

# YMAA 認定試験 受験マニュアル

## 医療法分野

### (医療広告ガイドライン抜粋)

#### 第1 広告規制の趣旨

##### 1 基本的な考え方

医療に関する広告は、患者等の利用者保護の観点から、次のような考え方に基づき限定的に認められた事項以外は、原則として広告が禁止されている。

- ① 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、不適当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。
- ② 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。

近時の医療法改正により、これらは維持しつつ、規制対象を web サイト等にも拡大する一方、患者等に正確な情報が提供されその選択を支援する観点から、医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合については、幅広い事項の広告が認められることとなった。

##### (1) 広告を行う者の責務

医療に関する広告を行う者は、その責務として、患者や地域住民等が広告内容を適切に理解し、治療等の選択に資するよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならない。さらに、広告患者の受診等を誘引するという目的を有するものの、患者や地域住民等の利用者へ向けた客観的で正確な情報伝達的手段として広告を実施するべきであり、また、医療機関等が自らの意思により行う必要がある。

##### (2) 禁止される広告の基本的な考え方

医療法第6条の5第1項の規定により、内容が虚偽にわたる広告は、患者等に著しく事実と相違する情報を与えること等により、適切な受診機会を喪失したり、不適切な医療を受けるおそれがあることから、罰則付きで禁じられている。

同様の観点から、医療法第6条の5第2項の規定及び医療法施行規則(昭和 23 年厚生省令第

50 号。以下「省令」という。)第1条の9により、次の広告は禁止されている。

- 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き、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) 広告可能な事項の基本的な考え方

医療法第6条の5第3項の規定により、医療を受ける者による医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合として厚生労働省令で定める場合を除き、医療法又は「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。以下「広告告示」という。)により、医療に関する広告として広告可能な事項は、患者の治療選択等に資する情報であることを前提とし、医療の内容等については、客観的な評価が可能であり、かつ事後の検証が可能な事項に限られるものとされている。

## 2 他の法律における規制との関係

医療に関する広告の規制については、医療法に基づく規定の他に、不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号。以下「景表法」という。)、医薬品、医療機器の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和35年法律第145号。以下「薬機法」という。)があり、これら他法令に違反する広告は、当該他法令に基づく指導・処分等の対象となり得るものである。

## 第2 広告規制の対象範囲

### 1 広告の定義

医療に関する表示の全てが広告に該当するものとして規制を受けるわけではなく、次の①及び②の両方の要件を満たす場合に、広告に該当するものと判断される。

- 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)

### 2 実質的に広告と判断されるもの

例えば上記の「誘引性」や「特定性」を脱法的に免れようとしても、以下のような記載をすれば、広告に該当するものとして取り扱われる。

- ① 「これは広告ではありません。」「これは、取材に基づく記事であり、患者を誘引するものではありません。」との記述があるが、病院名等が記載されている。
- ② 「医療法の広告規制のため、具体的な病院名は記載できません。」といった表示をしているが、住所、電話番号及び web サイトのアドレス等から病院等が特定可能である。
- ③ 治療法等を紹介する書籍、冊子及び web サイトの形態をとっているが、特定(複数の場合も含む。)の病院等の名称が記載されていたり、電話番号や web サイトのアドレスが記載されていることで、一般人が容易に当該病院等を特定できる。
- ④ 新しい治療法等に関する書籍等に「当該治療法に関するお問い合わせは、〇〇研究会へ」等と掲載されているが、その「〇〇研究会」や出版社に問い合わせると特定の医療機関(複数の場合も含む。)をあっせん等していることが認められる(いわゆるタイアップ本やバイブル本と呼ばれる書籍や記事風広告と呼ばれるもの)。
- ⑤ 患者等に広告と気付かれないように行われる、いわゆるステルスマーケティング等で、医療機関が広告料等の費用負担等の便宜を図って掲載を依頼している。

### 3 暗示的又は間接的な表現の扱い

医療に関する広告については、直接的に表現しているものだけではなく、当該情報物を全体でみた場合に、暗示的や間接的に医療に関する広告であると一般人が認識し得るものも含まれる。

このため、例えば、次のようなものは、医療に関する広告に該当するので、広告可能とされていない事項や虚偽・誇大広告等に該当する場合には、認められない。

ア 名称又はキャッチフレーズにより表示するもの

#### 【具体例】

##### ① アンチエイジングクリニック又は(単に)アンチエイジング

アンチエイジングは診療科名として認められておらず、また、公的医療保険の対象や薬機法上の承認を得た医薬品等による診療の内容ではなく、広告としては認められない。

##### ② 最高の医療の提供を約束！

「最高」は最上級の比較表現であり、認められない。

イ 写真、イラスト、絵文字によるもの

#### 【具体例】

##### ① 病院の建物の写真

当該病院の写真であれば、広告可能である(法第6条の5第3項第7号)が、他の病院の写真は認められない。

##### ② 病人が回復して元気になる姿のイラスト

効果に関する事項は広告可能な事項ではなく、また、回復を保障すると誤認を与えるおそれがあり、誇大広告に該当するので、認められない。

ウ 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、体験談などを引用又は掲載することによるもの

#### 【具体例】

##### ① 新聞が特集した治療法の記事を引用するもの

医療法第6条の5第3項第12号で認められた「治療の内容」の範囲であり、改善率等の広告が認められていない事項が含まれていない場合には、引用可能である。

## ② 雑誌や新聞で紹介された旨の記載

自らの医療機関や勤務する医師等が新聞や雑誌等で紹介された旨は、広告可能な事項ではないので、広告は認められない。

## ③ 専門家の談話を引用するもの

専門家の談話は、その内容が保障されたものと著しい誤認を患者等に与えるおそれがあるものであり、広告可能な事項ではない。また、薬機法上の未承認医薬品を使用した治療の内容も、広告可能な事項ではなく、広告は認められない。

