

印刷とITの有効利用を考えるアイデア情報誌

No.56

APRIL 2006

アイデアウイルス

# Idea Virus

IDEA



IRUS

## Contents

- |   |     |
|---|-----|
| 商売繁盛の秘訣<br>「食べられないところ」が<br>商品価値を大きく左右する」第6回<br>捨てる時のことを<br>考えながら買い物をする                                | p.1 |
| 実力店の突撃取材<br>「洋服バカ」を自認するオーナーが<br>顧客のスタイリスト役に徹する人気店<br>「ミニズ - 」(東京・大田区)                                 | p.3 |
| 当世出版ビジネス事情<br>雑誌とコンシューマ商品が合体!<br>世界初のオン・プロダクト・パブリッシング誌<br>「iLoveマガジン」                                 | p.5 |
| 主婦マーケティング<br>売場と主婦の恋愛関係《シリーズ第二十六回》<br>消費現場の95%に主婦がいる!<br>歯科(歯医者)の利用についての主婦の本音:<br>主婦の7割近くが歯医者に不満経験あり! | p.7 |

## 売場と主婦の恋愛関係

主婦マーケティングとは市場(女)と企業(男)のロマンである。このコーナーでは、毎回当社が集めた主婦データをもとに様々な消費者のシーンや生活者のホンネを読み取り、売場と主婦の恋愛関係を探る。

《シリーズ 第二十六回》

消費現場の95%に主婦がいる！  
 歯科(歯医者)の利用についての主婦の本音：  
 主婦の7割近くが歯医者に不満経験あり！

主婦データ  
 歯科の利用について  
 サンプル数:336名  
 実施日:2003.12.9~12.11

### 主婦の口コミは歯医者の生き死に関わる

全国の主婦に歯科(歯医者)利用についてアンケートを実施した。まず、主婦自身とその子供について行きつけの歯科を決めているかどうかを聞いたところ、「決まっている/68%」「ほぼ決まっているが、たまに変える/19%」「決まっていない/13%」の結果となった。

また、歯科を選ぶときの基準を聞いたところ「自宅や職場からの距離(通いやすさ)/270」のポイントがいちばん高かった。ま、これは主婦の暮らし上、当然のこと。近くの歯医者がない歯医者だったら言うことなし。

次いでポイントが高いのが「クチコミ(知人・近所の評判)/196」。主婦のご近所同士の口コミは重要ポイント、良くも悪くも大きな影響を与える。

とくに医者や幼稚園、学校などは、選び間違えるとエライことになる。主婦はよく隣近所、学校仲間の主婦たちに事前に「どこがいい?」「どこに行ってる?」と聞くことは茶飯事だ。もしあまり考えないで近所だからと飛び込んだ病院の対応が悪かったり、医者のタチや人格、見てくれなどが主婦ウケしなかったり、その主婦個人の好みに合わなかったりしようものなら「ひどいのよーあそこ」「聞いてよ聞いてよその医者こう言ったのよお」「私も二度と行かないわ、あんたも行かない方がいいわ!」などと周りに話す。

次にポイントの高い「(日・祝日の診療や夜間診療が有るなど)診療日・診療時間」と「設備イメージ(建物の外観や診療機材)」もはずせない。

日曜・祝日でも診てくれる安心感は子供のいる主婦にとって実にありがたい。今や半数を越える働く主婦にとっては、自分のみならず子供のこともあり、夜間診療が利用できるできないで、勤め先の変更だって考えざるを得ないのが現実だ。

歯科の外観やイメージもはずせない。他の商売、業界と比べれば、病院や医院はまだまだ商売上の努力が足りない業界だが、それでも歯科は内科や外科など他の医院に比べ、外観やサイン(看板)、病院名など外向けのビジュアル戦略がいくらか進んでいる。

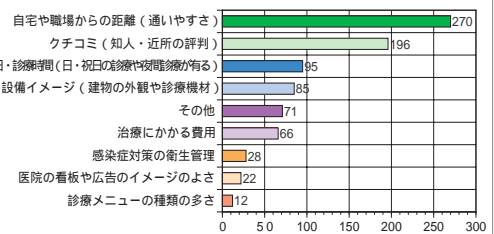
「なかよし歯科」「ほのぼの矯正」などといったネーミングでかわいいキャラクターが描かれていれば、患者(潜在ユーザー)はその看板を診ただけで子供にやさしそうと感じたり、矯正専門の歯医者さんなんだと理解する。

看板に「審美」「Dental Beauty Clinic」と書いてあれば、歯並びを良くしてくれたり、歯を白くしてくれたり……ま、そういうことをしてくれるんだろうとイメージできる。歯科の技術やサービス内容もどんどん専門特化する中、外観や設備などを含めた主婦に好感度を与えるイメージ戦略も重要課題だ。

その他の内訳

- ・医師の技術
- ・予約診療できるところ、待ち時間が無いこと
- ・女性の医師かどうか
- ・歯科医師や歯科助手の態度
- ・先生の人柄、相性
- ・専門分野
- ・先生が治療に対しわかりやすく説明してくれる
- ・自分にあった麻酔がおいであるか
- ・子供の扱い方がよいか、など

Q:あなたやお子さんの歯科を選ぶ時の基準は?



