

医療系まとめサイトに求められる企業倫理

B4EB1182 富田圭佑

目次

はじめに

第1章 理論編

- 1.1 まとめサイトとは
- 1.2 まとめサイトを取り巻く現状
- 1.3 ローレンズの正義論

第2章 ケース分析編

- 2.1 WELQ 問題について
- 2.2 ヘルスケア大学の取り組み
- 2.3 オンコロの取り組み

第3章 考察・提言編

- 3.1 まとめ
- 3.2 医療情報を扱うまとめサイトが果たすべき倫理的責任について

おわりに

参考文献

はじめに

インターネットと情報を取り巻く環境は大きく変化してきている。つい数年前には情報収集を行うのが主だったサービスが現在では SNS を通じて人と知り合ったり、誰でも容易に情報を発信することができたりといったように目まぐるしく変わってきている。その結果インターネット上にはありとあらゆる情報が集まるようになりユーザーは自らが必要としている情報を探す作業により手間がかかるようになった。こうした中で生まれてきたサービスがキュレーションいわゆるまとめサイトである。このサービスはインターネット上にあふれている情報を特定のテーマ毎にまとめるというものでありユーザーにとって利便性が高いサービスだと言える。インターネットを取り巻く環境の変化に応じてユーザーにとって利便性が高いサービスが提供されるようになることはとても望ましいことである。

しかし、こうした便利なサービスの裏には問題もある。例えばサイトの情報の信頼性や正確性、著作権侵害、画像の盗用などである。最近の事例では、本論文でも取り上げるが DeNA 運営の医療系キュレーションメディア WELQ で記事の信ぴょう性や引用元の著作権侵害等の問題が発覚し、様々なメディアを通じ大きく取り上げられ、世間から批判の声が上がった。そしてこの影響により他企業が運営するキュレーションメディアでもサイトの閉鎖や運営体制の見直しといった動きが相次ぎ、業界全体に大きな影響を与えた。このようにいわゆるまとめサイト業界では現在サービス運営における倫理観や信頼性を見直す過渡期に入っていると言えるだろう。

本論文ではこうしたサイトの中でも特に配慮が必要とされる医療系のテーマを扱うメディアの運営企業が持つべき倫理観や情報の信頼性を担保するために取るべき責任を考えていく。具体的な構成としては、第 1 章でまとめサイトの概要やその現状について述べ、第 2 章で具体的な医療系サイトを取り上げその取り組みや問題点を分析する。そして最後に第 3 章で第 1、2 章を基にあるべき医療系サイトの運営体制や信頼性の確保に向けた取り組みを考察・提言しまとめていく。

第1章 理論編

1.1 まとめサイトとは

本節では本論文で取り上げるまとめサイトの定義またそれに付随する用語の説明を行なっていく。

まずキュレーションという単語について説明する。これはまとめサイトにおいて記事を作成する際、一般的に用いられている方法である。朝日新聞出版発行の知恵蔵では次のように定義されている。

インターネット上の情報を収集しまとめること。または収集した情報を分類し、つなぎ合わせて新しい価値を持たせて共有すること。¹

この定義では情報源をインターネット上のみに制限しているが本論文では情報源に関しては特に制限せず、特定のテーマに沿って広く情報を収集しまとめたサイトをまとめサイトの定義とする。

このサービスはインターネットの発展に伴い誰でも情報発信が行えるようになったここ数年で急激に普及してきており、その中でも特にNAVERまとめは広く活用されている。本論文で取り上げるWELQもこのキュレーションサービスの1つである。インターネットの普及により情報が溢れるようになった現在、特定のテーマに沿って情報をまとめて発信するサービスはユーザーが目当ての情報をより探しやすくなるもので非常に便利である。しかし、詳細は後程述べるがそうしたメリットの反面、著作権等の諸権利の侵害や情報の信頼性に疑問の声も上がっているのも現実である。

続いて、CGMという用語について説明する。この用語に関しては第2章でWELQの分析を行う際に用いたいと考えている。定義については以下の通りである。

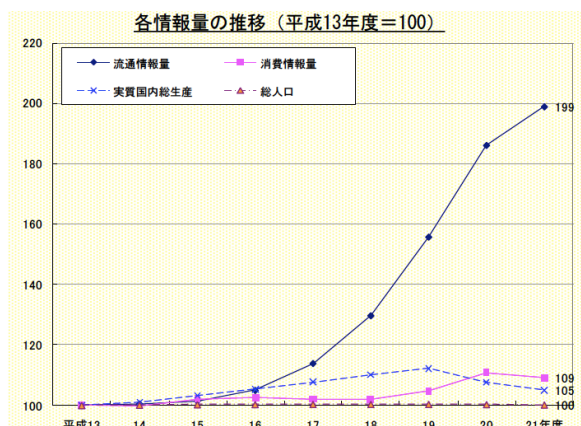
インターネットなどを通じて、一般の消費者が自ら情報を発信し、コンテンツを生成するメディアの総称。口コミサイトやブログ、SNS、BBSなどを含む。²

