



## 制度改正

-医療広告規制の具体的な事例を紹介-

## ウェブサイトの 事例解説書の概要

- ① 医療法改正の経緯と広告規制の概要
- ② 広告が禁止される表現内容とは
- ③ 広告可能事項・限定解除要件に関する事例
- ④ 広告するにあたっての注意事項

株式会社 AGS コンサルティング  
AGS 税理士法人



# 1 | 医療法改正の経緯と広告規制の概要

今年の2月、厚生労働省より「医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書（第2版）」が公表されました。

事例解説書では、医療広告規制のさらなる理解を図るため、ネットパトロールにおいて蓄積された実際の事例を基に、個々の事例をわかりやすく解説しています。

今回は、医療における広告規制の経緯についてお伝えし、禁止されている表現内容など、事例解説書の内容をピックアップして紹介します。

## 1 | 医療法改正の経緯と広告規制の見直し

2017年の医療法改正において、医療サービスに関する消費者トラブルの相談件数が増加している現状を踏まえ、医療広告に関する規制についても見直しが行われました。

医療法改正に伴い、①医療機関のホームページを医療法上の「広告」に含めて規制の対象とすること、②医療法に基づき禁止している虚偽広告や誇大広告等については、医療機関のホームページについても禁止すること等の議論が「医療情報の提供内容等に関する検討会」において行われてきました。

こうした経緯のもと、新たな「医療若しくは歯科医療または病院若しくは診療所に関する広告に関する指針（医療広告ガイドライン）」が策定され、厚生労働省令とともに、2018年6月1日より施行されています。

### ◆医療広告ガイドラインの基本的な考え方 ～ 厚生労働省「医療広告ガイドライン」より抜粋

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。

今回の広告規制の見直しに当たっては、こうした基本的な考え方は引き続き堅持しつつも、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、客観性・正確性を確保し得る事項については、広告事項としてできる限り幅広く認めることとした。

従来、医療機関のウェブサイトについては原則広告として取り扱っていませんでしたが、医療機関のウェブサイトも広告規制の対象となりました。これにより、広告規制の対象範囲が単なる「広告」から「広告その他の医療を受ける者を誘引するための手段としての表示」へと変更され、ウェブサイト等による情報提供も規制の対象となりました。

#### ◆ 広告規制対象の見直し

2018年5月31日までの広告規制内容	2018年6月1日以降の広告規制内容
<ul style="list-style-type: none"><li>● 限定的に認められた事項（医師名、診療科名、提供される医療の内容等）以外は、広告禁止</li><li>● 虚偽広告に対しては罰則（直接罰）</li><li>● 誇大広告等に対しては、中止・是正の命令等ができ、当該命令違反に対する罰則が課される（間接罰）</li><li>● <b>医療機関のウェブサイトについては原則、広告として取り扱わない</b></li></ul>	<p>医療法改正により、<b>医療機関のウェブサイト等についても、虚偽・誇大等の不適切な表示を禁止し、中止・是正命令及び罰則を課することができるよう措置した</b></p> <p><u>ただし、患者が知りたい情報（自由診療等）が得られなくなるとの懸念等を踏まえ、広告等可能事項の限定を解除できる場合を設けた</u></p>

ただし、ウェブサイト等については、他の広告媒体と同様に広告可能事項を限定する場合、詳細な診療内容など患者等が求める情報の円滑な提供が妨げられるおそれがあります。そこで、医療を受ける者による適切な医療の選択が阻害されるおそれが少ない場合には、以下の要件を満たすことにより、広告可能事項の限定を解除できます。

#### ◆ 限定解除要件

<ol style="list-style-type: none"><li>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こと</li><li>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こと</li><li>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こと</li><li>④ 自由診療に係る治療等に係る主なりリスク、副作用等に関する事項について情報を提供すること</li></ol>
---

