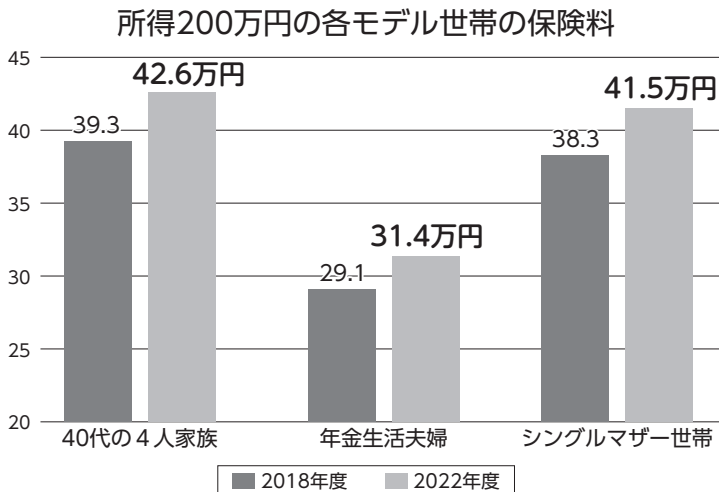


2022年度の大阪府の国民健康保険料が前年度に続いて値上げとなることが分かった。所得200万円の4人家族のモデル世帯では年間2500円程度の負担増となる。府が公表した府内統一的な負担増を、協会が一保険料率を基に、協会の常任幹事を務める大阪府社会保険推進協議会が試算した。

国保料また値上げ 統一化で負担増に拍車

大阪府



4年で3万円

国保料の改定をめぐっては、毎年府が統一保険料率を市町村に提示。保険料率に基づき、市町村

が保険料を設定している。社協では、0.3300万円の所得別に40代夫婦と子ども2人の4人世帯▽65歳以上の年金生活夫婦▽40代母と子ども2人のシングルマザー世帯の保険料をそれぞれ試算。所得200万円の4人家族のモデル世帯では年間の保険料は42万3284円から42万5965円に上昇するなど、全てのモデル世帯で値上げとなり、値上げ幅は最大3千円になった。

安定化は口実

大阪の国保は当時の橋下知事が各市町村の運営から大阪府に統一化することを表明。18年度から統一保険料率を設定し、24年度に統一化の完全実施をめざしている。移行期間中のため保険料率は「参考値」となるが、すでに多くの自治体が統一保険料率を導入。「高すぎる保険料」に拍車をかける事態となっている。

府は統一化の目的について「財政基盤を安定させるため」と説明してきた。しかし、負担増が続いているのが実態であり、統一化は保険料の値上げのための口実に過ぎなかったことが浮き彫りになっている。

患者の薬剤情報等を取得て活用した場合、初診料に7点、再診料に4点が加算されます。マイナンバーカードの保険証利用を、医療機関側に促進させようという思惑が透けて見えます。保険証利用を推進する背景には、マイナンバーカードを普及・定着させたい政府の狙いがあります。本来、改定財源は医療の充実に充てられるべきものであった。医療費をマイナンバーカードの普及のために使うことは決して許されません。

22年診療報酬改定の特徴

平尾清司研究部長に聞く①

診療報酬改定が4月に迫る。改定の特徴について社保研究部の平尾清司研究部長に聞いた。



初再診料が3点上がります。

初再診料の引き上げの財源は、歯周基本治療処置(P基処)の「廃止・包括」によって捻出されています。純粋なプラス評価とはいえません。

歯初診の新たな研修項目として「新興感染症に対する対策の研修」が加えられました。歯初診は2018年に院内感染対応システムを活用して

策にかかわる施設基準として導入されましたが、従来から、医療法が定める院内感染対策を進めてきた歯科では合理性に乏しい施設基準です。協会

「か強診」が見直されました。これまで「か強診」の医療機関だけが「エナメル質初期う蝕管理加算」や「歯周病安定期治療II/SPT(II)」を算定

今度の改定では「か強診」の施設基準に、SPT(II)の算定要件にそえる形で一本化されました。しかし、これまでSPT(II)にあった「SPT(I)より高い点数」といった特徴は「か強診加算」などに形を変えて存在し続けるため、一物二価の矛盾は残されます。こうしたも