これに属するメディアはコンテンツについて一般ユーザーの書き込みや発信に依存する形になるので運営側はその場の提供のみを行うことになる。そのためそのコンテンツに対

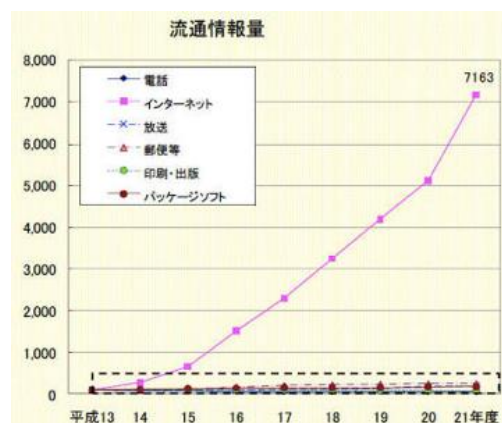
して運営側が負う責任は比較的軽くなる。後に扱う WELQ ではこの考え方をクレーム対応時に用い自らが負う責任を軽くしていた。

1.2 まとめサイトを取り巻く現状

この節ではまとめサイトを取り巻く現状についてインターネットにおける情報量の推移や市場規模等の指標を用いて考えていく。



グラフ 1 流通情報量と消費情報量の推移³

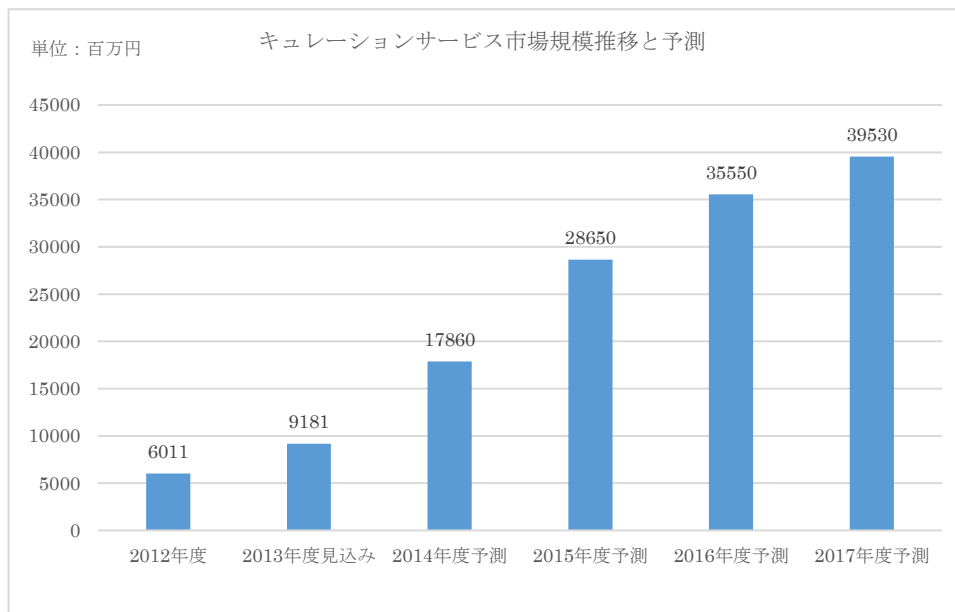


グラフ 2 流通情報量の推移とその内訳³

流通情報量：各メディアを用いて情報受信点まで情報を届けること
 消費情報量：情報消費者が受信した情報の内容を認知すること

グラフ 1 は平成 13 年を基準に平成 21 年までの流通情報量と消費情報量を比較したものである。これを見ると流通情報量は平成 16 年頃から平成 21 年にかけて急激に増えている一方消費情報量は平成 13 年から平成 21 年にかけて微増という形になっていることがわかる。またグラフ 2 は流通情報量の推移とその内訳を示したものであるが、これにより流通情報量の伸びの要因はインターネットによるものであることがわかる。つまりインターネットの発展・普及により流通情報量が増えている一方で消費情報量はほとんど増えていないということになる。このグラフは平成 21 年度までとデータが古いことは否めないが、ここ数年の SNS の発展などを踏まえると流通情報量の増加は現在も続いていると推測できる。またこの 2 つの情報量の差はユーザーにとって目的の情報を探す際の大変さを示し

