

医業経営情報

REPORT

Available Information Report for Corporate Management

2018

11

医業経営

平成 29 年受療行動調査からみる 患者満足度向上に向けた対応策

- ① 平成 29 年受療行動調査の概要
- ② 受療行動調査からみる患者の動向
- ③ 患者満足度向上に向けた取り組み

1 | 平成 29 年受療行動調査の概要

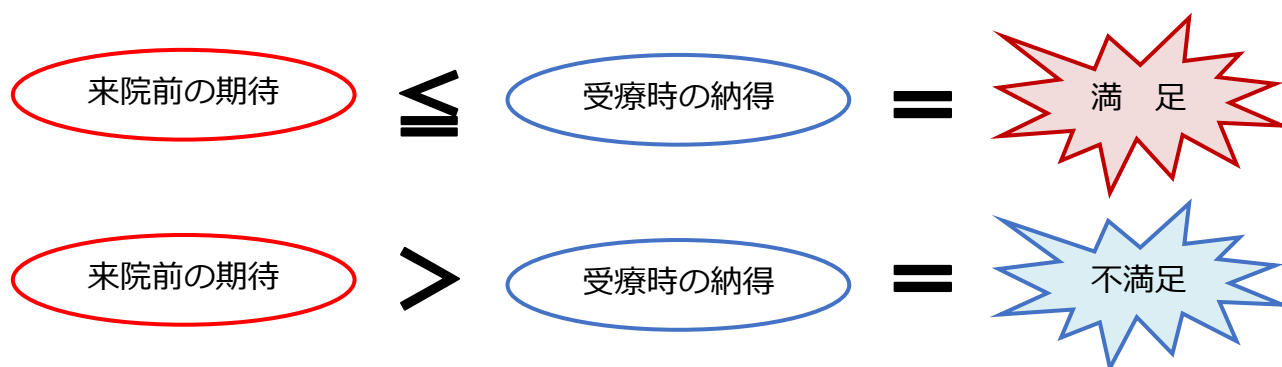
1 | 患者満足度向上とニーズの把握

医療はサービス業であるという考え方によれば、患者の要望に応えることが重要であり、患者の最大の満足は、期待通りの治療を受けて十分な満足が得られることにあります。

また、高齢化や疾病構造の変化に伴い、慢性疾患などで継続的に医療機関に通院する必要のある方が増えてきています。

こうした理由により、長期にわたって適切な医療を提供できる関係性を維持することが求められ、患者と医療機関、医師など医療従事者との信頼関係および良好なコミュニケーション構築がより重要視されるようになってきました。

◆受療時の患者満足度イメージ図



また、患者が抱えている疾病、年代や性格、環境などによっても異なりますが、このような患者の世代や事情を問わず最適な医療サービスを提供することが求められています。患者の意見や意向を受け止め、家庭環境や経済状況などの背景も踏まえて、患者個々に合わせた最適な医療サービスの提供が期待されています。

患者に寄り添ったサービスを提供した結果、患者が医療機関に期待する「納得・安心・満足」というキーワードを全て満たし、当該医療機関が提供する医療サービスは「良い」という評価を得られることとなります。高度で優秀な技術を提供したとしても、サービスが「良い」と評価されなければ、患者からの信頼も選択も得られず、医療機関として生き残ることは困難になるといえます。

患者の発信するメッセージをいかに誠実に受け止め、医療機関全体で苦情や不満を伝えやすい環境づくりに取り組むかが重要だといえます。

2 | 受療行動調査の概要

(1) 受療行動調査の情報活用と目的

本年 9 月に厚生労働省から、全国の特設機能病院、一般病院、療養病床を有する病院を対象とした「平成 29 年受療行動調査（概数*）の概況」が公表されました。

この調査は、対象となる病院を受診された患者の満足度等を測るためのツールとして活用できるだけでなく、患者が医療機関に対する思い等を把握する機会となることや、自院の経営方針を決める参考材料としても役に立つ情報となります。

厚生労働省は受療行動調査の目的を、「全国の医療施設を利用する患者について、受療の状況や受けた医療に対する満足度等を調査することにより、患者の医療に対する認識や行動を明らかにし、今後の医療行政の基礎資料を得ること」としています。

