

Visca News Letter

2012.1



ビスカ・ニュースレター



開放感のある高い天井と、白と茶でスッキリと見えるモダンな待合室。

グレンタ動物病院様（愛知県名古屋市：2011年6月ご開業）

代表からのご挨拶

ビスカでは、本年を理念経営元年と位置づけています。昨今、理念経営の重要性が見直されてきている中、弊社も改めて理念経営について社員全員で考え、話し合いを行ってきました。

ビスカの理念の中に、“お客様に喜んでいただける価値を提供する”というものがあります。この部分をもっと具体的な内容として落とし込むため、まずは会社の使命（ミッション）である「医療機関の快適な受付を創造する」ために私達が何をすべきかということについて、全社員で1日使って話し合いました。

そこで一致した意見は、快適な受付を創造するためには、まず私達が「受付周りのプロフェッショナル」になるということでした。

そして次に、部門を横断して「受付のプロ委員会」を発足

させ、営業部、開発部、業務部のそれぞれの視点から受付周りのプロフェッショナルになるためには、具体的にどんなことをしていくのか、突き詰めて議論していきました。

このように社員が中心になって話し合ってもらうちに、委員会のメンバー自身がこの課題に対して、自主的にコミットしようとする意識もとても高まったと感じています。

例えば、委員会からは「・・・を購読し、その勉強会を開き、部門ごとに共有したいと思います。その上で、しっかり覚えてもらうために定期的なチェックも行うことにしたいと思います。・・・」という提言が出てきました。

この試みは始めたばかりで真価が問われるのはこれからですが、今年はさらなる“受付周りのプロフェッショナル”を目指して、社員一同邁進してまいります。

本年もよろしくお願ひ申し上げます。

代表取締役

石田 伸道

医療機関の快適な受付を創造します





私の診療方針

Watashi no
Shinryo Hoshin

ホームページの内容もかなり充実し、院内のイメージをうまくお伝えになっている印象を受けました。ホームページを開設したことで変わったことはありませんか。

山口先生 開業した5年前は今ほどインターネットが重要視されておらず、開業してすぐはホームページはありませんでした。開業後、患者さんから「探したけどホームページがありませんでしたよ」と言われたのがきっかけで、ホームページを立ち上げました。

現在では来院される3分の1の患者さんがホームページを見てから来院されます。地域の方の口コミも多いですが、当院で力を入れている小児眼科や緑内障の患者さんの中にはインターネットで検索して、診療圏外からお越し

大きな花が飾られた受付は、クリニックを象徴する白と茶色のコントラストで高級感と安心感が漂う。



検査機器に混じって木製のたんすやついたてをアクセントとして置くことで、やさしい雰囲気がプラスされている院内の様子。

画像であっても患者さんご自身の眼の内部写真など、ご覧になったことももちろんないので驚かれると同時に、病状説明の説得力になっていると感じています。
患者さんは眼の疾患で来院されるので、画像はできるだけ見やすいようにモニターも大きなものを用意しました。



トップページには患者さんが一番知りたいであろう場所、診療時間を掲載し、左側のバナーで眼科の症状を紹介している分かりやすいホームページ。

東京都練馬区

やまぐち眼科 クリニック様

今回お伺いしたやまぐち眼科クリニック様は西武池袋線「大泉学園駅」の駅前でご開業されています。昼間も人通りが多く、出歩く年齢層も学生から子連れの主婦、お年寄りまで幅広い活気ある街です。院内に入ると街の喧騒から離れた、リラックスした香りとインテリアが患者さんを迎えます。院長の山口先生に患者さんへの気遣いや、スタッフとのコミュニケーションについてお伺いしました。

山口 恵子 (やまぐち けいこ)