ており、ここにニーズを見出し近頃台頭しているのがまとめサイトであると私は考えている。そしてそれを裏付けるデータとして次のグラフがある。



グラフ 3 「キュレーションサービス市場規模推移と予測（矢野経済研究所推計）2014」⁴ を基に作成

このグラフ 3 により予測値ではあるもののキュレーションサービスの市場規模は右肩上がりに成長し続けていることがわかる。以上の指標と自分の考えを踏まえ、まとめサイトの普及の要因について考えてみる。まずサイトの利用者の目線に立って考える。彼らは従来情報をインターネットで探す際パソコンを使用し、ある程度の時間をかけていた。その様式がスマートフォンの普及に伴い変化し、現在では少しの空き時間を活用しスマートフォンで効率的に情報収集をしたいと考える人が多くなった。その結果まとめサイトのように初めから必要な情報が選別されている媒体のニーズが高まってきているのだろう。またサイトの事業者側からも考えてみる。一般的なメディアサイトでは自ら記事を作りそれを発信している。よって取材や文章校正など手間が多く費用もかかる。しかしまとめサイトではテーマさえ決めれば後は他の媒体から情報をまとめるだけで記事が作成できるので前者よりは負担が少なく済む。近頃ニーズが高まっているため、サイトへのアクセス数も稼げやすく広告費による儲けも比較的に出しやすいのではないかと推測できる。よって単純に考えると事業者にとって参入障壁が低いサービスであると言えるだろう。以上より今後

もまとめサイトはますますユーザー数を増やしていくものと考えられる。そして本論文でこうしたサイト（特に医療・健康情報を扱うもの）に関して求められる倫理観や取り組みを考えることはインターネットの健全な発展を考える上でも意義があることだと考えている。

1.3 ロールズの正義論

本論文では分析手法の1つとしてロールズの正義論の考え方をを用いる。なおこの節の作成にあたり、D.スチュアート著『企業倫理』⁵、仲正昌樹著『いまこそロールズに学べ』⁶を参考にした。以下でその概要を説明する。まず「無知のヴェール」により正義論に関わりのない偏見等の情報を遮断し「公平性」を担保する。そのような状況の中で自らの利益を増進しようと努めている自由で合理的な人々が受諾する原理として以下の2原理が導かれる。

第一原理（基本的自由の原理）

各個人には最も広範な基本的自由に対する平等な権利だけでなく、それと両立しうるすべての人々のための自由という同様な権利が認められている。

第二原理（格差原理）

社会的・経済的不平等はそれらが全ての人に有利になると合理的に期待できて全ての人に開かれている地位や職位に付随すると行ったように取り決められているべきである。（最も恵まれない状況に置かれている人の便益を最大にする義務を負う。）

本論文ではこの2原理の中でも特に第二原理の格差原理を用いていく。そこでこの考え方をまとめサイトのサービスと関連づけて考えてみる。サイト運営者は記事作成にあたり誰が作成したか、その作成目的は何か、情報の正確性はどうか（引用元の信頼性はどうか）といった背景を把握することができるが、その一方でユーザーは基本的にそうした情報を十分に把握することができない状況に置かれている。故に記事を信用するかどうかはユーザーが自らの尺度で評価する他なく、記事を鵜呑みにして健康被害にあう可能性も発生する。従ってこの状況ではユーザーが圧倒的に不利な立場にあると言える。そこで第二原理をここに適用しサイト運営者がユーザーに対しその便益を最大にする義務を果たしているか、具体的にはユーザー目線に立った情報提供、配慮が十分にできているかといった視点で分析を行なっていく。

第2章 ケース分析編

本章では具体的に健康・医療系まとめサイトを取り上げ、その取り組みや抱える問題点を分析し、そうしたまとめサイトの持つべき倫理観や取るべき行動を考える指針とする。なおケースとして取り上げたサイトは、(1)医療・健康情報を扱っていること (2) 信頼性確保のために特徴的な取り組みを行なっていること又は信頼性に関して大きな問題を抱えていることの2点を基準に選択した。分析手法としては、(1) 抱える問題や特徴的な取り組みの提示 (2) ロールズの正義論との関係の2つを考えている。

2.1 WELQ 問題について⁷

2.1.1 WELQ の概要

DeNAにより2015年10月30日に他3メディアと同時に提供が開始され2016年12月に公開停止されたヘルスケア系のまとめサイト。「健康や医療に関するありとあらゆる悩みや疑問を解決できる教科書のような存在になりたい。」という思いから生まれた。公開停止までは右肩上がりに収益を伸ばしていたが公開停止により赤字に転落した。

2.1.2 運営会社 DeNA について⁸

1999年3月4日に設立され、ゲーム、ヘルスケア、球団運営など幅広い事業を行っている。モバゲーが非常に有名である。

2.1.3 問題の概要

ここから本題のWELQの問題について取り上げる。これはWELQ内のある記事の内容に対する意見がSNSで拡散され発覚に至った問題である。まずはその記事の内容を簡単に紹介する。

