

5. 「病院アンケート調査」

(1) 方法

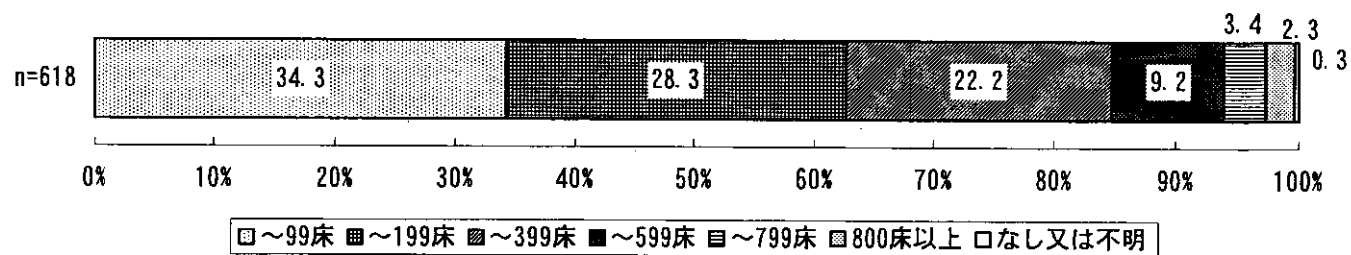
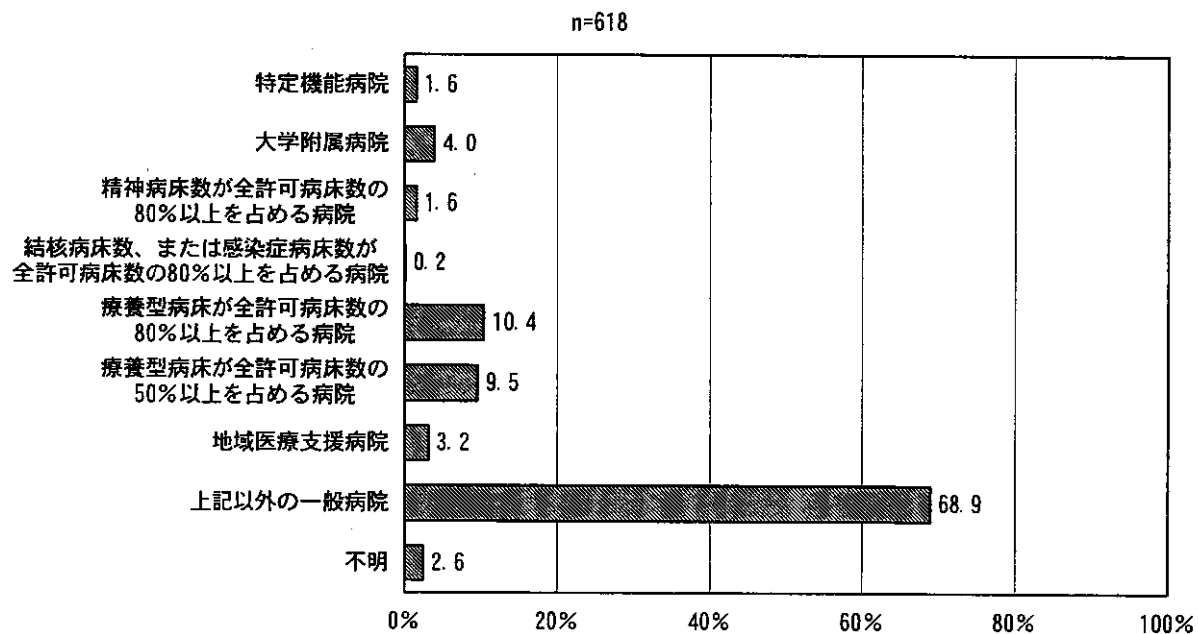
- 実施時期：平成14年2月1日～同2月16日
- 対 象：全国一般病院3,500件
- 回収数：618件(回収率17.7%)
- 調査方法：郵送配付、郵送回収

