

# 長崎北病院 伝言板 6月号

令和5年6月1日発行

6月。「水無月（みなづき）」。水が無い月ではなく水の月という意味です。6月4日が平年の梅雨入り、去年は6月11日でした。今年は5月中に梅雨入り。おまけに台風も。早すぎます。十分な雨がないと稲は育たず、水不足になる。わかっているけど程々が希望。少しは早めに明けて欲しい。そうすると猛暑？ 程々、適当でお願いします。

## 「熱さまシート」



梅雨入り。しばらくは、曇り、雨の日が多くなります。せめて心は元気に。背筋を伸ばして歩きたいと思います。

そろそろ来年入職の方々の募集が始まっています。説明会や見学会、早い職種では入社面接が行われる季節です。応募していただいた方の話を聞くと「昨年入った先輩に話を聞いて」「説明会の時に働いている方と話をして」「見学会のときに職場の雰囲気良かった」「実習で来た時、一所懸命指導してくれた」などという応募理由を話してくださる方がたくさんおられます。大変嬉しい言葉です。私や部門長たちがいくら美辞麗句で宣伝勧誘しても、すぐ上の先輩や新人達が「止めといた方が」「あまりパツとしないよ」と言えばそれが正しい評価。誰も来てくれません。最近では情報の広がりも早く収集は容易です。よくない噂、本当の姿はいくら取り繕ってもすぐに広がります。年齢が近い先輩の話や、日々働いている人の表情や職場の雰囲気から得られる情報が当院の本当の姿です。それを見て、聞いて、応募頂けるのは感激です。当院には公的病院のような金看板や身分、宣伝もありません。選んでもらう、比べてもらうのは病院の内容と働いている

人のみ。「ここでは働けない」「あんな人と一緒には無理」と言われぬように日々精進です。

「熱さまシート」「のどぬーる」「ケシミン」「ナイトール」「ガスピタン」など。独特のネーミングが耳に残ります。笑ってしまいます。名前だけで内容がわかる、気になる、覚えてしまう。「ダジャレ」と「アイデア」だけの会社かと思えますがそれだけではなさそう。「小林製薬」。社長の小林章浩さんのインタビューが新聞に載っていました。新製品が出る時には100個ぐらいのネーミングが候補となりそこから決定するそうです。わかりやすく、覚えやすい、リズムがいい。ダジャレのような名前もあるが真面目に会議して決定するそうです。新商品のアイデアは全従業員が毎月アイデアを出すそうです。社長も出しますがすぐ却下されるとの事。常に新しいアイデアを考えているとのことで、環境が人をアイデアマンにすると言います。会社全体で年間4万件の新商品のアイデアが出るそうです。これが新商品の源泉。躍進に繋がっています。通常は新しいアイデアは「前例がない」

「リスクがある」とされがち。しかし「前例がなければ我々が最初」「一番になれる」と考えることが大切。病院の仕事は決まった仕事の基本ですが新しいアイデアがないと没落して行きます。「前例がない」と潰さずに「やってみよう」です。さらに、小林製薬は「小さな池の大きな魚戦略」を目指しているそうです。池は市場、魚はシェアのこと。小さな市場、新しい池を自分たちで作ってシェアを50%取れば競争が少なく効率が良いといえます。当院のような小さな民間病院ではあれもこれもはできない。患者さんや病気をシェアで考えるのも問題かもしれませんが この部分は負けない、この部分はトップシェアと言うプライド、実力は必要だと考えます。その結果 診療のレベルはあがります。センスはありませんが 受けないダジャレでも吐きながら小さな池を考えて行きたい。



(池よりぬるま湯の方が快適なのよね) (S.A.)

