

楽しく語ろう
クリニカル&マテリアル
32

- ゲスト 土屋賢司 先生 Kenji TSUCHIYA
1958年生まれ
東京都千代田区開業「土屋歯科クリニック&WORKS」
- ゲスト 橋本亮介 社長 Ryosuke HASHIMOTO
1973年生まれ
東京都港区開業「オジデザインワークス株式会社」
- 司会 中川孝男 先生 Takao NAKAGAWA
1959年生まれ
東京都港区開業「中川歯科クリニック」
- ジーシー 冨永泰敏 Yasutoshi TOMINAGA
1955年生まれ
株式会社ジーシー 機械開発部 部長

開業当初から大事にしていた
“患者さんとの一生のお付き合い”

冨永 本コーナーでは、これまで臨床のヒントや材料について、さまざまな角度から先生方に最新情報をお届けしてまいりました。今回32回目を迎えるにあたり、このコーナーの司会を港区でご開業の中川孝男先生にバトンタッチして、さらにテーマの幅を広げ引き続き充実した臨床座談を読者の皆様にお届けしていきたいと考えております。

中川先生は大学卒業後、保母須弥也先生の下に勤務され歯科医療の最先端でご活躍されてきました。その後1994年に「中川歯科クリニック」を開業。インプラント、審

ゲスト・土屋賢司 先生



コンセプトに基づいた歯科医院の トータルデザイン

——医院経営にも関わるデザインコンセプト——

予防歯科、審美歯科が定着してきた今日、患者さんが歯科医院を選択する基準も変わりつつあります。いかに歯科医院のコンセプトを明確にし、それをどのように患者さんへお伝えするかが問われる時代に入ってきました。患者さんが診てもらいたい歯科医院、継続して通ってもらえる歯科医院には、どのような秘策があるのでしょうか。今回は、医院経営にも関わる設計も含めたトータルデザインについて「土屋歯科クリニック&WORKS」院長の土屋賢司先生と、歯科医院のトータルデザインで実績のある「オジデザインワークス株式会社」代表取締役の橋本亮介社長をお招きして、デンタルクリニック・デザインについてお話を伺いました。

美、予防など先端歯科臨床の分野で高い評価を得られていることは周知の通りです。そんな中川先生に進行役を務めていただく第1回目は、ちょっと趣向を変えて歯科医院の設計・デザインという院内環境についてお話を進めたいと思います。

そこで今回のゲストは、千代田区麹町で18年間開業され、審美、予防といった臨床で日本を代表するといっても過言でない「土屋歯科クリニック&WORKS」院長の土屋賢司先生と、その診療空間をデザインされた「オジデザインワークス株式会社」代表取締役でありデザイナーでもある橋本亮介社長をお迎えました。また、今回は材料や臨床のテーマとは異なりますので、ユニットの開発を担当している私がジーシーから参加させていただきました。それでは、

中川先生よろしくお願いたします。

中川 いまご紹介いただきましたように、私も13年前に開業したのですが、当時を思い出しても医院のデザインについては苦労した記憶がございます。開業を考えているときは、クリニックを完成させるという目の前の目標があるわけですが、でき上がったところからスタートです。しかも、長期にわたって維持しなければいけません。また、設計・デザインは患者さんにとっては、そのクリニックを印象づけてしまう重要なものでもあります。ことに、歯科医療が進み、患者さんの歯科への意識も変わってきている今日にあっては、医院設計・デザインというのは治療技術の習得と同様におろそかにできないものと考えます。

今回のゲストである土屋賢司先生は、臨

ゲスト・橋本亮介 社長



■橋本氏略歴

原 兆英・原 成光 両氏に師事。
インテリアデザイン、建築デザイン、プロダクトデザイン、グラフィック、コーディネートを学ぶ。
『JCD デザインアワード2006』新人賞受賞
『JCD デザインアワード2007』BEST100選出

<http://www.ozidesignworks.com/>
<http://www.dental-design.jp/>



開業時の麹町の「土屋歯科クリニック」受付。診療室は患者さんのプライバシーを大切に半個室タイプだった。

床面でもトップ・デンティストとしてご高名なわけですが、クリニックも他に類をみない素晴らしいもので、どうしたらこのような歯科医院を構築でき、なおかつ維持していけるのか、その秘訣を少しでもご教授いただけたらと考えております。本日の話題は、現在勤務医として頑張っておられる先生方のみならず、さらなる発展のために改築や移転を考えておられる先生方にも非常に参考になるものだと思います。

