

継続的に成果を獲得する
歯科【改善6ステップ】
～2024年バージョン～



◇2024年版のご提供にあたって

2024年「年間方針発表会」でお伝えしたこと ～歯科を取り巻く環境と重要課題～

毎年、個別にお伺いしているクライアントの歯科医院さんで実施している「年間方針発表会」の中で、私がお伝えしている「歯科を取り巻く環境と重要課題」について、その内容をお伝えしておきます。

今年のテーマは、「歯科(医療)の原点に起つ(たつ)！」をメインテーマとし、「真の予防(メンテナンス)とは？」など、具体的な改善テーマなどについてお伝えしました。

歯科を取り巻く環境としては、変化や成長のスピードが加速化していくこと、2020年から始まった12年周期「変革・革新」の始まりが、5年目を迎える2024年。その「変革・革新」の流れが、さらに大きくなり、スピードアップする年であることを知っておくべきです。

つまり、自院を取り巻く環境の変化に対応せず、改善や変化に取り組まない医院は淘汰の波に飲まれてしまうことを覚悟しなければならないのです。

でも、決して歯科の未来が暗い、厳しいというだけではありません！むしろ、変化、革新の波に乗って、自院の改善にとりくみ続け、変革を成し遂げる医院にとっては、明るい未来が待っています。ここ数年前のコロナ禍においても、その変化への対応、改善への取り組みにおいて大きな変化・成長を遂げている医院が数多くあります。

変化のスピードが速いからと言って、流行りのものに飛びついたり、目先の利益ばかりを追いかけても、明るい自院の未来は創れません！

こんな時代だからこそ、「歯科(医療)の原点」を改めて認識し、「真の予防(メンテナンス)」を再度、確認することによって、自院の土台を固めつつ、世の中、患者様の思考や行動の変化に対応していくことが求められるのです。

この小冊子のテーマである「歯科【改善6ステップ】」は、まさに医院経営の根幹をなす増患や自費収入拡大を図る土台となり、貴院がどんな環境においても成長していくための**改善し続ける成功への道しるべ**となるものです。

この小冊子では、【改善6ステップ】ごとのセルフチェックポイントを踏まえて、貴院での改善への取り組み課題を明確していくことを目指しています。

そして、貴院が2024年さらに成長し続ける原動力となるプログラムをご提供していきます。

◇2024年版のご提供にあたって

※2024年「年間方針発表会」配布資料（一部抜粋）

【2024 年方針発表会】by M&M
「歯科（医療）の原点に起つ！」

◇2024 年のキーワード

『歯科(医療)の原点に起つ(たつ)！』



1) 大前提

2020年から始まった「変革・革新」の12年（60年）周期の5年目という位置づけ。
昨年からの3年間は、最初の3年間（2020～2022年）の変化を受けて、さらに大きな変化につながり、その変化がさらに加速化、拡大化していく3年間となっています。
なので、この3年間は、成長の機会であると同時に、変化、成長の流れに乗れないと大きな差が広がっていく期間ともいえるのです。

2) 歯科（医療）の原点とは？

※別紙参照

3) 重要テーマ

◇「改善の積み重ねから改革へ」

～日々の改善の積み重ねによって、成長の波に乗っていくことにより、これまでとは違う次元、新しい領域へと歩みを進めていく「改革の年」としていかなくてはなりません。

◇「(真の)予防とは？メンテナンスとは？」

～予防とは、「病気を予め（あらかじめ）、防ぐこと」です。むし歯にならないための「予防」も重要ですが、治療した後の口腔内の環境維持、再発予防こそが、実質的な意味での歯科（医療）の原点ではないでしょうか？その意味において、「メンテナンス」＝「**再発予防**」という考え方をご提案します。

◇革新への具体的な**思考と行動**（提案）

『**全身疾患や感染症予防のための口腔内環境＝健口作りへの貢献！コロナからの学びを活かす！**』

例えば、

◇定期的なプロフェッショナルサポート！**プロケア**にとどまらない！！

- ・磨きにくい（汚れがつきやすい）歯並びの改善＝**矯正相談**！
- ・あなたのための歯周病再発予防&維持管理＝**個別メンテナンス・プログラムのご提案**！
- ・汚れがつきにくい、二次カリエスリスクの低下＝**より良い補綴治療提案**！

