

研究指導 八木橋 彰 講師

医療機関側からみた医療サービスの効果

山口 千明

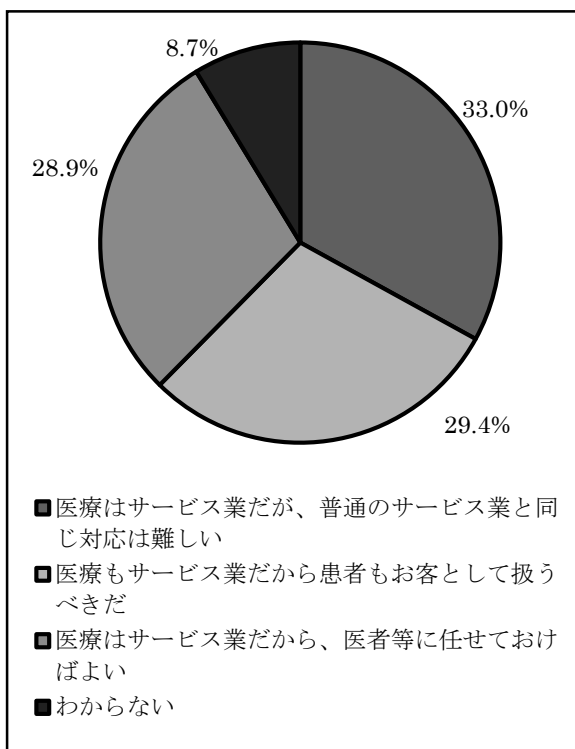
第1章 はじめに

1 研究背景・目的

1-1 研究背景

1995年版厚生白書により医療はサービス業として公になった。当時の井出正一厚生大臣は、「医療は、人が生まれるときから死ぬときまで、国民一人ひとりに密接に関連するサービス」とし、「重要なサービスである医療」と記述している。また、医療を「サービス業」としてみることに関する国民の回答結果を紹介している。結果は図1のようになり、およそ6割が「医療はサービス業である」との認識もっている。

<図1 医療を「サービス業」として見ること>



(出典:厚生白書より作成)

また今までは医療機関側が一方的に治療行為を提供しているように思われてきた。しかし患者も

積極的に自分の症状について把握し、患者が治療のためにしなければならないことを医師も伝え、お互いにコミュニケーションを取り合う。そうすることで結果的に治療効果を高めることになるといわれている。このように医療機関と患者との相互作用が現代の医療に求められつつある。

1-2 研究目的

医療機関では患者から選ばれる医療機関としてどのような医療サービスをおこなっているのかを調べ、医療サービスが医療機関や患者にどのような効果を与えているのかを明確にする。

2 研究方法

文献調査やインターネット調査で医療サービスについての事例や先行研究を調べ、どのようなものがあるかを把握した。

また医療サービスの効果を知るために会津若松市にある医療機関を対象にヒアリング調査をおこなった。

第2章 医療サービス

1 医療サービスとは

まず、「サービスとは人や組織に役立つ活動そのもので、市場で取引の対象となる活動である」と近藤(1999)は定義している。人や組織の生活を満たす活動のことで小売り、交通、教育、医療などが当てはまる。「市場での取引の対象になる」というのは、お金を出してサービスを買うということである。

そして「医療サービスは医師、看護師をふくめたパラメディカル職員¹と、建物や医療機械などのモノ部分の組み合わせで、システムとして医療活動を

¹ 医師を補助する医療従事者のこと。薬剤師や理学療法士などを指す。

提供して、患者の治療を目的とした活動である」と指摘している。

次に基本的な観点から医療サービスは以下の3つが挙げられる。

①機能的サービス

設備・環境の充実度を図るサービスのことで、例としては建物や医療機械の充実、水やお茶の無料提供などがあげられる。

②人的サービス

人が伝える「待遇」全般である。いくら機能的サービスが充実していても、心のこもった温かみのある対応ができていなければならない。

③医療情報の提供

病気に関する情報掲示、パンフレット、院内情報誌の配布、看板、ホームページなどを活用して、情報提供の取り組みが必要となる。

2 医療サービスの取り組み事例

2-1 医療法人財団献心会 川越胃腸病院

患者満足度を高めることを通じて、スタッフの幸せを追求出来る一般サービス業としての発想が大いに活かされたマネジメントサイクルを組み立てて実践されている。

1987年から毎年1回、患者満足度調査がおこなわれている。評価項目は開始当初からほぼ固定されていて、年次を追って患者満足度の推移を把握することができるため、患者の意識やニーズの変遷に対応していける。この分析結果は、当初、経営資料としてのみ利用していたが患者からの要望により患者にも公表・開示されている。ちなみに2013年度に実施された患者満足度調査では、病院全体、病棟部門の人的サービス、外来部門の人的サービスのそれぞれに対して93.5%、90.4%、85.2%と高い結果となった。また職員の満足度水準も高い結果となっている。

