



<医療機関の利用>

ここ1年間に行った病院・診療所など

主婦は「歯科」が54.8%、夫は「内科」47.5%、子供は「内科」49.6%

全国の既婚女性1087人に、ここ1年間に行った病院・診療所・その他の医療機関を聞いたところ、自分自身の場合では、「歯科」へ行った人が54.8%と最も多く、次いで「内科」44.9%、「総合病院」37.3%、「眼科」25.3%であった(グラフ)。

年代別でみると、「総合病院」「整形外科」の利用は年齢が高くなるほど、割合も増える傾向にある。

また、夫がここ1年間に行った病院・診療所・その他の医療機関は、「内科」が47.5%、「歯科」が39.9%と主婦の場合と1位、2位が入れ替わっており、次いで「総合病院」27.2%、「眼科」14.3%となった(グラフ)。

同居している子供のいる人に、子供がここ1年間に行った病院・診療所・その他の医療機関を聞いたところ、「内科・小児科」が49.6%と最も多く、次いで「皮膚科」34.4%、「耳鼻咽喉科」33.6%、「歯科」32.6%、「眼科」30.3%が3割以上と並んだ(グラフ)。

家族全体で1年間に病院・診療所などに行った回数

「10回～19回」33.5%、「50回以上」は1割

同居家族全体でここ1年に病院・診療所・その他の医療機関に行った回数は、「10回～19回」が33.5%と最も多く、次いで「20回～49回」が28.1%となった(グラフ)。

家族が通う医療機関を決定している人を聞いてみると、主婦の場合では、「主婦自身」が97.3%と圧倒的(グラフ)。

夫の場合には、「夫自身」が84.8%、「妻(主婦)」が14.5%となった(グラフ)。

また、子供の場合には「主婦」が82.6%と8割以上を占めるが、「子供自身」でも14.5%が決定している(グラフ)。そのうち母親が50代以上の割合が76.9%を占めるので、年齢の高い子供が自分で病院選びを行っていると考えられる。

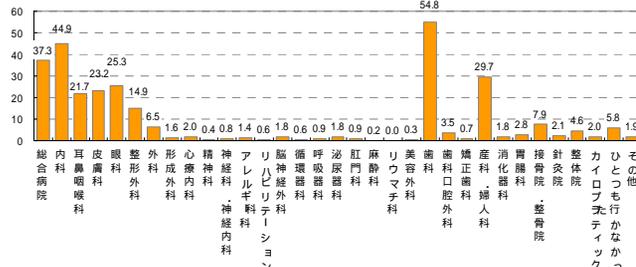
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

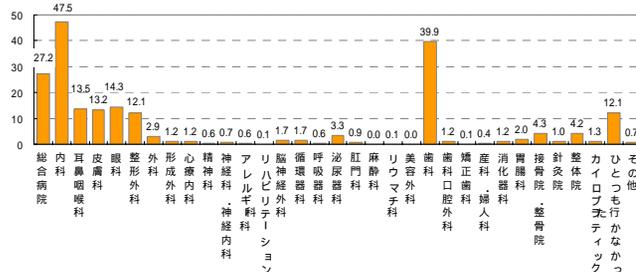
グラフ

ここ1年間に行った病院・診療所・その他の医療機関は？ 【自分】(複数回答)(n=1083)



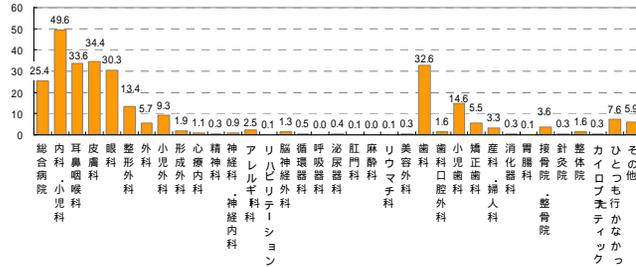
グラフ

夫がここ1年間に行った病院・診療所・その他の医療機関は？(複数回答)(n=1083)



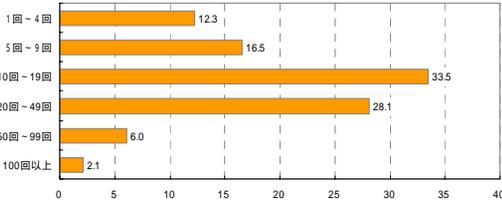
グラフ

あなたの子供はここ1年以内に病院・診療所・その他の医療機関に行きましたか？(複数回答)(n=1083) (同居の子供がいる人のみ回答)



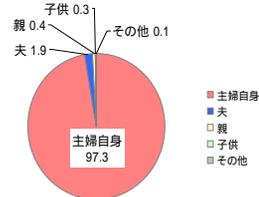
グラフ

同居家族全体でここ1年以内に病院・診療所・その他の医療機関に行った回数(n=1077)



