







「経営者のための情報Note」 Vol. 100

		タイトル、及び配布例				
		病 院	診 療 所	歯 科 医 院	福 祉 施 設	一 般 ・ そ の 他
A	 フィロソフィ ノート Philosophy Note	<今月のタイトル> 『共生』することを強く思い、行う				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	 メディカル ノート Medical Note	<今月のタイトル> 医療機関のHPも規制対象となった 医療広告GLを通知				
			<input type="radio"/>			
C	 デンタル ノート Dental Note	<今月のタイトル> 自由診療について考える				
				<input type="radio"/>		
D	 ウェルフェア ノート Welfare Note	<今月のタイトル> 「介護施設等で働く看護職員の処遇の改善」 などを要望				
					<input type="radio"/>	
E	 環境 ノート Environment Note	<今月のタイトル> EV普及へ官民連携				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	 トピックス ノート Topics Note	<今月のタイトル> トイレでも注意喚起				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

「経営者のための情報Note」は、当財団より毎月提供いたします。



Philosophy Note

『共生』することを強く思い、行う

杉田 圭三

■何故、『共生』が必要なのか

今や、世の中は、生活者を蔑ろにした食品の偽装・期日改竄、国民を無視した政・官・民の癒着等々の不祥事が相次ぎ、荒廃に荒廃した末法の様相を呈しています。その根源には、「自分さえ良ければよい」という、利己主義の蔓延がもたらす『共生』している』『共生』するという自覚の欠如を伺い知ることが出来ます。何故そうなのか、それは、『心に思ったことは、行いになり、結果を生む』という原因と結果の法則があるからなのです。経営の視点で捉えれば、お客様、取引先、従業員等々、自然や社会などの環境との『共生』が不可欠であり、さらに、地球規模でも温暖化が大きな社会問題となっていることから、大自然との『共生』を図るべく『環境経営』なる新たな取り組みも生まれています。このように他を慮り『共生』することを強く思い、そして、行うことが、今、求められているのです。

■『共生』とは

『共生』は、広辞苑に「異種の生物が行動的・生理的な結びつきをもち一所に生活している状態」と解説されています。また、「一所」とは、相伴うことを意味し、「同時に生ずる。」「同時に生じさせる。」というとても大切な要素になっているのです。この世では、森羅万象あらゆるものが共生し、共存していかなければならないのです。「自分も生き、相手も生かす。」つまり、「地球にいる生きとし生けるもの、すべてのものが一緒に生きていけるようにすること」を『共生』する」と言い、『利他』は、『共生』の根本になるものなのです。しかし、難しいことに私達の心には『利己』と『利他』が共存しているのです。そこで、『利己の心』(「自分だけよければいいと思う心」)は、自分のことしか考えていないので、誰の協力も得られず、自分中心ですから視野も狭くなり、間違った判断をするようになりがちです。従って、『利己の心』を抑制し、『利他の心』(「自分自身を犠牲にして、相手のためになることをしようと思う心」)を育むことが重要になります。『利他の心』は、「人によかれ」という心ですから、周りの人が皆協力してくれ、また視野も広がるので、正しい判断が出来るようになるのです。

■『共生』の教えを経営に活かす

<全員参加で『自己覚知経営』を行う>

一握りの経営陣だけが経営を考えるのではなく、全従業員が経営者と同じような《意識》、考え方、精神をもって会社を運営することを『自己覚知経営』と言います。それは、強い会社を作る基になると同時に、それが皆で『真に豊かな人生を実現する』ことにもなるのです。

従って、成果配分についても「業績の良い部門の給料をアップさせるとか、賞与を多くするというのをしない」という考え方。つまり、給料・賞与等の物質的に報いることを優先しないで、「君達が頑張ってくれたから、会社がうまくいって、自分達も賞与がもらえるのだ」と、よく頑張って業績を向上させてくれた部門には、賞賛と賛辞を与え、感謝の気持ちを伝える。このお互いを認め合う全員参加の『自己覚知経営』が人間の持てる能力を最大限に発揮させることになるのです。何故なら、「代償を求めず、世のため人のため(仲間のため)に尽くす『利他行』が人間として一番大切なことである。」との自覚と、行いが『共生』するためには不可欠と考えるからなのです。つまり、給与・賞与等は後からついてくるものなのです。





