第25回 **診療所事務長の仕事術**

診療所事務長はどんな仕事をしているのか。そんな疑問に、一般社団法人診療所事務長会のメンバーが答える。第25回は、あらや診療所の松下浩介氏だ。

広報や診療体制再構築など法人存続に向けてまい進

松下浩介氏

医療法人荒矢会あらや診療所
広報部長

まつした・こうすけ●医療関連企業で勤務する傍ら、非常勤事務長として複数クリニックの新規開業支援や集患マーケティングサポート業務に従事。より実践的な医療経営知識を習得するため、2018年に医療経営士2級に合格。19年より現職

当院は、大阪府大東市で30年以上の歴史を持つ、地域密着型の外科内科診療所です。デイケアも併設し、20人以上のスタッフが勤務しています。故・荒矢覚理事長が急逝された際、現オーナーの荒矢夫人が診療所の存続を選択し、2019年に医療法人化。腎臓内科が専門の李紀浩理事長が就任しました。私は、李理事長と親交があったことから経営へ参画。以後、経営改革を行ってきました。

幸い、もともと地域密着型で患者さんの再診率も高く、理事長交代後も患者数が減ることはありませんでした。ただ、今後、若い世代にも自院の存在を広く知ってもらうため、口コミだけに頼らない広報の必要性を感じていました。

そこで、私の広報部長就任以降、定期的に新規患者向けの来院動機調査を行っています。19年までは「口コミ、知人紹介」が大きな割合を占めていましたが、「ホームページ」や「Google検索」、「WEB上の口コミ」などの占める割合も近年大きくなってきました。こうした動向を踏まえ、WEBマーケティング理論「AISAS（アイサス）」を取り入れた広報活動を展開しています。

「AISAS」とは、Attention（認知・注意）、Interest（興味・関心）、Search（検索）、Action（行動）、Share（共有）の頭文字を取った造語で、インターネットで得られた情報から、消費者が商品を購入するまでのプロセスを5段階に分類したものです。当院もまずは、患者になり得る幅広い層に認知してもらい、関心を持ってもらったり検索してもらったりできるよう、以下の3点に取り組みました。

①患者さんが知りたいだろう情報を盛り込んだHPへリニューアル、および公式Facebookの立ち上げによる情報発信の強化

②多様な患者ニーズに対応するため、CTや血液検査機器などを導入したほか、スマートフォンを利用しない高齢者に院内で当院を知ってもらえるように、図表などを用いた院内掲示を採用するなど、院内をリニューアル

③諸事情で来院したくてもできない患者さんに、送迎対応可能の旨を周知するチラシを配布

また、受診後に「また来院したい」「友だちや家族にもすすめたい」と思ってもらえるように、診療体制も再構築しました。具体的には、李理事長が腎臓内科を専門に内科診療全般を網羅していますが、整形外科的処置が必要な場合は他院へ紹介していました。ただ、整形外科領域も当院で診てほしいという要望が多かったため、親交のある整形外科医に隔週土曜日の外来勤務を依頼したほか、非常勤の消化器内科医も採用し、幅広い疾患に対応できる体制を整えました。

そのほか、スタッフへの接遇研修、待ち時間対策、患者さんの負担軽減のための院内処方化など、患者さんのニーズに応えるべく、現在進行形で工夫を重ねています。

超高齢社会へと進むなかで、患者さん一人ひとりに合った治療は多様化しています。目の前の方と真摯に向き合い、それぞれの生き方に寄り添ったかかりつけ診療所として取り組みたいです。

一般社団法人診療所事務長会
https://cl-manager.com/
2016年1月発足の診療所事務長の会。診療所事務長や院長などが集まり月1回の勉強会を開催しているほか、日々の仕事についても互いに助け合っている