

「その広告、法に触れていませんか？」～広告規制の解説～

作成：弁護士 三谷 淳

1 どこまでセーフ？どこからアウト？ ～広告規制の内容～

- (1) 広告できること
 - ・以前より広告可能な事項
 - ・今回の改正により広告可能になった事項
- (2) 広告が禁止されること
 - ・以前より広告が禁止されている事項
 - ・今回の改正により広告禁止になった事項

2 ホームページって広告じゃないの？ ～規制を受ける「広告」の定義～

- (1) 広告の定義
 - ①誘因性（患者等の受診を誘因すること）
 - ②認知性（一般人が閲覧可能なこと）
 - ③特定性（医業もしくは歯科医業を提供する者、病院・診療所が特定可能であること）
- (2) 広告にあたるもの
 - ・看板、チラシ、パンフレット、ダイレクトメール、電車やタクシー内の広告、駅構内の看板、放送媒体によるCM、FAX
 - ・不特定多数の者への説明会、相談会において使用するスライド、ビデオ、口頭による説明
 - ・看板に設置したビラ（院内のパンフレットと同視できない）
- (3) 広告にあたらないもの
院内掲示・院内で配布するパンフレット、学術論文、学術発表
- (4) ホームページ
情報を得ようとするものがURLを入力したり、検索サイトで検索した上で閲覧するもので広告にあたらない
- (5) バナー広告、検索連動型広告（オーバーチュア、アドワーズ）
広告にあたる
従って、文言に注意

(6) Eメール、メルマガ

広告にあたる。

ただし、申し出に応じて送信するメルマガは広告でない。

3 広告にあたらないければ、何をやっても良いの？ ～医療法以外の法規制～

(1) 広報ガイドラインとの関係

各都道府県で、広報ガイドラインを作成している

- ・ 研究論文を引用する場合は出典等を明示
- ・ 複数の学説がある場合は、その旨を明示
- ・ 診療実績を広報する場合は、根拠の明示
- ・ 広報内容に関して質問や苦情がある場合の問い合わせ先の明示

(2) 著作権法との関係

①著作物をホームページに掲載することは、著作権上の複製権を侵害する

- ・ 文章の他、写真（画像）、イラスト、地図にも、著作権がある
- ・ 新聞、雑誌記事
- ・ アイコン等

②著作権者の許諾があれば問題ないが、包括的な同意がある場合も良いであろう

③引用についての誤解 →出典を明記すれば良いわけではない

※ 商用上のホームページのほとんどでは、難しい。

※ 引用の要件を欠くと、複製や翻案となり、著作権侵害となる。

④リンクについて

→他のホームページを第三者に紹介し、かつそのホームページへの接続を容易にするだけの行為で、著作権侵害にはあたらない。

(3) 個人情報保護法との関係

①個人の特性がされなければ原則 OK

②肖像権との関係も要注意

③患者による同意の要否

www.mitani-law.com

三谷総合法律事務所

〒231-0005

横浜市中区本町2丁目15番 横浜大同生命ビル2階

電 話 045(309)5010

FAX 045(309)5005

E-mail mitani@mitani-law.com

広告可能なこと

以前より広告可能な事項	改正により広告可能になった事項	
①医師または歯科医師である旨		
②診療科名		
③病院・診療所名、電話番号、所在場所	③管理者の氏名	住所、地図、案内図
④診療日、診療時間	④予約診療実施の有無	予約受付時間や予約を受け付ける電話番号、ホームページのURL、Eメールアドレスなどを表示しても差し支えない
	⑤指定病院であること	
⑥入院設備の有無	⑥病床種別ごとの数、医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の従業者の数その他病院の施設、設備、従業者に関する事項	施設の概要＝敷地面積、床面積、階層数、エレベーター数、免震構造や耐震構造である旨、工法、竣工日、病棟配置図、院内案内図、敷地内の写真、建物の外観、内装の写真や映像
⑦従事する医師、歯科医師	⑦従事する薬剤師、看護師、その他の従事者の氏名、年齢、性別、役職、略歴その他厚生労働大臣が定めるもの	専門医 ○○学会認定○○認定医「厚生労働省認定○○認定医」は虚偽広告。単に「○○専門医」も誇大広告にあたる
	⑧患者・家族からの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病院の管理、運営に関する事項	①電子カルテの導入の有無 ②セカンドオピニオンの実施、その費用や予約の受付に関すること ③症例検討会を開催していること ④医療の安全を確保するための措置は、安全管理のための指針の整備、安全管理のための医療事故等の院内報告制度の整備、安全管理のための委員会の開催、安全管理のための職員研修の開催等をいい、「医療の安全を保障します」「最善の安全管理体制」は、客観的な事実でなく認められない。 ⑤個人情報の保護ポリシー、個人情報の保護に関する従業者に対する教育訓練の実施状況、漏洩防止のためのソフトウェア導入 ⑥平均待ち時間
⑨紹介することができる他の病院、診療所	⑨保健医療サービス、福祉サービスを提供する者との連携に関する事項	紹介率・逆紹介率も広告可能
⑩カルテ等の記録にかかる情報の提供、交付その他医療に関する情報の提供に関する事項		ホームページアドレス、電子メールアドレス、QRコード
	⑪提供する医療の内容(検査、手術その他の治療方法)厚生労働大臣が定めるものに限る	保険の対象とならない治療方法(自由診療)のうち、薬事法に基づく承認・認証を受けた医薬公的医療保険が適用されないことを明示(「全額自己負担」「保険証は使えません」「自由診療」等)
	⑫患者の平均的な入院人数、平均的な外来患者または入院患者の数その他医療の提供の結果に関する事項であって、厚生労働大臣が定めるもの	手術の件数 患者の数 治療結果に関する分析を行っている旨及び分析の結果を提供している旨 セカンドオピニオン実績 患者満足度調査を実施している旨及び調査結果を提供している旨(調査結果は広告不可)
	⑬その他厚生労働大臣が定める事項	クレジットカードの使用の可否、分割払いの可否、対応可能な言語や手話、駐車設備、送迎サービス、携帯電話の使用に関する事項等

広告が禁止されること

医療法により、広告可能とされていない事項	専門外来	医療機能情報提供制度において報告が義務づけられた事項についてのみ広告可能
虚偽広告	死亡率、術後生存率	
	未承認医療品による治療	
	治療効果	
	患者の感想	
	医療機関内で販売する健康用品の広告 雑誌や新聞で紹介された旨の記載	
比較広告	絶対安全な手術です	医学上あり得ず虚偽
	厚生労働省の認可した専門医	厚生労働省は専門医を認定しない。
	〇〇の治療では日本有数の実績を有する病院です	
誇大広告	最高の医療を広く国民に提供します	
	県内一の医師数を誇ります	
	著名人も当院で治療	事実でも広告できない
	知事の許可を取得	知事の許可は当然であり、ことさら強調することは誤解を生じさせる
容観的事実であることを証明できな	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できない。また、回復を保障すると誤認を与えるおそれがある
	ICU完備	常に利用可能であると誤認を与えるおそれあり
	「〇〇専門医」	認定機関の明示が必要
	患者の体験談	患者の主観であり、客観的な事実ではない
	理想的な医療環境です	
公序良俗に反する内容の広告 品位を損ねる内容の広告	比較的安全な手術です	
	伝聞、科学的根拠に乏しい情報	
	医療の安全を保障します	
	最善の安全管理体制	
	わいせつ・残虐な画像等	※省令1条の9第4号
今なら〇円でキャンペーン実施中！		※ガイドラインによる禁止

医療法により禁止される事項

医療法により禁止される事項