

第1回 患者はココを見ている!

信頼・安心を獲得するための視点



株式会社マザーリーフ 代表取締役 榊原陽子

コロナ禍において、受診控え等の影響により患者数を大きく落としているクリニックは少なくありません。しかし、こうした状況でも、患者数を減らしていない、もしくは以前よりも増えているところもあります。そうしたクリニックの特徴とはどのようなものなのでしょう。弊社では、全国の元客室乗務員のネットワークにより、クリニックに特化した覆面調査を実施しております。その事例も紹介しながら、今号から2回にわたり、印象をよくするためのポイントを解説します。

1. クリニックにとって印象が大切なのはなぜか?

クリニックにとって印象が大切であるということに、異論はないと思います。しかし、どれくらい大切なのかは、あまり知られていないように感じます。

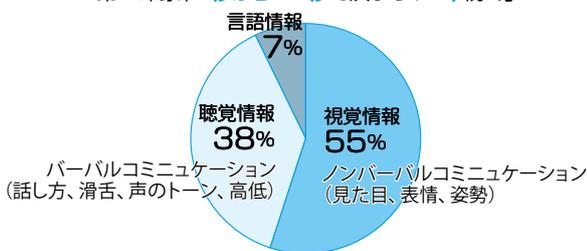
実は、第一印象は6秒から30秒程度の短い時間で決定し、それがなんと3年ほど続くという研究結果があります。また、その第一印象を決定する要素は、見た目が55%、話し方が38%、医療知識や技術などについては、残りの7%にしかすぎないといえます。

つまり、患者さんはクリニックに入った時に、目に入る受付スタッフの表情や身だしなみ、清掃の状況を見て、感じがよいどうかを判断するということです。診察室に入ったときも同様です。医師や看護師の表情や立ち居振る舞いを見て、「信頼できるのかどうか」を「印象」をもとに判断してしまうものなのです。

好意の統計（第一印象を決定する要素）

メラビアンの法則

第一印象「6秒から30秒で決まり、3年続く」



2. 好印象をつくるポイント

ここからは印象をよくするための具体的な方法を解説します。

(1) マスク着用時は「目」を意識

マスクを着用していると、表情がよくわからないの

で、意識しないと無表情で怖く見えてしまうことがあります。マスク着用中も印象をよくするためのポイントは、「目」が笑っていることです。頬の筋肉を上げて「目」が笑っていることを確認しましょう。なお、前髪が長く、目にかかっていると、ほとんど表情がわからなくなってしまいますので注意が必要です。

(2) 身だしなみで大事なものは「清潔感」

医療現場における身だしなみのポイントは「清潔感」です。清潔であればよいわけではなく、「清潔感」があるということが重要です。たとえば、洗濯をしたユニフォームを着ていてもしわだらけだったり、毎日洗髪をしていても寝ぐせやおくれ毛があったりすると、清潔感はありません。

スカンジナビア航空をV字回復させたとして有名なヤン・カールソン氏は、「飛行機に乗った時テーブルが汚れているのを見て、テーブルをキレイにしない会社はエンジンの点検も手を抜いているのではないかとお客様は連想するものだ」(『真実の瞬間—SAS(スカンジナビア航空)のサービス戦略はなぜ成功したか』ダイヤモンド社、1990年)と指摘し、顧客接点を徹底的に磨き上げたことは有名です。

医療機関においても、患者さんは同じように感じるものです。衛生管理が行き届いていない、だらしないと思われる可能性があるのは次のようなことです。十分注意しましょう。

- 髪を何度もかき上げる
- 無精ひげが生えている
- 白い靴がグレーに変色している
- 袖口が黒い
- 派手なネイルやアクセサリ
- 明るすぎる髪の色
- 根本が黒くなったカラーリングされた髪
- 毛先が痛んで金髪になっている など

(3) まずは挨拶を

覆面調査に入ったあるクリニックでは、受付スタッフからまったく挨拶がありませんでした。しばらく受付の前で立って待っていたのですが、他の対応などに追われ、こちらをまったく見てくれません。しばらく経ってから、「あの・・・初診なんです」と声をかけて初めてこちらを見たのですが、そっけなく「保険証をお願いします」と言われました。「お待たせしました」や「こんにちは」という挨拶もありませんでした。

