

### 医療機関の広告規制

駅のホームや道路際の野立て看板などで目にする広告の 8 割方は医療機関の看板だと見受けられますが、よく見ると病院名・住所・診療科目など限られた情報にとどまっています。

それは、医療法第 62 条「いかなる方法によるを問わず、何人も次に掲げる事項を除くほか、これを広告してはならない。」によるため、医療に関する自由広告は原則禁止となっています。

医療情報の入手と理解に関して弱者である患者や、その家族を保護するために、医療サービスの選択に関する情報は一律、「平等」の考え方に基づいてきました。

ですが、駅や道路の看板は見落とされがちで、消費者へのアピール度は低いといわざるをえません。

これらの背景には医療機関の広告に対する厳しい規制が存在したからなのです。

### 広告規制緩和

2001・2004 年に広告規制の一部緩和がされ、従来より広告へ記載できる情報が大幅に拡大されました。

しかしすべての情報が公表できるものではなく、患者さんが満足いくものではありません。

ただしWEBページへ公開する医療情報は、院内掲示板のそれと同等であると見なされ広告規制の対象外であるため、WEB上での情報公開が進み始めています。たとえば手術件数や術後の死亡率等の治療成績をWEB ページに公開している病院もあります。

看者意識の高まりとともに今後、医療機関は広告戦略を考え直さなければならない時に来ています。そのためには、看者がどのような情報を望んでいるかを正確に把握し提供しなければならないといえるでしょう。

### コンサルタント

依頼者との間で依頼者へ利益となる仕事をするには、依頼者との良好な人間関係を作る事が先ず必要になります。ですがそれを短期間で作り出すのは大変難しい事です。

物の売り買いと違い高い安いの判断がつきにくいのが為に、依頼者が仕事に対してどれだけの価値を見出だしてくれるか不安であります。

人間関係 信頼関係を作るには、こちらの情報(人間性・能力・実績)を正確に伝えることが重要だと考えています。

その点においてWEBページやメールを使ったコミュニケーションはかなりの有効性を持っています。文書にすることで会話とは比較にならないわかり易い表現ができ、納得が行くまで議論できることが依頼者からの信頼につながります。

その信頼を裏切ることなく、100%の能力で、正確かつ確実に成果を得ることがコンサルタント業に課せられた使命であると考えています。

## 開業に向けてのポスティング

当事務所の業務の中に、開業に向けてのポスティング業務があります。そこで診療所の内覧会、開業に関する PR をします。

ポスティングには3点セットを使います。

1. 名刺
2. 診療案内
3. 開業日・内覧会日の案内チラシ

場合によってはその地域の他の先生からご注意をいただく事になるかもしれません。

しかしポスティングなしでは患者さんに PR することができませんし、開業しても患者さんが来ません。

新聞広告を何万部と入れても十分な効果が得られない事は、建売業者(不動産業者)から聞く話にも明らかです。

医療法で診療所の自由な PR 活動が制限されているが為に、開業前の1週間が勝負時と考えています。

では具体的にはどのようにすれば良いのでしょうか？

ここからは企業秘密ですので、程々でやめておこうと思います…。