

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:患者さんが安心して治療を受けるためには パート

今回は、患者さんに対する治療の説明や説得についてスポットを当てて生の声を見ていきます。治療について歯科医師の先生から伝えられる内容は、患者さんの心理を大きく左右するので気を遣うものです。

私の歯の状況について、患者の立場にたち、私が理解できる言葉を使いながら本当に分かりやすく教えてくれました。治療方法に関しても、幾つかの選択肢とメリット・デメリットをしっかりと伝えてくれました。

ここでは、治療の説明方法について触れています。専門用語を使わず分かりやすく説明してくれたことに感謝しているようです。まさに患者さん視点に基づくコミュニケーションであると言えます。しかしながら、このような基本的なことこそ頭では分かっている、なかなか実践できないものです。特に患者さんの来院が集中してしまい、精神的・物理的な余裕がない場合はなおさらです。そこで今一度確認いただきたいことは、ある患者さんに対する治療や処置は、歯科医師や歯科衛生士の先生方にとっては数多く抱える案件のうちの一つですが、その患者さんにとっては自分の身体に関わる極めて特別な出来事なのです。このギャップをしっかりと埋めておかないと患者さんに大きな不安を与えてしまいます。たとえ、結果として良い治療を行ったとしても、そのプロセスが良好でなければ良い印象は持たれません。

次は治療方法の説明です。ここでは、「幾つかの選択肢とメリット・デメリットをしっかりと伝えてくれました」と記しています。治療方法について体系的にきちんと説明することで患者さん自身で意思決定し治療方法を選択できるよう配慮しています。このとき、説明に際する情報量が少なかったり、選択肢を用意しなかったりすると、患者さんは「先生が一方向的に決めつけた」と嫌悪感を持つようになります。こうなると、再来院しなくなるおそれが高まるばかりか、悪い評価の情報を広められてしまうかもしれません。何事に関しても最終的に意思決定するのは患者さん、それを最大限サポートするのが歯科医院の役目ではないでしょうか。

治療について比較的高額な費用に不満を感じ説明を求めましたが、あやふやな言い回しで説得されたので全く納得することができず、通院をやめたことがあります。

おそらく、ある程度の費用がかかる保険適用外の治療を勧められたものの納得がいかず、遂には通院しなくなってしまったのでしょうか。確かに、あやふやな言い回しで説得される

と不信感が増してしまうのは無理のないことです。

そこで、相手の納得を引き出すための3つのポイントをご紹介します。まず一つ目は「信頼性」です。これを高めるには、第一印象はもとより初診からの治療姿勢やコミュニケーション方法など全てが関わってきます。したがって、常に患者さんの満足を追求した仕事が行われます。二つ目は「論理性」です。治療について筋道の通った、かつ体系的な内容で話を組み立てるとともに、その患者さんにとっての利益（プラス面）も明確に示すことが必要となります。最後に「情動性」です。いかに熱意を持って語りかけてくれるかという点も納得を引き出す重要な要件です。例えば、数万、数十万円という費用がかかる治療について、チェアに座っている患者さんの横でサラサラッと説得されても、患者さんは仰天するばかりです。理想を言えばコンサルティングルーム、そうでないにしても、ちょっとした会話スペースを設けて資料などを使いながらじっくりと説得していくことが患者さんに対する配慮となります。

これまで述べてきた3つのポイントはどれか一つが欠けてしまっても患者さんの納得を引き出すことは困難になります。このため、3つのポイントを常に念頭に置きながら患者さんと接するように心がけたいものです。

大きな歯科医院なので行ってみたのですが、毎回見てくれる先生が変わり、治療についての説明も違うので不安になってしまいました。結果として行くのをやめました。あまり先生がたくさんいる歯医者さんはいかがでしょうかと思います。

これは組織体として治療を行うある程度大型の歯科医院における弊害ではないでしょうか。医療は自分の身体に関わることなので説明内容が異なるというのは不安でなりません。理想を言えば担当医制ということになりますが、そもいかないうちにもあるのではないのでしょうか。その際、強く意識していただきたいことがあります。それは各医師の先生が「私」ではなく「私たち」という視点で治療にあたることです。つまり、医院で掲げている治療方針に基づいて治療を行うことはもとより、各医師の先生が何事についても「我が事」として受けとめ密なコミュニケーションをとることが大切です。たとえ歯科医院としての組織が大きくなったとしても、患者さんは「組織」ではなく、そこで働く「人」に惹かれてファンになっていくものです。この点は忘れないでいただきたいものです。

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7月号に掲載されました。