（*）概数：病院報告（平成 29 年 10 月分概数）の外来患者延数と在院患者数を用いて全国推計を行ったもの。

(2) 調査の対象と調査事項

全国の病院のうち無作為抽出した一般病院（490 施設）を利用した患者（外来・入院）を対象として行われました。

ただし、往診・訪問診療等を受けている在宅患者は調査対象から除いており、外来患者については、通常の外来診療時間内に来院した患者に限っています。

◆平成 29 年受療行動調査の対象及び客体、調査事項

1. 調査対象及び客体

全国の一般病院を利用する患者（外来・入院）を対象として、無作為抽出した一般病院を利用する患者を調査の客体とする。

ただし、外来患者については、通常の外来診療時間内に来院した患者を調査の客体とし、往診、訪問診療等を受けている在宅患者は調査対象から除く。

2. 調査事項

●外来患者票

診察等までの待ち時間、診察時間、来院の目的、初めて医師に診てもらったときの自覚症状、医師から受けた説明の程度、病院を選んだ理由、満足度 等

●入院患者票

病院を選んだ理由、入院までの期間、医師から受けた説明の程度、今後の治療・療養の希望、退院の許可が出た場合の自宅療養の見通し、満足度 等

（出典）厚生労働省 平成 29 年受療行動調査（概数）の概況 調査の概況

(3)平成 29 年受療行動調査の対象となる病院の区分

受療行動調査においては、対象施設の病院を病床規模や機能により下記のとおり区分して、定義しています。

◆受療行動調査の対象となる病院の区分

病院の表章区分	病床規模	機能・定義
特定機能病院	医療法第 4 条の 2 に規定する特定機能病院として厚生労働大臣の承認を得ている病院	
大病院	500 床以上	特定機能病院、療養病床を有する病院を除いた 一般病院
中病院	100～400 床	
小病院	20～99 床	
療養病床を有する病院	医療法第 7 条第 2 項第 4 号に規定する病院の病床であって、主として長期にわたり療養を必要とする患者を入院させるための病床を有する病院	

3 | 患者ニーズの把握と受療行動調査結果の情報活用

医療機関を受診しようとする場合、患者は症状や自身の希望に応じて関連する情報を入手し、自分や家族が最も適当だと考える病院や診療所に足を運ぶものです。また、その入手方法は、家族・知人・友人からの紹介、広告や看板、インターネット、電話帳等と多岐にわたりますが、医療機関は自院に関する情報について、正確にわかりやすく伝えることが求められています。

そのため、来院動機や患者の期待、さらに患者が受診先を選択する際にはどのような点を重視しているのかを把握していると患者にとって有益な情報を自院から発信することができ、受診先として選ばれる可能性が高くなります。

◆医療機関の情報発信ツール例

- | | |
|--------------------|------------|
| ● チラシ、パンフレット | ● インターネット |
| ● ポスター、看板 | ● 説明会、相談会等 |
| ● 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送 | ● 電話帳 等 |

◆医療機関の主な広告可能事項～「医療広告ガイドライン」で定めるもの

- 病院・診療所の名称、電話番号、住所、案内図
- 診療科名（具体的な表示にも制限有）
- 診療日、診療時間、予約診療の実施の有無
- 保険医療機関であること
- 入院施設の有無
- 医師・医療従事者の氏名、年齢、役職、略歴等
- 専門医資格、提供する医療の内容、手術件数等の治療実績
- 連携先医療機関
- ホームページや電子メールのアドレス 等



法で限定されている広告事項だけで、患者が求める情報のすべては提供できない



広告可能事項以外にも患者の求める情報の種類を把握し、発信する

厚生労働省は、「医療広告ガイドライン」で医療機関側が発信できる情報を定めている一方で、受診に際する患者の行動や想いを把握することにより、患者中心の医療の実現に向けて適切な医療政策を打ち立てていく方針のもと、患者自身を対象とする調査を実施しています。

この調査の結果は、受診に際する患者の心情やニーズを明らかにするものだといえます。そのため医療機関は、この結果を自院のマーケティングに活用して、患者が求めている情報の提供や、患者が満足、あるいは不満を感じる項目を積極的に強化・改善する取り組みへと具体化することが可能になります。

◆患者の期待に応える医療機関になるための取り組み項目

「受療行動調査」の結果

自院で行う「患者アンケート」結果等

- 患者のニーズを把握する ⇒ 対応が不足する分野の強化・改善
- 患者が必要とする情報の積極的な発信 ⇒ インターネット（HP 等）を含む医療広告
- 患者サービス強化の教育 ⇒ サービスの担い手である職員の育成・研修

