

# 医療機関のウェブサイトに関する広告規制の見直し

医療に関する広告については患者保護の観点から医療法など(※1)で制限されているが、医療機関のウェブサイト(いわゆるホームページ)については原則として規制の対象外とされており、今まではあくまで自主規制の規範としてのガイドライン(※2)が示されていた。

しかし、今般の医療法改正(平成30年6月1日施行)により、ウェブサイトも他の広告媒体と同様に規制対象とされ、新たな「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6月1日より)が示された。

今回はその概要について抜粋して掲載する。なお、その詳細については必ず厚労省ウェブサイト「医療法における病院等の広告規制について」よりご確認ください。

※1 「医業若しくは歯科医業また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)」

※2 「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)」

※1、※2ともに平成30年6月1日をもって廃止

## ◆ 主な変更点のイメージ

現行		見直し後
規制対象	規制対象外	規制対象
CM、チラシ、ポスター、看板、バナー広告、リスティング広告、ダイレクトメール など	ウェブサイト	CM、チラシ、ポスター、看板、バナー広告、リスティング広告、ダイレクトメール <b>ウェブサイト</b> など

## ◆ 広告の定義

下記①、②のいずれも満たすものを広告として規定。

- ① 患者の受診等を誘引する意図がある(誘引性)
  - ② 医師、歯科医師の氏名や医療機関の名称が特定可能である(特定性)
- ※なお、例えば下記のような場合などについても、上記①、②に該当するものであれば実質的には広告と判断される。
- ・「これは広告ではありません」などの記述があるが、病院名の記載があることや、電話番号、URL などから容易に医療機関を特定できる場合
  - ・広告と気付かれないように行われる場合(いわゆるステルスマーケティング)

## ◆ 禁止対象となる広告

- (1) 広告が可能とされていない事項の広告
- (2) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)
- (3) 他院と比較して優良である旨の広告(比較優良広告)
- (4) 誇大な広告(誇大広告)
- (5) 患者等の主観に基づく、治療等の内容または効果に関する体験談
- (6) 治療等の内容または効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前または後の写真等
- (7) 公序良俗に反する内容の広告
- (8) その他

## ◆ 禁止対象となる広告の定義と具体例

### (1) 広告が可能とされていない事項の広告

患者の治療選択などのための情報として広告可能とされた事項(※)を除いては、原則として禁じられている。

※ 広告可能事項については本稿では掲載していない。詳細については「医療広告ガイドライン」をご参照いただきたい。

#### 【具体例】

- ・●●専門外来。  
専門外来については、広告が可能な診療科名と誤認を与える事項であり、広告可能な事項ではない。ただし、標榜可能な診療科名の範囲内で「糖尿病内科」とすることや、「糖尿病の治療を行います」、「認知症の治療を行います」等の表現による広告は可能。
- ・死亡率、術後生存率など  
対象となった患者の状態等による影響も大きく、適切な選択のための情報であるとの評価がなされる段階にはないことから、広告可能な事項ではない。

### (2) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)

内容が虚偽であると患者などに事実と相違する情報を与え、不適切な医療を受けるおそれなどがあるため、罰則付きで禁じられている。

#### 【具体例】

- ・「絶対安全な手術」、「必ず成功します」  
絶対安全な手術等は、医学上あり得ない。
- ・加工・修正した術前術後の写真等の掲載  
あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した術前術後の写真。
- ・「●%の満足度」(根拠・調査方法の提示がないもの)  
データの根拠を明確にせず、データ結果のみを示すもの。

### (3) 他院と比較して優良である旨の広告(比較優良広告)

他院と比較して施設の規模、提供する医療の内容などについて、自院がより優良である旨を広告することは認められない。

例えば「日本一」、「No.1」、「最高」などの表現は、客観的な事実であったとしても禁止され、また著名人との関連性を強調するなど、患者等に対して他院より優れているとの誤認を与えるおそれがある表現は認められない。

