

欧米4カ国と日本における医療広告に対する規制の有無とその内容等

本資料は、第7回検討会参考資料7（平成10年度 厚生労働科学研究 諸外国における医療の広告の規制に関する研究（主任研究者 川淵孝一日本福祉大学教授（当時）））を引用）について、各国大使館を通じた調査結果をもとに一部改定した資料である。

凡例

下線：第7回検討会参考資料7を追加・修正した部分（内容には変更がないが、より詳細に記載したものも含む）

網掛け：今回の調査で、改正の有無が確認できなかった部分

	アメリカ	イギリス	フランス	ドイツ	日本
①医療広告に対する規制	あり	あり	あり	あり	あり
②医療広告に対する規制 (一)一般法による規制	○FTC(連邦取引委員会)法、ランハム法によって、「人を騙すような法律」が禁止 ○各州では、FTC法をモデルにした法律が制定（規制内容は州により異なる）	○病院・診療所、医師など医療に関する広告についても、<u>不公正な取引（広告を含む。）を一般的に規制する「不公正な取引からの消費者保護規則（The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008）」により、不公正な取引（広告を含む。）が禁止</u>	なし	○不正競争防止法（Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)）により、「欺瞞的な広告」が禁止 ○刑法（Strafgesetzbuch, StGB）によって、「妊娠中絶を奨励するような広告」が禁止 ○<u>競争制限禁止法によって、カルテル片の認定を受けた「公正競争規約」が業界の自主規制（医師・病院に係る規約の存在は確認できない）</u>	○不正競争防止法によって「虚偽の表示」が禁止 ○軽犯罪法によって「人を欺き、又は誤解させるような事実を上げて広告」が禁止 ○独占禁止法によって「不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、又は強制すること」が禁止 ○<u>景品表示法によって優良誤認表示、有利誤認表示が禁止</u>

	(2)医療法等の特別法による規制	なし	なし	○医療に関する広告は、<u>医療分野に特化した法律である医療倫理法(code de déontologie)により規制。医療は商業として実施されてはならないこと及び全ての直接的又は間接的な広告が禁止</u> ○また、<u>医師による衛生教育的性格を有する一般向けの情報提供に当たって、個人、組織等を利用する広告的な性格を有する機会となることを差し控えない、とされている</u> ○一方、<u>一般に使用される電話帳に記載される事項は、その媒体を問わず、①医師の氏名、職業上の住所、電話番号、ファックス番号及び診療日時、②疾病保険の組織との状況、③規則に従って認められる資格、補足専門研究免状(DESC)及び能力に限定（インターネットなどのコミュニケーションのツールが発達したことを考慮して、より正確かつ迅速な情報を確保するため、従前よりも制限的となった）</u> ○また、<u>例外的に新聞の広告欄に掲載できる事項も規定。具体的には、医療機関を開設し、又は診療内容を変更するときは、医師は広告的性格を持たないお知らせを新聞の広告欄に掲載ことができ、その文書及び形態は事前に県医師会に通知する義務</u>	○ドイツ各州ほぼ同じ内容の州医療職法の規定により、<u>州から職業従事者を監督する権限を委譲された公的機関としての性格を有する各州医師会が職業規則を制定することとされている。法令上、州ごとに職業規則を定めることとなっているが、實際上、州医師会から代議員を出して構成される連邦医師会が「医師職業規則」を制定（現行規定は、2003年の改定版）。各州医師会としてもこれによる運用</u> ○医師の積極的な広告活動は、「<u>職業に違反する広告</u>」として原則として禁止。<u>適切な情報提供によって患者の保護を保障し、医療が営利化することを回避し患者の医療に対する信頼を確保することを目的とした客観的な情報提供が医師には許容。特定のものをもてはやしたり、誤認させ、又は他と比較する宣伝については、違反。医師は、他人にそのような広告をさせたり、他人がするのを黙認してはならない。卒後研修規則によって取得した称号、その他の公法の規定により取得した資格、重点的診療領域に係る事項、組織に関する情報（例：場所、営業時間、駐車できるかどうか、障害者に対する施設上の情報、電話番号、健康保険適用、家庭医である旨、緊急診療に対応する旨等）を公示することができる</u>	○<u>医療法第6条の5によって、医療機関名や一定の診療科名、厚生労働大臣の定める事項などを除いて「広告してはならない」と規定</u>
--	------------------	----	----	---	--	--

③ 自主規制	(一) 医師・医療機関サイドによる自主規制	○アメリカ医師会(AMA)の倫理綱領には、「(医療広告)は真実を述べること」と規定 ○アメリカ病院協会(AHA)のガイドラインには、「患者に過度の期待を抱かせる広告」などは倫理に反すると規定	○英国医師会の医師倫理綱領には、「広告が患者にプレッシャーを与えないこと」等が規定 ○英国において、診療に当たる医師の登録を行う医事委員会(The General Medical Council)が、ガイドダンス(「良い診療(Good Medical Practice)」)を発行しており、同ガイドダンスにおける医療に関する広告に係る自主規制に該当すると考えられる主な事項は以下のとおり (サービスに関する情報の提供と公表) ・医療サービスについての情報を公表する場合、必ずその情報が事実に基づいており、検証可能であるようにしなければならない ・患者に提供するどのような情報においても、医療サービスの質や成果について不当な宣伝を行ってはならない ・人々に将来の健康について正当な理由のない恐怖の気持ちを起こさせるなど、人々がサービスを利用するように圧力をかけるようなことをしてはならない	(○医療倫理法に基づく、各県医師会の事前の広告審査)	(○州医療職法の委任を受けた州医師会が法的拘束力をもって会員たる医師(義務的加入)の広告について規制。医師は州医師会の要請により、広告しようとする内容を審査するために必要な証拠書類を州医師会に提出しなければならないなど、州医師会が自主的な活動を行うための根拠も同規則に規定)	なし
--------	-----------------------	---	--	----------------------------	---	----