自殺に関する記事：自殺する人は承認欲求が強い → 承認欲求を満たすには自己承認力を高めることが必要 → 自己承認力を高めるには自己分析が必要 → 自己分析ツールのリンクに誘導 → そこから広告収入を得る。

この記事が公開当時検索フォームで「死にたい」と検索すると一番上に表示されていたこともあり、そうした人々を利用して広告収入を得ようとする WELQ の姿勢に批判の声が上がった。そしてこれを契機に他の記事の内容や WELQ の運営方針・体制に対しても批判が集まるようになった。参考までに批判を浴びた記事の例を1つ挙げる。それは肩こりの症状や原因についての記事であるが、その原因の1つとして幽霊のせいであるといった文言が掲載されていた。その結果医療というデリケートな分野を扱っているにもかかわらず記事内容の正確性を軽視し科学的根拠のないオカルトのような内容を発信する姿勢に批判の声が上がった。

2.1.4 WELQ の対応

このような批判の声を受けて WELQ が取った対応を簡単にまとめると以下の通りになる。

- 1, 記事の検証・精査の結果、WELQ の全記事を非公開に。
- 2, DeNA 運営の全 10 メディアの全記事を非公開に。
- 3, 第三者委員会による調査（問題の事実関係・原因について）。

ある1つの記事をきっかけに調査を行なった結果、WELQ のみでなく 10 メディア全ての非公開にしたという対応から各サイトの運営者だけでなく全サイトを統括する DeNA にも大きな問題があったことが明らかになった。以下ではこうした問題を分析した第三者委員会調査報告書を基に DeNA が解決すべき問題点を考えていく。

2.1.5 第三者委員会報告書について⁹

この第三者委員会報告書（以下報告書という。）には DeNA がキュレーション事業に参入した経緯、各サイトの運営や記事の作成手順等に関する問題が事細かに記されている。本論文ではこの中でも特にまとめサイトを考える際に欠かせないであろう①戦略・運営方針 ②記事作成の流れ ③記事や運営に対するチェック体制 の三要素に絞り分析していきたい。

初めに①戦略・運営方針に関する問題を分析していく。報告書によると DeNA はまずこの事業を始めるにあたり買収した2つの会社が運営するまとめサイトの利用者を増やし、次にその2社のノウハウを活かし他の領域を扱うサイトを立ち上げ横展開する。そしてサ

イトを通じた広告収入モデルを構築し、最終的にサイト利用者の生活様式を変化させることを目指していたという。これを見た限り、ユーザーに対する価値提供や配慮という視点が不足しており、ユーザーを広告収入のための手段として考えているように解釈できた。また WELQ ではサイトの利用者数を経営目標として非常に重視していたという記述もあった。もちろんサイトの利用者数を運営の指標とすることは事業継続のために必要なことであるが、そればかりを重視するのはどうなのだろうか。初めは目新しさ等でユーザーの興味を惹きやすくそれなりのユーザー数も期待できるだろう。しかし長期的な視点で考えるとユーザーがそのサイトを通じて得られる価値の有無の方がより大切になってくるのではないだろうか。

続いて②記事作成の流れに関する問題を分析していく。報告書によると DeNA が運営するまとめサイトでは記事の質よりも記事の数を重視する方針を取り外部ライターにマニュアルを与え安く記事を量産させる手法をとっていたという。またそのマニュアルに関して運営者からの指示はなくサイト編集者の裁量で作成されていたため、サイトごとに法令遵守、倫理的な配慮の度合いが異なっていたという。本来このようなマニュアルは全体を統括する DeNA が先頭に立ち各サイトの運営の良い点悪い点を共有しつつそれぞれの扱う情報の分野に応じて作成すべきであったと私は考えている。しかしこのような姿勢を見る限り DeNA はキュレーション事業で起こりうるリスクを軽視していたと言えるだろう。

最後に③チェック体制について分析していく。ここでは記事作成時と事業運営に対するチェック体制を考える。まず前者についてであるが、報告書によると外部ライターがマニュアルに従って作業をしていたかどうかはサイトの編集者または外部の編集ディレクターがチェックを行っていたという。しかし記事の量産体制とは対照的にチェックのための人員が不足し、その結果記事のチェックも外部に委託せざるを得なくなった。WELQ においてその外部ディレクターは医療や薬品に関する専門知識を有していない上に指導體制も不十分であったため、内容の正確性や法令遵守に関するチェックは彼らの主観に頼る形になっていた。つまり適切なチェックとしては機能していなかったと言えるだろう。また WELQ において情報の正確性を担保するためには医師等の監修が必須であると認識されていたにもかかわらず、記事のコストとの兼ね合いからそれを見送ったという記述もあり、DeNA が記事の中身や質を軽視し利益の獲得を最優先していたことが明らかになった。続いて後者についてであるが、報告書によると事業そのものに対するチェックは DeNA の法務部が担当していたという。具体的な取り組みとしては各サイトの担当者からの問合わせ

