

『カウンセリング【力】が医院の未来を創る』

～スタッフが動く仕組みを！カウンセリング【3UP】～



◇はじめに(もう成果の出ないカウンセリングはやめませんか?)

院長先生——もし今、
「説明の質で患者の反応が変わる」
「自費の提案が弱いせいで機会損失が出ている」
「スタッフ任せのカウンセリングが不安」

そんな感覚が1つでもあるなら、ぜひ読み進めてください。

なぜなら、その“わずかな違和感”こそが、
医院の成長を止めている最大のボトルネックだからです。

実際、成果を出している医院ほど、
カウンセリングを「個人の頑張り」ではなく、【**成果が出るしくみ**】として捉えています。

そして成功医院には共通点があります。
スタッフ全員が、
高いモチベーション・継続したスキルアップ・効果的なツール改善と活用する意識
を持っていることです。

逆に、この3つが揃っていないと、
どれだけ高額なツールを与えても行動は変わらず、患者数や自費率も伸び悩み
続けます。

カウンセリング【3UP】は、
この3つを“6ヶ月で仕組み化する”ことを目的とした唯一の“医院成長支援プログラム”
です。

この小冊子では、カウンセリング力強化の全体像と実践ポイントを記載しました。

もし今、物足りないと感じているなら、この小冊子が必ず“次の一手”になります。



(株)エムアンドエムパートナーズ
経営コンサルタント/成幸コーチ

村上 和人

第1章:なぜ今、歯科医院に“カウンセリング力”が必要なのか？

■ この章のポイント

- ◇患者ニーズは「治療技術」から「理解・納得」へ大きく変化している
- ◇カウンセリングは“自費を勧める行為”ではなく“信頼を生むコミュニケーション”
- ◇スタッフのカウンセリング力(説明品質+会話力)が、 医院成長を左右する

近年、患者の医院選びは大きく変わりつつあります。技術の差が見えづらくなった今、患者が求めているのは「自分を理解してくれる医院」「安心して相談できるスタッフ」です。

治療説明が不十分だったり、質問しづらい空気があるだけで、患者の不安は一気に高まります。

逆に、丁寧な説明と共感のある対話がある医院には、自然と信頼が集まります。

カウンセリングは“自費診療を勧める場”ではありません。

その本質は

「患者の不安を解消し、医院との信頼関係を築くこと」にあります。

この前提を共有できている医院ほど、自由診療は自然に選ばれ、継続的な増患にもつながります。

また、院長一人が説明を担う医院には成長の限界があります。

患者と接する時間が最も長いのはスタッフであり、彼らが「相談役」「橋渡し役」として機能することで、医院全体の説明品質が劇的に向上します。

スタッフの説明力が安定すると、患者の理解度・満足度は高まり、治療の選択やメンテナンス継続にも良い影響が生まれます。

つまり**カウンセリング力**は、今や“医院の成長力そのもの”。

スタッフ全員が同じ方向を向き、**カウンセリング力**のアップに取り組む医院ほど、獲得できる成果が安定して伸びていきます。



第2章：成果を生む医院は何が違うのか？【3UP】がカギになる理由

■ この章のポイント

- ◇“やれと言っただけではできない”のがカウンセリング
- ◇成果を出す医院は「モチベーション・スキル・ツール」を同時に強化(UP)している
- ◇【3UP】は医院成長(改善)を自走させる“成長の仕組み”である

「もっと自費の説明をして」「患者さんに提案して」と指示しても、スタッフが動かない・・・多くの医院が抱える悩みです。

しかしこれは当然で、スタッフには

- なぜ必要なのか(動機)
 - どう話すのか(スキル)
 - 何を使うのか(ツール)
- が揃っていないからです。

つまり自費率向上対策は、“やれと言っただけではできない”のです。

成果を出している医院は例外なく、この3つを同時に整えています。
それが【3UP】——

- ①モチベーションUP(動きたくなる理由づくり)
 - ②スキルUP(気づく力・伝える順序・対話力の習得)
 - ③ツールUP(自院に最適化かつバージョンアップしたカウンセリングツール)
- です。

