



歯科 経営情報 レポート

Available Information Report for Corporate Management

自費率向上対策 医院の質を上げる 受付対応術

- ① 自費率向上の必要性
- ② 自費率向上の取組みは受付対応から
- ③ 自費率向上の取組み事例

1. 自費率向上の必要性

1 | なぜ自費率向上が必要なのか

昨今の診療報酬マイナス改定や競合医院の乱立によって、保険診療収入アップを望むことが厳しいと感じている歯科医院は増加しています。このような今後の保険診療に対する漠然とした不安や競争激化から、国の施策動向に影響されず、競争力を向上させるために、「強固な医院経営基盤」をつくる取組みとして、医療保険の枠にとらわれない自由診療の強化・自費率の向上を考えるケースが増えてきています。

保険収入が減少している歯科医院にとっては、自由診療による収入源の確保によって収入の回復を図ることができますし、最新治療の導入で競合医院との差別化を図ることもできます。

■ 歯科医院が自費率向上に取り組む主な理由

● 歯科医院の収益向上（診療報酬改定影響による収入減の回復）

● 他医療機関との差別化・強みの明確化

● 患者サービスの一層の充実



経営基盤の強化

国の医療施策の変遷に左右されない
独自の医療サービス提供スタイルを選択できる

の2点が挙げられます。しっかりした説明や十分に時間投下された診療で、患者満足度がアップし、自由診療収入の確保が出来ます。

また、基本的に自由市場・自由競争になりますので、医師やスタッフは常に技量向上を図り、最新技術の習得へ向けたモチベーションを維持することにつながるという医院全体のスキルアップにもつながります。

2 | 自由診療のメリット

(1) 多様化する患者ニーズへ対応

外見的な美しさはもちろん、内面からも美しくなりたいという患者ニーズに対し、かかりつけ医が「自由診療」で対応することで、患者サービスの一層の充実を図ることができます。

また、現在、保険医療の対象とならない治療法を求めて、様々な疾病に苦しむ患者が自由診療による医療サービスを探しています。自由診療は、個人の生活・人生における優先事項への対応、すなわち患者の個々のニーズに対応した技術とサービスの提供も可能にするといえます。

(2) 患者満足度アップと収入確保

保険診療で経営を維持するための収入を確保するためには、より多くの患者を診察する必要があります。そのためには、診察時間の短縮等効率を追求せざるを得ません。

しかし、診療報酬上の手当はされているものの、丁寧な説明等でより多くの時間を費やすと、全体として収入が減少する結果となるケースもみられます。

一方で、歯科医院にとっての自由診療の長所としては、

- ①独自のメニューと価格設定により、自院独自の診療行為を展開できること
- ②料金に見合った十分な時間を投下し、丁寧な説明をすることによって、患者満足度をUPさせられること

の2点が挙げられます。しっかりした説明や十分に時間投下された診療で、患者満足度がアップし、自由診療収入の確保が出来ます。

また、基本的に自由市場・自由競争になりますので、医師やスタッフは常に技量向上を図り、最新技術の習得へ向けたモチベーションを維持することにつながるという医院全体のスキルアップにもつながります。

3 | 自費率向上取組みの注意点

(1) 医業収入における自費診療率(人数比)の割合を知る

全国の歯科医院の自費診療率は、おおよそ10%~15%です。つまり、保険診療で成り立っているのが85%~90%で、自費診療で成り立っているのが10%~15%となります。

自由診療の内容にもよりますが、一般的にみると、200万円の医業収入が100人の患者

から成り立っていると仮定すると、自費診療患者数は、実際には、2～3人、保険患者数は97～98人となります。

一人の自費患者の獲得は、医院全体の増収に大きな効果があります。

(2)自由診療への取組みの目的と方針の明確化

自由診療を強化してスムーズに運営していくためには、「なぜ自院が自由診療に取り組むのか」という点、つまり目的と方針を明確にしておく必要があります。

これらが明確化されていれば、自由診療メニューのそれぞれに対するこだわりや、自院が強みとするところを患者に説明することができますから、マーケティング活動でもアピールポイントとして活用できるようになります。