(2) 調査票の構造

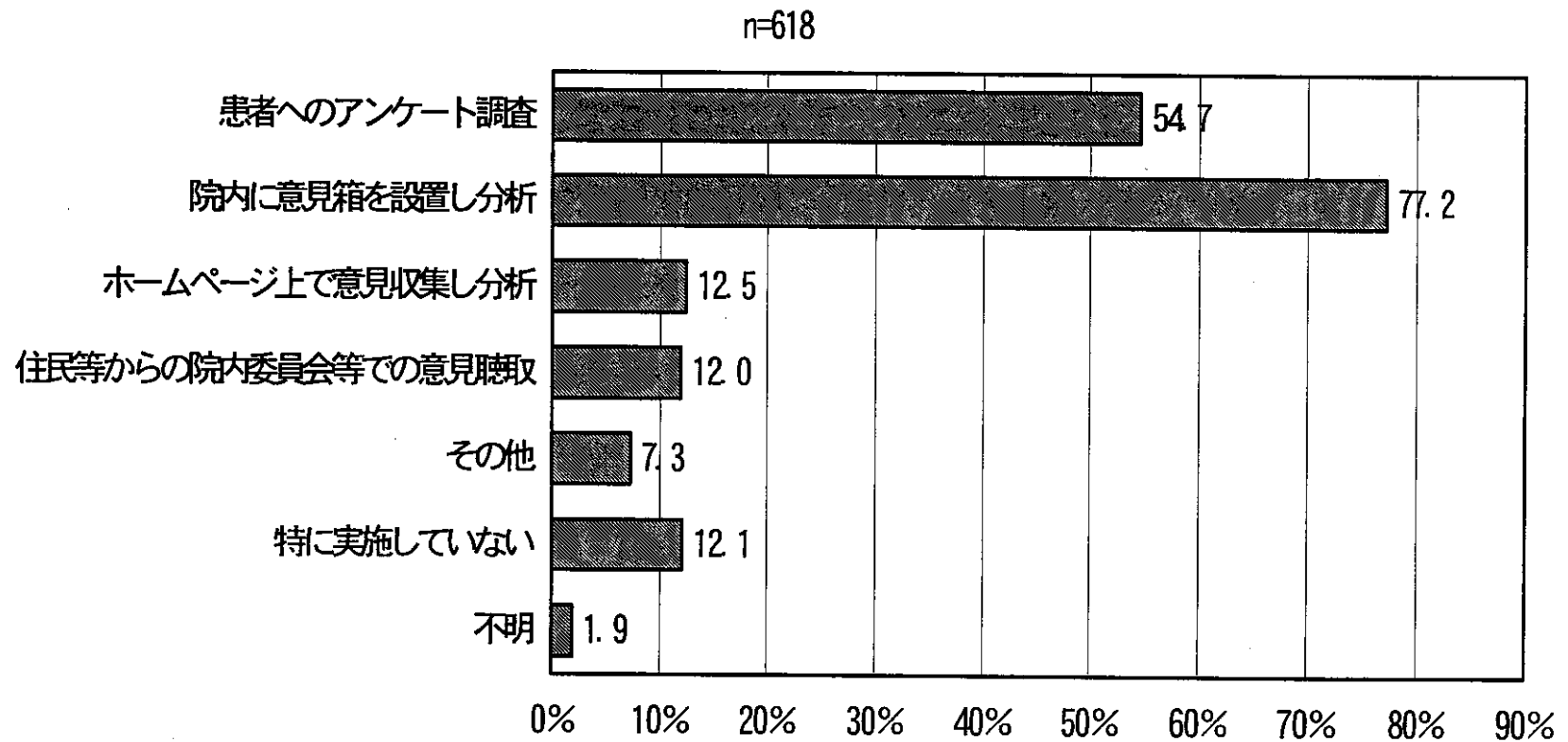
- 病院属性
- 運営状況
- 患者指向の病院運営実現に向けての取り組み
 - ・ 運営方針全般について
 - ・ 個別医療サービスについて

