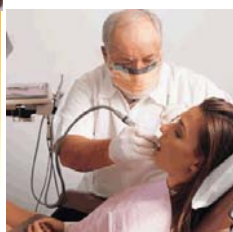
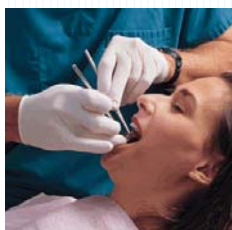


# 経営情報レポート

歯科コーディネーターの活用

## 歯科医院の カウンセリングシステム



- 1 患者ニーズに応える「カウンセリングシステム」
- 2 歯科コーディネーターの役割と活用法
- 3 院内カウンセリングシステムの実際と手順



株式会社 常陽経営コンサルタンツ

# 1 | 患者ニーズに応える「カウンセリングシステム」

歯科医院の来院者は、分かり易く十分な情報提供を求めています。そのために、院長に代わって、コミュニケーションの専門スタッフが患者さんの不安を解消し、ニーズを十分に引き出した上で、信頼関係を構築していくことが必要です。

このような背景から、院内カウンセリングの必要性がクローズアップされており、これを担当するのが歯科コーディネーターです。

## 1 | カウンセリングシステムの役割

### (1) 多様化する患者ニーズに対応する

患者さんの多様化したニーズに対応するためには、院長先生だけでなく、すべてのスタッフが現状を十分理解したうえで、医院運営において適切な対応をしていくことが求められます。とりわけ、近年の価値観の多様化に対応するためには、患者さん一人ひとりへの個別対応が重要であり、これを可能にするのが「院内カウンセリング」です。

### (2) 治療方針を浸透させる

患者さんは治療技術の高いドクターに診てもらいたいと思っています。それも得意分野・専門性を持っているドクターのもとで、安心して治療にかかりたいという潜在的なニーズを持っています。

治療技術や治療方針について、患者さんと同じ目線のコーディネーターから、分かり易く丁寧な説明を受けることで信頼関係が築かれ、結果として院長の歯科医療に関する考え方・治療方針が患者さんに浸透していくことになります。

### (3) 医院のメッセージを伝達する

歯科医院側としては、「院長先生の医療理念」「治療方針はどのようなものなのか」「どういう分野に力を入れてきているのか」「得意分野はなにか」等の目に見えない部分を伝えていく必要があります。

カウンセリングを行った結果、コーディネーターがドクターと患者さんとの架け橋になる事で、来院者のニーズをくみ取り、医院側が伝えたいメッセージを、顕在化させていく事がカウンセリングのもっとも重要な意義であるといえます。

## 2 | 院内カウンセリングがもたらす効果

### (1)クレームの減少

昨今では「モンスターペイシエント」などが社会問題化しており、クレームの対応は困難かつ重要になっています。カウンセリングの活用で、クレームへのスムーズな対応が可能になります。クレームには、次のような法則があるとされています。

#### ■クレームの1：9の法則

原因の9割	人の対応（言葉・態度・説明内容等）
原因の1割	提供しているサービス・商品

つまり、サービスの欠陥が原因ではなく、欠陥が発生した後の対応や、ほんの少しの心掛けで未然に防ぐ事が出来るクレームが圧倒的に多いということなのです。

#### ■クレームの1：29の法則

これは、一人からクレームがあった場合には、その背後には29人の不満を持っている方がいるということです。

多くの患者さんは、不満に思っていることを口にしません。受付スタッフに苦言を呈して帰るか、無言のまま去っていくかです。しかし、カウンセリングシステムを導入していると、カウンセリングを通じ、しっかりと不満や心の声を聞いてあげることが出来ます。また、受ける方も、貴重な意見として真摯に対応する姿勢が必要です。

対応の第一原則は、まず相手の意見を否定せずによく聞くことです。特に患者さんが、医院に対してネガティブな感情を持っている場合は、話を聞いて欲しいと思っている訳ですから、歯科コーディネーターは聴く事に徹することが大切になります。その上で患者さんが何を望んでいるかを見極め、しかるべき対応をしていきます。こうした姿勢とクレーム対応体制の構築、そしてクレーム後の素早い対応・対処・改善が、クレームの減少につながっていきます。

### (2)キャンセル率の減少

予約のキャンセル率は、歯科医院に対するロイヤリティをはかる指標とされています。患者さんは、日々複数の予定に優先順位を付けて行動しています。歯科医院に対するロイヤリティが低い場合、歯科治療の優先順位が下げられてしまい、結果としてキャンセルにつながってしまうのです。一般的には、キャンセル率の目安として、連絡ありのキャンセルは10%以内、無断キャンセルは5%以内に収まっているのが適正だといわれます。

