

新年のご挨拶

新年明けましておめでとうございます。新しい年が始まりました。本年もお役に立つような情報提供を目指して書いて行きます。宜しくお願い致します。

地域でのポジショニング

開業した頃と比べて自院の周りに後から開業したクリニックはありませんか？開業当時と比べて患者さんの数は減っていませんか？

もし、思い当たる点がありましたら、地域での自院のポジショニング（求められている役割）をもう一度検討されてみたらどうでしょうか？

クリニック経営にとって以前は、立地条件が非常に重要な要素でしたが、近年は立地条件より重要視される要素が出てきました。それは、「通院するための積極的な理由を与え、その患者さんに合った治療を進める」ということです。

国が開業医の先生方に求めているのは地域の住民の健康管理、ホームドクター的な役割を求めています。さらに高齢化が進み疾病構造にも変化が現れ生活習慣病の治療、健康管理が最も重要な開業医の先生方の役割であり診療報酬の支払いルールもインセンティブを用意しています。

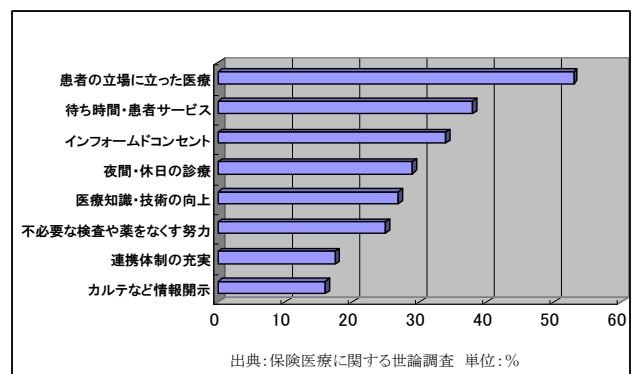
風邪などの患者さんも多く来院されるでしょうが、風邪の患者さんは「いつ来るか予測不能の患者さん」です。それにくらべ生活習慣病の患者さんは「来院予測の可能な患者さん」です。風邪などの急性疾患の患者さんの来院理由は、つらい症状などを治してほしいということがほとんどでしょう。言い換えれば早く治してくれる（＝近い）クリニックに行きがちですが、生活習慣病の患者さんは「先生に診てもらいたい」という積極的な理由が重要です。もちろん大前提として、先生の開業の理念や理想、夢などの方向性と一致していることは言うまでもありません。

では、どうしたら患者さんが集まってくれるのでしょうか？

患者さんが望む医療

風邪などの急性期疾患は、「いつ来るか分からない患者さん」で、生活習慣病などの慢性疾患患者さんは「来院予測の立つ患者さん」ということを申し上げました。このようなことを申し上げられるのも、日本における疾病構造の変化があったからなのは、ご推察の通りです。

さらに疾病構造の変化と共に、患者さん自身の（権利）意識の変化も大きな要因です。



上図の結果からみても分かる通り、インフォームドコンセント（患者への説明と同意）よりも、『患者さんの立場に立った診療』が最も望まれています。これはまさに自分（患者さん）に寄り添う（サポートや応援してくれる）医師を求めている証拠です。これまでのように一方的に説明することよりも、患者さんの立場に立って様々な情報を引き出し、コミュニケーションをとりながらアドバイスしていくスタイルに変わりつつあります。

<慢性疾患の患者さんの特徴>

- ・ 医院にとって定期的な売り上げを運んでくれる
- ・ 単価も高く、比較的長期の通院期間
- ・ 自覚症状がないことが多く、通院先の場所にとらわれない
- ・ 通院先を決める理由付けをすることで、かかりつけにしてくれる

Medical News 2010.1.6号

税理士法人CFTパートナーズ

株式会社クラウン経営サポート

〒541-0051 大阪市中央区備後町3-4-8 フクエイビル6階

TEL : 06-6228-3345 FAX : 06-6228-3346

E-mail : asou-tax@nifty.com <http://www.cft-partners.jp>