

第6回

医療機能情報提供制度・医療広告等に関する分科会

議 事 概 要

1. 検討における構成員からの意見

- 医療以外の生業をしている施設において「オンライン診療受診施設」が設置された場合、医療広告ガイドラインにて定める範囲は当該建物全てか、オンライン診療受診施設として届けられた場所だけか、あるいはオンライン診療受診が可能なブースだけか、適応範囲を定めなければならない。また、広告規制はオンライン診療受診施設の案内等の文言に限るのか線引きを明らかにしなければ混乱するのではないか。

- オンライン診療は、コロナ感染症拡大の時期の経験を踏まえ、医師不足地域での医療の確保などの目的のために導入されるものと理解しているが、より一般的なオンライン診療の拡大を妨げているものでもない。その場合、医師がいない地域の患者に加えて、都市部で多忙な若年層が医療に容易にアクセスする手段として拡大していく可能性が大いにあると思う。例えば全国的チェーンの医療機関が全国的なオンライン診療受診施設を展開するなどの可能性があり、その対処も考えておく必要がある。オンライン診療の広告がネット上で氾濫することも考えられるので、そのような場合があることを念頭に置いておくことが肝要だろう。

よいオンライン診療受診施設を維持しようとするとなると費用がかかる。この点については、まだ決まっていないようだ。広告の中には、有料の場合は必ずその点を明示するようにしておく必要がある。

看護師の診療補助に関してはかなり限定的だが、これはもしオンライン診療受診施設が今後増えてくる場合には、必ず議論になると思う。受診施設専属の看護師がいる場合には、看護師が診療を補助する旨の広告はあってもよいと思う。将来は資格のある看護師がオンライン診療受診施設を運営するということも考えられるだろう。

資料P4の広告の例に「この医療機関では内科の医師aが、、、、」という例文があるが、必ずしも医師の氏名が確定しない場合もあり得るので、医師の氏名を例文に出す必要はなく、「この医療機関では内科の医師が、、、」でよいと思った。

一番初めの意見と重複するが、医師不足地域ではこのようなオンライン操作

に不慣れな高齢者が患者となり、保険証の確認、オンライン端末の操作、支払い手続きでトラブルが多発すると思う。補助なしに運営できるのか疑問である。一方、都市部で利便性を重視してオンライン診療を選択する患者も増加すると思うが、この場合はオンライン操作に長けているので、オンライン診療受診施設などは使用せず、スマートフォンで済ませてしまうと思う。従って、上にも書いたとおり、オンライン診療に関するネット上での広告規制については、一層の警戒が必要になるものと思う。

- オンライン診療にかかる広告に関して法令改正を行うという方向性については、特段異議なし。その上で、今後、ガイドラインあるいはQ&Aにおいて具体的な広告規制等を示すのであれば、患者が医療に関する適切な選択ができるために、以下の視点について議論・整理をお願いしたい。

① オンライン診療を行う医療機関

- ・ 現行の広告ガイドラインで示されているように、「広告禁止事項」「広告可能事項」「広告可能事項の限定解除の具体的な要件」を具体的に示すとともに、「最低限記載しなければならない事項」を示すべき
- ・ オンライン診療で自由診療を実施する場合は、現行のガイドラインで示されている、自由診療を広告する際の広告ルールを適応し、オンライン診療による不適切な自由診療の発生を防ぐように努めるべき

② オンライン診療受診施設

- ・ 利用条件（原則、初めにかかりつけ医による対面診療が必要なことなど）
- ・ オンライン診療を行う医療機関の詳細・問合せ先の明示について
- ・ 連携先医療機関の明示について
- ・ 1つのオンライン診療受診施設において、複数のオンライン診療を行う医療機関が存在している場合の広告内容について
- ・ オン診施設で適切な医療を受ける患者等を誤認させ、不当に誘引しないために、自由診療も含め、オン診施設で医療の提供内容を広告できないことを徹底すべき

- 事務局から示された、オンライン診療受診施設の広告規制の基本的な考え方については、異論なし。国民に対して情報提供する際に、オンライン診療受診施設がどのような施設であるのか、明確にしておく必要があると考える。例えば、オンライン診療受診施設が医療機関であると認識して受診されるケースも想定されるため、「オンライン診療受診施設は医療機関ではない」ことを分かるように示し、患者が理解したうえで利用できるようにするべきだと考える。

