これ１冊で３ヶ月分の歯科業界がわかる厳選ダイジェスト「デンタリズム」

Dentalism

この雑誌はつまらん。

と、思われない程のコンテンツ満載創刊

歯科業界の３ヶ月分のニュースダイジェスト版。
ビジネス・コンサル・患者の本音まで完全網羅!!

用意された枕等、隅々にまで行き届いた神経に「なるほど、さりげないもてなしとはこういうものか」と実感する。

もちろん、旅のもう一つの愉しみ、食事も決して期待を裏切らない。日本料理の伝統を生かした季節感あふれる料理長特製の品々に、ついつい杯も進む。〆は、食通なら一度は耳にしたことのある皆美家伝の"鯛めし"で満腹満足。鯛のそぼろ他、七種類の具を炊きたてのご飯に載せて、あっさりした出汁でいただくこの料理は、満腹のはずのお腹に、するするといくらでも入るから不思議だ。

かつて、山口誓子がこの宿を訪れ、「鴨残る　藤村の間に藤村も」（宍道湖からなかなか飛び立たない残り鴨のように、藤村もこの部屋に居続けたのだなあ）と詠んだとおり、いつまでも滞在したくなる居心地のいい宿だった。

DATA

〒690-0843　島根県松江市末次本町14
TEL.0852-21-5131（代）
FAX.0852-26-0351
http://www.minami-g.co.jp/minamikan/
【アクセス】
出雲空港より連絡バスでJR松江駅迄30分→JR山陰線松江駅→バス松江しんじ湖温泉行き10分→松江大橋北詰下車→徒歩約2分
【料金】
料理長自慢の季節会席プラン1泊2食付　2名様1室ご利用●4F和風モダン 平日30,180円（税・奉仕料・入湯税込）～、週末34,800円（税・奉仕料・入湯税込）～ ●和室 平日23,250円（税・奉仕料・入湯税込）～、週末27,870円（税・奉仕料・入湯税込）～

ふと、明け方の光に目が覚める。
東雲の空と湖が飛び込んできた。
自分が湖の上にいる錯覚がした。

皆美館。向月の間。6月1日、午前5時

松江は大人の街である。城下町としての長い歴史と、積み重ねられてきた文化の厚みからくる自信だろうか。観光地にありがちな落ち着きのなさや喧噪とはほど遠いゆったりした空気が、街全体を覆っている。

そんな松江の成熟した雰囲気がそのまま満喫できる宿、それが皆美館だ。島崎藤村、棟方志功、川端康成、与謝野鉄幹・晶子など、名だたる文人墨客が投宿したことで知られる老舗旅館だが、昨年5月に、和風旅館の良さとホテルの快適性を融合させた和のオーベルジュへと大幅にリニューアル。上質な休日を楽しめる隠れ宿として、密かな人気という。

1枚ガラスの大きなピクチャーウィンドウから、宍道湖の絶景を独り占めできる4階の部屋は、和洋室+洋室ベッドルームの二間続き。入った瞬間、広々とした贅沢な空間設計に驚く。部屋内には24時間入れる温泉も設けられており、檜の香がかぐわしい湯船からも、開放的な宍道湖のパノラマビューが一望のもとだ。

さらに、この皆美館の秀逸なところは、ホスピタリティーあふれるもてなしを徹底して実践していること。

和装デザイナーと女将が考案したという部屋着は、チェックイン時に客人の体格をみて最適なサイズが用意されるのだとか。従来の旅館の浴衣とは一線を画したスタイリッシュなデザインが心憎い。足元にもスリッパではなく、軽く足になじむ雪駄が用意されており、館内での食事時はもちろん、風光明媚な宍道湖の湖畔のそぞろ歩きにもぴったりだ。さらには、好みに合わせて2種類

大空にとけ込んでいく拝礼の柏手の響き。
どれだけの真剣な思いや願いが、
ここで祈られてきたのだろう。

出雲大社。神楽殿。6月2日、午前8時

島根旅情 Shimane ryojo 出雲大社

さて、次の日は、縁結びの神として名高い出雲大社へ。因幡の白ウサギの話で有名な大国主命を奉るこの神社は、また、毎年旧暦の10月10日から一週間、全国の神々が一堂に会する聖地とあがめられており、そのため、出雲地方では10月を神在月と呼ぶ風習がある。

そんな神々のヘッドオフィスともいえるありがたいこの神社だが、実は、今、60年に一度という節目を迎えている話題のスポットでもある。平成の大遷宮―5年の歳月をかけて、国宝である本殿の檜皮の屋根を掛け替え、修繕するのだという。

これに伴い、普段は立ち入りを禁じられている本殿の特別拝観が許可される。昭和24年以来の開催とあって、5月に催された折には、4時間待ち、12万人もの老若男女がこの地を訪れたのだとか。ディープで素朴な日本のスピリチュアル文化の原点に触れる絶好の機会ではないだろうか。ただし、神に礼を尽くすため、Tシャツや短パン、ジーンズ、サンダルなどでのお参りは固く禁じられているので、くれぐれも気をつけられたし。

なお、出雲大社のおみくじは、普通のおみくじのように吉や凶という記述がない。俗説では、引き当てた番号が若いほど良運とのことだが、旅の記念に引いてみるのも一興だろう。

DATA

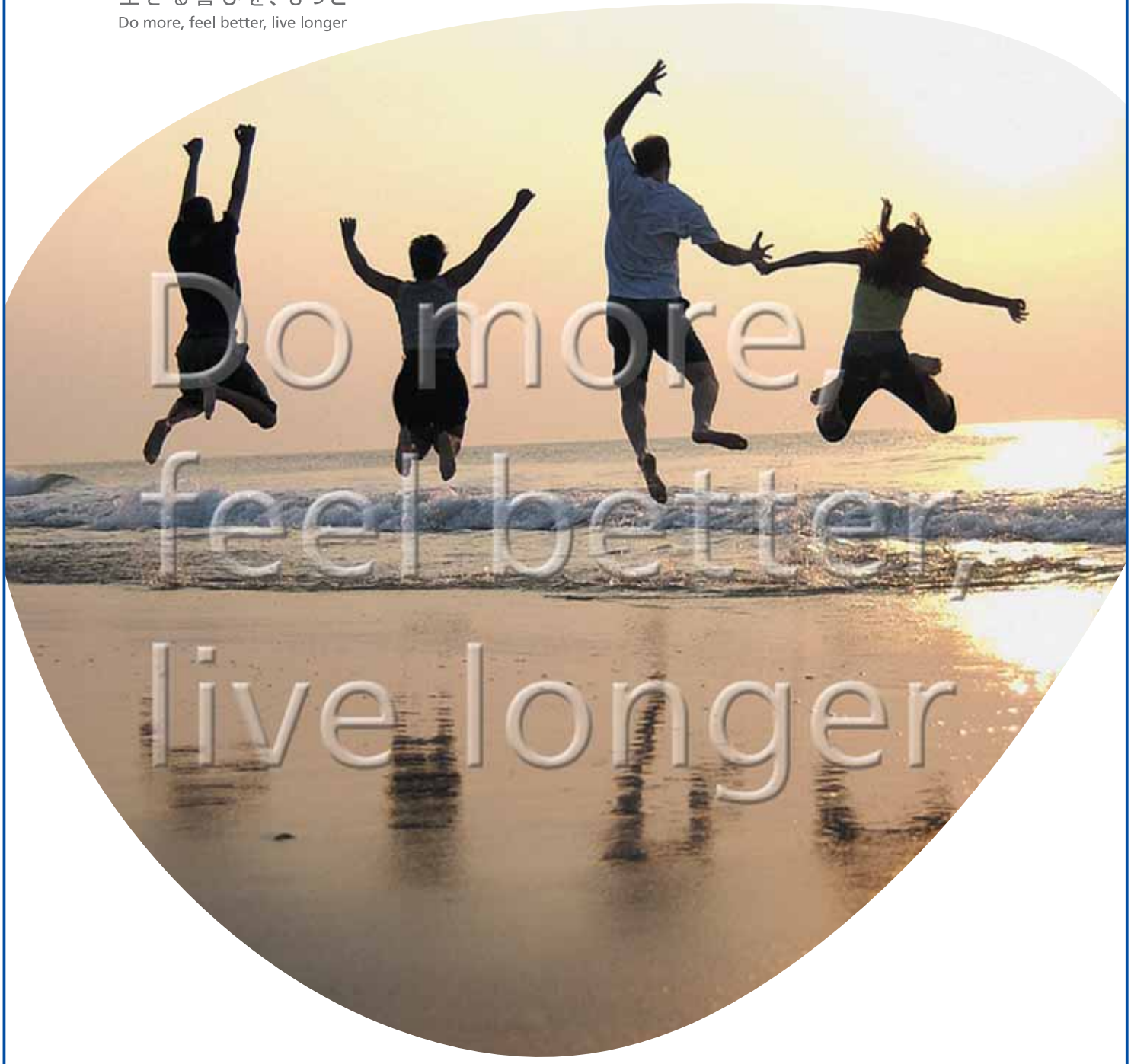
〒699-0701
島根県出雲市大社町杵築東195
TEL 0853-53-3100
http://www.izumooyashiro.or.jp/
【アクセス】
畑電鉄出雲大社前駅下車 徒歩7分
バス
一畑電鉄出雲市駅 →出雲大社約24分

