

平成 19 年 12 月 3 日

報道関係各位

東京都世田谷区太子堂 2-7-2

株式会社 QLife

<http://www.qlife.jp/>

患者にとって「病院口コミは有用」と積極的に考える医師が 4 割 また医師は歯科医師よりも口コミを意識傾向

医療機関に関する客観的な詳細情報を分かりやすく開示した資料は世にほとんど見当たらないため、生活者が医療機関を探す場合には口コミに頼る場合が多く、厚生労働省の調査でも「病院を選ぶ際の参考情報は 7 割が口コミ」※との結果が出ています。

このように生活者が頼りにしている「口コミ」ですが、医師側はどう見ているのでしょうか？株式会社 QLife（キューライフ）は、全国の医師・歯科医師※に対してアンケート調査を行いました。

その結果、「口コミは有用」と積極的にとらえる医師・歯科医師が 4 割にのぼった一方で、「有用でない」派も 1 割いました。また医師は歯科医師にくらべて、口コミの存在感や影響力を意識している様子がうかがえました。さらに” 口コミ発生源”となる可能性が高い、受診患者の【感謝】や【不満】を、自分はあまりキャッチできていないとする医師・歯科医師が多く、特に医師の 5 割は「患者は不満をほとんど伝えない」と考えています。

株式会社 QLife は、「医療分野の前向き口コミの活用支援」リーディングカンパニーとして、今回の調査結果にもみられる「医療機関と生活者との距離感」を縮める努力を続けていきます。

※ <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jyuryo/00/kekka-3.html>

※ 対象者はインターネットを利用する医師・歯科医師に限定されています。

【調査実施概要】

- ▼調査責任 株式会社 QLife
- ▼調査実施機関 株式会社 インテージ・インタラクティブ
- ▼調査概要

- (1) 調査対象：診療所・歯科医院で働く医師・歯科医師（勤務医を含む）308人
- (2) 回収数:242人（回収率79%）
うち有効回答:240人（有効回答率78%）、医師：歯科医師＝65%：35%
- (3) 調査方法：インターネット調査
- (4) 調査時期：2007/11/09～2007/11/13

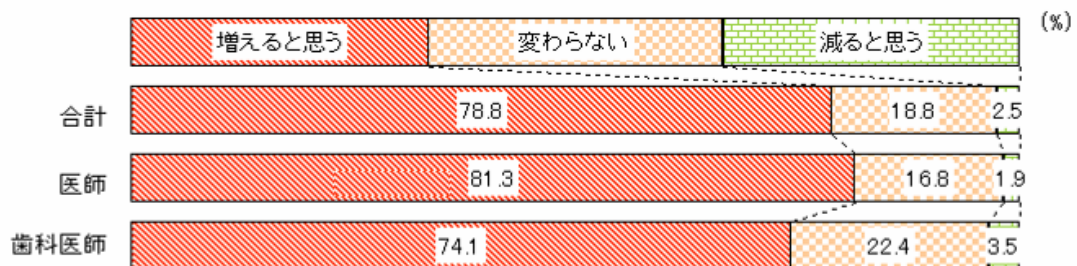
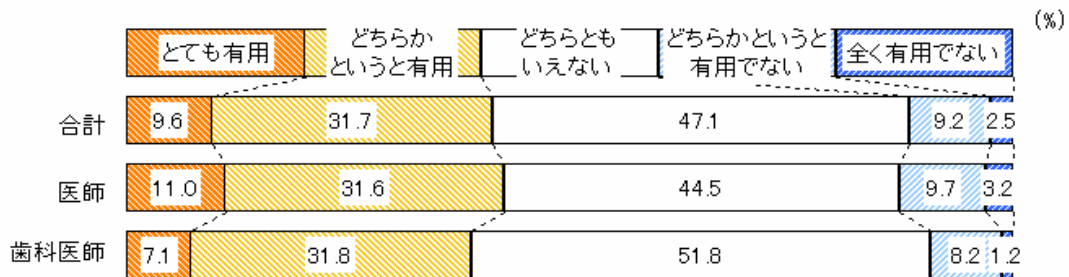
▼有効回答者の属性

