# 歯ブラシの処方 はじめました

TOOTHBRUSH

## SASAKI × GC × 歯科医院

弊社営業企画北村と株式会社ジーシー平野さんで歯科専売の歯ブラシ(ルシェロ)をもっと多くの患者さんに使ってもらいたい！という漠然とした思いからこの企画は始まりました。予防の時代だと言われていますが、予防の基本である歯ブラシの存在感は歯科医院においてそれほど強くありません。実際、患者さんが使われている歯ブラシは薬局やスーパーで販売されている市販品が多く、果たしてどれだけの患者さんが数えきれないほどある歯ブラシの中から自分に合った1本を選べているのでしょうか？名古屋にあるコンドウ歯科さんは"歯ブラシを処方する"というコンセプトで、なんとルシェロシリーズの歯ブラシを年間8000本以上も販売されています。患者さん一人ひとりに"歯ブラシを処方する"ことに徹底し定着している歯科医院を関西にも作りたい！その思いを話し今回の企画を引き受けて下さったのが、大阪市中央区 田中歯科医院さん・摂津市 ひろ歯科さんです。現在、北村と平野さんで試行錯誤しながらフォロー体制を取っているそれぞれの取り組みについて特集いたします。

## 以前よりも患者さんとの会話が増えて コミュニケーションがとれるようになりました

### 医療法人 田中歯科医院

大阪市中央区内本町1丁目2番14号秀和ビル3F

【スタッフ】歯科医師:7名/歯科衛生士:9名/受付スタッフ:4名 (理事長 田中 秀直 先生)

- ▶2007年開業
- ▶ユニット9台(予防専用は2台)
- ▶1日の患者数:平均約100名(メンテ患者は3割)

オフィス街に立地し、40代～50代の患者さんが多いがお子さまから高齢者まで幅広い世代が来院される。今回の企画は院長をはじめ、歯科衛生士の仲野さん、木原さん、山口さん、受付スタッフの荒井さんを中心に実施。

**企画開始:2017年8月～ ※ルシェロのみ**

以前の月平均販売数 **87本** ▶ 現在の月平均販売数 **170本**

line up
- ピセラ P-20 S/M
- タフト 24 S/SS/ESS

line up
- ルシェロ B-10 S/M
- ルシェロ P-10 S/M
- タフト 24 S/SS/ESS
- ピセラ B-20 S/M
- ピセラ P-20 S/M

なんとほぼ同じ数、患者さんに歯ブラシを処方。

【処方数】8月度 208本 / 9月度 133本

| 企画前の1年間 | 企画開始1ヶ月 |
|---|---|
| 2016.7.1～2017.7.31 | 2017.8.1～2017.8.31 |
| 209本 ≒ | 208本 |

この活動により物販売上金額が約10,600円だったのが **113,050円にUP!!**

### きっかけ

以前は歯ブラシが2種類しかなく、受付で患者さんからおすすめの歯ブラシを聞かれても選択肢が少ないため、比較できるようにラインナップを増やそうと考えていたとのことです。ちょうどその時に平野さんがランチョンセミナーをされたこともあったので、この企画を田中歯科さんに相談して、タイミングが合いやってみようと引き受けて下さいました。

### どうやって処方しているの？

ターゲット メインテナンスに来られた患者さん

1. 口腔内を診査・診断
2. 処方シートの作成
   - ✓現在の口腔内の状況
   - ✓症状に合わせた必要な予防製品の条件
   - ✓物販取扱い製品の中から条件に合ったもの
3. 処方シートを用いてごしごし模型やデモ品を使ってルシェロの説明

   必要な場合は歯磨剤、歯間清掃用具も処方

   処方シートは、患者さんへお渡し、医院控えはカルテと一緒に保管(黒字:購入決定の方、赤字:検討中の方「おすすめしています」)
4. 最後に受付で

   処方シートに赤字の記入がある場合は

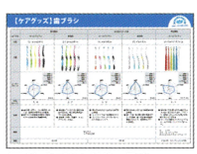
   「本日処方された予防製品はよろしかったですか?」

   この一言で購入される患者さんも多い。

### 院長のマインドマップ(一部抜粋)

この院長が作成されたマインドマップ(実際は更に枝分かれしています)を基に何のために何が必要で何をしなければならないかを整理して話し合い、取り組んでいます。現在も順番に取り組み中!

