

【レフリー原著・事例研究(BMA 論文区分)】

医療事務職を養成する大学のマーケティング戦略に関する一考察

福山祐介

本研究では、医療事務職を養成する大学へ入学を希望する受験生や卒業後の就職等を取り巻く現状を調査し、大学におけるマーケティング戦略を考察することを目的としている。医療事務職を養成する大学は、(1)経営学部等の一般的な名称を用いること (2)病院・診療所以外の就職先のキャリア支援体制を構築し、病院・診療所以外に多様な就職の機会があることを示すこと で受験者・入学者が増加し、経営の安定度が高まることが推察される。

邦文キーワード：医療事務、診療情報管理士、大学入試、就職

1. はじめに

藤田医科大学(以下:本学)は、1968年に開学した、愛知県豊明市にキャンパスを持つ医療系大学である。日本最大級の病床数を持つ大学病院を含む、計3つの教育病院を有しており、幅広く医学・医療の知識が学べる環境が整っている。さらに2020年には愛知県岡崎市に4つ目の教育病院の開院を予定している。

本学では、大規模な組織改革を進めている。この改革の中で、診療情報管理士など医療に関する事務の担い手を養成していた本学の医療科学部医療経営情報学科は、2019年度入学生より募集停止となった。医療事務職養成大学の受験生募集停止の流れは顕著であり、保健医療経営大学(福岡県)は募集停止、成美大学(京都府)は公立化へ舵を切るなど置かれている状況は大変厳しい。しかしながら、入試広報業務に携わる中で、募集停止後も受験生・高校教員・保護者から「医療に関する事務を学びたい受験生の進学先が少なくなり残念である」「医療に関する事務を学べる大学は他にどこにあるのか」など募集停止を惜しむ多くの声を頂いたことも事実である。

本学では募集停止となったが、医療事務職養成大学の今後選択すべきマーケティング戦略は何なのか。本研究のきっかけは自らの所属組織において医療事務職養成学科の募集停止にある。

近年のIT化により、整備されたデータは医療機関の意思決定の基盤資料となっており、質の高いデータ作成が必要なため、医療事務職の需要は高まっている。また、カルテの電子化が進むにつれ、診

療情報の質向上、医療政策構築のデータ基盤整備の要求レベルが上がっており、医療事務職の役割は拡大傾向にある。中でも、医療事務職の専門資格である診療情報管理士は、2018年までに約37,000人が資格取得している。診療報酬支払制度(DPC/PDPS〈診断群分類別包括支払制度〉)、がん登録推進法、医療事故調査制度など診療情報管理士が関係する重要な制度も増加している。診療記録管理をはじめとした業務を担う人材の必要性自体は十分にあると考える¹⁾。

本研究では、【大学の入口】である医療事務職養成大学の受験生募集戦略と【大学の出口】である求人(本学に寄せられたもの)との両面から分析を行い、医療事務職養成大学を取り巻く状況を分析し、今後の医療事務職養成大学における今後の戦略を考察する。

2. 先行研究とジレンマの定義

2.1 先行研究の整理

大学経営、特に学生募集に関する研究については、学部組織の改編や学域の広範化(入学後に広く興味・関心のある科目を選択できるような体制を整える)を通して志願者を確保しようとする事例研究が目立つ。

例えば、A大学(私立)では私立大学で初めて「学部制」から「学群制」へ移行し、大幅に志願者を増やしている。学部・学科の独立性は高く、他の学部・学科や他分野を学ぶには制約が多い。隣接領域の専門分野を括った「学群」のなかで、学生達は、広く興味・関心のある科目を選択し、自ら学びの形を作り上げるようになっていく。志願者が最も少なかった2014年を基準に考えれば2019年の志願者数は3.2倍。2018~2019年の1年間だけでも1.6倍、8,635人の志願者増を実現している²⁾。教学上の観点からも、学生が専門の適性を入学後に決められ、満足度が高まる点は大きなメリットである。