◇ホームケア指導&サポート！

- ・ホームケア改善提案への積極的取り組み！
- ・オススメンタルグッズの積極的ご提案！
- ・健口作りをサポートするプログラムの開発！

※ラストメッセージ

おそらく2024年は、昨年以上に変化が激しくなる年になるでしょう。
こんな世の中だからこそ、原点を拠り所にし、基本に忠実にいく（**原点に起つ**）ことが重要です。
その上で、**改善**を積み重ねて、大きな成長や変化へと結びつける「**変革**」へと進んでいかなくてはならない。1人1人がその思考と行動を徹底することで、チーム（組織）の「**変革**」が実現されます。
『**1年後のあなたが、今のあなたと大きく変化(成長)しているために、思考と行動を！**』

◇はじめに

このたびは、弊社オリジナル冊子「歯科経営改善6ステップ」をお手にとりいただき、ありがとうございます。

株式会社エムアンドエムパートナーズの経営コンサルタント/成幸コーチの村上です。

当資料は、弊社が実践してきた歯科経営改善支援約20年超の中で、**支援の根幹をなし継続的な成果獲得を実現させる歯科改善の土台となる「改善6ステップ」**をお伝えすべく執筆したものです。ぜひとも貴院の明るい未来のために、読んでみてください。

読むだけではなく、各ステップでのチェックポイントも記載してありますので、貴院の現状をチェックしていただき、取り組み課題を明確にする一助となれば幸いです。

◇なぜ、「改善6ステップ」なのか？

歯科を取り巻く環境は厳しく、歯科医院経営者に向けて経営改善に関するノウハウやツールが巷にはあふれています。

主に増患のためのツールや自費収入拡大のためのノウハウなど、最新のツールなどもどんどんリリースされています。

もちろん、これらのツールやノウハウを活用して成果を上げている医院もあるでしょう。

「〇〇すれば、新患が2倍以上に！」

「▲▲を導入して、自費収入が前年の5倍以上に！」

「□□に取り組めば、医業収入1億円超え達成！」

などなど、景気の良い「ウリ文句」がネットやセミナーなどで氾濫していますね…。

もしこれらがその通りであれば、歯科が「ワーキングプア」と呼ばれたり、歯科業界が淘汰の時代に突入することもなかったはずです。

私は歯科業界をかかわりをもたせていただいてから約20年、

「歯科の経営は厳しい…」

「将来は不安ばかりで、開業してもなかなか続かない…」

「赤字の歯科医院がほとんどで、儲かっている医院は1割もない…」

など、ずっと厳しい環境で、儲からないと言われています。

またここ2、3年は「コロナ」によってさらに厳しい環境に追い込まれている医院も多いようです。そんな中でも、着実に1歩1歩、「増患」や「自費収入拡大」などの成果を上げ続けている医院があることも事実です。

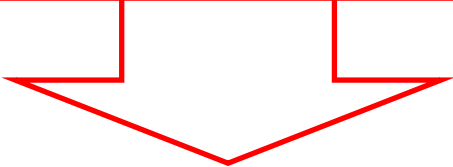
約20年間の歯科経営改善支援に関わってきたからこそわかることは、「増患」も「自費収入拡大」も、それぞれのツールやノウハウの問題ではなく、その**大前提となるステップに問題があるために、成果を継続的に獲得できない**ことが多いということです。

その解決策の唯一の道(ステップ)こそが、歯科**【改善6ステップ】**なのです。

1. 歯科経営改善の原理原則を知っていますか？

貴院の現状はいかがですか？

- ◇患者数もそれなりにたくさんいる。(日々忙しい…)
- ◇カウンセリングできるスタッフもいる。(ツールやマニュアルもある)
- ◇定期管理型でメンテナンスの患者さんもたくさんいる。(レセプトの3～4割程度)
- ◇バラツキはあるが、自費収入もある(自費率10～30%程度)
- ◇だからこれ以上は増患も自費拡大も無理…(現状維持で十分?)



