

関 係 各 位

平成 19 年 8 月末日

(株)京阪神エルマガジン社 広告部

医療関係及び医療関係書籍・ビデオ・CD-ROM 等の広告について

前略 平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、本年 4 月 1 日より改正医療法が施行され、医療広告の規制が緩和されております。それに伴い、現在弊社媒体で掲載させていただいております医療広告（美容整形外科クリニックの書籍・ビデオ・CD-ROM 広告の体裁をとった原稿）の多くが、新規制に抵触することが確認されました。

改正医療法に基づく広告規制は、当該医療機関だけでなく、広告会社、媒体社も対象となり、弊社としましても法令遵守の立場から、改正医療法の規制に沿った広告に切り替えるよう、お願いをすることとなりました。

新規制の詳細につきましては、「医療広告ガイドライン」（平成 19 年 3 月 30 日、厚生労働省医政局長通知）をご参照いただき、改正医療法を遵守した原稿を作成し、お送りくださいますよう、お願い致します。

なお、新原稿への切り替えにつきましては、本年 11 月発売以降の全雑誌において適用させていただきます。

以上、ご理解ご協力のほど宜しくお願い申し上げます。

草々

※関連資料として、日本雑誌広告協会倫理委員会で配布された「医療機関の広告規制緩和についての要点」を添付いたしますのでご参照ください。また、3 月 30 日付厚生労働省「医療広告ガイドライン」につきましては、日本雑誌広告協会事務局倫理委員会担当へお問い合わせください。

平成19年4月1日に広告規制見直しを盛り込んだ改正医療法が施行されたが、これに伴い、厚生労働省医政局長より、医療広告ガイドライン（略称）が示された。改正医療法の全般にわたる詳細については、このガイドラインを参照すること。ここでは、実際の広告で対処する必要があると考えられる事項を選択的に抽出した。

<掲載可能な事項>

- ◇ 当該医療機関の写真、院長や医師の写真。
- ◇ 新聞が特集した治療法の記事の引用（基準の範囲内）。
- ◇ ○○学会認定専門医（厚生労働省認定専門医は不可）。
- ◇ 保険診療に関する検査、手術、その他の治療方法。
- ◇ 保険診療でない美容医療については、公的医療保険が適用されない旨、及び標準的な費用を併記する場合に限って（必須）、検査、手術、その他の治療法を広告できる。
- ◇ 手術等の平均的な時間や回数。
- ◇ 病人や症状の写真、治療中の写真やイラスト（生々しいものは不可）。
- ◇ 手術の件数、入院日数、患者数（基準内のものに限定。期間を表記）等。
- ◇ 商品名を特定せずに医薬品、医療機器を使用すること（薬事法未承認のものは不可）。
- ◇ 芸能人や著名人による広告可能な事項についての説明（患者である旨は不可）。

<掲載できない事項>

- ◇ 薬事法未承認の医薬品や医療機器による治療。
- ◇ 診療科名として認められているもの以外の名称（アンチエイジングクリニック等）。
- ◇ 病人回復の写真や術前術後を表す写真。
- ◇ 当該医療機関や医師が新聞や雑誌で紹介された旨。
- ◇ 専門家の談話の引用。
- ◇ 治療効果に関することや比較・誇大広告に該当する URL や E メールアドレス。
(例) www.gannkieru.ne.jp、no1hospi@xxx.or.jp
- ◇ 治療効果に関する具体的表現、安全性（の保障）に関すること。
- ◇ 医薬品又は医療機器の販売名（型式番号を含む）。
- ◇ 固有名詞による「○○式手術（治療法）」「○○オリジナルメニュー」等。独自の治療法。
- ◇ 検査、手術、その他の治療法に関して、正確性、客観性を伴わない表現（「美しくなる」「若返る」等は不可。「腫れない」「痛くない」「傷跡が残らない」等は、従来通り虚偽的表現とみなされる）。
- ◇ 一般人が理解しがたい内容や治療法の表現。意味不明な表現。
- ◇ 専門外来、死亡率、術後生存率。
- ◇ 他の医療機関と比較して優良である旨。
- ◇ 美容外科の自由診療の際の費用に関して、誤認を与える誇大表記。キャンペーン。
- ◇ 患者の体験談等、客観的事実と証明できない事項。
- ◇ ふざけたもの、ドタバタ的な表現など、品位を損ねる内容。

<書籍・ビデオ等の広告について>

- ◇ 「①患者の受診等を誘引する意図があること（誘因性）」「②医業若しくは歯科医業を提供する者の氏名若しくは名称又は病院若しくは診療所の名称が特定可能であること（特定性）」「③一般人が認知できる状態にあること（認知性）」の3要件を満たすものは広告に該当するとされている。
- ◇ 「治療法等を紹介する書籍や冊子等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、電話番号やホームページアドレスが記載されていることで、一般人が容易に特定の病院等を認知できる」等のような場合には、実質的に上記に掲げた①～③の要件を全て満たすものとして、広告に該当するとされている。
- ◇ 従来の書籍・ビデオ等の広告において、商品である書籍・ビデオ等は、ほとんど全てが広告に該当すると考えられる。その上で、改正医療法で掲載できない事項が含まれているものは違反広告とみなされて、行政指導や行政処分の対象になり得る。
- ◇ そのような書籍・ビデオ等の広告することは、違反広告とみなされて行政指導や行政処分の対象になり得るので不可である（広告中にクリニック名を入れなくても）。ただし、広告の3要件が無い書籍・ビデオの広告をすることは、医療広告とみなされず、規制の対象外となる。

<相談所等の広告について>

- ◇ 医療に関わることを広告し、医療機関と結びついて誘引する相談所等は、医療機関と同様のものと判断され、改正医療法の医療広告ガイドラインが適用される（行政見解）。

<広告規制の対象範囲>

- ◇ 「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は、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も次に掲げる事項を除くほか、これを広告してはならない」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、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……とされている。また、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は、依頼を受けて広告依頼者の責任により作成または作成された広告を掲載、放送等するにあたっては、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に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……とされている。
- ◇ 広告違反の指導及び措置として、必要な場合には、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局等の医師等又は医療機関以外の広告を作成した者や広告を掲載した者に対しても任意での調査や指導を行うこと……とされている。違反については、行政指導⇒報告命令又は立ち入り検査⇒中止命令又は是正命令⇒告発（罰則有り）⇒行政処分（開設許可の取り消し又は期間を設けての閉鎖命令）の対象となり、事例が公表される。命令等の対象者は、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局等の場合には、その代表者とされている。

社団法人 日本雑誌広告協会

倫理委員会