エ 病院等の web サイトのURLやEメールアドレス等によるもの

### 【具体例】

#### ① www.gankieru.ne.jp

ガン消える(gankieru)とあり、癌が治癒することを暗示している。治療の効果に関するとは、広告可能な事項ではなく、また、治療を保障している誇大広告にも該当し得るものであり、認められない。

#### ② nolhospi@xxx.or.jp

「nolhospi」の文字は、「No.1Hospital」を連想させ、日本一の病院である旨を暗示している。「日本一」等は、比較優良広告に該当するものであり、認められない。

## 4 医療に関する広告規制の対象者

### (1) 医療に関する広告規制の対象者

医師若しくは歯科医師又は病院等の医療機関だけではなく、マスコミ、広告代理店、アフィリエイト、患者又は一般人等、何人も広告規制の対象とされるものである。

また、日本国内向けの広告であれば、外国人や海外の事業者等による広告(海外から発送されるダイレクトメールやEメール等)も規制の対象である。

### (2) 広告媒体との関係

広告依頼者から依頼を受けて、広告を企画・制作する広告代理店や広告を掲載する新聞、雑誌、

テレビ、出版等の業務に携わる者及びアフィリエイトは、依頼を受けて広告依頼者の責任により作成又は作成された広告を掲載、放送等するに当たっては、当該広告の内容が虚偽誇大なもの等、医療法や医療広告ガイドラインに違反する内容となっていないか十分留意する必要がある、違反等があった場合には、広告依頼者とともに法や本指針による指導等の対象となり得るものである。

## 5 広告に該当する媒体の具体例

### 【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(DM、FAX 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

## 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

### (1) 学術論文、学術発表等

学会や専門誌等で発表される学術論文、ポスター、講演等は、「誘因性」がないため、原則として広告に該当しない。

ただし、学術論文等を装いつつ、不特定多数に DM で送る等により、実際には特定の医療機関(複数の場合を含む。)に対する患者の受診等を増やすことを目的としている場合には、「誘引性」を有し、広告とみなされることがある。

### (2) 新聞や雑誌等での記事

新聞や雑誌等での記事は、「誘引性」を通常は有さないため、原則として広告に該当しない。

ただし、費用を負担して記事の掲載を依頼することにより、患者等を誘引することを目的としている場合には、「誘引性」を有し、広告とみなされることがある。

(3) 患者等が自ら掲載する体験談

患者等が自らの意思で、例えばある病院を推薦する旨の出版や SNS への投稿を行ったとしても、原則として広告に該当しない。

ただし、対象となる病院からの依頼に基づく出版や投稿であったり、当該病院から金銭等の謝礼を受けている又はその約束がある場合には、「誘引性」を有し、広告とみなされる。また、当該個人が病院の経営に関与する者の家族等である場合にも、病院の利益のためと認められるときは、広告とみなされることがある。

(4) 院内掲示、院内で配布するパンフレット等

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る。

(5) 医療機関の職員募集に関する広告

医療機関に従事する職員の採用を目的としたいわゆる求人広告は、通常、医療機関の名称や連絡先等が記載されているが、当該医療機関への受診を誘引するものではないことから、「誘引性」がないため、原則として広告に該当しない。

### 第3 禁止される広告について

#### 1 禁止の対象となる広告の内容

医療法第6条の5第1項の規定により、患者等に著しく事実に相違する情報を与え、適切な受診機会を喪失したり、不適切な医療を受けさせるおそれがあることから、内容が虚偽にわたる広告は、罰則付きで禁じられている。

同様に、同条第2項の規定により、患者等に対して医療に関する適切な選択に関し必要な基準として、いわゆる比較優良広告、誇大広告の他、公序良俗に反する内容の広告が禁止されている。また、省令で広告の基準が定められ、当該基準に適合しなければならないこととされている。

広告の基準としては、患者等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及び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後の写真等の広告が禁止されるものである。

さらに、同条第3項の規定により、患者等による医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合として省令で定める場合(第4参照)を除いては、広告可能な事項が限定されており、広告可能な事項以外の広告は禁じられている。

#### (1) 広告が可能とされていない事項の広告

医療法第6条の5第3項に「次に掲げる事項以外の広告がされても医療を受ける者による医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合として厚生労働省令で定める場合を除いては、次に掲げる事項以外の広告をしてはならない。」と規定されているように、医療に関する広告は、患者の治療選択等に資する情報として、広告可能とされた事項を除いては、原則、広告が禁じられている。

