

こんな切り口から 医療機関の取引ニーズを 喚起しよう



- ①～④ 杉本光生 中小企業診断士
- ⑤・⑧ 中村和博 京葉銀行 成長戦略推進部 課長代理
- ⑥・⑦ 武井正浩 京葉銀行 成長戦略推進部 課長代理

ここでは、医療機関の取引ニーズ喚起の切り口を8つ挙げ、トークの展開例とともにニーズを引き出すためのポイントを解説する。

1 耐用期間を踏まえて 入替えのメリットを訴求

医療機器の入替え

▼こんなトークを展開しよう
担当者「医療機器はどのくらいの期間ご使用されているのですか」
院長「種類によっても違うけど、導入後7年近く経っているかな」
担当者「耐用期間を考えると、入替えなどのご検討もされているのではないですか」
院長「そうだね。医療機器の進歩は著しいから、当院も最新の機器を導入したいと思ってるよ」

補用品などを交換することや、修理・オーバーホールを繰り返しても、その機器の信頼性、安全性が目標値を維持できなくなると予想される耐用寿命」である。この耐用期間が機器の使用可能年数であり、医療機器の場合、耐用期間はほとんどが8年程度であることを押さえておこう。

医療効果の向上をアピール

担当者「実は、当行と提携している医療専門コンサルティング会社では、無料で最新機器のアドバイスをしてくれるんです」
院長「それは興味があるな」
● 医療機器の使用期間を表す用語として「耐用期間」がある。耐用期間とは、「当該機器の標準的な使用状況の中で、部品、

担当者は、トーク例のように耐用期間を切り口にきっかけを作り、会話を広げながら資金ニーズを把握することが重要だ。トークを展開する際の重要なポイントとしては、耐用期間と併行して最新の医療機器に入れ替えることによる患者への肉体的・精神的な負担の軽減、医療効果の向上などのメリットを強調することである。

2 建築業者とのマッチングや 専門スタッフの紹介を提案

建物の建替え・増改築

▼こんなトークを展開しよう
担当者「現在の建物でお困りのことはありませんか」
院長「築後30年近く経っているから老朽化が進んでいるよ」
担当者「建替えなどの検討もされているのですか」

者にとってもモチベーションが上がりがり医療効果にも従来以上の効果が期待できる。担当者としては、建物の老朽化などを外観や定礎から把握したうえで、トーク例のように会話を展開していくことが必要である。

院長「そろそろ真剣に考えなくてはいけないんだけど、なかなか相談するところがないね」
担当者「それでは当行の医療専門スタッフをご紹介しますよ。建替えに関していろいろとアドバイスをさせていただきます」
院長「とりあえず話を聞いてみたいのでお願いしますよ」

また、本部に「医療経営アドバイザー」などの資格を有する専門スタッフや、自行庫の取引先に医療関係に強い建設業者があれば紹介・マッチングを行うなど、トータルサポートを提供することが重要である。

● 環境（施設）が充実すれば、医療スタッフにとっても患

特に病院施設の建築は、一般建築と異なり基準面積や医療機器の特性、動作を考慮することが必要になる。単にカタログやサンプルから図面設計するのではなく、搬

入や配置の状況、スタッフや患者の動線に配慮した設計・施工が必須なのだ。

設計と施工は別業者に

建替え・増改築に関するアドバイスを行う際のポイントを二つ挙げるので参考にしてほしい。
①業者選定のポイント
建築業者を選定するうえでの重要なポイントは、医院建築の経験が豊富で、経営的にも信頼できるかどうかである。担当者は、そのあたりを慎重に留意して紹介することが必要である。

また、予算統制のうえで支障を来さないためにも、設計と施工を同一業者とすることは避けたい。施工業者の選定に際しては、必ず

複数の業者から見積りを取り、比較検討したうえで決定するとともに、設計事務所に見積り落ちや内容をチェックしてもらうことが大切である。

② 医院建築のポイント

医院建築の基本は、単調でしかもスタッフや患者の動線、特に高齢患者や車イスの患者、ストレッチャーで搬送される患者などへの配慮を十分に考えた施設にすることである。

さらに、以下の点にも配慮することが必要不可欠であることをアドバイザーに伝えたい。
・待合室：患者に不安を与えず落ち着かせる配慮（絵画・図書・ビデオ・BGM等の検討）を行う
・トイレ：採尿を行うこともあるため、他の患者に見られないような構造も検討
・診察室：患者がリラックスできるように家具を選んだり、壁紙等の配色を工夫したりする（看護師の制服の色などの工夫も必要）。
・プライバシー保護の視点から、診療内容などが他の患者に伝わらないように防音性に配慮する