



ホームページ



名刺



クリニック
カード

診察券



ロゴマーク



ナチュラルな木目を活かした爽やかな受付。ホームページや紙媒体も清潔感を感じるデザインで統一。
(ひろ歯科医院／東京都台東区／2018年4月開院)

VISCA NEWS LETTER

ビスカ ニュースレター 2018.7

Volume

109

感情を込めて情報を伝える

代表からのご挨拶

ビスカでは毎朝、数名のチームに分かれて短い朝礼を行っています。この朝礼では、当番制で一人がシェアしたい話題を発表し、その内容に沿って他のメンバーがコメントをしたり、関連する情報を提供したりしています。

朝イチの頭がまだよく回らない状態で、いきなり振られた「お題」について返すというのは、なかなか難しいものです。それでも他の人の話を興味深くヒアリングし、自分の引き出しの中から「おおっ」と思われるような球を打ち返すことは、「情報発信力」をつけるための一種のトレーニングになるのではないかと思います。

常々言っているのですが、われわれの仕事の付加価値というのは、この「情報発信力」に尽きると思います。ただ、どんなに大切な情報でも、淡々と伝えては印象に残りません。自分の感情を込めて、「自分ごと」として伝える力がないと、他人の心には響かないのです。

私の中で、とても印象に残っているエピソードがふたつあります。ひとつはケルンのワールドデンタルショーを視察した時のことです。偶然出会った70代の日本人男性が「歯周病で歯が一本一本抜けていくのは、自分の体の一部が削られていくような感じで、ものすごく悲しい」と実感を込めて話してくれました。

歯周病が原因で歯が抜けることを知識としては知っていましたが、この話を聞くまでは正直、「歯を失うことの喪失感」がどんな気持ちかまでは想像がついていませんでした。この話を聞いたおかげで、歯周病予防の「新たな(精神的な)重要性」に気がつくことができ、感謝しています。

また、亡き母はその昔、可愛がっていた犬が亡くなったことにとってもショックを受けて、二年もの間、犬のお骨を埋めることができませんでした。当時私は高校生で、まだペットロスという言葉もない頃のことです。今でこそ「ペットロスを防ぐためには多頭飼いがいい」とよく言われますが、「もう二度と犬を飼いたくない」と母が嘆き悲しむ様子を目の当たりにした経験があったからこそ、より深く理解できるようになったと思っています。

このように経験からわき上がる感情や具体性が伴ってこそ、大切な情報が人の心に響く「活きた情報」になるのではないのでしょうか。

私たちビスカは、医療機関の開業に年間500件以上携わり、医院様の開業にまつわるさまざまなドラマに日々接しています。そうして得た知見をもっと活かすべく、「ビスカの視点」で皆様に本当に役に立つ情報を発信していくことを、これからの新たなテーマにしていきたいと思います。

代表取締役 石田伸道



ビスカ商品導入クリニック

坂本クリニック 耳鼻咽喉科 様

SAKAMOTO CLINIC
OTOLARYNGOLOGY

福岡県北九州市小倉南区の安部山公園は桜の名所で知られ、春になると大勢の花見客が訪れる自然豊かなエリアです。今回はご開業されて11年目を迎えられた坂本クリニック耳鼻咽喉科様をご紹介します。

CTやナビゲーションシステムなど大学病院並みの設備を揃え、検査・入院・手術が一貫して行えることから、県内はもちろん東京や離島など遠方からも多くの患者さまが訪れる同院。今回は開業10周年にビスカでリニューアルされたホームページと7年前から導入いただいている予約システムについて、そして独自の取り組みについて、院長の坂本菊男先生にお話をうかがいました。

坂本クリニック耳鼻咽喉科

福岡県北九州市小倉南区湯川1-3-23

<http://www.skmt-ent.jp>



1 写真が多用されたホームページ。医院の茶色×白のモダンなイメージとリンクさせ、ブランディングされている。2 まるでホテルのフロントのような受付。ジャケットとフリルシャツを着用した受付スタッフがにこやかに出迎えてくれる。3 金曜日以外は1診だけなので、WEB予約は1枠のみを使用。簡単にシンプルなので、スタッフからも使いやすいと好評。4 優しく丁寧な診療と確かな技術力で、古くからの患者さまはもちろん、経営者や医療関係者の患者さまからも多大な信頼を寄せられる院長の坂本菊男先生。5 ゆったりとした病室。臨床検査技師が複数名在籍しているため、睡眠時無呼吸症候群の入院検査も可能。

