

令和 2 年 6 月 22 日現在

機関番号：11101

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2017～2019

課題番号：17K03987

研究課題名(和文) 地域医療の質的向上を意図した医療マーケティングシステムの構築

研究課題名(英文) Structure for Medical Care Marketing System intended Improvement of Standard on Regional Medical Care

研究代表者

保田 宗良 (Yasuda, Muneyoshi)

弘前大学・人文社会科学部・教授

研究者番号：20230229

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,800,000円

研究成果の概要(和文)：医療サービスをサービス・マーケティングの観点から検討を進め、価値共創を応用した情報共創が医療、介護の現場に求められていることを検討した。現在、地域医療は在宅医療の方向に進んでいるが、それには多職種連携を円滑に進めなければならない。背景が異なる専門職が連携し、患者満足度を高めるためにはドラッグストアや調剤薬局、医薬品卸の活用が不可欠である。医療現場、介護現場に精通している医薬品卸、医療モール内にある調剤薬局のビジネスモデルは医療マーケティングの新たな像を構築するために精査すべきものであることが明確になった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

マーケティング研究の方法論を応用して、医療、介護、福祉サービスに活用する試みは以前からなされていたが、病院、診療所についての研究が主流だった。本研究では医療を地域の「まちづくり」の中でどのように計画すべきかという視点を包括して行った。高齢社会が進展し国民医療費の抑制が急務となっているが、こうしたことは臨床の専門家のみならず社会科学の研究に携わっている者も失念できないことを論考で示した。

研究成果の概要(英文)：I studied medical care services by the view point of service marketing concept and examined that field of medical・care services seeked informational collaborations applied value collaborations. Now fields of regional medical care services progress to direction of home medical cares, it is important factor to progress with many combination of medical jobs smoothly. It is necessary for collaborations of professional services by many field of medical staff and for improvement of patient satisfaction to use service method of drugstore, dispensing pharmacy and medical wholesaler. It is clear that to build image of new medical care marketing, we must examine business model of wholesaler with knowledge of medical organizations and homecare organizations, and examine dispensing pharmacy in medical mall carefully.

研究分野：商学

キーワード：地域医療 サービスマーケティング 医療マーケティング 多職種連携 組織構築 患者満足度

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

(1) 地域医療の質的向上を図るためには、臨床技術の向上が必要であるが、社会科学の複数の視点による考察も付加しなければならない。医療機関の経営においては医療従事者の意識改革が求められている。患者は様々な知識を有し、時にはクレームを申し立てる。医療側が多忙を理由に患者の利便性を怠ると、その不満は周囲に大きく拡散する。医師、看護師、薬剤師、他の医療従事者は、患者の利便性、満足度を常に意識しなければならない。そうした背景を考慮した、マーケティングの基本概念である顧客満足度を医療に応用した、患者満足度の研究は複数の研究者により展開されていたが、医療マーケティングの全体像を見据えたものではなかった。

(2) 地域医療の質的向上を図るためには、医療機関の負担軽減が失念できない。医療は在宅医療へシフトが進んでいる。医師がリーダーであるが看護師、薬剤師、ケアマネージャー、歯科衛生士等の医療スタッフが連携して在宅医療に取り組みなければならない。医療の質を維持し、多職種連携を進め、自宅か介護施設にいる在宅患者の満足度を向上するためには、イノベーション的思考が求められるが、そうした論点を深く掘り下げた先行研究は稀有であった。

(3) 調剤薬局は、大病院に隣接していれば必ず患者が処方箋を持参するので、患者満足度や医療サービスによる差別化は重要視されていなかった。調剤薬局が飽和状態に近づくと差別化が求められ様々な改革が進められた。研究開始当初は、調剤薬局の医療サービスを患者満足度の向上やイノベーションを組み合わせたマネジメントについて論じた先行研究は稀有であり、医療マーケティングの構成要素として研究を展開することが望まれた。

(4) 多職種連携は、職種が異なる専門職による連携であるが調整役が必要である。医薬品卸は医療機関と取引があり、介護用品を扱っていれば介護の専門職と知己がある。こうしたネットワークを活用して地域包括ケアシステムの調整役を試みている企業があり、そうしたビジネスモデルは医療マーケティングシステムの構築に大きく寄与するものとなるが、そのような発想による研究は皆無であった。