への回答、ユーザーからの重要度の高いクレーム対応への助言が挙げられていた。法務部自ら積極的にチェックをしていたというよりは受動的な取り組みに終始していたと言えるだろう。そしてこのクレーム対応にも問題があった。各サイトは一般ユーザーが自由に記事を投稿できる CGM の形を取っていたが実際は大多数の記事を DeNA から外部に発注することで運営されていた。しかし法務部は DeNA が作成に関わっていた記事に対するクレームに対し、CGM であるため法的責任は免除されるといった回答を行うよう指示していたという。これはユーザーが知り得ない情報を用いてユーザーを欺き責任を軽くしているとも取れ、倫理的な対応とはかけ離れていると言えるだろう。

2.1.6 分析

本節では上に述べた2つの視点から WELQ (DeNA) を分析していく。(1)は前節までに述べたので省略する。(2)ロールズの正義論との関係を考える。WELQ では上記の通り記事の作成方法や引用元の選択基準など記事の中身の信頼性に関わる情報がほとんど開示されておらず、またユーザーに対する配慮や取り組みもほとんど行われていない。その上、医療というデリケートな分野において収入の獲得のみを重視し、ユーザーへの価値提供を軽視していたのではないかと指摘も報告書に述べられている。以上を踏まえると、DeNA では第二原理にある最も恵まれない状況に置かれている人の便益を最大にする義務を果たしておらず、この原理に背く形になっている。故に WELQ (DeNA) の姿勢は全く評価できるものではない。まずはキュレーション事業に関わる人々全体でその目的や価値提供、リスクに対する考え方を共有した上で、10 サイトそれぞれの扱う情報の質、ターゲットに応じてユーザーへの配慮を実践する。その上でそれぞれの取り組みとそのコストや結果を全サイトで共有し、改善しながら全体でより良い取り組みを目指していく。このような姿勢が DeNA に求められていたのではないかと私は考えている。コストを抑えて収益を増やすことは事業継続のために必要なことである。しかし特に医療を扱う WELQ ではコストよりもその記事の質の信頼性に対する取り組みを行い、ユーザーへの配慮を実践する必要があったのではないだろうか。

2.2 ヘルスケア大学の取り組み¹⁰

2.2.1 ヘルスケア大学の概要

株式会社リッチメディアによって運営されている医療・健康系まとめサイト。家庭の医学やダイエットなどの情報を扱っている。記事作成時、医師や専門家の監修を受けていることが特徴として挙げられる。

2.2.2 運営会社リッチメディアについて¹¹

2010年に創業された比較的新しいベンチャー企業で上記の他にスキンケア大学、メンズスキンケア大学、HAIRの3つのメディアを運営している。

2.2.3 具体的な取り組み

本節ではヘルスケア大学が実際に、記事や運営の信頼性の確保のために取り組んでいることを紹介していきたい。まずは本サイトの運営方針について述べる。ホームページを見ると①提供する情報の範囲 ②サイトの運営について ③法令遵守の大きく分けて3点について言及されていた。この中では特に②の内容がとて特徴的であった。具体的には当該サイトに掲載している編集記事の情報は広告主からの影響を受けることはなく、いずれの広告も「PR」等の表記にて広告とわかる区別をしているというものである。WELQでは記事の中身と広告を結びつけて判別ができないようにしていたことが問題になっていたのので、こうした取り組みはユーザーへの配慮として評価できる。

次に本サイトの最大の特徴である医師・専門家の参画について述べる。本サイトには1425名の医師が参画しており、記事はその医師や専門家の監修を受けて作成されている。そして各記事ページの初めには監修者の情報が掲載されている。また診療科目等から医師を検索できるページもあり、医師の顔写真や経歴などを調べられるようになっている。医療や健康に関する情報を扱う上でその道のプロである医師が編集に関わっていることは信頼性確保の取り組みとしてとても評価できる。ただ参画医師の集め方などに問題があったのではという声もあり、そのやり方に関して不透明な点があるのは否めない。この意見に対する対応は後の節で詳しく述べたい。

最後に第三者認証HONコードの取得について述べる。まずはその概要についてである。これは1995年に設立された「HON」というNPO団体によって運営されている認証で医療健康関連のウェブサイトの信頼性を評価し、以下の倫理基準を満たすサイトにマークを付与している。HONのウェブサイトはほとんどの内容が英語で書かれており、多言

