事例No.	2534
公表年度	R5
団体の属性	一般市
団体名	三重県松阪市

事例区分	公営企業

タグ	・病院事業

事例種類	その他

事例内容・タイトル

「地域に特化した共同購入」三重県における地域共同購入グループ設立に向けた取組み

出典

雑誌「公営企業」先進事例紹介（令和６年１月号）

先進事例紹介



「地域に特化した共同購入」三重県における地域共同購入グループ設立に向けた取組み

松阪市民病院
医事企画課長　山下　友路

松阪市民病院の概要

当院は、南勢志摩医療圏に位置する総病床数328床（急性期267床、地域包括ケア39床、緩和ケア20床、２類感染症２床）の、呼吸器内科を中心に25診療科（内科、皮膚科、精神科、泌尿器科、神経内科、産婦人科、循環器内科、眼科、リウマチ科、耳鼻咽喉科、小児科、放射線科、外科、麻酔科、整形外科、リハビリテーション科、形成外科、歯科口腔外科、脳神経外科、呼吸器内科、呼吸器外科、消化器内科、消化器外科、病理診断科、救急科）を標榜する地域医療支援病院であり、松阪地区の２次救急医療を担う基幹病院（他に松阪中央総合病院、済生会松阪総合病院）のひとつである。



共同購入とは

Group Purchase Organization（以下GPOという。）は、複数の病院がグループを形成し、医療材料や消耗器具備品等や様々なサービスのコスト削減を行う組織である。マネジドケアの下でコスト削減が病院経営の課題となった米国で'80～'90年代に大きく成長。米国では、医療機関の実に95%以上がGPOに参加しており、医療材料や消耗器具備品等や様々なサービスの70%以上がGPOを介して購買されており、社会的な仕組みとして確立されている。共同購入では、病院が当事者として主体となり取組むことが必要である。営利企業による共同購入では、共同購入が病院の利益＝コスト削減を命題とする以上、利益相反となり運営が難しくなる可能性があるため、病院が自らのために共同購入組織を運営し、病院の購買量を集約、病院の立場で医療材料や消耗器具備品等やサービスを選定することで、経済効果の高い共同購入が可能となる。

地域共同購入グループの概要

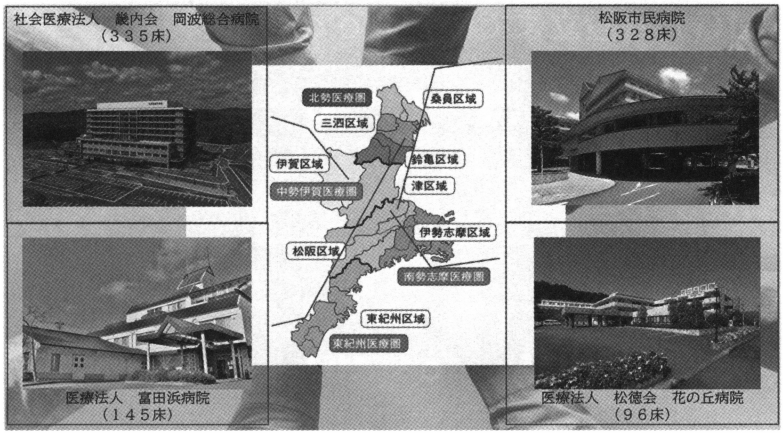
2022年５月１日に設立した三重県共同購入アライアンス（Miekenn Group Purchasing Alliance）（以下MGPAという。）は、二次医療圏を超えた経営形態が異なる病院をグループ化した地域共同購入グループである。2023年11月現在の参加病院は４病院（南勢志摩医療圏松阪市の２病院、中勢伊賀医療圏伊賀市の１病院、北勢医療圏四日市市の１病院）で、松阪市民病院（328床）、社会医療法人畿内会岡波総合病院（335床）、医療法人富田浜病院（145床）、医療法人松徳会花の丘病院（96床）であり、グループ全体の総病床数は904床、年間の総購買金額は17億７千万円となっている。

経緯

328床の中規模病院である当院においては、医療法人グループや大規模病院に比べ、診療材料費・医療消耗器具備品・消耗器具備品・消耗品等の購入価格は割高となっている現状があった。