コスト面からビスカを選び、対応にも満足

「ビスカとは以前からWEBの予約システムを導入していたのでご縁があり、対応のスピード感に信頼があったんです。そのあとスマートフォン専用サイトをビスカで作って見たら良いものができたので、ホームページ本体もお願いしようという流れになりました」とお話しくださった院長の坂本先生。他の業者とコスト面での比較もされたそうですが…。「写真の点数の多さや全体のクオリティー、アフターフォローなど総合的に考えると、ビスカが最もコストパフォーマンスに優れていると判断しました」とおっしゃってくださいました。「スカイプでの打ち合わせも、実際に会っているかのようにスムーズにできたのがよかったですね。担当のディレクターも耳鼻咽喉科のことをよく勉強されていて、話が早いので非常に助かりました。制作後の追記や変更、保守の対応もしっかりしているので、ビスカにしてよかったと満足しています」と全体を通して高い評価をいただくことができました。

今のホームページで気に入っている点は、との問いには、「情報量が多いのによくまとまっていて、すっきり見やすい点ですね。デザインも当院のイメージにマッチして統一感があると思います。実際に、ホームページを見て来てくださる患者さまも多いんですよ」とのこと。リニューアルしたホームページは、情報発信と集患の両方にしっかり役立っているようです。

初診でも手軽にWEB予約できるのが便利

導入して7年目になるWEB予約について、事務長にもお話をうかがいました。「初診だとWEB予約ができない医院も多いので、初診から手軽に使えるのは便利ですね。キャンセル連絡もWEBからできるので、忙しい



掲示物でも、ホームページやWEB予約をさりげなく紹介。院長先生に似たイラストは、スタッフの手作りだそうです。

スタッフの手をわずらわせることがなくなりました」。同院では電話のお問い合わせでもWEB予約をご案内したり、院内のあちこちにお知らせを掲示するなど地道なアピールが功を奏して、今や患者さまの約半数がWEB予約に登録されているというから驚きです。

実際の診療では、来院して直接予約をした方と、WEB予約をされた方を交互に診療することで、順番待ちの不公平感をなくすように配慮されています。

特色ある医院づくりを積極的に楽しむ

2階の待合室に足を踏み入れて気が付いたのは、ほのかに感じるアロマの香りです。某外資系ホテルのロビーで使われているのと同じ、ホワイトティーをベースにした香りだそうで「患者さまに待ち時間に少しでもリラックスしていただきたいと採用しました」と院長先生。

洗練されたホテルのような雰囲気に負けず劣らず、スタッフの接客マナーが非常に行き届いているのも、同院の大きな特徴です。このほかにも、耳鼻咽喉科ではめずらしい有床(10床)の特徴を活かして、臨床検査技師による睡眠時無呼吸症候群の検査や解析も行われています。入院食は出汁にこだわった家庭的な味わいで、「ホッとするおいしさ」と患者さまからも好評だそうです。また管理栄養士の発案によるダイエット外来など、スタッフが丸となって診療に取り組まれています。

院長先生がスタッフひとりひとりの能力やアイデアを活かすような経営を心がけておられ、それに応えるようにスタッフの皆さんもいろいろなことにアンテナを張って医院づくりを積極的に楽しんでおられる様子が印象的な取材となりました。ビスカでも医院様ごとの特色をわかりやすく打ち出せるように、制作物のご提案にはより力を入れていきたいと考えております。



