

# BRILLIA☆研修カリキュラム

おとのは歯科 2023/07～2024/07

## 研修カリキュラム・スケジュール

訪問研修 10:00～17:00 (6時間) オンライン研修 10:00～13:00 (3時間)

回数	午前	午後
訪問研修 1 7/31	自己紹介・他者紹介 チームワークを発揮するための心理的安全性 患者目線・患者満足度	目標設定・歯周治療における歯科衛生士の役割 口腔内診査・口腔内写真・プロービング・術者ブラッシング(V7 歯ブラシ)・フロス
	スマホ・筆記具・バインダー	基本セット (ミラー・短針・ピンセット) 口腔内写真撮影に使用する道具一式・ 滅菌済みのプローブ・顎模型・V7 ブラシ・フロス
オンライン研修 8/31	患者さんに歯周治療を説明しよう 歯周基礎知識の応用	
訪問研修 2 9/28	五感を使ったコミュニケーション 歯科医療従事者の接遇・マナー承認・感謝	レントゲン読影・検査結果からの治療計画・超音波スケーリング・機械的歯面清掃 歯周治療症例を受け持つ
	スマホ・筆記具・バインダー	実際の患者さんの情報 (カルテ・レントゲン写真・検査結果・口腔内写真) 基本セット・超音波スケーラー・機械的歯面清掃 (コントラ・カップ・研磨剤)
オンライン研修 10/27	症例 (検査結果) から治療計画を立ててみよう 資料を読み取ろう	
訪問研修 3 11/29	時間・空間・人間関係 信頼関係の築き方・傾聴	歯牙解剖・シャープニング①・エッジの使い方
		抜去歯牙・シャープニングストーン・シャープニングオイル・グレーシーキュレットスケーラー・顎模型
オンライン研修 12/21	歯科衛生過程 歯科衛生士にできることを考えよう	
オンライン研修 1/26	ペリオドントロジー カリオロジー	
訪問研修 4 2/29	ホスピタリティ 言葉の使い方①	シャープニング②・SRP の基本操作①・前歯部 SRP
		抜去歯牙・シャープニングストーン・シャープニングオイル・グレーシーキュレットスケーラー・顎模型
オンライン研修 3/28	ブラークコントロール ブラッシング指導	
訪問研修 5 4/25	言葉の使い方②	ポジショニング・SRP の基本操作②・白歯部近心・白歯部遠心
		抜去歯牙・シャープニングストーン・シャープニングオイル・グレーシーキュレットスケーラー・顎模型
オンライン研修 5/30	ブラキシズム・TCH・口腔機能低下症 症例検討会のための準備	
訪問研修 6 6/27	伝え方 優先順位を考え整える タイムマネジメント	SRP の戦略・歯周治療のゴール・SRP おさらい 症例検討会
		抜去歯牙・シャープニングストーン・シャープニングオイル・グレーシーキュレットスケーラー・顎模型

# おとのは歯科 訪問研修①全体

## グラントルール

- スマホ持参 OK スライド撮影・録音録画 OK
- データは隙間時間に見放題！ただし院内のみで使用！院外の人に流出させない
- 研修日前に事前課題（もしくはアンケート）→研修→研修後アンケート→研修報告書
- 遠慮せず自分の意見、勇気を出して発言しよう！自分の意見が他のスタッフの学び・他のスタッフの意見が自分の学び

今度の資料はこちらにデータを保管していきます！

<https://www.amsbrillia.jp/otonoha>



1回目 2023年7月31日（月）10:00～13:00

## 研修内容

1. 自己紹介（自己開示・自己評価）
2. 他者紹介
3. ジョハリの窓
4. チームワークを発揮するための心理的安全性
5. 患者目線・患者満足度

## 研修後のアンケート

訪問研修後のアンケートは1週間以内に提出しよう！

<https://forms.gle/Akfn2as6RmrjTt7KA>









## チームワークを発揮するための心理的安全性

### フィードバック

フィードバックとは、ある行動が及ぼした影響について、本人に伝えることです。フィードバックで重要なことは、率直に事実情報を伝えることです。私たちは「自分のことは自分でわかっている」と思いがちですが、意外と自分で気付いていない価値観や言動の癖があるものです。他者から見た自分を知ることは非常に有益です。お互いの認識に興味を持ち質問することで、相互理解を深めることにもつながります。

### 「守秘義務」って何？

医療関係者には「守秘義務」というものがあります。守秘義務とは業務を通じて知った患者さんの情報を誰かに教えてはいけないということ。自分の家族や親しい友人にうっかり話してしまったり、あるいは患者さんの知人に質問され、善意で答えてしまったりするのも厳禁です。病院のトイレや、行き帰りのバス・電車内での、同僚との患者さんのウワサ話にも注意が必要です。他人はもちろん、どこに患者さんの家族がいらっしゃるかわかりません。

