

Interview
●インタビュー●

スムーズな消費税補填を実現するために求められるものは

一橋大学大学院経営管理研究科 教授
(診療報酬調査専門組織・医療機関等における消費税負担に関する分科会長)

荒井 耕氏



消費税補填の主たる改善点

今回の消費税率10%への引き上げに伴う対応については、厚生労働省が利用できる財務情報基盤(医療経済実態調査)のもとでという制約がありますが、診療報酬制度の枠内としては、現実的な範囲できめ細かに対応できたのではないかと考えています。結果をみてみたいとわからない部分もあるものの、改善に大きく貢献する点として、次の3点があると思います。

療養病棟入院基本料の課税経費率を算出することになりました。

二点目は、病院種別や入院料別ごとの総収入に対する各入院料の収入額の割合(シェア)も考慮して、消費税を補填するようにしたことです。入院料に補填する額ベースで、イコールになるように設計しました。

三点目は、補填点数項目に係る算定回数については、単月実績である社会医療診療行為別統計から、通年実績データであるNDBを利用することに変更したことです。単月実績の調査から1年分を推計するのは、どうしてもかなりの誤差が生じてしまいますから、これにより、消費税の補填率のばらつきは改善されると思われます。他にも改善された点がありますが、大きなものはこの3点だと考えています。

より精度の高い推計と迅速な検証には全病院の財務諸表の毎年度収集が必要

一方で、まだ改善すべき余地も残っています。まず、利用しているデータの多くが、推計に基づいていることです。例えば医療経済実態調査の対象病院数は、全病院数の17~18%程度であることから、病院全体の推計をする場合にはよいのですが、専門病院などはサンプルが少なすぎて単独で推計することができず、一般病院全体の平均値を当てはめたりしています。

また、種類が非常に多く、病院ごとに算定する項目もさまざまな特定入院料については、急性期一般・地域一般・精神救急・精神療養病棟の4分類とし、親和性の高い分類を当てはめて算出することとしました。しかし、この4分類も急性期一般にはかつての7対1と10対1が、地域一般には13対1と15対1が含まれており、

一点目は、医療経済実態調査では一般病院と精神科病院に分けて集計されていますが、課税経費率(*)をみるとときにはこれまで、病院種別に関係なく一般病院の数値が用いられていました。精神科の場合は、精神科病院のデータを使うほうが理にかなっているため、今回の対応では、病院の種別ごとの数値を使うこととしました。また、一般病院のうち許可病床数に占める療養病床の割合が6割未満の病院と6割以上の病院のデータを分けて、一般病棟入院基本料と

サンプル数が多ければこれらも別分類としてよりきめ細かに当てはめて算出することができずはすです。加えて、精緻にやっても、結果としては推計である以上誤差は出てくるので、これに対処するために迅速に事後検証を行い、それに基づいて修正する仕組みが必要です。

なお、医療経済実態調査は各回で対象病院が異なり、経営類型もさまざまです。検証の際の調査と前回の調査が違う客体なので、サンプリングのあやとして補填されているように見えたり、全然補填されていないようにも見えたりするので、厳密な意味では検証ができないのも大きな課題です。

病院団体がより精度の高い推計をしてもらいたいということであれば、やはり厚生労働省と協力して、全病院が財務諸表を毎年提出するような仕組みを作らないと難しいと思います。これがあれば、毎年しっかりした検証ができ、サンプルリングの客体の違いによって比較ができないという問題も解消できます。また、推計の精度は限りなく高くなり、より細かい区分ごとに設定できます。さらに2年に1度の医療経済実態調査より、早い頻度で検証できるので、補填のムラを相当程度改善できるでしょう。そうすれば、消費税補填はもっとスムーズにできます。

医療機関としてはそこまで情報開示(対厚生労働省限定であっても)したくないという考えもあるかもしれませんが、開示請求があればかなりの部分はすでに国民一般でも見られるものです。消費税をどの程度適正に補填してもらいたいかというニーズとの兼ねあいになります。先々は15%、20%になるという可能性も考えられるので、医療機関も情報開示(少なくとも厚生労働省への情報提供)に協力していったほうがメリットは大きくなると思います。

*…【課税経費】仕入れ時に消費課税されている費用。大きく、薬剤費、特定保険医療材料費、その他課税経費(減価償却費、委託費、給食材料費等)の3つから構成される。
【課税経費率】総収入に対する課税経費のシェア。診療報酬による控除対象外消費税補填の財源規模を図る目安となる指標。