

What's the Update Release

12月11日(水)、ついに歯科医院と患者さまとのコミュニケーションをAIで支援する革新的なサービス「Pay Light CX」がローンチされます! 治療完了を「終わり」ではなく、「新たな関係の始まり」ととらえ、歯科メンテナンスの重要性を高め、予防意識の向上を目指します。今回、この「Pay Light CX」について、あらためてローンチに向けた想いや業界に与えるインパクトについて玉井さんに伺いました。 記事/岩淵菜々子

—今回の「Pay Light CX」のローンチを迎えての率直な想いを聞かせてください

現在の歯科業界では、時流に乗った最新テクノロジーを積極的に提供する企業が少ない現状があります。それが患者さんの不利益につながってしまうことも多いのです。私たちは、この状況に変革をもたらす「破壊的イノベーション」を提供したいという強い思いから、「Pay Light CX」の開発に取り組みました。最高のプロダクトを創り、患者さんにも歯科医の皆さんにも喜んでもらいたい—そのためには、全力を尽くす以外に選択肢はありませんでした。AIの技術は未知の領域でしたが、SCOグループの技術力と研究力には本当に驚かされました。短期間でここまで素晴らしいプロダクトに仕上げたチーム全員の努力には、ただただ感服しています。「Pay Light CX」は歯科医院の課題をパーソナライズされた形で解決し、患者さんにも直接価値を届けることができます。この点こそが、SCOグループの強みであり、私たちの誇りです。

—「Pay Light CX」を武器に歯科業界にどのようなインパクトを与えたいですか?

現在の歯科業界のシステムには、まだ洗練できる余地がたくさんあります。私たちSCOグループは、それを磨き上げ、どの業界にも

引けを取らない先進的なソリューションを創り出すことを目指しています。医療分野では古い慣習が根付いている部分も多いですが、視点を変えれば、もっと合理的で便利な仕組みに進化できるはず。その結果、患者さんにも大きな利益をもたらすことができます。「Pay Light CX」は、そうした医療の未来を切り拓く一手になると確信しています。歯科医療の“当たり前”を問い直し、新しい常識をつくり上げる、そんなチャレンジに、これからも挑み続けます。

—「Pay Light CX」ローンチに向けて、社員のみなさんに一言お願いします

歯科医院に通う目的を、ただむし歯を予防するためだけと考える方も多いかもかもしれません。しかし、歯は全身の健康と密接に関係しています。歯をメンテナンスすることは、命を守り、長生きにつながる大切な行為なのです。また、口の中は、自分の体で唯一簡単に触れることができる“内臓”です。口の中に意識を向けることが、自身の体を大切にしようとするマインドセットの第一歩になるはずです。「Pay Light CX」を通じて、患者さんが自身の健康や生き方を見直すきっかけをつくりたい、そう願っています。皆さんの力を結集し、共にこのプロダクトを広げていきましょう!

Jクラブ オーラルケアプロジェクト

歯科医療がすべての人々にとって欠かせない存在へ。

Jリーグオーラルケアプロジェクトは、スポーツを通じて地域社会に歯科メンテナンスの重要性を広め、多くの人々が足しげく歯科医院に通う未来を目指す取り組みです。具体的な活動は、各クラブにオーラルケアドクターを配置し、オフィシャルのオーラルケアクリニックを3医院以上開業。さらに、各クラブの選手からオーラルケアアンバサダーを選任し、オーラルケアの必要性を可視化する仕組みを構築しています。選手たちが実際に歯科メンテナンスを受け、その結果としてパフォーマンスが向上することで、地域の人々も歯科メンテナンスの重要性に気づき日常的に取り入れるようになることが期待できます。また、本プロジェクトは単なる歯科メンテナンスの普

及にとどまらず、メンテナンスクリニックにPay Lightを導入することで、クリニックと顧客の関係性を強化することにより、クリニック・Jクラブ・SCOグループが地域の人々に信頼される存在となることを目指しています。「Jリーグオーラルケアプロジェクト」発足に際し、モンテディオ山形、アビスパ福岡、鹿島アントラーズ、セレッソ大阪の4チームの最終試合でそれぞれ記者会見を行います。さらに、「Pay Light Dream Match」(12月15日(日)開催)と同日に行われる合同記者会見が、すべての人々にとってオーラルケアが当たり前の存在となる第一歩として、社会全体が共に健康な未来に向かって歩み出せるよう、一丸となって取り組んでいきます。(我妻)



