日医発第 2136 号（地域）
令 和 7 年 3 月 14 日

都道府県医師会　担当理事殿

公益社団法人日本医師会
常任理事　黒 瀬　巌
（公印省略）

「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）に関するＱ＆Ａについて」の改訂及び医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第５版）について

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

今般、厚生労働省医政局総務課より各都道府県等衛生主管部（局）等に標記２件の事務連絡が発出されるとともに、本会に対しても周知方依頼がありました。

医療広告ガイドラインに関するＱ＆Ａについては、「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）に関するＱ＆Ａについて」（平成 30 年 8 月 22 日付け（地 166））によって、また、「医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書について」（令和 3 年 8 月 2 日付け（地 217））において、医療に関する広告規制への関係者の理解を深めるためにわかりやすく解説した事例解説書の作成が示されており、どちらもこれまでに数回改訂等されております。

本件は、その医療広告ガイドラインに関するＱ＆Ａの改訂及び、事例解説書の第５版が作成されたことについて周知を依頼するものです。本事例解説書の具体的な更新点については、別紙に加え、以下厚生労働省ホームページよりご参照いただき、目次をご確認ください。

（URL　：https://www.mhlw.go.jp/content/001439423.pdf）

つきましては、貴会におかれましても、本件についてご了知いただくとともに、貴会管下関係機関への周知方につきご高配のほどよろしくお願い申し上げます。

以上

事　務　連　絡
令和７年３月 11 日

公益社団法人　日本医師会　御中

厚生労働省医政局総務課

「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）に関するＱ＆Ａについて」の改訂について

標記について、別添のとおり、各都道府県、保健所設置市及び特別区衛生主管部（局）あてに事務連絡を発出いたしましたので、御了知いただくとともに、貴会会員等に周知をお願いいたします。

事　務　連　絡
令和７年３月 11 日

各（都道府県／保健所設置市／特別区）衛生主管部（局）御中

厚生労働省医政局総務課

「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）に関するＱ＆Ａについて」の改訂について

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等に関する指針（医療広告ガイドライン）に関するＱ＆Ａについては、「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）に関するＱ＆Ａについて」（平成 30 年８月 10 日付け厚生労働省医政局総務課事務連絡）によりお示ししたところですが、今般、別添のとおり改訂いたしましたので、御了知いただくとともに、貴管下の病院、診療所及び助産所並びに関係団体等に周知方よろしくお取り計らい願います。

医療広告ガイドラインに関するＱ＆Ａ

平成３０年８月作成

○　本Ｑ＆Ａについて

近年、美容医療サービスに関する情報提供を契機として、消費者トラブルが発生していること等を踏まえ、平成 29 年の通常国会で医療に関する広告規制の見直しを含む医療法等改正法が成立し、平成 30 年 6 月１日に施行されました。

今般の医療法改正により、広告規制の対象範囲が単なる「広告」から「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」へと変更され、ウェブサイトによる情報提供も規制の対象となりました。ただし、医療を受けるものによる適切な医療の選択が阻害されるおそれが少ない場合には、広告可能事項の限定を解除できることとしています。

本Ｑ＆Ａについては、平成 30 年 5 月 8 日にお示しした医療広告ガイドラインに基づき、具体的な考え方の例を整理したものです。今後、必要に応じて追加・見直し等を行うこととしています。

○　目次

【１．医療広告ガイドライン第２部関係（広告の対象範囲）】.....3
【２．医療広告ガイドライン第３部関係（禁止される広告）】.....8
【３．医療広告ガイドライン第４部、第５部関係（広告可能な事項、限定解除）】.....14
【４．医療広告ガイドライン第６部関係（相談・指導等の方法）】.....22
【５．その他】.....23

○　改訂履歴

・平成 30 年　８月作成
・平成 30 年 10 月改訂
　Ｑ１－１８を追加
・令和　４年　３月改定
　Ｑ２－２１を削除（関連内容をＱ３－２８に追加）
　Ｑ３－５を改定
　Ｑ３－５－２を追加
　Ｑ３－６を追加
　Ｑ３－２７を追加
　Ｑ３－２８を追加
・令和　６年　３月改定
　Ｑ２－１３を削除（関連内容をガイドラインに追加）
　Ｑ３－５を改定
・令和　７年　３月改定

Ｑ３－２７を更新
Ｑ４－１を更新
Ｑ５－１を更新

【１．医療広告ガイドライン第２部関係（広告の対象範囲）】

Ｑ１－１　医療機関の広告をする際に、新聞や雑誌の記事を引用することは、可能でしょうか。(P.3)

Ａ１－１　当該記事等の引用部分に記載された内容が、医療法及び医療広告ガイドラインを遵守した内容であれば、医療機関の広告に新聞や雑誌の記事等を引用又は掲載することは可能です。

Ｑ１－２　医療機関の広告をする際に、新聞や雑誌の記事の引用として、例えば、雑誌に掲載されていた「日本が誇る５０病院の一覧」を、そのまま他の医療機関名も含めて掲載することは可能でしょうか。(P.3)

Ａ１－２　医療機関の広告に新聞や雑誌の記事等を引用又は掲載した場合、当該記事等の引用部分の記述は、医療法及び医療広告ガイドラインの適用を受けます。

なお、例示の雑誌に掲載されていた「日本が誇る５０病院の一覧」等については、他の医療機関名も含めてそのまま掲載したとしても、雑誌社等が評価した結果は、掲載されていない医療機関よりも優れた旨を示す比較優良広告になることから、原則、広告できません。

Ｑ１－３　「最新がん○○療法」、「○○治療最前線」といった書籍や冊子等は、広告規制の対象でしょうか。(P.3)

Ａ１－３　治療法等を紹介する書籍や冊子等の形態をとっていても、書籍等の内容が、特定の医療機関への誘引性が認められる場合（特定の医療機関のみ可能な治療法や、治療法を行う一部の医療機関のみが紹介されている場合等）には、広告に該当するため、医療法及び医療広告ガイドラインを遵守する必要があります。

Ｑ１－４　新聞や雑誌の「記事」は、通常は、患者の受診等を誘引する意図（誘引性）がないため、広告に該当しないとされていますが、広告に該当する「記事風広告」とはどのようなものでしょうか。(P.4)

Ａ１－４　新聞や雑誌等に掲載された治療方法等に関する記事であっても、医療機関が広告料等の費用を負担する等の便宜を図って記事の掲載を依頼し、患者等を誘引するような場合は、誘引性が認められ、いわゆる「記事風広告」として広告に該当します。

Ｑ１－５　雑誌の同一紙面上の掲載物のうち、上段が治療法等に関する記事で、下段が当該治療等を実施している医療機関の広告の場合、上段と下段は異なる掲載物であるとして、上段の記事は広告に該当しないのでしょうか。(P.4)

Ａ１－５　上段・下段に分離されているとの構成上の理由により、上段の記事が広告に該当しないとは判断できません。

例えば、当該医療機関が費用を負担する等の便宜を図って上段の記事の掲載を依頼することにより患者等を誘引するような場合は、上段の記事についても誘引性が認められ、いわゆる「記事風広告」として広告に該当します。

Ｑ１－６　キャッチコピーや院長等のあいさつ文は、広告可能でしょうか。

Ａ１－６　医療法や医療広告ガイドラインで認められた広告可能事項（「開院〇周年」等）や、通常医療に関する内容とは考えられないあいさつ文（「はじめまして」等）を使用したキャッチコピー等については、広告可能です。

（広告可能な例）

- 「休日・夜間でも来院下さい」
- 当院は、おかげさまで開院から２０年を迎えることができました。これからも、当院のスタッフ一同よろしくお願いします。（病院長：〇〇　〇〇）

Ｑ１－７　インターネット上のバナー広告の取り扱いは、法改正に伴って変わったのでしょうか。(P.2,32)

Ａ１－７　バナー広告に医療機関の名称が記載されているなど特定性がある場合は、広告に該当するため、医療法及び医療広告ガイドラインで認められた広告可能事項に限って、広告可能です。

なお、従前はバナー広告にリンクした医療機関のウェブサイトはバナー広告と一体的に取り扱うこととされていましたが、改正医療法施行後はバナー広告にリンクした医療機関のウェブサイトであっても、リンク先の医療機関のウェブサイトは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になりますので、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ１－８　広告のチラシ等に印刷されているＱＲコードを読み込むことで表示されるウェブサイト等は、広告規制の対象でしょうか。(P.2)

Ａ１－８　ＱＲコードを読み込むことで表示されるウェブサイト等は、インターネット上のウェブサイト等と同様に取り扱い、広告規制の対象です。

ただし、当該医療機関等の情報を得ようとの目的を有する者が、当該ＱＲコードを読み込ませることで閲覧するものであり、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ１－９　複数の医療機関を検索し、医療機関の情報を提供する機能を備えたようなスマートフォンのアプリケーションから得られる情報は、広告規制の対象でしょうか。(P.2)

Ａ１－９　患者等が自らダウンロードする特定の医療機関のアプリケーションであれば、医療機関のウェブサイトと同じく、広告規制の対象です。

ただし、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と同様の取扱いになりますので、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ１－１０　広告規制の対象であるウェブサイトについて、特定の人のみが閲覧可能な場合は、広告規制の対象外でしょうか。(P.2,32)

Ａ１－１０　当該医療機関に係る情報取得を希望した者のみ閲覧可能な状態（一般人は閲覧不可）であっても、広告規制の対象です。

ただし、患者等が自ら求めて入手する情報を表示する媒体になりますので、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ１－１１　患者の希望により配布するメールマガジンやパンフレットは、広告規制の対象でしょうか。(P.2-4,32)

Ａ１－１１　患者の希望であってもメールマガジンやパンフレットは広告として取り扱われるため、広告規制の対象です。

ただし、患者等が自ら求めて入手する情報を表示する媒体になりますので、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ１－１２　フリーペーパーに掲載された医療機関等の広告も広告規制の対象でしょうか。(P.2-4)

Ａ１－１２　医療法及び医療広告ガイドラインによる広告規制の対象です。

Ｑ１－１３　病院の一部門の名称を「○○センター」（透析センター、リハビリセンター等）として院内に掲示することは可能でしょうか。(P.5)

Ａ１－１３　病院の院内掲示であれば、「透析センター」等と掲示することは可能です（広告については、Ｑ５－５参照）。

Ｑ１－１４　複数の医療機関を紹介するパンフレットを、各医療機関の院内で配布する場合、当該パンフレットは広告規制の対象でしょうか。(P.2)

Ａ１－１４　当該パンフレットに記載された内容が、「誘引性」及び「特定性」を有するものと判断される場合には、医療法及び医療広告ガイドラインによる広告規制の対象です。

Ｑ１－１５　法第４２条第１項各号（第３号を除く）に掲げる業務（以下「医療法人の附帯業務」）を専ら行うための施設について、当該施設を一般公開している場合、当該施設単独の広告は可能でしょうか。(P.2)

Ａ１－１５　医療機関の広告として医療法人の附帯業務について掲載するものではなく、当該附帯業務を専ら行うための施設単独の広告については、広告規制の対象外です。

なお、他法令の規制の適用を受けることがありますので、他法令及び関連ガイドラインを遵守する必要があります。

Ｑ１－１６　医療機関の敷地内において、医療に関係がなく、当該医療機関と関連性のないものとして区分され、患者の受診を誘引する意図が認められない事項について、単独で掲示することは可能でしょうか。(P.2)

Ａ１－１６　このような場合は、広告規制の対象外です。

なお、他法令の規制の適用を受けることがありますので、他法令及び関連ガイドラインを遵守する必要があります。

Ｑ１－１７　医療機関主催の患者や地域住民向け講演会についての広告は、広告規制の対象でしょうか。(P.2,4)

Ａ１－１７　地域住民の交流会や講演会等についての広告であって患者の受診を誘引すること等を意図していない広告は、広告規制の対象外です。

Ｑ１－１８　医療機関の検索が可能なウェブサイトに掲載された、治療等の内容又は効果に関する体験談は広告規制の対象でしょうか。(P.5,9)

Ａ１－１８　特定の医療機関の体験談に誘引性がある場合には、広告規制の対象となり、治療等の内容又は効果に関する体験談を掲載することはできません。

例えば、医療機関が患者やその家族に(有償・無償を問わず)肯定的な体験談の投稿を依頼した場合は、当該体験談には誘引性が生じます。

一方で、医療機関の検索が可能なウェブサイトに掲載された体験談が、医療機関からの影響を受けずに患者やその家族が行う推薦に留まる限りは、誘引性は生じません。

しかし、医療機関が患者やその家族に(有償・無償を問わず)肯定的な体験談の投稿を依頼していない場合であっても、例えば、当該ウェブサイトの運営者が、体験談の内容を改編したり、否定的な体験談を削除したり(当該体験談が名誉毀損等の不法行為に当たる場合を除く)、又は肯定的な体験談を優先的に上部に表示するなど体験談を医療機関の有利に編集している場合、それが医療機関からの依頼によって行われたものであるときには誘引性が生じます。また、仮に医療機関の依頼により行われたものではないとしても、事後的に医療機関がそのように編集されたウェブサイトの運営費を負担する場合には、当該編集された体験談に誘引性が生じると考えられます。

このように、特定の医療機関の体験談に誘引性が認められる場合は、治療等の内容又は効果に関する体験談を掲載することができません。

【２．医療広告ガイドライン第３部関係（禁止される広告）】

Ｑ２－１　「最新の治療法」や「最新の医療機器」などの表現は、広告可能でしょうか。(P.6,7)

Ａ２－１　「最新の治療法」や「最新の医療機器」であることが、医学的、社会的な常識の範囲で、事実と認められるものであれば、必ずしも禁止される表現ではありません。ただし、求められれば内容に係る裏付けとなる根拠を示し、客観的に実証できる必要があります。

登場してから何年までを最新と認めるか等の基準を示すことは困難ですが、より新しい治療法や医療機器が定着したと認められる時点においても、「最新」との表現を使用することは、虚偽広告や誇大広告に該当するおそれがあります。

また、より新しい治療法や医療機器が存在しない場合でも、十数年前のものである場合等、常識的な判断から「最新」との表現が不適切な場合があり、誇大広告等に該当するおそれがあります。

Ｑ２－２　「最先端の医療」や「最適の医療」などの表現は、広告可能でしょうか。(P.7)

Ａ２－２　「最先端」や「最適」の表現は、誇大広告に該当するため、広告できません。

Ｑ２－３　「最良の医療」や「最上の医療」などの表現は、広告可能でしょうか。(P.7)

Ａ２－３　「最良」や「最上」の表現は、他の病院又は診療所と比較して優良である旨の比較優良広告に該当するため、広告できません。

Ｑ２－４　美容医療等の自由診療において、「プチ～」といった短時間で行える、身体への負担が比較的少ない、費用も手軽である、といったような印象を与える表現は、広告可能でしょうか。(P.7)

Ａ２－４　提供する医療の内容等について、事実を不当に誇張した表現や、誤認させるおそれがある表現は、誇大広告に該当する可能性があります。

Ｑ２－５　費用を太字にしたり下線を引くなどして強調した表現は、広告可能でしょうか。(P.10)

Ａ２－５　医療広告ガイドラインにおいて、費用を強調した品位を損ねる内容の広告は、厳に慎むべきものとされておりますが、費用に関する事項は、患者にとって有益な情報の１つであり、費用について、分かりやすく太字で示したり、下線を引くことは、差し支えありません。

費用を前面に押し出した広告は、医療広告ガイドラインにおいて、品位を損ねるものとして、医療に関する広告として適切ではなく、厳に慎むべきとされています。

Ｑ２－６　「糖尿病外来」、「認知症外来」等の専門外来を設置している旨は、広告可能でしょうか。(P.11,13)

Ａ２－６　「〇〇外来」との表記については、広告が可能な診療科名と誤認を与える事項であり、広告できません。

ただし、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等については、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ２－７　「当診療所に来れば、どなたでも〇〇が受けられます」などと、必ず特定の治療を受けられるような表現は、広告可能でしょうか。(P.6)

Ａ２－７　本来、診察の結果、治療内容が決定されるものであり、あらかじめすべての患者が特定の治療を受けられるような誤解を与えるような表現は適当ではなく、そのような表現は虚偽広告に該当するため、広告できません。

Ｑ２－８　手術前のみ又は手術後のみの写真を用いて広告することは、可能でしょうか。(P.9)

Ａ２－８　手術の前後の写真と同様、手術前のみ又は手術後のみの写真についても、患者等を誤認させるおそれがある治療効果に関する表現に該当するため、広告できません。

Ｑ２－９　医療機関のウェブサイト上の口コミ情報は、広告規制の対象でしょうか。(P.9)

Ａ２－９　患者等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は、今回新たに規定された広告禁止事項です。特に、当該医療機関にとって便益を与えるような感想等を取捨選択し掲載するなどして強調することは、虚偽・誇大に当たるため、広告できません。（関連：Ｑ２－１０、Ｑ２－１１）

Ｑ２－１０　医療機関の口コミ情報ランキングサイトについては、広告規制の対象でしょうか。(P.9)

Ａ２－１０　ランキングサイトを装って、医療機関の口コミ（体験談）等に基づき、医療機関にランキングを付すなど、特定の医療機関を強調している場合は、比較優良広告に該当する可能性があり、広告できません。（関連：Ｑ２－９、Ｑ２－１１）

Ｑ２－１１　フェイスブックやツイッターといったＳＮＳで医療機関の治療等の内容又は効果に関する感想を述べた場合は、広告規制の対象でしょうか。(P.9)

Ａ２－１１　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、広告に該当しません。（関連：Ｑ２－９、Ｑ２－１０）

Ｑ２－１２　「無料相談」については、広告可能でしょうか。(P.28-29)

Ａ２－１２　無料で健康相談を実施している旨については広告可能です。

ただし、広告に際し、費用を強調した広告は品位を損ねるもので、医療に関する広告として適切ではなく、厳に慎むべきものです。

Ｑ２－１３　（削除）

Ｑ２－１４　当該効能・効果への承認がないものの、国内で他の効能・効果への承認はある医薬品、医療機器を用いた治療については、広告可能でしょうか。
(P.10,25-26,32-33)

Ａ２－１４　医薬品等について、当該効能・効果への承認がない適応外使用の場合、広告の取り扱いも未承認医薬品等と同様です。

Ｑ２－１５　医薬品、医療機器の販売名を用いた治療については、広告可能でしょうか。
(P.10,24-26,32-33)

Ａ２－１５　平成２９年９月２９日薬生発第４号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知の別紙「医薬品等適正広告基準」により、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告は行わないものとされていることに鑑み、医薬品又は医療機器の販売名については、広告できません。

ただし、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ２－１６　提供する医療の内容として、「２週間で９０%の患者で効果がみられます。」のような表現は、広告可能でしょうか。(P.27)

Ａ２－１６　治療の効果に関する表現は広告できません。治療効果については、個々の患者の状態等により当然にその結果は異なるものであり、効果について誤認を与えるおそれがあることから、広告できません。

Ｑ２－１７　治療効果に関する内容について、ウェブサイトでは、広告可能でしょうか。
(P.27)

Ａ２－１７　治療の効果に関する内容については、広告可能事項ではないため、広告できません。

なお、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能ですが、求められれば裏付けとなる根拠を示し、客観的に実証できる必要があります。

Ｑ２－１８　当該医療機関で提供できない医療機器の画像を用いて広告することは、可能でしょうか。例えば、ＭＲＩを使用（保有）していない医療機関において、権利関係のないＭＲＩのイメージ画像を用いて広告することは、可能でしょうか。(P.6)

Ａ２－１８　患者に当該医療機関がＭＲＩを使用（保有）しているという事実に相違する情報を与えることから、虚偽広告に該当し、イメージ画像は広告できません。

Ｑ２－１９　学会の認定する研修施設である旨は、広告可能でしょうか。(P.16-17)

Ａ２－１９　法令の規定に基づき一定の医療を担うものとして指定を受けたものには該当しないため、広告できません。

なお、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については、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ２－２０　医療従事者の略歴として、研修を受けた旨は、広告可能でしょうか。(P.19)

Ａ２－２０　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そうでないものとの判断が困難であることから、広告できません。

なお、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については、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

【３．医療広告ガイドライン第４部、第５部関係（広告可能な事項、限定解除)】

Ｑ３－１　平成 20 年 4 月からの制度改正により、新しく広告することが認められなくなった診療科名（例えば胃腸科、こう門科など）について、制度改正前(平成 20 年 3 月 31 日以前)から紙面や看板上に診療科名を広告していましたが、内容はそのままに広告掲載の契約を単に更新しようと考えています。この場合、新たに更新契約を締結することになりますが、引き続き広告可能でしょうか。(P.12-15)

Ａ３－１　平成 20 年 3 月 31 日以前から内容を変更することなく「更新のみを目的として契約」を行う場合は、広告の変更には該当しないため、引き続き広告することが可能です。

しかし、平成 20 年 4 月 1 日以後に新しい診療科名に変えるために、紙面、看板だけでなく、診療科名変更の届出も行った場合は、従前の診療科名を引き続き広告することはできず、新しい診療科名を広告することになります。（関連：Ｑ５－４）

Ｑ３－２　広告可能な診療科名として「耳鼻いんこう科」が認められていますが、「耳鼻咽喉科」と漢字での表記は可能でしょうか。(P.12)

Ａ３－２　可能です。

Ｑ３－３　麻酔科医が頻繁に入れ替わるような病院においては、麻酔科医の氏名を記載しなくても麻酔科を診療科名として広告可能でしょうか。(P.15)

Ａ３－３　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りません。

Ｑ３－４　診療科名として「総合診療科」は、広告可能でしょうか。(P.12-15)

Ａ３－４　「総合診療科」については、広告可能な診療科名ではないことから、広告できません。

ただし、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等、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

Ｑ３－５　医師等の専門性に関する資格名は、広告可能でしょうか。(P.19-22)

Ａ３－５　医師及び歯科医師については、一般社団法人日本専門医機構又は一般社団法人日本歯科専門医機構（以下「専門医機構」という。）が行う医師又は歯科医師の専門性に関する認定を受けた旨（ただし、専門医機構が認定を行う専門性のうち基本的な診療領域（医師については内科、小児科、皮膚科、精神科、外科、整形外科、産婦人科、眼科、耳鼻咽喉科、泌尿器科、脳神経外科、放射線科、麻酔科、病理、臨床検査、救急科、形成外科、リハビリテーション科、総合診療、歯科医師については、口腔外科、歯周病、歯科麻酔、小児歯科、歯科放射線、補綴歯科、矯正歯科及び歯科保存）に係るものに限る。）について広告可能です。

また、「広告可能な医師等の専門性に関する資格名等について」（平成 25 年 5 月 31 日付けの医政総発 0531 第 1 号医政局総務課長通知）において広告が可能となっている医師 58 団体 56 資格、歯科医師５団体５資格については、一定の場合（※）を除き、当分の間、改正前と同様に広告可能です。なお、広告に当たっては、「医師〇〇〇〇（日本専門医機構認定〇〇専門医）」、「医師〇〇〇〇（××学会認定××専門医）」のように、認定団体の名称を資格名とともに示す必要があります。

また、専門性の資格については、専門医機構及び各関係学術団体により認定されるものですので、例えば、「厚生労働省認定〇〇専門医」等の表記は虚偽広告に該当し、単に「〇〇専門医」との表記は誤解を与えるものとして誇大広告に該当するため、広告できません。

ただし、認定医や指導医などについて、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

※　専門医機構による認定を受けた医師又は歯科医師について広告する場合にあっては、当該医師又は歯科医師が専門医機構による認定を受けた専門性と同一の基本的な診療領域に該当する専門性について学会による認定を受けた旨を広告することはできません。

ただし、学会による認定を受けた旨について令和３年 10 月１日において現に広告しているときは、専門医機構による認定を受けた旨を広告するまでの間は、引き続き当分の間、学会による認定を受けた旨を広告することができます。（関連：Ｑ３－５－２、Ｑ３－６、Ｑ３－７、Ｑ３－２８）

Ｑ３－５－２　薬剤師等の専門性に関する資格名は、広告可能でしょうか。(P.21-22)

Ａ３－５－２　「広告可能な医師等の専門性に関する資格名等について」（平成 25 年５月 31 日付けの医政総発 0531 第１号医政局総務課長通知）において広告が可能となっている資格名等について広告可能です。なお、広告に当たっては、「薬剤師〇〇〇〇（〇〇学会認定〇〇専門薬剤師)」のように、認定団体の名称を資格名とともに示す必要があります。

また、専門性の資格については、各関係学術団体により認定されるものですので、例えば、「厚生労働省認定〇〇専門薬剤師」等の標記は虚偽広告に該当し、単に「〇〇専門薬剤師」との表記は誤解を与えるものとして誇大広告に該当するため、広告できません。

ただし、認定薬剤師や指導薬剤師などについて、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。（関連：Ｑ３－６、Ｑ３－７、Ｑ３－２８）

Ｑ３－６　令和３年 10 月１日以降に新たに学会に認定された専門医は、その旨を広告できないのでしょうか。(P.19-20)

Ａ３－６　「広告可能な医師等の専門性に関する資格名等について」（平成 25 年５月 31 日付けの医政総発 0531 第１号医政局総務課長通知）において広告が可能となっている医師 58 団体 56 資格、歯科医師５団体５資格については、令和３年 10 月１日以降に新たに学会より認定された者であっても、広告可能です。

ただし、専門医機構による認定を受けた医師又は歯科医師について広告する場合にあっては、当該医師又は歯科医師が専門医機構による認定を受けた専門性と同一の基本的な診療領域に該当する専門性について学会による認定を受けた旨を広告することはできません。（関連：Ｑ３－５、Ｑ３－５－２、Ｑ３－７、Ｑ３－２８）

Ｑ３－７　産業医である旨は、広告可能でしょうか。(P.19-20)

Ａ３－７　現時点において「広告可能な医師等の専門性に関する資格名等について」（平成 25 年 5 月 31 日付け医政総発 0531 第 1 号医政局総務課長通知）において記載されていないため、広告できません。

ただし、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

なお、研修を受けた旨や専門性に関する医療広告の取り扱いについては、今後、検討予定です。（関連：Ｑ３－５、Ｑ３－５－２、Ｑ３－６、Ｑ３－２８）

Ｑ３－８　いわゆる内覧会の実施に関する事項は、広告可能でしょうか。(P.22)

Ａ３－８　開院前の医療機関の住民向けの説明会（いわゆる内覧会）の実施に関する事項については、「病院又は診療所の管理又は運営に関する事項」として、広告可能です。

Ｑ３－９　歯科用インプラントによる自由診療については、広告可能でしょうか。(P.25-26)

Ａ３－９　我が国の医薬品医療機器等法上の医療機器として承認されたインプラントを使用する治療の場合には、「自由診療のうち医薬品医療機器等法の承認又は認証を得た医療機器を用いる検査、手術、その他の治療の方法」に該当し、公的医療保険が適用されない旨と治療に掛かる標準的な費用が併記されている場合に限って、広告可能です。

Ｑ３－１０　「健康診査の実施」として、「脳ドック」は、広告可能でしょうか。(P.28)

Ａ３－１０　いわゆる「脳ドック」として、無症候の人を対象にＭＲＩ、ＭＲＡによる画像検査を主検査とする一連の検査により、無症候あるいは未発症の脳および脳血管疾患あるいはその危険因子を発見し、それらの発症あるいは進行を防止することを目的とする検査については、広告可能です。

Ｑ３－１１　医療法施行規則に定める事故等分析事業（財団法人日本医療機能評価機構の実施する医療事故情報収集等事業）への参加施設である旨は、広告可能でしょうか。(P.30)

Ａ３－１１　広告可能です。

Ｑ３－１２　据え置き型医療機器等の機械器具の配置状況について広告する際に、メーカー名は、広告可能でしょうか。(P.10,25-56,32-33)

Ａ３－１２　広告可能です。

ただし、医薬品医療機器等法において、承認又は認証を得ていない医療機器については、その販売・授与等にかかる広告が禁じられている他、承認又は認証されている医療機器であっても、平成２９年９月２９日薬生発第４号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知の別紙「医薬品等適正広告基準」により、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告は行わないものとされていることに鑑み、医療機器が特定可能となる販売名や型式番号については、広告できません。（関連：Ｑ２－１５）

Ｑ３－１３　従業者の写真は、広告可能でしょうか。(P.11,18,19-22)

Ａ３－１３　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、文字だけでなく、写真、イラスト、映像、音声等による表現が可能です。

例えば、以下のような表現は、広告可能です。

・　従業者の人員配置として、病棟又は診療科の従業者の人数、配置状況として写真を掲載すること。
・　医療従事者に関する事項として広告可能な氏名、年齢、性別、役職及び略歴を写真とともに掲載すること。

Ｑ３－１４　診療風景等の写真は、広告可能でしょうか。(P.17-19,22,24)

Ａ３－１４　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、文字だけでなく、写真、イラスト、映像、音声等による表現が可能です。

例えば、以下のような広告は可能です。

・　医療機関の構造設備に関する事項として、病室、談話室の設備の写真、据え置き型医療機器の写真を掲載すること。
・　医療機関の管理又は運営に関する事項として、セカンドオピニオンの実施、症例検討会の実施等の写真を掲載すること。
・　医療機関において提供される医療の内容に関する事項として、検査、手術等を含む診療風景の写真を掲載すること。

なお、診療風景であっても、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を掲載することは、治療の効果に関する表現に該当するため、広告できません。

Ｑ３－１５　医療従事者の略歴として、学会の役員又は会員である旨は、広告可能でしょうか。また、医学博士である旨はどうでしょうか。(P.19)

Ａ３－１５　略歴として記載する事項は、社会的な評価を受けている客観的事実であってその正否について容易に確認できるものであることが必要です。

例えば、地域医師会等での役職、学会の役員である旨については、現任であれば広告は可能ですが、当該法人又は当該学会のウェブサイト上等でその活動内容や役員名簿が公開されていることが必要です。また、学会の役員ではなく、単に会員である旨は、原則として広告できません。

医学博士であるかどうかについては、略歴の一部として取得年、取得大学とともに記載することが望ましいです。なお、略歴とは、特定の経歴を特に強調するものではなく、一連の履歴を総合的に記載したものです。

Ｑ３－１６　特定の医師のキャリアとして、その医師が行った手術件数は、広告可能でしょうか。(P.26)

Ａ３－１６　医師個人が行った手術の件数については広告できません。

なお、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能ですが、求められれば裏付けとなる根拠を示し、客観的に実証できる必要があります。

