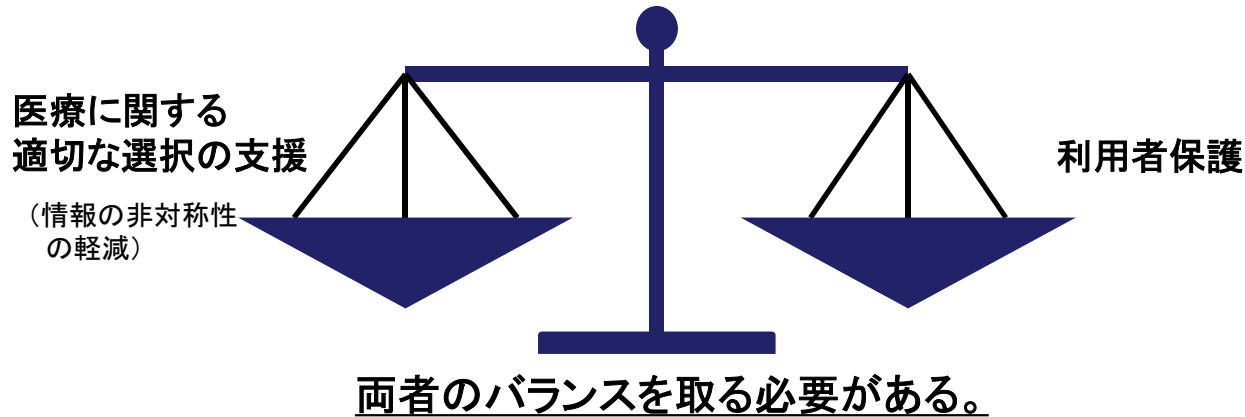


# 広告ガイドライン等について

# 医療法における医療に関する広告規制についての基本的考え方



チラシ、看板、テレビCM等

広告可能な事項  
(客観性・正確性を有するもの)

- ・誘因性 ○
- ・特定性 ○
- ・認知性 ○

自由診療

- ・保険診療と同一の行為
- ・薬事承認された医薬品等を使用するもの等\*

法令により  
範囲を規定

・上記以外のもの  
: 広告不可

医療機関のホームページ

医療法の規制対象ではなく、  
内容は原則自由(ただし、虚偽・  
誇大なものは他法令で規制)

- ・誘因性 ○/×
- ・特定性 ○
- ・認知性 ?

医療機関HPガイドライン  
で規制(平成24年~)

医療機関のホームページにおいては、  
医療機関間の連携や、院内での取組等の情報発信、  
医師確保のためなど、「誘因性」が低いものがある。

その他の情報発信

医療法の規制対象ではなく  
内容は原則自由

【例】

- ・学术论文、学術発表等
- ・新聞や雑誌等での記事
- ・体験談、手記等
- ・院内掲示、院内で配布するパンフレット等

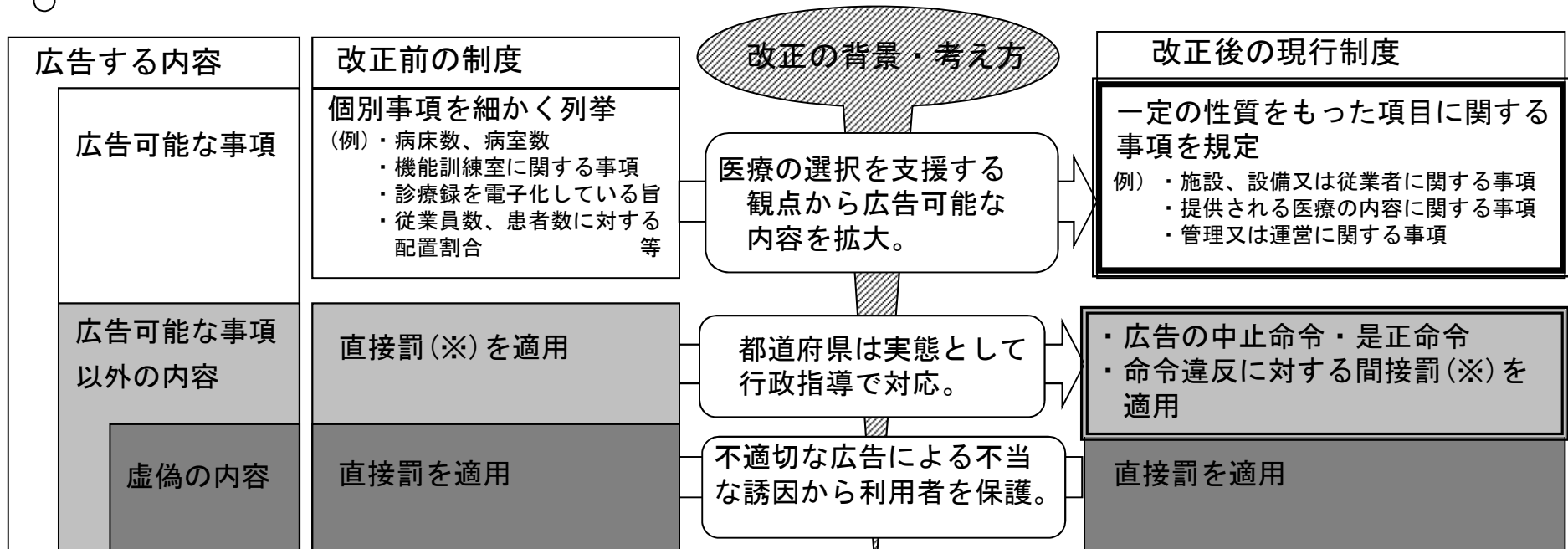
\* 公的医療保険が適用されない旨、及び標準的な費用を併記する場合に限り広告可能(ガイドラインにより規定)

