

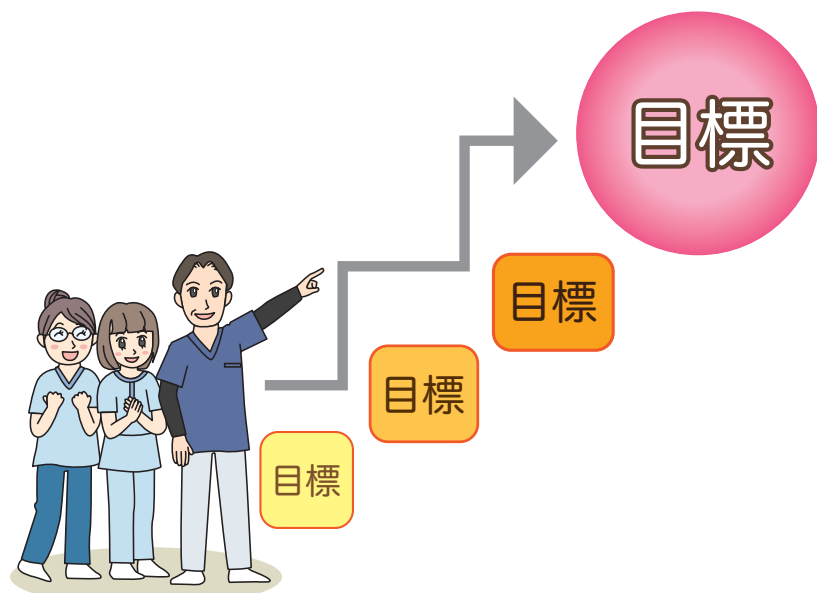
2

メンテナンス増患の 目標を決めよう

歯科医院全体に変化を起こす時には、目的と目標の共有が大事

歯科医院全体で大きな取り組みを行う・変化を伴う時には、特に目的と目標の共有が大切になります。つまり、
何のために行うのか？（目的）／どこを目指すのか？（目標）です。

目的と目標の共有がまず大事



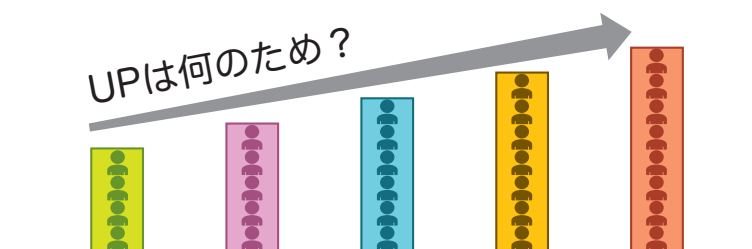
メンテナンス増患の目的は？

メンテナンス増患に向けてであれば、その目的は

- ①患者さんの口腔の健康の維持、向上
- ②疾病の原因となるバイオフィルムを定期的に除去し、疾病を予防するなどが挙げられます。

これと付随して、クリニックの経営安定という目的もプラスされるでしょう。

メンテナンス増患は何のために行うかをしっかり決める



メンテナンス増患の目標は？

では目標は？ というと、これは数値化するとよいです。ただ単に「メンテナンス患者さんを増患しよう!」というスローガンのものだけでは達成点がはっきりせず、行動の良し悪しがつけられません。「メンテナンス患者さん増患のために皆で頑張ろう!」これも目標としては不足しています。スタッフ皆の頑張りが数値化できず、達成したかどうかの評価できないからです。

「こういう行動をしたから、結果に結びついた」

これが目標設定に対する正解の行動です。それが明確になるように 1→3、3→5のように数値で判断できれば目標が達成できたのか、それとも未達成なのかを判断しやすくなります。

また「月〇〇人メンテナンス患者さんを診よう」という目標もありお勧めできません。これはおよその数で把握している分にはよいのですが、相対的なデータ（例えば治療の患者さんが多かったから、メンテナンスの患者さんが少なかったなど）がないので、目標値としては達成・未達成がわかりにくいからです。

