







Care & Communication

ケア&コミュニケーション

C O N T E N T S

INSIDE REPORT	DOCTOR'S TALK	CLINICAL POINT	THE FRONT LINE	THE NEXT VISION	C & C INFORMATION
					
P1-2	P3	P4	P5	P6	P7

**歯科衛生士を120%活かす
ホワイトニング専門サロン
併設の歯科医院**

医療法人ナディアパーク
デンタルセンター/BLANCA
飯田 吉郎 先生
田嶋 美樹さん

**柔軟さと攻めの姿勢で
歯科医師としての
危機感を乗り切る**

中原歯科医院
中原 晋一 先生

**Nd:YAGレーザー治療の
バイオニアに聞く
効果的な「墨」の活用法**

江里口歯科医院
江里口 彰 先生

**アメリカで培った最先端の
歯科技工技術で
審美歯科をプロデュース**

ベアルト
デンタルスタジオ代表
RDT(歯科技工士)・MDT
畑田 浩幸 さん

**増患のチャンスは
戦略的リニューアルで
つかめ!**

(株)キーステーション
マーケティング
総合プロデューサー
今井 義博 さん

**フィクスチャー
マイクロスレッド 新登場!**

ASTRA TECH

歯科衛生士を120%活かす ホワイトニング専門サロン併設の歯科医院

医療法人ナディアパークデンタルセンター／BLANCA 理事長 飯田 吉郎 先生・歯科衛生士 田嶋 美樹さん

名古屋市の商業地区で開院する「ナディアパークデンタルセンター」は、通常の歯科治療を行う医院の隣に、ホワイトニング専門のサロン「BLANCA(ブランカ)」を設けている。サロン開設によって、医院の運営や歯科衛生士の意識にどのような変化があったかをたずねてみた。

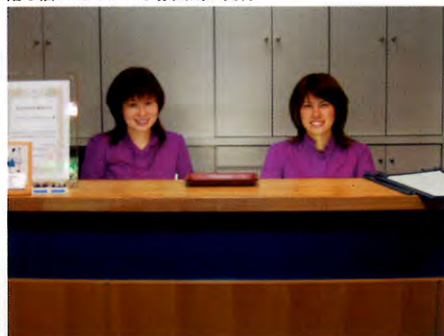
複合ビル内にあるナディアパークデンタルセンター(8F)



デンタルセンターの入り口



落ち着いたモダンな雰囲気の受付



理事長の飯田先生と主任衛生士の田嶋さん



サロンは歯科と入り口が分かれている



サロン「BLANCA」は清潔感のある白のインテリアで統一



コース内容や費用も明記した「BLANCA」のオリジナルパンフレット

患者獲得の起爆剤として ホワイトニング導入を決意

「ホワイトニングを取り入れたことで、私たちの専門を活かせる可能性が広がったと思います」と話すのは、「BLANCA」の運営・管理を任せ、リーダーとして頼りにされている主任衛生士の田嶋美樹さんだ。



患者さんからの信頼も絶大な田嶋さん

ナディアパークデンタルセンターは名古屋市内でもっとも華やかな商業地域の中区・栄にある。8年前、オフィスと商業施設の複合ビルの8階に、成人歯科と小児歯科を併設

する形でスタートした。サロンの開設は2年前。きっかけは、小児歯科の患者数の伸び悩みだった。

「新規の患者さんを獲得する起爆剤が欲しいと考えていた頃、出会ったのがホワイトニングでした。審美歯科に力を入れる必

要性も感じていたので、歯も美しくなりたいという心理をくすぐり、歯科医院をたずねるきっかけになるホワイトニングに、これだ!というひらめきを感じたんです」と、同センター理事長の飯田吉郎先生は当時を振り返る。

予想以上の反響を呼んだ サロンの開設

同センターが大胆だったのは小児歯科を閉鎖し、その場所をホワイトニングサロン「BLANCA」としてリニューアルするという冒険とも言える決断を行ったことだ。「サロンを設けることで、広告もしやすくなりますし、審美に強いというイメージアップも図れます。不安もありましたが、オリジナルのパンフレットやホームページを通じて、治療内容や料金について、きめ細かく明確に情報を提供しました。これが功を奏し、患者さんの反応は上々。



衛生士のやる気を強力にサポートする飯田先生

雑誌やTVにも取り上げられるなど、開設後の反響は予想以上でした」と飯田理事長は驚く。

サロン開設で歯科衛生士全員の意識が変わった!