- (1) 性・年代：巻末
- (2) 医院ホームページ開設状況：巻末
- (3) 地域：巻末

【結果概要】

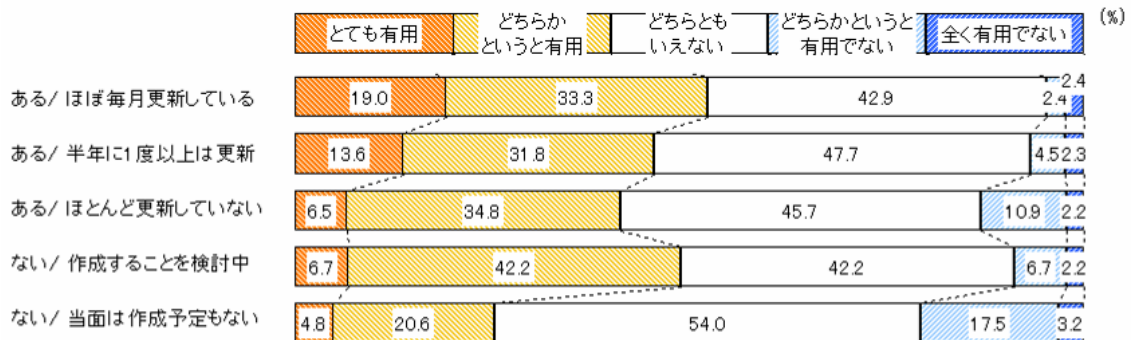
1. 病院口コミの有用度

4割が、医療機関を探す患者にとって口コミ情報が「とても有用」「どちらかというと有用」と考え、1割が「どちらかというと有用でない」「全く有用でない」と考えている。そして、好むと好まざるとにかかわらず口コミ情報が「インターネット上でも今後多く見られるようになる」と、8割が予想する。



なお医師の方が歯科医師にくらべて、若干ながら「有用」派も「非有用」派も多く、その理由を具体的に記述した文字数も2割多かった。さらに今後ネット上に口コミが増えると思う割合も多い。これらのことから、医師の方が歯科医師にくらべて、口コミの存在感や影響力を意識している人が多いといえそうだ。

「ホームページ保有状況」別にみると、ホームページに熱心な医師の方が「有用」派が多く、保有していない医療機関の医師の方が「非有用」派が多い。



なお、口コミが「有用」な理由としては、主に以下の内容であった。

- ・情報は、無いよりも有る/多い方が良い（≒現状は病院を選ぶための情報が少な過ぎる）
- ・実際に行かなければ分からないことが、分かるのは口コミ
- ・親切/優しいなどの雰囲気を知るには、口コミが適する

「有用でない」理由は、主に以下の内容であった。

- ・内容が真実/正確とは限らない
- ・医院に対する攻撃性/悪意ある口コミ者もいる★
- ・（治療/相性/症状について）他の患者でも同じ内容があてはまるとは限らない

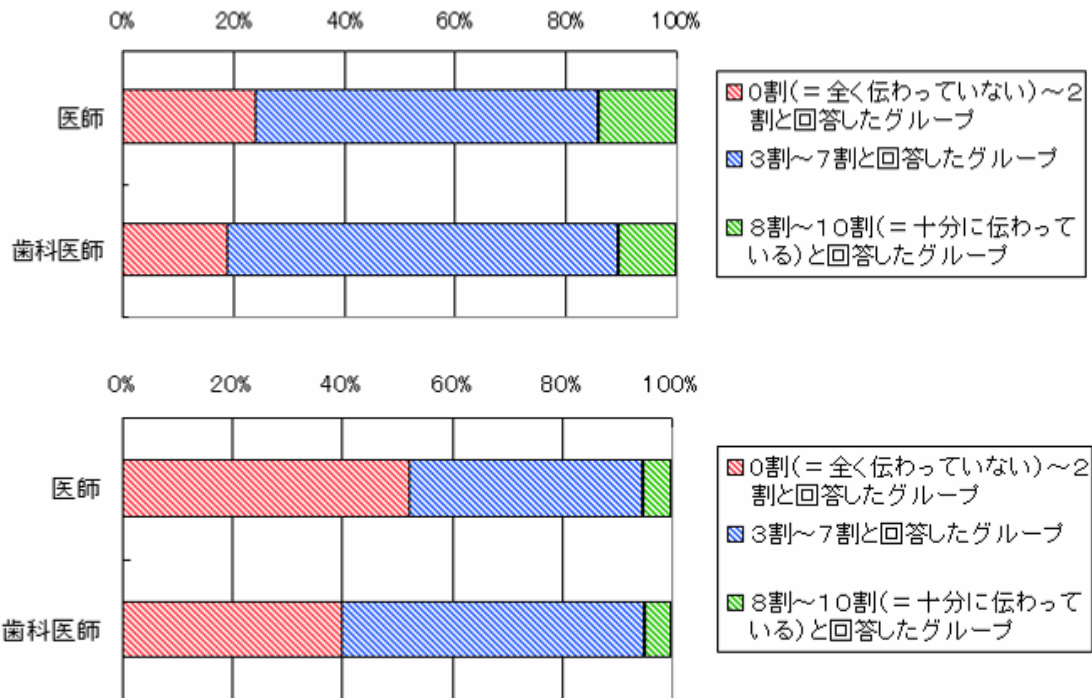
（ご注意：QLife はすべての口コミを2重チェックして、ネガティブ・口コミを事前排除しているため、★のような口コミはQLife サイト上には掲載されていません）