そこで、土屋先生に最初にお伺いしたいのですが、先生が最初に開業されるときに、どのような歯科医院にしたいというイメージをお持ちになっていたのでしょうか。

土屋 私は1989年に開業しました。現在地のすぐ近くのビルの3階で、そこが手狭になったので2003年に現在地に移転しました。

最初に開業した当時は、「痛い」とか「腫れた」といった主訴の対応が一般的だったと思います。主訴の対応は大事ですが、それで終わってしまったら、その部位だけしか診ていないことになる。私が開業前に大先輩から教わったことは「患者さんの悪い歯を治すのではなく、悪い歯の患者さんを治す」ということでした。つまり、痛くなったのなら、その理由はなぜか、悪くするような生活なのか、今後長期的に健康を維持するにはどうするか、トータルで患者さんの健康を診るということが一番大事なことだと教えられました。

ですから、原因を見だし、問題点を抽出して、それで診断して治療計画を立てる。治療が終わったら、メンテナンスという流れをつくる。これを実現するためのクリニックを造るというイメージを持っていたのです。

中川 治療だけでなくメンテナンスの重要性も当時から念頭にあったわけですね。

土屋 もちろんです。治療は一生かかるものではありません。矯正などは長くても数年です。歯科医療を患者さんに提供する上で、何が一番の比重かといえばメンテナンスです。治療が終わってゴールではなく、「治療が終わってスタート」なのです。つまり、Cure(キュア)とCare(ケア)が基本コン



司会・中川孝男 先生

セプトです。だから、治療終了後に患者さんがメンテナンスで通いやすい快適なクリニックというものを目指したのです。

長い時間軸の中で 設計・デザインを考える

中川 予防やメンテナンスの概念がまだ定着していなかった時代から、その重要性を見いだしていた土屋先生ですが、当時のクリニックはどのような診療空間だったのでしょうか。

土屋 麹町の日本テレビ前のビル3階で、20坪、ユニット3台でした。デザイン的には患者さんのプライバシーを重視したかったので、個室的な造りです。ただ、狭い空間で個室にするのは息苦しいので、前面に窓があることが条件で、さんざん探しました。また、完全な個室だと圧迫感を感じるので開放的な半個室にしました。

中川 プライバシー重視というのは診療姿勢の表れでもありますね。

ジーシー・富永泰敏



現在の「土屋歯科クリニック&WORKS」
薄いベージュ色の採用とやわらかい間接照明により、安らげる受付・待合室。

土屋歯科クリニック&WORKSの診療コンセプト

「SmileDesign™ = LifeSupport」

歯科治療、メンテナンスをとおして
心から笑える楽しい人生を送るサポートをする。

「3C」コンセプト=「Cure + Care + Communication」

Cure

根管治療・矯正治療・歯周外科治療・インプラント治療・咬合治療・
修復治療・顎顔面外科治療

Care

メンテナンス・(Smile care System)・
予防処置(カリエスリスク検査・歯周病菌検査)
トゥースクリーニング・PMTC・ホワイトニング・ブレスケア・
リップケア・ガムピーリング

Communication

患者さんへの情報提供のための各種セミナー・院内研修・勉強会の開催

「キュア」「ケア」「コミュニケーション」 の3Cコンセプト

中川 土屋先生の開業に際してのお考えはよく分かりました。

それで現在のクリニックのことをお伺いしたいのですが、ここの医院設計・デザインは「オジデザインワークス」さんがご担当されたわけですが、橋本さんの会社は歯科医院専門なのですか。

橋本 これまでも歯科医院はやらせていただきましたが、それだけではなくレストランなど他業種のデザイン設計も行なっています。ただ、私どもが提供するデザインは、空間構成だけにとどまらず、内装や外装、照明計画、室内のインテリアなども含めた全体のスタイリング、さらに医院のロゴマーク、ウェブデザインなどをトータルにご提案しています。いわゆる企業が行っているCI戦略を歯科医院へ導入してオーナーである院長先生のコンセプトを反映したクリニックを創り出す協力をさせていただいています。

中川 歯科医師の中には、クリニックを造るときにデザインを担当される方に、どのように依頼をしたらいいのかわからないという方も多いと思います。もし橋本さんに新規開業の医院デザインをお願いするとしたら、どのようにお話ししたらいいのでしょうか。