キャンセル率を下げるには、カウンセリングを通じて行うふたつの取り組みが必要になります。ひとつは医院のルールを伝えることであり、もうひとつはカウンセリングを通じて、個人的な人間関係を構築していくことです。

#### ■医院のルール

- 予約制の導入
- 予約制によって、来院者一人ひとりに時間の確保をしている
- 予約制によって、治療が計画的に進められる重要性
- 大切な診療チェアを空けて待っているのに、医院、他来院者にも多大な影響がある

人間は、よりパーソナルな関係を構築している場合とそうでない場合では優先順位が違います。つまり、歯科コーディネーターは、カウンセリングの場で相手の病気や治療費用の相談を受けることを通じ、パーソナルな関係を構築していくことができるのです。これらの取り組みによって、比較的早期に適正なキャンセル率水準にすることが可能です。

### (3) 中断率の減少

治療の中断が多い医院の一番の原因は、来院者側が持つ利便性のニーズだけに応えてしまい、患者側もそれが便利だと考えている点です。こうした患者さんは、「ちょっと痛みだけとってくれたらよい」「外れたところをつけて欲しい」というように健康や歯に対する価値観が低い傾向があり、継続的に来院される方が少ないのが特徴です。

#### ■カウンセリングの目的と効果

- ① 診療方針や自院のコンセプト、院長の想いを明確に伝える
- ② 歯が全身の疾患にどのように関わっているかを伝え、中断するとどのような状態に陥るかを理解してもらう
- ③ 医院のルールを良く知ってもらう

そしてカウンセリングでは、言葉だけではなく、ビジュアルを用いた説明が効果的です。医院へのロイヤリティを高く持っていただき、治療計画への理解と協力をしてもらうように取り組むことが必要です。このカウンセリングによる理解度の深さが、治療中断率を減少させることにつながります。

#### (4)自費率の向上

自費率の向上には、情報提供の量と質に焦点を絞る必要があります。一般の患者さんにとって、歯科医院での自費診療と保険診療の違いは、非常に分かりにくいものです。

また、どれほど情報提供をしても、患者さんとの間に信頼関係が構築されていなければ、自費の押し付け・押し売りを受け取られます。カウンセリングによって、希望する治療や適している治療が自費診療であると医院が判断し、それが患者さんに受け入れられるのはお互いに信頼関係が構築されてからです。

つまり、カウンセリングによって構築される信頼関係が、自費率向上をもたらすのです。

#### (5)チェア回転率の向上

院内カウンセリングの実施によってもたされるもので、経営的な観点での大きなメリットは、チェア1台当たりの回転率が向上することが挙げられます。

一人ひとりの患者さんに、十分なインフォームドコンセントを実施した上で、治療を進めていくには相応の時間がかかりますから、経営の観点からは非常に難しい側面を抱えています。したがって、カウンセリングを活用して治療とコミュニケーションの分離を図り、有効な情報提供を行いましょう。

また、チェアの回転率と診療単価は反比例の関係があります。患者数が多くなると回転率は上がりますが、保険診療だけで精一杯となるため自費診療への取り組みが出来ず、さらには保険診療でも十分な治療や指導が出来ず、単価も低くなってしまいます。

しかし、カウンセリングルームでカウンセリングを行うとチェアが早く空くため、その分回転率も上がり、また、自費率向上によって収益アップも見込めます。コーディネーターの人件費は十分カバーできると思われれます。

## (6)ファン患者層の増加

カウンセリングシステムを導入し、歯科コーディネーターがカウンセリングを実施することによって、患者さんそれぞれが最適と考える治療計画を提案し、得られる効果が価格以上の価値があるということが共有できれば、患者満足度の向上につながります。

他業界では、サービスレベルが高ければ価格も高いのは当然ですが、歯科医院では、自由診療であっても評判を気にして、サービスレベルが高いにも関わらず価格を抑えてしまう結果、患者満足度を創造できないという傾向がみられます。

### ■サービスレベルと価格

	サービスレベル	価格	満足度
多くの歯科医院	高い	低い	—
通常の店舗(他業種)	高い	高い	○

歯科医院のブランドは「来院者との約束」であり、また、約束を継続することがファンを増やしていくこととなります。

よって、利便性が優先され、治療やサービスの質は二の次という患者さんが多く来院する歯科医院にならないように、長期的視点で患者との関係を構築していくことが重要です。

そのためにも歯科コーディネーターの果たす役割は大きく、歯科医院と患者さんとの関係に好循環を生むためには欠かせない存在となります。

## (7)スタッフのモチベーションアップ

歯科医院のスタッフは、3年程度の勤務経験で「業務内容に習熟してしまい、日々の仕事がマンネリ化する事で、次の目標が見えなくなってしまう」と言う方も多いようです。特に、歯科衛生士の資格を持たない歯科助手の場合は、待遇面や業務範囲に限界があるため、歯科衛生士よりもモチベーションを保つのは難しいとされます。

