

2025 年 6 月 19 日 ヨリタ歯科クリニックを見学

今回は、「人を大切にする経営」を実践する医療法人社団健誠会 ヨリタ歯科クリニックさんを見学させて頂きました。同院は、一般的な医療機関とは一線を画す「感動・感謝・ワクワク楽しい歯科医院」という理念を掲げています。この理念が単なるスローガンにとどまらず、採用、教育、モチベーションの維持、そして経営者と社員の関係性といった組織運営の根幹に深く根づいています。

1. 企業概要

同院は、1991 年に大阪府東大阪市で開業した歯科医院です。院長・理事長 寄田幸司氏のもと、同院は単なる医療提供にとどまらず、「感動・感謝・ワクワク楽しい歯科医院」をコンセプトに、全国の歯科医院の中でも異彩を放つ存在として知られています。同社が想定するライバルは、「ディズニーランド」。これだけでも、他とは一味違う歯科クリニックと想像できます。

本院は近鉄奈良線・河内花園駅近くのビルの三階に位置します。同院に入室するとビックリ。まるでホテルのロビーのような清潔で心地よい待合空間です（右の写真）。

託児ルームや子ども専用トイレ、バリアフリー設計などもあり、訪れるすべての人に安心感と快適さを届けています。

従業員数は 88 名、2024 年度の売上高は 6 億 8,000 万円と、歯科業界において大規模な運営体制を築いています。

＜受付ロビー＞



2. ビジネス上の特徴

同院の最大の特徴は、徹底した「予防歯科」への取り組みです。日本人の歯磨き率が高いにも関わらず、高齢期に残る歯の本数が少ないという実態に疑問を持ち、治療中心から予防中心への転換を決意したそうです。「歯を削ることで、さらなる虫歯やトラブルを生む」という「医療の限界」に気づいたことが大きな転機となったそうです。治療ではなく予防を中心に据えることで、長期的な信頼関係を構築し、生涯顧客の獲得につなげています。今では、1 日あたりの来院数は 150～180 人に上り、その内、半数は治療目的ではなく定期的なケアのためだけに来院しているといえます。

また、ターゲットを明確に設定している点も注目に値します。主な対象は「12 歳までの子ども」と「40 代女性」です。子どもには「カムカムクラブ」などの制度で通院を楽しませ、40 代女性には将来的な歯周病対策への意識喚起を図っています。これにより、患者のモチベーションと継続的な通院意欲を高めています。

3. ヨリタ歯科クリニックのアワ・クレド

クレドとは「信条」のことで、組織の理念や価値観を具体的な行動指針として明文化したものです。院長は言います。「アワ・クレドは、ヨリタ歯科クリニックで働く者の基本的な考え方であり、

行動基準・判断基準・価値基準です。決してマニュアルではありません。マニュアルの方がより早く、正確にやるべきことを伝えられます。しかし、マニュアルで育った人間は応用が利かず、あらゆることに指示が必要な指示待ち人間となります。一方、基本的な考え方であるアワ・クレドは、今日聞いて、今日使える、といったものではありません。何度も何度も繰り返し聞き、口にし、考えることで、自然と身に付き、それに添って行動することができるようになります。「アワ・クレドを受け入れることは、ヨリタ歯科グループで働くための、唯一の条件だと思います。だから、それを受け入れられないという人はこのグループで、働くべきではありません」。しかし、そうは言っても、アワ・クレドの全てを実践できている、という聖人君主のような人はいないでしょう。私は、それでもいいと思っています。アワ・クレドを自分たちのものとして受け入れることができ、それを目指そうという気持ちを持っている、ということが大切だと思います。だから、あまり肩肘張らずに、アワ・クレドの通りにできていないからといって、自分や仲間を責めることなく（それは、アワ・クレドにある“否定的な意見は言いません”や、“他人の批判は言いません”にも反します）、楽しみながら、アワ・クレドを自分たちのものにしていきたいと思っています」。

4. ユニークな取り組み

同院では社員の職場環境に大きな配慮がなされており、「ホワイト企業大賞」や「おもてなし経営企業選」など、業界外からも多くの評価を受けています。スタッフの平均勤続年数は6年、有給取得は平均12.4日、離職率も非常に低く、働きやすい職場づくりに成功しています。

同院では、さまざまなユニークな試みが導入されていますが、例えば次のものがあります。

- 採用。単なるスキルや経験ではなく、「感動や笑顔を届けたい」という共感力と人間性を重視した採用活動を行っています。医院の規模としては大型に分類されますが、新卒採用も積極的に行っており、採用後のサポート体制を充実させることで、医療業界未経験の若手も安心して働ける環境が整っています。面接では理念や職場文化への理解度も重視され、「ここで働きたい」という強い動機を持つ人材を見極めていきます。その結果、共通の価値観を持つメンバーが集まり、協力的な職場づくりの土台となっています。
- 教育（1）。他に類を見ない体制が整備されています。新人研修はもちろんのこと、職種ごとに専門的な技術研修が組まれており、受付、歯科助手、歯科衛生士、歯科医師など、それぞれの役割に応じた成長支援が実施されています。また、同院独自の「バディ制度」では、先輩社員がメンターとなって新人をサポートし、仕事だけでなくプライベートの悩みにも寄り添うような関係が築かれています。入社後3か月間は定期的なランチミーティングを通じて関係性を深め、業務の悩みや小さな疑問も気軽に相談できる仕組みが整っています。さらに、外部セミナーや資格取得支援にも力を入れており、自己啓発への参加費用を全額または半額支給する制度も用意されています。これにより、スタッフは継続的な学びの機会を持ちながら、自身のキャリアとスキルを着実に伸ばすことができます。
- 教育（2）。同院では『ドリーム通信』（社内報）の読み合わせ研修が必ず実施されます。『ドリーム通信』は院長の想いを綴ったモノです。院長は言います。「なぜ、そんな研修を設けるのか。

