

(別紙)

医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書 (第3版)

令和5年10月 作成

目次

修正

新規作成

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）	5
		(2)データの根拠を明確にしない調査結果（虚偽広告）	6
		(3)加工・修正した術前術後の写真等の掲載（虚偽広告）	7
	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）	8
	比較優良広告	(5)最上級の比較（比較優良広告）	9
		(6)他の医療機関との比較（比較優良広告）	10
		(7)著名人との関係性強調（比較優良広告）	11
	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）	12
		(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）	13-14
		(10)科学的根拠が乏しい情報による誘導（誇大広告）	15
		(11)「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」等について誤認させる広告（誇大広告）	16
		(12)データの内訳が示されていない手術件数	17
	体験談	(13)体験談（省令禁止事項）	18
		(14)体験談（省令禁止事項） ※口コミサイトから転載	19
		(15)体験談（省令禁止事項） ※医療機関のスタッフによる記載	20
		(16)体験談（省令禁止事項） ※体験談の編集	21
		(17)体験談（省令禁止事項） ※患者直筆アンケートの加工・転載	22
		(18)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の掲載	23
	ビフォーアフター写真	(19)ビフォーアフター写真（省令禁止事項）	24
		(20)複数のビフォーアフター写真（省令禁止事項）	25
		(21)ビフォーアフター写真（省令禁止事項） 注意が必要な事例	26-27
2. 広告可能事項の記載が不適切な事例		(22)治療の方法	29
		(23)医療従事者の専門性資格	30
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	(24)「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	32
		(25)自由診療における限定解除	34-39
	3-2 自由診療に関する限定解除要件について	(26)未承認医薬品等を用いた自由診療における限定解除	40
		(27)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	41
4. 広告するにあたって注意が必要な事例		(28) 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	43
		(29)提供される医療とは直接関係ない事項による誘引	44
		(30)費用を強調した広告	45-46
		(31)医薬品の販売名（医薬品医療機器等法）	47
		(32)バナー広告における違反	48
		(33)リスティング広告における違反	49
		(34)特定の人のみが閲覧可能な広告における違反	50

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

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注意ください。

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>
<http://iryoukoukoku-patroll.com>