**まだまだ増患 & 自費拡大できる余地がある！
そのためのキーポイントは…！！**

現状、貴院の課題は何ですか？

上記にあてはまることはないでしょうか？

そもそも自院の問題や課題をしっかりと把握しているでしょうか？

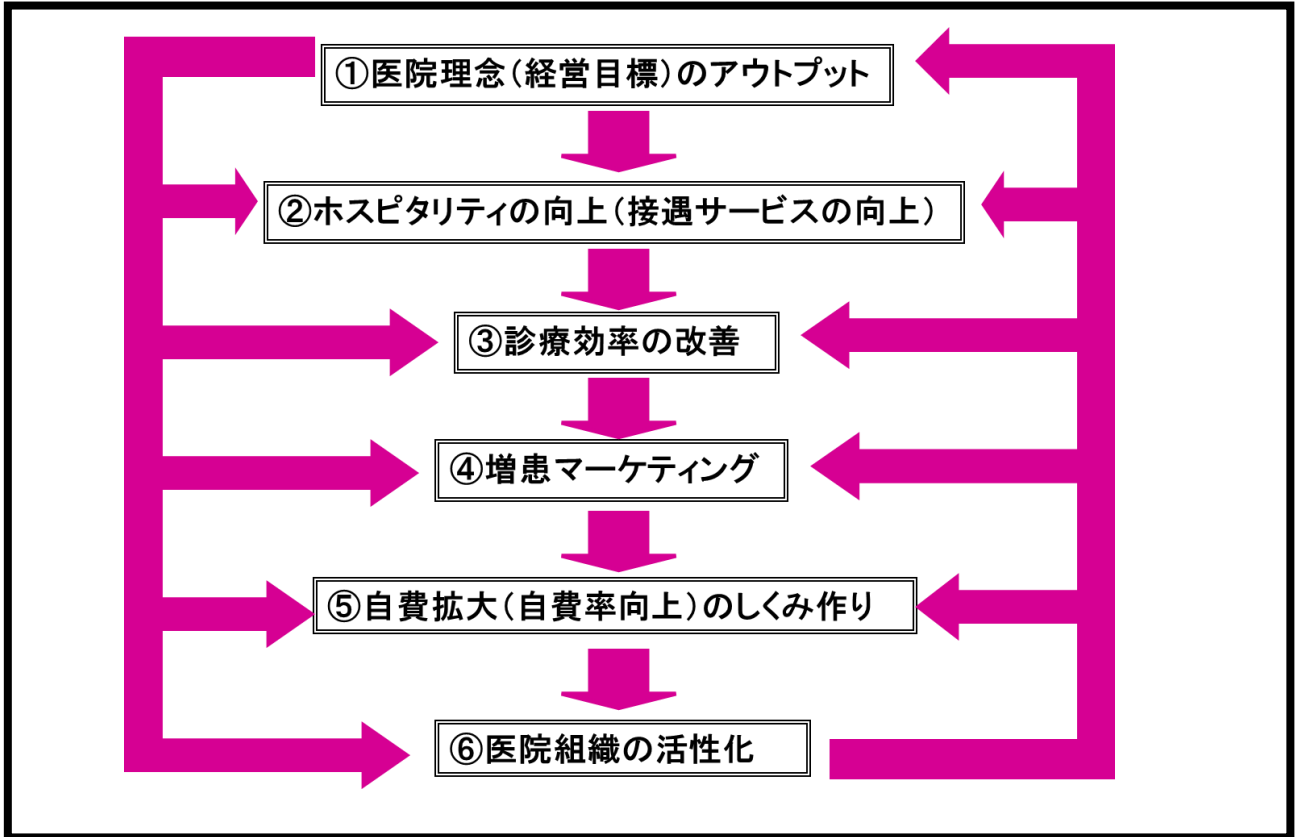
問題や課題は把握しているけど、実際に改善に取り組んでいるでしょうか？

日々の診療で忙しい中、さらなる成長や改善に取り組むことは大変です。

だからこそ、課題を明確にして1つ1つ、スタッフと共に取り組んでいきましょう！

1. 歯科経営改善の原理原則を知っていますか？

歯科【改善6ステップ】とは？



上図のステップこそが、「継続的に改善成果を獲得できる【改善6ステップ】」です。

1つ1つのステップは、どこかで聞いたことがあり、すでに取り組んでいる方も多いかもしれませんが。

大切なことは1つ1つのステップは完成するものではなく、繰り返して改善し続けることが重要になります。

そして各ステップでの取り組み成果が十分ではない場合、前のステップに原因がある場合が多いのです。

例えば、増患対策を実践しているにもかかわらず、なかなか思うような成果が出ない場合には、増患対策自体だけの問題ではなく前のステップである「ホスピタリティ」や「診療効率改善」に原因があるのではないかとことです。