数値としていちばんわかりやすいのがメンテナンス受診率です。

5

メインテナンス増患のための 歯科医師、歯科衛生士、 スタッフの役割

院長先生・歯科医師の役割：メインテナンス受診率の目標設定

院長先生は自院のメインテナンス受診率の目標設定を行いましょう。治療アポイントとのバランスを見ながら、ユニット台数、歯科衛生士のスタッフ数で可能な数値を定めます。

歯科医院のメインテナンス受診率には地域性が影響します。当院は北海道の札幌にあり、歯科医院から一歩外にできれば他の歯科医院が見えるような場所にあります。開院当時はメインテナンス受診率を意識できるほど気持ちに余裕がなく、毎日がいっぱいでした。初診の患者さんの治療が一段落し、メインテナンスに移行する患者さんが増えてきた時に「一体、当院の規模・立地でメインテナンス受診率は何%を目指せばよいのか」と適正値がわからず、メインテナンス受診率を上げるような行動を起こせずにいました。数値だけでは「どうあれば適正か？」の判断は難しいので、今ではコンサルタントの方に相談し、数値の分析・アドバイスを定期的にいただいています。

当院のコンサルタント猪尾さん（アイエムパートナー代表）のアドバイスによると北海道の一般的な規模（ユニット3台、歯科医師1人 1日8時間、月23日診療 保険診療中心）の場合、治療レセプトは月に220～250枚程度が効率がよいです。理由は月の来院頻度・点数単価等からです。ただ、保険診療中心だと治療の変動費が25%～28%と歯科医院によっては、それ以上となり高めになってしまいます（変動費の理想値は20%以下）。

仮にレセプト250枚として、保険診療100%とした場合、売上げが大体360万程度になります。その時の変動費が25%とすると90万が治療の変動費となるわけですが、ここに仮にメインテナンスの売上げが70万円加わると（100人）変動費が5%近く下がることが期待できます。

ただし、ユニット増台、スタッフ増員なしに、メインテナンス数を増やしすぎると歯科医師の治療枠が減り、予約が取りづらい、治療期間長期化など他の問題がでます。

- ①売上げと変動費のバランス
- ②歯科医師治療枠とメインテナンス枠のバランス

この2点を総合的に考えると、まずは30%が一つの目標値になると考えます。30%を超えたら、そこで再度売上げと変動費のバランスやアポイント枠を考え、可能な数値を目標値として設定することをお勧めします。