この3つのうち、どれか1つでも欠けるとスタッフの行動は定着しません。

逆に、同時に底上げすると、スタッフが自発的に動き出し、医院全体のカウンセリング力(説明品質+会話力)が一気に高まります。

また、【3UP】研修プログラムでは、国家資格であるキャリアコンサル特別アドバイザーによる“個別面談”や“ツールカスタムサポート”が、自院だけでは難しい部分を補い、取り組みを継続させる役割を果たします。

これによって、モチベーションが維持され、スキルが定着し、ツールが使われ続ける状態が生まれます。

つまり【3UP】は、単なる研修ではなく「医院成長(改善)が自走する仕組み」をつくる成長支援プログラムです。



第3章：成果につながるカウンセリングの本質——3つの力とは？

■ この章のポイント

- ◇カウンセリング力の“核”は《気づく・わかりやすく伝える・話しやすさ》
- ◇患者理解が不足すると、どれだけ説明しても伝わらない
- ◇3つの力は“練習”と“仕組み”で誰でも伸ばせる

①気づく力(ホスピタリティ)は最重要

カウンセリングで最も成果に直結するのは、この「気づく力」です。

患者の表情の変化、理解の度合い、迷いのポイントなどを感じ取りながら話せる人ほど、患者に安心感を与え、信頼を得やすくなります。

逆に、表情を見ずに一方的に説明するだけのスタッフは、どれだけ知識があっても成果につながりません。

「気づく力」は天性ではなく、視点を学ぶことと、ロープレでのフィードバックによって、伸ばすことができます。

②わかりやすさ(論理力)は“順番”で決まる

話がうまい必要はありません。決して流暢に話すことも必要ありません。

大切なのは、「患者が頭に入りやすい順序で説明できるか」です。

この順序は“医院の型”として整備しておく必要があります。

例えば、

「今日の検査結果 → なぜ必要なのか → 選択肢 → メリット・デメリット」というように、誰が説明しても 同じ流れで伝えられることで、医院の説明品質は安定します。

③話しやすさ(対話力)は信頼を生む

患者が質問しにくい雰囲気は、それだけで満足度を下げます。

・相槌 ・表情 ・アイコンタクト ・温かいトーン など

これらの“非言語”で安心をつくり、患者が本音を話しやすい空気を作ることが、カウンセリングの質(対話力)を決めます。

◎まとめ

3つの力はどれも“才能”ではなく、“仕組みと練習”で必ず向上します。

次章では、この力を阻害する医院の落とし穴を整理します。



第4章：陥りがちな“カウンセリング・システム”の落とし穴

■ この章のポイント

- ◇カウンセリングは“個人”に任せるとたいてい失敗する
- ◇2人だけのロープレやツール渡しだけでは成長しない
- ◇システム(仕組み)不在が、成果獲得の不安定さを生む

●落とし穴1：スタッフ任せでバラバラ

医院では「何となくできているつもり」になりがちですが、蓋を開けると

・説明の順序が異なる

・重要ポイントが抜ける

・言い回しに差があり誤解が生まれる という状態がよく発生します。
⇒標準的な“型”がなければ、医院としての説明品質は安定しません。

●落とし穴2：練習の質が低い

「2人1組でのカウンセリング練習」は、実はあまり効果は期待できません。

※新人の研修などでは有効ですが、あくまでも練習の練習という感じでう。

正しいロープレは、「患者役・実施役・気づく役の3名以上」で行うべきです。

⇒第三者の気づきを共有するプロセスこそが、スキル向上の本質です。

弊社のクライアント医院では、カウンセリングロープレを実施する場合、全スタッフ5名であれば、患者役1名、実施約1名、残りの3名＋院長先生は全員が気づく役を担い、ロープレ後、全員が気づきを発言してもらいます。（「何もありません」はNG！）

●落とし穴3：ツールが形骸化している(バージョンアップしていない)