「BLANCA」の人気の秘密は、情報提供に力を入れたことばかりではない。スタッフの努力も見逃せない。主役は、田嶋さんを含めた10名の歯科衛生士たち。飯田理事長を始めとする歯科医師4名は、歯科衛生士からの要請に応じて、サロンの患者さんと接する。歯科衛生士主体の運営方法が彼女たちのプロ意識を高めたのだ。

「エステ感覚が強いサロンでは、いかに患者さんに満足していただくかが成功のカギを握っています。患者さんが一歩、サロンに足を踏み入れたときから、私たちは表情や態度を見逃さず、望みや悩みを的確に把握し、そのニーズに応えることが大切なのです」と田嶋さんは話す。

そのためには、歯科衛生士からの気配りの効いた働きかけが重要になる。サービス業としての資質も要求されるようになったことで、より高度な知識が必要と感じた彼女たちは、自然発生的にホワイトニング



動きやすい制服で衛生士がきびきびと働く医院フロアの診療室

の技術やカウンセリングテクニック、最新の歯科治療に関する勉強会を頻繁に開くようになった。

「申し送りの際も患者さんの希望にどう

応えるかについて、相談しあう時間が増えました。サロンができたことで、歯科衛生士同士が刺激し合い、自分たちも歯科医院の経営に参加しているという自覚をうながす環境が作られたと思います。私もブティックやレストランに行くと、ついどんな接客をしているかが気になり、観察した結果を伝えたりすることもあるんですよ」と田嶋さんは話す。

自費診療への流れをスムーズにしたサロンのカウンセリング

こうした歯科衛生士たちの積極性ももっともよく現れているのが、患者さんとのカウンセリングだ。サロンでは、ホワイトニングの期間中、一人の患者さんに対し、歯科衛生士も専任になる。そのため、ときには患者さんの都合に合わせて、休日出勤することもあるという。

「カウンセリングでは、30分から1時間かけて、じっくりお話を聞き

院内活性化のきっかけ

- ユニフォームの一新 ●自費診療料金等の明確化
- 衛生士専用PCの設置とデジタルカメラの活用
- カウンセリングしやすい環境作り

ホワイトニング導入後の衛生士の変化

- 新分野への参入によるモチベーションの高まり・自覚と自立の芽生え
- カウンセリング技術の向上
- 自分の患者という認識が強まるマンツーマン対応
- PC(パワーポイント)を用いた症例発表の定例化

ます。ホワイトニングの治療は平均3~4回の通院になりますが、カウンセリングを繰り返すことで、より深く悩みを把握できるんですね。その結果、必要に応じて、歯科医院での自費診療をおすすめすることもあります」と田嶋さん。

なかなか自費診療には踏み切れない患者さんも、歯科衛生士とのコミュニケーションが深まることで、信頼感が増し、安心して自費診療を始めることができるという。

「治療を終えられたあと、サロンで担当だった歯科衛生士にだけお礼を言って帰られる患者さんもいるんですよ」と飯田理事長は笑う。



じっくりと患者さんの話を聞くサロンのカウンセリングコーナー

サロン開設後、自費診療売上が200%アップ

サロン開設による変化は、数字にもはっきり現れている。開設後、自費診療売上が200%もアップしたのである。

「費用はかかってもきれいに治したいと考える患者さんは、今までもいっしょだったと思います。そのニーズを歯科衛生士がサロンでのカウンセリングを通じて、掘り起こすことができたのではないのでしょうか」と田嶋さん。

同センターでは、歯科衛生士がサロンと歯科医院の両方をローテーションで担当している。このスタイルが、情報交換を密にし、サロンの患者さんを歯科医院の治療にスムーズに送り出すことに役立っているのだ。

