

月刊

保険診療

Journal of Health Insurance & Medical Practice

6

2013. Jun.

Vol.68 No.6

Ser.No.1484

特集／「個別指導」対策 A to Z

～カルテ・レセプト・施設基準の総チェック～

視点 IPS 細胞研究の現状と再生医療





健診を診療と並ぶ“柱”に。 様々な工夫で「顧客化」を図る。



医療法人社団 相和会 相模原総合健診センター
(神奈川県相模原市)

職員総数：77名	
(うち病院兼任者17名)	
受診者総数(2012年度)：	
*1日ドック	18,266名
*1泊ドック	48名
*生活習慣病健診	9,738名
*企業・法定健診	3,157名
合計	32,209名

人々の健康志向が高まっている。特定健康診査・特定保健指導(いわゆるメタボ検診)が始まって以降、その傾向は一段と強くなったようだ。そのためか、検査項目が限られた法定健診に満足せず、より詳しく検査する「人間ドック」を受診する人も増えている。

これに対応すべく、健診体制の拡充を図っている医療機関は多いようだが、あくまでメインは診療で、健診はサブ的な位置づけにとどまっているところが多いのではなかろうか。

その一方で、健診を診療と並ぶ事業の「柱」に据えている医療機関もある。神奈川県にある「医療法人社団 相和会」(土屋敦理事長)もその一つだ。健診を診療とは別個の事業に位置づけ、独自の展開で経営的にも成果をあげている。

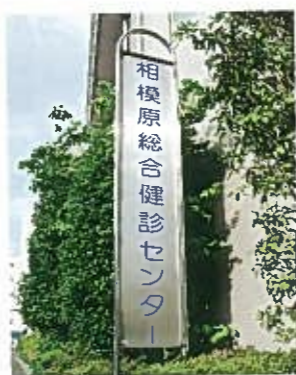
4つの施設で健診事業を展開

相和会は神奈川県内の4施設を拠点に健診事業を展開している。相模原市の「相模原総合健診センター」と「産業健診センター」、横浜市の「横

浜総合健診センター」と「みなとみらいメディカルスクエア」だ。

このうち産業健診センターは、企業などへ出向いて法定健診を行う「出張健診」が専門(健診車を7台所有)。人間ドックは残る3施設で行っている。その中核に位置づけられるのが、相模原総合健診センターだ。

同センターはJR横浜線の淵野辺駅から徒歩5分という交通至便な場所にある。医療部門の中核を担う「淵野辺総合病院」(診療科目15科・尿路結石治療センター併設)に隣接。



▲道路に面して大きな看板が立っているのわかりやすい



▲エントランスホール。ここで受付を済ませてレクチャールームへ

7階建ての「西棟」にあり、病棟の5階と6階以外は、すべて健診センター専用としている。

受診者は1階フロントで受付を済ませ、レクチャールームで健診についてオリエンテーションを受けたあと、エレベーターで2階に移動し、検査着に着替えて健診開始となる。測定・検査は2階と3階で行われる。各受診者はICカードで管理され、検査データは直ちにコンピュータに送られるようにシステム化されており、分析の迅速化と検査の効率的な

進行、健診結果の速やかな伝達に寄与している。

すべての検査を終えると7階に移動し、ラウンジで提供される食事を楽しんだあと、医師からの結果説明や看護師・保健師からの生活指導などを受けて終了…というのが基本的な流れになる。

「宿泊室を2室用意して1泊ドックにも対応していますが、中心は日帰りの1日ドックです。企業健診なども含めた年間の受診者は3万2000人くらいになります」

こう語るのはいち早く小林伸行センター長(相和会理事・淵野辺総合病院副院長)。

ちなみに、相和会が運営する他の健診施設の年間受診者数は、横浜総合健診センターが2万7000~2万8000人、みなとみらいメディカルスクエアが1万7000人とのこと。相模原総合健診センターを合わせると、3施設で年間7万6000人にもなる。このほか、産業健診センターは年間27万~28万人を検査。これらの数字を見ただけでも、相和会がいかに健診事業に力を入れているかがわかるだろう。

健診事業に40余年の歴史

相和会の健診事業は40年以上の歴史がある。同会は現会長の土屋章氏が1954年に淵野辺病院を開いたことに始まるが、健診事業の最初は、1972年に「新横浜病院」を横浜市港北区に開設した際、横浜総合健診センターを併設したことだった。

当時は医療機器が一気に進化した時期で、特にコンピュータによる測定値の分析・処理の高速化は、医療界全体の耳目を集めていた。同センターは、これら最新機器による「自動化健診」をいち早く開始、スピーディーに健診を行う1日ドックを、他院に先駆けて実現させた(1974