吹き抜けとガラス張りで、開放感にあふれた待合室。アロマがほのかに漂い、木目を活かしたシックな内装がホテルのよう。

テーマ

患者さんに予防を習慣化してもらう 2

今回は、患者さんに「予防」を習慣化し、定着させるためには、「実行できた時の幸せな自分を想像する」のが有効だとお伝えしました。

今回はあと二つのポイントをご紹介します。

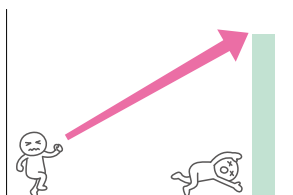
2. スモール・ステップ

教育現場や心理療法では、目標を達成するための方法として「スモール・ステップ」というメソッドがよく用いられます。

スモール・ステップでは、「ステップを細分化し、ラクに達成できそうな課題に取り組む」「自分にも課題を達成できたという成功体験を得ること」が大切です。

たとえば歯科の予防で「毎食後の歯みがきを習慣化してもらう」という目標があるとします。まず初めは夕食後に20秒だけ歯みがきする、というように、目標を低く設定します。そして3日間は本当に20秒だけで歯みがきをストップします。ここで「もっとみがきたい!」「物足りない!」という気持ちを沸き立たせ、脳に「報酬系」とよばれる一種の快感を覚えさせることが重要なのです。そして徐々に10秒ずつ増やしていけば、いつのまにか食後の歯みがきはストレスなく習慣化できるはずです。

■スモール・ステップを活用しない場合



いきなり目標の頂点をめざすのは大変

■スモール・ステップを活用した場合



ゆるやかなステップを一段一段上がれば、無理なく目標の頂点に達する。

3. 周りの人にも共有する

人間は見栄っ張りな生き物です。自分の目標をまわりに言うことで、「いい加減な人だ」と思われたくない心理が働き、目標にまじめに取り組むようになります。

大人であれば、家族や同僚など周りの人に「歯周病予防のために、ランチのあとは歯をみがくようにしている」とひとこと言うだけでも違います。

小さなお子さんの場合は、お母さんの前で「歯みがきががんばろうね」と約束させるといいでしょう。大好きなお母さんに注目されているという思いから、きっとがんばれるはずです。さらに、お母さんが歯科医院のスタッフの前で「この子はいつも歯みがきをがんばっているんですよ」とほめてあげれば、お子さんはますますやる気が出て、もっと丁寧にみがきたくなるでしょう。

以上、前回のポイント1もまとめると、下記の3点になります。

1 実行できた時の自分を想像する

(明るい未来を想像する)

2 スモール・ステップ

(大きな目標を立てすぎない、初めから欲張らない)

3 周りの人にも共有する

(見栄っ張りの心理を利用する)

予防を行うことは、患者さんの健康、クオリティ・オブ・ライフの向上にもつながります。予防の重要性を患者さんに印象的に伝え、確実に実行してもらえよう工夫をビスカでもご提案していきたいと思います。

■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、アンケートにお答えいただいた先生方の中から、**抽選で5院にアマゾンギフトカード5,000円分**を差し上げます。ご意見をお寄せください。

プレゼント

アマゾンギフトカード
5,000円分

amazon.co.jp
ギフト券

■プレゼント当選者発表

1804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。

- ・きたの歯科・矯正歯科クリニック(北海道帯広市)
- ・動物病院ペットビジョン(東京都中野区)
- ・さくらい歯科医院(静岡県田方郡)
- ・浦野動物病院(大阪府堺市)
- ・菊陽あきたクリニック(熊本県菊池郡)

敬称略

POMRシステムカルテの用紙が切り替わります

ご愛顧いただいております動物病院向けのPOMRシステムカルテですが、製紙会社で原紙の廃番が決まりましたため、在庫分が終了次第、用紙を変更いたします。先生方にはたび重なる変更で、ご不便をお掛けいたしますこと、深くお詫び申し上げます。POMRシステムカルテをお使いの先生には、ニュースレターにサンプルを一枚同封しておりますので、ご確認ください。引き続きご愛顧のほど何卒よろしくお願い申し上げます。

医院リーフレットの価格が変更になりました

医院リーフレットが内容の見直しにともない、2018年5月1日より価格が変更になりました。オリジナルタイプは自由なデザインをより気軽にお楽しみいただけるようになりました。テンプレートタイプはタテ型だけでなくヨコ型もお選びいただけるようになり、内容もさらに充実させております。何卒ご了承ください。

■価格について(2018年5月1日～)

自由なデザインでお作りいただける

オリジナルタイプ 医院リーフレット価格表

枚数	仕 様	販売単位	定 価
500枚	A4巻き三つ折 表裏4色印刷	500枚	110,000円
1,000枚	用紙:コート紙135kg ヴァンヌーボは	1,000枚	135,000円
2,000枚	プラス15,000円で 対応可能	2,000枚	150,000円

