

医療機関のウェブサイト等の 取り扱いについて(案)

医療機関のホームページの取扱いに関する過去の議論

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

第1回検討会(平成28年3月)でご議論いただいた内容

「美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議」(消費者委員会平成27年7月)

1. 医療機関のホームページの情報提供の適正化

(建議事項1)

厚生労働省は、医療機関のホームページにおける情報提供の適正化を図るため、医療機関のホームページについて、是正命令や命令に違反した場合の措置等を設けることにより医療機関に対する指導監督の実効性が確保されるよう、法令の改正に向けた検討を行い、以下の措置を速やかに講ずること。

- (1) 法第6条の5の規定に基づき規制の対象とされている「広告」の概念を拡張し、医療機関のホームページも「広告」に含めること。
- (2) 少なくとも法第6条の5第3項の規定に基づき禁止されている「虚偽」の広告並びに同条第4項及び医療法施行規則(昭和23年厚生省令第50号)第1条の9の規定に基づき禁止されている類型(比較広告、誇大広告、広告を行う者が客観的事実であることを証明できない内容の広告及び公序良俗に反する内容の広告)の広告を、医療機関のホームページについても禁止すること。

建議事項1を受けて、どのように対応すべきか。

→(1)を踏まえ、医療機関のウェブサイト等を広告として扱うことについてどう考えるか。

広告として扱う場合、併せて、広告できる事項の範囲を拡大する必要はあるか、あるとすればどのような内容について手当てする必要があるか。

→(2)を踏まえ、医療機関のウェブサイト等について、医療法上の広告としては扱わないが、虚偽・誇大な表示等に当たるものは禁止することについてどう考えるか。

第1回検討会(平成28年3月)でいただいた主なご意見

①規制の範囲、あり方について

- 医療に関する広告については、医療法上、広告可能な事項を除き、「文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も」広告してはならないと規定している。このため、医療機関のウェブサイトを広告として扱うと、患者が知りたいと考えられる情報が得られなくなる等のデメリットを懸念するご意見を多くいただいた。
- 消費者・患者保護の観点から、特に問題とされるものは医療機関のウェブサイト上の虚偽・誇大な表示等であると考えられ、また、保険診療等における適切な情報提供に対する影響を考慮すると、医療機関のウェブサイトにおける虚偽・誇大な表示等に対する禁止規制を導入してはどうかというご意見を多くいただいた。
- 美容医療サービスに関して建議がなされていることから、美容医療サービス等の自由診療に限定して規制するべきというご意見をいただいた。

②執行体制の確保等について

医療機関のウェブサイトの適正化に向け、規制の網をかけることに加え、行政等における執行体制の確保や規制の周知・遵守徹底が重要であるというご意見を多くいただいた。

① 規制の範囲、あり方に関する選択肢(第2回検討会(平成28年5月)資料)

	(1)	(2)	(3)
	全ての医療機関等のウェブサイトを一括に広告として扱う	虚偽・誇大な表示等に対する部分的な規制を行う	美容医療サービス等の自由診療に関するウェブサイト限定して規制する
メリット	医療機関等のウェブサイトについても、広告と同一の基準による規制が可能となる。	現在実施されている、より詳細な診療内容等に対する情報提供への影響を回避しつつ、不適切な表示の規制が可能となる。	相談件数が多いとされている美容医療等の分野に限定した対応を可能とするとともに、通常の保険診療等への影響も回避できる。
デメリット	現在実施されている、より詳細な診療内容等に対する情報提供への影響が懸念される。	虚偽・誇大な表示等の規制を行う部分以外は従来と同様となる。	美容医療サービス等の自由診療分野以外について、ウェブサイトと同様の表示がなされる可能性は否定できない。

第2回検討会(平成28年5月)でいただいた主なご意見(①規制の範囲、あり方)

- 美容医療がメインにはなるが、美容医療と自由診療だけなのかという点、これからホームページのあり方も時代とともに、どのように変わっていくのかわからない部分もあり、虚偽誇大な表示等に対する部分的な規制も視野に入れて考えていく必要がある。
- 美容医療だけに限定できるのかどうかの疑問もあるので、全ての医療機関のウェブサイトを表示として捉えるべき。広告とできない場合でも、少なくとも虚偽誇大等の表示は禁止すべき。
- 美容医療サービスに限定というのは、法制的に規定が可能なのか疑問。
- どこで線を引くかは難しいところがあるので、医療機関ホームページガイドラインにもう少し強い規制をかける、これに沿うものでなければ罰則がかかる等すれば特に問題ないのではないか。
- 美容医療というくくりをするのではなく、がん治療等、もっとほかにも患者被害を出しているものが幾らでもある。
- 保険医療機関においても自由診療を行うことがあり、きれいに区別できるわけではない。
- 美容医療等の範囲で議論したほうがよい。

