

# DH就職説明会 成功マニュアル

応募されやすく、定着しやすい人材を獲得する



歯科医院・クリニックの経営参謀

MECEプロデュース®

# 目次

- 1 歯科衛生士採用の現状  
採用市場の課題と求職者ニーズ
- 2 事前準備のポイント  
医院の魅力発信と採用ターゲット設定
- 3 ブース設計・装飾のコツ  
好印象を与えるデザインと展示
- 4 当日スタッフ配置＆動線  
効率的な運営と雰囲気づくり
- 5 来場者とのコミュニケーション  
印象に残る対応と情報収集
- 6 質の高い人材の見極め方・質問のコツ  
優秀な人材を見極めるポイント
- 7 チェックリスト  
準備から 当日運営まで抜け漏れ防止
- 8 まとめ  
重要ポイントの確認

本マニュアルでは、超売り手市場である歯科衛生士採用において、応募されやすく、かつ定着しやすい人材を獲得するための具体的な手法を解説します。

# 歯科衛生士採用の現状と課題

## 常勤DH不在の歯科医院 約40%

現在、歯科衛生士の採用競争は極めて厳しい状況です。

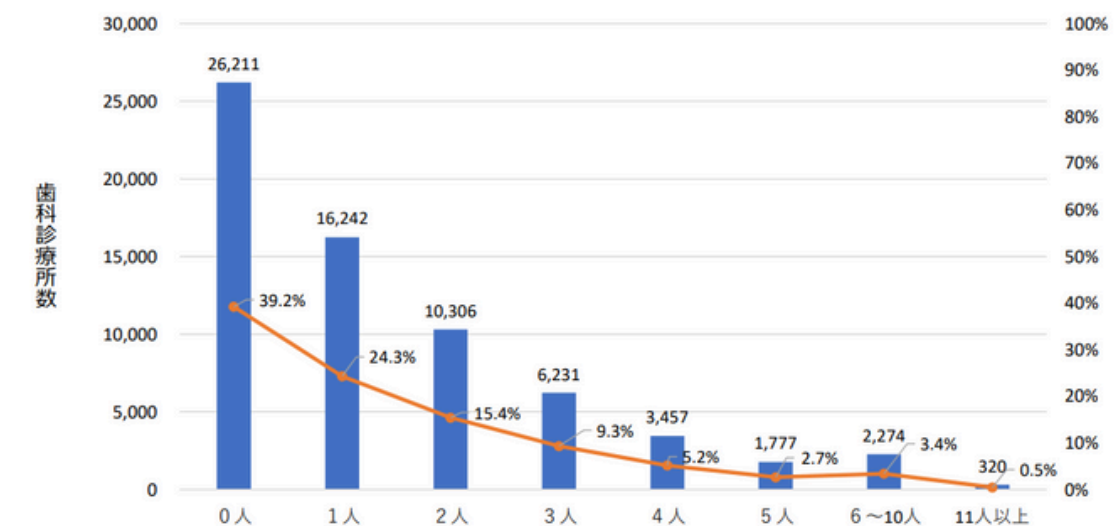
### Q 人材獲得競争が激化する背景

供給不足：歯科衛生士免許所持者の半数しか就業していない  
需要増加：予防歯科の推進による歯科衛生士の業務拡大  
地域格差：都市部への人材集中と地方の人材枯渇  
労働力人口の全体的な減少（2040年に約821万人減少見込み）

### ♥ 求職者が職場に求めるもの

良好な人間関係（離職理由1位：58.3%）  
適正な給与・待遇（離職理由2位：43.3%）  
柔軟な勤務形態（育児・家庭との両立）  
スキルアップの機会と成長環境

## 常勤歯科衛生士数別の歯科診療所数



引用：厚生労働省 歯科衛生士の業務のあり方等に関する検討の進め方（案）

## 歯科衛生士の就業実態

31万人 資格保持者 → 14.5万人 実際の就業者 → 47% 就業率

超売り手市場の現状を正しく認識し、求職者視点に立った採用戦略が不可欠です。  
医院の魅力を効果的に発信し、「選ばれる歯科医院」になることが採用成功の鍵となります。

# 事前準備のポイント

## 成功する説明会の鍵は事前準備にあり！

綿密な準備が応募数と採用の質を決定づけます。

### ① 医院の強み・理念の言語化

- ・ 診療方針・理念を簡潔な言葉でまとめる
- ・ 院内の雰囲気や働きやすさを具体的に表現
- ・ 他院との差別化ポイントを明確化
- ・ スタッフの声を集めて「医院の魅力」を再発見

