし、診療を行っているのか。「美容室などは定期的にみなさん行かれますよね。歯科は症状が出てからしか来なかったんですよ。でも、悪くなって治療するのではなく、悪くならないように管理して行くのがこれからの医療だと思います」。

「一番大事な事は健康な方に来に来て頂くかなんです。そのためには医療人としての職務を全うし、さらに日々向上するのは当たり前で、医療サービスを提供している社会人としてお客様に感動してもらえ人、医院に行き行くこと」と明解だ。

個人個人の意識の高さは日頃行われている「営業会議」からもうかがえる。「営業会議」はいくつかあり、スタッフ



だけで毎週1回行い、全体ミーティングを月に1回診療時間を削って行っている。また、お客様に協力してもらい、院内内で臨床的なスキルアップを目指すことも行っている。

● 昨年の営業会議内容の一部

勉強会		11月2日
(1)トピックより・新春トップアンケート・テーマ/モットー		
×お客様満足 ○顧客視型経営 ○顧客視型経営に徹する!! ×顧客満足→○顧客満足		
↓ 個別対応→システム/仕組み ↓ 細分化(ニーズ)☆勝敗が決まる!		
手間と時間は惜しまず! ヤマト運輸「あなたの物がまますま運びます」クール宅急便や時間指定 12-14 14-16 18-20		
×9時~5時給料がもらえる ○「役に立つこと(お役立ち)が給料の額」		
(2)今期/テーマ(方針)		
【お客様をつかまえる年にしよう!】 ①予防管理室(2002.6月予定) ②企画室の充実/本格化 ③営業企画会議/ミーティング ④お客様をどうつかまえるか? (1)お客様カード (2)終礼 (3)ミーティング		
自30 稼70→50:50		
企画部(受付) 1.ツール作り 2.振り起こし/ハガキ 3.お口の精密検査/チラシ 4.「ロコ」		
DH部門 1.メンテナンス/予防 20% 万/年 万/月額		
年間目標額 自費 万 保険 万		

他業種からも学べることは積極的に取り入れる。客観的に分析、反省し、具体的な目標を掲げ実行していく。



院長 間嶋 伸治 先生

昭和40年(1965年)5月生まれ。大阪歯科大学卒業。
平成8年(1995年)まじま歯科クリニックを開業。
日本歯科麻酔学会認定医・ドライマウス研究会認定医・歯学博士



JR大和路線「東部市場前駅」から
徒歩10分。

感動=口コミ!?

「予防やPMTCのお客様には、担当の衛生士がつくのですが、衛生士だけで毎月どれだけの売上があったのかを計算できるシステムにしています。だから高級クラブではないけれど『プロのサービス業としてお客様に指名されるようにならないとダメだよ』といつもスタッフに言っています。そして、一番大切にしている事は『感動』です。常にお客様と同じ視線で物事を見つめ、考える事で一つでも多くの感動を与える事ができればと。例えば、院内の清潔感だったり、スタッフの笑顔、技術であったり何でもいいんです。お客様に何か感動をしてもらえる医院であり

たい。それがお客様がお客様を呼ぶサービスにつながっていると思います」。

簡単そうでなかなか身につかない接客技術の向上のために、まずは、お客様の声を集める。そして話し方など重要なテーマは、外部から講師を呼ぶことも積極的に取り入れている。



目標管理と成果主義。

3カ月に1回は自分の評価と他人の評価を全員で行い、年度末のミーティングで、年始に掲げた個人、医院の成果目標を達成したかどうか全員で評価をする。そう、驚くことに同クリニックでは各自の評価をスタッフ全員がする。そしてこの結果を各自の今後の目標、診療内容に繋げて行くのだ。また、この評価が各自の給与に大きく反映する仕組みになっている。

「成果主義でやっている当院では、スタッフ一人ひとりの高い目標と努力が必要です。結果としてお客様に選んで頂けるようみんな頑張ってください」。

【能力開発システム表】業務ごとに細かく項目がわかれ、「出来る」「トライ中」を自分と全員が評価し、結果が給与に反映される。

清掃は専門業者に。

「もちろんスタッフも掃除をしますが、床や外観などの清掃は専門業者にお願いしています」「スタッフには本来のやるべきことに集中してもらいたい」という方針の院長はコンセプトと実行が首尾一貫している。