#### 【具体例】

##### ① 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、保険診療や健康診査等の広告可能な範囲であれば、例えば、「糖尿病」、「花粉

症」、「乳腺検査」等の特定の治療や検査を外来の患者に実施する旨の広告は可能であり、専門外来に相当する内容を一律に禁止するものではない。)

② 死亡率、術後生存率等

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付けられた事項以外は、対象となった患者の状態等による影響も大きく、適切な選択に資する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。

③ 未承認医薬品(海外の医薬品やいわゆる健康食品等)による治療の内容

治療の方法については、広告告示で認められた保険診療で可能なものや薬機法で承認された医薬品による治療等に限定されており、未承認医薬品による治療は、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)

【具体例】

① 絶対安全な手術です！

② 「どんなに難しい症例でも必ず成功します」

絶対安全な手術等は、医学上あり得ないので、虚偽広告として扱う。

③ 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。

④ 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等については、虚偽広告として取り扱う。

⑤ 「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)

治療後の定期的な処置等が必要であるにもかかわらず、全ての治療が一日で終了するという内容の表現を掲載している場合には、内容が虚偽広告として取り扱う。

⑥ 「〇%の満足度」(根拠・調査方法の提示がないもの)

データの根拠(具体的な調査の方法等)を明確にせず、データの結果と考えられるもののみを示すものについては、虚偽広告として取り扱う。また、非常に限られた患者等を対象に実施され

た調査や謝金を支払うことにより意図的に誘導された調査の結果など、公正なデータといえないものについても、虚偽にわたるものとして取り扱う。

⑦ 「当院は、〇〇研究所を併設しています」(研究の実態がないもの)

(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)

比較有料広告は、事実であったとしても、優秀性について、著しく誤認を与えるおそれがあるために禁止されるものであり、例えば、「日本一」、「No.1」、「最高」等の最上級の表現その他優秀性について著しく誤認を与える表現は、客観的な事実であったとしても、禁止される。

ただし、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ないが、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る。調査結果等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る。

また、著名人との関連性を強調するなど、患者等に対して他の医療機関より著しく優れているとの誤認を与えるおそれがある表現は、患者等を不当に誘引するおそれがあることから、比較優良広告として取り扱うこと。

#### 【具体例】

- ① 肝臓がんの治療では、日本有数の実績を有する病院です。
- ② 当院は県内一の医師数を誇ります。
- ③ 「芸能プロダクションと提携しています」
- ④ 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。
- ⑤ 「著名人も〇〇医師を推薦しています」
- ⑥ 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)

誇大広告は、必ずしも虚偽ではないが、施設の規模、人員配置、提供する医療の内容等について、事実を不当に誇張して表現したり、人を誤認させる広告を意味するものであり、医療に関する広告としては認められない。

## 【具体例】

### ① 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）

病院が都道府県知事の許可を得て開設することは、法における義務であり当然のことであるが、知事の許可を得たことをことさらに強調して広告し、あたかも特別な許可を得た病院であるかの誤認を与える場合には、誇大広告として扱う。

### ② 医師数〇名（〇年〇月現在）

示された年月の時点では、常勤換算で〇名であることが事実であったが、その後の状況の変化により、医師数が大きく減少した場合には、誇大広告として扱う。（この場合、広告物における文字サイズ等の強調の程度や医療機関の規模等を総合的に勘案し、不当に患者を誘引するおそれがあるかを判断するべきであり、一律に何名の差をもって誇大広告と扱うかを示すことは困難であるが、少なくとも実態に即した人数に随時更新するよう指導するべきである。）

### ③（美容外科の自由診療の際の費用として）顔面の〇〇術1カ所〇〇円

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には、誇大広告として扱う。

### ④ 「〇〇学会認定医」「〇〇協会認定施設」（活動実態のない団体による認定）

客観的かつ公正な一定の活動実績が確認される団体によるものを除き、当該医療機関関係者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、国民・患者を不当に誘引するおそれがあり、誇大広告として扱う。

### ⑤ 「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）

医療機関の名称として、又は医療機関の名称と併せて、「〇〇センター」と掲載することについては、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あるものとして、救命救急センター、休日夜間急患センター、総合周産期母子医療センター等、一定の医療を担う医療機関である場合、又は当該医療機関が当該診療について、地域における中核的な機能や役割を担っ

ていると都道府県等が認める場合に限るものとし、それ以外の場合については、誇大広告として取り扱う。ただし、当該医療機関が提供する医療の一部を担当する部門名として患者向けに院内掲示しているものをそのまま web サイトに掲載している場合等には、原則として、内容が誇大なものとして扱わない。

⑥ 手術や処置等の効果又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 web サイトに掲載し、その効果又は有効性を強調することは、国民や患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については誇大広告として扱う。

⑦ 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り、誇大広告として扱うべきであること。

⑧ 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ため、誇大広告として取り扱う。

⑨ 「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は、誇大広告として取り扱う。

⑩ 「〇〇手術は効果が高く、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は、誇大広告として取り扱う。

⑪ 「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」

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リスクを強調することにより、リスクが高いと称する手術等以外のものへ誘導するものは、誇大広告として取り扱う。

