

診療圏調査の意味

開業にふさわしい地域かどうかを判断するためのツール

地域の人口や住民の所得水準、医療機関の状況などをチェック

開業にあたり、医師はまず自分が考える医療を、どの場所で提供するのかを決めなければならない。自院を必要とする患者さんが、地域にどれだけ存在しているのかを見極めなければ成功はしないからだ。

地域の市場性を把握し、来院患者がどれほどになるのかを予測して、その地域が開業に適しているかどうかを調査することを「診療圏調査」という。本連載では、診療圏調査についてわかりやすく解説していく。

そもそも、一般的に何か事業を始める時には、マーケティングを行うことが必要である。マーケティングとは、「企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解に立ちながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動である」（日本マーケティング協会）と定義される。診療圏調査もマーケティングの一部である。

診療圏調査は診療を行おうとする地域の現状だけでなく、将来的な変化も含めて調査する。

具体的には、①地域人口はどのくらいか、②住民の平均年齢はどのくらいか、③診療圏をどの範囲とするか、④診療圏の患者数はどのくらいか、⑤住民の所得水準はどれくらいか、⑥ほかにどのような医療機関があるか、⑦どのような介護事業者がいるか、⑧どのような商業集積地があるか、⑨来院予測患者はどのくらいか——などをチェックする。

地域に受け入れられる方法を明確化して開業することが必須

診療圏調査を行うことにより、どのような場所が開業に適しているのか、また、どのような診療活動をすれば地域ニーズに応えられるのかを推定していくことになる。医師が提供したい医療を軸にしながら、地域に必要とされる医療提供体制を「つくりあげていく」のである。つまり、

単に「開業する」のではなく、「どのようにすれば地域に受け入れられるのか」を考えようとして開業することが求められる。

自院ができることを行いながら、地域に浸透していく。診療圏調査は、そうした状態をつくりあげるための調査でもある。

ただ、診療圏調査はあくまでも目安であり、大まかな枠組みに関する情報を得るためのツールである。それ以下でも、それ以上でもない。「診療圏調査を行ったうえで決めたことだから安心」ということはない。

しかし、診療圏調査を行わず何かを始めることはできない。どんな事業でも、展開する地域の概況を把握し、「一定の方向を決定する」というプロセスを経なければスタートしない。

単に「開業する」と思うのではなく、可能な限り情報を得て、あらゆる角度から検討して、その時点では最適と考えられる地域で開業する。事業成功のポイントがここにある。

患者ニーズをつかみたい

～診療圏調査の活用法

【第1回】

石井友二

いしい・ともじ ● ホワイトボックス株式会社代表取締役。公認会計士、税理士。あずさ監査法人、みずほ信託銀行を経て独立。10年間にわたり病院・診療所へのコンサルティングを実施後、同社を設立