語対応があまり進んでいないこともあり日本では取得サイトが4のみであるが、海外ではWHOなど7000サイト以上が既に取得しているという。

HON 倫理基準¹²

- 1 : Authority (健康アドバイスは専門教育を受けた者が提供すること)
- 2 : Complementarity (医者と患者との関係をサポートする範囲までの情報であること)
- 3 : Confidentiality (個人のプライバシー保護を遵守すること)
- 4 : Attribution (必要なリンクの掲示、最終更新日の表示をすること)
- 5 : Justifiability (偏りのない公正な情報を提供すること)
- 6 : Transparency of authorship (コンテンツ制作者の連絡先やユーザーサポート先を表示すること)
- 7 : Transparency of sponsorship (スポンサー企業がある場合は明確に表示すること)
- 8 : Honesty in advertising & editorial policy (広告とオリジナル情報の区別、広告ポリシーを掲示すること)

この認証はサイト内の医療情報の正確性までを担保するものではないものの、申請にかかる手数料がかからない上に海外ではある程度知名度もあるため、多言語対応さえ進めば日本での普及を見込めるのではないかと私は考えている。まだまだ国内の知名度が低いいため、認証取得によりヘルスケア大学が得られるメリットは大きくない可能性もあるが、それでもこの認証取得に尽力した姿勢はとても評価できるものだと考えている。

2.2.4 医療・健康情報の信頼性向上プロジェクトについて¹³

前節で述べた通り、本サイトには参画医師の集め方や監修方法に問題があるのではないかという声が上がっていた。そこでそうした声への対応として上記のプロジェクトを発足した。この中で信頼できる医療系まとめサイトの在り方を考える上で参考になる考え方があったのでここで述べる。ヘルスケア大学では病気の原因のようなテーマからダイエットの効果のようなテーマまで同じ医療系の中でもその専門性には幅があった。しかし記事の作成フローは全て同じであった。そこで今後は下記の予防医学の考え方を採用し、二次・三次予防に関する記事は医師の監修をより丁寧に行い、新サイトから記事を発信する形に切り替えるというものである。

一次予防：生活習慣の改善、生活環境の改善、健康教育による健康増進を図り、予防接種による疾病の発生予防、事故防止による障害の発生を予防すること。

二次予防：発生した疾病や障害を検診などにより早期に発見し、早期に治療や保健指導などの対策を行ない、疾病や障害の重症化を予防すること。

三次予防：治療の過程において保健指導やリハビリテーション等による機能回復を図るなど、社会復帰を支援し、再発を予防すること。

(出典：医教コミュニティ「つぼみクラブ」¹⁴⁾)

医療系の記事を制作する際、その信頼性を担保するために医師等の監修をつけるのは良い取り組みであるが内容に関わらず全記事に監修をつけるとなると運営者、監修者共に負担が大きくなり事業の継続が困難になる恐れがある。それに対し上記のような基準に基づきその専門性の高さに応じて監修の仕方を変えるという方法は双方の負担のバランスが考慮され、その上ユーザーへの配慮としてもとても評価できる。

2.2.5 分析

WELQと同様に(1)は省略し、(2)ロールズの正義論との関係を考える。当サイトでは記事・運営の信頼性を担保するため医師による記事監修、HONコードの取得といった取り組みを実行しており、これらはユーザーへの配慮として高く評価できる。しかし参画医師の募集方法や監修のやり方などはあまり開示されておらず、その一部については疑問の声も上がっていた。そのため結論としては概ね第二原理に則った形ではあるが、未だ不十分な点もあり改善の余地があるという形になる。

2.3 オンコロについて¹⁵⁾

2.3.1 オンコロの概要

治験・臨床試験を中心とするがん医療情報を患者・家族・その他関係者に向け発信しているサイトでクリニカルトライアル(株)によって運営されている。がんの一般的な情報から治療体験談、先端医療に関する記事、患者会の情報に至るまでがんに関する幅広い情報を扱っている。当サイトに関しては先の2サイトとは趣向が異なるため単純な比較は難しい。そこで当サイトの信頼性確保のための取り組みの中で他サイトにも応用できると考えたものを提示していきたい。

2.3.2 主な取り組み

まずは運営に関する取り組みを取り上げる。1つ目は筆者がこのサイトを知った理由でもある HON コードの取得である。当サイトは今年 9 月に国内 4 つ目の認証サイトとなったが、ただ取得したという事実だけでなく、8 つの基準について具体的にサイト内のどの部分と合致しているのかといった内容まで掲載しており、ユーザーに対しとても親切な印象を受けた。また当サイトでは情報発信の対象や目的等も非常に詳しく述べられている。項目ごとに簡単に要約すると以下ようになる。