医院にはツールがあっても「使われていない」という問題が多いものです。

理由はシンプルで、“自院向けのカスタム”がされていないから。

⇒医院の診療方針、治療の特徴、Q&Aなどに合った形でなければ、スタッフは使いこなせません。

●落とし穴4：継続できない

一度は取り組むものの、数ヶ月で立ち消えになる…。

これは医院の“仕組み化”が不十分な証拠です。

⇒スキルは、学ぶ→練習する→改善する→習慣化のサイクルで定着します。

●まとめ

落とし穴の共通点は「属人化と継続不足」。

次章では、医院に必要な“正しいシステム構築の4ステップ”を紹介します。

第5章:正しいカウンセリングシステムの作り方(4ステップ)

■ この章のポイント

- ◇カウンセリングは「可視化→共有化→標準化→レベルUP(継続)」で完成する
- ◇誰が行っても同じ説明品質を維持できる“型”づくりが不可欠
- ◇ロープレの仕組み化(習慣化)が医院の成長速度(改善成果)を決める

STEP1:可視化(見える化)

まずは、・流れ(順序) ・使うツール ・言い回し ・注意点を明確に書き出すところから始まります。
⇒「経験のある人の頭の中」を取り出す作業とも言えます。

STEP2:共有化

可視化した内容をスタッフ全員が理解し、同じ共通言語で話せる状態を作ります。
⇒共有化の過程で“気づき”が生まれ、医院としての方針も整理されていきます。

STEP3:標準化

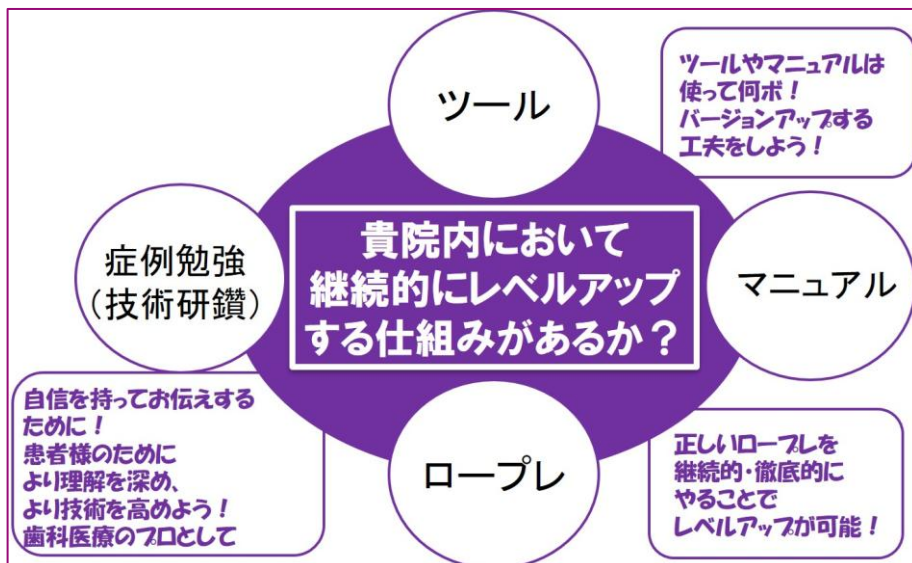
共有した内容を“医院の型”としてマニュアル化。
ここでいうマニュアルは「読むもの」ではなく、“現場で使えるツール”であることが重要です。
⇒この標準化が医院品質を安定させます。

STEP4:継続したレベルアップ(ロープレ・症例共有)

仕上げは練習の仕組み化(継続)。
<正しいロープレ> + <症例勉強> + <ツール改善>
を繰り返すことで、継続的に質が向上していきます。

◎まとめ

システムは“一度作って終わり”ではありません。
改善が循環する仕組み(習慣化)ができた医院ほど、成果が伸び続けます。



第6章:カウンセリング別の実践ポイント

■ この章のポイント

- ◇カウンセリングは主に「初診・セカンド・自費・メンテナンス」で目的が異なる
- ◇目的に応じて“話す内容と順序”を整えることで説明品質が安定する
- ◇この4つ一貫した流れとして設計することで、患者の理解と納得感が高まる