出雲大社特別拝観
7月19日(土)〜7月21日(月)、8月1日(金)〜8月17日(日)9:30〜17:00(受付時間9:00〜15:30)※ただし祭典日は時間変更あり

GlaxoSmithKline

生きる喜びを、もっと

Do more, feel better, live longer



グラクソ・スミスクラインは、研究に基盤を置く世界をリードする医薬品およびヘルスケア企業です。抗うつ剤、喘息治療剤、抗ヘルペス剤、片頭痛治療剤、抗アレルギー剤、消化性潰瘍剤などの革新的な医療用医薬品や「コンタック」「アクアフレッシュ」「ポリデント」「シュミテクト」などのコンシューマーヘルスケア製品を通じて、人々がより充実して心身ともに健康で長生きできるよう、生活の質の向上に全力を尽くすことを企業使命としています。

グラクソ・スミスクライン株式会社

本社　〒151-8566　東京都渋谷区千駄ヶ谷4-6-15　GSKビル

TEL:03-5786-5000（大代表）

http://glaxosmithkline.co.jp

日本全国の歯科医療に特化した
求人サイトが新登場。
7月15日（火）オープン。

日本全国対象の歯科求人情報サイト

デンタルフィット
DENTAL FIT

デンタルフィット　検索

http://www.dentalfit.co.jp

FAX でのお申し込みもできます。

TEL 076-214-7788
申込希望の FAX を送って下さい。折り返し申し込み書を送ります。
FAX 076-214-7766

ゴルフまわれて、医院もまわせる

先着200医院様無料掲載

今なら先着 200 医院様限定 3ヶ月間の無料掲載の
求人募集受付中 !!【デンタルフィット】に
登録しておけば、堂々とゴルフに出かけられそうです。

※継続して 2 回目に掲載される方は 9,800 円→8,800 円に。
※写真掲載の場合は 3,800 円の別途料金がかかります。

デンタルフィット DENTAL FIT

仕事はたまれど、スタッフは足りない。

仕事が増えてく一方、スタッフが増えなくて困っている。
【デンタルフィット】なら今までにない低料金で
掲載できるので、まずは登録を。

デンタルフィット DENTAL FIT

日本のどこかで私を待ってる人がいる。

日本全国対象の
歯科医療人求人情報サイト
【デンタルフィット】なので、
U ターン・I ターン転職の方にも
最適です。

デンタルフィット DENTAL FIT

日歯が口腔保健法（仮称）成立に本格着手

おしゃぶりを使うと歯並びが悪くなる?

ハンドスケーラーの研ぎ方教えます

インターネットで安全安価にレセプト請求

歯周病患者はがんのリスクが高くなる?!

余る歯科医師、これからはサバイバル時代へ

待ち時間のイライラはマンガを読んで解消

失った骨を再生する画期的な新歯科材料

34 有罪確定の医師・歯科医師ら人を行政処分

治療から医院経営までゲームで歯医者さん体験

緑茶フッ素入りガムで歯のセルフケア

セクハラを訴えて保険医登録抹消?!

オンラインセミナーで認定資格を取得

新技術で身近になる歯のホワイトニング

歯科嫌いへの福音か? 魔法の薬と魔法のガス

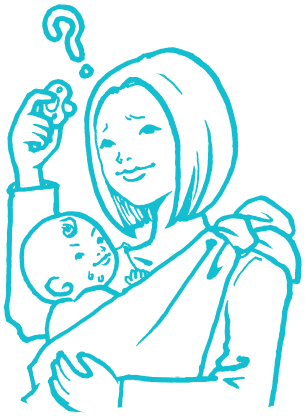
噛む力をアップするコンビニおにぎり

米オハイオ州で中国製歯科技巧物から鉛が検出

1 インターネットで安全安価にレセプト請求

富士通が、オンラインでレセプト請求ができる「FENICSメディカル・グループネットサービス」をスタートした。利用者はUSBキーやルータを使い、富士通データセンター経由で審査支払機関にレセプトを提出する。気になるセキュリティも、暗号化ネットワークや認証システムによって確保されているという。既存のインターネット環境を使うため、月額1,800円～(初期費用別途)と利用料は手頃。オンライン請求義務化に向けた準備、進み具合はいかが?

2 おしゃぶりを使うと歯並びが悪くなる?



おしゃぶりを長期間使用して歯の噛み合わせが悪くなったとして、横浜市の母子がメーカーを訴えた裁判。今年3月に和解したが、「実際、おしゃぶりで歯並びが悪くなるの?」と使用を迷う母親たちは多い。
「小児科と小児歯科の保健検討委員会」によると「乳臼歯が生え揃う2歳半までには使用をやめる」よう注意するとしている。寝かしつけに便利、育児ストレスを和らげるなどのメリットも多く、上手に付き合っていくのがよさそうだ。

3 有罪確定の医師・歯科医師ら34人を行政処分

「こんなことやらかした医者たちにこの程度の罰でいいわけ?」
いまどきの医者たちのあり方を、再び考えさせる事件だ。今回処分を受けた34人の医師・歯科医師のうち、2人の医師に業務上過失致死罪が確定した。ひとりはガン患者に適正値の10倍量の抗ガン剤を投与し、そのことに気づいた後も、さらに適正量を上回る同薬を2日間与え続けた結果、患者は急性腎不全、骨髄抑制状態に陥り最終的に全身出血で死亡。処分は、医業停止1年だった。死と向き合う仕事だけに酌量の余地も必要だろうが、その線引きにはしばしば「?」がつきまとう。一方、歯科医師はといえば、業務上過失致死罪こそなかったものの、4件の診療報酬不正請求(医業停止)をはじめとして大麻取締法違反(免許取消)、殺人未遂・銃砲刀剣類所持等取締法違反(免許取消)、児童買春(医業停止)、強制わいせつ(医業停止)など計14件の処分を受けた。もうこうなると「何が医道だ!」と叫びたくもなる。医者は大変な仕事に違いないが「大変な医者」が少なくないこともまた事実だ。

NEWS DIGEST FOR DENTIST

4 緑茶フッ素入りガムで歯のセルフケア

「噛むフッ素コーティング」というキャッチコピーで販売されている明治製菓の緑茶フッ素配合ガム「キシリッシュ＋F」シリーズ。天然素材の緑茶フッ素を配合しており、いつでもどこでも虫歯予防できる手軽さがウケている。今年3月には、新フレーバー「グリーンミント」と「ホワイトグレープミント」も仲間入りした。「グリーンミント」は特定保健用食品に認定されている。ガム、歯磨き粉、うがい薬――。今後は「フッ素入り○○」という商品がますます増える予感。

5 オンラインセミナーで認定医資格を取得

地方在住や忙しい歯科医療従事者にとって、セミナーに出席するための労力や費用は悩ましいもの。そこで見逃せないのが、インターネットを通じて自宅や医院にいながら講義から認定試験までが受けられるサービスだ。歯科医療従事者向けの総合情報サイト「DentWave.com」内の動画配信サービスでオンラインセミナーを受講し、認定医資格や認定資格の更新単位が取得できるというもの。空き時間はスキルアップのために有効活用を。

6 米オハイオ州で中国製歯科技巧物から鉛が検出

オモチャ、ペットフード、野菜に続いてまた中国製品に危険サインがピーコピコである。今回やり玉にあがったのは、補綴物。米TV局が、専門誌に広告を載せていた中国の歯科技巧所4社に、計8個の補綴物を発注し届いた品物を分析したところ、その1個に幼児玩具への使用安全基準値の、2倍以上の鉛が含まれていたのだ。中毒を起こすほどの量ではないといえ、心穏やかではいられない。中国製「クラウン」の輸入量は年々増え続け、米食品医薬局認定素材の使用、未使用品を合わせれば、その数は現在年間700万個にのぼるという。人気の秘密はその安さだ。米国製なら100～200ドルするところを30ドルで買えてしまう。米歯科技工士会は素材成分、製作地明示の法制化を急いでいるというが、さて日本は?これがなんともはや、歯科技工物は雑貨扱いで輸入できてしまうユルユルぶりなのだ。保険診療では輸入技工物の使用は認められていないが、いくらでもごまかしはきく。こうした国の不備を法廷で問う動きもあるようだが、はてさてその法制化はいつになることやら。

女史の独り言

オンライン関係の情報が続くわね。インターネットは、私もかなり活用していてよ。どんなサイトを見ているかって? うふふ、それは秘密よ♡

7 噛む力をアップする コンビニおにぎり

コンビニのam／pmが歯の衛生週間に合わせて、歯ごたえとおいしさを兼ね備えたおにぎりと寿司を発売した。材料には発芽玄米、丸麦、焼き玄米など8種の穀物を使用。種類は「野沢菜しらす」「じゃことしそひじき」「梅しそひじき」「手巻寿司梅きゅうり納豆」の4品だが、同コンビニの出店エリアはまだ1都2府16県。それだけに口にできない人も多いはず。ファーストフード、インスタント食とともに味覚障害世代の人気を得たコンビニの、この歯ごたえあるイメージアップ策を体感できないのが残念だ。

8 新技術で身近になる 歯のホワイトニング

いまや白い歯は美の必須アイテム。もっと気軽に歯のホワイトニングができたら——。そんな声に応える新技術「ピュールホワイト」が、アイディービー（大阪市）によって開発された。新溶液には従来の過酸化物に代わり酸化チタンなどを含む特殊溶剤が使われており、LED照明を当てて歯を白くする。マスキングなどの手順が省けるため短時間で済み、知覚過敏などのトラブルもほとんどないという。これからはエステや美容院へ行く感覚で、気軽に歯を美白する時代に。

