

医療機関専門の調査会社も 費用は十数万円から

くにもと病院、戸塚共立第1病院は、いずれも、患者に密着して要望や不満を探るとともに、患者へのアンケートも実施している。アンケートを行えば、自由記載欄で患者の本音を拾えるほか、接遇、待ち時間などの項目別に満足度を分析したり、サービス改善の効果を時系列で検証することも可能だ。

医療機関の中には、作業の手間を軽減したり、専門的な立場からのアドバイスを得るため、外部の企業にアンケートを委託するところもある。

アンケートを手がける企業のうち、医療機関に半ば特化したサービスを提供し

ているのが、スナッジ・ラボ(株)と(株)ケアレビュー。ともに入院、外来の調査が可能で、スナッジ・ラボは診療所外来、ケアレビューは入院患者の調査の実績が多い。

スナッジ・ラボの標準的なプランが「患者満足度調査(通常)」。調査票はA4判7ページで、回答者のプロフィール欄を除き24の質問項目があり、医師の説明や接遇、アメニティーへの評価などを尋ねる。過去に受託した約800施設の調査結果と比較して分析できるのが売りだ。

ケアレビューのサービス「ケアレビューモニター」は、退院患者にインターネッ

トか調査票で回答してもらう方式。患者の生の声から改善へのヒントをつかむため、調査票は自由記載欄にウエートを置いている。調査結果は、インターネット上の会員専用サイトにアップされ、週1回更新される。同社では今後、更新頻度を高めていく方針だ。

このほか、医業コンサルティング会社でも患者アンケートを受託している。コンサルティング契約を結んだ顧客へのサービスの一つとして行っているところが多いが、(株)サイプレスや(株)川原経営総合センターのように、調査単独で引き受ける企業もいくつかある。

表◎患者満足度調査を実施している主な企業のサービス

企業名	サービス名	内容・特徴	料金(税別)	連絡先
スナッジ・ラボ (東京都千代田区)	患者満足度調査(通常)	診療所外来が対象。調査票配布数200、回収数80~100が標準。過去に受託した約800施設の結果とのベンチマークが可能	15万円(分析結果の報告書込み)、コンサルティング実施の場合はプラス10万円	☎03-3556-5160 (代表)
ケアレビュー (東京都品川区)	ケアレビューモニター	退院患者にインターネットまたは調査票で回答してもらう方式で、契約期間中は調査を継続し、結果を週1回更新。自由記載欄の分析を重視	初期設定料10万円、システム利用料月1万円。調査用紙作成、回収は別料金。報告書作成・コンサルティングは15万円から	☎03-5755-3820 (代表)
サイプレス (東京都千代田区)	患者満足度調査	回収数は入院400~500、外来600~800が標準。改善ポイントに関する管理職向け説明会を実施	病院、診療所とも調査票回収数と質問の設定方法に応じ40万~80万円(分析結果の報告書、説明会費用込み)	☎03-3263-2074 (代表)
川原経営総合センター (東京都中央区)	患者満足度調査	外来は1日患者数の5~10倍程度配布し、6割以上の回収を目指す。入院は病床数の1~2倍程度配布。自由記載欄の分析を重視	報告書込みで20万円程度から。診療所30万~50万円、100床規模の病院50万~100万円が目安。コンサルティングは別契約	☎03-3289-0864 (医業経営コンサルティング部)

くにもと病院のMSW1人が1日39床を回るのに要する時間は、1時間から2時間ほど。川尻氏は「病室訪問はMSWが4人いた時に始め、今は2人体制で同じ業務をこなしてもらっている。MSWの増員により負担を減らす必要がある」と話す。

ただ、患者に密着することで、担当する職員自身が成長できるメリットも見逃せない。川尻氏は、「日々、入院患者に
対応する経験を積むことで、MSWのコ

ミュニケーションスキルを高められる」と語る。

戸塚共立第1病院でも、フロアスタッフの取り組みを始めた狙いの一つは事務職の職員教育にあった。「フロアに立つことで、常に『患者にとって何が必要か』という視点で考えられるようになり、患者のニーズをつかむセンスが身に付くと思った。また、患者を手助けし、感謝される経験が職員の励みにもなる」と事務長の牛之浜吉継氏は語る。

患者の声を聞く活動を続けていれば、その取り組み自体が評判になり、「患者の声に耳を傾けてくれる病院」という口コミが広がって患者が増えるという好循環を生む。

今回紹介した2病院のように、患者に密着してニーズを探っている医療機関は、まだ少ないが、集患力と職員のスキルをともに高められるメリットに着目し、今後新たに手がける施設が増えるかもしれない。