

TOTAL

VISCA®

BRANDING



ホームページ

スマートフォンページ

診察券

ピンクのロゴに合わせたかわいらしく優しいデザインです。
 (おさきマタニティクリニック様/大阪府貝塚市/2015年5月開院)

VISCA NEWS LETTER

ビスカ ニュースレター 2016.04

Volume
100

ストレートなコミュニケーション

代表からのご挨拶

「日本人はものごとを遠慮がちに伝えるため、しばしば仕事において問題になる」。LINEの創業者、森川さんの本を読んでいて、私も確かにそうだと思います。海外展開されているLINEでは、外国人と一緒に仕事をする機会が多いため、日本人も物事をストレートに伝えないとコミュニケーションに問題が起こるそうです。相手のことを気遣うため遠慮がちに伝えるのは、日本人の美徳であり特性なのでしょう。しかしながら、私は経営の仕事をしてきて「ストレートにはっきり伝えないと、伝わらない」ということを痛切に感じています。

先日、ホームページの制作過程において、お客様から「意図が伝わっていない」というクレームをいただくことができました。原因は、制作担当者がメールだけで対応をすませていたことでした。「なぜ、ここで確認の電話を1本しないのか!」誰もが犯しそうなよくあるミスといえそうですが、私はHPチームを集めて全員の前で叱責しました。最近では「叱るときは個別に呼んで諭すように」と言われているようですが、何がまずいのかをチーム全員に伝え、会社として同じ失敗を繰り返さないためにも、全員の前で叱ってよかったと思っています。

また、リーダーとして上に立つ人にも、メンバーに対して問題があれば、はっきりとどこが問題でどうしてほしいのかをストレートに話をしてほしいと指導しています。ものごとをストレート(率直に厳しく)に言うと、嫌われるのではないかという恐れは、誰にでもあるでしょう。ただ、本来どうあるべきかに焦点をあてて、真剣に相手に伝えていけば、もっと仕事は早くスムーズに進むはずで、相手の心情に気をかけすぎると、仕事のスピードが遅くなるばかりでなく、結局は本人の成長を損なう結果にもなります。

このようにストレートに考えをぶつけるのは、私やリーダーだけでなく、全社的な文化にしたいとも考えるようになり、現在は“コンパ”と称して、意見交換する場を月に1回設けています。そこでは、営業、開発、業務がそれぞれの立場から、ストレートに意見をやりとりするので、いろいろな次元での課題が見えますし、当事者どうしなので、解決策も早く出てきます。立場にこだわらず、ストレートにこうしたほうがいいという意見をぶつけ合うことで、商品、サービス、仕事の内容がどんどんよくなっていくように感じています。

代表取締役 石田伸道

医療現場のコミュニケーション力

株式会社メディカルアドバンス(代表取締役社長 本多隆子様) × 日本ビスカ株式会社(代表取締役 石田伸道)



日本ビスカ石田伸道社長(左)とメディカルアドバンス本多社長(右)。ビスカ会議室で。

質の高いコミュニケーションが 医療の価値を高める

石田社長(以下、敬称略):昨今の歯科医院の経営は、「コンビニより多い歯科医院」などと言われるように、競争激化で厳しいものになってきています。また、飼育動物の減少や企業病院の台頭で、動物病院経営は激変するのではないかとといった不安が取りざたされていますが、悲観的になってばかりもいられません。私は医療機関の経営のポイントは、「患者さんに一生通ってもらえる掛かりつけ医院になれるか」だと考えています。これは医院経営に寄与するだけでなく、患者さんが定期検診の意味を理解して自主的に通院することでご自身の健康を守ることになるので、患者さんにもとても良いことだと思います。医療機関にとっても病気を未然に防ぐので、本来の役割とも言えるのではないのでしょうか。

本多社長(以下、敬称略):確かに将来的なことを考えると、歯科医院に1日50~60人来院する時代がくるとは思えません。私どもの企業理念にもありますが、院

正しい医療知識の普及を目指して内覧会をお手伝いする株式会社メディカルアドバンスと、医療機関の快適な受付づくりを創造する日本ビスカ株式会社。両社の共通点はクリニックと患者さんの接点に関わっていること。患者さんのQOL(クオリティオブライフ)を上げるために、メディカルアドバンスではトリートメントコーディネーターの育成を企画されています。また、日本ビスカは患者さんがほしい情報をお届けするホームページ制作、予約システム、メンテナンス手帳ver.2の発売など、患者さんが長く来院し続けるツール開発に力を注いでいます。

今回はニュースレター100号特別企画として、メディカルアドバンス代表取締役社長 本多隆子様と日本ビスカ株式会社代表取締役 石田伸道のトップ対談をお届けいたします。

長先生と共に正しい医療知識を患者さんに広げることには、予防医学の普及につながります。歯科医院の内覧会に来院された方に、国民の8割以上が罹患しているといわれる歯周病について、実例の写真を交えてお話しすると、「知らなかった」とおっしゃる方がほとんどです。**患者さんは予防に関心がないのではなく、重要性を理解していないのです。**予防の大切さを理解した方は定期的に検診に通うようになるので、そのような患者さんが増えればクリニックの経営にもプラスになると思います。