医療機関のHPも規制対象となった医療広告GLを通知

《厚生労働省》

厚生労働省は5月8日、「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針（医療広告ガイドライン。以下、新GL）等について」の通知を医政局長から各都道府県衛生主管部（局）長等に向け発出した。これは、2017年6月に公布された改正医療法で、医療に関する広告規制の見直しがなされ、医療機関のウェブサイト等も規制対象に追加されたこと等を受けての対応である。また、改正医療法の施行に伴い、同日、医療法施行規則等の一部も改正され、広告の内容及び方法の基準として、▼患者等の主観又は伝聞に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談の広告をしてはならないこと、▼治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等の広告をしてはならないこと——が省令で定められた。

医療機関の広告については、患者等の利用者保護の観点から、医療法その他の規定により制限されてきたが、現在、医療機関のウェブサイトについては、原則として規制対象ではない。しかしながら、美容医療に関する相談件数が増加する中、消費者委員会より、医療機関のウェブサイトに対する法的規制が必要である旨の建議がなされ、これを踏まえ、2017年の通常国会で成立した改正医療法において、医療機関のウェブサイト等についても、広告規制の対象になった。

新GLでは、①広告規制の趣旨、②広告規制の対象範囲、③禁止される広告、④広告可能事項の限定解除の要件等、⑤広告可能な事項、⑥相談・指導等の方法、⑦助産師の業務又は助産所に関する広告について——の7つの柱に分かれて規定。禁止される広告については、具体例を交えて説明し、特に、誇大広告の扱いについて、▼「〇〇学会認定医」や「〇〇協会認定施設」（活動実態のない団体による認定）⇒客観的かつ公正な一定の活動実績が確認される団体によるものを除き、当該医療機関関係者自身が実質上運営している団体や活動実態のない団体などによる資格認定や施設認定を受けた旨は、国民・患者を不当に誘引するおそれがあり、誇大広告として扱うべき、▼「比較的安全な手術です」⇒何と比較して安全であるか不明であり、誇大広告として扱うべき——等と明記した。また、省令でも規定する「治療の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療前後の写真を広告してはならない」点について、いわゆるビフォーアフター写真等を意味するものであり、個々の患者の状態等により当然に治療等の結果は異なることから、誤認させるおそれがある写真等については医療に関する広告としては認められないとした。ただし、術前又は術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項や、治療等の主なリスク、副作用等に関する事項等の詳細な説明を付した場合には、これに該当しないと説明。さらに、当該情報の掲載場所について、患者等に分かりやすいよう十分に配慮し、例えば、リンクを張った先のページへ掲載したり、利点や長所に関する情報と比べて極端に小さな文字で掲載するなどといった形式を採用しないよう定めた。

改正医療法による新たな広告規制の施行日は2018年6月1日。これに伴い、同日より新GLが運用され、現行のGLは廃止される。



Dental Note

自由診療について考える

■自由診療について考える

歯科医院数は68,791軒（2018年1月末時点）と、歯科医院の経営は依然として厳しいマクロ環境に晒されています。医業収入の側面に鑑みますと、美しさや耐久性の観点から見て優れ、一般的に利益率も高い自由診療が、今後も歯科医院経営にとって重要なファクターであることは間違いありません。実際に、弊社がある東京都の場合、全体の約95%が取り入れています。筆者自身も昨年、受療し、自由診療を選択、オールセラミックによる補綴を2本装着いたしました。色合いも咬合も違和感がなく、ファイバーポストを含め1本10万円台半ばの費用はかかりましたが、満足のいく仕上がりです。

一方で、今春の診療報酬改定で、「白い」補綴の高強度硬質レジブリッジが保険適用となりました。臼歯3歯の「白い」ブリッジが保険でできるようになったのです（1装置につき2,500点）。このように、審美性を兼ね備えた保険診療が徐々にその範囲を拡大しつつあります。

このような歯科医院経営の環境下で、実際のドクターは自由診療についてどのように捉えていらっしゃるのでしょうか。

■自由診療の位置づけ

実際に、現在筆者とお付き合いのある予防歯科を標榜するA歯科医院院長と、開業後21年、現在は医療法人として順調な経営を続けるベテランのB歯科医院院長に「自由診療・自費収入」について率直な問いかけを行ってみました。

