

Medical Practice News

● メディカル・プラクティス・ニュース

会計・税務 自院の“付加価値”を意識していますか？

増患対策 再来院してもらうための5点チェック

人事・労務 人材の確保・定着につながるキャリアプランの整備

コラム 知っておきたい夏野菜の効能

2015
August

8



【ヒマワリ】 森永 翔 (知的障害)

ひまわりの花びらに特徴を付けて、オレンジから黄色のグラデーションにしました。
この絵のひまわり畑に両親を連れて行きたいと思います。絵はがきになったら両親にプレゼントしたいです。
今度は船の絵に挑戦したいです。

この作品は、パソナグループが運営する「アート村」で活躍する、障害を持ったアーティストの作品です。アート村は「才能に障害はない」をコンセプトに、あらゆる方々が活躍する社会を目指しています。



地域で選ばれ続けるクリニック② 再来院してもらうための5点チェック



ポイント

患者さんに選ばれ続けるためには、ホスピタリティがカギです。待ち時間の短縮、感染予防など5つの項目から対策に取り組みましょう。

ホスピタリティを上げよう

「新患は増えたけれど、再来院につながらない」という声をよく聞きます。多くの患者さんはインターネットで診療所を検索し、比較しています。そして、ホスピタリティの高い診療所を求めて移動するのです。

ホスピタリティとは「心のこもったおもてなし」の意味です。医療関係者の間でも関心の高いテーマである一方、「診療所にホテルのようなおもてなしは不向きだ」「接客トレーニングをすればいいだろう」などの声も聞かれ、自院への落とし込み方が分かりにくいようです。そこで今回は、患者さんが定着するためのカギでもある「ホスピタリティ」について、5つの視点から具体的な対策に置き換えてみます。

チェック1 待ち時間対策

転院しようと思った理由の第1位、患者さんの不満で最も大きいのが「待ち時間の長さ」です。言い換えれば、待ち時間の短縮が最高のおもてなしかもしれません。

今は予約システムを導入している診療所も増え、これにより順番の直前まで家にいられるなど、待ち時間の自由度が上がり、患者さんの負担の軽減が進んでいます。

予約システムを入れていない診療所でも、受付横のボードで「ただ今の診察番号」が分かるようにするなど、工夫する診療所が増えていきます。診察まであと何分かは答えられなくても、あと何人かは答えられます。目安を伝えることで、患者さんを安心させることができるのです。

ただし、これらの対策では本質的な待ち時間短縮にはなりません。

ある診療所では、定期的に待ち時間調査を行っています。調査期間は1週間。受付で時間を記入したカードを渡し、会計時に回収して終了時間を記入します。そして、それらを集計し、平均滞在時間を出すなどの分析をします。時間を数字で可視化することで前回との比較が一目瞭然になり、「今度こそ!」と、待ち時間短縮に向けてスタッフのやる気に火が付き、チームが結束し、院長に言われなくても改善提案が多数出てくるといった素晴らしい仕組みです。

さらに、この診療所では、分析結果を院内掲示やホームページで公開しています。患者さんにしてみると、自分たちのために院を挙げて取り組んでいることが分かり、嬉しいものです。この診療所を応援したい、通い続けたいという気持ちも自然と芽生えてくるでしょう。

チェック2 感染予防対策

清掃はきちんとできていますか？ 院内感染は、ウイルス、カビ、ダニ等を原因として人から人、または医療器具を媒介として感染することを、コメディカルにも周知徹底しましょう。そして、診察室、待合室、トイレ等を「誰が、どこを、何時に掃除するか」「掃除の重点ポイントはどこか」を明確にして割り振ります。その取組みをホームページ、院内掲示等で患者さんに明示し、「感染予防対策ができている診療所」という認知を高めます。

インフルエンザの時期には、マスクをせずに入ってきた患者さんに受付でマスクを渡すなど、心配りの見える化もしましょう。

チェック3 アメニティ対策

患者さんが院内に滞在する時間のうち、待ち時間に注目して質を上げます。次のような、「居心地の良さ」をチェックします。

- ①音楽やアロマなどの心遣いはあるか
- ②空調システムは心地良いか
- ③雑誌は患者層に合っているか
- ④環境全体に清潔感があるか など

これらは主観的な要素も多く、分かりにくいかもしれませんが、そこで、患者さんになったつもりで1~2時間待合室に座ってみることをおすすめします。ソファの Springs が悪くなっていた、院内掲示物が汚れている、などにも気付くでしょう。また、長時間待たされるストレスも体験するとよく分かります。自院の「快・不快」をスタッフと共にチェックしてみましょう。

チェック4 キッズ・高齢者・地域対策

小児科、産婦人科、皮膚科、眼科、歯科、内科等で、キッズスペースのある診療所が増え、さらなる差別化として、歯科では無料託児サービスもみられます。たとえ費用をかけても、子連れのお母さんの取り込み

にはメリットがあるということでしょう。

一方、高齢者の多いエリアでは歯科を中心に、送迎サービスが始まっています。対象は、訪問診療を利用するほどではないけれど1人での通院が困難な方です。2025年、団塊の世代が後期高齢者(75歳以上)になります。70歳から外来受診率が下がり始めるというデータもあり、向こう10年間で診療所の在り方が激変すると思われます。来院できない患者さんを迎えに行く・往診するという日がそこまで来ています。

そのほか、地域住民の変化を随時敏感にキャッチし、日曜・夜間診療、専門外来等の対策を練り、テスト診療をすることが、持続経営のために重要となるでしょう。

チェック5 接客対策

心のこもったおもてなしのためには、スタッフの接客力が重要です。ポイントはたった3つです。1回の外部研修より、毎日の刷り込みが大切です。そのためにはチェック項目が少ない方がよいのです。

- ①患者さんの目を見て話す
- ②要点を復唱する
- ③口角を上げてスマイル

この3点をスタッフに浸透させるだけで、ぐんと評判が良くなるはずですが、これらが浸透したら、「受付に来られた患者さんには、こちらから先に声をかけましょう」といった初歩的なことを徹底し、好感度を上げていきます。この積み重ねで「通い続けたいクリニック」になっていくのです。

医療機関のホスピタリティは、もちろん、確かな医療技術が前提です。「内科といえば〇〇医院」「歯科といえば△△歯科医院」と、地域で選ばれ続ける診療所になるために、院長とスタッフが一致団結して対策に取り組んでいただけたらと思います。

(株)オレンジフリー 代表取締役/医療ブランドコンサルタント 吉田ともこ