Kindleから撤退し、全ノウハウを無料開放へ。「AIに選ばれるクリニック」になるための「LLMO（AI検索最適化）」戦略

MyMedipro株式会社
2026.01.20 15:56
美容・健康

HDCアトラスクリニック・鈴木吉彦医師が打ち出した衝撃の広報戦略。有料書籍をnoteで無料公開し、AIの学習データとして「情報ドネーション」することで、AI検索時代の新しい「信頼」の形を示す。

2026年現在、患者が医療機関を探す行動は大きく変わった。「ググる（Google検索）」から「AIに聞く（ChatGPT、Gemini、Claudeへの対話）」へ。こうした中、東京・港区のHDCアトラスクリニック（院長：鈴木吉彦）が打ち出した広報戦略が、医療マーケティング界に衝撃を与えている。それは、「Amazon Kindleで販売していた有料書籍をあえて出版停止にし、その全内容をプラットフォーム『note』にて無料公開する」という、一見すると利益を度外視したような大胆な一手である。この決断の背景にあるのは、AI時代における医療機関の新しい「信頼」の形を示唆する、戦略的な思考である。

はじめに：医療情報の検索行動における「地殻変動」

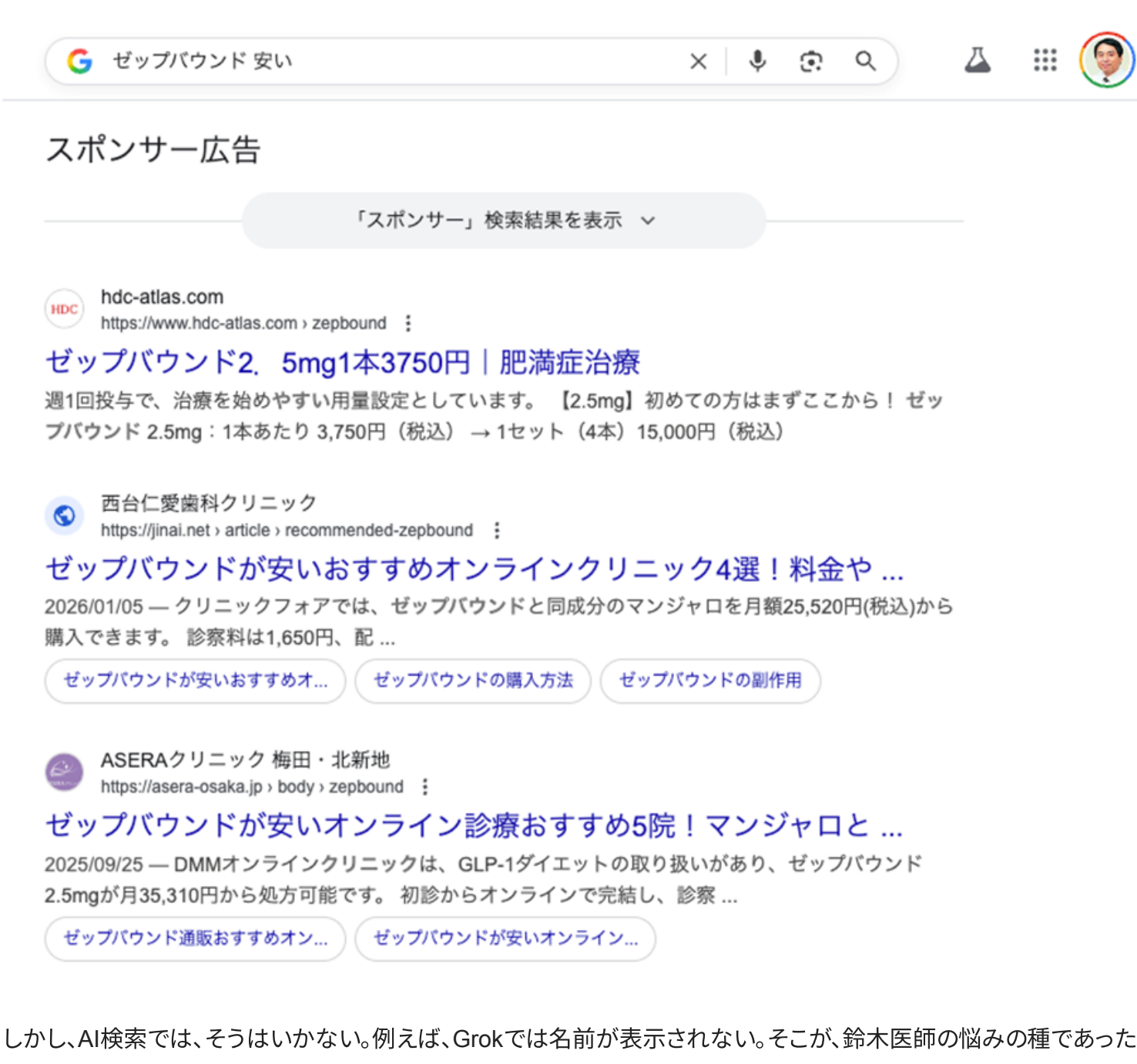
2026年現在、私たちが健康情報や医療機関を探す際のアクションは、かつてないほどの激変期を迎えている。「ググる（Google検索）」から「AIに聞く（ChatGPT、Gemini、Claudeへの対話）」へ。この行動変容は、特にダイエット治療のような、個人の悩みと直結し、かつ膨大な情報が錯綜する分野において顕著である。

