

薬第 46 号

令和 3 (2021) 年 4 月 2 日

一般社団法人栃木県病院薬剤師会長 様

栃木県保健福祉部薬務課長 小林 由典

医療法第六条の五第三項及び第六条の七第三項の規定に基づく医業、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の一部を改正する件について（通知）

このことについて、令和 3 (2021) 年 3 月 25 日付け医政発 0325 第 11 号により、厚生労働省医政局長より別添のとおり通知がありましたので送付します。

つきましては、貴会員に周知いただきますようお願いいたします。

薬事審査担当

TEL : 028-623-3120

FAX : 028-623-3121

医政発 0325 第 11 号
令和 3 年 3 月 25 日

各 { 都道府県知事
保健所設置市長
特別区長 } 殿

厚生労働省医政局長
(公印省略)

医療法第六条の五第三項及び第六条の七第三項の規定に基づく医業、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の一部を改正する件について

今般、患者による適切な医療機関の選択に資するよう、手順書（保健師助産師看護師法（昭和 23 年法律第 203 号）第 37 条の 2 第 2 項第 2 号に規定する手順書をいう。）により看護師が実施する特定行為（同法第 37 条の 2 第 2 項第 1 号に規定する特定行為をいう。）に係る業務の内容を適切に情報提供することを可能とするため、医療法第六条の五第三項及び第六条の七第三項の規定に基づく医業、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の一部を改正する件（令和 3 年厚生労働省告示第 95 号。以下「令和 3 年改正医療広告告示」という。）により、下記 1 のとおり、医療法第六条の五第三項及び第六条の七第三項の規定に基づく医業、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）の一部を改正することとしました。

また、上記改正に基づき、下記 2 のとおり、関連の通知についても一部を改正することとしました。

令和 3 年改正医療広告告示については、令和 3 年 3 月 24 日に告示され、同年 4 月 1 日から適用されることとなりますので、貴職におかれましては、制度の趣旨を御了知いただくとともに管下の医療機関や関係団体等に周知をお願いいたします。

○厚生労働省告示第九十五号
 医療法(昭和二十三年法律第二百五号)第六條の五第三項及び第六條の七第三項の規定に基づき、
 医療法第六條の五第三項及び第六條の七第三項の規定に基づき、
 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(平成十九年厚生労働省告示第
 百八号)の一部を次の表のように改正し、令和三年四月一日から適用する。

令和三年三月二十四日

厚生労働大臣 田村 憲久

改 正 後	改 正 前
<p>第一条 医療法(昭和二十三年法律第二百五号。以下「法」という。)第六條の五第三項第九号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・二 (略)</p> <p>第二条 法第六條の五第三項第十三号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・五 (略)</p> <p>第三条 法第六條の五第三項第十四号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・九 (略)</p> <p>第四条 法第六條の五第三項第十五号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・十八 (略)</p> <p>十九 保健師助産師看護師法(昭和二十三年法律第二百三十三号)第三十七條の第二項第一号に規定する特定行為を同項第二号に規定する手順書により行う看護師が実施している当該特定行為に係る業務の内容</p> <p>二十 (略)</p>	<p>第一条 医療法(昭和二十三年法律第二百五号。以下「法」という。)第六條の五第三項第八号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・二 (略)</p> <p>第二条 法第六條の五第三項第十二号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・五 (略)</p> <p>第三条 法第六條の五第三項第十三号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・九 (略)</p> <p>第四条 法第六條の五第三項第十四号に規定する厚生労働大臣の定める事項は、次のとおりとする。</p> <p>一・十八 (略)</p> <p>(新設)</p> <p>十九 (略)</p>

(傍線部分は改正部分)

**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)**

目次

第1	医療広告規制の趣旨	- 1 -
1	医療法の一部改正について	- 1 -
2	基本的な考え方	- 1 -
	(1) 広告を行う者の責務	- 1 -
	(2) 禁止される広告の基本的な考え方	- 1 -
	(3) 広告可能事項の基本的な考え方	- 2 -
3	他の法律における規制との関係	- 2 -
第2	広告規制の対象範囲	- 2 -
1	広告の定義	- 2 -
2	実質的に広告と判断されるもの	- 2 -
3	暗示的又は間接的な表現の取扱い	- 3 -
4	広告に該当する媒体の具体例	- 4 -
5	通常、医療広告とは見なされないものの具体例	- 4 -
	(1) 学術論文、学術発表等	- 4 -
	(2) 新聞や雑誌等での記事	- 4 -
	(3) 患者等が自ら掲載する体験談、手記等	- 5 -
	(4) 院内掲示、院内で配布するパンフレット等	- 5 -
	(5) 医療機関の職員募集に関する広告	- 5 -
6	医療広告規制の対象者	- 5 -
	(1) 医療広告規制の対象者	- 5 -
	(2) 広告媒体との関係	- 5 -
第3	禁止される広告について	- 5 -
1	禁止の対象となる広告の内容	- 5 -
	(1) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)	- 6 -
	(2) 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)	- 6 -
	(3) 誇大な広告(誇大広告)	- 7 -
	(4) 公序良俗に反する内容の広告	- 8 -
	(5) 広告可能事項以外の広告	- 8 -
	(6) 患者等の主観に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談	- 9 -
	(7) 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	- 9 -
	(8) その他	- 9 -
第4	広告可能な事項について	- 11 -
1	医療広告として広告可能な範囲	- 11 -
2	医療機能情報提供制度との関係	- 11 -
3	広告可能事項の表現方法について	- 11 -
	(1) 広告の手段	- 11 -
	(2) 広告可能事項の記載の仕方	- 11 -
	(3) 略号や記号の使用	- 11 -
4	広告可能事項(法6条の5第3項)の具体的な内容	- 11 -
	(1) 医師又は歯科医師である旨(第1号関係)	- 12 -
	(2) 診療科名(第2号関係)	- 12 -

