



# 歯科 経営情報 レポート

Available Information Report for Corporate Management

## 積極的な情報提供で 自費率を高める方法

- ① 自費率向上の考え方と移行ポイント
- ② 積極的な情報提供による自費率向上
- ③ 効果的な説明をするための9つのステップ
- ④ 情報提供ツール作成事例

# 1 | 自費率向上の考え方と移行ポイント

歯科医院の収入向上対策としては、大きくは患者数アップ、つまり新規患者の確保を目的とするものと、自費率向上により診療単価のアップを図るものに分けられます。

今回は、自費率向上による増収対策について進めていきます。

## 1 | 自費率向上の考え方

自費診療は、「患者にとって最良の治療を提供することである」ということをしっかりと理解してもらうためにも、治療技術の向上、医療サービスの充実を図るとともに、自費診療に関する情報提供の量と質を増やし、患者の選択肢を広げることが重要です。このことが結果として、医院の増収へつながります。

$$\text{自費率向上} = \text{①数} \times \text{②自費診療の移行率} \times \text{③自費単価}$$

自費率向上の3要素は、①数（新規・既存患者へのアプローチ件数）、②自費診療の移行率（情報提供）、③自費単価（医療サービスの充実による単価の引き上げ）です。

この3要素への取組みが自費率向上につながります。

## 2 | 自費診療への移行を高めるポイント

### (1) カウンセリング実施による自費率アップ

診療の流れを、従来の保険診療のシステムと対比し、患者に十分な情報を提供することが、自費診療への移行率を高めるポイントになります。

#### ① 自費診療を患者に勧めるのではなく、「自費と保険の違い」を明確にする

自費と保険の違いが分からない患者は、通常の説明を聞いているだけで、自費を強引に勧められている（＝金儲け主義の医院）と受け取りがちです。

#### ② 「自費と保険の違い」を説明するためのカウンセリングを実施する

患者には、「自費と保険の違い」を分かりやすく説明するとよいでしょう。

患者の知識を高め、選択は患者に任せましょう。

カウンセリングは対等の立場で行います（チェアサイドを離れ心理的不安を取り除く、同じ視線の高さで話す）。

### ■保険診療と自費診療の比較ポイント

- 治療方法は保険と自費でどのように異なるか
- 費用は保険と自費でどのように異なるか
- その費用の差は、治療効果においてどのような違いがあるか
- 治療に要する期間はどれぐらいか

### ③カウンセリング、マニュアルの整備

効率的にカウンセリングを行うために、ビジュアル化されたツール類を使います。

### ④カウンセリング・トークの整備

複数のドクターがいる場合や、カウンセリングをスタッフに移管する場合は、標準的なカウンセリングの説明ができるようにトーク・マニュアルを整備します。

### ⑤自費に関するデータ管理

実施策の効果測定は自費診療収入で見るのでなく、自費診療移行率によって判定します。

## (2)歯科医療に対する意識変革を促す

普段接している患者の考えていることを知り、歯科医療に対する意識の変革を促すことにより自費率アップをはかります。

歯科医院に患者が希望することとしては、「夜間診療」「保険範囲の拡大」「待ち時間の短縮」「診療回数の短縮」「治療内容の説明」などがあります。その中でも特に3つの要望が強くなってきています。

### ■主な3つの患者側の要望

- ①夜間診療は遅くまでやって欲しい  
 医院側からすると、夜遅くまで診療するとスタッフは疲弊していく。
- ②保険で出来る治療の範囲を広げ、安く治療して欲しい  
 保険範囲内で良い治療が出来ればよいが、最先端の治療には保険が適用にならないことの方が多という事実がある。
- ③診療回数の短縮  
 主訴だけの対応よりも、全体的な提案をするとどうしても期間が長くなる。

