

パブリックコメントについて

資料1

省令(案)に対する主なご意見

ご提出いただいたご意見の数: 11件(※)

賛成のご意見: 2件

今般の省令(案)と直接関係のないご意見: 5件

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方
1	<p>・ 施術後写真のみを掲載する場合もこの「治療等の前後の写真等」(規則第1条の9第2号)に該当し、患者等を誤認させるおそれがないよう上記のような説明を付さなければ広告に掲載できないのか、それとも施術後の写真のみであれば「治療等の前後の写真等」(規則第1条の9第2号)には該当しないのか、明らかにされたい。</p>	<p>・ ご指摘を踏まえ、第1条の9第2号について、省令案「治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等の広告をしてはならないこと」に修正しました。</p>
2	<p>・ 「患者等を誤認させるおそれがある」という部分を削除し、「治療等の内容又は効果について、治療等の前後の写真等の広告をしてはならないこと」とし、術前術後の写真等による広告については例外的に許容する余地を残さず、包括的に禁止すべきである。</p>	<p>・ 医療情報の提供等のあり方に関する検討会における議論を踏まえ、患者の知る権利への配慮も必要であることから「治療等の内容又は効果について患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等の広告をしてはならないこと」を禁止事項として省令に規定した上で、「禁止されない例」として、術前又は術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項等の詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらないものであるとしました。</p>

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方
3	<ul style="list-style-type: none"> 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をしてはならない旨を加えて欲しい。 	<ul style="list-style-type: none"> 医療情報の提供等のあり方に関する検討会における議論を踏まえ、客観的事実を証明できない事項を一律に禁止することは省令には規定しないこととし、治療効果に関する事項のうち、客観的事実が証明できず、患者の受診を不当にあおるものは、虚偽・誇大に該当するものであることを新ガイドラインで示すこととしております。
4	<ul style="list-style-type: none"> 歯科のウェブサイトで自由診療に関する料金の総額の目安を載せてないものは悪質と言えるので、治療にかかる総額の目安を必ず載せるようにすべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> 今回の医療法改正によりウェブサイトにおける自由診療については、法律に基づいて費用やリスク等の記載を義務づけることとなりました。

※ 本省令案のパブリックコメントと同時期にパブリックコメントを行っていた新医療広告ガイドライン案に関するご意見のうち、ご意見を踏まえて省令改正を行ったご意見については、こちらのパブリックコメントにおいて回答いたします。

告示(案)に対する主なご意見

ご提出いただいたご意見の数: 2件

今般の告示(案)と直接関係のないご意見: 1件

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方
1	<ul style="list-style-type: none">• 本改正に賛成である。• 情報公開にも資するものであると思われたので、よいのではないかと思われた。• なお、広告として許可する場合、JCI等の認定の条件に反する事があった場合でも、広告違反という扱いにするのが適切であるので、その点について記述した定めを行うか、又は通知等を行っていただきたく思う。	<ul style="list-style-type: none">• JCI等の認定の条件に反する事があった場合は、JCI等の認定が取り消される等の対応がなされるものと考えております。取り消し後に広告されていた場合には、虚偽広告に該当します。

新医療広告ガイドライン(案)に対する主なご意見

ご提出いただいたご意見の数:65件

今般の新医療広告ガイドライン(案)と直接関係のないご意見:30件

個別具体的な内容に対するご質問や今後の参考とさせていただくご意見:3件

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
1	<ul style="list-style-type: none"> ・費用の負担等をしているかを問わず、ランキングサイトや医療機関ポータルサイト、医療機関紹介サイトなども医療広告として扱うべきではないか。 ・医療機関のランキングサイト、口コミサイト、医療に関する情報提供を行うウェブサイト等の医療機関のホームページ以外のウェブサイトについても、医療法上の広告規制の対象となるか否かが明らかでない。「ウェブサイト」の具体例を示して、その対象範囲を明確にしていきたい。 ・病院又はウェブサイト内の口コミの制限はどの範囲から広告規制の対象になるか。 <p>等、誘引性の範囲に関するご意見。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドライン案において、誘引性とは「広告に該当するか否かを判断する情報の客体の利益を期待して誘引しているか否かにより判断」することとされており、個別具体的に判断され则认为ます。 ・なお、誘引性が認められないウェブサイトに係るご意見については、今後の参考とさせていただきます。 	2
2	<ul style="list-style-type: none"> ・第2-2「ウ 治療法等を紹介する書籍や冊子等の形態をとっているが、」の部分に、ウェブサイトの記事を明示的に加え「ウ 治療法等を紹介する書籍・冊子やウェブサイトの記事等の形態をとっているが、」と加筆していただきたい。 ・ウェブサイトのアドレスの表記では、必ずしも特定の医院の名称が判別できない場合であっても、そのアドレスをクリックすれば、特定の医院のウェブサイトに接続するのであれば、特定性の要件を満たすことを補記していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘を踏まえ、第2-2に「ウェブサイトのアドレス」を追記しました。 	3