こうしたスタッフに、将来のキャリアビジョンを提示し、自己成長や仕事に対するやりがいを用意してあげられるかどうかは、院長や経営者の役割・責任であり、今後は最も重要になると言えるでしょう。

カウンセリングシステム導入と歯科コーディネーターの育成は、スタッフの持つ能力を発揮させるステージをつくり、スタッフの次の目標を明確に示すことのできる最善策です。

## 2 | 歯科コーディネーターの役割と活用法

### 1 | ドクターと患者との架け橋「歯科コーディネーター」

#### (1) 歯科コーディネーターの役割

「院内カウンセリング」の特徴は、歯科コーディネーター、あるいはコーディネーターと呼ばれるスタッフが、院内カウンセリングを実施することによって、ドクターと患者さんとの架け橋となる役割を受け持つ点にあります。

カウンセリングでは、コミュニケーションの専門スタッフであるコーディネーターが、ドクターの伝えたいことを伝えるだけでなく、患者さんが持っている歯科医療に対する不安を解消し、潜在的なニーズを顕著化させることによって、来院者一人ひとりの満足度を最大化していくことを目的にしています。

#### ■ 歯科コーディネーターに求められる役割

- |   |
|---|
| ● 歯科医師と来院者、歯科医師と歯科スタッフや歯科技工士との架け橋になる<br>⇒ 双方向に対するコミュニケーションで、信頼関係を構築する |
| ● 来院者の不安を解消し、潜在的ニーズを顕在化する<br>⇒ メンタル面のサポート                             |
| ● 治療の選択肢としての自費治療を、判り易く説明する<br>⇒ 来院者が自分自身で選択するためのお手伝い                  |
| ● 治療費用の相談に乗り、治療金額、支払方法などを説明する<br>⇒ よきアドバイザーとなる                        |

#### (2) どんなスタッフを歯科コーディネーターに選ぶか？

歯科コーディネーターの選定は、カウンセリングの成否に大きな影響を与えます。コーディネーターには、相手のしぐさや表情から真意を汲み取る洞察力、適切な回答ができる思考力が求められます。

## ■ 歯科コーディネーターに求められる資質

- 自分の役割を正しく理解し、真摯な姿勢で対応できる
- 常に明るさを失わない
- どんな来院者に対しても、冷静沈着に対応できる
- 医療サービスの提供者として、来院者に対する正しい接遇ができる
- 歯科治療の専門的な知識よりも、人間的な温かさがあることが第一条件
- 人に喜んでもらうことが好き
- 誰とでも気軽に話が出来る

## ■ 歯科コーディネーターに求められる能力

- コミュニケーション技術
- カウンセリング技術
- 情報提供術
- 聴く技術（「聴く」と「話す」の割合が6：4）
- 来院者の真意を汲み取る洞察力
- 適切な判断のできる思考力
- トラブルが発生した際に冷静に解決する判断力
- 新しい事を素直に受け入れる適応力
- 歯科医療に対する固定観念がなく、中立的な視点でアドバイスが出来る
- 人的ネットワークが広い

## 2 | 歯科コーディネーターの教育

### (1) カウンセリング力を養う

カウンセリング力の教育法として最も効果的なのは、院内でロールプレイングを行うことです。「ロープレ」は役割演技法ともいわれ、カウンセリングを受ける患者さんの役を演じることで、患者さんの気持ちを疑似体験することができます。このように、指導者側から一方的に教えるのではなく、自らの気付きによって成長を促すほうが効果的だといえます。

### (2) 症例検討会を実施する

症例検討会の実施で、院長の考えや治療方針を確認する機会が増え、コーディネーターも具体的な治療の話が聞けるので、カウンセリングの際の説明に活かすことができます。

## 3 | 院内カウンセリングの実際と手順

### 1 | カウンセリングのためのツール

#### (1)説明用ツール「補綴ガイド(メニュー表)」の活用

カウンセリングにおいては、自費診療を含めた総合的な情報提供が求められますが、こうした際に強力な補助ツールとなるのが「補綴ガイド (メニュー表)」です。

#### ■補綴ガイドの内容

- |         |         |      |
|---------|---------|------|
| ①補綴物の写真 | ②補綴物の特徴 | ③審美性 |
| ④生体親和性  | ⑤機能性の優劣 |      |

