

各都道府県知事 殿

厚生労働省医政局長

医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針（医療機関
ホームページガイドライン）について（依頼）

これまで、インターネット上の医療機関のホームページ（以下「ホームページ」という。）については、平成19年3月30日付け医政発第0330014号厚生労働省医政局長通知「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）について」により、当該医療機関の情報を得ようとする目的を有する者が検索等を行った上で閲覧するものであり、原則として、医療法（昭和23年法律第205号。以下「法」という。）第二章第二節「医業、歯科医業又は助産師の業務等の広告」の規定の対象となる広告とは見なさないこととしております。

他方で、インターネット等を通じた情報の発信・入手が極めて一般的な手法となっている現状において、美容医療サービス等の自由診療を行う医療機関について、例えば、ホームページに掲載されている治療内容や費用と、受診時における医療機関からの説明・対応とが異なるなど、ホームページに掲載されている情報を契機として発生するトラブルに対して、適切な対応が求められる事態が生じております。

については、ホームページの内容の適切なあり方に関して、別添のとおり指針（以下「本指針」という。）を定めたので、御了知いただくとともに、貴職より、管

下保健所設置市、特別区、関係団体、医療機関等に対する周知方よろしく願います。

また、下記の点についても御留意いただき、適切に御対応願います。

記

1. 本指針は法に基づくものではないが、本指針の内容に従っていないホームページについては、必要に応じて、当該ホームページを開設する医療機関等に対して行政指導を実施されたいこと。

行政指導等に当たり、本指針に疑義が生じた場合には、別紙様式1により、厚生労働省医政局総務課宛てに照会されたいこと。

2. 本指針に従っていないホームページについて住民・患者から情報提供等があった場合には、当該ホームページの具体的な内容等について、別紙様式2により、厚生労働省医政局総務課宛てに随時報告されたいこと。

3. ホームページに掲載されている内容が、虚偽又は誇大な事項等に該当する場合には、薬事法、健康増進法など一般消費者の利益の保護等に関する関係法令に抵触するおそれがあるため、消費者行政機関に相談するなどして、適切に対応されたいこと。

4. 法の規制対象となる広告に対しては、引き続き、必要な指導等を適切に実施されたいこと。

なお、チラシ、雑誌及びいわゆるフリーペーパー上の情報等のもとより、インターネット上のバナー広告、検索サイトによる検索結果などに連動して表示されるスポンサーに関する情報等のインターネット上の情報についても、従来どおり、実質的に医療広告ガイドライン（第二の1）に示す①誘因性、②特定性及び③認知性のいずれの要件も満たす場合には、法の規制対象となる広告として取り扱うものであること。

以上

医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針 (医療機関ホームページガイドライン)

1 趣旨

本指針は、美容医療サービス等の自由診療を行う医療機関のホームページに掲載されている情報を契機として発生するトラブルに対して、適切な対応が求められる事態が生じている状況等を踏まえ、インターネット上の医療機関のホームページ（以下「ホームページ」という。）全般の内容に関する規範を定め、関係団体等による自主的な取組を促すものである。

2 基本的な考え方

医療に関する広告は、国民・患者保護の観点から、次のような考え方に基づき、医療法（昭和23年法律第205号。以下「法」という。）により限定的に認められた事項以外は、広告が禁止されてきたところである。

- ①医療は人の生命・身体に関わるサービスであり、不当な広告により受け手が誘引され、不適当なサービスを受けた場合の被害は、他の分野に比べ著しいこと。
- ②医療は極めて専門性の高いサービスであり、広告の受け手は、その文言から提供される実際のサービスの質について事前に判断することが非常に困難であること。

また、国民・患者に正確な情報が提供され、その選択を支援する観点から、上記の考え方は堅持しつつ、客観性・正確性を確保し得る情報については、広告可能とすることとして順次拡大されてきた。

一方、インターネット等を通じた情報の発信・入手が極めて一般的な手法となっている現状において、美容医療サービス等の自由診療を行う医療機関について、例えば、ホームページに掲載されている治療内容や費用と、受診時における医療機関からの説明・対応とが異なるなど、ホームページに掲載されている情報を契機として発生するトラブルに対して、適切な対応が求められる事態が生じている。

このため、引き続き、原則としてホームページを法の規制対象と見なさないこととするものの、ホームページの内容の適切なあり方について、本指針を定めることとしたものである。

具体的には、国民・患者にとって有用な情報源の一つとなっているホームページ特有の性格等も踏まえつつ、

- ・国民・患者の利用者保護の観点から、不当に国民・患者を誘引する虚偽又は誇大な内容等のホームページに掲載すべきでない事項
- ・国民・患者に正確な情報が提供され、その選択を支援する観点から、通常必要とされる治療内容、費用、治療のリスク等のホームページに掲載すべき事項

