

4 看 板

1. 看護師(看護師)？ 看板に注意

士と師の間違いはよくあるエピソードですが、先日国道沿いで見かけた医院の大きな看板に「看護師募集」のボードが貼り付けられていました。一般の方の間では、しばしば「看護師」と「看護士」が間違われることもあります。それが医院の看板となると少々驚きます。この誤字がある看板を見てしまったら、応募しようと思っていた看護師さんもためらってしまうのではないかと心配です。

この看板には2つの問題があります。1つ目は看板業者に正しい情報を伝えられていないこと、2つ目は、大きな道沿いに出ている看板にもかかわらず、院長先生、スタッフ、出入りの業者さんなどの誰も気がついていない、もしくは、気づいていても教えてくれていないことです。

みなさんの医院の看板、HPはきちんと「看護師」になっているでしょうか。

また、ある病院では、病院名を表示している電光掲示板の一部に電球切れがあり、夜間には病院名が判読できなくなっていたこともありました。こちらも関係者が誰も気づいていないのか、気づいていても院内でそれを共有する習慣や雰囲気がないのか、かなりの長い間医院

名が読めない状態が続いていました。「看板は医院の顔」という意識を持ちたいものです。



チェックポイント

- 誤字脱字は大きなイメージダウンにつながることを意識する
- スタッフ全員が自院の看板に興味を持つように心がける

2. ビルボードとサインボードの違いを意識する

医院の広告看板を見ると、看板業者さんから言われるがままに、ビルボードとサインボードの違いを理解せずつくってしまったと感じることが多くあります。この違いを解説します。

ビルボード＝周知看板

看板を見た方に、医院のイメージ、医院の存在を知ってもらう目的で設置する看板です。

設置場所：駅のホーム、ショッピングセンターの出入り口、ビルの壁、主要道路の交差点など、人が多く集まる、目に留まりやすい場所
デザイン、大きさ：大きめのサイズで、目を惹くデザイン、細かい文字の情報などは避ける

価格帯：比較的高額なため、掲載数も限定される

その他気をつけることですが、厚生労働省の医療広告ガイドライン〔医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針（医療広告ガイドライン）〕[\https://www.mhlw.go.jp/

5 医院の人事評価

1. 簡易評価表を作成する

医院の場合、「人事評価」と大上段に振りかぶっても、ほとんどの院長先生は、日常的に顔を合わせているスタッフの人事評価なんてあまり関係のないことと感じられるのではないのでしょうか。もしくは、難しそうで手をつけられないまま放置してしまっているのではないのでしょうか。そこで、まずは①勤続年数、②仕事の能力、③人間性の3点に集約して、それを良い・普通・悪いの3段階で評価するというのはいかがでしょうか。

簡単な表を考えてみたので、参考になさってください(表1)。表に院長先生の重視する項目を入れてみると、自院のスタッフ教育の方向性が出てくると思います。くれぐれも悪いところを叱るのではなく、「このような部分を伸ばしてほしい」という立場で活用されるとよいと思います。

2. 医院の人事評価制度—基本構築編

繰り返しになりますが、スタッフの人事評価を小規模な医院でやるのはとても難しいことです。能力給だの成果報酬だの、書籍はたく

表1 簡易評価表

	良い	普通	悪い
① 勤続年数			
② 仕事の能力			
機器の操作			
電話応対			
患者応対			
指示の理解			
その他			
③ 人間性			
協調性			
積極性			
挨拶, 笑顔			

さん出版されていますが、読んで理解し、さらに導入した上で継続的な評価をするのは不可能に近いでしょう。そこで医院なりの、前項で紹介したような簡易で継続できる人事評価システムを考えてみました。ここから自院での人事評価を重ねて、3～5年ごとに評価項目を増やし、また、3段階の簡易な評価から「とても良い指導ができる」などといった細かい評価も増やしていくとよいでしょう。

ステップ1

3つにわけた項目のそれぞれの比重を決めます。

① 勤続年数・年齢の評価 20点

② 仕事の能力評価 40点

3 5分間ミーティングで スタッフの気づき力アップ

月に1回程度の院内ミーティングを1～2時間かけてしっかり実施するのも大切ですが、朝礼時や終礼時の短時間を利用して5分間のミーティングを行いましょう。短い時間でも、目的を持って集中すれば効果大です。1人ひとりのスタッフの小さな「気づき」が、医院の改善へのスタートを切るきっかけになります。