そうした学術的背景を踏まえたうえで、研究課題が定められた。

### 2. 研究の目的

(1) 本研究の目的は、新視点の医療マーケティング研究を展開することにより、働き方改革を意図した医療従事者の医療サービスの再検討を模索すること、調剤薬局、ドラッグストア、医薬品卸といった医薬品流通業者の活用を再確認することである。新視点の医療マーケティングの研究とは、患者満足度の在り方を再考することである。体調が思わしくなく入院した患者に退院直後に満足度を確認する従来の方法は、問題が生じていた。他のサービスであれば比較考察により満足度が左右されるが、医療の場合は地域の限られた施設を利用しており、満足度の論拠が乏しい。したがって説明がペーパーを渡されてなされたとか、ナースコールをしてから何分で看護師が来たとか、関わった医療従事者が情報を共有していたか、といった質問の方が確実に答えられる。満足度調査の結果は、医療サービスの再検討の際のエビデンスであるので、こうした疑義の解消は失念できない。換言すれば基礎概念の再構築が目的となった。

(2) 新視点の医療マーケティング研究は、地域医療の質的向上を薬局イノベーションの展望により明確にすることを含んでいる。調剤薬局を併設するドラッグストアは、地域のヘルスケアステーションの役割を担っている。薬剤師が患者を診て、一般用医薬品で対応できると判断すれば国民医療費の抑制が可能となり、医療機関の混雑緩和に寄与する。疾病が進行していると判断すれば受診勧奨を行うので、患者が重症化することを回避できる。このことも国民医療費抑制の一助となる。こうした旧来の調剤薬局の任務に加えて、現在薬剤師は様々な任務を担っている。

しかしながら、ドラッグストア、調剤薬局の薬剤師の任務が何であるのか分からない患者が多数いる。医師はある程度任務が分かるが、薬剤師、看護師、歯科衛生士、ケアマネージャーになると任務が不明であるので、満足度の調査がなされても回答が難しい。ドラッグストアには、第二種、第三種の一般用医薬品を扱える登録販売者がいるが、この有資格者のやれることは普通の利用者は不明である。こうした基本的な任務の理解が、ドラッグストア、調剤薬局が地域医療の質的向上を図るための基盤であると考えられる。現場がどのように地域に意義を示し、連携を進めているかを明確にすることが目的の1つとなった。

(3) 多職種連携の課題として、情報の効率的な共有があげられる。職種が異なると知識の背景が異なるので伝え方に工夫を要する。患者満足度に対する考え方も職種により異なる。医師が在宅患者を訪問することは必要な時に限定されており、後は医師の指示を受けた各専門職が行う。各専門職は形式知によって情報を共有するが、暗黙知の共有の総量が大きいほど革新が可能になり、在宅患者の満足度が向上すると考えられる。情報共有の効率的な方法を明確にすることも目的として定めた。

### 3. 研究の方法

医療と介護は診療報酬、介護報酬が改定されると、その都度現場の対応が変革する。団塊の世代が後期高齢者になる2025年まで刻限が迫っている。そうしたことを踏まえて、本研究は短期間で像を示す必要があり、3年計画とした。

初年度(平成29年)は、文献研究により全体像を明確にすることを重要視した。医療は破壊的イノベーションが必要であるとされるが、イノベーションとは何であり、マーケティングと連動するものはなんであるかを問い続けた。医療マネジメントに関心を有する医師が記した論考や、

社会薬学に造詣が深い薬剤師が記した論考は興味深い知見が多い。受療行動調査や医療経営白書で、研究を進める際のエビデンスを把握することを試みた。

次年度(平成30年)は、文献研究に加えて聞き取り調査に尽力した。医療マネジメントや社会薬学の研究者に対する聞き取り調査で求めたものは、私が考えている仮説の検証は、現場の課題を解決することに寄与するののかということである。薬局薬剤師に対する患者満足の研究は、限定されている。一般の患者は薬剤師の任務を認知しておらず、医薬品の服用方法についての説明等、アンケートに対応できる部分が限られているが、こうした実態把握は聞き取り調査が基本である。

興味深いビジネススキームを有するドラッグストアを訪問し、まちづくりに寄与する戦略を確認した。研究の柱の一つとなる、薬局イノベーションの展開はこうした戦略の把握がベースとなる。調剤薬局にアンケートを行い、地域住民の健康維持のために薬局は何をなすべきかということを問いかけた。

最終年度(令和元年)は、医薬品卸、医療マーケティングに関心を有する病院職員、病院長、医療サービス、介護サービスの研究者への聞き取り調査及び議論を進めることに尽力し、新たな知見を得ることを試みた。

この研究は多角的視点からのチェックが必要なので、日本消費経済学会、日本産業研究学会の研究報告会、研究例会で発表を重ね、研究の到達点を明確にし、完成度を高めるように努めた。