手軽にお作りいただける

テンプレートタイプ 医院リーフレット価格表

枚数	仕 様	販売単位	定 価
500枚	A4巻き三つ折 表裏4色印刷	500枚	80,000円
1,000枚	用紙:コート紙135kg ヴァンヌーボは	1,000枚	95,000円
2,000枚	プラス15,000円で 対応可能	2,000枚	110,000円

折込チラシにA5サイズが新登場

このたび折込チラシに、A5サイズが登場しました。両面カラーで厚手のチラシとなります。コンパクトサイズで折れにくくシワになりにくいので、患者さんの手元に長い間残ります。折込チラシをお考えの場合はぜひ一度、ご検討ください。



▲8-B



▲9-B



▲10-D

スマートカラーシートHD②及びPT-Hの小分け販売単位の変更

前号でお知らせしました通り、下二桁ID番号管理やとび番号などの管理に使用する、二桁印刷のHD②カラーシート、およびPT-Hカラーシートの小分け販売時の販売単位が変更になりました。これからは、1種10枚単位、総計200枚以上でご注文いただけるようになりました。

ご注文時の聞き間違いを防ぐためにも、ファックスまたはホームページからメールでのご注文をよろしくお願いいたします。

ご注文専用FAX番号 **0120-40-7716**

ホームページアドレス <http://www.visca.co.jp>

展示会のご案内

先日の2018九州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。



今後の展示会

歯科 ワールドデンタルショー 2018

日程/ 10月5日(金)～7日(日)

会場/パシフィコ横浜(神奈川県横浜市西区)

ホームページのアクセス解析レポートを活用されていますか?



ユーザーサマリー

ユーザーサマリーレポートには、サイトの集客状況を知るうえで基本となる7つのデータが表示されています。HOME画面右側に表示される「ユーザーサマリー」をクリックするとより詳しい画面に移動します。(日付の設定ができ、期間を指定できます。)

画面左のナビゲーションで「ユーザー」→「概要」とクリックしても同じ画面を見ることができます。

セッション数	サイトに何回の訪問があったのか
ユーザー数	サイトを訪問したユーザーの数
ページビュー数	サイトの中で見られたページの数
ページ/セッション	1回のセッションにつき、何ページ見られたのか
平均セッション時間	1回の訪問につき、何分間サイトに滞在しているか
直帰率	1ページだけ見て離脱したユーザーの割合
新規セッション率	新しく訪問してくれたユーザーの割合

ご不明点等ございましたら、HP窓口 **0800-111-7716** までお問い合わせください。

WEBからの閲覧について詳しくはこちら <http://www.visca-hp.jp/web.pdf>





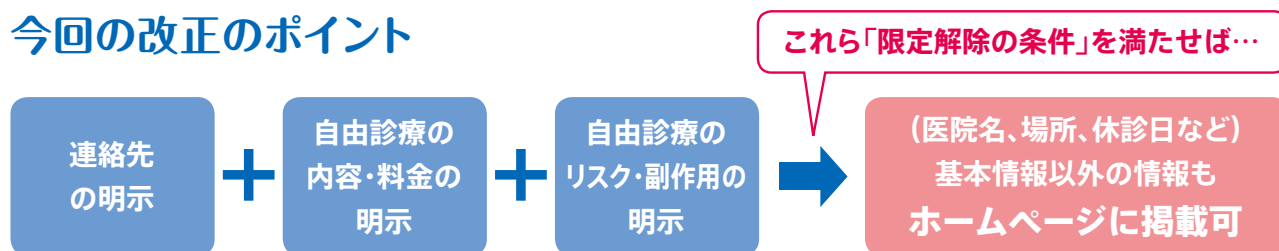
ご存知ですか？

2018年6月1日から、ホームページも 医療広告ガイドラインの対象となりました。

2017年6月の医療法の改正に伴い、2018年6月1日から、医療機関の広告基準が変更となりました。これまで医院のホームページは「広報」という扱いでしたが、これからは「広告」として規制対象となります。

ビスカでホームページの制作および保守・管理をさせていただいているクリニック様にはメールマガジンでもすでにお知らせしておりますが、どのような点が変わったのかポイントを押さえながら、ビスカにおける対応についてもご紹介いたします。