どうして患者がそのように考えるのかを理解しておかないと歯科医療に対する意識変革を促すのは難しいと思われます。

人間の価値観というのはそれまでに得た情報や経験によって形づくられるといわれているので、患者はそれだけ歯に対する情報をもっていないという事がわかります。

よって、これからの歯科医療従事者に求められる役割は、適切な情報を伝える事で、これにより、歯に対する価値観を高めます。

### (3)患者教育により医院を発展させる

#### ①コンタクトポイントを意識した患者教育

成功している医院は、患者にどの情報をどう伝えるか、それによって患者の価値観をどう変えていけるかを考えて取組み方法をスタッフと共有しています。

患者を教育することこそが、結果的には歯科医院の発展につながりますので、治療開始からメンテナンスへの移行までの段階での接点（コンタクトポイント）でいかに患者教育を実施するかがポイントです。

#### ■例

来院時にデンタルIQが低かった患者を、ホームページ・リーフレット・受付対応などのさまざまな取り組みによって治療終了時にはデンタルIQをアップさせる

#### ②患者教育の原則

自分自身の歯に対する価値観以上に、患者の歯に対する価値観を高めることはできませんので、常日頃からスタッフと話をし、デンタルIQの高める努力は必要です。

その際に気を付けないといけないのは、医院の収益だけがクローズアップされてスタッフに伝わっていくことがないようにすることです。

インプラントの「価格」と「価値」を天秤に掛けた場合、スタッフ自身がインプラントの価値を認めていないと積極的には患者には進められず、当然、価値も伝わりません。もし、インプラントは良いものだが、そこまでの価値は感じられないといった際には、そのスタッフは、歯や歯科医療に関する知識・経験が圧倒的に不足していると考えられますので、まずは、スタッフに対するデンタルIQの啓蒙というところからスタートしなければなりません。

## 2 | 積極的な情報提供による自費率向上

短期間で収益を上げるためには、その医院のスタッフのデンタルIQを高めるところから始めます。

スタッフが、「本当に歯が大切である」とか「自分達の仕事は社会的意義のある仕事である」と感じると自然に情報提供したくなります。

ツールやシナリオ、分かりやすい資料・写真だけでなく、何よりスタッフ自身がどういった気持ちで勧めていくかが非常に大切です。

### 1 | ビジョンイメージング法による情報提供事例

ビジョンイメージング法とは、患者に対して、単に長々と説明するのではなく、頭の中で目に浮かぶような具体的なイメージを長期的にもたせてあげるという方法です。

#### ■実際の活用方法 インプラントの場合

患者（40代女性）「インプラントって高いわね……」

スタッフ（歯科助手）「そうですね。すごく高く感じますよね。自分自身も当初はインプラント1ヶ所40万円ってすごく高く感じていました。ただ、毎日色々な患者さんと接する中で、インプラントに対するとらえ方が変わりました。日本人が歯を失っていく典型的なパターンがあります。ほとんどの患者さんは両端の健康な歯を削って橋渡しをするブリッジという方法を選択します。そうすると何年かすると両側の歯もグラグラしてきて、抜かなくてはいけなくなることもあります。今度は、部分入歯という治療になりますが、これも両側の歯にしっかりと引っ掛けることになり、同じく双方の歯に負担がかかり、グラグラして抜けてしまいます。その後は、部分入歯が広がって行って最終的には総入歯というスパイラルになっていきます。そんなとき患者さんは『こんな事であれば、若いころにもっと歯を大切にすればよかった』と必ずおっしゃいます。

今は、自分の歯28本を守るために40万円を払うという考え方に変わって、両親にも勧めたりしていますが、こればかりは個々の事情とかもありますので、よく検討して頂いて、●●さんが本当に納得いく方法で今後の治療法を決めて頂ければと思います。」

価値観の低い方というのは物事を短い時間軸で考えるといわれています。指導する側（スタッフ）が指導される側（患者）に対して、どれだけ長期的なイメージを持たせてあげられるかが非常に重要となります。