目的と方針が、院内スタッフに浸透し、患者にも認識されることが重要です。

(3)患者ニーズを知り、独自メニューを作成する

患者とコミュニケーションをとり、信頼関係を構築することが自費率向上のポイントとなります。カウンセリングを通じて患者ニーズを探り出し、診療メニューを提案することが必要です。自院の診療科目や地域性、患者人口等の要素を考慮して、提供するメニューを組み立てます。診療科目と相性の良い治療メニューを手始めに、徐々に範囲を広げていきます。最初に多くのメニューを並べていたのに、思ったよりもニーズがないためメニューを減らす、というパターンは避けなければなりません。

重要なのは、既存患者をターゲットとして、カウンセリングからの患者ニーズを知り、そのニーズに応じた独自メニューを作成することです。

(4)新たなマーケティングへの取り組み

自由診療は自由市場ですから、価格設定のみならず、集患に向けた活動を積極的に推進しなければなりません。広く新規患者を集めようとするには、従来の発想を転換して、新たなマーケティングに取り組むべきです。

医療法に定める広告規制との抵触を避けるため、自由診療の広報活動は主にホームページや院内での周知が重要になります。これらは、患者へのアピールとしても高い効果があります。

■自由診療の広報ツール活用 ～ホームページと院内掲示物

●自院ホームページの掲載内容

自由診療メニュー、料金、自院のこだわり
体験した患者の声

●院内掲示物

来院患者へのサービス（価格優待等）
効果があった患者の声、セットメニュー

2・自費率向上の取組みは受付対応から

1 | 医院の第一印象は受付対応から

人の第一印象は非常に重要です。患者が紹介やホームページを見て来院したとしても、来院時に自身の目や耳に入ってきたもので印象が決まります。その印象はなかなか変わりません。初回受付の対応は非常に重要です。

歯科医院の受付対応のポイントは、笑顔で、きちんと目を合わせて、立って自分から挨拶をすることです。その際、予約制の歯科医院であれば、あらかじめ来院する患者の名前を確認しておくことも必要です。「名前を呼ばれるほど自分を理解してもらえている」という気持ちを持ってもらうことも患者の印象を良くするポイントになるからです。

■ 受付対応の基本

- 基本的に立って対応する
- 座っていた場合は、すっと立ち上がる
- 笑顔で目を合わせ、自分からあいさつをする
- 出来れば名前を呼んで対応する



2 | 受付時のNGワード

初診患者の受付対応で、保険証でお名前を確認しようと考えることがありますが、それは間違いです。

「こんにちは、保険証をお願いします」では、プロセスを省略しすぎです。

■会話例

- 「こんにちは、お名前をいただけますか？」
- 「〇〇さんですね。」 と復唱する
- 「お待ちしております、〇〇さん」
- 「保険証をお預かりさせて下さい」

名前の確認が先、保険証は後ということです。このプロセスを決して省略してはいけません。

3 | 案内時の基本動作と手渡し方法

患者に待ってもらうときの対応で「待合室はそちらです」「そちらでお待ちください」などと、カウンターの中から声をかける場合がありますが、先に自分からカウンターを出て行って、笑顔で挨拶と会釈をします。そして、自分が先に歩き、指先を伸ばして患者を誘導します。自分が先に動いて案内し、お座り頂くのが基本動作です。