(5) 体験談

省令第1条の9第1号に規定する「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をしてはならないこと」とは、医療機関が、治療等の内容又は効果に関して、患者自身の体験や家族等からの伝聞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を意味するものであるが、こうした体験談については、個々の患者の状態等により当然にその感想は異なるものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められないものである。

これは、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、広告は認められない。なお、個人が運営する web 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。

#### (6) ビフォーアフター写真

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省令第1条の9第2号に規定する「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を広告をしてはならないこと」とは、いわゆるビフォーアフター写真等を意味するものであるが、個々の患者の状態等により当然に治療等の結果は異なるものであることを踏まえ、誤認させるおそれがある写真等については医療に関する広告としては、原則として認められない。

ただし、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や、治療等の主なりリスク、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広告を行うことが認められる。当該情報の掲載場所については、患者等にとって分かりやすいよう十分に配慮し、例えば、リンクを張った先のページへ掲載したり、利点や長所に関する情報と比べて極端に小さな文字で掲載したりといった形式を採用してはならない。

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、第4に定める要件を満たした限定解除の対象でない場合については、術前術後の写真等については広告できない。

#### (7) 公序良俗に反する内容の広告

医療法第6条の5第2項第3号に規定する「公の秩序又は善良の風俗に反する内容の広告をしないこと」とは、わいせつ若しくは残虐な図画や映像又は差別を助長する表現等を使用した広告など、公序良俗に反する内容の広告を意味するものであり、医療に関する広告としては認められないこと。

(8) その他

品位を損ねる内容の広告、他法令又は他法令に関連する広告ガイドラインで禁止される内容の広告は、医療に関する広告として適切ではなく、厳に慎むべきものであること。

ア 品位を損ねる内容の広告

医療に関する広告は、患者や地域住民等が広告内容を適切に理解し、治療等の選択に資するよう、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、あるいはそのおそれがある広告は行わないものとする。

(ア) 費用を強調した広告

【具体例】

- ① 今なら〇円でキャンペーン実施中！
- ② 「ただいまキャンペーンを実施中」
- ③ 「期間限定で〇〇療法を 50%オフで提供しています」
- ④ 「〇〇100,000 円 50,000 円」
- ⑤ 「〇〇治療し放題プラン」

(イ) 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

提供される医療の内容とは直接関係のない情報を強調し、国民・患者を誤認させ、不当に 国民・患者を誘引する内容については、広告は行わないものとする。例えば、「無料相談をされた方全員に〇〇をプレゼント」など、物品を贈呈する旨等を誇張することは、提供される医療の内容とは直接関係のない事項として取り扱う。

(ウ) ふざけたもの、ドタバタ的な表現による広告

イ 他法令又は他法令に関する広告ガイドラインで禁止される内容の広告

他法令に抵触する広告を行わないことは当然として、他法令に関する広告ガイドラインも遵守すること。

また、広告は通常、医療機関が自らの意思により、患者等の選択に資するために実施するものであり、例えば、医薬品又は医療機器の販売会社等からの依頼により、金銭の授与等の便宜を受けて、特定の疾病を治療できる旨等について広告することは、厳に慎むべきである。

#### (ア) 薬機法

例えば、薬機法第 66 条第1項の規定により、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、同法第 68 条の規程により、承認前の医薬品・医療機器について、その名称や、効能・効果、性能等についての広告が禁止されており、例えば、そうした情報を web サイトに掲載した場合には、当該規定等により規制され得る。

#### 【具体例】

##### ① 医薬品「〇〇錠」を処方できます。

医薬品の商品名は、薬機法の広告規制の趣旨に鑑み、広告を行わないこと。

##### ② 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、薬機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可能である。

##### ③ 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、薬機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可能である。

#### (イ) 健康増進法

例えば、健康増進法第 31 条第1項の規定により、何人も、食品として販売に供する物に関して、健康の保持増進の効果等について、著しく事実に相違する表示をし、又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おり、例えば、そうした情報を web サイトに掲載した場合には、当該規定等により規制され得る。

#### (ウ) 景表法

例えば、景表法第5条の規定により、商品又は役務の品質等について、一般消費者に対し、実際のもの又は事実に相違して競争事業者のものよりも著しく優良であると示す表示又は取引条件について実際のもの又は競争事業者のものよりも著しく有利であると一般消費者に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」という。)が禁止されており、例えば、不当表示に当たるものをwebサイトに掲載した場合には、当該規定等により規制され得る。

#### (工) 不正競争防止法

例えば、不正競争防止法第21条第2項の規定により、不正の目的をもって役務の広告等にその役務の質、内容、用途又は数量について誤認させるような表示をする行為等が禁止されている(同項第1号)ほか、虚偽の表示をする行為が禁止されている(同項第5号)。

## 第4 広告可能事項の限定解除の要件等

### 1 基本的な考え方

医療法第6条の5第3項の規定により、医療法又は広告告示により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、同項の規定により、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、規則第1条の9の2に規定する要件を満たした場合、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」という。)