## 2 | 残存指数と自立割合の関係

歯科業界でいう「8020」運動がありますが、どうして80歳で20本の歯を残さないといけないのかという事を理解していないのは、患者だけでなくスタッフにも多いのです。

### ■歯と自立の関係

歯が20本以上ある方	91%が自立
歯が20本未満の方	20%が自立 80%が非自立（要介護等）

要介護になると、経済的な負担はもちろんですが、美味しいものを美味しく食べられないことや家族の負担を考えると口腔内の状態をきちんとしておくことに価値があると説明すると良いでしょう。

- 患者に早い段階から情報提供していくことが大事になってくるので、なぜ歯が大切かということ、なぜ定期的な予防が大切かということを提供する。
- 8020の達成者は、70歳以降の入院医療費が5分の1と言われている。

## 3 | 保険診療と自費診療の違い

保険診療と自費診療の枠組みの違いというのをスタッフ自身が理解していない場合があり、当然患者も理解していません。

日本の健康保険制度は諸外国に比べると非常に優れています。ただ、内科・外科といったような医科と歯科では少し事情が違って、歯科は口の中を全て治療しようとする保険が認められている範囲は非常に狭くなっています。今の最先端の治療、身体に優しい材料や永年使用しても着色しづらいものや良く噛めるといったものを使用するとなるとどうしても自費診療になってしまうことを伝えなくてはなりません。そして自費診療が良くて保険診療が悪いということではなくて、全ての情報を提供した上で、患者自身が納得して、今後の治療を進めたいということを伝えます。

自費診療の提案というのは伝え方を間違えるとあの医院は高いものを勧めるなどと悪評として伝わる場合があります。保険診療と自費診療の違いについては、資料を使ってそれぞれのメリット・デメリットを提供することにより、患者の納得性は高まります。

**保険診療と自費診療の違いについて、正しい情報を伝えることが重要**

## 4 | 固定観念の払拭

実際に情報提供していく中で、スタッフの固定観念がスムーズな情報提供を妨げていることがあります。

### ■年収と自費診療割合

- どの年収層でみても約15%前後が自費診療を行っている。

\*お金のある方が自費診療をするというのは固定観念である。

### ■自費率と患者数、患者単価の関係

- 自費率15% (売上100と設定)

患者数 保険診療85人、自費診療15人(固定観念)ではない

患者単価からは、保険診療98人 自費診療2人 位の比率となる

実際の治療現場では、98人目ぐらいまでは自費診療を勧めても保険診療でと言われる可能性が高いですので、スタッフには充分その旨を説明しておかなければ10~20人ぐらいに説明して結果がでないときらめてしまいます。基本的に患者は、保険診療選択が前提になるものと伝えておくのも良いでしょう。なぜ年収が低くても自費診療を望むのかは、人によって色々な価値観があり時間やお金をかける割合が違うからです。

## 5 | 情報提供する際の心がけ

情報提供する際に心がけなくてはいけないことは以下の点です。

### ■情報提供する際の心がけ

- ①全ての患者に情報提供すること

身なりや過去に治療経験があった人だけでなく、全ての人に行う。

- ②説得するのではなく、意識の高い患者を探す

患者は基本的には治療のため来院しているので、その中で患者に自費診療を断られても残念に思う必要はない。

\*どんなにすばらしい情報提供しても、健康意識が低い人には説得することはできない。

- ③固定観念を持たない

スタッフ自身も固定観念に捉われずに、正しい情報を提供する。

## 3 | 効果的な説明をするための9つのステップ

医院内でカウンセリングや情報提供を行っていく際、患者のデンタルIQを効果的に高めることができている医院とスタッフには話（説明）に共通性があります。

### 1 | 9つのステップ

効果的に情報提供を行っていくには、9つのステップを踏むと効果的です。以下に各ステップについて解説します。

#### ① 写真を見せる

最初に患者に色々な物があるというイメージを持ってもらうために、色々な治療の写真を見せる。この時に絶対に自費や保険という言葉は出さない。

#### ② 比較する

写真で撮影した治療を一覧にしたリーフレットを見せる。

#### ③ 保険と自費の違い

リーフレットを見せた時に当然金額が目いくので、そのリーフレットの裏に保険診療と自費診療の説明を載せておくことで簡単に違いを説明する。

#### ④ 優先順位の把握

機能性（よくかめるかどうか）、審美性（見た目の美しさ）、生体親和性（身体へのやさしさ）、耐久性（モチの良さ）等、どの治療を選択するかは色々な特徴があるということ伝える。