第1 医療広告規制の趣旨

1 医療法の一部改正について

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（以下「医療広告」という。）については、患者やその家族あるいは住民（以下「患者等」という。）の利用者保護の観点から、医療法（昭和23年法律第205号。以下「法」という。）その他の規定により制限されてきたところであるが、医療機関のウェブサイトについては、原則として、規制対象とせず「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）について」（平成24年9月28日付け医政発 0928 第1号厚生労働省医政局長通知）により関係団体等による自主的な取組を促してきた。

しかしながら、美容医療に関する相談件数が増加する中、消費者委員会より、医療機関のウェブサイトに対する法的規制が必要である旨の建議（美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議（消費者委員会平成27年7月7日））がなされた。同建議を踏まえ、平成29年の通常国会で成立した医療法等の一部を改正する法律（平成29年法律第57号）により医療機関のウェブサイト等についても、他の広告媒体と同様に規制の対象とし、虚偽又は誇大等の表示を禁止し、是正命令や罰則等の対象とすることとした。

その際、医療機関のウェブサイト等についても、他の広告媒体と同様に広告可能事項を限定することとした場合、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ることから、一定の条件の下に広告可能事項の限定を解除することとしている。

2 基本的な考え方

医療広告は、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きたところである。

- 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。

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、規制対象を「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」に拡大する一方、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ない場合については、幅広い事項の広告を認めることとした。

(1) 広告を行う者の責務

医療広告を行う者は、その責務として、患者等が広告内容を適切に理解して、適切に治療等を選択できるよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならない。さらに、広告は患者の受診等を誘引するという目的を有するものの、患者等の利用者へ向けた客観的で正確な情報伝達の手段として実施すべきであり、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

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、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。

- (i) 比較優良広告
- (ii) 誇大広告
- (iii) 公序良俗に反する内容の広告
- (iv) 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
- (v) 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

避するための表現を行う者があることが予想される。しかしながら、例えば、

ア 「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

イ 「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、電話番号及びウェブサイトのアドレス等から病院等が特定可能である

ウ 治療法等を紹介する書籍、冊子及びウェブ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、電話番号やウェブ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ような場合であって、実質的に上記1に掲げた①及び②の要件をいずれも満たす場合には、広告に該当するものとして取り扱うことが適当である。

また、新しい治療法に関する書籍に「当該治療法に関するお問い合わせは、〇〇研究会へ」と掲載されている場合等のように、当該書籍等では直接には、病院等が特定されない場合であって、「当該書籍は純然たる出版物であって広告ではない。」等として、広告規制の対象となることを回避しようとする場合もある。

この場合であっても、連絡先が記載されている「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場合であって、当該医療機関が別の個人や出版社等の団体を介在させることにより、広告規制の対象となることを回避しようとしていると認められる場合には、これらは、いわゆるタイアップ本やパイブル本と呼ばれる書籍や記事風広告と呼ばれるものとして、実質的には、上記1の①及び②に示したいずれの要件も満たし、広告として取り扱うことが適当な場合があるので十分な留意が必要である。

加えて、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についても、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、実質的には上記①及び②に示したいずれの要件も満たし、同様に広告として取り扱うことが適当な場合があるので十分な留意が必要である。

3 暗示的又は間接的な表現の取扱い

医療広告は、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、認められないものである。

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医薬品医療機器等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8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

(3) 患者等が自ら掲載する体験談、手記等

自らや家族等からの伝聞により、実際の体験に基づいて、例えば、A病院を推薦する手記を個人Xが作成し、出版物やしおり等により公表した場合や口頭で評判を広める場合には、一見すると本指針第2の1に掲げた①及び②の要件を満たすが、この場合には、個人XがA病院を推薦したにすぎず、①の「誘引性」の要件を満たさないため広告とは見なさない。

ただし、A病院からの依頼に基づく手記であったり、A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、①の「誘引性」を有するものとして取り扱うことが適当である。また、個人XがA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場合には、①の「誘引性」を有するものとして、取り扱うものであること。

(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、通常、既に受診している患者等に限定されるため、本指針第2の1に掲げた①及び②の要件のうち、①「患者の受診等を誘引する意図があること」（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、本指針第2の1に掲げた①及び②の要件のうち、①の「誘引性」を有するものではない。そのため、本指針の対象となる医療広告ではない。

6 医療広告規制の対象者

(1) 医療広告規制の対象者

法第6条の5第1項において「何人も、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、文書その他いかなる方法によるを問わず、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（以下この節において単に「広告」という。）をする場合には、虚偽の広告をしてはならない」とあるように、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（閲覧した人を誘引することを目的としてブログ等で紹介し、その成果に応じて報酬が支払われる広告を行う者をいう。以下同じ。）、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、法や本指針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。