また、当該医療機関で行われた手術の件数については、広告可能事項で示した範囲で広告可能です。

Ｑ３－１７　当該医療機関で行われた手術件数について、例えば過去 30 年分の件数は、実績として広告可能でしょうか。(P.26)

Ａ３－１７　当該医療機関で行われた手術件数について、当該件数に係る期間を併記すれば、広告可能事項で示した範囲で広告可能です。ただし、手術件数は総手術件数ではなく、それぞれの手術件数を示し、1 年ごとに集計したものを複数年にわたって示すことが望ましいです。過去 30 年分のような長期間の件数であって、現在提供されている医療の内容について誤認させるおそれがあるものについては、誇大広告に該当する可能性があります。

Ｑ３－１８　歯科診療における「審美治療」は、広告可能でしょうか。(P.24,31-32)

Ａ３－１８　「審美治療」という表現で行われる医療行為については、様々な治療の方法が含まれ、そのいずれの治療を提供するのかという点が明確ではなく、誤認を与える可能性があると考えられ、広告できません。

なお、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などについては、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。

また、個々の治療の方法については、例えば、「ホワイトニング」について、医薬品医療機器等法上の承認を得ている医薬品を使用し、自由診療である旨及び標準的な費用を記載する場合には、広告可能です（広告告示第２条第１号から第５号）。

Ｑ３－１９　「喫煙に対する健康相談」のように特定の症状に対する健康相談を実施している旨は、広告可能でしょうか。(P.28-29)

Ａ３－１９　広告可能ですが、利用者にわかりやすい表現を用いることが望ましいです。

Ｑ３－２０　医薬品医療機器等法第２条第１７項に規定する治験に係る被験者を募集する内容は、広告可能でしょうか。(P.29)

Ａ３－２０　広告で治験に係る被験者を募集することは差し支えありませんが、被験者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りません。

なお、治験を対象とした被験者の募集を行うに当たっては、その手順について、広告の内容も含め、「医薬品の臨床試験の実施の基準に関する省令」（平成９年厚生省令第２８号）第３２条（医療機器にあっては、「医療機器の臨床試験の実施の基準に関する省令」（平成１７年厚生労働省令第３６号）第５１条）により、治験審査委員会による審査を受ける必要があります。

Ｑ３－２１　「内視鏡検査室」、「採血室」、「化学療法室」のように治療方法を名称に含む施設は、広告可能でしょうか。(P.18,24-26)

Ａ３－２１　当該医療機関が行う治療方法が、専ら医療法第６条の５第１項及び第６条の７第１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。）第２条第１号から第５号までに規定する広告可能な治療法に該当する場合は、広告可能な治療法の名称を施設の名称の一部として広告可能です。

Ｑ３－２２　治療内容について、「歯を削らない痛くない治療（99%以上の満足度）」との表現は、広告可能でしょうか。(P.6-7,24)

Ａ３－２２　「歯を削らない治療」といった表現は、広告可能です。

「痛くない治療」のような科学的根拠がなく虚偽広告や誇大広告のおそれがある表現は、広告できません。また、「99%の満足度」については、求められれば内容に係る裏付けとなる合理的な根拠を示し、客観的に実証できる必要があります。

Ｑ３－２３　無痛分娩を実施していることは、広告可能でしょうか。(P.24-25)

Ａ３－２３　広告可能です。

Ｑ３－２４　医療機関の広告をする際に、紹介することができる介護老人保健施設は、広告可能でしょうか。(P.23)

Ａ３－２４　紹介することができる介護老人保健施設の広告については、介護保険事業者の名称、所在地及び連絡先等を、医療機関の広告と併せて広告可能です。

Ｑ３－２５　美容医療におけるプラセンタ注射を用いた施術は、広告可能でしょうか。(P.24-26,31-32)

Ａ３－２５　「プラセンタ注射」は、医薬品医療機器等法上、更年期障害、乳汁分泌不全、慢性肝疾患における肝機能の改善の「効能・効果」を目的に用いる場合のみ認められています。承認された「効能・効果」以外の目的での使用については広告できません。

ただし、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については、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です（適応外使用についてはＱ２―１４を参照）。

Ｑ３－２６　再生医療等は、広告可能でしょうか。(P.24-26,31-32)

Ａ３－２６　医薬品医療機器等法の承認を受けた再生医療等製品のみを用いて、かつ当該承認の内容に従って行う医療技術については、広告可能です。

ただし、承認を受けていない製品を用いる再生医療等（再生医療等の安全性の確保等に関する法律（平成 25 年法律第 85 号）第２条第１項に規定する再生医療等をいう。）については、広告できません。

また、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において、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定を解除可能です。ただし、その場合は、未承認医薬品等と同様の対応が必要です。

Ｑ３－２７　オンライン診療を実施していることについて、その旨を広告可能でしょうか。(P.24-25)

Ａ３－２７　広告可能です。

Ｑ３－２８　看護師が医療機関において手順書により特定行為を実施している旨は、広告可能でしょうか。(P.31)

Ａ３－２８　可能です。

なお、この広告は専門性資格に関する広告ではなく、患者に対して医療の質の向上・効率的な医療の提供を目的として実施している業務の内容に関する広告であり、これらが明確となるよう、各医療機関での具体的な取組であるチーム医療や医師の働き方改革等を推進している旨を併記する必要があります。また、特定行為を手順書により行う看護師である旨、特定行為区分等に関する記載、氏名も広告して差し支えありません（特定行為区分については、実施している業務の内容に関する特定行為区分に限って広告することが望まれます）。（関連：Ｑ３－５、Ｑ３－５－２、Ｑ３－６、Ｑ３－７）

【４．医療広告ガイドライン第６部関係（相談・指導等の方法）】

Ｑ４－１　改正医療法により、医療機関のウェブサイトも広告規制の対象となりましたが、医療広告違反を見つけた場合や医療広告に関する疑問がある場合には、どこに相談すれば良いのでしょうか。(P.33)

Ａ４－１　各医療機関を所管する地方自治体や保健所にご相談ください。
問い合わせ窓口一覧を厚生労働省 HP に掲載しているため、参考にしてください。
(https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryou/iryou/kokokukisei/index.html)
また、ネットパトロールに通報していただくことも可能です。
(https://iryoukoukoku-patrol.mhlw.go.jp/)

Ｑ４－２　医療機関の検索が可能なサイトやポータルサイトが医療広告規制に違反している場合、医療機関の検索が可能なサイトやポータルサイトの運営会社等にも、是正が命じられたり、罰則等が科されたりすることがあるのでしょうか。(P.5,33-35)

Ａ４－２　医療広告規制は、何人にも適用されるため、サイト運営会社や広告を作成した広告代理店等にも、是正が命じられたり、罰則が科されたりすることがあります。
なお、CM やポスター等を掲出する企業についても、医療法の趣旨や目的を理解し、ご対応いただくことが適切であると考えられます。

【５．その他】

Ｑ５－１　あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はそれらの施術所の広告も医療法の対象でしょうか。(P.1,2)

Ａ５－１　医療法の対象ではありません。「あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律」又は「柔道整復師法」の関係法令及び関連通達が適用されます。

また、これらの広告に関しては、「あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はこれらの施術所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針」をご確認ください。

（https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/newpage_48702.html）

Ｑ５－２　医療機関の名称に関して、広告が認められていない診療科目を名称に用いることは可能でしょうか。(P.12-15)

Ａ５－２　医療機関の名称も広告として扱われるため、広告が認められていない診療科目を用いることはできません。

Ｑ５－３　医療機関の名称に関して、「糖尿病」や「高血圧」等の特定の疾病や症状の名称を使用することは可能でしょうか。(P.15)

Ａ５－３　具体的には以下の整理です。

（１）名称として使用可能な範囲

治療方法、特定の疾病や症状の名称、診療対象者など法令及び医療広告ガイドライン等により広告可能とされたものについては、医療機関の名称としても使用可能です。

（使用可能な例）

ペインクリニック、糖尿病クリニック、高血圧クリニック
腎透析クリニック、女性クリニック

（２）名称として使用が認められないもの

法令及び医療広告ガイドライン等において広告が禁止されているものについては、医療機関の名称に使用できません。

＜具体例＞

- 虚偽にわたるもの
- 他の医療機関と比較して優良であることを示すもの
- 事実を不当に誇張して表現していたり、人を誤認させるもの　等

（認められない例）

不老不死病院、ナンバーワンホスピタル、無痛治療病院

Ｑ５－４　医療機関の名称に関して、平成 20 年４月１日以降広告することが認められなくなった診療科名を医療機関名に含む場合、当該医療機関名も変更しなくてはならないのでしょうか。(P.12-15)

Ａ５－４　平成 20 年４月１日以降広告することが認められなくなった診療科名を医療機関名に含む場合でも、当該医療機関名を変更する必要はありません。ただし、新たに開業する場合や、既存の医療機関であっても名称変更する場合は、広告不可となった診療科名を医療機関名に含めることはできません。

Ｑ５－５　医療機関の名称に併せて、「○×医院　糖尿病クリニック」、「○×病院　○○センター」は、広告可能でしょうか。(P.7-8)

Ａ５－５　病院や診療所の名称については、正式な名称のみを広告可能であり、「○×医院　糖尿病クリニック」、「○×病院　○○センター」のように医療機関の正式名称に併せて広告することはできません。

ただし、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、救急救命センター、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、役割を担っていると都道府県等が認める場合に限り、「○×病院　○○センター」と広告可能です。

Ｑ５－６　医療機関の名称に関して、「○×大学病院」のように、略称や英語名は、広告可能でしょうか。(P.15)

Ａ５－６　当該医療機関であることが認識可能な場合には、その略称や英語名についても、例えば、○×市立大学医学部付属病院を○×市大病院と広告可能です。

Ｑ５－７　複数の医療機関・薬局が集まっているビルの名称や商業施設の一角が「○○メディカルモール」等である旨は、広告可能でしょうか。(P.16)

Ａ５－７　ビルや商業施設を「○○メディカルモール」と称することについては差し支えありませんが、医療法第３条の規定により、疾病の治療をなす場所で、病院・診療所でないものに対し、病院又は診療所と紛らわしい名称をつけることはできません。

Ｑ５－８　はり業、きゅう業等の施術所を「○○クリニック」と広告可能でしょうか。

Ａ５－８　診療所でない場所に「○○クリニック」のような診療所と紛らわしい名称を付けることは医療法上禁止されており、広告できません。（関連：Ｑ５－１）

Ｑ５－９　外国語のみで作成された広告は、医療法の規制対象となるのでしょうか。(P.2)

Ａ５－９　日本語、外国語どちらで作成された広告であっても、広告規制の対象です。

Ｑ５－１０　広告可能事項の限定解除要件の一つとして問い合わせ先が記載されていることが挙げられていますが、医療機関の問い合わせ先として予約専用の電話番号等が記載されていても、適切であると考えられるのでしょうか。(P.32)

Ａ５－１０　予約専用である旨が記載され、問い合わせ可能である旨の記載のない電話番号などの場合は、患者等が容易に照会できるとは言えず、限定解除要件を満たしているとは認められません。問い合わせ先の電話番号につながるものの自動音声が対応するのみで、問い合わせに対する折り返しの連絡がないような場合についても同様です。

また、メールアドレスが記載されている場合であって、受付した旨の返信があるのみで問い合わせに対する返答がないような場合等についても、患者等が容易に照会できるとはみなされないため、限定解除要件を満たしているとは認められません。

Ｑ５－１１　広告可能事項の限定解除の要件としてウェブページに記載することが求められている事項について、どのような点に留意して記載すればよいのでしょうか。(P.32)

Ａ５－１１　限定解除要件については、患者が容易に視認できることが必要です。

例えば、以下のようなケースは容易に視認できる状態ではないと考えられます。

- 文字が極端に小さく容易に確認が出来ないと考えられるもの
- 背景色と同じあるいは同系統の文字色で記載されているなど、配色に問題があると考えられるもの
- 意図的に情報量を増やし、必要事項を見逃す恐れがあると判断できるもの

なお、患者の求めがあった場合には、広告可能事項の限定解除の要件として記載されたものと同じ内容を紙面等で提供することが望ましいと考えられます。

Ｑ５－１２　広告可能事項の限定解除の要件として、自由診療の場合は、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とされていますが、次のような例を記載していれば限定解除要件を満たすのでしょうか。(P.32)

（例）デメリットとしては、

・　時間の経過によって体内へと吸収され、元に戻る

・　十分な効果を得るために、数回の注射が必要な場合がある

が挙げられます。

Ａ５－１２　限定解除要件とされている、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、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を記載することが必要です。上記のような記載のみでは、限定解除要件を満たしているとは認められません。

Ｑ５－１３　医療機関等のホームページが厚生労働省の医療広告ガイドラインに適合していることをアピールする目的で、遵守している旨を記載し、厚生労働省のシンボルマークを貼ってもよいでしょうか。(P.7-9)

Ａ５－１３　医療広告ガイドラインを遵守していることは、特段、強調すべきことではないと考えられるため、過度な記載をすることは誇大広告に該当する可能性があります。また、厚生労働省のシンボルマークを使用するにあたっては、厚生労働省が公表した資料の転載等を行う際に、厚生労働省シンボルマークが含まれている場合等に限られており、それ以外の目的では使用できません。

(https://www.mhlw.go.jp/kouseiroudoushou/symbol/dl/shiyou.pdf)

事　務　連　絡
令和７年３月 11 日

公益社団法人　日本医師会　御中

厚生労働省医政局総務課

医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第５版）について

標記について、別添のとおり、各都道府県、保健所設置市及び特別区衛生主管部（局）あてに事務連絡を発出いたしましたので、御了知いただくとともに、貴会会員等に周知をお願いいたします。

事　務　連　絡
令和７年３月 11 日

各 (都道府県 / 保健所設置市 / 特別区) 衛生主管部（局）　御中

厚生労働省医政局総務課

医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第５版）について

医療法に基づく医療に関する広告規制（以下「医療広告規制」という。）の具体的な運用につきましては、これまでに、「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）」（平成 30 年５月８日付け医政発 0508 第１号厚生労働省医政局長通知の別紙３）（最終改正：令和６年９月 13 日）及び「医療広告ガイドラインに関するＱ＆Ａ」（平成 30 年８月 10 日付け厚生労働省医政局総務課事務連絡の別添）（最終改正：令和７年３月 11 日）をお示ししているところです。

また、医療に関する広告規制への関係者の理解を深めるため、厚生労働省にて実施している「医業等に係るウェブサイトの調査・監視体制強化事業」において、実際に医療広告規制への抵触が認められた事例や、医療広告規制の内容の周知が必要と考えられた事例等をもとに、「医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書」を作成しております。今般、自由診療で行われる再生医療やエクソソーム等に関する誇大広告・虚偽広告の事例や、SNS・動画における広告形態の詳細化や分かりやすい情報提供のあり方の例示について内容を拡充し、別紙のとおり「医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第５版）」を作成いたしました。つきましては、本内容について御了知のうえ、業務の参考としてご活用いただくとともに、貴管下の医療機関等及び関係団体への周知をお願いいたします。

なお、本事例解説書については、厚生労働省のホームページから入手可能であることを申し添えます。

○URL　：　https://www.mhlw.go.jp/content/001439423.pdf

○二次元コード　：

（別紙）

医療広告規制におけるウェブサイト等の事例解説書（第5版）

令和７年３月 作成

目次

第1章：ウェブサイトにおける事例

新規作成　更新　下線部をクリックすると該当ページに遷移します

分類		事例		頁
1.広告が禁止される事例		虚偽広告	(1)治療内容・期間の虚偽（虚偽広告）	6
			(2)データの根拠を明確にしない調査結果（虚偽広告）	7
			(3)加工・修正した術前術後の写真等の掲載（虚偽広告）	8
		誇大広告	(4)医療広告ガイドラインを遵守している旨の広告（誇大広告）	9
		比較優良広告	(5)最上級の比較（比較優良広告）	10
			(6)他の医療機関との比較（比較優良広告）	11
			(7)著名人との関係性強調（比較優良広告）	12
		誇大広告	(8)施設について誤認させる広告（〇〇センター）（誇大広告）	13
			(9)提供する医療の内容等について誤認させる広告（誇大広告）	14-16
			(10)処方箋医薬品等を必ず受け取れると期待させる広告（誇大広告）	17
			(11)科学的根拠が乏しい情報による誘導（誇大広告）	18
			(12)科学的根拠が乏しい情報による誘導：再生医療関連（誇大広告）	19
			(13)「口腔管理体制強化加算」等の届出について誤認させる広告 （誇大広告）	20
			(14)「再生医療等提供計画」について誤認させる広告 （誇大広告）	21
			(15)データの内訳が示されていない手術件数	22
		体験談	(16)体験談（省令禁止事項）	23
			(17)体験談（省令禁止事項） ※口コミサイトから転載	24
			(18)体験談（省令禁止事項）※医療機関のスタッフによる記載	25
			(19)体験談（省令禁止事項）※体験談の編集	26
			(20)体験談（省令禁止事項）※患者直筆アンケートの加工・転載	27
			(21)体験談（省令禁止事項）※患者の主訴として記載された体験談	28
		ビフォーアフター写真	(22)ビフォーアフター写真（省令禁止事項）	29
			(23)複数のビフォーアフター写真（省令禁止事項）	30
			(24)ビフォーアフター写真（省令禁止事項）注意が必要な事例	31-32
2.広告可能事項の記載が不適切な事例		–	(25)治療の方法	34
		–	(26)医療従事者の専門性資格	35
3.限定解除要件の記載が不適切な事例	3-1 限定解除要件について	–	(27)「専門外来」「診療科名」「専門性資格」「手術件数」「新聞や雑誌等で紹介された旨」における限定解除	37
	3-2 自由診療に関する限定解除要件について	–	(28)自由診療における限定解除	39-44
		–	(29)未承認医薬品等を用いた自由診療における限定解除	45
		–	(30)医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療における限定解除	46
		–	(31)医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療における限定解除（GLP-1関連）	47
4.広告するにあたって注意が必要な事例		–	(32) 様々な治療の方法が含まれ、そのいずれの治療を提供するのかという点が明確ではない診療科名（誇大広告）	49
		–	(33)提供される医療とは直接関係ない事項による誘引	50
		–	(34)費用を強調した広告	51-52
		–	(35)医薬品の販売名（医薬品医療機器等法）	53
		–	(36)バナー広告における違反	54
		–	(37)リスティング広告における違反	55
		–	(38)特定の人のみが閲覧可能な広告における違反	56

目次

第2章：SNS･動画における事例

新規作成　更新　下線部をクリックすると該当ページに遷移します

分類		事例		頁
1.SNSにおける広告事例				57
SNSにおける広告形態と主な違反形態		–	–	58-59
1.広告が禁止される事例		体験談	(39)体験談（省令禁止事項）	60
		ビフォーアフター写真	(40)ビフォーアフター写真（省令禁止事項）	61
3.限定解除要件の記載が不適切な事例	3-2 自由診療に関する限定解除要件について	–	(41)自由診療における限定解除	62-63
2.動画における広告事例				64
動画における広告形態と主な違反形態		–	–	65-66
1.広告が禁止される事例		体験談	(42)体験談（省令禁止事項）	67
		ビフォーアフター写真	(43)ビフォーアフター写真（省令禁止事項）	68
3.限定解除要件の記載が不適切な事例	3-2 自由診療に関する限定解除要件について	–	(44)自由診療における限定解除	69-70

改訂履歴

令和３年７月　作成
令和５年２月　一部改訂
令和５年１０月　一部改訂
令和６年３月　一部改訂
令和７年３月　一部改訂

はじめに

近年、美容医療サービスに関する情報提供を契機として、消費者トラブルが発生していること等を踏まえ、平成29年に医療に関する広告規制の見直しを含む医療法の改正が行われ、平成30年6月1日に施行されました。これにより、広告規制の対象範囲が単なる「広告」から「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」へと変更され、ウェブサイト等による情報提供も規制の対象となりました。

ただし、ウェブサイト等については、他の広告媒体と同様に広告可能事項を限定する場合、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ります。そこで、医療を受ける者による適切な医療の選択が阻害されるおそれが少ない場合には、以下の要件を満たすことにより、広告可能事項の限定を解除できます。

＜限定解除要件＞
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

本改正を受け、厚生労働省では平成29年度から「医業等に係るウェブサイトの調査・監視体制強化事業」においてネットパトロールを実施し、医療機関のウェブサイトによる情報提供における監視を強化しています。

今般、医療広告規制の更なる理解を図るため、ネットパトロールにおいて蓄積された実際の事例等を基に、個々の事例を分かりやすく解説する本事例解説書を作成しました。医療機関のウェブサイトによる情報提供は、限定解除要件を満たすことによって広告が可能である事例が多いことから、本事例解説書においては、限定解除要件に関連した事例を多く掲載しています。ただし、掲載した事例は一例であり、不適切な例や改善例の全てではない点についてはご留意ください。

本事例解説書を活用いただき、「規制する側」である自治体や「規制される側」である医療機関・ウェブサイト制作事業者、また、国民の各者において、医療に関する広告規制の理解が深まることを願っています。

※なお、本事例解説書では、上記限定解除要件の4要件のうち、一般的なウェブサイト（リスティング広告、バナー広告を除く）等であれば、原則として①の要件を満たすことから、広告が①の要件を満たすことを前提として、②から④を対象とする事例解説を行っています。

※本事例解説書は現行の法令やガイドライン等に準拠して、わかりやすく解説することを目的に作成いたしました。今後、法令やガイドライン等が改訂された場合には、それに合わせた見直しを行う予定です。

- 医療機関のウェブサイトについて、医療広告違反の疑いのある表示があった場合は、以下のサイトに情報をお寄せくださいますようお願いいたします。
  ＜厚生労働省「医業等に係るウェブサイトの調査・監視体制強化事業」受付窓口＞
  https://iryoukoukoku-patrol.mhlw.go.jp/

- 医療広告に関するご相談は、医療機関を所管する自治体の窓口にご連絡をお願いいたします。
  問合せ窓口一覧を厚生労働省ホームページに掲載しておりますので、適宜ご参照ください。
  https://www.mhlw.go.jp/content/000732975.pdf

第１章　ウェブサイトにおける事例

１－１　広告が禁止される事例

１－２　広告可能事項の記載が不適切な事例

１－３　限定解除要件の記載が不適切な事例

①限定解除要件について

②自由診療に関する限定解除要件について

１－４　広告するにあたって注意が必要な事例

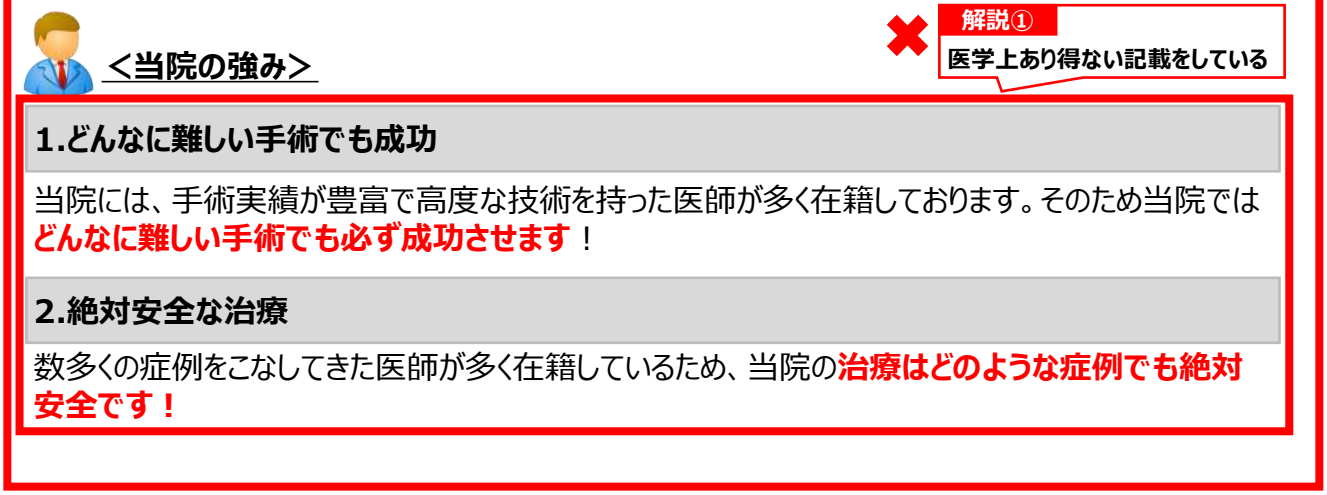
1．広告が禁止される事例

（1）治療内容･期間の虚偽（虚偽広告）

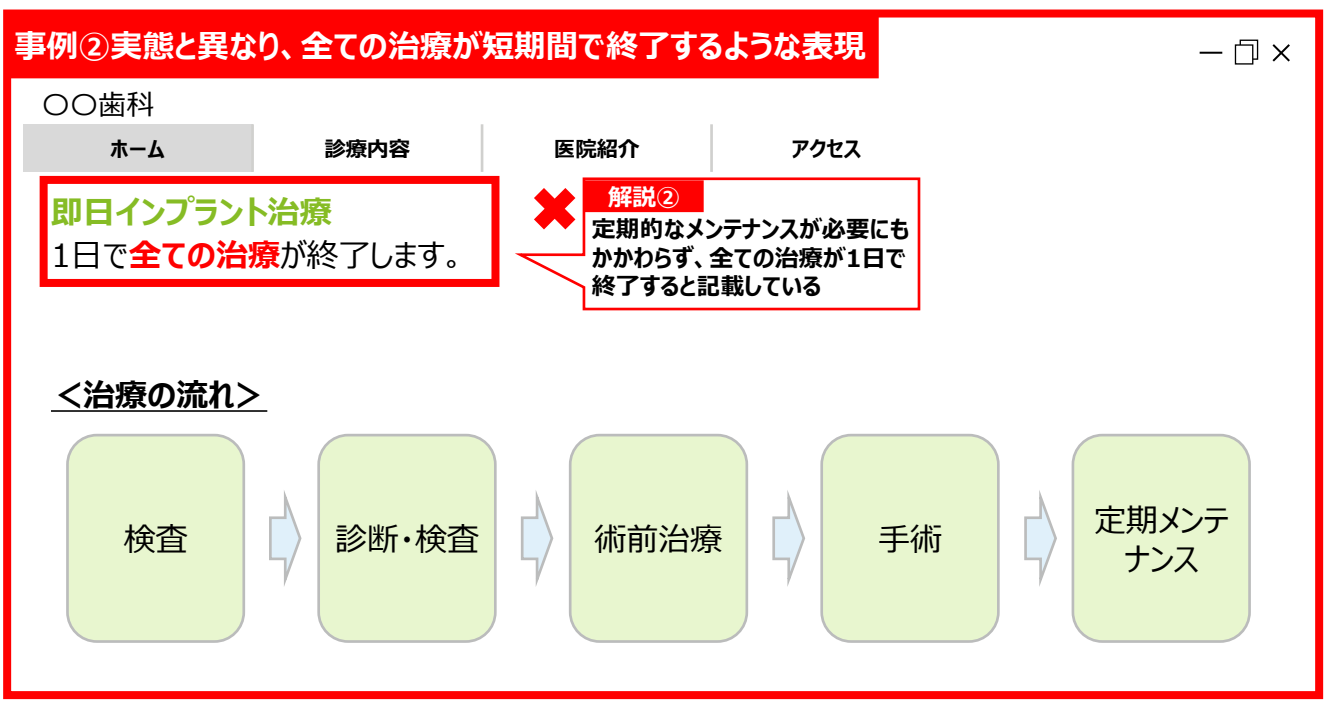
治療内容や期間を偽った表現

医療広告ガイドラインでは、絶対安全な手術等は、医学上あり得ないため、虚偽広告として取り扱うこととされている。
また、治療後の定期的な処置等が必要であるにもかかわらず、全ての治療が短期間で終了するといった内容の表現を記載している場合には、虚偽広告として取り扱うこととされている。

事例①医学上あり得ない内容の表現



事例②実態と異なり、全ての治療が短期間で終了するような表現



医療法関連法令	法第6条の5第1項
医療広告ガイドライン	第3の1 (1) 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

1．広告が禁止される事例

（2）データの根拠を明確にしない調査結果（虚偽広告）

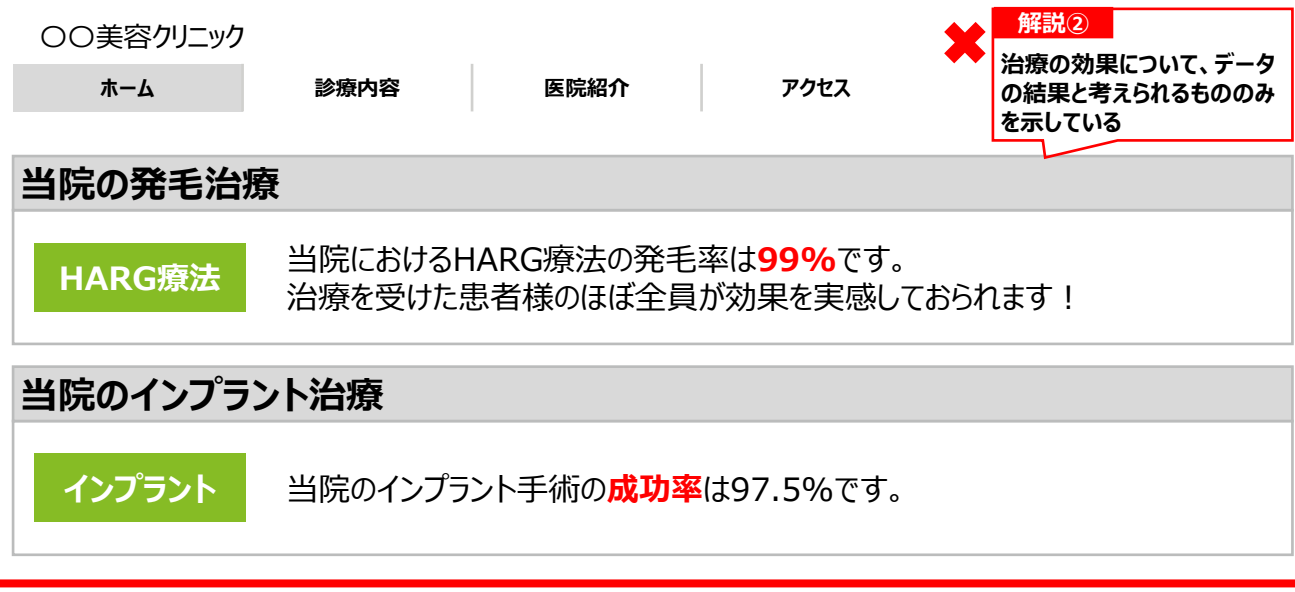
データの根拠を明確にしない調査結果

医療広告ガイドラインでは、調査結果等の引用による広告について、データの根拠（具体的な調査方法等）を明確にせず、データの結果と考えられるもののみを示すものについては、虚偽広告として取り扱うこと、とされている。