# 医療広告規制に関する規定等

- 法令
  - ・ 医療法
  - ・ 医療法施行令
  - ・ 医療法施行規則
- 通知  
法令に基づく解釈等
  - ・ 医療広告ガイドライン 等
- 通知  
法令に基づかない運用
  - ・ 医療機関ホームページガイドライン

## 広告規制の見直しによる広告可能な事項の拡大(医療法)

- ・ 広告規制制度における広告可能な事項の規定方式について、従来の個別事項を細かく列挙する方式を改め、一定の性質をもった項目群ごとに、「〇〇に関する事項」というように包括的に規定する方式に改正。  
⇒広告規制の大幅な緩和
- ・ 広告可能な事項以外の内容を広告した場合の対応について、直接罰方式から間接罰方式へと改正。



※・・・6ヶ月以下の懲役又は30万円以下の罰金。

### 【緩和された広告の例】

- 医療従事者の専門性
- 施設や医療従事者等の写真、映像
- 治療方針
- 治験薬の一般名・開発コード
- 提供している診療、治療内容のわかりやすい提示
- 医療機器に関する事項 等

(※ただし、法令及びガイドラインに沿った内容でなければならない)

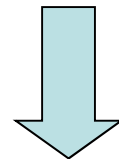
# 医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び 広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）の概要

## 第1 広告規制の趣旨

### 【基本的な考え方】

- ①医療は人の生命・身体に関わるサービスであり、不当な広告により受け手側が誘引され、不適当なサービスを受けた場合の被害は、他の分野に比べ著しいこと。
- ②医療は極めて専門性の高いサービスであり、広告の受け手はその文言から提供される実際のサービスの質について事前に判断することが非常に困難であること。

限定的に認められた事項以外は、原則として広告禁止



基本的な考え方を堅持しつつ、患者等に対して必要な情報が正確に提供され、その選択を支援する観点から、相当程度規制を緩和

客観性・正確性を確保し得る事項については、広告事項としてできる限り幅広く認める

- ・広告可能な事項の限定列举 → 項目群ごとに「〇〇に関する事項」と包括化
- ・直接罰の適用 → 間接罰の導入（虚偽広告は、直接罰を維持）

- 医療法第6条の5第1項各号
- 医業、歯科医業若しくは助産師の業務又は病院、診療所若しくは助産所に関して広告することができる事項（平成19年厚生労働省告示第108号）に定められた事項を広告可能

## 第2 広告規制の対象範囲

### 【広告の定義】

- ①患者の受診等を誘引する意図があること(誘因性)
- ②医業若しくは歯科医業を提供する者の氏名若しくは名称又は病院若しくは診療所の名称が特定可能であること(特定性)
- ③一般人が認知できる状態にあること(認知性)

①～③のいずれの要件も満たす場合に、広告に該当するものと判断

※ 例えば、患者による体験手記や新聞記事等は、特定の病院等を推薦している内容であったとしても、①でいう「誘因性」の要件を満たさない。②でいう「特定性」については、複数の医療機関等を対象としている場合も含む。

### 【広告の媒体と規制対象者】

第六条の五 医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関しては、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も次に掲げる事項を除くほか、これを広告してはならない。

- ・ 暗示的又は間接的な表現も広告となり得る
- ・ チラシ、パンフレット、看板、新聞、雑誌、放送、Eメール、ビデオ、演述等の媒体が規制対象
- ・ 医師等の医療従事者又は病院等の医療機関だけではなく、広告代理店、マスコミ、一般人等も規制対象

### 【通常広告とはみなさないもの】

- (1) 学術論文、学術発表等
- (2) 新聞や雑誌等での記事
- (3) 体験談、手記等
- (4) 院内掲示、院内で配布するパンフレット等
- (5) 患者等からの申し出に応じて送付するパンフレットやEメール
- (6) 医療機関の職員募集に関する広告
- (7) インターネット上のホームページ