それでは、各ステップごとのポイントを確認していきましょう。

2. 医院ホスピタリティ向上対策

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ 貴医院に対応マニュアル(基準、ルール書)がありますか？
- ☐ 対応マニュアルを活用していますか？バージョンアップしていますか？
- ☐ なぜホスピタリティが重要であるかを全スタッフが理解していますか？
- ☐ 医院ホスピタリティ向上の取り組みを継続して実践していますか？
- ☐ 常にホスピタリティ向上に取り組むべき理由を全スタッフが理解していますか？

まず、医院改善の第1歩は、「医院ホスピタリティ向上」です。

1人1人の意識だけではなく、チーム(医院)としての取り組みが重要になります。

基本的には「対応マニュアル」を整備し、チームとしてルール、基準を明確にすることから始めます。

ただし、**「対応マニュアル」は完成するものではありません！**

しっかりと気づきを共有して、チームとしての基準をアップしていく必要があります。

その上でコミュニケーションのスキルをアップしていくための研鑽を実践していくことも必要です。

増患や自費収入拡大で思うような成果が得られていない医院は今一度、自院のホスピタリティを**“患者様視点”でチェック**してみるとよいでしょう。

【Question1】「患者様視点で医院ホスピタリティをチェックするとは？」

3. 診療効率改善対策

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ 無断キャンセル等の重点管理指標を把握していますか？
それらの指標を活用して改善に取り組んでいますか？
- ☐ 無断キャンセル・中断防止対策は実践していますか？
成果検証し、数字で語っていますか？
- ☐ 業務マニュアル等の仕事の標準化に取り組んでいますか？
スタッフ間のバラツキ解消に取り組んでいますか？
- ☐ 生産性向上の取り組む重要性を全スタッフが理解していますか？達成すべき水準(目標)は明確ですか？

次に、医院改善のステップは「診療効率改善」です。

このステップこそが、医院経営改善の最大のテーマであると考えてください。

まずは、「表の三本柱(無断キャンセル対策、アポ管理、業務の標準化)」にしっかりと取り組む必要があります。

「予約制なのに患者様を待たせていませんか？」

「キャンセル率が10%超えているということは収入の1割を捨てている構造であることを理解していますか？」

「スタッフ間のばらつきが大きく、日々の診療にストレスを抱えていませんか？」

この「表の三本柱」に真剣に取り組むだけでも、大きな改善成果が獲得できるのですが、継続的に取り組んで成果を獲得できている医院が少ないことも事実でしょう。

3. 診療効率改善対策(2)

診療実績管理表(サンプル)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
1) 患者人数(レセプト+自費のみ)													
2) 初診患者数													
3) ・新患(紹介有)													
4) ・新患(紹介無)													
5) ・再初診													
6) 再診患者数													
7) 治療件数(患者総延べ数)													
8) 自由診療人数													
9) 保険診療人数(レセプト枚数)													
10) 医療収入													
11) 保険診療収入													
12) 自由診療収入													
c) 初診カウンセリング													
自費(セカンド)カウンセリング													
メンテナス(終了)カウンセリング													
13) 延べ診療時間													
14) 診療日数													
15) 予約患者数													
16) キャンセル・連絡無し													
17) キャンセル・連絡有り													
18) 急患者													
19) 中断患者数													
20) リコール発送数													
21) リコール来院数(はがきを出した患者のうち)													
22) リコール来院数(定期検診)													
※ 自費メンテナス件数													
23) 中断患者発送数													
24) 中断患者来院数													
25) 1日当り医療収入													
26) 1日当り保険点数													
A) 自由診療収入比率													
B) 初診患者比率													
C) 新患比率													
D) 紹介比率													
E) 時間当たり収入													
F) 患者1人当り月間保険診療点数													
G) 患者1人当り月間自由診療単価													
H) 患者1人当り月間治療回数													
I) 治療1件当り保険診療点数													
J) 1日当り治療件数													
K) 時間当たり治療件数													
L) 時間当たり保険点数													
M) キャンセル率													
N) 無断キャンセル率													
O) 中断率													
P) 診療効率(治療件数/予約件数)													
Q) リコール応答率													
R) 中断患者応答数													

