

医療機関のウェブサイト等の取扱いについて
(とりまとめ)

平成 28 年 9 月

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会

1. 医療に関する広告規制の現状・経緯

(1) 医療に関する広告規制の枠組み

○ 医療に関する広告は、次のような考え方に基づき、国民・患者保護の観点から、医療法（昭和 23 年法律第 205 号）等¹において、広告が認められた事項以外を広告することは禁止されてきたところである。

- ・ 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
- ・ 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

○ 近年、上記の考え方は維持しつつも、国民・患者に正確な情報を提供し、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情報については、広告可能とすることとし、その範囲は順次拡大されてきた。

○ また、具体的にどのような形での情報の提示が医療広告に当たるかについては、「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）」（平成 19 年 3 月 30 日医政発第 0330014 号医政局長通知。以下「医療広告ガイドライン」という。）において、次の①～③の全ての要件を満たすかどうかで判断している。

※ 医療法上の広告に関する 3 要件（医療広告ガイドラインより引用）

- ① 患者の受診等を誘引する意図があること
- ② 医業・歯科医業の提供者名又は病院・診療所名が特定可能であること
- ③ 一般人が認知できる状態にあること

○ この点、医療機関のウェブサイト等については、基本的に、特定の医療機関の情報を得ようとする目的を有する者が URL を入力したり、検索サイトでの検索を行ったりした上で閲覧するものであって、上記③の要件を満たしていないこと等を踏まえ、従前より、情報提供や広報として

¹医療法（昭和 23 年法律第 205 号）、医療法施行令（昭和 23 年政令第 326 号）、医療法施行規則（昭和 23 年厚生省令第 50 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）

扱ってきており、医療法上の広告規制の対象とはされてこなかった。²

(2) 医療に関する広告規制を巡る最近の動き

- 近年、美容医療サービスとその宣伝媒体としてのインターネットが一般化する中で、全国の消費生活センターに美容医療サービスに関する相談が多数寄せられるに至り、平成 23 年には、消費者庁、消費者委員会及び独立行政法人国民生活センターから、美容医療サービス等の医療機関のウェブサイト上の不適切な表示等への対応が厚生労働省に求められた。

- こうした状況を踏まえ、「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）」において、医療機関のウェブサイトの取扱いが議論され、
 - ・ 医療機関のウェブサイトを経営する事業者と、患者自らが知りたいと考えられる情報（例えば、治療法・施術の内容、効果）がインターネット等により入手できなくなること、
 - ・ 一般的な医療機関のウェブサイトは情報発信や情報共有する場としての性格を併せ持つこと等から、広告として一律に規制すると大きなデメリットが生じる、とされた。

- 以上を踏まえ、医療機関のウェブサイトについては、引き続き医療法上の広告とはみなさず、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こととし、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

²他の法令で規制している場合として、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）のように広く「表示」規制の対象にウェブサイトも含むケース、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）のように「広告」の中を含むとするケースがある。

一方、インターネット業界では、バナー広告等、広告媒体の広告掲載枠に掲載される広告そのものがインターネット広告の範囲（ただし広告掲載判断の過程ではリンク先での表示内容も十分考慮すべき）とされており（日本インタラクティブ広告協会「インターネット広告掲載ガイドライン」）、企業等のウェブサイト全般が広告とは必ずしもみなされていない。

また、医療広告ガイドラインにあるとおり、インターネット上のバナー広告、インターネット上に表示されている内容や検索サイトによる検索結果などに連動して表示されるスポンサーに関する情報、検索サイトの運営会社に費用を支払うことにより上位に表示される検索結果等の様々な形態のネット広告やそれらとリンクし一体的に運営されている医療機関のウェブサイトは、医療法上の広告に関する 3 要件のうち、③一般人が認知できる状態にあることの要件を満たすと考えられ、残る①患者の受診等を誘引する意図があること、②医業・歯科医業の提供者名又は病院・診療所名が特定可能であることの要件を満たせば、医療法上の広告として扱われる。

その後の対応を検討することとなった。

- これを受け、「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）（平成24年9月28日医政発第0928第1号医政局長通知。以下「医療機関ホームページガイドライン」という。）が策定され、当該ガイドラインに基づき、関係団体等による自主的な取組を促すとともに、行政指導の実施により改善を図ることとなった。
- しかしながら、こうした対策が講じられたにもかかわらず、美容医療サービスを受ける消費者が増加する中で、美容医療サービスに関する消費者トラブルは発生し続け、全国消費生活情報ネットワークシステム³に登録された美容医療サービスの相談件数は増加していることから、平成27年7月に消費者委員会より厚生労働省に対して、「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」がなされた。
- 当該建議では、美容医療サービスを利用するきっかけとしてインターネット上の医療機関のウェブサイトなどの電子媒体が多いことから、医療機関のウェブサイトにおける情報提供の適正化を図る必要があるとして、医療機関のウェブサイトについて、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うことが求められた。
- こうしたこれまでの議論や経緯を踏まえた上で、本検討会において、平成28年3月より、医療機関のウェブサイト等の取り扱いについて4回にわたって検討を行い、今般、以下のとおりとりまとめた。

2. 本検討会における検討結果

（1）規制の範囲、あり方

- 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

³全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）：

国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム

て受診行動に至ることが一般化している中、医療機関のウェブサイト等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について、広告可能事項が限定されている医療法上の広告として取り扱うこととした場合には、患者が知りたい情報と考えられる、詳細な診療内容等の情報が得られなくなる等、医療情報の提供促進に支障が生じることへの懸念が多く示されていること等を踏まえ、引き続き、現行の医療法上の広告規制の適用対象としないが、適切な情報発信を推進する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当ではないことから、不適切な表示に対する規制を新たに設けるべきである。
- 医療機関のウェブサイト等について、美容医療や自由診療といった限定された範囲で規制するべきという意見もあったが、美容医療以外でも同様に不適切な表示がなされうることや、保険医療機関においても自由診療を行うことがあり指導上の区別が困難であること等を考慮し、美容医療や自由診療に限定せずに医療機関のウェブサイト等に対して共通の規制を設けることが適当である。

