

病院経営をリードする

病院羅針盤

2017
10/15

特集1

同時改定を見据えた病院の選択

～地域包括ケアシステムの中でポジショニングを考えるチャンス～

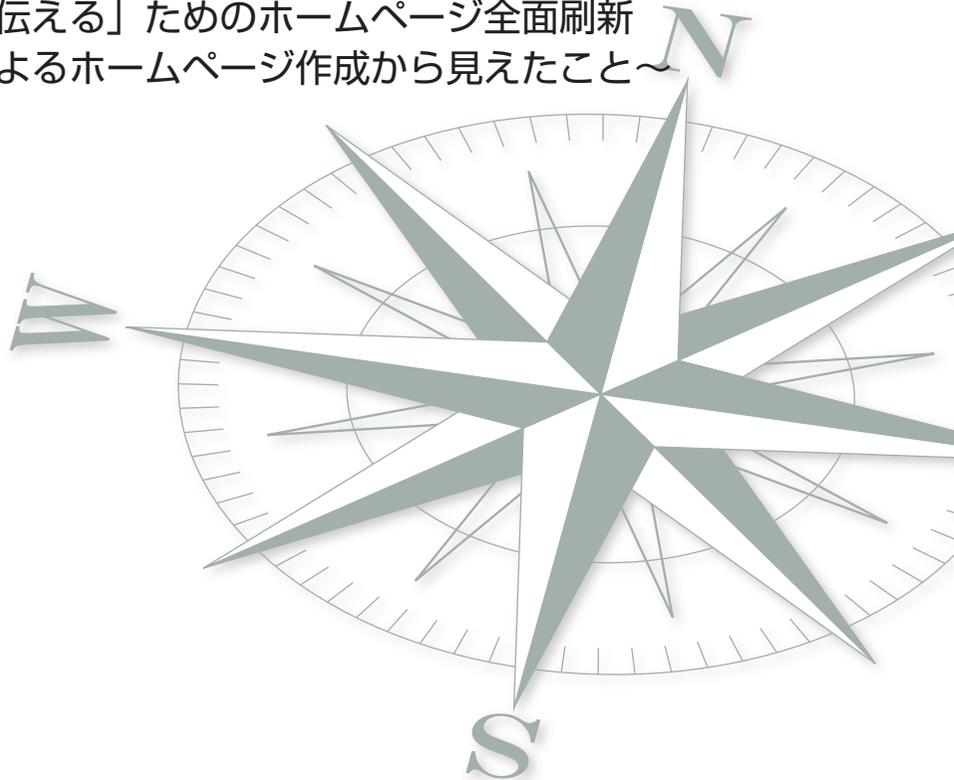
特集2

医療法改正対応とホームページ作成の視点

解説 医療法改正によるウェブサイトの注意点

事例 「知る」「伝える」ためのホームページ全面刷新

～職員によるホームページ作成から見たこと～



弁護士法人丸の内ソレイユ法律事務所 弁護士 成 眞海

医療法改正によるウェブサイトの注意点

医療に関する広告については、医療法等¹⁾により虚偽・誇大な広告等が禁止されており、広告が可能な事項は、医療機関の名称等のごく限られたものに制限されています。

しかし、医療機関のウェブサイト等については、情報を得ようとする患者側が検索して閲覧するものであるという理由から、これまで医療法上の「広告」²⁾には当たらないとされ、上記のような規制の対象とされていませんでした。ところが、第193回国会において可決成立した「医療法等の一部を改正する法律」(以下、改正法)により、医療機関のウェブサイト等についても規制が及ぶことになりました。

改正法は、「交付日から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日から施行」されることとなりますので、遅くとも来年6月には、医療機関のウェブサイト等についても規制が始まることとなります。本稿では、現行法による規制について概観した後、改正法の概要、ウェブサイト作成上の注意点について、具体例を交えながら説明します。

1. 現行法による規制の概要

(1) 規制の対象(「広告」の定義)

医療法による規制の対象とされるのは、「広告」(医療法第6条の5第1項)です。そして、「広告」に当たるかどうかは、

- ①患者の受診等を誘引する意図があること
(誘因性)

②医業・歯科医業の提供者名または病院・診療所名が特定可能であること(特定性)

③一般人が認知できる状態にあること(認知性)

の3要件をすべて満たすかどうかにより判断されます。

広告の典型例は、医療機関のチラシ、パンフレット、ポスター、看板などです。現

1) 医療法(昭和23年法律第205号)、医療法施行令(昭和23年政令第326号)、医療法施行規則(昭和23年厚生省令第50号)、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)

2) 「広告」とは、①患者の受診等を誘引する意図があること、②医業・歯科医業の提供者名又は病院・診療所名が特定可能であること、③一般人が認知できる状態にあることの全てを満たすものをいいます(「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関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(医療広告ガイドライン)(平成19年3月30日医政発第0330014号医政局長通知)。