### 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。

- 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web サイトその他これに準じる広告であること
- ② 表示される情報の内容について、患者等が容易に照会ができるよう、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こと
- ③ 自由診療の場合、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こと
- ④ 自由診療の場合、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こと

①は、web 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、web 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しうる。なお、インターネット上のバナー広告やリスティング広告により表示するものは、患者等が自ら求めて入手するという要件に当てはまらず、①を満たさないものとされている。

## 第5 広告可能な事項について

### 1 医療に関する広告として広告可能な範囲

医療法第6条の5第3項の規定により、医療法又は広告告示により広告が可能とされた事項以外は、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も広告をしてはならないこととされている。

### 2 医療機能情報提供制度との関係

医療法第6条の3による医療機能情報提供制度の対象となる事項については、専門外来を除いて医療に関する広告としても、原則として広告可能な事項である。ただし、都道府県が独自に報告を求める事項については、法又は広告告示で広告可能な事項として定められていない場合には、広告できない。

### 3 広告可能な事項の表現方法について

#### (1) 広告の手段

医療法又は広告告示により広告が可能とされた事項については、文字だけではなく、写真、イラスト、映像、音声等による表現も可能である。

#### (2) 広告可能な事項の記載の仕方

広告可能な治療の方法等については、正確な情報が提供され、患者やその家族あるいは住民自身によるその選択を支援する観点から、患者等の情報の受け手側の理解が可能となるように分かりやすい表現を使用したり、その説明を加えることは認められる。

#### (3) 略号や記号の使用

広告可能な事項について、社会一般で用いられていたり、広告の対象となる地域において、正確な情報伝達が可能である場合には、略号や記号を使用することは差し支えないものとする。

### 4 広告可能な事項の具体的な内容

広告可能事項については、一つ一つの事項を個別に列記するのではなく、一定の性質を持った項

目群として、まとめて「〇〇に関する事項」と規定するいわゆる「包括規定方式」をとっている。

(1) 医療法第6条の5第3項第1号関係

「医師又は歯科医師である旨」については、医師法第2条に規定する免許又は歯科医師法第2号に規定する免許を有する医師又は歯科医師である旨を医業又は歯科医業に関する広告に記載することができる。また、病院又は診療所に従事する薬剤師、看護師その他の医療従事者に関する氏名等は、広告可能な事項であり、本号の規定が、病院又は診療所に従事する者が薬剤師、看護師その他の医療従事者である旨の広告を妨げるものではない。

(2) 医療法第6条の5第3項第2号関係

「診療科名」については、医療法第6条の6第1項の規定にあるように、医療法施行令(昭和 23 年政令第 326 号。以下「政令」という。)第3条の2で定められた診療科名又は当該診療に従事する医師が厚生労働大臣の許可を受けたものである。

ア 政令に定められた診療科名

政令に定められた診療科名については、「広告可能な診療科名の改正について」(平成 20 年3月 31 日医政発第 0331042 号厚生労働省医政局長通知)で定めるところによる。

以上の点を踏まえ、広告するに当たって通常認められる診療科名の例示は以下の通りである。

医 科			歯 科
内科	外科	泌尿器科	歯科
呼吸器内科	呼吸器外科	産婦人科	小児歯科
循環器内科	心臓血管外科	産科	矯正歯科
消化器内科	心臓外科	婦人科	歯科口腔外科
心臓内科	消化器外科	眼科	
血液内科	乳腺外科	耳鼻いんこう科	
気管食道内科	小児外科	リハビリテーション科	
胃腸内科	気管食道外科	放射線科	
腫瘍内科	肛門外科	放射線診断科	

糖尿病内科	整形外科	放射線治療科	
代謝内科	脳神経外科	病理診断科	
内分泌内科	形成外科	臨床検査科	
脂質代謝内科	美容外科	救急科	
腎臓内科	腫瘍外科	児童精神科	
神経内科	移植外科	老年精神科	
心療内科	頭頸部外科	小児眼科	
感染症内科	胸部外科	小児耳鼻いんこう科	
漢方内科	腹部外科	小児皮膚科	
老年内科	肝臓外科	気管食道・耳鼻いんこう	
女性内科	膵臓外科	科	
新生児内科	胆のう外科	腫瘍放射線科	
性感染症内科	食道外科	男性泌尿器科	
内視鏡内科	胃腸外科	神経泌尿器科	
人工透析内科	大腸外科	小児泌尿器科	
疼痛緩和内科	内視鏡外科	小児科(新生児)	
ペインクリニック内科	ペインクリニック外科	泌尿器科(不妊治療)	
アレルギー疾患内科	外科(内視鏡)	泌尿器科(人工透析)	
内科(ペインクリニッ	外科(がん)	産婦人科(生殖医療)	
ク)	精神科	美容皮膚科	
内科(循環器)	アレルギー科	など	
内科(薬物療法)	リウマチ科		
内科(感染症)	小児科		
内科(骨髄移植)	皮膚科		