メインテナンスの目標設定は、医院の収支とアポイントから考える

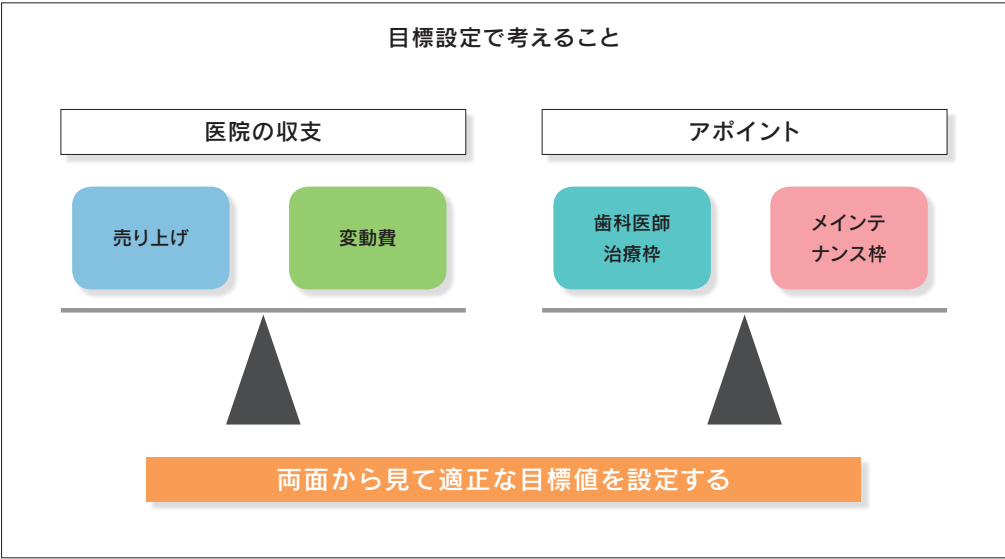


図 8

1

患者さんの意識を「メンテナンス」にシフトすることから始めよう

患者さんは初めからメンテナンスを意識しているわけではありません

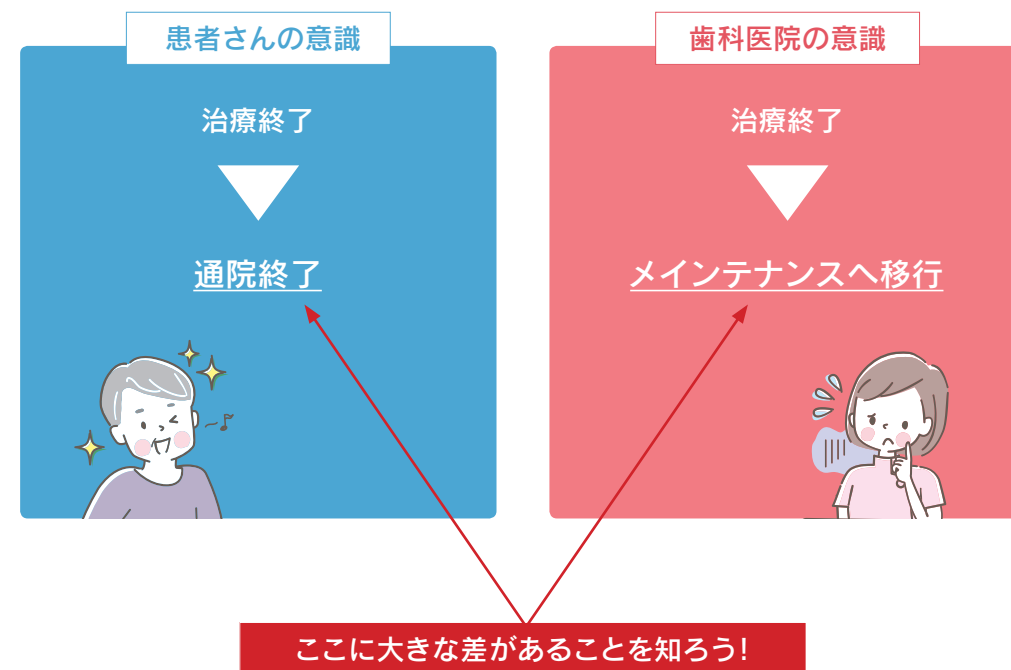
患者さんの最初の来院動機は、相手の側に立って考えると「痛いところを治す＝治療のため」ではないでしょうか。この時点では患者さんは、まだメンテナンスの重要性を知らないだけに、当然ながら「治療が終われば通院も終わる」と考えているはず

私達にとっては「治療終了→メンテナンスへ移行」は当たり前ですが、患者さんにとってはそうではありません。なぜなら、歯科医院以外で「メンテナンスする（予防する）ために通う医療機関」は、世の中に存在していないからです。他科は発症してから治療するために通院します。歯科も通い始めは同じですが、ゴールが違います。そのため、「**歯科では治療が終了したら、メンテナンスに通う**」ことに患者さんの意識をシフトしてもらうことが重要です。

痛みがある時、まだ治療が必要なところが残っている時は「通う理由」が明確です。それだけに痛みや、治療部位がなくなってもメンテナンスに通い続けてくれる患者さんは、本当の意味での自院のファン患者さんと言えます。

1人でも多くのファン患者さんが増えるように、日頃から何気ないコミュニケーションを密にとっておきましょう。

治療が終了したら、メンテナンスに通うことへの患者さんの意識がシフトすることが重要



1

メンテナンス 施術の目的とは？

メンテナンスで得られる4つの効果

メンテナンスによって患者さん、歯科医院双方が得られる効果とは何でしょうか？
以下の4つが挙げられます。

- ① 疾病の予防効果がある
- ② MI 治療が可能になる
- ③ 口腔衛生指導内容の定期的な見直しが可能になる
- ④ 口腔の健康意識が高まる

歯科医院、患者さん双方がメンテナンスで得られること



メンテナンスの施術が4つの効果を生む

左記のメンテナンスで得られる4つの効果は、メンテナンスのそれぞれの施術内容とどう関係してくると思いますか？

メンテナンスの施術内容は基本的に、

- a. 口腔内診査
- b. 歯周組織検査
- c. スケーリング (イリゲーション)
- d. クリーニング (歯面研磨)
- e. 口腔衛生指導 (OHI : Oral Hygiene Instruction)

です (図 1 ~ 4)。

メンテナンスにおける基本的な施術内容



図 1 口腔内診査、歯周組織検査。



図 2 スケーリング (イリゲーション)。



図 3 クリーニング (歯面研磨)。



図 4 口腔衛生指導。

1

メインテナンスへのモチベーションが低い患者さんを見分ける方法

以前の通院からどのくらい期間が空いているかで見分ける

当院では初診時に必ず「以前、歯医者に通ってからどのくらい期間が空いていますか？」と聞くようにしています。「生まれて初めてです」という答えは、ほとんどが乳幼児～小児に限られます。学童期以降は何かしら歯科医院でフッ化物塗布や治療を受けているからです。

