

# 歯科 経営 情報

## REPORT

Available Information Report for  
dental Management



### 経営

保険収入以外の収益力を  
高める

### カウンセリング システム構築の 留意点

- 1 カウンセリングシステムの重要性
- 2 予防歯科や自由診療におけるカウンセリングの取組み
- 3 カウンセリングの資格等の種類と内容
- 4 カウンセリング実施上の留意点

## 1 カウンセリングシステムの重要性

現在 予防歯科や自由診療の重要性が認識され、多くの歯科医院が積極的に取り組んでいます。

とりわけ注目されているのが「カウンセリング」ですが、専門のカウンセラーを配置して、本格的に実施している歯科医院はそう多くはありません。

何故なら多くの歯科医院では、夜間診療や土日診療を行っていることで1週間の診療時間が長くなり、正職員だけで診療を行う事ができずに交代要員が必要な状況となっており、人件費などの増加が医院経営を圧迫することもあり、増員自体が難しい状況にあるからです。

一方で、今までのコロナ感染症の影響により、歯科助手や歯科衛生士という歯科医療自体に就業する人材が不足気味となっているという現状や、今年度の最低賃金のアップが経営環境を厳しくしているといったことも、人員増を難しくしている背景にあるといえます。

しかしながら、今後の経営を考えれば、歯科医院にとって歯科助手や歯科衛生士による兼任を考慮してでも、カウンセリングシステムへの取り組みはきわめて重要なテーマといえます。

### 1 | カウンセリングシステム導入の目的

カウンセリングそのものは1名で行うものですが、実際の歯科医療は関わるスタッフ全員で行います。

したがってカウンセリングという新システムを導入し、成果を上げるためには、その目的をスタッフ全員が理解し、共有することが必要です。

歯科医師や歯科衛生士が、治療の片手間に患者にいくら丁寧に説明しても理解させることは難しく、また、何度も説明する時間を取ることもできません。

そこでカウンセラーを置けば、症状発生の原因を聞きだすことから始め、その上で院長の治療方針に沿った治療方法をわかりやすく説明し、その後の予防につながるよう、患者に納得してもらい、承認を得た治療計画を提示することで患者満足度を向上させることができます。

また、治療方法の選択では、保険適用はなく、自由診療を考える患者もでてきますし、そのような意味では自由診療を勧めやすい環境を構築することもできます。

このように患者へのカウンセリングは、治療へのつなぎではなく、患者が納得する治療計画を策定し、歯科医院のチーム全員がその計画と認識を共有するための重要な手段として認識すべきです。

## 2 | カウンセリングの効果

### (1)クレームの減少

一人からクレームがあった場合には、その背後には何十倍もの不満が潜在しているといわれています。

多くの患者は、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、そのプロセスを通じて、しっかりと不満や心の声を聞き出すことができます。



また、受ける方も、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、とにかくよく聞くことです。その上で患者が何を望んでいるかを見極め、しかるべき対応をします。

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ることは言うまでもありません。

### (2)キャンセル率の減少

予約のキャンセル率は、歯科医院へのロイヤリティをはかるうえでの重要な指標です。

患者は、日々複数の予定に優先順位を付けて行動しています。歯科医院への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います。

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ています。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です。

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。

### (3)中断率の減少

治療の中断が多い歯科医院の一番の原因は、患者が持つニーズだけに応えてしまい、患者もその点の利便性だけで来院していることです。

こうした患者は、「今の痛みだけとってくれたらよい」「外れたところをつけてくれれば

よい」というように健康や歯に対する価値観そのものが低く、結果として継続した来院につながらないのが特徴です。

そういった患者への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もらい、治療計画への理解と協力を得られる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)自由診療のアップ

自由診療をアップさせるには、情報提供の量と質の双方の充実を図る必要があります。

どれほど情報提供をしても、患者との間に信頼関係が構築されていなければ、自費の押付け・押売りと受け取られます。

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由診療であると歯科医師が判断し、それが患者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。



#### (5)ファン患者層の増加

カウンセリングを実施することによって、患者それぞれが最適と考える治療計画を提案し、その結果得られた効果が価格以上の価値があるということが実感できれば、患者の満足度は大きく向上するはずです。

他業界では、サービスレベルが高ければ価格も高いというのが当たり前ですが、歯科医院では、自由診療であってもサービスレベルが高いにも関わらず評判を気にして価格を抑えてしまう結果、患者満足を得られないという傾向がみられます。