しかし、当院単体での購買力には限界があり、購買力を高めるためのグループ化（地域医療連携推進法人等の制度を利用）をするには多大な労力と期間を要すること、現にグループ化を望む病院も近隣には無いといった状況があった。

また今般の病院経営においては、医療費抑制、新型コロナウイルス感染症対応、国際情勢の悪化、物価・光熱費の高騰等の影響から、将来の経営



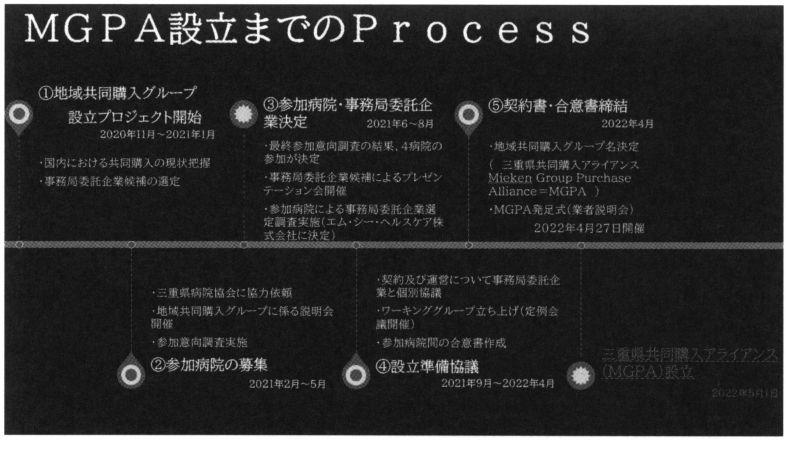
に危惧を抱いている病院も少なくない状況もあり、このような状況の打開策のひとつとして、組織体制とシステムを整え、多くの病院の購買力を結集し幅広い領域で購買活動を展開する共同購入は、極めて有効な手段と考えた（実際、米国においては、95%以上の病院が共同購入を利用しており、全米の病院の購買総額の約72%に上る）。

更に、地域の病院と連携し購買力を統合することで、組織的なコスト削減策を実現すると共に、メーカー間での競争原理を働きやすくし、病院相互がメリットを享受できる提案を引き出しやすい環境を構築することができると考えた。三重県においては、500床以上の病院が４病院、400床以上500床未満の病院が５病院で、400床未満の中小病院が多数を占めており、当院同様に購買力によるメリットが活かせない環境であった。これらのことから地域共同購入グループ設立を目指すこととした。

設立までのプロセス

2020年11月から設立に向けた取組みがスタート。地域共同購入グループ設立プロジェクト事務局を松阪市民病院医事企画課（旧医事課）が担うこととした。

まず国内における共同購入の現状把握を行った。全国展開する医療法人や機構等の元々グループ化された病院では、以前より共同購入を利用しており、それ以外の病院では全国規模で共同購入を展開している企業の共同購入グループへ参加することで、共同購入を利用している現状であった。目指すべき共同購入グループの姿は、「地域に特化した共同購入」であること、地域医療連携推進法人等によるグループ化は即効性・実現性に欠けることから、全国規模で共同購入を展開している企業で国内シェア上位２社に地域共同購入グループ設立に向けた提案及び事務局委託等の協力を依頼した。地域共同購入グループ設立に向けて、２社それぞれから提案をいただき協議を進めながら、参加病院を募るため、三重県病院協会に協力を依頼、2021年３月の病院協会理事会で承諾を得たことで、2021年３月から４月にかけて地域共同購入グループ設立に係る説明会（勉強会）をハイブリッド方式で３回開催した（14病院が参加）。その後、参加14病院に2021年５月１日から５月21日の期間で第１回参加意向調査を実施した。第１回参加意向調査では７病院が参加の意向を示していただいた。意向調査後の５月27日には委託企業候補の２社