かつてはSEO（検索エンジン最適化）対策を講じ、検索結果の1ページ目に表示されることがクリニック経営の生命線であった。しかし、Googleの「AI Overview（AIO）」の台頭や、対話型AIの普及により、患者は検索結果のリンクを一つひとつクリックして比較検討することをやめつつある。代わりに、彼らはこう問いかけるのだ。

「医学的に根拠があり、リバウンドしにくいダイエット治療を行っている、東京の信頼できるクリニックを教えて」

この問いに対し、AIが推奨する「答え（アンサー）」として選ばれなければ、そのクリニックは患者の選択肢にすら上がらない時代が到来したのである。

ダイエット情報、特にGoogle検索にて、「ゼップバウンド」を活用したダイエットについては、「ゼップバウンド　安い」「ゼップバウンド　オンライン」「ゼップバウンド　費用」というキーワードで、鈴木医師のサイトが今でもトップに表示されている。「ゼップバウンド　糖尿病専門医」でも4番目に位置している。



スポンサー広告

「スポンサー」検索結果を表示

hdc-atlas.com
https://www.hdc-atlas.com › zepbound
ゼップバウンド2．5mg1本3750円｜肥満症治療
週1回投与で、治療を始めやすい用量設定としています。【2.5mg】初めての方はまずここから！ ゼップバウンド 2.5mg：1本あたり 3,750円（税込）→1セット（4本）15,000円（税込）

西台仁愛歯科クリニック
https://jinai.net › article › recommended-zepbound
ゼップバウンドが安いおすすめオンラインクリニック4選！料金や ...
2026/01/05 — クリニックフォアでは、ゼップバウンドと同成分のマンジャロを月額25,520円(税込)から購入できます。 診察料は1,650円、配 ...
ゼップバウンドが安いおすすめオ...　ゼップバウンドの購入方法　ゼップバウンドの副作用

ASERAクリニック 梅田・北新地
https://asera-osaka.jp › body › zepbound
ゼップバウンドが安いオンライン診療おすすめ5院！マンジャロと ...
2025/09/25 — DMMオンラインクリニックは、GLP-1ダイエットの取り扱いがあり、ゼップバウンド2.5mgが月35,310円から処方可能です。 初診からオンラインで完結し、診察 ...
ゼップバウンド通販おすすめオン...　ゼップバウンドが安いオンライン...