2 | 受療行動調査からみる患者の動向

1 | 患者が受診先を選ぶ選考要因

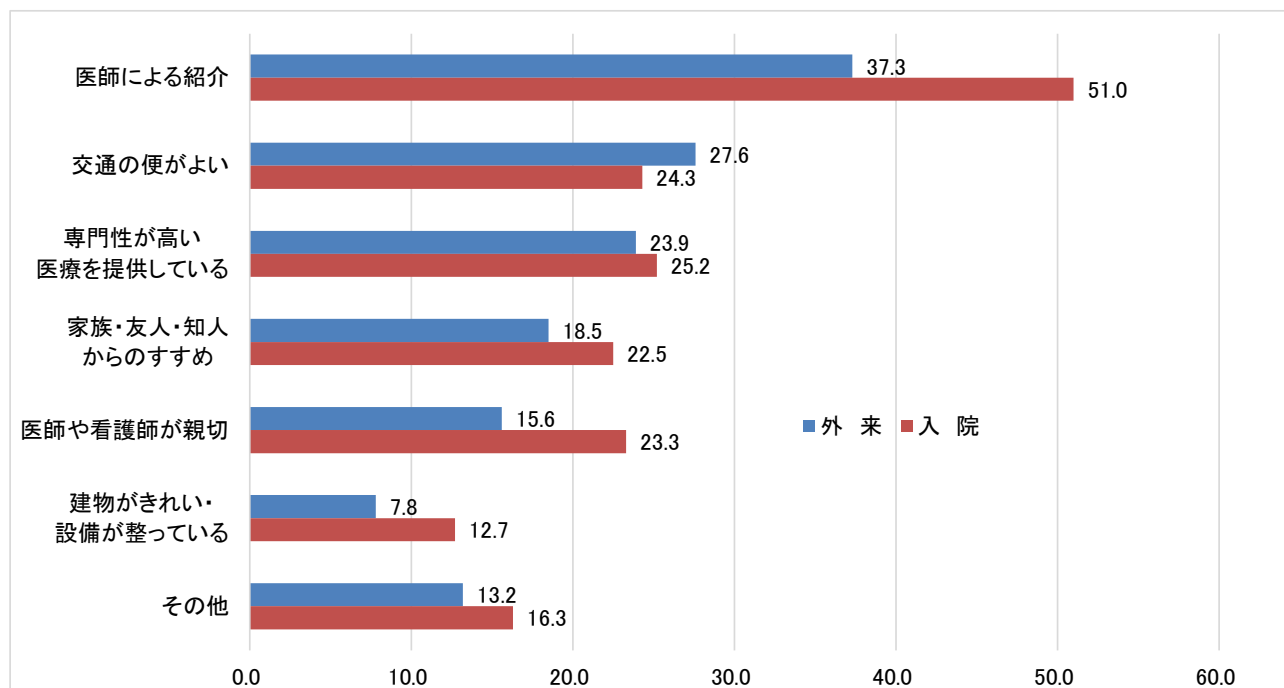
(1) 受診した医療機関を選んだ理由

「病院を選んだ理由がある」という回答のうち、その選んだ理由をみると、外来 (37.3%) 入院 (51.0%)、ともに「医師による紹介」が最も高く、次いで、外来では「交通の便がよい」が 27.6%、入院は「専門性が高い医療を提供している」が 25.2%となっています。

この結果は、前回 (平成 26 年受療行動調査の概況) の結果と比較して大きな変化はありませんが、「他の医療機関との連携体制がある」、「地域に認められた医療機関である」ことが患者から選ばれる重要な要素であるといえます。

注：「病院を選んだ理由がある」者を 100 とした割合である。

◆外来・入院別にみた病院を選んだ理由(複数回答)



(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概況) の概況 関連資料 図 1

(2)医療機関にかかる時の情報入手先

患者がふだん医療機関にかかる時「情報を入手している」と回答されたのは、外来が 77.7%、入院が 82.6%で、「特に情報は入手していない」は、外来が 17.2%、入院が 14.1% となっています。

「情報を入手している」という回答のうち、情報の入手先をみると、外来・入院ともに「家族・知人・友人の口コミ」が最も高く（外来 70.6%、入院 71.9%）、次いで外来では「医療機関が発信するインターネットの情報」が 21.1%、入院では「医療機関の相談窓口」が 23.9%となっています。

この結果を踏まえると、7 割の患者は身近な人の口コミを頼りに受診先を選んでいると考えられます。来院された患者の期待に応え続け、患者が患者を呼び込んでくれることが増患につながる有効な手段といえるでしょう。

また、平成 19 年 4 月からスタートした「医療機能情報提供制度（医療情報ネット）」を確認することで、診療科目、診療日、診療時間や対応可能な疾患治療内容等の医療機関の詳細がわかりますが、患者側は実際の受診時に、それ以外の情報を求めているといえるため、これらニーズに応える情報提供が増患に重要な要素だと捉えることができます。

◆外来・入院別 ふだん医療機関にかかる時の情報入手先(複数回答)

(単位:%) 平成29年

	総数	情報を入手している	情報の入手先(複数回答)										特に情報は入手していない	無回答
			医療機関の相談窓口	医療機関が発信するインターネットの情報	医療機関の看板やパンフレットなどの広告	行政機関の相談窓口	行政機関が発信するインターネットの情報(医療機能情報提供制度など)	行政機関が発信する広報誌やパンフレット	医療機関・行政機関以外が発信するインターネットの情報(SNS、電子掲示板、ブログの情報を含む)	新聞・雑誌・本の記事やテレビ・ラジオの番組	家族・知人・友人の口コミ	その他		
外 来	100.0	77.7 (100.0)	(16.3)	(21.1)	(5.0)	(2.3)	(3.4)	(3.3)	(12.0)	(5.3)	(70.6)	(10.5)	17.2	5.1
入 院	100.0	82.6 (100.0)	(23.9)	(15.8)	(6.5)	(5.6)	(3.1)	(3.7)	(9.8)	(6.1)	(71.9)	(12.1)	14.1	3.3

比較的、外来で
多く挙げられた項目

外来・入院ともに
最も多く挙げられた項目

(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査(概数)の概況 関連資料 表 1

(3) 外来患者の最初の受診場所

外来患者が、病気や症状について最初に受診した場所をみると、「最初から今日来院した病院を受診」が 54.2%と最も多く、次に「最初は他の病院を受診」が 27.3%、「最初は診療所・クリニック・医院を受診」が 15.1%となっています。

