

理念を浸透させよう

クリニックをひとつにまとめるために不可欠なもの、それは医院理念です。医院理念は簡単に言えば「クリニックが何のためにその地に存在しているのかを示すもの」「クリニックの目指す方向性」「クリニックのモットー」などを指します

「医院理念がない」「とりあえず近隣のクリニックの理念のいいとこ取りした、寄せ集めの内容になっている」というクリニックが意外に多くありますが、それはまるで行先の決まっていない船のようです。

よく言われることですが、ドイツニーランドで働く人（キャスト）の9割はパート・アルバイトであるにも関わらず、なぜあれだけサービス力が高いのかと言うと、アトラクシヨン、お土産売り場、レストラン等々この部署で働いているとしても、キャストは「全

てのゲスト（お客様）にハピネス（幸福感）とエクスペリエンス（感動体験）を提供すること」をモットーにしているからです。

「今、自分の振る舞いによって、ゲストがハピネス&エクスペリエンスか？」と自問自答することで、その問いにYESならその行動をやり続け、NOなら止めるということが自然とできているのだと思います。

ちなみに私が主宰する医経統合実践会では、セミナーのゲスト講師に、「この病院で死にたい」と日本全国から患者さんが集まる亀田メディカルセンター理事長の亀田隆明先生をお招きしたことがあります。亀田メディカルセンターのモットーは「Always Say YES!」です。もちろんこのモットーを掲げること、すぐにスタッフが同じ方向を向くわけではないと思いますが、まずは掲げることが大切なのです。

続いて、その理念をスタッフに浸透させていくための5つのステップを説明しましょう。

なぜその理念を掲げたのか、院長が思いを語る

弊社のセミナーに参加したことがある院長は、何度も耳にしていますが、経営者の最大の仕事は「伝えること」です。世界的名著に、『人を動かす』（デール・カーネギー著）がありますが、人を動かすためには伝えなければいけません。ステイブ・ジヨブズが「Appleが電話を再開発しました。その名はiPhoneです。iPhoneにはこんな特徴があり…」とその魅力を伝えたからこそ、爆発的な大ヒット商品になったのです。

医院理念も例外ではありません。「なぜこの理念にしたのか？」を何度も繰り返し伝えることが大切です。その積み重ねによって、次第にスタッフに理念が浸透していくのです。

よく理念を額縁などに入れてあるクリニックがありますが、だからと言ってスタッフがその理念を言えるかというと、全くそんなことはありません。繰り返しになります、とにかく院長は経営者として伝え続けることが大切なのです。

院長が理念に沿った行動をする

個人にも組織にも言えることですが、言っていることと行動に一貫性があった時、人は信用を寄せるものです。例えばあるスタッフが「私はクリニックのために頑張ります！」と言葉では立派なことを言っている、患者さんへの応対に笑顔が全くなかったら、先生はこのスタッフを信用するでしょうか？

それはスタッフから見ても同じことです。「患者様に真摯に向き合い、地域に愛されるクリニックをスタッフ一丸となって創ります」という理念を掲げたはずの院長が「診療時間開始になっても診察室にいない」「患者さんの方を全く見ないで診療している」「スタッフに挨拶も感謝も何もない」では、スタッフは院長を信用することはできません。

それどころか、これは私も7年の経営者人生の中で痛感したことでありますが、経営者はスタッフにこうなってほしいという姿を、まず自分が誰よりも実践してこそ、初めてスタッフに伝わるものなのです。例えば「患者さんに笑顔で接してほしい」と期待した場

合、まずは院長が患者さんにマスク越しであっても笑顔で会話したり、「仕事をしていく上ではスピードが大切なので、迅速に行動することを心掛けてほしい」と期待するならば、まずは院長が何事にも迅速に対応するなどです。

このような院長の姿をスタッフが何度も目の当たりにしていく中で「この先生は本気だ。私をもっと頑張らない」という意識が芽生えるのです。私の感覚ではスタッフに求める3倍量を院長が実践して初めて、ようやくスタッフに1伝わるものです。

朝礼で唱和する

この本を読むほど経営に対して意識が高い院長のクリニックですから、おそらく朝礼を実施しているかと思いますが。その朝礼において理念を唱和するのです。私が定期的にコンサルティングにお伺いしているクリニック（以下クライアント）では、朝礼の司会を順番制にしており、その日の司会のスタッフが「では、理念を唱和します。私たち〇〇クリニックは…」と理念を言った後に、あとのスタッフが続いて唱和する、という流れが一般