ご自身にとって自由診療とは何なのでしょう。自費収入をアップさせるとはどのような意味を持つのでしょうか——？

●A歯科医院（自身の技術や経営理念を実現する手段、レセプト枚数に依存しない経営）

都内郊外において前経営者から3年ほど前に事業承継し、保険診療による収入を中心とした堅実な経営を続けている。しかし、ここ1年あまりは売上が横ばい。「横ばい」の理由は、開業後1年あまりを経過した時に陥ったキャンセル患者の増加を機に、やみくもに患者予約を確保すると、レセプト枚数は増加するが、治療や対応の質が落ちキャンセル率が高くなると検証し、以降、A歯科医院では予約に一定の上限を設けているためである。

A院長は昨秋、歯面クリーニングと超音波スケーラーの両方の機能を兼ね備えた「エアフローマスターピエゾン」の導入を行った。メンテナンスの重要性を患者様に啓蒙するプロセスが一段落したところで、自由診療での「予防」をより一層進展させる計画だ。「自費収入の割合を増やし、レセプト枚数に依存した経営からの脱却を目指したい」——と、40台半ばを迎えたA院長は力強く語る。予防の理念の実現に向けて、スタッフとともに10年後20年後にも評価される歯科医院をA院長は目指している。

●B歯科医院（患者様の口腔内の一生に責任を持つ）

B院長に同様の問いかけを行ってみたところ、「俺は自費収入をアップさせるなんて考えたことは一度も無い。患者様の口腔内に責任を持つことだけを考えている」——。筆者の問いかけに対し、そんな身も蓋もない答えが返ってきた。B院長が語る内容は、要は、患者様の口腔内の一生に責任を持つという観点から考え、一番良い治療法や材料も選択肢として提示し、患者様がそれを選択した結果、保険外診療（自由診療）であるということ。このようなスタンスの診療を貫き、B歯科医院では自由診療が収入全体のうち25%~30%台前半で推移し、大変良好な経営状態が続いている。B院長の主張の根底には、確固とした技術や経験に対する自信が垣間見え、そのようなB院長のもとに来院患者は途切れることがなく（少なからずコワモテであるにもかかわらず！）、還暦一步手前で過去最高の収益を上げている。

■まとめ

自由診療の内容や自費収入についての院長先生の捉え方は様々です。「利益を増加させる手段」を第一に考える先生もいらっしゃる。「様々な治療方法の選択肢の一つ」と考えていらっしゃる先生もいます。どのようなアプローチであろうと根底には、診療の先に患者様の口腔内の健康維持向上があり、更には患者様のQOLや満足度向上の一助になることに違いありません。

審美性を兼ね備えた保険診療の範囲拡大や競合多数など明るい話題が少ない経営環境下ではありますが、自院の経営理念に基づき、自由診療を今一度捉え直し、患者様のために最善を尽くすことが重要ではないでしょうか？その先に自院の最高益が待っているのであれば皆幸せということになります。



「介護施設等で働く看護職員の処遇の改善」などを要望

～日看協、厚労省老健局の濱谷局長に要望書を提出

日本看護協会（日看協、福井トシ子会長）は4月27日、厚生労働省老健局の濱谷浩樹局長に、2019年度の予算編成に関する要望書を提出した。5月1日、日看協がプレスリリースした。

重点要望事項は「訪問看護提供体制の推進」（「訪問看護推進総合計画」の策定）で、このほか要望事項として、「介護施設等で働く看護職員の処遇の改善」、「介護施設・在宅領域における利用者の安全と尊厳を守るための体制整備」を挙げている。

■日看協の課題認識と「方向性は変わらない」—— 厚労省・濱谷局長

日看協によると、重点要望事項について福井会長は、増大する訪問看護へのニーズに対応するために、訪問看護師の倍増を図る具体的な施策の立案などを求めた。

これに対し濱谷局長は、日看協が示した課題や認識と「方向性は変わらない」とし、訪問看護も含めた地域での医療介護連携の推進に向け、在宅医療介護連携推進事業の有機的な活用などで対応したいとの理解を示した。

これを受け福井会長は「今後、訪問看護の必要量の増加に対応していくには、病院から地域・在宅へと看護人材が移動するような仕組みの構築が不可欠」と強く訴え、特段の支援を講じるよう重ねて要望したという。