材質で長持ちするものや、見た目がすごくきれいで自身の歯に近いものや良く噛めるかどうか、または金属などを使用しておらず身体にやさしいかといった基準があり、全て兼ね備えるのはムリなので金額の問題など患者がどれを重視するかどうかを第1第2優先順位までは聞いておく。そうしなければ、説明したスタッフ自身が大切だと思うものを重点的に説明してしまう傾向がある。

\* 人により理由は様々で、患者が響くポイントで説明しなければいけないので、最初に優先順位を把握しなければならない。

### ⑤説明する

患者に一気に説明しても初めて聞く言葉などで理解ができないことがある。

患者から質問を受け、それについて答えていくという事を繰り返した方が患者は理解することができる。

優先順位で勧める時も何個も、選択肢があると患者は悩んでしまうので1つに絞って勧めたほうが良い。

\*ここまでの時間の目安としては10分程度。高い自費診療を選択するのに短時間で決める人はいないということを覚えておく必要がある。

最後まで全ての患者に説明する必要はなく、興味の度合いによって途中でやめることも必要。保険診療と自費診療の説明をし、優先順位の把握までで保険診療で良いという患者は6割位なので、残りの4割の患者に最後まで説明する。

### ⑥例え話

患者は押しつけられるのは嫌だけど少しは興味があるので、背中を押してあげるために例え話をすると良い。

### ⑦両親に勧めるもの

「両親にだったらこんなものを勧めます」という言い方をする。スタッフが説明する場合は、「担当の〇〇先生がこんなものが良いと言っていました。」という言い方をする。

### ⑧保証内容

高額な治療を受けたときに保証がどうなっているかは、患者が1番気になる場所なので保証書を作成し見せてあげるという演出も必要。

\*保証書には定期メンテナンスに来ることを条件にすることを勧める。一生ものということは言えないので、定期的にメンテナンスをすることで長持ちさせる。バランス的には5年保証で1年ごとに20%づつ償却していくのが良い。

### ⑨支払い方法

全てのスタッフが支払方法を把握しておくことが大事。

#### \*各種支払方法について

自費率100%の医院でも一括で払うのは1割ぐらい。残りの9割はデンタルローンやクレジットカードを使い支払う。

まず、デンタルローンやクレジットカードの分割が使えるようにしなければ、高額な自費費用は支払えないことを理解する。

そして、その支払方法について全てのスタッフが理解すること。

- \* 「何回分割できるか」「その利息は何%かかるのか」「医院の負担がどれぐらいなのか」「審査にはどれぐらいかかるのか」を患者に伝えられるかが重要。  
あいまいな答えでは患者は逃げていく。

## 2 | 内部に向けた増患対策（内部プロモーション）

勝ち組医院は、紹介の重要性を認識し、「最低限必須項目」は当り前に行い、この項目では患者満足は得られず、「重要項目」が信頼関係構築を図り、満足度を高め、患者紹介につながる前提と捉え、活動しています。満足度を与え、他医院に無い特徴（専門性やこだわり）を持ち、増患の為の仕掛け（患者クラブや講習会等）を企画実行しています。