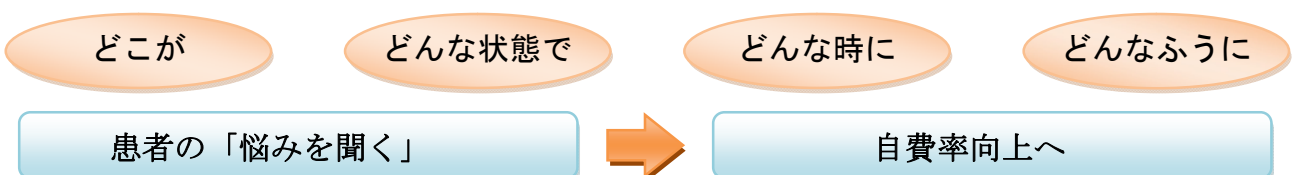
また、初診患者に問診票を記入してもらう際には、どのようなものであっても必ず両手を添えてお渡しします。カウンター越しに、片手で渡してはいけません。受け取る時も同様に両手で受け取ります。歯科医院の受付スタッフは、このような小さな動作を、美しく整えていく必要があります。

4 | より具体的に悩みを聞き出す、初診カウンセリング

問診票に記入頂いた後、初診カウンセリングを行います。基本的には、カウンセリンググループで15分以上の時間をかけて実施することが必要です。カウンセリングで最も重要となのは、患者の悩みを聞き出すことです。

カウンセリングでは、「どこが」「どんな状態で」「どんな時に」「どんなふうに」困っているのかを、詳しく聞いていきます。今はどのような状態なのか、その結果何が起こり、又は何が出来なかったのか、「口の中の状態が原因で、こんな結果になってしまった」というところまで聞き出すことが重要です。カウンセリングによって、患者の「悩みを聞く」ということが自費率アップの大きなポイントになります。

■初診カウンセリング



■悩みの事例

①	症状	「かみ合わせが悪く、しっくりこないけど我慢していた」
	結果	「仕事が忙しくなると、頭痛がして集中できない」
	本当の悩み	「痛みが仕事の結果に反映してしまい、なかなか出世できない」
②	症状	「歯並びが悪い」「前歯が黄ばんでいる」
	結果	「接客業なのにお客様の評判が悪い」
	本当の悩み	「評価が低く、配置替えもしくは解雇になるかもしれない」

気になっていることがあり、それによって実際の生活の中で何が起こり、悩んでいるのかを聞き出していきます。ここで、本当の悩みを聞き出しておくことが、自費率向上につながります。

5 | 次回アポ取り時の心得

アポ取り時の禁句は、相手に委ねる言葉です。「次回のご予約はどうされますか?」「いつがよろしいですか?」そう言われると、予約診療に慣れていない患者は「今はスケジュールがわからないので、こちらから連絡します」と答え、そして連絡がないまま通院を中断してしまうのです。

■アポ取り時の心得

- 患者を尊重し、敬った態度で
- 人気の高い先生で、簡単には予約が取れないと思わせること

■よいアポ取り事例

- ① 「〇〇様はお忙しそうですので、予約で埋まる前にお選び頂きますね」
- ② 「午前とか午後とか夜間とか、平日とか土曜日とか、どのような時間帯のお時間が取れそうでしょうか?」
- ③ 「それでしたら、今のところ、〇日金曜日の19時でお取りできますが、それでよろしいでしょうか?」
- ④ 「特に夜間は先に埋まります。お取りできてよかったです」

3・自費率向上の取組み事例

1 | 患者の気持ちを考慮した対応

患者対応のポイントは「患者を尊重し、敬った態度で接する」ことです。

患者は、「私はこの医院の顧客である」と思っていますから、特別の存在だと扱われることを心の奥では望んでいることも多いはずです。自費率アップを考えるのであれば、患者に敬意を示し、患者を育てていかなければなりません。特に多額の負担となる自費の患者は、平均して所得や地位が高い方やそのご家族が多いため、より敬った態度が感じられないと、その医院へは通いたくなくなるのが患者の心情でしょう。

例えば、予約の電話が入った場合、よほど大きな医院でない限り、受付スタッフの電話対応は、待合室にいる患者にも聞こえます。要するに、受付スタッフの電話対応が、予約の電話をしてきた患者と待合室にいらっしゃる患者に、影響を与えるということです。