2. 「受診患者」は、【感謝】【不満】を伝えるか

受診患者が一定以上の強い【感謝】【不満】の気持ちを抱いた時に、口コミは発生しやすいと考えられる。その” 口コミ発生源” を、医師は認識できているかを確認することを試みた。すなわち、「受診した患者が【感謝】や【不満】の気持ちを抱いた場合に、それを自分（医師・歯科医師）に伝えていると思うか？」を聞いた。

その結果をみると、多くの回答者が【感謝】よりも【不満】の方が口に出してくれないと認識している。特に医師に限ると、「患者は、【不満】をほとんど自分に伝えない」と考える人が5割にのぼり、日頃から「もっと不満があるはず」と想定している様子がうかがえる。知らないうちに自院に不利な口コミが患者間で出回っているのでは？と考えている可能性がある。

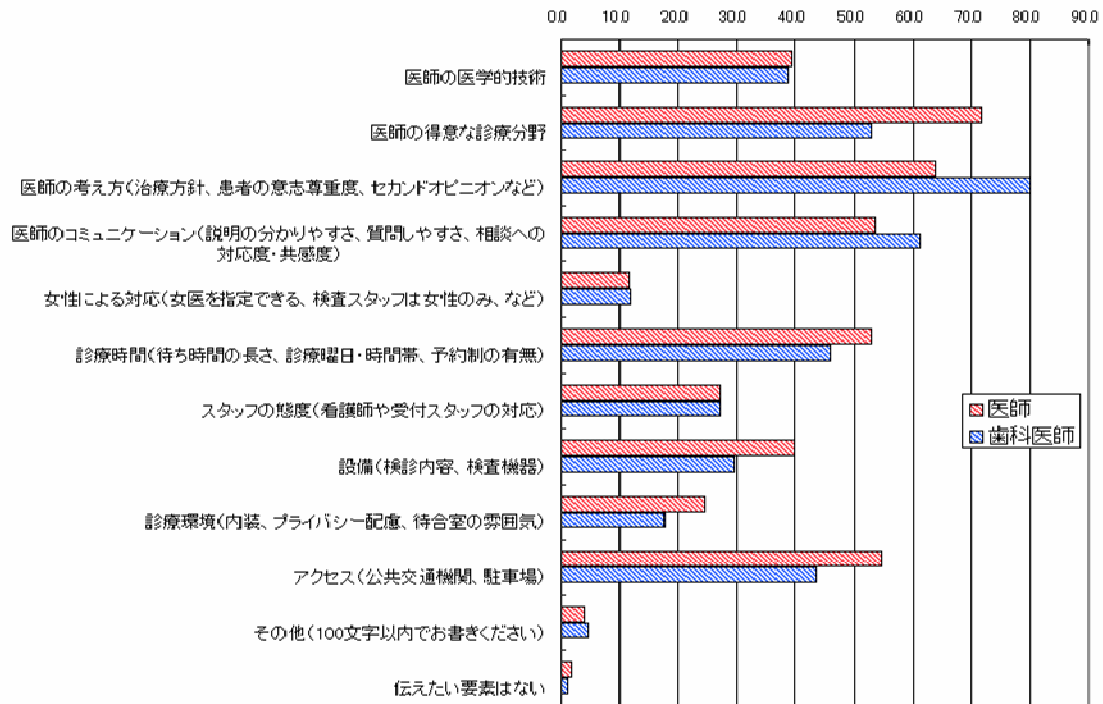
ただし「十分に」感謝の気持ちを受け取っているとの自信を持つのは、歯科医師よりも医師に多い。



