

医療広告ガイドラインの見直しについて

美容医療サービスに関する消費者トラブルの相談件数の増加等を踏まえ、消費者委員会より医療機関のウェブサイトに対する法的規制が必要である旨の建議がなされたことを受け、厚生労働省は医療に関する広告規制の見直しを行いました。

平成 29 年に医療法改正を行うとともに、「医業、歯科医業若しくは助産所の業務又は病院、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」が改正されました。(平成 30 年厚生労働省告示 219 号)

詳細は、厚生労働省のホームページより「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針(医療広告ガイドライン)」(平成 30 年 5 月 8 日 医政発 0508 第 1 号各都道府県・保健所設置市・特別区衛生主管部(局)長宛 厚生労働省医政局長通知)を参照下さい。

以下は、「医療広告ガイドライン」からポイントと思われる事項を抜粋したものです。

1. 平成 29 年の通常国会で成立した医療法の一部を改正する法律により医療機関のウェブサイト等についても、他の公告媒体と同様に規制の対象とし、虚偽又は誇大等の表示を禁止し、是正命令や罰則等の対象とすることとした。

2. 禁止される広告の基本的な考え方

- ①比較優良広告
- ②誇大広告
- ③公序良俗に反する内容の広告
- ④患者その他の者の主観又は伝聞に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談の広告
- ⑤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

3. 広告の定義

規制の対象となる医療に関する広告の該当性については、次の①及び②のいずれの要件も満たす場合に、広告に該当すると判断する。

- ①患者の受診等を誘引する意図があること(誘引性)
- ②医業若しくは歯科医業を提供する者の氏名若しくは名称又は病院若しくは診療所の名称が特定可能であること(特定性)

4. 広告に該当する媒体の具体例

- ①チラシ、パンフレットその他これらに類似する物によるもの(ダイレクトメール、ファクシミリ等)

によるものを含む。)

- ②ポスター、看板(プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。)、ネオンサイン、アドバルーンその他これらに類似する物によるもの
- ③新聞紙、雑誌その他の出版物、放送(有線電気通信設備による放送を含む。)、映写又は電光によるもの
- ④情報処理の用に供する機器によるもの(Ｅメール、インターネット上の広告等)
- ⑤不特定多数の者への説明会、相談会、キャッチセールス等において使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

5. 通常、医療に関する広告とは見なされないものの具体例

- ①学術論文、学術発表等
- ②新聞や雑誌等での記事
- ③患者等が自ら掲載する体験談、手記等
- ④院内掲示、院内で配布するパンフレット等
- ⑤医療機関の職員募集に関する広告

6. 禁止の対象となる広告の内容(具体例)

- ①広告が可能とされていない事項の広告
 - ・専門外来
 - ・死亡率、術後生存率等
 - ・未承認医薬品
- ②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」
 - ・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
 - ・「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)
 - ・「〇〇%の満足度」(根拠・調査方法の提示がないもの)
 - ・「当院は、〇〇研究所を併設しています」(研究所の実態がないもの)
- ③他の病院又は診療所と比較して優良である旨の広告(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」

- ・著名人も当院で治療を受けております(芸能人等が患者である旨は広告出来ない)

④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)
- ・医師数〇名(〇年〇月現在)
- ・(美容外科の自由診療の際の費用として)顔面の〇〇術 1 か所〇〇円
- ・「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)
- ・「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)
(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一定の医療を担う医療機関を除く)
- ・手術や処置等の効果又は有効性を強調するもの
- ・比較的安全な手術です
- ・伝聞や科学的根拠に乏しい情報の引用
- ・「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、今すぐ受診して下さい」
- ・「〇〇手術は効果が高く、おすすめです」
- ・「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」

⑤その他

- ・今なら〇〇円でキャンペーン実施中！
- ・「ただいまキャンペーン実施中」
- ・「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」
- ・「無料相談をされた方全員に〇〇をプレゼント」
- ・医薬品「〇〇錠」を処方出来ます。

7. 広告可能な(通常考えられる)診療科名(歯科医業の場合)

- ・歯科
- ・小児歯科
- ・矯正歯科
- ・歯科口腔外科
- ・小児矯正歯科(複数の事項を組み合わせた例)

8. 広告指導の体制及び手順

(1) 広告内容の確認

- ①各都道府県等において、法や本指針に抵触しないか否かを確認し、違反していると判断できる広告については、広告を行う者に対して必要な指導等を行う。
- ②都道府県等において、広告に該当するか判断できない情報物や違反しているかどうか判別できない広告については、その内容について、別紙2の様式により(省略)、都道府県等の職員から厚生労働省医政局総務課あてにファクシミリ等によって照会する。

(2) 広告違反の指導及び措置

- ①行政指導
- ②報告命令又は立ち入り検査(法第6条の8第1項関係)
- ③中止命令又は是正命令(法第6条の8第2項関係)
- ④告発
- ⑤行政処分(法第28条、第29条関係)

(3) 公表

行政指導に従わず中止命令若しくは是正命令又は刑事告発等を実施した際には、原則として、事例を公表することにより、患者や住民等に対して当該違反広告に対する注意喚起を行うこと。