

## 経営企画室が作成すべき経営管理基礎データ 患者アンケートの活用と留意点

株式会社川原経営総合センター 取締役(会計業務部門統括)  
海江田鉄男

### 増患につながるアンケート調査 ポイントとは質問事項と回収方法

多くの病院で、外来患者や入院患者に対するアンケート調査を実施しています。本号では、病院の増患につながる患者アンケート調査を考えてみましょう。

患者アンケートには2つのポイントがあります。1つは、質問事項と質問文です。言葉の使い方と結論が大きく変わることがあります。

2つ目は回収方法です。その場で用紙を回収する方法と自宅に持ち帰ってもらった後に郵送で回収する方法がありますが、本音を聞き出すためには後者がベターです。ただし、この方法にも留意点があります。病院に興味や期待を持っている人の回答が大半を占めることです。何も期待しない人は、よほどの不満や怒りが無い限り、わざわざ郵送で回答してくれませんが、裏を返せば、回収率は病院に対する期待度を表す指標となるのです。

病院に期待する人の意見がアンケート結果に現れるということからは、その意見に対する何らかの回答も示します。これが病院ファンを創造する第一歩となります。

調査結果を公表すると、患者や職員から「自分の想像していた点数よりも高い結果が出ている」という感想が聞こえてきます。ここがポイントです。回答者の多くは、病院に興味や期待を寄せている患者だということを忘れてはなりません。だから、予想以上の高い点数になるのです。

病院職員は、一般に自分の病院に辛い点数を付けています。「患者の声」がそれを修正するの役に立ちます。患者アンケート調査の目的は、病院を評価している患者によって病院の経営が成り立っていることを職員が自覚することと、病院に期待している患者が要望する改善点を適切に把握すること、この2点にあります。

「お金を受け取る人」、「事務処理を行う人」ということで、どうしても低い評価になりがちなのです。したがって、職種別の評価では他の職種との比較ではなく、前年の評価との差異に着目しましょう。

### 調査結果の公表と 職員の経営意識の醸成

患者アンケート調査で重要なことは、調査の結果を職員にも患者にも偽りなく、そのままの数値で公表することです。できれば会計

答が必要になります。たとえば、「自転車の駐輪スペースが少ない」という意見があったとします。即刻改善するか、期限を切って改善を図るか、または改善が困難な理由を述べて謝罪するか、いずれかの対応を表明しなければなりません。それが病院の「ファン」を確保する道筋です。

### 病院の選択理由と 総合評価点との相関に注目

患者アンケート調査の結果で、経営データとして最も大切なのは回収率です。当社が関与したアンケート調査での回収率は、最低値が36%、最大値が81%、平均は61%でした。入院については直近1カ月間の退院患者にアンケート用紙を郵送し、外来については2週間にわたって会計時に手渡しして回収した数字です。アンケート調査は定期的に実施し、回収率を測定し増減に注意しましょう。

調査結果で次に注目すべきは、病院の選択理由と総合評価点との相関です。

病院の選択理由とは「当院を受診した理由は何ですか?」といった質問で、選択肢を示して複数回答

答を求めることが多いと思います。その回答を、①「自宅から近いから」「設備が充実しているから」といった「外形要因」、②「地域の評判が良いから」「治療実績が高いから」といった「質的要因」、そして③「広告を見たから」「ホームページを見たから」等の「情報発信要因」の3つにグルーピングしてみましょう。当社の経験では、外形要因と質的要因が各40%程度、情報発信要因と不明が各10%程度となるのが標準例ですが、最近では質的要因が増加し、外形要因が減少する傾向が見られます。

そして、質的要因を選んだ人が、総合評価でどのような点数を付けているのかが注目されます。たとえば、「治療実績が高いから」という理由で来院した人が、5段階の総合評価で「4」以下をつけたとすれば、「期待外れだった」ということになり、同様に、外形要因や情報発信要因ではどのような評価を得ているのかを分析しましょう。

### 職種別や施設・設備別に 改善点の整理が可能

患者アンケート調査では、「医

ことで分けたマトリクスです。病院に置き換えて考えてみましょう。

①「病院職員も、患者も知っている」こと。これを「周知の事実」と呼びましょう。②「病院職員が知っている、患者が知らない」こと。これが多いと患者の不信を招きます。③「病院職員が知らなくて、患者が知っている」こと。病院職員に「自覚がない」ということ

にほかなりません。そして、④「病院職員も、患者も知らない」こと。これは「ブラックボックス」であり、この領域には暗闇のなかに疾走する恐怖があります。

患者アンケート調査は、③「病院職員が知らなくて、患者が知っている」ことを少なくし、①「病院職員も、患者も知っている」という領域を広げる活動でもあるのです。

図 病院に関する「ジョハリの窓」の例

	患者が知っていること	患者が知らないこと
病院職員が知っていること	通院に便利だから受診した。 駐車場が広くて通院に便利だ。 受付と会計に時間がかかる。 待合室が狭い。	医療技術は高い水準ではない。 紹介患者を受ける信頼が欠如している。 医療事務の熟練者が少ない。
病院職員が知らないこと	評判の良い病院だから受診した。 医師が多いので安心している。 駐輪場を拡げてほしい。 看護師の態度が不満だ。	