

RAPPORT

オーシー・ラポール

発行/株式会社オーラルケア

〒116-0014 東京都荒川区東日暮里5-34-1 TEL.03-3801-0151 FAX.03-3801-0188

特集!

立地条件に左右されない歯科医院経営

予防に特化した医院、あるいはアメニティを追及した医院をつくりたいと思っても、動き出せない先生がいます。その理由の多くが「うちは都会ではないから…」。実際に決断し、動き、成功した先生はどんな考えを持ち、どんな取り組みをしているのでしょうか。アルファ歯科クリニック院長、佐藤和良先生に聞きました。

今月のテーマ

P.04

歯ブラシに予防の知識を込める！
確実な結果が出るワンタフトブラシで信頼構築

歯ブラシはスーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストアなどでいつでも購入することができます。しかし、「処方する」という概念を持つのは歯科医院だけです。医院は単にモノを売っているのではなく、リスク部位清掃、ひいては予防というコンセプトを歯ブラシに込めて患者さんに伝えているのです。



P.06

連載企画 脱「枠組み思考」の歯科医院経営 過去は、将来何をすべきかの基準にはならない！

「私たちは、予防を通じて患者さんの『未来』をコーディネートしようとしています。ところが、今回の保険点数改定による歯科界の混乱ぶりを見る限り、予防の価値を伝えるべき歯科医師の側に、自分の将来を達成するための『今』がないんです。これでは、病気が起きてから慌てている患者さんと同じですよ」と語る鈴木彰先生。3回シリーズの最終回は、『未来に向かう視点移動』をテーマに今後の歯科が進むべき道についてお話いただきました。

P.08

患者さんを診るプロフェッショナルだからこそ！——歯科医師自身のコンディションづくり

歯科医師が行う診療のほとんどは、患者さんの口腔内を見て情報をインプットすることから始まります。患者さんへの診療というアウトプットをより良いものにするためには、インプット時点での歯科医師のコンディションづくり、つまり目を健康に保っておくことが必要です。「よく見えることは良い治療への第一歩」と言う森田和子先生にお話を聞きました。

特集!

立地条件に左右されない歯科医院経営

気持ちよく通い続けられる歯科医院を目指して、キュアからケアへと医院のシステムをシフトしてきたアルファ歯科クリニック。患者さんが感覚的に受け入れられる「心地よさ」を追求した医院設備、ゆとりある診療体制がもたらす患者さんと歯科衛生士さんの信頼関係、さらに信頼関係をベースにした心身両面でのケア体験。さながら都市型サロン風歯科医院のようなテイストを醸し出していますが、岡山県郊外の農村部、いわゆる“いなか”と呼ばれる所で開業しています。

立地条件や保険点数の改定などの外的環境に左右されることのない、ケアに特化したコンセプトを際立たせる歯科医院をどのように作り上げたのか。院長の佐藤先生にお話を伺いました。

アルファ歯科クリニック／岡山県井原市
院長 佐藤和良先生



—先生が予防を始めたきっかけと、現在に至る経緯をお聞かせください。

時間をかけ一生懸命治療した結果、健康を取りもどした口腔内を維持していくには当然メンテナンスが大切だと考えてきました。でも定期的なメンテナンスを続けていても、メンテナンス中に不幸にも悪化する方もいらっしゃいます。そこで、治療後に一定期間置いてメンテナンスをするのではなく、悪くなる前に積極的に予防しようと決断して、予防中心の医療に考えをシフトさせたのです。

そこで問題になってきたのが、診療室のハード面でした。実際、キュアを中心にしていたときにはチェアは5台で足りていました。予防とメンテナンスを重視した診療を続けようとする5台のチェアでは足りなくなり改装を考えましたが、旧診療所の敷地内では限りがあり、近くに移転を決断しました。1年前に移転し、現在キュア用のチェア6台とケア専用の個室に4台のチェアという体制で運営しています。

—ケアをベースにした歯科医院をつくらうと思っても動き出せない先生がいます。「動ける」先生と「動けない」先生の本質的な違いは何なのでしょう。

99.99%、院長先生の考え方に左右されると思います。「いなかだから」「予防の患者がいないから」「気のきいた歯科衛生士がいないから」など、動けない理由はすべて言い訳ではないでしょうか。

