

# Management Club Report

Nov.2003 / Vol.11

## Monthly Opinion 「時間厳守」それだけで価値

### 病院に存在する「予約料」

東京にKという名高い耳鼻咽喉科の専門病院があります。高い技術上の信頼性に加えて、経営者の「患者本位姿勢」が雑誌等で紹介されるなど高い評判が定着し、いつも大勢の患者で溢れています。そのような人気病院ですから御多分に漏れず長時間待たされます。2時間待ちはザラの様です。

しかし、待合室で観察していると、ほとんど待つこともなく、うんざり顔の大勢の患者を尻目に、来院すると直ぐに診察室へ消えていく患者がいることに気が付きます。予約患者です。K病院では一部に予約制を採用しているのです。予約患者とそうではない患者を分ける基準は、病院の都合や病状の程度ではなく、単純に患者の希望によるものです。つまり待つことは承知の上で先着順で診てもらおうという患者と、約束の時間に行って待たずに診てもらいたいという患者をそれぞれの希望に基づいて分けているのです。

特急列車や映画館、スタジアムなどと同じ手法です。ですから予約で診てもらった患者の診察料は先着順の患者より当然高くなります。K病院では予約料として500円をとっているそうですが、JRの指定席が自由席に比べて500円ほど高いのと似たような価値感です。しかしJRの自由席に2時間前から並ぶようなことは滅多にありませんので、ここはK病院の方が割安だと言えるでしょう。

### 現代人にとっての稀少価値「時間」

医療機関に予約料徴収というシステムを導入することは、我が国では些か“不謹慎”の謗りを受けることになります。診療報酬以外の余分なお金を取るといふ、いわゆる「営利」として映るからでしょう。しかし、K病院の経営陣がどのように考えたかは分かりませんが、私は500円程度の営利など全く考えてはいないと思います。この発想は、むしろ患者サイドからの要請に基づいたものだったのではないのでしょうか。

「新幹線の指定席料金くらいは払うから、約束時間どおりに診てほしいし、約束時間どおりに終えてほしい」

患者の病院に対する不満を解消しようとして行った「患者満足度調査」の中に、おそらくこんな声が多数あったのではないのでしょうか。最もプリミティブな顧客セグメント手法の一つであると言えます。予約料を払う患者は、もっと有効に使えるはずの2時間という「時間」を500円で購入しようというものです。社会生活上の位置付けによって異なりますが、「時間」に高い価値観を抱