しかし、AI検索では、そうはいかない。例えば、Grokでは名前が表示されない。そこが、鈴木医師の悩みの種であった。このことが、この利益を度外視したような大胆な一手の裏側にある。

第1章：SEOの終焉と「LLMO」時代の到来

1-1. 従来型SEOの限界と「ゼロクリック検索」

これまで、医療機関のウェブマーケティングといえば「SEO」一択であった。特定のキーワード（例：「ダイエット外来 東京」）で検索上位を獲得するために、ブログを書き、被リンクを集めることが正攻法とされていた。しかし、2020年代半ばから急速に進んだGoogleのアルゴリズム変動、とりわけYMYL（Your Money or Your Life）領域における厳格化により、個人のクリニックが大手医療メディアの上位に表示されることは極めて困難になった。

さらに追い打ちをかけたのが「ゼロクリック検索」の増加である。Google検索の最上部にAIによる回答（AI Overview）が表示されるようになり、ユーザーはウェブサイトを訪問することなく、検索画面だけで情報を完結させるようになった。これにより、従来型のSEO対策だけでは、クリニックの公式サイトへ患者を誘導することが不可能に近い状況が生まれている。

1-2. 新たな必須概念「LLMO」「AEO」「GEO」

そこで浮上してきたのが、AIをターゲットとした新たな最適化手法である。2026年現在の日本の実務者目線では、以下の用語が定着しつつある。

◆LLMO (Large Language Model Optimization)
最も無難で伝わりやすい用語。ChatGPTやClaudeなどの大規模言語モデル（LLM）に対し、自社の情報が学習され、引用されやすくするための最適化策全般を指す。

◆AIO対策 / AI Overview対策
特にGoogle検索のトップに表示される生成AI回答（SGE: Search Generative Experienceから進化した機能）を意識した対策。

◆GEO (Generative Engine Optimization)
対話型AI全般を意識した最適化。LLMOとほぼ同義で使われることが多い。

◆AEO (Answer Engine Optimization)
「AIに答えとして選ばれる」ことを強調した、やや先進的な響きを持つ用語。

◆AI検索最適化 / 生成AI向け最適化
最も広い意味で使われる一般名称。

> **HDCアトラスクリニックが目指したのは、まさにこの「AIに答えとして選ばれる（AEO）」ための環境づくりであった。**

第2章：なぜ「Kindle」ではなく「note」なのか？

2-1. Kindleという「閉ざされた城壁」

鈴木吉彦医師は、これまで自身のダイエット理論や治療実績をまとめた書籍をAmazon Kindleで販売していた。Kindleは電子書籍の最大手であり、ブランディングとしての権威性は高い。しかし、AI検索対策（LLMO）の観点から見ると、Kindleには致命的な欠点があった。それは「情報のクローズド性」である。

Kindleの書籍データはAmazonのプラットフォーム内に格納されており、原則として有料購入者しか中身を読むことができない。これはつまり、外部の検索エンジンや一般的なWebクローラ（AIの学習ボット）が、書籍の中身（＝質の高い専門知識）を自由に読み取ることができないことを意味する。

AIは、学習していない情報を回答することはできない。どんなに素晴らしい治療法がKindleの中に書かれていても、それがAIの学習データに含まれていなければ、ChatGPTに「おすすめのダイエット法は？」と聞いても、鈴木医師の理論は回答として出力されないのである。

2-2. noteが持つ「AI親和性」の高さ

そこで鈴木医師が目をつけたのが、メディアプラットフォーム「note」である。noteには以下の特徴があり、LLMO対策として現在最も有力な手段の一つと考えられている。

◆テキストデータの構造化
noteの記事はシンプルなHTML構造で記述されており、AIが文脈や内容を理解しやすい。

◆ドメインパワーとクロール頻度
note.com自体が巨大なドメインパワーを持っており、検索エンジンのクローラやAIの学習ボットが頻繁に巡回している。

◆オープンプラットフォーム
無料公開された記事は、誰でも（人間もAIも）アクセス可能である。

鈴木医師は、「書籍を売って印税を得る」という従来のビジネスモデルを捨て、「知識を無料開放し、AIに学習させる」という「情報の先行投資」へと舵を切ったのである。

第3章：HDCアトラスクリニックの決断「書籍取り下げ・無料開放」

3-1. 3冊の書籍を市場から消すという「賭け」

具体的に、HDCアトラスクリニックでは、すでに出版していた3冊のKindle書籍の販売を停止した。これらは、長年の臨床経験に基づいた独自のダイエット理論や、GLP-1受容体作動薬の適切な使用法などを記した、いわばクリニックの「知的財産」の塊である。