患者様の口腔に対する意識はどんどん高まってきているような気がします。都会でも、いなかでも、メディアを通じて予防歯科の大切さは認識されています。もはや、予防歯科の立地に地域差はないと思います。むしろ、都会に行かないとできないと思い込んでいる治療を、逆に広められる利点すらあるのです。大切なのは院長先生の歯科に対するビジョンや情熱だと思います。歯科衛生士やスタッフについても、院長先生の考え方やビジョンを真剣に伝えれば、情熱は伝わると思いますし、スタッフもついてきてくれると思います。幸いにも当院には最初から素晴らしいスタッフがそろってくれました。はじめに院長先生のビジョンや情熱ありき。そしてそれを実現できるスタッフが医院の基盤なのです。

—先生は、どのようにスタッフにビジョンを伝えているのですか。

「良質な歯科医療をやさしく提供して、患者様とともに口福（幸福）を共感する診療を心がける」という診療理念を掲げました。それを単なる言葉ではなく具体的な形にして伝えるために、歯科衛生士が患者様のパートナーとなって口腔の健康を守ることに喜びや生きがいを感じ、誇りを持って仕事ができる環境をつくらうと考えました。旧診療所でも一生懸命やりましたが、限界を感じました。移転をして、まずはスタッフが働きやすい環境を整える。さらに、患者様が来やすい、気持ちのよい環境をつくるという考えを、新しい診療室の設計のコンセプトにしました。

—スタッフが働きやすい環境のために、システム面ではどんな取り組みをしているのでしょうか。

人と人の心のつながりを深めていくことが大切だと思います。「自分が患者様のために何ができるだろうか」と考えながら信頼関係を築ける診療体制ですね。歯科医院ですから、ほとんどの方は口腔内について悩んで来るわけです。でも、患者様それぞれそのバックグラウンドには、いろいろな環境があります。そのバックグラウンドまで深く入った親密なコミュニケーションが信頼関係の源なのです。そのためのハードとして診療室を個室にし、その上で一人ひとりに時間をかけるゆとりある診療時間を確保したのです。

—「いくらコミュニケーションが重要でも、それに時間をとられたら経営が成り立たない」と言う先生もいます。こうした考え方をどう思いますか。

診療効率からみればあまりよくないかもしれませんが、当院では歯科衛生士が1人の患者様を担当する時間は30～40分。ケア担当の数名の歯科衛生士が、1人1日10人程度の口腔ケアを実践しています。

時間をとって丁寧な診療をすることによって患者様のロイヤリティが高まり、かかりつけとして何があっても来院して下さいます。そして、そこから生まれた信頼関係や予防意識の向上は、自費治療や医院からの新しい提案を受け入れてくださるといったメリットを医院にもたらします。その意味では、時間を患者様とスタッフに投資しているのです。実際に、除石をしてPMTCをしてという施術内容も、通い続けていただくことで口腔内が良くなり、時間が短縮されて効率化されるのです。短い時間でもコミュ



4室ある個室ケアルームの1室。
それぞれの部屋のイメージは少しずつ違うものになっている



佐藤先生が旅行中に体験したスパのイメージを再現した院内デザイン。
コンセプトは「よりリラックスできる空間へ」

ニケーションをとり、満足していただいて医院を後にする。患者様との信頼関係が深まることでスタッフの意識も変わってきました。

—「投資」が先生のお考えのキーワードだと思いますが、いかがでしょうか。

患者様の要求も価値観も多様化していると思いますが、日本国内ならば30分も移動すれば高級ホテルや高級レストランにたどり着けるわけですから、患者様の欲求を満たすためには、従前の医療の枠から離れ、美容やエステ、スパといった歯科医療以外の分野の研究も大切だと思います。旅行や高級ブランド品に魅せられ投資をする女性もいらっしゃいます。そのような方の意識を変え、自分の口腔にも投資することで得られる経験をしてもらうことも必要だと思います。そのためには、スタッフと患者様への時間という見えない投資とともに、ドクター自身のスキルアップのための投資も絶対に必要です。ハード面、ソフト面ともに投資ができなくなると、それはその医院が終わりを迎えるときです。常に先を見て適切に投資すること。それこそが今の歯科医院経営だと思います。