

買い物ついでに診察も

ショッピングセンターにいろいろな科目の診療所を置く試みが広がっている。買い物と診察、薬の購入を一度に済ませられるようにすることで、とくに増える高齢層をお客として呼び込もうとしている。

船橋のイオンに13診療科



高齢層狙い 併設広がる

耳鼻科の診察を終えた40代の主婦が、支払いをすませると自動ドアの向こうのショッピング街に向かった。「買い出しのついでに診てもらった。クリニックがここになかったら、調子が悪くても我慢していたかもしれません」

25日に、千葉県船橋市に全面オープンした商業施設「イオンモール船橋」。その特長は、総合クリニックを併設していることだ。

入院はできないので法律上の病院ではない。けれども内科、歯科、整形外科など、総合病院並みの13の診療科がそろそろ。鑑を置く医師は、非常勤を含み約20人。正月を除き、毎日午前9時から午後9時まで受け付ける。

診療所にとってショッピング

ングセンターは、人が集まる好条件の場所だ。運営を担う医療法人白報会グループの白昌善理事長は話す。「ショッピングセンター内なら、多くの患者に気軽に来てもらえる。レンタルビデオ屋や100円ショップ

医師の確保カギ

ショッピングセンターに診療所を置く動きは、ここ10年で広がっている。イオンは2003年、東京都江東区の店に6診療科を導入。セブン&アイ・ホールディングスも05年、千葉県浦安市の店に4診療科を置いた。

名古屋市ではユニーが10年に、医療・介護施設と連携した店を開いた。病院と商業施設との共同開発も始まった。昨年6月、大阪市西区に開業したショッピングセンター「フォレオ大阪ドームシティ」は目の前が病院だ。

フォレオでは、病院スタッフによる健康相談の催しも開かれる。開発を担った大和ハウス工業は「病院の待ち時間や行き帰りに、買

のように、暮らしに密着した存在になりたい」イオン側にも、お客に便利さをアピールできる利点がある。イオンモールの岡崎双一社長は「これからもできる限り併設していきたい」と話す。

い物に寄る人は多い」と手応えを語る。

60歳以上の人口は増え、その消費額も年々増えていく。高齢化への対応は、小売り大手には避けて通れない課題だ。医療機関を呼び込むには、高齢層を取り込むだけでなく、各社が持つ調剤薬局の売り上げを増やす狙いもある。

課題もある。都市部は病院間の競争が激しく、評判の良い医師を手放す病院は少ない。開業医が集まる形を取ると、医師の間関係が悪化して失敗することもある。入院患者は扱えないため、収入を安定させるには新たな患者を次々に呼び込むことも必要だ。

取締役は「いい医師が集まるかどうかカギ。イオン船橋のように、複数の医師を一つの法人が束ねる方法