- 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>

1. 広告が禁止される事例

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

— □ ×

〇〇美容クリニック

ホーム

診療内容

医院紹介

アクセス



<当院の強み>



解説①

医学上あり得ない記載をしている

1. どんなに難しい手術でも成功

当院には、手術実績が豊富で高度な技術を持った医師が多く在籍しております。そのため当院では **どんなに難しい手術でも必ず成功させます！**

2. 絶対安全な治療

数多くの症例をこなしてきた医師が多く在籍しているため、当院の **治療はどのような症例でも絶対安全です！**

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

— □ ×

〇〇歯科

ホーム

診療内容

医院紹介

アクセス

即日インプラント治療

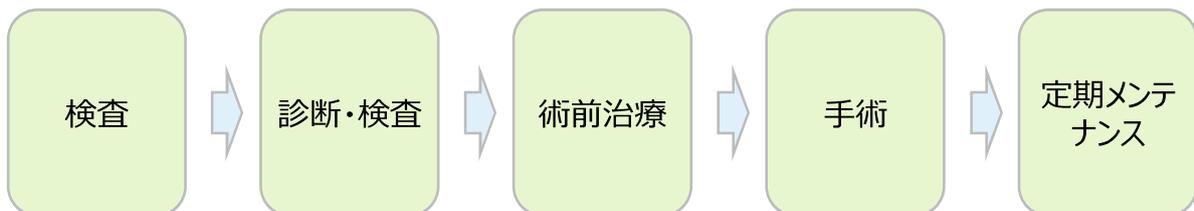
1日で**全ての治療**が終了します。



解説②

定期的なメンテナンスが必要にもかかわらず、全ての治療が1日で終了すると記載している

<治療の流れ>



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

〇〇美容クリニック

ホーム 診療内容 医院紹介 アクセス

解説①
データの根拠を明確にせず患者満足度のみを示している

多くの皆様にご満足
いただいております！

医療脱毛
患者様満足度
99%

事例② データの根拠を明確にしない治療の効果

〇〇美容クリニック

ホーム 診療内容 医院紹介 アクセス

解説②
治療の効果について、データの結果と考えられるもののみを示している

当院の発毛治療

HARG療法 当院におけるHARG療法の発毛率は**99%**です。
治療を受けた患者様のほぼ全員が効果を実感しております！

当院のインプラント治療

インプラント 当院のインプラント手術の**成功率**は**97.5%**です。

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

1. 広告が禁止される事例

(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

〇〇歯科医院

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



トップページ

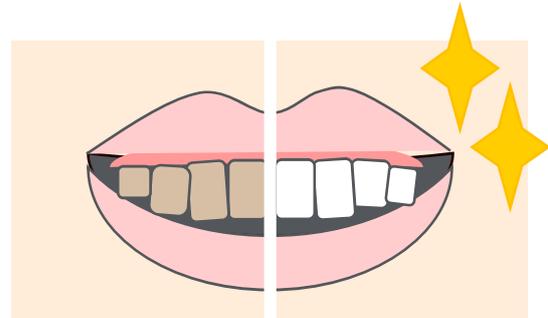
診療内容

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	

1. 広告が禁止される事例

(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

解説①
文字の大きさ・色等で医療広告ガイドラインを遵守している旨を強調している

医療広告ガイドラインの遵守について
〇〇美容外科クリニックは、厚生労働省より2018年6月に施行された「医療広告ガイドライン」を遵守したサイトを作成しております。それに伴い、いくつかの項目の削除や修正を実施致しました。
ご理解のほどよろしくお願い致します。
〇〇美容外科クリニック
院長 〇〇

診療案内
当院は、美容外科として豊富な実績を持つ医師が揃っており、ご来院される皆様のお悩みやご希望を丁寧にお伺いした上で、適切な施術等をご提案できるよう心掛けております。どうぞご安心の上ご来院ください。
[よくあるご質問](#) ← クリックしてください。

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

解説②
医療広告規制を遵守している旨について、制度として行政機関が認証を与えていると誤認させるような表現になっている

厚生労働省
医療広告規制
適合
(医)-第〇〇号

当院のサイトは、厚生労働省が定めた医療広告ガイドラインの遵守状況を確認する審査制度に基づき、指定審査機関から認定証を取得したことをお知らせいたします。

診療案内
当院は、美容外科として豊富な実績を持つ医師が揃っており、ご来院される皆様のお悩みやご希望を丁寧にお伺いした上で、適切な施術等をご提案できるよう心掛けております。どうぞご安心の上ご来院ください。
[よくあるご質問](#) ← クリックしてください。

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。

〇〇美容外科クリニック
診療時間 10:00~18:00
休診日 日曜・祝日
03-xxxx-xxxx

ホーム 診療科名 医院紹介 アクセス

地域に密着した医療サービスの提供を目指します。

診療案内
当院は、美容外科として豊富な実績を持つ医師が揃っており、ご来院される皆様のお悩みやご希望を丁寧にお伺いした上で、適切な施術等をご提案できるよう心掛けております。どうぞご安心の上ご来院ください。
[よくあるご質問](#) ← クリックしてください。

お知らせ・最新情報
2021年〇月〇日 当院のホームページをリニューアルいたしました。
2020年〇月〇日 〇月～〇月の当院所属医師の診察・手術担当曜日と時間を掲載いたしました。

解説
医療広告ガイドラインを遵守している旨について、過度な記載はしていない

サイトマップ プライバシーポリシー

当院のホームページは、厚生労働省より2018年6月に施行された「医療広告ガイドライン」を遵守して作成しております。

Copyright©〇〇美容外科クリニック All Rights Reserved.

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

1. 広告が禁止される事例

(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

〇〇美容外科クリニック

ホーム	診療内容	医院紹介	アクセス
施設の規模	本グループは全国に展開し、 最高 の医療を広く国民に提供しております。		
人員配置	当院は 県内一 の医師数を誇ります。		
医療内容	当院は美容外科手術において 日本一 の実績を有しています		

解説①
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を記載している

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	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

○○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

— □ ×

○○クリニック

ホーム	診療内容	医院紹介
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○○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。	



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

事例③ 他の医療機関を誹謗した表現

— □ ×

○○クリニック

ホーム	診療内容	医院紹介
医療内容	<p><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○○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。</p>	



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

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	

1. 広告が禁止される事例

(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、著名人との関係性を強調するなど、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