9 歯科嫌いへの福音か？　魔法の薬と魔法のガス

歯科治療のドリル音や振動、麻酔注射はそのケのない人以外はヤなものだ。そんな歯科嫌いにとって「う蝕除去液（カリソルブ）」は魔法の薬といえるかもしれない。この薬を虫歯の患部に流し込めば、「虫歯だけ」をやわらかくしてドリルなしでも取り除けるのだ。神経の露出も小さくなるので、麻酔の使用も大幅に減るわけだ。薬自体は昨年末から国内でも販売されているが、この治療法はまだ保険が利かず（1本あたり1万円～1万5,000円）、治療時間も通常の倍かかり、認知度も低いというのが現状だ。痛くない治療法としては他に「ヒールオゾン」がある。殺菌力の高いオゾンを歯に吹きつけることで同時に歯質も強くし、フッ素等との併用で象牙質の再石化まで促進できるというもの。ごく初期の虫歯（深さ2ミリ未満）なら一切歯を削らなくてすみ、治療時間もあっという間。でもこれまた未認可なため、保険は利かない（ヒールオゾンのみで1本3,000円～）。厚労省にとっては実績不十分ということらしいが、痛みにもがく歯科嫌いにとってはそれどころじゃない？

NEWS DIGEST FOR DENTIST

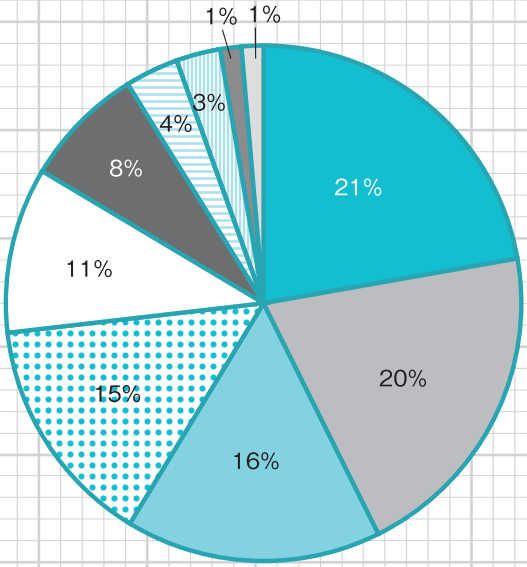
歯科医院のイメージとコミュニケーションギャップ NO.01

一般生活者の方々が、歯科に対してどのようなイメージを持ち、歯科医療機関との間で、どのようなコミュニケーションギャップがあるのかを調査した結果を今回より4回シリーズにてご紹介します。

出典　デンタルハイジーン第24巻第7号別刷（2004年7月発行）
「歯科医院のイメージとコミュニケーションギャップ―1,500人のアンケートから―」
東京医科歯科大学 歯学部口腔保健学科 口腔健康教育学分野教授　寺岡 加代
和田精密歯研株式会社

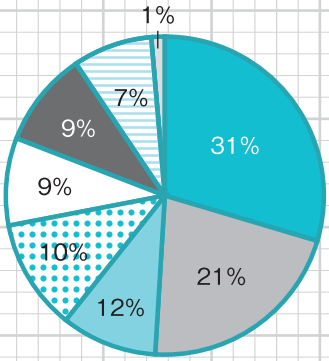
1.歯科医院への不満

- 治療期間が長い　21%
- 待ち時間が長い　20%
- 治療費の内訳がわからない 16%
- 治療内容・結果を説明してくれない 15%
- 痛い　11%
- 技術に不満がある 8%
- 治療時間が短い　4%
- 対応が横柄である　3%
- 不潔である　1%
- その他　1%



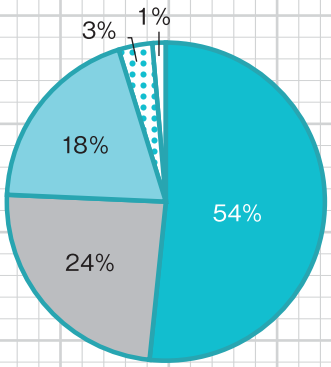
2.歯科医師から教えてほしいこと

- 自分の歯の状態　31%
- どんな治療法があるのか　21%
- 自費と保険の違い　12%
- 自費治療の料金　10%
- 入れ歯やさし歯の耐久性　9%
- 診療方針　9%
- 入れ歯やさし歯の種類 7%
- その他　1%



3.料金提示の是非

- 安心できる　54%
- 当然　24%
- 別になんとも思わない 18%
- 金儲け主義　3%
- その他　1%



患者満足度調査でサービス向上

サービス業界には欠かせない顧客満足度調査ですが、歯科業界でも数年前に「患者満足度調査」が行われています。今回よりシリーズで紹介する『歯科医院のイメージとコミュニケーションギャップ』。サービス改善に役立ちそうな興味深い調査結果を見てみましょう。

調査は第1回（1999年10月）と第2回（2000年7月）にわたって行われ、「歯科医院に対する不満点」「歯科医院で説明を受けたときの嫌な経験」など患者側の意見だけでなく、「患者とのコミュニケーションで悩んでいること」といった歯科医師側の声も拾っており、さまざまな問題解決のヒントが見えてきます。

患者が不満に思うこと、期待すること

今回は第1回の調査結果の一部をご紹介しましょう。まず「歯医者さんに対する不満はなんですか?」に対する回答（図1）。「治療期間が長い」「待ち時間が長い」という利便性に関する不満が4割を占めていることに注目。患者には治療にどれくらいの期間が必要なのかという判断基準がないため、「いつ終わるのだろう」と不安を感じ、さらには「引き延ばされているのでは」と誤解する可能性があります。また「治療費の内訳がわからない」「治療内容・結果を説明してくれない」といった説明不足による不満は3割。前述の利便性に関するものも含め、十分な説明で解決できるでしょう。

次は「歯医者さんに教えてほしいことはなんですか?」という質問（図2）。最も多いのが「自分の歯の状態」、次いで「どんな治療方法があるのか」で、患者は治療に対して関心を持っていることがうかがえます。「自費と保険の違い」「自費治療の料金」「入れ歯やさし歯の耐久性・種類」と自費治療に関することは4割を占め、自費治療に関して知りたい患者も少なくないようです。

「治療費を料金表などで掲示していたら、あなたはどう思いますか?」（図3）に対しては、「安心できる」「当然」と肯定的な意見が大部分でした。多くの人に安心して来院してもらうには、わかりやすい料金提示を工夫する必要があります。

次回は「治療の説明」に関しての調査結果をご紹介します。

情報提供
和田精密歯研株式会社 〒532-0002 大阪市淀川区東三国1-12-15 辻本ビル6F TEL 06-4807-6700

10 ハンドスケーラーの研ぎ方教えます

見にくい歯肉縁下の歯石や付着物を、指先の感触を頼りに削りとる際欠かせないのがハンドスケーラー。切れ味次第で治療時間も仕上がりも疲れ具合もずいぶん変わるもの。できれば1日1回研ぎにかけたいくらいだが、残念なことにその正しいやり方を知らない。そんな日頃の悩みに応えてくれるのが「シャープニングセミナー」だ。個人、病院、グループ、学校、企業単位で基本・応用編（各3〜4時間程度）を受講でき、講師料は2万5000円〜12万円。

問い合わせ先　シャープニング社　http://www.sharpening.jp/index.html

11 セクハラを訴えて保険医登録抹消!?

今年5月の週刊誌に、女性歯科医が歯科医療技官からセクハラされるという信じられない記事が載った。事件が起きたのは個別指導の際。歯科医は、担当者が変更されなければ指導や監査を欠席すると申し入れたが聞き入れられず、保険医登録を抹消されてしまったという。裁判で処分は撤回されたが、セクハラは係争中。監督すべき厚労省は、本来ならセクハラ対策を指導する立場。被害者の声を無視するって、どういうこと?

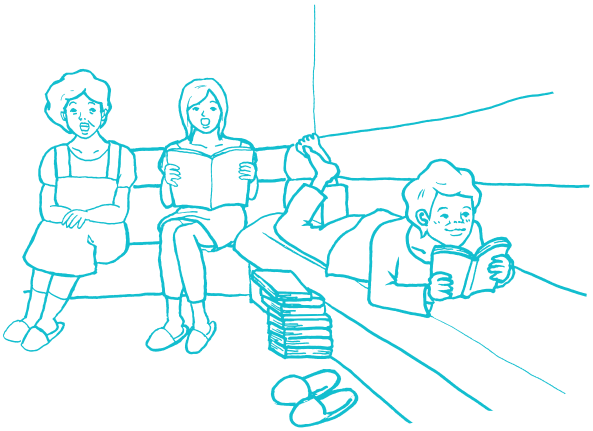
12 余る歯科医師、これからはサバイバル時代へ

今、歯科医の5人に1人は年収300万円以下だという。新規開業医院の3割が廃業または経営危機という報告もある。“ワーキングプア問題”は歯科業界にとって他人事ではない。なぜこんな事態になっているのか。主な原因は歯科医が増えすぎていることだ。歯科医の数は約10万人、医院は6万7千軒を超える。今や歯科医院はコンビニよりも多いのである。こんな状況では、治療の質の低下や過剰診療など、医師だけでなく患者にとってもデメリットは多い。

明らかに余っているのに毎年どんどん新しい歯科医を誕生させたのだから、こうなることは分かっていたはずだ。しかし今となってはその無策ぶりに腹を立てても始まらない。ただ一部の医院が繁盛しているのも事実。いまや腕もサービスも良いのは当たり前、他の医院との差別化なしには生き残れない時代になっている。これを危機ととらえるかチャンスととらえるか?

