



医療費適正化に繋がる セルフメディケーションの 推進事業とは？

池本 多賀正

ホワイトヘルスケア株式会社 代表取締役社長

1998年3月 早稲田大学卒業

1998年4月 三菱商事株式会社入社

2020年7月より現職

保健事業のベースとなる 国のデータヘルス計画

— 現在、厚生労働省では保健事業として「レセプト・健診情報等を活用したデータヘルスの推進事業」を推し進めています。本日は、2021年度保健事業の一つである「医療費適正化に繋がるセルフメディケーションの推進事業」を実施されているホワイトヘルスケア株式会社の池本多賀正氏をお招きしました。薬剤師にとって耳慣れないデータヘルス計画の概要や、医療費適正化に繋がるセルフメディケーションの推進事業の内容などについて伺っていきます。

まず、「レセプト・健診情報等を活用したデータヘルスの推進事業」のベースとなる国のデータヘルス計画について教えていただけますでしょうか。

池本 健康保険組合をはじめとする保険者は、大きく分けて2つの事業を運営しています。保険証の発行

(いわゆる、保険適用)やレセプトの処理(いわゆる、保険給付)といった保険事業と、加入者(被保険者、被扶養者)の健康増進や疾病予防を目的とした保健事業です。

データヘルス計画とは、医療情報(レセプト)や健診情報などのデータ分析に基づき、保険者の2つ目の事業にあたる保健事業をPDCA〔plan(計画), do(実行), check(評価), action(改善)]サイクルを回しながら効率的かつ効果的に実施するための事業計画です。2015年度からすべての保険者にデータヘルス計画の策定が義務づけられ、各保険者はデータ分析を通して自らの課題を抽出するとともに、取り組み内容や成果の目標を設定し、健康診断に加え、多様な疾病予防や重症化予防などの保健事業に取り組んでいます。ホワイトヘルスケア株式会社(以下、弊社)では、このようなデータヘルス計画の一環として保険者が取り組んでいる保健事業を支援しています。

セルフメディケーションを柱とした 新たな保健事業のカたち

— 御社では、保健事業に対して具体的にどのような支援を行っているのでしょうか。

1 セルフメディケーションを促す 2つのサービス

池本 コロナ禍により医療機関への受診に不安を感じる被保険者が数多く存在することを背景に、保険者のなかで医療機関への適切な受診やOTC医薬品の活用といった「上手な医療のかかり方」を普及・浸透させる必要性が顕在化してきました。また、データヘルス計画の支援を通じて保険給付費の構造分析などをすると、特に現役世代の加入者が多い保険者の場合、花粉症や風邪など重症度の比較的低い疾患の医療費自体は少額なもの、人数や件数が多いため、総額にすると、がんや糖尿病といった健康寿命や寿命への影響が大きい疾患と同等の医療費がかかっていることがわかりました。

弊社は、このような重症度の高くない疾患に対する対応策として、レセプトデータを活用しながらセルフメディケーションという選択肢を被保険者に提供する事業を行っています。ポイントは「セルフメディケーションをなささい」ということではなく、「セルフメディケーションもありますよ」という選択肢を提供することにあります。最終判断はあくまでも本人ですが、セルフメディケーションにより被保険者のヘルスリテラシーが向上し、医療機関ばかりに依存せずに自ら体調管理ができるようになれば、これら疾患に対する保険給付費の削減効果は決して小さくないというのが、われわれの発想です。

具体的には、主に2つのサービスを通じて、OTC医薬品という選択肢を被保険者に提案しています。

1つは、被保険者がWebサイトを通じてOTC医薬品を注文し、受け取ることができるサービス(図1)です。このWebサイトではOTC医薬品の情報提供も行っていますが、イメージとしてはオンラインショッピングを思い浮かべていただくとよいでしょう。そしてもう1つは、被保険者がOTC医薬品を購入するなかで「本当にこの薬でよいだろうか？」などの不安を感じたとき、その疑問を薬剤師に相談できるというサービスです(図2)。もちろん、「上手な医療のかかり方」を普及・浸透させるうえでは医療機関への適切な受診勧奨も重要です。保険者が連携する診療所の医師とも相談し、OTC医薬品に偏った案内にならないように、あらかじめWebサイト内に簡易問診票を設けるなどの工夫を徹底しています。

2 セルフメディケーションが抱える課題

— 保健事業としてセルフメディケーションを推進するにあたり、どのような課題があるのでしょうか。

1) 周知方法、ターゲット

池本 保健事業上の課題はいくつかありますが(図3)、まず被保険者にとって「セルフメディケーション」「OTC医薬品」といった言葉はまだまだ馴染みがありません。そのため、セルフメディケーションやOTC医薬品に関する正しい知識を被保険者に周知していく必要があります。

さらに、単に被保険者全体に向けてセルフメディケーションやOTC医薬品に関する情報を発信しても、「自分の症状は受診しないと解決できない」と思っている人の意識を変えることはできませんので、「自分のことかもしれない」と思っただけのように、ターゲットに応じてどのようにアプローチするののかも課題といえます。

2) 被保険者の不安、コスト

池本 また、弊社でアンケート調査を行ったところ、