事例①　データの根拠を明確にしない患者満足度



事例②　データの根拠を明確にしない治療の効果



患者満足度調査の扱いについて
（医療広告ガイドライン抜粋）

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、広告が認められないことに留意すること

医療法関連法令	法第6条の5第1項
医療広告ガイドライン	第3の1 (1) 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-22

（3）加工・修正した術前術後の写真等の掲載（虚偽広告）

加工・修正した術前術後の写真等の掲載

医療広告ガイドラインでは、「加工・修正した術前術後の写真等の掲載」の取扱いとして、あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した術前術後の写真等については、虚偽広告として取り扱うべき、とされている。

事例　加工・修正した術前術後の写真等の掲載

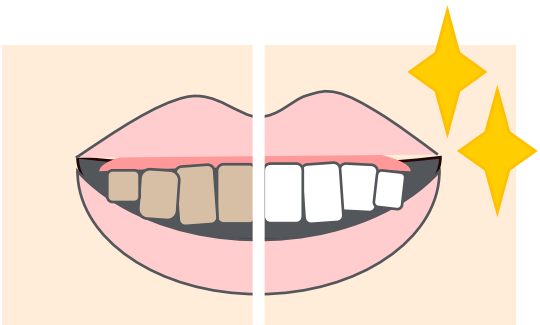
診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

○○歯科医院

トップページ | 診療内容 | 料金一覧 | お問い合わせ

歯のホワイトニング

ホワイトニングによって、歯の着色を除去し、輝く白い歯を手に入れることができます。
お口を開けた時のお顔の印象が明るくなります！



✖ **解説**

実際には施術していないフリー素材の画像やイラスト、また人物写真等を分割し、片方のみ美しく修正するといった加工を施して、あたかも術前・術後の治療の成果のように見えるイメージを掲載している

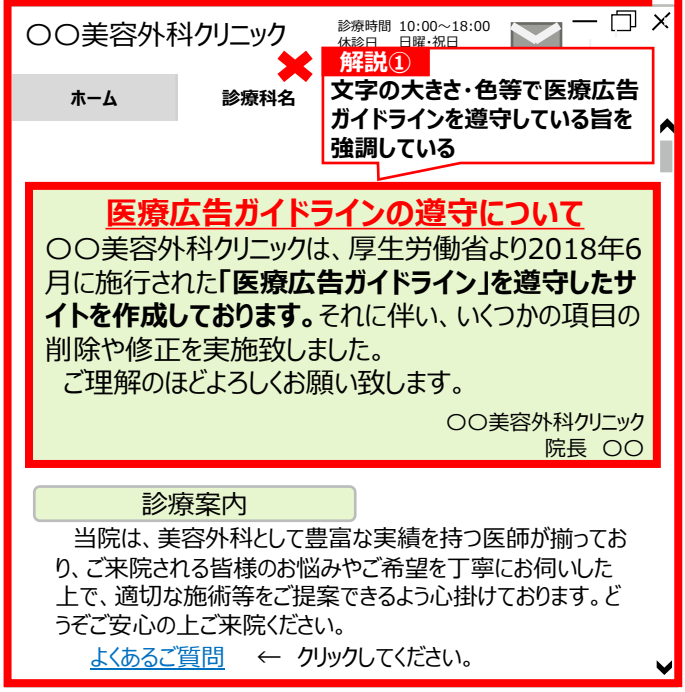
医療法関連法令	法第6条の5第1項
医療広告ガイドライン	第3の1 (1) 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（4）医療広告ガイドラインを遵守している旨の広告（誇大広告）

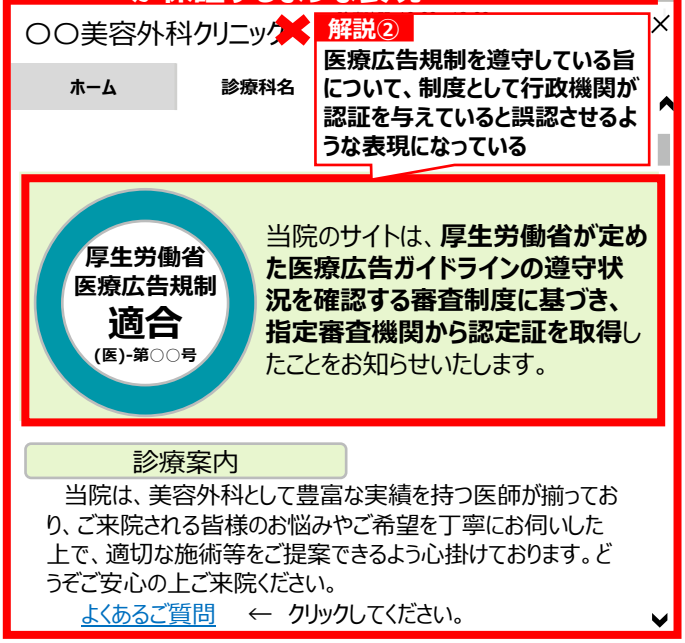
医療広告ガイドラインを遵守している旨を強調した表現

医療広告ガイドラインを遵守していることは、特段、強調すべきことではないと考えられるため、文字の大きさ・色等によって強調するような表現は認められない。また、公的な制度により行政機関が保証しているように誤認を与える表現も、同様に認められない。

事例① 文字の大きさや色等による過度な強調

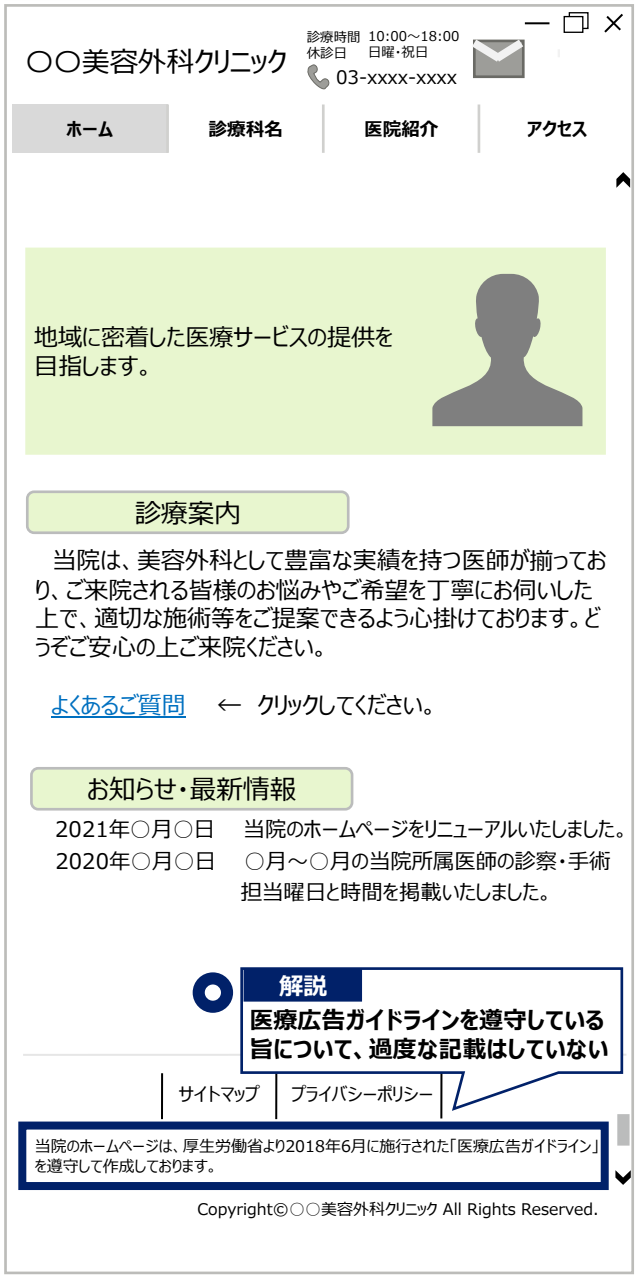


事例② 規制遵守を公的な制度により行政機関が保証するような表現



医療広告ガイドラインを遵守している旨を強調しない表現による改善例

医療広告ガイドラインを遵守している旨を記載する場合は、過度に強調せずに記載する。



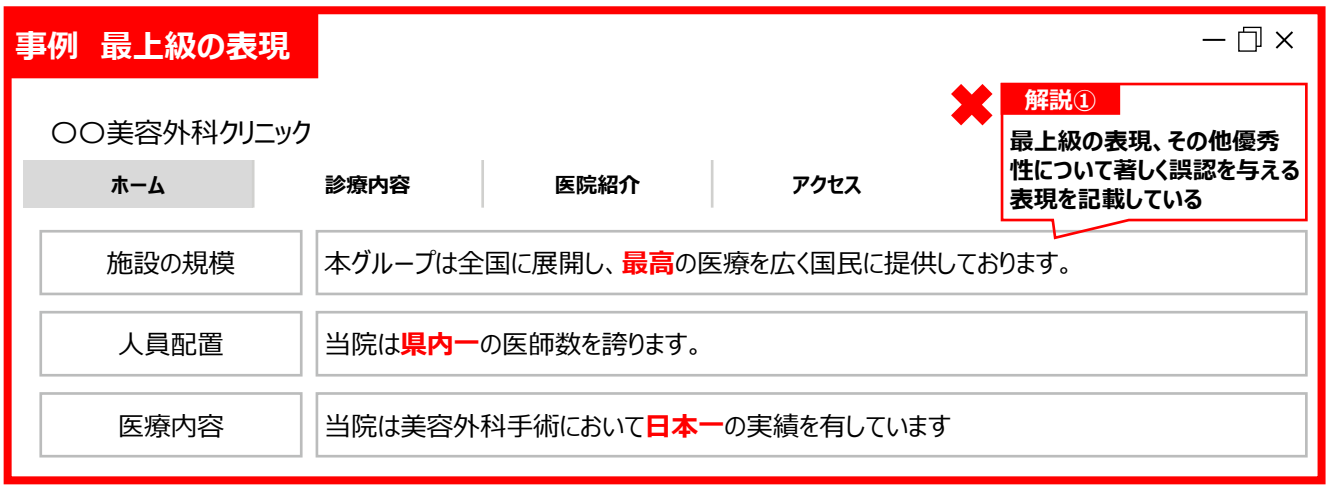
医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-13

（5）最上級の比較（比較優良広告）

最上級の表現

医療広告ガイドラインでは、最上級の表現その他優秀性について著しく誤認を与える表現は、客観的な事実であったとしても、禁止される表現に該当する。

事例　最上級の表現



医療法関連法令	法第6条の5第2項第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-3

1．広告が禁止される事例

（6）他の医療機関との比較（比較優良広告）

他の病院又は診療所と比較して優良である旨の表現

医療広告ガイドラインでは、特定又は不特定の他の医療機関と自らを比較の対象とし、施設の規模、人員配置、提供する医療の内容等について、自らの病院等が他の医療機関よりも優良である旨の記載は医療に関する広告としては認められない、とされている。

事例①　特定の医療機関と比較した表現

★★クリニックの美容医療

料金表

県内で同じ治療を提供している**「□□医院様」や「△△クリニック様」よりも安く**受診できます！

解説①
特定の他の医療機関と比較して優良である旨の記載がされている

〇〇治療	□□医院様	△△クリニック様	当院
	45,000円	50,000円	**39,000円**

事例②　他の医療機関と比較した表現

〇〇クリニック

ホーム　診療内容　医院紹介

解説②
不特定の他の医療機関と比較して優良である旨の記載がされている

施設の規模	当院は美容外科手術における脂肪吸引術の件数において**日本一の実績**を有しています！
人員配置	当医院の医師は**県内でも有数の治療実績**があります
医療内容	当医院は〇〇市の**他の医療機関と比較して、インプラント手術成功率が高い**です。

事例③　他の医療機関を誹謗した表現

〇〇クリニック

ホーム　診療内容　医院紹介

解説③
不特定の他の医療機関を誹謗することで、自らの医療が優良である旨の記載がされている

医療内容	**＜ご注意ください！！＞** 他院では**未熟な医師が質の低い医療を提供しており、大変危険です！** なお、当医院の医師は〇〇治療の実績が豊富なため、安心して治療を受けていただくことができます。

広告が可能である場合
（医療広告ガイドライン抜粋）

最上級を意味する表現その他優秀性について著しく誤認を与える表現を除き、必ずしも客観的な事実の記載を妨げるものではないが、求められれば内容に係る裏付けとなる合理的な根拠を示し、客観的に実証できる必要がある。調査結果等の引用による広告については、出典、調査の実施主体、調査の範囲、実施時期等を併記する必要がある。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（7）著名人との関係性強調（比較優良広告）

著名人との関係性を強調した表現

医療広告ガイドラインでは、著名人との関連性を強調するなど、患者等に対して他の医療機関より著しく優れているとの誤認を与えるおそれがある表現は、患者等を不当に誘引するおそれがあることから、比較優良広告として取り扱うこと、とされている。

事例　芸能人や著名人が患者である旨

✖ **解説**
著名人が患者である旨が記載されている

https;//www.abcde-clinic.com/datsumou

＜当院からのお知らせ＞



2021年○月○日
サッカー選手の○○選手に患者第1号になっていただきました。
写真は○○選手来院時に撮影致しました。



△△チームに所属する
○○選手

モデルの○○さんも！

モデルの○○さんが当院に来院されました！



モデルの○○も効果実感！
当院のホワイトニング！

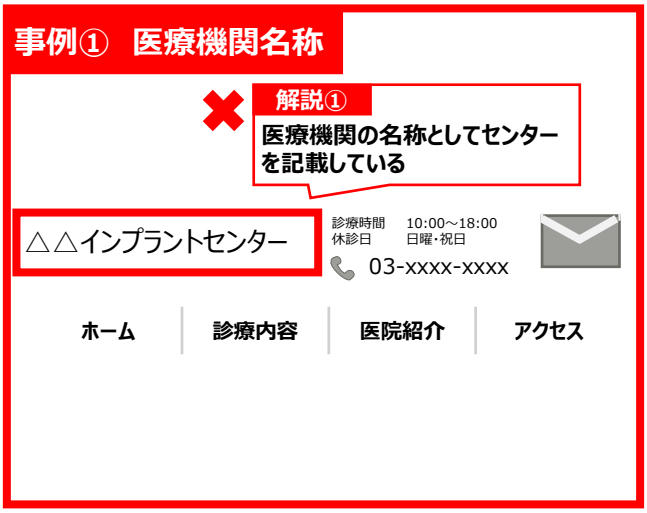
医療法関連法令	法第6条の5第2項第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (2) 他の病院又は診療所と比較して優良である旨の広告（比較優良広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（8）施設について誤認させる広告（〇〇センター）（誇大広告）

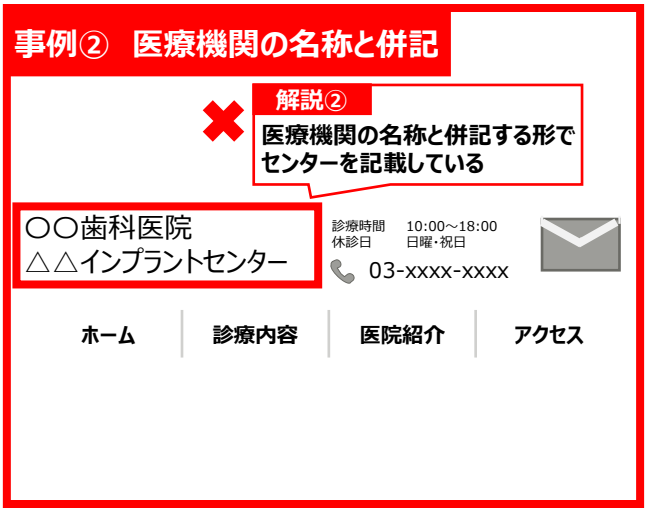
広告をしてはならない〇〇センターの表現

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は、本ページ右側の「○○センターの広告が可能である場合（医療広告ガイドライン抜粋）」に記載されている２つの箇条書きの場合以外については、医療広告ガイドラインでは誇大広告として取り扱うべきであること、とされている。

事例①　医療機関名称



事例②　医療機関の名称と併記



広告が可能である〇〇センターの表現

医療広告ガイドラインでは、以下に記載するもののほか、医療機関が提供する医療の一部を担当する部門名として患者向けに院内向けに院内掲示しているものをそのままウェブサイトに掲載している場合等には、原則として、内容が誇大なものとして扱わないこと、とされている。

○○センターの広告が可能である場合（医療広告ガイドライン抜粋）

- 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

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-13,5-5

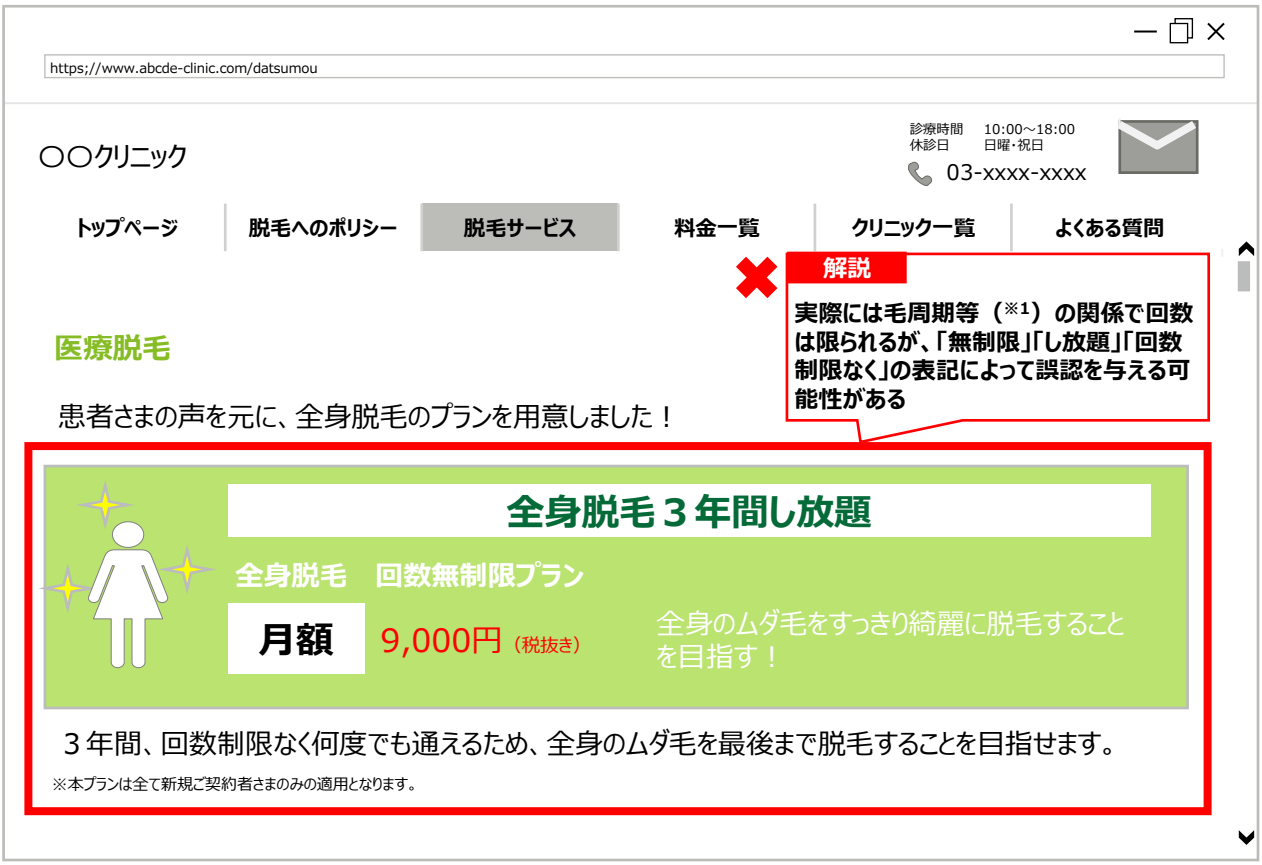
1．広告が禁止される事例

（9）提供する医療の内容等について誤認させる広告（誇大広告）（個別具体例1/3）

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る等、人を誤認させる表現

医療広告ガイドラインでは、必ずしも虚偽ではないが、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（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もの）は、医療に関する広告としては認められないものである、とされている。

事例　提供される医療サービスの回数



※1 毛周期

毛周期とは体毛が生え変わるサイクルのことを示しており、そのサイクルの限られた期間に脱毛を行うことで効果が発揮されるが、一回脱毛をすると次の脱毛をするサイクルになるまで一定期間を空ける必要がある。そのため、実質的には契約期間中において受けられる脱毛の回数は限られる。

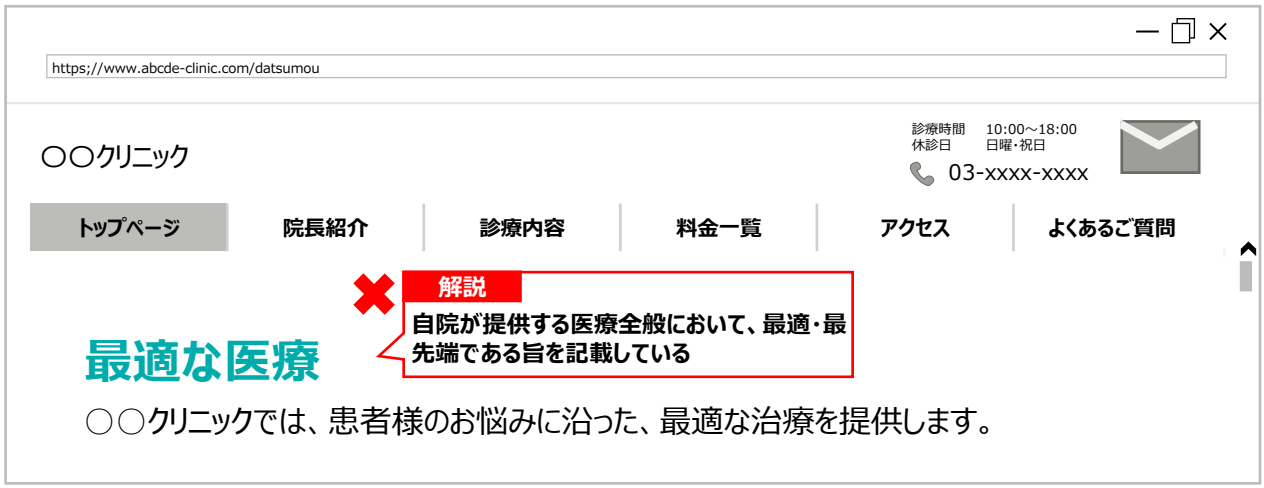
医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（9）提供する医療の内容等について誤認させる広告（誇大広告）（個別具体例2/3）

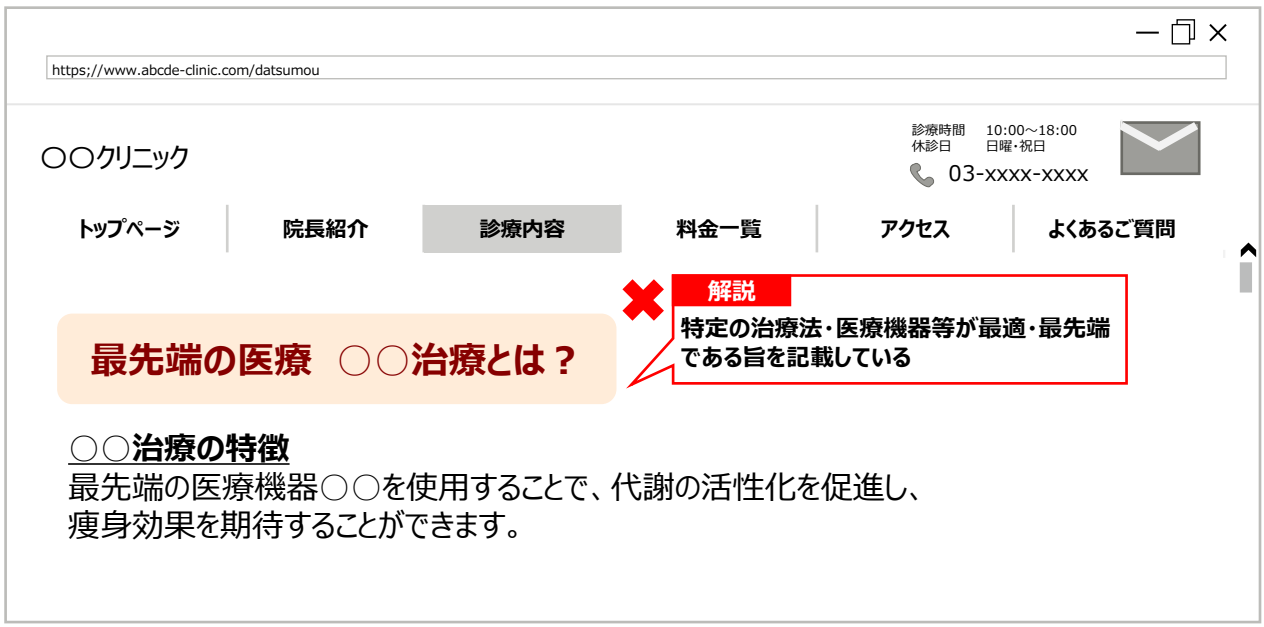
提供する医療の内容等について事実を不当に誇張して表現している等、人を誤認させる表現

医療広告ガイドラインでは、必ずしも虚偽ではないが、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（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もの）は、医療に関する広告としては認められないものである、とされている。

事例①　自院が最適・最先端な医療を提供している旨の記載



事例②　特定の治療法・医療機器が最適・最先端である旨の記載



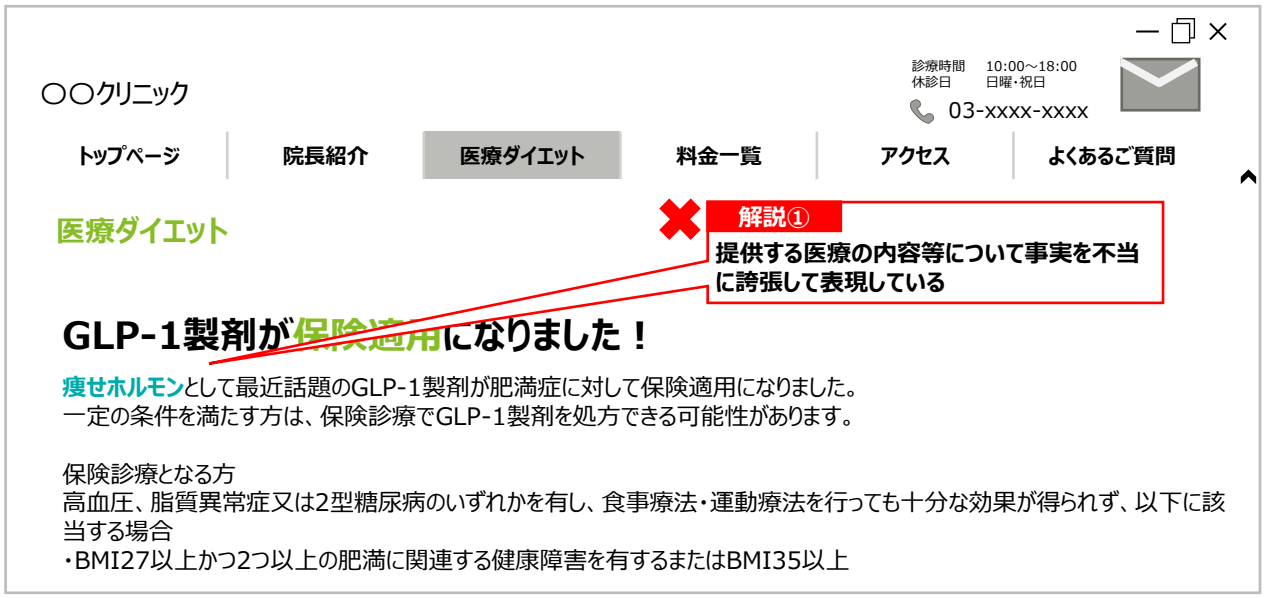
医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-2

（9）提供する医療の内容等について誤認させる広告（誇大広告）（個別具体例3/3）

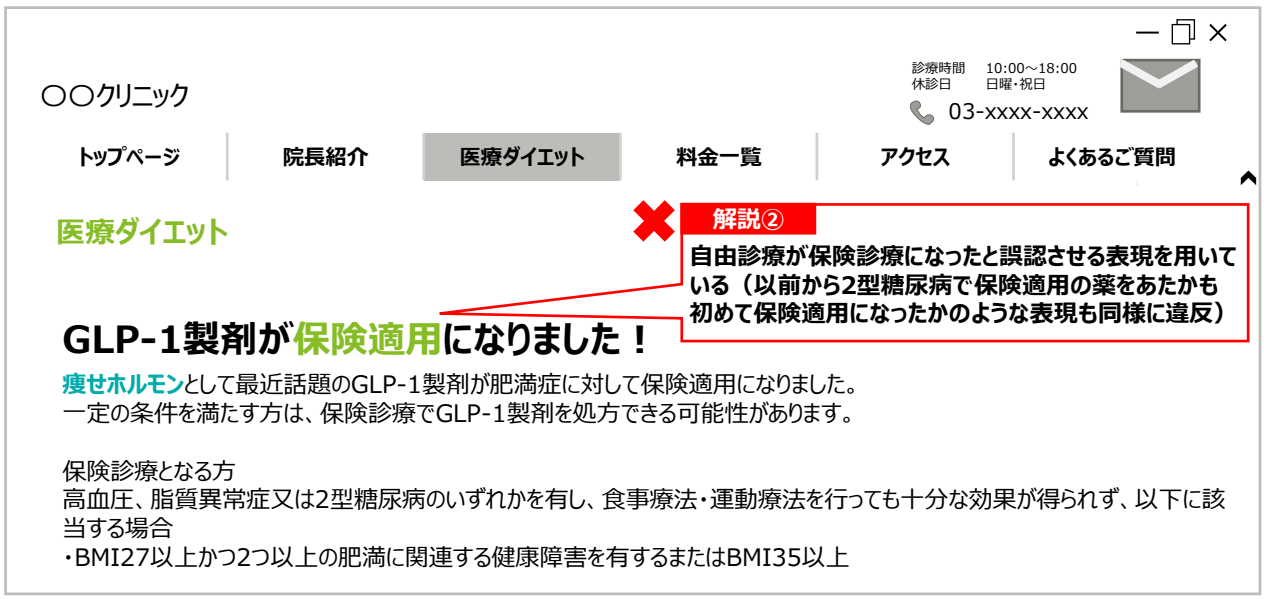
提供する医療の内容等について事実を不当に誇張して表現している等、人を誤認させる表現

