

医療が労働力人口をリードする

What is **concept making** all about?

歳の 終わりと 始まりに

高額医療機器やデザイナーズ空間をつくったところで、人が集まる歯科医院にはなりません。官主導でハード主体のアミューズメント空間をつくっても、人が集まらない施設が日本の至る所にあるように、日本の歯科医院づくりは、製造・流通主導のハードプランを優先してきた結果、働く人にコストがかけられない経営体質になっています。そのため、歯科にはサービスを提供する優れた人材が集まりません。約15年後には、医療・福祉関連業種が日本の就業者人口のトップに踊り出ますが、このままでは歯科は医療・福祉と人材市場で伍していくことはできないでしょう。歳の終わりと始まりに、ハードからソフトにコンセプトを書き直してみませんか。

情緒を つかみ 人生に関わる

歯科は生活の質を高める医療といわれて久しいのですが、現実の歯科医院には生活の質を高めるサービスを提供する人材マネジメントが見えてきません。

私が商業施設などの開発計画の中で、医療機関のリーシングをして学んだ重要な評価基準は、単にモダンで美しい施設をつくることではなく、そこに『人間生活の質』をつくりだすこだわりが必要ということです。つまり人の情緒やライフスタイルに多様にかかわる大型施設の計画は、ハード面を先行させては失敗するという思いが、作り手側に共有されているのです。歯科医院も規模こそ違いますが、求められているものは人間の情緒やライフスタイルを維持向上させるという点で同じです。これからの『歯科医院づくり』は、来院者が人間らしい生活のダイナミズムを実現することができなければ、単なる高額医療機器が置いてある医療者側の自己満足の空間にすぎないのです。

現実を見ると 信念が こもってくる

ソフト主体の『歯科医院づくり』をしていくと人口動態・労働力人口を見据えて、その時々で歯科医院の在り方を考え直さなければなりません。そういった歯科医師に、医院目的を問えば、長期間を見据えたコンセプトが返ってきます。しかし、ハード主体の歯科医師は、その時々々の機材のトレンドに左右され曖昧なコンセプトに終止しています。「地域医療に貢献したい」「人前で笑えるようにしてあげたい」これは本当にやりたいことなのでしょうか。なぜここを問うかといえば、ハード主体の歯科医師のコンセプトは、臨床に導入した医療機器を取り入れたいといった医療者側の発想のため信念のこもったコンセプトにならないからです。本音を言えば、投資した医療機器の費用回収が目的としたコンセプトの場合もあるわけです。こんなことは歯科医師としての理想と現実のはざままで起こりうることで、『巧みなコンセプト』として折り合いをつける期間があってもいいのです。しかし、いずれは人口動態・労働力人口の変化と向き合わなければ、現実の関門を突破することはできません。

歯科医師ほど生活者の情緒やライフスタイルに多様に関わる仕事はそうありません。仕事を通じて人生のダイナミズムが直接伝わる感覚、しびれるような達成感、人



口動態・労働力人口といった現実の問題を認識した歯科医師だけが手にすることのできる理想なのです。現実問題を直視した時に『巧みなコンセプト』も信念のこもったコンセプトに変わっていくのです。

現実には できないことを 棄てると 見える

本当に『やりたいこと』を挙げていくと、医院コンセプトがぼやけてしまうばかりか、『やりたいこと』をするためには『現実にはできないこと』をしなければならぬという矛盾に陥ります。『やりたいこと』を見つけるには、『現実にはできないこと』を徹底的に洗い出してみることで。

私の場合も「目的の違う経営者と仕事をする事」など『現実にはできないこと』を挙げていくうちに、自分がやりたいことが明確になり、歯科医師の情緒やライフスタイルに深く関われるコンサルティングを仕事とすることができたのです。このようなことは、歯科医師も時代の流れの中で経験してきました。生活者の口腔環境が向上するにつれて、一歯牙単位のむし歯処置などにもなう修復補綴（＝『現実にはできないこと』）を第一とする姿勢を棄て、予防や審美など生活の質に関わる診療を打ち出すこと

で、新たな市場が拓けたわけです。その結果『生活者の情緒やライフスタイルに関わる』サービスを提供できる人材が求められるようになってきたのです。

14.6%で 採用市場を 広げよう

ハードプランが優先されてきた日本の歯科医院には、『生活者の情緒やライフスタイルに関わる』人材感が欠けています。そのためサービスの担い手である人材投資の意識が希薄で、人材レベルも低下しています。この傾向は出来高払いで、質評価のない保険点数制度の中で形成された保険医としての人材感でしょうが、この意識を変え雇用水準を上げなければ歯科医院は変わることができません。

その財源として高額医療機材などハードの費用を、雇用条件に転化するのは時代の要請です。特に社会保障費を財源とする歯科医院の多くが、スタッフの社会保障費を納めないことで経営を維持すること自体が、不名誉なことでも世間では通用しないセンスです。この業界常識に麻痺しては、一般業界と人材市場で伍していくことはできません。一般業界の第一線で働ける資質の人材を集めることなくして、生活者に安心を与え満足度を高める歯科医院など夢物語です。

医療は 労働力人口の トップに 向かっている

現在歯科医院の多くが、製造業やサービス業のマネジメントシステムを下敷きにしたセミナーなどで学んでいます。例えば5S・ISO・報連相・標準化などは製造業などの焼き直しです。それも“ものづくり日本”を標榜する日本においては、国策として優秀な人材を製造業に集中させてきたため、マネジメントシステムなどが発達してきたからです。就業者数が多い産業から人材やシステムが他の産業へ流れて、他の産業も底上げされるのが産業構造推移の常ですが、2030年前後には医療・福祉が、現在就業者数が1位の卸売・小売業と2位製造業を抜き、トップになることが総務省統計局の労働力調査から見とれます。今から約15年後には、歯科が属す医療は日本の中心産業となり、優秀な人材が集まってくるのです。現在の歯科医院の人材感と労働条件、そしてコンセプトで医科と福祉・介護と伍して人材を獲得していけるでしょうか。15年後を想像するのは難しいことかも知れませんが、15年後に突如として全産業の1位になるのではなく、今現在もその過程の中に歯科はおかれています。その準備は今から始めても遅すぎないのです。ハードからソフトへ視点を変えて、歳の終わりと始まりにコンセプト・メイキングしてみませんか。

(クレセル 伊藤)

産業別 就業者数の 推移

出典：総務省統計局「労働力調査」
※2030年の数字は政府推計値
※2012年の上位4つの産業で比較