NEWS DIGEST FOR DENTIST

13 待ち時間のイライラは マンガを読んで解消



コミック卸し最大手の春うららかな書房は、歯科材料通販のCiメディカルと提携し、歯科医院向けにコミックの通信販売を始めた。患者にとってストレスの要因となるのが、待ち時間の長さ。「待合室にDVDやマンガがあったらうれしい」という声も多く、「待合室のアミューズメント性を高めて、患者の不満を解消してもらいたい」と同社。ドラマ化、映画化されるなど、何かと話題にのぼることが多いコミック。続きを読みたくて通院する患者が現れるかも。

詳細は、Ciメディカル「INTERIOR カタログ vol.2」をご覧ください。

14 治療から医院経営まで ゲームで歯医者さん体験

幅広い世代に人気の携帯型ゲーム機ニンテンドーDSに歯科医体験ができるマニアックなソフトがあることをご存知だろうか。その名も「THE歯医者さん」。小さなクリニックを開業し、さまざまな患者さんを治療するという内容だ。タッチペンで歯を削り、詰め、引っこ抜く。上手な治療で評価が上がれば患者が増え、広告や設備などに投資できる。当面の目標は開業資金の返済というのが妙にリアル。バーチャル空間で名医を目指してみる?

15 歯の健康を根本から見直す「歯科人間ドック」

歯科医療の流れが「治療」から「予防」へと変わる中、注目を集めているのが「歯科人間ドック」。歯周病が生活習慣病の原因になるという報告もあり、口の中を健康に保つことで体の病気予防につなげるというのがドックの考え方だ。基本の検査メニューは診察、唾液検査、レントゲン撮影、口臭測定などで、所要時間はカウンセリングを含め1時間〜1時間半。病気の早期発見だけでなく、虫歯や歯周病のリスクを知ることで、食事や歯磨きなどの生活習慣を見直すきっかけにもなる。全国で歯科人間ドックを受けられる施設は約70ヶ所ある。日本歯科人間ドック学会は今年2月、初の学会認定医試験を実施。今後、全国共通のメニュー、料金で検査が受けられる体制を目指すという。1人でも多くの人が1本でも多くの歯を残せるよう、これからの歯科人間ドックの広がりに期待したい。

『日本歯科人間ドック学会・「認定医」「認定歯科衛生士」(ドックコーディネーター)講習会／認定試験』　日にち:平成20年7月13日(日)　時間:講習会 9:30 〜15:00
試験 15:00〜16:30　会場:鶴見大学会館特別講堂(定員120名)　お問い合わせ:日本歯科人間ドック学会認定講習会事務局
〒107-0052 東京都港区赤坂1-6-19　KY溜池ビル　ブランネットワークス株式会社内　TEL03-5573-4188　FAX03-5573-4388

女史の独り言

人気の歯医者になる方法、DSで勉強してみようかしら?自費治療ネタも気になるし、脳みそを上手くこねくり回して患者を増やしたいものだわ〜あ。

16 歯周病患者はがんのリスクが高くなる?!

歯周病が、心臓病をはじめさまざまな病気と関連があることはよく知られた話。そんな中、歯周病ががんのリスクを高める可能性があるという研究結果が発表された。
インペリアル・カレッジ・ロンドンのドミニク・ミショー博士らの論文によると、歯周病歴のある男性医療専門家を対象とした長期の研究で、がんの発症リスクが14%も高いことが判明。喫煙などのリスク要因を考慮しても、肺、腎臓、すい臓、血液のがんのリスク増大と関連性があったという。

17 失った骨を再生する画期的な新歯科材料

新歯科材料「GEM21S」を、歯周病で骨が一部欠損した箇所に埋め込めば、骨と粘膜の治癒に劇的な効果を示し、歯根膜まで再生できるという。動物由来ではなく100%化学合成なため感染の不安なく患者にすすめられるのだ。ただし歯科材料とみなす米国と違い、日本では医薬品扱いのため開発費も高額に。医療の発展のためにも厚労省の審査基準の改善を願いたい。

18 日歯が口腔保健法(仮称)成立に本格着手

日本歯科医師会が「生まれた時から看取りまで」の一貫した「口腔保健法(仮称)」成立に向け、これからは本腰を入れていきますよ、と臨時記者会見を開いたのが去る5月のこと。会場には同志の日本歯科医師連盟会長と国民歯科保健議員連盟からの代表者も顔をそろえた。で、その話の内容をよく噛み砕くと── ほんとうは健康保健法ができる前に作ろうと準備してたんだけど、歯科問題も加味した健康増進法が先にできちゃったので、とりあえずいいかっと。ところが経過を見てたら8020運動の成果はちゃんとアピールしてくれないわ、メタボ対策の対象からも歯周病を除外してしまうわで。どうもあいかわらず歯科がないがしろにされてるようなんで、こりゃあ、やっぱり別個の保健法が必要かなと。これが成立すれば、歯周病と全身疾患の関係のような、重大な健康問題に対する世間の認知度も、メディアを巻き込む形でさらに高めることができるはずですよ── だがその実現の前には各種団体、関係各省との難しい調整、折衝が幾重にも横たわる。日歯連、議連の活躍に期待したいところだ。

NEWS DIGEST FOR DENTIST

「歯科医療ちょっときになる話」

テレビで歯科医療を取り上げることが増えてきました。
5月31日の「世界一受けたい授業」（日本テレビ・4チャンネル）もその一つでした。
「体調を左右するお口の健康学」をテーマに授業したのが田上順次先生でした。
田上先生は東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科の教授で、日本接着歯学会の会長も務めています。
スーパーボンドの開発などで、接着歯学は欧米に先がけて進んでいる分野です。
しかし、コンポジットレジンを否定する歯科医師のグループがいます。
プラスチックのようなコンポジットレジンはダメで、
金属の方が歯科医療の材料として優っていると考えているのです。
このため、田上先生のテレビ出演を揶揄して、「世界一受けたくない授業」と腐したのです。
歯科界ではしばしば対立が見られます。ある意味では原理主義のようなものかもしれません。
また、インプラントをまったく否定的に考えている歯科医師たちもいます。
従来どおりの義歯がよいのだと固執するのです。
歯科はある意味で選択の医療ですから、最終的には歯科医師が色々な治療法を提示し、
患者さんが選ぶことになります。
歯科医師が生き残りをかけるには、医師を目指すのも選択肢の一つですが，やはり歯科医師として
どのように生きていくかです。経営面では保険診療には限界があるので、
自由診療を拡大する、という選択肢もあります。
それがインプラントであり、審美補綴ですが、基本はあくまでも歯周治療です。
歯科医院経営で安定しているのは、確実な歯周治療とメンテナンスです。
患者さんへのカウンセリングをしっかりとやって、歯周治療の大切さや
予防を患者さんに理解してもらうように歯科医師たちは努めることです。
ところで、医療は基本的に患者さんのためにありますが、
インプラントがしばしば歯科医院経営の一手段になっていることは否定できません。
本来なら残せる歯なのに、インプラントのために安易に抜歯されているようなケースもあるのです。
将来、インプラントが保険に導入されるためには、
今一度インプラントの目的とは何か？ を問い直すべきだと思います。

平木 奈緒里（ひらきなおり）
医療ジャーナリスト

日本大学卒　病院関係の専門紙、医薬品関係の専門紙・誌、農業関係の専門紙、歯科医療関係の専門紙の編集・記者を経て現在、ネットで医療関係の情報を発信している。

「せっけん工房エステル」

皮膚科医がプロデュースし、薬剤師が製造する手作り石けん工房

エステルの石けんは、コールドプロセス製法で4～6週間じっくり熟成させておりさらに保存料等の添加物はいっさい使っておりませんので、皮膚の弱い方にも安心してお使いいただけます。

「石けん」の形をした美容液

エステル せっけん　検索

顔もカラダも
しっとり
バスタイム!!
アロマの香りで
リラックスできる
石けんです

大好評販売中　1個(80g)　¥1,575 税込

はじめましてキャンペーン実施中！
詳しくは同封の申し込み用紙をご覧ください。

ホームページにアクセス。とってもおトクな情報満載

http://www.esther-soap.jp/

アンケートにお答えして「せっけん無料お試しサンプル」(20g)をGET!