◇初診カウンセリング:不安解消と信頼形成が最優先

初診カウンセリングの役割は、来院した患者の不安を取り除き、医院への信頼の土台を作ることです。

最初に行うべきは、丁寧な挨拶と自己紹介。

そして「今日はどんなことをするのか」「カウンセリングの目的は何か」を説明し、患者が安心して話しやすい空気を整えます。

次に、医院の理念や診療方針、全体の治療の流れをわかりやすく提示します。

ここで“医院として何を大切にしているか”を伝えることが、患者の納得感につながります。

また、問診表に書ききれなかった“来院動機・不安・過去の歯科経験”を丁寧にヒアリングし、患者の背景を理解することも重要です。

さらに、予防の重要性や口腔内写真の意味、予約制の考え方など、医院が大切にしている価値観をシンプルに伝えます。

最後に院長からのメッセージを代読することで、“医院としての一貫した姿勢”を印象づけることができます。

<初診カウンセリングの基本的な流れ(サンプル)>

- ①挨拶・自己紹介
- ②導入(カウンセリングの目的、概要の説明)
(カウンセリングとは?何を話するのか?何のためにやるのか?)
- ③当院の診療方針・理念
- ④当院の診療の流れ
(全体⇒本日の流れ)
- ⑤問診表に記載されていない事項の確認・質問
※来院動機、紹介者との関係、歯科への不安、経験など
- ⑥予防の重要性の啓蒙と流れ
(④の診療の流れと合わせて話する場合もあり)
- ⑦その他啓蒙
※口腔内写真の重要性、カウンセリング・システム、予約制など
- ⑧院長からのメッセージ
(③とは別に初診患者さんへのメッセージを伝える:挨拶の代わり)
- ⑨質問・確認

※上記の流れを参考に自院のカウンセリングの流れをチェックしてみてください。

第6章:カウンセリング別の実践ポイント②

◇セカンドカウンセリング:治療方針の共有と納得感の形成

セカンドカウンセリングは、検査データを基に

「現在の状態」

「リスク(放置しておくとうどうなるか?)」

「治療方針」

の3つを共有し、患者に“納得できる判断”をしてもらう場です。

最初に、口腔内写真やレントゲンを使って現状を視覚的に説明します。

その後、虫歯・歯周病などのリスクを数値や画像で示し、患者自身に「放置するとどうなるか」を理解してもらうことが重要です。

次に、治療の流れ・期間・必要なステップを順序立てて示し、「どのように進んでいくのか」をイメージしてもらいます。

複数の選択肢がある場合は、それぞれのメリット・デメリットを公平に説明し、医院としての推奨する選択肢も明確に提示します。

最後に、患者の“理想の状態・予算・期間・審美へのこだわり”等を確認し、治療計画書を示しながら最終確認を行います。

セカンドカウンセリングの質が、治療の継続率や自費選択率を大きく左右します。

<セカンドカウンセリングの基本的な流れ(サンプル)>

①挨拶・労い・状況確認・導入トーク

②口腔内検査結果の説明

③治療方針及び治療計画の説明

(1)患者様の口腔内改善の当院(院長)方針

(2)口腔内リスクの説明

(3)治療の流れ、期間、ステップのご提案

(4)改善方法(選択肢)のご提案

④治療のに関する要望等のヒアリング

◇理想の状態 ◇予算 ◇治療期間 ◇審美性 ◇健康意識 等

⑤治療計画書の提示

⑥質問・確認

※上記の流れを参考に自院のカウンセリングの流れをチェックしてみてください。

第6章:カウンセリング別の実践ポイント③

◇自費カウンセリング:価値理解を促す“判断支援”

自費カウンセリングは“選ばせる(誘導する)ための説明”ではなく、“適切な判断を支援する場”です。

まず、自費治療の意味を明確にし、「健康上・審美上・将来リスク回避」等という価値視点で整理して伝えます。

次に、治療選択肢を比較する際は、素材や耐久性だけでなく、「なぜこの治療が患者に合っているのか」という“個別理由”を丁寧に提示します。

ここで医院独自のツール(デンタルカタログなど)が大きく役立ちます。視覚的に比較しやすくなることで、患者の理解が深まり、押し売り感のない説明が可能になります。

さらに、自費カウンセリングでは“聴く時間”を十分に確保することが“成功の鍵”です。患者の不安・迷い・期待を引き出し、それに応じた説明に切り替えることで、患者自身が納得して選択できる状態をつくれます。

