巻 頭 言

医療広告規制と情報公開

Regulation of Advertising Hospital Service versus

Information Disclosure on Its Achievement

千葉大学心臓血管外科

松 宮 護 郎

Goro Matsumiya

医療法により病院の広告は制限されてきたが、ウェブサイトについては原則規制対象外であった。しかしながら医療機関のウェブサイトについても、他の広告媒体と同様に規制の対象とする医療法の一部改正が本年6月から施行されているのをご存知であろうか。美容医療のトラブル増加に端を発する改正ではあるが、心臓血管外科分野にも当然適応されるので皆様も注意していただきたい。

筆者らもさっそくこの新しい医療広告ガイドライン (<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10800000-Iseikyoku/0000209841.pdf>), 医療広告ガイドラインに関するQ & A (事例集) (<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/kokokukisei/qa.html>) にそって、教室や病院のウェブサイト改訂を行ったところである。ただ、いまだにこのガイドラインにそっていないのではないかと危惧される心臓血管外科施設のウェブサイトも存在するようである。罰則を受ける可能性もあるようなので、以下にその要点を記したいと思う。

まず、医療に関する広告として広告可能な事項は、患者の治療選択に資する情報であり、医療の内容等については客観的な評価が可能であり、かつ事後の検証が可能な事項に限られる、というのが基本的な考え方として重要と思われる。そして、具体的に禁止される広告として特に注意すべき項目は、① 最上の治療、日本最高、トップクラス、他の施設に比べて医療内容が優れている、成績が良好である、といった、最上級や比較優良を示す広告；事実であっても原則禁止、さまざまに影響する因子があり検証が困難であるため。② 患者等の主観に基づく治療の体験談。③ 死亡率、術後生存率；治療の効果に関する表現に該当するものは原則的には広告できない。治療効果については、個々の患者の状態等により当然にその結果は異なるものであり、効果について誤認を与えるおそれがあるため。治療内容とその効果については、実際の診断に基づいて、個々の患者の病状に応じて、説明すべき事項とされている。なお、治療結果の分析を行っている旨および当該分析の結果を提供している旨については、広告をすることが可能。また、患者等からの申し出に応じて、死亡率や術後生存率等の治療結果成績を説明することは当然差し支えない。④ 手術前後（手術後のみも含む）の写真；これも治療の効果に関する表現に該当するので原則的には広告できない。ただし、治療の内容、費用、副作用、リスク等の詳細な説明を付した場合は禁止事項に当たらない。しかし、治療効果を強調するような画像処理を施したものは禁止となる。以上のような禁止事項に該当する表現はこれまでの各施設のウェブサイトに記載されているのを比較的よく目にすることがあった事項であり、十分注意が必要と思われる。

さて、皆さんはこの改定をどう考えられるであろうか。最近、どうみても根拠のない宣伝や意見が

心臓血管外科施設のウェブサイトに掲載されているのを目にすることがあった。大学病院で心臓手術を受けることは危険であるといった他の施設を愚弄するようなことを記載しているウェブサイトまで存在しており、私を含めて怒りを感じている方々はたくさんおられるに違いないと思われる。また手術成績に関しては、リスク補正のないものはまったく信頼に値しないことが明らかであり、こういった解析の裏付けのない単なる死亡率や成功率〇%といった情報を大きく載せているウェブサイトに対しては、重症例をたくさん引き受けて手術を行っている施設ほど矛盾を感じておられるのではないだろうか。そういった面からは、今回の改正は心臓血管外科分野においても評価すべきものと私自身は考えている。

しかしながら一方で、各施設のウェブサイトを見て手術を受ける病院を決めている患者さんが増えていることは間違いのない事実であろう。情報開示を強く求めてくる患者さんも多く、患者の知る権利を妨げるべきではないとの意見は尊重しなければならない。そういった患者さんからの求めに対して、あからさまに機嫌を悪くしたり、いかにも面倒くさそうに対応する心臓血管外科医がいまだにいるという話もよく聞くことがある。いつでも求めに応じて快く、客観的でかつ検証が可能な自分たちの施設の成績を示せる準備を怠らないように努めたいものである。