賢い歯科医院経営者はすでに気づいている!

訪問歯科

訪問歯科史上最大の逆境
コロナ禍においても直近二年で **部門業績2倍成長!**

2021年 200万円/月 → 2022年 300万円/月 → 2023年 430万円/月

これからも持続成長する訪問歯科部門のつくり方る

コロナが収束した今こそ伸ばすべき2024年以降、成長必至の分野

1 歯科衛生士が主役!となり、訪問歯科部門を拡大する!
歯科衛生士による診療やサービスの品質管理から、集患システムをご紹介します

2 理事長・院長の手を離れ、自走する訪問歯科部門をつくる3つのポイント
訪問拡大の鍵は組織マネジメントにあり!
医療法人歯っぴー独自のAKB式マネジメントを用いた訪問部門の「院長がタッチしすぎない」組織構築のポイントをご紹介します。

3 全国で成功事例多数! 2ヵ月で介護施設に新規参入する介護改定の内容を踏まえた集患手法を大公開
2024年は医療・介護・障がい福祉のトリプル改定が控えています。
医療以外の分野でも加速する歯科連携強化の動きをとらえ、
集患や施設参入を成功させる、目下、成功事例多数の手法をご紹介します。

特別ゲスト
SPECIAL GUEST
医療法人歯っぴー
理事長
合田 大亮氏

大阪会場 2024年 **2月25日(日)** 10:00～13:00（受付開始9:30～）
東京会場 2024年 **3月10日(日)** 10:00～13:00（受付開始9:30～）

主催 **訪問歯科セミナー2024** お問い合せNo:S108132
※お問合せの際は「セミナータイトル・お問合せNo・お客様氏名」を明記の上ご連絡ください。

サステナグロースカンパニーをもっと。 Funai Soken
船井総研セミナー事務局 <E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp>
株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

大阪会場 2024年 **2月25日(日)** お申込み期限 2月21日(水)
10:00～13:00（受付開始9:30～）
株式会社船井総合研究所 大阪本社
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」⑩番出口より徒歩2分

東京会場 2024年 **3月10日(日)** お申込み期限 3月6日(水)
10:00～13:00（受付開始9:30～）
株式会社船井総合研究所 東京本社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

受講料 一般価格 税抜30,000円（税込33,000円）／一名様　会員価格 税抜24,000円（税込26,400円）／一名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧:FUNAIメンバーズPlus）へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。
諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただくことがございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

第1講座 2024年の訪問歯科について
医療、介護、障害福祉のトリプル改定を目前に控えた訪問歯科分野の概況と今後の見通しを軸に、セミナーの見どころを解説いたします。
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 チーフコンサルタント **奥田 晋平**

第2講座 自走し、成長する訪問歯科部門のマネジメント法について
香川県内に3院、岡山県に1院を運営する、中四国エリアトップクラスの「医療法人歯っぴ-ごうだ歯科グループ」を創り上げた合田理事長にご登壇いただきます。歯科衛生士を中心に、訪問スタッフ自らが部門運営や集患活動を担い、継続的な訪問部門の業績向上はもちろんのこと、チーム医療を確立させることが出来た、独自の組織構築の視点、マネジメント方法をお伝えします。
医療法人歯っぴー 理事長 **合田 大亮**氏

第3講座 訪問歯科拡大に向けて、歯科衛生士が実践した取り組みとポイントについて
経営者の右腕として部門運営を任された歯科衛生士が、業績を上げる為に訪問歯科現場で押さえておくべきポイントと、今、実践すべき介護施設に対する口腔衛生管理の取り組みや患者定着のポイントをお話しします。
医療法人歯っぴー **今井 めぐみ**氏

第4講座 訪問歯科部門の運営における拡大ポイントを解説
ごうだ歯科の訪問部門は、多くの歯科医院で業績が低迷、もしくは不安定であったコロナ禍においても、直近2年で約2倍の成長を遂げられており、分院1件に相当する規模に成長されております。訪問歯科の業績向上には、外来分野とは異なる考え方や施策が求められます。この講座では、ごうだ歯科の成功事例を踏まえつつ、全国の成功事例を戦術面からご紹介させて頂き、参加者の先生方は『明日から実行できる具体的な施策』をお持ち帰りいただくことができます。
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 リーダー **若木 伸文**