「補綴ガイド」を作成し、カウンセリング時に活用するだけでなく、待合室に配置し、自由に持ち帰れるようにするだけでも自費診療収益が向上していきます。目に見えない物が見えるようにする「見える化」は、歯科医院のあらゆる面で非常に重要になります。

#### ①初診カウンセリング時

来院動機など、初診時の簡単な来院情報の収集とともに、医院コンセプト等の治療以外の説明を実施します。

#### ②セカンドカウンセリング時の補綴ガイドの活用

初診時の検査結果を説明します。カウンセリングは説明よりも来院者の話を聞くことを重視します。治療の方向性や、今後治療が進んだ場合に選択することになる補綴物について、補綴ガイドを参照しながら意識させ、最後に補綴ガイドを手渡します。

ここでは、決定ではなくさまざまな選択肢があることを意識させるだけです。

#### ③補綴カウンセリングの補綴ガイドの活用

わかりにくい歯科医療を、どうやってわかりやすく伝えるのか、付随する情報をどう提供するのが、来院者の満足度向上には重要です。再度来院者に補綴ガイドを手渡し、補綴治療に対する選択肢を提示します。

## (2)治療行程表の活用

カウンセリングにおいては、自費診療を含め来院者が治療を受ける際に知りたいと感じている点は、以下の3点に大別できます。

①治療内容	②治療期間	③治療費用
-------	-------	-------

近年、インフォームドコンセントへの関心の高まりを受けて、医科では治療の工程表である「クリティカルパス」を積極的に導入している医院が増えています。「クリティカルパス」とは、医療内容を評価・改善して、質の高い医療を患者に提供することを目的として、入院から退院までの計画を立案したものです。

歯科医療においては、根管治療など患者さんが直接には視認することが出来ない部分の治療に関し、クリティカルパスのような工程表がないため、歯科医院への不信感や治療中断へと結びつく原因となりがちです。

そのため、治療の初期段階でドクターが治療行程表を作成し、それをもとに院内での情報共有を図り、来院者への情報提供を行っていくことが重要です。但し、口腔内の状態や通院状況によっては、変更があり得ることも事前に伝えておく必要があります。

## (3)プレゼン資料の作成

人間が五感を通じて得る情報のうち、視覚から得られる情報量は圧倒的に大きいと言われています。特に歯科医療分野の用語は聞きなれない専門用語が多く、一度聞いただけでは理解するのが非常に難しいものがあります。

カウンセリングの手順に合わせて、次のような内容のプレゼン資料の作成が必要でしょう。

### ■プレゼン資料の内容

①自己紹介	⑤問診票の確認
②カウンセリングを実施することの意義	⑥来院者本人に関するヒアリング
③診療の流れ	⑦予防の重要性
④自院のコンセプト	⑧院長からのメッセージ

これらの資料は、カウンセリングを実施する上での補助ツールです。重要なのはコミュニケーションであって、提供する情報の押し付けにならないよう注意が必要です。

#### (4)コミュニケーションシートの作成(情報の共有化)

カウンセリングで得られた情報が院内で共有されていないと、かえって来院者の満足度を低下させてしまいます。同じ説明を何度も別なスタッフやドクターにしなければならないような事態は絶対に避けなければなりません。

ワントゥワン・マーケティングを実践するには、個々の患者の診療情報だけでなく、より個別に具体的なパーソナル情報をどれだけ把握し、院内で共有するかが重要です。そのため、コミュニケーションシートを作成して、カルテファイルに保管しておきましょう。これは表裏1枚のシートとして、表は診療情報を、裏にはさまざまなパーソナル情報を記載できるようにし、聞き取れる情報を細かく入れ込んでおきましょう。

#### (5)効果的な治療提案書の作成

保険診療だけでなく、必要に応じて自費診療も実施していく際に、患者側と医院側に大きな認識の差を感じているドクターも多いかもかもしれません。患者側は、自費診療は「贅沢品」「富裕層が行う診療」という間違った認識を持っていますが、これは情報量の差から起こっている現象なのです。

来院者にとって最適な診療が何か、自費診療も含めた総合的な判断と選択で治療計画の提案を行うべきでしょう。そして、その選択に必要な情報を十分に提供すべきです。

治療方法の選択に際しては、保険診療か自費診療かの二者択一ではなく、次のような3パターンの提示が望ましいといえます。併せて、ビジュアルに訴える形が最適です。

- ①現在の歯科治療で可能な最先端の治療であり、審美性・機能性・生体親和性ともに優れたプラン
- ②費用を抑える形でありながら、よく噛めるという機能性重視のプラン
- ③自費診療は限定的に行い、見た目の美しさを重視した審美性重視のプラン