3. 「病院探す患者」に、どう自院を紹介したいか

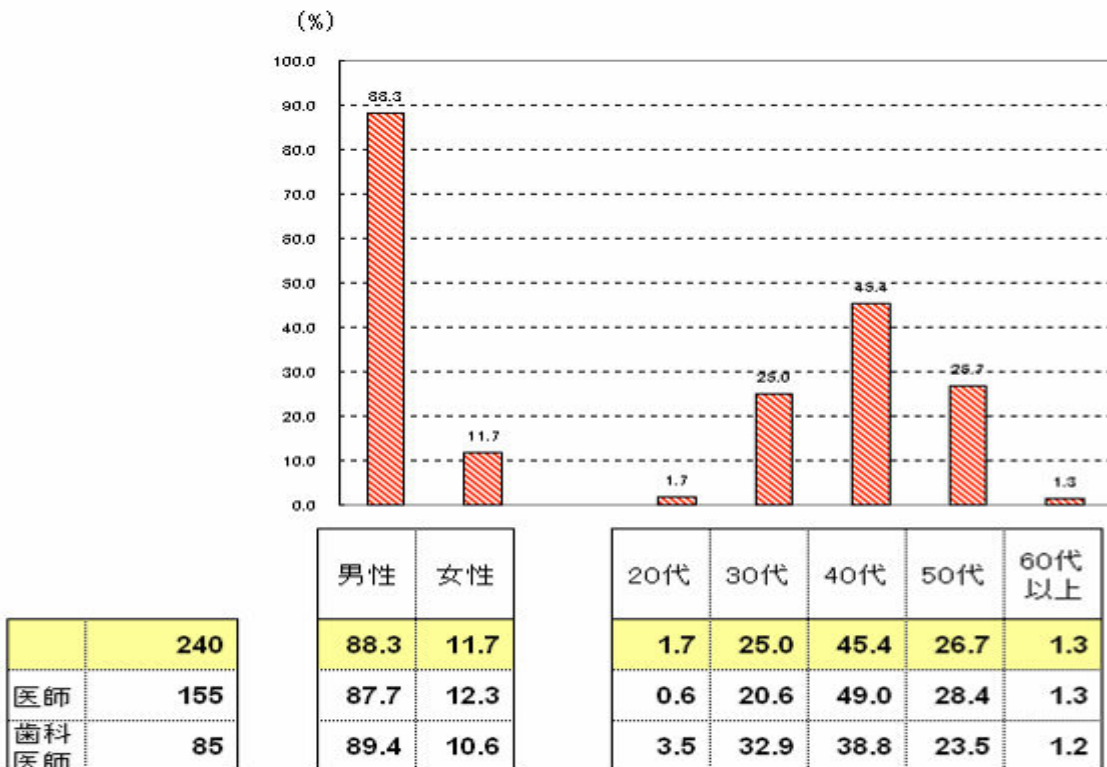
では、医師・歯科医師が患者に正確に伝えたい自院の姿とは、どんなものだろうか？医療機関側からのアプローチとして、自院の何を患者に伝えたいかを聞いた（複数回答）ところ、技術面や得意分野など「医師自身の考え方やスキル」についての内容を挙げる人が最も多く、次に時間やアクセスなど「利便性」に関する内容が多かった。逆に「スタッフ」や「院内の様子」を伝えたい医師は少なかった。