歯科医院のブランドとは「来院者との約束」であり、また、約束を継続していくことがファンを増やしていくことにもつながるのです。

**患者それぞれが最適と感じる治療提案を行う**

**得られる効果が価格以上の価値がある事を共有する**

**長期的視点で患者との関係を構築していく**

## 2 予防歯科や自由診療におけるカウンセリングの取組

冒頭でも述べたように現在の歯科治療では、「自由診療の患者獲得」と「予防歯科からの患者獲得」が重要であるといわれています。ネットやSNSの普及で特に若い層の間で歯・口腔内の健康を保つために知識を取り入れ、予防やホワイトニング、また審美歯科といった自由診療への興味からも、歯に対する美意識が高まってきていることがわかります。

また、さらに進む高齢化により、口腔機能の維持・回復への重要性が高まり、高齢者に対する予防歯科への重要性も再認識されています。

ただし、予防歯科や自由診療は、病状に直結しないこともあり、その必要性を認識してもらうにはやはりカウンセリングが重要な役割を果たすことになります。

## 1 | 予防歯科への取組み時の注意点

予防歯科に取り組む際には、予防という考え方を患者へどのように説明するかがポイントとなります。一般的にインフルエンザや感染症等に対する予防知識はあっても、口腔内に関しては、痛みや出血、歯の欠損等が起こってから来院するというのが一般的です。

したがって常日頃からの口腔内の健康維持の重要性について、患者に対しわかりやすく説明し、理解してもらうということが必要です。

そのためにも、治療時のチェアサイドで行うのではなく、患者と向き合える場を作り、カウンセリングという時間を取ってもらい、予防歯科の重要性について理解してもらうことが大切です。

### ■ 予防による口腔内の健康維持と疾病抑制効果

- 歯の治療は、疾病前の状態に戻すことが少なく、削る、抜く、といった治療が多い
- 将来、歯が少なくなる・無くなることによる生活へ影響(食生活、会話等)
- 糖尿病や肺炎、甲状腺機能低下、白血病、不妊症、根管感染を原因とする関節リウマチ、多発性硬化症等に関係すると研究・発表されている

## 2 | 患者への働きかけのタイミング

予防の重要性を患者へ呼びかけるに際してはタイミングというものがあります。病状が発生し、痛みを無くして欲しい、と思っている状況下では聞いてもらえません。

治療に相当数の通院を行い、完治までの痛みや時間投下に対して、二度とこんな思いはしたくない、と強く思っている瞬間こそがベストタイミングとなります。

## ■予防歯科を患者へ働きかけるタイミング

- 予防歯科を患者に呼びかけるのは、主訴がおちついた2回目と、補綴物のセット終了時の2回
  - う蝕や歯周病になった患者の多くは「二度と再発させたくない」と考えている。つまり、痛みがとれた2回目と、治療終了時が最も予防歯科医療へ誘導できる可能性が高い
  - 診療が終わる患者の一定比率を予防定期管理のサイクルに入れられれば、その患者は医院に対する信頼感が強いいため、自由診療を選ぶ割合が高くなっていく
- ※結果として、初診患者の数だけ手持ち患者が増え、自費率が高くなり、そして、激化する競合の影響を最小限にできる

## 3 | 予防歯科カウンセリング時の説明ツールの作成

予防歯科のカウンセリング時には、口頭での説明だけでは患者も聞くだけで、せいぜい印象に残る程度です。そこで目でも確認することができるツールを作成し、自宅へ戻っても確認できるパンフレット等を提供することがポイントです。

### ■予防歯科カウンセリング時の説明ツール作成

- 治療終了時に歯科医師から必ず予防歯科への導入を説明する
- 歯科医師からの説明があると歯科衛生士も説明しやすくなる
- パンフレット等を使って予防の重要性を説明する（口頭だけより説得力が増し、説明しやすい）
- パンフレット等持ち帰って読み返していただくことで、家族にも理解が深まる

## 4 | 自由診療への取組み

### (1)自由診療の比率の高い歯科医院での設備の特徴

自由診療が多い歯科医院の特徴として、自由診療を行う専門ユニットの設置、そのユニット設置場所が個室、歯科診断用のCT装置の導入、CAD/CAM装置の導入もしくはCAD/CAM装置のある技工所と提携、カウンセリングコーナーの設置等がみられます。