### ■患者満足度UPの重要項目と最低限必須項目の実施（口コミ・紹介につながる項目）

重要項目	最低限必須項目
①最新医療技術	①接客サービス（コミュニケーション）
②最新医療の情報提供	②院内安全対策・院内感染防止策
③医療機器の充実	③施設の整備（診療所・医療機器等）
④インフォームドコンセントの実施 （治療計画書・治療提案書の提示）	④治療計画書の提示 ⑤広報活動（情報誌・ホームページ・看板等）

## 4 | 情報提供ツール作成事例

どのようなツールが患者にとって分かりやすく、最終的に自費診療を受けることにしたのかは様々な要素があります。そのツールとしては、見やすい写真が載っているのがポイントの「リーフレット」、「アニメーションソフト」、「症例集（治療のビフォーアフターや患者の声が載っているもの）」、「模型」などがあります。

院長やスタッフの思い込みでツール等を決めてしまうのではなく、色々なものを作成し活用してください。

### 1 | 自由診療提案までのステップ

自由診療の提案には心理的3つのステップがあります。最初に医院に対する信頼感を持ってもらい、次に、患者自身からの願望・要望を聞き、良い治療を受けたいと思わせ、最後に提案をします。

#### ● 1st STEP 信頼

信頼関係構築の基本原則はこちらから先に心を開くこと

#### ● 2nd STEP 願望

コミュニケーションを通じて来院者の願望を明確化することが大事

#### ● 3rd STEP 提案

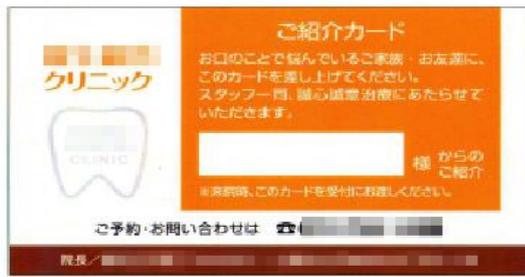
来院者の願望を満たす提案。そこには来院者の満足した笑顔が待っている

### 2 | 情報提供ツールの作成事例

#### (1)院内パンフレット・リーフレット

院長の人となり、自院の診療方針や特徴、患者に対して何ができるかなど、必ず自院の情報提供をすることが重要です。広告規制を受けませんので、専門性や得意分野等患者側が欲する情報を掲載します。





## (2)自由診療アルバム

### 自由診療価格表

#### 自由診療とはなんですか？

保険のきかない治療のことです

保険診療は健康保険法によって定められた診療で、材料・方法が決められています。保険診療は悪くしてしまった歯を「日常生活に支障のないレベルへ回復すること」を目的としているため、「より快適にする」、「よりきれいにする」、「長持ちさせる」、「将来悪くならないように予防する」といった目的には保険を適用できません。

自由診療は、保険診療に比べ、よりレベルの高い技術や材料を導入することにより、満足度の高い高度な医療内容を提供できます。

そして、高い知識と技術によって使用材質(材料)の特性を最大限引き出し、審美的・機能的・耐久的にも高品質な歯科医療を提供しております。

### 冠(クラウン)

クラウン

クラウンとは、歯の治療などで削った部分が多く詰め物ができない場合に使用される「かぶせもの」のことです。虫歯やケガなどで歯の大部分がなくなってしまった場合、かぶせ物をして元どおり、あるいは最適のかみ合わせ、最高の美しさ、さらにはそれらをすべて兼ね備えた状態を最大限回復するように治療をします。

### メタルボンドクラウン

診療価格 1歯 万円

誰でも歯の治療には、できるだけ天然の歯に近いものを望まれると思います。そんな方にお勧めするのが「メタルボンド」です。この治療法は天然歯そっくりの色調にすることができ、ほとんど自分の歯と区別がつかず、人工歯は、自由に色や形を調整できますので、自然の自分の歯そっくりに仕上げることができます。

(サンプル)

#### 特長

- 1、金属の冠に陶器を焼き付けてつくられており、単独の歯でもブリッジでも使えます。
- 2、色を自分の歯に合わせられ、自然な白い歯にできます。
- 3、レジン(プラスチック/保険治療)のような収縮や変色もありませんので、長年色の変色がありません。
- 4、寿命も一時しのぎではなく、半永久的です。