第5講座 まとめ講座
本日のセミナーの内容、今後の歯科医院運営における要点をおまとめさせていただき、セミナーの内容を実践いただくために必要なことをお伝えします。
株式会社船井総合研究所 歯科・動物病院支援部 マネージャー **出口 清**

Webからお申込みいただけます
右記のQRコードを読み取りいただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

訪問歯科セミナー 2024 検索
セミナー情報をWebページからもご覧いただけます!
https://www.funaisoken.co.jp/seminar/108132
※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

TEL 0120-964-000（平日9:30～17:30）
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

セミナーゲスト紹介

中四国エリアトップクラスの
総合歯科医療法人

医療法人歯っぴー ごうだ歯科グループ

四国エリアを代表する人材・組織育成に力を入れられている医療法人歯っぴー。香川県内に3つの歯科医院と岡山県内に1院、本院に隣接する形で保育園も運営されています。0歳からお年寄りまで一生涯の健口を支える「地域の総合歯科医院」として立ち上げられた訪問歯科部門も、歯科衛生士を軸とした抜群のチームワークから、新型コロナの流行以降、取り組みや業績向上が明らかに難しかったといえる同分野においても、右肩上がりの成長を継続達成されています。その秘訣は何なのか…？2024年以降の歯科医院経営を見据えた際、今まさに『伸びる分野』といえる訪問歯科の拡大の要点について徹底解剖します！

ごうだ歯科グループは、訪問歯科の拡大を歯科衛生士の活躍×組織マネジメントで実現する

ポイント01 訪問歯科拡大のファーストステップであり最大の肝 集患のための営業活動を歯科衛生士が担当する

訪問歯科部門を拡大させるためには、まず、患者数や依頼数を増やすことが必要です。よく、「今の人員体制では受け入れができません」、「人を増やしてから患者さんを増やさないと」という現場のお声を聴くことがありますが、これは経営者目線とはいえません。外来での勤務余地がある場合は別として、増えるかもわからない、担当する患者さんがいるかもわからない現状で、給与水準の高い歯科医師を雇用することはありえないからです。そして、訪問歯科における集患は付け焼刃の施策や、短期間の取り組みでは成功しないことが多く、人員体制を整えてからでは、十分な患者数になるまで、時間的な誤差が生じてしまいます。そのため、拡大の考え方の原則としては、『まず、集患できる見込みや、患者増のための仕組みづくり』があり、『その次に、（規模に見合った）人員体制の構築』ということになります。

その際、ハードルとなるのが、『誰が営業活動を行うのか？』という点になります。一般的に歯科医院では、営業活動という概念がありません。外来の集患もある種の営業といえますが、患者さんに（自分たちのテリトリーに）来てもらうことの経験はあっても、院外に出て、診療依頼をいただく主な他職種、ケアマネジャーや在宅医療の担当者、介護施設等のもとへ出向いて、営業活動を行っていく、ということに関しては、経験がなく、得意とは言えない場合が多いのではないでしょうか。ましてや、これを診療が主である歯科医師が担当する、というのは得策ではありません。（注）立ち上げに近い場合や、介護施設との重要な場面での打ち合わせ、という点では、医院トップの経営者が自ら動く必要はあります。これは一般の事業会社でも同じです。

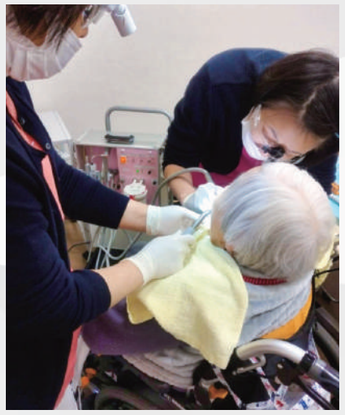
ここで出てくるのが、歯科のプロフェッショナルである歯科衛生士です。医療法人歯っぴーでは、歯科衛生士が診療とあわせて、在宅患者を担当する居宅介護支援事業所（ケアマネージャー）や介護施設に対して、集患のための営業活動を行うことで、継続的な診療依頼を受ける体制を構築しているのです。結果として、多くの歯科医院において業績が下落してしまうことになった新型コロナ禍においても、継続的な診療依頼があり、直近2年で2倍という、成長に繋がっているのです。