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
3	<ul style="list-style-type: none"> 記事の内容が日本国内で臨床研究段階である先進医療の内容について取材を行う場合、特定の医療機関・医師による解説、所属、治療内容等が記載されるとしても、広告には該当しないということで変更しないものと理解して良いか。 また、これについて直接又は間接にウェブサイト運営に対して、当該特定の医療機関・医師の費用負担がある場合はどうか。さらに、費用負担があるとしても、記事に対する謝礼が支払われる場合はどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> 前段については、貴見のとおりです。 後段については、個別具体的に判断されたいと思いますが、今回のガイドラインの見直しにより「医療機関が広告料等の費用を負担等の便宜を図って掲載を依頼しているなど、（中略）同様に広告として取り扱うことが適当」と明記することとしました。 	3
4	<ul style="list-style-type: none"> 第2-4（2）広告依頼者から依頼を受けて広告をする者の例示に、アフィリエイターを加えていただきたい。 第2-1 広告の定義の10行目の当該病院等が自らのウェブサイト等の次に「又は当該医院が広告主となるアフィリエイト広告において」を追記していただきたい。 アフィリエイト広告における体験談も広告に該当することを明示すべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘を踏まえ、第2-4（1）に「いわゆるアフィリエイター」と追記しました。 	4
5	<ul style="list-style-type: none"> 医院が運営するSNSに関しては、広告に該当するとの理解で良いか。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘の「医院が運営するSNS」は、第2-5「インターネット上の広告」という表現に含んでおり、広告に該当します。 	5
6	<ul style="list-style-type: none"> 「誘引性」の判断基準が明らかでないため、誘引性の要件を満たさないと判断される医療に関する情報提供の具体例・類型を示していただきたい。 医療機関がその掲載にかかる費用を負担した記事であっても、特定の医療機関への受診を促すものではなく、「誘引性」を有しないと判断される場合があれば、具体例を示していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 第2-6通常、医療に関する広告とは見なされないものの具体例に記載のとおりです。 	5

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
7	<ul style="list-style-type: none"> 院内掲示、院内で配布するパンフレット等への但し書きとして、自由診療に関するものについては、院内掲示、院内で配布するパンフレット等であっても広告となる場合もある旨を付記していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 院内掲示、院内で配布するパンフレット等はその情報の受け手が、既に受診している患者等に限定されるため、誘引性を満たすものではなく、情報提供や広報と解され、広告には該当しません。 	5
8	<ul style="list-style-type: none"> 第2-6「通常、医療に関する広告とは見なされないものの具体例」として「(6)ウェブサイト」が記載されているが、改正法下においては、ウェブサイトも広告該当性の評価において異なることはないと理解している。 あたかもウェブサイトが「通常、医療に関する広告とは見なされない」ものであるかのように誤解を与えかねない記載であり、不適切である。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘を踏まえ、第2-6よりウェブサイトを削除しました。 	5
9	<p>病院等の経営理念やキャッチコピーとして、たとえば</p> <ul style="list-style-type: none"> 「絶対に治す」を合言葉に取り組みます 「地域No.1病院を目指して」 <p>などの表示についての考え方を明示して欲しい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 経営理念やキャッチコピーであったとしても、虚偽・誇大等の内容は法に基づき禁止されることとなっております。個別具体的に判断されると考えます。 	6
10	<ul style="list-style-type: none"> 「第4 広告可能事項の限定解除の要件等」で定められている広告可能事項の限定解除の対象範囲が不明確である。 例えば、第3-1(1) 広告が可能とされていない事項の広告で定められている広告可能でない事項は、限定解除の対象には当てはまらないと読み取れるが、ここに記載されている著名人が治療を受けている旨等は、限定解除の対象であっても禁止すべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> お尋ねの「広告可能事項の限定解除」は、第4-1のとおり、「広告可能事項の限定を解除し、他の事項を広告することができる。(中略)なおこうした広告可能事項以外の事項についても、法第6条の5第2項及び規則第1条の9に定める広告の内容及び方法の基準に適合するとともに、その内容が虚偽にわたってはならない」としています。 ご指摘の第3-1(1)「著名人が治療を受けている旨」という具体例は、これまでの優良誤認を与えるおそれがあるとの整理を踏まえると、引き続き広告することはできないと考えます。 ご指摘を踏まえ、第3-1(3)比較優良広告に、具体例を移動しました。 	7 11