### ■自費率の高い診療所での設備の特徴

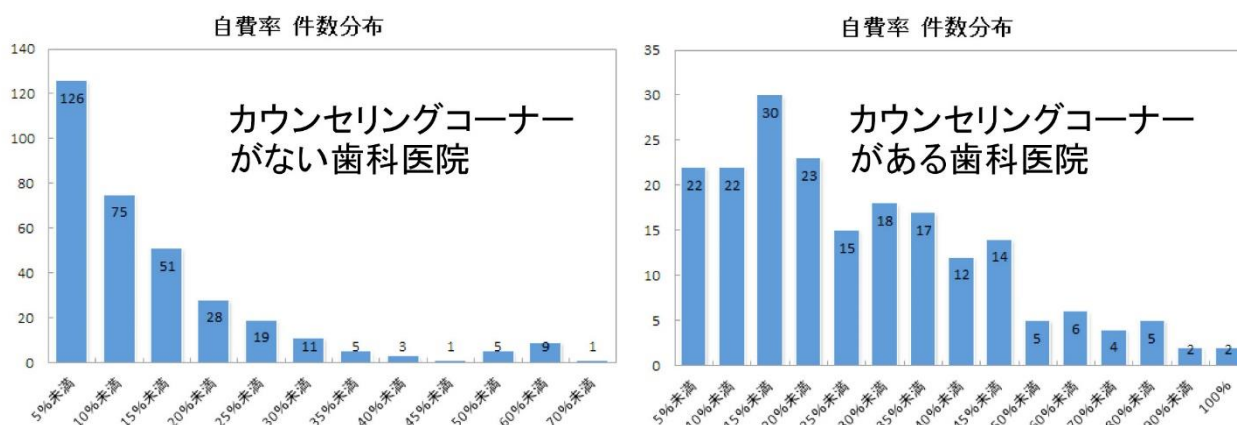
- |                          |                    |
|--------------------------|--------------------|
| ● 自由診療用の個室を用意            | ● 専門のユニットを設置している   |
| ● 歯科診断用CTを導入             | ● CAD/CAM装置の導入     |
| ● CAD/CAM装置を導入している技工所と提携 | ● カウンセリング室かコーナーの設置 |
| ● カウンセリング担当者の設置          | ● インプラント治療を行う      |

## (2)カウンセリングコーナーと自由診療の関係についての分析

カウンセリングコーナーは、患者への説明ができるスペースです。このスペースがあるかないかでは自費率が大きく違ってきます。

下図の通り、スペースがない歯科医院では0%~5%が126件と全体の大部分が占め、スペースのある歯科医院では、10%~15%が最大で、30%以上の歯科医院も圧倒的に多くなっています。

このようにカウンセリングコーナーがあることで自費率を押し上げていることが推測できます。



(日本ビズアップ(株) : 歯科経営コンサルタント40時間養成講座「自費増大対策の進め方と指導方法」木村 泰久氏)

### 5 | 自由診療カウンセリング時の必要ツールの作成

自由診療のカウンセリング時には情報提供するツールの作成がポイントです。

一度の口頭での説明だけで患者に出費の大きい自由診療を選択させることは非常に難しいため、わかりやすいツールを作成し、視覚と感覚、記憶に働きかける必要があります。

また、自由診療の説明時やカウンセリング時だけでなく、診療の待ち時間に眺めることにも活用できます。

#### ■自由診療のツール

- 自由診療カタログ (カウンセリング室や待合室でも閲覧できるように)
- 自由診療リーフレット (ユニット上でも閲覧できるような簡易なもの)
- 治療前と治療後、保険料診療と自由診療、といった違いのわかる画像カタログ
- 治療計画書 (日程と治療内容、その治療ごとの目的と理由、痛みや副作用等の説明)
- 料金表 (画像を付けて、患者の目で確認できる表にする)
- 費用の見積書 (治療計画と同じく、金額だけでなく効果の差も表記)
- 治療部位や口腔内だけでなく、身体全体の健康や生活にどう影響するかの説明書
- 上記の物がオンライン上でも確認できるデータ



※視覚に訴えることが重要

## 3 カウンセリングの資格等の種類と内容

歯科医療においてカウンセリングを行うにあたり、法的に資格が必要という事はありません。ただし、歯科医療の内容や患者心理といった専門性の高い知識も必要なため、民間資格としては存在します。

