

☆ キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント

2019年7月1日号

=vol.27=

～ごあいさつ～

こんにちは。ホワイトボックス コンサルティング部の阿部勇司です。6月末に大阪で開催されたG20に際して、広範に及んだ交通規制にも市民生活は大きな混乱なく終えたというのは、来年のオリンピックに向けての良い経験値になると良いですネ。

もっとも、多くの市民の協力がなければできないことではあります。かくいう私も、月2回ほど大阪にあるクライアント先に伺うことがあるのですが、G20の開催時期は出張予定から外し、暗に協力をしていただいていたことになりましたが（笑）。

さて、今回の《☆キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント》は、次の内容でお届けします。

【目次 (Contents)】

- ◆今号の注目 Topic : 「How to 市場調査」
- ◆WB's Opinion : 「継続的市場調査のすごい成果」
- ◆お知らせ
- ◆編集後記

*本メールは、ホワイトボックス（株）コンサルティング部スタッフと名刺交換をさせて頂いた皆さま及び弊社がサイト運営している、ドクターレジャーボックスのWebサイトに無料会員登録された皆さまへお送りしています。配信停止を希望される方は、お手数ですが本メール文末にある購読解除手続きへお進みください。

【今号の注目 Topic】

▽How to 市場調査

市場調査は外部環境調査とイコールの関係にあります。以前（2018年7月17日号）、SWOT分析について取り上げたことがありましたが、今回のテーマとしている市場調査から得られた情報をもとに、自院のポジション分析や事業拡大の機会を伺ったり、脅威があれば克服か撤退かの判断をくだし、常に自院を周囲の環境に適切に適応させ、進化させていくことが有益です。

2025年に団塊の世代が75歳以上の高齢者になったあと、2040年には団塊ジュニア世代

が高齢者になり、この間で約 1,500 万人の生産年齢人口が失われるといわれ、もはや環境の変化からは目をそらすことはできません。多くの情報を収集し、最適解を考えていくことが求められています。

<http://bit.ly/2Xi39BE>

【WB's Opinion 「継続的市場調査のすごい成果」】

マーケティングの 4 P の観点から自院を分析し、その結果を戦略に活かしている病院はあまり多くない。マーケティングの 4 P とは、Place（場所）、Price（価格）、Product（製品）、Promotion（販促）である。継続的に競合病院をベンチマークし、良いところはまねていたり、地域の動向をキャッチして、自ら気づき改革を進めていく必要がある。

（1） Place（場所）

病院であれば、場所はすでに決まっている。しかし、待つ医療から出向く医療を標榜することや、実際に地域住民の健康で豊かな生活を守るというコンセプトをもって地域医療を行う病院は、さらに自院の活動範囲を広げ、地域で広く医療を展開することができる。在宅医療や疾病予防がそれらで、「患者が来院するのを待つ」という医療はすでに時代遅れであることを認識する必要がある。

（2） Price（価格）

国民皆保険制度、フリーアクセスの日本では、どの病院で医療を受けても価格は同一である。しかし、医療の質が高く、結果として早期治療が完了することで、患者や家族が負担する医療費全体は大きく影響を受ける。ジェネリックを使うことや、無駄な検査をしないといったことは短期かつ直接的な価格引き下げ要因であるが、たとえ一定の治療において、他の病院と比して多くの検査や治療が行われても、生涯医療費が低ければ、価格を低く抑えているといえる。

（3） Product（製品）

病院にとっての製品は医療サービスである。医療サービスは、病院の中で提供される役務提供すべてをいう。（2）でも説明したように、医療の質が高い、ということが最も重要なポイントである。医療の質が高く、合理的に提供できる病院は地域から尊敬され慕われ、ながく地域医療を推進することが可能となる。

（4） Promotion（販促）

プロモーションはとても大切である。できもしないことを喧伝するのはナンセンスであ

り、広告規制の誇大広告にも該当するので論外だが、これらを除いたとしても、実態を十分に説明していない病院が多い。優れた点を常に開示し、自院がプライドをもって治療ができる状況をつくりあげているか。プロモーションは口コミでの展開もあるが、さらに積極的に展開し、あらゆる媒体やセミナーを活用するなど、注力していく必要があると考えている。

ここにあげた、マーケティングの4つの要素を、市場調査結果を踏まえて分解・分析し、自院の戦略を組み立てていくことが有効である。

【お知らせ】

▽病院マネジメント講座（Web 講座）のご案内

<http://media.manabilabo.com/wbox/>

私たちは、急性期病院をはじめ、回復期、慢性期、外来診療所、在宅療養支援診療所等 100 近い病院や診療所、介護施設の支援をしてきました。各医療機関には様々な課題がありましたが、結局は皆同じテーマに収敛することが分かりました。

「人がどのように力をつけ、組織の中で役割を果たすのか。またリーダーとして成果をあげていくのか」ということが最も大切なテーマです。

私たちがつくってきたことのなかに、皆さんの参考になるものがあればという思いから、本講座をはじめました。院長や事務長、看護部長をはじめとした医療機関のマネジメント層だけでなく、病院との取引をしたいという多くの企業の営業マンや士業の方々にとっても、役に立つ内容であると理解しています。マネジメントに興味をもっている多くの方々の一助になれば幸いです。

【編集後記】

先日、ある日刊紙のコラム欄に次のようなことが掲載されていました。

「はい、あーんして」「ごっくんしようねー」など、スタッフが赤ちゃん言葉で高齢者に接している場面が、病院でいたたまれなくなる光景の一つだ、というものでした。翻って、私たちはどうでしょうか。ともすれば、長期療養型の病院や施設では、患者さんとの付き合いが 1 年以上にも及ぶなかで、件の記者が悪意はないと認識していたことと同様、親しみをもって接してはいるものの、その距離感や尊厳といったものをどこかに忘れてはいないだろうか、と。

閉鎖的な環境におかれがちな状況にあっては、自らの行為や考え方、やり方が正しいと思いがちになり、やがてそれに固執し、適応しにくい体質をつくってしまうことがあることを

認識し、私たちは常にオープンであり続けること、弾力性のある思考を持ち続けることが大切なことではないでしょうか。

▽ご意見・お問い合わせ

本メールマガジンは自動配信システムを利用して送信しております。そのため送信元のメールアドレスに返信しても届かない場合がございますので、ご意見・お問い合わせ等につきましては、お手数ですが以下のメールアドレスまでご連絡ください。

✉ support@whitebox.co.jp

▽登録解除フォーム

メールマガジン購読解除を希望される方は、下記のフォームから手続きをお願いします

<https://goo.gl/QWL7dE>

▽ホワイトボックス(株)メールマガジン「☆キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント」は毎月15日と月末に発行予定です(該当日が週末の場合は、週明けに発行します)。

発行：ホワイトボックス株式会社 コンサルティング部

HP <http://www.whitebox.co.jp>

〒104-0061 東京都中央区銀座1-20-11 銀座120ビル7階

☎：03-6278-8741

*掲載記事の無断掲載を禁じます

Copyright ©ホワイトボックス株式会社 All Rights Reserved.