グラフ

家族が通う医療機関を決定している人 【自分(主婦)の場合】(n=1083)



グラフ

家族が通う医療機関を決定している人 【夫の場合】(n=1069)



グラフ

家族が通う医療機関を決定している人 【子供の場合】(n=747)





<医療機関の選び方>

重視するのは「自宅からの通いやすさ」67.8%

医療機関を決めるとき、どのような点を重視して選んでいるかを聞いたところ、「自宅から通いやすい」が67.8%と多く、次いで「医師の知識・技量」50.7%。「説明やコミュニケーションがよい」38.4%、「丁寧な対応」38.3%、「医師の人柄・プロフィール」35.6%が僅差で続く(グラフ)。

ここ1年以内に初めて行く病院・診療所、医療機関に「行った」人は55.4%(グラフ)。

行った人に、初めて行った病院・診療所・医療機関を聞いたところ、「総合病院」が21.8%、次いで「内科」19.3%、「産科・婦人科」18.6%、「歯科」17.6%であった(グラフ)。

また、なぜ新しい医療機関に行くことになったかを聞いてみると、「初めて受診する診療科目だった」が34.7%と最も多く、次いで「今まで行っていた医療機関がいまひとつだった」18.4%、「より専門的な治療が必要だった」16.5%、「自宅が引っ越した」15.6%となった(グラフ)。

医療機関を知るキッカケ・決める情報は「知人のクチコミ」が約7割と圧倒的

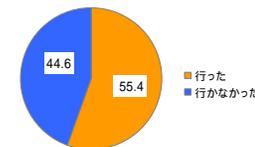
今まで行ったことのない医療機関を最初に知るのには、どんな情報源をキッカケとすることが多いかを聞いたところ、「知人のクチコミ」が67.1%最も多く、次いで「実際に建物や看板を見て」46.6%、「インターネット」39.2%、「家族のクチコミ」26.7%となった(グラフ)。

また、はじめての医療機関に行くとき、どんな情報源を元に行くことを決定しているかでは、「知人のクチコミ」が70.9%と圧倒的に多く、次いで「実際に建物や看板を見て」40.2%、「インターネット」39.3%と上位は医療機関を最初に知るキッカケと同じ順序となった(グラフ)。

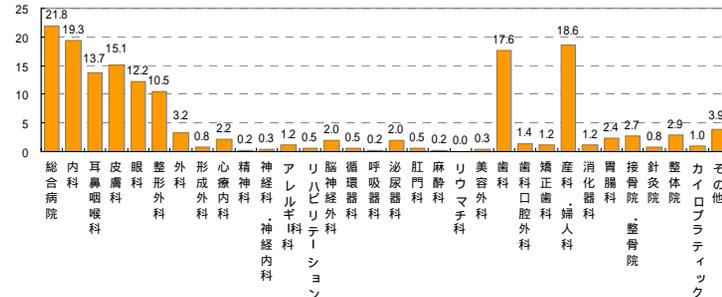
グラフ 医療機関を選ぶときどんな点を重視して選んでいるか？
(優先順位の高いもの5つ)(n=1084)



グラフ ここ1年以内に初めて行く病院・診療所、医療機関に行ったか(n=1079)



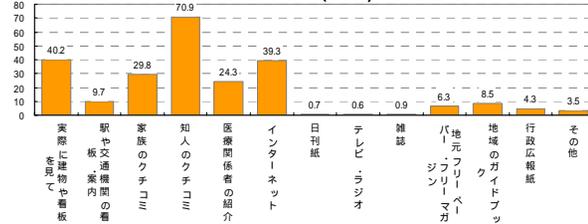
グラフ 初めに行った病院・診療所・他の医療機関(n=591)



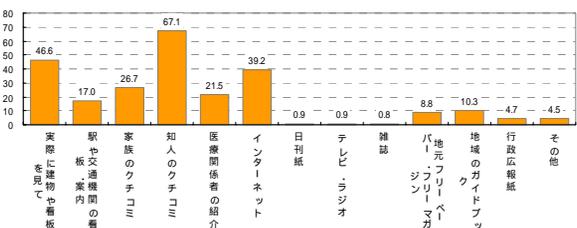
グラフ なぜ新しい医療機関に行くことになったか？
(n=588)(複数回答)



グラフ はじめての医療機関に行くとき、どんな情報源を元に行くことを決めることが多いですか？(多いもの3つ)(n=588)



グラフ 今まで行ったことのない医療機関を最初に知るのには、どんな情報源をキッカケとすることが多いか？(多いもの3つ)(n=588)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 医師・医療関係者とのコミュニケーション満足度 >