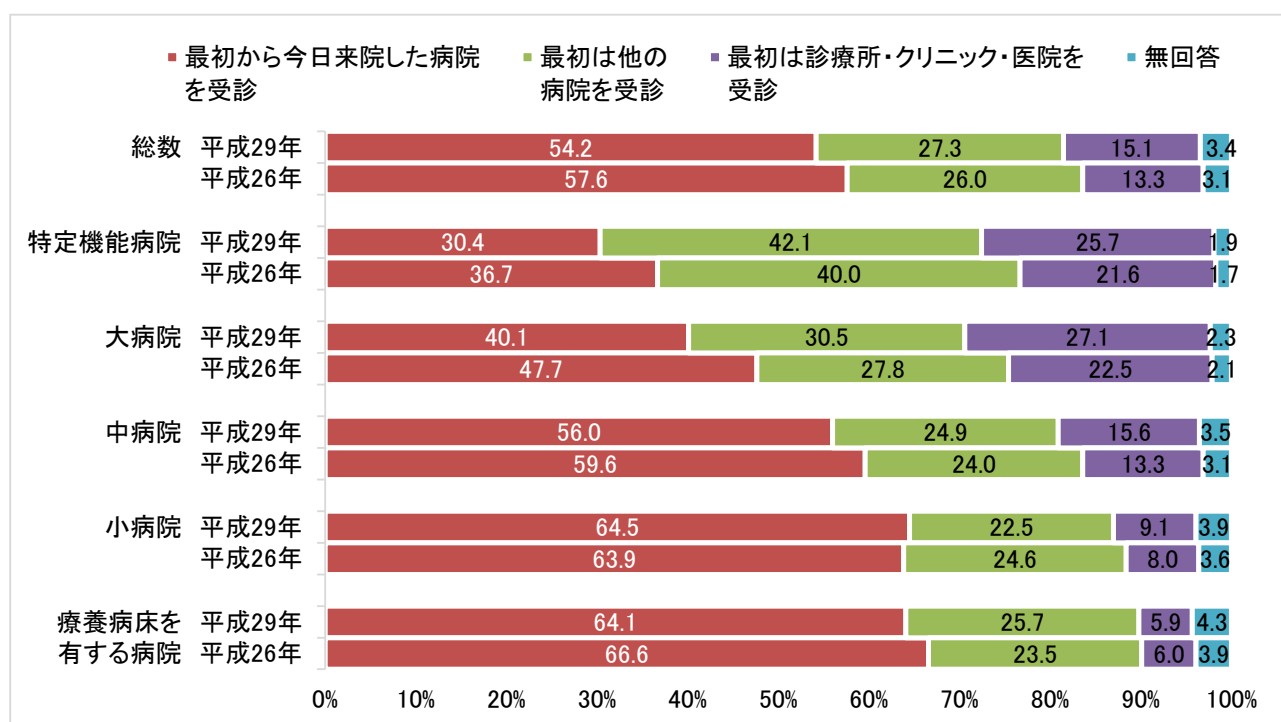
病院の種類別にみると、特定機能病院では「最初は他の病院を受診」が 42.1%と最も多く、それ以外の病院では「最初から今日来院した病院を受診」が最も多くなっています。

また、前回と比べると、特定機能病院、大病院及び中病院において、「最初から今日来院した病院を受診」の割合が低下し、「最初は他の病院を受診」と「最初は診療所・クリニック・医院を受診」が上昇しています。

大病院の初期受診をコントロールする国の政策誘導により、最初に診療所を受診する流れが浸透しているといえます。

診療所としては、連携先となる医療機関のネットワーク構築が受診患者増加へのキーワードであると改めて確認できる結果となっています。

◆ 病院の種類別にみた外来患者の最初の受診場所



(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概数) の概況 関連資料 図 5

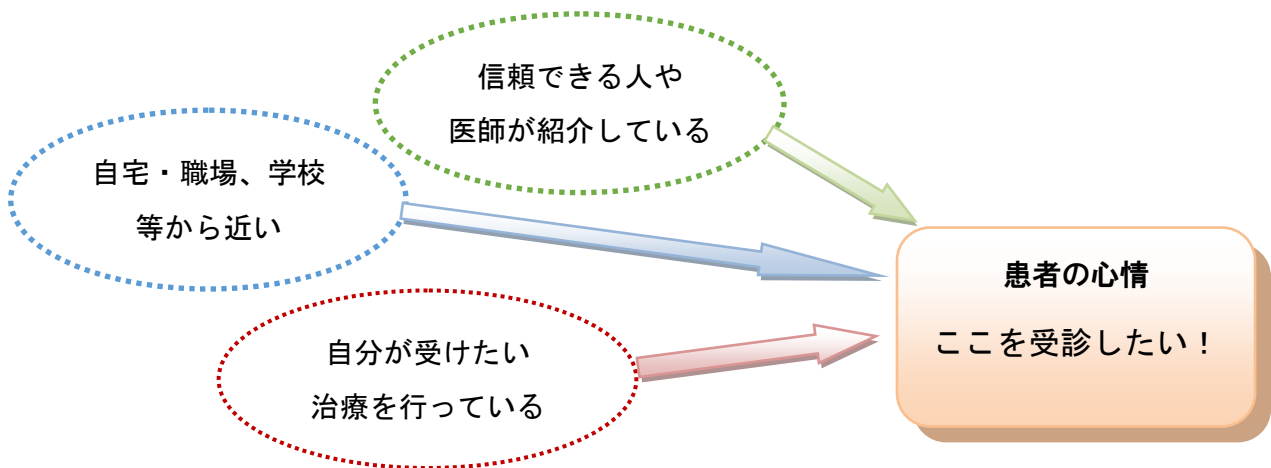
2 | 患者と連携先を引きつける情報発信とコミュニケーションを目指す

今回の受療行動調査で把握できたのは、患者が受診先を選ぶ際には、自分が信頼できる身近な人の口コミや医師からの紹介を重視する傾向があることです。

また、利用交通機関を含む通院の利便性、自分が希望する治療が提供されているか等の情報は依然として重要であり、こうした情報は医療機関の相談窓口のほか、医療機関が発信するインターネット情報で提供されている内容を検索し、入手しているケースが多いのが現状です。

