

## 患者さんウォッチではじめる、地域一番の歯科医院づくり ～患者さんの生の声に耳を傾けましょう～

### 今月のテーマ:「この歯科医院に行こう」と思うきっかけを考える パートⅠ

今月から2回にわたり、患者さんが「どの歯科医院に行くか」を決めるきっかけについて探ります。今や地域ではそこかしこに歯科医院がある状況です。患者さんは通院の必要性が生じたとき、最終的に一つの歯科医院を選ぶこととなりますが、選択するにはそれなりの理由があるはずですが、ここでは、「こんな理由で選んだ」「こんな理由で選ばなかった」という患者さんの生の声を分析することで、その心理・行動を読み取っていきましょう。

新しくできた歯医者さんで、看板とか見かけるたびに気になっていたんですが、ハロードクターさんでも紹介されていたのでこの前行ってみました。

この患者さんは、日頃看板を目にすることで、その歯科医院の存在が頭に残っていたことが分かります。そして、いざ通う必要性が生じたときに、インターネット上の情報で「良い歯科医院である」との確信を得てから決めたことが読み取れます。

まず、「ハロードクター\*さんでも紹介されていたので...」という内容に着目しましょう。インターネット上で発せられた良い評価の情報が大きな影響を及ぼしています。今やインターネットが大方の家庭に普及している時代、あらゆる情報を手軽に受発信できます。それゆえに、口コミ情報が及ぼす影響はますます強くなっています。良い情報であれば嬉しいのですが、悪い情報であれば大きなマイナスになることは言うまでもありません。特に悪い口コミ情報の場合、自医院としては特に意識していない些細なことでも、患者さんにとっては腹立たしく思っているケースも見受けられるので、細かなところも手を抜かない、常に改善を心掛ける姿勢が大切です。

少し深堀して見ていくと、患者さんはこのインターネット情報を見る際に、特定の歯科医院の名前を既に覚えていたことが分かります。つまり、「 という歯科医院は親切でとても良いです」などといった記述を見たときに「なるほど」で終わらず、「あその歯科医院じゃないか！」とつながったわけです。自分が既に知っているところであれば、その歯科医院は身近な存在となるため、選択される可能性は格段に高くなります。このためには、自医院の名前を覚えてもらうことが必要となります。

しかしながら、日頃の生活の中で自医院の名前を覚えてもらうのは容易なことではありません。ちなみに、あなたの自宅近くにある美容院、クリーニング店の店名をすぐに口に出すことはできますか？ 「なかなか出てこない」という方もいらっしゃるのではないのでしょうか。私達は毎日数え切れない程の情報を目にしたり耳にしています。それゆえに、必要のない情報、注意を引かない情報は頭に残らず消えていってしまうのです。

自医院の名前を覚えてもらうには、名前の露出度を上げることが基本ポイントです。看板の設置・改良、ホームページの開設・改良、地域情報紙への記事掲載、来院者への配布物作成などあらゆる方法を組み合わせさせていただきます。

ホームページにはいいこと書いてあるが、実際行ってみると医師の対応が冷たい。

インターネットは私達の身近な情報源、今や多くの歯科医院がホームページを開設し情報発信しています。特に歯科医院の場合、ホームページは他の媒体と異なり掲載内容に関する規制が緩いため、ある程度具体的な情報発信ができます。またホームページは情報更新が容易なため、タイムリーな情報を迅速に発信することもできます。このような特性を持ったホームページは、自医院の情報発信ツールとして上手く活用していきたいものです。

ただし、内容ばかりがエスカレートしてしまうと危険です。この生の声では、ホームページで記された内容と実際の対応にマイナスのギャップを感じています。よって、この歯科医院は信用を落としたこととなります。

当たり前のことですが、ホームページに記載する内容は誇張しすぎず、自医院における現状のレベルに留めておくべきです。患者さんは、事前に抱いていた「期待イメージ」と通院後に感じた「実際イメージ」を比較した結果、後者が前者を上回れば満足し、その逆であれば不満足となります。確かに、「期待イメージ」を高くすることで来院の可能性を高めることができますが、来院後に不満足となればそこで終わりです。むしろ、悪い口コミが広がる恐れもあります。

また、インターネットで歯科医院の情報を収集する患者さんは、歯科医院のホームページを閲覧するのみならず、先の内容にも出てきたように、医療情報のサイトなどを見て、実際に通院した人の生の声をチェックしています。実際に通院するまでもなく、期待イメージと（他の人の）実際イメージとを比較して満足し得るところか否かを判断するのです。

いかがでしたでしょうか。患者さんに向けた情報発信の重要性とともに、その怖さも感じていただけたと思います。

次回も引き続き、患者さんが歯科医院を選択する際のポイントについて確認します。

編集・発行 株式会社タップクリエート  
創造経営研究センター  
〒162-0065 東京都新宿区住吉町 2-18 ウィン四谷 907  
TEL : 03-3341-1636 FAX : 03-3341-1687  
E-mail : sozoken@sozoken.com  
URL: <http://www.sozoken.com>

本原稿はクインテンス出版「歯科医院経営」2006年6月号に掲載されました。