当院における患者の歯科に対する意識調査

池田育代, 貞光謙一郎^{*1}, 綾田知子, 星山正美, 片芝菜穂子, 山本賢彦

A Questionnaire Survey in Dentistry of Patients in Our Clinic

Ikuyo Ikeda, Kenichirou Sadamitsu^{*1}, Tomoko Ayata, Masami Hoshiyama, Naoko Katashiba, Yoshihiko Yamamoto

In order to offer better medical services and enrich people's lives, those employed in medical services need to consider not just technical aspects but also how to offer customer-friendly services. Therefore, to gain a better understanding of patients' view, we have conducted a questionnaire-based survey of 80 patients in our clinic.

The survey showed that although patients take great interest in dental services, they have insufficient experience of oral health education; therefore we examined the results with this in mind.

よりよい医療を提供し人々の暮らしを豊かにしていくためには、医療従事者の技術の研鑽だけでなく、患者側の納得のうえで双方が満足のいく医療を実現していく必要がある。そこで今回われわれは、当医院で実際に歯科医療サービスを受けた患者 80 名を対象に、歯科医療、歯科医院に対するアンケート調査を実施した。

その結果、患者側の歯科医療に対する関心度の高さととは反対に日々の生活に浸透していない口腔衛生教育の現状を当医院での背景として把握したうえで検討を行った。

Key words : アンケート調査 A Questionnaire Survey, 予防歯科 Preventive Dentistry, ブラッシング Brushing

奈良県奈良市勤務

^{*1} 奈良県奈良市開業

図1 口腔内の関心度について。

図2 一日のブラッシングの回数について。

図3 1回のブラッシング時間について。

図4 ブラッシング時の利き手について。

図5 磨き始めの部位について。

図6 歯ブラシの選択基準について。

緒言

近年、日本では医療施設が乱立し、患者側が医療を選ぶ時代へと変化を遂げている。われわれ医療従事者は、技術の研鑽だけでなく、どのような形で医療を提供し、どのように経営すれば、患者側の納得のうえで双方が満足 of いく医療を確立できるのかを考えなければならない。しかしながら、患者が歯科医療をどのように考え、望んでいるのかを完全に理解することは難しい。そこで今回、われわれは当医院で実際に歯科医療サービスを受けた患者を対象に、歯科医院に対する要望および歯科予防、患者の歯科に対する意識や知識を把握するため、アンケート調査を実施した。その結果、若干の知見を得たので報告する。

方法

被験者は、平成15年1月6日から平成15年2月20日までに当医院を受診した15歳から86歳の男性25名、女性55名の合計80名を無作為に抽出し、アンケートの主旨を説明したうえで協力が得られた患者を対象とした。アンケートは自己記入式の質問票を作成し、対象者に配布、回収後解答を分析した。

質問内容は無記名で、年齢・職業の基本事項に加え、「ブラッシングについて」と「歯科医院について」の2つ

の内容を詳細に設問した。口腔内の関心・ブラッシング状況・歯ブラシ・歯磨剤・清掃補助用具に関する事項・キシリトール製品の使用の有無、当歯科医院までの交通手段・所要時間・選んだ理由・待ち時間の満足度・治療について・医院の清掃状態・スタッフの対応について、また歯科医院を選ぶ基準・簡単な歯に対する知識などを問う質問を設けた。

結果

アンケートの回収率は100%で、内訳は男性31.3%、女性68.7%で、平均年齢は44.9歳であった。職種構成については主婦層がもっとも多く41.6%、ついで会社員の27%であった。また、患者自身の口腔内への関心について質問したところ、関心のある人が94%と高い割合を示した(図1)。