つまり、患者にとってより有益な情報をインターネットで発信できれば、自院の診療圏内の患者が外来受診先を検討する際に、他院に比べて優位性が増すことが期待できます。

◆自院から発信するインターネット情報と患者の心情～イメージ



さらに、外来・入院ともに「医師からの紹介」という項目が多く挙げられていたことから、「地域医療のゲートキーパー」としての役割を果たす診療所としては、その役割強化に向けて、地域の医療機関・医師との「顔を合わせるコミュニケーション」を図る時間をできるだけ持ち、連携先からの紹介患者を獲得する機会を確保することが必要です。



3 | 患者満足度向上に向けた取り組み

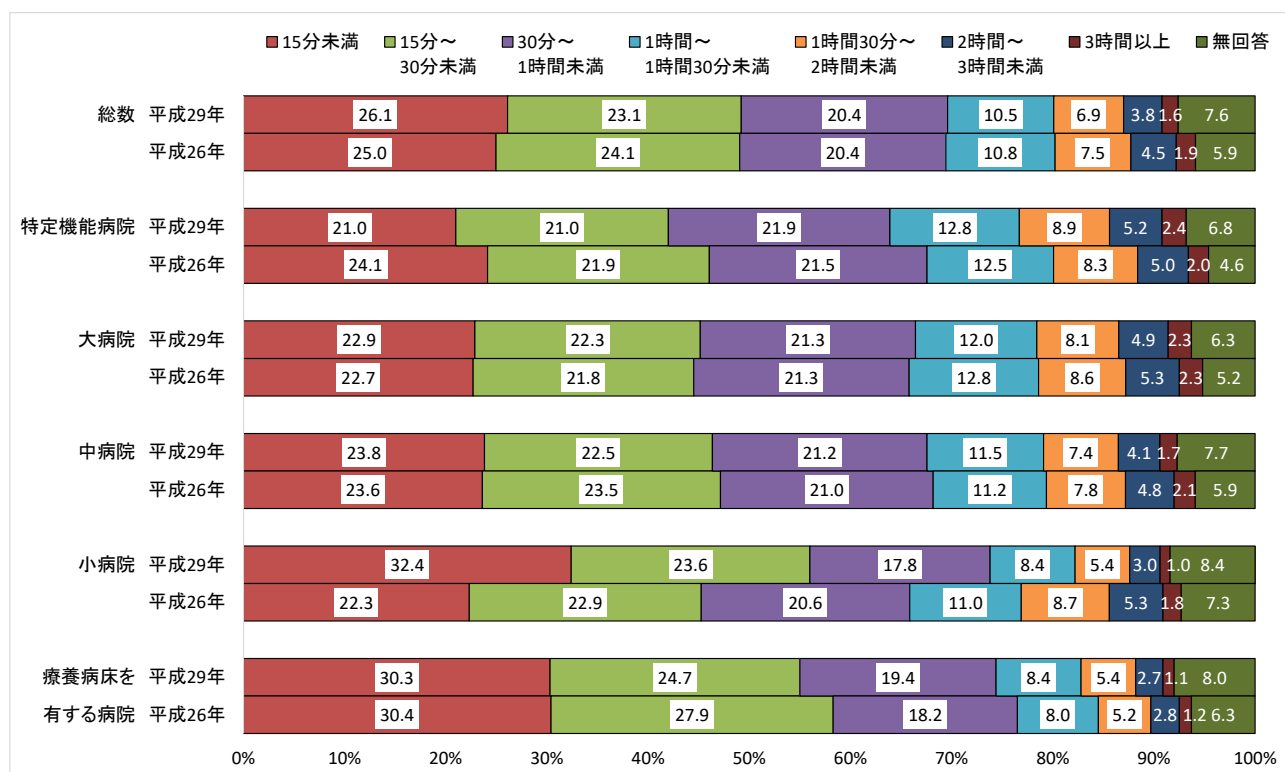
1 | 待ち時間と診察時間の長さ

(1) 診察等までの待ち時間

外来患者の診察等までの待ち時間をみると、「15分未満」が26.1%と最も多く、1時間未満の待ち時間の割合が約7割となっています。病院の種類別にみると、特定機能病院の「30分～1時間未満」が21.9%と最も多く、それ以外の病院では「15分未満」が最も多くなっています。