1993年 日本医科大学卒業。日本医科大学付属病院眼科医局長、あそか病院(東京都江東区)眼科部長を経て、2007年やまぐち眼科クリニックを開院。



YAMAGUCHI
EYE
CLINIC



検査機器の画像データは、撮影後すぐにモニターで確認できる。

になることもあります。

スタッフの勉強会や患者さんにご説明する際に気をつけていらっしゃる点はありますか。

山口先生 私を含めて8人のスタッフで、月に一回は製薬会社のビデオを見たり、私が資料を用意したりして眼科に関する知識をスタッフ全員が身に付けるようにしています。

患者さんに説明するときは、製薬会社のリーフレットなど既存の媒体を活用することもあります。患者さんが一番納得されるのはご自身の患部をご覧になることだと思います。

当院ではモニターを用意し、検査機器で撮影した画像をオンタイムで見せています。医療従事者は見慣れた

やまぐち眼科 クリニック のビスカ

WE USE
VISCA GOODS

ラックに
フリースペースを設けて
便利に使っています

ご採用いただいているA4ヨコ

オープンGはファスナーが付いたフネが中央にある見開きタイプのファイルです。問診票などはすべてデータ化していますが、紙カルテを採用されているのでカルテの1号から3号用紙までが順にファイルに納まっています。そのためカルテファイルの枚数が増えて保管場所がないのが悩みの種。院長として予定されていた部屋にもカルテ

ラックを設置されたそうです。

受付の隣の一番良く使うカルテラックには代理店さんから「ラックにフリースペースがあると便利です」とこのアドバイスで、中央付近の棚の高さを低くして一時置きスペースを作ったビスカの特注ラックが置かれています。手に取りやすい高さにフリースペースがあることで、受付周りにより便利になるひとつのアイデアです。



やまぐち眼科クリニックの特徴はどこでしょうか。

山口先生 患者さんの立場に立った質の高い医療、わかりやすい説明による納得の医療を提供するよう心がけています。

また、患者さんから「どのスタッフについてもらっても気持ちよく対応してもらえらる」とお褒めいただくことがよくあります。いいスタッフがいることが財産です。妊娠を機に退職してしまうスタッフがが多いのは残念ですが、幸せな気持ちで働いてもらっている証なのかもしれません。

私自身は開業後に第二子を授かり、出産前日まで診療し2週間後に復帰した経験があります。いいスタッフに支えられているのでピンチをチャンスととらえ、前向きに取り組んでいきたいと思っています。



待合室に余分な張り紙をせず、中待合にお知らせを集めて貼っている。

SEO対策について

今回のアンケート結果を見ると、ホームページをお持ちでないクリニックは全体の24%で、2年前の2010年にアンケートを取らせていただいたときの41%から確実に減っています。

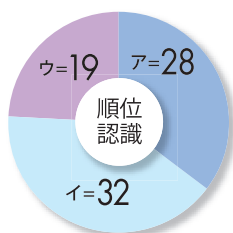
このことから、ここ数年でインターネットを重視される先生が増えたことがわかります。

また、昨今のスマートフォンの急速な普及によって外出先からインターネット回線を使用して検索する件数も増えてきました。インターネット検索による順位は無視できない状況にあります。

前回のニュースレターではSEO対策をご存知かどうか、また実際にどのように対応されているかをお伺いしました。

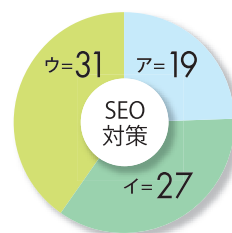
N=79 (内訳：一般医科9院、歯科医院36院、薬局2局、動物病院32院)

1. 自院のホームページの順位をご存知ですか。



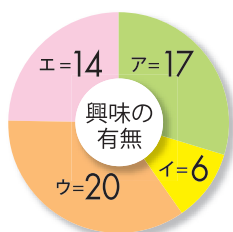
- ア. ホームページを持っていて順位を知っている=28院
 イ. ホームページを持っていて順位は知らない=32院
 ウ. ホームページを持っていない=19院

2. SEO対策をご存知ですか。



- ア. 知っていて対策している=19院
 イ. 知っているが対策していない=27院
 ウ. 知らない=31院

3. SEO対策に興味はありますか。 (ホームページをお持ちのクリニックのみ)



- ア. 検索順位に満足しているので必要ない=17院
 イ. 検索順位を上げたいので興味がある=6院
 ウ. 検索順位は上げたいが費用的に難しい=20院
 エ. 興味がない=14院