「サロン開設で歯科医院としての可能性が広がりました。このチャンスを逃さず、技術はもちろん、カウンセリングや情報提供も充実させていきたいですね。これからが経営実績をさらに積み上げられるかどうかの正念場だと思います」と飯田理事長は、将来の展望を力強く語ってくれた。



田嶋さんは衛生士向けのホワイトニングセミナーで講師も務める

Profile

飯田 吉郎先生

- 1992年 岡山大学歯学部卒業 ●医療法人ナディアパークデンタルセンター理事長 ●名古屋大学大学院医学研究科頭頸部・感覚器外科学非常勤講師 ●日本歯科審美学会会員 ●日本矯正歯科学会会員 ●日本口腔インプラント学会会員 ●日本顎関節学会会員

田嶋 美樹さん

- 1994年 名古屋歯科衛生士専門学校卒業 名古屋大学医学部附属病院口腔外科勤務 ●1997年 医療法人ナディアパークデンタルセンター勤務 ●2001年 トゥースホワイトニングサロン「BLANCA」併設に伴い、チーフカウンセラーに就任。現在に至る

医療法人ナディアパークデンタルセンター／トゥースホワイトニングサロン BLANCA (ブランカ)

住所：名古屋市中区栄3-18-1 ナディアパークビジネスセンタービル8F

TEL：052-265-2620(ナディアパークデンタルセンター)／052-265-4618(BLANCA ブランカ)

URL：http://www.nadyadent.com(ナディアパークデンタルセンター)／http://www.blanca-web.com(BLANCA ブランカ)

柔軟さと攻めの姿勢で 歯科医師としての危機感を乗り切る

中原歯科医院院長 中原 晋一 先生

名古屋市で開業し、30年のキャリアを持つ中原歯科医院院長の中原晋一先生。50歳を越えてもお最良の医療を追求し続ける、その若々しいチャレンジ精神の源を探ってみた。

流れ作業的な治療に疑問を感じた10年前

「理想の歯科とは、高い技術に裏づけされた手作りのよさが息づく治療を、愛情込めて行うこと」と言い切る中原晋一先生は名古屋市で医院を開業して30年。QOL(クオリティ・オブ・ライフ)の理想を改めて追求するようになった背景には長年の治療経験があった。現在の患者数も相当数に上るが、10年前はなんと1日300人。分院もあり、経営は安定していたが、次第に流れ作業的な診療に疑問を感じるようになる。「最良の治療のはずなのに、その後、義歯が壊れたり、不具合が生じることがある。診療方針に欠けているものがあるのではないかと、危機感を感じたんだ」



40代に歯科医師としての転機を迎えたという中原先生

骨格や生活習慣から治療をとらえる考え方に衝撃を受ける



中原先生は歯科治療と骨格の重要性を力説

そんなとき、日本歯科大学の丸茂義二先生が提唱する骨格や筋肉、生活習慣から治療をとらえる考えに出会う。

「あごは全身の骨格につながっているという視点がそれまでは抜けていたんだよね」

すぐに丸茂先生の元で体全体のバランスを整える重要性や気功など、東洋医学も取り入れた理論と技術を学び始める。同時に、本院のみで患者さん一人ひとりと深



治療中は患者さんの全身状態もこまめにチェック

く接するスタイルに転換していった。

現在の同医院では、あごの開き具合や立位で片足がどれくらい上がるかなど、噛み合わせと全身のバランスを何度も調べる。診療台での水平位では、重力がかかる立位での状態が分からないことから、治療をするたびに、患者さんを立たせてチェックするのだ。

「杖なしで歩けなかったお年寄りが、入れ歯の噛み合わせを調整したことで、シャンと立って歩けるようになったこともあったんだ。長年の悩みから解放された患者さんの喜ぶ姿を見るのは、たまらなくうれしいね」

つねに勉強! つねにチャレンジ!