橋本 土屋先生のケースもそうですが、まず立地を確認したうえで、先生の考えていらっしゃる診療哲学をお伺いしたいのです。多分、開業をお考えの先生方は空間デザイ

土屋 患者さんが治療中の姿を他人に見られるのは嫌だということもあるけれど、それ以上に流れ作業で治療しているのではない、というクリニックの姿勢でもあるわけです。

私は、クリニックに来てくれた患者さんとは一生付き合おうという気持ですから、その方というんな話をします。とくに、補綴後というのはメンテナンスがすごく大事ですから、そんな話も含めて接していると私の医療姿勢も理解していただける。そのような状況の中で診療してくるとメンテナンスの患者さんが増えて、しかも、メンテナンスの患者さんは遠くへ転勤しても来てくれるので、減らない。むしろ、どんどん増えていくわけです。それで、前の診療所ではキャパオーバーになって、現在地に移転したのです。

中川 ところで、なぜ麹町を選ばれたのですか。

土屋 開業するなら中心でやろうと考えていました。それも山手線のど真ん中の麹町。中心でやれば人は集まってくると思ったのです。そんな単純な発想です。でも、その発想が私にとっては開業のモチベーションにもなったと思います。開業は一大事業だから、そのようなことも一歩踏み出すきっかけになったのですね。

富永 土屋先生は歯科医としては初代です。

土屋 そう、親はサラリーマンです。歯科としてのベースは何もない。大きな借金からのスタートでしたが、ここまで来られたのも「一生クリニックをやりたい」と考えているからです。何事も最初から無理だと考えずに、信念を持って取り組みれば一つのカチはできると思います。だから、クリニックを造るときには将来的な運営を捉えた長い時間軸で考えていくことが大切なのです。

●3Cコンセプトに基づく15年の症例



初診時(1989年)
患者:49歳、女性。
主訴:歯をきれいにしたい。重度の歯周病。



最終補綴物装着(1992年)
半年ごとのメンテナンスを継続。



最終補綴物装着後12年(2004年:初診時より15年)
定期的なメンテナンスにより良好な状態を維持している。

クリニックのブランドである
院長に似合う空間造り



患者さんへの歯科情報の提供 (Communication)、クリニックスタッフの勉強会、後輩指導やセミナーなどコミュニケーションの“場”として活用、クリニック内での最新の治療技術への関心も高まる。

中川 よく若い先生方がおっしゃるのに、「歯医者らしくない歯科医院」にしたい、という言い方があります。それについてはどうお考えですか。

楢本 たしかによく言われます。でも、それは造り手側の都合でもあるのだと思います。どのようなデザインであっても、歯科医院は歯科医院であって、それを歯科医院でないように患者さんに感じさせるのは、院長でありスタッフであり、運営するためのソフトだと思っています。

富永 そういえば、ハリウッド映画でアカデミー賞助演女優賞にノミネートされた菊地凜子さんが出演していた『バベル』で、菊地凜子さんが歯科治療を受けているシーンに「土屋歯科クリニック&WORKS」が登場しましたね。そのときの印象は普段とまったく違っていたと思うのですが。

土屋 私のクリニックを監督が気に入ってロケ場所になったのですが、待合室では患者さん役にスリッパを履かせていました。実際は土足仕様です。受付やスタッフは典型的な白衣でナースキャップのようなものまでつけていましたよ。全然イメージが違うわけです。でも、それが日本の歯科医院らしいと。だから、らしいとか、らしくないとい

ンに対してそれなりのイメージはお持ちだと思います。ただ、通り一遍にそれだけをお聞きしてデザイン・レイアウトを提示しても不十分だと思います。それでは、先生の好きなもののトレースでしかないからです。ですから、先生のお持ちのイメージやコンセプトの元になるお考えをお話していただいて、ディスカッションしてゆく方法が私はベストだと思います。そうすることで、先生の目的を達成するための新たな提案や、もっと良い方法なども生まれてきます。最初は、とにかく可能性を広げていく方向から模索することが大切です。