(2) 監視・是正体制の強化等

- 医療機関のウェブサイト等による情報提供の適正化に当たっては、医療法の規制の対象とすることに加え、監視・是正体制を強化し実効性を確保していくことが重要である。このため、都道府県等の地方自治体をまたがる広域的事案等に効率的かつ迅速に対応するための行政権限や情報共有のあり方も含めて検討する必要がある。また、問題の多い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。
- 規制の遵守等を徹底するためには、既存の監視・是正体制や取組を前提とすることなく、新たに効果的な方策を講じる必要があり、その際には、厚生労働省をはじめとした関係省庁、都道府県等の地方自治体、美容医療等の関係団体、インターネット事業者等、全ての関係者が取り組むべきである。
- 具体的には、以下のような取組の実施が考えられる。

① 監視・是正体制の強化、規制の周知・遵守の徹底

- ・ 新たな規制導入後に、都道府県・保健所設置市・特別区（以下「都道府県等」という）において円滑に規制を執行できるよう、厚生労働省は新たな規制の内容や具体的な違反事例等をガイドライン等において明確化する。
- ・ 厚生労働省から外部委託を行うことにより、不適切なウェブサイト等の情報収集を行い、不適切な記載を認めた場合は当該医療機関等に対し規制を周知し、自主的な見直しを図る。さらに、改善が認められない場合には、都道府県等への情報提供等を行う、ネットパトロール監視体制を構築する。
- ・ 都道府県等においては、ネットパトロール実施事業及び国民・患者等から提供された不適切なウェブサイト等に関する情報等を踏まえ、適切に対応を行う。また、報告徴収権限等を活用し、医療機関に対し、規制の遵守の徹底を求める。
- ・ 美容医療団体等は、合同で美容医療団体等による連絡会を立ち上げ、規制の周知・不適切なウェブサイトの是正等に取り組む。
- ・ 厚生労働省は、美容医療団体等に規制の周知・徹底を求めるとともに、違法情報等対応連絡会⁴等に、医療広告等に係る規制を通信業界が策定しているガイドライン等に盛り込むことの検討を求め、プロバイダによる違反広告等の削除基準・手続等を整備すること等により規制の遵守を徹底する。

② 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し、消費者庁の消費者ホットライン⁵「188（いやや!）」等が紹介されている消費者庁のウェブサイトにリンクを設ける等の周知を図る。

⁴（社）電気通信事業者協会、（社）テレコムサービス協会、（社）日本インターネットプロバイダー協会、（社）日本ケーブルテレビ連盟で構成され、インターネット上の違法・有害情報への適切かつ迅速な対応を図るため、各種ガイドラインやモデル約款等を検討・策定する通信業界の連絡会。

⁵地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内する全国共通の電話番号

- ・ 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、消費者庁・美容医療団体等と協力しながら、消費生活センターや医療安全支援センター等を通じた配布や、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。
- ・ 消費者庁、消費生活センター等、保健所・医療安全支援センター、関係団体、NPO等による、学校や地域における患者教育・消費者教育が重要であり、これらの団体等の積極的な取組を懇請する。

(3) 今後の進め方について

- 上記を踏まえ、厚生労働省においては新たな規制の導入に向けて速やかに法的検討を進めるとともに、関係者との協議により監視・是正体制の強化等の各施策を順次具体化・実施すべきである。
- 今般の規制見直し及び関係者による種々の取組により十分な効果が得られるためには、美容医療などの関係団体をはじめ、関係省庁、都道府県等の地方自治体等、全ての関係者が主体的に各施策に取り組んでいくことが必要不可欠であることを強調したい。
- 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医療機関のウェブサイト等について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ものについては不当景品類及び不当表示防止法等の他法令に基づいた対応が可能である。都道府県等の衛生主管部局は医療法、消費者庁等⁶は不当景品類及び不当表示防止法等に基づき、不適切な医療広告、ウェブサイト等について指導等の行政上の対応を積極的に実施すべきである。

(以上)

⁶公正取引委員会事務総局地方事務所等及び都道府県景品表示法主管部局

検討会開催状況

第1回 平成28年3月24日（木）

- ・医療機関のウェブサイト等の取扱いについて
- ・その他

第2回 平成28年5月18日（水）

- ・前回の議論の整理（案）について
- ・その他

第3回 平成28年8月3日（水）

- ・医療機関のウェブサイト等の取り扱いについて（案）
- ・その他

第4回 平成28年9月7日（水）

- ・医療機関のウェブサイト等の取扱いについて（とりまとめ（案））
- ・医療機能情報提供制度の報告項目の改正について
- ・その他

平成 28 年 9 月 7 日時点

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会構成員名簿

(五十音順)

氏 名	所 属・役 職
石川 広己	公益社団法人日本医師会常任理事
大道 道大	一般社団法人日本病院会副会長
尾形 裕也	東京大学政策ビジョン研究センター特任教授
○ 桐野 高明	東京大学名誉教授
小竹 欣男	栃木県保健福祉部医療政策課長
小森 直之	一般社団法人日本医療法人協会副会長
瀬古口 精良	公益社団法人日本歯科医師会常務理事
平川 則男	日本労働組合総連合会総合政策局長
本多 伸行	健康保険組合連合会理事
三浦 直美	時事通信社編集委員・女性編集チーム
山口 育子	認定NPO法人ささえあい医療人権センターCOML 理事長
唯根 妙子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会理事