5分間ミーティングの事例をいくつか紹介します。

1. HP, パンフレット研修

目的

自院が患者さん向けに発信している基本的な情報を、スタッフ全員が共有しておくための研修です。

進め方

研修の素材は

- 自院のパンフレット
- HPのトップ画面
- 待合室の掲示物

からピックアップします。

質問1：HPのトップに掲載されている当医院の特徴を3つ答えて下さい

質問2：院長先生の専門〇〇の症例数は？

質問3：当院で行っている自費治療〇〇の費用はいくらでしょう？

など、新人スタッフには簡単な質問を、ベテランスタッフには少し難しい質問をしてみました。みなさんあまり答えることができませんでしたが、これはもちろん、スタッフをいじめているわけではなく、自院の良いところ、HPやパンフレットでアピールしている点をできるだけ理解しておいてほしいという目的があります。

外部の患者さんへのマーケティングのためにHPやパンフレットがあるとすれば、この研修はまさしくインターナル・マーケティング（外部の患者さんに向けたものは「マーケティング」であり、院内向けのは「インターナル・マーケティング」になります）そのものです。

2. いも虫研修

目的

「言葉だけの説明は患者さんになかなか伝わらない」ということをスタッフに理解してもらうための研修で、ただ「いも虫の絵を描く」だけのシンプルな内容です。

進め方（図1）

言葉では2, 3分説明しても完全に正確な情報は伝わりませんが、描きたいも虫の絵を見せれば1秒で伝わります。同じ言葉でも1人ひとりの経験や知識によって感じ方が異なり、たとえ簡単なことでも言葉だけで伝えることの難しさに気づいてもらうことが目的です。

4 スタッフの退職

1. スタッフ退職時の対応

開業する先生には繰り返しお伝えしていることですが、医院を続ける上で一番大変なことは“人”の問題です。一緒に過ごす時間が家族よりも長く、スタッフの問題で悩むと毎日の診察まで辛くなる場合があります。患者さんのことやお金の悩みは長くは続きませんが、スタッフについての悩みはその方が退職するまでずっと続くのです。

開業時からのスタッフ退職

筆者のこれまでの開業サポートの経験から、「開業時からのスタッフは3年で退職する」というジンクスがあります。開業当初は患者さんもそれほど多くなく、スタッフもマイペースで仕事ができますが、2、3年目になると患者さんも少しずつ増え、とても忙しくなってきます。でも評価はというと、少しは給与がアップするかもしれませんが、仕事量の増加とはとても比例しません。また、スタッフに対する院長先生の対応は、忙しさや慣れもあって優しい気遣いよりも要求事項が増えますが、スタッフには「開業時から頑張ってきた」という自負があります。毎日同じ仕事内容の繰り返しだというマンネリの感も生まれていることでしょう。このように、仕事量の増加、給与への不満、仕

事内容のパターン化などの要因が重なると、3年程度で退職者が出るのではないかと勝手に推理しています。

複数人の退職希望

このようなタイミングで、2、3人のスタッフが同時に退職したいと言い出し、院長先生が困り果ててしまうことがあります。そんなときは以下の3つを行います。

1つ目は、退職を希望しているスタッフ1人ひとりと個別でじっくりお話を聞くことです。決して批判したり、途中で口をはさんだりせずに「本当にそうだったね」「それは大変だったね」と肯定的に話を聞くことが大切です。ものすごく反論したくなったり、思いきり否定したくなるかもしれませんが、じっと我慢して聞き役に徹して下さい。2つ目は改善提案を伝えます。給与、残業、有給休暇などの改善提案を具体的に話し、最後に期間を定めて慰留します。本当にやめたいと考えている人以外は、引きずられて「私も」と言っていることが多いので、引きずられている人に、「どうしても私たちと一緒に働き続けてもらえませんか？ あなたがいてくれるからこの医院がまわっているのです。もし、どうしてもということであれば、せめて新しい人が入って一人前になるまで残っていませんか？」というお願いをします。言い出した本人は退職してしまうかもしれませんが、それ以外の人には残ってもらえることもあるでしょう。

一番重要なポイントはなぜ同時にやめたいと思ったのか、その原因を院長先生自らが聞き出し、院長先生自身が変わることだと考えます。スタッフと仕事でもプライベートでも円滑なコミュニケーションができていて、医院の3年目の危機も乗り越えられるようです。