もちろん最初から営業活動ができるわけではありません。まずは、現在関わりのある事業所、訪問中の介護施設をリストアップし、情報収集を行ったうえで（現在の患者数、定員をもとに伸びしろの把握、キーマンの特定、競合の把握、など）、シェアアップの施策を進めました。これなら、普段関わりのある方々ですので、心理的にも時間的にも負担が少なく取り組むことができます。施設1件1件に対して、どのような提案を行うべきか入念に考察し、それに沿った提供資料を作成した上で、訪問診療の合間をぬって、提案を行うことで、既存施設でのシェアアップを進めました。

この営業活動に慣れてきたタイミングで、新規の事業所や施設へのアプローチに移行することで、現在では集患活動が安定稼働し、毎月2桁を超える新患依頼が安定して流入する仕組み作りができました。

ポイント02 最も大事にしていることはコミュニケーション

訪問拡大には、集患のシステム構築が欠かせませんが、訪問診療の品質向上や、患者さんに喜んでもらう、訪問施設の方としっかり連携することはさらに重要です。いくら依頼が来ても、品質がわるいと、患者さんの離脱に繋がるばかりか、ご紹介いただく介護職の方は地域で繋がっていることが多く、地域での評判を落とすことに繋がりかねません。そのため、訪問先で同居されるご家族や、介護職員とのコミュニケーションは、訪問部門を立ち上げて以降、最も大事にしているポイントです。これは提供文書も同様です。効率化を図ると同時に、手書きの文書やお写真の添付など、工夫を行っています。そして、この説明も対面でしっかり行うように心がけています。例えば、初診の入り口となる歯科検診の際には、通常、検診後の検診票を施設に郵送したり、手渡ししたりしているだけの場合があるように思いますが、説明のためのお時間を取っていただき、患者さん毎の口腔内の状況や治療や口腔ケアの必要性、考えられるリスクなどをお話するようにしています。これらはひと手間ではありますが、結果として、依頼に繋がることや、その後の追加紹介や依頼に繋がっていると思っています。



ポイント03 自走する訪問歯科部門の確立に欠かせない組織づくり

まず、継続した診療依頼があることが大前提ですが、次に考えるべきポイントは診る人間の確保、つまり訪問人員の確保と定着になります。特に、訪問患者が増えてくると、（保険で定められるルールから）単価が下がり、限られた人数で多くの患者さんを診ることになり、診療品質も下がり、チームの意欲も低下するということがよくあります。このフェーズになると、適切な訪問日数の確保、人員の確保や定着を図っていくことが必須となります。医療法人歯っぴーでは、院長以下への権限移譲が明確に行われていることから、訪問部門の業績数値の管理から、必要な施策の検討から実行、訪問スタッフの追加検討など関連するほとんどの業務は、一任された訪問歯科衛生士リーダー（ゲスト登壇される今井めぐみ氏）を軸に行われます。そのため、院長は、この管理者とコミュニケーションを行う以外に、訪問部門に必要以上なタッチをしません。院長の見る範囲は多岐にわたるため、この権限移譲をして自走する訪問部門を作る、という視点が非常に重要だと考えています。また、外来や医院経営を主とする院長という立場では、訪問診療について、その特有の知識やノウハウを持っていないケースも多くあるかと思います。そこに、中途半端に口出しをすれば、現場スタッフの士気低下に繋がってしまうリスクもあります。その点でも、一見えにくい院外での取り組みを評価し、定期的なコミュニケーションの場をもちながら、適切な目標設定と評価を行うことのみが、院長のタッチポイントである、と考えてよいと思います。現場がしっかり見えている、自走する訪問歯科部門であるからこそ、通年で5,000万円という一般的な歯科医院と同等の規模に成長し、現在進行形で拡大を果たしているのだと考えています。