(画1) ごしごし模型

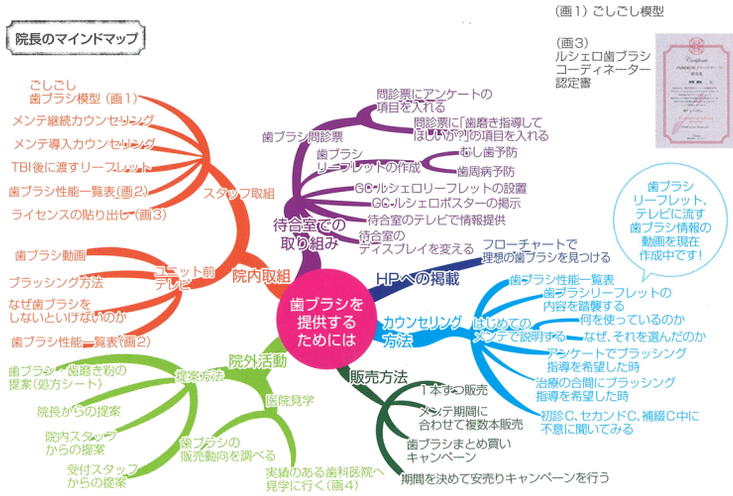



(画2) 歯ブラシ性能一覧表

(画3) ルシェロ歯ブラシコーディネーター認定書

(画4) モデルのコンドウ歯科さんへ医院見学に行きました

4種類×硬さ2種類のサンプル




## INTERVIEW

**Q この企画をはじめて聞いたときどう思ったか**

**A** 【DH】ホームケア製品は患者さんから聞かれたら答えていましたが、自ら勧めることが無かったのでできるのか不安でした。こんなに患者さんが勧めたものを使って下さるとは思っていませんでした。

【受付】もともと物販の種類を増やそうと考えていたので良いタイミングで企画の話をいただいたなと思いました。患者さんに歯ブラシの大切さを知ってもらう良いきっかけになったら良いなと思っています。

**Q この企画をはじめて良かったこと**

**A** 【DH】口腔内がもっときれいになってほしいと思う人に勧めた歯ブラシできれいになっていると良かったなと思います。

【受付】企画の導入をしたことで売上アップに繋がったことも嬉しいのですが、患者さんが歯ブラシの良さを理解した上で選んで購入して下さることが本当に嬉しいと思うようになりました。

**Q 患者さんの反応は**

**A** 【DH】意識が高い患者さんはとても興味を持って下さるので更に詳しく説明しています。院長が歯ブラシの話をしておいて下さった後に話をすると患者さんはより納得されています。

【受付】以前に比べて物販(特に歯ブラシ)を購入される患者さんが増えました。ルシェロのリピート率も高い。自分の口腔内に合った物をお伝えしているので興味を持ってくれる患者さんが増え、今まで使っていた歯ブラシから切り替えてくれる人が増えました。

**Q この企画をはじめて大変なこと**

**A** 【DH】企画を始めてすぐに院長のお友達から押し売りのような感じがしたと聞いて最後の一言をどうしたらいいか悩んでしまいます。今は「受付に置いています」と言っています。

【受付】普段のメインテナンス+説明になるのでチェアータイムが延びることがあります。在庫が増えたので管理が大変になりました。

**Q 在庫管理はどうしているか**

**A** 【受付】在庫管理は伝達ミスなどでダブル発注にならないように担当の荒井さんが一人で管理しています。種類が多く常に在庫確認している訳ではないので「残り○個になったら発注報告をお願いします」と周知し、忙しくて忘れてしまわないように各在庫に文言をテプラを貼って工夫しています。毎月末に販売数と在庫が比例しているか在庫チェックをし、年に1回社労士へ提出しています。

**Q 歯科医院に感じる変化**

**A** この企画(歯ブラシコンサル)を通して患者さんとの会話が増えた気がします。どうしたら患者さんに歯ブラシの大切が伝わるのか、なぜルシェロが良いのか、どうしたら患者さんに歯ブラシを購入してもらえるのかなど、ちゃんと考えて取り組むようになり、意見を出すようになりました。新しい企画にも面倒くさがらずにみんな一生懸命に取り組んでくれている気がします。押し売りにならないように考えながらコンサルし、ただ業務をこなすのではなく患者さんのことを考えて取り組んでいます。

### 院長のコメント

田中 秀直 先生

現在、予防歯科に力を入れられている医院が増えてきております。口腔疾患はプラークが原因として発症するものが多いため、その疾患を予防するためにはプラークコントロールが重要と考えます。歯科医院内をはじめ、スーパーやドラッグストアでは様々な形や機能を有した歯ブラシが販売されています。しかしながら、患者様の口腔内は一人一人違いがあり、年齢と共に日々変化していきます。今回、「患者様の口腔内の状況に合わせた歯ブラシを処方しよう」という取り組みを進めるにあたって、多くのラインナップの中で当医院ではGCのルシェロ歯ブラシを採用いたしました。歯ブラシの性能だけでなく、疾患別、年齢、性別に合わせた処方が可能であることがその理由です。実際、模型を使ったTBIを行った結果、多くの患者様から「こんな歯ブラシに出会いたかった」、「どんな歯ブラシを選んでいいかわからなかったので、いい機会になった」というお言葉を頂きました。患者様に合わせた歯ブラシを選んであげられるのは、実際に口腔内を診察している歯科医師や歯科衛生士です。今回の取り組みを通じて、患者様のあらたな要望を知ることが出来、また、まだまだ我々は患者様の口腔内の健康を守ってあげられる事が出来るのではないかと再認識しました。

### 今後の課題

- ◆ 処方したくても忙しくて時間に追われているとできないことがある
- ◆ もっとたくさんの人にルシェロを使ってほしい。しかし価格が高いと感じる人はまだまだいる。WEB会員は○○円引きなど工夫してみたい

### 田中歯科ランキング

| | |
|---|---|
| 1位 | ピセラ P-20S |
| 2位 | ピセラ P-20M |
| 3位 | ルシェロ P-10S |