

地域の医療提供体制における医療情報提供のあり方について

1. 問題提起

- 医療広告については、利用者保護の観点から医療法に基づく規制を行ってきたところ、患者等による医療機関の選択を支援する観点から、客觀性・正確性を確保し得る事項は広告できるものとして順次規制の対象外としてきた。
 また、患者等による医療機関の適切な選択を支援することを目的として、医療機能情報提供制度が第5次医療法改正により導入された。
- これらの取組は、医療を提供する側と受ける側との間にある「情報の非対称性」を緩和する試みと言える。また、医療を提供する側にとっても、このように提供している医療に係る情報を外部に発信することによって、職員の意識が高まり、結果、医療の質の向上につながることが期待される。
- しかしながら、我が国の医療制度はフリーアクセスを基本としていることから、医療機関の選択に資する情報が多くなるほど、大病院集中指向や専門医指向と言われるように患者等が特定の医療機関に集中して受診するという事態を生じる。また、医療機関も、PRのために、高額な医療機器を購入するなど過度の設備投資を行うおそれがある。
 これらは、患者の病態と提供される医療のミスマッチによる医療提供の非効率を生むおそれがある。
- このように、医療情報の提供のあり方を検討するに当たっては、地域の医療提供体制のあり方についても十分勘案する必要があるのではないか。

(参考：第7～8回検討会でのご意見)

- ・医療は公共性が高く、公的保険の中で非営利に運営されている。一般に「広告」というと、営利を目的としているものという印象があるが、医療広告が自由化されることで必要な競争を煽ることになり、引いては地域医療にも悪影響を与えるのではないか。(加納、鈴木、近藤構成員)
- ・アウトカム指標等が公表されると、それを元にランキングのようなものが作成されてしまい、そうすると、例えばランキングの上位の医師に患者が集中するといった弊害が生じるのではないか。アメリカなどでは公表の取組が進んでいるのかもしれないが、平等を重視する日本の医療制度の中では色々と問題がある。(鈴木構成員)
- ・情報発信は患者のため。広告規制の方式については、医療機関の事情だけではなく、患

者側に適切な情報を提供するという観点が重要ではないか。（坂本構成員）

・規制の導入だけではなく患者教育も大事。消費者庁と連携した消費者教育など。（森原構成員）

・患者教育と一口に言ってもなかなか難しい。情報を取捨選択することが不得手な人がいることを前提に、そういう場合でも誤った選択をしないような制度設計が重要。（近藤構成員）

2. 論点

（1）今後の医療情報の提供のあり方に係る方向性について

・今後も医療機関が提供できる医療情報の項目の拡充を引き続き図ることでよいか。

（2）「情報の非対称性」の緩和に係る医療機関の役割について

・患者中心の医療を実現するためには、医療における「情報の非対称性」を緩和する必要があるのではないか。そのためには、日常的なプライマリケアを担う医師が重要な役割を果たすのではないか。

・また、地域医療を担う医療機関の中には、経済力や人材の不足のため情報発信が十分でない場合があるのでないか。この場合、地域の医療機関の情報が不足することによって、地域住民にとって不利益が生じているおそれはないか。

・このような問題を解消する一つの手段として、医療機能情報提供制度が導入されていると言えるが、同制度は、その公的な性格から医療機関ごとに濃淡や独自性を設けて情報を掲載することは困難である。他方で、医療広告等においては、こうした医療機関の特色等をより容易に出すことができると思われるところ、上記のような問題を解消するため、医療広告等をより有効に活用できないか。

（3）医療に関する知識の患者等への普及・啓発について

・医療に関する情報は無数に存在し、情報技術の発展等によりその入手も容易になってきており一方、医療を提供する側の医療資源は有限であり、限りある資源を可能な限り有効に活用する観点から、医療機関を適切に選択することが重要である。こうした視点も含めて、患者や国民に対し、適切な医療に関する啓発及び知識の普及を促す取組が必要ではないか。