

患者様★満足度 No.1 を実現する歯科経営のヒント

技工所スリービー・ラボラトリーズが毎月お届けするニュースレター

No.22

スリービーの社内改善

東京都心で27cmの積雪という、20年ぶりの記録的大雪となった2月8日。その1週間後の2月14日に、またしても27cmの大雪に見舞われ、東京の交通網はマヒしてしまいました。一部歯科医院様におきまして、患者様のアポイントに間に合わない事態がおこってしまい、大変申し訳ございませんでした。



左写真：14日夜の新宿区の繁華街

15日は研修日に振当てていたのですが、電車の運行休止で出勤できないスタッフがいたほどでした。

スリービーでは、宅急便にて受注・納品をおこなっておりますが、「指定の時間に荷物が届かなかった」、「送り先を間違えてしまった」等のトラブルで、歯科医院様にご迷惑をおかけしたことがありました。お預かりした大切なお荷物を、患者様のアポイントまでに確実にお届けするために、先生方からのご指摘をもとに、発送作業において4つの改善をおこないました。

■ 運送業者の統一

発送時間、納品時間によって複数の運送業者を使い分けていましたが、「指定時間通りに届かない」「問合せの電話が繋がらない」という問題がおこることがありました。そこで、このような問題がおこらないように、発送は安心感のある業界大手のヤマト運輸に統一することにしました。

大切なお荷物を確実にお届けする為に
発送作業で4つの改善をおこないました

■ 新品の送り箱

使いまわしの送り箱には古いシールなどが貼ってあるので、運送業者による仕訳ミス、発送ミスを誘発してしまう可能性がありました。現在スリービーでは、新品の送り箱を使用し、また、印刷された送り状を使用することで、極力外部のミスを減らせるように心がけています。歯科医院様で専用の通い箱を用意して頂いた場合には、古いシールを剥がしてから発送するようにしました。

■ チェック体制の改善

確認漏れがおこる可能性を減らすために、工程を3つに分けて複数人が携わる環境を整えました。それによって、多重チェックをおこなうことが出来るようになり、更に各チェック項目を徹底することでエラーを未然に防げるようになりました。

■ 発着メールサービス

ご希望頂いた歯科医院様を対象に、弊社のお荷物の受け取り時、発送時に連絡メールを差し上げるサービスを始めました。

以上の改善をおこなった結果、誤送などのトラブルはなくなりました。しかし、今回のような大雪時の対策など取り組むべき課題はたくさんあります。よりよいサービスをご提供できるように、今後も先生方の声に耳を傾けながら、1つずつ改善していきたいと思えます。

ビジネスHOTアイテム

常識を覆す大人用粘土 「コーネル」

小学生の頃、図工の時間に使った粘土。大人になると徐々に縁遠くなるものですが、粘土の創作キット「コーネル」(840円)は、これまでの粘土の常識を覆し、女性を中心に人気爆発。昨年4月に発売され、発売半年で10万個を出荷しています。

素材はアクリル系の樹脂で、粘土同士はくっつきやすいのに手にはくっつかないのが画期的。パーツを合体させるときに扱いやすいだけでなく、机などの作業スペースも汚れにくいので、気軽に使うことができます。また、女性の心をとらえたのは、ポップな色調。赤、

青、黄色など鮮やかな発色で、異なる色を混ぜると絵の具のように溶け合った別の色が出来上がります。

「コーネル」は創作キットで24種類が発売され、トイプードルやペンギンなど、それぞれの動物が作れる指南書付き。難易度は3段階で明示され、必要な道具もつまようじだけと、手軽にチャレンジできます。陶芸ほど敷居が高くなく、「ものづくり」を楽しめる大人用粘土。人気はまだまだ広がりそうです。



Android デキる人のビジネスアプリ iPhone



【メトロタッチ】(無料)
Android/iPhone

地方在住者だけでなく、たとえ東京に住んでいてもわかりにくいのが東京の地下鉄網。最近の副都心線開通、さらには相互乗り入れなど、乗り慣れた駅でないと迷ってしまいます。そんな時のお役立ちアプリが「メトロタッチ」。iPhone版・Android版とも無料でダウンロードすることができます。