この質問に対し「前院で定期的にメインテナンスに通っていた」と答える方は、転勤や引っ越しによる転院の場合がほとんどです。このような患者さんは、「メインテナンス先を探している状態」ですから、転院先でも定期的にメインテナンス受診をしてくれます。

ただ中には「5年ぶりです…」や「20年近く通っていません」という患者さんもいます。そして、本来、メインテナンスでフォローしていれば起きなかった症状を抱えている方ばかりです。「〇年ぶりです」と答えた患者さんこそ、口腔の健康やメインテナンスについて理解してもらうための説明が必要です。

初診時は必ず、前回の歯科通院からどのくらい期間が空いているか聞き、記録に残すようにしましょう。

2

メインテナンス受診のための行動変容を起こすには

メインテナンスへのアプローチは、初診から始まっている

行動変容を促すには、患者さんにメインテナンス受診のメリットを知っていただくことが一番効果的です。ただし患者さんが健康維持における口腔の役割や歯を喪失する理由などを理解していないと、

「メインテナンスを受けることで、歯の喪失を防ぎます」

「歯周病予防のために、メインテナンスを受診しましょう!」

と私達が熱く語っても、ピンときてくれません。

実はメインテナンス受診に繋がるアプローチは初診から始まっています。そこで、歯周基本治療中から「歯は大切」「歯周病って怖い病気」「歯周病の原因は？」などの患者教育を少しずつ行っていきます。特に初診時は痛みがあつて受診するケースが多いため、患者さんの口腔への意識が高まっています。患者さんが聴く耳を持っている間に重ねて患者教育をすることで、デンタルIQが高まりやすくなります。その上で、メインテナンス移行時（治療最終日）にメインテナンスの目的や効果について説明すると受診に結びつきやすくなります。

メインテナンス受診のメリットを初診時から伝えていこう

メインテナンス受診に
結びつく行動は
初診時から始まっている



2

患者さんの メンテナンス受診を妨げる 従来の流れを見直す

「時期がきたらお知らせします」に潜む問題

皆さんの歯科医院で、治療終了後に以下のような流れはありませんか？

治療終了後の流れ → これが実は NG!

治療終了時に先生がチェアサイドで「治療お疲れ様でした。今日で治療終了です」とお伝えして治療終了する。



受付にて
「〇〇様～次回は3ヵ月後にメンテナンスで受診していただきます。その頃にハガキが届きますので、届いたらご予約のお電話ください」



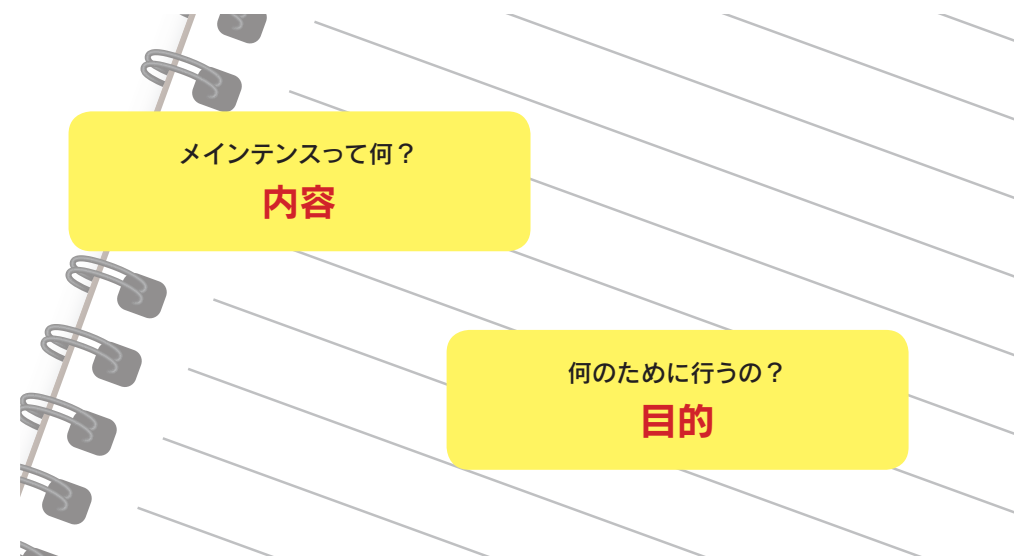
この流れ。歯科医院ではよくある自然な流れだと思います。ですが、これではメンテナンス受診には結びつきにくいのです。

患者さんにメンテナンスの内容と目的を伝えるだけで受診率は上がる

患者さんが、メンテナンスとは何か？何のために受診するのか？を知っているのであれば、この流れでも受診するかもしれません。けれども、左記に示す従来の流れでは、大事な「内容（メンテナンスとは何か）」と「目的（何のために受診するのか？）」が説明されていないため、受診に繋がらないケースが多くなります。