このような事例を紹介すると「それはひどい」「驚きの事例です」という感想があがりますが、私が覆面調査を実施したクリニックでは、こうした状況は80%以上のクリニックで発生しています。患者さんが初診でこのような体験をすると、印象はとて悪くなります。人はよい情報よりも悪い情報のほうを10倍多くの人に伝えるという研究結果もあります。悪い噂は広がりやすいので注意しましょう。

(4) 「アイコンタクト」を忘れずに

立ち居振る舞いで一番気になるのは、「アイコンタクトがない」ことです。受付で患者の顔を見ることなく、パソコン画面や問診票だけを見ながら患者さんと話している様子はよく見かけます。また、ある皮膚科クリニックでは、医師がずっとパソコン画面だけを見て、一度もこちらを見ずに診察が終わったこともあります。「アイコンタクトがない」と自分のことを大切にしてもらっていないと感じるだけでなく、冷たい印象を与えてしまいます。

立ち居振る舞いでは、次のようなことにも注意が必要です。待ち時間が長いと、患者さんはスタッフの様子を観察していることもあるので注意しましょう。

- 猫背になっている（自信がなさそうに見える）
- 貧乏ゆすりをしている（落ち着きがない印象）
- 足を組む、腕を組む（横柄な人柄に見える）

(5) 衛生管理・清掃にも気を抜かない

クリニックで手指消毒用のアルコールを設置していないところはありませんが、どこに設置されているのかわからないというパターンがありました。このような場合、患者さんが気づかないままだと「衛生管理が甘い」という印象を持たれてしまいます。

他にも、自動タイプと手動タイプの両方が設置されていたクリニックでは、自動のほうに故障していて動

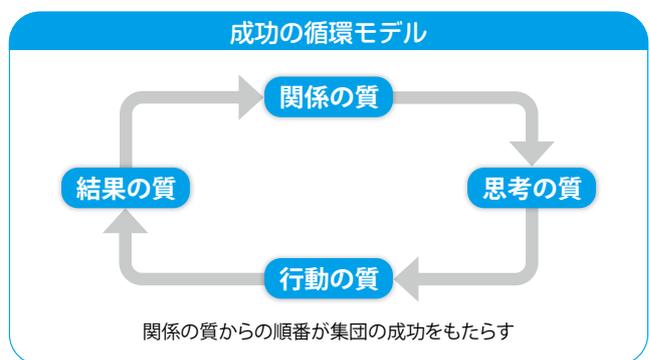
かないということもありました。手動のほうで消毒はできるので、衛生面に問題はないのですが、動かないものに気づかず放置していると見られ、クリニックのあり方に疑問を持たれる可能性があります。

清掃については、特に手洗いに関して意識を高めしておくことが重要です。手洗いが汚れていたり、ペーパーが不足していたりすると不快ですし、不潔な印象を持つこともあります。そうした印象は医療機関にとってダメージが大きいと考えることが賢明です。

3. 印象のよいクリニックの共通点

覆面調査においては、60点以上のクリニックは印象がよい方だと感じています。その共通点は「笑顔」と「心遣い」のポイントが高いことです。「笑顔」と「心遣い」のポイントが高いクリニックでは、スタッフ同士の関係もよく、和気あいあいとしており、医師とのコミュニケーションも良好です。このようなクリニックで、覆面調査を実施しフィードバック研修を行うと、スポンジのように知識、技術を吸収し、2回目の覆面調査の時には驚くほど磨きがかかるのです。

印象は、特別な技術がなくても気持ちさえあればすぐに改善できます。マサチューセッツ工科大学教授のダニエル・キム氏は、成功の循環モデルとして下図のモデルを示しています。組織に成果をもたらすためには、まず「関係の質」の向上からスタートするというものです。



接遇という、患者さんと医師・スタッフの関係をよくすることだけに目が行きがちですが、それ以前に、スタッフ同士、医師とスタッフ、看護師と受付スタッフなど、組織内の人間同士の関係の質を上げることが重要というわけです。遠回りに感じるかもしれませんが、まずはそこから取り組み、接遇力向上につなげましょう。