また、複数の事項を組み合わせた通常認められる診療科名の例示は以下の通りである。

「血液・腫瘍内科」、「糖尿病・代謝内科」、「小児腫瘍外科」、「老年心療内科」、「老年・呼吸器内科」、「女性乳腺外科」、「移植・内視鏡外科」、「消化器・移植 外科」、「ペインクリニック・整形外科」、「脳・血管外科」、「頭頸部・耳鼻いんこう科」、「肝臓・胆のう・膵臓外科」、「大腸・肛門外科」、「消化器内科（内視鏡）」、「腎臓内科(人工透析)」、「腫瘍内科(疼痛緩和)」、「腎臓外科(臓器移植)」、「美容皮膚科(漢方)」、「小児矯正歯科」など

他方、法令上根拠のない名称や、組み合わせの診療科名のうち、診療内容が明瞭でないものや、医学的知見・社会通念に照らし、不適切な組み合わせである名称については、患者等に対して適切な受診機会を喪失させることに繋がるとともに、不適切な医療を提供するおそれがあることから、これらを診療科名とすることは認められず、罰則をもって禁止されている。

① 不適切な組み合わせとして認められない診療科名(省令第1条の9の4参照)。

診療科名	不合理な組み合わせとなる事項
内科	整形又は形成
外科	心療
アレルギー科	アレルギー疾患
小児科	小児、老人、老年又は高齢者
皮膚科	呼吸器、消化器、循環器、気管食道、心臓血管、腎臓、脳神経、気管 気管支、肺、食道、胃腸、十二指腸、小腸、大腸、肝臓、胆のう、膵臓、心 臓又は脳
泌尿器科	頭頸部、胸部、腹部、呼吸器、消化器、循環器、気管食道、心臓血管脳神 経、乳腺、頭部、頸部、気管、気管支、肺、食道、胃腸、十二指 腸、小腸、大腸、肝臓、胆のう、膵臓、心臓又は脳
産婦人科	男性、小児又は児童
眼科	胸部、腹部、呼吸器、消化器、循環器、気管食道、肛門、心臓血管、腎臓、

	乳腺、内分泌、頸部、気管、気管支、肺、食道、胃腸、十二指腸、小腸、大腸、肝臓、胆のう、膵臓又は心臓
耳鼻咽喉科	胸部、腹部、消化器、循環器、肛門、心臓血管、腎臓、乳腺、内分泌胃腸、十二指腸、小腸、大腸、肝臓、胆のう、膵臓又は心臓

- ② その他法令に根拠のない名称については、診療科名として広告することは認められない。具体的には、以下に例示する名称は診療科名として認められない。

「呼吸器科」、「循環器科」、「消化器科」、「女性科」、「老年科」、「化学療法科」、「疼痛緩和科」、「ペインクリニック科」、「糖尿病科」、「性感染症科」、「インプラント科」、「審美歯科」など

イ 厚生労働大臣の許可を得た診療科名

「麻酔科」については、当該診療に従事する医師が厚生労働大臣の許可を得た場合に限り、広告可能とされているものである。

また、法第6条の6第4項の規定により、麻酔科を診療科名として広告するときには、許可を受けた医師の氏名を併せて広告しなければならないとされていることにも留意すること。

(3) 医療法第6条の5第3項第3号関係

「病院又は診療所の名称、電話番号、所在の場所を表示する事項及び病院又は診療所の管理者の氏名」については、「病院又は診療所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項並びに管理者の氏名」が広告可能である。

(4) 医療法第6条の5第3項第4号関係

「診療日若しくは診療時間又は予約による診療の実施の有無」については、広告可能である。

(5) 医療法第6条の5第3項第5号関係

「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」については、指定を受けた旨や法令における名称、それらの略称を示すことができる。

以下の例示の他、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、その旨も広告可能である。

ア 保険医療機関である旨

健康保険法(大正 11 年法律第 70 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

イ 労災保険指定病院、労災保険指定診療所、労災保険二次健診等給付病院又は労災保険二次健診等給付診療所である旨

労働者災害補償保険法施行規則(昭和 30 年労働省令第 22 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

ウ 母体保護法指定医である旨

母体保護法(昭和 23 年法律第 156 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

エ 臨床研修指定病院、歯科医師臨床研修指定病院又は歯科医師臨床研修指定診療所である旨  
医師法又は歯科医師法による指定を受けた旨を広告することができる。

オ 身体障害者福祉法指定医である旨

身体障害者福祉法(昭和 24 年法律第 283 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

カ 精神保健指定医、指定病院又は応急入院指定病院である旨

精神保健及び精神障害者福祉に関する法律(昭和 25 年法律第 123 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

キ 生活保護法指定医療機関である旨

生活保護法(昭和 25 年法律第 144 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

ク 指定養育医療機関である旨

母子保健法(昭和 40 年法律第 141 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

カ 特定感染症指定医療機関、第一種・第二種感染症指定医療機関等である旨

感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律(平成 10 年法律第 114 号。以下「感染症予防法」という。)による指定を受けた旨を広告することができる。

シ 指定居宅サービス事業者、指定介護療養型医療施設である旨

介護保険法(平成9年法律第 123 号)による指定を受けた旨を広告することができる。

ス 依存症専門医療機関又は依存症治療拠点機関である旨

「依存症専門医療機関及び依存症治療拠点機関の整備について」(平成 29 年6月 13 日付け 障発 0613 第4号)による選定を受けた旨を広告することができる。