最後に費用・期間・保証制度などを明確に伝え、安心して判断できる環境を整えます。

<自費カウンセリングの基本的な流れ(4K)>

第1のK:キャッチ(つかみ)

- ◎何を話しするのか → メニュー(選択肢)の情報提供、理解促進
- ◎なぜ話しをするのか → 患者様の意思決定のお手伝い。

第2のK:価値

- メリット、デメリット → 特徴と価値を伝える。
- 違い(選択肢の比較) → 比較表 等
- おすすめの理由(特徴) → ベストな選択肢の提案(患者様の価値観を踏まえて)
- 体験(仮想)談(患者目線) → 利用したらどうなるか

第3のK:価格

- 価格を説明するだけ(「高い」「安い」というのは言わない! 伝えない!)
- まったく違うものや違う視点で比較、説明してみる。
例:「ダイヤモンドの指輪ほどはしません」
「〇回飲みに行くのを我慢してみてもは?」

第4のK:確認(行動促進)

- ☆『何か不安なことはないですか?』
→ わからないことはないですか?はNG(患者様は、わからないことがわからない!)
- ☆『(十分お考えの上、)こちらの資料を参考に、〇〇さんが決めて下さい』
- ☆『〇〇さんには、△△が良いと思いますよ』

おまけのK(でも重要!):経済的制約条件の緩和

- カード、デンタルローン、分割払いの用意、説明

※上記の流れを参考に自院のカウンセリングの流れをチェックしてみてください。

第6章:カウンセリング別の実践ポイント④

◇メンテナンスカウンセリング:予防習慣の定着が目的

メンテナンスは「治療を終えた後の患者を守るステップ」であり、継続来院の鍵を握ります。

まずは前回の状態と比べた“改善点・要観察点”を確認し、患者が自分の変化を把握できるように伝えます。

そのうえで、再発リスクやセルフケアのポイントをわかりやすく説明し、なぜ定期検診が必要なのかを“理屈ではなく実感”として理解してもらいます。

次に、メンテナンスで行う内容(検査・クリーニング・リスクチェックなど)を説明し、来院間隔の目安(基本は1～3ヶ月)を提示します。

未来の良い口腔状態と一緒にイメージしてもらうことで、患者の主体性が高まり、継続率が向上します。

最後に次回の予約を必ず取り、“歯科に通い続けるハードル”を下げることも重要です。

＜メンテナンスカウンセリングの基本的な流れ(サンプル)＞

- ①ねざらい(治療終了の確認)※様子見の場合はその点も説明する
- ②術前・術後の状態を確認する
- ③定期健診の重要性を確認する。
- ④定期健診について(何をするか等)説明する
- ⑤基本的には、1～3ヶ月に1度の来院となることを伝える
- ⑥おわりに(今の口腔内の状態を維持することの再確認)
- ⑦質問・確認(次回予約を取るor受付で予約を取ることを促す)

※上記の流れを参考に自院のカウンセリングの流れをチェックしてみてください。

◇第6章のまとめ

4つのカウンセリングにはそれぞれ明確な目的があります。

初診＝安心、セカンド＝納得、自費＝判断支援、メンテナンス＝継続

この違いを理解し、ステップごとに“伝えるべき型”を整えることで、医院全体の説明品質が向上し、患者は安心して医院と長く関わるようになります。

第7章:カウンセリング【3UP】研修とは何か？

■ この章のポイント

- ◇モチベーションUP・スキルUP・ツールのバージョンUPを6ヶ月で体系的に実現
- ◇個別面談×ツールカスタム(活用支援)が最大の特徴
- ◇「医院成長【改善】への取り組みが自走する仕組み」をつくるプログラム

【3UP】研修は、「医院の成長システム」の根幹をつくるプログラムです。
本研修は、単なるセミナーではなく、
医院全体が継続的に成長する仕組みを作る6ヶ月間の実践プログラム です。

