

補綴物セット前の カウンセリングの矛盾



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*

補綴物セット前の対応は？

あなたの歯科医院では、患者さんに補綴物をセットする前に、どのように対応していますか？

- (a) 保険を前提とした補綴物の説明をする
- (b) 自費を含めた選択肢を出して説明する

(a)の歯科医院は、残念ながら予防管理型医院の確立への道のりは遠いでしょう。一方、(b)の歯科医院は、予防管理型医院を目指す方向性として“妥当”であるといえます。

“妥当”という言葉が筆者があえて使うのは、(b)の対応は2つの相反する結果に分かれるからです。まず、予防管理型医院として相応しい対応は、患者さんが「納得・安心」して補綴物を選択し、「満足」して治療を受けるという結果に繋がります。そして、歯科医院への信頼が増し、自費治療やメンテナンスに発展する可能性が広がることを意味します。

しかし、その一方で、(b)の対応が患者さんの「不安」を生み、補綴物が選択されるケースがあります。その場合、患者さんは治療のために来院に精を出しても、予防意識を向上させて、メンテナンスなどのために定期的に来院するまでには至りません。そして、残念なことに、その結果は患者の心の内側で起こることなので、自院の説明がどちらに当たるのかを目にすることもできません。

しかし、自院がどちらの傾向にあるか見当をつけることはできます。以下では、そのための3つのポイントについて説明します。

患者さんの応対と表情から考える

まず1つ目は、保険治療に決めた患者さんの応対と表情です。「納得・安心」して治療を受ける患者さんであれば、個人的な諸事情などを含め、保険治療に至った理由を知ることができます。例えば、「本当は自費がよいのですが、実は息子の大学入学を控えています。2～3年後なら、前向きに考えられるのですが……」といった具合です。このような会話からは、歯科医院側も患者さんが保険治療を選んだ理由を「納得」できます。

他方、患者さんが「不安」をもって決断する場合、目を逸らし、小さな声で「今回は保険で……」と言うことがあります。場合によっては、それが苦痛で自費の補綴物の説明をしなくなった方もいるかもしれません。

当然、患者さんが堂々と「保険でお願いします」と言えないことには理由があります。その究極の理由は「先生に申し訳ない」という気持ちです。歯科医院側が丁寧に患者さんの歯との相性や補綴物の特徴を説明すればするほど、患者さんのその気持ちは膨らみます。「せっかく要望に合った被せ物の種類を説明してもらったのに、保険にすると申し訳ない

……」と口にする患者さんもいるでしょう。つまり、保険を選択した患者さんには、「納得・安心」ではなく「迷い」があるのです。この「迷い」は、「ここでは自費でないとしっかり治療してもらえないのか……」という「不安」を呼びます。同じ選択肢を与えられても「納得・安心」して決断するか、「迷い」の末に決断するかは、その後の信頼関係に影響します。

患者の「迷い」に耳を傾けられる歯科医院は、患者に「納得・安心」を与え、その後、歯科医院にとっても大きな成果を呼び寄せます。患者さんの「迷い」を「納得・安心」に変えるのは、歯科医院側の説明の内容や仕方ではなく、歯科医院側の説明後や患者さんの決断後のフォローにかかっています（※詳細については、弊社ユメオカの教材「患者の心理ステップマスター【基本】★補綴選択カウンセリング」を参考にしてください）。

そして2つ目は、新患数です。患者さんが「不安」をもって決断した場合、その後の新患が減るという現象で表れます。このことは、改めて説明する必要はないでしょう。



カウンセリングの目的から考える

最後に3つ目は、補綴物セットのカウンセリングの目的とともに、自院を振り返る必要があります。その目的を聞くと、多くの歯科医院では「自費率の向上」と捉えられている

ようです。もちろん、その考えは「自費率の向上」に躍起になることだけを意味しません。そこには「十分に説明し、選択肢を与えれば、患者さんに自費の価値を気づいてもらえるだろう」という思いも含まれます。

このような目的意識でカウンセリングを行うと、防衛本能が働いている患者さんには「自費ありき」として伝わるか、「先生に申し訳ない」という「迷い」を深めてしまいます。予防管理型医院が補綴選択カウンセリングを行う目的は、自費率の向上ではなく、患者さんとの信頼関係の強化です。

繰り返しますが、患者さんが「納得・安心」して決断できたか否かは、その後の歯科医院との信頼関係に影響します。それを知る歯科医院はカウンセリングの結果、保険であっても、「納得」さえ得られれば大きな成果だと捉えられます。「納得・安心」して保険を選んだ患者さんは、「この歯科医院は私のことを理解しようと努めてくれる。その歯科医院が力を入れていることなら、きっと何か深い意味がある」と考え、近い将来、生活環境が変わったり、気持ちが変わったとき、迷わず相談してくれることを知っているのです。



今回は、予防管理型医院の未来が見える事例として、7医院をグループ展開する東風会（岡山県倉敷市）の取り組みをご紹介します。

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、メールマガジンでは、「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>