	(2) 広告会社、 媒体社サイドによる自主規制	○アメリカ広告業者協会や、ベター・ビジネス・ビューロー協議会などによって、全国広告審査協議会が組織。同協議会がメンバーを任命する全国広告審査ボードが、広告に関する苦情を受け付け。問題のある広告についてはFTCに通告するなどの措置	○広告業界が組織する広告委員会（The Committee of Advertising Practice: CAP）が自主規制のルール（放送関係（テレビ及びラジオ）についてはBCAP規約、放送関係以外についてはCAP規約）を定めている ○CAPが定めた規約が遵守されるよう、自主規制団体である広告規制協会（The Advertising Standards Authority）が監視等 ○BCAP規約及びCAP規約では、出版又は放送の前にすべての広告の宣伝文句について規約に適合しているか確認すべきとしている。放送関係については、テレビ業界及びラジオ業界がそれぞれ事前審査団体を設立し、事前審査を実施。放送関係以外については数が膨大であるため、全てについて事前審査を実施することは不可能であるため、CAPの広告文アドバイスサービスの利用を推奨		（○各州が定める新聞法（Landespressegesetz）において、報酬を受け取って事項を掲出する場合には、それが広告である旨を明示すべきことが規定。プレス側は同法に基づき対応）	○日本広告業協会や日本新聞協会、日本雑誌広告協会などがそれぞれ倫理綱領を規定 ○日本新聞広告審査協会によって、各媒体社からの依頼に基づく事前審査が実施 ○日本広告審査機構が苦情を受け付けており、問題のある広告については広告主に改善を要求
--	----------------------------	---	--	--	--	---

④インターネット上の医療広告に対する規制の有無とその内容	<u>他の媒体での広告と区別されていない</u>	<u>他の媒体での広告と区別されていない</u>	あり ○医療機関によるネット上の情報提供に関しては、<u>社会保障法典 (code de la sécurité sociale) において、情報サイト等の承認手続の確立を保健高等機関 (Haute Autorité de Santé) が担当し、その承認は認証機関 (非営利財団である HON (la foundation Health On The Net)) により実施することが規定</u> ○サイト開設者は、任意で HON に申請を行い、<u>8つの基準に基づいて審査。承認されると HON のロゴを掲載可能 (有効期間は1年。申請、審査、再申請等の費用は無料)。ただし、医療情報の内容の正確性についての審査は行われない。現在、300以上のサイトが承認</u> ○仏医師会は、<u>医師が開設する全てのサイトは事前に県医師会に通知されるべき等と規定する勧告を採択 (2008年5月)</u> ○さらに、<u>同医師会は、医師の活動の紹介方法等に関する一定の基準に適合するサイトが取得できるドメイン名 (.medecin.fri) の申請は、県医師会に行うこと等が定めている憲章を採択 (2010年5月)</u>	<u>他の媒体での広告と区別されていない</u> ○インターネット上に掲載できる情報等が規制 (ドイツ連邦医師会の医師職業規則の注釈)	なし ○東京都や社団法人日本医師会において、<u>ホームページの記載についてガイドラインが作成されている</u>
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---	---	--

⑤医療機能情報提供制度に類似する制度の有無とその内容	あり ○Hospital Compare等	あり ○イングランドにおいて、国民保健サービス（NHS）制度の下で、医療を提供するGP診療所や病院に関する情報（住所や診療科など）について、英国保健省がウェブページ「NHS Choices」により公表している ※スコットランド、北アイルランド、ウェールズについては、それぞれのNHSのホームページにおいて、郵便番号など住所情報を入力すると、近くのGP診療所や病院を検索することが可能。これらのホームページでは、GP診療所や病院の住所、電話番号、ホームページアドレスなどが掲載されている	なし	あり ○2002年の法改正に伴い、社会法典の規定に基づき、病院については医療の質について2年に1度（2012年より毎年）報告書を作成し公表することが義務づけ。これを各病院及び州疾病金庫連合会のホームページで公表。この公開情報に基づき、例えばベルリン特別州衛生当局が地元紙と提携しながら病院の基本情報を提供する Krankenhaussuche(病院探し)というサイトを州HP上に設ける等様々な病院検索サイトが提供 ○開業医については、法令に基づき公的な役割を果たす連邦レベルの機関が各地方に対し一定の平仄をとりながら運営している 日本の医療機能情報提供制度に比較的似た枠組みとして、例えば、連邦保険医協会（Die Kassenärztliche Bundesvereinigung）のArztsuche（医師探し）が挙げられる。この取組は2002年から行われており、医師名、所在地、電話番号、医学的専門領域に係る事項（総合医、耳鼻科、産婦人科等）、診療時間や障害者のアクセスに係る情報が記載	あり
-----------------------------------	-------------------------------------	---	-----------	--	-----------