

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）フルカワゼミ
愛知大学	経営学部	古川ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）ギンガムチェック	フリガナ）タケウチトモヤ	5人
ギンガムチェック	竹内智哉	

研究テーマ（発表タイトル）
なぜ日本の医療に満足しないのか？

※必ずく企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

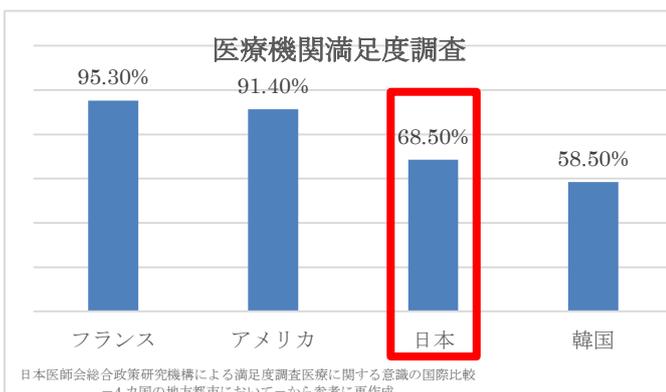
私たちは、なぜ日本の医療が世界最高水準であるのに、医療機関に対する満足度が低いのか？ということに疑問を持った。この研究を行うことで問題となっている医療機関の満足度の低さを改善できる方法が見つかるのではないだろうかと考え、研究を進めていくことを決めた。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

現在日本の医療は、技術面・制度面で世界最高水準であると WHO や OECD の報告書で評価されている。例えば、平均寿命・健康寿命・国民健康度が世界で第一位とされており、その他にも乳児死亡率が OECD の調査の平均で 1000 対 5.2 であるのに対し日本は 1000 対 2.6 と死亡率が半分という結果であった。

しかし、このように最高水準の医療であるのにも関わらず、日本の医療機関に対する満足度は他の医療先進国と比べて 68.5%と低くなっている。（図 1 参照 参考までに同じ医療水準であるフランスは 95.3%やアメリカは 91.4%と高い満足度となっている。）

(図 1)



3. 研究テーマの課題

なぜ医療機関に対する満足度が低いのだろうか。私たちは医療機関に対する満足度の低さは、医療機関への不満によるものではないかと考えた。そこで、医療機関への不満とはどのようなものなのか調査を行った。

モニターアンケートによると、医療機関の不満点で圧倒的に多かった意見は「待ち時間が長い」というものであった。

では、この「待ち時間を減らす」ことが、満足度の向上につながるのではないだろうか。

今後、研究を進めるにあたり、「待ち時間」を「来院してから診察を受けるまでの時間」と定義する。

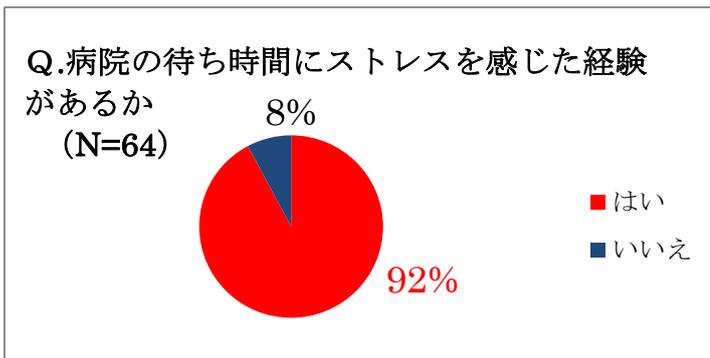
しかし、研究を進める中で、先ほど示した待ち時間の長さを物理的に短縮することは、医師の数の増やすことや、患者の数を減らすこと、一人当たりの診察時間を減らすことが必要であるとされており、これらの実現は物理的に不可能であるという結果に行き着いた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

そこで、待ち時間がもたらす不満の要因を改善することができれば、「待ち時間と感ぜさせない工夫」になり、低下した満足度が改善されるのではないだろうかと考えた。待ち時間の不満の要因として挙げられていたのが「受付時にどれくらい待つかわからない。」や「順番がどれくらい進んでいるかわからない。」「どれくらいの人が待っているかわからない。」という順番・待ち時間の表示に関する意見が多かった。さらに、インタビューから、病院での待ち時間にストレスを感じた経験があるかという質問に対し、92%の人がストレスを感じたと答えた。（図3参照）これらのことから、「待ち時間が分からないこと」と「待ち時間によるストレス・いらだち」というものが待ち時間の問題の要因として考えられた。