1ページ

「診療効率改善」は、**数値で管理**しなくてはなりません。

キャンセル率、患者回転率、時間当たり収入、ユニット1台当たり収入など、すべて数値で管理できるのです。だからこそ改善成果を明確に把握することで継続的に改善に取り組むことが可能になるのです。

前ページ(5ページ)のチェックポイントは基本的なポイントのみです。
すべては**数値で管理(検証)できる状態**になることが必要です。

上図は、弊社で活用している「診療実績管理表」のサンプルです。

これに似たような管理表を利用している方もいらっしゃると思いますが、
“何のために数値管理するのか”を理解しているでしょうか？

ずばり一言で言うと、「診療効率改善」のためです！

数値を記録する(データを作成する)だけで満足していませんか？！

3. 診療効率改善対策(3)

貴院の現状はいかがですか？

◇診療効率改善対策(表の三本柱)

・無キャン対策 ・アポ管理 ・業務の標準化

◆成果検証 ⇒ 対策改善・継続実施 ⇒ …

◆業務の標準化(効率化)に早急に取り組むべき！

⇒ 業務の効率化こそが、スタッフ育成の効率化(ハイスピード化)につながる

◇診療効率改善対策(裏の三本柱)

・5Sマネジメント ・在庫管理 ・財務管理&予実管理

◆5S(整理・整頓・清掃・清潔・習慣) ⇒ まずは「整理・整頓」から！

◆「在庫はコスト」意識の共有 ⇒ 在庫の整理と受発注管理から！

◆四半期(半期)決算の検証 ⇒ まずは予算(目標)の設定から！

医療法人となっている(ある程度規模の大きい)医院には、「裏の三本柱」も必須であることをご理解ください。

もちろん医療法人でなくても必要な対策であることは間違いありませんが、特に「医療法人」でその効果は絶大になります。

ユニット台数やスタッフ数が多い法人ほど、診療効率が悪いという傾向があるというのが私の実感です。

その分、改善に取り組むことで大きな成果を獲得できるのですが、そのための取り組みが十分ではなく、継続できてない場合が多いようです。

例えば、ある法人では「診療効率改善」だけをテーマに1年間のプロジェクトに取り組んだことがあります。それだけ重要かつ得られる効果が大きいテーマなのです。

4. 増患マーケティング対策

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ **増患基本構造式**を理解し、取り組んでいますか？
- ☐ 増患対策計画(イベント、キャンペーン等)の年間計画を立案していますか？
(十分な準備期間とスタッフ参画のため)
- ☐ 新患(紹介あり)の割合(紹介比率)は50%を超えていますか？
新患増患のための対策は十分ですか？
- ☐ メインテナンス(リコール)・システムは確立していますか？
メインテナンス患者さんは継続して来院していますか？
- ☐ 初診カウンセリングを実施、「診療の流れ」を説明、提示していますか？
- ☐ 増患対策の成果検証を実施し、継続した対策を実践していますか？

継続的増患対策【リアル&ウェブ・コミュニケーション】の実践ポイント

<リアル編>

「コミュニケーション接点の計画的拡大」→ツール、イベント、日常のコミュニケーション

- ◆ツール改訂&活用法の徹底、見直し ⇒ 思考と手法【再確認】
- ◆イベントへのチャレンジ ⇒ 計画的に。コラボも要検討！
- ◆日々の患者コミュニケーションに意識を！ ⇒ ロープレ実施も！

「徹底したコミュニケーションシステム」→カウンセリングシステムのバージョンアップ

- ◆初診&メンテカウンセリングの徹底実施&バージョンアップ！
- ◆説明会スキームの検討、実施 ⇒ 効率的コミュニケーション創出
- ◆イベント、説明会等への声かけ実践 ⇒ ロープレ実施によるトークポイントの共有！

次のステップは「増患マーケティング対策」です。

「増患マーケティング対策<リアル編>では、**コミュニケーションの接点**を計画的に拡大することとコミュニケーションの仕組みを日々の中でバージョンアップしていくことがポイントとなります。どうしても「増患」対策というと、ツールや仕掛けに注目がちですが、大切なことは、**いかに「コミュニケーション」をより深く、広く実践できるか**ということです。

よく「増患対策は難しい」という方がいらっしゃいますが、それは「増患」対策の理論、ノウハウが難しいのではなく、なかなか実践できないということが多いようです。ぜひとも貴院の患者構造に応じて、増患対策を継続して実践していきましょう。