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
11	<ul style="list-style-type: none"> ・「著名人との関連性を強調する」表現が、比較優良広告に該当するとしているが、これを「他の医療機関と比較」して優良である旨の広告に該当するとするのは、法の文言を不当に拡大解釈している。 ・著名人との関連性を強調することを禁止すべきとする趣旨自体に反対するものではないが、これを比較優良に該当すると解釈するのは、著名人の件に限らず、他の医療機関と比較するものではなく正当に医療機関の優良性を強調する広告表現について、広く比較優良広告規制を及ぼす結果となりかねず、妥当ではない。 ・例えば「品位を損ねる内容の広告」の一例として挙げる、もしくは、新たな広告禁止事項を制定するなどの対応が必要であると考えます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・検討会の議論を踏まえ、比較優良広告としました。 	7
12	<ul style="list-style-type: none"> ・新ガイドライン案においては、他の医療機関との比較表現について、第3-1(3)「必ずしも客観的な事実の記載を妨げるものではない」に、記載可能な比較表現の具体例を示していただきたい。 ・例えば、DPCデータに基づく疾患/手術件数等の一覧やDPCデータの分析結果を元データの出所等を示した上で表示することは認められるべきであると考えており、その点を明確に示していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・最上級を意味する表現その他優秀性について著しく誤認を与える表現を除き、必ずしも客観的な事実の記載を妨げるものではありませんが、求められれば内容に係る裏付けとなる合理的な根拠を示し、客観的に実証できる必要があります。 ・調査結果などの引用による広告については、出典、調査の実施主体、調査の範囲、実施時期等を併記する必要があります。 	7

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
13	<ul style="list-style-type: none"> 第3-1 (4) 「〇〇センター」について、「ウェブサイトに掲載している場合等」とあるが、「等」といったあいまいな表現では可否の判断がしづらいので明確に列挙してほしい。 また、上記とも関連するが、ウェブサイトへの掲載のみなのか、チラシ等での表記も可能なのか判断できない。 	<ul style="list-style-type: none"> 「ウェブサイトに掲載している場合」に準じるものは個別具体的に判断され则认为ます。 	8
14	<ul style="list-style-type: none"> 第3-1 (5) 患者等の主観に基づく体験談等において、「ただし、個人によるウェブサイトへの口コミなどの掲載については広告に該当しないこと」との記載があるが、これは①個人が運営するウェブサイトを目指すのか、それとも、②個人が書き込みをする様々なウェブサイト全般を目指すのか、どちらの認識であるのか明確にして頂きたい。 ステルスマーケティングによる方法を考慮し、体験談は一律に禁止するべきではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘を踏まえ、第3-1 (5) 「ただし、個人によるウェブサイトへの口コミなどの掲載については広告に該当しないこと」について、「なお、個人が運営するウェブサイト、SNSの個人のページ及び第三者が運営するいわゆる口コミサイト等への体験談の掲載については、医療機関が広告料等の費用を負担等の便宜を図って掲載を依頼しているなどによる誘引性が認められない場合は、広告に該当しないこと。」と修正しました。 	9
15	<ul style="list-style-type: none"> 医療機関が自らのHPにおいて患者口コミページを設けた上で、患者が任意で自由に投稿する口コミ（医療機関が口コミ投稿について患者等に対して経済的利益を提供することもなく、また、患者等による投稿内容は全て修正されることなくそのまま掲載されるもの）は、上記規制の趣旨には反しないため違反しないものと考えて良いのか。 	<ul style="list-style-type: none"> 体験談に該当するもの则认为ます。 	9