### ② 採用ターゲット像の設定

- ・ 医院に合う人材像を明確化（技術面・人格面）
- ・ キャリア志向か、ワークライフバランス重視か
- ・ 専門領域への興味・関心の有無
- ・ 成長意欲・適応性を重視

### ③ 資料・ノベルティの準備

- ・ 医院紹介パンフレット（写真多め・文字少なめ）
- ・ スタッフインタビュー集（等身大の声を掲載）
- ・ 今後の教育スケジュールの作成
- ・ オリジナリティのあるノベルティ（記憶に残る工夫）

💡 ノベルティ例：オリジナル歯ブラシセット、エコバッグ、ハンドクリーム、医院オリジナルマスクケースなど

### ④ 事前告知の最適化

- ・ 歯科衛生士学校への早期アプローチ（1年前～）
- ・ SNS（Instagram等）での医院の日常発信
- ・ 専用採用サイト・求人サイトの情報更新
- ・ QRコード活用で説明会後の情報アクセス容易化

👤 連携先：歯科衛生士学校、歯科専門求人サイト、地域歯科医師会など

事前準備の質が説明会の成功を左右します。

「何を伝えたいか」ではなく「求職者が何を知りたいか」の視点で準備しましょう。



# 効果的なブース設計・装飾のコツ

## 第一印象が勝負！

歯科衛生士就職市場では、ブースデザインが「医院の顔」として重要です。学生の87%が「ブースの印象が就職先選びに影響した」と回答しています。

### ✂ 開放的で清潔感あるレイアウト

- ・ 壁を最小限にし、視界を遮らない設計
- ・ 白を基調とした清潔感のある配色
- ・ 適度な明るさの照明設置
- ・ 整理整頓されたテーブル配置
- ・ 座って話せるスペースの確保

### 🎮 医院カラー・ロゴの効果的活用

- ・ テーブルクロス・椅子カバーでの統一感演出
- ・ 壁面タペストリーで大きくロゴを表示
- ・ 配布物全てに一貫したデザイン
- ・ 近隣ブースと差別化できるカラー

## 効果的なブースレイアウト例

ロールアップバナー（通路側）

パンフレット

デジタル画面

スタッフ対応スペース

体験コーナー

テーブル（医院カラーのクロス使用）

## 🎮 体験型展示の事例

### VR診療体験

歯科衛生士の視点で院内ツアー

### ライブデモ

衛生士が実際の技術を紹介

### インタラクティブ画面

タッチパネルで職場環境紹介

### オリジナルノベルティ

医院ロゴを記憶に残す

来場者の滞在時間を2倍に延ばし、応募率が30%向上した事例あり

通路側から目を引き、ブース内で情報を効果的に伝え、記憶に残る体験を提供することが重要です。  
見た目の美しさだけでなく、学生が「ここで働きたい」と思える環境や雰囲気も同時に表現しましょう。

# 当日のスタッフ配置・動線・雰囲気づくり

## スタッフの役割分担



### メインコミュニケーター

来場者との対話、医院の魅力や理念を伝える中心的な役割



### サポート／案内役

資料配布、ブースへの誘導、簡単な質問対応



### 管理・記録担当

来場者情報収集、アンケート管理、連絡先交換

## 入りやすい雰囲気の演出

- ・開放的なレイアウト - 壁を作らず、視界が通るブース設計
- ・適切な距離感 - 押し付けがましくない、入りやすい間合い
- ・明るい表情 - スタッフ全員が笑顔で迎え入れる雰囲気
- ・BGM/動画 - 医院の雰囲気が伝わる映像や音楽
- ・休憩スペース - 座って話せるスペースの確保

## スタッフのマナーと心構え

### 身だしなみ

清潔感・統一感のある服装、  
バッジ等での役割明示

### 言葉遣い

敬語の適切な使用、  
分かりやすい説明

### 傾聴姿勢

来場者の話をしっかり聞く、  
質問を遮らない

### 気配り

困っている来場者への  
声かけ、案内

スタッフ全員が「自分がこの医院で働きたいと思える理由」を自分の言葉で語れることが大切です。  
来場者は、実際に働いているスタッフの姿を通して医院の雰囲気やチームワークを判断します。

