

## 2009年度 卒業論文講評

2010年2月 小関 隆志

### 山田 森都「医療サービスマーケティングの理解と展望」

日本の医療をめぐるのは、医師不足や診療報酬、医療事故など深刻な問題がおきています。医師の不足・偏在は、地方だけでなく首都圏でもみられ、妊婦のたらいまわし事件などはまだ記憶に新しいところです。

地方に行けば病院の統廃合が進み、患者にとっては近くに病院がないという不便さが問題となっていますが、東京などは病院や診療所がひしめきあって、激しい競争が起きています。高価な検査機械に投資しすぎて多額の負債を抱えたり、患者数の予測を誤ったりして病院の経営がうまくいけなくなり、倒産する病院も増えています。

山田さんは、東京などで起きている病院間の競争に着目しました。病院がどのように多くの患者を獲得すべきか、サービスマーケティングの視点から考えてみようというのが本論文の主旨です。いまや、医療はサービス業であり、患者の満足度を無視して事業することはできない時代になりました。

結論で山田さんは、患者満足度調査を通して改善点を見つけること、他の医療機関と連携して強みを生かし合うことの重要性を指摘しています。こうしたサービスマーケティングの考え方は、もちろん医療に限ったものではありませんが、従前はサービス業の発想が希薄であった医療にとっては、改めて指摘する意味があると思われます。

本論文は主に文献を調べて書いた者ですが、医療連携について、都内病院関係者から聞き取りをしました。医療関係者は多忙なため、聞き取りに応じてもらえることは難しいかもしれませんが、実際にお話を聞いて現場で問題を理解することができたのは大きな収穫でした。

マーケティングの基礎から、医療マーケティングへの応用まで、しっかりと文章を組み立てて書いたのはとても良いと思います。