新しい治療法の研修・実践と、中原先生の50歳からの旺盛なチャレンジ精神に驚く人は多い。

「スタッフにもつねに勉強、つねにチャレンジと言っているんです。目先ではなく、何が将来の診療に必要なかをトータルに考えることが大切。新しいことを取り込む柔軟さと攻めの姿勢を持ち続けるパワーが仕事の張り合いにつながるんじゃないかな」



わずかに数ミリでも義歯の高さが違うと噛み合わせはもちろん、患者さんの姿勢や歩行に違いが出てくるという



プロ野球選手の患者さんも多く、今年、話題となった監督も来院されている



名古屋市の住宅街にある中原歯科医院には、市外からも患者さんが訪れる

Profile

中原 晋一 先生

- 1971年愛知学院大学歯学部卒業。'72年中原歯科医院を開院。
- '74年から'97年まで愛知県歯科医師会の役員 ●'98年から2002年まで名古屋市東区歯科医師会会長を務め、現在も役員。日本歯科大学・丸茂義二先生に顎と全身の関係について師事を受け、現在も毎月上京し研究を続けている。噛み合わせに関する講演依頼も多い。

中原歯科医院

住所：名古屋市東区徳川2-10-22 TEL：052-935-1180

Nd:YAGレーザー治療のパイオニアに聞く 効果的な「墨」の活用法

江里口歯科医院院長 江里口 彰 先生

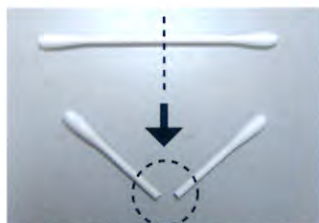
現在では歯科医の約20%が導入されているという歯科用レーザー。発売当時からNd:YAGレーザーを導入されている江里口彰先生に、レーザー治療の実際について伺った。

痛みを軽減し治療の可能性を広げる Nd:YAGレーザー



「医療の基本は“痛みの軽減”と“機能障害の回復”に大別されますが、レーザーは痛みの軽減においてかなり効果的です。20年ほど前からHe-Neガスのソフトレーザーを使用し創傷治療促進と痛みの軽減に効果が見られたので、ハードレーザーにも痛みのコントロールを期待して導入しました」

市販品をうまく利用した 确实・簡便な「墨」の活用法



使用後は捨てればよいので診査器具を汚さず、目目にクリーンなイメージがあるのも綿棒の利点

のが市販の綿棒です。柄の部分が紙製の綿棒を半分に折り、軸の先に墨をつけてハンコのように使っています。これなら墨がポタポタ垂れることもなくキレイに点描できますよ」

「基本的にはデニックス・インターナショナルの墨を使用していますが、広範囲に塗布したり温熱効果を求める場合には市販の絵の具を活用します。黒の絵の具には紫の色素などが混ざっており、見た目は黒色でも実際には“真っ黒”ではないんですよ。だからエネルギーを調整したい場合に向いているんです。レーザーは炭素だけに反応しますから。もちろんパワーやパルスのインターバル、デュレーション、ファイバーとの照射距離や動かし方でも温度調節は可能ですが、墨の代わりに絵



見た目は真黒でも絵の具によって微妙に配合が異なるので、照射部の温度をコントロールできる

の具を使えば通常と同じ状態でレーザーを照射できる。この方が簡便ですし、治療も確実です」



患部を極力乾燥させた状態で墨を塗布する



照射後は綿球にオキシドールを含ませ軽くたたく

オキシドールによる除去だけでここまで落ちる



江里口歯科医院で使用されている製品



顎関節症など広範囲の場合



おしりふきで拭くと手も汚れない

簡単にきれいに落とせる ——意外な「墨」の除去方法

「口腔内や粘膜などは水洗でも十分ですが、綿球を作ってオキシドールを含ませて軽くたたくと墨がよりキレイに落ちます。口角炎など疼痛のある部位にはこの方法が最適ですね。