こういった医療の質を追求していけるような活動を進めることで「患者の声」を経営に反映させる取り組みが高く評価され、様々な賞を受賞してきてい

る。審査を通して、今後の課題が明確になっていき、その改善を全職員で取り組んだことにより大きな成功をあげた。また異動が多い看護師の離職率も年々低下傾向にあり、2008年には0%を実現している。

2-2 医療法人 三九朗病院

三九朗病院はありふれた普通の病院から約10年ばかりで大きく変化していった。これは、院長宣言をはじめ、従業員への協力(共同関係構築のため)というかたちで「患者中心の医療サービス」を基本とする方針を開示し、病院の改善に努めたためである。

1994年12月から広報誌「三九朗新聞」を発刊している。広報誌担当の看護スタッフの1人が、1995年8月に日本HIS研究会(事務局京都市)主催の病院広報塾に参加して、マーケティングの存在、必要性に気づいた。そしてこれにより病院経営にマーケティングが位置づけられるようになった。地域にも密着しており、「街へ出よう」というイベントをおこなったり、健康講座や地域の集会へ参加したりと地域とのコミュニケーションをマーケティング手法としている。また地域のイベント、会合、懇親会などに積極的に参加し、院長をはじめ職員も手伝いにかけている。

このような活動により、外来患者や病床使用率が徐々に増加し、地域に必要とされる病院にまで成長していった。

第3章 先行研究

1 先行研究

永井・山本・横山(2001)では、愛知県に存在する54の医療機関の利用者に対して満足度に基づいた評価をおこなった。

病院における利用者のサービス評価で高い評価が得られており、特に医師や看護師等の対応と関連がある項目で高い評価を受けていることが示されている。しかし、待ち時間の長さに対する評価

は著しく低い結果となっていた。一方で診療所における評価では、すべての項目で高い評価を得ているという結果になったが、周辺地域住民に多く利用されるためプライバシーの配慮においては評価が低い結果となった。また、性別におけるサービス評価の違いは特に見られず、年齢については、高齢になるほど満足度が高まる傾向が示されていた。

そして総合満足度では、「雰囲気・快適性」「サービスに対する満足度」が強く影響しており、病院より診療所のほうが高い評価を得ているという結果が示されていた。

また今井・楊・小島・櫻井・武藤(2001)では、順天堂大学医学部附属順天堂医院の外来患者と入院患者に各質問項目 5 段階で満足度の評価をアンケート調査でおこなった。

外来患者の満足度では「環境と設備」「医師」「看護師」「医事課職員」の順で高い評価を受けているが、「売店・レストラン」の評価が低い結果となったことが示されていた。そして外来患者の不満は「待ち時間」に突出して現れていた。入院患者の満足度では、「看護師」「医師」「環境と設備」「その他の職員」の順で高い評価を受けており、「待ち時間」「病院の食事」「売店・レストラン」がほぼ同等で低い評価を受けているということが示されていた。

全般満足度は外来患者よりも入院患者のほうが高く、また、満足度への性差の影響はないが年齢が高まるほど満足度は上昇していくという結果が示されていた。

2 先行研究と本研究の違い

先行研究では主に利用者側からの医療サービスの満足度を調査していた。そこで本研究では、医療サービスを提供したことによる医療機関側の変化を明確にする。そして、それが新規性になると考え、研究を進めていく。

第4章 調査

ヒアリング調査は会津若松市にある一般財団法人竹田健康財団竹田総合病院におこなった。

1 ヒアリング調査の内容と目的

ヒアリング内容は大きく分けて、病院でおこなっているサービスや医療情報の提供、患者のみでなく医師、看護師、職員の方々にも働きやすい環境づくりの工夫、患者に喜ばれるようなサービスを提供したことによる病院への影響の3つである。