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
16	<ul style="list-style-type: none"> 患者等の主観に基づく体験談等において、「患者の体験談の記述内容が、広告が可能な範囲であっても広告が認められない」との記載があるが、その例を掲載して頂きたい。 例えば、「病院の食事が美味しかった」等の体験談を記載することも禁止なのか。また、患者説明の範囲で、医師目線で、患者さんからこんな訴えがあったと書くことは可能か。 	<ul style="list-style-type: none"> 個別具体的に判断され则认为ます。 	9
17	<ul style="list-style-type: none"> 体験談というのは、「施術内容や、施術に関する個人の感想」という認識で問題ないか。 例えば、「人と目を合わせて話せるようになった」等の、体験を通して得られるメリットについても、今回のガイドラインの対象となるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 体験談とは、患者等が体験したことに係る感想、評価等を指し、施術内容に係るものに限りません。後段については、個別具体的に判断され则认为ます。 	9
18	<ul style="list-style-type: none"> 第3-1 (6) 動画で治療場面を撮影した場合、ビフォーアフターと考え、限定解除要件を満たしていれば、動画を掲載することも可能か。 その時に発せられる患者さんの言葉は体験談に含まれると判断すべきか。 	<ul style="list-style-type: none"> 「治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等」については、限定解除要件を満たしているかどうかにかかわらず、広告してはならず、「写真等」には動画を含みます。 十分な説明等を付し、動画等が広告できる場合、当該動画等に含まれる患者の発言等が体験談に該当するかは、個別具体的に判断され则认为ます。 	9

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
19	<ul style="list-style-type: none"> 第3-1 (6) 疾患紹介を目的として使用するピフォーアフターの写真に、通常必要とされる治療等の内容、費用等の詳細な説明を付した場合、必ずしも自院で撮影したものでなくても構わないのか。 学会や教科書等で使用された写真等を活用しても問題ないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 十分な説明等を付した写真等は、学会や教科書等で使用された写真等を活用しても差し支えないと考えます。 ただし、自院での診療等の結果と誤認させるものについては、虚偽・誇大等に該当する場合がありますと考えます。 	9
20	<ul style="list-style-type: none"> 症例写真術前術後の写真掲載について原則禁止、条件付で例外となり掲載可能なことは承知しているが、今後の定義拡大等に備え、今ここで症例写真の必要性を強く訴えたい。 今後もし症例写真が見られない状態になってしまった場合、情報入手の妨げになることと、医師の技術力が判断できなくなることから、患者さんは大きな不利益を被ることになる。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘の通り、患者の知る権利への配慮も必要であることから「治療等の内容又は効果について患者等を誤認させることがある治療等の前又は後の写真等の広告をしてはならないこと」を禁止事項として省令に規定した上で、「禁止されない例」として、術前又は術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項等の詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらないものであるとしました。 	9
21	<p>術前術後の写真掲載に係る内容について、</p> <ul style="list-style-type: none"> 「また、術前術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項や、治療等の主なリスク、副作用等に関する事項等の詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらないものであること。」の文言について削除していただきたい。 禁止される「術前術後の写真」は、医療機関において行われるイベント（例えばコンテストやモニター報告等）で撮影された術前術後の写真を掲載することについても該当する事を明記していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会での、患者の知る権利への配慮が必要等のご意見を踏まえ、治療等の前又は後の写真等の広告は一定の範囲の治療等の術前又は術後の写真等の広告を禁止することとしております。 	9

