

経営 VOL.33

患者アンケート調査『4つのステップ』

先日、ある会員の先生より、「『アンケートの作成→集計→分析→プレゼンを約10万円で実施します』という業者が来ました。確かに、言われてみれば患者さんが当院についてどう思われているか気になりますが…、やはり1回ぐらいは実施した方が良いでしょうか？」というご質問を頂きました。

先生の医院ではここ数年、順調に患者数・売上共に増加しており、患者さんから「こんなに親切に対応してくれる医院は初めてです」と言って頂けるほど高い評価を得ており、先生も患者満足に手応えを感じておられました。開業以来、アンケート調査を実施したことがない先生は、『確かに、ひょっとしたら、自分たちが見えていないところで不満をお持ちの患者さんもおられるかもしれない』という一抹の不安を持ち、今回のご相談に至ったとのこと。

そこで、今号では、先生のご相談に対する回答も併せて「患者アンケート」についてお話をさせていただきます。

【患者アンケートは何のために実施するのでしょうか？】

まず、「患者アンケート」は、そもそも何のために実施するのか、さらにいうならアンケートを通してどのような情報を得たいのかということ整理するところから始めなければいけません。

『とにかく「自院の評判」を知るため』、という先生もおられるかも知れませんが、それでは「何についての評判」なのか？先生ご自身の「診療方法」についてなのか、「患者対応」なのか、自分が診療している間見えない受付の「患者対応」なのか、「待ち時間」なのか、医院の「通いやすさ」なのか…。考え出すと本当に色々な項目が浮かび上がって来るのではないのでしょうか。

しかし、だからと言って聞きたいことを全てアンケートにしまうと質問項目が膨大となり、なかなか書いてくれないでしょうし、回収する数が少なければ個人的な偏った意見となり、信憑性の高いデータとして活用出来ません。となれば、質問を絞るしかないのですが、どのように絞れば良いのでしょうか。

その辺りのポイントも含め、次項に「4つのステップ」としてまとめましたので、是非ご参考にされて下さい。

【ステップ1：リサーチ目的の設定】

アンケートは集計結果を得ることが目的ではなく医院改善の手段として活用するツールですので、先述の通り、まず「何のためにアンケートを実施するのか」を明確にします。

【ステップ2：仮説の設定】

次に、患者さんの視点に立ち、自院を客観的に評価してみます。そうすれば、「スタッフの対応にある程度ご満足頂いていると思うが、待ち時間は長いと思われるかもしれない…」等の仮説がどんどん出て来ます。そして、自院で立てた「仮説」を患者アンケートで「検証」致します。

【ステップ3：アンケート用紙の作成】

いよいよ、実際にアンケート用紙を作成するのですが、「質問形式(選択式 or 記述式)」・「質問の量」・「質問の表現」に気をつけなければいけません。

と申しますのは、選択式であれば回答は得やすいのですが、記述式ほど「生の声」は聞けませんし、そうかと言って、記述式ばかりですと、まず書いて頂けません。

方法としては、自院が「問題である」という仮説を立てた項目は選択式とし、「その他意見」を記述式にするのが一般的です。また、念のため質問の量や表現については、患者アンケート調査実施前にスタッフに回答を依頼し、「適当な質問量か？」・「“誘導尋問”や“漠然とした表現”は含まれていないか？」を事前に検証されてみてはいかがでしょうか。

【ステップ4：データ分析】

アンケート調査の集計結果を分析する上でのポイントは、調査結果をあらゆる観点から分析することです。

つまり、単に数を集計するだけでなく、「性別」や「年代別」等のジャンル別に集計をすることで、例えば「待ち時間が長い」とお思いなのは、子連れの親御さんの割合が多い…等、より具体的に医院の問題点が明確になります。

是非、あらゆる観点からアンケート結果の分析を行い、それに基づいて1つ1つ改善活動に取り組んでみて下さい。

それは患者さんの声を反映した改善ですので、その効果は思いのほか早く現れるものと思われます。

■ 「やってみよう！」の気持ちにお応えします！

今号にてご紹介させて頂いた通り、アンケートは「自院の問題を発見するための資料」ですので、自院の問題について仮説を立てる⇒それに基づいた質問を考える⇒回収率を高める努力を行う(お礼も含め)⇒分析・ミーティング(院内活性化)⇒経営に反映(CS 向上)、まで行って初めて意味があります。もし、「自院でやってみよう！」という先生がおられましたら、実施する上での具体的なアドバイスを無料でまいりますので、遠慮なくお申し付け下さい。