年、同センターは日本病院会から「優良自動化健診施設」に指定されている)。

淵野辺病院は1973年に短期人間ドック施設となったが、1986年、相模原総合健診センターを新設し、本格的な健診事業をスタートさせた(翌年、優良自動化健診施設に認定)。

これより前の1983年、法人内に「産業健診事業部」を設置して出張健診を開始。これが現在の産業健診センターである(2007年改組。「ソーワ健診クリニック」を併設)。

1993年、淵野辺病院は全面改築に合わせて現在の名に改称。2003年には新横浜病院を無床診療所の「新横浜ソーワクリニック」に改め、病院機能を淵野辺総合病院に集約させた。

さらに2008年には、みなとみらい駅前にみなとみらいメディカルスクエアをオープン(内・外・婦人科の診療も実施)。これにより、4施設で健診事業を展開する現在の体制が完成した。

疾病予防のための人間ドック

相和会が健診事業に力を入れたのは、土屋氏が早くから予防医療の重要性を認識していたからだ。時代的な背景も関係しただろう。

「1970年代初頭は高度成長が頂点を極め、その歪みが働く人たちの体に表れてきた時期だと思います。脳卒中や心臓疾患の増加が問題化し、企業も従業員の健康に気を配る必要性を認識し始めた。そこに検査機器の進化が加わり、健診のニーズに応えられる環境が整ったのでしょ

う」。小林センター長は、こう分析する。また、企業の郊外進出に伴い、居住圏もしだいに拡大して、自宅から近い場所で健診を受けられる施設が求められるようになった。

▶小林伸行センター長(医療法人社団 相和会理事、淵野辺総合病院副院長)



そうしたことから、相和会は民間病院としては早い時期に人間ドックを事業化させたわけだが、「自動化健診」という語からうかがえるように、初期は効率的な検査と早期の病変発見が主眼とされていた。

「今も早期発見・早期治療の重要性は変わりませんが、現在は健診結果を、病気になる前体づくりに活用するほうが重視されています。この考え方は今でこそ一般的ですが、当センターはいち早くこの方針に切り替え、疾病予防と健康増進のための人間ドックを推進してきました」

同センターでは健診のあと、医師による結果説明とは別に、看護師や保健師による生活指導を行っている。任意ではあるが、大半の受診者が指導を希望するという。

また、指導を希望しているが時間の関係で当日受けられない人のため

▼7階ロビー。検査終了後、医師からの結果説明までここで待機する





▲紹介キャンペーンの実施など「集客」にも注力
▶採尿カップのプリンター。ICカードをかざすとカップに名前が印刷される



▲採血コーナーは隣席との間を仕切って他の人の視線に配慮している(2階)

に、後日、電話で指導を受けられる「もしもし電話相談」と呼ばれるサービスもあり、健診結果に関するあらゆる相談を受け付けている。

疾病予防にはアフターフォローが不可欠だ。電話相談もその一環だが、当然ながら過去の受診歴は保管され、今回の検査結果と合わせて受診者に提供される。今回分に過去3年分を併記しているという。

「当センターに限ったことではないと思いますが、推移を見て病変の発見や判断をするには必要な年数だと考えます。また、定期的な受診を促すという側面もあります」

● 健診事業には「経営感覚」が必要

「病院の患者さんは具合が悪くて来るわけですが、人間ドックを受ける人は、基本的にどこも悪くないか、少なくとも自覚症状がない人です。そうした方々に健診の受診を促し、定期的な受診を促すよう導くには、多分にサービス業や小売業的な経営感覚が必要です。事業として見た場合、人間ドックは通常の医療とはまったく異なると思いますね」

小林センター長は現職に就いて以来、これを最も痛感しているという。

小林氏は、数年前まで北里大学病院で癌治療の最前線に立っていた、消化器専門の外科医である。現場で、早く見つかっていれば助かったケースや、手術のいかなく命を落とす事例を見るにつけ、予防の重要性を強く認識するようになった。

「癌の治療技術は日進月歩です。昔を思えば飛躍的に進歩しているのは間違いない。とはいえ、手術がQOL(Quality Of Life)を損ねるのは今も変わりありません。結局のところ、早期発見に勝る治療はないんです」

そうした「思い」を抱いていた時、相和会から招かれて「転身」を決意。2007年、現職に就任した。治療から予防へ…いわば180度の方向転換だけに、「当初の戸惑いは大きかった」と振り返る。最たるものが「経

▶健診後は窓の広い7階のラウンジで食事。サラダ・バーが「名物」



営感覚の重要性」だったという。

「人間ドックは、健康保険から助成があるとはいえ、決して安くはない金額を受診者自身が負担します。医療費の大部分が健康保険から支払われる病院の患者さんと最も大きく異なる点です。この近辺にも健診施設は多くありますから、当センターを選んで来ていただけるよう、創意工夫しなければなりません。事業経営の観点から言えば当然でしょう」