ポイント04 介護保険を理解した提案で新患や新規施設を獲得する

最後に、訪問拡大の起爆剤となるのはやはり、『介護施設への新規参入』になります。ただし、介護施設には締結している既存の協力歯科医療機関があるため、正面からアプローチをしてもほとんどのケースで門前払いとなってしまいます。そのために、どこで差別化を図るのか、が重要になります。当院では、昨今の改定で歯科連携強化が進む、（一般的な歯科医院が知らない）介護保険の範囲内の歯科に関わる知識を学び、介護施設に必要な取り組みや役に立つ情報提供を行うことで、新規施設への参入も定期的に成功をおさめています。具体的な手法については、セミナー内でご紹介できればと思います。

訪問診療の品質管理はもちろん、
業務効率化、拡大に直結する集患活動までをおこなう
歯科衛生士のキーマン・今井氏に聞く

なぜ訪問部門が持続成長を遂げているのか？

セミナー先行インタビューを敢行！

船井総合研究所 訪問歯科担当コンサルタント 若木伸文（以下、若木）
まずは本セミナーにご登壇いただき、ご講演をいただけるということで、誠にありがとうございます。本日は、先行インタビューということで、『なぜ訪問部門が持続成長を遂げているのか』という点についてと思います。よろしくお願いします！

医療法人歯っぴー 訪問歯科衛生士リーダー 今井めぐみ氏（以下、今井氏）
こちらこそよろしくお願いします！

若木 最初にお伺いしたい点として、医療法人歯っぴーの訪問歯科部門では、コロナ禍の一般的に訪問歯科業界が難しく、診療中断が多くみられ不安定にならざるを得なかった中でも、この数年着実に業績の向上を果たされてきているなんですか？

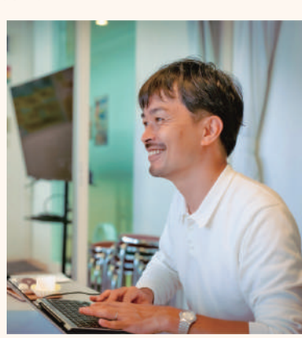
今井氏 船井総研さんのおかげです！

若木 それは有難いことです。が、それ以外でぜひお願いします（笑）。

今井氏 現在では、新規の訪問依頼が毎月平均で10名以上、安定的にあります。訪問診療では効率的に訪問していくことも重要ですが、診療品質やコミュニケーションを大事にしてきました。それがご依頼いただく地域の介護職の方や施設の方に信頼されてのことだと思っています。

若木 そうですよね。歯科の訪問診療は、（お口の中のことなだけに）やっていることが見えにくい、というところがあります。今日どんな診療をしたか、現状はどのようか。また、その費用についてなど、丁寧な説明とコミュニケーションを大事にしたい、というのは、初めてお会いした時から、今井さんがずっとおっしゃられていることですよね。

今井氏 はい。それが一番大事だと思います。



若木 集患という点では、今井さんは、訪問診療のかたわら、施設や居宅介護支援事業所（ケアマネージャー）に対する営業や広報活動についても、継続的に取り組まれていますよね。歯科衛生士さんでそうした取り組みをされているというのは稀だと思います。そこに対する抵抗はなかったのでしょうか？

今井氏 最初は、営業をしたことがないので、前日寝れないほどでした（笑）しかし、今ではあまり営業と思っていないです。

若木 それはどうゆうことですか？

今井氏 施設やケアマネージャーから依頼がある、というのは信頼があるからだと思います。普通、診療だけを行っていると、在宅だと担当ケアマネジャーと直接お話をすることはないですし、施設も現場担当の方以外、施設のキーマンとなる施設長や看護師長、ケアマネジャーとお話をすることはほとんどないと思います。診療以外の時間をとって、これらの方々と患者さんのお話や歯科の取り組みの意味や効果をお話することで、信頼を得て、さらなるご依頼を頂ける関係性の構築を行っています。これは専門職である歯科衛生士だからこそできることだと思いますし、感覚的には営業というより、多職種連携、ということなのかなと思っています。