この「内容（メンテナンスとは何か？）」「目的（何のために受診するのか？）」を説明すると確実にメンテナンス受診率は上がります。ちなみに当院ではこの取り組みだけでメンテナンス受診率が倍になりました。

治療終了時にメンテナンスの内容と目的を伝えよう



1

メンテナンスの流れ



8つのステップで行います

1アポイント内のメンテナンスは、以下の8つのステップで行います。

STEP 1 問診

STEP 2 口腔内診査

STEP 3 歯周組織検査

STEP 4 検査結果説明

STEP 5 口腔衛生指導（OHI）

STEP 6 スケーリング or イリゲーション

STEP 7 歯面研磨

STEP 8 術後説明

STEP 1 問診

問診では「前回のメンテナンスから今日までの間に変わったこと、気になったことはありませんか？」と質問します。それにより、患者さんが「今日はコレを聞こう」と思っていたことを聞き出すことができます。この問いかけは必ず行いましょう。

患者さんがその日に聞きたいと思っていることを引き出すための問いかけが大事

術前の問診

患者さんが抱えている疑問や不安を
こちら側から聞き出す

前回メンテナンスで受診してから変わったこと、
気になったことはありませんか？

この時に聞かせていただいた内容は
こちらが答えたことも含め、必ず
業務記録、もしくはカルテにメモをする

翌月、再度確認を行う



信頼関係構築に繋がる

1

継続的来院を促すために 実践したい5つの働きかけ

「きてよかった!」と思っていただくためには…

継続のために必要なことは、なにはともあれ、患者さんに「メインテナンスにきてよかった!」と思ってもらうことです。それを実感していただくために、筆者は下記の働きかけを行っています。

▶ クリーニング後の滑沢になった歯面を実感してもらう

→時間が経過した肥厚なバイオフィルムはブラッシングでは除去できないため、クリーニングで除去後、舌感で比較してもらう

→メインテナンス前のバイオフィルム付着部位の口腔内写真を撮影し、除去後との比較を行ってもらうのも効果的

▶ 普段のセルフケアの努力が口腔内に反映されていることを実感していただく

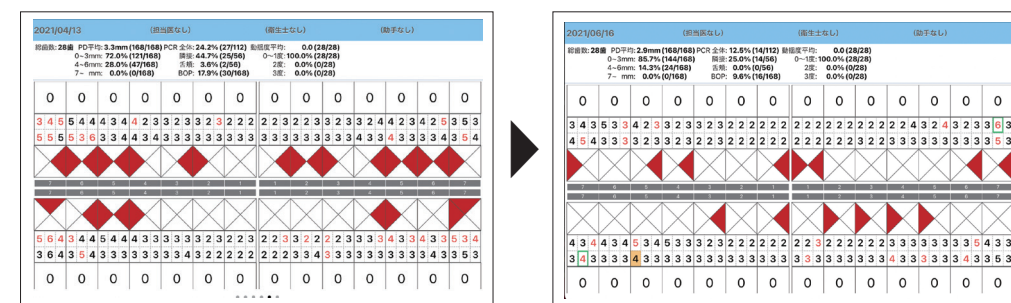
→第2章の2で述べたとおり、普段自分の行っているセルフケアがあっているかどうかは、患者さん自身ではわかりにくいものです。歯周組織も経時的に変化するため、セルフケアが口腔内に反映されていたら都度、お声がけしていきましょう。そうすることで、「今の磨き方であっているの?」という質問を患者さん自身がしてくるようになります。

▶ 予防（メインテナンス）が最大の治療

→メインテナンス受診は、体の健康のためにジムに通い、トレーニングすることと似ています。それにより「健康のためによくやっている!」と自分の肯定感が高まるのです。メインテナンスに通うことで、歯の喪失を防ぎ、「食べられる口・歯」を守ることができること、栄養をしっかりと口腔から摂取することが健康維持に繋がることをお伝えしましょう。「定期的にメインテナンスに通っている自分、偉いな!」と思ってもらえれば、メインテナンスは継続しやすくなります。

継続的来院を促すためにも、患者さんのセルフケアにより生じた良い方向への口腔の変化を伝えることが大事

2カ月間の患者さんの変化を比較



この変化を言葉にして伝える!

歯磨き頑張ってくださいですね!
その成果がお口に現れていますよ!
磨き残しも出血量も半分になりました!