写真左上・右上: 11/30(土)アビスパ福岡ホーム最終節、12/8(日)鹿島アントラーズホーム最終節に合わせて記者会見を行いました。各紙、各局で報道され注目度の高さが伺えます。

写真左下: 11/10(日)VSジェフユナイテッド千葉においてプロジェクトの発表を行いました。第一号となるクリニックは、2025年春に山形市内での開業を予定しています。

天皇杯 決勝戦

2024/11/23



©JFA

決勝戦の国立競技場には6万人が集結。両サポーターのコレオグラフィーを始めとした、タイトルマッチ独特の雰囲気が含まれたスタジアムは圧巻でした。一進一退の攻防戦が繰り広げられる中、後半19分に神戸の宮代大聖選手が押し込んだゴールで、ヴィッセル神戸がガンバ大阪に1対0で勝ち、5大会ぶり2回目の優勝を果たしました。

「SCO GROUP Award」の受賞者はヴィッセル神戸 酒井高德選手。この賞は大会全試合

の中から最も記憶に残る感動的なシーンを演出し、観客を熱狂と興奮に導き、輝く表情を生み出した選手に贈られます。サイドバックとして圧倒的な運動量と守備力を誇り、クリンシートの立役者になった彼の活躍が感動を生みました。セレモニーで自身の名が呼ばれた際は驚いていましたが、ハードワークを体現した背番号24は受賞に相応しかったと思います。試合当日は「かけがえの無い経験となりました。SCO社員のご家族、親戚から」まさしく、スポーツの力で夢を与えられる瞬間に立ち会うことができたと思います。そして、エスコートキッズを担当した、24年1月1日の震災に遭われた能登の子どもたちと保護者さまよりメールをいただきましたので一部をご紹介します。（我妻）

この度は息子を始め、私たち家族一同が大変お世話になりました。

私たち家族は今年の元旦に国立競技場で日本代表の試合を観戦しており直接地震を体験したわけではありませんが、元旦当日に新幹線も止まり、予定より2日遅れで被災地の自宅に帰ることができました。

家に帰ったら自宅は周りに比べると軽度の被害でしたが、裏手の家が崩壊していたり、道路が凹凸で断水が1ヶ月以上続きました。それ以上に息子のサッカーチームが普段練習や試合に使用しているサッカー場が被災者を救うための自衛隊の基地に使用されたりで全く使えなくなり、サッカーが出来る環境がどこにも無かった状況でした。その時に息子が、「もう国立競技場なんて行きたくない。今度そんなところへ行って帰ってきたらみんながいなくなりそうや。」と言っていたのを覚えています。（中略）試合後は、この場をお借りいたしまして無事に帰宅出来たことのご報告と、本人もいちサッカー選手として明かにモチベーションが上がり目の輝きも変わって、もう一度選手としてあの舞台に立ちたいと強く願うようになり、練習も頑張ると言っています。本人も最高の誕生日となり、10ヶ月前では考えられないような楽しそうな姿が今はあります。今後もまた機会があればよろしく願いいたします。これからも株式会社SCOグループの益々の発展をお祈りいたします。最後に本当に夢のような時間を与えてくださり、ありがとうございました。

貴重なお時間を過ごせたことに心から感謝申し上げます。普段見ることのできない裏舞台を見学でき、たくさんの人の役割を学ぶことができました。

昨年、息子が書いた読書感想文には『僕はサッカーが大好きです。大好きなサッカーで、いろんな人を元気にしたいです。』と書いてありました。今回、玉井社長のお言葉で『サッカーは、みんなを元気にすることができます。』と仰って下さいました。その言葉が、息子や私の心に沁みました。病床の祖父は、テレビ画面に写っている孫の姿をみて大変喜んでいました。震災後、たくさん我慢をさせてしまった息子には最高の思い出になりました。（中略）長文になりましたが、この度は、たくさんの方々にご尽力頂きました。重ねて、こころより感謝申し上げます。



最近どうだい?

vol.4 ブランディング部

「実際にどのような業務を担っていて、どんなことを考えながら仕事をしているのか聞いてみたい。」そんな思いから始まった企画です!

