



第2部 患者指向の病院経営・ 運営の実践に向けて（実践編）

第1章 本編の活用方法

第2章 他産業における顧客満足的位置付け

第3章 アンケート調査法による患者満足度、患者指向経営調査の実践

第4章 患者指向の病院運営の実践に向けて（事例調査）

第1章 本編の活用方法

1. 目的

本編（第2部 実践編）は、「第1部」で調査結果を報告した、病院アンケート調査ならびに患者アンケート調査を実際に各病院で実施する際の方法、結果の比較方法等のノウハウを分かりやすく解説している。本編ならびに資料編を活用して、貴院の自己評価ができる仕組みとなっているので、実際に活用して頂きたい。

本編に基づき貴院の患者指向経営の実態を継続的にモニタリングしたり、同一病院内の診療科間で比較を行ったり、さらに可能であれば他の医療機関の調査結果と比較することによって貴院の弱点や問題点を明らかにし、改善課題を明確にすることができるものとなっている。

2. 本編の構成

本編（第2部 実践編）は、以下の内容で構成されている。必要に応じて各項の情報を活用して頂きたい。

構 成	概 要
他産業における顧客の位置付け (第2章)	顧客満足(CS)について、他産業ではどのような背景のもと取り組まれてきたのか、その考え方、具体的な手法について解説している。他産業からの知見を踏まえ医療分野における患者満足度向上に向けた取り組みを始めるにあたってのアイデアを提供している。
アンケート調査法による患者満足度、患者指向経営調査の実践 (第3章)	アンケート調査法を用いて患者満足度を定量的に把握する方法、分析の視点、実施上の留意点等を本調査研究で実施した病院アンケート調査、患者アンケート調査の実施過程を踏まえ解説している。また、貴院の調査結果と全国調査結果を比較し課題を整理するためのワークシートを提供している(患者アンケート調査は30病院との比較である)。
患者指向の病院運営の実践に向けて(事例調査) (第4章)	患者指向の病院運営に関して積極的な取り組みを行っている病院を紹介している。具体的な内容、実施プロセス等が紹介されている。

3. 注意事項

本編で紹介している病院アンケート調査票、患者アンケート調査票は、本調査研究のコンセプトに基づき新たに設計されたものであり、両調査票ともに標準化されたもので

はない。

そのため、病院の患者指向経営の取り組み状況や患者満足度を調査するためには、本編で紹介している設問以外にも個々の施設の実情に合わせた設問を加えて実施することが望ましい。