■特養の看護職員の離職率、「病院の2倍で、定着が難しい」

「介護施設等で働く看護職員の処遇の改善」については、「介護施設等で働く看護職員の確保にあたり、病院と同等となるよう、賃金について処遇の改善を図られたい」と要望した。

日看協はその根拠として、「介護施設等の利用者の医療依存度は高く、その医療的対応、診療の補助を担う看護職員なしでは成り立たない」「介護施設等で働く看護職員の多くは、看取り、感染管理等に関する業務において施設職員に対し、質にかかわる指導的な役割を果たしている」「介護老人福祉施設（特別養護老人ホーム）で働く看護職員の離職率は、病院の看護職員の2倍で介護職員よりも高く、定着が難しい」などを挙げている。

■「自施設での研修実施や外部研修への派遣が困難な事業所もある」

「介護施設・在宅領域における利用者の安全と尊厳を守るための体制整備」については、具体的に2点を要望。①介護施設や在宅領域における医療安全管理体制および医療事故の実態を把握し、再発防止につなげる仕組みの構築、②介護施設や在宅領域に従事する看護職員へのリスクマネジメントに係る研修の充実——を挙げた。このうち②については、「介護保険サービスでは中小規模の事業所が多く、看護職員に対し自施設での研修実施や外部研修への派遣が困難な事業所もある」と指摘。対応策として、「リスクマネジメントに係る研修機会の確保」

「e-learning 等のコンテンツの充実」などの予算措置を要望した。



Environment Note

EV普及へ官民連携

～中心テーマは電池～

■戦略会議初会合 資源確保や環境規制

経済産業省は18日、電気自動車（EV）の普及に向けた課題を官民で協議する「自動車新時代戦略会議」の初会合を開いた。EVの性能向上の鍵となる次世代電池の開発に一丸となって取り組むのが柱だ。環境規制の強化も議論し、今年夏に方策を取りまとめる。

会議は世耕弘成経産相が主催し非公開。トヨタ自動車の豊田章男社長ら自動車メーカーのトップや学識経験者が参加した。EVは日本の出遅れも指摘されており、国際競争に勝ち抜く態勢づくりを急ぐ。

EVに搭載されるリチウムイオン電池は日本が先行したが、材料に使う資源を押さえる中国が激しく追い上げている。走行距離を延ばせる「全固体電池」やその先の次世代電池の開発競争で、日本勢として優位に立てるよう産官学協力の在り方を探る。生産に欠かせないレアメタル（希少金属）を共同で確保したり、リサイクルしたりする仕組みも検討する。

海外では地球温暖化など環境問題を理由にガソリン車への規制を強化する動きが広がる。燃費や排ガスへの規制はEVへの転換や技術革新を促す効果もあることから、国内規制のあり方も議論する。カーシェアリングなどサービス面の新たな動きへの対応も検討する。

政府が昨年にとまとめた成長戦略では、現在1%程度のEVとプラグインハイブリッド車の比率を2030年に20～30%とするも目標を掲げている。会議ではより長期の50年に目指すべき姿も打ち出す。

世耕氏は会議冒頭で「100年に一度の大きな変革の時代に入った。勝てる戦略を立てないといけない」と強調した。

■覇権争いへ異例のシフト

電気自動車（EV）など次世代車の世界市場での競争力強化に向けた官民の作戦づくりが動き出した。中心テーマとなるのはEVの性能向上の鍵を握る電池戦略。原料となるレアメタル（希少金属）の確保を含め、総力戦で取り組む。

■エンジン車衰退

経済産業省は1月、自動車を担当する課の課長級を2人体制にした。通常、各業界をみる担当課長は1人で、異例の自動車シフトと言える。

背景には、日本が次世代車分野で出遅れ気味の状況への焦りがある。欧米のほか、中国など新興国もEVに多額の投資をし、覇権争いが本格化。日本が得意とするエンジン車の存在感が低下していくのは避けられない。

自動車は日本の製品別輸出額の22%を占める最大品目で、関連産業に約530万人が働く今も日本経済の屋台骨。米国や韓国のライバル勢との競争に敗れた電機のはたは踏めない。経産省幹部は「今、適切に対応しないと国の将来に関わる」と焦りを隠さない。