（出典）厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書（第2版）

## 2 | 禁止される広告内容と広告可能な事項

### （1）禁止される広告内容

医療広告ガイドラインでは、禁止の対象となる広告の内容について示しています。内容が虚偽にわたる広告は、罰則を付して禁止されます。

#### ◆ 禁止の対象となる広告の内容

（出典）厚生労働省 医療広告ガイドライン

<ol style="list-style-type: none"><li>① 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）</li><li>② 他の病院または診療所と比較して優良である旨の広告（比較優良広告）</li><li>③ 誇大な広告（誇大広告）</li><li>④ 公序良俗に反する内容の広告</li><li>⑤ 広告可能事項以外の広告</li><li>⑥ 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</li><li>⑦ 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</li><li>⑧ その他（品位を損ねる内容の広告、他法令また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）</li></ol>
--

## (2) 広告可能な事項

広告可能事項は、一つひと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、「〇〇に関する事項」と規定する方式（いわゆる「包括規定方式」）を採用しています。現在、広告可能な事項として、下記15項目が挙げられています。

### ◆ 広告可能な事項

- ① 医師または歯科医師である旨
- ② 診療科名
- ③ 名称、電話番号、所在の場所を表示する事項、管理者の氏名
- ④ 診療日または診療時間、予約による診療の実施の有無
- ⑤ 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等（例：特定機能病院）
- ⑥ 医師少数区域経験認定医師である場合には、その旨
- ⑦ 地域医療連携推進法人の参加病院等である旨
- ⑧ 病院等における施設、設備に関する事項、病床の種別ごとの数、従業者の人員配置等
- ⑨ 医師等の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴、厚生労働大臣が定めた医師等の専門性に関する資格名
- ⑩ 医療相談、医療安全、個人情報の適正な取扱いを確保するための措置、病院等の管理または運営に関する事項
- ⑪ 紹介可能な他の医療機関等の名称、共同で利用する施設または医療機器等の他の医療機関との連携に関すること
- ⑫ ホームページアドレス、入院診療計画等の医療に関する情報提供に関する内容等
- ⑬ 病院等において提供される医療の内容に関する事項（＊ 1）
- ⑭ 手術、分娩件数、平均入院日数、平均患者数等、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事項
- ⑮ その他①～⑭に準ずるものとして厚生労働大臣が定めるもの（＊ 2）

（＊ 1） 検査、手術、治療方法については、保険診療、評価療養、患者申出療養及び選定療養、分娩、自由診療のうち、保険診療等と同一の検査等、自由診療のうち、医薬品医療機器等法の承認等を得た医薬品等を用いる検査等

（＊ 2） 健康検査の実施、予防接種の実施、外部監査を受けている旨等

（出典）厚生労働省 医療広告ガイドライン

医療法の改正を受け、厚生労働省では2017年度から「医業等に係るウェブサイトの調査・監視体制強化事業」においてネットパトロールを実施し、医療機関のウェブサイトによる情報提供における監視を強化してきました。

この度、改訂された事例解説書では、広告違反事例等を数多く掲載していますので、次章以降でその一部を紹介していきます。

## 2 | 広告が禁止される表現内容とは

### 1 | 虚偽広告に該当する表現内容とは

#### (1) 治療内容や期間を偽った表現

医療広告ガイドラインでは、絶対安全な手術等は医学上あり得ないため、虚偽広告として取り扱うこととされています。

また、治療後の定期的な処置等が必要であるにもかかわらず、全ての治療が短期間で終了するといった内容の表現を記載している場合には、虚偽広告として取り扱うこととされています。

#### ◆ 医学上あり得ない内容の表現

##### ① どんなに難しい手術でも成功

当院には、手術実績が豊富で高度な技術を持った医師が多く在籍しております。そのため当院では**どんなに難しい手術でも必ず成功させます！**

##### ② 絶対安全な治療

数多くの症例をこなしてきた医師が多く在籍しているため、当院の**治療はどのような症例でも絶対安全です！**

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

#### (2) データの根拠を明確にしない調査結果

医療広告ガイドラインでは、調査結果等の引用による広告について、データの根拠 (具体的な調査方法等) 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こととされています。

#### ◆ 医学上あり得ない内容の表現

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)