① 規制の範囲、あり方について

美容医療分野を中心に、医療機関のウェブサイト等の閲覧を契機として受診行動に至ることが一般化している中、医療機関のホームページにおける情報提供の適正化を図る必要がある。

医療機関のウェブサイト等を、広告できる事項が限定されている医療法上の広告とすると医療情報の提供促進に支障が生じるとの懸念が多く示されていること等を踏まえ、引き続き医療法上の広告としては扱わないが、情報発信の観点からも認められないような虚偽・誇大な表示等が規制されないことは適切ではないことから、こうした不適切な表示を禁止する規制を新たに設けることとしてはどうか。

第2回(平成28年5月)でいただいた主なご意見(②執行体制の確保等)

- 医療機関のウェブサイトのチェックは個々の保健所よりは都道府県庁、厚生労働省で行うなど、工夫が必要。都道府県の指導監督の執行体制についてもしっかりと具体的に検討すべき。
- 行政による監視と消費者教育は同時にやっていく必要がある。
- 消費者教育が重要であり、本検討会から消費者庁など関係省庁に対応を求める必要がある。
- おかしいことをおかしいと通報していく窓口の明確化が必要。また、よくある問題事例を具体的に紹介・周知できる必要がある。医療安全支援センターの役割の一つとしてやっていただきたい。
- 無床診療所についても毎年、広告規制の遵守状況を含め自主管理の点検表を出して頂いており、参考になるのではないかと。
- 業界の自浄作用発揮が不可欠。

② 執行体制の確保等について

医療機関のウェブサイト等の適正化に当たっては、規制の対象とすることに加え、当該規制を執行する体制を強化し、実効性を確保していくことや問題のある領域等に焦点を当てた規制の周知・遵守の徹底、患者／消費者教育を推進していくことが重要である。

このため、既存の執行体制を前提とした取組みにとどまらず、他分野における手法も参考にしながら、規制の周知や遵守の徹底に向けた効果的な方策を新たに講じるべきである。

また、その際には、厚生労働省を始めとした関係省庁、都道府県等の自治体、関係団体、インターネット事業者等、全ての関係者が主体性を持って取り組むべきである。

具体的には、当面、次のような方策により対応してはどうか。

(なお、今般の規制の見直し及び関係者による様々な取組により十分な効果がみられることを期待するが、仮に不十分な場合には、更なる対応を行う。)

【具体的な方策(案)】

(執行体制の強化、規制の周知・遵守の徹底)

- 都道府県等における円滑な施行に資するため、新たな規制の内容をガイドライン等において明確化する。
- ネットパトロールによる監視体制を構築する。
- 都道府県等において、医療監視の体制強化に努めつつ、医療法に基づく報告徴収権限を積極的に活用し、規制遵守を確認・徹底する(参考資料1)。
- 美容医療団体等の規制遵守の徹底に向けた取組に加え、プロバイダ等の広告掲載基準に広告等に係る規制(ガイドラインを含む)の明記を求め、プロバイダによる違反広告等の削除等によりインターネット上に規制の遵守を徹底する。
- なお、新たな規制が導入されるまでの間も、医療広告に該当するものは現状でも医療法に基づく処分が可能であり、また、医療広告に該当しない医療機関のウェブサイトについては景表法等の他法令に基づいた対応は可能であることから、関係省庁、消費者団体等で連携し、不適切な医療広告、ウェブサイト等について指導等の対応を積極的に実施する。

(患者／消費者教育、注意喚起の実施等)

- 厚生労働省のウェブサイトにおいて注意喚起・相談窓口一覧ページを作成する。
- 厚生労働省は美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項や相談窓口に関するチラシを作成し、美容医療団体等とともに、医療機関に据え置くなどの方法により、消費者、患者等への注意喚起を実施する。
- 医療安全支援センター／保健所、関係団体、NPO等による医療安全講演会等を通じた患者教育・消費者教育が重要であり、積極的な取組を慫慂する。