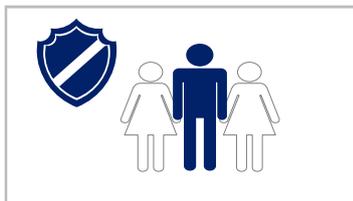
解説

著名人が患者である旨が記載されている



https://www.abcde-dinic.com/datumou

<当院からのお知らせ>



2021年〇月〇日

サッカー選手の〇〇選手に患者第1号になっていただきました。

写真は〇〇選手来院時に撮影致しました。



△△チームに所属する
〇〇選手

モデルの〇〇さんも！

モデルの〇〇さんが当院に来院されました！



モデルの〇〇も効果実感！
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	

1. 広告が禁止される事例

(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「〇〇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。

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。

事例① 医療機関名称

解説①
医療機関の名称としてセンターを記載している

△△インプラントセンター

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 | 医院紹介 | アクセス

〇〇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

事例② 医療機関の名称と併記

解説②
医療機関の名称と併記する形でセンターを記載している

〇〇歯科医院
△△インプラントセンター

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 | 医院紹介 | アクセス

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1/2)

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

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

〇〇クリニック

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

トップページ | 脱毛へのポリシー | **脱毛サービス** | 料金一覧 | クリニック一覧 | よくある質問

医療脱毛

患者さまの声を元に、全身脱毛のプランを用意しました！

全身脱毛 3年間し放題

全身脱毛 回数無制限プラン

月額 9,000円 (税抜き)

全身のムダ毛をすっきり綺麗に脱毛することを目指す！

3年間、回数制限なく何度でも通えるため、全身のムダ毛を最後まで脱毛することを目指せます。

※本プランは全て新規ご契約者さまのみの適用となります。

解説
実際には毛周期等（※1）の関係で回数は限られるが、「無制限」「し放題」「回数制限なく」の表記によって誤認を与える可能性がある

※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	

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2/2)

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

The screenshot shows a website for '〇〇クリニック' (Oo Clinic) with a URL 'https://www.abcde-clinic.com/datsumou'. The navigation menu includes 'トップページ', '院長紹介', '診療内容', '料金一覧', 'アクセス', and 'よくあるご質問'. The main content area features the heading '最適な医療' (Best Medical Care) and the text '〇〇クリニックでは、患者様のお悩みに沿った、最適な治療を提供します。' (At Oo Clinic, we provide the best treatment following your concerns). A red callout box with a red 'X' icon and the word '解説' (Explanation) points to the heading, stating: '自院が提供する医療全般において、最適・最先端である旨を記載している' (We describe that our medical services are the best and most advanced).

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

The screenshot shows the same website for '〇〇クリニック' (Oo Clinic). The navigation menu is the same. The main content area features the heading '最先端の医療 〇〇治療とは？' (Most Advanced Medical Care: What is Oo Treatment?). Below the heading is the text '〇〇治療の特徴' (Features of Oo Treatment) and '最先端の医療機器〇〇を使用することで、代謝の活性化を促進し、痩身効果を期待することができます。' (By using the most advanced medical equipment Oo, we can promote metabolic activation and expect weight loss effects). A red callout box with a red 'X' icon and the word '解説' (Explanation) points to the heading, stating: '特定の治療法・医療機器等が最適・最先端である旨を記載している' (We describe that specific treatment methods/medical equipment are the best and most advanced).

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

1. 広告が禁止される事例

(10) 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。

事例① 医療機関への受診を誘導

〇〇クリニック

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 医院紹介 アクセス

解説①
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、特定の症状に関するリスクを強調することにより、医療機関への受診を誘導している

ストレスを感じている方にはがんのリスクがあります

ストレスを強く感じている人はがんの発生リスクが高いです。
近年の研究ではストレスががんの発生の大きな要因になっているといわれています。
がんを発生させないためには、催眠療法を利用したストレスの原因の明確化と軽減が必要です。
是非当院にお越しください。

事例② 特定の手術や処置等の実施に誘導

〇〇クリニック

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 医院紹介 アクセス

解説②
科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、特定の手術や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手術等の実施へ誘導している

〇〇療法で期待できることは？

〇〇療法は免疫機能や細胞を活性化し、様々な効果を引き出します。例えば次の効果が期待でき、おすすめです。

【悪性腫瘍の治療】
肺癌、大腸癌、子宮癌、皮膚癌等の治療に有効です。

【ウイルス性疾患の治療】
肝炎、HIV、インフルエンザウイルスを体内から除去します。

【アンチエイジング】
美白・美肌・ダイエットにも効果的です。

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	

1. 広告が禁止される事例

(11) 「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」等について誤認させる広告（誇大広告）

厚生労働省が認定したかのように誤認させる表現

「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」「歯科外来診療環境体制加算」については医療機関が施設基準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。

