

知的財産事例 医療法人財団京映会 京橋健診センター 企業・高齢者施設へ出張して健康診断「バスドック」

COMPANY DATA

所在地: 東京都江戸川区南篠崎町 2-40-3
 電話番号: 03-3677-8121 URL: <http://www.kyoubashi.com/>
 設立: 1981年4月1日 資本金: 3,200万円
 売上高: 非公開 従業員数: 26人 (2010年10月現在)

事業内容

1981年設立。巡回式人間ドック健康診断の草分け。高橋さんの先代が実施を始め、20年以上のキャリアを誇る。胃・胸部直接およびデジタル撮影健診車を備え、4つの健診チームが企業へ出張健診。また「高齢者施設健診」では、寝たきりや車椅子の入居者と働く人々が同時に健診を受けられる。高橋さん自身、放射線技師の資格を持つ。

特許登録番号と内容

特許公開 2007-301377	巡回移動式検診システム
商標登録 4574702	バスドック

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

(2010年10月現在)



専務取締役 高橋映治さん



職場で人間ドック健診を実施することで移動時間を節約し、熟練スタッフによる作業効率化システムで検査時間の短縮も実現可能とした



バス内で検査を行う社員

会社を訪問して健康診断する「巡回式人間ドック」

「当センターの経営理念の一つは、『笑顔と人の和』。健康診断を受ける人は、緊張感を持って来られます。ですから、安心できる対応を心がけています」

医療法人財団京映会 京橋健診センターの専務取締役・高橋映治さんはそう語る。同センターは、会社へ出張して健康診断をしてくれる巡回式人間ドック「バスドック」を実施している。

「バスドック」の健診チームは、通常9人。看護師・保健師・臨床検査技師・放射線技師などから構成され、会社を訪問して社屋やバス内で健康診断を行う。検査項目は、コースによって分かれ、血液検査・血圧測定・胸部X線検査など一般的な定期健診の項目から、「乳がん検査」「腫瘍マーカー」などのオプションにも対応している。また、利用者が再検査になった際には、同センターが提携する多数の病院が紹介される。「現在は、100社以上の法定健診を担当しています。

うちの場合は、自動血圧検診器などを利用して、順番待ちをしている間にも検査ができるのが特長です。さらに近年は、ベッドに寝たきりの受診者も検査できるようにになりました」

通常の間人ドックは、利用者が施設内を動き回る仕組みだ。しかし、同センターの新しいサービスでは、ポータブルX線検査器・心電図カーゴセットなどを活用して、ベッドから起き上がれない人の診断も可能にした。この、「健診側が検査機器とともに自ら動くサービス」によって、同センターは、高齢者介護施設などの需要を伸ばしている。

取引先の注目度をアップする知財申請

「知財の申請をしたのは、“カッコいい”と思ったから(笑)。当初はそれくらいの認識でしたが、申請中というだけでも、取引先の注目度は違うんですね。最近では、宣伝効果として重要なものと考えています」

同センターは、2002年に「バスドック」の名称で商標登録を取得、現在、「巡回移動式人間ドック健診」を特許出願中だ。高橋さんが語るように、知財の申請は、広告的なバックアップ効果をもたらすものにとらえ、出願期限が切れると改めて出願している。

そして、登録申請だけでなく、現場の声を基にした人線りや効率的な検査方法などの仕組みを、自社の営業秘密・ノウハウとして蓄積することが何よりも重要であると語る。

「巡回式バスドックのアイデアもそうですが、私たちが手がけるサービスや試みは、“初めて”ということが多いんです。日本医科大学と連携して、血液データの男女・年代別判定基準を導入したのもそう。これは世界でも初めての取り組みでした。60歳代男性と20歳代女性では、同じ判定基準を適用するわけにいきませんよね」

では、同センターの「初めて」を生み出す秘訣はどこにあるのだろうか？

クレームの中に顧客満足度のヒントが

「全ての事はお客様を優先する」を活動理念の柱の一つとする同センターでは、CS(顧客満足)に力を注いでいる。それはたとえば、こんな事例にも表れている。

「お客様からクレームが出た際、必ず社員に『トラブル事例報告書』と『事例改善策修正案』の提出を義務付けています。私はクレームは“宝の山”だと考え

ています。お客様のリアルな声が聞けるわけですから。そこから、新しいアイデアやビジネスチャンスが生まれるのです。社員には、“これは罰ゲームじゃないんだよ!”と言って、報告書や修正案を書かせ続けました。定着するのに一年かかりました」

同社の経営戦略は「トライ&エラー」の連続、新しいサービスをスタートしても、競合会社へと追いされるケースも多い。後発企業の規模が大きければ、優位に立つことも危うくなる。

「しかし、大手にはできないスキルや発想を持っていれば、優越性を保てます。そのためには、社員も私も、常に新しい方法を考えています」

同センターの人事制度は、頑固に「年功序列制」にこだわっている。定年制も設けておらず、現在、最高齢の社員は72歳のISO推進室長だ。働く気持ちのある人には、末長くがんばってもらいたい……経営者のそんな姿勢も、社員のやる気に火をつける、一つのポイントかもしれない。

知的財産活用のポイント

声を大切にしているという。出張健診の最前線で社員が感じたこと、ユーザーからのクレームなど、すべて現場からのかけがえない情報であり、それが“チャンス”への足かりになる。

「当センターのような小規模事業所は、大手が身につけられない『ノウハウ』を蓄積するしかないんです。僕自身、いつも“次の一手”を考えています」

大手と競合するためにノウハウを蓄積する

「巡回式の健康診断のアイデアは、若手社員から出たもの。私自身、考えつかなかったことなので、『よく考えたなあ』と、びっくりしました(高橋さん)

同センターが実施するサービスは、常に競合大手との闘いの中にある。そこで抜き出るために、高橋さんは「現場の



バスドック® (巡回式人間ドック) 用健診バス