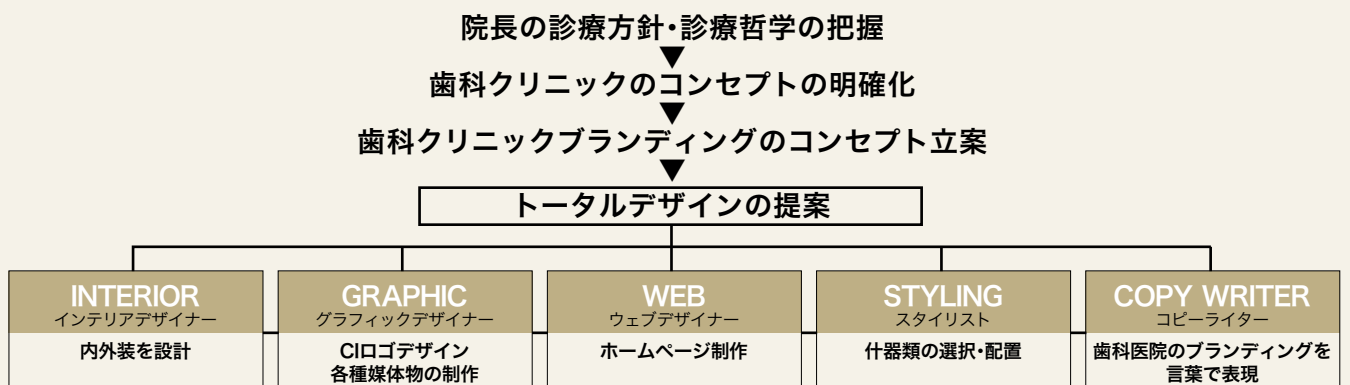
中川 土屋先生は、どのようなお話をされたのですか？

土屋 そうですね。私の場合は移転ということで新規とはちょっと異なるかもしれませんが、私の診療の基本的な考え方、つまり診査・診断に基づいた適切な治療計画とその実践である「キュア」と、その後に続く重要な管理と定期的なメンテナンスである

「ケア」の「2C」、さらにそれを正確に患者さんに理解していただき、確実にやっていくために重要な患者さんとの「コミュニケーション」を含めた「3C」というコンセプトの話や、そして、この「3C」のコンセプトを実践し、歯を治し、健康で楽しい人生を送ってもらいたい…。心から笑える笑顔づくりのお手伝いをしたい…。そういう患者さんと一生のお付き合いをしていきたい。そんな「スマイルデザイナー」になりたい…。という話をしました。

楢本 いろいろなディスカッションの中から土屋先生は本当に患者さんを大切に、自分の持っているすべての技術で楽しい人生になるお手伝いがしたいということがわかりました。そして、一生のお付き合いをしていきたい、メンテナンスに来た患者さんが色々なお話をして楽しい気持ちで帰っていく、そんなイメージができました。ですから、それをどのように表現していくかを基本にデザインを構築していったのです。

オジデザインワークスにおける歯科クリニックブランディングの立案フロー



うのは、橋本さんのおっしゃるように造り手側の都合が多分にあるものだと思います。

中川 そうですね。予算に糸目をつけなければどのようなものもできるかもしれないけれど、開業して維持していくことが一番大事ですからね。

土屋 造って終わりじゃない。維持するためにはどうするかといったら、やはりソフトが大事です。とくにスタッフを含めた人間。だから、設計デザインというハードとそこに働く人間のソフトと同時に考えて造りこんでいかないとけないのです。

たとえば、私のところのように個室的な造りでユニット5台が設置されていたら、最低5人のアシスタントは必要です。受付は受付専任でアシスタントが受付を兼ねるようなことはしない。レストランでも満席になってスタッフがあたふたするようだったらサービスが悪いということですから、どんな状況でも慌てない体制にしておくことは歯科医院にも絶対に必要です。

橋本 いま土屋先生がおっしゃったように、先生のお考えを理解すればするほど、この体制だとユニットは何台か、何が必要で

何が不要かというのが見えてきます。また、クリニックというのは、いろいろな人が来ますし、地域のためでもあるので、そういうことも踏まえて、そのクリニックのブランドでもある院長先生に似合う空間を造っていくことが一番の主題となります。ですから、デザイナーは先生のことをよく知らなくてははいけないし、しっかり話し合わなければなりません。

