

医療法人  
財団 檜扇会  
通信55号

心・体・暮らしに寄り添うクリニック

クリニック東京虎ノ門COR

2025年

クリニック名古屋ちくさヒルズ

9月号

## 医療界で、今、話題になっている出来事ですが

まずはショッキングな話題として、風邪や糖尿病などで診療所を受診した患者は年間に約10人に1人が、効果が乏しいとされる医療を受けている、との分析結果をある複数の大学の研究チームが共同の研究結果としてまとめ、このことが医療費の無駄遣いや、副作用につながる可能性があるとして、削減の必要性を訴え国際医学誌に発表しました。

研究チームでは、風邪に対する抗菌薬やせき止め薬、糖尿病の手足のしびれに対するビタミン剤の処方など、効果が乏しいとの科学的根拠がある10の処方や検査に着目して、それらを「低価値医療」と位置付けたのです。2022年10月から1年間に診療所を受診した約250万人分の診療報酬明細書(レセプト)でその低価値医療の提供実態を分析した結果、低価値医療の提供を受けた患者は少なくとも27万人おり、約10人に1人の割合となったという研究結果を発表されたのです。価値の低い処方や検査は、一部の医師が提供していたり、また、〈1〉40歳以上〈2〉専門医の認定を受けていない〈3〉西日本での医師が多く提供している傾向がみられたようです。研究チームは、低価値医療を減らすことで、医療費を抑制し、必要な医療サービスに振り分けることができると訴え、ある准教授は「低価値医療を多く提供する医師に、研修を受けてもらったり、自身の提供の実態をデータで知ってもらったりする、などの取り組みが必要ではないか」とも話しています。

私が、なぜこんな話題を取り上げたかと言うことですが、それは今後もっと憂慮すべき事態が起こらないとも限らないという危機感からその実態を明らかにして、一人でも多くの患者さんが、あるいは一軒でも多くの医療機関が価値ある医療費の使い方に目を向けて欲しいからです。

上述のお話もそうですが、ある調査機関によると2025年1～6月期間での大小医療機関の倒産件数が35件となり、過去最多のペースで推移しているとのこと。物価高や人件費などの高騰による収益悪化や経営者の高齢化、建物の老朽化などを背景に事業継続を断念するところが相次いでおり、年間予測でも70件は確実に上回るだろうとみているようです。病院だけみても日本の全病院の約70%が赤字経営という衝撃的な事実もあります。2024年の速報値を見ると、全国で44の国立病院が経常損益285億円の赤字だそうです。

日本医師会の調査を見ても「医師の説明」は、受けた医療の満足度に最も大きく影響していることが分かっています。患者の治療に対しての解釈の程度を理解する姿勢を見せて、話し合うことでも患者の満足度は各段に高くなるという調査結果があります。

例えば日常の風邪診療に対して、初診時に抗菌薬をどうしても欲しい患者にも遭遇することもあると思います。そのような患者に対して、抗菌薬を処方するものの、一定期間(数日～1週間)服用を待ってもらい、症状が継続、もしくは増悪した場合に患者の判断で服用してもらう方法もとることができるのです。

つまり、発想の転換が必要であると言うことではないでしょうか。

風邪の診療において対話することは診療時間が増えるので、合理的でないといった医師もいると思います。しかし風邪の診療でも多少時間をかけて患者が納得できる治療の説明をするだけで、患者の満足度は上がり、それによって、経営面や診療面では医師にとっても満足できる結果につながるものと思います。そして増え続ける医療費の観点からも、多剤処方においても数を減らすことや、セット処方でも少ないバリエーションを用意するなどの配慮も効果的だと考えます。