このような院長の考え方は開業前から持っていた。「開業前に麻酔科に居たことがあって手術前に15分くらい面談をするんです。手術を受ける方ってみんな不安と闘っているんですね。その方達の不安をいかに取り除くか、短い時間でいかにハートを掴むかって精神的な所を見るのがとても勉強になった」と語る。「だから『一緒に頑張りましょうね』と、ま

ずは必ず声をかけるんです」その精神的なケアが医療機関ではないがしろにされてきたと。

来院された方は「たまたま来た患者さんではなくお口にご病気をお持ちのお客様なんです」。

こんなユニークで、常に前向きで革新的なシステムの「まじま歯科クリニック」は、今後の歯科医院経営のひとつの経営スタイルかもしれない。アイデアを具体的な目標にし、実行し、継続することをできるかが成功への道であることは間違いないようだ。

Nd:YAGレーザーの応用例

佃 宣和 先生 エヌティー・デンタルクリニック院長

N.T.Dental Clinic

エヌティー・デンタルクリニック

札幌市中央区北1条西3丁目3-27 札幌北1条駅前通りビル9階 TEL:011-208-2621 <http://www.sh.rim.or.jp/~nobu/>

ここがポイント! 歯肉メラニン色素沈着の除去

● PulseMaster が他のレーザーに比べて優っている理由

パルス発振型Nd:YAGレーザー光の波長(1,064nm)は、メラニン色素の吸収波長351~1,064nmの範囲内にあり、良く吸収され、パルス幅もごく短く(150 μ sec)、組織深達度も140 μ m以下で、無麻酔で痛みなく処置を行うことが可能である。また術後の痛みや癒痕形成などの副作用もないというすぐれた特徴を有している。また本レーザーの場合、一般にメラニン色素沈着部位に墨の塗布が推奨されているが(図1)、使用せずに行った方が効果的な様である。

● 基準となる照射条件と方法

"出力1.5~2.0w, パルスレート15~20pps, 冷却"

- ① 色素沈着部位に表面麻酔を塗布するか(図2)、または無麻酔下で照射するが、痛みを訴えない程度に出力やパルスレートを調整して行う。
- ② Airなどで冷却しながらファイバー先端を歯肉表面に対して30~45度傾け、接触させ、上皮を一層剥ぐ様に行う(図3)。
- ③ 術後の不快症状は、ほとんどない、1週間後に診査し、必要があれば再度レーザー照射を行う(図4)。

● 効果を得るためのポイント

Point 1 :

ファイバーを歯肉表面より0.1~0.2mm 刺入する様に照射すると効果的である。

Point 2 :

墨は塗布しない! これは歯肉表面に墨を塗布すると、照射エネルギーは集中するが、メラニン色素まで届かず、かえって除去効率が悪いからである。



図1:メラニン色素沈着部位に墨を塗布した状態。



図2: 墨塗布を伴うレーザー照射1週間後、メラニン色素はあまり除去されず残存している。



図3: 術中、ファイバー先端を接触させながら照射。歯肉表面が粗造になっている。



図4: 術後、レーザー照射3回目ではほぼ除去された状態。



佃 宣和 先生

昭和56年 北海道大学歯学部卒業
 昭和57年 北海道大学歯学部附属病院助手
 昭和61年 北海道大学歯学部附属病院講師
 平成2年 歯学博士・日本歯周病学会認定医
 平成3~4年 米国オレゴンヘルスサイエンス大学歯学部留学
 平成7年 日本歯周病学会指導医
 平成8年 N.T.Dental Clinic 開業
 日本歯周病学会評議員・米国歯周病学会会員
 日本歯科保存学会会員・日本レーザー歯学会会員
 北日本レーザー歯学研究会会員

※他にもNd:YAGレーザーを使用した効果的な応用例などがございましたら「C&C」事務局までご連絡下さい。

バリバリ活躍中の
歯科衛生士さん！



歯科衛生士 永瀬佳奈さん(東京都目黒区・松尾歯科医院)