#### 【具体例】

- ・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。
- ・最高の医療を広く国民に提供しております。
- ・著名人も当院で治療を受けております。

### (4) 誇大な広告(誇大広告)

必ずしも虚偽ではないが、施設の規模、提供する医療の内容などについて事実を不当に誇張して表現したり、人を誤認させる広告は認められない。

#### 【具体例】

- ・(美容外科の自由診療の際の費用として)顔面の●●術 1カ所●●円  
例えば、当該費用について大きく表示された値段は5カ所以上同時に実施したときの費用であり、1カ所の場合等には倍近い費用がかかる場合等、小さな文字で注釈が付されていたとしても、当該広告物からは注釈を見落とすものと常識的判断から認識できる場合。
- ・「●●協会認定施設」(活動実態のない団体による認定)  
自身が実質上運営している団体や活動実態のない団体などによる資格認定や施設認定を受けた旨については、患者を不当に誘引するおそれがある。
- ・手術や処置等の効果または有効性を強調するもの  
撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影した術前術後の写真等をウェブサイトに掲載し、その効果または有効性を強調することは、患者などを誤認させ、不当に誘引するおそれがある。
- ・比較的安全な手術です。  
何と比較して安全であるか不明である。
- ・伝聞や科学的根拠に乏しい情報の引用  
医学的・科学的な根拠に乏しい文献やテレビの健康番組での紹介による治療や生活改善法等の紹介は、それらだけをもっては客観的な事実であるとは証明できない。
- ・「●●の症状のある二人に一人が▲▲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、今すぐ受診ください」  
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず特定の症状に関するリスクを強調することにより、医療機関への受診を誘導するものである。
- ・「●●手術は効果が高く、おすすめです」  
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず特定の手術や処置等の有効性を強調することにより、有効性が高いと称する手術等の実施へ誘導するものである。

(5) 患者等の主観に基づく、治療等の内容または効果に関する体験談

治療などの内容や効果に関して、患者自身の体験などに基づく主観的な体験談を、当該医療機関への誘引を目的として紹介することは認められない。これは体験談の記述内容が広告可能な範囲であっても認められない。

ただし、個人が運営するウェブサイトや口コミサイトなどへの体験談の掲載については、医療機関が広告料などを支払っているなどの誘引性が認められない場合は、広告に該当しない。

(6) 治療等の内容または効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前または後の写真等

いわゆるビフォーアフター写真などであるが、それぞれの患者によって結果は異なるものであり、そのことを誤認させるおそれがあるものについては認められない。

ただし、ビフォーアフター写真に治療内容、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など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とし、その情報の掲載場所は分かりやすいよう十分に配慮する。

なお、治療効果に関する事項は広告可能事項ではないため、後述「広告可能事項の限定解除の要件等」における限定解除の対象でない場合については、ビフォーアフター写真は認められない。

【具体例】

- ・術前・術後の写真やイラストのみを表示し、説明が不十分なもの

(7) 公序良俗に反する内容の広告

わいせつ、残虐、差別を助長する表現を使用した広告など、公序良俗に反するものは認められない。

(8) その他

ア 品位を損ねる内容の広告

医療に関する広告は、患者等が広告内容を適切に理解し選択できるよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならないものであることから、医療機関や医療の内容について品位を損ねる広告は行わないこと。

① 費用を強調した広告

【具体例】

- ・今なら●●円でキャンペーン実施中!
- ・「期間限定で●●療法を50%オフで提供しています」

② 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

【具体例】

- ・「無料相談をされた方全員に●●をプレゼント」

③ ふざけたもの、ドタバタ的な表現による広告

イ 他法令、ガイドラインなどで禁止される内容の広告

① 医薬品医療機器等法

医薬品・医療機器等の名称や、効能・効果、性能等に関する虚偽・誇大広告が禁止されている。また、承認前の医薬品・医療機器についての広告が禁止されている。

【具体例】

- ・医薬品「●●錠」を処方できます。  
医薬品の商品名は、医薬品医療機器等法の広告規制の趣旨に鑑み、広告を行わない。

◎下記は認められる。

- ・当院ではジェネリック医薬品を採用しております。  
医薬品が特定されないため、医薬品医療機器等法上の医薬品の広告には該当せず、医療の内容に関する事項として広告できる。
- ・AGA治療薬を取り扱っております。  
医薬品が特定されないため、自由診療である旨と標準的な費用を併せて示してあれば、医薬品医療機器等法の承認を得た医薬品による治療の内容に関する事項として広告できる。

