

誰も教えてくれなかった

患者さんの心をつかむ

# デンタル コミュニケーションメソッド

杉岡英明・熊倉百音子 著

A5判／72頁／2色刷 定価(本体2,400円+税)  
ISBN 978-4-263-44475-7



患者さんとのコミュニケーションのとりかたにお悩み中の歯科医師、必読!

短期間にかつ効果的にコミュニケーションスキルを身につけるための本

本書では、セミナー形式で

- ☑ コミュニケーションギャップを防ぐ方法や良好な信頼関係を築くために必要な方法(代表システム、メタモデルの質問)、そしてラポール形成の実践方法をわかりやすく解説。
- ☑ 歯科臨床の場ですぐに活かせるよう、歯科医院での筆者の過去の事例を取りあげて解説。
- ☑ 臨床経験を積んだ歯科医師には、ご自身のコミュニケーション方法をより客観的・理論的に理解することで、「何がうまくいっているのか」を知り、再現性を高めることができます。
- ☑ 臨床経験が浅い歯科医師には、短期間に、そして効果的にコミュニケーションの方法論を手に入れることができます。



「伝えているのに、伝わらないのはなぜ?」の理由がわかります

“健康プロモーター”としての  
歯科医師を目指すには、  
コミュニケーションスキルが必須です。

3. 人を発想するとき……が気になる。

A. 外見、着ている服  
B. 話の語り方  
C. 動きやエネルギー

4. 何かを望むときもっとも学びやすいのは……

A. デモンストレーションを見る  
B. 言葉で説明を聞く  
C. 自分で体験して感触をつかむ

5. 初めての場で目的意識を探るとき……

A. 地図を見る  
B. 地図を指差す  
C. 地図を使って歩く

6. 楽しかった出来事を思い出すのは……

A. 場面をみる  
B. 言葉や声から  
C. ワクワクした感覚から

7. 人を思い出すとき……

A. 姿・顔の映像  
B. 名前  
C. 印象、感覚

Aの回答が多かった人→V (視覚) タイプ  
Bの回答が多かった人→A (聴覚) タイプ  
Cの回答が多かった人→K (体感覚) タイプ

【V・A・K】の違いは、言葉の使い方や姿勢の採り方、あるいは会話のテンポや話す内容のパターンなどからも、それぞれに特徴をみることができます。

視覚 (Visual)	聴覚 (Auditory)	体感覚 (Kinesthetic)	その他
見える、思い浮かぶイメージする	聞こえる、感じる	感じる、味わう、触れる	触を覚ながら話すので、聞き手がよく聞ける ・色やデザインを重視する
左右が不均衡、デザインがジャンプ	聞きかた、リズムやテンポが大事	めくめく話す、唇の動きは声に落ちる	
			・身体を使って表現する

まずは自分がどの代表システムを優位に使っているかを知りましょう。そして、周囲の人も観察してあることで、自分と似ている点、違っている点に気がついてくるでしょう。

代表システムの違いは歯科医師に活かす

代表システムは、実際の臨床の場において、歯科医師が患者さんに症状の説明をするときに、患者さんの「わかった感」を高めるのに非常に有効です。

【事例】  
視覚 (V) 優位の患者さんの場合  
※お話しして唇を振るる場合  
「今日は柱を立てましたが、唇がつかない状態なので説明は唇を振って見よう」  
注「唇振」などの建築関係のことばを使ってイメージできる表

読み進むにつれて理解が深まるような構成

患者さんの「わかった」感  
は深まり、満足度も上がり、  
行動も変わります!

ビジョンを共有する一時的・継続的受診のために  
「問診から目標へ」「過去から未来へ」へ意識を変える

歯の治療で通っている患者さんが治療を終えたと、メンテナンスに興味がありそうなと思われる患者さんには、次のような問いかけをします。

「今後はどうしていきたいですか?」  
「5年後、10年後、今のきれいな歯の状態を維持できたとしたら、どうですか?」

治療という問題解決のあとに患者さんの「目標・やりたい姿」を思い描いていきます。  
「As if ~? もし~できたとしたら?」  
患者さんの意識を変え、未来のイメージをふくらませるマジックワードです。  
実際には経験がなくても、未来のよい状態を疑似体験することで、患者さんは意識的に変わります。手に入らなかったような未来が待っているとい

## ・ CONTENTS ・

### Method-1

#### なぜ歯科医院にこそコミュニケーションなのか？

コミュニケーションは言葉や思いのキャッチボール  
 コミュニケーションは言語だけではない  
 歯科医療の「ニーズ」と「ウォンツ」  
 患者さんがあなたの歯科医院に来院している理由  
 人が心を開く瞬間

### Method-2

#### コミュニケーションギャップが起こるとき ～脳の使い方の3つの違い

伝えているのに、伝わらないのはなぜ？  
 夏休みの思い出～頭に浮かぶのは？  
 私たちは五感を使って認知している  
 V・A・Kの違いはコミュニケーションパターンの違い  
 代表システムの違いを歯科医療に活かす  
 事例 視覚（V）優位の患者さんの場合  
 聴覚（A）優位の患者さんの場合  
 体感覚（K）優位の患者さんの場合

### Method-3

#### メタモデルの質問

#### ～言葉によるコミュニケーションの不完全さを補う質問

質問はわかりあうための大事なプロセス  
 地図と実際の土地の違い  
 ほどよい「省略」がわかりやすさにつながる  
 見やすさのための「歪曲」  
 誰にでも起こる「脳内アレンジ」  
 メタモデルは言葉のコミュニケーションの不完全さを補う  
 歯科医療の現場ではこう使う  
 省略／歪曲／一般化  
 メタモデルの質問をするときには配慮をもって

### Method-4

#### 信頼関係の築き方 ～ラポールが患者さんの心を開く

人が五感で感じとるもの  
 コミュニケーションはラポールに始まりラポールに終わる  
 患者さんが医療従事者に安心・安全を感じやすい距離・位置・姿勢  
 椅子に座ったときの姿勢  
 患者さんの非言語の情報を観察する  
 ラポールのスキルを実践してみましょう  
 言語情報で合わせる ～①話の内容を合わせる  
 言語情報で合わせる ～②バックトラッキングで合わせる  
 非言語情報で合わせる ～①ミラーリングで合わせる  
 非言語情報で合わせる ～②話し方を合わせる  
 コミュニケーションはまず受けとる  
 できていることに注目し、認める  
 褒めるポイントはどこにでもある  
 患者さんへの伝え方  
 さらなるラポールのために  
 ビジョンを共有する ～持続的・継続的受診のために

### Interview

#### 歯科のミライを語る！

#### ラポール ～“2025年問題”への架け橋



## 医歯薬出版 ご注文承り書

患者さんの心をつかむ デンタルコミュニケーションメソッド

( ) 冊

●納入店ご指定希望

※納入店のご指定の場合  
 手数料はかかりません

●直送希望

2つの方法から  
 お選びください

①  代引 450円

②  後払い400円\*

※②の後払いの請求書は  
 (株)ネットプロテクションズ  
 から別送となります。

●お名前

●ご住所 (〒 - )

●TEL :

★必要事項をご記入の上、FAX.03-5395-7633にご送信ください。★弊社ホームページ<http://www.ishiyaku.co.jp/>からもお申し込みいただけます。

医歯薬出版株式会社 〒113-8612 東京都文京区本駒込 1-7-10 TEL : 03-5395-7630