「依存症専門医療機関(アルコール健康障害)」、「依存症専門医療機関(薬物依存症ギャンブル等依存症)」等のように、選定基準を受けた内容がアルコール健康障害、薬物依存症 又はギャンブル等依存症のいずれであるのかを示す必要がある。

(6) 医療法第6条の5第3項第6号関係

「地域医療連携推進法人(第 70 条の5第1項に規定する地域医療連携推進法人をいう。第 30 条の4第 10 項において同じ。)の参加病院等(第 70 条の2第2項第2号に規定する参加病院等をいう。)である場合には、その旨」については、参加する地域医療連携推進法人名や参加している旨について広告可能である。

(7) 医療法第6条の5第3項第7号関係

「入院設備の有無、第7条第2項に規定する病床の種別ごとの数、医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の従業者の員数その他の当該病院又は診療所における施設、設備又は従業者に関する事項」については、病院又は診療所の構造設備・人員配置に関する事項を示すことができるものであること。

ここでは、病床の種別、病棟又は診療科(広告が可能な診療科名に限る。)等ごとの病床数、人数や配置状況についても広告できるものである。また、医療従事者以外の従業員の人数や配置状況についても示すことができる。

(8) 医療法第6条の5第3項第8号関係

広告告示により定められている広告可能な事項は、「当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴」(広告告示第1条第1号)及び「次に掲げる研修体制、試験制度その他の事項に関する基準に適合するもの

として厚生労働大臣に届け出た団体が行う医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨」(広告告示第1条第2号)である。

ア 当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴

イ 医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨

次に掲げる研修体制、試験制度その他の事項に関する基準に適合するものとして厚生労働大臣に届け出た団体が行う医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨を広告することができる。

(9) 医療法第6条の5第3項第9号関係

「患者又はその家族からの医療に関する相談に応ずるための措置、医療の安全を確保するための措置、個人情報の適正な取扱いを確保するための措置その他の当該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、病院又は診療所の管理又は運営に関することを広告することができる。

(10) 医療法第6条の5第3項第10号関係

「紹介をすることができる他の病院若しくは診療所又はその他の保健医療サービス若しくは福祉サービスを提供する者の名称、これらの者と当該病院又は診療所との間における施設、設備又は器具の共同利用の状況その他の当該病院又は診療所と保健医療サービス又は福祉サービスを提供する者との連携に関する事項」については、紹介可能な他の医療機関や保健医療サービス又は福祉サービスを提供する者の名称、共同で利用する設備又は医療機器等の他の医療機関や介護保険サービス事業者等との連携に関することを広告することができる。

(11) 医療法第6条の5第3項第11号関係

「診療録その他の診療に関する諸記録に係る情報の提供、第6条の4条第3項に規定する書面の交付その他の当該病院又は診療所における医療に関する情報の提供に関する事項」については、医療に関する情報提供に関して、その内容、提供方法又は実績等について、広告することができる。

(12) 医療法第6条の5第3項第12号関係

「当該病院又は診療所において提供される医療の内容に関する事項(検査、手術その他の治療の方法については、医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして厚生労働大臣が定めるものに限る。)」については、「検査、手術その他の治療の方法」に関しては、保険診療等の医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして広告告示で定めた事項に限定して広告可能であるものであり、往診の実施に関すること等その他の医療の内容については、広く広告することが可能である。

例えば、自由診療のうち薬機法の承認又は認証を得た医薬品又は医療機器を用いる検査、手術その他の治療の方法については広告することが可能である(広告告示第2条第5号関係)。

ただし、公的医療保険が適用されない旨(例えば、「全額自己負担」、「保険証は使えません」、「自由診療」等)及び標準的な費用を併記する場合に限って広告が可能である。

また、薬機法の広告規制の趣旨から、医薬品又は医療機器の販売名(販売名が特定可能な場合には、型式番号等を含む。)については、広告してはならない。医師等による個人輸入により入手した医薬品又は医療機器を使用する場合には、仮に同一の成分や性能を有する医薬品等が承認されている場合であっても、広告は認められない。

また、当該治療の方法に、併用されることが通常想定される他の治療の方法がある場合は、それらを含めた総額の目安についても、分かりやすいように記載しなければならない。

#### (13) 医療法第6条の5第3項第13号関係

「当該病院又は診療所における患者の平均的な入院日数、平均的な外来患者又は入院患者の数その他の医療の提供の結果に関する事項であって医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして厚生労働大臣が定めるもの」については、医療の提供の結果に関する事項は、医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして広告告示に規定された平均的な入院日数等に限り、広告することが可能である。

死亡率や治癒率等については、対象となった患者の状態等による影響も大きく、適切な選択に資する情報であるとの評価がなされている段階にはないことから、医療機能情報提供制度において報告が義務付けられた事項についてのみ、広告することが可能である。

(14) 医療法第6条の5第3項第14号関係

「その他前各号に掲げる事項に準ずるものとして厚生労働大臣が定める事項」については、法第6条の5第1項第1号から第12号に掲げられた事項に準じるものとして厚生労働大臣が広告告示第4条各号で定めたものを広告できるものであること。