石田:少し言い過ぎかもしれませんが、患者側の立場で考えて「医療の価値の半分は、ドクターのコミュニケーション力で決まる」と思っています。ここで言うコミュニケーション力とは**「患者の訴えたい問題を言外のことも含め理解してあげ、その問題解決のためにできる治療内容を患者さんがわかるように伝えてあげること」**です。コミュニケーション力の高いクリニックには多くの患者さんが集まっています。コミュニケーション力には気持ちをつかむという営業的な側面もあると



歯科医院の内覧会ではおなじみの、オレンジのポロシャツを着たメディカルアドバンスのスタッフ。明るい笑顔で道行く人を内覧会に誘い込みます。

思います。

本多:ドクターはお忙しいですからね。待合室に患者さんがあふれているとどうしても患者さん一人ひとりに向き合う時間も少なくなると思います。私はそこにトリートメントコーディネーター（以下、TC）が入ることで、ドクターと患者さんのコミュニケーション不足を解消できるのではないかと考えています。TCは患者さんに寄り添った上で、ドクターの言いたいことを患者さんが分かるように伝える、まさに患者さんとクリニックのコミュニケーションを取り持つ仕事をします。最終的な判断は患者さんがしますから、患者さんが求めるものを**正しく解釈するチカラ**と、ドクターの伝えたいことを患者さんが分かる言葉で**伝えるチカラ**が必要です。TCはドクターに代わって治療の前に問診を取り、主訴をまとめます。ドクターはレントゲン撮影などの隙間時間にTCが書いた問診を見て治療方針を判断することができ、時間の短縮にもなります。

石田:私もそうですが、理系の人間は要点のままとっていない話を長々聞くことにイライラする人も多いと思います(笑)。ドクターと患者さんの両者の立場を理解して、それぞれが分かるように説明できるTCがいれば、ドクターは治療に専念できるようになりますね。TCになる方は高いコミュニケーション能力という資質も必要ですが、「私は先生と患者さんの懸け橋なんだ」という使命感を持ち合わせてほしいですね。それが医院の採算と合うのであればいい仕組みだと思います。



ほんだ・たかこ /

現・経済産業省勤務の後、9年間アメリカ在住。帰国後、医療法人 赤坂会の理事を経て2004年株式会社メディカルアドバンスを設立。現在、特定非営利活動法人 医療情報普及協会(仮)を申請中。

患者さんにいかに伝えるか

本多:すでにアメリカではTCが経営にも携わるのがスタンダードで、TCの重要性と価値は日本でも広がる可能性が十分あります。院長先生が頑張って症状を説明し、用紙にも書いて渡すのですが、患者さんは読まない、興味を持たない、メンテナンスが続かない…ということは、治療や予防の大切さが患者さんに伝わっていないということです。ではお伝えするにはどうすればよいかを考えるのがTCの役目です。予防の大切さを理解し、知識が身に付けば患者さんは自分からメンテナンスに通うでしょうし、自費治療に移行していきます。患者さんの知識が増えれば自費治療率も上がるのです。

石田:私の知っている歯科医院の中で、定期クリーニングで3,000人以上の患者さんが通院する医院があります。そこでは年1回患者さんをパーティーに集め、ハチマルエイマル8020運動(80歳で20本以上自分の歯を保つ)の一環として、優秀者を表彰することでメンテナンスの重要性をうまく浸透させていらっしゃいます。この歯科医院で特筆すべきことは、**初診の患者さんに、医院オリジナルのテキストを使って、定期検診の重要性についての数時間の講義をしていることです**。患者さんに定期検診の重要性を理解してもらうためには、ただポイントをまとめた用紙を渡すだけではなく、いかに熱を込めて患者さんに伝えるかが、カギを握っている実例だと思います。

本多:ドクターの熱意が伝わってきますね。医療の専



いしだ・のぶみち/

早稲田大学大学院後期博士課程を修了した後、成蹊大学工学部に助手として就任。1995年から米国コロンビア大学宇宙線物理学教室で、宇宙ガンマ線検出器の開発に従事。1997年、帰国し日本ビスカ株式会社の専務取締役として就任。2003年、代表取締役に就任。

専門的な知識を患者さんが理解できる言葉に置き換えて説明する能力、まさにコミュニケーション力が必要とされています。TCのコミュニケーション力が高ければ、患者さんの経済状況まで考慮してご提案できるようになります。TCが果たす役割は、眼科、内科、動物病院など診療科目に関係なく広がっていくと思います。