【Question2】「増患構造式を前提とした、具体的対策とは？」

4. 増患マーケティング対策(2)

貴院のWebサイトチェックポイント

- ☐ 院長のキャラクターが出ているか？(写真、絵、想い…)
- ☐ 感情に訴えているか？(理屈だけでは人は動かない)
- ☐ 訴求ポイントは明確か？(独自性(USP)はあるか？)
- ☐ 情報発信型か？(価値ある情報を発信しているか？)
- ☐ CI・VI・CCを考えているか？(作るならしっかりとしたコンセプト)
- ☐ 定期的に更新しているか？(簡単かつ継続して更新できるか？)
- ☐ 結果検証のしくみをもっていますか？(アクセス解析、来院動機確認)
- ☐ SEO(検索エンジン最適化)対策(検索キーワード？)
- ☐ SNSの活用(X(旧twitter) LINE Instagram 等)

継続的増患対策【リアル&ウェブ・コミュニケーション】の実践ポイント

<ウェブ編>

「Webコンテンツの導入、拡大」

- ◆WEBサイト、ブログサイト等での情報発信 ⇒ 価値創造への挑戦
- ◆顔の見えるコミュニケーション⇒ コミュニケーション接点の拡充！
- ◆先生らしさ、医院らしさを伝える ⇒ 医院USPの伝達！！

「コミュニケーション・コンテンツの導入、拡大」

例)SNS、ブログ、求人広告サイト、等の複合的展開

- ◆WEBサイトは当然の時代 ⇒ 「情報の量と質で勝負」を実践！
- ◆WEB上の競合を生き抜く ⇒ WEB広告の拡充検討(広告投資回収マトリックスの活用)
- ◆成果検証の実践ポイント ⇒ 業者任せではなく、わかりにくい専門用語も必要なく、
「WEBサイトから何人が来院したのか？」の1点！

増患対策のウェブ編でも、基本は「コミュニケーション」です。

WEBサイトを見にきてくれた(アクセスしてくれた)方とのコミュニケーションの機会を**いかに増やし、より深いコミュニケーションを実践できるか**という観点で考え、自院の課題を明確にし、課題解決に取り組むことが必要です。

WEBに関するマーケティング手法は日々進化し、さまざまなツールが世の中に出てきています。最新のノウハウやツールに振り回されるのではなく、重要なのは**その活用と中身(コンテンツ)**です。

そしてもちろん、継続して改善を実践していくための**成果検証**も必須です。

例えば、WEBに何人の方が見に来て、どれだけの方がアポイントを取ってくれたのか？

WEB上で対策していることがどれだけの成果を得ているのかという数値を把握しましょう。

【Question3】「医院のUSPとは？」

5. 自由診療拡大(自費率向上)対策

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ カウンセリング・システムを確立していますか？
(初診、セカンド、自費、メンテナンス…)
- ☐ カウンセリングのためのツールとマニュアルは整備していますか？
ツール作りの工夫やマニュアルの活用は出来ていますか？
- ☐ カウンセリングのロープレを定期的実施していますか？
正しいカウンセリング・ロープレを実施していますか？
- ☐ **カウンセリングの実施を管理するしくみ**はありますか？
(結果だけではなく、プロセスを管理していますか？)
- ☐ カウンセリングは「説明」ではなく、「コミュニケーション」であることをカウンセリングを担当するスタッフが理解していますか？継続的にスキルアップに取り組んでいますか？

次のステップは「自由診療拡大(自費率向上)対策」です。

言い方を変えれば、先生自身が理想とする歯科医療の提供ということでしょうか。

「自費収入を増やす、自費患者を増やすことに抵抗はありますか？」

「ご自身の理想の歯科医療を追求することに抵抗はありますか？」

実は同じことを聞いています。

だからといって、すべて自費にしようなどと思わないでください。

大切なことは、**患者様が自らの選択で「自由診療」を選択されること**です。

決して、自費を勧めたり、自費にしてやろうなんて意気込むことはしないでください！

そのためには、スタッフによるカウンセリングが大きな役割を果たすのです。

初診カウンセリングから始まり、セカンド、自費、メンテナンスという各段階でのカウンセリングシステムが貴院の将来を決めるといっても過言ではないでしょう。

カウンセリングとは「コミュニケーション」である。

この言葉を十分に認識した上で、カウンセリングシステム確立、ツールやマニュアルのバージョンアップに取り組んでいきましょう。

【Question4】「**カウンセリングの実施を管理するしくみ**とは？」

5. 自費収入拡大(自費率向上)対策(2)