2 ヒアリング調査の回答

① 病院でおこなっている独自のサービス

病院内にドトールコーヒーを設置し、時間と場所の提供をおこなった。また、小児科では待合室の前にインタラクティブ映像²を設置し、子供たちを飽きさせないようなユニークな工夫がされていた。これも小児科の外来患者を増やすための工夫である。

② 医師、看護師、職員が働きやすい環境の提供

社員食堂が朝から夜まで営業されており、お弁当のデリバリーサービスもおこなっている。また、24時間の託児所やワンルームの休憩室の提供により、安心して子供が預けられ質の高い休憩をとることが出来る。

③ 医療情報の提供

2か月に1度発刊される“ふれai”で患者に健康に関することやイベントなどの情報を提供したり、ふとしたところでも目につくようにエレベータに設置されたモニターで病院情報が掲示されたりなど病院情報の提供に力を入れている。また院内学会が年に1度開かれており、2014年では業務と学術の部門に分かれおこなわれた。この院内学会は学術的な向上、業務改善、部門間の連携強化を目的としている。

④ サービスを提供したことによる病院への影響

様々なサービスを提供したことにより、患者を楽

² プロジェクターから床に映し出された映像のことでその映像は人の動きに反応して変化していく。

しませることができ、治療を目的としていない人も病院に来るようになった。また、患者からの苦情を受け付けており、苦情は期待の裏返しととって病院を良くするための参考としている。

3 ヒアリング調査の結果

これらの回答からわかることは、患者、医師、看護師、職員などと病院に関わるすべての人のためを考えて様々なサービスを提供し、よりよい環境づくりの工夫が大事であるということだ。また医療情報を積極的に発信したり、患者や地域の方々に喜ばれるイベントを提供したりすることによって病院のことを知ってもらうことも重要である。

第5章 おわりに

1 考察

今回の研究では医療サービスとはどのようなものかを事例や先行研究で取り上げ、そこから考えられることをヒアリング調査して考察に繋げるかたちとなった。

医療サービスを提供することによってわかる良い部分、悪い部分を患者が伝えることによって、医療機関側は足りない点に気づくことが出来る。それを改善していくことによってよりよい医療サービスを提供していくことが出来るのだ。つまり医療機関側は「患者の声」を大事にして医療サービスの改善に努め、患者側も要望を伝える。このような相互関係を築くことによって医療サービスは向上していく。また、地域の方々とのコミュニケーションを積極的にとることにより、地域から愛される医療機関に成長し、外来患者の増加をはじめ、来訪者の増加、病床使用率の増加に繋がっていく。

2 今後の課題

今回の研究では竹田総合病院のみにしかヒアリング調査をおこなうことができず、他の大きな医療機関やクリニック、診療所などと比較することができなかった。多種多様な医療機関をヒアリング調査す

ることによって医療機関側が考える医療サービスのあり方を詳しく知ることができ、医療サービスが今後どのように発展していくかを明らかにすることが出来ると考える。

謝辞

本研究の調査にあたり、多大なご協力をいただいた一般財団法人竹田健康財団竹田総合病院の皆様には厚くお礼申し上げます。

【主要参考文献】

- [1] 井部俊子『遅れてやってきた「サービスとしての医療」』、2007
- [2] 今井壽正・楊学坤・小島茂・櫻井美鈴・武藤孝司『大学病院の患者満足度調査-外来・入院患者の満足度に及ぼす要因の解析-』病院管理、37/3、2001、63-74
- [3] 医療法人三九会 三九朗病院『「普通の病院」が生まれ変わった経営改善の軌跡』
- [4] 医療法人財団献心会 川越胃腸病院『患者満足度調査や第三者評価を活用した経営改善事例』
- [5] 株式会社三澤経営センター『医院経営のためのメディカルマネジメントニュース』
- [6] 近藤隆雄『[論点:看護の価値を創造する]サービス・マネジメントとは』日看管会誌、Vol 3、No2、1999
- [7] DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー『川越胃腸病院がスタッフのリテンションに成功したのはなぜか』
- [8] 永井昌寛・山本勝・横山淳一『病院および診療所におけるサービスの分析と評価』病院管理、38/3、2001、25-37