

福岡医発第1201号（地）

平成19年10月11日



各 医 師 会 長 殿

福岡県医師会

会長 横 倉 義 武

（公 印 省 略）

医療広告ガイドラインに関するQ & A（事例集）について

本件については、平成19年4月27日付福岡医発第194号（地）にて貴会にご通知申し上げておりますが、今般、厚生労働省により医療広告ガイドラインに関するQ & A（事例集）がとりまとめられ、同省のホームページに掲載（<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/kokokukisei/qa.html>）されております。

つきましては、貴会におかれましても、本件についてご丁知いただくとともに、貴会会員各位への周知方につきご高配を賜りますようお願い申し上げます。

小郡三井医師会より

担当理事 廣瀬真恵



(地 I 116)

平成 1 9 年 1 0 月 5 日

都道府県医師会

担 当 理 事 殿

日本医師会常任理事

内 田 健 夫

医療広告ガイドラインに関するQ&A（事例集）について

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

さて、今回医療法改正による広告規制の見直しにつきましては、先般、平成 1 9 年 4 月 1 2 日付日医発第 39 号（地 I 9）、同 1 8 日付（地 I 15）等の文書をもって、貴会に通知申し上げているところです。

その際同封した医療広告ガイドラインにつきまして、今般、厚生労働省により Q & A（事例集）がとりまとめられ、同省ホームページに掲載されました。

つきましては、貴会におかれましても、本件についてご了知いただくとともに、貴会管下医療機関への周知方につきご高配賜りますようお願いいたします。

事 務 連 絡

平成19年9月26日

社団法人日本医師会 御中

厚生労働省医政局総務課

医療広告ガイドラインに関するQ & A（事例集）について

医療法（昭和23年法律第205号）における広告規制については、「医業若しくは歯科医業又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）」（平成19年3月30日付け医政発第0330014号医政局長通知別添）を作成し、送付したところですが、今般、同ガイドラインに関するQ & A（事例集）をとりまとめ、厚生労働省のホームページに掲載（<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/kokokukisei/qa.html>）いたしましたので、御了知いただくとともに、傘下会員に対する周知方よろしくお願いいたします。

なお、Q & Aにつきましては、厚生労働省ホームページにおいて随時更新する予定です。

「医業若しくは歯科医業又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）に関するQ&A（事例集）

平成19年9月19日作成

-
- Q1 広告の対象範囲（ガイドライン第2部関係）
Q2 広告可能な事項（ガイドライン第3部関係）
Q3 禁止される広告（ガイドライン第4部関係）
Q4 相談・指導等の方法（ガイドライン第5部関係）
Q5 その他
-

【Q1 広告の対象範囲（ガイドライン第2部関係）】

Q1-1 新聞や雑誌の記事の引用は、一切できないのでしょうか。

A1-1 当該記事等に記載された内容が、医療法やガイドラインを遵守した広告が認められるものであれば、医療機関の広告に新聞や雑誌の記事等を引用又は掲載することは可能です。

Q1-2 新聞や雑誌の記事の引用として、例えば、雑誌に掲載されていた「日本が誇る50病院の一覧」をそのまま、他の医療機関名も含めて掲載すれば、広告物に記載可能でしょうか。

A1-2 医療機関の広告に新聞や雑誌の記事等を引用又は掲載した場合、当該記事等の記述は、医療法やガイドラインの適用を受けます。例示の雑誌に掲載されていた「日本が誇る50病院の一覧」等については、他の医療機関名も含めてそのまま掲載したとしても、雑誌社等が評価した結果は、医療法やガイドラインで示している広告が可能な事項に該当せず、また、掲載されていない医療機関よりも優れた旨を示す比較広告になることから、医療機関の広告物に記載することはできません。

Q 1－3 キャッチコピーや院長等のあいさつ文を広告物に掲載することは可能でしょうか。

A 1－3 医療法やガイドラインで認められた広告が可能な事項（「開院〇周年」等）や医療とは直接関係がない表現（「はじめまして」等）を使用したキャッチコピーやあいさつ文であれば、広告物に掲載することは差し支えありません。

（広告可能な例）

- ・「休日・夜間でも来院下さい」
- ・当院は、おかげさまで開院から20年を迎えることができました。これからも、当院のスタッフ一同努力しますので、よろしくお願いします。（病院長；〇〇 〇〇）

Q 1－4 インターネット上のバナー広告は、ガイドラインで広告規制の対象であるとされてますが、バナー広告は禁止されるのでしょうか。

A 1－4 医療法やガイドラインで認められた広告が可能な事項であれば、バナー広告は可能です。例えば、以下のようなバナー広告をインターネット上に掲載し、当該医療機関のホームページにリンクを張ることは、差し支えありません。

〇〇病院（所在地〇〇県〇〇市） 〇〇駅徒歩5分
内科、小児科、外科、整形外科 [詳細は、当院ホームページへ](#)

病院の
写真

【Q 2 広告可能な事項（ガイドライン第3部関係）】

Q 2－1 「小児科医」や「外科医」といった表現は広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第7号、広告告示第1条第1号関係）