また、受付で病気や保険に関する質問を受けたときも大きな声で話すとの患者さんに聞こえてしまいます。場合によっては、場所を移動することも必要でしょう。守秘義務が課せられるのは、医療関係者のほかにも弁護士やカウンセラーなど、業務上個人の秘密を知り得る立場にある人たち。一般の企業に勤める社員に対しても、就業規則などで守秘義務が徹底されています。

患者さんの情報をお預かりしているという自覚を強く持ちましょう。

個人情報保護にも気配りを！

プライバシー保護法で個人情報が守られている現代では、医療事務スタッフが扱うカルテ類に書かれた個人名や職業など、病歴には直接関係のないことでも他人に漏らしてはいけません。各医療機関で個人情報を取り扱う際も、その利用目的をできる限り特定し、必要な範囲を超えて個人情報を使用することは禁止されています。

また、患者さんの個人データを病院以外の場に提供することもできません。許されているのは業務委託している場合（アウトソーシングなど）や、特定の者との共同利用（調剤薬局など）で、その際も当初の目的以外に個人のデータを使用するのは禁じられています。ちょっとした気のゆるみで情報ももらすことがないようにしましょう。

カルテには何が記載されている？

手書きカルテは、何度も受診するうちにどんどん分厚くなっていきます。そこには病歴だけでなく、検査結果や投薬履歴、アレルギーの有無、飲酒や喫煙の習慣、患者さんが医師に話した悩み事まで細かく書かれているのです。

電子カルテの場合も同様で、初診時からのデータがすべて保存されています。カルテを閲覧できる人、あるいはコンピュータにアクセスできる人なら、全員が患者さんの個人情報を入手することができるわけです。

医療事務スタッフはカルテを管理する立場にいますので、自分自身が個人情報を保護するだけでなく、不当に情報を得ようとする人物がいなくどうかにも注意を払わなければなりません。

### 歯科衛生士の守秘義務

歯科衛生士の守秘義務の根拠は、歯科衛生士法になります。＜歯科衛生士法第13条の6＞

歯科衛生士は、正当な理由がなく、その業務上知り得た人の秘密を漏らしてはならない。歯科衛生士でなくなった後においても、同様とする。歯科衛生士が上記守秘義務に違反した場合、50万円以下の罰金が課されます（歯科衛生士法第19条1項）。

### ジョハリの窓

ジョハリの窓とは心理学モデルの1つで、「自分から見た自分」と「他者から見た自分」の情報を切り分けることにより円滑なコミュニケーションを図るものです。1955年、米国・サンフランシスコ州立大学の心理学者であるハリ・インガム氏ジョセフ・ルフト氏が発表した「対人関係における気づきのグラフモデル」が、後に2人の名前をとって「ジョハリの窓」と呼ばれるようになりました。

対人関係において、人は以下の4領域を有しています。

【開放の窓】自分も、相手もよく知っている領域

自分も他人も知っている自己のことです。「相手から〇〇と思われるかもしれない」という他人からの目、「自分にはこんな一面があるかもしれない」という自分の主観が一致している状態といえます。開放の窓が大きくなることで、相手に対する親近感や信頼感が高まり、コミュニケーションは円滑化するのです。

【秘密の窓】自分は知っているが、相手には隠している領域

自分だけが知っていて、他人にはまだ知られていない自己のことです。わかりやすい例として「トラウマ」や「コンプレックス」があげられます。秘密の窓は小さいほど良いとされ、秘密の窓が大きいということは「隠し事が多い」ともいえるため、なかなか相手に打ち明けて話せません。秘密の窓を小さくしてありのままの自分を見せることで、「開放の窓」が大きくなり、コミュニケーションが円滑になります。

【盲点の窓】相手は知っているが、自分は気付いていない領域

他人は知っているが、自分では気づいていない自己のことです。わかりやすい例として「思わぬ長所」や「思わぬ指摘」などがあげられます。ときどき「盲点だった…」という言葉を使うように、相手に言われてはじめて気づくケースが多いです。気づかないうちに相手を不快にさせていることもあるため、窓をできるだけ小さくしておくのが吉。しかし、盲点の窓は「自分で気づいていないと小さくできない」という欠点があるため、人に聞いて自分の盲点を探ることが大切です。