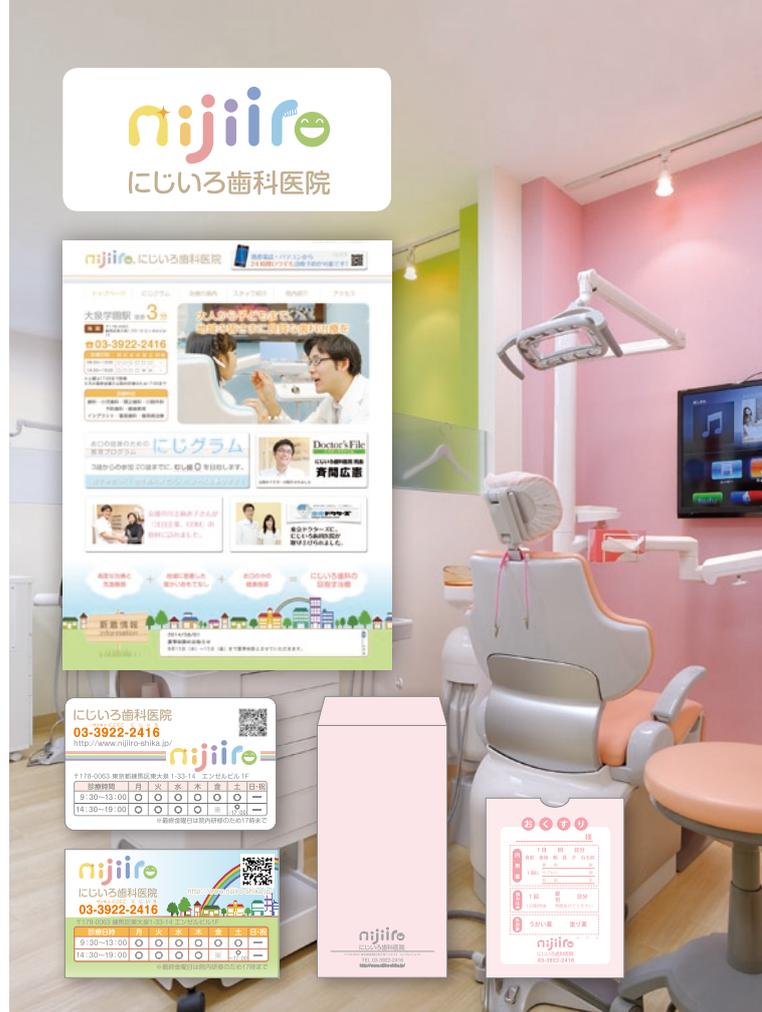
フィロソフィーとアメーバ経営は会社経営の両輪

石田:ところで、私たちは京セラの稲盛和夫名誉会長が塾長を務める盛和塾にほぼ同時期に入塾しました。本多さんは盛和塾で役職にも就かれ、今でも精力的に活動され頭が下がります。

本多:当社は8月に経営計画の会議があるのですが、それまでにメディカルアドバンスのフィロソフィー手帳をつくる予定です。同じ会社に勤めていても、会社の意思の理解度は人それぞれです。それを埋めることができればと思ひ会社の指針を形にすることにしました。

石田:稲盛塾長は、「フィロソフィーの共有とアメーバ経営は会社経営の両輪だ」とおっしゃっていて、当社では現在、アメーバ経営を取り入れていこうとしています。アメーバ経営では、組織をアメーバと呼ぶ小集団に分け、各アメーバのメンバーが単位時間にどれだけの付加価値を生むのかを数値化します。各メンバーが知恵を絞る「全員参加の経営」です。私は、社員には成長してもらいたいの、単位時間あたりの付加価値を上げるように、厳しいことも言うようになりました。

本多:確かにビスカさんは、皆さんいい意味でガツガツしていますね。私は社員に「ぶれるのは絶対だめ」と、しつこく言っています。この内覧会のビジネスはみんな



定番のカルテファイルから、最近ではデザイン力を評価いただき、ロゴマーク、ホームページ、診察券、名刺、リーフレットなど、デザイン関係をトータルでお任せいただくことが増えました。

が真似できるので、ちょっとでも手を抜くところが見えると終わりです。一人ひとりの先生に全社員が100%の力でやり続けないと、すぐ抜かれてしまうという緊張感が常にあります。

石田:御社は先生からのご紹介でご縁が広がっていて素晴らしいと思います。何かを購入したお客様が次のお客様を紹介して下さるくらいの感動を提供する。しかし感動してもらうのはとても難しく、そのカギもコミュニケーション力にあると思います。

本多:医療機関にとっても企業にとっても、コミュニケーション力は大きな付加価値を提供するものですね。

石田:御社のサービスによって患者さんが来院されるのは、先生にとって大変ありがたいことだと思います。お客様である患者さんがいないと医療経営が成り立たないように、私どももお客様にご支持いただかなければ成り立ちません。医療現場のコミュニケーション力の重要性を言うだけでなく、それを高めるサービスや商品として形にできるよう、コミュニケーション力を磨いていこうと思います。