※ バナー広告、費用負担による検索結果の上位表示は広告となり得る

## 第3 広告可能な事項について

### 1 医療に関する広告として広告可能な範囲

患者等に正確な情報が提供されその選択を支援する観点から、客観性・正確性を確保し得る事項については、広告事項としてできる限り幅広く認める

### 2 従来より広告可能とされてきた事項との関係

法第6条の5第1項各号又は広告告示の相当の規定に基づき、引き続き広告可能

### 3 医療機能情報提供制度との関係

専門外来を除いて医療に関する広告としても、原則として広告可能  
(都道府県が独自に報告を求める事項については、法又は広告告示で広告可能な事項として定められている場合に限る。)

### 4 広告可能である事項の表現方法

- ・ 文字だけではなく、写真、イラスト、映像、音声等による表現も可能。
- ・ 患者等の理解が可能となるように、分かりやすい表現の使用や説明を追加することも可能。
- ・ 略号、記号の使用も正確な情報伝達が可能である場合には、差し支えない。

### 5 広告可能な事項の具体的な内容

医療法及び広告告示の規定により広告可能である事項について説明

法令の各条毎に、例示や注意事項を含めて広告可能な事項をガイドラインで説明している



## 5 広告可能な事項の具体的な内容(一部抜粋)

### (1) 法第6条の5第1項第1号関係

#### 「医師又は歯科医師である旨」

我が国での医師又は歯科医師の免許を有さない場合には、医師又は歯科医師である旨を広告できないこと

### (2) 法第6条の5第1項第2号関係

#### 「診療科名」

#### ア 政令に定められた診療科名

##### ① 医業(33種)

内科、心療内科、精神科、神経科、呼吸器科、消化器科、循環器科、アレルギー科、リウマチ科、小児科、外科、整形外科、形成外科、美容外科、脳神経外科、呼吸器外科、心臓血管外科、小児外科、皮膚泌尿器科、性病科、こう門科、産婦人科、眼科、耳鼻いんこう科、気管食道科、リハビリテーション科、放射線科、神経内科、胃腸科、皮膚科、泌尿器科、産科及び婦人科

##### ② 歯科医業(4種)

歯科、矯正歯科、小児歯科及び歯科口腔外科

#### イ 厚生労働大臣の許可を得た診療科名

##### ① 医業(1種) 麻酔科

法第6条の6第4項の規定により、許可を受けた医師の氏名を併せて広告する必要有

### (3)～(6)略



## 5 広告可能な事項の具体的な内容(一部抜粋)

### (7) 法第6条の5第1項第7号関係

「当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職、略歴その他のこれらの者に関する事項であつて医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして厚生労働大臣が定めるもの」

ア 当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴

#### ①医療従事者の範囲について

法律により厚生労働大臣又は都道府県知事の免許を受けた医療従事者

#### ②当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の氏名、年齢、性別

非常勤である旨や勤務する日時(例えば、「火曜と木曜の午後」等)を示せば、非常勤の医療従事者についても広告可能

#### ③当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の役職

「院長」、「副院長」、「外科部長」、「薬剤部長」、「看護師長」又は「主任」等の当該病院又は診療所における役職

#### ④当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の略歴

医療従事者としての経歴を生年月日、出身校、学位、免許取得日、勤務した医療機関(診療科、期間を含む)等について、一連の履歴を総合的に記載したもの

「研修」は、実施主体やその内容が様々であり、広告可能な事項とはされていない

## 5 広告可能な事項の具体的な内容(一部抜粋)

### イ 医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨

#### 研修体制、試験制度その他の事項に関する基準(広告告示第1条第2号)

基準に適合するものとして厚生労働大臣に届け出た団体が行う医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨を広告可能

#### ①専門性資格

- 法律により厚生労働大臣の免許を受けた医療従事者が対象範囲
- 当該医療機関に常時従事する医師等の医療従事者だけではなく、非常勤の医療従事者についても常勤と誤認を与えないよう、その旨を明記すれば、専門性資格を広告可能
- 実際の広告の形態

(例)・医師/歯科医師○○○○(○○学会認定○○専門医)

・薬剤師○○○○(○○学会認定○○専門薬剤師)

※「厚生労働省認定○○専門医」等は虚偽広告 → 資格認定は学術団体が実施

#### ②専門性資格を認定する団体の基準

- 一 学術団体として法人格を有していること
- 二 会員数が1000人以上であること、かつ、その8割以上が当該認定に係る医療従事者であること
- 三 一定の活動実績を有し、かつ、その内容を公表していること
- 四 外部からの問い合わせに対応できる体制が整備されていること
- 五 認定に係る医療従事者の専門性に関する資格(以下「資格」という。)の取得条件を公表していること
- 六 資格の認定に際して、医師、歯科医師、薬剤師においては5年以上、看護師その他の医療従事者においては3年以上の研修の受講を条件としていること
- 七 資格の認定に際して適正な試験を実施していること
- 八 資格を定期的に更新する制度を設けていること
- 九 会員及び資格を認定した医療従事者の名簿が公表されていること