ここで注意しなければならないのは、「簡単には予約が取れない」「能力が高く人気の医院」と思わせるような電話対応をすることです。間違っても、「いつがいいですか〜」「空いていますよ〜」「お待ちしてま〜す」、というような若者言葉での対応をしてはいけません。正しい電話対応ができれば、電話予約の患者だけではなく、待合室にいて電話を聞いていた患者にまで良い影響を与えます。待合室で、予約電話を聞いていた患者が、次回のアポ取りの際に「この先生は、技術が高いから混んでいるんだね」とか、高齢者に「私は近所だし、時間も自由だから、空いている時間帯で良いですよ」等と言って頂けることを目指します。

2 | 患者心理からの対応術

待合室には、雑誌や、新聞、治療案内など、紙ベースのものが多くあります。それらが、散らかっていたら、当然患者に「この歯科医院は雑然としている」という印象を与えてしまいます。雑然としているのに、構わず治療をする歯科医院に、矯正や審美的な治療を頼みたいとは思いません。審美的な治療は、人にどのように見られているか、人にどのように評価されているのかを気にして行うものです。このような患者は、美しいものへのこだわり、小さなことへの配慮、そして、自分がどう見られているかを常に気配りするような、歯科医院や歯科医師、スタッフに任せたいと思うはずです。雑誌を常に整理することで、自費率向上につながります。わざわざ費用をかけなくても、院内でできることは多くあります。小さな改善で、歯科医院全体のイメージアップにもつながり、先生の技術に対する

信頼感やスタッフの好感度の向上につながり、「この歯科医院にして良かった」と思ってもらえることができます。

3 | アポ取りの基本「敬意」と「誘導」

■キャンセルとまらない話し方

- 「〇〇さんは、お忙しい方だと思いますので、優先的に予約をおとりさせていただきます」
- 「午前と午後、夕方もしくは土曜日など、こういった時間帯が比較のご都合がよろしいでしょうか？」
- 「では、〇〇の何時でしたら、今のところ予約をお取りできますが、お越しになれそうですか？」

お忙しいというのは敬意の表れで、「優先的」という言葉がポイントとなります。患者全員に対して予約を取るのですが、優先的にと言われた患者は特別視されたと思い、良い気分になると思います。次に患者が、都合のよい時間帯がいつなのかを、大まかな枠で質問します。

「この時間帯でしたら、今なら予約をお取りできます」と言われたら、この時間帯以外は、予約でいっぱいだと感じるはずです。ひとつの時間帯を提案していますが、それ以外は空いていないように感じるのです。

予約が埋まっている先生とは、腕の良い人気の先生だということをイメージさせ、技術は素晴らしいため忙しいのだという印象を与えます。すると患者は、無理をして都合をつけてでも、指定された日時に来院しようと思います。

また最初の提示で都合が悪い場合は、次のように進めます。「そうでしたか、残念です」と一度受け止めます。次に、「そうですね」と探すふりをし、「あっ」と見つけたふりをします。今度は「この日でしたら、なんとか予約を入れることができます」と言ってみましょう。

そして二度目の提示で、都合が悪い場合は、「それでは、いったんこの時間でご予約をいれますので、もしご都合がつかなければ、連絡を頂くということでもよろしいですよ」と言って、とりあえず予約を入れてください。技術も高く、人気の先生を予約したのだから、なるべくその日に通院するように努力してくれるはず。そして、どうしても都合が悪い場合には、無断ではなく、予約変更の連絡をもらえるはず。です。

アポを入れずに、予約の連絡を待つよりも、アポを入れた上で予約変更の連絡を待つ方がより効率が良いのです。

4 | 「料金の話」のタイミング

金額を提示することに対しては、より注意を払う必要があります。営業の基本は、「欲しいと思わせてから金額の話をする」ということです。欲しいと思っていない人に、いきなり高額な金額を提示すると、その人はすぐ、その商品自体を諦めてしまいます。本当に欲しいと思っていない人に、金額を言うことは、マイナスなのです。では、受付で、「このインプラントいくらですか？」と聞かれた場合は、まずは患者がインプラントを本当に欲しがっているかがわからないことを考えると、いきなり金額を伝える事は大きなマイナスであると認識しましょう。

