

Q & A

ウェブサイトが「広告」扱いになったこととは？（医療に関する広告規制の強化）

Q. 医療法が改正されて医療に関する広告の規制が強化され、ウェブサイトが規制の対象になったと聞きました。当院もホームページを開設していますが、具体的にどのように広告の規制が強化されたのでしょうか。また、今後、どのような点に気を付ければよいのでしょうか。

A.

1. これまでの医療に関する広告規制

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、また、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から、医療に関する広告は、改正前医療法6条の5第1項に定められた事項以外は、原則として禁止されていました。

他方、インターネット上の医療機関のホームページなどのウェブサイト（以下「ウェブサイト」といいます）については、医療機関の情報を得ようとする目的を有する者が、URLを入力したり、検索サイトで検索等を行ったりした上で閲覧するものであるため、広告ではなく情報提供や広報として取り扱われ、医療に関する広告規制の対象とはされていませんでした。

しかし、インターネットが広く普及している現状において、医療機関のウェブサイトを広告規制の対象外としていることが、特に美容医療サービスに関して、消費者トラブルを増加させる要因となっていました。

2. 医療法等の一部を改正する法律

そこで、平成29年度の医療法改正（第8次医療法改正）により、医療に関する広告規制が強化されました（改正医療法6条の5）。具体的には、これまで「広告」とはみなされていなかったウェブサイトについても、医療法上の「広告」に含めて規制の対象とされました。そのため、医療機関のウェブサイトにおいて、①内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告。例えば、「絶対安全な手術」「どんなに難しい症例でも必ず成功する」は、医学的にあり得ないので、虚偽広告にあたる）、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（比較広告。

例えば、「日本一」「No.1」「最高」等の表現は、客観的な事実であっても優秀性について誤認を与えるおそれがあるため比較広告にあたる)、③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、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。例えば、美容医療サービス等において、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、その効果や有効性を強調することは、誇大広告にあたる)、④客観的な事実であることを証明することができない内容の広告(例えば、患者の体験談の紹介や医療従事者の主観によるもの等、客観的な事実であることを証明できない事項についての広告)、⑤公序良俗に反する内容の広告(例えば、わいせつもしくは残虐な写真・映像または差別を助長する表現等を使用した広告)などがある場合には、是正命令や罰則(6月以下の懲役または30万円以下の罰金)が課されることになりました。この広告規制は、美容医療サービスに限らず医療機関全般が対象となっていますので、ウェブサイトを開設している医療機関は注意が必要です。具体的な表現が広告規制の対象となるか否かを確認する場合には、医療広告ガイドライン¹⁾、医療広告ガイドラインに関するQ&A²⁾、医療機関ホームページガイドライン³⁾等が参考になります。なお、平成29年度の医療法改正による広告規制は、平成30年6月1日より施行されますが、これに合わせて、現在、上記各ガイドラインの改訂作業が行われています)。

このように、ウェブサイトが広告規制の対象とされたので、各医療機関において自身のウェブサイトの内容が虚偽広告等に該当しないか再確認することをお勧めします。また、平成29年8月24日より、「医業等に係るウェブサイトの監視体制強化事業」(医療機関ネットパトロール)⁴⁾が開始され、厚生労働省からの受託事業者による医療機関のウェブサイトの監視体制が強化されています。具体的には、受託事業者が医療機関のウェブサイトが広告規制に違反していないか監視し(なお、一般人による通報も受け付けています)、不適切な記載を認めた場合には、当該医療機関に対し、規制の周知および自主的な見直しを求め、改善がなされない場合には、当該医療機関を所管する自治体に情報提供を行い、情報提供を受けた自治体は当該医療機関に対し指導等を行うものとされています。そのため、虚偽広告等に該当しないかどうかの確認作業や広告内容の修正作業を早期かつ適切に行うことがより重要となってきます。

ネット社会とも言える現在では、医療機関に関する情報を得ようとする者は、インターネットを利用することが多いため、医療機関のウェブサイトに記載された情報や内容の重要性・正確性が重みを増しています。そのため、虚偽広告等に該当するような内容がウェブサ

イトに掲載されていると、ネット上の口コミ等で当該医療機関に対する消極的な意見等が拡散するなどして、医療機関の経営に直結するおそれがあることも忘れないでください。

【参考文献】

- 1) [医療広告ガイドライン（厚生労働省）](#)
- 2) [医療広告ガイドラインに関するQ & A（厚生労働省）](#)
- 3) [医療機関ホームページガイドライン（厚生労働省）](#)
- 4) [医業等に係るウェブサイトの監視体制強化事業（厚生労働省）](#)

【メディカルオンラインの関連文献】

- ・ [医療法における広告規制の動向 ～医療機関のウェブサイト等の取り扱いについて～***](#)
- ・ [第1回 ホームページで本当に集患増患は実現できるのか!?!***](#)
- ・ [\(6\) 医療広告と広報**](#)
- ・ [\(3\) 広告の規制対象になるのでしょうか？…歯科医院の広告**](#)

「*」は判例に対する各文献の関連度を示す。