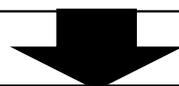


広告規制の趣旨

【基本的な考え方(医療広告ガイドライン)】

- 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、不適切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

※ 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

- 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、上記の基本的な考え方は堅持しつつ、客観性・正確性を確保し得る情報については、広告可能とすることとして、順次拡大してきた。
(広告可能な事項の限定列挙 → 項目群ごとに「〇〇に関する事項」と包括化)

広告規制の対象範囲

【広告の定義(医療広告ガイドライン)】

- 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

【広告の媒体と規制対象者(医療法)】

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。

【通常広告とはみなさないもの(医療広告ガイドライン)】

- (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

- インターネットが広く普及している状況において、医療機関のウェブサイト等については、当該医療機関等の情報を得ようとの目的を有する者が、URLを入力したり、検索サイトで検索した上で閲覧するものであるため、当初より情報提供や広報として取り扱い、医療法の広告規制の対象としていない。

広告可能な事項について

(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)、医療広告ガイドラインより作成)

- ① 医師又は歯科医師である旨
- ② 診療科名
- ③ 名称、電話番号、所在の場所を表示する事項、管理者の氏名
- ④ 診療日又は診療時間、予約による診療の実施の有無
- ⑤ 法令の規定に基づき一定の医療を担うものとして指定を受けた病院等(例:特定機能病院)
- ⑥ 病院等における施設、設備に関する事項、従業者の人員配置
- ⑦ 医師等の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴、厚生労働大臣が定めた医師等の専門性に関する資格名
- ⑧ 医療相談、医療安全、個人情報 の適正な取扱いを確保するための措置、病院等の管理又は運営に関する事項
- ⑨ 紹介可能な他の医療機関等の名称、共同で利用する施設又は医療機器等の他の医療機関との連携に関する事 項
- ⑩ ホームページアドレス、入院診療計画等の医療に関する情報提供に関する内容等
- ⑪ 病院等において提供される医療の内容に関する事項※¹
- ⑫ 手術、分娩件数、平均入院日数、平均患者数等、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事項
- ⑬ その他①～⑫に準ずるものとして厚生労働大臣が定めるもの※²

※¹ 検査、手術、治療方法については、保険診療、評価療養及び選定療養、分娩、自由診療のうち、保険診療等と同一の検査等、自由診療のうち、薬機法の承認等を得た医薬品等を用いる検査等

※² 健康検査の実施、予防接種の実施、外部監査を受けている旨等

禁止される広告について

【禁止の対象となる広告の内容(医療法)】

- **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。
- **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。
- **医療に関する適切な選択に関し必要な基準として厚生労働省令で定めるもの※**
 - ※ 医療法施行規則
 - **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」、「No.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。
 - **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。
 - **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。
 - **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。

その他(医療広告ガイドライン)

- ア 品位を損ねる内容の広告
- イ 他法令等で禁止される内容の広告

医療機関のホームページの取扱いに関するこれまでの議論

医療情報の提供のあり方等に関する検討会（平成23年10月～平成24年6月）

医療機関のホームページを医療広告と見なした場合には、以下のようなデメリットが生じるおそれがある。

- 患者自らが知りたい情報（治療の内容、効果等）がインターネット等により入手できなくなる。
- 既に多数の医療機関がホームページを開設しており、取締りにあたり自治体の負担が大きい。



【対応】

- 医療機関のホームページについては、引き続き医療法上の広告とは見なさず、自由診療分野を中心としたガイドラインを国で作成し、関係団体等の自主的取組を促進する。
- 必要に応じて、不当景品類及び不当表示防止法や不正競争防止法による規制が適用されるよう、関係省庁と連携しつつ、虚偽や誇大な表示等の基準を明確化する。
- ガイドラインによる取組で改善が見られない場合には、対象を絞りつつ法規制も含めてその後の対応を検討する。
- 現行の医療法の規制についても併せて周知・徹底する。



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）」を策定