からそれぞれの企画提案についてのプレゼンテーションをしてもらうため委託企業選定のためのプレゼンテーション会をオンライン開催した。2021年６月には最終意向調査を実施して４病院（松阪市民病院、岡波総合病院、富田浜病院、花の丘病院）の参加が決定した。更に2021年８月には参加４病院による委託企業選定調査を実施。その結果、委託企業は三菱商事関連企業のエム・シー・ヘルスケア株式会社に決定した。2021年９月から2022年４月は設立準備期間と定め、参加４病院と委託企業によるワーキンググループを立ち上げて契約内容及び運営についての協議を重ねた。契約については、参加４病院間による合意書を作成した上で、委託企業と参加病院毎の個別契約及び参加４病院間による合意書の締結によってグループ化を実現した。またこの間、委託費の配賦方法を決定（グループ全体の総購買金額のうち各病院の年間購買金額の占有率を算出して、その占有率に基づいて委託費を配賦することとした。）。また各病院の物品マスターの整備や購買データから効果試算・分析等を行った。2022年４月には参加４病院による定例会においてグループ名を三重県共同購入アライアンス（略称MGPA）とすることが決定。すべての準備が整ったことから、2022年４月27日MGPA発足式（業者説明会）をオンライン開催して取引業者に協力要請を行った。これらのプロセスを経て、プロジェクトの始動から約１年半の歳月を経た2022年５月「三重県共同購入アライアンスMGPA」設立となった。

設立後の経過と成果

MGPA設立後は、参加４病院と委託企業による毎月１回のオンライン定例会を開催。主にグループ共同購入品の選定協議と効果検証を行っている。共同購入品決定までの流れは、３ヶ月を１クールとして、１ヶ月目に委託企業が各病院の購買データを分析して選定品案の資料を作成 → 定例会にて選定品の検討 → 委託企業により選定品の価格交渉または、価格交渉の間、各病院での使用実績調査、２ヶ月目には、定例会にて交渉結果の報告及びサンプル品の検討 → 委託企業がサンプル品を手配 → 各病院にてサンプル品の配布・評価、３ヶ月目に

MGPAの今後の進め方について

通番	項目	役割	当月(9月)			翌月（10月）			翌々月（11月）		
			定例会前	定例会	定例会後	定例会前	定例会	定例会後	定例会前	定例会	定例会後
1	選定品案の資料作成	MCH	①			①			①		
2	選定品の検討	定例会		②			②			②	
3	選定品の価格交渉	MCH			③			③			③
4	使用実績調査	病院様			④			④			④
5	交渉結果報告＆サンプル品検討	定例会					⑤			⑤	
6	サンプル品手配	MCH						⑥			⑥
7	サンプル配布	病院様						⑦			⑦
8	アンケート回収	病院様						⑧			⑧
9	サンプル品アンケート集計	MCH							⑨		
10	共同購入品決定	定例会								⑩	
11	切り替え	病院様									⑪

年間削減効果（削減率）：60,234,512円（36.69%）

定例会	分類	購入額/年間	効果額/年間	削減率
第1回	MGPA選定品①	13,013,060	3,263,296	25.08%
第1回	MGPA選定品②	41,242,640	22,732,692	55.12%
第1回	MGPA選定品③	4,441,980	263,325	5.93%
第1回	MGPA選定品④	3,284,282	1,545,724	47.06%
第2回	MGPA選定品⑤	1,292,160	273,920	21.20%
第2回	MGPA選定品⑥	2,102,296	224,096	10.66%
第2回	MGPA選定品⑦	5,725,995	517,384	9.04%
第2回	MGPA選定品⑧	641,640	238,520	37.17%
第3回	MGPA選定品⑨	3,033,880	1,751,469	57.70%
第3回	MGPA選定品⑩	1,324,405	233,144	17.60%
第3回	MGPA選定品⑪	1,862,216	891,898	47.89%
第3回	MGPA選定品⑫	345,240	26,840	7.77%
第4回	MGPA選定品⑬	945,350	223,352	23.63%
第4回	MGPA選定品⑭	9,524,047	1,515,534	15.91%
第5回	MGPA選定品⑮	5,377,848	840,188	15.62%
第5回	MGPA選定品⑯	354,000	141,600	40.00%
第6回	MGPA選定品⑰	3,125,078	913,027	29.22%
第6回	MGPA選定品⑱	402,993	20,116	4.99%
第6回	MGPA選定品⑲	719,460	167,460	23.28%
第7回	MGPA選定品⑳	4,097,621	1,220,517	29.79%
第8回	MGPA選定品㉑	1,896,000	650,150	34.29%
第8回	MGPA選定品㉒	1,616,610	420,010	25.98%
第9回	MGPA選定品㉓	4,993,721	1,022,660	20.48%
第9回	MGPA選定品㉔	1,369,480	427,408	31.21%
第10回	MGPA選定品㉕	12,179,220	6,952,250	57.08%
第10回	MGPA選定品㉖	24,004,580	8,225,175	34.27%
第11回	MGPA選定品㉗	4,324,240	2,979,892	68.91%
第12回	MGPA選定品㉘	1,522,203	678,283	44.56%
第13回	MGPA選定品㉙	8,093,249	1,358,712	16.79%
第13回	MGPA選定品㉚	1,313,830	515,870	39.26%
		164,169,324	60,234,512	36.69%