ニュースレター 100号を迎えて

ビスカとニュースレターの軌跡

- 1984** ● 石田和道が東京都新宿区高田馬場にて日本ビスカ株式会社設立
- 1985** ● ビスカ・ファイリングシステムの発売開始
- 1995** ● 本社を新宿区新宿2丁目に移転。言わずと知れたゲイタウンの近くにあり、しかもフリーダイヤルが「7716＝七色」とレインボーを連想させる番号だったため、その筋の会社と思われたとか…
- 1996** ● 各種クリニック向けにカルテファイルの販売するビスカ・メディカル・ファイリング株式会社(通称VMF)を設立
- 2003** ● 創立社長の死去に伴い、石田伸道が代表取締役役に就任
- 2005** ● 日本ビスカが、VMFを吸収合併
- 2006
2007
2009** ● 大阪、福岡、名古屋営業所を設立
- 2015** ● 札幌営業所設立

今号でビスカ・ニュースレターは100号を数えます。創業社長である石田和道が始めた「ビスカで一番小さな営業マン」であるニュースレターをここまで続けることができたのは、お客様をはじめとする読者の皆さまからのあたたかいご指導と励まし、また急なお願いにもかかわらず取材に快くご協力いただいた多くの先生方のおかげであり、改めて感謝申し上げます。今回は特別企画として、ビスカと共に歩んだニュースレターの歴史を振り返ってみました。

1986年8月号

ビスカで保管されている一番古いニュースレター。先代社長とお客様とのコミュニケーションの様子が伺えます。①



①

1995年1月号

フルカラー印刷のA4サイズになったのはこの時期から。写真に歴史を感じます。②



②

1997年夏号

VMFニュースレターとして発行された号。このころから折ると長三封筒に入るサイズに変更されました。③



③

2005年10月号

この号から紙面が一新。先生へのインタビュー記事や受付、待合室の工夫など、A4サイズ8ページの今のニュースレターに通じる紙面になっています。④



④

2009年1月号

デザイン性の高い明るい紙面にリニューアルいたしました。用紙を高級感のあるマットコートに変更したのもこの号からです。⑤



⑤

2016年1月号

再びリニューアル。綴じ方向を変更し、雑誌のような横書きとしました。⑥



⑥

初期のニュースレターを見ると、書き手と読み手の距離が近く、業界を盛り上げていこうという熱意が伝わってきます。現在のニュースレターは多くの診療科目の先生を読者に想定しておりますので、待合室の工夫や商品をお使いいただいた感想など、科目に関係なく共通する話題を取り上げております。医療機関と患者さんの距離を近づけるような商品、サービスをご提案する媒体として、引き続き定期的にお届けいたします。また、ご返信いただくアンケートは制作の励みとなっております。すべてに目を通しております。ニュースレターの感想のみならず、ビスカへの連絡帳としてご意見などもお気軽にお寄せください。今後ともご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。

ニュースレター編集担当 白山みちる



ビスカ商品導入クリニック

阿佐ヶ谷動物病院 様

ASAGAYA ANIMAL HOSPITAL

ご開業14年目を迎える阿佐ヶ谷動物病院様には、ご開業時にカルテファイルを導入いただき、これまでに2度、ホームページの制作をビスカにご依頼いただいております。岡山県ご出身の院長の西井先生は、飼い主さんをはじめとする周りの方々とのご縁が重なり東京都杉並区で動物の医療に携わられています。「広報はしない」というポリシーの元に制作されたホームページ、カルテファイルの活用についてお話いただきました。

阿佐ヶ谷動物病院
 (院長/西井 丈博 先生)
 東京都杉並区高円寺北4-45-7
<http://www.asagaya-ah.com/>



1 阿佐ヶ谷動物病院のトップページ。ページ下部には診療時間外に問い合わせができる救急センターのバナーを貼り、時間外でも飼い主さんが相談できる窓口をご案内している。2 受付の後ろに収納されたカルテファイル。棚の上には100頭以上の枝番がある飼い主さんの専用ファイルが並ぶ。3 健康診断で1ページ設け、詳しくご案内されている。4 すっきりとしたお洒落な外観。

多頭飼育の飼い主さんは枝番で管理

勤務されていた病院ではタテ型のフォルダーでしたが、ご開業時にヨコ型にされました。「ビスカのファイルはタテ型、ヨコ型などラインナップが豊富なので、クリニックに合わせて選びました」とは、院長の西井先生。ご開業は14年前ですが2年前に目と鼻の先にご移転されています。移転先ではファイルに合わせた据え置きラックを用意し、受付の後ろに5,000枚が並びます。

「飼い主さんごとに1つの番号を取り、診察券を入れるビスカ・カードポケットを貼り付け、1冊のカルテファイルに収納しています。多頭飼いの飼い主さんは枝番を付けているのですが、中には100番以上の枝番が付いている飼い主さんもいらっしゃいます」。阿佐ヶ谷動物病院の近隣は戸建てが多く、長くお住いの方がほとんどです。「開業時に通われていた飼い主さんのお子さんが、成人してご来院されています。次の世代へと来院層が変わってきました」。若い世代のご来院が増えるに従って、飼い主さんの求める情報も変わってきました。

