

DD まっぷ通信

2008年6月号 Vol.12

DDまっぷ登録医療施設 143,762件 (2008年5月1日現在)



今月の見出し

- ・医療におけるネーミング
- ・医療マーケティングセミナー開催
- ・パソコン講座③～ブログの活用方法と注意点
- ・活用しています～神戸市 あいしんクリニック様

医療におけるネーミング～医療機関名と標榜科目名を考える

医療広告の規制緩和により、医療におけるネーミングも今後の集患のためには大変重要なポイントです。4月15日（火）に開催された医療マーケティング研究会では、この医療におけるネーミングについて議論が交わされました。医療機関名のネーミングは、一般的なネーミングの要素とポイントに加えて、医療広告の規制緩和に関するポイントをあわせて考える必要があります。

医療機関名の考え方

一般的なネーミングの要素

1. コンセプト：思想、理念、目標、意義、イメージ
 2. ターゲット：顧客属性、シンボル、紋込
 3. 素材、ルーツ：材料の一部、原料、地名、人名
 4. 機能：機能、効果、効用
 5. 使用される瞬間の情景：TPO（時、場所、場合）
- ※以上の要素の組み合わせ、または、単独（シンボリック）で考察

一般的なネーミングのポイント

1. 覚え易い：短い、繰り返し
 2. 語感が良い：軟音、硬音、類似音でイメージする物
- 例) ICOCA（イコカ）、DOCOMO（ドコモ）

医療広告の規制緩和によるポイント

1. 治療方法、部位、診療対象者など、広告可能項目は名称として使用可能である。
 2. 地名も住所の一部である為、使用可能である。（参考：厚生労働省の医療広告ガイドラインに関するQ & A）
 3. 広告と同様に比較、誇大、客観的事実でない、公序良俗に反するものなどが違法となる。
- ※ペインクリニックは使用可であるが、ペインレスクリニックは不可。

また、標榜科目についても、臓器や身体の一部、症状、疾患、患者の特性、診療方法の名称と、「内科」、「外科」、「歯科」のいずれかを組み合わせて表記できるようになり、表現の幅が広がりました。具体例は、厚生労働省ホームページに記載されています。（⇒ <http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/kokokukisei/dl/koukokukanou.pdf>）

実際に認可された事例：肛門外科、消化器内科、乳腺内科、血液内科

医療マーケティングセミナー開催～京都府保健事業協同組合主催

去る4月10日（木）、京都府保健事業協同組合主催による医療マーケティングセミナーが開催されました。「病医院の情報提供 これが必要！ここまでできる！～医療機能情報公表制度と広告規制緩和～」と題し、弊社代表取締役の友田祐造も医療広告規制緩和のポイントについて講演を行いました。事例を基にした説明は、分かりやすいと非常に好評をいただきました。出席者のアンケートでも、「ホームページの必要性を感じた。」「アクセスログ解析の重要性が分かり、勉強になった。」との声をいただきました。

第1部 医療広告規制緩和のポイント

1. 医療広告規制緩和のポイント
2. 事例研究
3. 一番役に立つホームページの診断方法
4. 各広告ツールの連携活用による有効な集患マーケティング

京都保健事業協同組合ホームページ <http://www.hojikyo.or.jp/>

▲当日の講演プログラム



パソコン講座③～ブログ (blog) の効果的な活用方法と注意点

パソコン講座第3回目の今回は、前号に引き続き、簡単便利な「ブログ」の活用方法と注意点をお伝えします。ブログは、日記感覚で気軽に更新できるため、ホームページ上ではなかなか表現できない、先生の「人柄」や「思い」を患者さんに向けて発信することが可能です。ホームページが「公」であるなら、ブログは「私」に近い領域を表現できます。先生の生の声が聞けるのは、患者さんにとっても有益な場で、患者さんの医療機関を探す材料のひとつにもなり得るものです。ただし気をつけたいのが、いくら「私」に近い領域とはいえ、プライベートを全面にさらけ出してしまうと内容によっては逆効果になる場合があります。また、たとえクリニックから切り離して、一個人のブログとして運用しても、世間はあくまで〇〇クリニックの〇〇先生のブログとして認識される可能性があるため、運用には注意が必要です。特にクリニックのホームページと補完しあう関係のブログの場合は特に注意して下さい。極まれに、スタッフの誕生日やパーティーに行ったというようなイベント記事ばかり更新されている先生もいらっしゃいますが、患者さんの目線で見るとあまり有益な情報とは言えません。日常生活のなかでの先生の健康方法、豆知識等、先生を通して見た情報も伝えたいほうが、有益だけでなく、先生の人柄も伝えることができます。ブログは「私」を伝える場でありながら、あくまで「公」としての自分が伝わる場でもあることを注意する必要があります。

ブログを書くにあたっては次の3点に気をつけましょう。

1、言葉（絵文字・写真）の使い方に気をつける

言葉の使い方と与える印象が変わってきます。また、絵文字や写真は特に与える印象が強いので使い方には気をつけましょう。

2、患者さんの心情を考える

表現に迷う場合は、実際の患者さんの心情を考えて文章化するとよいでしょう。

3、時間をおいて、あるいは翌日たって見直してから投稿する

すぐに投稿するのではなく、時間をおいて見直してから投稿すると冷静な判断ができます。



また、専用の文章ライターを使うという方法もあります。いずれにしても、文章は意図しないところで一人歩きする場合がありますので、記事を投稿される場合は、1度見直してから投稿されたほうがよいでしょう。次号は、実際にブログを立ち上げるにはどうするのか？をおおくりする予定です。



活用しています！～あいしんクリニック 愛新 啓盛 先生

神戸市のあいしんクリニックさんは、今年3月に開院されたばかりの泌尿器科の医院です。匿名性が重視される泌尿器科という科目の特性もあり、インターネットマーケティングに関心をもっていたため、患者さんへの情報の発信をまめに行われています。



あいしんクリニック様のホームページ

○ホームページ

<http://www.aishin-clinic.com/>

○DDまっぷホームページ

<http://www.ddmap.jp/hyogo/0782521250/>



◆ホームページの更新・ご相談等お気軽にお問い合わせ下さい。

YOUS 株式会社 **ユーズ** 医療サイト事業部

〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田1丁目11-4 大阪駅前第4ビル11F

TEL:06-6341-5577
FAX:06-6341-6363

メール: sakaguchi@ddmap.jp 担当: 坂口まで