ブラッシングについての設問内容と結果を以下に示す。1日のブラッシングの回数は、1日2回が58.7%ともっとも多く、次いで3回の26.7%であった(図2)。1回のブラッシングにかかる時間は3～5分という人が74%と最も多いが、早い人では1分以内というものが16%もいた(図3)。ブラッシング時の利き手については、右手92%、左手8%であり、どこから磨き始めるかについては、左下53.5%、左上23.9%の順で多く、利き手が右手という人が92%を占めることから、右利きの人は左下からブ

図7 歯磨剤の選択基準について。

図8 1回の歯磨剤の量について。

図9 歯ブラシを買い換える目安について。

図10 歯ブラシを買い換える期間について。

図11 歯間ブラシの使用度について。

図12 フロスの使用度について。

図13 手用歯ブラシ以外の歯ブラシの使用について。

図14 手用歯ブラシ以外の認知度について。

図15 キシリトール製品について。

ラシを当てるアプローチが多いことが示唆された(図4, 5)。

どんな歯ブラシを使用しているかの設問には、電動歯ブラシ・システム・GUM・やまざりカット・PCクリニカ・リーチ・ソニックア・DOクリア・豚毛など、市販されている歯ブラシの種類の多さを裏付ける結果となった。また同様に、どんな歯磨剤を使用しているかの設問には、クリアクリーン・デンター・GUM・ライオン・アパガード・塩入り・アクアフレッシュ・PCクリニカ・ホワイト&ホワイト・アセスなど、こちらも数十種類の製品が挙げられた。

歯ブラシを選ぶ基準については、「デザインで選ぶ」が42.6%で、歯磨剤を選ぶ基準は「宣伝で選ぶ」が53%で

あった(図6, 7)。しかし、歯ブラシも歯磨剤も使用しているものに統一性はなく、「何を使ったらよいかわからない」と言う人が多いようである。また歯磨剤については、「宣伝を見て選ぶ」というのが多く、宣伝の重要さが伺える。歯磨剤を付ける量は、「歯ブラシの半分以上つける」人が52%と多く、次いで「歯ブラシ全面につける」が26%、つけない人は0%であった(図8)。さらに歯ブラシを換える目安については、換えないという人は一人もおらず、「毛先が開いたら換える」という人がほとんどで、そのなかでも「毛先が少しでも開いたら換える」という意見が70%と最も多かった。歯ブラシを換える期間は過半数以上の50.8%の人が1ヶ月以内に歯ブラシを交換する結果となった(図9, 10)。歯間ブラシの使用度について

図 16 待ち時間について。

図 17 清掃状態について。

図 18 スタッフについて。

ては、全体の 52.3 % と半数以上の人が高間ブラシを使用していた(図 11)。フロスの使用度については、歯間ブラシに比べてフロスの使用は 21.1 % と低かった(図 12)。手用ブラシ以外の歯ブラシを使用している人は、21.6 % であった(図 13)。手用ブラシの歯ブラシで知っているものについては、電動歯ブラシが 82.6 % と高い認知度を示した(図 14)。キシリトール製品を使用している人は全体の 58.2 % であり、もっとも多いのはガムの 38 % で、歯磨剤は 14.2 % であった(図 15)。

続いて、歯科医院の環境についてのアンケート結果を示す。地域分布については 91 % が当歯科医院の近辺(奈良市内)であった。所要時間は 10 分以内が 68 %、10～20 分が 20 % であった。交通手段として徒歩が半数以上の 55 % で自動車は 26 % であった。当歯科医院を選んだ理由は「自宅から近い」というのが半数以上を占めて 66 %、「知人の紹介」28 %、「家族が通っている」、「広告を見て」に続く結果となった。待ち時間については 1～5 点評価での平均スコアを図 16 に示す。待ち時間は「受付から診療室まで」