顎関節症などで皮膚面に塗布した場合は『ムーニーらくらくおしりふき』など赤ちゃんのお尻ふきを使って墨を除去しています。適度なウエット感で、普通のウエットティッシュより厚みもあるので、墨が裏ににじみにくく術者の手指につかないところがいい。適当な大きさに切りシャーレなどに入れて使用しています。墨の塗布方法や除去方法を簡便化することで、レーザーの活用範囲も広がります」

Profile

江里口 彰 先生

●1972年 東京歯科大学卒業 ●'76年 東京歯科大学大学院口腔外科専攻 卒業 ●'79年 東京都台東区入谷にて開業

江里口歯科医院

住所：東京都台東区入谷 1-11-11

アメリカで培った最先端の 歯科技工技術で審美歯科をプロデュース

ベアルト デンタルスタジオ代表 RDT(歯科技工士)・MDT 畑田 浩幸さん

従来の歯科技工士のイメージにとらわれず、アメリカでの就労経験を活かし、活躍する畑田浩幸さん。米国スタイルの審美歯科を日本に広める精力的な活動について伺ってみた。

渡米経験を活かし、スタジオ設立

「日本の歯科界に希望と活力を与えたい!」

と、目を輝かせるのは、11年間にわたり、アメリカで最先端の歯科技工技術と経営センスを磨いてきた畑田浩幸さんだ。畑田さんは現在、渡米経験を活かし、歯科技工士の立場から、画期的な審美歯科のプロデュースに取り組んでいる。その基盤となるのは、2年前に設立したベアルトデンタルスタジオだ。

「アメリカの審美歯科は、年齢より若く見える歯を作るという考え方で。年齢に合った歯を作るヨーロッパとは違います。日本はどちらかといえばヨーロッパに近い。そこで、アメリカの理論と情報を広く伝えたいと、スタジオを設立したのです」



畑田さんの専門はセラミック。その技工技術も歯科医師から高く評価されている

審美歯科のビジネス戦略も医院に提供

同スタジオのユニークな点は、スタッフ6人のうち、技工士5人全員がアメリカでの就労経験があること。独立採算性で、それぞれが顧客を持ち、セラミックやメタルコーピング、インプラントなどの得意分野を持っていることだ。しかも、スタッフにはグラフィックデザイナーもいる。「歯科技工のスタジオになぜ?」と疑問を感じるが、じつはそこが畑田さんの審美歯科プロデュースのツボだ。「審美歯科を始めたい先生は多いのですが、どこから取り組みばよいのか分からないという声をよく聞きます。私は営業戦略もアメリカで学んできました。それを活かし、リモデリング、内装、

ホームページ作成のデザインに至るまで、成功するための具体的な提案をしたいと考えているのです」

実際、畑田さんのアドバイスを受け、審美歯科としての第一歩を踏み出した医院も



森田さん(グラフィックデザイナー)が手がけ、外観をリニューアルし、イメージアップを図った歯科医院

登場している。審美歯科としてアピールするには、センスのよさを訴えるイメージ戦略も重要と考えているのだ。

日米の審美歯科の架け橋を目指す

現在、同スタジオの売上げはほとんどが自費診療で、数字は順調に伸びているという。しかし、畑田さんの挑戦は歯科技工士として、高い技術力を提供するだけにとどまらない。

「その一つがアメリカで就労したい技工士を対象にした少人数制のアカデミーです。現地で通用する技術を日本で研修し、アメリカに送り込みたいのです」

さらに昨年からは、LDA(リーディング・デンティスト・アソシエーション)という団体の理事としての活動も始めている。海外で研修した歯科医師などを講師に招き、矯正や審美に関する世界の最新情報を交換しあうという活動だ。

「日本の審美歯科はアメリカに20年遅れているなどと言われな

いようにしたい。そのために、私は歯科医師の先生方、歯科技工士、歯科材料メーカーに積極的に働きかけ、日米の歯科界を結ぶ架け橋になりたいのです」



アメリカで取得した歯科技工士としての資格証明の数々



後列左から佐藤さん(チタン床)、橋本さん(ミリングアタッチメント)、池田さん(セラミック)、森田さん(グラフィックデザイン)、前列左から横原さん(インプラント)、畑田さん、水上さん(メタルコーピング) ()内は専門

