

チームで  
解決!  
クレーム対応

問題は改善のチャンス

小原啓子 Keiko OBARA  
デンタルタイアップ代表  
歯科衛生士

## 言ったださるうちが花

歯科医院内で日常的に起こっているドラマから、歯科医院の問題を考えてみましょう。問題を改善点としてとらえて、歯科医院の体制をみんなで作っていきます。できることは、日々の改善。

### ある歯科医院での出来事

6の根管充填処置を予定している患者さんが来院しました。

歯科衛生士は院長からX線撮影の準備をしておくように言われました。まずは根管充填が行われる前に、リーマーを入れた状態で撮影。院長は、でき上がったX線写真を確認すると、「診断で思っていたとおりの状態だ」と、さっそく根管充填に取りかかり、処置が終わった段階で、再度X線撮影を行い、その日の処置が終了しました。

いつもと同じスムーズな流れです。

しかし、患者さんは帰るときになって、受付につぶやきました。

「ここは何でレントゲンを何度も撮るのよ。意味がわからない」

少しご立腹です。



さて、患者さんは何に怒っているのでしょうか。もともと気難しい患者さんなのでしょうか？ それともクレームとして考えればよいのでしょうか。

### 国民生活動向調査

みなさんは「国民生活センター」をご存知ですか。国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うことを目的に設置されている、独立行政法人化された組織です。消費者からの相談の多い事柄や、社会問題となっている事象を特定テーマとして取り上げると同時に、消費者を取り巻く環境や、消費者意識の変化を捉えるために、毎年調査を実施しています。

現在一番新しいデータは、2007年8～9月に、政令指定都市及び東京23区に居住する主婦3,000人（有効1,729人）を対象とした「国民生活動向調査」です。ここで興味深いデータが報告されていますので、表1に紹介します。

### 悪い情報ほどよく伝わる

さて、5対10の法則を知っていますか。

よいことは5人の人に言いたくなるが、悪いことは10人の人に言いたくなるという法則です。つまり、情報は悪い内容ほど、広く伝わることを示しています。表1からもわかるように、消費者は少なからず商品・サービスに不満をもつことがあります。しかし、その不満を必ず言うわけではありません。

表① 国民生活動向調査におけるクレームについての内容(抜粋)  
(参考資料<sup>1)</sup>より引用改変)

●過去一年間で、商品・サービスに不満をもったり被害を受けたことがあった人	43.4%
●そのうち、その苦情をどこかに相談したり伝えたりした人	56.3%
●どうして苦情を相談したり伝えたりしたか(複数回答例)	
・「商品やサービスの欠陥を知らせる必要があるから」	55.7%
・「苦情を言うのが当然だから」	36.3%
・「代金が高かったから」	16.1%
・「被害が大きかったから」	13.5%
・「気軽に苦情が言えるところだったから」	11.1%
●苦情を相談したり伝えたりした結果(複数回答)	
・「納得のいくように処理された」	50.7%
・「納得のいかない処理であった」	36.0%
●苦情を相談したり伝えたりしなかった理由(複数回答)	
・「面倒だから」	38.1%
・「申し出てもうまい解決策があるとは思えないから」	31.3%
・「金額が少なかったから」	24.5%
・「どこに申し出てよいかわからないから」	20.1%
・「気まずい思いをしたくないから」	17.0%



そのため、直接苦情を言ってくださる患者さんは、歯科医院のことを思って言ってくださる“ありがたい存在”だと思います。クレームを把握することができれば、「あそこはきちんとした対応が迅速にできる歯科医院だ」という評価に変えられる可能性があるからです。

今回の「ある歯科医院の出来事」からは、X線写真を1日に2度撮影する必要性を患者さんに説明していないという問題点がうかがえます。X線撮影についてのクレームを聞いた受付が、「あの患者さん、X線のことで文句言って帰りましたよ」と、スタッフルームで愚痴を言うようではまた同じことを繰り返してしまいます。

### クレームへの対応例

患者さんにとって、クレームは面倒なことなのです。言ったら、“今後ちゃんとした治療を気持ちよくやってくれるだろうか”と、不安に思うこともあるでしょう。あるいは「この処置が終われば2度とここには来ないでおこう」と決心してクレームを言う患者さんも多いと思います。

今回のクレームの場合は、まず、「貴重なご意見ありがとうございます。しばらくお待ちください」と院長に報告します。そして、言葉が足りなかったことをお詫びし、説明しましょう。そして、スタッフ全員に情報を伝達し、ミーティング等で、患者さんの説明を誰がいつ、どこでどのように行うのかを話し合い、マニュアルに落とし込んでいきます。しっかりとした方向性がみえたら、次に患者さんが来院したときに、「前回のご指摘をいただきましたことで、私どもではレントゲン撮影の必要性と得られる情報の説明を、撮影前と撮影後に、担当者と院長からさせていただくことになりました。貴重なご意見ありがとうございます。今後よろしく願います」と、報告に合わせて感謝の言葉を添えます。

クレームを敏感に感じ取れる組織作りが、地域に認められる歯科医院への成長に繋がります。

#### 【参考資料】

- 1) 国民生活センター：第38回国民生活動向調査。2008。(http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20080109\_2.pdf)