大変なことは？

「緊張感や不安感を解きほぐすことはとても大変です」「最善の治療をしても、お互いに相手のことを理解をしていないと心の満足につながらないので、当たり前のことですが、始める前には分かりやすく丁寧に説明をして、コミュニケーションをとることが大切です」「最初は表情が硬い患者さんが、だんだん心を開いて笑顔を見せてくださるようになると、とても嬉しいです」

今までの失敗談は？

「私の職場は住宅街のすぐ近くにあるのでお子さんからおじいちゃん、おばあちゃんに至るまで、ご家族でいらして頂いている方も多いです」「先日も親子でいらした方がいて『〇〇君どうぞ』と大きな声でお呼びしたら、ガッチリしたお父様が恥ずかしそうに立ち上がられて…。待合室中の患者さんに大笑いされてしまいました」

今、大切に思っていることは？

「ご依頼を頂いて現在、『ホワイトニングのステップアップセミナー』の講師をさせて頂いています。ホワイトニング療法ではカウンセリングやPMTCなど歯科衛生士の役割も多々ありますが、結果的に患者さんに口腔内への関心や予防に対する意識を高めて頂けるように、実際におこなっていく私達が常にその意識を持ち続けることが、とても大切だと思います。見た目の美しさだけではなく、『健康』という美しさを提供していく、それが歯科衛生士の仕事だと思っています。この仕事をはじめて十三年目になりますが飽きっぽい性格の私がここまで長く続けてこられたのは、院長をはじめ職場のスタッフに恵まれていたという部分がすごく大きいですね。とても明るい職場でいつも楽しく仕事をしています。これからもチームの一員として自分の仕事に誇りを持って頑張ります」

銀座四丁目に昨年
技工所を開設！



歯科技工士 加藤敏明さん(ループテクニシャングループ代表)

なぜ今、東京銀座にラボを？

「常識から言えば、無謀と言われるのでしょうか(笑)」
「でも、確実にニーズがあるのです。歯科医院様の立場から言えば、銀座四丁目に一軒のラボもなかったのは不便にちがいません。それならスピーディにご要求に応えられる場所で、最新の技術をご提供することが我々の出来るサービスではないか?よし!チャレンジしよう!と」

マーケティング的な見通しは？

「他の方々と同じことをやろうとは考えていません」「たしかに坪8万円のビルに開設しましたが、それはお客様への利便性を第一にしなければ生き残れないとの判断なのです。コストは我々が吸収したとしても、それは医院様に認めていただければ採算は合うはずですよ」「徹底した我々独自のサービスをご提供することで、『オンリーワン』を追及しているんです」

具体的なサービスとは？

「オーダーをいただいたご指示にキチンとおこたえするのは当たり前で、再製は無料でやります。患者さんのお口に入って始めて商品となるのですから」「ご希望いただければ、各医院様の特性に合わせて、我々の培ってきたノウハウと新技術をドンドンご提案させていただきます」「審美ならこれからはコレ!とハッキリお薦めします」

開発されたシリコーン義歯とは？

「この『ループシリコーン義歯』はやわらかく自然な感覚でフィットする、当社だけの新しい義歯です」「これから需要の高まる新製品であることは間違いありません」「詳しくは雑誌の『QDT5月号』に書かせていただきましたので是非ご一読を」

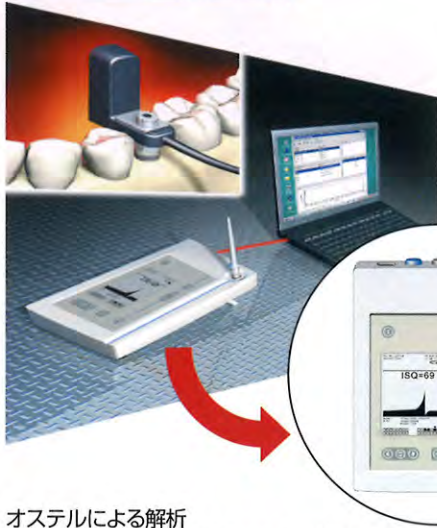
■お問い合わせ先■
ループテクニシャングループ
TEL 052-238-6285 FAX 052-238-6284
E-mail:loop@myad.jp