4. SEO対策についての質問や疑問点。

- ・費用対効果について。(医科)
- ・もちろん順位は上げたいが、費用はかけたくなく、更新すれば上位にあがるという認識があるので必ず月数回はHPの更新などを行っている。(医科)
- ・あまり気にしてもお金がかかるばかりで。ほどほどで口コミに重点置いた方が良いと思う。(歯科)
- ・ホームページも大切ですが、今のところホームページよりもタウンページ、そして口コミの方が大切です。(動物病院)

SEO対策をすることで順位が上がることはどのクリニックでもご存知ですが、やはり費用対効果がどの程度なのかが注目される点だと思います。確かにオーバーチュアなど有料のSEO対策を行うと、人気の高い文言(例:地名+駅、インプラント、ホワイトニングなど)は1クリックで400円~など、非常に割高になります。しかしそこまでしなくてもいい場合は更新をマメに行い、リンクを多く貼ると上位に上がる可能性が高くなります。

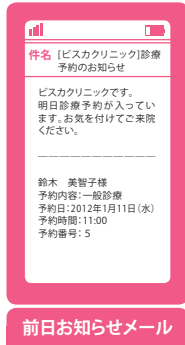
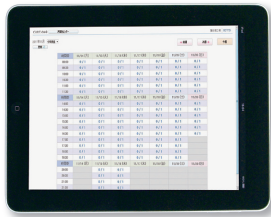
あるクリニックではホームページから来院される新患と、患者さんからのご紹介で来院される新患の割合が一緒だという結果が出ています。ご紹介いただく患者さんは受身ですが、ホームページをご覧になる患者さんは積極的にクリニックの情報を得ようとする方です。受身の患者さん、積極的な患者さんの両方をフォローすることが、結果としてクリニックに良い影響を及ぼすのではないかと思います。

ビスカホームページ制作サービスでは、日々かわりゆくインターネット業界の情報をいち早くキャッチし、お知らせいたしますので疑問点などございましたらお気軽にお問合せください。

Visca News

診療予約システムMr.WEB予約V発売のご案内

ビスカのインターネットの診療予約システム「Mr.WEB予約V」が販売開始いたしました。予防接種のワクチンの種類を選べるようにカスタマイズできたり、複雑な歯科の診療予約に柔軟に対応できたりと、クリニックごとのご要望に細かくご対応できるようになりました。診療予約の導入をご検討されている先生は、ぜひ一度ビスカにご相談ください。詳しくは今回同封いたしましたビスカ総合カタログの90ページからの予約システムのページをご覧ください。



スマートフォン専用サイト制作のご案内

昨年4月には7.6%だったスマートフォンの普及率は、11月には14.8%まで増加しました。東京圏では携帯電話全体の6割を超えたといわれています。スマートフォンは携帯電話よりも大きな画面でPC用のホームページも見ることができ、スマートフォン専用サイトがあるとレイアウトが崩れることなく全体が表示されます。ビスカでもスマートフォン専用サイトに関するお問合せが急増しており、制作も承っております。PCのホームページをお持ちでない、または他社制作のホームページをお持ちの先生もぜひ一度ご検討ください。ビスカのホームページ制作サービスは、新しいWebサービスにも積極的に対応しご提案いたします。詳しくは同封のリーフレットをご覧ください。



ホームページ専用
フリーダイヤル
0800-111-7716

2012年ビスカ総合カタログ完成のご報告

ビスカ総合カタログがリニューアルいたしました。ホームページ、診察券の全ラインナップ掲載と、Mr.WEB予約V、医院リーフレットの制作例など、全商品掲載のため150ページにボリュームアップいたしました。今回のニュースレターに同封しております。今後も先生方のお声を反映させる商品作りを進めてまいりますので、ご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。