#### 4. 研究成果

研究成果は、大学紀要、消費経済研究、産業経済研究に執筆し、公表をしている。上述の学会報告においても予稿集、プロシーディングで到達した概要を記述している。

幸い研究期間内に

恩蔵直人・岩下仁編著(2018)『医療マーケティングの革新』有斐閣

筒井孝子(2019)『地域包括ケアシステムの深化』中央法規

の2冊の力作が公刊され、そこで示される丹念な事例研究は、研究成果をまとめる際の大きな指針となった。

目的に対応して成果を簡潔に記述すると、

(1) 医療マーケティング研究で重要視されている、患者満足度については、患者は医療機関の比較考察により満足度を判断することが難しいことが、ある程度明確になった。またホームページに公表している医療機関は多いが、院内に掲示している事例は少なく、トラブルが生じた時、専門の職員がいる場合は、満足度が持ち直すことが分かってきた。病院長の意識が高いとスタッフ全体の意識が高まり、定期的なミーティングによって改善を考える傾向があるように見受けられた。以上のことは定性調査による成果である。

(2) 地域医療の質的向上に参画するプレーヤーは多数いるが、ドラッグストア、調剤薬局の薬剤師は重要な任務を担っている。薬学部が6年制になり薬剤師の資質は向上しているが、そうした資質は必ずしも活かされていない。

かかりつけ薬剤師が制度化され、健康サポート薬局が発足したが、患者はそれらの制度を理解しておらず、地域の中で埋没しているように見受けられる。リーフレットを常備し、自分たちの任務をプロモーションしたり、業界団体が全国紙で周知を試みているが、上手く機能しているとは言い難い。

患者は、臨床を知らないのみならず医療制度も把握していない。1から3割負担だとコスト意識が低下するので点数が何点なのか気にならなくなる傾向がある。処方箋を持参して機械的に医薬品を貰えば事足りることが少なくない。このような状態で満足度調査を行っても成果はあがらない。

事例研究を進めると、商店街との連携や地方自治体との連携が実在する。薬局薬剤師が地域に出ていくと健康指導が可能となり、地域の要望が把握できる。こうした取り組みを行えば情報の非対称性は縮小する。以上のことは文献研究により得た知見である。

(3) 地域包括ケアシステムを実践するには、マーケティングにおける価値共創の思考が応用できる。筒井(2019)p.3では、地域包括ケアシステムは価値共創を取り入れたシステムであり、イノベーションを包括したものであると論じているが、医療サービス、介護サービスは事業者チームと患者及びその家族が共創して考えるものであり、事業者の一方的な押し付けであってはならない。

在宅医療では、看護師、薬剤師、ヘルパーが、患者及びその家族と時間を取って向き合うので、説明、提案することが容易になる。それゆえに満足度の基準が異なり、満足度を上げることは困難になる。医療機関と介護施設では行える医療行為が異なるので、そうした説明が欠かせない。多職種チーム内の情報共有が上手くなされないと、そうしたことに患者及びその家族は不満を抱き、満足度が低下する。歯科医師、歯科衛生士の参画も必要であり、大きなチームの効率的な組織設計が基本となる。以上のことは文献研究により得た知見である。

(4) 地域医療の質的向上は、持続可能な医療サービス、介護サービスにイノベーションを加えることが求められる。そのイノベーションは、構成メンバーが力量を発揮して新たな知恵を創造することから始まる。研究を進めて見えてきたことは、持続可能な医療サービス、介護サービスは働き方改革を包括したものを前提に進められるが、医師や、看護師の燃え尽き症候群による離職は以前から確認されている。特に医師は、時間外勤務が常態化しており使命感で医療に従事し

ている。看護師の短期離職の実態についても先行研究があり、何らかの工夫で状況は改善する。聞き取り調査を進めると、薬剤師の寄与が医師の勤務時間を多少軽減することにつながり、看護師は、本来の業務以外のことに時間を取られているので、アシスタント的な職員の補充が求められている。医療従事者が生産性をあげるためには、有資格者でなくても行える業務はアシスタント的な職員が担う方が、都合がよいことが認識されている。以上のことは、定性調査により得た知見である。

(5) 今後の課題が明確になったことも、広義の成果である。看護研究で用いられているナラティブアプローチが薬剤師研究にどこまで応用できるのか。多職種連携における暗黙知の共有は、どのような方法が有効なのかについて明らかにしなければならない。こうした研究を進め、論考にまとめる予定である。

医療マーケティングシステムの構築は、こうした複数の軸を肉付けし、先行研究に付加すればいずれ提示できると考える。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 3件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 2件）

|                                        |                     |
|----------------------------------------|---------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                         | 4. 巻<br>第20号        |
| 2. 論文標題<br>持続可能な医療サービスと医療経営の革新について     | 5. 発行年<br>2020年     |
| 3. 雑誌名<br>産業経済研究                       | 6. 最初と最後の頁<br>79-89 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子）<br>なし          | 査読の有無<br>有          |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著<br>-           |

