

◇ 医師からのコメント抜粋 ◇ (一部割愛・編集しています)

「ネット社会になって、思い違いや意思の疎通がうまく行かなかつたりしたことですぐに医療サイトに書きこみなどがみられるが、一方的であるためクチコミ評価は正当ではないと思われる。」(大阪府,小児科,60代)

「医院の紹介を目的に HP を使用している。書き込みや評価については他のサイトに掲載されているかもしれないが、見ないようにしている。受診しようと思った患者さんが医院へのアクセス方法や、診療内容について把握できるものであれば十分と考えている。患者さんの口コミが何にも勝る宣伝になると思うので一人一人の診察を丁寧に大事にしたいと思う。」(東京都,小児科,40代)

「医療広告の目的は、あくまでも自院を開業するにあたっての理念、診療目標を示すことである。その目標を達成させるための根拠として、設備、医療器具を示し、医師の経歴を偽りなく明らかにする必要があります。」(愛知県,内科,60代)

「医療機関の詳細な情報は各自治体のホームページ上に開示し、その基準は国が詳細に決めてくれたほうがよい。」(大分県,泌尿器科,50代)

「口コミは現状において既に飲食店情報と同様な「ヤラセ」に近いものが目につく。客観性のある数値、資格、設備に関する情報以外は制限すべきと思います。」(北海道,内科,50代)

「口コミ評価についてはミシュランのように判断基準が一定ではなく、あくまで患者の受ける印象なので気にしても仕方ない。自分では他院よりもいい診療をしていると自負してはいる。幼稚園内などの口コミが正確で一番だと思っている。」(北海道,耳鼻咽喉科,50代)

「口コミサイトに書き込みがある方がかえって怪しいという印象を抱く。書いてないのが普通のように思う。実際いかがわしいことをしている歯科医院でも数件の褒め称えるような口コミがあった。」(岐阜県,内科,40代)

「ネット上での口コミはやらせも多いと思っている。私のクリニックも以前他院関係者からと思われるマイナス口コミ攻撃があったが、私の患者自身が結局反撃してくれて事なきをえた事があった。広告より診療が評価されているかが大切だと思った。」(徳島県,小児科,50代)

「見て同業者として恥ずかしくなる内容を平然と広告に掲載している場合が多い。金もうけのためには手段を選ばないということか。」(東京都,内科,40代)

「自分のポリシーをしっかり持って、毎日の医療に真剣に携われれば、患者さんは選択してくれていると思います。ネットの口コミより、患者さん同士の口コミが一番大事かなと思います。」(兵庫県,小児科,60代)

「やらせが問題になっているがスポーツ紙などのインタビューも金額を提示して勧誘されたこともある。参考にはするが全面的な信頼は寄せない」(京都府,外科,50代)

「基本的には実際の口コミ効果が大きいと考えます。診療内容や接遇態度が集患に結びついていると考えます。インターネットの口コミは余り効果はないと考えます。」(静岡県,呼吸器科,50代)

「患者の口コミばかり気にしていたら、手術とかやっていけない。」(愛知県,眼科,40代)

「インターネットの口コミも、やらせやサクラが横行しており当てにならない。医療は手作りであり、地域での本来の口コミが一番信頼出来ると思います」(愛知県,外科,50代)

「専門医や認定医の資格の公表を義務づけることで、資格のない医師を患者が認識できる。」(兵庫県,循環器科,50代)

「経験上医療広告はあまり効果がない。口コミが一番である。」(東京都,眼科,50代)

「専門科名、住所、駐車場、医師氏名でよいと思う。」(三重県,皮膚科,70代以上)

「医療広告においては、得意とする診療内容と、診療に関するポリシーについて、もっと自由にアピールできるものであって欲しい。患者の口コミ評価については、それを書き込めるサイトが無数にあるため、内容を制限するのも不可能と思う。実際に、あまりに下品な書き込みがされているケースもあるが、そのようなサイトは、運用者の良心に任せないと仕方がないと思われる。」(兵庫県,産婦人科,60代)

「ネット上での口コミは何であろうと匿名のものは一切信用出来ないと考えているので、そういうサイトは見ない。本当の口コミは非常に強力。匿名サイトの口コミは恣意的であると考えてよいのではないか。」(京都府,代謝・内分泌科,50代)

「かなり偏った考えを持つ患者が、掲示板に当院の非難を書き込んだことがあり、掲示板担当者に連絡をして全て削除させたことがある。そもそも、口コミ業者が毎日のように営業メールを送ってくる昨今である。最近では、悪い口コミを削除させるサービスを行う業者まで出てきた。ネット上の口コミなどアホらしくて相手にできない。ただし、悪口を見つけた場合には、メールや電話で削除させる。応じない場合は、名誉棄損で訴えると伝え削除させる。」(神奈川県,産婦人科,40代)

「患者心理を狙った広告内容がまみられるので、自由に広告を認めるのには賛成できない。」(北海道,内科,60代)

「医療は地域性が大きく、また不確実性がある。商品の宣伝と医療の広告とは、性質が大きく異なると思う。客観的事実のみを掲示し、あとは口コミなど患者サイドの判断に任すべき。主観的な広告を述べるべきではない。でないと、患者受けの良い治療に流れてしまう。」(愛知県,内科,40代)

「毎日の丁寧な診療を続けていれば、近所から自然に自医院の評判が形成され特に広告しなくても患者さんは集まってくると考える。」(愛知県,内科,60代)

「開業5年目で、広告は野立て看板1枚、電話帳、ホームページですが、年間の1日受信者数が平均90人を越えるようになりました。広告も大事と思いますが、良い医療を行い口コミで広めてもらえるのが最も大切なことかと感じるようになりました。」(宮城県,耳鼻咽喉科,40代)