② 健康増進法

食品として販売する物に関して、健康の保持増進の効果等について著しく事実と相違する表示をすること、または著しく人を誤認させるような表示をすることが禁止されている。

③ 景表法

事実と相違して競争事業者よりも著しく優良であると示す表示、または競争事業者よりも著しく有利であると誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示等(以下、「不当表示」)が禁止されている。

④ 不正競争防止法

不正目的で広告等に質、内容、用途または数量について誤認させるような表示をする行為等、また虚偽の表示をする行為が禁止されている。

◆ 広告可能事項の限定解除の要件等

(1) 基本的な考え方

広告が可能とされた事項以外は広告してはならないこととされているが、患者が自ら求めて入手する情報については、適切な情報提供が円滑に行われる必要があるとの考え方から、そうした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(以下、「広告可能事項の限定解除」)。

(2) 広告可能事項の限定解除の具体的な要件

広告可能事項の限定解除が認められる場合は、以下の①～④のいずれも満たした場合とする。

ただし、③、④については自由診療について情報を提供する場合に限る。

- ① 医療に関する適切な選択に資する情報であって患者等が自ら求めて入手する情報を表示するウェブサイト、その他これに準じる広告である
- ② 表示される情報の内容について、患者等が容易に照会できるよう、問い合わせ先を記載すること、その他の方法により明示する
- ③ 自由診療に係る通常必要とされる治療等の内容、費用等に関する事項について情報を提供する
- ④ 自由診療に係る治療等に係る主なリスク、副作用等に関する事項について情報を提供する

①は、ウェブサイトのように患者等が自ら求めた情報を表示するものであって、これまで認知性(一般人が認知できる状態にあること)がないために医療広告の規制の対象とされていなかったウェブサイトの他、メルマガ、患者の求めに応じて送付するパンフレット等が該当する。

なお、インターネット上のバナー広告や検索サイト上で、例えば「癌治療」と検索した際に、スポンサーとして表示されるものや検索サイトの運営会社に対して費用を支払うことによって意図的に検索結果上位に表示されるものなどは、①を満たさない。

②は、表示される情報の内容について、問い合わせ先(電話番号、Eメールアドレスなど)が記載されていることなどにより容易に照会が可能であり、それにより患者と医療機関等との情報の非対称性が軽減されるよう担保されている場合。

③は、自由診療は保険診療として実施されるものとは異なり、その内容や費用が医療機関ごとに大きく異なり得るため、その内容を明確化し料金等に関するトラブルを防止する観点から、当該医療機関で実施している治療等を紹介する場合には、治療等の名称や最低限の治療内容・費用だけを紹介することにより国民や患者を誤認させ不当に誘引すべきではなく、通常必要とされる治療内容、標準的な費用、治療期間及び回数を掲載し、国民や患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供すること。

標準的な費用が明確でない場合には、通常必要とされる治療の最低金額から最高金額(発生頻度の高い追加費用を含む。)までの範囲を示すなどして可能な限り分かりやすく示す。

④は、自由診療に関しては、その利点や長所のみが強調され、その主なリスク等についての情報が乏しい場合には、当該医療機関を受診する者が適切な選択を行えないおそれがあるため、利点等のみを強調することにより、患者を誤認させ不当に誘引すべきではなく、国民や患者による医療の適切な選択を支援する観点から、その主なリスクや副作用などの情報に関しても分かりやすく掲載し、国民や患者に対して適切かつ十分な情報を提供する。