(3) 結果

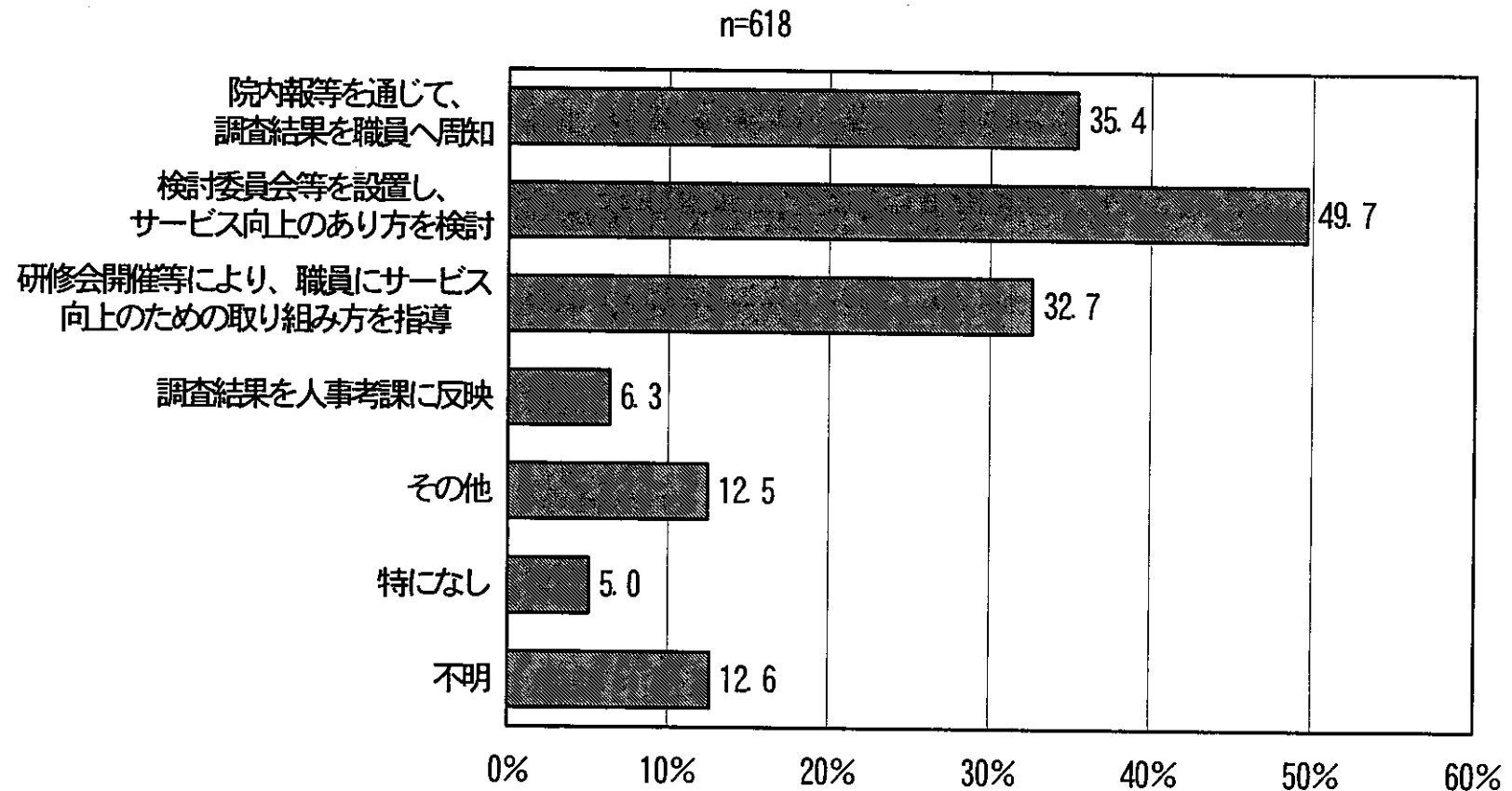
◇ 属性



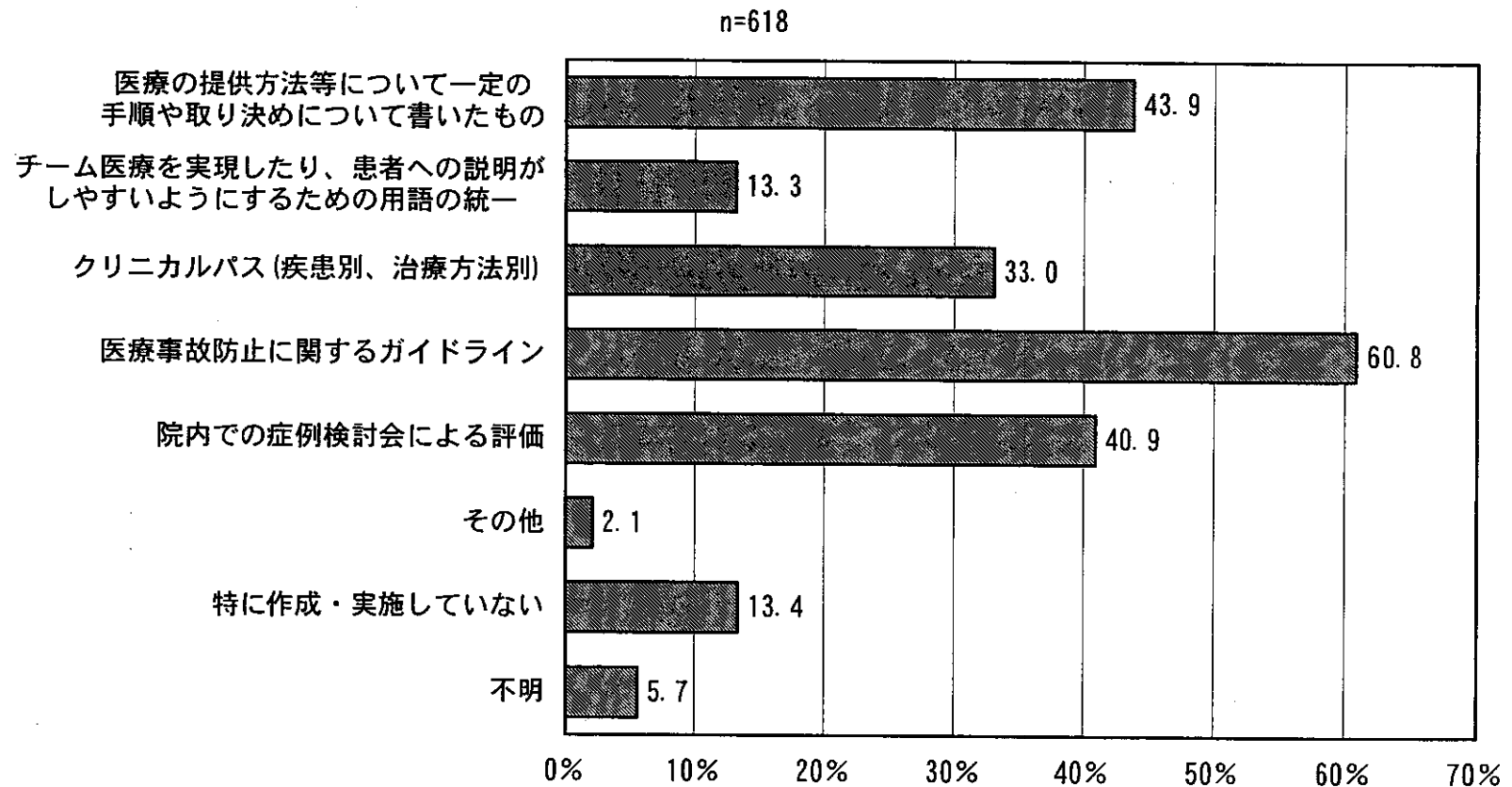
◇患者ニーズの把握状況



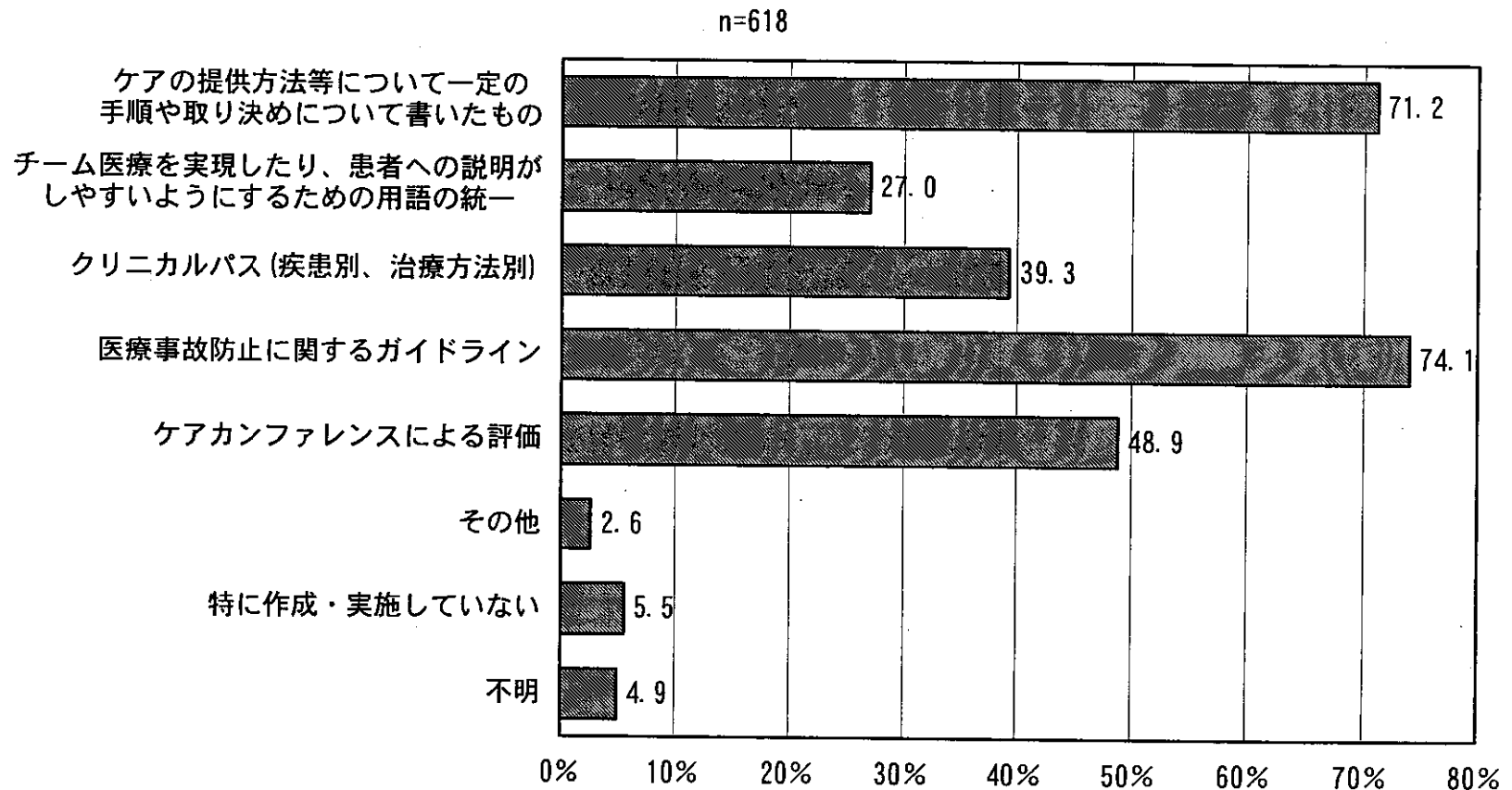
◇結果を反映させる仕組み



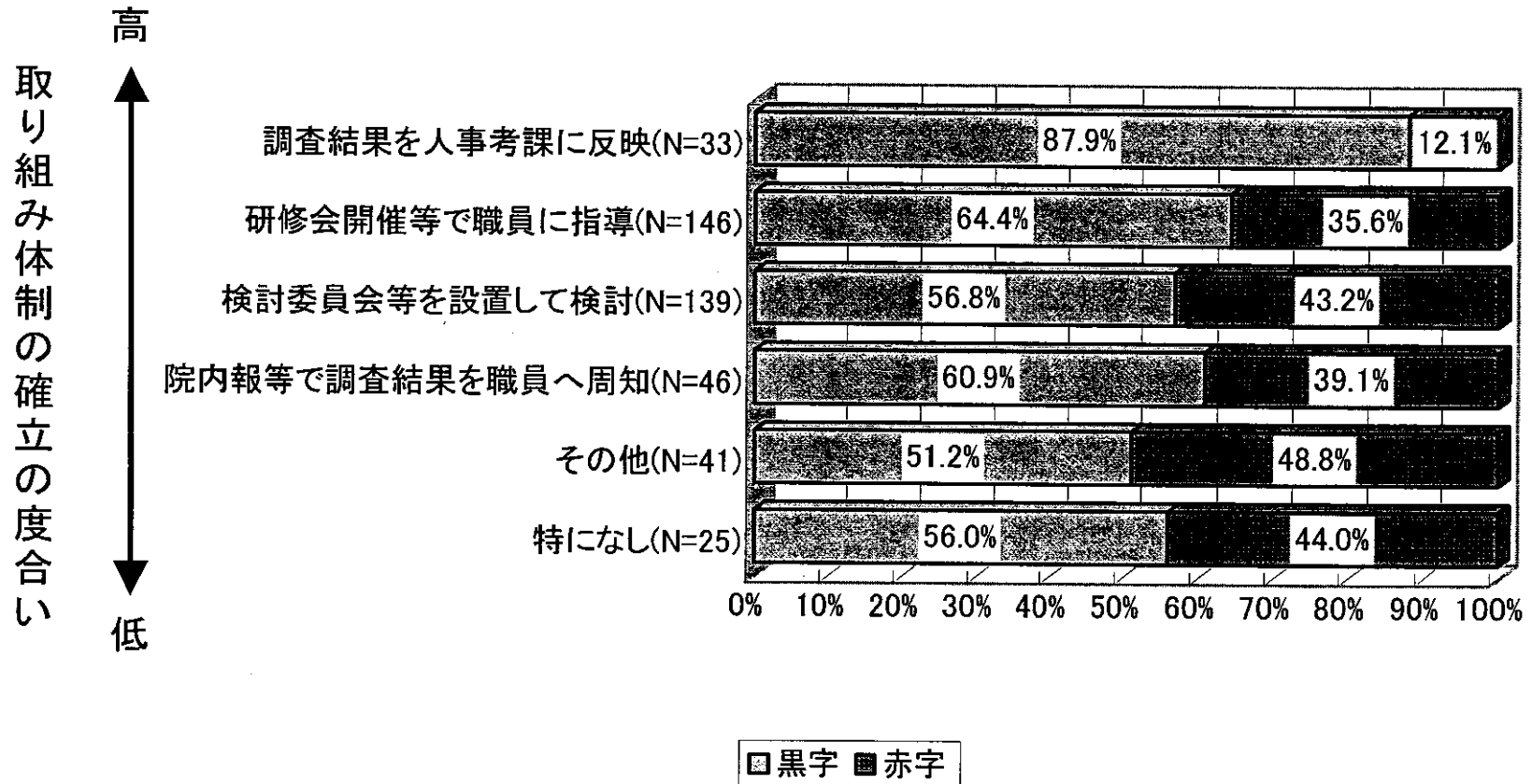
◇医師を対象とした取組み



◇看護師を対象とした取組み