コーズ（私たちがオンコロに取り組む理由）

近年がんの臨床試験・研究を効率よく進めることが難しく、またその意義や意味について患者などに正しく理解されていない。そこでがんに対し企業としても取り組むべき課題として情報サイトを開設した。

ミッション（私たちの使命）

がん医療に関する全ての方々に臨床試験・研究を含む有益ながん情報をわかりやすく発信すること。

ビジョン（私たちの夢）

オンコロを通じがん患者などがんに関わる全ての人々が繋がりがんの臨床試験の活性化及びより良いがん医療環境の実現に資すること。

バリュー（私たちができること）

インターネット運営やセミナー開催等を通じ、正しい情報をより多くがん患者さん・ご家族等に発信し続ける。また問い合わせがある一人一人の患者さん・ご家族等に真摯に向き合い各人の希望に応じた臨床試験情報を提供すること。

他サイトではほんの数行しか触れられていなかった内容について、ここまで丁寧に述べているのはユーザーへの配慮としてとても評価できる。

続いて記事作成に関する取り組みを取り上げる。1つ目はライターに関する情報公開である。当サイトでは医療情報を含む記事についてはその専門知識を有する者、イベント情報等の医療情報を含まない記事については一般スタッフが作成している。その中でも特に前者に関しては名前や詳しい経歴、顔写真等の情報が記事内に掲載されている。2つ目は医療情報の掲載基準の開示である。オンコロではサイトで紹介する記事に関して基準を設けそれを満たした情報のみを発信しており、その基準もユーザーに対し明らかにしている。専門性が高い分野であることも影響しているとは考えられるが、サイトの信頼性確保のために非常に丁寧な対応・情報開示が行われていることがわかる。



(出典：オンコロ HP)

2.3.3 分析

本ケースに関しても前節で述べた(1)を省略し(2)ロールズの正義論との関係を考えていく。オンコロではライターの経歴や運営の姿勢などの情報発信が非常に丁寧に行われている。また記事に関しても、収益源の治験広告ばかりでなく患者会の情報などユーザーが欲しい情報を考慮し発信していくという姿勢が見られる。これらはユーザーに対する配慮として非常に評価でき、第二原理にある「最も恵まれない状況に置かれている人の便益を最大にする義務」をしっかり果たせていると私は考えた。

第3章 考察・提言編

3.1 まとめ

本論文では3つのケースを用いて医療系まとめサイトの在り方について考えてきた。WELQではその運営の姿勢や記事の質の問題によりサイトの公開停止に至った。他2サイトはそれぞれ扱う情報の分野は異なるが、それぞれ特徴的な取り組みを実施していた。ヘルスケア大学では医師の参画・記事監修、オンコロでは事業の姿勢やライターの情報等に関する丁寧な情報開示である。また両者に共通する取り組みとしてはHONコードの取得があった。本論文で取り上げたまとめサイトではWELQを除きサイトの信頼性を高める取り組み、ユーザーに対する配慮が程度の差はあれ実践されていた。

3.2 医療情報を扱うまとめサイトが果たすべき倫理的責任について

本節ではケース分析編を踏まえ、医療系まとめサイトに求められる倫理的責任、取り組みを考え具体的に提言していきたい。

① 情報開示

医療系まとめサイトでは他の一般的なまとめサイトと比べその情報が持つリスクが大きい。そのためその情報に対して負うべき責任も当然重くなる。そこでまずは運営側からユーザーに対する情報発信を積極的に行うことが重要になる。具体的には、(1) サイトの設立理由、ビジョン、ユーザーに対しどんな価値を提供するのか (2) 扱う情報の内容、記事の作成手順 を考えている。(1)に関しては「読者の生活を良くしたい」といった曖昧なものではなく、オンコロのように項目ごとに分けユーザーが納得出来るような内容のものが望ましい。(2)に関してはケースで取り上げた一次・二次・三次予防の考え方のような1つの基準に基づき、扱う医療情報の専門性の程度、記事執筆者に関する情報（社内ライターなのか外部ライターなのか、また彼らの専門知識の有無といった情報）、作成手順（医師の監修の有無やその手法に至るまでの情報）を網羅的に開示することがユーザーへの配慮として必要になると私は考えている。

② 記事の作成

医療系まとめサイトの扱う情報には読み物のような記事から専門性が高い記事まで幅がある。もちろん医療に関する全ての記事に医師による丁寧な監修を付けるのが理想的であるが、それは現実ではなかなか実現が難しいだろう。そこで先ほど述べた基準やライターの専門知識の有無に応じて監修のやり方を変えろという方法を推奨したい。例えば一次予防にあたる記事で専門知識を有するライターが執筆していた場合は医師の監修を軽くする一方、三次予防にあたる記事に関してはテーマ決めの時点から医師の意見を取り入れその後の記事内容に関する監修に複数名の医師の監修をつけるといったことである。このように専門性の程度に応じてメリハリのある記事作成を行っていくことが倫理的責任を果たすためには必要になると考える。