《ご注意》  
金属アレルギーのある方は、ご相談下さい。

### オールセラミック

診療価格 1歯 万円

金属を使わないセラミック(陶)だけでできたかぶせものです。より自然な色あいと形を再現します。永年の使用にも変色せず、健康的な白い歯の輝きで天然歯の美しさを保ちます。かぶせものでいちばんの透明度があります。また土台に白いファイバーポストを使うことにより、より美しく仕上げることもできます。

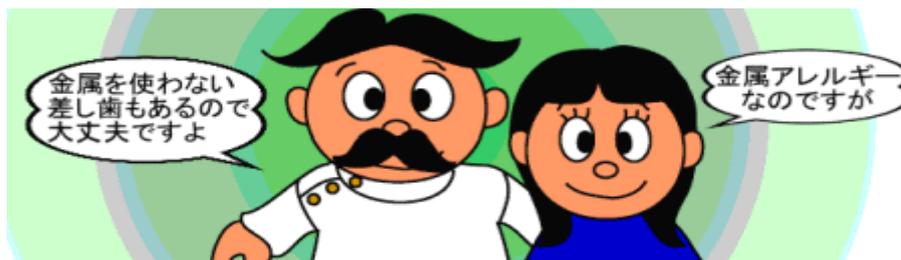
(サンプル)

#### 特長

- 1、透明感があり、ごく自然な色調が得られます。
- 2、審美性があり、自然な白い歯にできます。
- 3、耐食性にも優れているので、長期間状態をキープすることが可能です。
- 4、体にやさしいセラミックを使用しますので、金属アレルギーのある方にも安心してお使いいただけます。
- 5、対磨耗性に優れています。

《ご注意》  
メタルボンドと比べると、割れやすいと言う欠点もあります。

### (3)アニメ解説ソフト



患者 : 「金属アレルギーが心配なので金属のない差し歯はありますか？」  
 歯科医師 : 「“陶材”である天然歯に最も近い材質のセラミックで、特に審美性に優れた、金属を全く使わないオールセラミッククラウンという被せものがあります。オールセラミックで作製した前歯をご覧ください」

#### ①ホワイトニング



父 : 「小さい頃、白い歯だったのに、最近少し歯が黄色くなっていないか？」  
 娘 : 「確かに私、実は歯が少しずつ黄色くなっているような気がするの。いやだわ！ いい機会だから審美歯科専門の歯医者さんにホワイトニングの費用、料金などの相談してみようかしら」

#### ②かみ合わせ



主婦A : 「あら、奥様。私ね、最近、肩こりと頭痛がひどいのよ！」  
 主婦B : 「実はね、以前、私もそうだったのよ。頭痛、イライラ、腰痛、肩こり、耳鳴り……。でも、評判のいい歯医者さんで『かみ合わせ』治してもらったら、頭痛、イライラ、腰痛、がなくなったのよ！」

■本レポート作成にあたり

平成 24 年 12 月 8 日(株)吉岡経営センターにて実施された歯科医院経営セミナー「スタッフ育成で自費率を劇的に上げる方法」の講演内容より抜粋・転記し、編集しております。

講師：株式会社キンダーガーデン 代表取締役社長 浦濱 隼人 先生

※無断転載複製禁止

歯科経営情報レポート 2013年1月号  
積極的な情報提供で自費率を高める方法

---

【編集】 カンパニーアシスト株式会社

【発行者】 平川 昌彦

【発行】 カンパニーアシスト株式会社

〒432-8041 静岡県浜松市中区菅原町15-20 第一堀留ビル2階

TEL : (053)454-9151 FAX : (053)454-9152

---

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、著者および発行者の権利の侵害となります。（法律で認められた場合を除く）掲載内容の使用許諾につきましては、予め弊社までお問合せください。