第四回は、ブランディング部の玉井絵理華さんにお話を伺いました。SCOグループが目指す世界観を社内外に浸透させるために、どのような想いで取り組まれているのか、身が引き締まるメッセージをいただきました。

.....

「ブランディング部のミッションは、『すべての人々が歯科医院に足しげく通い、健康寿命と生涯寿命を等しくする』という世界観を世の中に浸透させることです。そのために、『SCOグループは頑張っている会社だ』『SCOグループってカッコいいし、イケてる』と感じてもらい、情緒的な価値を高めることが重要だと考えています。良い印象や高い価値がなければ、どれだけ『歯科医院に通ってください』と伝えても、心には響きません。カッコよく、イケてる会社だからこそ、伝えたい想いが人々に届き

やすくなります。たとえば、ロゴや会社概要、チラシひとつにしても、わかりやすさや見やすさだけを追求するのではなく、洗練されたデザインにする工夫をこらすことで、それを受け取った方々にとって、SCOグループの印象が良い方向に傾くのです。営業資料も同様です。他社との差別化を図ることで、SCOグループやプロダクトが印象に残りやすくなります。制作物の細部にわたり“工夫”をこらすことは、さまざまなステークホルダーとの関係を良好にし、『SCOグループと関わりたい、プロダクトを使いたい』という気持ちにつながります。確かに“工夫”にはコストがかかることもありますが、効果が見込めるコトやモノには投資を惜しみません。このような“譲れない部分”を見極めるバランス感覚を、ぜひ社員の皆さんにも養っていただきたいと思っています。

インナーブランディングにも力を入れています。社員の皆さんの士気を高め、SCOグループに誇りを持ってもらえるよう、オフィスのロケーションを選び、素敵なオフィス家具を用意しました。良い場所やモノに触れることが、自身の意識を高めるきっかけとなり、やがて内面も磨かれていくと考えています。また、朝会や社員旅行は、社員の皆さんの一体感を醸成するだけでなく、『この人と一緒に働きたい』と思えるような人を見つける場としても位置づけています。このようなブランディングの取り組みは、プロダクトにも直結しています。12月にローンチする『Pay Light CX』は、人々の「歯科医院に足しげく通う」という行動変容を促し、未来を変えるものと確信しています。」

みなさん、こんにちは！10月より仙台支社で勤務しております柴崎拓也です。これまでは私は、全国の医院さまに対してキャッシュレス導入のサポートや、Pay Light Call商談の獲得を目的とした電話業務をメインに担当しておりましたが、仙台支社のAM (Account Manager)として、東北エリアの先生方に直接お会いし、訪問商談や説明会を通じて、より近い距離で多くのニーズを伺えるようになりました。その中で、先生方から「廃業が増えてきている」というお話をよく伺います。実際、周囲の歯科医院が廃業する中で、突然患者さんが増え、治療で手いっぱいになっている医院も少なくないようです。その状況を「予約がいっぱいで順調」とポジティブに捉えている先生方もいらっしゃいますが、そこには課題も多く潜んでいると感じています。こうした課題に対して、私たちのPay Lightサービスは大きな助けになると確信しています。東北の先生方に我々の価値をしっかりと伝えし、AMとして意

識改革を進め、自信を持ってPay Lightを普及させてまいります。

仙台支社は、他の支社とは一味違う特徴を持っています。AMの私、CXの繁さん、SaaS担当の里村さんといった異なる部署が混在するチームだからこそ、それぞれの強みを活かした取り組みが可能です。特に、今月Pay Light CXがローンチされる中、「足しげく通ってもらうために」というテーマがWeWorkオフィスでよく話題に上がっています。この強みを活かし、東北の医院さまに深く寄り添い、一医院でも多くの導入を目指して努力していきます。さらに、モンテディオ山形とのオーラルケアプロジェクトも、田丸さんや繁さんを中心に順調に進行中です。東北でSCO (最適な治療の提供と地域貢献) を体現する歯科医院が生まれると思うと、とても楽しみです。ぜひ、仙台支社の活動にご注目ください！今後ともどうぞよろしくお願いたします。

仙台支社
柴崎拓也



◀お近くへお越しの折には、ぜひお立ち寄りください！あときの玉井さんタオルを掲げてお待ちしております