◇患者指向経営の取組み度別にみた経営状況



6. 患者指向経営の実践に向けて

(1) 本質サービスと表層サービス

対象事業	本質サービス	表層サービス
銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・安全性 ・確実性 ・公平性 	<ul style="list-style-type: none"> ・雰囲気 ・親切 ・ユニフォーム・イメージ ・美人 等々
タクシー	<ul style="list-style-type: none"> ・安全 ・適正料金 	<ul style="list-style-type: none"> ・あいさつ ・クリーンな車 ・周辺知識 ・おしぼりサービス 等々
病院	<ul style="list-style-type: none"> ・治療技術 ・病状、治療法説明 	<ul style="list-style-type: none"> ・職員の接遇 ・病院・病室の雰囲気 ・食事のメニュー、味 ・待ち時間 ・診察予約 等々

(資料)「顧客満足型マーケティングの構図」(嶋口充輝著、有斐閣)を基に富士総研作成

(2) 患者指向経営の実践

< 定量的データを把握することの重要性 >

- 医療の質を向上させるための直接的な手段
- 医療の管理手段
- 医療の評価手段

⇒ 得られたデータを戦略的に活用していく
体制づくりが重要課題

(3) 患者指向経営のメリット

□患者側からみた成果

信頼感、QOLの向上、転院率低下 等

□医療機関側からみた成果

継続受診者の増加、新規受診者の獲得 等

□保険者にとってのメリット

重複受診の減少

(資料)「国民健康保険」、長谷川、1999年

