

経税部だより

「より来院したくなる歯科医院を目指して― “患者愛顧化” へ向けた経営を考える ①

株式会社 アイリック
取締役 山下 朋樹

はじめに

歯科医院の経営は益々厳しい状況になっている。医院あたりの患者数が伸び悩む傾向にある中で、ただ漠然と来院している患者を治療しているだけでは、現状の患者数を維持していくことさえ非常に困難だと思われる。こうした環境の中において「より一層来院したくなる歯科医院」を目指すために、患者の声に耳を傾け、自院の診療サービスの向上につなげなければいけない。

本稿では、院内における「“患者愛顧化” へ向けた経営」について考えてみたい。

1万人アンケートからみた「患者来院理由」

ここで、地域住民はどのような視点で医院を選択・来院されるのだろうか。

以下の資料は、大阪市住民10,000人を対象として、弊社で実施した「歯科医院の来院理由に関するアンケート結果である。

図表1 歯科医院の来院理由

	人数	指数	%
回答者数	10,148	1.000	—
選択理由数	15,330	1.511	100.0
1. 紹介されて	3103	0.306	20.2
2. 治療が良いから	2133	0.21	13.9
3. 対応が良いから	1637	0.161	10.7
4. 施設や設備が良いから	256	0.025	1.7
口コミ計（1.～4.）	7,129	0.703	46.5
5. 外観が立派だから、看板見て	1,351	0.133	8.8
6. 通院に便利だから	6,301	0.621	41.1
7. その他	549	0.054	3.6

この結果によってわかることは、「6.通院に便利」という理由で歯科医院を来院する患者が約半数以上を占める、ということである。歯科医院は立地産業と言われている所以である。

ところで、歯科医院の来院理由としては、「通院の利便性」の他に、「紹介されて」或いは「治療や応対、施設設備などの評判」といった項目があげられる。

これらの理由を「人からそうに聞いた」という観点から一括して、「口コミによる来院」ということでまとめると、「口コミによる来院」は46.5%と、約2人に1人は、何らかの口コミ情報によって来院している——ということになる。

以上より、歯科医院の来院理由は、「通院の利便性」と「良い口コミ」の2つを考慮して来院している、と結論づけられる。

愛顧患者形成に向けて

「良い口コミ」を形成していくために、特に重視しなければならないポイントとしては、以下の2点を上げることができる。

- 1）悪評と不満に対する対応と転院（中断）防止を図ること
 - 2）来院した患者に良い印象を持ってもらい、紹介・評判につなげること
- である。

つまり、良い口コミ形成を図るためには、患者不満防止を図り、愛顧患者である自院のファンを作りだすことである。

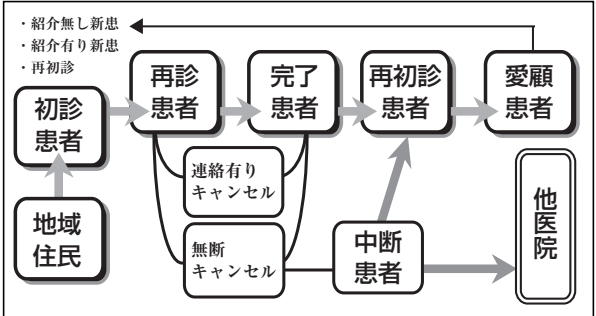
今回から3回にわたって、
①患者愛顧管理に向けた来院患者管理
②患者不満防止・転院防止（中断管理）
③患者愛顧化による紹介促進（紹介管理）
のそれぞれについての取り組みについて、述べさせて頂く。

患者愛顧管理に向けた来院患者管理

来院患者の流れ

患者の愛顧化に向けて、まずは、「来院患者の流れ」を考えてみたい。基本的に次の流れのようになる。

図表2 来院患者の流れ



この流れの中で、どこの流れをスムーズに促進させるべきなのかを考えることが大切である。

- つまり、
- ①初診で来院された患者が治療終了まで至り、一旦終了した患者が「再初診」として戻ってくるか
 - ②来院患者がいかに新たな患者を紹介してくれるか
- ということが、大変重要なことである。

一方で、患者愛顧化へ向けて、キャンセル患者（特

に無断）をいかに少なくし、中断患者を発生させないようにするか、ということも重要である。

なぜなら、治療中断患者が発生するのは、自院に対して何らかの不満（治療内容・期間、応対に対する不満）を抱き、場合によっては他院に転院するからである。

データによる来院患者管理

ある歯科医院（以下A歯科医院）では、この半年、患者総人数（レセプト枚数）が大きく減少されており、院長先生ご自身、不安を感じておられた。漠然とした不安感や心配を抱いていたのでは、何も改善することはできない。

どこが、どのような状態だから不安なのか…を明確にしなければいけない。

自院の患者の来院状況を次のように“細分化する”と問題点が見えてくるものである。

患者総人数（レセプト枚数） ＝初診患者＋再診患者 ・初診患者＝新患＋再初診 *新患＝紹介無し新患＋紹介あり新患 *再初診＝主訴有り再初診＋定期検診 ・再診患者＝先月患者総人数 －先月終了患者－中断患者 予約患者数－当日キャンセル患者数＋急患数 ＝実来院患者数 *当日キャンセル患者数 ＝無断キャンセル＋連絡有りキャンセル
--

来院状況を正しく把握するために、常に“客観的（数値）”に把握することが大切である。不適切な心配（悲観）や楽観は、不要な業務を発生させてしまいがちである。

- A歯科医院の患者数に例えるならば、
- ・現状においてどここの患者数に問題があるのか
 - ・過去からの推移と比較し、どの患者数が減少しているのか

を正しく把握し、考察しなければ問題点は鮮明化されない。その上で重点的に対策を講じれば大きな効果が期待できる。

A歯科医院では、毎月、前項のデータを集計・分析し、それを踏まえて、施策を検討するということを毎月行っている。

A歯科医院の院長先生は、「スタッフの方と一緒に取り組むことで、患者さんの動きに敏感になり、現状を理解してもらえたのが大きい。たぶん、医院経営への参画意識みたいなものが出てきたのだと思う」と、データ管理の重要性について感じておられた。

今回は、患者愛顧化へ向けた医院の具体的な改善施策として、「患者不満防止・転院防止（中断管理）」について述べさせて頂く。

（つづく）

株式会社アイリック<http://www.i-rick.co.jp/>
お問合わせ先 075-352-0281 担当／山下

32th
FESTA

今年もやります!くらしと医療の一大イベント

協同組合 まつり

Osaka Medical & Dental CO-OP

2009.10.10土11日

10日/10:00~19:00 11日/10:00~17:00

at マイドームおおさか

※イベント・展示等は検討中のため変更される場合があります。

★組合員交流ステージ

With you LIVE

バンド、ダンスなど
多彩なパフォーマンスが集結。組合員がつくる交流ステージ

空くじなし!
全員にチャンス

お楽しみ大抽選会

●医療用ITコーナー ●歯の無料健康相談コーナー
●健康度チェックコーナー ●大阪の地酒11蔵めぐり
●箕面地ビール販売&生ビール即売

住まいのエリア すまいんフェスタ

激安!
大特売場

各種機器、医療器材
などをまつり価格で
ご奉仕します!

医薬品コーナー
医科コーナー
歯科コーナー
生活関連

スペシャルステージ
Special STAGE

●高石ともや
コンサート

●吉本お笑い芸人
シャンブーハット他

8階・第3会議室で同時開催
おおさか医科・歯科九条の会
秋の講演会

憲法9条と25条を
セットで守ろう

ECO CAR exhibit
未来を試乗!エコカー展示