



# 済生会熊本病院の戦略の評価



評価軸	評価内容	評点
実現すべきビジネス・コンセプト(ビジョン)が 明示化されている	「日本一の急性期病院になる」という明快 なビジョン。日本一の定義があいまい。	8
ビジネス・コンセプトの実現は最重要課題の 解決につながっている	誰に:地域住民に 何を:最高品質の急性 期医療の実践 なぜ:地域医療改革の青 写真を自ら描きその中での熊本病院の立 ち位置を定義し、その実現を目標とした	10
「バカなる」度(対競業差別化度)が高い	365日24時間対応で救急患者を断らない。「地域住民が病院を不要とする」くらいの「バカなる度」を期待したい。	8
行動につながる打ち手(CSF)が明確になっ ている	医療関係者、事務職員すべてのスタッフの 学習と成長をテコに、高度な機能品質の急 性期病院実現の打ち手を明確にしている	10
打ち手は強い因果連鎖で結ばれビジネス・ コンセプト実現を保証している	打ち手が強い因果連鎖で結ばれストー リーを形成している	10
スタッフのミッションが見える化できている	スタッフが全員参加で自律的に自らのミッションを定義し、その実現に向けてPDCAサイクルを回すことが求められている	10
4つの視点がバランスしている	財務の視点が弱い	12



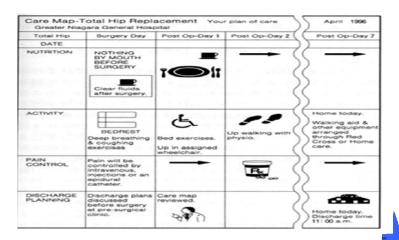
#### 毎年発行する行動計画書



Copyright ©2015 Nakata Yasuo Office All rights reserved.

## 患者さんのための1枚の紙切れ

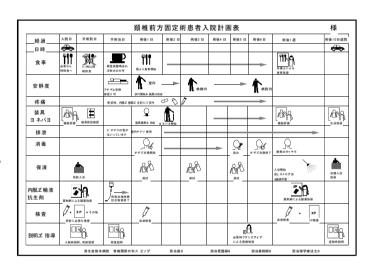




人口関節置換術用パス



済生会熊本病院



初期のクリニカルパス

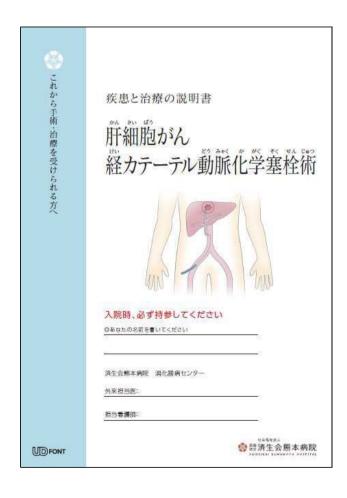
**海外研修** 24



## 疾患説明書の作成



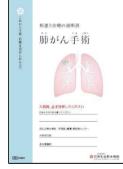
#### 済生会熊本病院













疾患と治療の説明書(27疾患用) 済生会熊本病院HPよりダウンロード可能