患者さんはホームページを吟味してから来院される

来院前にホームページを確認するのは今どきの患者さん、飼い主さんには普通の行動で、「ご来院のきっかけは『近隣に住んでいるから』『紹介で』という飼い主さんも多いのですが、同時に『ホームページを見た』という方も7~8割に上ります」。飼い主さんは外観やご紹介から得られない情報を確認するために、ホームページをチェックしてから来院されている様子が伺えます。

西井先生の方針で、病院の看板広告や電話帳広告などは行っておりません。広報媒体と言われるホームページですが、阿佐ヶ谷動物病院では飼い主さんへのクリニックのご案内と、求人を目的としてコンテンツが組まれています。「飼い主さんは動物がどんな人に診察され、どこに入院するのか、もっと知りたいと思っていらっ

しゃいます。開業時であれば内覧会などで直にご確認いただけますが、診療が始まると見ていただく機会はほとんどありません。また求人についても同様で、各大学に出す求人票だけでは応募する側も情報がなく不安です。将来スタッフになってくれるかもしれない人みんな病院なのか知ってもらえるように、設備や当院が力を入れていることをご案内しています。つまりホームページは宣伝ではなく、クリニックの設備、特徴を飾ることなくお伝えする情報媒体となっているのです。

健康診断についてはホームページでも、院内でもご案内

「当院が力を入れている健康診断についてはホームページ上で細かくご説明しています。お電話でのお問い合わせもあります」とのこと。健康診断に関心の高い飼い主さんも多いようです。「先日も健診を受けた10歳を超えた子から腫瘍が見つかりました。動物は群れの中での地位を保つために、少々のことでは弱った様子を見せません。そのため症状が見えた時には手遅れになることがあるのです。それを防ぐためには予防の正しい知識と、定期的な健康診断が大きな意味を持つのです」。ショックを受けた飼い主さんも異常を見つけたとご納得されていたそうです。

健康診断については、ホームページだけでなく、待合室内や診療室にもポスターやモニターでご案内をすることで飼い主さんからご質問を受けるといったコミュニケーションが生まれています。健康診断を受けることで人と動物が幸せに過ごせるのであれば、その知識を正しく飼い主さんにお伝えするのが動物病院の役割とも言えるかもしれません。決して背伸びせず、誠意をもって動物と飼い主さんにご対応される阿佐ヶ谷動物病院は、地域の方が初めにご相談する頼れるかかりつけ動物病院です。



各診療室のデジタルレントゲンのモニターに、季節ごとのお知らせを流す。内容はスタッフが制作。



西井院長先生(後列右)と阿佐ヶ谷動物病院のスタッフ。みなさん仲が良く、屋上でバーベキューをすることも。

テーマ

診察の予約制について

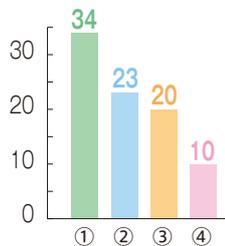
～診療形態、キャンセル対応～

N=82

一般内科…6院 歯科医院…40院
動物病院…36院

1 診療形態について教えてください。

- ①日時指定の予約制…34院
- ②ご来院順に診察…23院
- ③基本は来院順だが、検査や診察内容によって日時指定…20院
- ④時間帯で予約制…10院



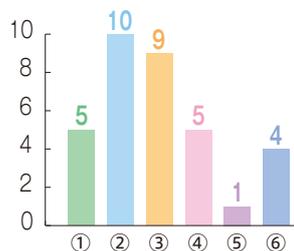
2 予約診察の場合のキャンセル率は何のくらいですか？

- 1割未満…31院
- 1～2割…27院

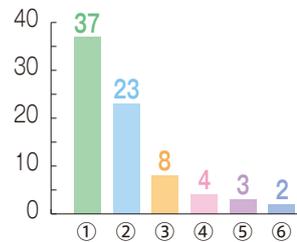


件数にすると

- ①1件未満…5院
- ②1件…10院
- ③2件…9院
- ④3件…5院
- ⑤4件…1院
- ⑥5件…4院



3 キャンセルを減らす工夫、キャンセルされた後はどのような対応をされていますか？



- ①約束の時間を過ぎたら電話…37院
- ②特に何もしない…23院
- ③ご予約の前に予約確認の電話をする…8院
- ④診療予約システムを入れている…4院
- ⑤ご予約の前に確認メールを自動で送る…3院
- ⑥メールで診療時間を過ぎて旨連絡…2院
- ⑦その他

- ・ 確実に来院できる所での予約をお願いしています。
- ・ 日、祝日など確実に来院可能な方限定で朝6:30～11:30 予約診察している。
- ・ キャンセルやアポイント変更の多い方には、診察券の裏面の記載以外にほぼ名刺大の予約日時を書いたメモを渡しています。
- ・ キャンセルが多い方は予約をとらず、急患扱いにさせてもらう。(1～2時間以上お待ちいただく)
- ・ 予約の無断キャンセルを繰り返す患者さんには、予約日の2～3日前に通知ハガキを出す。
- ・ 変更手数料をいただく。