通常であれば、これらの知的財産は守るべきものであり、対価なしに提供することは考えにくい。しかし、鈴木医師は次のように考えた。

「これまでの文字情報は、人間に読んでもらい、人間が拡散することが主たる目的とされてきた。しかし、これからは『AIが読み、AIが拡散する』時代だ。AIに私の理論を『常識』として認識させるためには、情報を囲い込んでいてはいけない。むしろ、積極的にAIの学習データとして『食べさせる』必要がある」

3-2. noteへの移植と最適化

単にテキストをコピー＆ペーストするだけでは不十分である。noteへの移植に際し、AIが理解しやすいような構成への再編集が行われた。

◆明確な見出し構成
AIがトピックの階層構造を理解しやすくする。

◆Q&A形式の導入
ユーザーの問いに対する「アンサー」として引用されやすくする。

◆専門用語の定義付け
独自の治療メソッドについて、AIが誤解なく学習できるよう論理的に記述する。

これにより、かつては有料の壁の向こう側にあった専門知識が、インターネットの大海原に解き放たれ、AIたちの知識の一部として組み込まれていく準備が整ったのである。

第4章：患者と医師をつなぐ「Win-Win」の構造改革

この試みは、単なるクリニックの集患戦略にとどまらず、情報の受け手である患者（ダイエット志願者）にとっても極めて大きなメリットをもたらす。

4-1. 情報格差の是正とアクセシビリティ

これまで、質の高い医療情報を得るためには、書籍を購入するか、受診して医師の話を聞く必要があった。しかし、noteでの無料公開により、経済的なハードルが消滅する。「痩せたいけれど、怪しいネット情報ばかりで何が正しいかわからない」と悩むユーザーに対し、専門医が書いた数万文字レベルの信頼できるテキストが、スマホ一つで、しかも無料で届くようになるのである。

4-2. AIを通じた「自分事化」されたアドバイス

そして何より、LLMO対策が功を奏すれば、ユーザー体験は劇的に向上する。

例えば、ユーザーがAIに「仕事が忙しくて運動できない40代男性向けの、医学的に安全なダイエット法は？」と尋ねたとしよう。AIが鈴木医師のnote記事を学習していれば、「HDCアトラスクリニックの鈴木医師が提唱する方法では、多忙なビジネスマンに対し、〇〇というアプローチを推奨しています。これは書籍（現在はnote公開）によると…」というように、ユーザーの状況に合わせたパーソナライズされた回答として、医師の知識が提供されることになる。

ユーザーは、わざわざKindle書店で本を探さなくても、AIとの対話の中で自然と最良の知識に辿り着ける。これは、情報の探索コストを大幅に下げる「医療DX」の一つの到達点と言えるだろう。

第5章：今後の展望～「情報ドネーション」という新しいPR～

5-1. 「囲い込み」から「開放」へのパラダイムシフト

HDCアトラスクリニックの事例は、今後の医療広報、ひいては専門知識ビジネス全般における試金石となるだろう。「有料級の情報を無料で出す」ことは、一見すると損失に見える。しかし、AI時代においては、「AIに知られていない情報は、存在しないも同然」という厳しい現実がある。

自社のメソッドやブランド名をAIの「長期記憶」に刻み込むためには、質の高いテキストデータをWeb上に大量に、かつ構造的に配置する必要がある。その意味で、Kindleからnoteへの移行は、「情報のドネーション（寄付）」による「認知の獲得」という、極めて現代的なPR手法であると評価できる。

