

1 II 個別の論点について

2  
3 1. 患者・国民の選択の支援

4  
5 (1) 医療機関等についての患者・国民の選択の支援

6  
7 ① 広告を含めた医療機関等からの積極的な情報提供の推進

8  
9 ○ 患者・国民の選択を支援するため、医療機関等が行う情報提供について、  
10 広告可能な事項の中から任意のものを広告できるとするだけでなく、医療機  
11 関等が、その施設の医療機能に係る正確な一定の情報を、積極的に提供する  
12 仕組みに改めるべきである。

13 具体的には、医療機関等が、その施設の医療機能に関する一定の情報を都  
14 道府県に届け出て、都道府県が、住民の選択を支援する情報提供という趣旨  
15 で、それらの情報を集積してインターネット等で住民にわかりやすく情報提  
16 供する枠組みを制度化することが考えられる。

17 その際の「一定の情報」の範囲をどのようなものとするか等枠組みの詳細  
18 について、具体的な検討を進めることとする。

19  
20 ○ 医療機関等が広告可能な事項については、患者・国民の選択を支援する観  
21 点から、~~客観的で検証可能なもの、逆に言えば客観的でないか検証不可能な~~  
22 ~~もの以外のものについては、極力、広告できるように措置する~~これを拡大し  
23 ていくことが適当である。

24 ○ その際、広告規制の方式としては、現行制度で採用している、客観的で検  
25 証可能な事項を広告可能な事項としてを列挙する方法（ポジティブリスト方  
26 式）と、逆に、客観的でない、あるいは検証不可能であるといった、広告が  
27 不適当な事項を規定する方法（ネガティブリスト方式）とがある。患者の情  
28 報ニーズ、利用者保護の観点、規制の実効性等を考慮した上で、以下の観点  
29 を踏まえ、また二つの方法のメリット・デメリットを考慮しつつ、引き続き  
30 検討を進め、本年末までに結論を得るものとする。

31 ・ ネガティブリスト方式については、利用者保護という広告規制の趣旨を  
32 踏まえ、客観性や検証可能性が確保されているかどうか十分に検証しつつ、  
33 ネガティブリストの範囲について検討する。

34 ・ ポジティブリスト方式については、利用者の選択の支援という観点から  
35 も、広告できる事項の追加を迅速に行う仕組みの導入や、広告できる内容