|                                          |                       |
|------------------------------------------|-----------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                           | 4. 巻<br>第7号           |
| 2. 論文標題<br>医療・介護サービスにおける患者、利用者満足に関する論点整理 | 5. 発行年<br>2019年       |
| 3. 雑誌名<br>人文社会科学論叢                       | 6. 最初と最後の頁<br>113-121 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子）<br>なし            | 査読の有無<br>無            |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスとしている（また、その予定である）    | 国際共著<br>-             |

|                                        |                      |
|----------------------------------------|----------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                         | 4. 巻<br>第19号         |
| 2. 論文標題<br>医療サービスと薬局イノベーションの展開         | 5. 発行年<br>2019年      |
| 3. 雑誌名<br>産業経済研究                       | 6. 最初と最後の頁<br>98-108 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子）<br>なし          | 査読の有無<br>有           |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著<br>-            |

|                                                |                       |
|------------------------------------------------|-----------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                                 | 4. 巻<br>第5号           |
| 2. 論文標題<br>医療マーケティングと薬局イノベーションの史的考察及び今後の展望について | 5. 発行年<br>2018年       |
| 3. 雑誌名<br>人文社会科学論叢                             | 6. 最初と最後の頁<br>145-158 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子）<br>なし                  | 査読の有無<br>無            |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスとしている（また、その予定である）          | 国際共著<br>-             |

|                                        |                     |
|----------------------------------------|---------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                         | 4. 巻<br>第7号         |
| 2. 論文標題<br>医療マーケティング戦略の変革についての考察       | 5. 発行年<br>2018年     |
| 3. 雑誌名<br>消費経済研究                       | 6. 最初と最後の頁<br>87-98 |
| 掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子)<br>なし         | 査読の有無<br>有          |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著<br>-           |

|                                        |                     |
|----------------------------------------|---------------------|
| 1. 著者名<br>保田宗良                         | 4. 巻<br>29          |
| 2. 論文標題<br>医療マーケティングと薬局イノベーションについての考察  | 5. 発行年<br>2018年     |
| 3. 雑誌名<br>融合                           | 6. 最初と最後の頁<br>28-32 |
| 掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子)<br>なし         | 査読の有無<br>無          |
| オープンアクセス<br>オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難 | 国際共著<br>-           |

〔学会発表〕 計11件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件)

|                                     |
|-------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                     |
| 2. 発表標題<br>持続可能な医療サービスと多職種連携についての考察 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会東日本大会            |
| 4. 発表年<br>2019年                     |

|                                    |
|------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                    |
| 2. 発表標題<br>持続可能な医療サービスと医療経営の革新について |
| 3. 学会等名<br>日本産業経済学会全国大会            |
| 4. 発表年<br>2019年                    |

|                                    |
|------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                    |
| 2. 発表標題<br>患者満足度の質的向上と医療イノベーションの展開 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会全国大会            |
| 4. 発表年<br>2019年                    |

|                                              |
|----------------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                              |
| 2. 発表標題<br>患者満足度の質的向上を意図したイノベーションを包括した医療サービス |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会北海道・東北部会研究報告会             |
| 4. 発表年<br>2019年                              |

|                                  |
|----------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                  |
| 2. 発表標題<br>患者満足度の向上と薬局イノベーションの展開 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会東日本大会         |
| 4. 発表年<br>2018年                  |

|                                      |
|--------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                      |
| 2. 発表標題<br>医療マーケティングの変革と薬局イノベーションの展開 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会全国大会              |
| 4. 発表年<br>2018年                      |

|                                |
|--------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                |
| 2. 発表標題<br>医療サービスと薬局イノベーションの展開 |
| 3. 学会等名<br>日本産業経済学会第74回研究例会    |
| 4. 発表年<br>2018年                |

|                                   |
|-----------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                   |
| 2. 発表標題<br>健康マーケティングと薬局イノベーションの進展 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会北海道・東北部会研究報告会  |
| 4. 発表年<br>2018年                   |

|                                   |
|-----------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                   |
| 2. 発表標題<br>医療マーケティングと薬局イノベーションの展開 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会東日本大会          |
| 4. 発表年<br>2017年                   |

|                                      |
|--------------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                      |
| 2. 発表標題<br>マーケティング思考の医療サービスとまちづくりの考察 |
| 3. 学会等名<br>日本産業経済学会第72回研究例会          |
| 4. 発表年<br>2017年                      |



|                                  |
|----------------------------------|
| 1. 発表者名<br>保田宗良                  |
| 2. 発表標題<br>医療マーケティング戦略の変革についての考察 |
| 3. 学会等名<br>日本消費経済学会全国大会          |
| 4. 発表年<br>2017年                  |

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

|  | 氏名<br>(ローマ字氏名)<br>(研究者番号) | 所属研究機関・部局・職<br>(機関番号) | 備考 |
|--|---------------------------|-----------------------|----|
|--|---------------------------|-----------------------|----|