# 来場者とのコミュニケーション術

## 🗨️ 初対面コミュニケーションのフロー

### ① 最初の声かけ

「ご興味をお持ちいただきありがとうございます」など、リラックスできる雰囲気づくりから



### ② ニーズ把握

「何に興味をお持ちですか?」「どのような職場をお探ですか?」など、学生の希望を聞く



### ③ 医院紹介とマッチング

希望に合わせた医院の強みや特長を紹介



### ④ 質問と対話

相手の発言を受け止め、掘り下げる質問をする  
学生の表情や反応を観察し、関心事に合わせる

## 🏥 医院説明のポイント

### 伝えるべき4つの要素

理念・ビジョン  
医院が大切にしている価値観  
特長・強み  
他院との違い  
教育体制  
成長できる環境  
職場の雰囲気  
チームワーク

### 説明の工夫

数字・データを活用して  
具体的に実際のエピソードを  
交える

視覚資料（写真・動画）の活用

スタッフの生の声を伝える

## ? 質疑応答での対応

### よくある質問

残業はありますか?  
新人教育は?  
院内の雰囲気は?  
業務の範囲はどの程度?

### 応答のポイント

具体的な実績と取り組みを示す  
具体的なプログラムと制度  
実際のエピソード紹介  
成長に応じて拡大の事例を紹介

来場者との対話は採用活動の最も重要な場面です。誠実かつ具体的なコミュニケーションを心がけ、お互いが「一緒に働きたい」と思える信頼関係の構築を目指しましょう。

# 質の高い人材の見極め方・質問のコツ

## 🔍 質問で重視すべき観点

💬 **コミュニケーション能力**  
患者・スタッフとの関係構築力

👥 **チーム適性**  
協調性と医院文化との相性

📖 **学習意欲**  
向上心と新しい知識への意欲

❤️ **患者志向**  
患者の立場に立った思考

## 📋 質問時に確認するポイント

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1. コミュニケーション力 | 4. 職業観・将来像     |
| 2. 学びへの姿勢     | 5. 勤務条件とのマッチング |
| 3. 協調性        |                |

## 💬 効果的な質問例

① **どんな医院で働きたいですか？**  
→ 志望動機を確認

② **どんな業務を経験しましたか？**  
→ 経験確認

③ **学生時代に力を入れたことは？**  
→ 人柄を見る質問

④ **5年後どんな歯科衛生士になりたいですか？**  
→ 医院との方向性の一致を確認

医院と応募者が互いを知るための大切な場です。  
評価するというよりも、応募者の不安を和らげ、安心して話せる温かい雰囲気づくりを心がけましょう。



# 実践チェックリスト

## 説明会開催前

- ☐ 医院の強み・理念の言語化
- ☐ 採用ターゲット像の明確化
- ☐ パンフレット・資料の準備
- ☐ ノベルティグッズの準備
- ☐ ブース装飾物の作成・発注
- ☐ スタッフ配置計画の作成
- ☐ 説明会での説明内容の整理
- ☐ 必要機材・備品のリストアップ
- ☐ 事前情報収集（参加者情報等）

## 説明会当日

- ☐ ブース設営・装飾
- ☐ 資料・ノベルティの配置
- ☐ スタッフの役割確認
- ☐ 来場者への積極的な声掛け
- ☐ 名刺・連絡先の交換
- ☐ 来場者情報の記録
- ☐ 質問への適切な回答準備
- ☐ 医院の雰囲気・チームの表現
- ☐ 見学・面接日程の調整

## 説明会終了後

- ☐ 連絡先交換者へのフォローメール
- ☐ 見学・面接日程の再確認
- ☐ 応募状況の管理・記録
- ☐ 面接の実施と評価
- ☐ 内定者への通知・説明
- ☐ 内定者フォロー計画の実行
- ☐ 説明会の振り返り・改善点抽出
- ☐ 次回説明会への活用メモ作成

## チェックリスト活用のヒント

- ・事前に全スタッフで確認し、担当者を決めて✓を付けておきましょう
- ・説明会当日はリーダーが進捗を確認し、チームで情報共有を行いましょう
- ・終了後は振り返りを行い、次回の改善点をメモしておきましょう

# まとめ

## ！本マニュアルの重要ポイント



### 事前準備が9割

医院の強み・理念の言語化、ターゲット設定が成功の鍵



### 視覚的訴求が重要

ブースデザイン・資料は医院の顔。清潔感と専門性を表現



### コミュニケーションの質

医院の雰囲気を体現するスタッフの態度・言葉遣い



### フォローアップの徹底

メールやLINEでのフォローで応募率を高める



応募されやすく、定着しやすい人材を獲得するために、一步一步着実に取り組みましょう

当資料の複製、および内容（テキスト、画像等）の無断転載・無断使用を固く禁じます。

発行元： 株式会社MECEプロデュース

〒160-0022 東京都新宿区新宿2-12-13 新宿アントレサロンビル2階