患者さんにとっては、無味乾燥な金額面にのみ心が動かされるわけではありません。十分な情報に基づき、限られた予算内で、明確なコンセプトに裏付けられた治療を選択することができます。

## 2 | 院内カウンセリングの手順

### (1) 初診カウンセリング

初診カウンセリングは、基本的にすべてのスタッフが出来るようにしておく必要があります。そして、すべての来院者に実施するため、必要以上に時間をかけず、15分程度で終わるようにします。

#### ■ 初診カウンセリングの流れ

時期	初回・2回目来院時
場所	カウンセリングルーム
内容	問診・雑談・医院コンセプト・診療の流れ・ルール・院長よりのメッセージ
担当	スタッフ(コーディネーター)
提供資料	初診カウンセリング用プレゼン資料・初診パック・問診票・カウンセリングシート・コミュニケーションシート

### (2) チェアサイド・再診カウンセリング時の情報提供

セカンドカウンセリングでは、初回来院時の検査結果を伝えながら「来院者の3大関心事」に答えていくことが中心になります。

この「来院者の3大関心事」とは、「①虫歯は何本あるか?」「②どれくらいの治療期間が必要か?」「③どれくらいの治療費用がかかるか?」です。

ただし、セカンドカウンセリング時には、保険適用範囲内で治療を進めていくのか、必要に応じて自費診療も取り入れていくのかが決定していませんので、①と②の説明が中心になります。

#### ■ セカンドカウンセリングの流れ

時期	初回来院時、検査終了後	2回目来院時
場所	チェアサイドの情報提供	セカンドカウンセリング
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現況説明</li> <li>● 治療方法の決定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現況説明</li> <li>● 治療方法の説明</li> </ul>
担当	スタッフ	スタッフ(コーディネーター)
提供資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>● プレゼン資料もしくはリーフレット</li> <li>● 補綴リーフレット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● プレゼン資料もしくはリーフレット</li> <li>● 治療行程表</li> </ul>
ルール	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アドバイス(希望が多い補綴物、自分ならどうするか、メンテナンス、保証制度、寿命(歯と補綴物)、例え話)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アドバイス(虫歯の数と状況説明、治療の流れ、複数の選択肢の提示)</li> </ul>

### (3)補綴カウンセリングと相談

補綴カウンセリングの目的は、補綴物の選択に関する中立かつ効果的なアドバイスを行うことであり、また来院者の選択肢を広げるとともに、選択する際のフォローを行うことにあります。

#### ■補綴カウンセリングを実施する際の注意点

- ①来院者別に、治療を選択する際に最も重視しているポイントに沿って話を進める
- ②機能的な面を必要以上に説明するのではなく、治療後のイメージ(生活の質をどのよう  
に高めることが出来るか)を持たせるようにする
- ③来院者の予算を十分に把握する

#### ■補綴カウンセリングの流れ

時期	根充後	2回目来院時
場所	カウンセリングルーム	カウンセリングルーム
内容	治療方法の決定または提案	●現況説明 ●治療計画の説明・治療方法の決定または提案
担当	スタッフ(コーディネーター)	●ドクター ●スタッフ(コーディネーター)
提供資料	●治療行程表 ●プレゼン資料(保険と自費の説明、補綴物の写真画像、欠損補綴の比較) ●補綴物リーフレット ●見積書	●プレゼン資料もしくはリーフレット(保険と自費の説明、補綴物の写真画像、欠損補綴の比較) ●治療行程表 ●補綴リーフレット ●見積書
ルール	●アドバイス(希望が多い補綴物、自分ならどうするか、メンテナンス、保証制度、寿命(歯と補綴物)、たとえ話、悪い箇所×補綴物の話し)	●3パターンの見積書を提示し、必要に応じて、見積もりの修正を行う。 ●一通り説明した後、ドクターは退席し、カウンセラーが保証内容やデンタルローンの説明を行うとともに、来院者の不安を解消する

### (4)終了カウンセリング

終了カウンセリングは、治療が終了した際に行うもので、疑問点の払しょくや今後のメンテナンス等の解説を目的としています。

時期	治療終了時
場所	カウンセリングルーム
内容	●疑問点の払しょく ●メンテナンスの説明 ●保証制度の説明 ●紹介制度の説明
担当	スタッフ(コーディネーター)
方法	●アンケート ●紹介カード ●保証書