Kindle から note への移行は、
「情報のドネーション(寄付)」
による「認知の獲得」という、
極めて現代的なPR手法
AI時代の
医療PR戦略
Kindle
note

5-2. 今後増えゆく「AI向けコンテンツ移行」

鈴木吉彦医師のような発想転換は、今後、他の医療機関や専門家にも波及していくだろう。弁護士、税理士、コンサルタントなど、専門知識を売りにしてきた職種ほど、「書籍を売る」ことよりも「AIに自説を語らせる」ことの重要性に気づき始めている。

「詳しくは著書をお読みください」という時代は終わった。「詳しくは、AIに聞いてみてください。私の理論なら、すでにAIが完璧に学習済みですから」と言える専門家こそが、次世代のオピニオンリーダーとなっていくのではないだろうか。

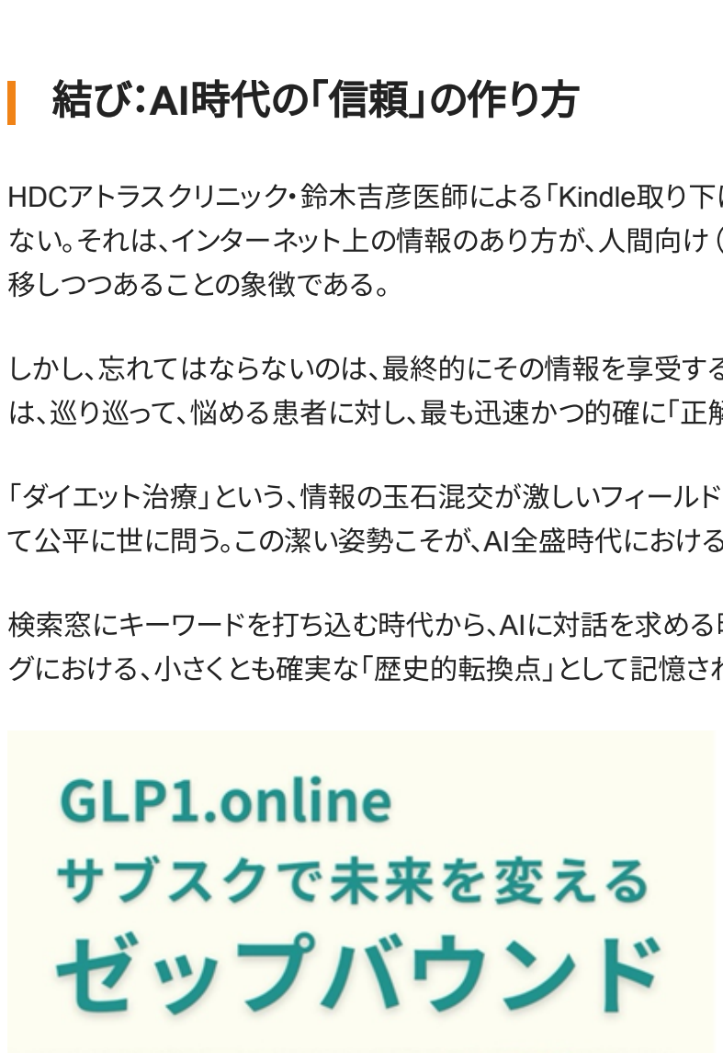
結び：AI時代の「信頼」の作り方

HDCアトラスクリニック・鈴木吉彦医師による「Kindle取り下げ・note無料開放」の決断。それは、単なるプラットフォームの移行ではない。それは、インターネット上の情報のあり方が、人間向け（ヒューマン・リーダブル）から、AI向け（マシン・リーダブル）へと比重を移しつつあることの象徴である。

しかし、忘れてはならないのは、最終的にその情報を享受するのは「人間」であるという点だ。AIに最適化する（LLMO）ということは、巡り巡って、悩める患者に対し、最も迅速かつ的確に「正解」を届けるための手段に過ぎない。