日本歯科TC協会では、トリートメントコーディネーターという資格を付与していますし、一般社団法人 ジャパンオーラルヘルス学会には、ドックコーディネーターという認定制度があり、資格を付与しています。

また、心理に沿ったカウンセリングでは、以前は臨床心理士という資格がありましたが、現在は国家資格である公認心理師があります。さらには、日本カウンセリング普及協会が認定心理カウンセラーという資格を付与し、そのうち、歯科医療に特化したカウンセリングでは、CDAC医療連携サービスで、歯科心理カウンセラーという名称もあります。

## 1 | 日本歯科TC協会 トリートメントコーディネーター

### (1) トリートメントコーディネーター(TC)とは

トリートメントコーディネーターとは、歯科治療を行う側と患者側の両方にとって、満足が得られる歯科治療を進めるために調整を行う資格者で、アメリカではトリートメントコーディネーター、もしくはクラークとも呼ばれています。

患者へのカウンセリングやプレゼンテーションを高い精度で行ったり、自由診療に際しては高額な支払いに対し、ファイナンス計画の策定・提案などを行っています。

なお、トリートメントコーディネーターは日本歯科TC協会の登録商法です。

### (2) トリートメントコーディネーター資格は4つのクラスから

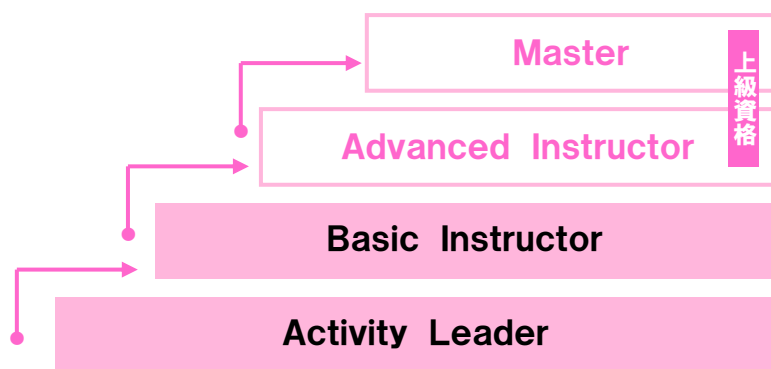
トリートメントコーディネーターの資格は4つのクラスがあり、1クラスずつステップアップしていき、最上級クラスのMaster（マスター）を目指す仕組みとなっています。

#### ■ トリートメントコーディネーターの研修内容

患者コンサルタント力		知識力		経営・マネジメント力	
<b>C</b> ommunication (コミュニケーション)	<b>C</b> oaching (コーチング)	<b>C</b> ure (治療)	<b>C</b> are (予防)	<b>C</b> ooperation (チーム医療)	<b>C</b> ommitment (経営参画)
● プレゼンテーションスキル	● コンサルテーションスキル	● 最新歯科治療知識	● 最新予防歯科知識	● リーダーシップスキル	● マネジメントスキル

(日本歯科TC協会ホームページ より)

## ■ トリートメントコーディネーター資格認定制度の特徴



(日本歯科TC協会ホームページ より)

## 2 | 一般社団法人 ジャパンオーラルヘルス学会 ドックコーディネーター

ドックコーディネーターとは、一般社団法人 ジャパンオーラルヘルス学会が認定している資格で、資格受験の対象は歯科衛生士となっています。

患者の立場としては、「予防歯科のために歯科人間ドックを受けませんか」、と勧められても、現状で悪い症状が指摘されるのではないか、時間がかかり、金額も高いのではないか、そもそも受ける必要があるのか、といった多くの疑問や不安感が生じます。

そこで、ドックコーディネーターが、カウンセリングや検査説明によって、そのような疑問や不安感を払拭できるようにします。

実際に歯科人間ドックの検査の流れや、歯科衛生士でも実施できる検査を行ったりするのがドックコーディネーターの業務になります。

### ■ 歯科人間ドックの流れ

- ①健康調査票の記入
- ②パノラマX線撮影
- ③全身所見
  - ・ 体格：太りすぎ、やせすぎ、(BMIで判定)
  - ・ 姿勢、歩行
  - ・ 皮膚：色素沈着等
- ④口腔外検査
  - ・ 健康調査票の確認、血圧、脈拍
  - ・ 唾液検査
  - ・ 視診
  - ・ 触診
  - ・ 顎関節症関連検査
- ⑤口腔内検査
  - ・ 口腔粘膜検査
  - ・ 画像検査：パノラマX線写真の読影
  - ・ う蝕検査
  - ・ 歯周病検査
  - ・ 咬合検査

