

## 歯科医院は思いもよらない、 患者の根本的疑問

兵庫県神戸市  
ユメオカ LLP / 予防歯科医院構築コンサルタント

丹羽浩之 *Hiroyuki NIWA*



### メンテナンスの“重み”は？

「メンテナンスは何ヵ月に1回が理想?」、「美容院には何ヵ月に1回行くのがいい?」この2つの質問、歯科医療従事者であれば、質問の“重み”を同等に並べてくれると思われるでしょう。一方、たいていの患者さんにとっては、これらは、同等の“軽さ”です。それは、ともに「いずれ行くけど、行きたいときに行けばよい」という解釈です。

例えば、よくある「メンテナンスは、基本的に3ヵ月に1回」という歯科医院。そういった歯科医院のスタッフに、個別で「なぜ、3ヵ月に1回通わないといけないのですか?」と聞くと、それぞれ答えはもっているのですが、どれもバラバラで、患者の立場で真に納得できるものがないことがよくあります。これでは患者さんが、「3ヵ月に1回通院しなければ」と思うはずもありません。

### 説明時のキーワードを統一させる

ここでちょっと掘り下げて、患者さんの立場のみです。例えば、受付で予約を取る際に、患者さんが思わずこそっと「次は3ヵ月後なんですね?」と聞くとき。歯科医師の説明がよくわからなくても、歯科助手に一言フォローされたとき。治療中のスクレーリングが終わったとき。患者さんはそれぞれの場面で、

さまざまなかたちで、説明を受けることになります。そのようなとき、同じ歯科医院でスタッフによって説明が異なれば、患者さんは混乱するか、「適当でいいか」と思うかのどちらかです。そもそも今まで知らなかったことを1回の説明で理解し、納得できる人はなかなかいません。ましてや、その説明が人によって違うとしたらどうでしょう? その答えは、言うまでもありません。むしろ、スタッフそれぞれの言い回しであっても、説明時に統一したキーワードがあれば、複数のスタッフから聞くことは、患者さんにとって真意を理解しやすくなるメリットがあります。

院内で統一した見解を説明できるということは、当たり前ようですが、あまりに当たり前すぎて、逆に忘れられていることでもあります。しかし、これは患者さんの意識向上のためだけではなく、歯科医院全体やスタッフ自身のためでもあります。

全スタッフが統一したかたちで、「なぜ、3ヵ月に1回なのか?」について話せれば、患者さんにこの歯科医院は一貫していることを示せます。スタッフは、院内で確認し合った見解をもつことで、どんな場面（例えば、いかにもやる気のなさそうな患者さんに聞かれたとき、少し怒りを抱えているような患者さんに聞かれたときなど）でも、自分の言うことに自信がもてます。

## 説明時のキーワードを統一させる

では、「なぜ3ヵ月に1回なのか？」という疑問には、どのようなキーワードを統一させて説明するとよいのでしょうか？

まず、重要なポイントですが、説明は歯科医院側の臨床的な見解ではなく、患者さんがメリットだと感じる内容に絞ります。患者さんの質問の核心を考えれば、わかりやすいでしょう。この質問の核心は、「なぜ1ヵ月でもなく、6ヵ月でもなく、3ヵ月に1回なのか？」ということです。つまり、平たく言えば、「3ヵ月ごとである必要性」を裏付けるメリットとデメリットを説明するとよいのです。

次に、その内容を患者さんが受け取りやすい「説明の型」に当てはめます。「患者さんが受け取りやすい説明の型」とは「結論⇒理由⇒患者さんのメリット」の3部構成です。

1つ例を出してみましょう。「本来は毎月1回が理想ですが、当院では3ヵ月に1回を基本としています。その理由は、1ヵ月経つとお口のなかの細菌数は元に戻ってしまうからです。3ヵ月を超えると歯石として固まるため、早めに歯石を取ることで患者さんにかかる負担を少なくすることができます。ちなみに、アメリカでは1ヵ月に1回のメンテナンスが習慣になっている人も多くいます」という説明が挙げられます。

この事例の“結論”は「3ヵ月に1回を基本～」の部分で、“理由”は「その理由は～」の部分になります。“患者さんのメリット”は「患者さんにかかる負担を少なくする～」の部分です（※注意：「1ヵ月で細菌数が元に戻る」という説明は、筆者が某歯科医師の先生から聞いた1つの見解にすぎません）。

ここで説明時の落とし穴を1つ紹介します。「細菌の種類が……」とか、「細菌が体の中に入り……」と臨床的に掘り下げた説明を入れないようにします。先にも述べたように、ここでは患者さんが「頑張っって3ヵ月ごとに来ないとな」と思えることが目的です。

あなたの歯科医院が力を注ぐ医療が、ホワイトニングであれ自費補綴であれ、まずは患者さんがメンテナンスの通院を習慣化することから、その道は開かれます。なぜなら、治療ではない予防目的の通院を繰り返すことで、歯に対する新たな欲が生まれるからです。

さて、院内の説明内容の型が決まれば、どうかスタッフと2、3回ほどロールプレイしてみてください。それぞれの口に馴染むかを検証し、言い回しに問題があれば、修正します。その積み重ねがスタッフの言葉に自信と力を与え、患者さんを納得させます。

●  
今回は、歯周病患者さんの予防意欲・意識を高めるカウンセリングをお伝えします。

### プロフィール

#### 丹羽浩之（ユメオカLLP／予防歯科医院構築コンサルタント）

リコール数が月50人以下の歯科医院を1年で月150人、2年で月250人に導くカウンセリング手法を開発し、全国の歯科医院に導入している。そのノウハウを教材にまとめ、「患者の心理ステップ・カウンセリングシリーズ」を販売中。本シリーズを活用している歯科医院は全国で800軒強に上り、現在も毎月増加している。「ここまで具体的に患者心理とカウンセリング法を紹介している教材はない」といった意見とともに好評を博している。また、メールマガジンから「心理ステップ・カウンセリング手法」や「予防管理型の未来予測」などのショートセミナーを毎月、無料で提供している。関心のある方はユメオカのホームページで、[\[無料コンテンツ\]](#)をクリック。[\[ユメオカ\]](#)で検索→ <http://www.yumeoka.jp>