また、患者の口腔内の状態によって、金額も変わってきます。ですから金額について安易に伝えることは、絶対にすべきではありません。また、ホームページにおおまかな金額が出ている場合には、その範囲内で説明をします。そして、ホームページの案内をするのもひとつの方法です。「私どものホームページにも詳しく掲載しています。ホームページアドレスは〇〇〇〇〇ですので、閲覧して頂けたらどうでしょうか？」と案内します。

待合室に価格表が有れば、「基本的には、……」と始め、「〇〇様のお口の中の状態によって変わりますし、症状によって、または使用する材料によっても変わりますので、治療時に先生から説明してもらいましょう」と付け加えます。

または、「専門の者に説明させますので、カウンセリング室で〇〇様の状態を確認してもらい、お時間を取って頂けませんか？」と言ってカウンセリングのアポ取りをしましょう。

■インプラントの価格を聞かれたら

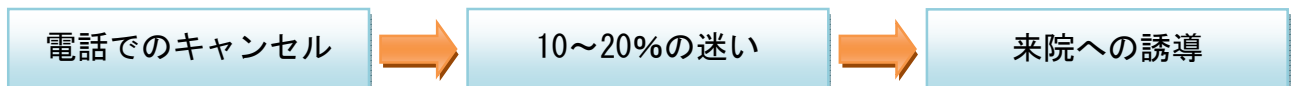
カウンセリングのアポ取り

ホームページを案内

5 「断りの本音」を見極める

自由診療のお申込みを頂くと、次のようなことも起きてきます。「あれからいろいろ考えたのですが、今回はやめておこうかと思えます……」「昨日、〇〇を予約したんですけど、やっぱりキャンセルしたいんですが……」このようなことが起こらないように、しっかりカウンセリングをするのですが、それでもゼロではありません。対策を準備しておく必要があります。まずは、こうした電話が受付にかかってくるということは、キャンセルを決意しているというよりも、キャンセルをしようかどうか迷っている状態であるということです。キャンセルを決意した人は、医院とコミュニケーションを避けようとします。そしてキャンセルを決意した人は、電話をかけてきません。直接のコミュニケーションを避けたために、ハガキや手紙などで断ってくるか、連絡なく来院しなくなります。

■本音を聞くには、面談が基本



まずは、「はい、大丈夫です。キャンセルは可能です」とはっきり返答しましょう。まずは、キャンセルができるということを伝えて、安心して頂くことが必要です。安心した人は、今度は医院側の話聞いてくれます。ここからコミュニケーションをしっかり取っていきます。「キャンセルは可能です。しかし、先日のカウンセリング時に、私どもの説明不足な部分があったのではないかと思います。もしよろしければ、どういったことでやめられるのかのご事情をお聞かせ頂けますでしょうか」といったように、事情や理由を患者の口から説明してもらいます。「家族が反対」とか「お金がない」などであれば、それをメモしながら、「そうでしたか、それは大変でしたね」「そのような事があったんですか」と、丁寧に返事をし、あいづちを打ちながら、患者の話をしっかり聞きます。患者は、いろいろと迷っていることを聞いてもらえるだけで心の中がすっきりしてきますし、よく話を聞いてくれるスタッフに好印象を抱くはずです。

患者の話をもっとお聞きした後は、医院側からの再提案となります。

■電話対応の心得

よく聞く

あいづち

共感する

「〇〇様の事情をきちんと把握せずに、私どものほうもこの診療をお勧めしてしまい、申し訳ありません。前回もお話しした通り、診療方法はこれだけではありません。改めて、

〇〇様の事情を踏まえたうえでの診療の提案をさせて頂きたいと思います。」「私どもでは、〇〇様の口腔内の健康を通して、全身の健康づくりのお手伝いができるかと考えております。他にもっと良い診療方法がないかといった形で、再度お話がする機会があればと思います。」「先日お預かりした申込書をお返しするだけでなく、実際に、他の診療方法をご提案したいと考えております。お時間を取っていただくので大変恐縮ですが、もう一度来院していただけないでしょうか」という会話から、再度アポをとっていきます。「受付の〇〇と申しますが、院長には、私からきちんとお伝えしておきます。」