は 3.79 点、「入室してから診療開始まで」は 4.16 点、「診療終了から会計まで」は 4.15 点であった。清掃状態については、図 17 に示す。玄関、スリッパ、受付、トイレ、待合室、診療室すべてにおいて、清掃状態は平均 4.5 以上で高得点であった。スタッフについては、図 18 に示す結果となり、スタッフの対応も認めてもらい、すべての項目で高得点を得ることができた。歯科医院を選ぶ基準については、7 項目を優先順位で並べてもらった結果、上手→自宅から近い→紹介→やさしい→きれいの順となった。このことから、初診時に歯科医院を選ぶ理由としては「自宅から近い」ということから選ばれるが、後に通院する際は「上手」というのが一番の選択基準であると考えられる。つまり単純に歯科医院の基準としては、「上手」が一番の選択基準ということになる。

考察

回答者の内訳は主婦層が一番多く、次に会社員に続くが学生が 2 % と少ない結果となり、若年者の歯科への意識が低いのではないかと考えられる。

ブラッシングについては、利き手が右手というのが大半を占めており、半数の人が左下からのアプローチになっていることから、利き手と逆のほう磨きやすいようであると推察される。また、厚生省の統計によると、S.44 年の「毎日歯を磨く」という人は 79.68 %、そのうち 1 回が 62.79 %、2 回が 15.11 % であったのが、S.56 年になると「毎日磨く」人は 90.51 % になり、そのうち 1 回が 46.4 %、2 回が 36.57 % になった¹⁾。近年については、今回のアンケートの結果、毎日磨く人は、当歯科医院来院者に関しては 100 % で、2 回以上磨く人は 99.4 % と、朝・晩の歯磨きは習慣付けられているようである。ブラッシングにかかる時間は 3～5 分がもっとも多かったが、現在正しい歯磨き

方といわれる方法のどれを用いても、またその方法できちんとトレーニングを受けた人でもこの時間では不十分と考える。年齢によっても差はあるが、最低でも10分はかかるのではないだろうか。

「どんな歯ブラシを使用しているのか」という質問には統一性がなく、「何を使ったらよいかわからない」と言う人が多い。歯ブラシを選ぶ基準として、デザインが42.6%でもっとも多いが、そのデザインを選抜する方法については考える余地がある。歯磨剤にしても、結果より宣伝の重要さが伺える。歯磨剤を付けないドライブラッシングに比べて、研磨剤入りの歯磨剤をつけて磨くほうが色素除去に有効であるうえ、プラーク除去効果も高く、再付着も抑制されることがわかっている。また発泡剤そのものにも抗菌作用があると証明されている²⁾。しかし、清掃道具が直接接触してこすり取るということが基本であり、歯磨剤に頼るということではない。また、歯磨剤の清掃力が高いということは、歯に対する研磨性も高く、磨けていないのに、発泡剤によって「磨けた」と錯覚しやすい。そのため、歯ブラシに半分または半分以上付ける人が78%と多いのではないだろうか。

新しく歯ブラシを取り換える時期の目安は、毛先が開いてきたときである。新しいものに比べて開いたものは汚れの取れ方の効率が下がるという意識は根付いているので、歯科衛生士はそのひらいてくる時期や開き方を見抜いて指導していく必要がある。

口腔内の関心は、歯ブラシを換える目安や期間・磨くときに注意していることなど、かなり高いように考えられる。しかし関心はあるものの、補助器具の質問に対して歯間ブラシの使用も半数の人が使用しておらず、フロスに関しては、フロスの意味がわからずアンケート回答時に質問されるというのが現状であった。

手用以外の歯ブラシについての設問は、今までは決定的な清掃効果の証明はなく、清掃道具が直接接触して擦り取るというメカニズムを期待したものが主流であったが、最近、電動歯ブラシや音波ブラシ、超音波ブラシといったさまざまな商品が開発され、大きく宣伝されている。清掃効果も上がっており、関心もあるものの、使用頻度の少なさには驚かされた。

「甘いものを食べたらむし歯になる」「食べたらすぐに歯を磨かなくてはならない」という日常の欲望を否定したり、強制的な行為に対して、日常生活に取り入れやすい歯により食品としてキシリトールガムが市場に定着している。しかし、実際に使用されているのはガムでも38%と低く、歯科医療関係者からの十分な知識の供給がないから