医療広告ガイドラインでは、必ずしも虚偽ではないが、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（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もの）は、医療に関する広告としては認められないものである、とされている。

事例①　提供する医療の内容等について事実を不当に誇張する表現



事例②　自由診療が保険診療になったと誤認させる表現



医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

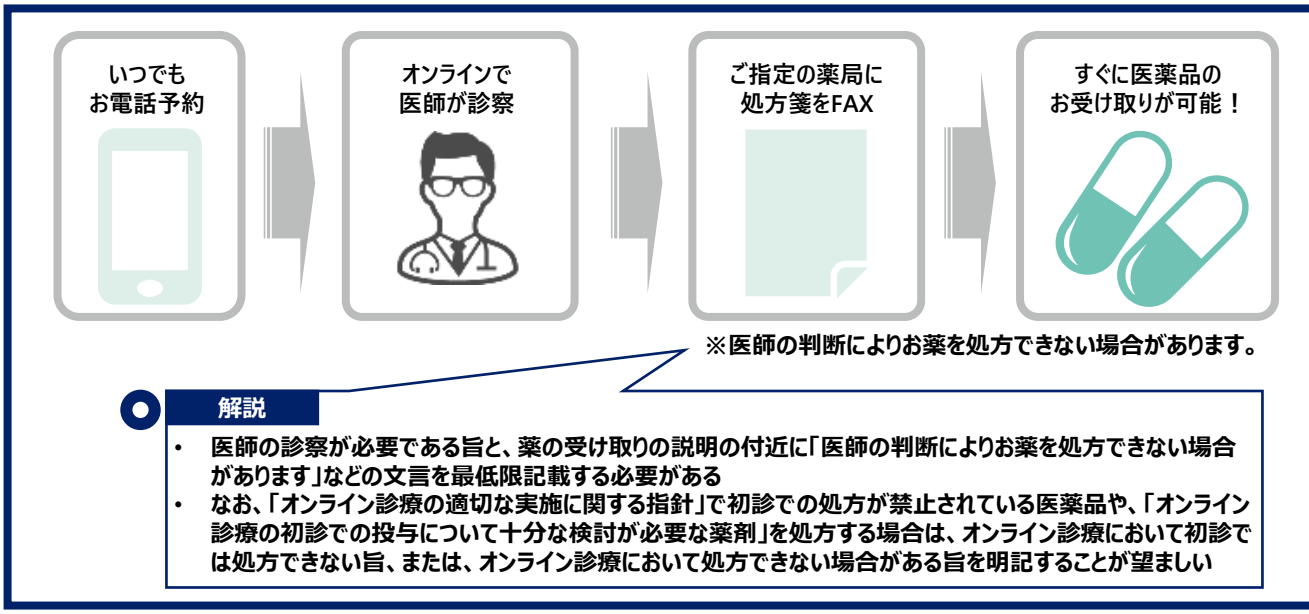
（10）処方箋医薬品等を必ず受け取れると期待させる広告（誇大広告）

処方箋医薬品等を必ず受け取れると期待させる表現

医療広告ガイドラインでは、「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。」とされ、かつここでいう「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」とされている。

事例①　いかなる場合でも、処方箋医薬品等を必ず受け取れるかのような表現





医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

更新
(説明の追加)

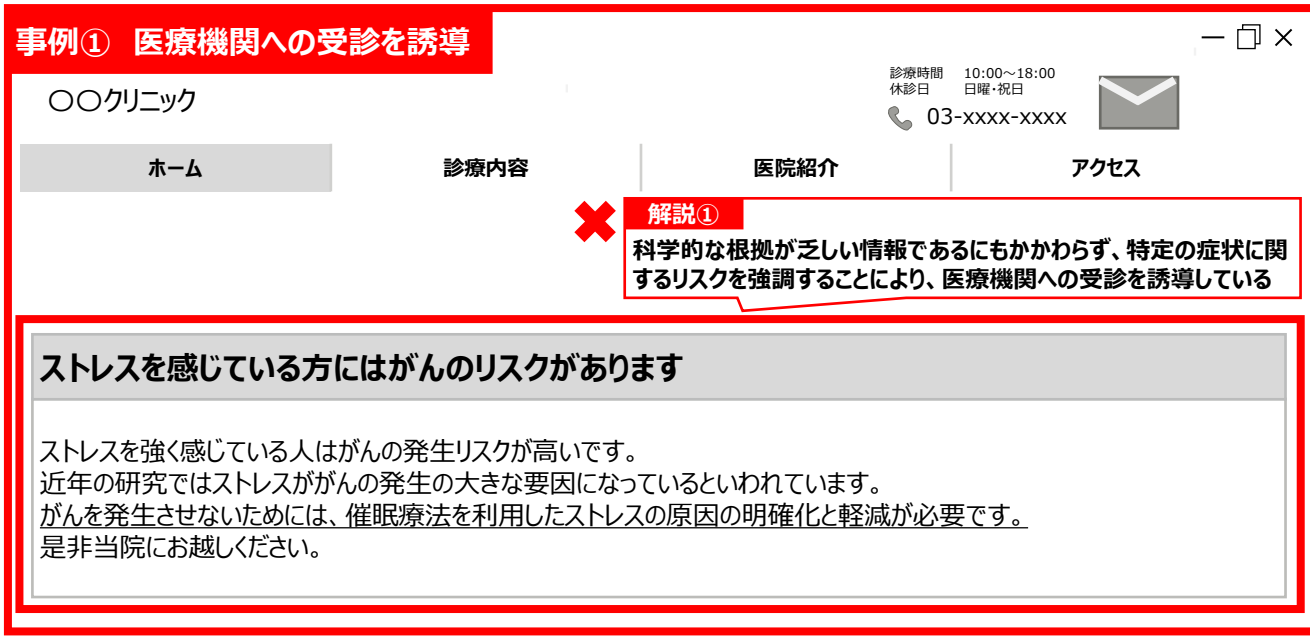
1．広告が禁止される事例

（11）科学的根拠が乏しい情報による誘導（誇大広告）

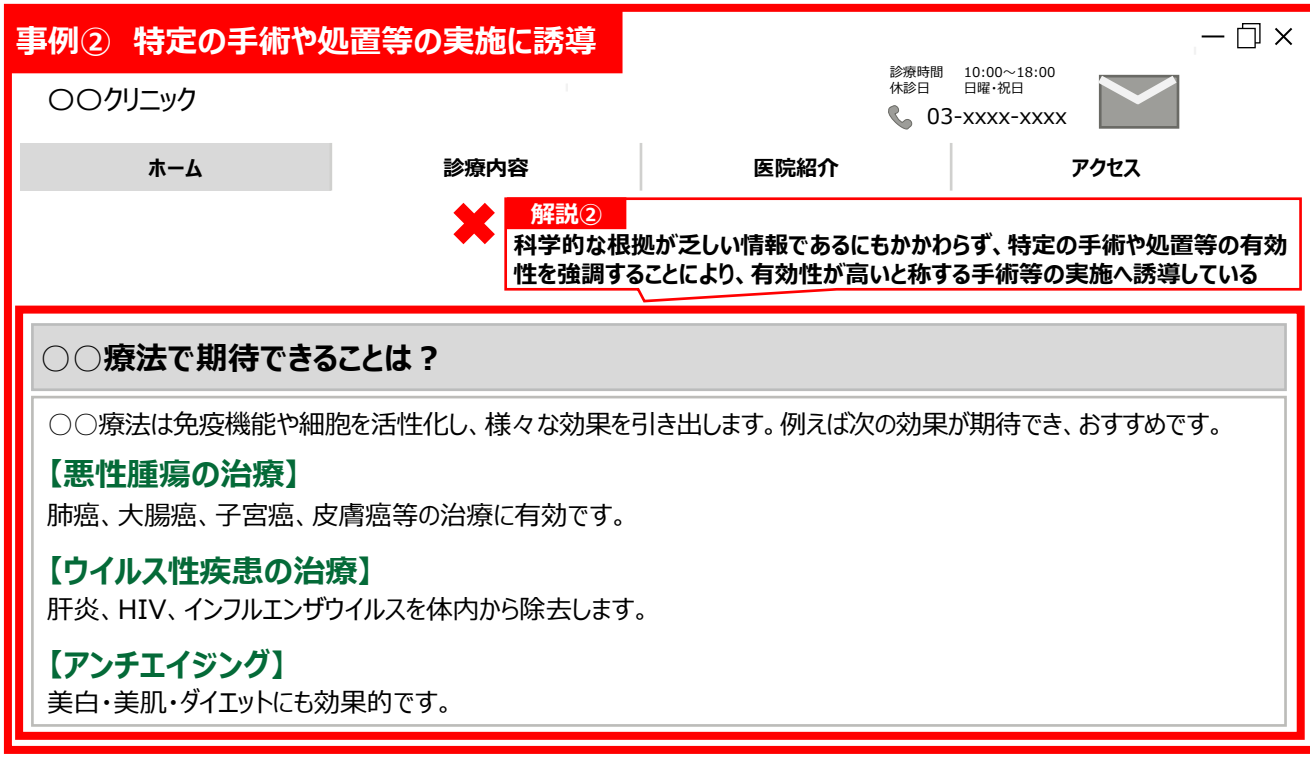
科学的根拠が乏しい情報を用いて医療機関への受診や手術へ誘導する表現

医療広告ガイドラインでは、科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、特定の症状に関するリスク、又は手術や処置等の有効性を強調することにより、医療機関への受診や手術へ誘導するものは、誇大広告として取り扱うこと、とされている。また、自由診療で行われる治療について、標準治療等と同等もしくはそれ以上に有効性や安全性が担保されていることを謳う又は暗示する表現も、「誇大な広告」に該当する。

事例①　医療機関への受診を誘導



事例②　特定の手術や処置等の実施に誘導



医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

新規作成

（12）科学的根拠が乏しい情報による誘導：再生医療関連（誇大広告）

科学的根拠が乏しい情報を用いて医療機関への受診や手術へ誘導する表現

医療広告ガイドラインでは、科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、特定の症状に関するリスク、又は手術や処置等の有効性を強調することにより、医療機関への受診や手術へ誘導するものは、誇大広告として取り扱うこと、とされている。これは、再生医療においても同様であり、自由診療で行われる「再生医療」について、標準治療等と同等もしくはそれ以上に有効性や安全性が担保されていることを謳う又は暗示する表現は、「誇大な広告」に該当する。

事例①　特定の治療の実施に誘導

解説①-1
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、特定の処置等の有効性を強調することにより、有効性が高いと称する治療の実施へ誘導している

解説①-2
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、他の処置等のリスクを引き合いに出して強調することにより、特定の治療の実施へ誘導している

当院が行う「●●療法」は、いま注目の再生医療です！

当院が行う●●療法は、ご自身の血液から抽出した●●の自己治癒力を用いてお肌のエイジングケアを行う再生療法です。

当院独自の技術を用いており、ヒアルロン酸の皮下注射に比べ、ゆっくりと自然に、半永続的な美肌効果を得られます。

自分自身の細胞を利用する治療のため、これまでの治療法で見受けられたアレルギーや感染症等の副作用は発生しません。身体への負担が少ないと注目されている治療法です。

事例②　特定の治療の実施に誘導

解説②-1
エクソソームや培養上清液については、厚生労働省や諸外国の規制当局等において有効性や安全性が確認されておらず、医療技術としては科学的な根拠が乏しいにもかかわらず、特定の処置等の有効性を強調することにより、有効性等が高いと称する治療の実施へ誘導している

解説②-2
高品質であることや、非公的な団体による品質等の認定を受け、安全性が担保されているように強調することにより、特定の治療の実施へ誘導している

がん治療に「エクソソーム療法」をおすすめする理由

従来から、「手術」「薬物療法」「放射線治療」ががんの三大治療法とされてきました。しかしながら、これらの治療法には、身体や健康な細胞を傷つけるデメリットもあります。

当院で提供する「エクソソーム療法」は、がん細胞の増殖や成長、転移を抑制する働きがあることが確認されています。また、免疫を活性化する働きもあり、アンチエイジングや疲労感回復などのさまざまな効果が期待できます。加えて、当院で利用するエクソソームは、○○エクソソーム安全性審査委員会の審査で、最高品質のグレードA評価を受けた安全安心の再生医療グレードのエクソソームです。

補足

医薬品医療機器等法に基づき、薬事承認された医薬品、医療機器、再生医療等製品をその承認された適応内で使用する場合や、保険収載された又は先進医療Bとして評価療養が行われている医療技術については広告可能です。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

更新
（施設基準の名称変更）

（13）「口腔管理体制強化加算」等の届出について誤認させる広告 （誇大広告）

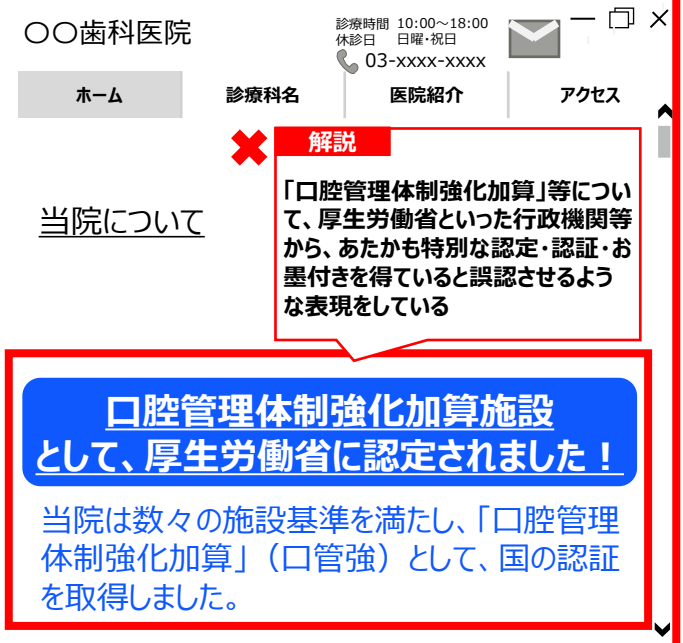
厚労省が認定したかのように誤認させる表現

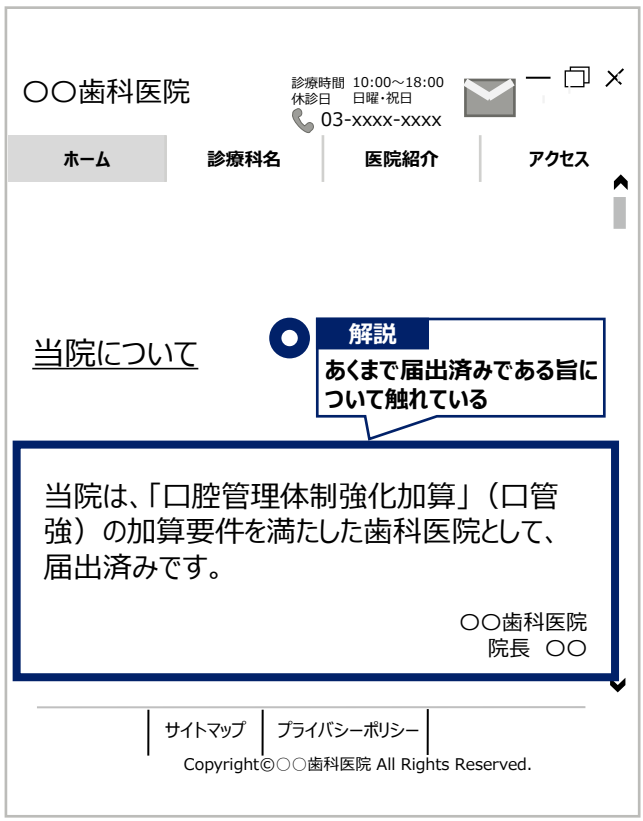
「口腔管理体制強化加算」や「歯科外来診療環境体制加算」等については医療機関が加算要件に合致している旨の届出をするものであるため、厚生労働省等が特別に認定・認証等を与えていると誤認させるような表現は、「誇大な広告」に該当する。

厚労省が認定したかのように誤認させる表現の改善例

「口腔管理体制強化加算」や「歯科外来診療環境体制加算」等について届出済みである旨を記載する場合は、あくまで届出済みである旨について記載する。

事例　厚生労働省等が認定・認証を与えたかのように誤認を与える表現





診療報酬の施設基準を満たす旨の記載に関する留意事項

診療報酬の施設基準を満たす旨について誤認を与える表現や過度に強調することは誇大広告に該当するが、医療広告ガイドライン第1-2(1)「広告を行う者の責務」において、「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。」とされていることから、国民・患者にとって適切かつ分かりやすい説明を付すことが望ましい。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

新規作成

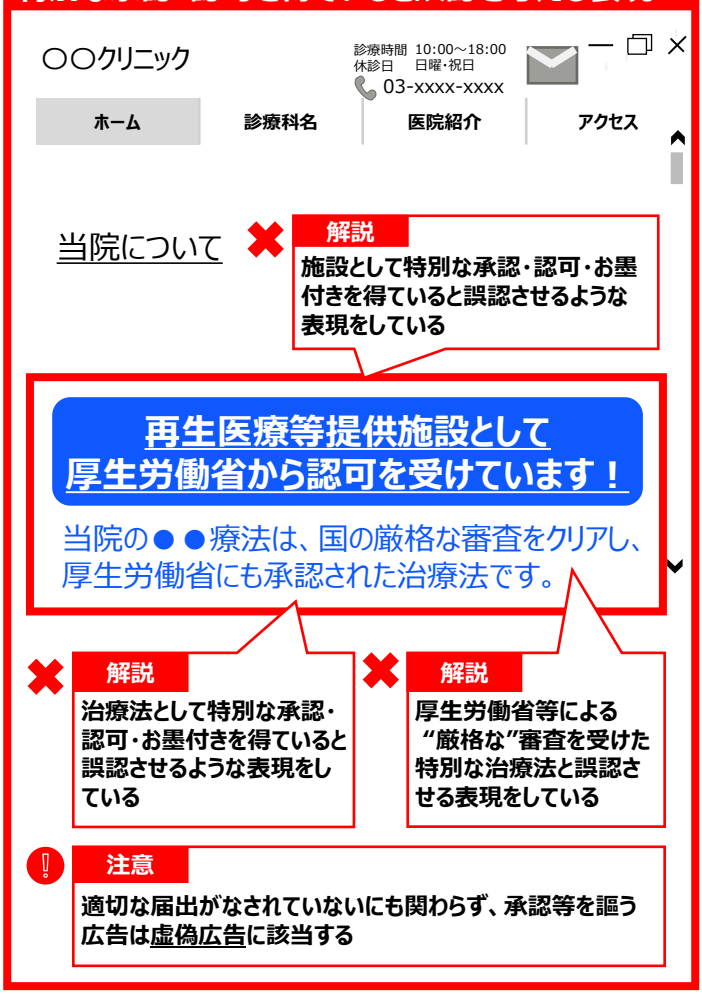
1．広告が禁止される事例

（14）「再生医療等提供計画」について誤認させる広告（誇大広告）

厚労省が認定したかのように誤認させる表現

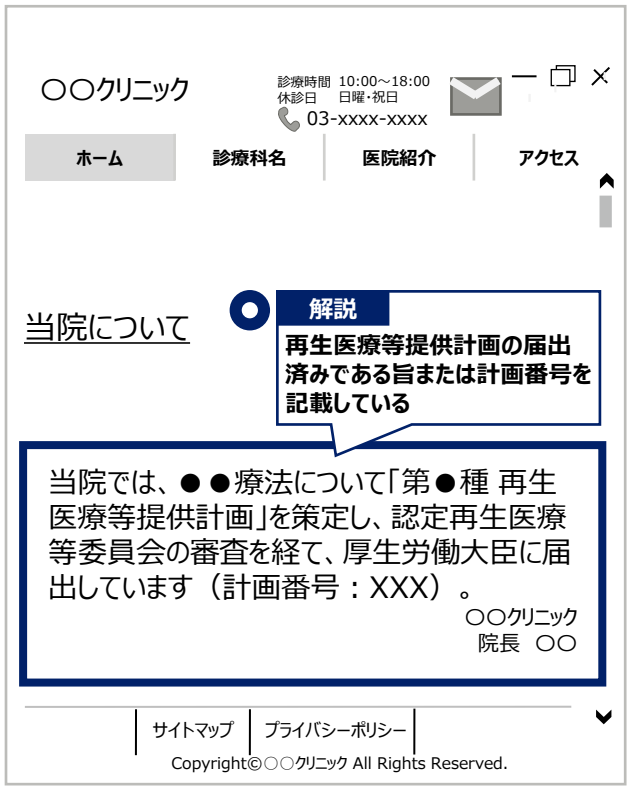
「再生医療等提供計画」については、特定認定再生医療等委員会または認定再生医療等委員会の審査を経て、厚生労働大臣に届出されるものであるため、厚生労働省等から特別な認定・認可を得ていると誤認させるような表現は、「誇大な広告」に該当する。

事例
医療機関又は特定の治療法が厚生労働省等から特別な承認・認可を得ていると誤認を与える表現



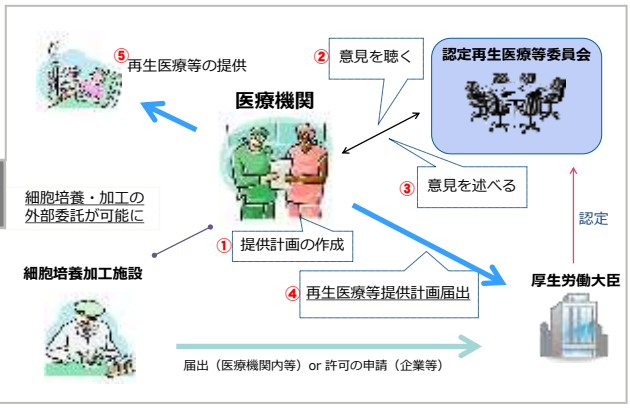
厚労省が認定したかのように誤認させる表現の改善例

「再生医療等提供計画」について記載する場合は、あくまで認定再生医療等委員会等の審査を経て、厚生労働大臣に届出済みである旨または再生医療等提供計画の番号を記載する。



再生医療等安全性確保法について

再生医療等安全性確保法では、厚生労働大臣は認定再生医療等委員会の認定、また、届出された再生医療等提供計画の受理、細胞培養加工施設の届出の受理や許可等を行っています。厚生労働大臣は個別の再生医療等提供計画の有効性・安全性について承認・認可等を行い、お墨付きを与えているわけではありません。



医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（15）データの内訳が示されていない手術件数

データの内訳が示されていない手術件数の表現

医療広告ガイドラインでは、手術件数を広告する際には、当該手術件数に係る期間を併記する必要がある、とされている。なお、長期間の件数で、現在提供されている医療の内容について誤認させるおそれがあるものは誇大広告に該当する可能性がある、とされている。

事例①　件数のみ

〇〇美容外科

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

ホーム　診療内容　料金一覧　アクセス

当院の紹介

……を目指しております。

解説①
治療実績におけるトータル件数のみ記載されている

当院では、〇〇手術と××手術の実績はのべ1,500件を超えています！

診療科名

整形外科、美容外科

事例②　長期間の件数

〇〇美容外科

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

ホーム　診療内容　料金一覧　アクセス

当院の治療実績

治療内容　治療の流れ
費用　治療実績

当院では以下の手術実績を有しております。

解説②
医療の内容について誤認させるおそれがある長期間の手術件数の表示がされている

■対象期間：1985年～2018年
■手術
・〇〇手術：1,250件
・△△手術：2,620件

手術件数におけるデータの内訳を詳細に示した表現による改善例

手術件数において、対象期間を明示した上で1年ごとに集計したものを複数年に渡って示すことが望ましい。また当該件数に係る期間を併記した場合であっても、広告可能事項で示した範囲で広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https;//www.abcde.biyou.com

〇〇美容外科

ホーム　診療内容　医院紹介　アクセス

当院の治療実績

治療内容　治療の流れ
費用　治療実績

当院は2007年1月の開院以来、2018年までに2,437件の手術実績を有しております。詳細は以下の通りです。

解説①,②
対象期間を明示した上で、それぞれの手術を1年ごとに集計した件数を記載する

〇対象期間：2007年3月～2018年12月

	〇〇手術	△△手術	××手術
2007年	15件	10件	30件
2008年	28件	12件	45件
2009年	25件	8件	52件
2010年	49件	4件	47件
2011年	63件	13件	78件
2012年	150件	27件	99件
2013年	123件	8件	95件
2014年	142件	11件	125件
2015年	108件	15件	155件
2016年	92件	13件	187件
2017年	75件	7件	220件
2018年	55件	8件	243件

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号、法第6条の5第3項第14号
医療広告ガイドライン	第4の4 (14) 法第6条の5第3項第14号
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-16,3-17

（16）体験談（省令禁止事項）

治療内容又は効果に関する体験談の表現

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされている。

事例　治療内容または効果に関する体験談

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

〇〇クリニック

トップページ | 料金一覧 | クリニック一覧 | 体験談

☆当院に寄せられた体験談を掲載しております！

解説
治療内容または効果に関する体験談が掲載されている

2021年　1月　60代女性

3年前虫歯を抜歯し、入れ歯にしました。

痛みはありましたが我慢を続けていると、他の歯も虫歯になり抜歯することになりました。

もともと入れ歯に痛みを感じていたこともあり、この機会にインプラント手術を受けることにしました。

手術前は不安でしたが、先生から丁寧な説明があったので納得して治療を受けることができました。

私は1回法手術を行いました。静脈内鎮静法にて手術を行ったため、手術中は痛みはもちろん、

振動なども感じなかったため、ストレスなく手術を受けることができました。

術後は少し痛みがありましたが、痛み止めを飲めば済む程度の痛みであり、腫れもほとんどありませんでした。

＜ 1 2 3 4 5 ＞

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（17）体験談（省令禁止事項）（個別具体例1/5）
※口コミサイトから転載

口コミサイトの口コミを掲載している表現

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の広告をしてはならない。特に、医療機関にとって便益を与える感想等を取捨選択し掲載するなどして強調することは、虚偽・誇大にあたるため広告できない。

元の口コミサイト

口コミ.com

全国の歯科医院の口コミを掲載しております！！

- 先日インプラント手術を行いましたが、術後の痛み、腫れはなく、素晴らしいです。
- インプラントの治療を受けました。正直、術後にかなり痛みがありましたが、仕上がりには満足しています。
- 突然歯が痛くなり、急遽通院することになりましたが、〇〇先生のおかげで今は全く痛みがありません！
- ホワイトニングは、最初考えていた予算をオーバーしてしまったのですが、術前と比較するときれいになったと思います。

全ての口コミを転載

口コミを抜粋

事例①　口コミサイトから転載した口コミ

解説①
口コミサイトより、治療内容または効果に関する体験談に相当する口コミを転載している。

トップ　患者様の声

☆口コミサイトにおける当院についての患者様の声を掲載しております！（元サイト：口コミ.com）

- 先日インプラント手術を行いましたが、術後の痛み、腫れはなく、素晴らしいです。
- インプラントの治療を受けました。正直、術後にかなり痛みがありましたが、仕上がりには満足しています。
- 突然歯が痛くなり、急遽通院することになりましたが、〇〇先生のおかげで今は全く痛みがありません！
- ホワイトニングは、最初考えていた予算をオーバーしてしまったのですが、術前と比較するときれいになったと思います。

事例②　口コミサイトから抜粋した口コミ

解説②
医療機関にとって有利な口コミを抜粋してウェブサイトに掲載している場合は誇大広告に該当する

トップ　患者様の声

☆当院についての患者様の声を口コミサイトより抜粋して掲載しております！（元サイト：口コミ.com）

- 先日インプラント手術を行いましたが、術後の痛み、腫れはなく、素晴らしいです。
- 突然歯が痛くなり、急遽通院することになりましたが、〇〇先生のおかげで今は全く痛みがありません！

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-9

1．広告が禁止される事例

（18）体験談（省令禁止事項）（個別具体例2/5）
※医療機関のスタッフによる記載

医療機関のスタッフが記載した体験談

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされており、患者等ではなく医療機関のスタッフ等が記載した体験談であっても規制の対象となる。

事例①　医療機関のスタッフ自身の体験談

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

○○クリニック

トップページ　治療内容　料金表

解説①
医療機関スタッフ自身の体験談であっても、患者等が記載した体験談と同様に認められない

脂肪吸引手術
皮下脂肪内に麻酔薬を注射し、皮膚の複数個所に吸引管が入る程度の切開
す。施術は半日で終了致します。



□□院長

当院の院長である□□も実際に体験！

下腹部周りに脂肪がついてきてしまったので、脂肪吸引手術をすることにしました。
手術自体は半日で終わり、当日中に帰宅することができました。
下腹部周りにいた脂肪がなくなり、うっすらと腹筋も浮かび上がっています。
家族にもほめていただき、大満足です！

事例②　医療機関のスタッフが記載した患者等の体験談

解説②
医療機関スタッフが患者等の体験内容を代わりに記載した場合であっても、患者等が記載した体験談と同様に認められない

○○クリニック

トップページ　治療内容　料金表

ダイエットいらず！脂肪吸引手術の紹介！　2021年7月2日

今回は当院で提供している脂肪吸引手術のご紹介です！
ダイエットが長続きしない人も多いと思います。そこでお勧めするのが、「脂肪吸引手術」です。
脂肪吸引手術は脂肪を直接取り除くため、楽に理想の体を手に入れることができます。
先日実際に体験された患者様も、横っ腹の脂肪を吸引されて、ウエストが○センチも下がりました。「こんなに理想の体型になれるとは思っていなかった。この医療機関で手術をしてよかった」とおっしゃり、満足して帰宅いただきました。
痩せたいけどなかなか痩せられない方、ぜひ「脂肪吸引手術」を受けてみてください！

