

ブレイングループでは、組織運営に際して、MPAを徹底しています。MPAとは何でしょうか？

① M=マーケティング:お客様に、サービスのドア口まで足を運んでいただき、契約・利用いただく機能や仕組み。② P=プロダクション:お客様と関わりあう機能で、医療・看護・介護サービス自体③ A=Aカウティング(会計):中期経営計画に基づいた、月次の管理。サービス提供の対価により得た、資金の分配、投資計画。

通常、医療法人を中心とした事業所はプロダクションの改善に終始しがちです。つまり、サービス内容の充実のみに、目が奪われてしまうのです。これ自体は、決して悪いことではありません。医療・看護・介護サービスを提供するものは、常に研鑽を積み高いレベルを維持する必要があります。しかし、もしそのサービスが誰にも知られなかったらどうでしょうか？結果として、サービス内容は優れているが、利用される事がなく、開店休業となります。また、仮に利用されても、適切な会計がされなければ、いわゆる“ドンブリ経営”になってしまいます。つまり、全ての組織は、3つの機能を相互作用させることで、継続的利益を生むことができるのです。ここでブレイングループのMPAを改めて見直してみます。

マーケティング:ケアマネージャ・市町村に対して、ザイタック勉強会の開催や在宅通信をお送りしています。サービスを利用いただいているお客様に対しては、健康サポートクラブを開催して機関紙(ピンピンコロリン)を送付しています。これらは、当グループに関心のある、見込客の方々に、ファンになっていただくツールとなっています。

また、最近ではかなり年齢を行かれた方々もインターネットを使われます。そのためホームページの充実も重要です。ブレイングループのホームページも長谷川および橋本先生のブログ、認知症無料相談、ブレイングループ見学コース、コンサルティング案内等と充実しています。今回、長谷川が出版をしたのも、いわゆるマーケティングの意味合いが含まれています。つまりパンフレットより本の方がはるかに説得力があるのです。

プロダクションとしては、実際のサービス以外に、朝礼、倫理法人会の職場の教養、再読、行動目標発表会、自由参加型勉強会、採用時研修が行われています。プロダクションは、その提供するサービス以上に人間性が重要です。ソフィアメディの社長は、「品質は人の質と心得る。あらゆるサービスは“人の情”を超えない」と言われていました。

Aカウティングは経営者として、皆さんの努力で得た資金を無駄なく、有効に分配・投資するよう努力しています。例えば、“月に行く”と決めたら、計画もなく偶然月に到着する事はありません。5年間で60ヶ月にわけて計画する事が重要です。当グループでは5年先の決算書も作成されており、これらが、月次計画に落とし込まれています。つまり、毎月計画を達成すれば、5年後には確実に目標達成されるのです。

以上、現在行われている委員会・勉強会・行事はそれぞれに意味があります。各部署の積極的な参加・協力をお願いします。

1) 以下を説明ください

M=

P=

A=

2) 組織が、継続的利益を生むためには、どのようにすれば良いですか？

(

)

3) プロダクションは、その提供するサービス以上に人間性が重要です。

ソフィアメディの社長の言葉を記載下さい

(

)



(社員教育用)