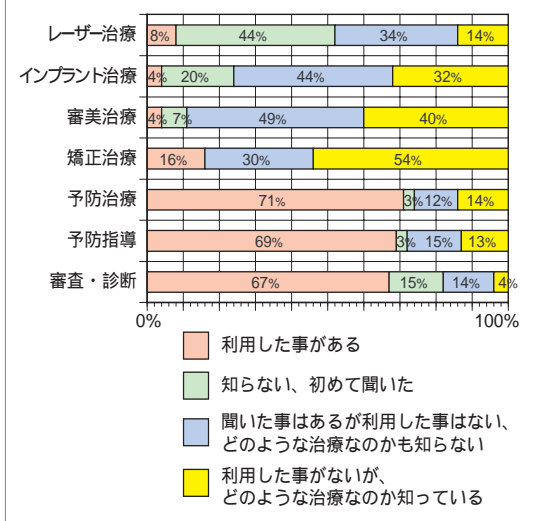
診療サービスっていろいろあるのね...

主婦たちに歯科の診療サービスの認知度と利用率を聞いてみた。

歯科の診療サービスも様々あるが、審美治療、インプラント、レーザー治療についてはまだまだ認知度が低い。しかし、利用してみたいかどうかを聞いた結果をみ

ると、審美治療、レーザー治療については利用してみたいと答える主婦が多く、興味関心と期待度が高いことがわかる。これは歯並びや歯の白さを美容の観点から捉えているからだ。欧米で歯並びが美人の条件、という認識が日本でも確実に定着している。

Q:あなたは診療サービスを利用した事がありますか？



### 不満に思ったら二度と行かない!!

7割以上の主婦が歯医者を利用して嫌と思ったり、不満に思ったことがある。そのときの主婦の対応は、「予約を入れても二度と行かない」「さっさと他の歯医者へ替える」である。相手がお医者さんだと言うこともあり、不満をはっきりと口に出して言いにくいのだ。

医者側の側にも、もともと患者(主婦)の言うことなんかいちいち聞いてられるか的な姿勢や立場もある。その結果、評判や技術、サービス業として質の高い歯医者には人があふれ、そうでない歯医者にはリピーターが定着せず、二極化が顕著になっているはずだ。医者、病院もサービス業と言われて久しいが、いちばんの課題はユーザーの声を聞き、コミュニケーションを図る仕組みがないことだ。

主婦の自由記入から

Q:歯科の診療サービスを利用して嫌に思ったこと、不満に思ったことはありますか？

- ・差し歯をしてもらったが見栄えが悪く、結局審美歯科で直してもらった。高かった。
- ・保険点数の基準がわからない。
- ・通院時間を短くしてほしい。
- ・歯科医や受付の人の対応はよかったが、医療技術

は上手ではないような気がした。親知らずを抜いた後を縫ったのだが、縫い糸が抜けてしまった。

- ・歯科医は看板に小児歯科と書いてあったけど、怖くて言葉のきつい感じのする先生で子どもがキライの様子。こんな歯科には二度と行きません。
- ・治療中に医師が知り合いと話をしていて、治療に集中して欲しいので看護婦さんに言ったところ、「話をしているくらいで治療をおろそかにしたりしません」といわれ、二度と行かなかった。
- ・痛む歯以外に虫歯があるね、と云われたのに、具体的にどの歯が虫歯か知らせてくれず、何もしてくれなかった。
- ・やたらに抜くのが好きな先生にあたってしまい、抵抗する事もできないまま、抜かれた。その後「アイスクリームは2時間くらい食べないでね」と言われました。大人がそんなにアイスクリームを食べますか？
- ・ゴム手袋をしているのはいいが、床の電源コードを触った手をちょっと消毒液つけたくらいで、私の口につつまないで欲しい。気持ち悪かった。せめて手袋を換えて欲しい。
- ・「痛いかったら言ってくださいね?」と始まる前はやさしかったのに、治療が始まると「我慢してくださいね?」に変わった。あと、あらかじめ説明していたのに、顎関節症で口が大きく開かないことに文句をいわれた。プロなら理解して欲しい。
- ・奥歯を治療したとき、悪化していたので「何回か通院してもらいます」とは言われたが、治療内容や選択肢を説明してもらえないまま大掛かりな治療。別の歯科にかかった時、「ここまでする必要なかったのに」といわれてしまった。
- ・助手の人によりますが、パキウムを強く口の中に入れられて、気分が悪くなったことがある。 Ⅳ

《まとめ》

主婦の口コミは歯医者選びの重要基準。良くも悪くも大きな影響を与える。

矯正、審美など「美容」の観点からの診療サービスに期待大のビジネスチャンス。

ユーザー(患者)とどうコミュニケーションを図るかが歯科医院の課題。

香川いくみ

(株)CBTカプトプレートラスト代表取締役社長)

参照サイト

データ引用: 主婦データワークショップ

<http://soho-bank.ne.jp/workshop/>

(株)CBTカプトプレートラスト <http://www.caput.co.jp/>