7割以上が満足と回答

不満は「忙しそうで、十分に話ができなかった」こと42.7%

診療時の医師や医療関係者とのコミュニケーションは全体として満足かを聞いてみたところ、「とても満足している」5.6%、「まあまあ満足している」69.2%と7割以上が満足していた(グラフ)。

また、医師や医療関係者とのコミュニケーションで感じた不満を聞いてみると、「忙しそうで、十分に話ができなかった」42.7%、「何を質問すればいいのかわからず、十分に話ができなかった」33.1%、「説明は受けたが、後で思い出せなかった」16.6%。また「不満を感じたことはない」が25.9%と1/4を占めた(グラフ)。

< 利用したいコミュニケーションやウェブサイト >

「パソコンのメールによるコミュニケーション」が78.2%と圧倒的

「医療機関の情報が検索・一覧できるサイト」を利用したい76.9%

今後、医療機関の診療後に医師などと相談や質問などのコミュニケーションがとれる場合、利用したいと思うのはどれかを聞いたところ、「パソコンのメールによるコミュニケーション」が78.2%と圧倒的に多く、次いで「電話でのコミュニケーション」39.2%、「ウェブサイトによるコミュニケーション」26.5%となった(グラフ)。

また、医療情報サービスを行うウェブサイトがあったら利用したいと思うのはどれかを聞いたところ、「医療機関の情報が検索・一覧できるサイト」が76.9%と最も多く、次いで「医療機関のクチコミ情報サイト」71.6%、「医療機関の混雑状況や待ち時間などが確認できるサイト」67.4%、「医療相談などにも回答してもらえるサイト」66.6%であった(グラフ)。

< 回答者プロフィール >

年代 = 20代 6.2%、30代 38.5%、40代 30.8%、50代 17.7%、60代以上 6.8%

職業 = 専業主婦 69.0%、パート・アルバイト 16.6%、フルタイム 10.9%、自由業・自営業 1.7%、在宅ワーカー 0.9%、その他 0.9%

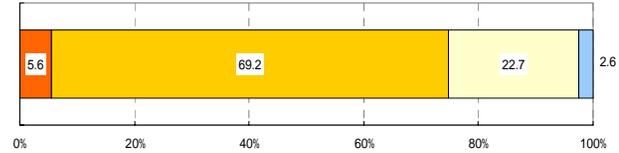
居住地 = 関東 44.9% (東京都 16.6%、神奈川県 15.5%、千葉県 8.0%、埼玉県 4.1%、栃木県 0.6%、茨城県 0.1%)、北海道 0.8%、東北 2.6%、北陸 0.5%、甲信 0.2%、東海 5.5%、近畿 37.3% (兵庫県 16.8%、大阪府 15.8%、京都府 2.5%、滋賀県 1.2%、和歌山県 0.8%、奈良県 0.2%)、中国 2.3%、四国 1.3%、九州 4.5%、沖縄 0.1%

子供の有無 = あり 74.3%、なし 25.7%

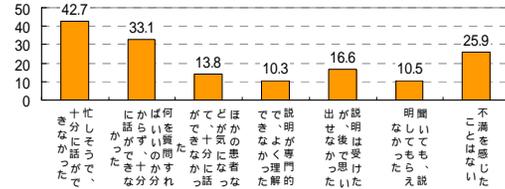
同居家族人数 = 1人(自分のみ) 0.6%、2人 30.5%、3人 27.0%、4人 30.3%、5人 6.9%、6人 2.3%、7人以上 0.4%、不明 2.1%

グラフ 診療時の医師や医療関係者とのコミュニケーションは全体として満足？ (n=1081)

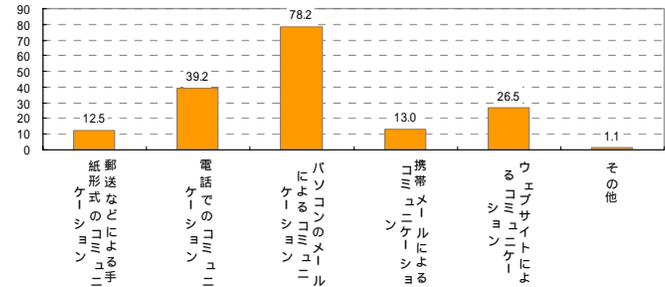
とても満足している 69.2% まあまあ満足している 5.6% □ やや不満がある 22.7% □ とても不満がある 2.6%



グラフ 医師や医療関係者とのコミュニケーションで感じた不満は？ (n=1071) (複数回答)



グラフ 医療機関の診療後に医師などと下記のような手段で相談や質問などのコミュニケーションがとれる場合、利用してみたいと思うか？ (複数回答) (n=1052)



グラフ 利用してみたいと思うウェブサイトは？ (複数回答) (n=1075)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430