そこで私たちはこの問題を改善するために「待ち時間の見える化」と「待合室の色の工夫」を提案する。

（図3）



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず、「待ち時間の見える化」の研究について述べる。

私たちは、「待ち時間の見える化」には、一目で待ち時間が分かること、どこでも待ち時間が分かること、簡単に待ち時間が分かることが必要な要素であると考え、これらの要素を満たすことができるものは、情報サイトではないかと考えた。

待ち時間が分かる情報サイトは、いくつか普及しており、その中から、EPARKというサイトについて、インタビュー調査を行った。

また時間が見えるときと見えない時の時間の感じ方の違いについて研究を行った。

次に「待合室の色の工夫」について述べる。

「待合室の色の工夫」には、カラーセラピーを応用して、「待ち時間」によるストレスの改善を改善できないかと考えた。

「癒し」の諸相という文献によると、「待ち時間」によるストレスは、癒しによって解消できるとされていた。

そこで、色によって「癒し」は与えられないだろうかと考え、インタビュー調査を行った。

6. 結果や今後の取り組み

「待ち時間の見える化」では、インタビューから、患者・医療機関双方から良い結果を得ることができた。さらに、「待つ」という行為における心理的時間の評価に関する研究が行われており、待ち時間が見える時のほうが見えない時より待ち時間を短く感じるという結果が得られた。

「色の工夫」では、「癒し」の感じる色についてインタビューを行ったところ、「癒し」を感じる色は、明度の高い色であることが分かつ

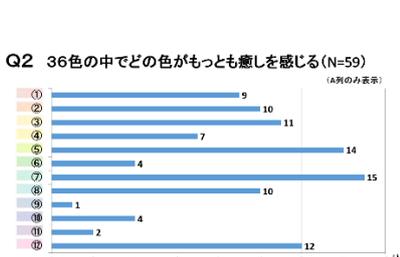
た。(図 4・5 参照)しかし、「癒し」を感じる具体的な色を選んでもらったところ、結果にバラつきが見られたため、「癒し」を感じる色というのは、個人の好みに影響するのではないかと考察した。(図 6 参照)これらのことから明度の高い色を待合室に取り入れることで待ち時間によるストレスは改善できるとされたが、実証が行われていないため、今後行う必要がある。

以上のことから、「待ち時間の見える化」と「待合室の色の工夫」は、満足度の向上につながると思う。

(図 4)

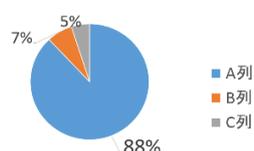


(図 5)



(図 6)

Q1どの列がもっとも「癒し」を感じるか (N=59)



(図 6)

7. 参考文献

- ・JMHC HP <http://jp-jmhc.com/jmhc/advantage.html> (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・日本医師会総合政策研究機構による満足度調査 http://www.jmari.med.or.jp/research/research/wr_256.html (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・「My Voice」のアンケートモニター <http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/10710/> (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・HMI 株式会社医療経営研究所 <https://www.iryoken.co.jp/hospital/consultant/view/id:4/blog:187/> (最終アクセス日 2015 年 10 月 1 日)
- ・web-KSK 医療経営サポートサイト <https://www.web-ksk.co.jp/services/useful/column02.html> (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・メディケア生命住友生命グループ 病院選び・医者選びに関する調査 <http://www.medicarelife.com/research/006/04/> (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・参考文献：AFPBBNEWS <http://www.afpbb.com/articles/-/2643085> (最終アクセス日 2015 年 11 月 12 日)
- ・「青い光の奇跡」駅や踏切での飛び込み自殺激減 <http://karapaia.livedoor.biz/archives/52069214.html> (最終アクセス日 2015 年 11 月 12 日)
- ・TC Color Therapy 公式サイト https://www.tccolors.com/?page_id=20 (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・情報処理学会東北支部研究報告「ストレス原因に適した癒しの色に関する研究」 (最終アクセス日 2015 年 11 月 10 日)
- ・論文「癒し」の諸相 多田敦士
- ・PCJ 芸術心理療法研究所 <http://jyu-q.com/pia/colorpsychology/colorpsychology03.html> (最終アクセス日 2015 年 11 月 12 日)

西日本インカレ事務局への連絡事項

特になし

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。