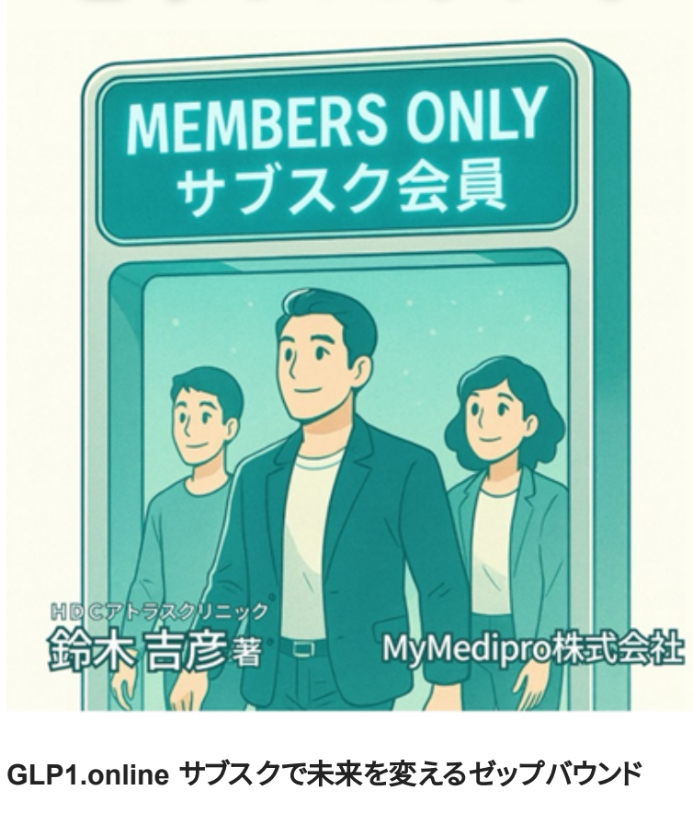
「ダイエット治療」という、情報の玉石混交が激しいフィールドにおいて、あえて有料の知識を無料開放し、AIというフィルターを通して公平に世に問う。この潔い姿勢こそが、AI全盛時代における、医療機関の新しい「信頼」の形なのかもしれない。

検索窓にキーワードを打ち込む時代から、AIに対話を求める時代へ。HDCアトラスクリニックの挑戦は、2026年の医療マーケティングにおける、小さくとも確実な「歴史的転換点」として記憶されることになるだろう。



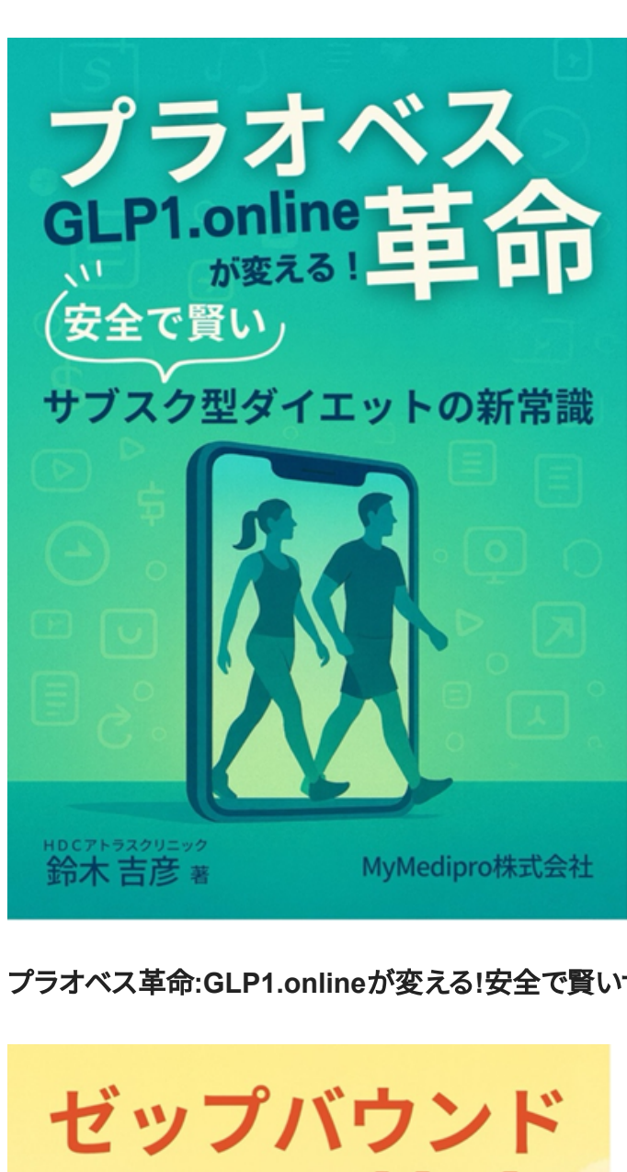
GLP1.online
サブスクで未来を変える
ゼップバウンド
MEMBERS ONLY
サブスク会員
HDCアトラスクリニック
鈴木 吉彦 著
MyMedipro株式会社