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

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させ、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

告として取り扱う。

【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。」
- ・ 「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。」
- ・ 「芸能プロダクションと提携しています」
- ・ 「著名人も〇〇医師を推薦しています」
- ・ 「著名人も当院で治療を受けております。」

(3) 誇大な広告（誇大広告）

法第6条の5第2項第2号に規定する「誇大な広告」とは、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ていたり、人を誤認させる広告を意味するものであり、医療広告としては認められない。

「人を誤認させる」とは、一般人が広告内容から認識する「印象」や「期待感」と実際の内容に相違があることを常識的判断として言えれば足り、誤認することを証明したり、実際に誤認したという結果までは必要としない。

【具体例】

- ・ 「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ような誤認を与える場合には、誇大広告として取り扱う。
- ・ 「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、誇大広告として取り扱うこと。（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、不当に患者等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取り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。）
- ・ （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、誇大広告として取り扱う。
- ・ 「〇〇学会認定医」（活動実態のない団体による認定）
- ・ 「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、患者等を不当に誘引するおそれがあり、誇大広告として取り扱うべきであること。
- ・ 「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

ば、「糖尿病」、「花粉症」、「乳腺検査」等の特定の治療や検査を外来患者等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。なお、院内掲示の場合は本指針第2の5の(4)のとおり広告とは見なされない。)

- ・ 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。
- ・ 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医薬品医療機器等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。

(6) 患者等の主観に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談

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、医療広告としては認められない。

これは、患者等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、個人が運営するウェブサイト、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。

(7) 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の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広告としては認められない。

また、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はこれに当たらない。

さらに、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5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。

【具体例】

- ・ 術前又は術後（手術以外の処置等を含む。）の写真やイラストのみを示し、説明が不十分なもの

(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、医療広告として適切ではなく、厳に慎むべきである。

ア 品位を損ねる内容の広告

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を行うべきではない。

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。）が禁止されている。例えば、不当表示に当たるものをウェブ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。

④ 不正競争防止法（平成5年法律第47号）

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）。例えば、虚偽の内容に当たるものをウェブ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。

第4 広告可能な事項について

1 医療広告として広告可能な範囲

法第6条の5第3項の規定により、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。

2 医療機能情報提供制度との関係

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

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、患者等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。

例えば「人工透析」については、診療報酬点数表等にある「人工腎臓」や「血液透析」等との表現に加え、一般に用いられている「人工透析」の表現も広告可能である。

(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。

【具体例】

- ・ 公益社団法人→（公社）
- ・ 一般社団法人→（一社）
- ・ 電話番号 03-0000-0000→☎03-0000-0000
- ・ 地域で定着していると認められる病院等の略称（大学病院、中央病院等）

また、当該記号やマークが示す内容を文字等により併せて標記することで、正確な情報伝達が可能である場合にあっては、記号やマークを用いても差し支えない。

4 広告可能な事項（法6条の5第3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

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・耳鼻いんこう科	
女性内科	膵臓外科	腫瘍放射線科	
新生児内科	胆のう外科	男性泌尿器科	
性感染症内科	食道外科	神経泌尿器科	
内視鏡内科	胃腸外科	小児泌尿器科	
人工透析内科	大腸外科	小児科（新生児）	
疼痛緩和内科	内視鏡外科	泌尿器科（不妊治療）	
ペインクリニック内科	ペインクリニック外科	泌尿器科（人工透析）	
アレルギー疾患内科	外科（内視鏡）	産婦人科（生殖医療）	
内科（ペインクリニック）	外科（がん）	美容皮膚科	
内科（循環器）	精神科	など	
内科（薬物療法）	アレルギー科		
内科（感染症）	リウマチ科		
内科（骨髄移植）	小児科		
	皮膚科		

また、複数の事項を組み合わせた通常考えられる診療科名を以下に例示する。

【例：医科】

「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）」など

【例：歯科】

「小児矯正歯科」など

なお、組み合わせに当たり、(a) から (d) までに掲げる事項のうち、異なる区分に属する事項であれば、複数の事項を組み合わせることが可能である。

一方、同じ区分に属する事項同士を複数繋げることについては、不適切な意味となるおそれがあることから、認められない。同じ区分に属する事項を複数組み合わせる場合については、同じ区分に属する事項を繋げることによって一つの名称にならないよう、例えば「老人・小児内科」というように、それぞれの事項を区切る等の工夫をして組み合わせる必要がある。

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。

◎医科に関係する名称

「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」、「性感感染症科」など

◎歯科に関係する名称

「インプラント科」、「審美歯科」など

なお、これら法令に根拠のない名称と診療科名とを組み合わせただけであっても、その広告は認められない。

イ 厚生労働大臣の許可を得た診療科名

① 医業

麻酔科

「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。

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) 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病院又は診療所の管理者の氏名（第3号関係）

本号の規定により、「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」が広告可能であること。

ア 病院又は診療所の名称

病院又は診療所の名称は、正式な名称だけではなく、当該医療機関であることが認識可能な略称や英語名についても、可能であること。

また、当該病院又は診療所のマークや名称が記載された看板の写真についても差し支えないこと。

イ 病院又は診療所の電話番号

病院又は診療所の電話番号には、ファクシミリ番号も含まれる。フリーダイヤルである旨や電話の受付時間等についても、広告告示第4条第11号に規定する「患者の受診の便宜を図るためのサービス」に該当することから、広告可能である。