厚生労働省が認定したかのように誤認させる表現の改善例

「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」や「歯科外来診療環境体制加算」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

〇〇歯科医院

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

ホーム 診療科名 医院紹介 アクセス

当院について

解説①
「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」等について、厚生労働省といった行政機関等から、あなたも特別な認定・認証・お墨付きを得ていると誤認させるような表現をしている

かかりつけ歯科機能強化型診療所として、厚生労働省に認定されました！

当院は数々の施設基準を満たし、「かかりつけ歯科機能強化型診療所（か強診）」として、国の認証を取得しました。

〇〇歯科医院 院長 〇〇

〇〇歯科医院

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

ホーム 診療科名 医院紹介 アクセス

当院について

解説
あくまで届出済みである旨について触れている

当院は、「かかりつけ歯科機能強化型歯科診療所」（か強診）の施設基準を満たした歯科医院として、届出済みです。

〇〇歯科医院 院長 〇〇

サイトマップ | プライバシーポリシー |
Copyright©〇〇歯科医院 All Rights Reserved.

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	

1. 広告が禁止される事例

(12) 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.abcd.ebiyou.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

1. 広告が禁止される事例

(13) 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

〇〇クリニック

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



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

1. 広告が禁止される事例

(14) 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。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。

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](https://www.kokomi.com)）

- 先日インプラント手術を行いました。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

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](https://www.kokomi.com)）

- 先日インプラント手術を行いました。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

(15) 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

〇〇クリニック

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

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を...で吸引します。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

〇〇クリニック

トップページ

治療内容

料金表



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

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

1. 広告が禁止される事例

(16) 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。

https://www.kuchikomi.com

ロコミ.com
全国の歯科医院のロコミを掲載しております！！

患者A
治療が雑で、「痛い」と言っているにも関わらず、無視されて治療が続けられました。

患者B
虫歯の治療をするために行きました。抜歯はしなくなかったので、その旨を伝えましたが、聞き入れもせず、無理やり抜歯をさせられました。

患者C
インプラントの治療を受けに行きました。治療はとても丁寧で、出来上がりにも満足しています。

医療機関からの依頼を受けてロコミサイト
運営会社が体験談の内容を編集

事例 体験談の編集

https://www.kuchikomi.com

解説
医療機関からの依頼により、ロコミサイトの運営者が体験談の内容の改編や削除をしている

患者A
治療が丁寧で、ほとんど痛みを感じることはなかったです。

患者C
インプラントの治療を受けに行きました。治療はとても丁寧で、出来上がりにも満足しています。

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

1. 広告が禁止される事例

(17) 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



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

〇〇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?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。 〇〇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

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

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**

診療時間 10:00～18:00
休診日 日曜・祝日

03-xxxx-xxxx

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〇〇病の症状が、△△治療で改善した症例

Aさんは、5年前より〇〇病と診断され、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

1. 広告が禁止される事例

(19) 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。

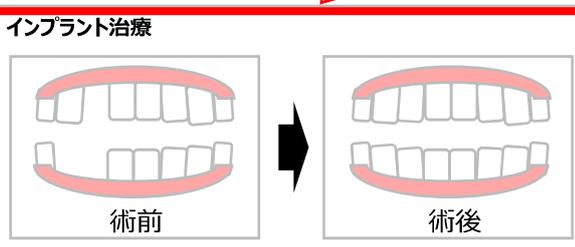
ビフォーアフター写真の表現に係る改善例

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。

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



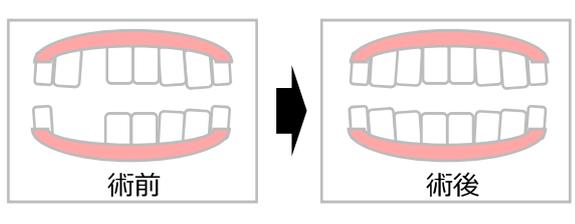
術前 → 術後

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円から

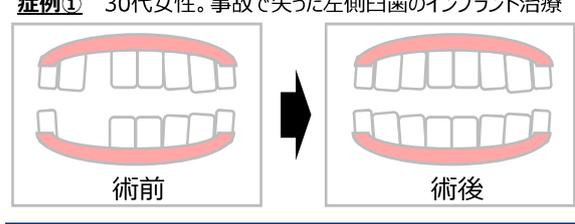


術前 → 術後

https://www.abcd.e.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



術前 → 術後

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 x x x

解説①、②
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。

虚偽広告に該当する可能性について
(医療広告ガイドライン抜粋)