診療キャンセルは診療科目に関わらず一定数存在します。キャンセル対策を大きく分けると、診療予約システム導入やお約束の前にメールや電話をされている【事前対策クリニック】は2割、時間を過ぎてからアプローチされる【事後対策クリニック】は5割、何もしないが3割という結果でした。キャンセル数で比較すると、【事前対策クリニック】の平均キャンセル数は1日1～2件程度なのに対し、【事後対策クリニック】と何もしないクリニックでは5件を超えるところも少なくありません。やはり事前の対策は効果があるようです。たかが1日1件のキャンセルでも、月に換算すると22件、年間264件に膨らみます。すべてのご予約にスタッフが事前にお電話するのは難しくても、自動で患者さんの携帯電話にメールを送れるシステムがあるだけで、患者さんのうっかり忘れを減らしキャンセル防止の一助になりそうです。

アンケートのお願い

ニュース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、図書カード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。

今回のおやつ 鯛の形をしたこしあんたっぷりの最中です!

めで鯛もなか
(10個入り)

藤江屋 分大
<http://bundai.co.jp/>

プレゼント当選者発表

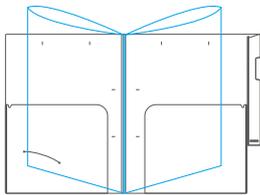
1601号のプレゼントには下記の方が当選されました。おめでとうございます。

- 濃厚塩チョコ**
 - ・パークタウン高森動物病院(宮城県仙台市)
 - ・宿河原津田眼科(神奈川県川崎市)
 - ・浜松家畜病院(静岡県浜松市)
 - ・田中デンタルクリニック(兵庫県川西市)
 - ・歯科にしきどクリニック(岡山県倉敷市)
- 図書カード**
 - ・医療法人群馬会 群馬病院(群馬県高崎市)
 - ・ゆりのき通り動物病院(埼玉県春日部市)
 - ・ナオ歯科クリニック(愛知県東海市)
 - ・まさご歯科(和歌山県田辺市)
 - ・まえだケイロウ動物病院(福岡県北九州市) 敬称略

ファイルにA4タテオープンポケットが新登場

大容量カルテを収納できるファイルとして、A4YOBポケットの売れ行きが好調です。中心付近にあるクリアポケットに問診票や検査結果を入れておくことで、確認したい情報をすぐに見れるところを評価いただいているようです。このたび、A4タテ型ファイルにもポケット付きが登場いたしました。10枚単位でご購入いただけますので、タテ型ファイルをお使いで厚くなったカルテのファイルにお困りの先生はぜひご検討ください。

商品名: A4タテオープンポケット
 価格: 180円(500枚単位)
 210円(10枚単位)



ビスカスマート・アド(WEB広告)のご案内

増患を目的とした幅広い診療科目に対応したWEB広告のサービスを開始いたします。お申し込みいただけますと、広告サイト作成から出稿作業代行まですべてビスカが行います。WEB広告をお考えの場合はぜひ一度、ご検討ください。

商品名: ビスカスマート・アド
 価格: 初期設定費用、サイト制作費用
 /50,000円
 月額料金/広告費用(実費)
 +手数料(広告費用の20%)

予約システム新サービスのご紹介

予約システムにSMS(ショートメールサービス)のサービスが加わります。今まで患者さんにメールアドレスをご登録いただかなければご連絡できなかった「予約確定メール」、日時指定予約の「前日お知らせメール」、順番予約の「あと何人メール」を、メールアドレスの登録がなくても、携帯番号が分かればSMSで送信できます。詳しくは同封のリーフレットをご覧ください。

手帳のビニールカバー改良のお知らせ

デンタルノート、ファミリープラスワンなど、歯科医院、動物病院向けの手帳のビニールカバーの素材を従来の塩ビ製から、台紙とくっつきにくいオレフィンに全面的に変更いたします。在庫がなくなり次第、順次切り替えとなりますので、早ければ5月から新しい素材のビニールカバーをお届けいたします。ご了承ください。

テンプレート型 医院リーフレットのご案内

クリニックのブランディングをより一層高めるリーフレットは、受付カウンターや看板脇に気軽に置ける広報ツールです。ビスカでホームページを制作した際にご用意された例文を活用いただき、本格的なパンフレットをお手軽に作るサービスです。詳しくは同封のリーフレットをご確認ください。

歯科医院向け新商品

メンテナンス手帳ver.2のご案内

前号でもご連絡いたしました「メンテナンス手帳クラシック」改め、「メンテナンス手帳バージョン2」が発売となりました。従来品のキャラクター入りの「メンテナンス手帳バージョン1」が親しみやすさを重視したデザインなのに対し、「バージョン2」は医療機関らしい落ち着いたデザインでまとめています。「1」「2」とも内容は変わりません。クリニックのお好みでお選びください。手帳に合わせて高級感のある表紙も2デザイン追加いたしました。サンプルご請求の方はアンケート用紙から、ご注文の方は同封のリーフレットからお申し付けください。