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
22	<ul style="list-style-type: none"> ・「控えること」といったあいまいな表現では可否の判断がしづらい。 ・「行わないこと」など、明確な表現にさせていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘を踏まえ、「採用は控えること」から、「採用しないこと」へ修正しました。 	9 12
23	<ul style="list-style-type: none"> ・第3-1(8)その他ア②において、「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において、「提供される医療の内容とは直接関係のない(中略)ウェブサイトに掲載すべきでないこと。」とされている。 ・ウェブサイト以外の広告においては許容されると誤認されるため、「ウェブサイトにおいても掲載すべきでないこと」などとすべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘を踏まえ、第3-1(8)ア「ウェブサイトに掲載すべきでないこと」を「広告を行わないものとする」に修正しました。 	10
24	<ul style="list-style-type: none"> ・「第4 広告可能事項の限定解除の要件等」の要件が適用されるウェブサイト等については、医療広告ガイドラインの「第4 広告可能事項の限定解除の要件等」のみが適用となるものであり、「第5 広告可能な事項について」の表示ルール等は適用されないことが明確にされていないため、ガイドラインの運用方法として明記すべきである。 <p>等の限定解除の要件に関する明確化を求めるご意見。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第4-1 基本的な考え方に明記しています。 	11

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
25	<ul style="list-style-type: none"> ・バナー広告の自由診療の広告について、第4と第5の必要な要件を満たした場合、費用やリスクなど必要な表示は当該バナー広告内にすべて表示する必要があるのか、リンク先と合わせて必要表示事項が網羅されていれば良いのか明示していただきたい。 ・バナーをクリックすると、医療機関HPが表示される前に確認画面が表示され、閲覧者が同意の上で医療機関HPの内容が表示される場合であれば、医療機関HPは限定解除要件を満たせば、広告可能事項の限定規制を受けないという理解で良いのか。等、バナー広告に関するご意見。 	<ul style="list-style-type: none"> ・バナー広告等については、第4-2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件①を満たさず、限定解除されないため、広告に際しては、第5で求めている、自由診療である旨と標準的な費用を記載する必要があります。 ・ご指摘を踏まえ、バナー広告等については、第4-2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件①を満たさない旨を追記しました。 ・また、そのリンク先である医療機関HPについては、確認画面の有無にかかわらず、要件を満たせば限定解除されます。 	11
26	<ul style="list-style-type: none"> ・自由診療の費用の表示について、ウェブサイト等広告できる事項の限定解除対象については「平均的な費用」、それ以外では「標準的な費用」を併記することとされているが、違いが分からないのでどちらかに文言を統一すべきではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘を踏まえ、第4-2の記載を「標準的な費用」に修正しました。 	11 12
27	<ul style="list-style-type: none"> ・自由診療について「第5 広告可能な事項について」の「4 広告可能な事項の具体的な内容」の「(12) 法第6条の5第3項第12号関係」の規定ではリスクについての記述がなく、「第4 広告可能事項の限定解除の要件等」の自由診療の表示要件と異なるが、これらは同等に扱うべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・第5に係る告示の規定、第4に係る省令の規定はそもそも異なりますが、第5については、自由診療のうち保険給付等と同一の検査、手術、その他の治療方法について、広告する場合の要件を定めた規定であり、第4については、自由診療全般について限定解除の要件を定めた規定です。 	11 25

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
28	<ul style="list-style-type: none"> ・第4-2①「医療に関する適切な選択に資する情報」の具体例をガイドラインに記載いただきたい。 ・たとえば、現行案では、「医療の提供の結果としては、医療機能情報提供制度において報告が義務づけられた事項以外は（中略）適切な選択に資する情報であるとの評価がなされる段階にはない」との記述はあるが、「医療の提供の結果」以外には何が該当し得るのか等について、記載いただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘の「医療に関する適切な選択に資する情報」とは、従前の認知性要件を満たさない情報であることを説明した表現であり、具体的な情報の内容を示したものではなく、また、どのような事項がこれに該当し得るか等の縛りはありません。 	11
29	<ul style="list-style-type: none"> ・倫理指針において公表が求められてる、インフォームド・コンセントを要しない観察研究等 ・各学会の認定施設名（〇〇学会△△専門医認定施設等） ・大学病院等で付与している、医師の育成や地域医療を担う医師、診療に関し優れた技術、能力等を有する医師への称号 <p>などの広告可能事項となっていない項目について、ウェブサイトへの記載は可能か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・一定の条件を満たしたものは、ウェブサイトに記載が可能です。 ・ただし、虚偽・誇大等の内容は法に基づき禁止されることとなっております。 	11
30	<ul style="list-style-type: none"> ・医療機関が自ら開設するHPIは、原則として限定解除要件第4-2①を満たすため、他の限定解除要件を満たす限り、広告可能事項の限定規制を受けないという理解で良いのか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・貴見のとおりです。 	11