## 2 | 比較優良広告に該当する表現内容とは

### (1) 医療広告ガイドラインを遵守している旨を強調した表現

医療広告ガイドラインを遵守していることは、特段、強調すべきことではないと考えられるため、文字の大きさ・色等によって強調するような表現は認められません。また、公的な制度により行政機関が保証しているように誤認を与える表現も認められません。

#### ◆文字の大きさや色等による過度な強調に該当する例

##### 医療広告ガイドラインの遵守について

〇〇美容外科クリニックは、厚生労働省より2018年6月に施行された「医療広告ガイドライン」を遵守したサイトを作成しております。それに伴い、いくつかの項目の削除や修正を実施致しました。

ご理解のほどよろしくお願い致します。

〇〇美容外科クリニック  
院長〇〇

### (2) 他の病院または診療所と比較して優良である旨の表現

医療広告ガイドラインでは、特定または不特定の他の医療機関と自らを比較の対象とし、施設の規模、人員配置、提供する医療の内容等について、自院が他の医療機関よりも優良である旨の記載は医療に関する広告としては認められないとされています。

#### ◆特定の医療機関と比較した表現に該当する例

「□□美容医院様」や「△△美容クリニック様」よりも安く受診できます！

□□美容医院様 45,000円

△△美容クリニック様 50,000円



当院 40,000円

#### ◆不特定の医療機関と比較した表現に該当する例

施設の規模：当院は美容外科手術における脂肪吸引術の件数において日本一の実績を有しています！

人員配置：当院の医師は県内でも有数の治療実績があります！

医療内容：当院は〇〇市の他の医療機関と比較して〇〇手術成功率が高いです。

### (3) 著名人との関係性を強調した表現

医療広告ガイドラインでは、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とされています。

◆ 著名人との関係性を強調した表現に該当する例

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

### 3 | 医療機関のスタッフによる体験談(省令禁止事項)に該当する表現内容とは

治療等の内容または効果に関して、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の広告をしてはなりません。医療広告ガイドラインでは、医療機関への誘引を目的として紹介するような体験談は、個々の患者の状態等により感想が異なるものであり、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とされています。患者等ではなく医療機関のスタッフ等が記載した体験談であっても規制の対象となります。

◆ 医療機関のスタッフ自身の体験談に該当する例

当院の医師である□□も実際に体験！

下腹部周りに脂肪がついてきてしまったので、脂肪吸引手術をすることにしました。  
手術自体は半日で終わり、当日中に帰宅することができました。  
下腹部周りにいた脂肪がなくなり、うっすらと腹筋も浮かび上がっています。  
家族にもほめていただき、大満足です！

◆ 医療機関のスタッフが記載した患者等の体験談に該当する例

ダイエットいらず！脂肪吸引手術の紹介！

今回は当院で提供している脂肪吸引手術のご紹介です！  
ダイエットが長続きしない人も多いと思います。そこでお勧めするのが、「脂肪吸引手術」です。  
脂肪吸引手術は脂肪を直接取り除くため、楽に理想の体を手に入れることができます。  
先日実際に体験された患者様も、横っ腹の脂肪を吸引されて、ウエストが○センチも下がりました。「こんなに理想の体型になれるとは思っていなかった。この医療機関で手術をしてよかった」とおっしゃり、満足して帰宅いただきました。  
痩せたいけどなかなか痩せられない方、ぜひ「脂肪吸引手術」を受けてみてください！

### 3 | 広告可能事項・限定解除要件に関する事例

#### 1 | 広告可能事項の記載が不適切な事例

##### (1) 治療の方法について広告をすることができない表現

医薬品医療機器等法で承認された医薬品または医療機器をその承認等の範囲で使用した自由診療について、治療に公的医療保険が適用されない旨、または標準的な費用を記載していない広告をすることはできません。