5 医療に関する内容に該当しない事項

医療に関する広告については、医療法又は広告告示により広告が可能とされた事項以外の広告が禁じられているが、以下のア～オに示す背景等となる画像や音声等については、通常、医療に関する内容ではないので、特段制限されるものではない。

ただし、風景写真であっても、他の病院の建物である場合やそのような誤認を与える場合、あるいは、芸能人が当該医療機関を推奨することや芸能人が受診をしている旨を表示(音声によるものや暗示を含む。)することは、医療に関する広告として、規制の対象として取り扱うこと。

ア 背景等となる風景写真やイラスト等

イ レイアウトに使用する幾何学模様等

ウ BGMとして放送される音楽、効果音等

エ 広告制作者の名称、広告の作成日、写真の撮影日等

オ 芸能人や著名人の映像や声等

芸能人や著名人が、医療機関の名称その他の広告可能な事項について説明することは、差し支えない。なお、実際に当該医療機関の患者である場合にも、芸能人等が患者である旨は、広告できない事項であるので、認められないものとして扱う。

## 第6 広告違反の指導及び措置

### 1 行政指導

医療法又は違反することが疑われる広告又は違反広告の疑いがある情報物を発見した際には、通常はまず、任意の調査として、当該広告又は情報物に記載された医業を行う医師等又は診療所若しくは病院に対して、説明を求める等により必要な調査が行われる。

任意の調査又は報告命令若しくは立入検査により、医療法に違反することが確認された場合、あるいは、明らかに医療法に違反する広告が発見された場合には、当該違反広告については、通常はまず、広告の中止や広告の内容を是正することを行政指導として、医療に関する広告を行っている医師等又は医療機関に求め、さらに必要に応じて違反広告物の回収、廃棄等が指導される。併せて、必要な場合には、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局等の医師等又は医療機関以外の広告を作成した者や広告を掲載した者に対しても任意での調査や指導が行われる。

### 2 報告命令又は立入検査(法第6条の8第1項関係)

医療法に違反することが疑われる広告又は違反広告の疑いがある情報物が発見された際には、まずは任意の調査が行われるが、任意の調査に応じない場合又は任意での説明や提出される書類に疑義がある場合等、必要な場合には法第6条の8第1項の規定に基づき、都道府県知事、保健所設置市の市長又は特別区の区長は、当該広告(違反広告に該当するおそれがあると認められる情報物の流布を含む。以下同じ。)を行った者に対し、必要な報告が命じられる(報告命令)、又は当該広告を行った者の事務所に立ち入り、当該広告に関する文書(広告物そのもの、作成段階の案、契約書、診療録その他の内容が正確であるかを確認するために必要な書類等)その他の物件(施設、構造設備、医療機器等)を検査させること(立入検査)により、調査が実施される。

### 3 中止命令又は是正命令(医療法第6条の8第2項関係)

広告違反が発見された場合には、通常はまず、行政指導により広告の中止や内容の是正を求められることとなるが、行政指導に従わない場合や違反を繰り返す等の悪質な事例の場合には、医療法

第6条の8第2項の規定に基づき当該違反広告を行った者に対し、期限を定めて、当該広告を中止し、又はその内容を是正すべき旨が命じられる。

#### 4 告発

- ① 直接罰の適用される虚偽広告(医療法第6条の5第1項違反)を行った者が中止若しくは内容の是正の行政指導に応じない場合
- ② 医療法第6条の8第1項による報告命令に対して、報告を怠り、若しくは虚偽の報告をした場合
- ③ 同項による立入検査を拒み、妨げ、若しくは忌避した場合
- ④ 同条第2項による中止命令若しくは是正命令に従わず、違反広告が是正されない場合

には、刑事訴訟法第239条第2項の規定により、司法警察員に対して書面により告発が行われる。

なお、罰則については、①の虚偽広告、医療法第6条の6第4項に違反する場合(麻酔科の診療科名を広告する際に、併せて許可を受けた医師の氏名を併せて広告しなかった場合)又は④の中止命令若しくは是正命令に従わなかった場合には、6月以下の懲役又は30万円以下の罰金(医療法第87条第1号)、②の報告命令又は③の立入検査に対する違反の場合には、20万円以下の罰金(医療法第89条第2号)が適用される。

#### 5 行政処分(医療法第28条、第29条関係)

病院又は診療所が悪質な違反広告を行った場合には、告発のほか、行政処分として、必要に応じ医療法第28条の規定に基づく管理者変更命令又は医療法第29条第1項第4号に該当するとして、同項の規定による病院又は診療所の開設の許可の取り消し、又は開設者に対し、期間を定めて、その閉鎖を命じられる場合がある。

#### 6 命令等の対象者

医療法第6条の8第1項の規定による報告命令又は同条第2項の規定による中止命令若しくは是正

命令の対象者は、違反広告の実施者が、個人である場合には当該個人であるが、病院又は診療所の場合には、その開設者又は管理者とし、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局等の場合には、その代表者宛となる。

告発については、それらの者に加え、法人自体又は当該広告違反の主導的な立場にあった者等が事例に応じて対象とされる。

## 7 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が行われる。

以上