ウ 病院又は診療所の所在の場所を表示する事項

病院又は診療所の所在の場所を表示する事項には、住所、郵便番号、最寄り駅等からの道順、案内図、地図等が含まれるものである。

エ 病院又は診療所の管理者の氏名

(4) 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（第4号関係）

本号については、従来から広告可能事項であること。

ア 診療日又は診療時間

診療日及び診療時間は患者等に対し、提供すべき情報であるので、可能な限り医療広告においても記載するのが望ましい。「午前宅診・午後往診」との記載、診療日を明示せず休診日を明示すること等は差し支えない。

イ 予約による診療の実施の有無

「指定自立支援医療機関（育成医療）」、「指定自立支援医療機関（育成医療・更生医療）」、「指定自立支援医療機関（精神通院医療）」等のように、指定を受けた内容が育成医療、更生医療又は精神通院医療のいずれであるのかを示す必要があること。ただし、いずれの指定も受けている場合には、単に「指定自立支援医療機関」とすることで差し支えない。

ス 特定感染症指定医療機関、第一種感染症指定医療機関、第二種感染症指定医療機関又は結核指定医療機関である旨

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可能であること。

セ 指定居宅サービス事業者、指定介護予防サービス事業者又は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可能であること。

ソ 指定療育機関である旨

児童福祉法（昭和 22 年法律第 164 号）による指定を受けた旨を広告可能であること。

タ 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可能であること。

「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。

チ 看護師特定行為研修指定研修機関である旨

保健師助産師看護師法（昭和 23 年法律第 203 号）による指定を受けた旨を広告可能であること。

(6) 第 5 条の 2 第 1 項の認定を受けた医師（医師少数区域経験認定医師）である場合には、その旨（第 6 号関係）

本号の規定により、医師少数区域等で勤務した医師が、「医療法及び医師法の一部を改正する法律の施行について（通知）」（令和 2 年 1 月 16 日医政発 0116 第 2 号厚生労働省医政局長通知）で定める「医師少数区域経験認定医師」である旨を広告可能であること。

(7) 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（第 7 号関係）

本号の規定により、参加する地域医療連携推進法人名や参加している旨を広告可能であること。また、当該地域医療連携推進法人に参加する病院等の数や名称についても広告可能であること。

(8) 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（第 8 号関係）

本号の規定により、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。

具体的には、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可能であること。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。

以下に掲げるものは、例示であり、この他にも病院又は診療所の構造設備・人員配置に関する事項については、広告可能であることを留意すること。

ア 病院又は診療所における施設、設備に関する事項

① 施設の概要

敷地面積、建築面積、床面積（延べ床、病棟別、階層別等）、階層数（地上〇階、地下〇階等）、患者や面会者の使用できるエレベーター等の数、設計者・施工者の名称、免震構造

実態に大きな乖離が認められることがないよう、広告に示す数値は適宜、少なくとも年に1度は更新すること。

なお、従業員の氏名、年齢、性別、役職又は略歴という人物に関する事項は、医療従事者については法第6条の5第3項第9号、その他の従業員については、広告告示第4条第5号に規定されており、広告可能であること。（(9)、(15)参照）

- (9) 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、略歴その他のこれらの者に関する事項であつ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（第9号関係）

本号の規定により、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に関する事項について、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のみ、限定的に広告可能であること。

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

- ① 医療従事者の範囲について

氏名、年齢、性別等が広告可能となる医療従事者とは、法律により厚生労働大臣又は都道府県知事の免許を受けた医療従事者とし、民間資格の取得者、免許を取得していない者又は免許停止の処分を受けている期間中である者については、広告できない。

ここでいう医療従事者の具体的な範囲は、医師、歯科医師、薬剤師、保健師、助産師、看護師、准看護師、理学療法士、作業療法士、視能訓練士、言語聴覚士、義肢装具士、診療放射線技師、臨床検査技師、衛生検査技師、臨床工学技士、歯科衛生士、歯科技工士、救急救命士、管理栄養士及び栄養士とする。

- ② 当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の氏名、年齢、性別

非常勤の医療従事者については、常時勤務する者と誤解を与えないよう、非常勤である旨や勤務する日時（例えば、「火曜と木曜の午後」等）を示せば差し支えないものとする。常時勤務する者以外について、常時勤務している者であるかのように誤認を与える広告については、誇大広告として取り扱うことが適当である。

- ③ 当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の役職

「院長」、「副院長」、「外科部長」、「薬剤部長」、「看護師長」又は「主任」等の当該病院又は診療所における役職を意味するものであり、学会や職能団体等における役職については、次の略歴に含まれる。

- ④ 当該病院又は診療所において診療に従事する医療従事者の略歴

医師又は歯科医師等の医療従事者としての経歴を簡略に示すものとして、生年月日、出身校、学位、免許取得日、勤務した医療機関（診療科（広告が可能な診療科名に限る。）、期間を含む）等について、一連の履歴を総合的に記載したものを想定したものであること。

