

立教大学学術推進特別重点資金（立教SFR）
大学院生研究
2013年度研究成果報告書

研究科名	立教大学大学院	ビジネスデザイン	研究科	ビジネスデザイン	専攻
研究代表者	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
	ビジネスデザイン研究科 ビジネスデザイン専攻 博士課程後期課程2年		松田 友美 印		
指導教員	所属・職名		氏名		
	ビジネスデザイン研究科・教授		廣江 彰 印		
自然・人文・社会の別	社 会		個人・共同の別	個 人	
研究課題名	専門職における顧客満足構成要素の究明 ～歯科医師の歯科医療サービスを事例として～				
研究組織	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
	ビジネスデザイン研究科 ビジネスデザイン専攻 博士課程後期課程2年		松田 友美		
研究期間	2013 年度				
研究経費	(支出金額) 200 千円		/ (採択金額) 200 千円		

研究の概要 (200～300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究は、歯科医師が提供する医療サービスが、患者の総合満足に与える影響度を研究するにあたり、クライアントの意思決定プロセスにおける指標を取り上げるとともに、医療サービス終了後の患者の行動を包括的に捉えることで、それらの変数間の関連について検証する。先行研究を踏まえ、調査は、歯科医師へのインタビューと患者へのインターネット調査を実施した。分析結果から、歯科医療サービスは、結果品質より過程品質が重要視されていることが明らかになった。その中でも、共感性、応答性、ケアが特に顧客満足に影響を与えている因子であることが検証でき、さらに顧客満足、クチコミに影響を与えていることが示唆された。

キーワード (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[歯科医療サービス品質] [クチコミ] [共分散構造分析]

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)**1. 背景**

再生医療等、先進医療が進む中、患者のニーズに応える最先端の医療が利用できるように保険診療と保険外診療の併用(混合診療)のあり方について考えることは、医療の質を高める上で重要な課題である。その課題に先駆けて取り組んだのが、歯科医療サービスであり、患者の保険外診療も受けたいというニーズの選択肢の調整を図ることができる制度である。歯科医療サービスの診療形態は、保険診療のみ、保険外併用療養費、自由診療のみ、入れ歯、差し歯し関しては、保険と保険外の規定が定められているという4つに分類される。保険診療の場合、国から医療費が給付されているため、治療の有効性、安全性が確認された医療を前提としている。一方、保険外診療は、有効性・安全性の面からのエビデンスが少なく、最低限の科学的評価に耐えられる医療ではない。そのため、歯科医療サービスにおける自費診療の市場シェアをみても、10%強くらいであり、まだまだ選択肢として保険診療が優先されている。

しかしながら、歯科診療所の外部環境を見てみると、規制緩和、資源配分の歪み、知識・技術の高度化、ニーズの多様化、複雑化等の諸点を指摘することができる。歯科業界は、これらの要因を背景として、経営環境が厳しくなり、積極的に競争しなければならなくなった。上記の環境諸要因のうち、第一に重要な意味を持ったのは、資源配分の歪みである。歯科医師は、国家資格が定められており、まずは国家資格に合格することが必要であり、それに関連する大学の学部定員数と合格者数と合格基準を政府が管理している。しかし市場では、需要と供給がマッチしておらず、供給過多の状況となっている。

第二に、知識・技術の高度化とそれに伴う需要者の期待の増大である。複雑な案件や医療の高度化はより専門性を求められる。そのような高度な専門性を常に提供できるような新しい技能を身につけておくとともに、需要者に対しても、適切な情報提供が必要である。需要者はインターネット等で、歯科医療サービスについての知識を深め、判断力を高めることができるようになってきたため、患者の基礎知識のレベルも高くなってきており、それ以上の問題解決が求められている。

第三に、ニーズの多様化、複雑化である。人口構造の変化により、高齢者が増えたこと、さらに、生活水準、生活環境、ライフスタイルの変化によりニーズが多様化、複雑化している。そのため、歯科医師は、個々の具体的な要求に応じてさまざまなレベルでの技術革新や問題解決を求められ、解決方法が気に入らなかった場合、他の供給者に移ってしまう土壌はできつつある。

こうした諸々の環境や技術の変化に直面し、これまでのように受け身では、顧客の獲得、維持が難しくなっており、なんらかの情報発信や経営戦略を思料していかななくてはならなくなっている。

2. 目的

本研究の問題意識は、歯科診療所への選別志向が深まる中で、「患者は何を歯科医師に求めているのか。」「歯科医療サービスの質の向上とはどのようなことか。」という点である。

しかしながら、歯科医療サービスは、情報の不完全性により、事前の情報探索においての考慮集合が一般のサービス財に比べて小さく、サービス終了後の結果においても無形性からもたらされる評価の困難さという財の特殊性がある。そのために、選別する際の情報源は、クチコミが重要視されている傾向である。

そして、歯科診療所の需給には、人口構造の変化、規制緩和、供給過剰、業際問題、ニーズのパラダイムシフトなどの種々の外部環境の変化が関係しているのと同時に、実際に提供するサービスの質が、顧客の満足に大きく影響しており、歯科医療サービスの質に着目して、因子を解明することが必要不可欠である。同時にその因子は歯科医師にも影響を与えていると考えられるため、供給サイドの現状も把握し、歯科診療所における質の高いサービスの構成要素を導き出し、今後の経営における意思決定要素とするための基礎的な資料を得ることが目的である。