行法では、医療機関のウェブサイトは③の要件が欠けるため、「広告」に当たらないとされています。

(2) 規制の概要

① 虚偽広告の禁止（法第6条の5第3項）

内容が虚偽にわたる広告は、患者の受診機会を失わせ、または不適切な医療を受けさせるおそれがあることから、罰則付きで禁じられています。

具体的には、「絶対安全な手術です」、「厚生労働省の認可した〇〇専門医」などが虚偽広告の例です。

② 誇大な広告等の禁止（法第6条の5第4項、施行規則第1条の9）

虚偽広告とは違い、違反しても刑事罰をただちに受けるわけではありませんが、以下のような広告については、行政指導・行政処分の対象となります。

ア 比較広告

他の医療機関よりも優良であると広告することは、たとえそれが事実であったとしてもできません。

具体的には、「肝臓がんの治療では、日本有数の実績」、「当院は県内1の医師数」、「地域No.1」、「最高の医療を提供」などが比較広告の例とされています。

イ 誇大な広告

内容が必ずしも虚偽ではないものの、事実を不当に誇張して表現したり、人を誤認させたりする広告は、誇大な広告として禁じられています。具体的には「医師数〇〇名」（実際には〇〇名よりも大幅に少ない）、「〇〇術 △△円」（実際には、△△円よりも大幅に高い）などが誇大な広告の例とさ

れています。

ウ 客観的事実であることを証明することができない内容の広告

患者や医療従事者の主観によるものや客観的な事実と証明できない事項に関する広告は禁じられています。例えば、患者の体験談、「比較的安全な手術です」（何と比較して安全か不明であり、客観的な事実と証明できない）などの広告は禁じられています。

エ その他

そのほかにも、公序良俗に反する内容の広告、品位を損ねる広告、他の法令等に抵触する広告等も禁止されています。

③ 広告可能な事項の制限（法第6条の5第1項）

医療法第6条の5第1項は、医療機関の広告について、「何人も次に掲げる事項を除くほか、これを広告してはならない」と定めていますから、医療機関は、以前よりも広告可能な事項が増えたとはいえ、現在でも法令が認めた事項（13項目）しか広告をすることができません。

例えば、診療科名について、「呼吸器科」、「消化器科」、「女性科」、「化学療法科」、「ペインクリニック科」、「糖尿病科」、「インプラント科」、「審美歯科」などは診療科名として広告することができません。

(3) ウェブサイトに対する規制

① 医療法による規制の不適用

現行法では、医療機関のウェブサイトは広告に該当しないとされていますから、そこに虚偽・誇大等があったり、広告可能な事項以外の記載があったりしても、医療法

により処罰されたり、行政処分等を受けたりすることはありません。

例えば、「地域No.1」、「高い安全性で患者満足度98%」など、比較、誇大に当たる内容や医療機関の広告として許されていない診療科名、例えば「ペインクリニック科」、「審美歯科」などの表記が医療機関のウェブサイトで見られるのは、医療法による規制の対象外³⁾だからなのです。

② 医療機関ホームページガイドラインについて

もっとも、医療機関のウェブサイトについて、完全に放置されているわけではありません。厚生労働省からは、「医療機関ホームページガイドライン」が出され、例えば誇大な内容を掲載してはならないなど、一定の指針が示されています。

しかし、これは法的な拘束力を持つものではなく、罰則等もないことから、このガイドラインが守られていたとは言い難い状況にあります。このような状況が、今回の法改正につながったのです。

2. 改正法の概要（広告関係）

（1）規制の対象

改正後の医療法第6条の5第1項では、「文書その他いかなる方法によるを問わず、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」について、これを

改めて「広告」と定義し、医療機関のウェブサイトについても規制の対象となることを明示しました。

なお、よくある質問に、規制の対象に医師やスタッフのブログ、SNS等は含まれるのかというものがありますが、この点については、今後開かれる検討会の議論を経て決定されるとのことであり、現時点では確定していません。

（2）規制の概要

① 虚偽・誇大広告等について

医療法の改正により、医療機関のウェブサイトについても、虚偽、比較、誇大、公序良俗違反等の広告が禁止されることとなります。

これまでウェブサイトにおいて、虚偽広告を行っても医療法上、罰則の適用はありませんでしたが、改正法の施行後は、ウェブサイト上の虚偽広告についても刑事罰が適用されますし、比較、誇大広告等についても行政処分の対象となり得ます。

② 広告可能な事項について

改正後の医療法第6条の5第3項は、広告可能な事項について、「次に掲げる事項以外の広告がされても医療を受ける者による医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合として厚生労働省令で定める場合を除いては、次に掲げる事項以外の広告をしてはならない」と定めています。

3) グーグルやヤフー等の検索サイトに対し、報酬を支払うことにより、検索結果画面の上位に医療機関のウェブサイトへのリンクを表示させる、いわゆるリスティング広告については、その医療機関のウェブサイトを主体的に発見しようとしている人以外の目にも広告が飛び込んでくるため、③の認知性の要件を満たすため、「広告」に当たるとされていますから、グーグル等に報酬を支払って医療機関名を検索結果上位に表示させている医療機関は、注意が必要です。