動物病院向け初診質問表がA4サイズになっています

ご愛顧いただいております初診質問票(犬用・猫用)ですが、B5サイズの販売を終え、現在はA4サイズのみとなっております。B5サイズのカルテファイルをお使いの先生にはご不便をおかけして申し訳ございませんが、折ってファイリングくださいますようお願いいたします。引き続きのご愛顧をどうぞよろしくお願い申し上げます。

ニュースレターへのご意見

ニュースレターに対していただいたご意見をご紹介します。

【特集記事について】

- 実際にWEB予約を取り入れている動物病院(ただし獣医師が少ない小さい病院)を取り上げてほしい。(動物病院)
- 「ロゴマークの使い方」がとても興味深かったです。特集していただきたいです。(動物病院)

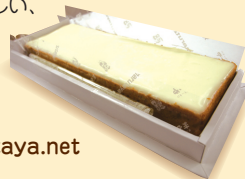
インターネット診療予約システムは患者さんには広まった感がありますが、クリニックでは診療科目によってご採用率はかなりばらつきが見られます。まだご採用の少ない歯科医院、動物病院では、逆から見ると他院との差別化につながる可能性もあります。ロゴマークについては今号でもご紹介しておりますが、クリニックのデザインの柱となる大切なものです。工夫されているクリニックをこれからもご紹介してまいります。

…アンケートのお願い…

ニュースレターは常にお読みになる方のご意見を反映させる紙面づくりを心掛けております。ご感想・ご意見をお待ちしております。なお、お答えいただいた方の中から抽選で右記のスイーツを5名様に、図書券3,000円分を5名様にお届けいたします。アンケートにご希望の商品を明記の上、ご意見をお寄せください。



新しい新年にふさわしい、
真っ白な雪のような
チーズがおいしい
ケーキです。



<http://www.marutaya.net>

…プレゼント当選者発表…

1110号のプレゼントには下記の方が当選されました。おめでとうございます。

フリーユイヌーボー

- ・はぎわら歯科医院(千葉県成田市)
- ・すみれ歯科薬地新富町駅前クリニック(東京都中央区)
- ・稲葉獣医科(静岡県富士宮市)
- ・なしの木動物病院(愛知県知多郡武豊町)
- ・さくらベッコクリニック(沖縄県南風原市)

図書券

- ・尾崎歯科医院(北海道札幌市)
- ・神田歯科医院(秋田県秋田市)
- ・うめだ歯科(奈良県葛城市)
- ・佐保山動物病院(奈良県奈良市)
- ・きよさわ眼科(福岡県福岡市)