(一般社団法人 ジャパンオーラルヘルス学会ホームページ 参照)

## ■ドックコーディネーターの資格取得条件

- 日本国歯科衛生士の免許を有する事
- ドックコーディネーター認定試験を受験し、合格する事
- その他、認定制度委員会が特別に認めた者

## 3 | CDAC医療連携サービス 歯科心理カウンセラーとは

口腔内は人間の体の中に入る入口という重要な場所です。口腔内を他人に覗かれるのは非常に恥ずかしい、という方も多くいます。

このような特別な口腔内を治療する歯科医院という場所に対し、歯科受診する患者特有の心理が存在します。

子供の頃に、歯の痛みより治療の方が痛い、音が怖い、歯磨きしていないことを怒られる、といったトラウマを持っている方もいて、苦手にしていない患者は本当に少ないと思われれます。

この恐怖感や不安感をカウンセリングによって解消してもらい、自身の口腔内が長く安定して、満足度の高い口腔環境を手に入れられる、という考えを持ってもらうのが歯科心理カウンセラーの仕事になります。

## ■歯科心理カウンセラーとは

- 歯科患者心理を理解・把握し、カウンセリング対応を行う
- 包括的な治療を行う上で、歯科自体の恐怖症、歯科治療に対する恐怖心を持った患者の心に寄り添った治療説明やカウンセリング対応を行う
- 患者だけでなく、歯科医院従事者に患者心理を教え、治療時対応時の接遇力の向上を図る
- 予防歯科の定期健診予約の際にも拒否する場合があります、カウンセリングと合わせ受ける
- 中断患者への連絡・対応を行う

(CDAC医療連携サービスホームページより 抜粋)

# 4 カウンセリング実施上の留意点

予防歯科や自由診療に向けてカウンセリングを行う際には、様々な留意点があります。まず、歯科患者の心理を理解しているかという点では、選択した治療が患者への押し付けになっていないか、歯科医師やスタッフへ話せない事情を持っていないか、高額な治療は避けたいという気持ちはないか、などがあります。

カウンセリングと説明は異なるものであり、カウンセリングは心理相談を意味します。

予防歯科も自由診療を行うにしても、患者の同意・承認があって初めて成立します。

したがって、一方的に専門用語を並べて「この治療が患者にとって一番良いのだから受け入れてください」では患者自身は納得しません。

一方的に「歯が痛いから仕方がない」という受け方では患者満足度が向上することはありませんし、口コミで評判が上がることも無いでしょう。

カウンセリングの重要性を、歯科医師を含めたスタッフ全員が理解したうえで、取り組むことが重要です。

## 1 | カウンセリングを行う準備

### ● マニュアルの整備とデータ管理

カウンセリングには、患者が歯科治療への理解を深め、納得して受けてもらうことが必要です。

したがって検査などから患者の状況を詳細に把握し、その状況にあった治療計画を策定し、コミュニケーションを取ってわかりやすい説明を行うことが重要です。

説明のための準備としては、カウンセリングマニュアルを説明ツールとして、また視覚によるわかりやすいデータを整備しておきます。

また、効率的にカウンセリングを行うために、スタッフには予めマニュアルを渡しておくようにします。

### ■ 説明ツールの整備ポイント

- 視覚に訴える（治療前と治療後との差が見てわかる、画像データ等）
- 治療計画書（日程と治療内容、その治療ごとの目的と理由、痛みや副作用等の説明）
- 費用の見積書（治療計画と同じく、金額だけでなく効果の差も表記）
- 治療部位や口腔内だけでなく、身体全体の健康や生活にどう影響するかの説明（アンチエイジング、ヘルスケアにつながる）

カウンセラーではなく歯科医師やスタッフがカウンセリングを行うのであれば、標準的なカウンセリングの説明ができるようにマニュアルを整備しておく必要があります。

また、一方的に話すのではなく、患者の聞取りの状態を観察し、理解が進んでいるか、飽きてきていないか等の判断をしながらトークを行える訓練も行うべきでしょう。

自由診療時のカウンセリングの効果測定については収入ではなく、自由診療移行率によって判定します。

患者のうち、どの程度が自由診療を選択したか、自由診療のどんなメニューが選択され、または選択されなかったか等、成功例と失敗例を集めて管理し、次に活かすようにします。

