

『医療機関が向き合うべきWebリスクと対応方法の考察』

文 佐々木寿郎

text by Toshiro Sasaki

めいわくな時代

少し前に、DeNAが運営する医療系キュレーションサイトが低品質な記事を量産していたという問題が発覚しました。なぜ、ネット上には様々なキュレーションサイトがあるにもかかわらず、医療系のサイトが話題になったのでしょうか。それは「医療」という分野が、あらゆる業種の中でも最も「信頼性」を求められる分野であるからだと考えます。

患者さんが医療機関を選ぶ際、かつては「家が近い」という理由と「知り合いから薦められた」といった理由から決定したことが大半だったと思われます。医療機関の良し悪しを調べる方法が無かったからです。しかし、最近では御存知の通りネットで評判情報を簡単に調べられます。主に検索結果の上下段に表示されるキーワードや、検索窓の下に表示されるキーワード、検索結果に表示される口コミサイトや掲示板などを参考にしている傾向があります。

弊社で、全国150の主たる大学病院の評判情報を調査致しました。

■調査数…
ランダムに選出した150病院

■調査項目（病院名検索時）…
1. Yahoo! 関連キーワード

2. Yahoo! 予測キーワード
3. Google 関連キーワード
4. Google 予測キーワード
5. 病院名検索時の検索結果TOP10

■調査結果…
上記の5項目のうち3項目以上にネガティブ情報あり…8病院
上記の5項目のうち1項目以上にネガティブ情報あり…93病院

結果、半数以上の病院は何かしらの「Webリスク」を抱えた状態であることが分かりました。具体的な内容としては、口コミサイトにちょっとした不満が書かれている病院から、不祥事を起こした事件についてのニュースが出ている病院まで様々です。

弊社の調査では、ネット上のネガティブ情報は消費者だけではなく、採用面でも大きな影響を与えることが分かっています。多くの病院で、知らず知らずのうちに売上・採用面で損失が発生している状況だと言えます。

対応方法と改善

我々は、まずはネット上の状況を正確に知ることが最優先だと考えます。正確に状況を把握していない状態で、専門の業者や弁護士に対策を依頼してしまうとコストだけがかかってしまうという事態になりかねません。

事実無根の内容に対してはサイト運営側への申し立てなどを検討するべきですが、事実無根とは言い切れない感想や体験談も多く、そういった内容に關しては、監視や対策だけではなく、顧客満足度の観点から傾向分析と改善が必須です。「表に出てこない患者の声」と捉えて、サービスの品質や仕組みなどを改善していくことが第一歩と言えます。

匿名だからこそ、ネット上には「表に出てこない患者の声」が出てくるのです。真摯に患者の本音に向き合い、医療機関としての信頼性を高めていくことが求められます。

Profile

シエンプレ株式会社 代表取締役社長
1976年、長野県生まれ
2009年 シエンプレ株式会社取締役に就任し、ネット上の風評被害対策、webリスク対策を立ち上げる
2012年 同社代表取締役に就任
2014年より警察庁のサイバーパトロール業務を受託し、
2015年には業界団体一般社団法人WEBリスク対策事業者協会を立ち上げ、代表理事に就任。業界の健全化に取り組んでいる

SIEMPLE

