事　務　連　絡
令和８年３月 30 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、ご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。

医療広告等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。

平成 29 年時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。

さらに、令和７年の臨時国会で成立した医療法等改正法の一部が、令和８年４月１日から施行され、医療法にオンライン診療を定義づけるとともに、患者がオンライン診療を受ける施設として「オンライン診療受診施設」が創設されました。

本Ｑ＆Ａについては、医療広告等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．医療広告等ガイドライン第２部関係（広告の対象範囲）】 3
【２．医療広告等ガイドライン第３部関係（禁止される広告）】 8
【３．医療広告等ガイドライン第３部関係（広告可能な事項、限定解除）】 14
【４．医療広告等ガイドライン第４部関係（オンライン診療受診施設に関する広告）】 22
【５．医療広告等ガイドライン第５部関係（相談・指導等の方法）】 23
【６．その他】 24

○　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
・令和 ８年 ３月改定
　Ｑ１－１、Ｑ１－２、Ｑ１－３、Ｑ１－６、Ｑ１－７、Ｑ１－１２、Ｑ１－１４、
　Ｑ２－５、Ｑ６－３、Ｑ６－１３を更新（ガイドライン名称を更新）
　Ｑ２－１１を更新
　Ｑ３－２２を更新
　Ｑ４－１を追加
　Ｑ４－２を追加

【１．医療広告等ガイドライン第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.5)

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等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.5)

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等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.4)

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等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.6)

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.6)

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　医療法や医療広告等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、平成 29 年時の法改正に伴って変わったのでしょうか。(P.3,35)

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等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、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.3)

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.3)

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.3,35)

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.3-6,35)

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.3-6)

Ａ１－１２　医療法及び医療広告等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.6)

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、Ｑ６－５参照）。

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.3)

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等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.3)

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.3)

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.3,6)

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.6,11）

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．医療広告等ガイドライン第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.7,9)

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.9)

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.8)

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.9)

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.11)

Ａ２－５　医療広告等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、医療広告等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. 13-17)

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. 7)

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. 11)

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. 11)

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. 11)

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ｘ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. 11)

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. 31)

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.12,27-28,35-36)

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.12,26-28,35-36)

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.29)

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.29)

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. 7-8)

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. 17-19)

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. 21)

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．医療広告等ガイドライン第３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.14-17)

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.14)

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.17)

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.14-17)

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.21-24)

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.22-24)

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.22)

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.22)

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.24)

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.27-28)

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.30-31)

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.32)

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.12,27-28,35-36)

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.13,20,21-24)

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.19-20,24,26)

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.21)

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.28)

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.28)

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.26,35-36)

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.31)

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.31)

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.20,26-28)

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.8,26)

Ａ３－２２　「歯を削らない治療」といった表現は、削らなくても適正な医療を提供できる範囲においては広告可能です。

「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.26-28)

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.25)

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.26-28,35-36)

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.26-28,35-36)

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.26)

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.33)

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．医療広告等ガイドライン第４部関係（オンライン診療受診施設に関する広告）】

Ｑ４－１　「オンライン診療受診施設が医療を提供するものではない旨を、医療を受ける者が理解できる方法により明示」する必要があるとのことですが、具体的にどのような文言で明示する必要がありますか。(P.36)

Ａ４－１　例えば以下のような文言で明示することが考えられます。なお、明示するとは、他の記載と比べ、極端に小さな文字で記載する等の視認性が低いものは認められません。

（オンライン診療受診施設が医療を提供するものではない旨を明示する例）

・　オンライン診療は、当施設が提供するものではなく、〇〇医療機関と連携して実施しております。

・　この施設は医療機関ではなく、〇〇医療機関が診療を行うものです。

（医療機関が診療を行うことを明示する例）

・　この施設では、提携する××診療所（の医師）が診療を行います。

なお、「△△医師が診療を行っています。」のみでは、診療所が診療を行っている場合と判別できないため、不十分です。

Ｑ４－２　オンライン診療受診施設でないものは、オンライン診療受診施設のほかに、類似名称として、どのような名称を付けてはならないでしょうか。(P.36)

Ａ４－２　オンライン診療受診施設ではない施設が、オンライン診療受診施設と紛らわしい名称をつけることは不可です。例えば「オンライン診療受診ブース」や「オンライン診療スポット」がこれにあたります。

【５．医療広告等ガイドライン第５部関係（相談・指導等の方法）】

Ｑ５－１　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.39)

Ａ５－１　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/)

Ｑ５－２　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.7,39-42)

Ａ５－２　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。

【６．その他】

Ｑ６－１　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.1-3)

Ａ６－１　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）

Ｑ６－２　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.14-17)

Ａ６－２　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。

Ｑ６－３　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.17)

Ａ６－３　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等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

法令及び医療広告等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

Ｑ６－４　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. 14-17)

Ａ６－４　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。

Ｑ６－５　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. 9-10)

Ａ６－５　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。

Ｑ６－６　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. 17)

Ａ６－６　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。

Ｑ６－７　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. 17-18)

Ａ６－７　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。

Ｑ６－８　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。

Ａ６－８　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）

Ｑ６－９　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.3)

Ａ６－９　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。

Ｑ６－１０　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.35)

Ａ６－１０　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。

Ｑ６－１１　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.35)

Ａ６－１１　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。

Ｑ６－１２　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.35)
（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。

Ａ６－１２　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。

Ｑ６－１３　医療機関等のホームページが厚生労働省の医療広告等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.9-11)

Ａ６－１３　医療広告等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)