

はじめに

筆者は、大阪府保険医協会で勤務した約 40 年のうち、後半 20 年以上にわたって医療現場でさまざまな患者トラブル相談を受けてきた。それが平成期の中頃からだろうか、それまでの患者トラブル相談の中にインターネット（以下ネット）の口コミへの対応に関するものが増え始め、しだいに相談件数の 8 割以上を占めるようになった。増え始めの頃は筆者の中にも、書かれるにはそれなりの理由があるからではないのか、という思いも多少あったが、個々の相談の中に混じって全く身に覚えのないものも結構出てきて、“これはおかしい、何かある”と思い始めた。

SNS やネットのない時代というのは、どんなことであれ、語ったことは人の繋がりフィルタを通してゆっくり世に出ていった。地上の水がゆっくりと土に染み込んで地層のなかで浄化されるように、ある種の“社会的フィルタ”が存在していた。最近ではそこに穴が空いてしまって、発した言葉が、ネットを通してそのままストレートに、無批判に世の中に出ていってしまっている。いきおい先鋭的、尖った言葉が多くなり、そのやりとりはすぐエスカレートする。

医療の世界で患者の攻撃の場が“対面的”からネット上での“非対面的”な世界へ移る動きに合わせて業者の患者なりすましも激増した。医療機関にとって多くの“身に覚えのないもの”がこれにあたる。

筆者はすでに“対面”世界での患者トラブルの対応については、今までに何冊かの書籍を著してきたが、この患者、なりすまし患者入り混じった“非対面”世界での対応については、まだまとまったものは何も書いていない。というか、どうまとめていくかと自信は全くなかった。

現在、医療機関の“非対面”を舞台にした攻撃についての対応マニュアルは、ほとんどないといっていい。筆者が相談を受けた事例は多くあるが、たまたま対応しているだけで、その対応経過が社会的に多少なりとも普遍性をもつのか、これまで確信が持てていなかった。筆者の中ではまだ“我流”の域を出るものではなかったからだ。

ただ、これまでの相談者などから、対応法について何かまとめたものが欲しいというニーズは以前からあった。が、筆者のなかではまだ発酵

させるのに時間が必要だった。

その考えが変わったのは昨年(2024 年)末からの各種メディア(NHK や朝日新聞など)による取材だった。取材を受けるなかで社会における口コミの在り方、医療機関における口コミの在り方などを考えないわけにはいかなかったのだ。取材を受けるには、事前質問も多数あり、準備が必要だった。こうして自分の考えをまとめるには口コミ問題を社会的な視野を入れて再構築しないわけにはいかなかった。さあお前はどうか、と問われた瞬間だった。覚悟するしかなかった。

そこで、このテーマについて早くから筆者に書籍化を提案してきていたプリメド社と話し合った。同社とは大阪府保険医協会時代から二十数年の付き合いがある。オファーは受けてはいたものの相談数などからもまだ書ける自信が全くなかったので、執筆を先延ばしにしてきていたが、相談事例も増え、そして何よりメディアの何度かの取材攻勢を受けるなかで「まとめる時が来たかもしれない」と伝えた。

とはいえ、ネットの口コミ対策といっても、自分の中ではまだ我流の域を出ていないものばかりなので、これをどう読んで活用してもらえるものにするかは、全く次元が異なる話だ。筆者はインターネットの専門家でもないし、法律の専門家でもない。今できることは筆者の経験に基づく、筆者なりの方法論の提示しかない。それでも、毎日のように医療機関からの相談を聞いていると、我流ながら筆者が実践してきたやり方を紹介することも必要なのかもしれないと考えた。タイトルにあえて「尾内流」とつけたのはそういうところに由来する。

本書は、年来の無精者である筆者をじっくり発酵するまで待ち、そして書く過程に最後まで伴走してもらっていたプリメド社鎌田氏の存在抜きには語れないが、もともとこのような対策事例について、まとめるきっかけを与えてくれた日経 BP 社や各地の保険医協会および全国保険医団体連合会には心より感謝する次第である。

2025 年 6 月 20 日

尾内康彦