



▲営業一筋の方、SPD 担当として病院内で業務している方など様々な立場の人が集まりました。

コロナ後初の勉強会

メッカル GPO サービスをより一段と盛り上げていくために、2泊3日の勉強会を実施しました。

勉強会には北海道から沖縄まで、全国各地のパートナーディーラーが集まり、今後の医療業界の動向や、ディーラーとして医療機関を支えるためにすべきことなどについて話し合いました。

ピックアップ① アメリカと日本のGPOの違いについて

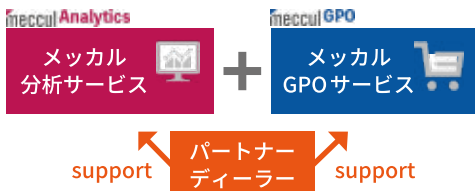
アメリカではほとんどの医療機関が医療材料のGPO(共同購買組織)に所属し、そのサービスを利用しています。今回の勉強会では、アメリカと日本のGPOの仕組みの違いや、日本でGPOを推進するためにどうすれば良いのか?について考えました。

アメリカと日本では医療材料の購買や流通方法に大きな違いがあるため、アメリカのビジネスモデルをそのまま適用させることは難しいのが現状です。しかし、日本でも医療機関にとって魅力的なサービスを提供することができれば、GPOの推進は可能だと考えています。そのため、私たちが目指すべきは「GPO標準品の採用率の向上」です。標準品をより多く使ってもらうことで、メーカー側に安価な医療材料の提供をお願いできるようになります。GPOが物価高騰時代のコスト削減策のひとつとして確立できるように、しっかりと取り組んで参りたいと思います。

ピックアップ② 医療材料費のマネジメントについて

メッカル GPO サービスは、メッカル分析サービスの付属サービスです。共同購買を目的にしている医療機関であっても、医療材料費を分析するツールを使っていただくことが可能です。

パートナーディーラーは医療機関の相談役として、時に医療材料費のマネジメントについてアドバイスを求められることがあります。今回はそういった場面でもしっかりと対応



ができるよう、メッカル分析サービスの利用方法の再確認や、別のツールを使った材料費の分析方法について研修を行いました。

ピックアップ③ メディアソリューションが求める パートナーディーラーの役割

商品を販売することが仕事であるディーラーは「医療機関にモノを売る目線」で物事を考えるのが一般的です。しかしメッカル GPO を支えるパートナーディーラーは「医療機関に寄り添う存在」として、通常のディーラーとは異なる視点を取り入れることが求められています。例えば、活動時間の数パーセントだけでも「医療機関に喜ばれること、感動されることは何なのか?」を追求し、行動に移すことを実践する。そうすることで、医療機関に喜ばれるだけでなく、ディーラーそのものがなくてはならない存在となります。お客様に喜ばれるディーラーは必ず結果がついてくるものだとは私たちは考えています。

今回の勉強会ではそういった参加者の「意識・視点を変える」ことを目的のひとつとして、パートナーディーラーに求める姿をお伝えしました。



▲神奈川県 葉山町にある研修施設。



▲研修の様子。こうした勉強会を定期的に関催し、パートナーディーラーと共により良いサービスを提供して行きます。