【未知の窓】自分も、相手も知らない領域

盲点の窓と秘密の窓を小さくして、開放の窓を大きくすると、未知の窓に気づけます。「まだ知らない自分」に気づくことで、自己成長のチャンスが訪れるのです。

良好かつ円滑な対人関係の構築には、この4つのうち「開放の窓：自分も、相手もよく知っている領域」を拡大していくことが重要です。

ジョハリの窓を活かすコツは「自己開示」と「フィードバック」

ビジネスでジョハリの窓を活かすうえでポイントとなるのが、会社・部署といったチーム内の「相互理解」。それを支えるのが、「自己開示」と「フィードバック」です。

職場における相互理解を深めるうえで重要となる「自己開示」と「フィードバック」の役割と、ポイントを押さえておきましょう。

①自己開示

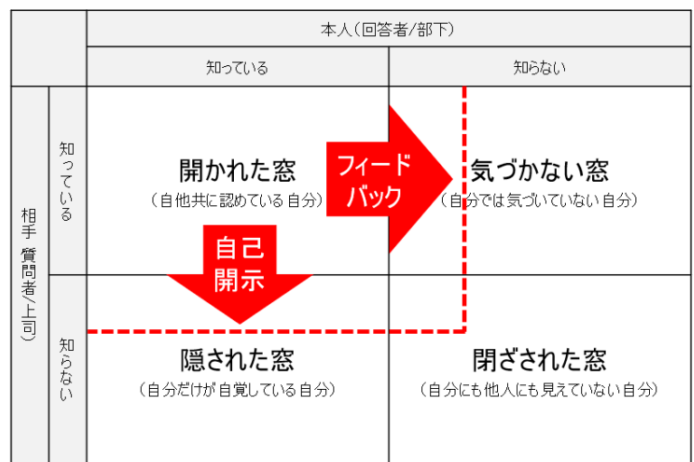
自分の考えや感情、個人的な情報を他者に伝える「自己開示」。ジョハリの窓では、隠された窓（自分だけが自覚している自分）を、開かれた窓（自他ともに認めている自分）へ拡張することを意味します。自己開示は本人の努力よりも、むしろ周囲の配慮が必要不可欠です。

「自己開示しろ！」と求められて、自己開示ができるものではありません。本人が自己開示したくなるような安心安全な場が作られるよう、相手の発言を否定せずに尊重するなど、心理的安全性を担保するように意識しましょう。

②フィードバック

「フィードバック」は、相手に客観的な事実を伝えること。ジョハリの窓でいえば、気づかない窓（自分では気づいていない自分）を開かれた窓（自他ともに認めている自分）へ拡張してあげることです。上司から部下へのフィードバックの場合、部下には見えていない他部署での変化や顧客の声など、客観的な事実を伝えるはずが、評価や指示・命令になっているケースもあるので気をつけましょう。フィードバックの際は、「最近業績が下がっているから、新規顧客の獲得に力を入れるように」など主観的な評価や指示ではなく、「顧客（他部署？）から～～（具体例）という声があったよ」など、本人が気づいていない一面に気づかせてあげることが大切です。

ジョハリの窓



## 患者目線、患者満足を考える

### 患者さんから選ばれる歯科医院になるために

歯科医院の現状

### 歯科医療の現状について（歯科業界の現状を知る）患者さんから選ばれる歯科医院になるために

ちなみに歯科衛生士の歴史とは…

歯科衛生士という資格は最初、アメリカで1913年に誕生したものです。1919年、アメリカに留学していた歯科医の岡田満氏が、アメリカにそのような資格があることを日本に伝えたことで、知られるようになりました。岡田氏は、のちに慶應義塾大学医学部歯科学教室の初代部長を務めた人です。

1921年になると、「歯科衛生婦」の名称で、養成が始まりました。このときが歯科衛生士の始まりと言っていいかもしれません。当時はまだ、国家資格として定められていたわけではなく、民間の資格にすぎませんでした。また、どのような役割を担えばよいのかもあいまいであったため、ニーズは決して高くなかったと言われています。そのため、現在では歯科衛生士が担当する職務も、当時は歯科医が行っていたと伝えられています。

国家資格として歯科衛生士が定められたのは、1948年のことです。第二次世界大戦が終わったあと、日本にはアメリカなど連合国軍が進駐してきました。その頃の日本の公衆衛生に問題がありました。そのままではよくないと考えた連合国軍総司令部（GHQ）の指導を受け、1947年、保健所の業務の1つに歯科衛生が入ることになりました。業務としては、虫歯にならないようにするにはどうすればいいか、その知識を普及させることが中心となっていたと言われています。つまり、当時は保健所で働くことが多かったのです。翌年、歯科衛生士法が定められ、このときから国家資格として制定されました。