メンテナンス手帳バージョン2

展示会のご案内

中部デンタルショーには多くの先生にご来場いただき、誠にありがとうございました。今後の出展予定です。

歯科医院 日本デンタルショー

日程/7月16日(土)~17日(日)
 会場/東京ビッグサイト(東京都江東区)

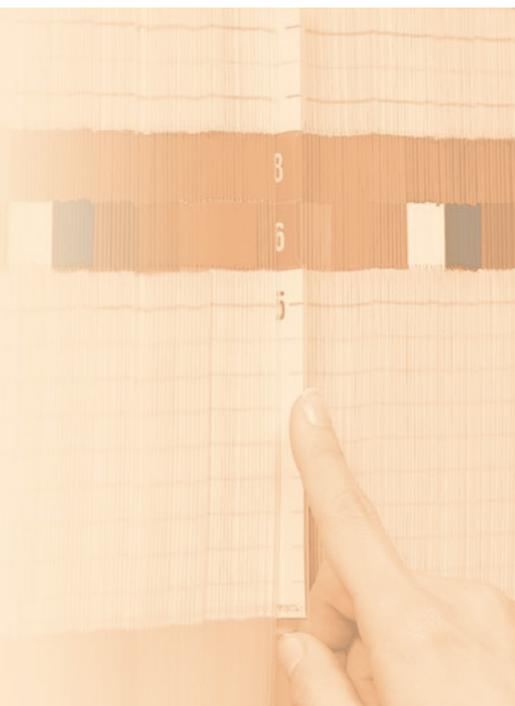
ビスカ・カルテファイルがテレビドラマで使用されました

TOKIOの長瀬智也さん主演の医療ドラマ「フラジャイル」第7話(フジテレビ系列・2月24日放送)に、ビスカのカルテファイルが顔を出していたのは、お気づきになりましたでしょうか? 「総合病院のカルテ保管庫」という設定でしたが、新しいファイルのため、ファイルもカラーシートも美しく光り輝いておりました! おかげさまで医療関係のドラマの際には、お声掛けいただく機会が増えました。先生方のご愛顧に感謝申し上げます。



進化し続けるカルテファイル

今年の9月で、「ビスカ・ファイリングシステム」は発売から30周年を迎えます。最初は差込タイプだけでしたが、ご採用医院様が増えるに従い種類も増え続け、今では見開きタイプ、ファスナー付き、クリアポケット付きなど、常備しているカルテファイルは36種に渡っています。今回はカルテファイルに焦点を絞り、ファイリングのコツ、最新のカルテファイルについてお伝えいたします。

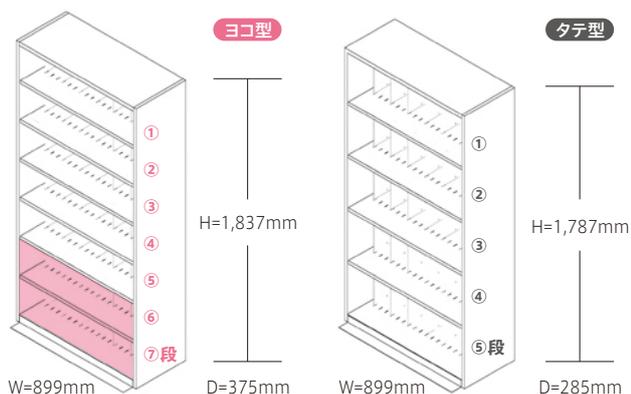


ご採用時のお悩み

タテ型とヨコ型、どっちにしよう

収納場所の奥行きとの関係で制限されない限り、ビスカではヨコ型をお勧めしております。理由は同じ高さの棚に収納したときの収納枚数の多さです。タテ型、ヨコ型のラック図面をご覧ください。ビスカ・オリジナルラックのタテ型は5段、同じくヨコ型は7段収納できます。1段に500枚収納であればその差は1,000枚！増え続けるカルテですので、奥行きが確保できるのであればヨコ型をお勧めいたします。また、タテ型をご採用の医院様のご改築、ご移転などでヨコ型に切り替える場合は特別価格の御見積をご用意いたしますので、お気軽にご相談ください。

■ ビスカオリジナルラックで比較



1段500枚とすると **ヨコ型** の方が**1,000枚多く**収納可能！

収納時のお悩み

カルテが曲がってしまう

仕切り板を10cmに1枚の割合で挟むようにすると、ファイルが自立し、カラーラインがきれいに見えます。ビスカ・オリジナルラック以外に収納されている医院様は、既製のブックスタンド、あるいはビスカ・ファイルサポーターをお使いください。ビスカ・ファイルサポーターは紙製で軽く、横幅10cmの仕切りが自動的にできるので簡単、キレイにカルテを収納できます。



ビスカ ファイルサポーター

コートボール紙なので軽くて丈夫です。
どんな棚にも利用できるカルテ収納用仕切りボックスです。

検索時のお悩み

カラーブロックができない!

