

日本産科婦人科内視鏡学会会員の皆様へ

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）が改正され、平成30年6月1日から施行されます。

従来医療に関する広告は医療法により制限されていましたが、今後は法改正に伴い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なります。これまで広報活動として行ってきたことが規制の対象となり得ることにご留意下さい。以下にガイドラインの一部を抜粋致しますのでご参考にしてください。

規制の対象となる広告の定義

規制の対象となる医療に関する広告の該当性については、次の①患者の受診等を誘引する意図があること（誘引性）及び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）のいずれの要件も満たす場合と判断する。他、実質的に広告と判断されるもの、暗示的に間接的な表現も規制の対象となります。

広告の規制対象となる媒体

チラシ、パンフレット、ポスター、看板、ネオンサイン、アドバルーン、新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備による放送を含む。）、映写又は電光によるもの、情報処理の用に供する機器によるもの（Eメール、インターネット上の広告等）、不特定多数の者への説明会、相談会、キャッチセールス等において使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

禁止の対象となる広告の内容

（1） 広告が可能とされていない事項の広告

【具体例】 ・ 専門外来・ 死亡率、術後生存率等・ 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

（2） 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）

【具体例】 ・ 絶対安全な手術です！ ・ 加工・修正した術前術後の写真等の掲載

（3） 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）

【具体例】 ・ XX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。

（4） 誇大な広告（誇大広告）

【具体例】 ・ 活動実態のない団体による認定医と書くこと ・ 「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） ・ 客観性に乏しい内容で「〇〇手

術は効果が高く、おすすめです」などと記載すること。

- (5) 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
- (6) 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

【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

- (7) 公序良俗に反する内容の広告

その他にも医療広告ガイドラインには、広告に該当する媒体の具体例、禁止の対象となる広告の内容について詳細な記載がございます。ガイドラインの内容について十分にご確認いただき、法令を遵守していただきますようお願い致します。

日本産科婦人科内視鏡学会認定腹腔鏡（子宮鏡）技術認定医の広告について

当学会が認定する『日本産科婦人科内視鏡学会認定腹腔鏡（子宮鏡）技術認定医』につきましては現時点で広告できる専門性資格に該当しないため、「専門性資格認定団体に係る基準該当届」を厚生労働省に提出する準備を進めております。承認後の広告媒体への表記は上記に統一されます。正確な名称表記の周知徹底を図られますよう御協力を宜しくお願い致します。

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）

<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10800000-Iseikyoku/0000205362.pdf>

2018年5月31日

日本産科婦人科内視鏡学会 理事長 竹下俊行

庶務委員会 委員長 塩田 充