当社ホームページにアクセスしてアンケートにお答えいただいた方にエステルせっけん無料お試しサンプルをプレゼント

※無料お試しサンプルは、お1人様1回限り／発送はメール便となります。／生産量が限られていますため発送にお時間のかかる場合もございます。

0120-278-177(FAX専用)　(お問合せ) 076-278-6070

せっけん工房 エステル
〒929-0206　石川県白山市鹿島平11-60

卵の恵みで美しく。オーヴォ化粧品

お試し5点セット 約3週間分(ポーチ付) ＋ コンセントレイトEX 1mℓ×5包

今なら特別価格 1260円 (税込・送料無料)

＊お1人様1セット限り

・メイク落とし30g・洗顔30g・化粧水30mℓ・保湿クリーム2種（10ｇ）

無香料・弱酸性・無鉱物油・ノンアルコールの低刺激性なので敏感肌にもオススメ。
※お届けは7日前後。代金は郵便振替又はコンビニで。
※返品は未開封に限り。到着後10日以内。（返送料申し込み者負担）

オーヴォ
コンセントレイト EX
（美容液）
15ml　5,250円(税込)

むきたてぷるるん たまご肌に！

年齢とともに衰えがちな肌に弾力を補う、たまごの殻から抽出した卵殻膜エキス。
「オーヴォコンセントレイトEX」は
この卵殻膜エキスに、お肌に活力を与える
ローヤルゼリーエキスや、保湿効果に優れたヒアルロン酸、
お肌をしなやかに整える霊芝エキスを配合しました。

商品のお申し込み・お問い合わせは

TEL 0120-818-050
(受付時間　AM9:00～PM9:00)

FAX 0120-838-050 (24時間受付)

http://www.ovo.co.jp (24時間受付)

インターネット新会員募集中！　お得な入会ポイントプレゼント！

オーヴォ化粧品
株式会社 エー・アイ・シー　〒547−0005　大阪市平野区加美西2-7-18

SPA THE FOREST PRINCE

ANNIVERSARY 35th KARUIZAWA PRINCE HOTEL since 1973

軽井沢プリンスホテル イースト 35周年記念 | スパ ザ フォレスト プリンス

デトックス ステイプラン

「森」をテーマに生まれかわった「軽井沢プリンスホテル イースト」で
広大な敷地を舞台にお過ごしいただくプラン。
開放感のある窓から森林を望むスパトリートメントでの癒し、地元食材を活かした料理、
心身をリラックスさせ代謝能力を目覚めさせるウォーキングをセットにし、
リチャージを目的としたプログラムになっております。

デトックス（detox）とは、detoxification;体内から毒素や老廃物を取り除く「解毒」の短縮形です。
元来、人間の体は解毒作用を備えていますが、生活環境の変化や環境汚染により、体にかける負担が増していると
いわれています。日常生活でリセットできない部分を“手助け”するのがリゾートにおけるデトックスプログラムです。

プログラムスケジュール

2泊3日プラン

1日目

15:00 | チェックイン
16:00 | ウォーキング
17:00 | 温泉
17:30 | スパトリートメント
19:00 | 夕食

2日目

6:00 | 起床（レモンウォーターを飲む）
6:30 | ウォーキング
7:00 | 朝食
10:00 | ショッピング
12:00 | 昼食
13:00 | 温泉
13:30 | スパトリートメント
15:00 | 休憩
16:00 | ウォーキング
18:00 | 夕食

3日目

6:00 | 起床（レモンウォーターを飲む）
6:30 | ウォーキング
7:30 | 朝食
12:00 | チェックアウト

ディナーメニュー

「川上産岩魚のスモーク サラダ仕立て」
高たんぱく・低カロリー、食物繊維とビタミンたっぷり

「押し麦入り野菜のスープ」
押し麦には食物繊維が白米の10倍含まれている

「ベジタブルハンバーグ 豆乳タルタルソース」
豆乳ベースのソースにはレシチンが含まれ、血管壁に付着した悪玉コレステロールを減少させる効果が期待できる

「トマトとバジルのブルスケッタ」
活性酸素の働きを低下させるリコピンを大量に含むトマトと消化を促進するバジルは相性も抜群！

「信州産グリーンアスパラガスの茹であげ 香草入りオリーブオイルソース」
老化予防または若返りのビタミンといわれるビタミンEが豊富

「フルーツゼリー」
ビタミンとコラーゲンをデザートでもどうぞ

「ハーブティー レモングラス」
リフレッシュ・消化促進効果

デトックスステイプラン

期間：2008年9月15日（月・祝）～11月30日（日）　※10/11～13、11/22～24は除外日となります。

2泊3日　セラピューティックマッサージ ・ ムーアボディラップ ・ ボディデトックスマッサージ

料金：1名さま

ルームタイプ	ご利用人数	平日料金	土曜日を含むご宿泊
フォレストフロア（禁煙）ツインルームB	2名さま	￥81,000	￥97,000
	1名さま	￥91,000	￥107,000
ツインルームD	2名さま	￥78,000	￥93,500
	1名さま	￥88,000	￥103,500

※料金には、1名さまの2泊3日の宿泊代・食事代（2夕食・2朝食・1昼食）、プログラム参加費、温浴施設料、スパトリートメント、消費税、サービス料が含まれております。（12歳以上は別途入湯税150円））※スパトリートメント（セラピューティックマッサージ60分、ムーアボディラップ40分、ボディデトックスマッサージ60分）、ハーブティーが含まれます。

1泊2日　ボディデトックスマッサージ

料金：1名さま

ルームタイプ	ご利用人数	平日料金	土曜日を含むご宿泊
フォレストフロア（禁煙）ツインルームB	2名さま	￥35,000	￥39,000
	1名さま	￥40,000	￥44,000
ツインルームD	2名さま	￥33,000	￥37,000
	1名さま	￥38,000	￥42,000

※料金には、1名さまの1泊2日の宿泊代・食事代（1夕食・1朝食）、プログラム参加費、温浴施設料、スパトリートメント、消費税、サービス料が含まれております。（12歳以上は別途入湯税150円））※スパトリートメント（ボディデトックスマッサージ60分）、ハーブティーが含まれます。

Prince Hotels & Resorts

ご予約・お問合せ　軽井沢プリンスホテル イースト　TEL：0267-42-1111

詳しくは… www.princehotels.co.jp/karuizawa　〒389-0193 長野県北佐久郡軽井沢町軽井沢FAX：0267-42-5172

でかける人を、ほほえむ人へ。
西武グループ

今の保険制度、これではいけないと誰もが思っている。

CONSULTANT×DENTIST

保険制度の崩壊が叫ばれている。医師は疲弊し、患者は質の高い医療を安全に受けられない、そんな歪んだ現象が起こりつつある。これからの歯科医療はどこへゆくのか?何を目指すのか?NPO法人「みんなの歯科ネットワーク」副理事長の大塚勇二氏と、船井総合研究所の河原田喜義氏に話をうかがった。

保険診療をサボタージュする歯科医

大塚:06年改定から保険制度はひどいものになりました。その結果、保険診療をサボタージュしている歯科医院、歯科医師が多くなっていると思うんです。極端にいえば、保険診療は足かせになるからある程度で見切りをつけて、自費診療をどんどん増やしていこうと。

これは経営コンサルタントの方々が、自費率を高めるよう数値目標を作ってアドバイスしているから、というイメージがあるんですが。

河原田:私たちは経営コンサルタントなので、数値目標という形でご提案させていただくことは多いです。ただ、売り上げ一辺倒ということではなく、最終目標として患者さんへの利益還元が必要だと思っています。

大塚:患者さんへの利益還元とは、具体的にはどのようなことですか?

河原田 喜義

株式会社船井総合研究所にて医療系コンサルティングを行っている。業務システム開発などIT支援に力を注いでおり、現場に密着した丁寧なコンサルティングには定評がある。
http://www.funaisoken.co.jp/

河原田:医療現場というのは、勉強や機材などにかなりの費用が必要ですよね。自費診療を広めるためにも、それなりの自己投資、環境投資をしていかなければいけない。しかしその投資は、最終的には患者さんに自信を持ってより良い医療を提供するための基盤になると思っています。

患者にとってベストな治療を

大塚:日本は皆保険制度ですよね。基本的に私は、歯科医の使命は「保険の中で患者さんにベストな医療を提供すること」だと思っています。補綴の一部やホワイトニングといった審美的な部分が自費診療になるのは仕方がありませんが、歯科医側が「経営が苦しいから自費を伸ばそうじゃないか」と保険診療をセーブしている。本来、保険診療は歯科医のものでなく国民のものです。歯科医が自分たちの利害得失だけでやっていると、結局保険制度が形骸化してしまうのではないでしょうか。

そういった意味でコンサルタントの方々というのは、効率の良い自費診療の患者さんに絞り込む、いわゆる患者の区別化をしているのではないかと思うのですが。

河原田:ある特殊な治療ですとか、100%自費診療でやってらっしゃる医院は別として、一般の医院ですと保険診療なしでは経営が成り立たないというのが現実です。

06年の改定以降、放っておけば売り上げが3割くらい下がってしまう状態ですから、自費診療でその分を補填しようと考えている医院は確かに多いと思います。ただコンサルティングの現場で見ていると、患者さんに自費診療だけ勧めればいいと考えている医院は、「ここは高い治療を勧める歯医者だ」と思われて最終的には患者離れが起きてしまうんですね。

一方、保険、自費に関わらず、その患者さんにとって本当に良いと思える治療を勧めている医院は業績を上げています。患者さんも自分自身の治療に関することですので、厳しい目を持っているんです。

大塚:数値目標を決めて自費診療を増やすのではなく、「この患者さんにはこの治療が必要だ、だからこの部分は自費だ」と自然に考えていける医院が患者の信用を勝ち取るというわけですね。

コストを無視した現在の保険制度

河原田:そもそも、技術は値段に左右されるべきではないと思います。最良の治療をして、自信を持ってその金額を請求し、払っていただく。だからこそ経営として成り立つのではないでしょうか。

大塚:だとすれば、やはり日本の保険制度は、全くコストに見合ったものではないと言えますよね。

私たちもこれを改善していきたいと思って活動していますが、すぐに変えることは現実的に難しい。ですから自費診療もある程度必要だということは納得できるんですが、だからといって保険診療をサボタージュして歯科医療は成り立ちません。

河原田:国の方針で歯科医療費が削減されて、それではやっていけないからということで、残念ながら今の状況になってしまったわけです。そのことに対して、歯科医療全体から国へのアプローチもそうですし、患者さんに対する啓蒙もそうですし、自分たち自身も制度について考える機会を持つことが大切だと思います。

これまでも取り組むべき機会は何度もあったはずですが、今の今になってようやく危機感を帯びてきたということでしょうね。まず第一歩、今の段階から始めていかなければなりません。

歯科業界と患者が手を取り合って

大塚:コンサルタント会社に今の保険制度の問題点をデータなどで示していただいて、私たちと一緒に改善をしていくという方向性は考えられますか?

