

増患についての考察



業態別戦略 (メールマガジンリニューアル号_2018.06.08より再掲)

すべての業態において増患＋可視化による生産性向上

加算取得及び医師確保、看護師確保のための政策、
適正な評価（＋データ）

| 業態 | 内外戦略 | 主な診療報酬アプローチ |
|------|--------------------------------|--|
| 急性期 | 管理会計の徹底導入、評価及び教育強化、 自院の情報開示 | 【10対1・7対1→7】特徴づくり、重症者の確保、出来 高算定項目増、（復帰先＋療養＋老健＋介護医療院） |
| 一般 | 外来強化、連携強化、在宅への展開 | 【15対1・13対1→3】重症者の確保 |
| 地域包括 | 連携強化、在宅（訪看含む）への展開 | 【2→4】参入検討、重症者の確保、サブアキュート への対応、在宅復帰（復帰先▲療養▲老健＋介医療 院） |
| 回復期 | 評価及び教育の徹底、連携強化、在宅へ の展開 | 【3→6】FIM（実績指数）、栄養指導、在宅復帰 強化（＋有診＋介医療院）、（外来）退院患者確保 |
| 慢性期 | 外来強化、連携強化＋営業強化、在宅へ の展開 | 【25対1→20対1→2】（夜勤）看護師増、重症者と 軽症者バランス、区分管理、アウトカム評価（褥瘡）、 入退院支援、200以上データ提出、在宅復帰 |

業態共通のテーマ

業態ごとに戦略は異なるものの、収益の構造はシンプル

患者数 × 単価 = 収益

単価アップ

- 施設基準のブラッシュアップ
- 加算取得
- 診療報酬内容の精査・見直し
- 稼働率向上による初期加算等の取得
- 新規患者（≡初診患者）の獲得



単価を上げて、患者数が増えなければ限界がある

増患の必要性

1. 診療報酬が右肩上がりに増えることは考えられない。患者さんを集められない病院は維持が困難になる
2. 急性期であれば、オペ対象患者・救急搬送受入、回復期や精神科病床は実患者数、地域包括ケア病床や療養病床でいえば、ポストアキュートとサブアキュートのニーズに对应されることが必要
3. 平均在院日数の短縮と病床稼働率の向上は相反する性質であるものの、両方を達成するためには、患者を増やすことが大前提