若木 それは素晴らしいですね。歯科は地域の専門職の多職種連携に入っていけていないといわれます。これは、他の多職種が患者さんの全身の健康や生活のことを見ているのに対して、歯科では歯や入れ歯やお口の中のことだけを話している場合が多いからだといわれます。訪問現場をよく知る歯科衛生士がその橋繋ぎを行う、というのは理想的な姿だと感じますね。

今井氏 ありがとうございます。介護職の方も、同じ地域に住まいで、年齢も近く、共通の話題もあったりするので、歯科だから、介護だからというよりも、一緒に地域の患者さんのこと、それ以外のことと、たくさんの分野に目配せをしています。外来と勝手の違う訪問歯科の細かい部分までわかっているわけではないと思いますし、それで当然だと思います。訪問患者さんが増えてきたため、理事長と訪問チームのチャットグループを作り、最近ではそこでの報告、共有、相談も積極的に行っています。基本的には訪問チーム内の情報共有が目的ですが、理事長がリアクションを行ってくれることも増えており、自由にはさせてもらっているが、ちゃんと見てくれている、何かあった時は守ってくれる、と思うことができています。

若木 自由に働けているが、報連相はしっかり行っている、それにより自走ができている、ということですね。素晴らしいです。

今井氏 はい。ただし、目標設定と評価は進捗をみて明確に伝えられることが多いです。2023年は平均320万円という当初目標でしたが、安定した新患依頼があることから、400万円の4ヵ月連続達成に上方修正されました。理事長はこの目標設定がうまく、ちょっと厳しめの目標をこということのタイミングで私たちに提示されることが多いです。今年は、チーム一丸となり無事目標を達成、良い評価を受けることができました。そして、早速、現状を踏まえて、次の目標も伝えられています。訪問人材の新規採用や、訪問車の追加購入もいただきました。今までともう1ステージ上の目標となり、今は未だ道筋がはっきり見えませんが、今の訪問部門ならできるのではないかと思いますし、理事長がしてくれたことには応えたいと思っています。

若木 経営トップは、訪問部門に関わりすぎず、自走する組織づくりを行うのが吉。しかし、目標設定や評価は明確に行い、あとは常に見てくれているという姿勢が必要で、皆様はそこに成果で応えている、ということですね。

今井氏 はい！私はごうだ歯科が大好きです。いろいろあっても相談にはいつも耳を傾けてくれる理事長にとても助けられていると感じています。

若木 2024年以降、超高齢化時代はいよいよ本番です。通院が難しい方が増えていくことが明らかですので、次なる目標達成や拡大はもちろん、訪問部門が期待される役割はさらに高まっていきますね。今後のご発展を心から祈念しています。本日はお忙しいところ、いろいろお話をお聞かせいただき、誠にありがとうございました。

今井氏 こちらこそありがとうございました！セミナー当日は、少しでも参加者の皆様のお役に立てるよう、当院での取り組み事例をできるだけわかりやすく、具体的にお話しできるよう努めさせていただきます。

を支える仲間だというように思っています。とはいえ、そこに気が付くまでは、どうやって介護職の方とお話したり、歯科の取り組みを知っていただければよいかわからなかったので、船井総研さんが営業のトークスクリプトや提案資料をいろいろなシーンにあわせて作成していただけたので、とても助かりました。

若木 ありがとうございます。そこのお役に立てたのであればうれしいです。話は変わりますが、ごうだ歯科の訪問チームは診療をどうするかや部門を伸ばしていくことを自分たちで考えて、実行まで行っているように思っています。医院トップである合田理事長は、訪問部門に対して、どのような関りや接し方をされているのでしょうか？

今井氏 基本的に、理事長が訪問部門の取り組みについて細かく指示をすることはありません。相談はこちらから必要に応じて随時行うようにしています。その他では、希望者は年2回、1on1面談がありますので、その機会を利用しています。

