

スタッフと患者さんの定着を目指して

関口 武三郎氏
(神奈川県保険医協会理事)



私は昭和50年4月の開業時に採用した4人のスタッフが12月のボーナス支給当日、全員が退職するという手痛い洗礼を受けた。開業当初は私の眼はただ一筋に患者さんに向かっていて、目の前にいる患者さんの治療に専念することに全精力を注いでいた。親の背中を見て子が育つように、私の診療姿勢を見てスタッフも育ってくれるものと安易に考えていたのであった。しかし、現実にはスタッフは自分の子供ではなかった。20年以上も異なった環境で生活してきた人たちが、たまたま今日から私の歯科医院に勤務してくれることになっただけなのだ。この日から私はスタッフの心をつかむ、スタッフ第一主義に徹するようになった。スタッフの採用には最も神経を使う。そのために私は、独自の面接シート用い、3種の性格テストを行う。そのうえで、当歯科医院の医療理念に最も合致した人を選ぶようにしてきた。また、有給休暇、産前産後の法定休暇、退職金制度の制定などの労働環境を整備することで定着率は高くなり、子育てが一段落し、数年してから復帰してくれたスタッフも多数いるし、定年まで勤務してくれたスタッフもいる。

スタッフの定着に続いて、患者さんの定着率も医院繁栄にとっては大切な課題である。

ディズニーランドにしる、ユニクロにしる、スターバックスにしる、あらゆるサービス業で伸びている業者には必ず熱烈なリピーターがいる。歯科医院も然りである。ミッションとも言われる確固たる医療理念を持ち、院長のリーダーシップのもとでスタッフ全員が医院のミッションを実践してゆくことで患者さんはリピーターとなるだけでなく、積極的な口コミ宣伝を買って出てくれるのである。人は「良いサービスを受けた時4人に話し、悪いサービスを受けた時20人に話す」と言われる。しかし、誰でも良いサービスを受けたときに4人に話してくれるわけではない。話してくれそうな人を集めるのである。この話してくれそうな

人を日野佳恵子氏はシーダー(種をまく人)と呼ぶが、まずはシーダーになってくれそうな熱狂的なファンを組織するのである。私の医院は「はははの会」という会員制の虫歯予防の会があり、今年で35年になる。これまで述べ300人くらいの会員がシーダーとして勝手に当医院のPRをしてくれ、紹介された患者さんは3000名以上になる。

それでは人はどういう体験をしたときにシーダーとなって「口コミ」をするのであろうか？

今回のランチョンセミナーではスタッフ定着に対する私の工夫と、医院の患者層の核となってくれる患者会、そこから発生する口コミへのコツなどをお話ししてみたいと思う。

●関口 武三郎(せきぐち ぶさぶろう)氏プロフィール

1969年日本大学歯学部卒、1975年横浜市金沢区にて開業、1993年慶應義塾大学文学部卒。日本大学歯学部兼任講師(医療人間科学)、日本心療内科学会認定登録医、日本催眠医学心理学会認定・催眠技能士、日本顎咬合学会認定医、日本歯内療法学会専門医

主な著書

「診療室が変わる本」、「スタッフが変わる本1、2」、「新・診療室が変わる本」クインテッセンス社

「虫歯がいたい君に」大月書店

「歯から始まる美味しい生活」かわら版 など