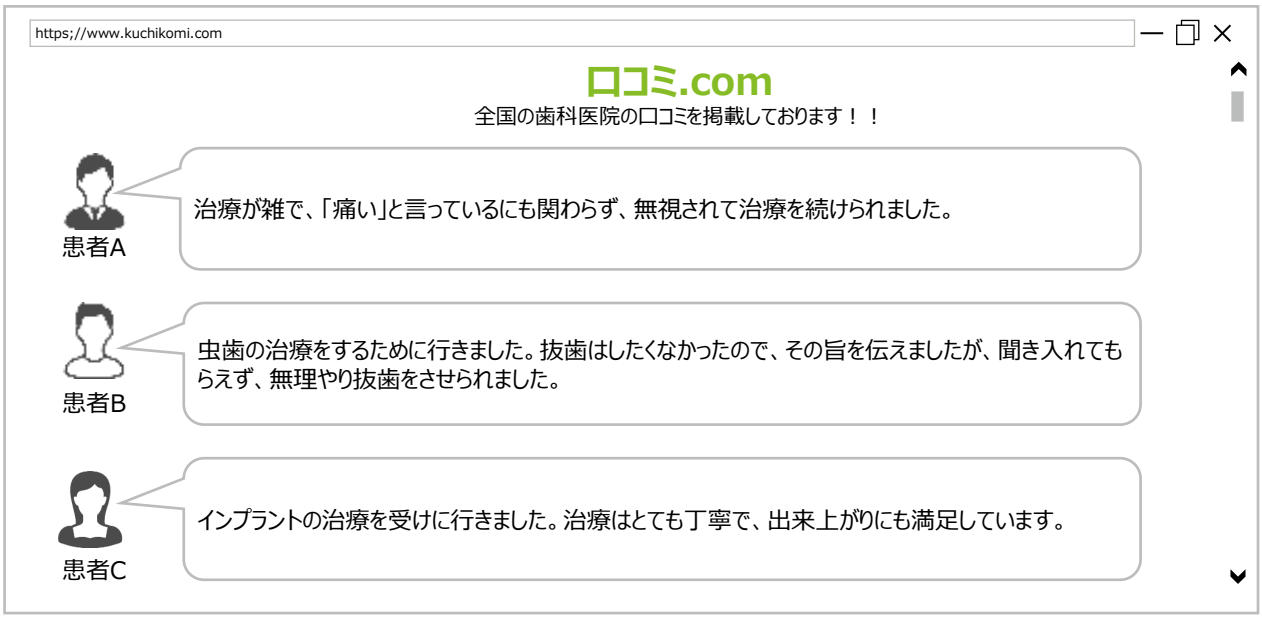
医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (6) 患者等の主観に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（19）体験談（省令禁止事項）（個別具体例3/5）

※医療機関の検索が可能なウェブサイトに掲載された体験談の編集依頼

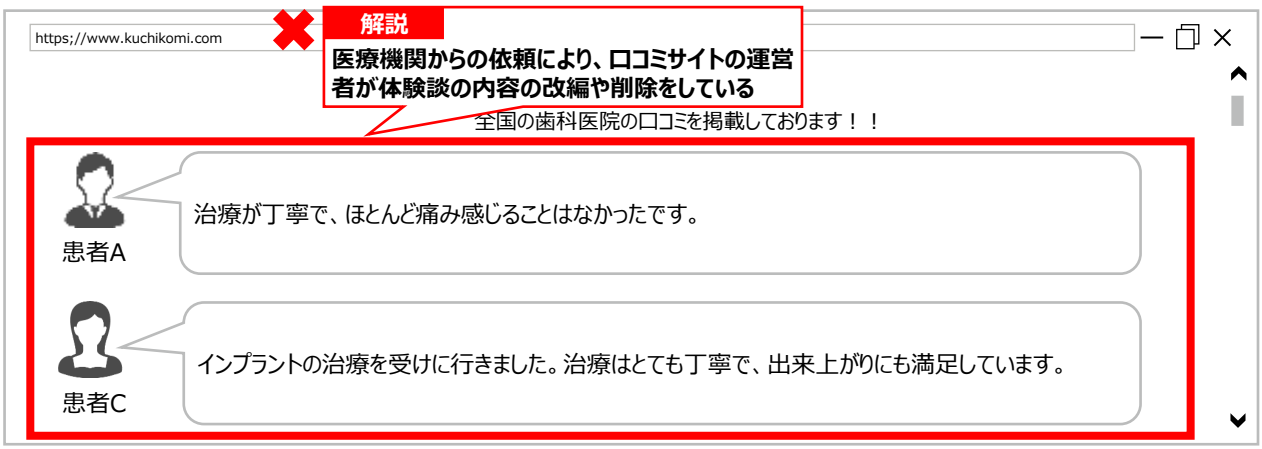
体験談の内容を編集している違反例

医療機関の検索が可能なウェブサイトに掲載された体験談については、医療機関からの影響を受けずに患者やその家族が行う推薦に留まる限りは、誘引性は生じず、医療広告に該当しない。
しかし、医療機関からの依頼によって、当該ウェブサイトの運営者が、体験談の内容を改編したり、否定的な体験談を削除したり、又は肯定的な体験談を優先的に上部に表示するなど体験談を医療機関の有利に編集している場合は、医療広告に該当し、禁止される広告（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）となる。
ただし、当該体験談が名誉毀損等の不法行為に当たる場合は、医療機関による削除等の依頼は医療法違反には当たらない。



医療機関からの依頼を受けて口コミサイト運営会社が体験談の内容を編集

事例　体験談の編集



医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

26

（20）体験談（省令禁止事項）（個別具体例4/5）
※患者直筆アンケートの加工・転載

治療内容又は効果に関する体験談の表現

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされており、患者の直筆アンケートを、画像トリミングやPDF化等の手法で加工・転載された体験談も、規制の対象となる。

事例　患者の直筆アンケートを加工・転載した体験談

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

○○クリニック

トップページ | 料金一覧 | クリニック一覧 | 体験談

当院では、治療の質の向上のため、患者様に治療後のアンケートを行っています。

【患者様アンケート】

解説
患者からの直筆アンケートを写真やPDFで転載する形で、治療内容または効果に関する体験談が掲載されている

○○クリニックにご来院いただき、ありがとうございます。
今後の当院での対応・治療の改善のため、治療を受けた感想や、症状の[illegible]をお聞かせください。

お名前　匿名希望　　年齢　60（歳）　　性別　男・女

1．ご来院のきっかけをお聞かせください。

3年前虫歯を抜歯し、入れ歯にしました。
痛みはありましたが我慢を続けていると、他の歯も虫歯になり抜歯することになりました。
もともと入れ歯に痛みを感じていたこともあり、この機会にインプラント手術を受けることにしました。

2．治療を受けた感想や症状の変化等をお聞かせください。

手術前は不安でしたが、先生から丁寧な説明があったので納得して治療を受けることができました。
術後は少し痛みがありましたが、痛み止めを飲めば済む程度の痛みであり、腫れもほとんどありませんでした。

ご協力いただきありがとうございました。

○○クリニックスタッフ一同

< 1 2 3 4 5 >

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（21）体験談（省令禁止事項）（個別具体例5/5）
※患者の主訴として記載された体験談の掲載

治療内容又は効果に関する体験談の表現

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされており、とある患者の主訴として記載された体験談であっても、規制の対象となる。

事例　患者の主訴として記載された、治療内容または効果に関する体験談

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

○○クリニック

トップページ | 料金一覧 | クリニック一覧 | 体験談

当院では、△△治療を行っています。
実際に治療を行った医師が、代表的な症例をご紹介します。

CASE1
40代女性　Aさん
5年間悩まされていた○○病の症状が、△△治療で改善した症例

Aさんは、5年前より○○病と診断され、療養を続けられておりました。
しかしながら症状が改善しなかったため、半年前に当院にご来院されました。

当院ではご本人と相談し、今まで受けてこられなかった△△治療を開始することとしました。

1回目の治療が終わり、Aさんが**「5年間悩まされていた痛みが和らいだ」**と仰るなど、早速効果がみられました。さらに、治療開始後3カ月経過した時点では、**「痛みがほとんどなくなり、日常生活が楽になった」**とお話されるほどに改善しました。

5年間悩んでおられた症状が改善されたことは、私どもも大変嬉しく思います。

解説
医師による症例紹介の中で、あたかも患者の主訴・治療内容の解説等のように、患者の主観による治療内容または効果に関する体験談が掲載されている

担当医師XX

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（22）ビフォーアフター写真（省令禁止事項）

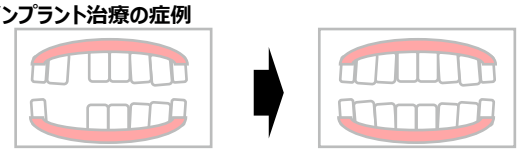
ビフォーアフター写真において治療等の効果又は内容について患者等に誤認を与えるおそれがある表現

医療広告ガイドラインでは、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に関する広告としては認められないとされている一方で、詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらない、とされている。ビフォーアフター写真の掲載に必要な情報が十分に記載されておらず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ものについては、広告することはできない。

事例①　写真のみ

✖ **解説①**
ビフォーアフター写真のみが掲載され、説明が一切ない

インプラント治療の症例

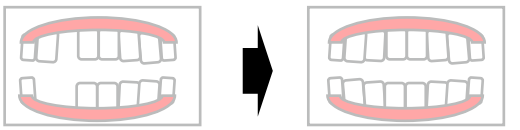


事例②　説明が不十分

✖ **解説②**
通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項の情報が十分でなく、また、期間・回数、リスク・副作用等の情報が付されていない

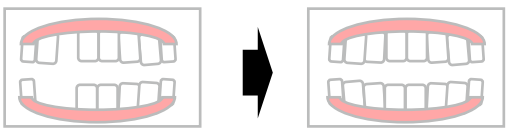
インプラント治療の症例

インプラント治療により、審美面・機能面ともに回復しました。
治療費は1,500,000円～。



事例③　クリックしなければ説明が表示されない

インプラント治療の症例



※画像または**こちら**をクリックすると、詳細が表示されます。

✖ **解説③**
画像等をクリックしなければ詳細な説明が表示されない

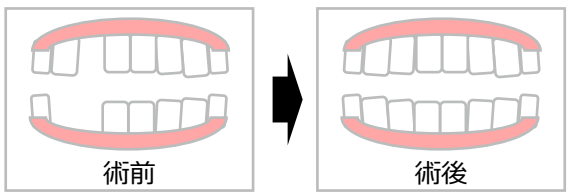
ビフォーアフター写真の表現に係る改善例

ビフォーアフター写真の掲載に必要な、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情報を付すことにより広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https;//www.abcde.shika.com

症例紹介

症例①　30代女性。事故で失った左側臼歯のインプラント治療



治療内容	事故によって歯根破折を起こした左側臼歯に代わって、顎の骨にインプラントを埋め込み、その上に人工の歯を被せるインプラント治療を行い、機能面の回復を行いました。
治療期間・回数	約6ヶ月間、10回
費用 ※自由診療となります。	総額1,100,000円 (検査・診断、手術関連処置費用等を含む) インプラント埋込・上部構造：350,000円/1本
リスク・副作用	出血、腫張、疼痛、青痣、神経麻痺、補綴物の脱落、破折、インプラント体の破折、咬合違和感、インプラント周囲炎等

症例②　ｘｘｘ

● **解説①②③**
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情報を付す

補足

術前又は術後のイラストや、術前のみ又は術後のみの写真についても通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項や、治療の主なリスク・副作用等の情報を付す必要がある。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

1．広告が禁止される事例

（23）複数のビフォーアフター写真（省令禁止事項）

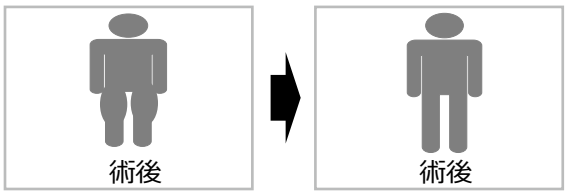
複数のビフォーアフター写真について、まとめて詳細な説明が付された表現

複数のビフォーアフター写真について、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情報を、まとめて付しているものは、広告することはできない。

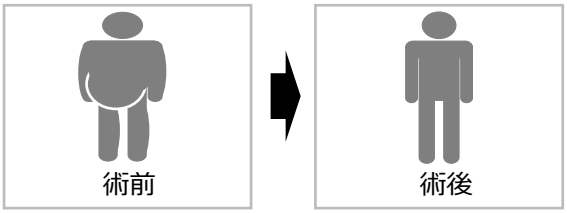
事例　複数の治療方法の写真をまとめて説明

症例紹介

症例①　足の脂肪吸引（ベイザー脂肪吸引法）



症例②　腹部の脂肪吸引（チューメセント法）



症例③　・・・・

：

✖ **解説**
複数の治療方法の写真に対して説明をまとめて記載している

治療内容	局所麻酔を行い、皮膚を切開し、脂肪を柔らかくした後に、脂肪吸引を行いました。
治療期間・回数	1-2回
費用	150,000円~200,000円
リスク・副作用	内出血、術後の腫れ、痛み

解説
それぞれの写真に対して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情報を付す

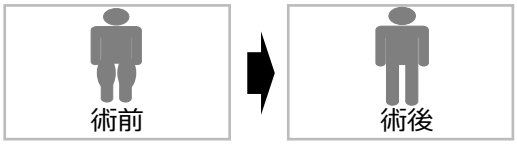
複数のビフォーアフター写真の表現に係る改善例

ビフォーアフター写真の掲載に必要な、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情報を、それぞれに付すことにより広告が可能となる。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https;//www.abcde.biyou.com

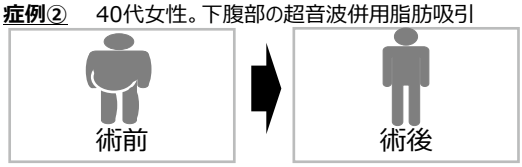
症例紹介

症例①　20代男性。足の脂肪吸引の手術。



治療内容	皮下脂肪内に大量の局所麻酔薬を注射します（チュメセント法）。皮膚の複数個所に吸引管が入る程度の切開（数ミリ程度）をして皮下脂肪を吸引します。傷は糸やテープなどで閉鎖して治療部位は包帯やガーメント（腹巻やコルセットを含む）で圧迫固定します。
治療期間・回数	半日（日帰り）
費用	200,000円～300,000円
リスク・副作用	治療部位の皮下出血や腫れ、一時的なしびれなどが起こることがあります。ごく稀に大出血や腹膜穿破が起こりえます。脂肪塞栓や重篤な感染症（腹膜炎）で入院を要し生命の危機に及んだという症例の報告もあります。

症例②　40代女性。下腹部の超音波併用脂肪吸引



治療内容	皮下脂肪内に大量の局所麻酔薬を注射します（チュメセント法）。皮膚の複数個所に吸引管が入る程度の切開（数ミリ程度）をしてから超音波で皮下脂肪に熱を与え柔らかくして、皮下脂肪を吸引しやすくしてから吸引します。傷は糸やテープなどで閉鎖して治療部位は包帯やガーメント（腹巻やコルセットを含む）で圧迫固定します。
治療期間・回数	半日（日帰り）
費用	500,000円～800,000円
リスク・副作用	治療部位の皮下出血や腫れ、一時的なしびれなどが起こることがありますが、超音波を使用しない場合よりこれらのリスクが低減することが期待できます。超音波の熱による熱傷（やけど）の可能性があります。大出血や脂肪塞栓などの生命の危機に及ぶリスクについては超音波を使用しない方法との優劣について結論は出ていません。

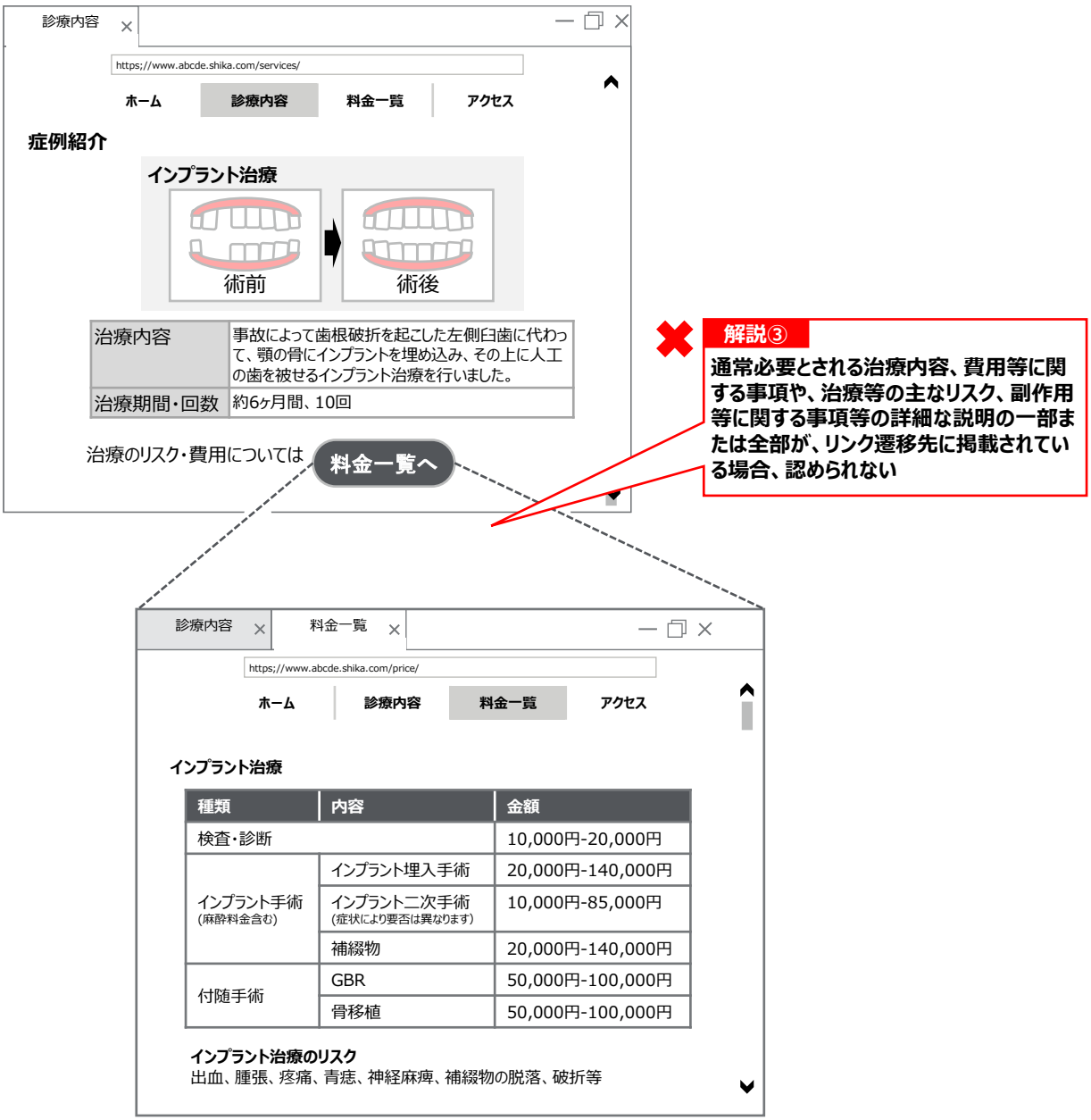
医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (7) 治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

（24）ビフォーアフター写真（省令禁止事項）（注意が必要な事例 1/2）

ビフォーアフター写真について、リンクを張った先に詳細な説明が付された表現

医療広告ガイドラインでは、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とされている。

事例　リンク遷移した先での詳細な説明の記載



医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

（24）ビフォーアフター写真（省令禁止事項）（注意が必要な事例 2/2）

ウェブサイト上のバナー画像および医療機関公式アカウントのSNS上に、ビフォーアフター写真が掲載されており、説明が付されていない

医療広告ガイドラインでは、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とされている。

事例　バナー画像および医療機関公式アカウントのSNSに、ビフォーアフター等の写真のみを掲載



医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

第１章　ウェブサイトにおける事例

１－１　広告が禁止される事例

１－２　広告可能事項の記載が不適切な事例

１－３　限定解除要件の記載が不適切な事例

①限定解除要件について

②自由診療に関する限定解除要件について

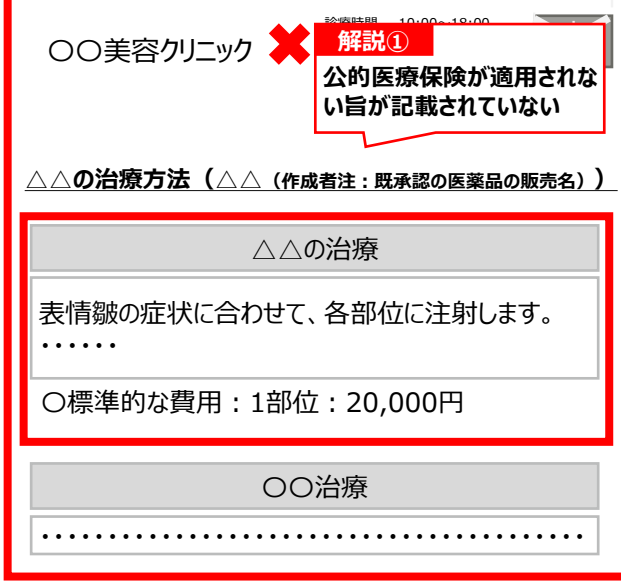
１－４　広告するにあたって注意が必要な事例

（25）治療の方法

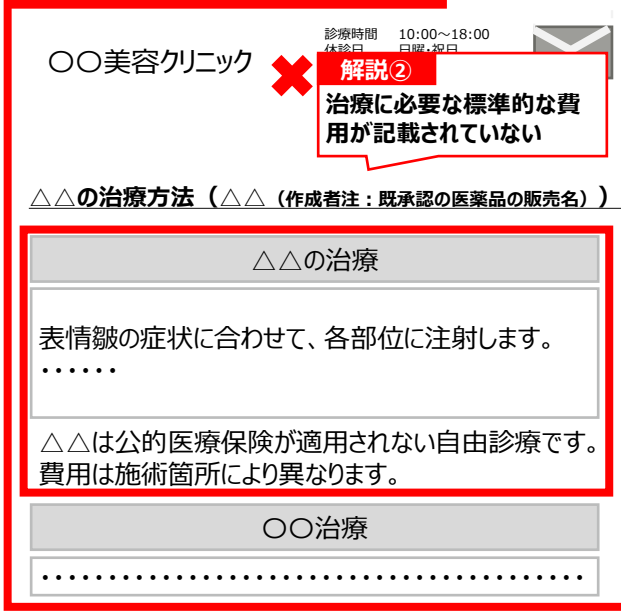
治療の方法について広告をすることができない表現

医薬品医療機器等法で承認された医薬品又は医療機器をその承認等の範囲で使用した自由診療について、治療に公的医療保険が適用されない旨又は標準的な費用を記載していないため、広告することはできない。

事例① 公的医療保険が適用されない旨

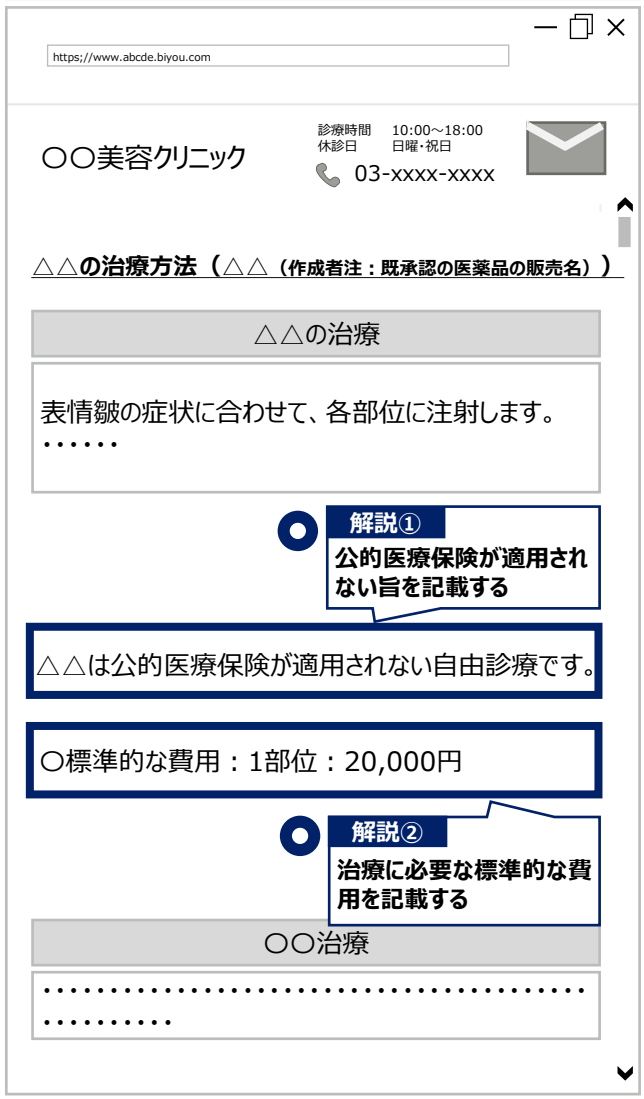


事例② 標準的な費用の記載



治療の方法の表現に係る改善例

医薬品医療機器等法で承認された医薬品又は医療機器をその承認等の範囲で使用した自由診療については、治療に公的医療保険が適用されない旨、及び標準的な費用を記載することにより広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



医療法関連法令	法第6条の5第3項第13号
医療広告ガイドライン	第4の4 (13) 法第6条の5第3項第13号
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-9

（26）医療従事者の専門性資格

広告することができない医療従事者の専門性資格の表現

厚生労働大臣が届出を受理した専門性資格については広告が可能であるが、団体名及び団体が認定する専門性の資格名が（〇〇学会認定〇〇専門医）記載されていない場合は広告をしてはならない。

事例①　資格名が記載されていない

院長紹介

厚生　太郎　〇〇歯科医院　院長

<経歴>

昭和62年

・
・
・

解説①

専門性資格については「〇〇学会認定〇〇専門医」のように記載する必要があるが、資格名の記載がなく、「〇〇学会認定　専門医」と記載されている

<資格>

日本口腔外科学会認定　専門医
日本歯周病学会認定　専門医
日本歯科麻酔学会認定　専門医

事例②　団体名が記載されていない

院長紹介

厚生　太郎　〇〇歯科医院　院長

<経歴>

昭和62年

・
・
・

解説②

専門性資格については「〇〇学会認定〇〇専門医」のように記載する必要があるが、団体名の記載がなく、「〇〇専門医」と記載されている。なお単に「〇〇専門医」との表記は誤認を与えるものとして誇大広告に該当する。

<資格>

口腔外科専門医
歯周病専門医
歯科麻酔専門医

医療従事者の専門性資格の表現に係る改善例

厚生労働大臣が届出を受理した専門性資格については、団体名及び団体が認定する専門性の資格名を記載することにより広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.shika.com

院長紹介

厚生　太郎　〇〇歯科医院　院長

<経歴>

昭和62年　△△大学歯学部卒業

・
・
・

解説①

「〇〇学会認定〇〇専門医」と専門性の資格名を記載する

<資格>

日本口腔外科学会認定　口腔外科専門医
日本歯周病学会認定　歯周病専門医
日本歯科麻酔学会認定　歯科麻酔専門医

解説②

団体名を記載する

補足

厚生労働大臣が届出を受理しており、広告が可能である専門性資格は、「医療に関する広告が可能となった医師等の専門性に関する資格名（厚生労働大臣に届出がなされた団体の認定するもの）等について」を参照。
URL：https://www.mhlw.go.jp/content/001063553.pdf

厚生労働大臣が届出を受理していない専門性資格について広告する場合は、「〇〇学会認定〇〇専門医」などと記載したうえで、限定解除要件を満たす必要がある。詳細はP.35を参照。

医療法関連法令	法第6条の5第3項第9号、規則第1条の9の2第1号、第2号
医療広告ガイドライン	第4の4 (9) 法第6条の5第3項第9号
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-5,3-6,3-7

第１章　ウェブサイトにおける事例

１－１　広告が禁止される事例

１－２　広告可能事項の記載が不適切な事例

１－３　限定解除要件の記載が不適切な事例

①限定解除要件について

②自由診療に関する限定解除要件について

１－４　広告するにあたって注意が必要な事例

（27）「専門外来」「診療科名」「専門性資格」「手術件数」「新聞や雑誌等で紹介された旨」における限定解除

限定解除要件を満たしていない例

厚生労働大臣が届出を受理していない団体が認定する専門性資格※1を有する旨等、広告可能事項に該当しないものは、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。以下の事例は、容易に照会できるように問い合わせ先（電話番号、Eメールアドレス等）を明示しておらず、限定解除要件を満たしていない。

事例①　広告可能事項ではない事項

〇〇専門外来
〇〇病院

解説①-1
「専門外来」の表記が存在する（「専門」を除外して「外来」とした場合も認められない）

ホーム　診療内容　医院紹介　アクセス

膠原病科	甲状腺科
糖尿病科	新生児科
認知症科	化学療法科

解説①-2
法令上の根拠のない診療科名が記載されている

解説①-3
厚生労働大臣が届出を受理していない専門性資格を記載している

院長紹介

厚生　太郎　〇〇病院　院長



＜資格＞
□□学会認定　□□専門医
△△学会認定　△△認定医
〇〇学会認定　〇〇認定医
（作成者注：厚生労働大臣が届出を受理していない専門性資格）

手術実績（2014年～2018年）

	2014	2015	2016	2017	2018
〇〇手術	50件	55件	63件	72件	81件
△△手術	28件	12件	51件	32件	45件

解説①-4
特定の医師のキャリアとして、医師個人が行った手術件数が記載されている

解説①-5
自らの医療機関や勤務する医師が紹介された旨を記載している

当院のメディア掲載情報

2018/5/25 当院が雑誌△△に掲載されました。
当院の施設写真やスタッフのインタビュー記事も掲載されております！



△△クラブ5月号

2019/3/8 ニュースで当院の院長〇〇が紹介されました！
現在の美容問題などについて、お話しました！



3月6日□□放送

限定解除要件を満たす改善例

左記を広告する際には、広告可能事項の限定解除要件に係る情報を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https;//www.abcde.com