各病院がサンプル評価集計　→　定例会にて共同購入品を決定　→　切り替え、という流れとなっている。MGPA 設立後（2023年９月末時点）の成果としては、共同購入品目数は37品目（うち、現在交渉中７品目）、削減効果額は60,234,512円、削減率は36.7％となっている。50％超の削減率となる品目もちらほら見受けられる。なお、共同購入品については参加４病院すべてが採用しないケースもあるが、２病院、３病院の採用であった場合でも、MGPA に提示された条件がそのまま適用されていることを申し添えておく。

メリット

地域共同購入に参加することのメリットとしてまず挙げられるのは、参加病院の購買力・情報力・交渉力の強化、いわゆるスケールメリットである。前述した通りグループ化前には無かった価格提案から大きな削減効果を得ることが出来た（削減率は36.7％という結果は、定価ベースからではなく、各病院が単独で交渉に取り組んだ価格からの削減率であることは特筆すべき結果と評価している。）。また購買力・情報力・交渉力の強化により競争原理が働いたことで、これまで取引の無かった業者・少なかった業者からも積極的な価格提案をいただくことが出来、選択肢も増加した。

さらに物価が高騰する中にも関わらず、現行価格からの値下げ提案がほとんどで、値上げ交渉は一切なく、価格抑制でも大きな効果を得ることが出来た。スケールメリットにより大きな削減効果を得ることが出来たが、さらにその効果が活きてくるのは翌年度以降である。

現在、年間約30品目が選定される共同購入品は、２年目には約60品目、３年目には約90品目といったように年々増加していく。初年度に契約した価格は、翌年度以降もほぼ変わらず、２年目以降からの削減効果も毎年度積算されていくため、削減金額も共同購入品目数と同様に２倍、３倍と年々増加することになる。積算されていく削減効果も大きなメリットのひとつと考えている。

次に、事務局業務を委託したことによるメリットである。全国展開する三菱商事の関連会社であるエム・シー・ヘルスケア株式会社に委託したことで、データの一元化、データベースの構

築によるデータの一元管理や分析が可能となり、常に市場動向を把握できる環境が実現した。特に、地域共同購入を継続的に行うために必須である地域共通マスタと、削減効果の目標設定に必須である全国共通マスタの２つのマスタによる戦略立案が効果的と評価する。また委託企業が、価格交渉からサンプル品・共通品の調達、物品マスタ整備やデータ分析、資料作成、市場調査等を担ってくれるので、参加病院の担当者は、面倒な価格交渉やデータ分析等の業務が大幅に軽減され、共通品選定のための院内調整（サンプル評価等）に注力出来ることで、より迅速な共通品選定が可能となっている。当院においては、購買担当者の業務負担が軽減されたことで、MGPA 設立後、これまでなかった多職種（医師、看護師、薬剤師、技師、物流センター担当者、購買担当者、委託企業担当者等）による材料検討に関する会議を立ち上げて共通品選定やその他の購入物品の協議を行う体制が整備された。これにより共通品選定がよりスムーズになったほか、病院全体でコストに対する意識が高まったことは大きな副産物として評価している。

さらに、委託企業がこれまで培ってきた豊富な情報力、ノウハウや成功事例、スペシャリストによる交渉力は地域共同購入グループ運営の大きな原動力となっている。

ここまでは、地域共同購入に参加することのメリットを紹介したが、メリットを享受出来るのは参加病院ばかりではない。売り手にあたるメーカーやディーラーにとっても大きなメリットはある。そのひとつが、MGPA 参加４病院からの受注を一括で獲得出来ることである。４病院分の注文を一括で受注することによって、県内シェアの獲得や知名度の上昇に繋がるほか、販売促進に係る費用の低減も見込める。