自費収入拡大【真の歯科医療サービス提供】の実践ポイント

「自費見込み患者獲得」

⇒**カウンセリングシステムのバージョンアップ**(初診&セカンドのバージョンアップ)

- ◆初診時orセカンド時にある程度の情報提供 ⇒ 患者意向の確認
- ◆カウンセリングを担当するスタッフのレベルアップ
ツール、マニュアル、ロープレ + ヒアリング+**問いかけ(TK)ノウハウ**の改善

⇒**ウェブコミュニケーション拡大**(専用サイト&動画コンテンツ導入、活用)

- ◆専門情報による差別化 ⇒ 情報の質と量で差別化
⇒動画コンテンツは、使い方によっては差別化のポイントに？！
- ◆専門サイトよりも自医院サイトのキーワード設定を再考すべき？！

ここで改めて「改善の6ステップ(当資料3ページ)」を思い出してみてください。

自費収入拡大のステップに至るまでの

「医院ホスピタリティ向上対策」

「診療効率改善対策」

「増患マーケティング対策」

に取り組まなければ、「自費収入拡大」は成果が得られないことがお分かり頂けたと思います。

- ・感じの悪いスタッフに自費の話をされても聞く気になれない・・・
 - ・さんざん待たされたあげく、わざわざ話を聞かされないとダメ？・・・
 - ・治療の患者さんが少なくて、自費治療の話をする機会が減ってる？・・・
- 上記のようなことが思い当たる医院は、自費に取り組む以前の問題です。

前のステップでの課題解決に取り組んでしていくことが、**自由診療拡大への唯一の道**です。

【Question5】「問いかけ(TK)とは？」

6. 医院組織活性化対策

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ 人事制度(育成支援制度)は確立していますか？
評価制度だけではなく、サブシステムも整備していますか？
- ☐ 評価の結果を本人にフィードバックしていますか？
その目的はモチベーションアップにあると認識していますか？
- ☐ 貴医院の組織活性化のための対策は実践していますか？
院内ミーティングを定期的には開催するだけではなく、有効な機会として活用していますか？
- ☐ 院長だけが話すミーティングあるいは、いつも院長が不在のミーティングになっていませんか？
- ☐ コミュニケーションの機会はありますか？意識して実施していますか？
(個別面談、院内レク、各種イベントなど)

最後のステップは「医院組織活性化対策」です。

一般的には「人事制度」と言われる仕組みを整備して運用していくことで、スタッフのモチベーションを上げ、成長を支援していくことです。

しかしながら、「人事制度(育成支援制度)」を導入しても、うまく機能せずに諦めてしまったり、優秀なスタッフが退職するような状況に陥ってしまったりしている医院が多くあると感じています。

一方で「人事制度」がなくても、医院改善に積極的にスタッフが参加し、自ら積極的に成長に努力している医院があります。

給与などの処遇だけで、スタッフのモチベーションが上がらないでください。

【Question6】「歯科医院で導入すべき『育成支援制度』とは？」

6. 医院組織活性化対策(2)

医院組織活性化対策(チームモチベーションアップ)の実践ポイント

「院内コミュニケーション活性化」

- ◆院内ミーティングの改善 ⇒ 日々の改善(朝礼、終礼、等)
- ◆ 飲み会、誕生日会、歓送迎会、季節のイベント等の計画的実施
⇒できるだけスタッフ主導で！全員参加を前提とする。

「チームビルディングシステムの確立」(スタッフ主導プロジェクト強化)

- ◆ 改善テーマからアクションプラン実行、検証まで考えさせる。
- ◆ できない理由ではなく、どうやったら出来るかを考えさせる。

「コーチングスキルの活用」(面談&セルフコーチング)

- ◆ 聴く姿勢＋認める・ほめる＋問いかける
- ◆ スタッフにもコーチングスキルを学び、活用させる。
⇒セルフコーチングによるモチベーションアップ ＋ ヒアリングスキル

