

サービスマーケティングの観点から H 鍼灸・接骨院の来院数増加要因の考察

健康スポーツマネジメントコース

5009A310-2 櫻井 浩一

研究指導教員：中村 好男 教授

健康スポーツ産業、地域医療に於いてコ・メディカルの範疇である鍼灸師・按摩マッサージ指圧師・柔道整復師が現在中心となって活動している中、平成 10 年に下された福岡地方裁判所、「柔道整復師養成施設不指定処分取消請求事件」により、施設指定の許可を請求していた原告側専門学校が被告側厚生大臣に対し勝訴した結果、10 年間で柔道整復師の養成施設数が約 7 倍、鍼灸師養成施設数も約 3 倍以上に膨れ上がった。（表 1）

養成施設の増加に伴い、鍼灸師・柔道整復師の有資格者も著しく増加し（表 2）、資格を取得しても実際にその資格に順ずる職務に就けないという現実問題が起きている。（表 3）

更には、少子高齢化による医療費の増加、長引く日本経済の不況などにより、鍼灸師・按摩マッサージ指圧師・柔道整復師の療養費の支給額も隔年事に低減され、平成 21 年、国庫予算の事業仕分けの対象業種として、柔道整復師に対する療養費の大幅な減額比率を提言している。

鍼灸師・按摩マッサージ指圧師・柔道整復師の業種種目は、サービス業に分類されるが、医療保険の適用が認可されており、業務規定は医療規定に近い。

名古屋大学医学部の真野らが、医療に関しても、「マーケティングの視点から医療はサービス」と唱えているように、医療やコ・メディカルのマネジメントもサービス・マーケティング（注）の観点から戦略しなければならない。

これから更に厳しくなる鍼灸師・按摩マッサージ指圧師・柔道整復師のマネジメントをサービス・マーケティング（7P）の観点から、開設

して 5 年間、一日の平均来院患者数が全国の施術所の約 3 倍を維持している H 鍼灸・接骨院の環境分析を行い、又、他の施術所との比較分析の為に、施術所第三者評価機関設立準備委員会による、柔道整復施術所機能評価マニュアル「施術所機能に関する実態調査」報告から H 鍼灸・接骨院の機能評価を行った。また、日本福祉大学教授の二木は、「医療はニーズに基づいたサービスである」と唱えており、S 医療福祉専門学校が平成 19 年に行った「治療院の集客要素のアンケート調査」を基に、当グループ施術所に来院している患者からアンケート調査を行い、H 鍼灸・接骨院の「患者ニーズ」への対応評価を分析した。

結果、H 鍼灸・接骨院の患者集客要因として、サービス・マーケティング（7P）の観点から、患者を学生・一般・高齢者にセグメンテーションにより分類し、学生患者を更に体育会に所属する大学生をターゲティングとした。理由として、H 鍼灸・接骨院の外部分析として、周辺地域のマクロ環境分析から、大学や高校が近隣に位置しており、商店街の名称にも学校名が付けられる程、周辺地域に与える影響は大きいと考えた。更に、大学生でも大学キャンパスで強い影響力を持つ伝統ある体育会の学生をターゲティングに位置づけることにより、体育会大学生→学生→商店街関係者→一般・高齢者へ「クチコミ」の Place と Promotion を、H 鍼灸・接骨院開設早期に確立したのが、重要な患者増加の要因となった。

Price は、急性傷害での施術は社会保険が適用され自己負担額は明確であり、社会保険適用外の障害に対しても、鍼灸院を併設する事で、

「患者のニーズ」に対し幅広い施術対応を可能とした。

Product は、H 鍼灸・接骨院のポジショニングをスポーツ傷害に特化した施術方法確立し、People は、院長及びスタッフの組織編成を学生時代にスポーツ活動をしていた経験者で、スタッフの平均年齢も 25 歳と若く、総勢 12 名の人材で形成した。

Physical Environment は、「患者アンケート」からも、清潔で明るくテナント 1 階の路面であり、患者が安心して施術を受けられる環境であった。

Process は、H 鍼灸・接骨院独自のスタッフへの報酬制度や技術指導、将来目標への指南や実現へのサポートを行っている。スタッフの生産性を向上させる事が「患者のニーズ」への患者満足度に繋がっていくのだ。

社会環境の変化や時代背景の経過により、鍼灸・接骨院に対する「患者ニーズ」が今回のアンケート調査にて傷害に対する施術以外での「患者ニーズ」の多様化を表している。

「患者ニーズ」に対し、セグメンテーションからターゲティングを行い、競合他院との差別化を計る特化した商品（施術）を確立し、患者と施術者との信頼関係を構築するための「人間力」を高める独自のスタッフ（人材）育成システムを構築していく事が、今後のコ・メディカル業界（鍼灸・按摩マッサージ指圧師・柔道整復師）での、マネジメントとして必須条件となってくるであろう。

（注）サービス・マーケティング

マーケティングミックスの 4P：Place（チャネル）・Promotion（コミュニケーション）・Product（サービス商品）・Price（価格）に、Physical Environment（施設/備品/建物/空間）、People（優秀な人材）、Process（提供の過程）の 3P を加えた 7P

表 1 柔道整復師養成施設の増加推移

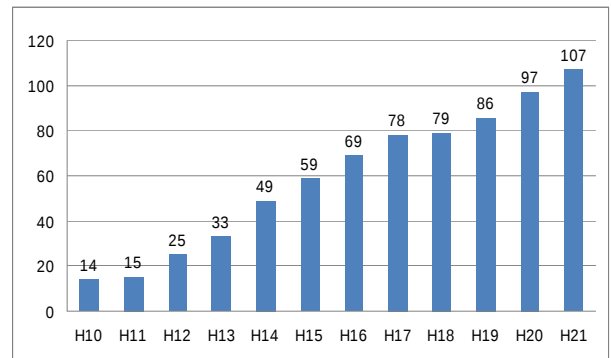


表 2 有資格者数の推移

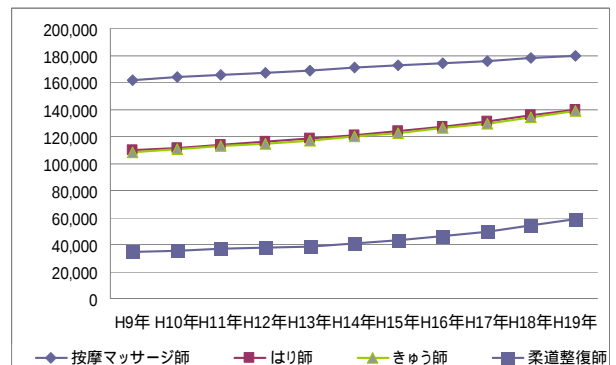


表 3 有資格者数と就業者数の比率（H19 年度）