## 第4 禁止される広告について

### 【禁止の対象となる広告の内容】

#### (1) 広告が可能とされていない事項の広告

医療法又は広告告示により広告可能とされた事項を除いては、広告はできない。

#### (2) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)

例えば、「絶対安全な手術」は、医学的にあり得ないので、虚偽広告と扱う。

#### (3) 他の病院又は医療機関と比較して優良である旨の広告(比較広告)

「日本一」、「№1」、「最高」等の表現は、客観的な事実であっても使用できない。

#### (4) 誇大な広告(誇大広告)

必ずしも虚偽ではないが、施設の規模、人員配置、提供する医療の内容等について、事実を不当に誇張して表現していたり、人を誤認させる広告は禁止される。

#### (5) 客観的事実であることを証明することができない内容の広告

患者や医療従事者の主観によるものや客観的な事実であることを証明できない事項について広告は禁止される。

#### (6) 公序良俗に反する内容の広告

わいせつ若しくは残虐な写真・映像又は差別を助長する表現等は、広告が禁止される。

#### (7) その他

ア 品位を損ねる内容の広告

イ 他法令又は他法令に関する広告ガイドラインで禁止される内容の広告

未承認医薬品、医療用医薬品に関する広告等は、医療に関する広告としても不可

## 第5 相談・指導等の方法について

### 【苦情相談体制】

- ・ 医療機関等からの広告に関する相談と住民からの苦情を受けるための窓口を決め、連絡先を周知する。
- ・ 消費生活センターや他法令の所管課室とも連携を図る。

### 【広告指導の体制及び手順】

- ・ 広告の内容確認は、対象となる医療機関を所管する地方自治体でまずは行うこと。
- ・ 指導等の参考手順

行政指導 → 報告命令又は立入検査 → 是正命令又は中止命令 → 刑事告発、行政処分

※ 是正命令の発令や告発した事例は、原則として公表し、住民へ違反広告に対する注意喚起する。

## 第6 助産師の業務又は助産所に関する広告について

医療に関する広告と同様に、妊産婦等に対して、必要な情報が正確に提供され、その選択を支援する観点から、客観性・正確性を確保し得る事項については、広告事項としてできる限り幅広く認められることとした。

医療法第6条の7第1項又は広告告示第5条若しくは第6条の各号により定められた事項が広告可能

# 医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針

(医療機関ホームページガイドライン)

医政発0928第1号平成24年9月28日

## <背景・経緯>

- インターネット上の医療機関のホームページについては、医療機関の情報を得ようとする目的を有する者が検索サイトでの検索等を行った上で閲覧するものであり、医療法上の広告とは見なされていない(医療法による規制の対象外)。
- しかしながら、インターネット等を通じた情報の発信・入手が極めて一般的な手法となっている現状において、ホームページに掲載されている情報を契機として発生するトラブルに対して、適切な対応が求められている。
- このため、医療情報の提供のあり方等に関する検討会で取りまとめられた報告書(平成24年3月)に基づき、医療機関のホームページの改善を図ることとした。

## 趣旨

インターネット上の医療機関のホームページ全般の内容に関する規範を定め、関係団体等による自主的な取組を促すもの

## 基本的な考え方

引き続き、ホームページを医療法の規制対象と見なさないこととするものの、ホームページの内容の適切なあり方を本指針に提示

## 指針の対象

インターネット上の医療機関のホームページ全般

※ ①誘因性、②特定性、③認知性のいずれの要件も満たす場合には、医療法の規制対象となる広告として取り扱う。

## 指針の内容

### (1) ホームページに掲載すべきでない事項

(利用者保護の観点)

- ① 内容が虚偽にわたる、又は客観的事実であることを証明することができないもの
- ② 他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの
- ③ 内容が誇大なもの又は医療機関にとって都合が良い情報等を過度に強調するもの
- ④ 早急な受診を過度にあおろうとするもの又は費用を過度に強調するもの
- ⑤ 科学的な根拠が乏しい情報に基づき、国民・患者の不安を過度にあおるなどして、医療機関への受診や特定の手術・処置等の実施を不当に誘導するもの
- ⑥ 公序良俗に反するもの
- ⑦ 医療法以外の法令で禁止されているもの

### (2) ホームページに掲載すべき事項

(国民・患者に正確な情報が提供され、その選択を支援する観点)

- ① 通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項
- ② 治療等のリスク、副作用等に関する事項