それは、優秀な結果を残す新人スタッフであっても、医院の理念や私の医院に対する思いを理解・共感して頂かないと、残念ながら『ヨリタ歯科クリニックのメンバー』の一員とは、言い難いのです。全員が、私の思いに共感して頂き、みんなが同じ方向へ進んでいるからこそ『人に優しい、ワクワク楽しい、ヨリタ歯科クリニック』になります。ドリーム通信には、私の思いだけではなく、医院への思い、患者様への思い医院で働くメンバーに向けての思いが、私の言葉でたくさん綴られています」。

『ドリーム通信』を音読し、新人メンバーが感じたこと、思ったことを10分間の時間を設け、用紙に記入し各自発表し、全員で共有するという時間を設けています。クレドに対する共感・共鳴を大切にしている同院ならではの研修です。

- 年間行動目標設定。社員全員が、年始に今年の年間目標用紙を院長に提出します。院長は言います「能力は、無限大。出来る出来ないではなく、良い習慣を身に付け、出来るまでやり続けるのみ」と。社員は、この用紙を縮小コピーし、絶えず携帯し、毎日朝礼で黙読しています。
- 寄田亭。医院内には「寄田亭」と名付けられた社員食堂があり、健康に配慮された定食が1食200円という低価格で提供されています。これは、スタッフ自身が健康であることが、患者に対して健康を伝える立場として不可欠だという院長の信念に基づいた施策です。
- 他にはない職種名。「スマイルサポーター（歯科クリニックの受付事務）」や「感動クリエイター（事務・デザイン）」「スマイルサポーター（清掃業務、医療器具の滅菌業務担当）」といったユニークな職種名は、業務の枠を超えて自らの仕事に誇りと意味を持たせる工夫となっています。
- 患者向けイベント。子ども向けの設備も充実しており、小児用チェア付きの個室や子ども専用トイレ、待合スペースなど、家族全員が安心して来院できる空間が用意されています。さらに、季節ごとのイベントやオリジナルパンフレットの作成もすべて院内で行っており、スタッフが主体となって「ワクワクする体験」を生み出しています。

このように、単に医療技術やサービスの質を高めるだけでなく、人が育ち、人が輝く職場をつくることに注力している同院。採用から育成、日々の業務運営、経営者と社員の関係性に至るまで、一貫して「人を大切にする」という軸がぶれることなく貫かれている点が、他の医療機関とは一線を画す所以であり、多くの業界関係者から注目を集める理由と想像されます。

5. 取り組みの背景

開業当初は歯科医としての技術を重視し、多くの患者を獲得し経営は順調だったそうです。しかし、忙しさからスタッフが辞める問題に直面します。その経験を通じて、患者満足（CS）だけでなく、従業員満足（ES）こそが医療サービスの土台であると痛感し、「人を大切にする経営」へと方針を転換したそうです。それ以来、社員一人ひとりの気持ちに寄り添い、対話を重ねる経営にシフトしています。職場内での肩書きや上下関係にこだわらず、気軽に声をかけ合える雰囲気大切にしており、実際に院長自らがスタッフに対しても親しみやすく、笑顔を絶やさず接する姿勢を貫いています。理念や価値観を共有する時間を定期的に設けることで、スタッフ全員が同じ方向を向いて仕事に取り組める組織文化が醸成されています。

6. 取り組みの結果

これらの取り組みによって、ヨリタ歯科クリニックは単なる歯科医院の枠を超えた「コミュニティスペース」として機能しています。予防中心の施策により、患者の通院頻度と満足度が向上しました。特に子どもたちは「歯医者＝楽しい場所」として認識するようになり、将来的な生涯顧客化にもつながっています。

また、働くスタッフの定着率が向上しただけでなく、自主性を持って動ける環境が整い、自然と感謝の言葉が飛び交う職場文化が醸成されています。

こうした取組の結果、同院は医療という枠を超えて、「人を幸せにする空間づくり」に真摯に取り組む稀有な存在となっています。ホスピタリティと医療の融合、スタッフファーストの経営、人の心に残る体験提供という三本柱により、単なる儲かる歯科クリニックではなく「社会に必要とされる医院」として確固たる地位を築いています。「患者が歯を守る場所から、人生を豊かにする場所へ」と歯科医院のあり方そのものを変えていく原動力になっています。そしてそれこそが、院長の掲げる「ワクワク楽しい歯科医院」の本質と理解しました。

※後日、ヨリタ歯科クリニック様のブログに見学の様子を掲載して頂きました。

https://yorita.jp/column/director_blog/53488/