記載する事項は、社会的な評価を受けている客観的な事実であつてその正否について容易に確認できるものであり、専門医や認定医等の資格の取得等は含まれない。

なお、研修については、研修の実施主体やその内容が様々であり、医療に関する適切な選択に資するものとするのではないものの線引きが困難であることから、広告可能な事項とはされおらず、広告が認められていない事項であることに留意すること。

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

示されており、かつ、問い合わせに明確に対応できる担当者（兼任でも可）を置く等の事務局体制が確保されていること。

e 広告告示第1条第2号ホ関係

資格の取得要件の公表については、ウェブサイト、年報等広く国民に周知できる方法によって行わなければならないこと。

f 広告告示第1条第2号ヘ関係

医師、歯科医師又は薬剤師については5年間、看護師その他の医療従事者については3年間の研修を実施することとされているが、すべての期間の研修について、必ずしも専門性資格の認定を行う団体自らが行う必要はないこと。外部の研修を利用する場合は、当該団体自らが行う研修と外部の研修とが有機的に連携されたものとなるように配慮されたものである必要があること。

g 広告告示第1条第2号ト関係

資格の認定は、当該医療従事者の専門性を判断するのに十分な内容及び水準の公正な試験により実施されている必要があること。

h 広告告示第1条第2号チ関係

認定を受けた医療従事者の専門性を担保するため、専門性資格の認定を行った医療従事者に対し、原則として少なくとも5年に1度は当該資格を更新しなければならないこととする。また、更新の際には、適宜、その専門性を確認できるよう努めること。

i 広告告示第1条第2号リ関係

当該団体の会員名簿（氏名のみが掲載されているもので可。）及び専門性の資格認定を受けた者の名簿（氏名のみが掲載されているもので可。）の双方が、ウェブサイト、年報等広く国民に周知できる方法により公表されていること。

(10) 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（第10号関係）

本号の規定により、病院又は診療所の管理又は運営に関することを広告可能であること。

以下に掲げるものは、例示であり、この他にも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、客観性・正確性を確保し得る事項であれば、広告可能であることに留意すること。

ア 休日又は夜間における診療の実施

休日又は夜間における診療の受付又は問い合わせのための電話番号等の連絡先を併せて示しても差し支えないこと。

イ 診療録を電子化している旨

いわゆる電子カルテ（診療情報を電子化し保存更新するシステム）を導入している旨を広告可能であること。

ウ セカンドオピニオンの実施に関すること

診療に関して、他の医師又は歯科医師の意見を求めるいわゆるセカンドオピニオンについて、その内容について説明し、患者が希望したときの受入れ又は患者に対する他の医師又は歯科医師の紹介などの協力体制を取っているかについて、広告可能であること。費用や予約の受付に関することについても広告して差し支えないこと。

エ 当該医療機関内に患者等からの相談に適切に応じる体制を確保している旨

医療機関内に患者相談窓口及び担当者（兼任でも可）を設け、患者、家族等からの苦情、相談に応じられる体制を確保していることを意味するものであること。

オ 当該医療機関内での症例検討会を開催している旨

症例検討会については、定期的実施しているものであり、医療機関内のスタッフが可能な限り参画したものである必要があること。臨床病理検討会の開催の有無、予後不良症例に関する院内検討体制の有無についてや、それらの開催頻度や構成メンバー等についても広告可能であるが、その内容については、広告可能な治療の内容を逸脱してはならないこと。

方法により公表されていること。算定式は、別に示されている地域医療支援病院の紹介率等の算定式を活用することを基本とするが、特定機能病院においては省令に規定された算定式によることとする。

(12) 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（第12号関係）

本号の規定により、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、広告可能であること。

ア ウェブサイトのアドレス、電子メールアドレス

情報伝達手段として、ウェブサイトのアドレス（URL）や電子メールアドレスについて、広告可能であること。QRコードによる広告も差し支えないこと。

イ 入院診療計画書の提供

病名、症状、推定される入院期間、予定される検査及び手術の内容並びにその日程、その他入院に関し必要な事項が記載された総合的な診療計画（地域連携クリティカルパスを含む。）を提供する旨や提供方法等を広告可能であること。

ウ 退院療養計画書の提供

患者の退院時に、退院後の療養に必要な保健医療サービス又は福祉サービスに関する事項を記載した療養計画書（地域連携クリティカルパスを含む。）を提供する旨や提供方法等を広告可能であること。

エ 診療録その他の診療に関する諸記録に係る情報の提供

診療録その他の諸記録に係る情報について、その開示等の手続きに関する事項、相談窓口の連絡先、提供の実績等を広告可能であること。

(13) 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。）（第13号関係）

本号の規定により、「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事等その他の医療の内容については、広く広告が可能とされるものであること。

ア 検査、手術その他の治療の方法

検査、手術その他の治療の方法については、広告告示に定められた以下の①～⑤のいずれかに該当するものについて、広告可能とし、また、診療報酬点数表やその関連通知で使用された表現に加え、患者等の情報の受け手側の理解が得られるよう、分かりやすい表現を使用したり、その説明を加えることも可能なこと。

ただし、医薬品医療機器等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、広告しないこととする。

なお、治療の方針についても、成功率、治癒率等の治療効果等を説明することなく、広告可能な事項の範囲であれば、広告として記載しても差し支えないこと。

【具体例】

- ・ 術中迅速診断を行い、可能な限り温存手術を行います。
- ・ 手術療法他に、いくつかの薬物療法の適用があるので、それぞれのメリット・デメリットを御説明し、話し合いの下で治療方針を決定するようしております。