今回の改正のポイント



ただし情報を載せる際には、以下のポイントに留意が必要です。

- | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|
| × | 広告費を伴う口コミ、治療や効果に関する体験談は不可 | ○ | 症例写真は、リスクやデメリットの詳細な説明があれば掲載可 |
| ○ | 医師の人柄やスタッフの態度については体験談可 | × | 「絶対安全な手術」や「無痛診療」などの表現は不可 |
| × | バナー、リスティングからのリンク先は基本情報以外は掲載不可 | × | 「インプラント実績県内ナンバーワン」「著名人が推奨」などの表現は不可 |
| × | インプラント科、審美歯科、○○専門外来などの表現は不可
(歯科の場合は、歯科・小児歯科・矯正歯科・歯科口腔外科・小児矯正歯科のみ表現可) | × | 「○○学会(実績のない団体)認定医」「インプラントセンター」は不可 |
| × | 「ホワイトニング20%オフ」「歯ブラシプレゼント」などキャンペーンは不可 | × | 自由診療の価格は「○○円～」と最低価格だけを示すのは不可 |

医療広告ガイドラインについて詳しくはこちら

▶ http://www.visca-hp.jp/ad_guideline.html



広告指導の流れと対応

- ① 広告規制対象の場合、消費者協会や自治体から、是正命令の電話・メール・書面が届きます。
- ② 通知の内容を修正。(3～7営業日で対応いたします。)
- ③ 通知した内容が修正されているか、消費者協会や自治体が再度チェックします。
- ④ 修正されていない場合、消費者協会から自治体(保健所等)へ通告されます。



ビスカの対応について

「医療広告ガイドライン」の規制事項は多岐にわたり、また実際の対応についても自治体によって大きく異なっているのが現状です。

そこで弊社といたしましては、メールマガジン、DMなどでも広く周知し、修正を促しております。また、全スタッフで勉強会を行い、厚生労働省の最新情報に留意するなど、「医療広告ガイドライン」の規制事項を逸脱しないホームページ制作を心がけております。



ご不安に感じられることがありましたら、
下記のフォームまでお問い合わせください。

◎今後の規制の流れに沿って、弊社に一任したい

(業界全体や他院の動向などをふまえながら、タイミングをみて適正と思われる修正をかけさせていただきます)

◎なるべく今のホームページの内容を残したいので、相談したい

(ご希望をうかがいながら、医療広告ガイドラインの基準を遵守した表現を探るお手伝いをさせていただきます)

◎ガイドラインを遵守したものに即時に修正したい

(医療広告ガイドラインを遵守して修正させていただきますが、自治体によっては是正命令を受ける可能性もありますのでご了承ください)

お問い合わせフォーム
QRコード



お急ぎで修正をご希望の場合は、直接メール(hpseisaku@visca.co.jp)
もしくはお電話(0800-111-7716)にてご依頼ください。

DESIGN OF WAITING ROOM

待合室、受付の工夫をご紹介します

01 「雑貨店テイストの物販スペース」 アニマル・ライフ・サポート(神奈川県横浜市)

動物病院アニマル・ライフ・サポートの待合室には、テレビも壁のポスターもありません。まず目に留まるのは、おしゃれな雑貨店のような物販スペースです。医院の雰囲気合ったカントリー調の棚を配置し、説明の札も手作りして商品の見せ方を工夫することで、自然と手に取りたくなる温かみのある空間となっています。「待ち時間にご覧いただいて、ご購入されることも多いんですよ」と看護師の柴田さん。飼い主さんに商品の使い方の説明をしたり、サンプル品を積極的にさしあげて喜ばれているそうです。



「電車モチーフのキッズルーム」 02 千住大橋歯科(東京都足立区)

千住大橋歯科は駅構内にあることから、駅を模したユニークな外観と電車モチーフのキッズルームが特徴です。「子どもが行きたくくなるような仕掛けを盛り込みました」と院長の三上晃一郎先生。キッズルームはガラス張りで見外からもよく見えるため「電車のところに行きたい!」と来てくれるお子さんが多く、鉄道マニアにも人気だそうです。さらに、診療室と小さな扉でつながっており、「子どもが楽しい気分のままスムーズに診療に入れる」と親御さんたちの間でも評判です。



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
営業所：札幌・仙台・名古屋・大阪・福岡

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

お問い合わせ・ご注文は

TEL



0120-12-7716

FAX



0120-40-7716