



【キーワード】 ネット集患

ネット集患で負けないために 知っておきたいSEO・MEOの基本

医療機関はネットで検索して決めるのが、当たり前になり、ネット集患の重要性は高まっています。今回は、日本有数の激戦区で1日100人超の新患を集める、新宿駅前クリニックの蓮池林太郎院長にSEO（検索エンジン最適化）とMEO（マップ検索エンジン最適化）の基本を解説してもらいました。

WEB集患の重要性

Googleなどの検索エンジンにキーワードを入力して飲食店などを選ぶのが当たり前の時代になっています。もちろん、医療機関も同様です。戦国時代、いち早く鉄砲を導入した織田信長が勢力を拡大したように、ネットに力を入れている医療機関が新規患者さんを集めていて、ネットは現代における鉄砲であるとも言えます。

患者さんが医療機関、特に診療所を探す際、「地域名+診療科名」で検索します。検索窓に「地域名+診療科名」で検索キーワードを入力すると、通常、検索連動型広告、マップ検索結果、自然検索結果の順で表示されます。検索連動型広告は0~4つ、マップ検索結果は1~3位、自然検索結果は1~10位まで表示されます。

なお、マップ検索結果と自然検索結果は、検索エンジンがホームページ（HP）を独自のシステムで評価して検索結果を決めており、お金を払えば上位に表示されると

いうわけではありません。

医療機関を探している人は通常、その検索結果を上から順に閲覧していき、基本的には上位に表示されるほどクリックされる確率は上がります。逆に言うと、検索結果の1ページ目に表示されない医療機関はほとんどクリックされず、ネット上には存在しないのと同様のことになってしまいます。

検索結果で上位に表示されるための対策としては、▽検索エンジンを最適化する（SEO）、▽マップ検索エンジンを最適化する（MEO）、▽検索連動型広告を入札する——の3つの方法があります。SEOはGoogleやYahoo!などの検索エン

ジンでキーワード検索した際に自院のHPを上位に表示させるための対策で、MEOはSEOと相関関係があります。検索連動型広告はお金をかければできるものです。

SEO対策

Googleは医療機関のHPを満足度と信頼度の2つの軸で評価し、それぞれ高いものが上位に表示されやすくなります。なお、満足度の評価はAIなどを活用し、「滞在時間」「平均ページビュー」「直帰率」など検索ユーザーの行動を指標としています。そのため、まずはHP内に満足度を高めるコンテ



ンツをつくる必要があります。主なものとしては次の3つが挙げられます。

①医療機関のイメージが伝わる写真・動画

プロのカメラマンによる外観、受付、待合室、診察室、処置室、医療機器、医師など。

②オリジナリティのある文章

他のサイトのコピーは評価されない。医師が書くと難しくわかりにくくなりがち。プロのライターに任せるのも方法の1つ。

③トップページのタイトルに地域名と診療科名を含める

必須ではないが、地域名と診療科名を含める。一方、信頼性を評価する指標としては次のものが挙げられる。

(1)被リンク

被リンクとは、外部のサイトに自社サイトのリンクを貼ってもらうことである。他サイトからリンクされているHPは信頼されると言える。特に権威性の高いサイトからのリンクがあると信頼性は高い。病院検索サイト、学会、製薬会社、医療機関、医師会などのサイトに依頼し、自院のURLを掲載してもらい、被リンクしてもらう。なお、外部リンクを販売しているSEO会社があるが、これを行うとGoogleからペナルティを受ける可能性がある。

(2)発リンク

発リンクとは、自社サイトから外部サイトへリンクさせること。HPに信頼のおける学会や製薬会社などのURLを掲載してリンクすると、若干ではあるが、信頼性が高まる

と言われている。

(3)薬機法や医療広告ガイドラインの遵守

薬機法や医療広告ガイドラインで使ってはいけない表現、画像は使わない。

(4)ドメインの運営期間

老舗企業と同様に、HPもドメインの運営期間が長いほうが信頼性が高い。

(5)関連のない情報は載せない

会食の様子などHPのテーマと関連のない情報は、評価を落とす可能性がある。

MEO対策

マップ検索結果は3つしか表示されないため、3位以内をめざす必要があります。では、どのような要素で順位が決まるのでしょうか。多くの指標があるのですが、なかでも、「自然検索結果の順位」+「Googleビジネスプロフィール」+「位置情報」の3つの要素が重要です。

Googleは日々HPを評価しているので、当然、マップ検索結果は自然検索結果の順位を参考にしています。

Googleビジネスプロフィールとは、店舗ビジネスのオーナーが無料で利用できるGoogleの店舗登録サービスです。「医療機関の正式名称」「カテゴリ」「住所」「診療時間」「臨時の診療時間」「電話番号」「URL」「属性」「(室内を確認できる)インデアビュー」「説明文」「設定」などのビジネス情報を管理者として登録します。「写真」「投稿」「(口コミへの)

返信」「(質問への)回答」など、情報を発信すると上位表示されやすくなります。

①レビューの数や質

Googleビジネスプロフィールは1～5までの★印で評価されます。Googleは口コミの中身も参考しており、口コミの数が多く、点数が高いと上位表示されやすくなります。なお、患者さんにお金や商品券などを渡して口コミをしてもらうのは、Googleビジネスプロフィールのガイドライン違反になります。

②GPS機能で現在地に近いクリニックが上位表示される

スマホには、GPSで現在地の位置情報を把握する機能があり、GPS機能をオンにしていると、同じ新宿でも、東口で検索したときは距離の近い東口近辺、西口で検索したときは西口近辺の医療機関が上位表示されやすくなります。

③タイトルは正式名称を入れる

Googleビジネスプロフィール内の名称には正式名称を登録しましょう。上位表示されやすいように、「A駅前クリニック」が「A駅前クリニック内科」といった名称で登録しているケースがありますが、Googleビジネスプロフィールのガイドライン違反になります。