地下鉄の路線図を見られるのはもちろん、路線図から駅名をタップすると、どのメトロ路線が乗り入れているのかがわかり、さらに乗り換え便利車両や駅構内案内図を見ることができます。この駅構内案

内図が秀逸！遠近感があり、指でスワイプすると移動することができるので、駅構内がどうなっているのか、どう進めば目的とする路線に乗り換えられるのか、感覚的に把握できます。

さらに、ホットペッパーグルメやラーメン Walker、じゃらんなどのコンテンツホルダーと連携しているので、簡単に駅周辺のグルメスポット検索ができ、地図上に表示されるので初めて降りる駅でも迷わずランチOK。東京を地下鉄移動する時には必須のアプリです！



上記のQRコードからダウンロードできます。また、Google Play や iTunes App Store からダウンロードが可能です。アプリは、アンドロイドのバージョン、iOSによってはご利用になれない場合がありますので事前にご確認ください。

市場の未来予想図

今月のテーマ

「フルグラ」が日本の食卓を変える!?

朝食やおやつに人気のシリアル的一种「グラノーラ」をご存知ですか?シリアルと言えばコーンフレークが代表的ですが、オーツ麦や玄米などの穀物を使ったグラノーラは食物繊維やミネラルなどの栄養素が豊富なことから、20～30代女性を中心に人気が高まっています。このグラノーラの代表的なブランドが、カルビーが販売する「フルグラ」。人気の高まりに合わせ、様々な拡販への取り組みが企画され、生産能力を一気に1.5倍に増やす戦略を立てています。

カルビーの「フルグラ」は、1991年に発売された「フルーツグラノーラ」が原型。発売してからしばらくは20億円前後の出荷額でしたが、2012年から一気に売り上げが伸び、2012年は約63億円、2013年は80億円前後の見込みと需要が急拡大。もともとは朝食に牛乳などをかけて食べるのが定番でしたが、最近はお菓子の材料や夕食にも使われ始めています。

こうした用途の多様化を受けて、さらに売り上げを伸ばそうと、試食販売の場所をシリアル売り場ではなく、青果やドライフルーツ売り場で実施。より通行量の多い売り場に置くことで、認知度をさらに高める狙いです。また、健康意識の高いユーザーが多いドラッグストアでは、豆乳や黄な粉を混ぜて試食を提供するなど、おいしさと共に栄養バランスの高さを強くアピールしています。

フルグラは朝食に牛乳をかけて食べるイメージが

強いいため、これまでは冬場に大きく売り上げが落ち込んでいましたが、ホットメニューの提案にも注力。ホットメニューを紹介するレシピ本「フルグラ 大好きマグカップレシピ」を発売し、パンプキンスープや韓国風チゲスープなど、マグカップを使った簡単なレシピの普及に努めています。これらのホットレシピは、野菜も取れてさらに栄養バランスが高まっているのが魅力的です。

実はこれまでカルビーの生産体制が整っていなかったため、需要の拡大に生産が追い付かず積極的な販促活動を控えてきたのが実情。その状況下でも商品力の高さがあり、着実に支持を広げてきました。生産体制が整ったこの冬からの本格的な攻勢で、フルグラが日本の食卓の定番になる日も近いかもしれません!



フルグラ 食べるスープ



「フルグラ」を使った食事レシピを提案

 **株式会社スリービー・ラボラトリーズ**
~Bring, Beauty & Brightness~

•提供できるもの: **自費補綴物全般**

(ジルコニア、プレスセラミック、メタルボンド、インプラント技工、ハイブリットレジン、金属冠、ファイバーコア、TEKなど)