若木 では、訪問部門について、こうゆうことをしてほしい、これはどうなっているんだ、というようなマネジメントを受けているわけではないのですね？

今井氏 はい。理事長は外来のこと、分院のこと、保育園

Special Interview

視点その3 超高齢化・採用難時代の歯科医院経営は『人の集まる医院づくり』

1947年から1949年生まれの「団塊の世代」が75歳以上に到達する2025年前後に起こると予測されるさまざまな問題を2025年問題といいます。「団塊の世代」は約800万人にのぼるとされており、現在の後期高齢者1,500万人と合わせると2,200万人を超えると予想されています。国民の4人に1人が後期高齢者の、超高齢社会が到来するといわれる2025年問題。後期高齢者が急増する一方で若年層の人口や生産年齢人口が減少し、少子高齢化がさらに加速していくことは明らかな事実です。これは、現在の採用難がさらに加速することを意味しています。歯科医院経営には、医院の存続に必要な利益や売上につながる、様々な経営指標があります。新患数や延べ患者数、レセプト枚数、自費率やメンテナンス来院数がこれにあたります。しかし、これらの経営指標はすべて、『必要な人員や人材が揃っていること』という前提の上に成り立ち、ニアリーイコールで、人がいれば業績向上はほとんど成立する、といえます。では、2025年以降の世界を見通した際、どのような場所に人が集まるのか。それも誰でもいいという訳ではなく、良い人材を集めるにはどう考えればよいのか。

それは、**『多様性を受け容れることのできる組織であること』**と、**『超高齢化といういわば斜陽の時代に対して、前向きに構える組織であること』**だと考えます。

まず、前者の意味するところを解説します。採用という局面で、我々コンサルタントと歯科医院経営者との間でこうゆう場面があります。

「院長、どういった人を採用したいですか?その人間像は具体的にどんなですか?」

「できれば年下で若く、自身の取り組みを理解してくれて、成長意欲があり、できればずっと医院に残ってくれる人ですね」

「…」

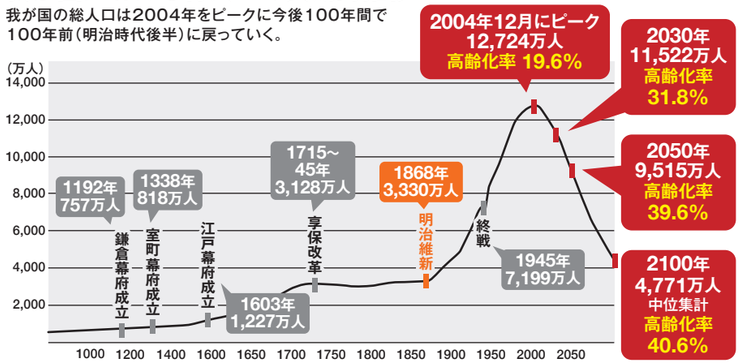
お分かりの通り、そんな人はいません。仮にいたとして、その倍率は何倍で、そんな超優秀な方がうちの医院を選んでくれる根拠はなにかあるのでしょうか?また、そうした若く優秀な人材は今後さらに減少の一途です。では、人材採用のお先は真っ暗なのか。

そこで必要となる視点が、多様な受け皿を持ち、多様な年齢層を受容し、多様な価値観を認める組織である、ということになります。本稿では訪問診療を例に挙げると、まずこの分野では若いということが絶対的な価値とはいえません。自身が年齢を重ね、経験を経ることで、患者やそのご家族の生活を理解し、気持ちに寄り添うことができます。また、すべての歯科医療従事者が素質として、外来での勤務に向いている、という訳ではないと思います。外来で多くの人間の中で働くことに不向きな、しかし対患者さんとしては適性をもった人材もいるでしょう。そして、価値観という点においても、近年の若く優秀な方には、傾向として、社会課題を解決したい、と考える方が業界を問わず多く見られます。これは衣食住が事足りた時代だからという文脈で語られることも多いですが、持続的成長がいわれるSDGsの流れを汲む考え方でもあるように思います。こうした方々の中には、通院困難者が激増し、医療が逼迫し、在宅での看取りも増える、という予測される社会課題に挑戦、貢献したいと考え、訪問歯科診療への取り組みを志す方もいらっしゃいます。訪問歯科はあくまで一例ですが、こうした従来の歯科医院像から脱却し、多様な年齢、価値観を許容する医院づくりを行っていくことが、人の集まる環境整備に繋がっていきます。