河原田:もちろん私たちも、この業界を良くしたいという目標を持っています。ですから今後、歯科医療関係の皆さんと同じテーブルで話し合う機会を持っていきたいですね。

大塚:ぜひそうしましょう。現在の保険制度は採算が合わず、このままではいずれ機能しなくなるでしょう。患者さん、歯科医療者、経営コンサルタントにとって、この歪んだ保険制度を改善することは共通のメリットであり目標。この三者が協力して話し合い、訴えていくことが必要だと思います。

大塚 勇二

大塚歯科医院院長、NPO法人みんなの歯科ネットワーク副理事長。同法人は歯科医や衛生士らだけでなく、患者も参加してよりよい医療制度を求める活動を行っている。
http://www.minnanoshika.net/

歯科医院における集患・増患

～集患・増患は何故必要なのか？～

株式会社船井総合研究所 河原田 喜義

1.歯科業界を取り巻く現状と課題

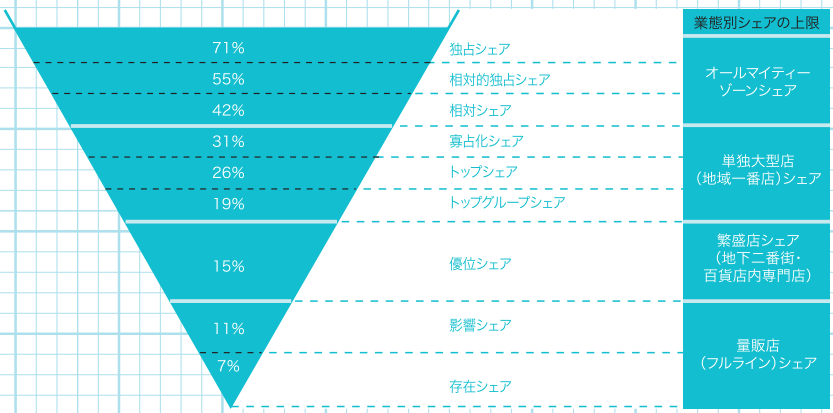
集患・増患は何故必要なのか？厚生労働省が発表した平成１８年医療施設（動態）調査によれば、平成１８年１０月１日時点における歯科診療所の登録件数は６７，３９２件でコンビニより多いと言われています。日本においては現実問題として近隣の歯科医院と患者さんを奪い合う、いわゆる“競争”というスタンスで経営を考える風土が業界内に蔓延していることは事実です。いわゆる「シェア争い（地域にいる患者さんのどれくらいの割合を自院に囲い込むことができるか）」という意識が、多くの院長に「集患・増患」が必要だと感じさせている大きな理由の一つです（図1）。ここから、「地域一番医院」という言葉が生まれてきたのでしょう。また、バブル全盛の時期には、患者さんの数をどれだけ診ることができたかが、売上・業績に直結していたため、「集患・増患＝売上・業績向上」というイメージが強く残っていることも影響しているのだと考えられます。

一方で淘汰社会である、という考え方が今の日本では大きな影響力を持っています。競合に売上を取られて経営が立ち行かない、上手く原価や人件費のコントロールができずに赤字が続く・運転資金が足りない、患者さんが求めるニーズに見合う価値を提供できない。こんな課題を抱え、更に解決できない経営体は、いつしかその姿を消してしまうことになる。こんな不安感が、歯科医院の経営者に「集患・増患」への意欲を駆り立てていると言えるのではないでしょうか？

2.「集患・増患」のスタートライン

競争が激化する現在の歯科経営を考えた場合、経営者として常に念頭においておかなければならないポイントが存在します。特に、開業後２年以上経過している方は意識していただきたいものです。それは、「人間は基本的に強い存在ではない」という認識です。昨今の食品偽造問題、遊戯施設における検査不備による事故、粉飾決済による上場廃止など、近年、経営母体のモラルに端を発する社会問題が数多く浮き彫りになってきました。これらは、その経営者が抱いている「経営の本質」がブレてしまった場合の典型的な事例であると感じられます。しかし、その背景には経営者のモラル以上に、自分自身の「意思の弱さ」への対応力の未熟さが根底にあると、私はコンサルタントという客観的な視点から考えています。２００６年の診療報酬改定における保険点数引き下げ、今後段階的に進むオンライン請求義務化など、歯科医業の環境としては決して楽なものではありません。しかし、その影響を患者さんへ一方的に転化しようとする傾向は大きな危険をはらんでいます。現在７万件に近い歯科医院が存在する中で、「貴方の歯科医院」に来院する意義がなければ、患者さんは一瞬でその場を立ち去るでしょう。この逆境の中においてこそ、患者さんへの価値向上に前向きに取り組むことができる医院にだけ大きなチャンスが訪れる。そんな時流が、今まさに存在しているといえます。「あなたの医院・医療が患者さんに提供する価値・社会に与える価値はなにか？」いわゆる「理念」とそれに基づく「運営」が存在しなければ、集患・増患は本質的な意味を成しません。形にこそまだなっていなくとも、医院経営に取り組まれている全ての方に、確固とした医療や人生に対する独自の意志・価値観があります。それを、院長である自分自身の腹に落とし込み、スタッフへと伝え、そして患者さんへと届ける。もちろん、その理念の本質的価値である治療技術・安全性・安心感に責任を持つことが大前提です。ここには、保険・自費の区別はありませんし、無論妥協は許されません。まず、自院の存在価値である理念を核とする。ここが、「集患・増患」を考える際のスタートラインとなります（図2）。

図1　シェアの種類と商圏分布



河原田 喜義

株式会社船井総合研究所にて医療系コンサルティングを行っている。業務システム開発などIT支援に力を注いでおり、現場に密着した丁寧なコンサルティングには定評がある。
TEL 06-6377-4146
（平日9:30～18:00）
E-mail
kawaharadak@funaisoken.co.jp

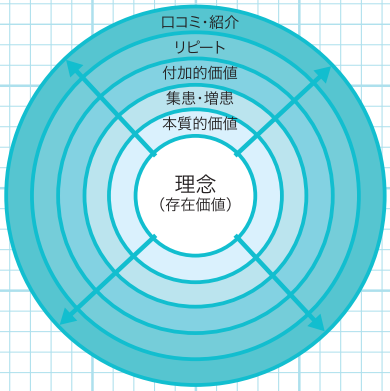
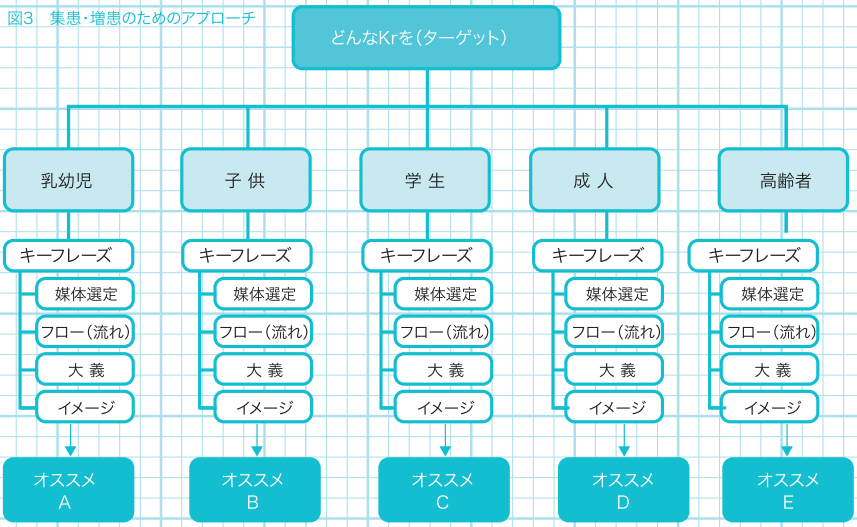


図2　医院の経営的発展の広がり

図3　集患・増患のためのアプローチ



3.集患・増患の意義とは

前述したとおり、まず自院が患者さんに提供すべき価値・役割・方針を明確にすることがはじめの一歩ですが、これだけでは患者さんは医院に集まってはくれません。では、具体的に集患・増患をどのように考え、行っていけばよいのでしょうか?もしこれから初めて開業すると考えた場合に、あなたの医院を表現する「媒体」としてどのようなものがあるのかを、まずは考えてみてください。

①看板(医院周辺・駐車場・野立て・電柱・駅・電車・バス・タクシー etc...)
②雑誌(タウンページ・地域電話帳・フリーペーパー・情報誌 etc...)
③ホームページ(自院独自サイト[総合・専門]・ポータルサイト・携帯サイト etc...)
④院内(パンフレット・掲示物・名刺・ポケットティッシュ・記念品 etc...)
⑤院外(患者さんへのお手紙・地域学校へのお手紙・ビジネスパートナーへのお手紙 etc...)