•会社住所 : 東京都新宿区大久保1-2-17 新宿サンエービル

•連絡先 : 電話 03-3204-8891 / Fax 03-3204-8895

•URL : <http://3b-lab.jp>

•E-mail : technician@3b-lab.jp



商売小ネタ帖

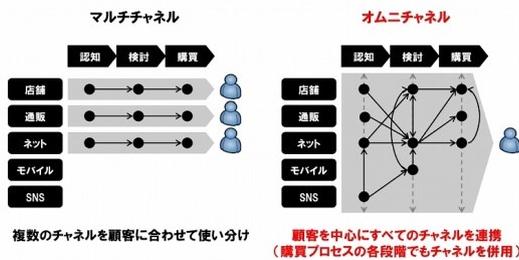
新概念「オムニチャンネル」とは？

国内外の小売業界で「オムニチャンネル」という言葉が注目を集めています。「すべてのチャンネル」という意味ですが、これまで言われてきた「マルチチャネル」と何が違うのでしょうか？

マルチチャネルとは、店舗、通販、ネットというように複数のチャンネル（販売経路）を顧客に合わせて使い分ける手法を指します。例えば、高齢者向けの商品は店舗で、若者向けの商品はネットで、主婦向けの商品は通販で、それぞれのチャンネルを顧客の特性に合わせて使い分けていきます。

一方でオムニチャンネルは、顧客を中心に実店舗、ネット、テレビ通販、SNSなど、すべてのチャンネルを連携させる手法です。商品の認知から検討、購買に至る一連のプロセスで、すべてのチャンネルを使って顧客と接点を持ち、顧客が楽しく不

オムニチャンネル・コマース
「オムニ」=「すべて」のチャンネルを連携させて顧客にアプローチすること



NRI Copyright © 2012 NRI Research Institute, Ltd. All rights reserved.

野村総合研究所によるオムニチャンネルの概念図

が増え、成果を出し始めています。

インターネット販売に本腰を入れると、実店舗の売り上げに影響が出るのではないかと危惧する場合も少なくありません。しかし、ネットに力を入れるということは、多様な顧客接点〓オムニチャンネルに対応することです。ネットは「衝動買い」ではなく、実は「目的買い」です。欲しい商品を検索して、値段は安い、短時間で届くかなどを吟味して購入するので、購入目的や商品が明確な場合はネットが使いやすいもの。ネット経由で接してくる顧客の背景を理解し、それに合わせたサービスをネットで提供します。

一方、リアルな実店舗では、目的買いであろうとなかろうと入店からレジで支払いを済ませるまでには、必ず店舗スタッフとの接点があります。ま



た、さまざまな販促物や売り場の演出に触れ、店内のにぎわいを感じたり、他の顧客の動向を知ることになります。そのため、目的買いの顧客にも衝動買いを促すことができ、楽しく買い物をしてもらえる環境を作り出すことが大切です。いわゆる「おもてなし」です。

購入後のサポートやサービスも、リアル、ネット、電話など、あらゆるチャンネルでの顧客接点を連携させていきます。大企業では大掛かりなシステム改善が必要になる戦略ですが、小さな企業では社員の意識の改革と共有の工夫だけでできる戦略かもしれません。

超一流に学ぶ人生訓

決断は、実のところそんなに難しいことではない。

難しいのは、その前の熟考である。

徳川家康（江戸幕府 初代征夷大將軍）



徳川家康といえば、群雄割拠の戦国時代を冷静に見極めながら生き延び、最終的には天下を取り250年以上もの長期間続く江戸幕府を築き上げました。戦国武將であり、政治家であり、経営者。「鳴かぬなら 鳴くまで待とう ほととぎす」と言われるように、慌てずにチャンスが来るまでじっくり待つ人であったと言われています。

織田信長が勢力を伸ばしている時は、逆らうのは損とばかりに同盟を死守。本能寺の変で信長が倒れた後は、情勢を慎重に見極めて秀吉に付くという「大正解」の一手を指しました。そして、秀吉の死後に満を持して天下人へ。これらの決断の裏には、大熟考があり、それこそが難しかったと家康は言います。決めることは、いざとなればたやすいのかもしれない。可能性とリスクを天秤にかけ、必死に考えることこそ、難しいのです。「何とかなる」と見切り発車をすべきではないと、この言葉は教えてくれます。



徳川家康