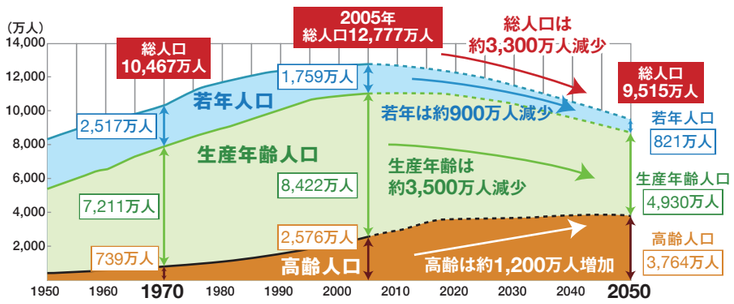
そして、後者の超高齢化に前向きに構える組織、ということについてです。高齢者が増える、若者が減る、人口が減る、というネガティブな話で語られるのが超高齢化です。しかし、ある先生は、「この人口推移は長い歴史でみれば、明治維新以降の急速な経済や医療の発展に伴う爆発的な人口増のいわば反動で、もとの形に戻っているだけなのだ。今、我々はその時代にたまたま居合わせているだけなのだよ」と、話してくれました。この語り口調はおだやかで、悲観的なものがありません。旧来の削って詰めるという今では揶揄される風潮もある歯科医療もその時代にあったものであったはずですし、そう考えると、今訪問診療を行う、ということも、過去数十年の歯科医療からすると院外での特殊な行為、診療科目なように感じますが、これも時代にあった取り組んでしかるべき診療形態だと捉えるのが自然なのかもしれません。訪問診療を取り組むか否か、その是非の解はありませんが、時代の流れを汲み取り、柔軟に前向きに構える院長や、その医院に人が集まることは、これもまた自然なことのように思うのです。

我が国における総人口の長期的推移

我が国の総人口は2004年をピークに今後100年間で100年前(明治時代後半)に戻っていく。



我が国における総人口の推移(年齢3区分別)



・「生産年齢人口」は15~64歳の者の人口、「高齢人口」は65歳以上の者の人口
・1950~1969、1971年は沖縄を含まない
・2005年は、年齢不詳の人口を各歳別に按分して含めている

出展
総務省「国土の長期展望」中間とりまとめ
概要(平成23年2月21日国土審議会政策部会長期展望委員会)
https://www.soumu.go.jp/main_content/000273900.pdf

2024年『今』が訪問歯科を伸ばすべき時である

3つの視点

全国で成功事例 多数発生中

視点その1 2024年度診療報酬改正の検討状況から読み取れる時流予測

2024年の報酬改定を控えた2023年末では、大きなトピックスについての評価と方向性のみが資料にあります。

議論の構成トピックス
1. 歯科医療の現状
2. 病院における歯科の機能に係る評価
3. 医科歯科連携、医歯薬連携
4. ライフステージに応じた口腔機能の管理
5. 障がい者・有病者・認知症の人への歯科医療

歯科医療の現状として取り上げられている重要キーワードは、要約すると、

- **歯科医療サービスと一括りにせず、医療機関ごとに機能分化していく必要性がある**
- **歯科と医科の病院や診療所がより有機的に連携していく構図を明確していく**
- **重症化予防はさらに重要でSPT等の処置目線だけではなく障がい者といった対象者へも普及させていく**

です。

“機能分化”とは歯科医院ごとではなく、病床を持つ病院のうち特に慢性期病院や回復期病院に入院する患者に対する歯科処置の必要性を強く定義されるというものです。病院における歯科とは、一般的には口腔外科や矯正歯科を連想しますが、今回議論されている内容としては、一般歯科の範疇である歯周病治療を軸とした口腔ケアやリハビリおよび義歯の最適化による機能回復のようです。訪問診療を積極的に行っている先生方にとっては当たり前だと思いますが、口腔内の衛生環境の悪い高齢者が多く、それは入院患者も同様で、療養中だからこそ誤嚥性肺炎を併発することで重症化するリスクを背負っているということが、課題として顕在化したようです。

