

## 「経営者への手紙」4月号

平成6年4月

EveryNet会員 各位

謹啓 花はいつしか過ぎ葉桜の季節となりました。

会員の皆様にはますますご活躍のこととお慶び申し上げます。

早いもので『経営者への手紙』も2年目を迎えることができました。

創刊当初、さまざまな企業をご紹介する「ビジネス・ネットワーク」のコーナーなどは、インタビュー先を探すのに非常に苦勞をしましたことを思い出します。

しかしながら、まがりなりにも1年間続けてまいりました結果でしょうか、最近では次から次へにご紹介いただくようになり、あの頃苦勞いたしていたことが今では嘘のように思われます。

2年目の「経営者への手紙」、気持ちも新たに紙面づくりをしていきたいと思えます。

まだまだ試行錯誤ゆえ、これからもよろしく願ひいたします。

敬 白

∞「経営者への手紙」4月号∞

◆ビジネス・ネットワーク◆

医療法人 協立歯科

◆特 集◆

色彩心理による人材活用術

---

## 医療法人 協立歯科

---

歯医者は歯が痛くなってから行くところ。実際、これが多くの人の認識でしょう。

しかし、どうも最近では歯に対する認識も、また歯科医院の傾向も変わってきているらしいのです。すでに一部の人たち（例えば女優さんや歌手）にとっては歯医者は自分のイメージアップのために通うところとなっています。また、歯医者側の側を見ても、治療だけをやっていけばいいという従来の形に疑問を抱き、これからは予防に力を入れるべきだとの考えを唱える先生達が増えてきているように思います。

今回ご紹介する協立歯科（〒150 東京都渋谷区恵比寿西2-2-8 寿豊ビル4F TEL: 03-3770-5515）の中原悦夫先生は、こうした新しい考え方の歯科医院を数年前からすでに実践なさっていらっしゃいます。そして、特筆すべきはそれが単なる予防という形だけにとどまらず、「美」をプラスした観点でこれからの歯科医院像をとらえられているという点にあります。

中原先生は「予防審美歯科」をテーマに、「その人が持っている本来の美しさを引き出す」ことをコンセプトとして医業展開をなさっていらっしゃいます。審美とはあまり聞き慣れない言葉ゆえ、よくある美容かと思われることが多いのだそうですが、美容と審美との決定的な違いは、美容がある種の美のイメージに当人を強制的にあてはめようとする行為であるのに対し、審美は個人を考えた、つまりその人の持っている機能を最大限生かした上で、本来の美しさを引き出そうとする行為だということです。

## 経営者への手紙

協立歯科のユニークさは、審美歯科のニーズをアピールするためマスコミ関係者など170名を集めてプレスパーティーを開いたり、木目調の家具で統一されたサロンと見間違えるような高級感のある落ち着いた内装にしたりといったところにも表れていますが、それらはすべて先生自身のポリシーと美意識が投影されたものです。

前述した「その人が持っている本来の美しさを引き出す」というコンセプトが物語るように、中原先生は患者さん一人一人をととても大切にされています。

「インフォームド・コンセントとよく言われますが、患者の個性を理解しないで、納得のいく説明などできるわけがなく」、「この患者はどんな性格の人で、こういったものの言い方をすれば、こちらの意図を納得してもらえるのか。そこまで考えないと本当の意味でのインフォームド・コンセントはできない」とおっしゃるその姿勢は「気持ちは目に表れる、だから治療後に患者さんが自分の顔を鏡に映す瞬間、瞳がパッと輝かないようだったら何度でもやり直さない。」というスタッフに対する厳しい指導の根底をなすものです。

美しい歯は素敵な笑顔を演出し、自信を生み出します。

誰もが自分自身に関心を持ち、より健康により美しく、より自信を持った生き方をしたいと願っている、そうした思いはこの先年々高まっていくはずで。

個人に対応したきめ細かな対応をベースとしつつ時代と人の心を読んだこの予防審美歯科は、まさに21世紀型対応医療という名にふさわしい先進的な歯科医院の形だと感じました。

審美歯科の役割は「その人が本来もっている美しさを引き出す。」ことです。そのために一番重要なのは「アゴのもつ機能が十分に発揮できているか?」ということです。美しい口元や正しい機能は生まれつきのものとは限りません。正しいデンタル・ケアと、それに裏付けられた自信とが、笑顔に最高の輝きをもたらすのです。十分に手入れのいきとどいた素肌が美しいように、歯や口元の美しさも、努力して初めて手に入るものなのです。

今や歯科医師は、虫歯を治すだけでなく、あなたの口元の機能を最大限に引き出し、自然な美しさをかもし出すスペシャリストなのです。（パンフレットより抜粋）