

テーマパークに学ぶ 予防中心の新しい歯科モデルを実現

予防診療への注力が生んだ 顧客満足と高収益

医療法人社団ゆめはんな会ヨリタ歯科クリニックは、東大阪市の河内花園駅前にある歯科医院である。

最大の特色は、虫歯になってから治すのではなく、虫歯にならないようにする予防ベースの歯科医院であることだ。このため顧客ターゲットは、乳歯から永久歯に生え変わるタイミングの子供と、身体の変化が多い40歳以上の女性としている。

歯が痛くなれば患者は自ら歯科医院へ通うが、予防を中心とする診療では、積極的な来院動機が必要だ。そこで同院では、「ワクワク楽しい」歯科医院というコンセプトを掲げ、さまざまな取り組みを行なっている。

例えば、予防診療の顧客を対象とした専用サロン「ウエルカムサロン」を設け、コンシェルジュを配置。顧客の要望に応える他、急な雨の際にはタオル

や傘の貸し出し、乳児用のおむつやおしりふきの準備、保育士が常駐する教育託児ルームの設置、無料ロッカーの設置など、歯科医院の枠を超えたおもてなしを実現している。もちろん、患者との会話から得た生活背景をスタッフが共有する「気づきカルテ」や、カルテ裏面の目の付く位置に初診カウンセリングシートを添付しておくなど、診療そのものの品質を高める工夫も多くなされている。また、子供を対象とした予防診療の会「カムカムクラブ」では、虫歯予防の大切さを伝える「カムカムフェスタ」を始めとしたたくさんのイベントが行なわれており、楽しみながら予防診療が受けられるよう工夫されている。

ヨリタ歯科クリニックの商圏は、徒歩10分圏内に22件の歯科医院がある激戦区だが、1日の来院患者数は150～170名を数える。これは、全国の歯科医院の一日当たり平均来院数の約10倍に相当するという。患者からの紹介によって、遠方から来院する患者も多いという。

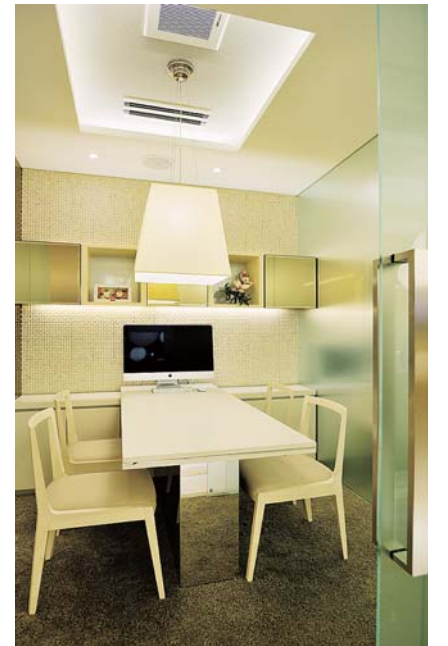
一般的に、予防ベースの診療は、治療診療に比べると保険点数が低いいため、利益率が低くなるとして敬遠する医院も多い。しかし実際には、予防に目を向ける患者はそもそも歯への意識が高いため、インプラントや歯列矯正などの自費診療につながるケースが多い。実際、同院は予防診療に積極的に取り組むようになってから、飛躍的に業績が向上した。同院の成功を受け、予防歯科への取り組みは他の歯科医院にも広がっている。

予防診療を支えるのは 理念に基づくチームワーク

治療もそうだが、予防ベースの診療を行なう際にも、歯科医師だけではなく衛生士や他の職員の力が必要になる。同院は職種を、「歯科医師」「歯科衛生士」「健康プロモーター（歯科助手）」「スマイルクリエイター（受付）」「スマイルサポーター（クリーンスタッフ）」



虫歯のない子供たちが健康な歯を守り育てるために来院する「カムカムクラブ」では、「カムカムフェスタ」という楽しみながら歯の大切さを学ぶイベントを開催している。



専任のカウンセラーが対応するカウンセリングルーム。口内の悩みや不安を解消してから診療を受ける。

「感動クリエイター（情報発信・医院ブランディング）」の6つに分けているが、対等の関係であることを重視し、各職種が患者に対してどのような役割を担うかを、研修を通じて伝えている。専門の資格を持たない職員も自分が何を行なうべきかを認識できるだけではなく、役割を専門化することによって、スタッフ同士が互いの価値を認め合い、協力・感謝しあう風土を育てている。

同院の職員は、常時「アワクレド」という行動指針の書かれたカードを携帯している。「悩んだときにはクレドが方向を示してくれる」と、衛生士の久保友紀子氏は話してくれた。アワクレドや「感謝・感動・ワクワク楽しい」を大切にしているヨリタ的思考は、入社当初から先輩職員に教えてもらっているという。休み時間を利用して、先輩職員から専門知識や診療技術を教えてもらう職員も多く、理念浸透や助け合いが職員間で自発的に行なわれている。ま

た、2か月に1回は勉強会があり、学んだことや学びたいことを職員同士で発信。新人研修では医院理念の浸透、スキルの継承を行ない、多くの職員の手によって新人育成ができるように仕組み化されている。

他にも、全職員がそれぞれ何らかのプロジェクトチームに参加していることも特徴的だ。職員主導の改善が進むことに加え、職種を横断した交流が行なわれることによってコミュニケーションが活性化した。このように高いモチベーションで業務に取り組める仕組みが多数あることから、職員の定着率が高く、それによってさらにサービスレベルが向上するという好循環が生まれている。

テーマパークに学ぶ 同院の精神を業界全体へ

患者が来院した際には、「〇〇様こんにちは」とできる限り名前を呼びか

け、患者に診察券を渡しに来てもらうのではなく、職員が受付カウンターから出て取りに行く。病気で通院できなくなった患者には、全職員による手書きの色紙を送った。職員のホスピタリティの高さを伺わせるエピソードは枚挙に暇がない。

こうした行動の根底には、自分たちをホスピタリティ産業の担い手と捉え、あたかもテーマパークに来たかのような楽しさを来院した患者に提供しようという意識がある。

そのため、「ヨリタ歯科クリニックに通うこと」「ヨリタのスタッフと話すこと」そのものが、患者にとっての付加価値になっているのだ。

創業者で理事長の寄田幸司氏は、「ワクワク楽しい歯科医院実践会」を設立。飽和化により厳しい状況にある歯科業界に向けて、惜しみなく自院の考え方や取り組みを公開し、歯科業界全体の成長・発展にも貢献している。



歯科医師、歯科衛生士、スマイルクリエイター（受付）・健康プロモーター（歯科助手）など、さまざまな役職の職員が協力して「ワクワク楽しい」歯科医院をつくり上げている。



健康な歯を維持するための「ウエルカムサロン」。歯を削るドリルはなく、予防専門の部屋となっている。

会社概要

- ・法人名：医療法人社団 ゆめはんな会 ヨリタ歯科クリニック
- ・代表者：寄田 幸司 理事長
- ・所在地：大阪府東大阪市稲葉3-11-10 ピアザ花園3F
- ・設立年月：1991年6月
- ・資本金：10,000,000円
- ・ホームページ：http://www.yorita.jp/
- ・社員数：正規29名、パート・アルバイトなど21名
- ・事業内容：一般歯科、小児歯科、口腔外科、予防歯科、矯正歯科、審美歯科