Q 2－1 専門医と誤認を与える表現であり、広告は認められません。ただし、「医師の氏名（外科）」、「小児科の担当医」のように所属の診療科（広告可能な診療科名に限る。）を記載することは差し支えありません。

Q 2－2 いわゆる内覧会の実施に関する事項は、広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第8号関係）

A 2－2 開院前の医療機関の住民向けの説明会（いわゆる内覧会）の実施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事項」として、広告可能です。

Q 2－3 提供する医療の内容として、「2週間で90%の患者で効果がみられます。」のような表現は広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第11号関係）

A 2－3 治療の効果に関する表現は広告できません。治療効果については、個々の患者の状態等により当然にその結果は異なるものであり、効果について誤認を与えるおそれがあることから、広告可能な事項とはなっておりません。治療内容とその効果については、実際の医師又は歯科医師の診断に基づいて、個々の患者の病状に応じて、説明すべき事項と考えます。

なお、治療結果分析を行っている旨及び当該分析の結果を提供している旨については、広告可能です。また、患者等からの申し出に応じて、死亡率や術後生存率等の治療結果成績を説明することは、差し支えありません。

Q 2－4 歯科用インプラントによる治療については、広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第11号、広告告示第2条第5号関係）

A 2－4 「自由診療のうち薬事法の承認又は認証を得た医療機器を用いる検査、手術、その他の治療の方法」として、我が国の薬事法上の医療機器として承認されたインプラントを使用する治療の場合には、公的医療保険が適用されない旨と治療に掛かる標準的な費用が併記されていれば、広告可能です。

なお、歯科医師の個人輸入により入手したインプラントによる治療については、広告できません。

Q 2－5 「健康診査の実施」として、「脳ドック」は、広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第13号、広告告示第4条第6号関係）

A 2－5 いわゆる「脳ドック」として、無症候の人を対象にMRI、MRAによる画像検査を主検査とする一連の検査により、無症候あるいは未発症の脳および脳血管疾患あるいはその危険因子を発見し、それらの発症あるいは進行を防止することを目的とする検査については、広告可能です。

なお、検査に使用するMRI等の画像診断装置は、いずれも我が国の薬事法の承認又は認証を得た医療機器である必要があります。

Q 2－6 医師主導治験や医療機器の治験に関することは、広告可能でしょうか。（法第6条の5第1項第13号、広告告示第4条第9号関係）

Q 2－6 薬事法上の治験に関する事項として、医師主導治験や医療機器の治験に関することも広告可能です。

なお、治験薬と同様に、治験用医療機器の名称も国内外での販売名（商品名）を除き、広告して差し支えありません。また、治験用医療機器の写真の掲載も、通常の治療や検査に使用するのではなく、治験用であることが明らかになっていれば、差し支えありません。

【Q 3 禁止される広告（ガイドライン第4部関係）】

Q 3－1 「最新の治療法」や「最新の医療機器」といったような「最新」という表現は、広告が禁止されるのでしょうか。

A 3－1 「最新の治療法」や「最新の医療機器」であることが、医学的、社会的な常識の範囲で、事実と認められるものであれば、必ずしも禁止される表現ではありません。

登場してから何年までを最新と認めるか等の基準を示すことは困難ですが、より新しい治療法や医療機器が定着したと認められる時点においても、「最新」との表現を使用することは、虚偽広告や誇大広告に該当するおそれがあります。

また、より新しい治療法や医療機器が存在しない場合でも、十数年前のものである場合等、常識的な判断から「最新」との表現が不適切な場合があり、誇大広告等に該当するおそれがあります。

Q 3－2 費用を太字にしたり下線を引くなどして強調することは、一切認められないのでしょうか。

A 3－2 ガイドラインにおいて、費用を強調した品位を損ねる内容の広告は、厳に慎むべきものとされておりますが、費用に関する事項は、患者にとって有益な情報の1つであり、費用について、分かりやすく太字で示したり、下線を引くことは、差し支えありません。

ガイドラインにおいて、品位を損ねるものとして、厳に慎むべきとされるものは、費用を前面に押し出したものです。

【Q 4 相談・指導等の方法（ガイドライン第5部関係）】

Q 4－1 複数の病院の名称を記載した広告を予定しており、各病院の開設許可は複数の地方自治体から得ております。このような広告を掲載する前に、内容について相談をしたいのですが、どこの地方自治体に相談すれば良いのでしょうか。

A 4－1 複数の医療機関の名称を記載した広告の場合、各医療機関を所管する地方自治

体がそれぞれ指導監督することになりますが、全ての地方自治体に相談しなくとも、いずれかの医療機関を所管する地方自治体又は当該広告を作成する責任者の所在地がある地方自治体に相談すれば、十分であると考えます。（なお、広告の内容を事前に相談する義務はありません。）

【Q 5 その他】

Q 5－1 あん摩業、マッサージ業、はり業や柔道整復業又はそれらの施術所の広告も医療広告ガイドラインの対象でしょうか。

A 5－1 医療広告ガイドラインの対象ではありません。「あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律」又は「柔道整復師法」の関係法令及び関連通達が適用されます。