B大学(国立)でも同様の取り組みがみられる。B大学では学域学類制を採用し、改革前は、文学部などの8学部(25学科)だった体制を、3学域16学類体制へ改編した。加えて、主専攻・副専攻制も導入している。主専攻・副専攻制は、学生が選択した専門分野以外の専門分野も修得したことを認める仕組みである。学生は、ほかの専門分野の科目やほかの学類が指定した科目を所定の数、履修することで、別の専門分野も修めたと大学から正式に認められる³⁾。この事例においては、教学面だけでなくマネジメント面へも大きなアドバンテージを与えている。部局のスリム化に伴って意思決定のスピードが上がり、教員の所属組織である「研究域」は複数分野を大括りにしているため、専門分野に縛られることなく、戦略的な観点から特定の研究領域の人員を増やすことも可能になる³⁾。

大学が選択する戦略のトレンドは、「学域の広範化・柔軟な組織体制への移行」へ向かっている。

一方で、看護師など医療系職種を養成する大学の学生募集に関する報告・研究は少ない。先述したB大学でも、学域の広範化は、医学・薬学・保健学の一部・学校教育学(教員養成)は例外となっている。これは、カリキュラム上の広範かつ長期の病院実習が大きなハードルだと考えられる。

しかしながら、医療事務職単独でみれば、他の医療系職種ほど病院実習の影響を受けず、その制約はかなりゆるやかである。診療情報管理士の大学卒業生向けの通信教育を参考にすれば、病院実習の

必要期間は2週間である⁴⁾。本学においても、薬理学など専門的な医療に関する科目は用意しているものの、経営学概論や会計学など経営分野の科目も非常に多く、先述した病院実習に関するハードルは他の医療系職種に比べればかなり低い。

先行研究をみていくと、「学域の広範化」が受験生募集戦略において効果的であると示唆される。医療事務職は医療系職種と捉えられ、組織上も医療系学部には属していることが多く、学域の広範化について検討が進んでこなかったのが現状である。「学域の広範化」が医療事務職養成大学の受験生募集戦略においても効果的ではないか、という点が本研究の仮説であり、かつ先行研究に比して新規性を有する点である。

なお、診療情報管理士をはじめとした専門資格をもった人材の果たすべき役割については、多くの研究・報告がなされており、医療事務を担う人材の必要性が高いことが示されている。例えば、カルテの電子化やデータ基盤構築への寄与、診療情報管理士が管理する多くの病歴情報を連動させ積極的に関わる事で、多職種の職員が共同使用するクリティカルパス運用について改善がみられている⁵⁾。また、限られた症例数ではあるが、医療クラークがリウマチ外来にて医師を援助することはT2T(関節リウマチの治療のガイドライン)の実践率をあげることにつながり、さらにはRA(関節リウマチ)患者の疾患活動性の改善に関与するなど、直接的な医療においても質の向上に寄与していることが報告されている⁶⁾。医療事故調査制度など診療情報管理士が関係する重要な制度も増加している。一般社団法人全国高等学校PTA連合会・(株)リクルートマーケティングパートナーズ調べ⁷⁾においても、保護者が子どもに将来就いてほしい職業の項目(全体)で、「公務員」「看護師」「教師」について、「医療事務・医療関連」が第4位となっている。雇用が安定したイメージがある職業や医療系職種が上位にきていると調査では分析されており、医療事務に関するニーズは、十分ある。

また、学生時代に医療事務職養成大学で学んだ人材全体の社会的なニーズ(就職・進路)がどこにあるのか、大学における「出口」に関して包括的な研究も進んでいない。大学における新しいキャリア教育プログラム構築の取り組み⁸⁾、あるいは、新卒採用におけるミスマッチを解消するための就職指導改善の事例⁹⁾など各大学における個別の改善例に関する研究・報告は進んでいる。これらの研究を通して、多様なニーズに応えることができるようなキャリア教育の実践が提言されている。しかし、医療事務職の就職支援に焦点を当てた研究は少ない。加えて、学生時代に医療事務職養成大学で学んだ人材全体の社会的なニーズ(就職・進路)がどこにあるのかの調査には及んでおらず課題が残る。

上述と重複するが、本研究における新規性は、医療事務養成大学の受験生募集戦略と求人との両面から取り巻く状況を分析し、今後の医療事務職養成大学におけるマーケティング戦略を考察する点である。