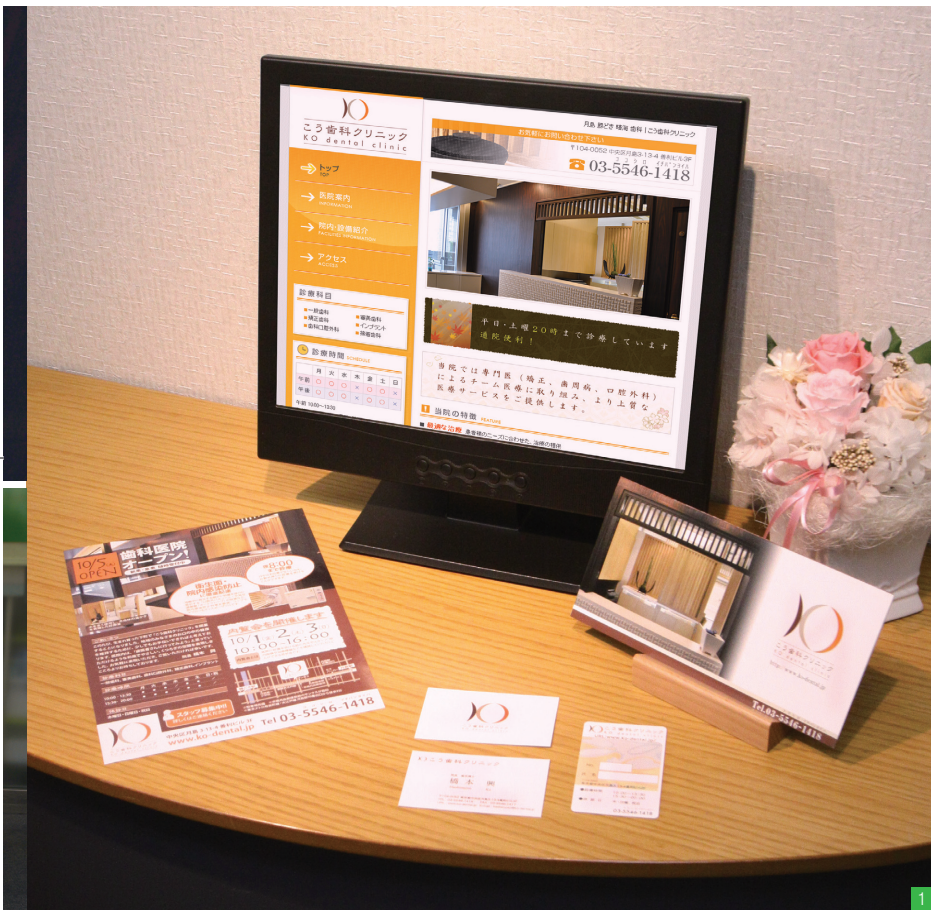
敬称略



「医療業界の機微に精通したビスカに一括して依頼しました」

ご開業から1年が経過したわけですが、ロゴマークからホームページ制作、医院リーフレット、先生の名刺、クリニックカード、新聞折込・ポスティングと一括してビスカにお任せいただきました。その経緯をお伺いできますか。

橋本先生 10月5日のオープンに向けた準備は夏ごろから開始しました。会計事務所からは「それぞれの業者に頼んだ方が安価で済む」とのアドバイスもありました。しかしながら、期日も迫る中、写真やデータのやり取りで余計な手数を掛けなくなかったこと、一般の店舗とは違う医療業界の機微に精通しているということで、代理店から紹介を受けたビスカにお願いしました。追加注文をお願いするにしても、窓口が一箇所であ



こう歯科クリニック様

ロゴマーク、ホームページ、印刷物など、統一したイメージをお持ちになって制作されるクリニックが増えていきます。ロゴマークからクリニックのイメージを広げられたこう歯科クリニック様に、ご開業から1年経ち制作時に感じたことや、これから開業される先生へのアドバイスなどをお伺いいたしました。

こう歯科クリニック (院長 橋本 興先生)
東京都中央区月島3-13-4 善利ビル3F
<http://www.ko-dental.jp/index.html>



これからご開業される先生方に
アドバイスはありますか。

橋本先生 ご来院のきっかけをお伺いしていると、開業から2〜3ヶ月間は「近くだから」に続いて「新聞折込・ポスティングのチラシを見て」というご回答が多かったです。チラシの効果がなくなってきた半年後くらいから、ホームページをご覧になった患者さんが増えてきました。チラシは長くお取り置きいただけるようで、1年後にチラシを持ってご来院された患者さんがいらつしゃって驚いています。最初の立ち上げを考えると、新聞折込・ポスティングはしておいた方が良いと思います。
スケジュールの確認が必要なのは診察券やチラシなどの印刷物です。印刷に

れば分かりやすいというのも理由のひとつです。

ロゴマーク制作から入られましたか、制作はスムーズに進みましたか。

橋本先生 ロゴタイプ(院名に使う字体)は決まっていたのでそれに合わせて、院内の木を使ったイメージとリンクするようにと伝えました。出てきたパターンの中から絞り込み、開業の1ヶ月前にはデータを受け取れたので看板の製作も問題はありませんでした。

開業前はホームページとクリニックカード、名刺だけ作ればいかと考えていましたが、結果的にロゴマークを使用するアイテムを複数お願いすることになりました。しかしながらホームページが安価に収まったので大きな出費とならずに済みました。