主にターミナルデジット方式(下二桁に色がついているカラーシート)で管理されているクリニックに多く見られます。**ターミナルデジットは番号順に並べると、カラーブロックはできません!** 下図のように、下二桁をそろえ、百番台以上の数字を番号順に並べることでカラーブロックが完成し、探しやすくなります。検索のしにくさでお困りであれば、今一度カルテの収納方法をご確認ください。

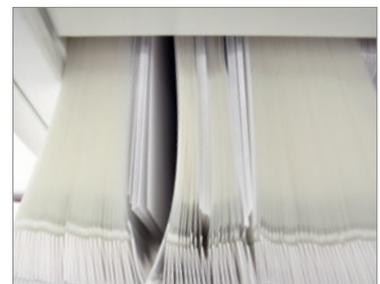


30年前のカルテファイルに求められた役割は、目指すカルテをすぐに取り出せることでした。今ではそれを当然のこととして、ファイルの中でカルテを見やすく分類する役割も求められるようになりました。お使いになる中での先生からのご要望がファイルの進化につながっています。「こうなれば便利なのに…」のお声をお寄せください。先生のご活躍と共にビスカも進化してまいります。

ご開業からしばらく経ってからのお悩み

分厚いカルテでファイルがはちきれそう

カルテは増えていきますから、必然的に差込タイプでは収まりきらないカルテファイルも出てきます。そうした時には見開きタイプをお使いください。A4ヨコ型をお使いの場合は、厚いファイルだけA4ヨコワイド、A4ヨコワイドポケット、A4ヨコオープンBなどに差し替えることも可能です。ビスカのカルテファイルは同じA4ヨコであれば、カラーシートの位置が変わらないので検索に支障ありません。ファイルは10枚単位でも販売しております。

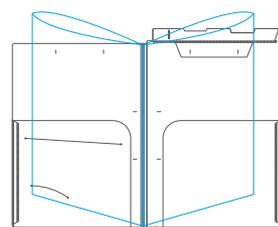


↑ ↑ ↑
厚手ファイル

どこに厚手ファイルが混ざっているかわかりますか?

正解はこちら! 左から、A4ヨコワイドポケット、A4ヨコワイド、A4ヨコオープンBに入れています。

クリアポケット付きのA4ヨコオープンBクリアポケット付きをご開業時から選ばれる先生が増えていきます。タテ型ご採用の先生からもご要望をいただき、A4タテオープンクリアポケット付きもご用意いたしました。歯科医院であればポケットに管理指導書や検査結果を、眼科であれば視野検査用紙、手術同意書を入れるなど、よく確認する用紙の保存に使われています。また、院内の符号として特定の患者さんのカルテファイルだけ色を付けたい場合は、色付きファイルをご利用ください。ピンク、ブルー、イエローがございます。ご用意できる型は限定されておりますので、詳しくはお問い合わせください。



クリアポケットが付いたA4ヨコオープンBクリアポケット付き



カラーフォルダー

DESIGN OF WAITING ROOM

待合室、受付の工夫をご紹介します

01

「テーブルのある待合室」

沼田キラリ眼科 様 (群馬県沼田市)

「病院に来ていることを忘れてしまうような、開放感あふれる空間を目指しました」というホームページの文言どおり、開放的な空間が広がる沼田キラリ眼科様の待合室。個性的なデザインの椅子や、その配置も工夫されていますが、特に目をひくのは各席に置かれているテーブルです。

これは待合室内にドトールのカフェサービスがあり、飲み物を置くようにとの配慮から置かれています。テーブルがあれば荷物を置いたり、問診票を記入するのもにも便利です。

正面の格子の奥には畳の小上がりスペースもあります。病院で待っていることを忘れてしまいそうな待合室です。



「本棚のある待合室」

新浦安ブライト歯科 様 (千葉県浦安市)

02

「本当は書齋がほしかったんです」とおっしゃる本がお好きな院長の久後先生。書齋は難しかったのですが、蔵書の一部を待合室の壁一面の本棚に集めて図書スペースとして開放されています。歯科の専門書から先生のご趣味の本や絵本まで、幅広く200冊ほどが収められています。「患者さんの中には歯科の専門書に興味をお持ちの方もいらっしゃると思うので、楽しんでご覧いただいています」。

院名にある「bright」は「輝く」の他に「賢い」という意味もあり、待合室で過ごす時間が新しい知識の扉を開ける充実した時間となりそうです。

ご開業・ご改装を検討されているご友人をご紹介ください

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はご遠慮くださいますようお願いいたします。

VISCA® 医療機関の快適な受付を創造します
日本ビスカ株式会社

本社：〒160-0022 東京都新宿区新宿6-24-20 KDX新宿6丁目ビル10F
札幌営業所：〒060-0003 北海道札幌市中央区北3条西7丁目1-1 SAKURA-N3
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 オヌキ博多駅前ビル6F

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

お問い合わせ・ご注文は

TEL  0120-12-7716 FAX  0120-40-7716