2.2 医療事務職養成大学のジレンマとは

イノベーションのジレンマとは、企業は顧客の意見に耳を傾け、経済合理性の観点からイノベーションよりも既存技術の向上や高機能化を優先する傾向にあり、また、高機能・高価格を求める主要顧客を抱えているという慢心から、新興市場への参入が遅れる状態である¹⁰⁾。

企業同様に、医療事務職養成大学でも学びの分野を絞り、医療という既存教育の専門性を高める傾

向にある。受験生・保護者・高校教員(顧客)の意見に耳を傾け、他大学との差別化のために、専門性のある医療に特化した教育(既存技術の向上・高機能化)をすることや病院・診療所に就職するためのキャリア支援をおこなう戦略が入学偏差値や学生の質を下げってしまう状況を、本研究では「医療事務職養成大学のジレンマ」と定義する。

3. 調査の対象と方法

3.1 受験生募集戦略

医療事務職養成大学(2018年8月現在の診療情報管理士認定試験受験指定校のデータを用いた)を取り巻く入試状況を、河合塾の入試難易予想ランキング 2018¹¹⁾を用いて調査した。なお、河合塾の提供データ上、今回は大学のみとし、短期大学・専門学校は除外した。

なお、偏差値の数値のみで教育内容等学校としての優劣が決まるものではない。しかしながら、株式会社ディスコが2017年に実施した調査¹²⁾によれば、入学した大学・学部・学科を選んだ決め手の項目において、1位が偏差値(難易度)であり、受験生にとって最も重要な基準の1つといえる。客観的な指標として各校を比較が可能で、受験生を引き付ける力と一定の相関が認められることから、本研究では各高校の進路指導の現場でも多く用いられている河合塾のデータを使用することとした。

3.2 医療事務職養成大学の求人状況

本学に寄せられた求人のうち、2018年3月に医療経営情報学科を卒業する学生向けのものを対象とし、係る業種・職種・求人先の規模などを集計・分析を行った。求人は媒体を問わずWEB上あるいは紙の求人とした。また、対象の中には、求人先の学科を明記していないものもあった。学科を問わない本学全体への求人と思われるが、本学科への関わりがわかりかねたので今回は除外した。業種は、本学の独自分類を使用している。

4. 調査の結果

4.1 受験生募集戦略

対象となった大学の学部名を調査すると、Table1が示すように、多くの大学が「医療を希望する学生からさらに経営に興味がある学生」を求めていることがわかった。「医療」を中心に、「福祉」「健康」などのキーワードを用いている。

しかし、偏差値が高い上位4大学は、学部名称に医療・福祉を連想させるキーワードがない。母集団の多い経営・国際・理工分野を希望する学生の中から、さらに医療に興味がある学生を募集していることが分かった。

学部名のみで学生が経営に興味を持っているかどうかを判断することは難しいものの、全国的な模試を実施している大手通信教育業者など学部名を基準に偏差値を提供しているところも多く、学部名が選択肢の絞り込みに大きな影響を与えていることが伺える。一方、募集停止となった本学を含む入

学難易度下位 14 大学は、すべて学部名称に医療を連想させるキーワードを用いている。この 14 大学中 6 大学は偏差値がつかない大学となっている。

4.2 医療事務職養成大学の求人状況

<全体>

求人件数全体は 12,563 件であった。このうち、本学科への関わりがわかりかねる 586 件は除外し、分析対象となる本学科に寄せられた求人は 11,977 件であった。なお、大学院(医療経営情報学分野)も応募可能だったものは 7,959 件と寄せられた求人の約 2/3 であり、1/3 は学部生のみを対象とした求人であった。

<求人別業種及び上場>

Table2・3 にて概要を取りまとめている。求人件数のうち、最多は未上場で 11,207 件となった。求人件数のうち上場しているものは 770 件。東証一部が 451 件で最多、ジャスダックが 159 件と続く。地元である名古屋証券取引所に上場している企業は 15 件となっている。