最終的には、来院してもらうことができれば、キャンセルの半分は無くなります。先生の顔を見て直接話を聞き、やはりこの先生に頼みたいと思ってもらうことです。

6 | 「ほめる」→「質問する」

患者に好かれるコミュニケーションを意識しましょう。

それは、まず「ほめる」そして「質問する」が第一歩です。まず、人をほめてみましょう。女性患者であれば、「素敵なバッグですね」でもかまいません。そして次は質問です。「どちらのショップで購入されたのですか？ この近所ですか？」ほめてから質問していくと、そこに会話が成立し、コミュニケーションが取れます。患者は「ほめる」ことで上質化していきます。ある歯科医院では、いつもジャージ上下で来院してこられた患者がいました。その患者が、ある時ジーンズでこられたのです。スタッフは、即座にほめました。

「〇〇さん、すてきなジーンズですね。若々しいですね」

その患者は嬉しそうにしていました。その後、その患者は、毎回服装が変わり、だんだんお洒落になっていきました。ほめ言葉は人を成長させていきます。これは、自費率アップに直結しています。

人は最終的にどういう決断をするかという、自分の自己イメージに合った決断をします。自分がお洒落をして素敵になって歯科医院に行って、ほめられるのがほんとうに楽しみになります。そんなある日、その歯科医院が、保険診療と自由診療の両方を提案してきた時に、この患者はどのような反応をするのでしょうか？ここで、良いイメージを持たれているとう意識がでてきます。ほめられて自己イメージが向上した患者は、上がった自己イメージにあった決断をします。ほめてあげた患者は、自己のイメージアップと医院に対するイメージアップで、自由診療を申込み確率が上がっていきます。

7 | 確かな治療を確かな言葉で

自由診療は、保険診療の延長ではありません。この考え方が重要です。保険診療は、必要最低限のものを、その方が生活に困らないものをまず提供しようという社会福祉の考え

方にもとづいています。つまり、最低限度のものを幅広く提供するというのが保険診療の考え方です。それに対して自由診療は、その人の人生を豊かな方向に導くという上質な診療です。同じ診療提案でも、まったく別の提案をする必要があります。自由診療の提案では、患者を迷わせない、自信を持った提案が必要となります。次のような5つの言葉を使うと、患者を迷わせ、自信がなさそうに見えてしまいます。

■患者を迷わせる言葉

- 「～ だと思います」
- 「～ かもしれません」
- 「～ みたいです……」
- 「～ っていう感じです」
- 「～ なんですけども」

これらの言葉を用いると、「印象に残らない」「伝わらない」可能性が高くなります。

8 | クロージングトークは、初診カウンセリングにあり

最終的に、患者が迷われた場合は、「悩んだ原因を思い出して、考えてみて下さい」という一言を言いましょう。「〇〇様はこういうことが有って、悩んでいらっしまったんですね」と言い、患者の困っていたこと、悩んでいたことを思い出してもらうように話し、患者が自分の心の中にある悩みをもう一度考えてから、判断して頂くことです。

患者さんの悩みを、もう一度、思い出してもらう



「悩んだ原因を思い出して、考えてみて下さい」

自分の悩みの原因を振り返り、向かい合った患者は、やはり診療をしてもらおうと決断します。また、初診カウンセリングで悩みを聞き出した患者は、中断が非常に少なくなります。これは、患者自身に、自分の悩みを解決する為に治療を受けるという強い意志があるからなのです。その強い意志を築いて頂く為にも、カウンセリングで悩みを聞き出すことが必要なのです。

■参考文献

『受付の対応が変われば自費率は倍増する（クインテッセンス出版）』吉野 麻由美 著