

新ガイドラインにおける広告禁止事項の具体的な例示について

○ 記号等の意味は以下のとおり。

下 線：医療機関ホームページガイドラインで挙げられる具体的な例示を移動したもの

例示末尾の●：「客観的事実であることを証明することができない事項」を削除したことに伴い、他の事項の例示として整理し直したものの。

例示末尾の▲：現行の医療機関ホームページガイドラインの「科学的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」に位置付けられる事項を誇大広告として整理し直したものの。

例示末尾の▼：現行の医療機関ホームページガイドラインで「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の過度な強調」に位置付けられる例示を他の例示との並びを踏まえ「品位を損ねる内容の広告」に整理したもの

なお、記号が付されていない事項については、現行の医療広告ガイドラインで挙げられる具体的な例示（技術的な修正を行ったものを含む。）である。

■内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）

- ・ 絶対安全な手術です！
- ・ 「どんなに難しい症例でも必ず成功します」
→絶対安全な手術等は、医学上あり得ないので、虚偽広告として扱うこと。
- ・ 厚生労働省の認可した〇〇専門医
→専門医の資格認定は、学会が実施するものであり、厚生労働省が認可した資格ではない。
- ・ 加工・修正した術前術後の写真等の掲載
→あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した術前術後の写真等については、虚偽広告として取り扱うべきであること。
- ・ 「一日で全ての治療が終了します」(治療後の定期的な処置等が必要な場合)
→治療後の定期的な処置等が必要であるにもかかわらず、全ての治療が一日で終了するといった内容の表現を掲載している場合には、内容が虚偽広告として取り扱うべきであること。
- ・ 「〇%の満足度」(根拠・調査方法の提示がないもの)
データの根拠(具体的な調査の方法等)を明確にせず、データの結果と考えられるもののみを示すものについては、虚偽広告として取り扱うべきであること。
また、非常に限られた国民・患者を対象に実施された調査や謝金を支払うことにより意図的に誘導された調査の結果など、公正なデータといえないものについても、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
- ・ 「当院は、〇〇研究所を併設しています」(研究の実態がないもの)
法第42条の規定に基づき、当該医療機関を開設する医療法人の定款等において同条第2号に掲げる医学又は歯学に関する研究所の設置を行う旨の定めがある場合等においても、研究している実態がない場合には、虚偽広告として取り扱うべきであること。

■比較優良広告

- ・ 肝臓がんの治療では、日本有数の実績を有する病院です。
- ・ 当院は県内一の医師数を誇ります。
- ・ 本グループは全国に展開し、最高の医療を広く国民に提供しております。
- ・ 「芸能プロダクションと提携しています」
- ・ 「著名人も〇〇医師を推薦しています」

■誇大な広告（誇大広告）

- ・ 知事の許可を取得した病院です！（「許可」を強調表示する事例）
→病院が都道府県知事の許可を得て開設することは、法における義務であり当然のことであるが、知事の許可を得たことをことさらに強調して広告し、あたかも特別な許可を得た病院であるかの誤認を与える場合には、誇大広告として扱うこと。
- ・ 医師数〇名（〇年〇月現在）
→示された年月の時点では、常勤換算で〇名であることが事実であったが、その後の状況の変化により、医師数が大きく減少した場合には、誇大広告として扱うこと。（この場合、広告物における文字サイズ等の強調の程度や医療機関の規模等を総合的に勘案し、不当に患者を誘引するおそれがあるかを判断するべきであり、一律に何名の差をもって誇大広告と扱うかを示すことは困難であるが、少なくとも実態に即した人数に随時更新するよう指導するべきである。）
- ・ （美容外科の自由診療の際の費用として）顔面の〇〇術 1カ所〇〇円
→例えば、当該費用について、大きく表示された値段は5カ所以上同時に実施したときの費用であり、1カ所の場合等には、倍近い費用がかかる場合等、小さな文字で注釈が付されていたとしても、当該広告物からは注釈を見落とすものと常識的判断から認識できる場合には、誇大広告として扱うべきである。
- ・ 「〇〇学会認定医」（活動実態のない団体による認定）
- ・ 「〇〇協会認定施設」（活動実態のない団体による認定）
→客観的かつ公正な一定の活動実績が確認される団体によるものを除き、当該医療機関関係者自身が実質上運営している団体や活動実態のない団体などによる資格認定や施設認定を受けた旨については、国民・患者を不当に誘引するおそれがあり、誇大広告として扱うべきであること。
- ・ 「〇〇センター」（医療機関の名称又は医療機関の名称と併記して掲載される名称）
→医療機関の名称として、又は医療機関の名称と併せて、「〇〇センター」と掲載することについては、
 - 一 法令の規定又は国の定める事業を実施する病院又は診療所であるものとして、救命救急センター、休日夜間急患センター、総合周産期母子医療センター等、一定の医療を担う医療機関である場合
 - 又は
 - 一 当該医療機関が当該診療について、地域における中核的な機能や役割を担っていると都道府県等が認める場合

に限るものとし、それ以外の場合については、誇大広告として取り扱うべきであること。

ただし、当該医療機関が提供する医療の一部を担当する部門名として患者向けに院内掲示しているものをそのままウェブサイトに掲載している場合等には、原則として、内容が誇大なものとして扱わないこと。

・ 手術や処置等の効果又は有効性を強調するもの

→撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影した術前術後の写真等をウェブサイトに掲載し、その効果又は有効性を強調することは、国民や患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については誇大広告として扱うべきである。

また、あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した術前術後の写真等については、上記（２）の虚偽広告に該当する。（再掲）

・ 比較的安全な手術です。

→何と比較して安全であるか不明であり、誇大広告として扱うべきであること。（●）

・ 伝聞や科学的根拠に乏しい情報の引用

→医学的・科学的な根拠に乏しい文献やテレビの健康番組での紹介による治療や生活改善法等の紹介は、それらだけをもっては客観的な事実であるとは証明できないため、誇大広告として取り扱うべきであること。（●）

・ 「〇〇の症状のある二人に一人が〇〇のリスクがあります」（▲）

・ 「こんな症状が出ていれば命に関わりますので、今すぐ受診ください」

→科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず特定の症状に関するリスクを強調することにより、医療機関への受診を誘導するものは、誇大広告として取り扱うべきであること。（▲）

・ 「〇〇手術は効果が高く、おすすめです。」

→科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず特定の手術や処置等の有効性を強調することにより、有効性が高いと称する手術等の実施へ誘導するものは、誇大広告として取り扱うべきであること。（▲）

・ 「〇〇手術は効果が乏しく、リスクも高いので、新たに開発された〇〇手術をおすすめします」

→科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず特定の手術や処置等のリスクを強調することにより、リスクが高いと称する手術等以外のものへ誘導するものは、誇大広告として取り扱うべきであること。（▲）

■その他（品位を損ねる内容の広告）

① 費用を強調した広告

- ・ 今なら〇円でキャンペーン実施中！
- ・ 「ただいまキャンペーンを実施中」
- ・ 「期間限定で〇〇療法を 50%オフで提供しています」
- ・ 「〇〇~~100,000円~~50,000円」
- ・ 「〇〇治療し放題プラン」

② 提供される医療の内容とは直接関係ない事項による誘引

提供される医療の内容とは直接関係のない情報を強調し、国民・患者を誤認させ、不当に国民・患者を誘引する内容については、ホームページに掲載すべきでないこと。

- ・ 「無料相談をされた方全員に〇〇をプレゼント」
物品を贈呈する旨等を誇張することは、提供される医療の内容とは直接関係のない事項として取り扱うべきであること。（▼）