上場企業のうち、上位 10 業種には「メーカー：化学・医薬・化粧品」などがランクインしており、医療系大学の特色が出ている。未上場においては、「サービス：病院・診療所・医療・保健衛生」がトップに来ており、「情報通信：ソフトウェア・情報処理・情報サービス」、「サービス：福祉・福祉施設」が続いている。病院・診療所はランクこそ 1 位となっているものの、件数割合をみると全体の 20%程度にとどまっている。サービスをはじめ、メーカー、流通、商社など幅広い業種から求人が寄せられていることが分かる。

<求人別職種>

Table4 にて概要を取りまとめている。全求人件数 31,286 件のうち、最も多い職種は営業職が 4,184 件であった。続いて、事務職 2,029 件、総合職 1,909 件、技術職 1,645 件、システムエンジニア 1,590 件の順となっている。医療事務専門職の求人として、医療事務職は 160 件、医療総合職は 52 件、診療情報管理士 25 件であった。医療情報領域で活躍する医療情報技師に特化した求人はなかった。

5. 考察

医療事務養成大学のマーケティング戦略で特に重要であるのは「ポジショニング戦略」だと考察する。

ポジショニングの代表的な成功例として、大塚製薬の飲料「ポカリエスエット」があげられる。スポーツ飲料として市場を開拓しながらも、競合の参入で市場が飽和になった。この際に、規模が限定されたスポーツ飲料市場から、より大きな「清涼飲料市場」へポジショニングを変更した。加えて、消費者に支持されていた「イオン飲料」「水分補給」というイメージを武器に、大きな市場の中で競合のいない(少ない)「健康的な清涼飲料」というポジショニングを打ち出した¹³⁾。スポーツウェア市

場でも同じように、「健康」「ファッション」など新たなキーワードを加え、競合のいない(少ない)ポジショニングをとることで、市場の停滞に歯止めをかけた事例やその企業の分析が報告されている¹⁴⁾。

この市場環境は、現在の医療事務養成大学を取り巻く状況と類似している。医療事務職養成大学も、より大きな市場の中で、このような競合のいない(少ない)ポジショニング戦略を取ることが、競争優位を保つ上で重要であると推察される。

【大学の入口】(受験生募集戦略)をみると、母集団の多い経営・国際・理工分野を希望する学生から、さらに医療に興味がある学生を募集することが、偏差値の上下に影響を与えている。偏差値上位4校はすべて学部名に医療・福祉を連想させるキーワードを用いていない。一方、募集停止となった本学を含む入学難易度下位14大学は、すべて学部名称に医療・福祉を連想させるキーワードを用いている。他大学との差別化のために、専門性のある医療に特化した人材を養成していることが学部名から推察される。しかし、医療に特化した人材を養成すれば偏差値が低迷しており、「医療事務職養成大学のジレンマ」の傾向がみられる。結果的に、この14大学中6大学は偏差値がつかない大学となっている。

また、ジレンマの傾向がみられる14大学の中で、偏差値が1番高い大学は募集停止を行った本学である。今後すべての大学で募集停止になる可能性があるといえる。実際にこれらの大学のうち、保健医療経営大学は2019年5月に次年度以降の募集停止を決定し、閉校が決まっている。今後、医療事務職養成大学の募集停止の流れが加速する可能性がある。受験生募集が苦しい状況になれば、病院の医療事務部門で活躍する人材も不足することになり、医療業界全体の疲弊につながりかねない。

【大学の入口】(受験生募集戦略)において、医療事務職養成大学のとるべきマーケティング戦略としては、ポジショニングの変更によって、まずこのジレンマを脱却し、偏差値をあげるという循環を生み出すことである。その脱却に必要なのは、大学の提供する「学域の広範化」である。そのジレンマ脱却を試みているのが、C大学(私立)である。C大学では、診療情報管理士の養成を担う医用情報工学科を医療健康データサイエンス学科へ改組予定¹⁵⁾となっている。診療情報管理士の養成は引き続き行いながら、現在D大学(国立)を中心に人気の急騰しているデータサイエンス分野を組み合わせ、学域を広範化することで志願者の確保を目指している。C大学の事例では、「医療」というワードが学部名に入ったままであり、広報上は学部名から「医療」を取った方が良いと推察される。ただし、今後はこのようなAIやビッグデータといった医療事務と隣接する学問へ対象を広げる「学域の広範化」という大きな流れは加速するものと思われる。医療事務という限定された市場ではなく、経営学など受験生の母数がより大きな市場の中で「加えて、医療に関する専門的な資格取得も可能」というポジションを打ち出していくことが重要である。