また共通品目を MGPA 全体で使用するため、在庫品目数削減にも繋がり、物流の効率化も図ることができる。

これらのメリットから、売り手からは、より良い価格提案が引き出され、買い手は購買意欲の向上に繋がり、買い手・売り手ともに Win－Win となる最良のサイクルが構築されると考えている。

なぜ地域に特化したか

次に、地域に特化したことで得られるメリットとして、地域の実情や自院の現状に合わせて経済効果を引き出しやすい共同購入品を選定出来ることである。MGPA では、参加病院の現状に合わせて共同購入品を決定していくので、全国規模の共同購入グループに参加した際の、馴染みのない共同購入品も多く採用検討の際に院内での理解が得にくいことや、参加病院も多く自院の考えが反映されにくいということはない。さらにグループ内で診療材料等が標準化され、相互供給体制が構築されることで、万一の災害等のイレギュラー発生時にも備えられることも副産物的な効果として期待している。

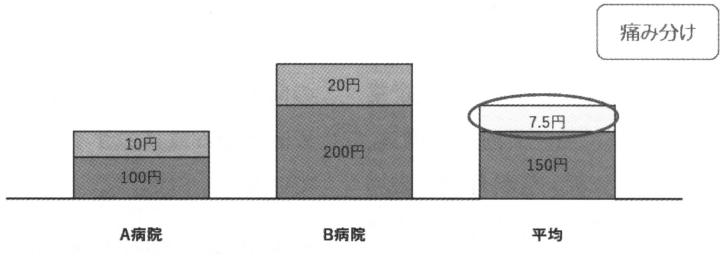
新たな試み

MGPA では、新たな試みとして、2023年10月、参加４病院の主要取引ディーラーに一斉見積もりを依頼するため、一斉見積もりに関する説明会を10月27日に開催した。

一斉見積もりの意図としては、昨今、共通品以外の医療材料等の値上げ案内が各社より数多くある中で、原価の高騰により価格改定（値上げ）が必要な製品がどのくらいあるのかは不明であり、便乗値上げの可能性も否定できない現状があった。実際にメーカーからの値上げがあ

値上げについて

<10%値上げの場合>



り、定価に対する率スライドで病院納入価格も値上げの案内が来ているが、ディーラーのマージンは金額で見ると増えており、交渉の際に納入ディーラーが素直に認める一幕もあった。MGPAとしては、通知無く価格改定を行った事を看過する事は出来ず、納入ディーラーに対し是正するよう求めた。対象としたのは、一般市場と比較し価格の高い製品。ベンチマーク分析からそれら製品を洗い出し、各ディーラーへ是正を求めた。

簡単に説明すると、例えば同じ製品でも、A病院では100円で購入しているのに対し、B病院では200円で購入する場合もある。定価に対して率で10%値上げの場合、A病院の値上げ額は10円、B病院では20円となり、高く購入している病院はさらなる痛手を負うことになる。このような事象を改善すべくMGPA参加4病院は共同での価格交渉（一斉見積もり）を実施した訳である。執筆時には、回答期限がまだであったため一斉見積もりの結果は出ていないが、各ディーラー概ね趣旨は理解していただいたようなので良い結果が出ることを期待している。

最後に

経営形態の異なる病院をグループ化したMGPAの設立は、新しい地域購買体制を確立し、医療材料等の価格削減で非常に大きな効果を得ることができた。院内においては、業務負担軽減や購買に係る業務のQualityが高まったほか、前述した副産物的な効果も得ることが出来て、現時点では最高の結果が出たものと評価している。

今後の展望としては、更なる発展を目指して、5年後を目途に参加病院の拡大（目標20病院）、共通品目の拡大、取組分野の拡大（医薬品、医療機器等）に取り組んでいくほか、病院連携の強化や知見・経験の共有等、グループ化のメリットを最大限活かす取組みを推進していきたい。個別病院の点ではなく、三重県の面で取り組むことで、地域における収益性と継続性の確保、医療サービスの質を向上し、三重県の医療提供体制の強化を図りたいと考えている。