また、前回の調査結果と比較すると、小病院の待ち時間の長さが短くなっており、15分未満の待ち時間の割合が10%増加しています。

◆病院の種類別にみた外来患者の診察等までの待ち時間

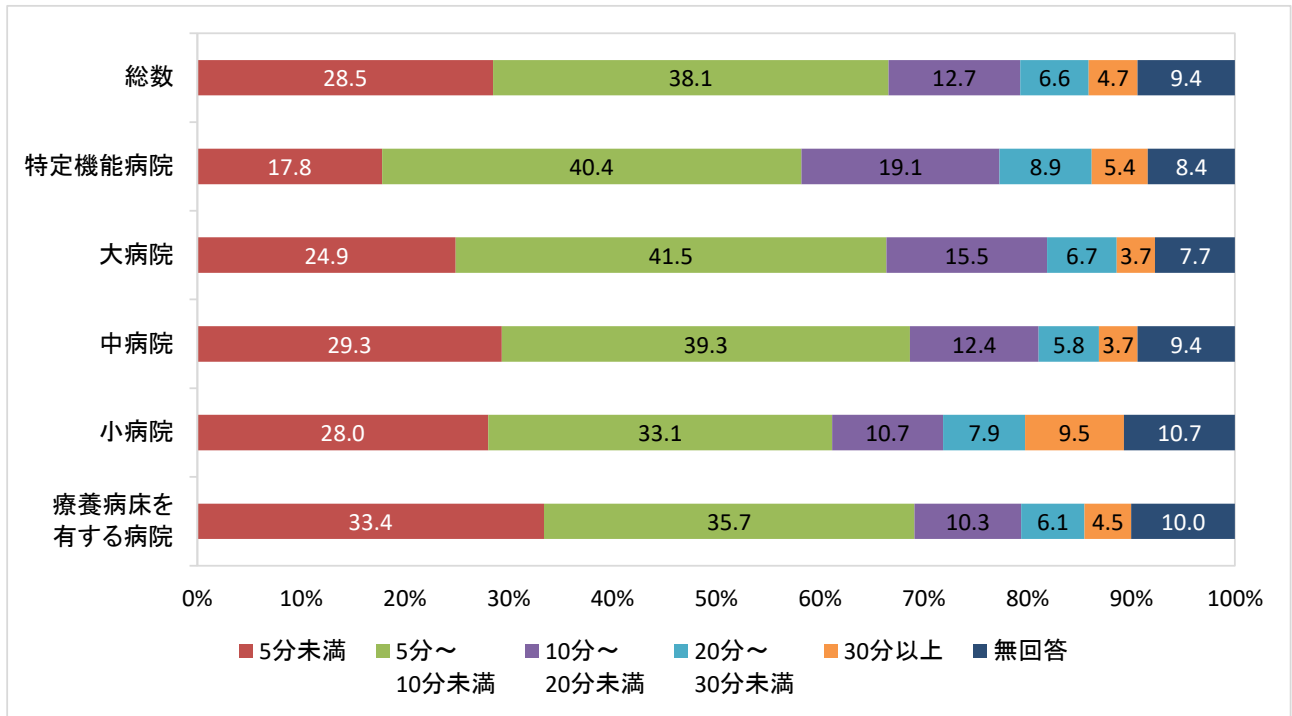


(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概数) の概況 関連資料 図 3

(2) 診察時間

外来患者の診察時間をみると、「5分～10分未満」が38.1%と最も多く、続いて「5分未満」が28.5%、「10分～20分未満」が12.7%となっています。

◆病院の種類別にみた外来患者の診察時間



(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概数) の概況 関連資料 図 4

待ち時間には、受付から診察までの待ち時間のほか、診察・治療が終わってから会計までの時間、また院内処方薬が渡されるまでの時間なども含まれますが、外来患者が最も長く感じるのは診察までの待ち時間だといわれます。

一方で診察時間については、業務多忙のために患者にとって十分な時間を確保できず、待ち時間の長さと一緒に不満要因となる傾向があります。待ち時間の苦痛を軽減することによって、患者の不満を軽減させることが重要となります。

