

医療機関のウェブサイト(HP)で禁止された主な項目と例

禁止項目とその内容	具体的な表現・例	理由・注意点等
● 広告可能とされていない事項 (※2)		
広告可能事項(※1) 以外の事項	「専門外来」 死亡率・術後生存率 未承認機器 治療の効果 一部の自由診療の治療、検査の方法	広告可能と定められたものではない
● 虚偽広告		
内容が虚偽	「絶対安全」「必ず成功」 「一日で全て終了」(治療後の処置等がある場合) 加工・修正した術前術後の写真	医学上あり得ない 治療後の処置等を記載していない 効果があるように誤認させる
● 比較優良広告		
他施設と比較し 優位性・優秀性を示す	「国内最高峰の〇〇治療」 「シェアNo.1」など最上級表現 「どこでも受けられる治療ではありません」 「著名人〇〇さんが通う」等	著しく誤認を与える大げさな表現は 事実であっても不可
● 誇大広告		
事実を不当に誇張	チャンピオン症例 「知事の許可を取得した病院」 「〇〇センター」 活動実態のない〇〇学会、 〇〇協会「認定医」「認定施設」	成功例だけを誇張 医療機関は全て知事の許可を得て開設するの が当たり前 法令・国が定めた事業、または自治体等から地 域での中核的役割と認められる施設のみ可 例:救命救急センター、休日夜間急患センター 厚生労働省に届け出のなされた団体の認定の み(※3)
● 体験談		
治療内容・効果に関す る患者の体験談	「多くの患者様から喜びの声」 患者からの治療効果に関する感謝の言葉の 引用 (「●●病が治りました！」等)	客観性に欠ける一方で大きな影響力を持つ
● ビフォーアフター写真等		
治療前又は治療後の写 真等	治療内容・効果に誤った期待を抱かせる手術 前の写真や手術後の写真	治療前の写真単体や、治療後の写真単体でも 原則として不可 但し、治療内容、費用、治療のリスク、副作用等 の詳細な説明が付された場合には可
● 公序良俗に反するもの		
● その他		
品位を損ねる	「〇〇キャンペーン」 「〇〇プレゼント」「セット割」など	費用の強調・医療内容と直接関係ない
他の法令・ガイドライン に抵触	・医薬品医療機器等法 ・健康増進法 ・景表法 ・不正競争防止法	

(厚生労働省「医療広告ガイドライン」関連資料よりエイジングスタイル編集部 抜粋・作成)

※1: 医療機関の広告可能事項

病院又は診療所の名称、電話番号及び所在地、診療科名、診療日、診療時間等の13項目(医療法第6条の5第1項及び「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)」(広告告示))

※2: 以下の要件を満たすウェブサイト等では、広告可能事項の限定は解除される。

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

※3: 活動実態のない学会等の団体の記載は誇大広告とされる。なお、活動実態のある学会等の団体による認定も、広告可能事項とされているのは法所定の基準に適合するものとして厚生労働省に届け出た団体によるもののみ。