〇〇専門外来
〇〇病院

診療時間　10:00～18:00
休診日　日曜・祝日

電話　03-xxxx-xxxx
Mail　xxxxxxxxx@yyy.jp

解説①-1～5
限定解除要件を満たした情報を記載する

医院紹介　アクセス

膠原病科	甲状腺科
糖尿病科	新生児科
認知症科	化学療法科

院長紹介

厚生　太郎　〇〇病院　院長



＜資格＞
□□学会認定　□□専門医
△△学会認定　△△認定医
〇〇学会認定　〇〇認定医
（作成者注：厚生労働大臣が届出を受理していない専門性資格）

手術実績（2014年～2018年）

	2014	2015	2016	2017	2018
〇〇手術	50件	55件	63件	72件	81件
△△手術	28件	12件	51件	32件	45件

当院のメディア掲載情報

2018/5/25 当院が雑誌△△に掲載されました。
当院の施設写真やスタッフのインタビュー記事も掲載されております！



△△クラブ5月号

2019/3/8 ニュースで当院の院長〇〇が紹介されました！
現在の美容問題などについて、お話しました！



3月6日□□放送

補足

限定解除の要件を満たすためには、医療広告ガイドラインp.31の広告可能事項の限定解除要件の①②の記載を満たすことが必要である。
（自由診療の場合は、これに加え限定解除要件の③④を満たす必要がある。詳細は本事例解説書p.37-45を参照

※1「医療に関する広告が可能となった医師等の専門性に関する資格名等について」に記載された範囲であれば限定解除せずに広告可能。

医療法関連法令	法第6条の6第1項、令第3条の2 ， 法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第1号、第2号
医療広告ガイドライン	第2の3 暗示的又は間接的な表現の扱い ， 第3の1(5) 広告が可能とされていない事項の広告 第4の4 (2) 法第6条の5第3項第2号 ， 第4の4(9) 法第6条の5第3項第9号
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-6,3-1,3-2,3-3,3-4,3-5,3-6,3-7,3-16,5-10

第１章　ウェブサイトにおける事例

１－１　広告が禁止される事例

１－２　広告可能事項の記載が不適切な事例

１－３　限定解除要件の記載が不適切な事例

①限定解除要件について

②自由診療に関する限定解除要件について

１－４　広告するにあたって注意が必要な事例

（28）自由診療における限定解除（全体概要）

限定解除を満たしていない表現

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。
以下の事例は、「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」や「治療の主な副作用・リスク」の記載がない、又は不十分で、限定解除要件を満たしていない。

https://www.abcde.biyou.com

治療方法：インプラント

電話　03-xxxx-xxxx
Mail　xxxxxxxxx@yyy.jp

「通常必要とされる治療内容」が記載されていない、または国民や患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供していない

➡ 個別具体例は、p.38「事例① 治療等の内容」を参照

「治療期間及び回数」が記載されていない、または国民や患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供していない

➡ 個別具体例は、p.39「事例② 治療期間及び回数」を参照

「標準的な費用」が記載されていない、または国民や患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供していない

➡ 個別具体例は、p.40「事例③ 標準的な費用」を参照

「主なリスクや副作用」が記載されていない、または国民や患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供していない

➡ 個別具体例は、p.41、42「事例④ 主なリスク、副作用」を参照

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」「治療の主な副作用・リスク」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.biyou.com

治療方法：インプラント

解説①
治療内容を適切かつ十分に記載する

インプラント治療とは

インプラント治療は、むし歯や歯周病を原因として失った歯にかわって、噛み心地や見た目を回復するための治療法です。歯が抜けたところの顎の骨に人工の歯の根を埋めて、それを土台にして歯をつくります。

インプラントの治療の流れ

検査	口の中の状況はインプラントの治療に直接的に関わったり、インプラントの持ち具合に関わったりするため検査をします
エックス線撮影・検査	インプラントは顎の骨に支えられることで、入れ歯と比べてしっかり噛むことができます。そのため顎の骨の形を正確に知るためにエックス線撮影を行います。
骨の移植	顎の骨が細すぎたり低すぎたりするとインプラントを埋められません。そのような時は骨のボリュームを増やすために骨の移植を行うことがあります。
手術（治療によっては2回）	麻酔をして顎の骨にインプラントを埋めます。まず歯肉を切り開いて顎の骨を出します。それからドリルで注意深く骨に穴を開けて、インプラントを埋めます。インプラントを埋める際にインプラントを歯肉で覆った場合は、インプラントの頭を出すためにもう一度手術を行います
仮歯を入れる	骨とインプラントがくっついてから歯をつくる作業に入ります。口の型取りと噛み合わせの記録を行います。いきなり最終的な歯をつくらずに、まず仮歯をつくり
最終的な歯を入れる	仮歯のチェックを行い、最終的な歯をつくります。 せます。

解説②
通常必要とされる治療期間及び回数を記載する

治療期間・回数

治療期間	3-6ヵ月
治療回数	5-6回

解説③
通常必要とされる標準的な金額を記載する

費用（※症状によって金額は変動します）

総額（1歯欠損の場合）	200,000円~300,000円（付随手術費用を除く）

＜内訳＞

種類	内容	金額
検査・診断		10,000円-20,000円
インプラント手術	インプラント埋入手術	20,000円-140,000円
	インプラント二次手術（症状により要否は異なります）	10,000-85,000円
付随手術	補綴物	
	GBR	
	骨移植	

解説④
治療における主なリスクや副作用を記載する

リスク・副作用

- 治療費が高額で治療期間が比較的長い
- 外科処置に伴う痛み・腫れ・出血・合併症の可能性がある
- お手入れ次第で感染することがある
- 食べ物が詰まりやすくなることがある
- 噛む感覚が自分の歯と違う

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（28）自由診療における限定解除（個別具体例 1/5）
通常必要とされる治療等の内容

限定解除要件を満たしていない表現

医療広告ガイドライン上で必要とされている「通常必要とされる治療等の内容」の記載が不十分であるため、限定解除要件を満たしていない。

事例①-1 治療等の内容

✖ 解説①-1
具体的な治療等の内容が記載されていない

インプラント治療とは

インプラント治療は、失った歯に近い歯を取り戻すことができます。

事例①-2 治療等の内容

✖ 解説①-2
治療等の内容に関連した記載自体はあるものの、不十分である

インプラント治療とは

インプラントは歯を失った人が行う治療で、最近では技術が進み、
様々な治療方法がございます。
当院では3種類の方法でインプラント治療を行っております。
患者様と相談して治療方法を決めていきますので、まずはご来院ください！

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「通常必要とされる治療等の内容」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.biyou.com

○ 解説①-1,2
治療等の内容を適切かつ十分に記載する

治療方法：インプラント

インプラント治療とは

インプラント治療は、むし歯や歯周病で抜けた歯にかわって噛み心地や見た目を回復するための治療法です。歯が抜けたところの顎の骨に人工の歯の根を埋めて、それを土台にして歯をつくります。

インプラントの治療の流れ

検査	口の中の状況はインプラントの治療に直接的に関わったり、インプラントの持ち具合に関わったりするため検査をします
エックス線撮影・検査	インプラントは顎の骨に支えられることで、しっかり噛むことができます。そのため顎の骨の形を正確に知るためにエックス線撮影を行います。
骨の移植	顎の骨が細すぎたり低すぎたりするとインプラントを埋められません。そのような時は骨のボリュームを増やすために骨の移植を行うことがあります。
手術（治療によっては2回）	麻酔をして顎の骨にインプラントを埋めます。まず歯肉を切り開いて顎の骨を出します。それからドリルで注意深く骨に穴を開けて、インプラントを埋めます。インプラントを埋める際にインプラントを歯肉で覆った場合は、インプラントの頭を出すためにもう一度手術を行います
仮歯を入れる	骨とインプラントがくっついてから歯をつくる作業に入ります。口の型取りと噛み合わせの記録を行います。いきなり最終的な歯をつくらずに、まず仮歯をつくって口の中に合わせます。
最終的な歯を入れる	仮歯のチェックを行い、もう一度型取りと噛み合わせの確認を行って最終的な歯をつくります。この時は歯の色もチェックして出来映えに反映させます。

治療期間・回数

治療期間	3-6ヵ月
治療回数	5-6回

費用（※症状によって金額は変動します）

総額（1歯欠損の場合）	200,000円~300,000円（付随手術費用を除く）

＜内訳＞

種類	内容	金額
検査・診断		10,000円-20,000円
インプラント手術	インプラント埋入手術	20,000円-140,000円
	インプラント二次手術（症状により要否は異なります）	10,000-85,000円
	補綴物	20,000円-140,000円
付随手術	GBR	50,000円-100,000円
	骨移植	50,000円-100,000円

リスク・副作用

- 治療費が高額で治療期間が比較的長い
- 外科処置に伴う痛み・腫れ・出血・合併症の可能性がある
- お手入れ次第で感染することがある
- 食べ物が詰まりやすくなることがある
- 噛む感覚が自分の歯と違う

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

更新
(事例②-4の追加)

（28）自由診療における限定解除（個別具体例 2/5）
治療期間及び回数

限定解除要件を満たしていない表現

医療広告ガイドライン上で必要とされている「治療期間及び回数」の記載が不十分であるため、限定解除要件を満たしていない。

事例②-1 治療期間・回数

治療期間・回数

治療期間は患者様の状態により異なります

✖ 解説②-1
通常必要とされる治療期間及び回数が記載されていない

事例②-2 治療期間・回数

治療期間・回数

治療期間：1か月～
治療回数：2回～

✖ 解説②-2
最低限の治療期間及び回数しか記載されていない

事例②-3 治療期間・回数

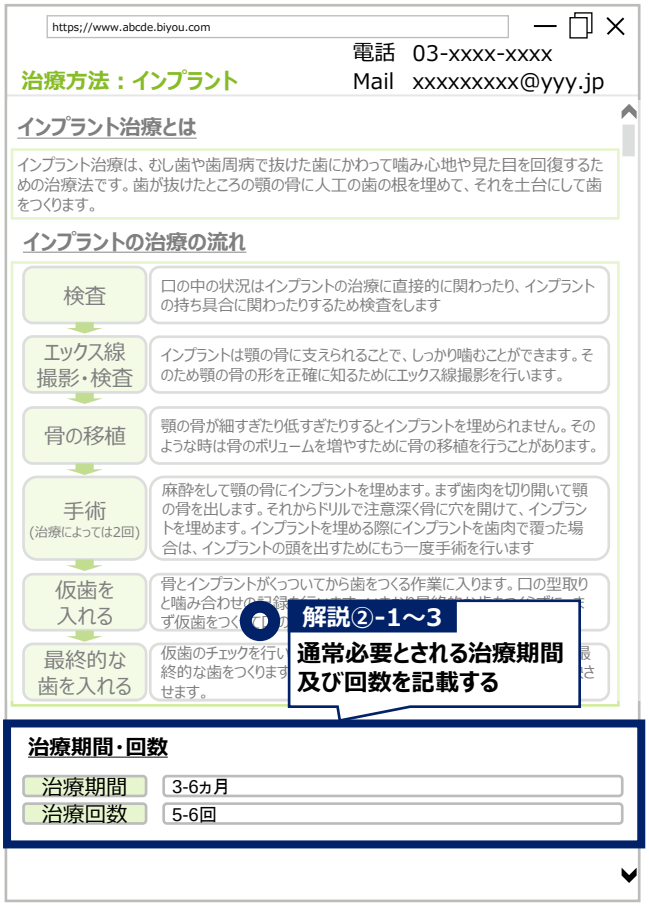
治療期間

治療期間：3-6ヵ月

✖ 解説②-3
治療期間しか記載されていない

限定解除要件を満たす改善例

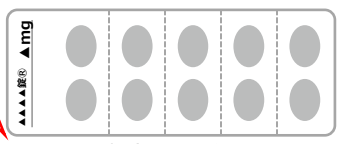
限定解除要件である「治療期間及び回数」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



CASE:自由診療で用いる医薬品の情報提供を行う場合

事例②-4 治療期間・回数

話題の美容内服をお手軽にお求めいただけます。



▲▲▲▲錠（作成者注：医薬品の商品名）は、服用するだけで美肌効果が期待できます。

✖ 解説②-4
医薬品の商品名を表示している

✖ 解説②-4
用法・用量、標準的な治療期間が記載されていない

解説②-4
医薬品の一般的名称を記載する

○○治療では、●●●●（作成者注：医薬品の一般的名称）を服用することで、肌のシミを薄くします。

用法・用量
- 1日3回毎食後に2錠ずつ服用します。

服用期間の目安
- 一般的に、効果が現れるまで3～4か月程度服用を続けます。
- 効果を実感する時期には個人差があります。

解説②-4
1日の中での服用回数・タイミングや1度に服用する錠数等、用法・用量を記載する

解説②-4
通常必要とされる服用期間を記載する

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（28）自由診療における限定解除（個別具体例 3/5）
標準的な費用

限定解除要件を満たしていない表現

医療広告ガイドライン上で必要とされている「標準的な費用」の記載が不十分であるため、限定解除要件を満たしていない。

事例③-1 費用

費用

料金は患者様の状態により異なります

解説③-1
費用が記載されていない

事例③-2 費用

費用

内容	金額
インプラント手術	150,000~

解説③-2
最低金額のみが記載されている

事例③-3 費用

インプラント　150,000円～

<内訳>

種類		金額
1箇所	メーカーA	150,000円-200,000円
	メーカーB	200,000円-250,000円
	メーカーC	300,000円-350,000円

解説③-3
同一ページ内には治療の最低金額から最高金額までを記載した料金表は存在するが、別の場所に最低価格のみを切り出して記載されている

事例③-4 費用

費用

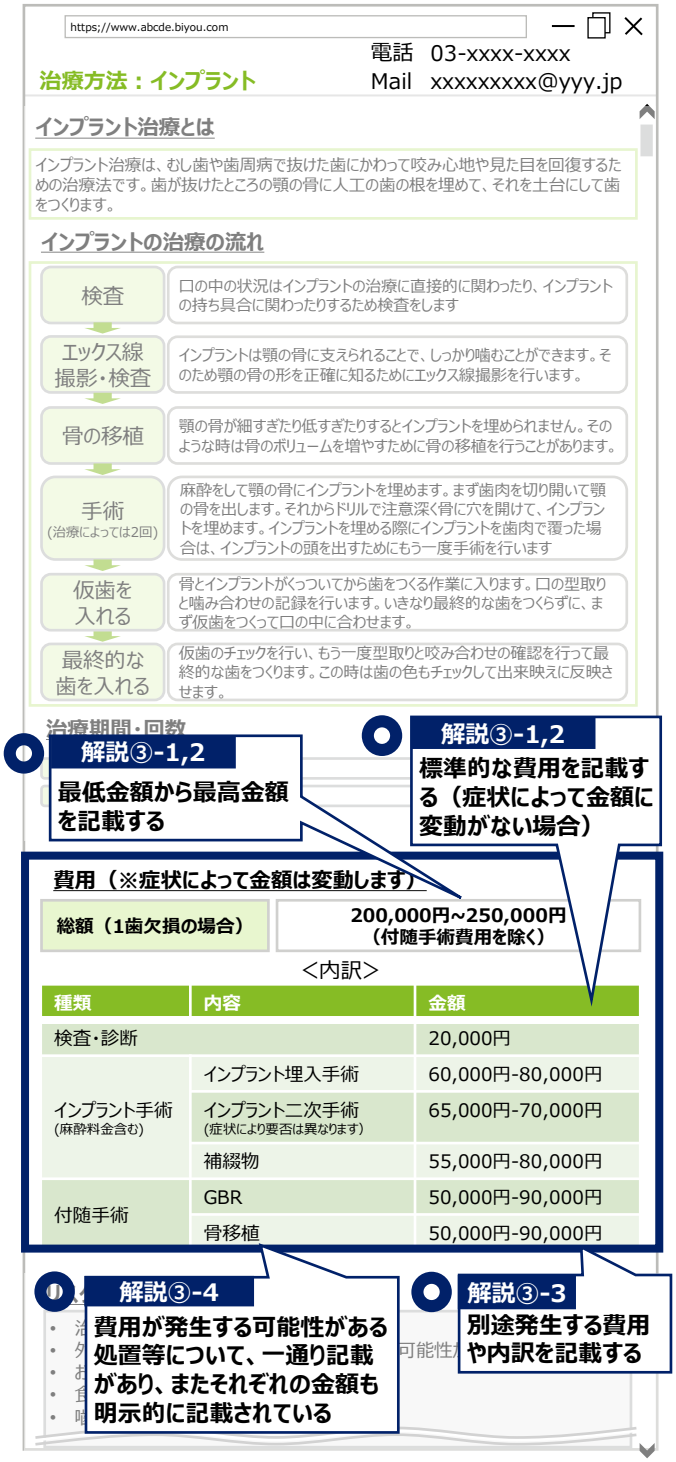
内容	金額
インプラント手術	170,000

※別途検査・診断料金が必要になります
※施術範囲により金額が異なる可能性があります

解説③-4
別途発生する費用が小さな文字で記載されており、具体的な金額の明示もない

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「標準的な費用」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方 , 第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（28）自由診療における限定解除（個別具体例 4/5）主なリスク、副作用等

限定解除要件を満たしていない表現

医療広告ガイドライン上で必要とされている「主なリスク、副作用等」の記載が不十分であるため、限定解除要件を満たしていない。

事例④-1 リスク、副作用等

✖ 解説④-1
治療における主なリスク、副作用等が記載されていない

リスク・副作用

治療費が高額

事例④-2 リスク、副作用等

✖ 解説④-2
治療における主なリスク、副作用等が十分に記載されていない

Q&A

Q：インプラント治療にはどのようなリスクがありますか？
A：手術中は麻酔が効いていますので、心配ありません。術後の痛みはありますが2～3日でひきます。それ以上に、ブリッジや入れ歯にはないメリットがあります。

事例④-3 リスク、副作用等

✖ 解説④-3
長所に関する情報と比べて極端に小さな文字で掲載している

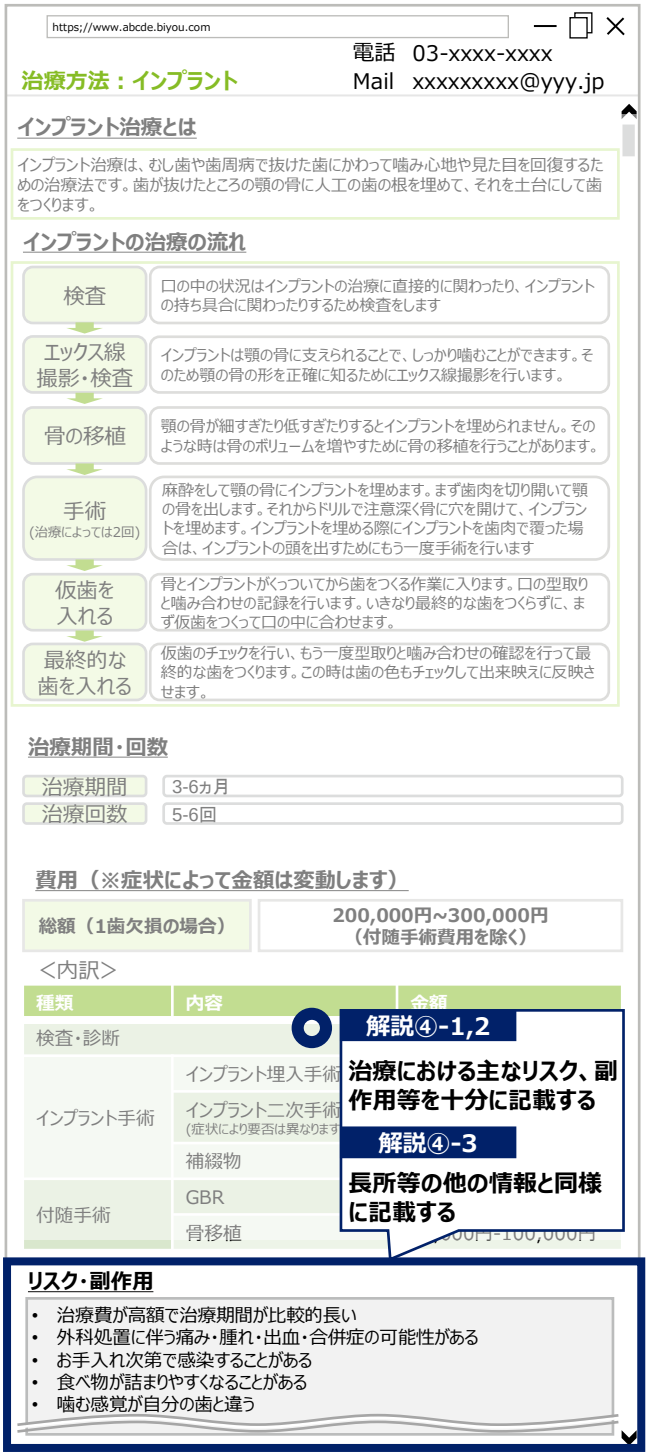
<インプラント治療のメリット>

- しっかりと強く噛める
- 見映えよく仕上げることが可能
- 自分の歯にかかる負担が減って長持ちする

※デメリット
- 治療費が高額で治療期間が比較的長い
- 外科処置に伴う痛み・腫れ・出血・合併症の可能性がある
- お手入れ次第で感染することがある
- 食べ物が詰まりやすくなることがある
- 噛む感覚が自分の歯と違う

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「主なリスク、副作用等」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（28）自由診療における限定解除（個別具体例 5/5）主なリスク、副作用等

限定解除要件を満たしていない表現

医療広告ガイドライン上で必要とされている「主なリスク、副作用等」の記載が不十分であるため、限定解除要件を満たしていない。

事例④-4 リスク、副作用等

✖ **解説④-4**

治療における主なリスク、副作用ではなく、メリットの説明である

リスク（ダウンタイム）について

ダウンタイムはありません。施術当日からメイク可能です。

事例④-5 リスク、副作用等

✖ **解説④-5**

術中・術後における主なリスク、副作用の説明ではなく、対象外となる患者についての説明である

リスク（禁忌事項）について

この施術をお受けできない方
- 風邪・頭痛・発熱・二日酔い・疲労等など体調不良の方。
- 妊娠中、または可能性がある方、授乳中の方。
- 刺青・タトゥーのある部分への施術。
- 切り傷やニキビなどの炎症部位への施術。

事例④-6 リスク、副作用等

✖ **解説④-6**

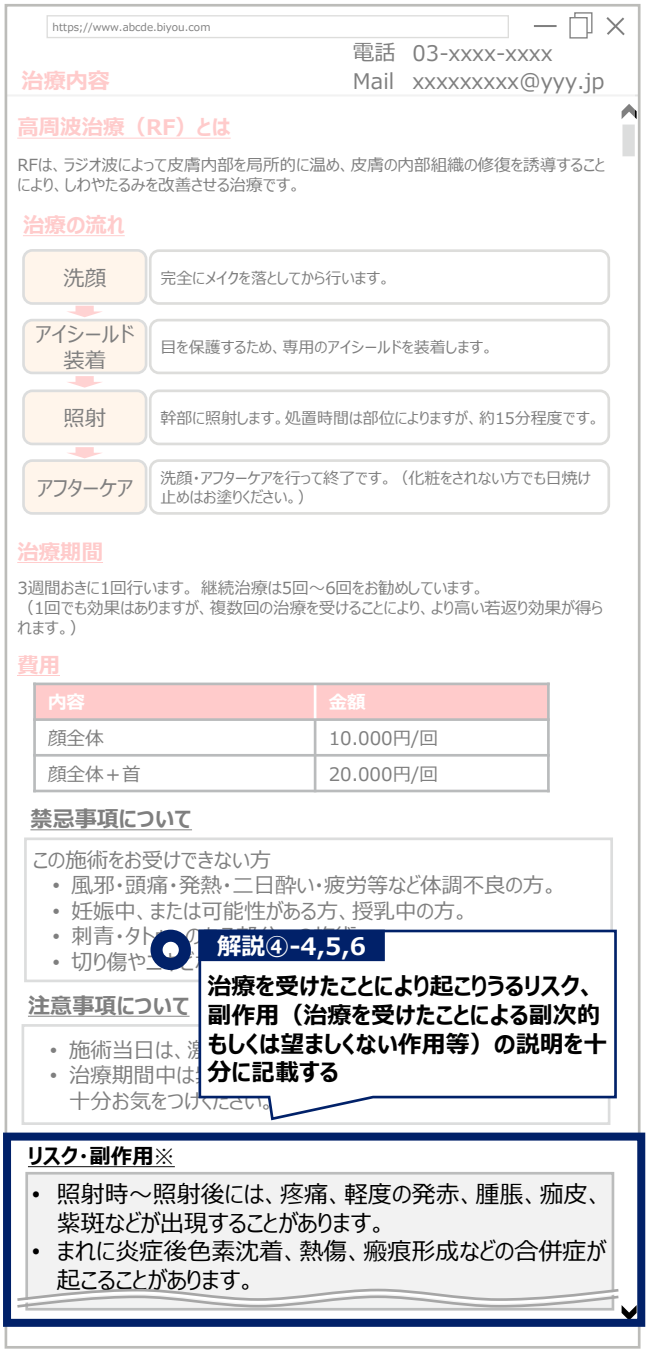
治療を受けるにあたっての注意事項であり、治療を受けたことにより起こりうるリスク、副作用についての説明ではない

リスク（注意事項）について

- 施術当日は、激しい運動・飲酒等はお控えください。
- 治療期間中は紫外線予防、保湿を必ず行い日焼けや乾燥に十分お気をつけください。

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「主なリスク、副作用等」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



※上記のリスク・副作用の記載例については、日本美容外科学会「美容医療診療指針（令和3年度改訂版）」p.38,41,42を参考に記載。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方 , 第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（29）未承認医薬品等を用いた自由診療における限定解除

前提

わが国の医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律において、承認等されていない医薬品・医療機器、あるいは承認等された効能・効果又は用法・用量が異なる医薬品・医療機器を用いた治療について、「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を明示する必要がある。
本頁では、右図の未承認医薬品等の事例を示している。

承認の有無・前提		「未承認医薬品等であること」等の記載要否
未承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	他の同等医薬品等も国内承認なし	必要
	他の同等医薬品等で国内承認あり	必要（他の承認等された医薬品等の情報を明示）
承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	承認とは異なる目的での使用	必要（承認等された効能・効果又は用法・用量とは異なることを明示）
	承認された目的での使用	不要

未承認医薬品等の要件を満たしていない表現

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件を満たす記載しかされておらず、未承認医薬品等を用いた自由診療を広告するための限定解除要件は満たしていない。

事例　未承認医薬品等を用いた治療方法

リフトアップ治療

解説
承認された効能・効果と異なる目的で医薬品等を使用しているにもかかわらず「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」が記載されていない

治療方法

〇〇（作成者注：未承認医療機器の販売名）で照射する超音波を直接肌にあて、皮下に存在する筋膜に熱をピンポイントで加え、リフトアップを行います。

治療期間・回数

治療期間	1-2年
治療回数	2-6回

費用※自由診療となります

施術名	金額
たるみ治療	300,000-350,000円

リスクと副作用について

リスク
神経の全面的あるいは部分的損傷が起こることで、永久的または一時的なしびれや表情筋の麻痺が発生する

副作用
線状に皮膚が腫れることがある
一時的に知覚が鈍く感じることがある

解説
「国内の承認医薬品等の有無」について、同一の成分や性能を有する他の国内承認医薬品等がある場合は、その情報を記載する

例：国内においては〇〇とは別の□□（作成者注：承認医療機器の販売名）が厚生労働省より承認を取得しています

未承認医薬品等の要件を満たす改善例

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件のほかに、未承認医薬品等の要件を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.biyou.com

リフトアップ治療

電話　03-xxxx-xxxx
Mail　xxxxxxxxx@yyy.jp

治療方法

〇〇（作成者注：未承認医療機器の販売名）で照射する超音波を直接肌にあて、皮下に存在する筋膜に熱をピンポイントで加え、リフトアップを行います。

治療期間・回数

治療期間	1-2年
治療回数	2-6回

費用※自由診療となります

施術名	金額
たるみ治療	300,000-350,000円

リスク
神経の全面
一時的な

副作用
線状に皮膚
一時的に知

解説
「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報（承認国がないなど、情報が不足している場合は、重大なリスクが明らかになっていない可能性がある旨）」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を記載する

※〇〇について

未承認医薬品等
この治療で使用される〇〇は医薬品医療機器等法上の承認を得ていない未承認医療機器です。

入手経路等
当院で使用している〇〇は□□国△△社で製造されたものを当院で個人輸入しております。個人輸入された医薬品等の使用によるリスクに関する情報は下記URLをご確認ください。
https://www.yakubutsu.mhlw.go.jp/index.html

国内の承認医薬品等の有無
国内においては承認されている医療機器はありません。

諸外国における安全性等に係る情報
米国のFDA（アメリカ食品医薬品局）に承認されております。リスクとしては痛み・ヒリヒリ感、みみず腫れ、一時的な腫れ、紫斑、色素増強、瘢痕形成、一時的な局所神経麻痺が報告されています。

医薬品副作用被害救済制度について
万が一重篤な副作用が出た場合は、国の医薬品副作用被害救済制度の対象外となります。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-25,3-26

（30）医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療における限定解除

前提

わが国の医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律において、承認等されていない医薬品・医療機器、あるいは承認等された効能・効果又は用法・用量が異なる医薬品・医療機器を用いた治療について、「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を明示する必要がある。
本頁では、右図の未承認医薬品等の事例を示している。

承認の有無・前提		「未承認医薬品等であること」等の記載要否
未承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	他の同等医薬品等も国内承認なし	必要
	他の同等医薬品等で国内承認あり	必要（他の承認等された医薬品等の情報を明示）
承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	承認とは異なる目的での使用	必要（承認等された効能・効果又は用法・用量とは異なることを明示）
	承認された目的での使用	不要

未承認医薬品等の要件を満たしていない表現

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件を満たす記載しかされておらず、医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療を広告するための限定解除要件は満たしていない。

事例　承認された効能・効果と異なる目的で医薬品等を用いた治療方法

解説

承認された効能・効果と異なる目的で医薬品等を使用しているにもかかわらず「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」が記載されていない

美容注射：プラセンタ注射（〇〇（作成者注：既承認の医薬品の販売名））

治療方法と治療回数

治療方法：アミノ酸、核酸、塩基、ミネラルが含まれた〇〇を注射することにより〇〇（効果）を図ります
治療回数：週1回~2週間に1回が平均的な回数です。

リスクと副作用について

リスク：内出血
プラセンタ注射は、注射器を用いるため、細い血管に当たってしまい内出血を引き越してしまうリスクがあります。
本製剤は生体由来の原料を使用しているため、現在未知の病原体の感染は完全には否定できません。