C&C Lounge Talk

ラウンジ・トーク

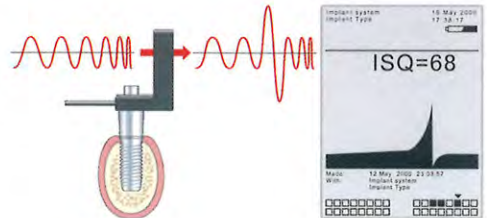
オステルはインプラント治療の評価に必要なデータを提供します。

Osstell™



現在インプラント体を埋入してから補綴に入るまでの治療期間は、下顎で3ヶ月、上顎で6ヶ月とされています。しかし、この期間は標準的な期間であり、個人差は考慮されていません。それ以外の方法としてはX線画像での判断や、ペリオテスター、もしくは術者の経験による感覚で判断するような不確実なものしかありませんでした。一方、患者サイドの要求は、より治療期間の短縮を求める要望が多くなってきています。そのような状況のもと、オステルは、世界で唯一インプラント埋入後の安定度を客観的な数値で表し、インプラント治療の

評価に必要なデータを供給します。オステルは世界で使用されているほとんどのインプラントシステムに対応でき、その測定値は、今やインプラント埋入後の評価をする上でのゴールドスタンダードとなりつつあります。



オステルによる解析

オステルは液晶によるグラフィック・ディスプレイを用いており、測定結果をグラフとISQ(インプラント安定指数)により表示します。グラフの形状とISQがインプラントと骨の適正な関係を示します。例えば、ISQの数値が基準より高ければ骨とインプラントの密着度が高く、基準より低ければ密着度が低く、どちらも補綴処置には適正な状態ではないと判断されます。

■お問い合わせ先■

輸入元: (株) デニックス・インターナショナル
TEL: 03-5775-0515

海外情報 挑戦してみよう! 海外留学。

THE NEW YORK UNIVERSITY COLLEGE OF DENTISTRY ADVANCED PROGRAMS FOR INTERNATIONAL DENTISTS



ニューヨーク大学歯学部・歯科医師対象上級者プログラム

ニューヨーク大学歯学部留学募集

ニューヨーク大学歯学部の、国際歯科医師留学生のための上級者プログラムはきわめてユニークで、この種のものとしては全米でも最大規模であり、参加者が歯科領域においてより大きな成功をおさめ、より有利な経歴を獲得できるように、最新の技術や知識を習得・強化できるように企画されています。

同学部は、最先端の臨床設備とともに世界的に高名な教授陣で編成されています。NYUCDのカリキュラムは国際的に歯科医師資格のある人々がインプラント、矯正歯科学、歯科補綴学、歯周病学、歯内療法学、小児歯科学、顎顔面領域における修復顎手術/包括的治療と一般歯科などを含むあらゆる科目に登録することができます。すべての科目は9月から7月までのフルタイム制で、教育カリキュラムの一貫として留学生による患者への直接治療行為も含まれています。通常は1年間の上級者教育コースが提供されていますが、デニス・ターナウ博士指導によるインプラント歯科学は例外として2年コースになっています。

入学申込み方法、英語熟達、必要ビザ、授業料援助その他の点についての情報は以下のサイトにてご覧になれます。

<http://www.nyu.edu/dental/academicprograms/international/home.shtml> E-mail: ksk4@nyu.edu

ISO 9001:2000 認証取得

弊社は本年5月に、品質管理及び品質保証に関する国際規格「ISO 9001:2000年版」の認証を取得いたしました。これまで以上にお客様への満足度向上を目指してまいります。

「事務局からのお知らせ」

日本全国の歯科医院や国内外の歯科メーカーとのパートナー企業として様々な「生の声」の情報を提供していきたいと考えております。また、この情報誌を皆様によりリアルに最前線の声を反映した誌面作りを心がけていきたいと考えております。また、FAXとホームページを通じて皆様のご意見ご要望を頂けますようお願い申し上げます。スタッフ一同お待ちしております。

例えば、「全国にお知らせしたいこと」「この製品のこんな便利な使い方」「隠れた一級品」「お知りになりたい情報」などテーマはご自由です。ただし、誌面の都合上、掲載出来ないことが起こるかもしれませんが、その際にご理解の程よろしくお願い致します。

SASAKI「C&C」事務局 細谷俊寛

SASAKI

お問い合わせ・ご意見は

FAX 0120-566-052

<http://www.sasaki-kk.co.jp>