また、診療録だけでなく、診療前診療後の写真等の結果がわかるデータ保存にも努めます。

予防歯科であれば、定期健診を勧めた患者数と予約の入った比率、定期健診予約患者のキャンセル率を精査します。

定期健診数が低い時には、呼びかける場面やツールが悪かったのか、説明・カウンセリングが悪かったのか、あるいはその双方なのか、などを分析する必要があります。

## 2 | より具体的に悩みを聞き出す、初診カウンセリングの重要性

「受付で問診票にご記入後は、初診カウンセリングになります。」

このような言葉でスタートさせ、基本はまわりを気にせず会話できるカウンセリングルームで行うことが効果的です。

実際のカウンセリングで最も重要となるのは、患者の悩みを聞くという事です。

「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、詳しく聞くようにしましょう。

### ■初診カウンセリング

どこが

どんな状態で

どんな時に

どんなふうに

患者の「悩みを聞く」



自費率向上へ

## 3 | 予防歯科への提案時期とカウンセリングによる提案方法

### (1) 予防歯科を患者へ働きかける時期

前述の通り、患者が口腔内の病状から痛みが発生している状況下では、予防の話をしてもらえませんが、

治療に数回の通院を行い、その痛みや完治までの日数や時間に対して、このようなことに時間をかけるのはもう嫌だ、と強く思っている瞬間があります。

恐らくは診療終了のギリギリ前か「これで治療は終了です。」といった時期こそが予防歯科を勧める一番のタイミングとなるのです。

### ■予防歯科を患者へ働きかける時期

- 予防歯科の提案は、主訴がおちついた2回目と、補綴物のセット終了時の2回
- う蝕や歯周病になった多くの患者は「再発は嫌だ」と考えている。痛みがとれた2回目と治療終了時が最も予防歯科へ誘導するチャンス
- 診療終了の患者の一定数を定期管理対象となれば、その患者は信頼感を強く持っているため、自費を選ぶ割合が高い
- 初診患者の数だけ愛顧患者が増え、自費率も高くなり、激化する競合の影響を最小限にできる

## (2) 予防歯科のカウンセリングによる提案

予防歯科を患者に提案するには、口頭での説明だけではなく、目で確認するということへの準備が必要です。

患者心理としては、すでに痛みは無くなったため、この先の定期健診は本当に必要なのか、わざわざお金を払ってでも来る価値があるのか、定期健診といっても痛くされるのでは、といった疑問や不安感があります。

これらを解消するためのツールとして、パンフレットや予防歯科アルバム等を作成し、目と耳による予防歯科の重要性を認識してもらいます。

カウンセリング不在の場合は歯科医師や歯科衛生士による説明を行うようにします。資格には往々にして安心感を与えるという効果もあるのです。

### ■患者に対する予防歯科の説明の工夫

- 治療終了時にカウンセリングを行う時間を取ってもらい、カウンセラーもしくは歯科医師や歯科衛生士から必ず予防歯科への導入を説明する
- 歯科医師からの説明があると歯科衛生士も説明しやすくなる
- パンフレット等を使って予防の重要性を説明する（口頭だけより説得力が増し、説明しやすい）
- パンフレット等を持ち帰って読み返していただくことで、家族にも理解が深まる

## ■参考資料

「歯科衛生士の仕事」(筋野 真紀 高橋 裕美 高野 舞弥 著) (株) サンエープリント

「教科書にはない、歯科医院経営の話」(種市 良厚 著) デンタルダイヤモンド社

「歯科医院での話し方80の法則」(山岸 弘子 著) クインテッセンス出版(株)

「ファンをつくり出す歯科医院経営」(澤泉 千加良 澤泉 仲美子 著) クインテッセンス出版(株)

日本ビズアップ(株) : 歯科経営コンサルタント40時間養成講座

「自費増大対策の進め方と指導方法」

講師 : 株式会社M&D医業経営研究所 代表取締役 木村 泰久氏

一般社団法人日本歯科TC協会ホームページ

一般社団法人ジャパンオーラルヘルス学会ホームページ

GDAC医療連携サービスホームページ