「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であること、とされている。

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

(20) 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。

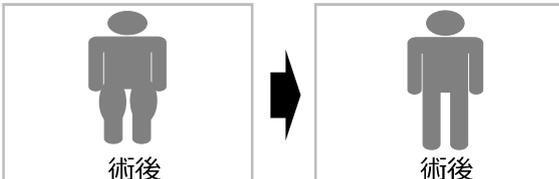
複数のビフォーアフター写真の表現に係る改善例

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。

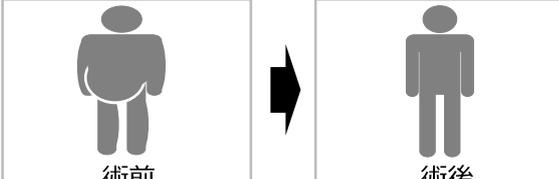
事例 複数の治療方法の写真をまとめて説明

症例紹介

症例① 足の脂肪吸引 (ハイザー脂肪吸引法)



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

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 (チューメセント法)。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 (チューメセント法)。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。

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

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

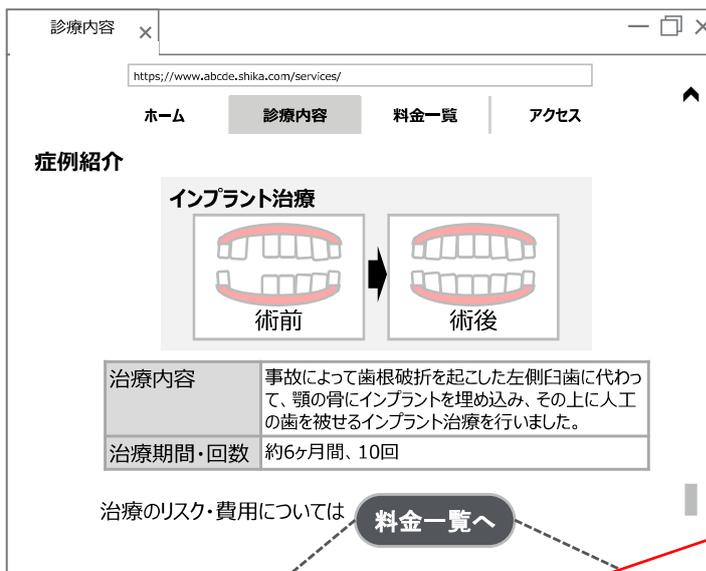
(21) ビフォーアフター写真 (省令禁止事項)

(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



解説③

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説明の一部または全部が、リンク遷移先に掲載されている場合、認められない



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. 広告が禁止される事例

(21) 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掲載

解説④-1
バナー画像に、ビフォーアフター写真が使われており、それぞれの写真に詳細な説明が付されていない

解説④-2
バナーからの遷移先である公式SNSにも同じ写真が投稿されているが、それらの写真にも詳細な説明が付されていない

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

2. 広告可能事項の記載が不適切な事例

2. 広告可能事項の記載が不適切な事例

(22) 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

〇〇美容クリニック

診療時間 10:00~18:00



解説①

公的医療保険が適用されない旨が記載されていない

△△の治療方法 (△△ (作成者注: 既承認の医薬品の販売名))

△△の治療

表情皺の症状に合わせて、各部位に注射します。
.....

○標準的な費用: 1部位: 20,000円

〇〇治療

事例② 標準的な費用の記載

〇〇美容クリニック

診療時間 10:00~18:00
休診日 日曜・祝日



解説②

治療に必要な標準的な費用が記載されていない

△△の治療方法 (△△ (作成者注: 既承認の医薬品の販売名))

△△の治療

表情皺の症状に合わせて、各部位に注射します。
.....

△△は公的医療保険が適用されない自由診療です。
費用は施術箇所により異なります。

〇〇治療

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

2. 広告可能事項の記載が不適切な事例

(23) 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 △△大学歯学部卒業

・ **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

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

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 △△大学歯学部卒業

・ **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

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.32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

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

3-2 自由診療に関する限定解除要件について