ここで、「次に掲げる事項」とは、現行の医療法同様、診療科名、医療機関の名称、電話番号および所在地等の13項目です。

ウェブサイトについてまで、これらの項目しか掲載できないとすると、患者が知りたい情報を得られなくなってしまうとの懸念から、改正法では「次に掲げる事項以外の広告がされても医療を受ける者による医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ない場合として厚生労働省令で定める場合」には、13項目以外についても広告が可能であるとされました。

ここで問題となるのが、それでは、どのような項目が広告可能なものとして厚生労働省令に定められるのかという点です。省令の内容によって、ウェブサイトで広告可能な内容が大きく変わることになります。

平成29年10月現在、この厚生労働省令は定められておらず、今年中に開始される医療関係者や消費者の代表等を構成員とする検討会において議論が行われることとされています。この議論を踏まえ、遅くとも来年4月ころには厚生労働省令案がパブリックコメント（省令の内容を公表し、広く意見を募る手続き）に付され、6月の法施行を迎えることとなります。

広告規制に関する厚生労働省令の内容については、引き続き注目する必要があります。

3. 医療機関がウェブサイトを作成する場合の注意点

改正法により、医療機関のウェブサイトについても虚偽・誇大広告等が禁止される

こととなりました。筆者は、さまざまな医療機関のウェブサイト等のコンプライアンスチェックを行っていますが、次のような問題のある記載をしている医療機関も見受けられます。

医療機関のウェブサイトについては、ホームページ作成業者やコンサルタント等が担当することが多いように思われますが、今後、ウェブサイトを作成または更新する際は、改正法に対応した内容とすることが強く求められます。

(1) 虚偽広告のおそれがあるもの

虚偽に当たるような記載は必ずしも多くありませんが、「絶対に安全です」などという記載や架空の体験談の掲載、在籍していない医師等の紹介、手術件数の水増し記載等については虚偽広告とされ、処罰の対象とされるおそれがあります。

また、あたかも効果があるように見せるために加工・修正した術前術後の写真についても虚偽とされる可能性が高いでしょう。

さらに、根拠がないのに「〇%の満足度」と記載したり、研究の実態がないのに「当院では、〇〇研究所を併設しています」などといった記載をしたりするのも虚偽とされる可能性が高いと言えます。

(2) 比較広告のおそれがあるもの

「業界トップクラス」、「症例数ナンバーワン」、「〇〇の治療では、日本有数の実績」、「当院は、県内一の医師数を誇ります」、「他院より丁寧な治療を行います」、「〇〇（著名人）も当病院を推薦しています」などの記載は、現在、複数の医療機関のウェブサイトにおいて目にしますが、これらはたと

え記載内容が事実であったとしても、比較広告として違法となるおそれがあります。

(3) 誇大広告のおそれがあるもの

特定の学会から認定された専門医については、医師○○○（○○学会認定○○専門医）などと広告することが許されていますが、活動実態のない、または乏しい学会認定の専門医であるなどと記載することは、誇大広告とされるおそれがあります。

また、治療前、治療後の写真についても、撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影したものであれば、誇大とされるおそれがあります。写真ではなく、例えば病人が回復して元気になるイラストであったとしても、誰でも元気になれるとの誤解を患者に与えるおそれがあることから、同じく誇大広告とされるおそれがあります。

さらに、非常勤であるにもかかわらず、常勤であると誤解を与えるような医師等の紹介や、自費診療について実際にかかる費用よりも低廉な費用が目立つように記載されており、実際にかかる費用が小さい文字で注記されているに過ぎないような場合にも、誇大広告とされるおそれがあります。

(4) 公序良俗違反のおそれがあるもの

差別を助長する表現やわいせつまたは残虐な図画等がこれに当たるとされています。

(5) その他厚生労働省令で定める基準

改正法は、比較、誇大、公序良俗違反とならんで、広告は「厚生労働省令で定める基準」に適合するものでなければならないとしています。省令の具体的内容はまだ決まっています。

これまで、禁止される広告には、例えば、

患者の体験談などの「客観的事実であることを証明することができない内容の広告」が含まれていました。ところが、医療機関のウェブサイトが広告に含まれることとなり、かつ、体験談等の客観的事実であることが証明できない内容の広告を禁止することになると、ウェブサイトに体験談を載せることがすべて禁止されることになります。

この点については議論の余地があることから、「客観的事実であることを証明することができない内容の広告」を法律で禁止することはせず、医療機関や消費者の代表等からなる検討会で検討したうえ、追って厚生労働省令でこれを定めることにしたものと思われまます。

4. 終わりに

以上のとおり、今回の医療法改正は、医療機関の広告、特にウェブサイトについて、とても大きな影響を及ぼします。

具体的な規制内容は厚生労働省令を待たなければなりません。これまでのようにウェブサイトだから大丈夫といった考え方は通用しなくなります。

厚生労働省は今年、「平成29年度 医業等に係るウェブサイトの監視体制強化事業」として、医療機関のウェブサイトを巡回し、問題のあるものを発見するための業務を民間の事業者委託しています。

改正法が施行された後、医療機関のウェブサイトに対する記載はより厳しくなることが明らかですから、今後、ウェブサイト構築、更新する場合には、法改正を踏まえた対応が求められます。