Profile

畑田浩幸さん

- 1988年日本大学歯学部歯科技工士学校卒業。●1989年国際デンタルアカデミーラボテックススクール卒業。●1990年渡米。1991年独立し、審美歯科に移行。●1994年ニューヨーク大学歯学部マスターデンタルテクノロジストコース卒業。MDT(アメリカンソサエティーオブマスターデンタルテクノロジスト)の資格を取得。●2001年帰国し、ベアルトデンタルスタジオを設立。AACDメンバー。

ベアルト デンタルスタジオ

住所: 東京都世田谷区池尻3-19-20 北山ビル3F

TEL&FAX: 03-3414-2276

E-mail: info@beart-intl.com

増患のチャンスは 戦略的リニューアルでつかめ!

(株)キーステーション マーケティング総合プロデューサー 今井 義博 さん

歯科医院をはじめ、レストランや自動車のショールームなど200件以上もの戦略的リニューアルをプロデュースしてきた今井義博さん。増患を目的にしたリニューアルでは何が必要か、ポイントを伺ってみた。

サービス業としての位置づけを 明確にする目的意識が必要



「20年後の経営を考えたリニューアルをして欲しい」と語る今井さん

レストランやショールームの設計・デザイン、商品のプロモーション活動や人材派遣など、さまざまな分野の経営戦略に関わってきた今井さんは、これからの歯科業界にもサービス業としての視点が不可欠と断言する。「新規開業より何十倍も難しいのがリニューアルです。単に美しくするだけでは成功しません。なぜそのように変えるのか、目的意識を持つことが必要です。私はよく院長先生にこうお話しするんです。最高のサービスを提供する一流ホテルが近くに医院を建て、経営に参入したらどうしますか?、と」

いまや歯科技術が優れているだけでは患者は集まらない。ホテル並みの居心地のよい空間も提供しなければ、魅力ある歯科医院とは言えないというのである。

4Pのバランスがとれた リニューアルが女性患者をつかむ

最近、今井さんが手がけた東京・箱崎にある遠山ビル歯科(倉田亮次郎院長)も、サービス業としての視点を取り入れたリニューアルを行っている。同医院の場合、経営は安定していたものの、オフィス街でありながら、近隣で働く新規の女性患者が少ないことに危機感を感じていたという。

「歯科業界に限らず、消費の中心である若い女性をつかめるかどうかは、経営の優劣を左右します。女性の患者さんにアピールするためには、4Pと呼ばれる4つのマーケティングポイントのバランスが取れていることが必要なのです」

マーケティングの4Pを歯科経営に当てはめてみよう。

- プロダクト…カウンセリングやインフォームドコンセントも含め、治療に関するすべての技術に優れているか
- プライス……患者さんに納得してもらえらる診療費か
- プレース……立地条件がよい。あるいは、居心地のよい空間が提供できるか
- プロモーション…医院の魅力をアピールする宣伝に力を入れているか

「これまでの歯科医院はプロダクトを最重要視するあまり、残りの3Pに対する配慮が欠けていたと思います。リニューアルはこの3Pを強化するチャンスなのです」

リラクゼーション空間としての トータルバランスが重要なポイントに

遠山ビル歯科医院は今井さんのアドバイスを受け、治療効率を優先した機能的な内装から、プライバシーに配慮し、間接照明や木目調の家具を配置した温かみのある内装にリニューアルしている。その結果、費用は当初の予算100万円から600万円に増えたが、患者さんの好感度は以前と比べものにならないほどアップしたという。

「患者さんの目はシビアです。床材から壁紙、待合室の椅子や診察台の座り心地、トイレの快適さなど、すべてをチェックした上で医院の印象を判断します。リニューアルを成功させるには、リラクゼーション空間として、トータルにバランスがとれているかどうかひじょうに大切なのです。そのためにも、的確なアイデアを提供できるデザイナーを探すことにもぜひ力を入れて欲しいものです」