特徴①:スタッフのモチベーションUP

キャリアコンサルタントによる個別面談により、
〈やる気〉 〈自分の役割理解〉 〈改善のアイデア〉などが明確になり、
スタッフが主体的に動くようになります。

特徴②:カウンセリングスキルの体系的向上

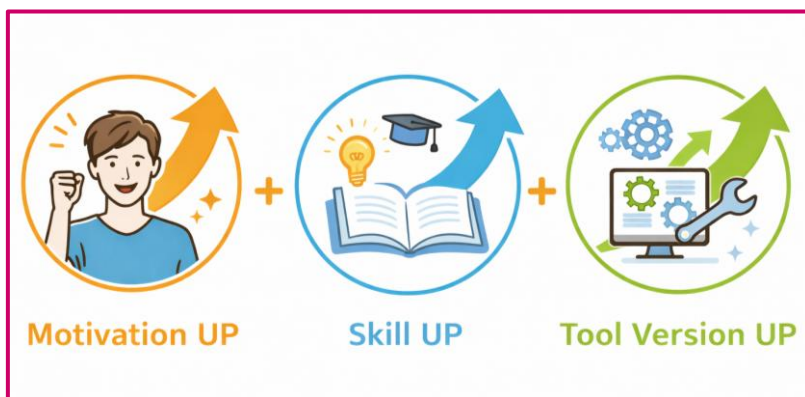
毎月の研修で、「気づく力」・「説明の順序」・「ロープレ」などを徹底的に習得します。
カウンセリングの「可視化⇒共有化⇒標準化」にも効率的に取り組んでいきます。

特徴③:ツールの“医院オリジナルにカスタム＋バージョンアップ”

自由診療説明ツール(デンタルカタログ等)を医院専用にカスタマイズ。
「使ってナンボ」を実現し、行動につながるツールに進化させます。

◎6ヶ月で医院が変わる

①導入 → ②基礎 → ③スキル → ④ノウハウ → ⑤ロープレ → ⑥習慣化(継続)
という流れで、**医院のカウンセリング力(説明品質＋対話力)**が飛躍的に向上します。



【最後に(まとめとして)】

ここまで読んでいただいた通り、
カウンセリング**力**は、自費率・来院継続率・患者満足度などなど・・・
医院の成果を根本から変える“成長エンジン”です。

そして、伸びる医院に共通しているのは、
モチベーションUP・スキルUP・ツールのバージョンUP
の3つを“仕組みとして整えている”という点でした。

逆に、この3つが欠けたままでは、どれだけ頑張っても現場は変わりません。
説明のバラつき、自費率の低さ、スタッフの迷い・・・。
すべてがそのまま続きます。

忘れないでください。

経営者(院長先生)が行動することでしか、医院は変わらない(成長できない)のです。

もし「うちも変わりたい(スタッフに変わってほしい)」と感じたなら、
「行動に移す時！」です。

この小冊子の読者限定のご案内です。

6月21日に札幌市内で開催予定のスペシャルコラボセミナー
「カウンセリング**【力】**アップセミナー」に特別割引価格でご招待します。

※ご優待(割引適用)キーワードは、**【collabo】**です。

歯科支援現場に経験豊富なキャリアコンサルタントや歯科技工士の方々を特別講師と
してお迎えする他では絶対に聞くことのできない機会です。

院長先生(医院経営者)向けのセミナーですが、院長先生と一緒にカウンセリングを担う
スタッフの参加もおススメです。(※当セミナーはスタッフだけの参加は認められません)

6月21日(日)札幌市内にて開催！
貴院の明るい未来を創るための
カウンセリング**【力】**アップセミナー



<https://www.mandm-coaching.jp/csp-seminar2606> ⇒ ⇒ ⇒

※セミナー詳細や参加申込がWEBから！ご優待(割引適用)キーワードを忘れずに！

迷う時間を、変化の一步に。院長先生の決断が、医院の未来を大きく動かします。

今すぐ、このチャンスを活かしてください。

【本資料執筆責任者】

株式会社M&M PARTNERS 代表取締役
経営コンサルタント/成幸コーチ

村上 和人

〒060-0061

北海道札幌市中央区南1条西16丁目1番地323 春野ビル3F

TEL:011-558-0656 FAX:011-351-1866

E-mail:mandm.part.2025@gmail.com

WEB:<https://www.mandm-coaching.jp>