2 | 外来患者ニーズに応える取り組み

(1) 患者の6割が全体的に満足している

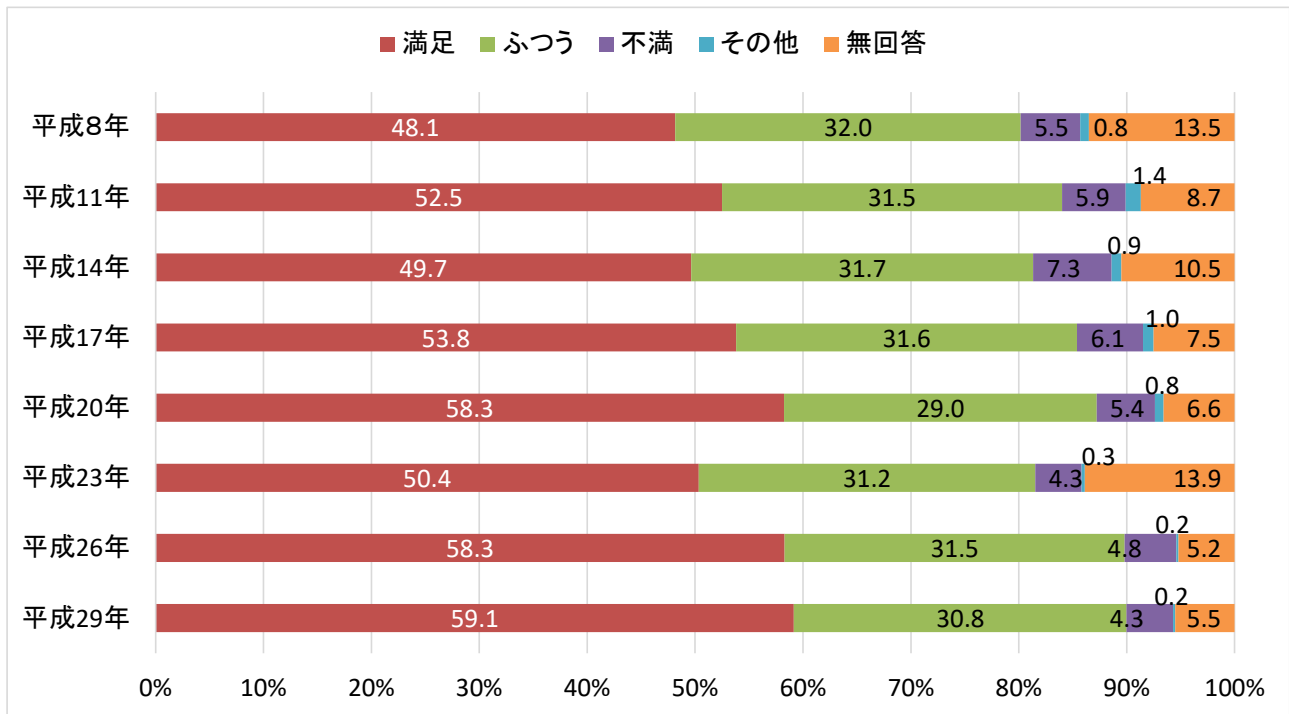
外来患者のうち、受診した病院を全体として「満足」しているという回答は 59.1% (前回 58.3%) 一方「不満」と回答した患者は 4.3% (同 4.8%) を示しました。

本調査が始まった平成 8 年以降の推移をみると、その 6 割程度が「満足」と回答しています。

今回の調査では、第 1 回の調査開始以来、最も多い割合で「満足」という回答を示す結果となりました。

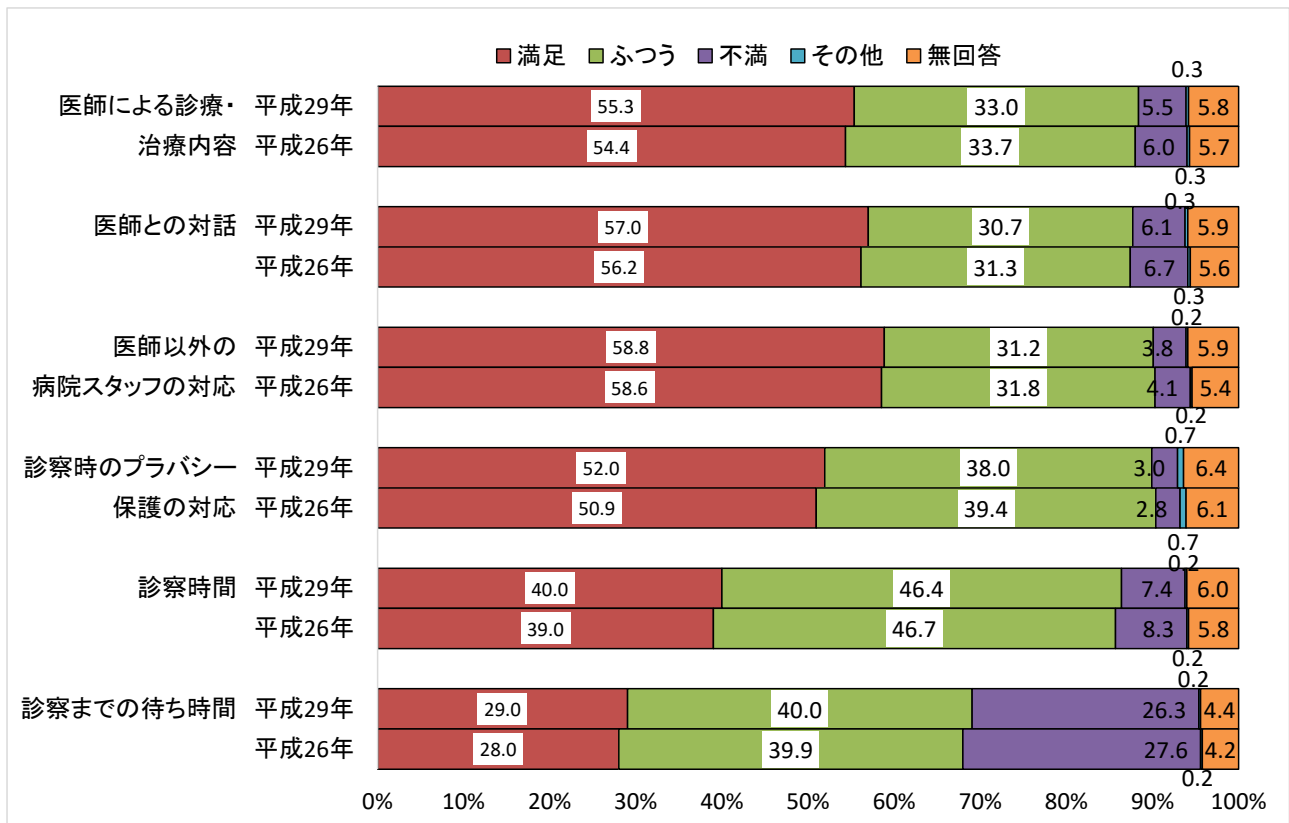
また、「不満」と感じている外来患者についても過去最も少ない結果 (平成 23 年も同じ数値) となっており、患者の満足度は緩やかな増加傾向にあることがうかがえます。