簡単に上げただけでもこれくらいはあります。今現在利用している媒体を洗い出し、各々どのくらいの費用対効果を生み出しているのかを、問診表に新規患者さんの来院経緯を知る欄を設け、集計することで把握することが基本です。そこから、貴方の医院の特性にあった媒体を数値から探り出していくことが非常に大切なことなのです。更に、貴院が自信を持って勧められる専門性の高い治療・手技について知らせる場合は、図3にあるように、まずその治療や手技を勧めたいターゲットを明確にし、

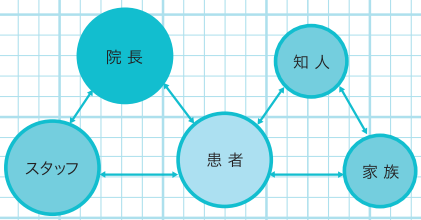
i) 各ターゲットが最も関心を持っているであろう言葉(キャッチコピー)を決める
ii) 各ターゲットが最も身近に触れやすい媒体を選定する
iii) 診療を受けることによって得られるその患者さんにとっての理想の状態を、具体的にイメージできるカラー・ロゴ・画像・模型などを用いて表現する
iv) 各ターゲットが媒体を見て興味を示したあと、どのように診療へと案内するか流れを決める
v) 各ターゲットがその診療を受けるにあたって「不安」を抱くであろうポイントを明確にし、サポート策を用意する

という「導線」を構築することが必要です。

また、口コミ・紹介により長期的に付き合うことができる患者さんを自院に引き寄せるためには、人と人との「関係性」に着目することが重要となります(図4)。

「関係性」とは、実は「先生」と「患者」というような二者間でだけ発生しているものではありません。図4にあるように、院長先生のニーズをスタッフが応援し、スタッフのニーズを院長先生が応援するという信頼感に満ちた関係を患者さんが感じ取ることができれば、患者さんは、「あそこの医院は気持ちがいい」と判断し、また更に他の関係性(家族、友人、同僚 etc...)にその影響力を伝え合うことになるのです。紹介したい医院とは、お互いに応援し合うパワーを感じ取れる医院です。そのベースがあってはじめて、患者さんに対して医院が行う治療やサービスの質が本当の意味で認められ、価値を感じていただけるようになります。特に、コミュニティーが狭く、同じ人と過ごす時間が多い母子・高齢者にとっては、非常にこの傾向が強いものです。これらの方々を中心に、医院内の関係性を強化した上で応援メッセージを送る工夫を取り入れれば、口コミは自然とあなたの医院に向かうことになるのです。

図4　歯科医院における関係性の影響



医療とマーケティングが融合するということ

コンサルタントがよく用いるマーケティングという考え方は、商売臭さや金儲け主義の温床のように感じられている方も数多くいらっしゃるでしょう。しかし、マーケティングとは、明日の経営を支えるために必要な会計処理以外の全てのアクションを指します。それゆえに、しっかりとした各医院の「信念と価値」を正当に伝えることが、これからの医療に求められる大きな課題であると考えます。業績向上の鍵は、実はこの点にかかっているのです。まずはあなたの医院から、新しい応援の波を伝えてはみませんか?

ぎたのか。今なら、あの言葉の意味がわかるのだった。

金谷酒造の酒は、料理を美味しくするためにある。

素材や調理法は選ばない。どんな皿にも、さりげなく寄り添い、食事時間を休息のひとときにしてくれる。杜氏らは、人が料理をほおばる瞬間まで思い描いて麹を育てるのだろう。持てる技術のすべてを、他人に捧げる仕事を気高いと感じるようになったのは、開業医として歩き始めてからだった。

今日の自分の仕事を思い返しながら、ゆるりと考える。

自分の仕事も、そう、あれがいい。さりげなく誰かの人生に寄り添う。そんな仕事ができればいい。

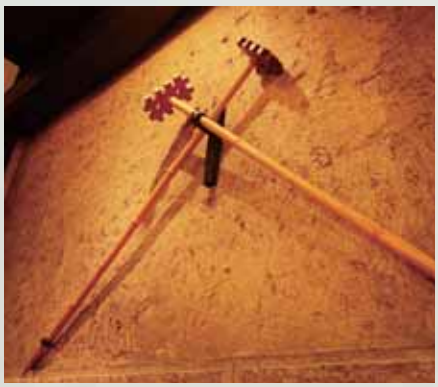
「ね、くつろいだでしょ?」

今は妻になっている彼女が、明るい顔で笑う。箸を置く頃、深い満足感が心の中に降りてきた。

霊峰白山の水が生む清酒

水と空気に恵まれた北陸の地・石川県白山市で、明治2年から酒造りをつづける金谷酒造。日本三霊山の一つ、白山から流れる名水によって生まれた清酒は、地元北陸を中心に長く愛されている。代表作は白山菊姫ブランドの一つ「高砂」をはじめ、「兼六」「初ふね」など多数。また、古い酒蔵をそのまま使った料亭「高砂茶寮」では、フランス風懐石料理をいただくことができる。

商品の詳細は次のページ



人生の価値を知る人に。

献上氷室

1日の診察を終えて、自宅につづくドアを開けた。小さな町の、小さなクリニック。順風満帆ではないが、それなりの日々がここにある。それでも今夜、小さな苛立ちが消えないのは、午後に診た子どもの泣き声と、元同僚の華々しい活躍の噂が耳に残っているからだろう。

こんな夜は、気持ちをなだめてくれる、やさしい酒が欲しかった。

「献上氷室、届いたわよ」

テーブルに置かれた酒を見て、思わず顔がほころんだ。よく冷えた氷室献上。北陸の老舗・金谷酒造の銘柄の中でも、特別なファンだけが手に入れられる限定品だ。透明な液体をグラスに注ぐと、遠い夏の記憶が香りにのって運ばれてきた。

「フランス風懐石を食べさせてくれる酒蔵があるの。行かない?」

学生時代の気ままな旅の途中、そう言ったのは当時の恋人だ。コース料理に添えられた酒を味わい、

「他人を思える人のお酒ね」

と真面目な顔をしたのも彼女だった。それからいくつの季節を通り過

一日が終わって くつろぎのひとときに

短時間で体と心の元気をチャージできる
多忙人の必需品をDENTALISMが厳選！

2本セット
数量限定

加賀の銘酒で至福の時間を

北陸の霊峰・白山から流れる水の恵みを活かした金谷酒造店の日本酒。零下5度の状態から生酒の旨みを閉じ込めた「献上氷室」、コクのある深い味が堪能できる山廃造りの20年古酒「宝養老」、いずれも明治2年からの伝統を誇る老舗の自信作です。

純米大吟醸　　本醸造酒

献上氷室／宝養老

2本セット[数量限定]　税込 8,250円

商品コード 113-12850

■商品：純米大吟醸　献上氷室（720ml×1本）／本醸造酒　宝養老（720ml×1本）
■発売元：株式会社　金谷酒造店

未成年者の
飲酒は法律で
禁止されています。

疲れた時には、トロリと甘い最高級純粋巣みつ

「はちみつを巣のままいただける」と話題の巣みつ。生産者が少なく国産品が貴重な中、こだわりの養蜂家・青木勇彦が生みだした「極 巣みつ」は、味も香りも最高級の逸品です。トロリとしながらもさっぱりした贅沢な甘みを、毎日の食卓でお楽しみください。

みつばち工房

「花の道」極 巣みつ

1個　税込 5,250円

商品コード 113-12822

■商品：極 巣みつ×1箱 310g／商品サイズ 123×129×50■発売元：有限会社九州蜂の子本舗

4分でOK、ミズノ仕様のスポーツクラブ・スポーツ店限定品!

スポーツ関連の売場のみで販売している限定品は、運動する人向けの新タイプのスポーツサポート食品です。どちらもノンフライ麺で健康的かつ低カロリー。スポーツ時はもちろん、時間がないときの栄養補給にもどうぞ。

from CUP NOODLE カップヌードル

1個あたり 200円

燃焼系 L-カルニチン300mg練り込み麺 SPORTS NOODLE スポーツヌードル

日清スポーツヌードル 燃焼系

1箱［12個入］ 税込 2,400円

商品コード 113-12823

■商品：日清スポーツヌードル　燃焼系 CHICKEN TASTE 12個入り（69g※めん重量50g）／1個259kcal／商品サイズ395×300×115■麺に脂肪のエネルギー化を助けるL-カルニチンを300mg練り込んでいます。■発売元：日清食品株式会社

1個あたり 200円

回復系 大豆ペプチド4000mg練り込み麺 SPORTS NOODLE スポーツヌードル

日清スポーツヌードル 回復系

1箱［12個入］ 税込 2,400円

商品コード 113-12824

■商品：日清スポーツヌードル　回復系 CREAMY TASTE 12個入り（75g※めん重量50g）／1個296kcal／商品サイズ395×300×115■麺に筋肉疲労の回復に効果的な大豆ペプチドを4000mg練り込んでいます。■発売元：日清食品株式会社

ホッと一息つけるお昼時間に フリーズドライで本格派の味を

お湯を注げば10秒で出来上がり。ブロックタイプのフリーズドライ・シリーズには、素材の栄養と美味しさがギュッと封じ込められています。味のバリエーションが楽しめるセレクトセット、スタッフルームに常備したい業務用の2タイプをご用意しました。