したがって、本研究は、日本の歯科診療所が提供する歯科医療サービスが、患者満足に与える影響度を研究するにあたり、患者の意思決定プロセスと、サービス終了後の行動意図を包括的に捉えることで、それらの変数間の関連について、検証する。なお、ここでいう歯科診療所とは、患者が入院するための施設を有しない歯科診療所をいう。

研究成果の概要 つづき

3. 研究方法

3-1. 歯科医師（供給サイド）へのインタビュー調査

先行研究と歯科診療所を取り巻く環境の変化を踏まえ、供給サイドのインタビュー調査を実施した。リサーチ課題は、再来患者数を増やすためにはどうしたらよいか。（どのような顧客満足とロイヤルティの構成要素があるか。）を設定した。調査対象者は、①都内の小児専門歯科、②神奈川の予防歯科専門歯科、③大阪の齲蝕治療、インプラント、予防歯科と全ての診療に対応する総合歯科診療所を対象とした。

3-2. 患者（需要サイド）へのインターネット調査

歯科診療所に関する患者の評価を測定するために、SERVQUAL をベースとした質問票を作成し、2 回のインターネットによるアンケート調査（「予備調査 1 回」「本調査 1 回」）を実施した。SERVQUAL 以外の質問項目については、先行研究で活用された質問項目を参考に作成し、専門家の意見を受けて修正を加え、完成させた。

調査対象者は、全国の 20～70 才までの男女（均等割付）を対象とし、有効回答数 420 サンプルであった。

4. 研究結果、結論

4-1. 歯科医師へのインタビュー調査結果

- ①都内の歯科診療所は、小児歯科に特化し、子供達が歯医者怖がらず、行くことが楽しみになるような歯医者をつくりあげ、子供やその親御さんの高い満足度と、小児専門であっても高い収益性を両立できるようなビジネスモデルを構築することを目的としているということであった。
- ②神奈川の歯科診療所は、保険診療では限界があると感じ、そこから包括診療という自費治療主体の審美歯科に特化し、先進国の予防管理方法を吟味し、患者さんに対してエビデンスを収集した。患者さんは疾患の根本原因がわかることから、納得感も満足度も高くなっていき、診療所に行くことが嫌な顔ではなくなっていると感じるようになり、スタッフ内でもやりがいを感じるようになっていった。
- ③大阪の歯科診療所は、齲蝕治療と、インプラント、予防歯科と幅広い治療を目指し、歯科治療技術の研鑽をしっかりとすることで、数字ではなく、もっと本質的なところに目を向けるようにしているとのことであった。また、卓越した治療技術と経営的な観点、財務的な裏付けというものを持って、余裕を持った診療行為を行う努力をしているということであった。

3 つの歯科診療所のインタビュー結果から、齲蝕の減少による歯科疾患の構造の変化により、歯科診療所では、海外の先進国の予防管理方法を吟味するなどし、また患者からも情報を収集することにより、歯科医療サービスにおける顧客満足度と納得感を高めていく努力を各歯科診療所にて日々行っているということが確認された。

4-2. 患者へのインターネット調査結果

患者へのインターネット調査の結果は、保険診療が 83% 近く占め、混合診療、自費診療が、17% 前後であった。そして、歯科診療所を知ったきっかけは、クチコミが 50% で、続いて、立看板やポスターが、24.8% で、ネットが 19.5% であった。このことから、診療方法も情報源も厚労省の統計結果とほぼ同じ結果であることが明らかになった。続いて、共分散構造分析の結果は、歯科医療サービスは、結果品質より過程品質が重要視されていることがわかった。しかしながら、顧客満足からのクチコミへの影響は、それほど高くなかった。その理由として、人との会話においては話題にするが、ネットなどでのクチコミにおいては、あまりしないという結果であったからである。そのため、歯科診療所において、「サービス価値—総合満足—ロイヤルティ—クチコミ」の一連の因果関係があることが示唆された。その因果関係モデルの顧客満足に大きく影響を及ぼしている具体的な因子は、共感性と応答性とケアであった。

5. 今後の課題

本研究には、次の点の限界がある、1 つ目は、患者の事前知識や関与度の問題である。事前知識や関与度の違いにより顧客満足への影響に対し、新しい知見をもたらすことが可能と考える。

2 つ目は、定義の明確化である。各概念を構成する観測変数は、先行研究からも明らかのように、研究者ごとに違いがあり、定義を明確化することが今後一層求められる。

※この（様式 2）に記入の成果の公表を見合わせる必要がある場合は、その理由及び差し控え期間等を記入した調書（A 4 縦型横書き 1 枚・自由様式）を添付すること。

研究発表 (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

④ 学会発表

- ・ 2013年7月27日(土) 第218回関東部会 (@ 明治大学)
大学院生自由論題報告

- ・ 2013年10月11日～13日(金～日) 第46回全国大会 (@ 愛知工業大学)
大学院生自由論題報告