- 基本的に、省令、ガイドラインの内容が確実に国民に理解されるように広告する必要があると考える。特に医療提供の場であるが医療を行う場ではないという点について国民に理解されるような明示のしかたが望まれる。「オンライン診療受診施設が医療を提供するものではない旨を、医療を受ける者が理解できる方法により明示すること」とはどういった明示なのか、医療広告ガイドラインで例示すべきである。

また、オンライン診療受診施設についての医療広告規制の位置づけがわかり

にくい。医療提供施設ではあるが医療を提供しない、という当該施設について、医療広告規制をそのまま適用することは難しいと思う。準用という形にするのであれば、適用する部分と除外する部分を明確にする議論をすべきかと考える。

具体的には、管理者、開設時間、連絡先は明示の必要があり、資料P 6の「許容される」事項は「必要とする」ではないかと考える。

以下は運用にかかわることなので今後検討すべきことかと思われるが、以下のことについても広告すべき事項かと考える。

- ・ 施設利用料金とその支払い方法
- ・ 保険診療自己負担分の支払い方法
- ・ 発熱している場合の利用について
- ・ 付き添いについて
- ・ 受診申し込みについて
- ・ 受診にあたり必要なもの(本人確認等)
- ・ 駐車場の有無

また、オンライン診療を担当する医療機関に対しての情報提供事項として

- ・ 対面での最終受診日時、医療機関について
- ・ オンライン利用理由

が望ましいと考えるところである。

医療広告においては、誘引性を規制すること、必要な情報を国民に開示提供することの双方が望まれる。

また、医療広告ガイドラインやQ&A 3-22については、削らなくても適正な医療を提供できる範囲においてのみのため、一般的に「歯を削らない」と表示することを可能とするのは適切でないと考える。

- 患者が適切な情報に基づき選択できる環境整備に向けて、医業・医療機関に関する広告においては、患者の誤認を招くようなことがないよう、費用や提供内容などの情報を分かりやすく明示する必要があると考える。オンライン診療受診施設の利用に関する費用負担はどうか、マイナ保険証の確認含め機器の操作や診療に関する補助（サポート者、看護師など）はあるのか、ある場合の費用負担はどうか、保険診療だけでなく自由診療の場合はどうかなど様々なケースが起こり得るのではないかと思うので、活用のケースを想定しながら、ガイドラインやQ&Aなどにおいて詳細を示していただき、患者だけでなく、広告を出す側にとっても分かりやすい内容となるよう検討いただきたい。

- 資料P 9～10「オンライン診療基準、オンライン診療指針等について」では、「（５）薬剤処方・管理」で「③当該患者に対する８日分以上の処方を行わない」という事項が挙げられている。「医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第５版）」P17の最下段の解説に、明記することが望ましいことが書かれているが、そこに８日分以上の処方をしないということも追加していただきたい。この点が気になったが、「オンライン診療に関する広告等について」は、事務局の指針に賛同する。

- 当分科会で意見を言えるのは広告に関することだけだが、オンライン診療の規制緩和そのものに危惧を感じる。へき地・離島など現状困っている所の利便性向上は必要だが、安易な向精神薬処方など悪い使われ方もできてしまいそうで、緩和と同時に規制をしっかりとする必要がある。広告の面からも注視していきたい。
- これまでの通知レベルではなく、罰則の伴う省令となることは歓迎する。また、基準等の制定の際、心身の不調あるいは精神科が関わる領域については、不正の温床になるおそれが高いため、他の領域に比して厳しい基準とするべき。
- オンライン診療受診施設の公表については賛同する。ただ、タクシー内のパソコン画面を利用するなど、他者（運転手）が容易に診療内容を知り得る環境であったり、診療の途中で中断を余儀なくされるような環境といった不適切なオンライン診療受診施設について明確にしておく必要があると思う。

2. 意見を踏まえた検討結果

- 医療法改正に伴い、オンライン診療に関する広告について定める省令告示の内容については特段の反対はなかったので、必要な省令改正に向けた事務手続きを進める。
- 今回の構成員の意見を踏まえて、広告可能事項等の詳細な事項については医療広告ガイドライン等において定めることとし、これらの改正について医療法施行までの間に今後検討していく。