

令和3年度 経営管理研修会 〈当番幹事 高梁・新見・真庭 三支部合同〉

メインテーマ ニューノーマル時代の病院経営 –新しいビジョンを描くには–

令和3年度経営管理研修会が11月11日(木)、岡山県医師会館において開催された。昨年度同様、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、半日(午後)のみの講演3題とし、交流会や議題別グループ討議は見合わせた。また、会場及びオンライン(Zoom)によるハイブリッド開催となり、参加は61病院152名、座長等4名であった。

難波義夫会長の開会挨拶の後、名古屋記念病院 太田圭洋理事長による「ー民間急性期病院グループの挑戦ー都市部の地域密着型急性期病院に未来はあるか」、続いて福岡ソフトバンクホークス株式会社 館賢治顧問による「地域に根づくブランドの作り方」、更に気象予報士で健康社会学者の河合薫氏による「「攻めるチーム」の作り方ー一人ひとりが輝く職場～」と各々題して講演が行われた。

最後に、山田晴基事務長代表幹事の閉会挨拶をもって研修会を終了した。病院経営における様々な案件・課題



▲難波協会長の開会挨拶

打開の端緒を掴む上で参考となる講演内容であった。

(中山病院 事務長 森木寛延)

講演Ⅰ –民間急性期病院グループの挑戦– 都市部の地域密着型急性期病院に未来はあるか

講師 社会医療法人名古屋記念財団 名古屋記念病院 太田圭洋 理事長



政府の新型コロナウイルス感染症対策分科会の構成員を務める太田先生より、新型コロナウイルス感染症が病院経営に及ぼす影響、今後の医療制度改革の方向性について、国の中央で審議されている内容などを盛り込んだ話があった。

感染対策と社会経済活動を両立するには、感染拡大フェーズに入った場合、躊躇せず感染拡大防止策を実施することが必要であり、それにはワクチンの普及、治療薬使用が軌道にのることが求められる。また、医療は人が行うものであり、我が国における医療現場では、医療従事者の数が不足している。コロナ感染者を対応する急性期病床数あたりの医療従事者数は他国と比較して少なく、コロナ対応をするためには多くの病床を休止しなければならず、休止した病床分の一般診療が失われている。医療だけでなく、国民全員が感染拡大を防止する行動変容(新たな日常生活様式)の定着を図るなど、社会全体の協力が不可欠となる。

新型コロナウイルス感染症拡大は、外来受診控えなど病院経営に大きく影響を与えた。国は感染症患者を受け入れ

る医療機関に対し、減収への対応を含めた経営支援や、病床確保、施設整備などの支援について、診療報酬や補助金及び交付金による今後の対応の在り方を検討し、引き続き実施する方針としている。

次期、診療報酬改定は次の5つの視点が議論されている。新型コロナウイルス感染症をはじめとする新興感染症等への対応、医師等の働き方改革、医療機能の分化等、安心・安全で質の高い医療の実現、制度の安定性・持続可能性を高める。医師の働き方改革は医療法の一部改正が施行される。医療機能の分化では「外来機能報告」による医療機関の外来機能の明確化・連携の推進が図られる。新型コロナウイルス感染症をはじめとする新興感染症等への対応と一般医療を両立させる体制の中で、どのように自院の経営を維持するか。医療機関を取り巻く環境変化に対し、既存の考えにとらわれず、地域ニーズを捉え、地域密着型の医療機関として、柔軟な生存戦略を見出す経営力が必要となる。

(勝山病院 事務部長 平内大輔)

講演Ⅱ 地域に根付くブランドの作り方

講師 福岡ソフトバンクホークス株式会社 館 賢治 顧問(社友)



2004年、当時のソフトバンクが福岡ダイエーホークスを買収し、2005年福岡ソフトバンクホークスとして活動を開始してからの17年間、あらゆる経営課題を克服する過程の中で「福岡・九州ナンバー1ブランド」と評価されるに至った道のりを、「孫さんは何故ダイエーホークスを手に入れたのか」「僕たちは何を目指したのか」「チームが勝ちさえすればお客は入るって本当?」「何でもやってみよう」という四つの副題に沿って野球界の裏話も含めてお話しいただいた。

球団を買収する以前、通信会社であるソフトバンクに対する世間の知名度は思いのほか低く、世の中に社名を知らしめるべく当時の福岡ダイエーホークスを200億円で買収する。この結果数年後のソフトバンクの社名は認知度を格段に上げることに成功し、200億円が広告宣伝費として非常に安いものを感じる程の効果を得た。

福岡ソフトバンクホークスになった時、チームスローガンを「目指せ世界一!」とし、選手監督をはじめ全ての関係者がチームを強くするため、また事業として正しく利益の出る働

き方をするために、経営に関する社員教育をしっかりとおこなった。

野球に興味のない人々に対して、K-POPやコスメ等興味のあることで球場に足を運んでもらい野球にも興味を持ってもらう、街中でユニフォームを配布する等、出来ることは何でもやってみようという姿勢で事業を続けた結果、現在は有料会員クラブの会員が18万人以上も在籍している。ファン拡大事業に対して受け手側がどう感じているのかを常にフィードバックした結果である。

また、2007年にはパ・リーグに所属する全6球団と共に合弁企業「パシフィックリーグマーケティング(株)」を設立し、動画配信や6球団の共同イベント等を手掛け、新たなプロ野球ファン獲得のために活動している。

事業内容は違えども、医療においてもこのブランディングにおける取組は非常に役に立つプロセスであると強く感銘を受けた。

(太田病院 事務長 太田晃弘)

講演Ⅲ 「攻めるチーム」の作り方 ～一人ひとりが輝く職場～

講師 健康社会学者(Ph.D) 気象予報士 河合 薫氏



新型コロナウイルス感染症の流行は、人々のライフスタイルにも大きな影響を与え、コミュニケーションの質や量、働き方の意識などに大きな変化がみられている。人生の優先順位が明確となり、コロナ終息後の働き方として「なぜその会社で働くのか」「自分は何者でなぜそこにいるのか」という個人が働くうえで欠かせない信念についても見直す機会が増えてくると思われる。

信念を持たない人々の職場では、業務の効率性だけが追及される。しかし、職員の職務満足度は満たされておらず、結果として生産性の低いチームとなる。一方で信念を持つ人の職場では、チームを構成する職員が生き生きと働き、生産性の高いチームとなる。

「何のために働くのか」ということについては人それぞれに考え方があがるが、幸せになるために働くという部分は共通である。職員にとって満足度の高い職場環境を作るために、経営者や管理者に考えてもらいたいのは、「大切にすべきも

のは何か」ということを見極め、投資することである。その大切にすべきものの一つとして「人と人とのつながり」がある。

「人と人とのつながり」は職場でのさまざまなストレスを乗り越えるための大きな力となる。人の健康状態は危険要因(ストレス)と健康要因(前向きな力)により左右される。例えるなら危険要因は雨であり、健康要因は傘である。雨が強くても傘があれば、雨をしのぐことができる。職場における人と人とのつながりには上司や仲間などさまざまなものがあるが、コロナにより人とのつながりが乏しくなっている現在、ますますそのつながりは重要となっている。困ったときに頼れる、弱みを見せられる、意見をいっても受け止めてくれる職員間のつながりを作ることが組織全体の成長へとつながる。傘の貸し借りができる関係性を作るために、人とつながる機会を大切にしていくことが経営上においても重要となるだろう。

(こころの医療たいようの丘ホスピタル 事務長 足立正史)