土屋 自分の好きな洋服が、イコール似合うかといったら違うのですよ。

中川 たしかにそうですね。設計・デザインという自分の好きな色やスタイルに固執しがちだけれど、それではダメなのですね。

橋本 好きな色やスタイルだけで造ってしまうと、その先の患者さんのことまでは考えていないものになりがちです。似合う色やスタイルは、やはり院長のお人柄だと思います。土屋歯科クリニックの基調色は薄いベージュで仕上げ、ツヤとマットを使い分けました。オフィス街という立地から多少トーンの落ちた色合いで、特にこのビルの色調は白ベースですが青みが印象に残ります。そこで、その補色である黄色を持ってくると、院内に入った患者さんが安らぎを感じます。また、黄色系は一般的に好感が持てる色で、みんなに愛される色なのです。気さくに接していただける土屋先生が、患者さんはもちろんですが、広い交友関係

の方や慕ってくる後輩を快適に迎えることができる色としてこのやさしい色合いの薄いベージュを先生にお勧めしました。

中川 色一つをとってもさまざまな検討があり、決定しているのですね。

リラックスできる空間を創造する 照明デザイン

中川 それから、気になるのが照明ですが「土屋歯科クリニック&WORKS」では、どのような工夫をされていますか。

橋本 全体的に光は間接照明を使い、影があまり出ないようにしています。

中川 間接照明の方が柔らかい感じはできますね。

橋本 そうなのですが、間接照明で一番大切なのは何に光を当てるのかということで、土屋先生のところでは塗り壁の横筋に光を当てて柔らかな効果を演出しています。少しお金がかかる設計ですが、自費診療のウエイトの多い土屋歯科クリニックの患者さんですから“その良さ”がわかる人が多いと思うのです。そんな患者さんにも満足していただける空間にしたいと考えました。また、間接照明にすると輝度が落ちるので、精神的にリラックスできます。

中川 ただ、待合室、診療室、消毒コーナー、技工室など、場所によって光を変えるべき



待合室の延長のアプローチからは、セミナールームやギャラリーが見られる。



だとも思います。

梶本 もちろんそうです。間接照明が多くなるのは待合室など患者さんが主に利用する空間です。それと、大切なのが色温度で、土屋先生のところではタングステン電球色のような暖かい色合いをスタンダードにしています。ただ、診療室では太陽光に近い5,500ケルビンに近づけるようにデザインしています。

しかし、診療室のすべてが太陽光に近いと、患者さんは入室したとたんに治療に恐怖感を感じるような印象になるので、壁面には落着きのある光を当て、真上を中心に太陽光に近い光にしています。つまり、先生には治療に必要な光、患者さんには落ち着くような色味ということで照明をデザインしています。

トータルデザインで飽きない空間を造る

中川 ところで、歯科医院の中でメインになるのがデンタルユニットですが、チェアアのシートカラーはデザイン計画の中でも大きな要素ですよ。

梶本 ユニットそのものは使われる先生方の使い慣れや好みがチョイスになりますが、全体のカラーやシートクッションなどは患者さんの心理的なものに影響しますから吟味された方がいいですね。

中川 ジーシーのユニットはその点はどうですか。

冨永 カラーについてはイオムPLUSは9色からセレクトできますので、医院のカラー計画のほとんどにマッチできると思います。また、シートについては患者さんに快適に診療を受けていただくように、やさしく包み込むようにホールドする低反発ウレタンシート仕様になっており、患者さんに高い評価をいただいています。イオムPLUSとブランメカ社とジーシーで共同開発したG-コンパクト



ギャラリーで治療例のご案内。治療への安心感、クリニックへの信頼感へつながる。

セミナールームの見えるアプローチ。院長の歯科治療への姿勢が自然と患者さんへ伝わる。

クトiにラインナップされています。

梶本 ジーシーさんのユニットで開業された歯科医院の仕事もしていますが、G-コンパクトiのデザインやシートは良いと思います。患者さんの受ける印象も大変良いと思います。

中川 たしかに低反発ウレタンシートは患者さんの評判がいいですね。患者さんの体にフィットするので、診療中に眠られる方も多いですよ。

土屋 患者さんは、結構いろんな所を細かく見られています。たとえば、チェアシートだったり、壁だったり、待合室の家具ひとつひとつを。そんなところから、患者さんの歯科医院への評価も生まれてきたりするので本当に手が抜けません。だから、私のクリニックでは家具から時計のチョイスまで、すべてトータルで梶本さんに任せています。とくに、患者さんの目が触れる空間は、専門家に任せるべきだと思います。