業務用みそ汁 AS30

1袋 税込 1,680円

商品コード 113-12817

■商品：業務用みそ汁 AS30（8g×30個）／商品サイズ150×40×270 ■発売元：天野実業株式会社

業務用たまごスープ GS30

1袋 税込 1,680円

商品コード 113-12818

■商品：業務用たまごスープ GS30（7g×30個）／商品サイズ150×40×270 ■発売元：天野実業株式会社

業務用えのき汁 GS30

1袋 税込 1,680円

商品コード 113-12819

■商品：業務用えのき汁 GS30（8.5g×30個）／商品サイズ150×40×270 ■発売元：天野実業株式会社

■商品：セレクトセット M-300F 20食入り（京風みそ汁・麦みそ汁・白みそ汁・しじみ汁・豚汁・なす汁・ごぼう汁・鯛のお吸いもの／各2食、松茸のお吸いもの／4食）内容量178g／商品サイズ410×230×55 ■発売元：天野実業株式会社

セレクトセット M-300F 1箱 税込 3,150円

商品コード 113-12820

■商品：セレクトセット M-300SJ 20食入り（内容：北海道みそ かに汁・仙台みそ じゅんさい・八丁みそ 焼なす・瀬戸内みそ あさり・九州みそ もずく汁・なめこ汁・しじみ汁・豚汁・鯛のお吸いもの・松茸のお吸いもの／各2食）内容量206g／商品サイズ410×230×55■発売元：天野実業株式会社

セレクトセット M-300SJ 1箱 税込 3,150円

商品コード 113-12821

ご贈答品としての発送は行っておりませんのでご了承下さい。

ご注文は、Ciメディカル注文書をご利用下さい。
※お酒の注文時には年齢を確認させていただきます。

TEL 076-278-8800 FAX 0120-418167
平日（9:00～18:00）、土曜日（9:00～15:00） FAXは24時間受付です。（通話料無料）

営業マンは見た

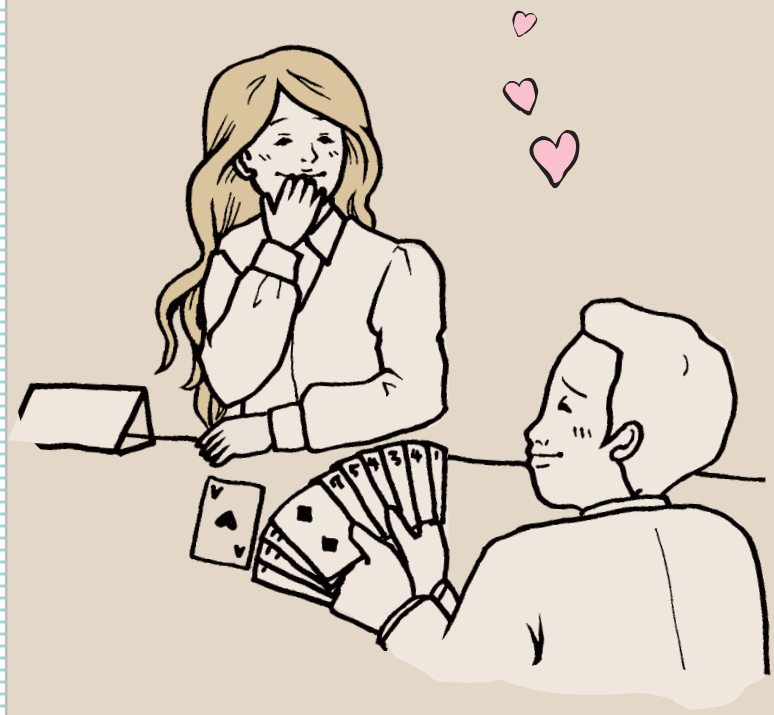
診察室にこもる院長は、外で起こっていることを知らない。それでいいのか?「先生方に、現場の実情をお伝えせねば!」と、ある営業マンが立ちあがった。そこそこ、ひっそりと。

本日の営業マン

Mr.一文字

関西の歯科材料店で働くベテラン。普段は心優しきジェントルマン。

現場を渡り歩いてウン年、ご開業の先生にモノ申す!

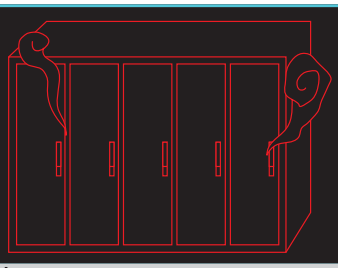


営業マンとして実感していること。それは、歯医者さんの印象は、スタッフの対応で変わる!という事実です。人材の育成は、歯科経営の発展にとても重要。それがわかっている院長先生は、陰で支えるスタッフをよくほめて、やる気を引き出しているものです。逆に、こんな医院がありました。受付に、患者さんへのやさしい声かけができる女性がいたのです。ところが、院長先生はそのことに無頓着。その方が辞めて性格のキツイ女性が受付になったとたん、多かった患者さんがみるみる減少しました。材料を納品した際、院長から「最近、患者が減ってきたんだよね。他の歯医者はどう?」こんな質問は、今や日常茶飯事。しかし、私の立場から率直な意見は申し上げられないわけで……。

恐怖のロッカールーム

今夜も院長の悲鳴が聞こえる……。ギャー

歯科医には、決して覗いてはいけない世界がある。そこではスタッフのぼやきが、呪いとなってこだましている……。ぎょえええええー!



ベンツに乗ってるくせに、「練板紙は**半分に切って**使え」って**セコすぎ**。(27歳・歯科衛生士) ギャー

素足に ギャアア ドクターシューズ、**臭**ってる。(25歳・受付)

医院の隣が**自宅**。なんで毎日、**寝グセ?** (34歳・歯科衛生士) ヒイイ

美人の患者に**時間かけすぎ**。(26歳・受付) ギャアア

先生自身の**歯**が**汚ない**。(25歳・歯科衛生士) ヒイイ

スタッフに「意思の疎通ができてない」と説教する前に、**奥さん**と**意思を疎通しろ**。(34歳・歯科技工士) ギャー

カオルの

お悩みクリニック

スタッフに弱音が吐けない孤独な歯科医のお悩みを、自称カリスマ歯科衛生士カオル先生がズバッと解決。炸裂する能天気パワーに、クヨクヨするのがバカバカしくなるはず。

本日の担当医♡

カオル 先生

自称カリスマ歯科衛生士。自分自身は、食事をすれば悩みを忘れるノンキ者。

Q.極度の人見知りで、患者さんと上手く話せません…。

患者さんと話すのが苦手です。緊張して言葉をかむのも恥ずかしいし、患者さんからの信頼度が低いのではないかと心配です。(28歳・埼玉県)

A.まあ、28歳にもなって人見知りだなんて、ウブなのね。そんなあなたには、スタッフを強烈キャラで固めることをおすすめするわ。関西系おばちゃんが2、3人もいれば、あなたの口下手を見事にカバー。おまけに「パワーに押されてオドオドする若先生」という愛らしさを自然にアピールできて、一挙両得よ。強烈キャラがいてこそ、小心者の個性が活きるもの。ジャガー横田と木下先生をご覧なさい。歯医者＝怖いというイメージがはびこる中、あなたのウサギちゃんぶりは萌えキャラそのもの。かえって人気を呼ぶはずだわ。

今月の格言。

萌えキャラがいちばん計算高い

今まで誰にも言えなかった **私が医院を辞めた理由。**

私の昼休みの過ごし方

カオルの **お悩みクリニック**

自称カリスマ歯科衛生士カオルが、迷える歯科医を救う。使えないスタッフ、恐い奥様へのグチもどうぞ。

待合室の本棚リスト

ひとこと言わせろ!

うちの♥受付嬢

困った患者さん話

自慢の逸品♥

プチ内部告発

当院の珍ルール

■泣ける話 ■個人的な話 ■趣味自慢 ■お悩み相談

Dentalism 投稿募集

心の叫びはこちらまで投稿を。

〒162-0832
東京都新宿区岩戸町12 レベッカビル2 303
「デンタリズム編集部」まで。
メールでのご意見・ご感想もお待ちしております。

e-mail dentalism@store-ink.jp まで

FAX 03-3513-8477

・採用された方には素敵なプレゼント進呈

※投稿者の個人情報は、プレゼントの送付にのみ利用し第三者に開示致しません。

発行人 / 中谷 毅　編集人 / 方山 純　発行 / 有限会社 ストアインク　〒162-0832 東京都新宿区岩戸町12 レベッカビル2 303
広告のお申し込み・料金等のお問い合わせは TEL.03-3513-8466　FAX.03-3513-8477

これからの時代は、 パワーに依存しないクルマの楽しみ方が必要だと考えます。

メイド イン ジャパン スーパーカー 唯一無二のデザイン Orochi

オロチ 400台限定生産

車両本体価格（消費税込）

¥11，970，000

■全長 4560mm 全幅 2035mm 全高 1180mmWB2600mm
エンジン V 型 6 気筒 DOHC3311cc ミッドシップレイアウト
T/M 5AT

オロチの展示と大蛇グッズに関しては
オロチホームページ
http://www.mitsuoka-orochi.com
0120-676-244
（受付時間 AM10:00-PM7:00）

Photo 忽那光一郎

リサイクル料金、保険料、税金（除く消費税）登録諸費用は別途申し受けます。付属品価格は含まれておりません。価格および仕様は予告なく変更する場合があります。