受付にはクリニックカードと医院リーフレットを置いてあります。クリニックカードは名刺と一緒に私も持ち歩いています。医院の紹介など、何かと使うので制作すべき必須アイテムだと思えます。クリニックカードと医院リーフレットは休憩中や休診の時にも院外に置き、患者さんにご自由にお取りいただけます。医院リーフレットより気軽に持ちいただけるようです。



2

- 1 今回ビスカで承った制作物。ロゴマークと色合いを合わせて、全体のデザインを調整。
- 2 受付に置かれたクリニックカード(左側名刺大のカード)と医院リーフレット。
- 3 ビルの看板、置き看板にも大きくロゴマークをレイアウト。
- 4 クリニックカードは必要と思われる情報をシンプルに配置。
- 5 お話いただいた院長の橋本先生。



3



4

時間がかかるので早めに取り組み、納品のスケジュールを確認しておいた方が良いと思います。

ホームページは求人に応募される方の半数はホームページをご覧になるので、開業前にトップページのみをアップロードして必要項目は掲載しておきました。予想以上にご覧になっている方が多いので、開業前からもっとページを増やしておいてもよかったですのかもしれない。当初は自分たちが伝えたいことを中心に制作しましたが、今後は患者さんが知りたいことをどう伝えるか、患者さん立場でホームページを改編していきたいと思っています。



待合室、受付の工夫をご紹介します

「かさポン」

菅野耳鼻咽喉科様（神奈川県川崎市）

傘にビニール袋を自動で掛けられる、傘袋サービス機。雨の日には手を濡らすことなくビニールがかかるので便利です。

菅野耳鼻咽喉科様では以前は傘立てを用意していましたが、患者さんの傘がなくなってしまうというトラブルがありました。その傘は患者さんが非常に大切にされていたもので、その話を聞いた受付スタッフが診療中もお手元に置いておけるようにと傘ポンの設置を提案し、設置されました。

患者さんのお声を真剣に受け止めたスタッフと、提案を形にしたクリニックのホスピタリティーが素晴らしいと思います。



「診療室内のキッズコーナー」

やまうち歯科クリニック様（奈良県大和郡山市）

アットホームな雰囲気を大切にされている院長先生のご意向で、やまうち歯科クリニック様ではキッズコーナーを診療室の日差しあふれる窓際に設置されています。「待合室ではなく診療室内にキッズコーナーを設けることで、お子様は遊びの延長で治療を受けることができます」と、院長の山内先生。歯医者さんが苦手なお子様にも親しみやすい雰囲気を作られています。

お孫さん連れの患者さんからは「アットホームでなごみますね」とお声をいただくこともあるそうです。

幅広い年齢層の患者さんが見えになる、地域のご家族のための歯科医院だからこその工夫といえます。



FROM VISCA

ご開業・ご改装を検討されているご友人をご紹介します

ビスカ製品をお使いになられていかがでしょうか。もしご満足いただき、お知り合いにご開業やご改装を検討されている方やカルテ整理をお考えの先生がいらっしゃいましたら、よろしければ弊社にご紹介くださいますようお願い申し上げます。ご紹介先には「ビスカ・無料サンプルセット」をお送りいたします。また、ご紹介くださいましたお客様には粗品を送らせていただきます。ご紹介いただける場合には、別添の用紙にご記入の上、ファックスを弊社まで送信くださいますようお願いいたします。※すでにビスカユーザーの先生のご紹介をご遠慮くださいますようお願いいたします。



医療機関の快適な受付を創造します

VISCA 日本ビスカ株式会社

本社：〒160-0022 東京都新宿区新宿1-36-7 内野ビルII 5F
名古屋営業所：〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦2-17-11 伏見山京ビル
大阪営業所：〒564-0052 大阪府吹田市広芝町8-12 第3マイダビル503号
福岡営業所：〒812-0011 福岡県福岡市博多区博多駅前3-6-12 オスキ博多駅前ビル6F

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

お問い合わせ
ご注文は

フリーダイヤル
電話で
フリーダイヤル
ご注文は
フリーダイヤル
FAXで



イテニ ナ ナイロ
0120-12-7716
シジュウ ナ ナイロ
0120-40-7716