

DATA …シミズ病院グループ

- ・シミズ病院 139 床
 - ・洛西シミズ病院 215 床
 - ・洛西ニュータウン病院 184 床
 - ・亀岡シミズ病院 177 床
- そのほかクリニック、二つの介護老人保健施設
と複数の介護事業所、二つの社会福祉法人

2021 年度の削減効果額：約 2,300 万円
(グループ全体)

京都街並み (イメージ)

医療法人清仁会の MS 法人として設立し、シミズ病院グループの医療材料、医薬品の購買管理を行っている (株) 京都メディカルコーポレーション様。

今回は管理部長の古川様に日々の取り組みについてお話を伺いました。

(取材日：2023 年 7 月)

メッカル分析サービス導入の経緯

私たちはシミズ病院グループに医薬品を卸す仕事をしており、3 年ほど前から、グループ 4 病院の医療材料の購買管理も行っています。もともとこの 4 院では、医療材料の管理が各院内で行われており、使っている材料の種類や購入価格がバラバラな状態でした。また、長きにわたり価格の見直しがされていないことも問題として発覚しました。医療法人清仁会として、グループ全体の経費を抑えるために、医療材料の一元管理を私たちに請け負うことになったのです。

当初は医療材料を扱うことに大きな負担やリスクを感じていました。なぜならば、医療材料はメーカーが病院ごとに仕入れ値を決めることができ、特殊な商品であり「千円で購入したものが、本当に千円で良かったのか」という価格の妥当性が病院側では分からないからです。

そこで手にしたのは「医療材料マネジメントで病院を変える」という本です。この本は、医療材料の特殊な市場や、購買の仕組みについて分かりやすく書かれており、知識をつけるための良い勉強になりました。

私たちは、市場の仕組みを勉強していくなかで、不透明な価格を明確にできる「ベンチマーク」の導入は必須だと考えました。ベンチマークを扱う会社は色々ありますが、データの母数(病院データ数)が他社と比べて格段に多い、メッカル分析サービスを導入することを決めました。

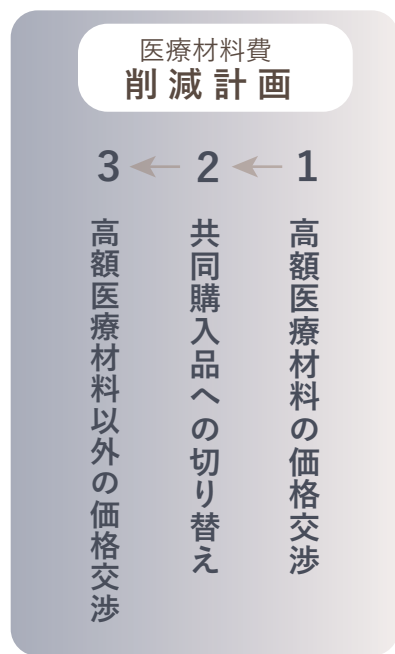
メッカル分析サービスを導入後、各病院の購買状況を見てみると、見事にメッカル平均に比べて高い結果が出ました。この状況から抜け出す

メディアソリューション (株)
及びメッカル分析サービス

を知ったのは、
この本で紹介されて
いたことがきっかけです



ために、削減計画を大きく3つの段階に分け、約5年と長期的な視点で取り組むことにしました。



高額医療材料の価格交渉

まず始めに行ったことは循環器や整形外科で使用する高額医療材料の値下げ交渉です。単価が高い材料を平均価格まで下げることができれば、大きな削減効果が出せると考えたためです。

ABC分析を使って、メッカル平均価格からの乖離が大きい商品を絞り出したら、その商品を販売しているディーラーと価格の調整を行いました。すると取り組みを始めてから約1年弱で、価格交渉の成果が表れてきました。当初の狙い通り、1本数万円もするステントや、整形で使用するプレート・ネジなどの高額商品で、大きな削減効果を出すことができたのです。

共同購入品への切り替え

第一段階の高額医療材料の値下げに成功し、大きな削減効果を出すことができたものの、価格交渉だけで

はいずれ限界が来てしまいます。そうになると次は『如何に価格が安いものに商品を切り替えるか』ということを考えていかなければなりません。そこで利用したのがGPO（共同購買組織）サービスです。

メッカル分析サービスでは、無料でGPOサービスに入会することができ、安価な価格設定の共同購買品（＝標準品）を購入することが可能です。現在使っている医療材料をGPOの標準品に切り替えるだけで、削減効果が出せるのは嬉しいサービスです。

また標準品への商品切り替えは、今まで4病院がバラバラに購入してきた同種同効品を統一できる、といったメリットもあります。取り扱う医療材料の数を減らし、できる限りまとめることで、管理業務をもっとスムーズに行えるのではないかと考えました。

商品の切り替えは簡単ではない

GPOに入会し、実際に医療材料の切り替えを始めてみると、『商品を切り替えるだけ』は単純なことではないことを痛感しました。

思うように進まない原因のひとつに、医療現場のスタッフと管理部門では、考えや意識に差があるということが挙げられます。医療材料を実際に使うのは医師や看護師など、現場のスタッフです。現場のスタッフは、今まで使っていた商品が切り変わることに不安や抵抗を感じている方が多くいらっしゃいます。そのため、私たち管理部門がいくら声を上げても、なかなか商品の切り替えに踏み切ることができません。



トップダウンで病院の意識を変えていく



削減試算レポート

メディアアスソリュションが作成する削減試算レポートを見れば、どの病院で、どの商品を切り替えた場合に最大でどのくらいの削減額が出せるのか、といった情報を知ることが出来ます。

商品を変えることで、削減効果が出せることは分かっているのに、依然切り替えが進まない。そんな状況を解決するためには、トップダウンで病院の意識を変えていくこと、そして外部の手を借りることも方法の一つだと考えました。そこでメディアアスソリュションのスタッフにお願いし、各病院の責任者が出席する会議の場で、商品切り替えを行った場合の削減効果について説明してもらおう機会を設けました。より詳細なデータを使って、具体的な金額を実際に見てもらうことで、参加者の驚きと共感を得ようと考えたのです。こうした取り組みを重ねることによって、病院の経営層にも、現場のスタッフにも、医療材料費削減の取り組みの理解が深まることを期待しています。

また当初に立てた削減5年計画は、新型コロナウイルス感染症の拡大によって頓挫してしまいました。第二・第三段階がまだ十分に進められておりませんので、これからは気持ち新たに医療材料費の削減に向けた取り組みを行っていききたいと思えます。