もう一つ、私が気になっている**医療に関する健康本**についてです。

身近なこととして、皆さんも目にすることが多いと思いますが、例えば患者さんを誤解させ、時に命を奪いかねない危険と思われる医療健康本は、書店や図書館に所狭しと並んでいます。どの新聞を見ても、週に2~3日は第一面二面の下段広告欄で健康本を大きく取り上げています。最近の例では、「丸まった背中を自分で治す方法」とか、「あちこち痛い！が自分で治せる、痛みほぐし一生役立つ地図・・」とか、「腎機能がみるみる強まる食べ物・・」等々挙げればきりがなくらい載っています。実際、医療関係の書籍ではAmazonのがん治療カテゴリーの本が長らく1位をキープし、今でも高い位置を維持している本もあります。読者ご本人からの投稿かどうかは定かではありませんが、「癌に対する恐れがなくなりました。癌になった全ての方に絶対一度は読んでいただきたいです」などのコメントも寄せられています。ひょっとすると新聞社サイドによる自作広告用コメントかも知れません。こうした広告で当該の書籍を買い、標準治療を受ける機会を失った人がどれほど多くいたのでしょうか。確かに新聞広告は、そのものに強い権威性を感じる中高年層は多いはずですが。私の(クリニック名古屋ちくさヒルズ)にも現に「先生、新聞に載るような本なのだから、信用してもよいのでは?」、または、単に「本になるくらいだから信用できるはずだ」と考える人すらいます。実際には、本を出版すること自体は簡単にできますが、中には大学病院の先生の著書でも新聞広告では「大学病院「痛み外来」の名医が教える・・・」、と言う副題がつくわけですが。しかし、その内容は何ら信頼性の保証にはなりません、実態に反して紙媒体の権威性は強いのです。

ある先生は、「自分の書籍が新聞広告に掲載されるたび、そのすさまじいパワーを実感してきました。新聞広告が出ると、その日の朝からAmazonの順位は一気に上昇し、売り上げは急激に伸びます。」と語っていました。

その本がもし、科学的根拠の乏しい、危険な書籍だったとしたら、どうでしょうか。世の中にはこの種の医療健康本が山のようにあります。

大手メディアやプラットフォーム企業には、医療健康本の広告が時に人の健康を損ない、人命を奪うことすらある事実を知ってほしいと思う反面、書籍における発信こそ、表現の自由に守られるべきという考えも理解できます。内容が適切な本と不適切な本を明確に線引きすることも、事実上不可能でしょう。

結局は、読者の方々に「新聞に広告が載っているからといって信用できるとは限らない」、「通販サイトのレビューが高評価でも内容が適切とは限らない」という、私たちにとって当たり前の事実をきちんと社会に啓発する必要があるのだと思っており、今号ではこのようなお話をさせていただいた次第です。



クリニック名古屋ちくさヒルズ  
林祐司 院長

一般的には、「健康本」の広告の出稿が決まると、出版社の営業担当者が、全国の書店にその旨を伝えます。広告出稿日は本が売れるチャンスだからです。話題書コーナーに当該書籍を並べたり、新たにポップを準備して客にアピールしたりすることもしばしばあります。このような健康本に限らず新聞の広告をみて見出しでつい買ってしまい、家に帰って読み始めると「なんだあ、こんなことか！買って損しちゃった」と言った経験があると思います。**病気のことで迷ったら是非遠慮なく相談に来てください！これが「心・体・暮らしに寄り添う 当院ですから。」**

**健康の知恵袋**  
普段持病を持つ私でも、新聞広告に大きく持病と関係する本が載るといついその日のうちに近所には本屋さんがないので、遠方まで出向いて結局は買ってしまいます。人の悩みに漬け込むような宣伝には注意が必要とこの通信を読んで勉強になりました。

広報紙 発行 「医療法人榎岡会クリニック通信」  
医療法人財団榎岡会 クリニック名古屋ちくさヒルズ  
〒464-0858 名古屋市中千種区千種2-24-2  
千種タワーヒルズ1F  
ご意見はこちらまで info@clinic-chikusahills.com  
編集・発行 医療法人財団榎岡会 クリニック名古屋ちくさヒルズ  
編集委員会(原稿責任者 川島和信)  
発行日 毎月1日