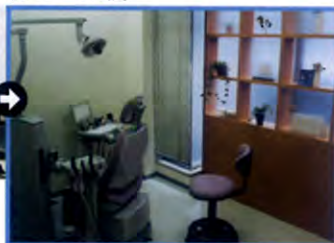
●遠山ビル歯科医院のリニューアル

機能重視の内装から、プライバシーに配慮し、温かみのある木目調の仕切りや飾り棚を配置したり、雑多な医療用具をできるだけ患者さんの目に触れないようにするなど、居心地のよさが感じられる内装にリニューアルした。

診療室〈施工前〉



〈リニューアル後〉



受付〈施工前〉



〈リニューアル後〉



取材協力: 遠山ビル歯科(東京・日本橋箱崎町)

Profile

今井 義博 さん

●マーケティング総合プロデューサー。1985年、早稲田大学芸術学校卒業。インテリアデザインオフィス、清水建設等勤務を経て、1994年(株)キーステーションに経営参加。200件以上のショールームデザインを手がける一方で、歯科医院開業の総合プロデューサーとして活躍中。貿易、出版、建材メーカー、広告代理店など5社を経営。『クインテッセンス』誌上で執筆活動も行っている。

設計施工:(株)キーステーション

住所:東京都台東区台東4-10-1

TEL:03-3833-3950 FAX:03-3833-3736

URL: <http://www.keystation.co.jp>

E-mail: j-ten-imai@keystation.co.jp

2003年12月
新発売

インプラント周囲骨の骨吸収を防ぐ 「フィクスチャー・マイクロスレッド」新登場!

アストラテックインプラントでは、現在発売しているフィクスチャー全種にマイクロスレッドを付与し、フィクスチャー・マイクロスレッドとして新たに販売することとなりました。従来のエクスターナルヘックスタイプのインプラントでは、インプラント頸部骨はアバットメント接合後、負荷がかかるとフィクスチャーの第一スレッドまで約1.5mmの骨吸収いわゆるマージナルボーンロスが生じてしまいます。これを

骨のリモデリングと捉える考え方もありますが、アストラインプラントにおいてはこのマージナルボーンロスを生じない構造が付与されています。その一つが、マイクロスレッドと呼ばれる微小ネジ構造です。このマイクロスレッドにより、アバットメントを介してフィクスチャーネック部に加わる咬合荷重を適切な機械的刺激に均等に分散し、インプラント周囲骨の骨吸収を防ぐことに成功しています。



マイクロスレッド3.5フィクスチャー、マイクロスレッド4.0STには8~19mmの7種類の長さ、マイクロスレッド4.5ST、5.0STには9~17mmの6種類の長さのインプラントが用意されています。フィクスチャーキャリアと一体化したプリマウント方式となり従来のフィクスチャーアダプターを接続する手間が省け埋入時の時間の短縮を可能としています。直径が4.0mm、4.5mm、5.0mmのフィクスチャーにはインテックス機能のための内部ダブルヘックス(回転防止機構)が付与されています。全てのフィクスチャーに今まで通りコニカルシールデザイン、タイオプラストも施されており良好な初期固定の獲得、マージナルボーンロスを防ぐことが可能となっています。

フィクスチャーMicroThread™

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 TEL03-5775-0515

事務局からのお知らせ

全国の歯科医院や国内外の歯科メーカーのパートナー企業として、今年8月、さまざまな「生」の情報をご提供する「C&C」を創刊いたしました。創刊号では多くの先生方から叱咤激励をいただき、大変、

感謝いたしますとともに、期待の大きさに身が引き締まる思いです。お寄せいただいたご意見・ご希望を反映させながら、さらに充実した誌面づくりに努力してまいります。また、ホームページもぜひご覧ください

い。誌面に関するご希望やアイデアがございましたら、FAXかホームページのメールでお知らせいただければ幸いです。今後とも「C&C」をご愛読いただきますよう、心よりお願い申し上げます。

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>



Vol.2 December 2003 発行:ササキ株式会社 東京都文京区本郷3-26-4 ササキビル4F「C&C」事務局