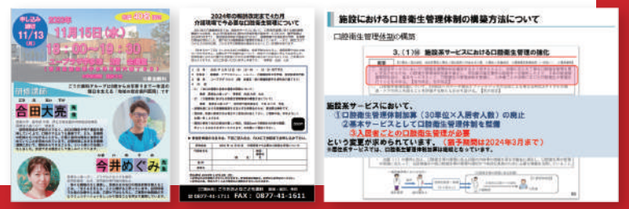
こうした背景を踏まえると、病院として歯科医師を雇用するという方向性も考えられますが、雇用するのではなく、近隣で訪問歯科診療が対応可能な歯科医院へ病棟への招聘依頼、連携依頼をする動きになる可能性も考えられます。そうなると既に訪問歯科診療を積極的に行っていて地域でブランディングができている歯科医院に依頼が集中することが予想されますし、病院から退院した患者は同じ歯科医院に継続的に訪問歯科を依頼するのが自然な流れ、ということで、訪問歯科に関しては、あきらかな二極化傾向が強まると考えられます。

現段階では具体的な改定内容が決定されておりませんので、戦略に落とし込んだ確実な話はできませんが、訪問歯科診療に関しては早期に広げておくなり、担う歯科医師の確保をはじめとした診療体制を整備しておかねば、大きな流れに乗ることが困難になってしまうかもしれません。

視点その2 歯科との連携強化が進む介護、障がい福祉業界の流れ なかでも介護施設における『口腔衛生管理体制の構築』は見逃し厳禁!

2024年はご存じの通り、医療保険の改定年度ですが、介護保険、障がい福祉の保険の改定年度でもあります。そして、医療のみを見ていると知るよしもないのですが、介護や障がい福祉の改定においても、昨今歯科連携の必要性が増しています。中でも、2021年の改定で示された、施設系サービス(特別養護老人ホーム、老人保健施設、介護医療院)における歯科からの口腔ケアに関する毎月の助言を評価する口腔衛生管理体制加算が基本サービス、つまり施設として必ず取り組む必要のある内容に変更されたことは、歯科医院目線で大きな変更、チャンスで、この基本サービスの内容の中で、『口腔衛生の管理体制を整備し、入居者ごとの状態に応じた口腔衛生の管理を行うことを求める』と定められた点は、まさに見逃し厳禁の内容であるといえます。

ここに注目し、医院近隣の介護施設に対して、戦略的な情報提供を行うことで、約2ヵ月の仕掛けで、最大6件の介護施設に新規参入を果たした事例があり、同様の手法は全国で成功事例を生み出しています。これほど短期間で、かつよくある訪問営業という手法を取らずに、こうした介護施設参入の成果を多く挙げられていることは、近年の記憶になく、訪問部門の拡大や充実、というところを図りたい歯科医院にとって、今間違いなく追い風が来ているのです。

ここで、鋭い経営者からは、『介護施設にはすでに協力歯科医療機関があり、ノーチャンスなのでは?』というお声もあろうかと思いますが、そこは多数発生している成功事例が否であることを証明しています。この口腔衛生管理体制の構築は、入居者ごとの口腔衛生管理が必要、ということで、マンパワーが不足していたり、限られた時間、曜日だけ訪問歯科を行っていたり、そもそも本気で訪問歯科に取り組んでいない場合、協力が難しい内容である点に、後発として新規参入できるチャンスがあるのです。

近年の改定内容から、2024年の改定で施設と歯科の連携体制の推進が後退することは考えにくく、また、異なる業界の動きであることから気づいている歯科医院も多くない(でも、知っている人は知っているし、動いている…)ということで、訪問歯科を拡大したいと考える歯科医院にとっては『今』がまさにその時、といえます。セミナーの中では、その具体的な取り組み内容を、成功事例からルール化された重要なポイントをふまえて、詳細に解説させていただきます。