「医院組織活性化対策」の本質は、**スタッフのモチベーションアップ**です。

そして、チームモチベーションを上げるか、下げるかを左右する大きな要因が、**院内コミュニケーション**です。

その**仕組みとしかけ**を整備することは、医院経営者の使命です。

なぜならば、スタッフのモチベーションアップ、医院組織の活性化こそが、貴院の未来を左右する大きな要因だからです。

スタッフのことで悩んでいる(悩むまでではないが、よく困っている)先生の**最大の課題は「コミュニケーション」にある**ことは、私の20数年にわたるコンサルティング経験から間違いないといえるでしょう。

あせらず、でもしっかりと改善に取り組んでいきましょう。

【Question7】「院内ミーティングの基本ノウハウとは？」

6. 医院組織活性化対策(3)

貴院の現状はいかがですか？

- ☐ **採用計画(新卒・中途)**を立案していますか？
その前提となるスタッフの退職予定を把握していますか？
- ☐ 採用のための専用サイト(スマホ対応)を作成していますか？
そこには、先輩スタッフのメッセージがありますか？
- ☐ 育成するための仕組みとして、新人スタッフに期待する 役割は明確になっていますか？
例えば、3か月後、6か月後、1年後の達成目標は明確になっていますか？
- ☐ 育成するための体制とマニュアル作りは出来ていますか？
医院全体で育成するという共通認識を持っていますか？
- ☐ 貴院スタッフは、生き活きと自院で働きたいと思っていますか？
そのために必要なことは明確ですか？

「医院組織活性化対策」の中で、多くの先生が悩み、苦しんでいるのが、**スタッフの採用、育成、定着**ではないでしょうか？

弊社では、数年前より、「**人財の採用・育成・定着<SIT>戦略**」として、特に採用、育成のサポートに取り組み、多くの成果を上げてきました。

現場での歯科経営改善支援20年越の実績の中で培ってきたものをベースに、最近の厳しい採用状況を踏まえて、総合的にサポートするプログラムが「**人財採用・育成・定着<SIT>戦略支援**」なのです。

その基本コンセプトは「**採用・育成・定着を一気通貫で考える**」です。

その中から、採用、育成、定着に悩む先生に上記のチェックポイントをお届けします。

すべて実践出来ていたとしても、採用(特にDH採用)は簡単ではありません。
せっかく採用できたスタッフを一日も早く戦力して働けるようにしたくても、育成する仕組みもそれを担う先輩スタッフもおぼつかない・・・。

採用できて数年たって、ようやく一人前になったと思ったら、結婚するので・・・。

医院経営を継続していく上で、**スタッフの採用、育成、定着は避けられない課題**です。
だからこそ、戦略的に思考して、仕組みを整備しつつ、改善していくことで、貴院の成長の基盤となるスタッフの成長を実現するしかないのです。

前述の通り、スタッフの成長(モチベーションアップ)が、貴院の成長(明るい未来)へと進む**唯一の道**なのです。

【Question8】「採用計画(新卒・中途)は、具体的にどう考える？」

小冊子「継続的に医院改善の成果を獲得する【改善6ステップ】」は以上です。

すべて実践できている先生には大変申し訳ございませんでした。

その取り組みを継続して、成長し続けていってください。

もし1つでもひっかかることがあった先生には、今一度「改善6ステップ」を自院に
照らし合わせてみて下さい。

本資料の各ステップごとのチェックポイントをチェックしてみてください。

まだまだ、自院では全然出来ていないと感じた先生は、ぜひともステップにそって
実践してみてください。

改善のスピードを上げたい！より継続的に成果を獲得したいという先生は、
私どもにご連絡を頂くか、オンラインのプライベート・セミナーにてお会いしましょう！

当資料を最後までご拝読いただいた方への特別なご提案

当小冊子内でご提示していた【Question】は
各ステップにおける重要ポイント・ノウハウです。

紙面の都合上、どうしても詳細を割愛しなければならず、
その重要コンテンツやノウハウを解説した動画を特別に
プレゼントします。

ただし、改善に取り組むという前提ですので、
右記のサイトより、動画請求のアクションをお願いします。



【本資料執筆責任者】

株式会社M&M PARTNERS

代表取締役 経営コンサルタント/成幸コーチ 村上 和人

〒060-0061

北海道札幌市中央区南1条西16丁目1番地323 春野ビル3F

TEL: 011-558-0656 FAX: 011-351-1866

E-mail: mandm.part.2025@gmail.com

WEB: <https://www.mandm-coaching.jp>