さらに、【大学の出口】(求人状況)をみると、寄せられた求人数の割合から、「病院・診療所」以外にも流通・サービス・メーカーなど幅広い分野から求人が来ていることがわかった。大学に比較して大学院の求人件数が少なかったことから、社会的ニーズ全体としては医療の専門知識そのものでなく、その知識を身に着けるプロセスや考え方などが重視されていると考えられる。上場しているメーカーなどからも求人は届いており、給与条件や福利厚生などだけを見れば「病院・診療所」を条件

面で上回る求人も多い。しかしながら本学の場合においては、多くの先輩学生が就職している分野で安心感があったり、情報収集がしやすいなどの点から、最終的には進路として「病院・診療所」を選択する学生がおよそ90%に達している(Table5)。学生のキャリアデザインを考えれば多様な選択肢や情報を大学側が積極的に提供すべきであるが、「病院・診療所」以外のキャリア支援を講じることが非効率と捉えられかねず、その体制の整備に投資が難しい。ここにも、「医療事務職養成大学のジレンマ」の傾向がみられる。

【大学の出口】(求人状況)において、医療事務職養成大学のとるべきマーケティング戦略としては、その就職の幅の広さと医療事務という職業の安定度の高さを、受験生へ積極的に広報していくことである。受験生募集上、他の学科や予算上の兼ね合いなどから、「医療系」の範疇を超えない広報活動が多い。例えば、高校から大学へ出前講義の依頼が数多くある。しかし、本学の場合では、「経営分野の代表として」医療に関する事務の模擬講義を行ってほしいという依頼は皆無であった。「医療系」というイメージが受験生・保護者はもちろん、高校・業者にも強く根付いている可能性があり、経営やその他の分野でも活躍できることを大学側が広報出来ていない可能性が高い。「医療系」という現在のポジショニングではなく、「経営やその他の分野の中で代表として」ポジションを打ち出し、高校・入試関係業者へアプローチしていくことが重要である。受験生の獲得において、「病院・診療所」という以外のキャリアでも幅広く活躍できるといった視点を持ち合わせながら、募集活動を展開する必要がある。また、先述した一般社団法人全国高等学校PTA連合会・(株)リクルートマーケティングパートナーズ調べ⁷⁾によれば、高校生の就きたい職業のトップは「教師」。以下、「公務員」「看護師」が続いている。保護者が就いてほしい職業の項目と同様、資格が必要で安定度の高い職業が上位にきていると分析されている。しかし、「医療事務・医療関連」は高校生の就きたい職業のランキング(上位20職種)の対象外であった。資格が必要で安定度が高いという項目に合致しているにもかかわらず、学生の認知度は低い。一方で、先行研究が示唆しているように、保護者が就いてほしい職業の項目で「医療事務・医療関連」は第4位に位置しており、保護者側のニーズは高い。例えば、資格による安定度の高さを享受しながら、情報関連や製造業への就職も検討できるといった魅力を、進学相談会などのイベントで受験生へ広報していくことなどが求められる。

6. 本研究の貢献と限界

調査結果から、受験生募集において一定の方向性が示され、医療事務職養成大学の需要そのものが途絶えていないことが分かった。社会の変化に対応できる職種を養成する大学教育となるよう求人・採用の動向、経時的な卒業後調査、他大学や高等学校との情報交換をすすめていく必要がある。

一方で、病院・診療所以外のキャリアを選択した学生がどのような経緯でその選択に至ったのかなどに調査は及んでいない。加えて、本研究においては、地域・対象において条件が限定的であった。地域・対象数を拡大し、検証していくことも、今後の課題である。