■中国が存在感

次世代車競争で存在感を高めているのが中国だ。国内の大気汚染対策だけでなく、エンジン車で思うようにいかなかった強力な自国メーカーの育成ももくろむ。

中国はEVの走行可能距離や車体価格を左右する電池でも有利。リチウムなどレアメタルで豊富な埋蔵量を誇るためだ。資源確保も急ピッチで進めている。中国の自動車大手がオーストラリアの鋳山会社に出資する計画が報じられたほか、南米などで権益の獲得や採掘事業に参加する動きが出ているという。

EV用リチウムイオン電池の世界シェアは2013年に日本メーカーが7割超を占めていたが、16年には3割に落ち込み、中国メーカーに逆転された。

経産省が立ち上げた有識者会議「自動車新時代戦略会議」の18日の初会合でも「政府として資源確保や電池のリサイクルの枠組みづくりを進めてほしい」と切実な声が上がった。

電池業界に詳しい調査会社、富士経済（東京）の奥畑賢司氏は「資源の確保は電池メーカーだけでは歯が立たない。国を挙げた取り組みが必要になる」と指摘している。





Topics Note

トイレでも注意喚起 ～熊谷市の暑さ対策事業～

■サイトに熱中症予防レシピ

日本有数の暑い街として知られる熊谷市は、本年度も暑さ対策事業に力を入れる。新規事業として、熱中症への注意喚起をトイレでも行うほか、料理レシピサイト「クックパッド」に市の公式キッチン（ページ）を開設し、熱中症や夏バテ予防に効果的なレシピを掲載。市内では昨年5月1日～10月1日の間に100人が熱中症で病院に搬送されており、事業の事務局となっている市政策調査課は「熱中症患者を一人でも減らせるよう、暑さ対策をさらに強化する」と、熱い思いをにじませている。（三宅芳樹）

■トイレトペーパー

本年度は新たな取り組みとして、熱中症の予防法や対処法を印刷したトイレトペーパーを1万個作製し、7月から市内の公共施設や駅、商業施設などのトイレに備え付ける。さらに、尿の色で脱水症状を判定するポスターも掲示する予定だ。

トイレトペーパーでは、青い文字とゆるキャラのイラストで、「水分は一度にがぶ飲みせず、こまめに少しずつ飲みましょう」といった予防法や対処法を分かりやすく紹介。市の暑さ対策プロジェクトチームは「老若男女問わず、誰でもトイレを使うので効果的と考えた。熱中症対策では、全国初の取り組みではないか」としている。

■食事で体づくり

食事の面からも、市民の健康をサポートする。料理レシピサイト「クックパッド」に、市の公式キッチンを開設。暑さに負けない体をつくるため、料理研究家や市民が考えた熱中症や夏バテ予防に効果的なレシピを掲載する（31日までレシピ募集中）。

そのほか、市内のスーパーマーケットやドラッグストアを「熱中症予防声かけ事業協力店」に認定。店内で熱中症に注意を促す放送や啓発ポスターの掲示、特設コーナーの設置などに協力してもらい、外出中の市民への声掛けを強化する。

■対策日本一に5度輝く

同市は暑さを逆手に取り、市民の“熱さ”と結び付けて地域活性化を図ろうと、2005年度から15年度まで「あついぞ！熊谷」事業を展開。太陽が汗をかきながらうちわであおぐシンボルキャラクター「あつべえ」を制作してグッズを販売したり、市民団体が開くイベントに「あついぞ！熊谷」のキャッチフレーズを使用してもらうなど、熊谷の魅力発信に努めた。

記録的な猛暑に見舞われた07年8月には、熊谷で当時の国内最高気温となる40.9度を観測。翌08年度からは、本格的に暑さ対策事業に取り組んできた。環境省や民間企業、地方自治体などで組織する「熱中症予防声かけプロジェクト」主催の「ひと涼みアワード2017」では、同市の暑さ対策事業が最も優秀と認められ「トップランナー賞」（行政部門）を受賞。過去6回の開催で、通算5度の日本一に輝いている。

本年度は、市内で優れた暑さ対策に取り組む小中学校などを表彰する「熊谷版ひと涼みアワード」も初開催。政策調査課は「熱中症は正しい知識を身に付け、適切に対処することで妨げる。『暑さ対策日本一のまち』として、引き続き関係機関や団体と連携しながら熱中症ゼロを目指したい」と意気込んでいる。

問い合わせは、同課（☎048・524・1111、内線369）へ。