◆病院に対する全体的な満足度の年次推移



(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概数) の概況 関連資料 図 13 (外来)

◆項目別にみた満足度



(出典) 厚生労働省 平成 29 年受療行動調査 (概数) の概況 関連資料 図 14 (外来)

外来患者全体における項目別の満足度のうち、「満足」の割合をみていくと、最も満足度が高かったのは「医師以外のスタッフによる対応」で 58.8%、次に「医師との対話」が 57.0% で前回調査と大きな変化はありませんでした。

この上位 2 つの項目はいずれも人を介してのコミュニケーションの部分であり、医療サービスが人の手により提供されていることから、期待に応える対応内容であることが重視されているといえます。

一方で、「診察までの待ち時間」や「診察時間」については、前回調査と同様にいずれも「不満」とする回答が多い結果となりました。

(2)患者満足度向上に向けた取り組み

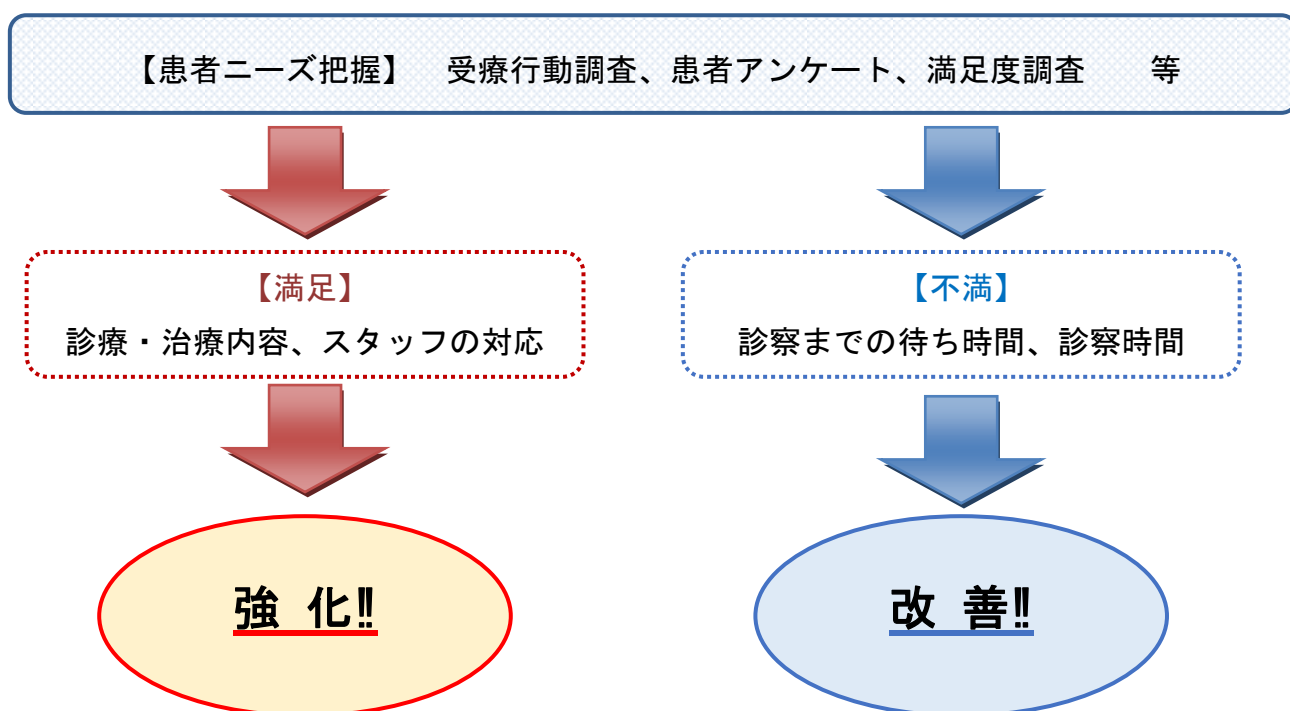
受療行動調査の結果は、前回の調査結果と比較すると大きな変化はありませんでした。

患者のニーズに応じていくためには、満足を得ている分野を強化するとともに、不満を示している項目を改善する必要があります。

今回の調査結果等を踏まえ、自院で患者アンケート調査を実施するなど、多くの患者や潜在的患者が抱えている期待や懸念される不満を把握し、必要な情報を提供する取り組みを含め、増患につなげる改善を工夫することが求められています。

対策を検討する際は、収集した情報を基にして、自院の強みは何か、あるいは改善が求められていることはどのようなことであるか等を客観的に評価することが重要です。

◆患者満足度向上のプロセス



■参考文献

厚生労働省ホームページ「平成 29 年受療行動調査（概数）の概況」