1955年になると、歯科衛生士の役割に、歯科診療の補助が追加されることになりました。それまでは歯石を除去して歯槽膿漏を予防するといった口腔内ケアの業務などに限定されていました。追加されたことによって、保健所勤務にとどまらず、歯科が職域となるなど歯科衛生士の活動の幅が大きく広がることになりました。

また、年代を経るにつれ、歯磨きの大切さや食生活のあり方を伝える役割も担うようになっていきました。

さらに1989年には、歯科保健指導が追加されました。その結果、歯科衛生士の重要性はさらに大きくなりました。

2012年、初めて男性の歯科衛生士が誕生しました。まだ歯科衛生士の多くは女性が担っていますが、少しずつ男性歯科衛生士の人数は増えています。

歯科衛生士が誕生した理由、その後の流れを見ると分かるように、歯科衛生士に求められていたのは、歯と口腔内の健康を守ることです。その役割を通じて、公衆衛生の向上への貢献が期待されていました。そのためには予防措置をいかに講じるかが大切であり、その指導もまた、歯科衛生士の仕事として求められるようになっていったのです。今日、予防への意識が高まり、そのために歯科に通う人も増えています。歯科衛生士が誕生したときの原点は、ますます重要性を増しています。

### 色々な患者さんの立場を理解する

あなたが「患者さん」「お客さん」の時のことを思い出してみましょう！（患者さん・お客さんの立場）

利用して良かったお店や施設

利用して良くなかったお店や施設



**患者さんの立場を理解しよう（患者さんの気持ちを考える）**

---

歯科医院に来る理由は？

---

主訴以外の気持ち

---

おとのは歯科にいらっしゃる患者さんの期待とは？

---

おとのは歯科にいらっしゃる患者さんの不安・不満・不信とは？

## 医療サービスと企業サービスの違いとは

	企業サービス	医療サービス
生活者の立場	消費者・利用者	「 」
購入	自分が好きな時に 好きなものを買う 買わなくてもよい	患者さんの「 」を尊重し、 最終的には医師が正確な判断を行って 適切な医療を提供するため、 中断することは適さない
値段に対して	同じ商品をバーゲンの時は 割引で買える	保険診療の場合は 「 」がない
不満足に 対して	気に入らなければ返品し、 返金してもらえる	気に入らなくても元に戻せない 返金か再治療
利用した際	企業側 「 」	患者さん 「 」
お試し	試着・試食が出来る	お試し治療が出来ない

## サイレントクレマー

- 見えるクレーム
- 問い合わせのように見えるフレーム
- 見えないクレーム
- 歯科医院に対する苦情クレーム
- クレームやヒヤリハット
- 無断キャンセル

## 実際にネットで上がっているクレーム

別紙を読んでみよう！

感想→

キャンセルがあった時、どう捉えますか？

## 患者満足とは

今までにお金をモノやサービス・満足したコト・リピートしていること

「不安」「不満」「不信」があったら、あなたは どうしますか？

### 患者満足は評価と期待

満足	期待		評価	
当然・当たり前	期待		評価	
不満	期待		評価	

おとのは歯科にいらっしゃる患者さんが満足するために自分にできることは何ですか？

## 職場の三原則

良い職場を作るための三原則。この3つを実践するだけで、どんな組織も必ず良くなる。

この三原則を大切に、整えていくことこそ環境が良くなる。

時を守り、場を浄め、礼をただす

「時を守り」とは、時間や期限を守ることです。

時間を守ることは、相手の時間を大切にすることで、結果として相手を尊重することです。そして、それにより自分の信用を積み重ねることにつながります。普段の仕事を考えてみてください。朝の出勤、予約の時間、休み時間、提出物などの期限を守る……等、時間ギリギリに行動することのないようにしてください。

「場を清め」とは、3S（掃除、整理、整頓）です。

その意味は次の5Kで表されます。気づく人になれる、心を磨く、謙虚になれる、感動の心をはぐくむ、感謝の心がめばえる、ということです。職場での自分の身の回りを考えてください。掃除、ロッカーや机の中の整理整頓を心掛けてください。

「礼を正す」とは、挨拶をすること、返事をすることです。

挨拶は相手の人に心を開くという ことで、人間関係を構築する基本です。返事も同じで、気持ちの良い返事をすれば人間関係がよくなります。明るく元気よく挨拶や返事をできるようにしていきたいものです。

「机の上がかたづいていない」「時間ギリギリで余裕がない」「呼ばれても返事をしない」などの行動は、相手に不信感をあたえてしまうでしょう。自分の将来のために、すべての人が気持ちよく仕事ができるために、今日から「時を守り、場を清め、礼を正す」を実践していきましょう。