① 保険診療（広告告示第2条第1号関係）

「診療報酬の算定方法（平成20年厚生労働省告示第59号）に規定する検査、手術その他の治療の方法」とは、保険診療として実施している治療の方法として、診療報酬点数表に規定する療養の実施上認められた手術、処置等について広告可能であること。

なお、広告する治療方法について、不当に患者等を誘引することを避けるため、疾病等

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可能であること。ここでいう標準的な費用については、一定の幅(例えば、「10万~12万円」等)や「約〇円程度」として示すことも差し支えないが、実際に窓口で負担することになる標準的な費用が容易に分かるように示す必要があること。別に麻酔管理料や服薬指導料等がかかる場合には、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すること。

また、医薬品医療機器等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、広告しないこととする。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こと。

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すること。

【具体例】

- ・ 内服の医薬品によるED治療
- ・ 眼科用レーザー角膜手術装置の使用による近視手術の実施

イ 提供される医療の内容(アの検査、手術その他の治療の方法を除く。)

① 法令や国の事業による医療の給付を行っている旨

法令や国の通達による事業による医療の給付を行っている旨として、「小児慢性特定疾患治療研究事業」、「特定疾患治療研究事業」等による医療の給付を行っている旨を広告可能であること。

② 基準を満たす保険医療機関として届け出た旨

診療報酬上の各種施設基準を満たす保険医療機関として地方社会保険事務所又は都道府県知事に届出をした場合、各基準に適合している旨、当該基準の内容や届出日等を広告可能であること。

③ 往診の実施

往診を実施している旨を広告可能であり、「訪問診療の実施」等の表現も差し支えないものであること。往診に応じる医師名、対応する時間、訪問可能な地域等についても広告可能であること。

④ 在宅医療の実施

訪問看護ステーションを設置している場合には、その旨を付記して差し支えないこと。「在宅自己注射指導の実施」、「在宅酸素療法指導の実施」等についても、アに示している広告可能な治療の内容であれば、広告可能であること。

(14) 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つ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(第14号関係)

本号の規定により、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、広告可能であること。

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、広告可能であること。

ア 当該病院又は診療所で行われた手術の件数(広告告示第3条第1号関係)

手術件数については、治療の内容として広告可能な範囲の手術の件数とし、以下に掲げるものに限られるものとする。

- ① 診療報酬点数表で認められた手術(自由診療として実施する場合を含む。)
- ② 先進医療として届出された手術(自由診療として実施する場合を含む。)

キ 治療結果に関する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（広告告示第3条第7号関係）

治療結果に関する分析を行っている旨又は当該分析の結果を提供している旨については、その検討をする検討会の開催頻度や構成メンバー、分析結果を入手法等についても広告可能であるが、当該分析の結果そのものについては、広告が認められていないことに留意すること。

ク セカンドオピニオンの実績（広告告示第3条第8号関係）

いわゆるセカンドオピニオンの実績として、他の医療機関に紹介した患者数及び他の医療機関から紹介を受けた患者数を当該患者数に係る期間を示した上で、広告可能であること。

ケ 患者満足度調査を実施している旨及び当該調査の結果を提供している旨（広告告示第3条第9号関係）

患者満足度調査を実施している旨、当該調査の結果を提供している旨又は当該調査の結果の入手方法等については広告可能であるが、当該調査の結果そのものについては、広告が認められていないことに留意すること。

(15) 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（第15号関係）

本号の規定により、法第6条の5第3項第1号から第14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可能であること。

ア 広告告示第4条第1号～第3号関係

「健康保険病院、健康保険診療所、社会保険病院又は社会保険診療所である旨」（第1号）、「船員保険病院又は船員保険診療所である旨」（第2号）、「国民健康保険病院又は国民健康保険診療所である旨」（第3号）については、それぞれの各号に掲げる医療機関である旨を広告可能であること。

イ 広告告示第4条第4号関係

「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旨」については、救急病院、休日夜間急患センター、第二次救急医療機関、エイズ治療拠点病院、災害拠点病院、へき地医療拠点病院、総合周産期母子医療センター又はがん診療連携拠点病院等、法令又は国の通達に基づく（それらに基づいて都道府県等の地方自治体が認定等をする場合も含む。）一定の医療を担う病院又は診療所である旨を広告可能であること。

当該制度の概要や認定を受けた年月日等についても、広告して差し支えないこと。

ウ 広告告示第4条第5号関係

「当該病院又は診療所における第1条第1号の医療従事者以外の従業者の氏名、年齢、性別、役職及び略歴」については、医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者以外の従業員の氏名、年齢、役職又は略歴の広告を可能とするものである。

役職については、「事務長」又は「主任」等の当該病院又は診療所における役職を意味するものであること。

また、略歴については、経歴を簡略に示すものとして、生年月日、出身校、学位、免許取得日、勤務実績等について、一連の履歴を総合的に記載したものを想定したものであること。

エ 広告告示第4条第6号関係

「健康診査の実施」については、医師等が診断・治療を目的とした通常の診療とは別に、その有する医学的知識を用いて健康診査を行うことを意味するものであり、また、実施する健康診査の種類を併せて示しても差し支えないものであること。