厚労省は「令和4年度診療報酬改定の概要(歯科)」の解説動画を配信している。

感染対策評価なく 一物二価の矛盾残す

初診料が261点から263点、再診料が53点から56点にわずかに3点ですがそれぞれ引き上げます。ただし、今回の

女医の会

子どもの健康を考える

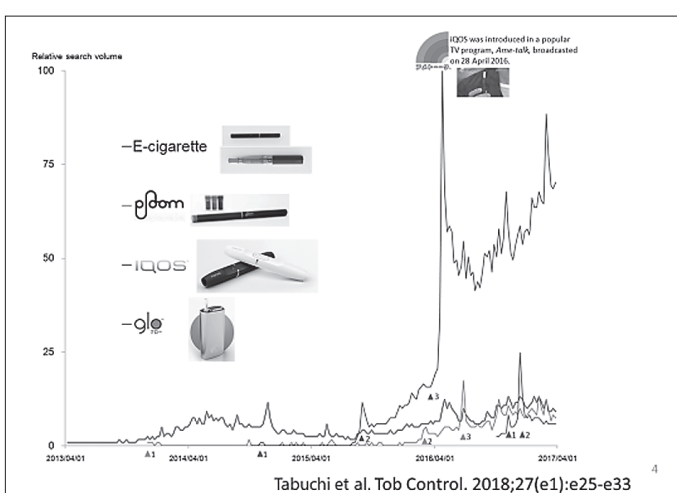
医科歯科連携でシンポジウム開催

女性医師・歯科医師の会は2月26日、子どもの成長・発達を考える医科・歯科連携シンポジウム「診察室から見える最近の子どもの達う成長発育の問題点を考える」を開催し、会員ら50人が参加した。

整形外科から松村昭氏(大阪市立総合医療センター整形外科副部長)、眼科から宮浦徹氏(吹田市・宮浦眼科院長)、歯科からは中原弘美氏(大阪市・中原歯科副院長)が講師を務めた。

整形・松村氏は、思春期の側弯症について講演し、側弯症のほとんどが無症状のため見逃されがちで突発性側弯症(AIS)であると指摘。骨の成長とともに進行するため、早期発見と適切な時期の治療が重要になる

図 日本での加熱式タバコ・電子タバコのGoogle検索数 (週毎)



※Google Trendのウェブサイトでは、検索に使用された単語について最も検索数が多かった時点(100)とした値が提供される。https://trends.google.co.jp/trends/?geo=JP

なぜ日本で爆発的に普及したのか?

加熱式タバコの中でもアイコスが最も普及している。アイコスは、2014年に日本とイタリアで販売が開始され、現在は世界の40カ国以上で販売されている。日本以外の国ではアイコスの販売は一部の都市に限定されている場合がほとんどであり、日本は世界で初めてアイコスが全国的に販売される国となった。

世界の実験場

2016年の4月から10月にかけての日本のタバコ市場におけるアイコススティックのシェアは1.6%から4.9%へと急増し、2016年10月時点で、アイコスの販売世界シェアの96%を日本が占め、最近でも日本が70%以上を占めるとされる。すなわち、世界の中で日本が加熱式タバコの実験場となっているのである。

新型タバコのサイエンス② 田淵貴大 (大阪国際がんセンター・がん対策センター疫学統計部部長補佐)

その一つの指標としてGoogle検索数がある(図)。日本では約90%の人がインターネットにアクセスできおり、その約60%の人がGoogle検索を使用している。

検索数が急増
日本でもただ「アイコス(IQOS)」や「グロー(glo)」といった単語が検索されていたのか、図は2013年と2017年の検索状況を示している。一番上の線がアイコスの検索数だが、2016年4月に検索数が爆発的に増加していた。その時に何が起きたのか。4月28日に放送されたテレビ番組「アメトーク」で「最新!芸人タバコ事情」と題してアイコスが紹介されていたのである。

テレビの影響
アメトークは午後11時過ぎからの放送だが、人気のある番組で、実は筆者はアメトークが好きで、いつも見ていたので、今回の出来事にもすぐに気が付いた。この番組により非常に多くの人が加熱式タバコの存在を知ることとなったのである。テレビなどのマスメディアが人々に与える影響は非常に大きいと改めて実感させられたのであった。

(つづく)