ではないかと考えられる。

歯科医院の環境についての設問からは、患者の歯科医院を選ぶ基準はやはり多くある歯科医院から、技術云々よりもまず近いところ・通院しやすい場所であるというのが最優先で決められているようである。交通手段は徒歩の次に自動車に通院できるということで、駐車場の有無・数も大切な要素であるといえる。また、医院としては近いところ、通いやすいところという選択よりも知人の紹介が半数以上を占めてこそ、安定した経営が考えられる。待ち時間の満足度についてのアンケートでは、平均4点を上回っているが、受付から診療室までの時間のスコアが3.79と低くなっており、少し不満足ということだった。清掃状態はやはり清潔感は大切なので清掃には時間をかけて行っている。そのため平均4.57という高得点を得ることができた。スタッフについては、患者の希望する日の予約を取ることが難しく、少し延ばしてもらうことが多いため、他の項目に比較して少しスコアが落ちる。しかし、対応に関しては、つねにコミュニケーションをはかり患者に少しでも気分よく接することを心掛けているため、高得点を得ることができた。

結論

アンケートの結果から、患者の歯に対する知識・意識は非常に高いことが明らかになった。しかし、歯ブラシや歯磨剤を選ぶ基準も、結局何を選んだらよいかわからないというのが現状で、患者のほとんどが自分に合っているものを意識的に選んで購入しているわけではなく、特に理由もなく選択し使用しているようである。つまり知識・意識は高いものの、歯ブラシ・歯磨剤・清掃補助用具に関しては認識が低い。

現在手用歯ブラシに加え、電動歯ブラシや音波ブラシ、超音波ブラシとさまざまな商品が開発されているが、使用頻度はかなり低い。専門家の私たちはしっかりそれらの違いや効果を認識し、深い知識を持ち、患者に的確な知識を伝える必要がある。

「愛知県歯科医師会歯科需要調査」³⁾では、説明が不十分という設問の平均スコアは5段階中3.18というなか、当歯科医院では4.69という高い満足度を得られている。よって、患者の希望を知り、歯科医師・歯科衛生士の医学的意味のある歯科治療・予防の動機付けをするためには、しっかりコミュニケーションをはかり、説明をきちんと行い、信頼関係を築くことが大切だということがわかった。しかし、説明をしっかり行うということは、1人にかかる時間が長くなり、待ち時間やアポイントの取り方に響いてきており、来院してから診療室に入るまでのスコアが3.79と低

くなっている。「愛知県歯科医師会歯科需要調査」でも、待ち時間の設問のスコアは2.56とかなり低い。実際に「待ち時間が長いのでなんとかしてほしい」「予約をもっと詰めて取ってほしい」という意見はかなり多く、これが原因で来院しなくなった患者もいる。このことから、医療が乱立し、歯科医療サービスを考慮するなか、これらの不満点に対して早急に対応し、顧客満足度を向上させ、今後も定期

的に満足度調査を実施し、歯科医療サービスの向上に努めたい。また、好ましい歯科保健行動を知識としては理解しているが、日常生活にまで反映されていないこの現状を改善できるように、今後これらの調査結果を生かし、さらに患者によりよい治療・口腔内管理、そして予防などに誘導するように努めたい。

参考文献

- 1) 岩山幸雄：歯槽膿漏は歯ブラシで治そう。医歯薬出版(東京)，1991。
- 2) 荒川浩久：別冊歯科衛生士 プラークコントロールのためのホームケア指導。クインテッセンス出版(東京)，2000。
- 3) 安川文朗：消費者は予防歯科をどう受け入れるか？—予防管理型歯科プログラムに対する消費者の選考分析結果—。日本歯科医師会雑誌，55(9)：1750-1763，2002。