【図表】

Table1 診療情報管理士養成校難易度ランキング

所在	大学名	偏差値 (2018 年度)	偏差値 (2012 年度)	学部名称
沖縄県	名桜大学	センター試験5教科57% 程度の得点率	掲載なし	国際学群 診療情報管理 専攻
京都府	福知山公立大学	センター試験3教科64% 程度の得点率	掲載なし	地域経営学部 医療福祉 経営学科 (成美大学より公立化)
東京都	国土舘大学	45	掲載なし	理工学部 健康医工学系
京都府	京都橘大学	45	掲載なし	現代ビジネス学部 経営 学科
愛知県	藤田保健衛生大 学 (現 藤田医科大 学)	42.5	40	医療科学部 医療経営情 報学科 2019年4月より募集停止
栃木県	国際医療福祉大 学	40	37.5	医療福祉学部 医療・福祉マネジメント学 科
群馬県	高崎健康福祉大 学	37.5	37.5	健康福祉学部 医療情報 学科
新潟県	新潟医療福祉大 学	37.5	42.5	医療経営管理学部 医療 情報管理学科
三重県	鈴鹿医療科学大 学	37.5	35	医用工学部 医用情報工 学科
宮城県	東北福祉大学	35	37.5	健康科学部 医療経営管 理学科
埼玉県	日本薬科大学	35	35	薬学部 医療ビジネス薬 科学科
東京都	東京医療保健大 学	BF~35	35	医療保健学部 医療情報 学科
北海道	北海道情報大学	BF	35	医療情報学部 医療情報 学科
静岡県	静岡福祉大学	BF	35	社会福祉学部 医療福祉 学科

Table2 本学に寄せられた求人情報件数(上場企業)上位 10 業種

業種名	集計数	割合
総計	770	—
情報通信：ソフトウェア・情報処理・情報サービス	83	10.8%
商社：機械器具・OA製品	46	6.0%
サービス：その他	44	5.7%
流通：レストラン・外食・給食	41	5.3%
メーカー：一般機械・産業機械	30	3.9%
流通：その他(マネー・薬局・書籍・スポーツ等)	25	3.2%
不動産取引業(建物・土地)	23	3.0%
メーカー：化学・医薬・化粧品	21	2.7%
建設業：設備工事・プラント・内装	21	2.7%
流通：飲食料品・食品スーパー	21	2.7%

(出所:本学に寄せられた求人のうち、2018年3月に医療経営情報学科を卒業する学生向けのものを対象とし、筆者がとりまとめ、作成を行った。)

Table3 本学に寄せられた求人情報件数(未上場)上位 10 業種

業種名	集計数	割合
総計	11,207	—
サービス：病院・医院・医療・保健衛生	2,621	23.4%
情報通信：ソフトウェア・情報処理・情報サービス	1,153	10.3%
サービス：福祉・福祉施設	920	8.2%
サービス：その他	450	4.0%
商社：機械器具・OA製品	406	3.6%
建設業：設備工事・プラント・内装	316	2.8%
流通：自動車販売・自動車部品	227	2.0%
メーカー：一般機械・産業機械	208	1.9%
公務(地方)	193	1.7%
流通：レストラン・外食・給食	183	1.6%

(出所:本学に寄せられた求人のうち、2018年3月に医療経営情報学科を卒業する学生向けのものをもとに、筆者が作成)

Table4 本学に寄せられた求人情報件数上位 15 職種

職種名	集計数	割合
総計	31,286	—
営業職	4,184	13.4%
事務職	2,029	6.5%
総合職	1,909	6.1%
技術職	1,645	5.3%
システムエンジニア	1,590	5.1%
プログラマー	1,217	3.9%
サービス職	1,032	3.3%
販売職	1,024	3.3%
企画・プランニング職	863	2.8%
施工管理職	826	2.6%
コンピュータ関連職	821	2.6%
製造・生産関連職	791	2.5%
営業事務職	737	2.4%
生産管理・品質管理職	685	2.2%
福祉(介護職)	650	2.1%

※割合においては、総計に占める割合を各業種ごとに小数点第2位を四捨五入としている。

(出所: 本学に寄せられた求人のうち、2018年3月に医療経営情報学科を卒業する学生向けのものをもとに、筆者が作成)

Table5 本学医療経営情報学科 進路先一覧(2018年3月)