オジデザインワークス設計による「カテリーナ・デンタル・オフィス」



カテリーナ・デンタル・オフィス。医院は東京都港区の高級マンションの1階にあり、住人やビジネスマンをターゲットにトータルデザインされている。理事長の名取健寿先生も「患者さん一人ひとりに十分に時間を取り、患者さんに満足いただき、自分も納得のいく治療を行う」という明確な診療方針があり、医院内のイメージや快適性にも関心を持って開業に取り組んだ。



治療・メンテナンス用ユニットとして、G-コンパクトiを採用。診療室のデザインにマッチし、患者さんへのやさしい低反発シートの効果が採用理由。

梶本 デザインというのはトータルバランスです。ひとつでもそこに異質なものが混ざってしまうと全体の調和が崩れてしまいます。その評価は院長先生のセンスということで患者さんに受け止められますので、患者さんが目に触れるものはトータルデザインとして統一するべきだと考えます。

中川 歯科医院のマークやロゴも展開していましたね。

梶本 そうです。ロゴ、パンフレットやリーフレットなどもご提案しています。それぞれが総合的な効果を創造して、その医院のブランディングが構築されるのです。

土屋 私のコンセプトは「3C」ですが、それを患者さんにも分かりやすく伝えられたのが今回の診療所です。「ケア」では、あえてケアルームを患者さんの動線上に配置して、プライバシーを守りながらウォーク・イン・スルーで見えるようにもしています。新しいコミュニケーション空間として造ったセミナールームも、必要に応じて通路から見える。これら、ひとつひとつがトータルデザインとして空間だけでなく告知媒体にも反映されているのです。それが患者さんの安心感や信頼、医院への印象として残ってくるのだと思います。患者さんの口コミで、新たな患者さんが来てくれる時代ですから重要です。

中川 ホームページも、患者さんの口コミによって記憶に残ったクリニックを、その



確認のために見るというケースが多いですね。

土屋 だから、そこでイメージにブレがあってはいけないのです。私たちの治療への取り組みや考え方を的確にメッセージする。そんな中で、ロゴであったり、診療室や受付のイメージであったり、そんなトータルデザインの持つ意義は非常に大きいと思っています。

ところで、ジーシーでは開業に向けてトータルデザインとして頼むことは可能なのですか。

富永 オジデザインさんをはじめとしたデザイン会社、設計・施工会社とタイアップしてご提案させていただいています。また、私どもも新しいデンタルユニットを開発中で、それはユニットだけを考えるのではなく、診療室の空間全体をご提案できるような新しいコンセプトで進めております。

土屋 それは、ちょっと楽しみです。

いろいろ話をしてきたけれど、最終的には予算と自分の夢をかなえる城を造るという狭間で開業を進めると思うのですが、もう

一つ大事なことは「飽きないものを造る」ということですね。自分が飽きるようなものは、患者さんも飽きるから、最低10年は飽きないものにする。それから、自分の家ではなく患者さんあってのものだから、自分が好きというより、あくまでもビジネスとして仕事場として考えないといけないと思います。

中川 歯科医院の設計・デザインについては、これという回答があるわけではないと思います。ディティールにこだわれば、BGMも含めて限りがありません。でも、ひとつだけ欠かせないものはスペースの大小、開業の立地など関係なく、しっかりしたコンセプトをもって未来の夢に進んでいくことだと思います。これから開業を考えておられる先生方、また改築や移転を考えておられる先生方に少しでも参考になれば嬉しく思います。

本日はお忙しいなか「土屋歯科クリニック & WORKS」院長の土屋賢司先生、「オジデザインワークス株式会社」代表取締役の梶本亮介社長に貴重なお話をいただき、本当にありがとうございました。

●WEBデザイン



●GRAPHICデザイン



リーフレット。的確に、シンプルに、そして、おしゃれに土屋歯科クリニック&WORKSを紹介している。患者さんにも「私の歯医者は・・・」というある種の満足感にも結びつく。



診察券。土屋歯科クリニック&WORKSのCIロゴが展開されている。"WORKS(作品)"とは土屋歯科クリニックで心を込めてスマイルデザインした修復治療を表す。

ホームページ。「スマイルデザイン」「3Cコンセプト」という診療コンセプトなどの紹介。口コミの患者さんが、聞いた内容を確認できるような情報ツールとしての役割が大きい。