医師と歯科医師とでこうした傾向に大きな違いはないが、医師は「得意分野」を伝えたい人が最も多く、歯科医師は「考え方」を伝えたい人が最多であった。

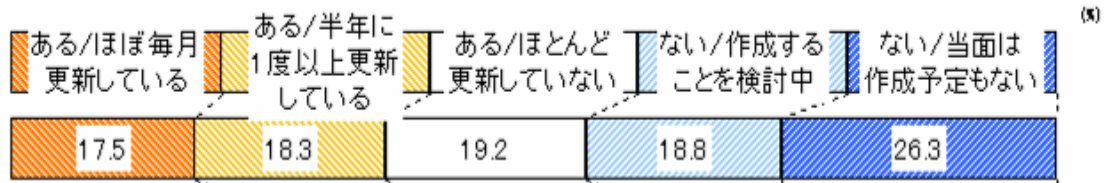


4. <参考データ>有効回答者の状況

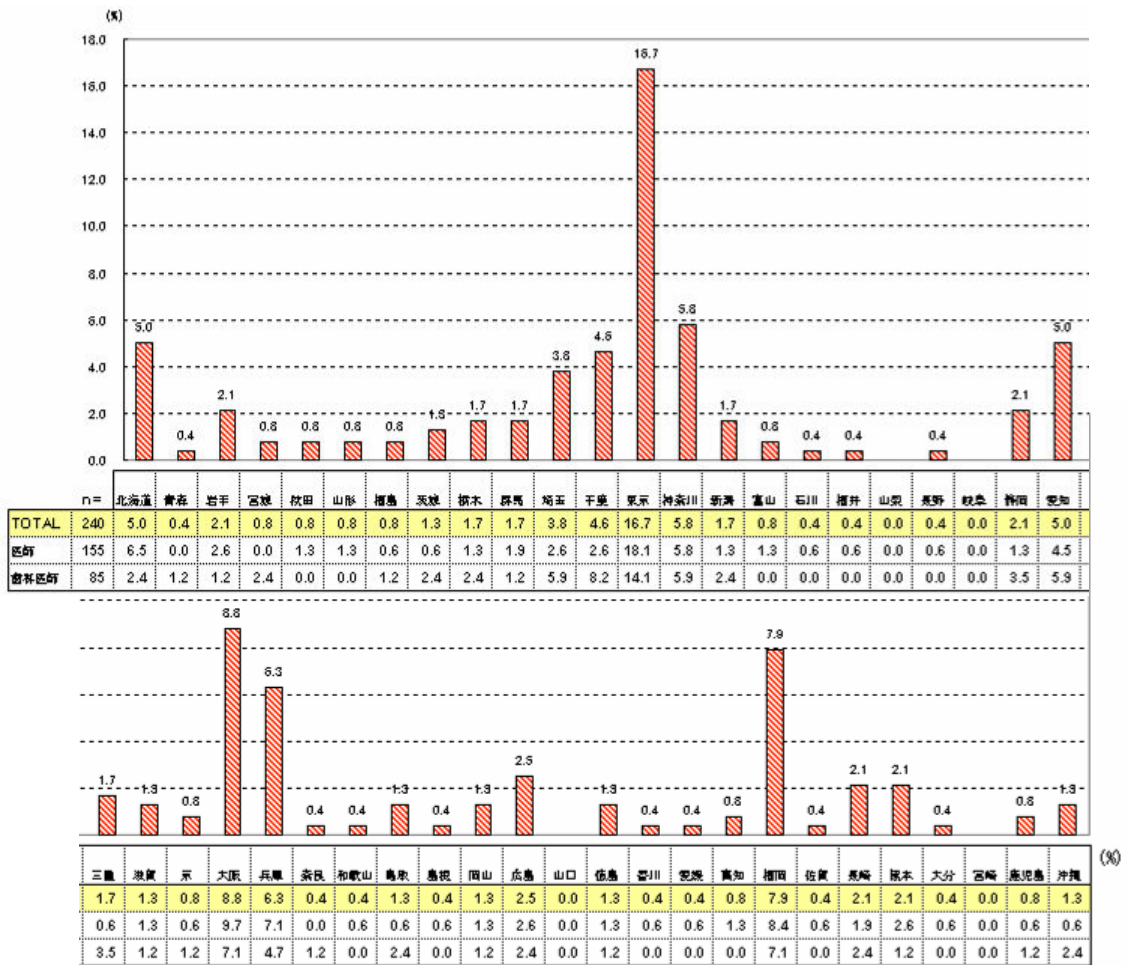
(1)性別・年代



(2) 医院ホームページ開設状況



(3) 地域



<株式会社 QLife の会社概要>

会社名 : 株式会社 QLife (キューライフ)

所在地 : 〒154-0004 東京都世田谷区太子堂 2-7-2 リングリングビル A 棟 6F

代表者 : 代表取締役 山内善行

設立日 : 2006年(平成18年)11月17日



資本金 : 95,850,000 円
事業内容 : 健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業
企業理念 : 生活者と医療機関の距離を縮める
サイト理念 : 感動をシェアしよう！
URL : http://www.qlife.jp/about_us.html



<<http://www.qlife.jp/>>

本件に関するお問い合わせ先：

株式会社 QLife 広報担当 山内善行

TEL : 03-5433-3161 / E-mail : info@qlife.jp