確かにどこで受診しようと、検査結果が変わりはないはず。ならば受診者は「それ以外のもの」を求める。実際、検査後に提供される食事の内容や施設の快適さ、サービスの充実度などを基準に受診施設を選ぶ人は多い。受診者の感覚としては、人間ドックはリゾートに近いと言える。



「それだけにホテル並みの“接客”や配慮も必要」と小林センター長。近年はアメニティだけでなく、プライバシーへの配慮も重視している。

「医師との面談室が完全個室なのはもちろん、検査前の問診コーナーや健診終了後の健康相談コーナーも、周りを囲んで半個室にしています。ただ、昨今の個人情報保護をめぐる状況に照らすと、不十分さも感じられるようになりました。そのため今、より個室に近いかたちのブースに改めようと考えているところです」

同様の配慮は随所に見られる。採血コーナーのテーブルは隣との間を仕切っているが、これは袖をまくって腕を露出させることに抵抗感をおぼえる女性への配慮。また、婦人科健診は「ウイメンズスクエア」で行われるが、これは3階の最奥部に設けられ、入口も狭くするなどして、内部が見えにくいようになっている。

● キーワードは受診者の「顧客化」

「経営的な観点で言えば、人間ドックは“リピーター”の確保…私たちは「顧客化」と呼んでいます。定期的な受診者を増やすことが、安定した収益を上げる事業にする“鍵”だと思います。当センターは87.1%がリピーターで、約76%は毎年受診される方です。顧客化率はかなり高いと言えるでしょう」

高い「顧客化率」は施設環境の整備や、きめ細かなフォローアップ体制のたまものだが、そうした受診者の「満足度」を向上させる施策だけでなく、受診者や健康保険組合への積極的なPRや働きかけ、営業的な活動も成果を上げているという。

「例えば、勤務先を定年退職して健康保険を抜けると、健診も止めてしまう人が少なくありません。そこで退職者向けに「ソーワロイヤルク

ラブ」という会をつくりました。人間ドックを行っている3施設共通の組織で、会員は割引料金で受診できます。退職者の受診継続が目的なので会費もいただけていません」

健保組合などへの「営業活動」は、法人の「渉外部」が行っている。人間ドックを行う3施設共通の渉外部が横浜総合健診センターにあるほか、産業健診センターも独自の渉外部をもっている。

「検査項目や予算はもちろん、結果の届け方も健保組合ごとに異なりますから、対外的な交渉を専門的に行う渉外部の存在意義は大きいです。医療機関が事業として健診を展開するためには、しっかりした渉外担当者が不可欠だと思いますね」

● 組織で満足度向上に取り組む

相模原総合健診センターの人間ドックは堅調な伸びを示しているが「決して安閑としてはられない」と小林センター長は気を引き締める。

「医療は不況に強いと言われますが、こと健診は事情が異なります。健保組合はどこも厳しい状況ですが、どうしても診療費の給付は行わなければならない。そうすると、半ば付随サービスの人間ドックへの助成が変更になる可能性は高い。当然、私たちの事業にも影響してきます」

加えて、受診者が健診施設に寄せる期待値は高い。“評判”を落とすようなことがあれば、受診者は一気に減少する。

「結局、やるべきことは2つしかないと思っています。顧客満足度を高めてリピーターを確保すること、きめ細かなフォローアップで長期的な継続受診を促進することです」

そのためには「組織全体での取り組みが必要」と小林氏は力説する。

「相和会全体としては、各センタ



▲検査前の問診コーナーは周りを囲んでプライバシーに配慮(2階)

一長や事務長、渉外部などによる「予防医学事業部本部会議」を毎月開いて健診方針や判定基準などの統一を図っていますが、センター独自でも、職員全体の全体ミーティングを月1回実施しています。ここでは経営状況も含めて情報をすべて開示し、皆でセンターの運営について考えてもらっています。

また、当センターは来年、日本人間ドック学会の「健診施設機能評価認定」が更新を迎えるので、各部門の代表による準備委員会を立ち上げて検討を行っています。幹部者会議と実務者会議のほかに、若い職員だけの会議もつくりました。斬新な提案をしてもらおうと…。思いつきでもいいと言っています。全体のモチベーションと質を高めるには、全職員がセンターの運営にかかわり「自分たちが動かしている」という自覚をもつことが必要と考えます」

人間ドックをはじめとする健診は、必要な機器があれば始めることができるだろうが、それを「事業化」するととなると、従来の医療的な認識を改め、新たなサービスを興すという意識で臨むことが必要だろう。相模原健診センターの取り組みからは、そのことが如実に感じられる。

(紗羅己西文工房 清水一哉)