副作用：下記症状が出る場合があります
過敏症・頭痛・肝機能障害・献血ができなくなります

費用※自由診療となります

施術名	金額
プラセンタ注射	2,500円/本

解説

「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報（承認国がないなど、情報が不足している場合は、重大なリスクが明らかになっていない可能性がある旨）」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を記載する

未承認医薬品等の要件を満たす改善例

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件のほかに、未承認医薬品等の要件を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.biyou.com

電話　03-xxxx-xxxx
Mail　xxxxxxxxx@yyy.jp

美容注射：プラセンタ注射（〇〇（作成者注：既承認の医薬品の販売名））

治療方法と治療回数

治療方法：アミノ酸、核酸、塩基、ミネラルが含まれた〇〇を注射します
治療回数：週1回~2週間に1回が平均的な回数です。

費用※自由診療となります

施術名	金額
プラセンタ注射	2,500円/本

リスクと副作用について

リスク：内出血
プラセンタ注射は、注射器を用いるため、細い血管に当たってしまい内出血を引き越してしまうリスクがあります。
本製剤は生体由来の原料を使用しているため、現在未知の病原体の感染は完全には否定できません

副作用：下記症状が出る場合があります
過敏症・頭痛・肝機能障害・献血ができなくなります

※ヒト胎盤抽出物（プラセンタ）について

未承認医薬品等（異なる目的での使用）
ヒト胎盤抽出物（プラセンタ）は、医薬品医療機器等法において、「慢性肝疾患における肝機能の改善」の効能・効果で承認されていますが、当院で行う美容目的での使用については国内で承認されていません。

入手経路等
当院で使用しているヒト胎盤抽出物（プラセンタ）は□□国△△社で製造されたものを当院で個人輸入しております。

国内の承認医薬品等の有無
ヒト胎盤抽出物を一般名とする医薬品は国内で承認されておりますが、承認されている効能・効果及び用法・用量と当院での使用目的・方法は異なります。

諸外国における安全性等に係る情報
現在重大なリスクは報告されておりませんが、ｖＣＪＤ（変異型クロイツフェルトヤコブ病）の伝播の理論的なリスクは否定できません。

医薬品副作用被害救済制度について
万が一重篤な副作用が出た場合は、国の医薬品副作用被害救済制度の対象外となります。

医療法	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-14,3-25.3-26

更新
（医薬品名等の調整）

（31）医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療における限定解除（GLP-1関連）

前提

わが国の医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律において、承認等されていない医薬品・医療機器、あるいは承認等された効能・効果又は用法・用量が異なる医薬品・医療機器を用いた治療について、「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を明示する必要がある。
本頁では、右図の未承認医薬品等の事例を示している。

承認の有無・前提		「未承認医薬品等であること」等の記載要否
未承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	他の同等医薬品等も国内承認なし	必要
	他の同等医薬品等で国内承認あり	必要（他の承認等された医薬品等の情報を明示）
承認医薬品等（医薬品・医療機器等）	承認とは異なる目的での使用	必要（承認等された効能・効果又は用法・用量とは異なることを明示）
	承認された目的での使用	不要

未承認医薬品等の要件を満たしていない表現

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件を満たす記載しかされておらず、医薬品等を承認された効能・効果と異なる目的で用いた自由診療を広告するための限定解除要件は満たしていない。

事例　承認された効能・効果と異なる目的で医薬品等を用いた治療方法

GLP-1ダイエット ○○錠

効果
2型糖尿病の治療薬として承認されたGLP-1受容体作動薬を用い、インスリンの分泌を促すとともに、胃腸や脳に働きかけて満腹感を得たり、食欲を抑制する効果があります。通常、6カ月程で効果が出ます。

用法・用量
1日1回、最初の飲食前に1錠をコップ半分の水とともに服用ください。

副作用・リスク
下記の症状が出る場合がありますが、内服継続をすることで、それらの症状は緩和していきます。一般的には問題なく服用いただける方がほとんどです。
悪心、嘔気、嘔吐、食欲不振、胃のむかつき、下痢、倦怠感等

費用※自由診療となります

内容	金額
3mg・30錠	15,000円
7mg・30錠	25,000円

解説

承認された効能・効果と異なる目的で医薬品等を使用しているにもかかわらず「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」が記載されていない

未承認医薬品等の要件を満たす改善例

自由診療の広告に必要となる通常の限定解除要件のほかに、未承認医薬品等の要件を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

https://www.abcde.biyou.com

電話　03-xxxx-xxxx
Mail　xxxxxxxxx@yyy.jp

GLP-1受容体作動薬

効果
2型糖尿病の治療薬として承認されたGLP-1受容体作動薬を用い、インスリンの分泌を促すとともに、胃腸や脳に働きかけて満腹感を得たり、食欲を抑制する効果があります。通常、6カ月程で効果が出ます。

用法・用量
1日1回、最初の飲食前に1錠をコップ半分の水とともに服用ください。

副作用・リスク
下記の症状が出る場合がありますが、内服継続をすることで、それらの症状は緩和していきます。一般的には問題なく服用いただける方がほとんどです。
悪心、嘔気、嘔吐、食欲不振、胃のむかつき、下痢、倦怠感等

費用※自由診療となります

内容	金額
○○錠3mg・30錠	15,000円
○○錠7mg・30錠	25,000円

未承認医薬品等（異なる目的での使用）
○○錠は、2型糖尿病の治療薬として厚生労働省に承認されています。肥満治療目的での処方は国内で承認されていません。

入手経路等
国内の医薬品卸業者より国内承認薬を仕入れています。

国内の承認医薬品等の有無
○○錠と同成分（△△）の注射製剤が、肥満症の治療薬として国内で承認されています。

諸外国における安全性等に係る情報
同一成分の注射製剤がアメリカ食品医薬品局（FDA）で肥満症治療薬として承認されていますが、諸外国でも美容・痩身・ダイエット等を目的とした使用は承認されていないため重大なリスクが明らかになっていない可能性があります。

医薬品副作用被害救済制度について
万が一重篤な副作用が出た場合は、国の医薬品副作用被害救済制度の対象外となります。

解説

「未承認医薬品等であること」「入手経路等」「国内の承認医薬品等の有無」「諸外国における安全性等に係る情報（承認国がないなど、情報が不足している場合は、重大なリスクが明らかになっていない可能性がある旨）」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」を記載する

医療法	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-14,3-25.3-26

第１章　ウェブサイトにおける事例

１－１　広告が禁止される事例

１－２　広告可能事項の記載が不適切な事例

１－３　限定解除要件の記載が不適切な事例

①限定解除要件について

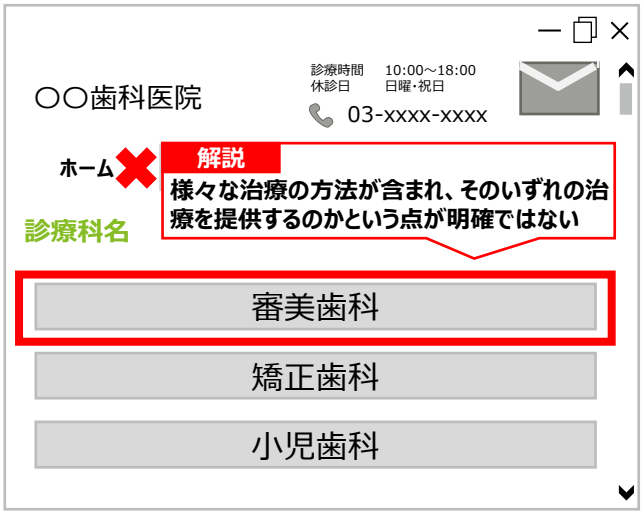
②自由診療に関する限定解除要件について

１－４　広告するにあたって注意が必要な事例

（32）様々な治療の方法が含まれ、そのいずれの治療を提供するのかという点が明確ではない診療科名（誇大広告）

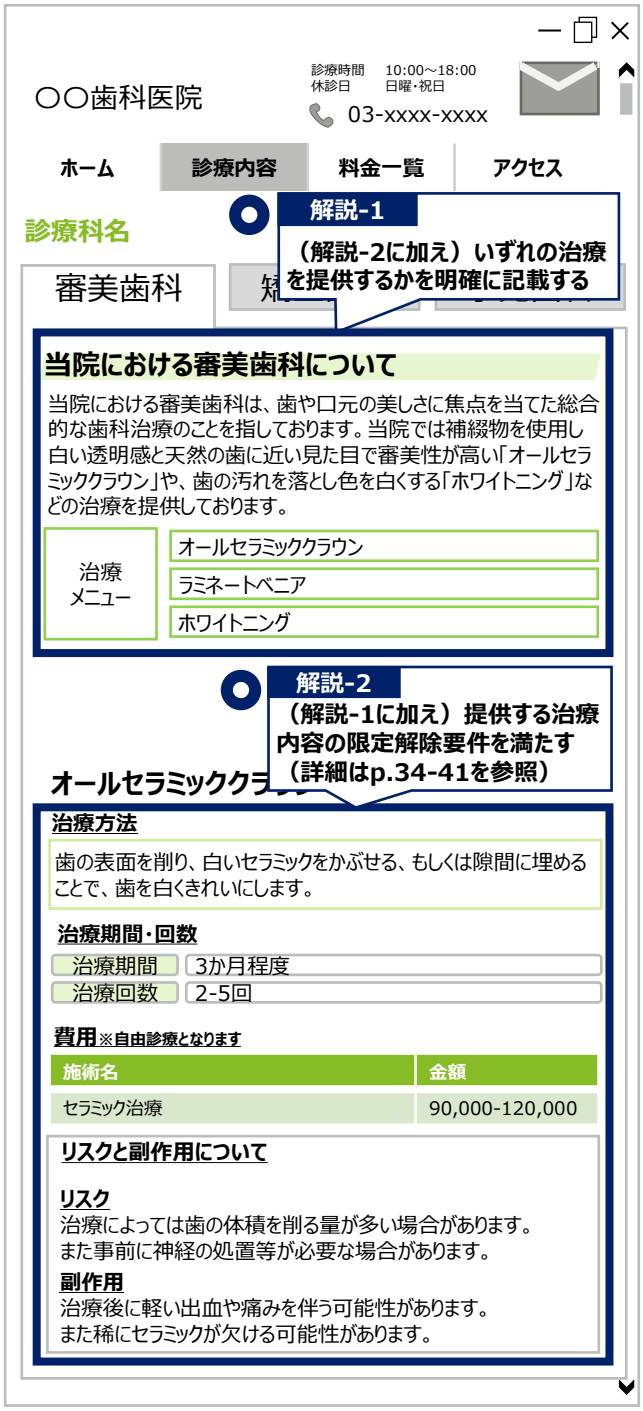
広告をしてはならない診療科名の表現

法令上根拠のない名称や、組み合わせの診療科名のうち、様々な治療の方法が含まれ、そのいずれの治療を提供するのかという点が明確ではない名称について、提供する治療の内容が記載されておらず不明確であり、限定解除要件が満たされているとしても、誤認を与える可能性があり、広告できない。



広告をしてはならない診療科名の表現に係る改善例

提供する医療の内容を明確に記載したうえで、限定解除要件を満たす必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。



補足

診療科名は、医療法施行令第３条の２で定められた診療科名又は当該診療に従事する医師が厚生労働大臣の許可を受けたもの以外は広告が認められないが、限定解除要件を満たすことで、広告は可能である。
限定解除の要件を満たすためには、医療広告ガイドラインp.31の広告可能事項の限定解除要件の①②の記載を満たすことが必要である。
（自由診療の場合は、これに加え限定解除要件の③④を満たす必要がある。詳細は本事例解説書p.37-45を参照。）

医療法関連法令	法第6条の5第2項第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (3) 誇大な広告（誇大広告）
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q3-18

（33）提供される医療とは直接関係ない事項による誘引

提供される医療とは直接関係ない事項の表現

医療広告ガイドラインでは、提供される医療の内容とは直接関係のない情報を強調し、国民・患者を誤認させ、不当に国民・患者を誘引する内容については、広告は行わないものとされている。

事例　提供される医療の内容とは直接関係のない事項



医療法関連法令	
医療広告ガイドライン	第3の1 (8) その他 ア ②提供される医療の内容とは直接関係ない事項による誘引
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（34）費用を強調した広告（個別具体例1/2）

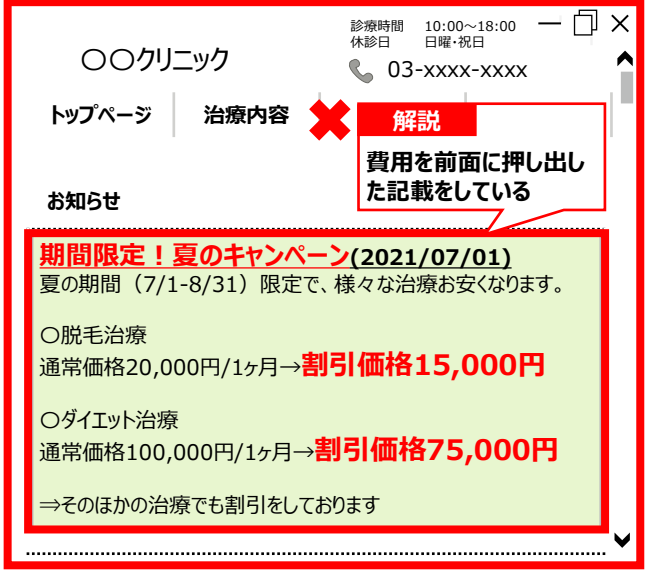
費用を強調した広告

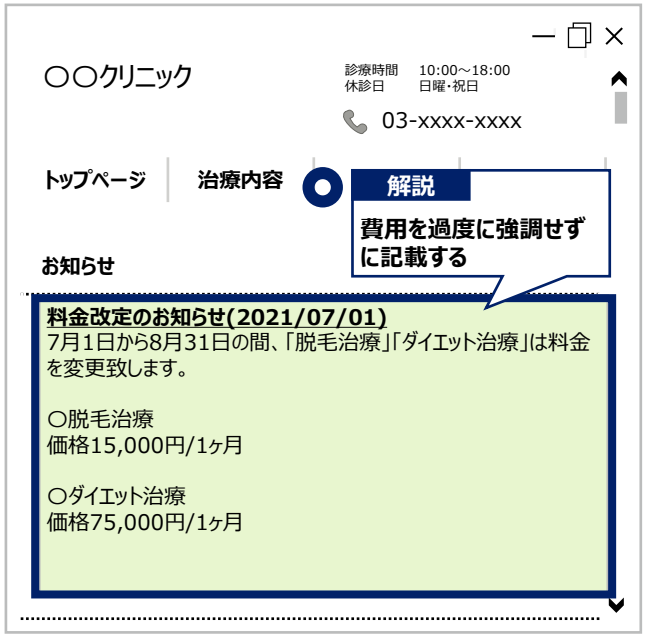
医療広告ガイドラインでは、医療広告は、患者等が広告内容を適切に理解し、治療等の選択に資するよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならないから、医療機関や医療の内容について品位を損ねる、あるいはそのおそれがある広告は行うべきではない、とされている。

費用を強調した広告に係る改善例

キャンペーンや割引等の品位を損ねる、あるいはそのおそれがある広告は控え、治療の費用は過度に強調せずに記載する。

事例① キャンペーンや割引を強調した広告





事例② 会員特典として費用の割引を強調した広告



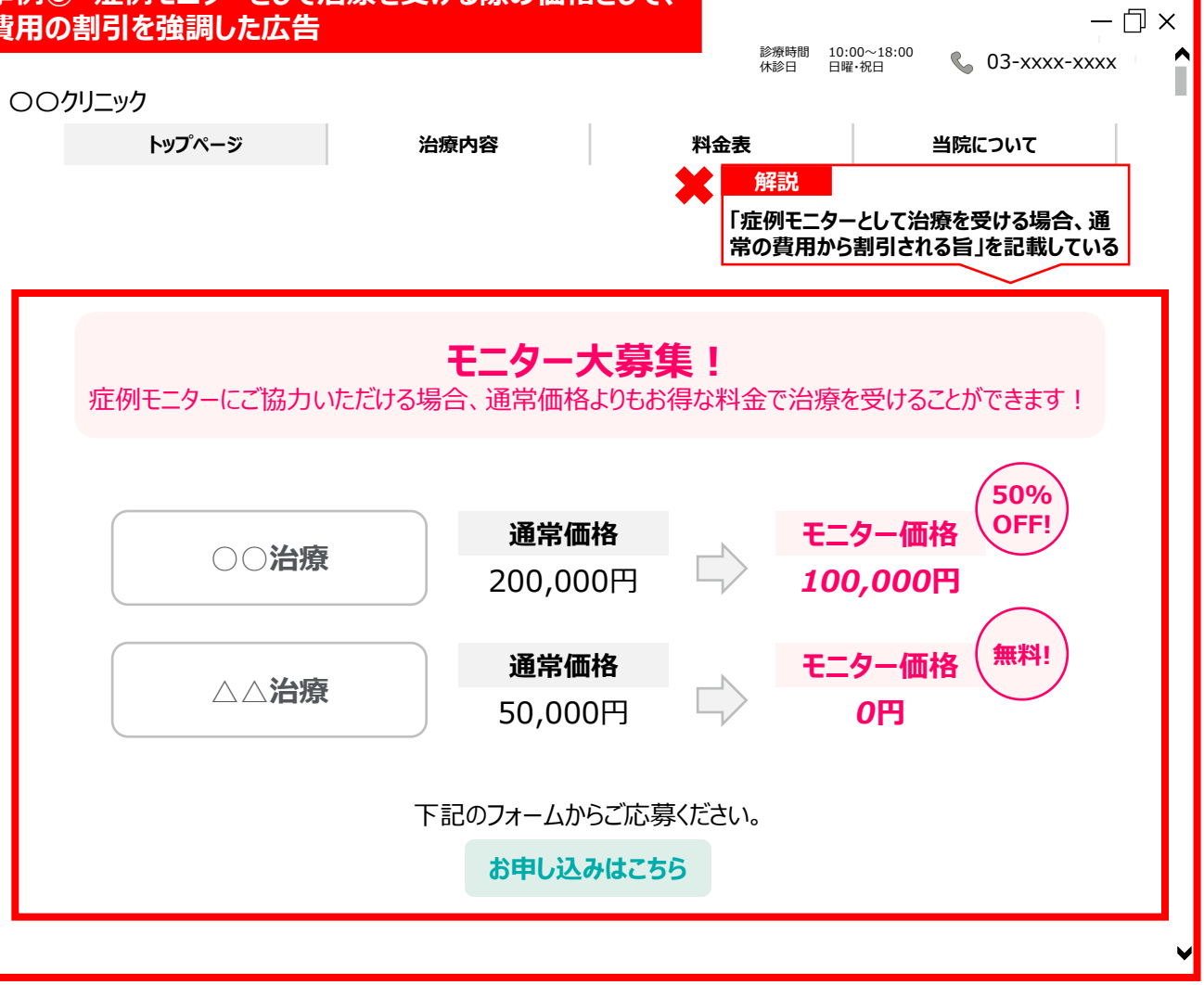
医療法関連法令	
医療広告ガイドライン	第3の1 (8) その他 ア ①費用を強調した広告
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-5

（34）費用を強調した広告（個別具体例2/2）

費用を強調した広告

医療広告ガイドラインでは、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は行うべきではない、とされている。

事例③　症例モニターとして治療を受ける際の価格として、費用の割引を強調した広告



医療法関連法令	
医療広告ガイドライン	第3の1 (8) その他 ア ①費用を強調した広告
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-5

4．広告するにあたって注意が必要な事例

（35）医薬品の販売名（医薬品医療機器等法）

医薬品の販売名

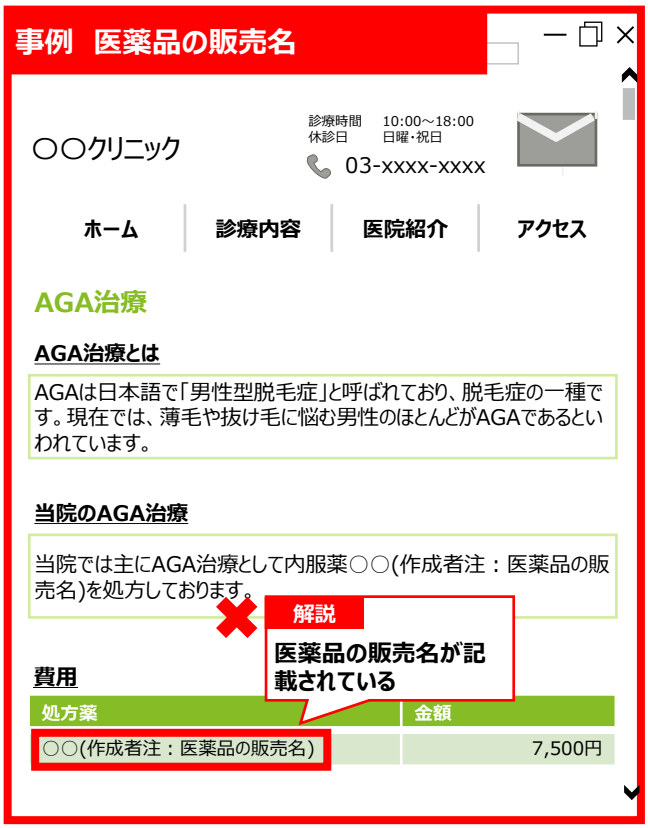
平成29年9月29日付け薬生発0929第4号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知の別紙「医薬品等適正広告基準」により、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告は行わないものとされていることに鑑み、医薬品又は医療機器の販売名については、広告してはならない。

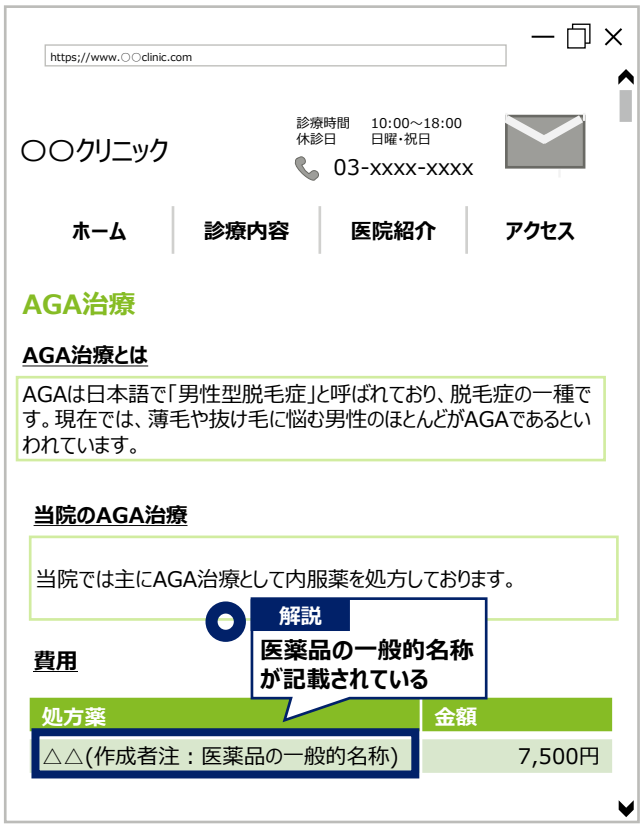
医薬品の販売名に係る改善例

医薬品又は医療機器については、一般的名称等、特定されない記載をすることにより、広告が可能である。

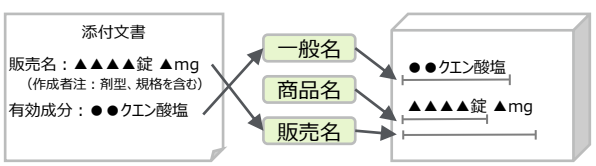
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のウェブサイトにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

事例　医薬品の販売名





一般名・販売名に関する補足



補足

医薬品又は医療機器の販売名についても、広告可能事項の限定解除要件を満たした場合には、広告可能事項の限定が解除でき、広告が可能である。
広告している医薬品が未承認の場合や、承認された効能効果以外の用途で使用されている場合は、通常の限定解除要件に加えて、「未承認医薬品であることの明示」「入手経路等の明示」「国内の承認医薬品等の有無の明示」「諸外国における安全性等に係る情報の明示」「医薬品副作用被害救済制度の対象にはならないこと」の記載が必要である。
（詳細は本事例解説書P.45-47を参照）

医療法関連法令	医薬品医療機器等法
医療広告ガイドライン	第3の1 (8) その他 イ ①医薬品医療機器等法
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-15

（36）バナー広告における違反

バナー広告の不適切な表現

医療広告ガイドラインでは、「①患者の受診等を誘引する意図があること（誘引性）」と「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、医療広告規制の対象になるとされており、これらを満たす場合は医療機関ホームページに限らずバナー広告も対象となる。
バナー広告では、禁止される広告は当然に不適切であることに加え、限定解除要件「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」を満たさないことから広告可能事項以外は広告することができない。

事例　バナー広告における違反



医療広告ガイドラインにおけるバナー広告の扱いについて

医療広告ガイドラインでは、広告可能事項の限定解除の具体的な要件にて、「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。」とされており、バナー広告は限定解除要件①を満たさないことから、広告可能事項以外を広告することはできない。
なお、バナー広告自体が一律禁止されているわけではなく、広告可能事項の範囲内であれば広告可能である。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号他
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件他
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-7

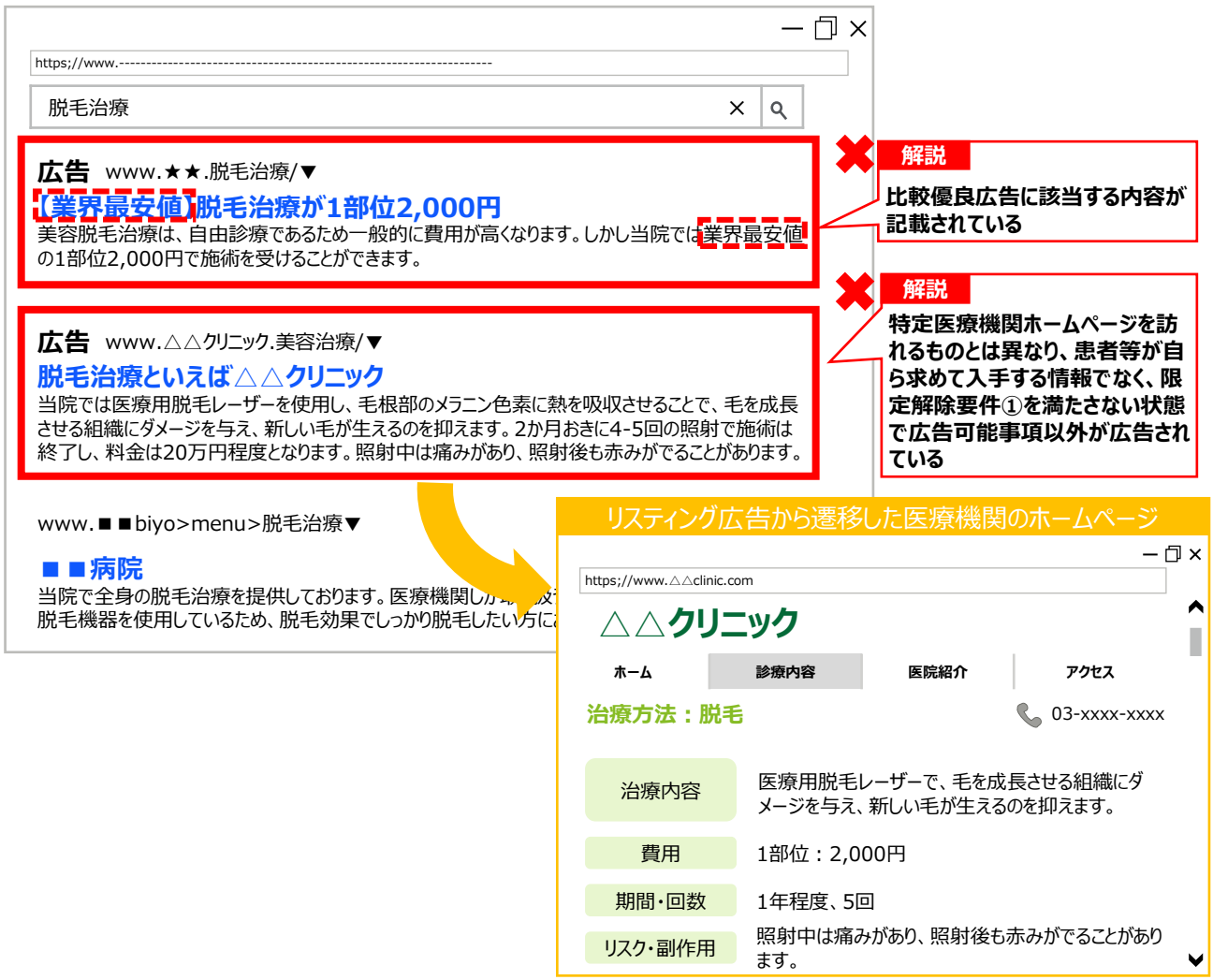
4．広告するにあたって注意が必要な事例

（37）リスティング広告における違反

リスティング広告の不適切な表現

医療広告ガイドラインでは、「①患者の受診等を誘引する意図があること（誘引性）」と「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、医療広告規制の対象になるとされており、これらを満たす場合は医療機関ホームページに限らずリスティング広告も対象となる。
リスティング広告では、禁止される広告は当然に不適切であることに加え、限定解除要件「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」を満たさないことから広告可能事項以外は広告することができない。

事例　リスティング広告における違反



医療広告ガイドラインにおけるリスティング広告の扱いについて

医療広告ガイドラインでは、広告可能事項の限定解除の具体的な要件にて、「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。」とされており、リスティング広告は限定解除要件①を満たさないことから、広告可能事項以外を広告することはできない。
なお、リスティング広告自体が一律禁止されているわけではなく、広告可能事項の範囲内であれば広告可能である。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	