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
31	<ul style="list-style-type: none"> 自由診療について、どこまでのリスク、副作用等の情報を提供すれば限定解除要件を満たし広告可能事項の限定を解除されるのかが判別できない。 「主な」の要件に係る基本的考え方・基準や例示を新ガイドラインやQ&Aで明示していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 治療によって、必要な情報が異なるため、個別具体的に判断されると考えます。 ガイドラインは、医療広告規制を実施する地方公共団体に対する技術的助言として、法律、省令及び告示の説明等を行うものです。 ご指摘については、今後の参考とさせていただきます。 	11
32	<ul style="list-style-type: none"> 「産業医であること」は労働安全衛生法に、「学校医であること」は学校保健法に根拠を置く客観的な事実であり、広告可能とされる「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若しくは診療所又は医師若しくは歯科医師である場合には、その旨」に該当するものとするが、「指定」を受けるものではない。 学校医、産業医である旨についても広告可能である旨、および具体的な企業名や学校名の併記可否を含めて、ガイドラインに明示すべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> 「産業医」や「学校医」については、「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（中略）医師」に当たりません。 ご指摘については、今後の参考とさせていただきます。 	17
33	<ul style="list-style-type: none"> 特定行為に係る看護師の研修制度が制度化され、病院が指定研修機関となっている例も増えている。 この制度は保健師助産師看護師法に基づくものであると思うので、ガイドライン案に、広告可能な例として臨床研修指定病院等が挙げられているが、これと同じように、特定行為研修に係る看護師の研修制度における指定研修機関についても加えていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ご指摘を踏まえ、第5-4に、「看護師特定行為研修指定機関」を例示として追記しました。 	18

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
<p>34</p> <ul style="list-style-type: none"> ・禁止される広告から「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」が削除されているが、第5-4(9)では「病院又は診療所の管理又は運営に関する事項については、客観性・正確性を確保し得る事項であれば、広告可能である」とされ、「力 医療の安全を確保するための措置」では「「医療の安全を保障します」や「万全の安全管理体制」等の広告は、客観的な事実として評価ができない表現であり、認められない」としており、理由付けが矛盾している。 ・第5-4(9)「医療の安全を保障します」は「客観的な事実として評価ができない表現であり誇大広告として認められない」とすべきであり、また「万全の安全管理体制」のごときは、一般的に誇大とするほどの広告表現ではなく、表示可として問題ないのではないか。 ・第5-4(7)ア④「保有する施設設備に関する事項」で規制している「ICU完備」についても「病院等の事情により、患者を受け入れられない状況も予想され、いつでも利用可能と誤認を与えるおそれがある」という規制は過剰ではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘を踏まえ、「「医療の安全を保障します」「万全の安全管理体制」共に、客観的な事実として評価できない表現であり、誇大広告として認められないこと。」と変更しました。 ・また、「ICU完備」については、「ICU常時受け入れ可能」に変更しました。 	<p>19 23</p>	
<p>35</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「検査、手術その他の治療の方法」について、当該検査、手術その他の治療法が適用される疾患についての基礎情報、経過・予後に関する一般的な情報及び起こり得る合併症その他一般的な既知のリスクについての説明（特定の医療機関における死亡率や治癒率についての記載は除く）を記載することが可能であることを明確にしていきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・広告可能です。 ・ただし、虚偽・誇大等の内容は法に基づき禁止されることとなっております。 ・明確化することについては、今後の参考とさせていただきます。 	<p>24</p>	

	ご意見の概要	ご意見に対する考え方	該当ページ
36	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険診療等と同一である自由診療について、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ことで広告可能であるとの従来どおりの解釈で良いのか。 ・ 従前より広告可能である事項については引き続き広告が可能か。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 貴見のとおりです。 ・ 従前より広告可能である事項については、引き続き広告が可能です。 	25
37	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第3-1(3)において、「客観的に実証できる必要がある」とのことだが、その判断は景品表示法で適用されている不実証広告規制が適用される見通しなのか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療広告であっても、景品表示法が適用されます。 ・ お尋ねの「不実証広告規制」を適応するかどうかについては、個別具体的に判断されると考えます。 	32