内訳	人数
総計	45
大学病院	15
公的病院 ※	5
民間病院	19
企業・研究所	3
進学	3
※…赤十字、済生会、厚生連の病院等も含む	

(出所: 2018年3月に医療経営情報学科を卒業する学生から本学キャリア支援担当部署へ報告のあった情報をもとに、筆者が作成)

【引用・注釈・参考文献ほか】

- [1] 一般社団法人日本病院会. 診療情報管理士とは. <http://www.jha-e.com/top/abouts/license>. 2019. 3. 29 取得.
- [2] リクルート進学総研. 高校生の心理と行動に寄り添う多様なアプローチ/桜美林大学. http://souken.shingakunet.com/college_m/2019_RCM219_30.pdf. 2020. 4. 21 取得.
- [3] リクルート進学総研. 組織改革のパイオニアが踏み出す次の一步とは/金沢大学. http://souken.shingakunet.com/college_m/2015_RCM192_14.pdf. 2020. 4. 21 取得.
- [4] 一般社団法人日本病院会. 診療情報管理士通信教育. https://jha-e.jp/front/data/him_pamphlet_rev1.pdf. 2020. 4. 21 取得.
- [5] 高橋泰、斎藤奈々、野末睦; 診療情報管理士によるクリティカルパス運用の改善. 日本医療マネジメント学会雑誌 2009;29:410-414.
- [6] 松下功、元村拓、平岩利仁、他; リウマチ外来における医療クラークの重要性. 臨床リウマチ 2017; 29:261-268.
- [7] リクルート進学総研. 高校生と保護者の進路に関する意識調査(2019 年報告書). http://souken.shingakunet.com/research/2019_hogosya4.pdf. 2020. 4. 21 取得.
- [8] 野澤康、杉原明; 工学院大学における新しいキャリア教育プログラム構築の取り組み. 工学教育 2012;60-1
- [9] 田中淳; 新卒採用におけるミスマッチを解消するための就職指導の改善の試み. 経済教育 2015;34: 43-50
- [10] BizReach. Inc. BizHint. <https://bizhint.jp/keyword/106807>. 2019. 9. 29 取得.
- [11] 河合塾. 入試難易予想ランキング表. <https://www.keinet.ne.jp/rank/>. 2018. 4. 1. 取得.
- [12] 株式会社ディスコ. 大学進学と就職に関する調査. https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2018/03/DaigakuShingaku_Shushoku_report_201803.pdf#search=%27%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E9%81%B8%E3%81%B3+%E5%85%A5%E8%A9%A6%E9%9B%A3%E6%98%93%E5%BA%A6+%E8%AA%BF%E6%9F%BB%27. 2019. 8. 14 取得.
- [13] Branding Knowledgebase SINCE. ポカリはリポジショニングの達人【ポジショニングの成功事例(6)】. <https://since2018.jp/knowledgebase/case-study/1119/>. 2020. 6. 24 取得.
- [14] 経営戦略研究. スポーツウェアにおけるブランドポジショニングの研究 ポジションの移動とその戦略の検討. https://kwansei-ac.jp/iba/assets/pdf/journal/studies_in_BandA_2007_p111-121.pdf. 2020. 6. 24 取得.
- [15] 鈴鹿医療科学大学. 医療健康データサイエンス学科(設置構想中告知資料). https://www.suzuka-u.ac.jp/wp-content/uploads/2020/04/data_science.pdf. 2020. 4. 21 取得.

【謝辞】

本研究に際して、終始熱心なご指導を頂きました本学医療経営情報学科村井はるか准教授に深く感謝致します。誠にありがとうございました。

【著者略歴】



福山祐介

藤田医科大学広報部事務職

2015年より藤田医科大学にて大学における入試広報に従事。オープンキャンパス等のイベント運営や受験生募集広報媒体の制作に携わる。2018年より医療科学部医療経営情報学科・特別研究員を兼務。学校法人や大学病院のビジネスモデルに関する研究を進めている。(公社)地域医療振興協会第32回地域保健医療に関する研究助成賞、日本キャリアデザイン学会2019年度奨励研究賞など。

【投稿受領日】 2020年02月18日

【査読通過日】 2020年07月01日