「乳幼児健診」、「胃がん検診」、「肝炎ウイルス検診」等、対象者や部位を付記することも差し支えないものであること。「人間ドック」という表現や通常要する期間を併せて示すこと（例：「一日総合健康診査」、「半日人間ドック」等）も広告して差し支えないこと。

ただし、広告可能な健康診査については、感染症予防法、労働安全衛生法（昭和47年法律第57号）等に基づく健康診断、高齢者の医療の確保に関する法律に基づく医療等以外の保健事業としての健康診査、保険者からの委託に基づく健康診断等の公的な健康診査としても実施されているものとし、「遺伝子検査」、「アンチエイジングドック」等、現時点で医学的・社

項として、費用の内訳の明細に関する事項を示すことも差し支えないこと。

- ② 入院患者に対して当該医療機関が提供するサービス（医療の内容に関するものを除く。）及びそれらに要する費用
貸しテレビの一時当たり当たりの値段、インターネットへの接続環境やその費用等を広告可能であること。
- ③ 対応することができる言語
手話又は点字を含む対応可能な言語について、広告し得るものであること。また、当該言語による対応が可能な時間帯、診療科名（広告が可能な診療科名に限る。）等を併記することは差し支えないこと。
- ④ 当該医療機関の施設内に設置された店舗等
病院又は診療所内の売店、食堂、花屋、喫茶店、床屋、一時保育所等について、これらの種別及びその名称を広告しても差し支えないこと。ただし、当該医療機関の外部にあるものは広告してはならないこと。
- ⑤ 駐車設備に関する事項
駐車設備の有無、駐車設備の位置、収容可能台数及び利用に当たって料金を徴収している場合には当該駐車料金等について広告可能であること。
- ⑥ 送迎サービス
最寄りの鉄道の駅等からの送迎サービスについて、送迎先の駅名、時間等を広告可能であること。
- ⑦ 携帯電話の使用に関する事項
病院又は医療機関内での携帯電話の使用について、使用可能な場所や時間帯等について広告可能であること。
- ⑧ 通訳の配置
手話を含めた通訳の配置に関することを対応時間や費用を含めて広告可能であること。

コ 広告告示第4条第12号関係

「厚生労働大臣が指定する病院の病棟における療養に要する費用の額の算定方法（平成20年厚生労働省告示第93号）に基づく機能評価係数Ⅱにおいて公表した場合に評価される病院情報」については、厚生労働省保険局医療課が定める条件等に従って集計した事項を同課が定める手順に従う場合に限り広告可能であること。

サ 広告告示第4条第13号関係

「開設者に関する事項」については、開設者の氏名又は名称を広告可能であり、開設者（法人の場合には法人の理事長に限る。）の経歴についても、簡潔に示すものとして、生年月日、出身校、学位、職歴を一連の履歴として総合的に記載する場合には、広告して差し支えないこと。

シ 広告告示第4条第14号関係

「外部監査を受けている旨」については、公認会計士又は監査法人の監査を受けていることを広告しても差し支えないこと。なお、広告する場合は、当該監査を受けた年月を併記すること。

ス 広告告示第4条第15号関係

「公益財団法人日本医療機能評価機構が行う医療機能評価の結果（個別の審査項目に係るものを含む。）」については、公益財団法人日本医療機能評価機構（以下「評価機構」という。）が行う審査を受けた結果だけでなく、個別具体的な審査項目の結果についても広告しても差し支えないこと。ただし、各医療機関による自己評価調査の項目については、評価機構による評価を受けていないので、広告は認められないこと。

セ 広告告示第4条第16号関係

「公益財団法人日本医療機能評価機構が定める産科医療補償制度標準補償約款と同一の産科医療補償約款に基づく補償を実施している旨」については、評価機構を運営組織とする産科医療補償制度に加入していること、当該制度に基づく補償を実施していることを広告可能にす

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等である場合にも、芸能人等が患者等である旨は、広告できない事項であるので、認められないものとして取り扱うこと（第3参照）。

第5 広告可能事項の限定解除の要件等

1 基本的な考え方

法第6条の5第3項の規定により、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、患者等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、省令第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。）。なお、こうした広告可能事項以外の事項についても、法第6条の5第2項及び省令第1条の9に定める広告の内容及び方法の基準に適合するとともに、その内容が虚偽にわたってはならない。

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及び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
- 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こと

①は、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、患者等の求めに応じて送付するパンフレット等が該当しうるものであること。

なお、インターネット上のバナー広告、あるいは検索サイト上で、例えば「癌治療」を検索文字として検索した際に、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として上位に表示される状態にしたものなどは、①を満たさないものであること。

②は、表示される情報の内容について、問い合わせ先が記載されていること等により、容易に照会が可能であり、それにより患者等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を指す。

なお、問い合わせ先とは、電話番号、Eメールアドレス等をいう。

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患者等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、患者等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こと。

また、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ないこと。

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うことができないおそれがあるため、

治療の方法等を広告する際には、医療行為として医薬品等を使用又は処方する旨であれば、医薬品医療機器等法上の広告規制の対象とはならないが、販売又は無償での授与をする旨が記載された広告であれば、医薬品医療機器等法上の広告規制も受けることとなる。