（38）特定の人のみが閲覧可能な広告における違反

特定の人のみが閲覧可能な広告における違反例

当該医療機関に係る情報取得を希望した者のみ閲覧可能な状態（一般人は閲覧不可）であっても広告規制の対象になるため、禁止される広告は当然に認められない。

事例　会員限定ページにおける違反



解説

特定の人のみが閲覧可能なウェブサイトであっても、虚偽広告や比較優良広告等に該当する内容は、通常のウェブサイトと同様に、禁止される広告であり、認められない

補足

虚偽広告や比較優良広告等だけではなく、法又は広告告示により広告が可能とされた事項以外の広告も認められないが、通常のウェブサイトと同様、限定解除要件を満たすことで広告は可能である。限定解除の要件を満たすためには、医療広告ガイドラインp.31の広告可能事項の限定解除要件の①②の記載を満たすことが必要である。
(自由診療の場合は、これに加え限定解除要件の③④を満たす必要がある。詳細は本事例解説書p.37-45を参照。)

医療法関連法令	
医療広告ガイドライン	第2　広告規制の対象範囲
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-10

第２章　SNS･動画広告における事例

２－１　SNSにおける広告事例

２－２　動画における広告事例

更新
(説明の追加・修正)

1．SNSにおける広告事例

SNSにおける広告形態と主な違反形態

SNSにおける広告形態

メディアによっても異なるが、SNSにおいては概ね次の構成によって医療広告が行われている実態がある。
①プロフィール
②投稿（テキスト、画像、動画（一定期間で限定公開されるものを含む））
③返信

なお、SNSによる情報提供については、メディアの特性等を踏まえ、以下の点も医療広告に相当することに留意が必要である。
・「②投稿」に字数制限がある場合に、自らの投稿に対して「③返信」を行うことで、一連の投稿として情報提供を行う場合
・画像、動画音声等の手段により情報提供を行う場合
・「②投稿」や「③返信」内のハッシュタグ（＃）によるタグ付け部分
（※投稿内容と関係のないハッシュタグによる誘引は不適切）
・個人アカウントによる情報であっても、医療機関・医師等への特定性と誘引性をいずれも有する場合

SNSにおける広告の構成と主な違反形態

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

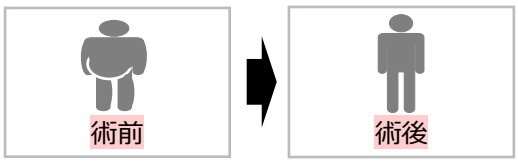
アクセスいただき、ありがとうございます！
○○クリニック公式アカウントです。キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日

最先端の痩身治療「▲▲▲▲」が￥10,000～利用可能です！
従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。副作用もほとんどありません。

＃▲▲▲▲ ＃メディカル痩身 ＃美容点滴



③返信

「②投稿」に対して「③返信」を行うことで、一連の投稿として情報提供を行う場合もあり

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日

▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。
XXX.clinic.co.jp

※ハイライト箇所は、医療広告規制に抵触する記載・表現

広告が禁止される事項

①プロフィール、②投稿、③返信、**いずれかに含まれていれば違反となる**
- 虚偽広告
- 誇大広告
- 比較優良広告
- 体験談　等

自由診療に関する限定解除要件

①プロフィール、②投稿、③返信
内又はこれらの組合せにより、次の情報提供が一体的かつ一覧性をもってなされていなければ違反となる
- 治療等の内容及び費用
- 治療等の主なリスク・副作用

ビフォーアフター写真

①プロフィール、②投稿、③返信
内又はこれらの組合せにより、画像の付近に次の情報提供が一体的かつ一覧性をもってなされていなければ違反となる
- 治療等の内容及び費用
- 治療等の主なリスク・副作用

1．SNSにおける広告事例

SNSにおける広告形態と主な違反形態
一体的かつ一覧性をもった情報提供のあり方

SNSにおける医療広告については、一つの投稿内で情報提供が完結せず、返信等によって一連の投稿として情報提供を行う場合がある。こうした場合も、一連の情報の確認を促すなど、患者等にとって分かりやすい情報提供となるよう、一体的かつ一覧性をもった情報提供を行う必要がある。
※以下は一例であり、実際のSNSにおける全体の構図を考慮して、患者等にとって分かりやすい情報提供が行われる必要がある。

✖ 情報提供が分かりにくいもの

例１：必要な情報提供が一連の投稿の中でなされていない

プロフィール
○○治療（作成者注：自由診療で行われる治療）を行っています。
連絡先 XX

投稿

例２：必要な情報提供が一体性、一覧性をもってなされていない

プロフィール

連絡先 XX

投稿
○○治療のメリットとは・・・

⋮

投稿
○○治療では・・・を行います。

⋮

投稿
○○治療の費用、リスク・副作用は・・・です。

○ 一体的かつ一覧性をもって情報提供が行われているもの

例１：必要な情報提供がプロフィール欄や一つの投稿の中で一体的かつ一覧性をもって情報提供が行われている

プロフィール
○○治療
○○治療では・・・を行います。
○○治療の費用、リスク・副作用は・・・です。
連絡先 XX

投稿

例２：情報提供された投稿の掲載場所を明示し、その投稿の近傍で一体的かつ一覧性をもって必要な情報提供が行われている

プロフィール
○○治療
本治療の詳細は1投稿目をご覧ください。（投稿を固定しています）
連絡先 XX

投稿
○○治療の内容、費用、リスク・副作用は・・・です。

投稿

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（39）体験談（省令禁止事項）

治療内容又は効果に関する体験談の表現

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされている。

事例　治療内容または効果に関する体験談

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

アクセスいただき、ありがとうございます！
○○クリニック公式アカウントです。キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic　5月10日

ご来院いただき、ありがとうございます。
スーパー白玉注射をご利用いただきました。

#白玉注射 #▲▲▲▲

あいちゃん @xx_aichan　5月3日

○○○○クリニックでスーパー白玉注射！
肌にツヤとハリが出たよ♡
次回使える割引チケットももらえたので、とってもお得でおススメだよ♪



解説

他者の投稿を引用することで、自院のサービス等の体験談を紹介している場合も違反となる

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（40）ビフォーアフター写真（省令禁止事項）

ビフォーアフター写真において治療等の効果又は内容について患者等に誤認を与えるおそれがある表現

医療広告ガイドラインでは、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に関する広告としては認められないとされている一方で、詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらない、とされている。ビフォーアフター写真の掲載に必要な情報が十分に記載されておらず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ものについては、広告することはできない。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日

大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！
従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できます！
￥10,000～利用可能です！
副作用もほとんどありませんので、安心して利用ください。

#▲▲▲▲ #メディカル痩身



③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日

▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。
XXX.clinic.co.jp ①

事例①
主なリスク、副作用等

次のケースは違反となる。
- **ビフォーアフター写真のみが掲載され、説明が一切ない**
- **説明が付されているが、通常必要とされる治療内容・費用、主なリスク・副作用に関する説明が不足している。または、自院HP等の別リンク先で記載されている**

ビフォーアフター写真の表現に係る改善例

ビフォーアフター写真の掲載に必要な、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情報を付すことにより広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日

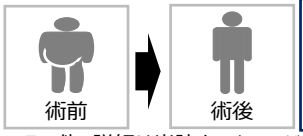
大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！医療痩身用HIFUの超音波技術により、皮下脂肪にダイレクトに働きかけ、従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できますが、2カ月3回程の施術が効果的です。
1回1エリア￥10,000～¥15,000で利用可能です！
副作用もほとんどありませんが、稀に熱感、発赤が起こりえます。

#▲▲▲▲ #メディカル痩身

③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日

▲▲▲▲の施術例（30代女性）



①
- 施術内容：▲▲▲▲を腹部へ3回施術（期間：2カ月）
- 費用：¥45,000（3回分、税別）
- リスク・副作用：熱感、発赤

▼その他、詳細は当院ホームページでご確認ください。
XXX.clinic.co.jp

解説①

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情報を付す。

※上記以外のビフォーアフター写真に関する違反事例や改善例は、P27～P30を参照ください。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

1．SNSにおける広告事例

（41）自由診療における限定解除
通常必要とされる治療等の内容・治療期間及び回数・費用

限定解除を満たしていない表現

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。
以下の事例は、「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」や「治療の主な副作用・リスク」の記載がない、又は不十分で、限定解除要件を満たしていない。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式 ①
○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日 ①
大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！
従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できます！ ②
￥10,000～利用可能です！ ③
副作用もほとんどありませんので、安心して利用ください。
#▲▲▲▲ #メディカル痩身 #美容点滴 ①

③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日
▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。 ④
XXX.clinic.co.jp

事例① 治療内容	プロフィール欄で施術がある旨のみ記載し、治療等の内容の説明がない。又は、投稿等での補足説明が不十分である。 また、投稿内容と関係のないハッシュタグを使用している。
事例② 治療期間・回数	最低限の治療期間及び回数しか記載されていない等、通常必要とされる治療期間及び回数が記載されていない。
事例③ 標準的な費用	最低金額のみが記載されている等、治療等に必要な標準的な費用が記載されていない。
事例④ リンク先での説明	通常必要とされる治療内容、標準的な費用、治療期間及び回数が、自院HP等の別リンク先でないと確認できない。

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」「治療の主な副作用・リスク」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式
○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日 ①
大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！医療痩身用HIFUの超音波技術により、皮下脂肪にダイレクトに働きかけ、従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できますが、2カ月3回程の施術が効果的です。
1回1エリア￥10,000～¥15,000で利用可能です！ ②
副作用もほとんどありませんが、稀に熱感、発赤が起こりえます。 ③
#▲▲▲▲ #メディカル痩身
④

③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日
▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。
XXX.clinic.co.jp

解説① 治療等の内容を適切かつ十分に記載する。 また、投稿と関係のないハッシュタグは使用しない。	
解説② 通常必要とされる治療期間及び回数を記載する。	
解説③ 費用が発生する可能性がある治療等について、標準的な料金（最低金額から最高金額等）を記載する。なお、別途発生する費用や内訳等があれば、それも記載する。	
解説④ 別リンク先での情報提供では不十分で、プロフィール、投稿、返信の一連の広告の中で、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説明する。	

※上記以外の自由診療における限定解除に関する違反事例や改善例は、P37～P45を参照ください。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（41）自由診療における限定解除 主なリスク、副作用等

限定解除を満たしていない表現

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。
以下の事例は、「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」や「治療の主な副作用・リスク」の記載がない、又は不十分で、限定解除要件を満たしていない。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日

大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！
従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できます！
￥10,000～利用可能です！
副作用もほとんどありませんので、安心して利用ください。 ①

#▲▲▲▲ #メディカル痩身

③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日

▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。 ②
XXX.clinic.co.jp

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」「治療の主な副作用・リスク」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

○○クリニック公式アカウントです。アクセス、ありがとうございます！
「▲▲▲▲」による痩身施術など、キレイになりたい皆様を応援するため、美容の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②投稿

○○○○クリニック 公式 @ xxx.clinic 4月1日

大人気の痩身治療「▲▲▲▲」！医療痩身用HIFUの超音波技術により、皮下脂肪にダイレクトに働きかけ、従来の2倍以上の脂肪細胞を破壊・排出し、短期間で下腹部のたるみを解消できます。
1回目から効果を実感できますが、2カ月3回程の施術が効果的です。
1回1エリア￥10,000～¥15,000で利用可能です！ ①
副作用もほとんどありませんが、稀に熱感、発赤が起こりえます。

#▲▲▲▲ #メディカル痩身 ②

③返信

○○○○クリニック 公式
@ xxx.clinic 4月1日

▼治療内容・費用、リスク・副作用等の詳細は、当院ホームページでご確認ください。
XXX.clinic.co.jp

事例① 主なリスク、副作用等	**治療における主なリスク、副作用等が記載されていない。なお、次の場合も、主なリスク・副作用の情報提供に相当しない。** **・長所に比べ極端に小さな文字での記載** **・対象外となる患者や禁忌事項（「妊娠中、または可能性がある方、授乳中の方」等）** **・治療を受けるにあたっての注意事項（「当日は、激しい運動・飲酒等はお控えください」等）**
事例② リンク先での説明	**治療等に伴う主なリスクや副作用が、自院HP等の別リンク先でないと確認できない。**

解説①	**長所等の他の情報と同様に、治療を受けたことにより起こりうるリスク、副作用（治療を受けたことによる副次的もしくは望ましくない作用等）の説明を十分に記載する。**
解説②	**別リンク先での情報提供では不十分であり、プロフィール、投稿、返信の一連の広告の中で、治療等に伴う主なリスクや副作用を説明する。**

※上記以外の自由診療における限定解除に関する違反事例や改善例は、P37～P45を参照ください。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

第２章　SNS･動画広告における事例

２－１　SNSにおける広告事例

２－２　動画における広告事例

2．動画における広告事例

動画サイトにおける広告形態と主な違反形態

動画サイトにおける広告形態

メディアによっても異なるが、動画サイトにおいては概ね次の構成によって医療広告が行われている実態がある。
①プロフィール
②動画
③タイトル
④概要欄

なお、動画による情報提供については、メディアの特性等を踏まえ、以下の点も医療広告に相当することに留意が必要である。
・テロップ、動画音声等の手段により情報提供を行う場合
・「①プロフィール」や「④概要欄」内のハッシュタグ（＃）によるタグ付け部分
（※投稿内容と関係のないハッシュタグによる誘引は不適切）
・個人アカウントによる情報であっても、医療機関・医師等への特定性と誘引性をいずれも有する場合

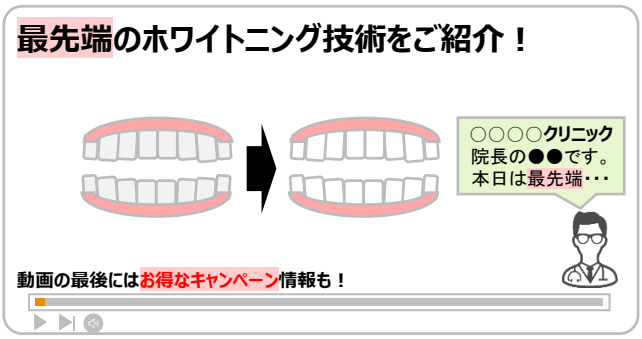
動画サイトにおける広告の構成と主な違反形態

①プロフィール

○○○○クリニック 公式

アクセスいただき、ありがとうございます！
○○クリニック公式アカウントです。素敵な笑顔になりたい皆様を応援するため、美容歯科の知識やお得な施術情報などを発信していきます！
東京都千代田区…
line.me/…

②動画



③タイトル

ホワイトニング専門医の院長が徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

④概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！

渋谷区の自由診療歯科と言えば、○○○○クリニック！
口コミで評判の歯科医がおすすめのオフィスホワイトニングですが、中でも症例1,000件を超える非常に人気の施術が▲▲酸を使ったホワイトニングです。通常、ホワイトニングは痛みもあるし染みるしで大変と思われがちですが…。
・個人差はありますが、1回目から効果を実感できます！
・¥20,000～利用可能です。

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック
03-0000-XXXX、XXX.clinic.co.jp

#ホワイトニング
#最先端
#○○○○クリニック

※ハイライト箇所は、医療広告規制に抵触する記載・表現

広告が禁止される事項

①プロフィール、②動画、③タイトル、④概要欄、**いずれかに含まれていれば違反となる**
- 虚偽広告
- 誇大広告
- 比較優良広告
- 体験談　等

自由診療に関する限定解除要件

②動画内又は①プロフィール、③タイトル、④概要欄との組合せにより、**次の情報提供が一体的かつ一覧性をもってなされていなければ違反となる**
- 治療等の内容及び費用
- 治療等の主なリスク・副作用

ビフォーアフター写真

②動画内の一連の流れで、**画像の付近に次の情報提供がなされていなければ違反となる**
- 治療等の内容及び費用
- 治療等の主なリスク・副作用

2．動画における広告事例

動画における広告形態と主な違反形態
一体的かつ一覧性をもった情報提供のあり方

動画サイトにおける医療広告については、動画内で情報提供が完結せず、概要欄やコメント欄等によって一連の投稿として情報提供を行う場合がある。こうした場合にも、一連の情報の確認を促すなど、患者等にとって分かりやすい情報提供となるよう、十分に配慮する必要がある。
※以下は一例であり、実際の動画における全体の構図を考慮して、患者等にとって分かりやすい情報提供が行われる必要がある。

✖ 情報提供が分かりにくいもの

例１：必要な情報提供が動画内や概要欄等でなされていない

動画
「○○治療（作成者注：自由診療で行われる治療）」のメリットとは



概要欄

コメント

例２：必要な情報提供が一体性、一覧性をもってなされていない

動画
「○○治療」のメリットとは



概要欄

コメント

⋮

○○の治療の内容、費用、リスク・副作用は・・・です。

○ 一体的かつ一覧性をもって情報提供が行われているもの

例１：必要な情報提供が一つの動画内で一体的かつ一覧性をもって情報提供が行われている

動画
今回ご紹介する「○○治療」について
・治療内容：・・・
・費用：・・・円
・リスク・副作用：・・・



概要欄

コメント

例２：情報提供の掲載場所を動画内で明示し、動画の近傍で一体的かつ一覧性をもって必要な情報提供が行われている

動画
今回ご紹介した「○○治療」の詳細は概要欄をご覧ください



概要欄
「○○治療」のまとめ
・治療内容：・・・
・費用：・・・円
・リスク・副作用：・・・

コメント

⋮

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

2．動画における広告事例

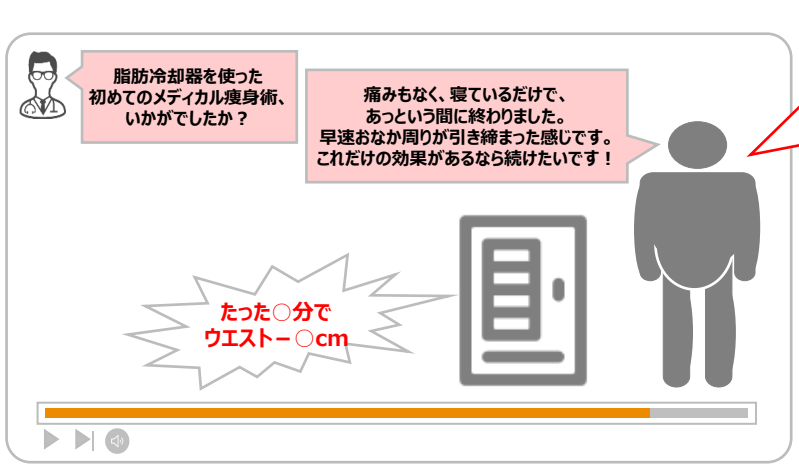
（42）体験談（省令禁止事項）

治療内容又は効果に関する体験談の表現

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の広告をしてはならない。医療広告ガイドラインでは、こうした体験談について、医療機関への誘引を目的として紹介することは、個々の患者の状態等により感想が異なり得るものであり、誤認を与えるおそれがあることを踏まえ、医療に関する広告としては認められない、とされている。

事例　治療内容または効果に関する体験談

②動画



③タイトル

□□院長が徹底解説！
○○○○クリニックにおけるメディカル痩身術

④概要欄

今回は、アメリカFDAで承認されている医療痩身マシンを利用したメディカル痩身術をご紹介！

脂肪冷却器を利用し、ツラい食事制限や運動をせずとも、無理なく楽に部分痩せが可能です。
脂肪組織が他の組織よりも低温に弱いという性質を利用し、皮膚などを守りながら脂肪だけを冷却して破壊・排出させるため、リバウンドしにくいのも特長です。
1回○分、○回目くらいから効果を実感される方が多いです。

料金は、1回○○○○円と利用しやすい価格設定♪

リスク・副作用：発赤・内出血・硬結・知覚鈍麻・凍傷・色素沈着などを生じる可能性があります。

モニターさんが実際に体験した様子などもご紹介しています。ぜひ動画をお楽しみください。

・・・

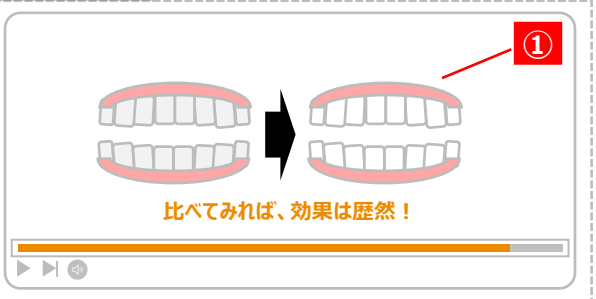
医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第1号
医療広告ガイドライン	第3の1 (6) 患者等の主観に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q1-18

（43）ビフォーアフター写真（省令禁止事項）

ビフォーアフター写真において治療等の効果又は内容について患者等に誤認を与えるおそれがある表現

医療広告ガイドラインでは、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に関する広告としては認められないとされている一方で、詳細な説明を付した場合についてはこれに当たらない、とされている。ビフォーアフター写真の掲載に必要な情報が十分に記載されておらず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ものについては、広告することはできない。

①動画



②タイトル

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！

渋谷区の自由診療歯科と言えば、○○○○クリニック！
口コミで評判の歯科医がおすすめのオフィスホワイトニングですが、中でも非常に人気の施術が▲▲酸を使ったホワイトニングです。通常、ホワイトニングは痛みもあるし染みるしで大変と思われがちですが…。
・個人差はありますが、1回目から効果を実感できます！
・¥20,000～利用可能です。

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
①
○○○○クリニック
03-0000-XXXX
XXX.clinic.co.jp

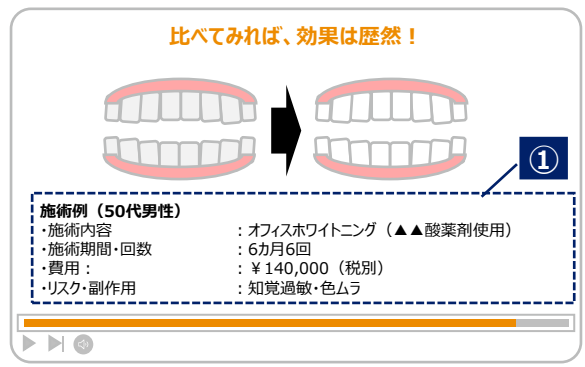
事例①
主なリスク、副作用等

次のケースは違反となる。
- **ビフォーアフター写真のみが掲載され、説明が一切ない**
- **説明が付されているが、通常必要とされる治療内容・費用、主なリスク・副作用に関する説明が不足している。または、自院HP等の別リンク先で記載されている**

ビフォーアフター写真の表現に係る改善例

ビフォーアフター写真の掲載に必要な、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情報を付すことにより広告が可能である。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①動画



②タイトル

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤（▲▲酸）を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！

・①表面のクリーニング、②器具装着、③薬剤塗付、④特殊な光の照射、⑤薬剤除去、⑥③～⑤の工程を数回繰り返し、⑥クリーニング
・個人差はありますが、通常、毎月1回3カ月程で効果が出ます！
・1回¥20,000～¥30,000で利用可能です（歯列等に拠ります）。
・リスク・副作用として、知覚過敏や色ムラが生じる場合もあります。

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック
03-0000-XXXX
XXX.clinic.co.jp

解説①

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情報を付す。

※上記以外のビフォーアフター写真に関する違反事例や改善例は、P27～P30を参照ください。

医療法関連法令	法第6条の5第2項第4号、規則第1条の9第2号
医療広告ガイドライン	第3の1 (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
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q2-8

（44）自由診療における限定解除
通常必要とされる治療等の内容・治療期間及び回数・費用

限定解除を満たしていない表現

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。
以下の事例は、「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」や「治療の主な副作用・リスク」の記載がない、又は不十分で、限定解除要件を満たしていない。

①動画

当院の院長自らホワイトニング施術をご紹介！ ①



ぜひ最後までご視聴ください！

②タイトル ①

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！ ①

渋谷区の自由診療歯科と言えば、○○○○クリニック！
口コミで評判の歯科医がおすすめのオフィスホワイトニングですが、中でも非常に人気の施術が▲▲酸を使ったホワイトニングです。通常、ホワイトニングは痛みもあるし染みるしで大変と思われがちですが…。
・個人差はありますが、1回目から効果を実感できます！ ②
・¥20,000～利用可能です。 ③

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック
03-0000-XXXX
XXX.clinic.co.jp ④

事例① 治療内容	タイトル等で施術がある旨のみ記載し、治療等の内容の説明がない。又は、動画や概要欄での補足説明が不十分。
事例② 治療期間・回数	最低限の治療期間及び回数しか記載されていない等、通常必要とされる治療期間及び回数が記載されていない。
事例③ 標準的な費用	最低金額のみが記載されている等、治療等に必要な標準的な費用が記載されていない。
事例④ リンク先での説明	通常必要とされる治療内容、標準的な費用、治療期間及び回数が、自院HP等の別リンク先でないと確認できない。

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」「治療の主な副作用・リスク」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①動画

当院の院長自らホワイトニング施術をご紹介！



ぜひ最後までご視聴ください！

②タイトル

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤（▲▲酸）を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！ ①

・①表面のクリーニング、②器具装着、③薬剤塗付、④特殊な光の照射、⑤薬剤除去、⑥③～⑤の工程を数回繰り返し、⑥クリーニング

・個人差はありますが、通常、毎月1回3カ月程で効果が出ます！ ②

・1回¥20,000～¥30,000で利用可能です（歯列等に拠ります） ③

・リスク・副作用として、知覚過敏や色ムラが生じる場合もあります。

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック 03-0000-XXXX XXX.clinic.co.jp ④

解説① 治療等の内容を適切かつ十分に記載する。	
解説② 通常必要とされる治療期間及び回数を記載する。	
解説③ 費用が発生する可能性がある治療等について、標準的な料金（最低金額から最高金額等）を記載する。なお、別途発生する費用や内訳等があれば、それも記載する。	
解説④ 別リンク先での情報提供では不十分で、動画、タイトル、概要欄の一連の広告の中で、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説明する。	

※上記以外の自由診療における限定解除に関する違反事例や改善例は、P37～P45を参照ください。

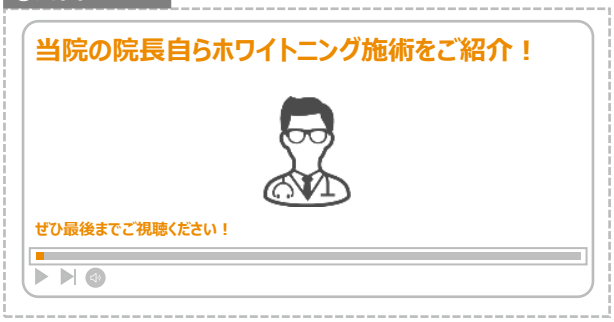
医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12

（44）自由診療における限定解除
主なリスク、副作用等

限定解除を満たしていない表現

自由診療は、一部の例外を除いて広告可能事項には該当しないため、原則として広告できない。しかし、広告可能事項の限定解除要件を満たし、かつ禁止される広告に該当しない場合は、広告可能事項に該当するか否かによらず広告できる。
以下の事例は、「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」や「治療の主な副作用・リスク」の記載がない、又は不十分で、限定解除要件を満たしていない。

①動画



②タイトル

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！

渋谷区の自由診療歯科と言えば、○○○○クリニック！
口コミで評判の歯科医がおすすめのオフィスホワイトニングですが、中でも非常に人気の施術が▲▲酸を使ったホワイトニングです。通常、ホワイトニングは痛みもあるし染みるしで大変と思われがちですが…。
・個人差はありますが、1回目から効果を実感できます！
・¥20,000～利用可能です。

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック
03-0000-XXXX
XXX.clinic.co.jp

事例①
主なリスク、副作用等

治療における主なリスク、副作用等が記載されていない。なお、次の場合も、主なリスク・副作用の情報提供に相当しない。
- **長所に比べ極端に小さな文字での記載**
- **対象外となる患者や禁忌事項**
  （「妊娠中、または可能性がある方、授乳中の方」等）
- **治療を受けるにあたっての注意事項**
  （「当日は、激しい運動・飲酒等はお控えください」等）

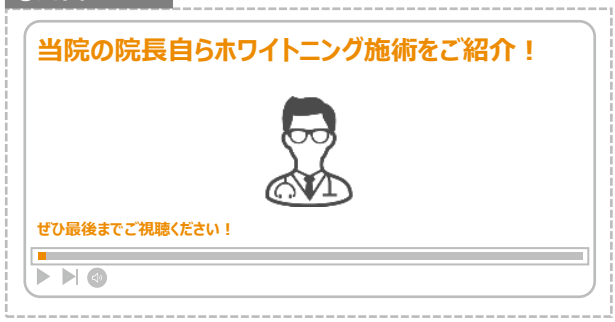
事例②
リンク先での説明

治療等に伴う主なリスクや副作用が、自院HP等の別リンク先でないと確認できない。

限定解除要件を満たす改善例

限定解除要件である「提供している治療内容と治療に必要な標準的な費用」「治療の主な副作用・リスク」を十分に記載する必要がある。
※以下は一例であり、広告の具体的な内容に応じて、実際のSNSにおける全体の構図や医学的状況等を考慮して、誤認を与えない対応が必要である。

①動画



②タイトル

○○院長自らが徹底解説！
○○○○クリニックにおけるホワイトニングの流れ

③概要欄

今回は、特許取得のホワイトニングの薬剤（▲▲酸）を用いた、オフィスホワイトニングの工程を説明しています！

・①表面のクリーニング、②器具装着、③薬剤塗付、④特殊な光の照射、⑤薬剤除去、⑥③～⑤の工程を数回繰り返し、⑥クリーニング
・個人差はありますが、通常、毎月1回3カ月程で効果が出ます！
・1回¥20,000～¥30,000で利用可能です（歯列等に拠ります）。
・リスク・副作用として、知覚過敏や色ムラが生じる場合もあります。 ①

ぜひ動画内でお楽しみください♪

詳細は、当院ホームページでご確認ください。
○○○○クリニック
03-0000-XXXX
XXX.clinic.co.jp ②

解説①

長所等の他の情報と同様に、治療を受けたことにより起こりうるリスク、副作用（治療を受けたことによる副次的もしくは望ましくない作用等）の説明を十分に記載する。

解説②

別リンク先での情報提供では不十分であり、動画、タイトル、概要欄の一連の広告の中で、治療等に伴う主なリスクや副作用を説明する。

※上記以外の自由診療における限定解除に関する違反事例や改善例は、P37～P45を参照ください。

医療法関連法令	法第6条の5第3項、規則第1条の9の2第3号、第4号
医療広告ガイドライン	第5の1 基本的な考え方，第5の2 広告可能事項の限定解除の具体的な要件
医療広告ガイドラインに関するQ&A	Q5-11,5-12