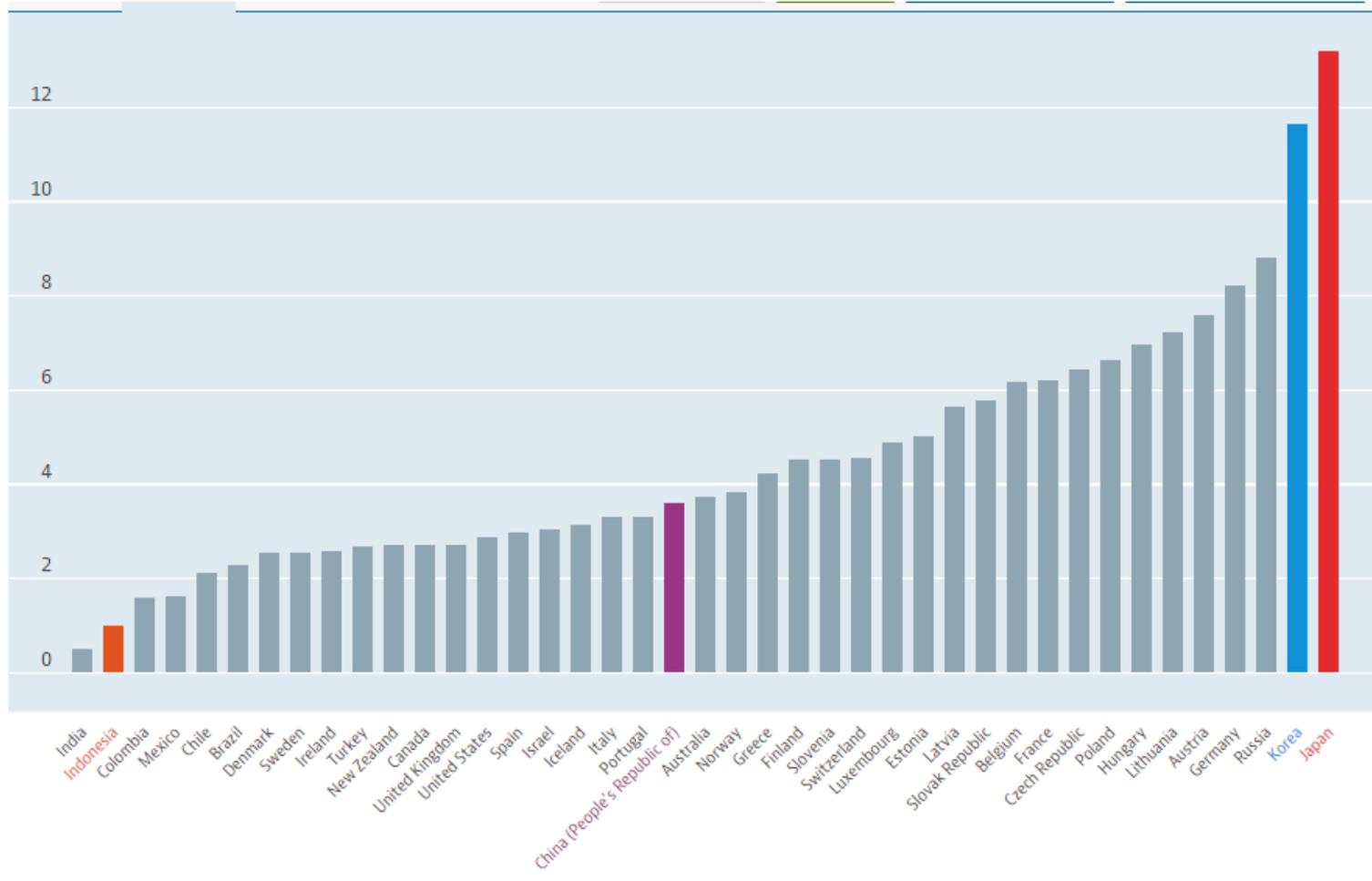
患者数減少の現実

| | 1日平均在院患者数(単位：人) | | | |
|-------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| | 平成28年 | 平成27年 | 平成18年 | 平成17年 |
| 病院 | | | | |
| 総数 | 1,250,796 | 1,255,404 | 1,358,965 | 1,382,190 |
| 精神科病院 | 218,581 | 220,890 | 240,236 | 242,461 |
| 一般病院 | 1,032,188 | 1,034,513 | 1,118,643 | 1,139,653 |
| 精神科病床 | 70,050 | 70,513 | 81,398 | 82,566 |
| 感染症病床 | 59 | 56 | 39 | 48 |
| 結核病床 | 1,859 | 1,988 | 4,423 | 5,436 |
| 療養病床 | 289,771 | 291,924 | 325,773 | 333,436 |
| 一般病床 | 670,449 | 670,032 | 707,011 | 718,167 |

平成28-18比 △108,169人

出所 厚生労働省 平成18年病院報告の概況 平成28年医療施設（動態）調査・病院報告の概況

ベッド数が多いと言われ続けている現状



2025年時点の病院ベッド（病床）数を115万～119万床と、現在よりも16万～20万床減らす目標を示した。手厚い医療を必要としていない30万～34万人を自宅や介護施設での治療に切り替える。高齢化で増え続ける医療費を抑える狙い(20150615)

増患における着眼点

| No | 項目 |
|----|---------------------------------------|
| 1 | 医療がブランディングされていなければ、増患は困難 |
| 2 | ブランドは医療の質、実績、日々の診療活動から醸成される |
| 3 | SWOT分析を行い、強化すべき事項について徹底して実施。不変の強みをつくる |
| 4 | 増患しても受入れをスムーズにできる体制を整備する |
| 5 | 自院が治療できる患者さんを明確にしたうえで、入退院支援の仕組みをつくる |
| 6 | 機能強化することが増患の基本であると理解する |
| 7 | 増患の具体的な手法は営業活動＋広報活動 |
| 8 | 営業活動は、連携室に任せてはダメ。病院全体の問題として捉える必要 |
| 9 | 営業プロジェクトを組成し、多職種で営業活動を行う必要がある |
| 10 | 自院を知らしめるために、さまざまな媒体を多用した対応を行うことが有効 |

強い医療機関しか残れない