③ 第三者認証

ヘルスケア大学、オンコロではサイトの信頼性担保のために HON コードという第三者認証を受けている。しかしこの認証は国内での知名度がほとんど無く取得済みのサイトも調べた限り上記を含めて 4 件のみに留まっている。国内での取り組みとして HON コードと似た内容の e ヘルス倫理コード¹⁶と呼ばれる認証があるがこちらも知名度が低くまた取得サイトは殆ど病院の公式サイトで医療系メディアによる取得例は数件に留まっていた。このように医療系まとめサイトにおいてはその信頼性を担保する第三者認証が不十分なのが現状である。そこでこの 2 つの認証の強みを生かしより効果的な認証にすることを提案したい。具体的には世界的に知名度がある HON コードを基にそこに国内の現状や問題点を踏まえた条項を加える形を考えている。国内の現状等を考える際はサイトの運営者、日本インターネット医療協議会¹⁶等の関係者から意見を出し合い今後の医療系サイトの在り方を考慮することを求めたい。その上で現在取得の障壁になっている HON の多言語対応を進め、信頼性向上のために良い取り組みを行なっているサイトが容易に申請できる環境を目指したい。医療情報を扱うサイトとして業界全体の健全化のために行動を起こすこともユーザーへの配慮、果たすべき倫理的責任として求められると私は考えている。またこうした認証は一般ユーザーからの知名度が何より重要になる。そこで認証を運営する団体が大学や病院等と協働しそれに関する講義、ポスターの掲示といった策を取り医師やユーザーに対し発信していく姿勢も必要になると考えている。

おわりに

本論文では WELQ を筆頭に普及してきている医療系まとめサイトに求められる倫理観について考えてきた。改めて振り返ると各サイト様々な取り組みが行われていたが不十分な点も多くあった。これまでは手に入れ辛かった医療情報がインターネットを通じて簡単に手に入るようになったことはその事実だけを見ればとても素晴らしいことのように感じられる。しかしそうした情報を扱うサイトの中には記事が正確でないもの、記事と言う名目で広告を垂れ流しているものもありユーザーがそれを完璧に見抜くことはやはり難しい。そこでこうした医療情報を扱うサイトが倫理的な対応、ユーザーへの配慮をより積極的に行うようになり、正しい情報に基づくという大前提の上で記事の読みやすさ、有益さ等の指標で各サイトが鎬を削る未来を望みたい。

参考文献

- 1, 知恵蔵 キュレーション <https://kotobank.jp/dictionary/chiezo/>
- 2, デジタル大辞泉 CGM <https://kotobank.jp/word/CGM-3914>
- 3, 情報通信政策研究所政策研究部 「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果」 2011 年
http://www.soumu.go.jp/main_content/000124276.pdf
- 4, 矢野経済研究所 「キュレーションサービス市場に関する調査結果」 2014 年
<http://www.yano.co.jp/press/download.php/001264>
- 5, D.スチュアート『企業倫理』 2001 年 白桃書房
- 6, 仲正昌樹『いまこそルールズに学べ』 2013 年 春秋社
- 7, WELQ HP <https://welq.jp/>
- 8, DeNA HP <http://dena.com/jp/>
- 9, DeNA 「第三者委員会調査報告書」 2017 <http://v3.eir-parts.net/EIRNavi/DocumentNavigator/ENavigatorBody.aspx?cat=tdnet&sid=1450400&code=2432&ln=ja&disp=simple>
- 10, ヘルスケア大学 HP <http://www.skincare-univ.com/healthcare/>
- 11, リッチメディア HP <http://www.rich.co.jp>
- 12, HON HP <http://www.hon.ch/HONcode/Japanese/>
- 13, リッチメディア「医療・健康情報の信頼性向上プロジェクト」に関する報告書 2017
<http://www.rich.co.jp/wp-content/uploads/2017/11/%E3%80%8C%E5%8C%BB%E7%99%82%E3%83%BB%E5%81%A5%E5%BA%B7%E6%83%85%E5%A0%B1%E3%81%AE%E4%BF%A1%E9%A0%BC%E6%80%A7%E5%90%91%E4%B8%8A%E3%83%95%E3%82%9A%E3%83%AD%E3%82%B7%E3%82%99%E3%82%A7%E3%82%AF%E3%83%88%E3%80%8D%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8.pdf>
- 14, 医教コミュニティ つばみクラブ 「第一・第二・第三次予防について」
<http://www.ikyo.jp/commu/question/631>
- 15, オンコロ HP <https://oncolo.jp/>
- 16, 日本インターネット医療協議会 HP <http://www.jima.or.jp>