

医業経営 Q&A 1

ジャンル: 患者サービス > サブジャンル: クレーム対応



患者満足度を向上させるためのポイント 患者満足度を向上させるためのポイントを教えてください。



医師や医療機関と患者の信頼関係は、医療提供の過程で構築されていくものですが、来院する患者の期待は様々であるため、それら個々に応えていく職員、医療機関全体のサービスレベル（＝接遇力）を向上することが必要です。

医療機関の規模や専門性によって、来院する患者の抱く期待は異なります。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差が生じることにはなりますが、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実践しながら、患者の意見や意向を受け止め、また家庭環境や経済状況などの背景を考慮しながら、その患者個々にとって最適な医療サービスの提供が求められています。

この結果、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。

どれほど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。

そのためには言葉によらないものも含め、職員一人ひとりが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ことが重要だといえます。

また、入院や長期の外来治療が増えるにつれ、一定の「医療に対する満足」よりも、症状の変化（治癒・悪化）に伴って患者が抱く不安や苦痛を推測・理解し、これを軽減するようなサービスの充実において満足度を図る割合が大きくなってきます。つまり、医師、看護師ほかコメディカルと共に事務部門の職員も含めた医療機関全体でのサービスレベル（＝接遇力）が求められているということです。

■患者に好印象を与える要素

- | | | |
|-------------|---|--------------------------|
| 1 清潔感 | ⇒ | 清潔さを感じさせる医療機関は職員の気配りが窺える |
| 2 明るさ | ⇒ | 照明を明るく保ち、患者の気持ちを明るくする |
| 3 きびきびとした行動 | ⇒ | 仕事の質が高い印象と安心感を与える |
| 4 挨拶 | ⇒ | 人間関係を結ぶ基本行動 |
| 5 表情 | ⇒ | 笑顔で接する |

これらの患者に与える印象を効果的にする基本的要素を意識的に継続するということは、結果的に患者のおかれている状態、患者との対人関係に常に気を配り、かつ観察することに繋がります。

個々の職員がこのような意識を持ち、患者の状態を第一に考えたサービス提供が行われれば、それだけトラブルを回避できる場合が多くなるといえます。

また、実際の医療現場で提供する様々なサービスの場面では、小さなクレームが日々起こるものですが、これらのひとつ一つに誠実に対応することで、例えクレームが生じた場合でも、その後の紛争を拡大させないことができるのです。

医業経営 Q&A ②

ジャンル: 患者サービス > サブジャンル: クレーム対応



患者満足度向上のためのクレーム事例の活用

院内では、患者満足度向上のためにクレーム事例を活用しようと考えています。どのような体制が有効でしょうか。



患者の欲求は個々で異なるために、どれほど自院が適切だと考える水準のサービスを提供したとしても、クレームを完全になくすことは不可能だといえます。しかし、事実関係を明らかにして、起きてしまったクレームの原因を突き止め、これを分析することによって、同種のクレームを二度と起こさないような予防策をとることはできます。

具体的には、クレームの要因が医療機関側に非があるか否かによって異なります。

■クレーム予防のため整理する事項

- ①患者からのクレーム内容
- ②医療機関側の対応
- ③結果に対する患者側の反応

のそれぞれを整理した上で、事例データベースとして院内で共有情報とすることが必要です。

①～③のような項目を要素とし、様式を統一して体系化することによって、クレームが生じた場合にも、同種の事例を検索し有効な対応策をとることができるようになります。同時に院外への公表を行い、こうした情報の公開を通じて、医療機関としての姿勢を示すことにもつながります。

クレームは、医療機関への期待の裏返しでもあることから、患者が求めているサービスがどのようなものかという答えが含まれているといえます。従って、クレームとして顕在化した医療機関の課題を改善していくことによって、患者満足度は向上させられます。クレーム事例をデータベース化し、院内で情報共有、院外への公表、改善策の提示へというサイクルを確立させると、クレームへの対応レベルは全体的にアップします。

これまでのクレームは、アクシデント・レポートとして報告され、蓄積されることはあっても、活用される機会に恵まれなかったといえます。クレーム情報を共有することによって、一つのクレームの中に部門・職種を横断した課題があることに気づき、医療機関は成長を遂げることができるのです。

一方で、クレーム収集方法に困っている医療機関が多いのも事実です。

例えば投書箱であれば、設置場所や記入方法の問題から大きな成果を挙げられていないのですが、「無責任な投書が多いから1箇所のみ」「もともと少ないから月に1度しか回収しない」という取り扱いでは、他の収集手段も含めて、クレーム対応の原則である迅速・誠実とは程遠いものになりかねません。結果として、寄せられたクレームを活用することにはならないのです。

初期クレームは結果的に重大な危機を回避することになり、患者との信頼関係を強化するための、そして患者満足度を向上させるためのツールとして認識し、積極的な活用を図るべく、委員会や患者相談窓口等を機能させて、日常の業務へ落としこめるように、横断型の組織作りを進めることが有効です。