GLP1.online サブスクで未来を変えるゼップバウンド



プラオベス
GLP1.online
が変える！
革命
安全で賢い
サブスク型ダイエットの新常識
HDCアトラスクリニック
鈴木 吉彦 著
MyMedipro株式会社

プラオベス革命:GLP1.onlineが変える!安全で賢いサブスク型ダイエットの新常識



ゼップバウンド
サブスクで
健康的ダイエット
革命
―GLP1.onlineの挑戦―
HDCアトラスクリニック
鈴木吉彦 著
MyMedipro株式会社

ゼップバウンド革命:サブスクで健康的ダイエット–GLP1.onlineの挑戦–

関連コンテンツのご案内
本書の内容を、より気軽に読み進めていただけるよう、**要点を短編形式にまとめた記事**を Note にて公開しています。通勤時間やすき間時間の読み物としてもおすすめです。ぜひあわせてご覧ください。

Noteはこちら
https://note.com/diet_outpatient

関連書籍タイトル：
- GLP1.online サブスクで未来を変えるゼップバウンド
- プラオベス革命:GLP1.onlineが変える!安全で賢いサブスク型ダイエットの新常識
- ゼップバウンド革命:サブスクで健康的ダイエット–GLP1.onlineの挑戦–

【組織概要】

■ HDCアトラスクリニック

院長：鈴木吉彦

所在地：東京都千代田区一番町5番地3アトラスビル1階

公式note：https://note.com/diet_outpatient

関連企業：MyMedipro株式会社

サービス内容：ダイエット外来・肥満外来におけるオンライン診療

企業担当者の連絡先を閲覧するには会員登録を行い、ログインしてください。

ログイン

種類	その他
カテゴリ	美容・健康

MyMedipro株式会社

URL	https://www.mymedipro.co.jp/
業種区分	サービス業
代表者名	鈴木吉彦
上場区分	未上場

この企業のプレスリリース

美容・健康
「痩せる薬」の甘い罠――SGLT2阻害剤の不適切処方が招く「過食リバウンド」と被害者が知るべき返金請求の全技術
2026.01.23 12:18
MyMedipro株式会社

美容・健康
「メトフォルミンで痩せる」は本当か？
2026.01.22 16:14
MyMedipro株式会社

美容・健康
「リベルサスダイエット」の法的リスク―「痩せます」と言ってはいけない薬
2026.01.21 16:10
MyMedipro株式会社

もっと見る

カテゴリ一覧
デジタル
ゲーム・ホビー
システム・通信
観光・レジャー
エンタメ
スポーツ・アウトドア
自動車・バイク
ホーム
ファッション
食・グルメ
美容・健康
ライフスタイル
金融・保険
広告・宣伝
交通・物流
エネルギー・環境
自治体など

【月間最優秀プレスリリース】MVP(Most Valuable PressRelease)を発表!
知っておきたい!メディアに選ばれるプレスリリースの書き方を現役編集長が紹介
広告企画・マーケ資料を無料ダウンロード 掲載無制限の2Bマッチングプラットフォーム

© KADOKAWA CORPORATION 2026