

衛生材料領域の最適化

衛生材料領域の主な採用メーカーとして、5社と取引があり、6ヶ月の払出実績は、12,871,715円の領域となっていた。卸業者施策実施の際、一切協力しなかったA社を除く上位3社に対して提案依頼を行ったが、内2社は提案を辞退してきた為、唯一提案を行ったB社を対象メーカーとした製品の切り替えを実施、年間購入金額の10%ほどの金銭的な最適化を行った。

Aメーカー
4,471,960円

卸業者最適化施策時に協力を拒否の為、
切り替え対象メーカーとする。

Bメーカー
2,826,173円

本社交渉の末 提案に応じる

Cメーカー
1,288,536円

提案拒否

Dメーカー
893,685円

Bメーカーへの製品切り替えを実施し、切り替え対象製品の89%の切り替えを実施した。

Eメーカー
889,720円

メーカーへの依頼内容

- ◆ メーカーに対して直接交渉
- ◆ 衛生材料領域の価格提案
- ◆ 納入卸業者に関しては、病院が卸業者を指定する。

その他
2,501,641円

提案依頼メーカー

医療材料管理の最適化実行例

＝院内在庫の適正化 削減結果＝

全部署にて、定数の見直しを実施した結果、**約880万円**の定数削減結果となった。また、削減して不要になった製品は、データを元に、使用実績のある部署へ移動し有効運用を行った。

定数見直し結果

全部署で定数の
見直しを実施

定数の増減	打ち合わせ後 増減flag	集計
減	減	-6,514,059
	削除	-144,481
	増	39,730
	変更なし	0
増	増	11,865
	変更なし	0
変更なし	減	-1,022,666
	削除	-1,222,321
	増	49,321
	変更なし	0
総計		-8,802,610

- 1. GS1コードの普及でTraceabilityは劇的に上昇している。**
- 2. 運用をしっかりと考える**
- 3. 物流システムがないと何も出来ない、
物流システムだけでは何も出来ない**
- 4. データの有効利用法を院内でもしっかりと考える。
それが困難であれば、人の力を借りることも必要**