##### ◆ 公的医療保険が適用されない旨が記載されていない事例

###### △△の治療

・表情皺の症状に合わせて、各部位に注射します。【標準的な費用：1部位：20,000円】

##### ◆ 標準的な費用の記載が記載されていない事例

###### △△の治療

・表情皺の症状に合わせて、各部位に注射します。

△△は公的医療保険が適用されない自由診療です。費用は施術箇所により異なります。

##### (2) 広告することができない医療従事者の専門性資格の表現

厚生労働大臣が届出を受理した専門性資格については広告が可能ですが、団体名及び団体が認定する専門性の資格名（〇〇学会認定〇〇専門医）が記載されていない場合は広告をしてはいけません。

##### ◆ 資格名または団体名に関する広告記載の例（×は広告できない、○は広告可能）

###### ● 資格名が記載されていない例

- ・日本口腔外科学会認定 専門医
- ・日本歯周病学会認定 専門医 ⇒ ×
- ・日本歯科麻酔学会認定 専門医

###### ● 団体名が記載されていない例

- ・口腔外科専門医
- ・歯周病専門医 ⇒ ×
- ・歯科麻酔専門医

###### ● 専門性資格の表現に係る改善例

- ・日本口腔外科学会認定 口腔外科専門医
- ・日本歯周病学会認定 歯周病専門医 ⇒ ○
- ・日本歯科麻酔学会認定 歯科麻酔専門医



## 2 | 限定解除要件の記載が不適切な事例

厚生労働大臣が届出を受理していない団体が認定する専門性資格を有する旨等、広告可能事項に該当しないものは原則として広告できません。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できます。以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要です。

- ◆ 専門外来・診療科名・専門性資格・手術件数・新聞等で紹介された旨における限定解除

### 3 | 自由診療に関する限定解除要件

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できません。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するかどうかによらず広告することができます。

#### ◆ 未承認医薬品等を用いた自由診療における限定解除の事例

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

## 4 | 広告するにあたっての注意事項

### 1 | 提供される医療とは直接関係ない事項による誘引

医療広告ガイドラインでは、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、広告は行わないものとされています。

#### ◆提供される医療の内容とは直接関係のない事項の例

- 子どものみんなには治療後に、頑張ったご褒美にガチャガチャをプレゼント！
- 当院で出産された方には、出産祝いとして赤ちゃんグッズをプレゼントしております。

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

### 2 | 費用を強調した広告

医療広告ガイドラインでは、医療広告は、患者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うべきではないとされています。

#### ◆キャンペーンや割引を強調した広告例

##### 期間限定！夏のキャンペーン(2023/07/01)

夏の期間 (7/1 - 8/31) 限定で、様々な治療がお安くなります。

○脱毛治療

通常価格20,000円/1ヶ月 → 割引価格15,000円

○ダイエット治療

通常価格100,000円/1ヶ月 → 割引価格75,000円

⇒そのほかの治療でも割引をしております。

#### ◆会員特典として費用の割引を強調した広告

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

### 3 | バナー広告における違反

医療広告ガイドラインでは、「①患者の受診等を誘引する意図があること（誘引性）」と「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また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）」のいずれの要件も満たす場合、医療広告規制の対象になるとされており、これらを満たす場合は医療機関ホームページに限らずバナー広告※やSNSなども対象となります。

バナー広告では、禁止される広告は当然に不適切であることに加え、限定解除要件「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こと」を満たさないことから広告可能事項以外は広告することができません。

※ウェブサイト上の画面に画像や動画を貼り付けた広告のこと

#### ◆バナー広告における違反の例

（出典）厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書（第2版）

## 4 | リスティング広告における違反

リスティング広告<sup>※</sup>では、禁止される広告は当然に不適切であることに加え、限定解除要件「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こと」を満たさないことから広告可能事項以外は広告することができません。

※ユーザーが検索したキーワードに関連して表示される広告

### ◆リスティング広告における違反の例

(出典) 厚生労働省 医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第2版)

このほか、当該医療機関に係る情報取得を希望した者のみ閲覧可能な状態 (一般人は閲覧不可) であっても広告規制の対象になるため、禁止される広告は当然に認められません。

なお、個人が運営するウェブサイト、SNSの個人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誘引性が認められない場合は広告には該当しません。



■ 参考資料

厚生労働省：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）

医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書（第2版）