健康増進法においては、「何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（次条第三項において「健康保持増進効果等」という。）について、著しく事実と相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。」（健康増進法第31条第1項）と規定されている。

これらの広告に関する規定は、重疊的に適用され得るものであるので、法第6条の5の規定に違反し、又は違反が疑われる広告等が同時に、関係法令に違反していることが疑われる場合については、違反が疑われる法令の主管課室がそれぞれ連携しながら指導・処分等を行うなど、所要の取組を効果的に行われたい。その際、違反事例に対して、一部の法令のみによる処分とするか、それぞれの法令で処分するかは、事例に応じて考えるべきであるが、他法令に違反するとの理由や他法令に基づく処分を受けるとの理由で、法の広告違反が免責されることはない。他法令にも抵触する広告である場合にも、法又は本指針による必要な指導等を適切に実施されたい。

4 広告指導の体制及び手順

医療広告に対する指導等の措置は、各都道府県、保健所設置市又は特別区において、個別の事例に応じてその実状を踏まえつつ、効果的かつ柔軟に対応すべきものであるが、医療に関する法律及び病院、診療所又は助産所の管理について相当の知識が求められることから、医療監視員の知見を活用して、適切な体制を作る必要がある。

(1) 広告内容の確認

本指針を参考に、医療広告として認められるものであるか等を判断することになるが、広告可能な事項に含まれる表現であるかどうか、あるいは、虚偽・誇大広告等に該当するかどうか等は、常に明確であるとは限らず、実効性のある指導等を行うことは必ずしも容易ではないと考えられる。このため、違法性が疑われる広告等に対する相談や指導に当たっては、

- ① まずは、各都道府県等において、法や本指針に抵触しないか否かを確認し、違反していると判断できる広告については、広告を行う者に対して必要な指導等を行う、
- ② 都道府県等において、広告に該当するか判断できない情報物や違反しているかどうか判別できない広告については、その内容について、別添2の様式により、都道府県等の職員から厚生労働省医政局総務課あてにファクシミリ等によって照会するという手順を採ること。

また、法又は本指針に違反していると判断できる広告について、広告を行う者（法人の場合は、主たる事務所）の所在地が自らの管下の地域にない場合については、必要があると認める場合は、管内の事業所等に対する立入検査等必要な調査を行った上で、当該広告物及び入手できた広告の内容の根拠に関する資料等を添えて、広告を行う者が存在する地域を所轄する都道府県、保健所設置市又は特別区あてに速やかに報告すること。広告を行う者の所在が不明である場合や海外の事業者等である場合には、厚生労働省医政局総務課あてに報告すること。

(2) 広告違反の指導及び措置

以下に参考として、広告違反の指導及び措置について具体的に記載するが、各都道府県等が個別の事例に応じて、効果的かつ柔軟に対応すべきものであり、以下のような手順に限定されるものではないこと。

ア 調査及び行政指導

法又は本指針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を行うこと。

任意の調査又はイに示した報告命令若しくは立入検査により、法又は本指針に違反することを確認した場合、あるいは、明らかに法又は本指針に違反する広告を発見した場合には、当該

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、その代表者あてとすること。

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を事例に応じて対象とすること。

(4) 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、患者等に対して当該違反広告に対する注意喚起を行うこと。

第7 助産師の業務又は助産所に関する広告について

法第6条の7の規定により、助産師の業務又は助産所に関しても、広告は限定的に制限してきたところであるが、医療広告と同様に、妊産婦等に対して、必要な情報が正確に提供され、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。

法第6条の7第3項各号又は広告告示第5条各号若しくは第6条各号に定められた事項については、助産師の業務又は助産所に関する広告が可能であり、また、医療広告と同様の考えにより虚偽広告等については、広告が禁止されている。

さらに、第5の医療広告と同様の考えにより、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は広告可能事項の記載限定を解除できる。

助産師の業務又は助産所に関する広告として広告可能な事項は、それぞれ医療広告の事項に準じているものであり、その取扱いについては、本指針第4の該当箇所を参照いただき、禁止される事項や指導等に関しては、第3及び第6を準用されたい。

なお、分娩の介助や保健指導等の実施の項目として、その費用、実施日時、出産育児一時金受領委任払いの説明等についても広告可能であること。

(別添2)

医療法第6条の5の規定違反が疑われる広告等について（照会）

厚生労働省医政局総務課あて
(FAX 03-3501-2048)

都道府県等名

広告等の対象となった 医師等の氏名又は医療 機関の名称、所在地	名 称： 所在地：
広告等の発見時期	年 月 日
広告等の発見経緯	
広告等を行った者	名 称： 住 所： 連絡先： その他：（広告等の対象となった者との関係等）
広告等の主な内容	
違反が疑われる事項	
広告等の対象者や広告 実施者への調査状況	広告対象者：有・無 広告実施者：有・無
調査した内容及び指導 状況	
厚生労働省に確認した い事項	
担当者名及び連絡先	担当者名 TEL 、所属部署名 、FAX
その他	

※照会する広告又は疑いのある情報物の写しや写真等、入手できた広告等の内容の根拠に
関する資料を添付すること。

※FAXによる照会を原則とするが、映像や音声による広告等や送付する量が多い場合には、
郵送やEメールによる照会について医政局総務課の担当者に相談すること。