を示すこととした。なお、ホームページに掲載すべきでない事項については、平成19年3月30日付け医政発第0330014号厚生労働省医政局長通知「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）について」の別添（以下「医療広告ガイドライン」という。）第四「禁止される広告について」等で示す内容に準じたものとなっている。

本指針を踏まえ、各医療機関においては、営利を目的として、ホームページにより国民・患者を不当に誘引することは厳に慎むべきであり、国民・患者保護の観点も踏まえ、ホームページに掲載されている内容を国民・患者が適切に理解し、治療等を選択できるよう、客観的で正確な情報提供に努めるべきである。

3 本指針の対象

(1) 本指針は、インターネット上の医療機関のホームページ全般を対象とするものであること。

また、本指針は、原則として、当該医療機関に勤務する医師等が個人で開設する、いわゆるブログ等の内容を対象とするものではないが、当該医療機関のホームページにリンクやバナーが張られているなど、当該医療機関のホームページと一体的に運営されている場合等には、本指針の内容を踏まえ、国民・患者を不当に誘引することがないように十分に配慮すべきであること。

(2) なお、次の具体例のようなインターネット上の情報については、従来どおり、実質的に医療広告ガイドライン（第二の1）に示す①誘因性、②特定性及び③認知性のいずれの要件も満たす場合には、法の規制対象となる広告として取り扱うものであること。

(例)

- ・インターネット上のバナー広告
- ・インターネット上に表示されている内容や検索サイトによる検索結果などに連動して表示されるスポンサー等に関する情報
- ・検索サイトの運営会社に費用を支払うことにより上位に表示される検索結果

4 ホームページに掲載すべきでない事項

(1) 内容が虚偽にわたる、又は客観的事実であることを証明することができないもの

ホームページに掲載された内容が虚偽にわたる場合、国民・患者に著しく事実と相違する情報を与え、国民・患者を不当に誘引し、適切な受診機会を喪失させたり、不適切な医療を受けさせたりするおそれがあるため、ホームページに掲載すべきでないこと。

また、虚偽にわたるものをホームページに掲載した場合等には、医療法以外の法令により規制され得ること。

なお、ここで掲げるものは例示であって、他の場合であっても本指針の対象となり得ること（以下同じ。）。

(例)

- ・加工・修正した術前術後の写真等の掲載
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、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。

- ・「当院では、絶対安全な手術を提供しています」
- ・「どんなに難しい症例でも必ず成功します」
絶対安全な手術を行うこと等は医学的に困難であり、そうした内容の表現については、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
- ・「一日で全ての治療が終了します」（治療後の定期的な処置等が必要な場合）
治療後の定期的な処置等が必要であるにもかかわらず、全ての治療が一日で終了するといった内容の表現を掲載している場合には、内容が虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
- ・「〇%の満足度」（根拠・調査方法の提示がないもの）
データの根拠（具体的な調査の方法等）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、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
また、非常に限られた国民・患者を対象に実施された調査や謝金を支払うことにより意図的に誘導された調査の結果など、公正なデータといえないものについても、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
- ・「当院は、〇〇研究所を併設しています」（研究の実態がないもの）
法第42条の規定に基づき、当該医療機関を開設する医療法人の定款等において同条第2号に掲げる医学又は歯学に関する研究所の設置を行う旨の定めがある場合等においても、研究している実態がない場合には、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。

（2）他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの

「日本一」、「No. 1」、「最高」等、特定又は不特定の他の医療機関（複数の場合を含む。）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、自らの医療機関が他の医療機関よりも優良である旨を示す表現は、仮に事実であったとしても、優良性について国民・患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあるものであり、ホームページに掲載すべきでないこと。

また、著名人との関連性を強調するなど、国民・患者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、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。

（例）

- ・「〇〇の治療では、日本有数の実績を有する病院です」
- ・「当院は県内一の医師数を誇ります」
自らの医療機関が他の医療機関よりも優良である旨を示す表現は、

仮に事実であったとしても、優良性について国民・患者を誤認させるおそれがあるものとして取り扱うべきであること。

- ・「芸能プロダクションと提携しています」
- ・「著名人も〇〇医師を推薦しています」
芸能人等が受診している旨等の表現は、仮に事実であったとしても、国民・患者に対して他の医療機関よりも著しく優れているとの誤認を与えるおそれがあるものとして取り扱うべきであること。

(3) 内容が誇大なもの又は医療機関にとって都合が良い情報等の過度な強調

① 任意の専門資格、施設認定等の誇張又は過度な強調

当然の事実等の誇張又は過度な強調や、活動実態のない団体による資格認定の名称、当該医療機関の機能等について国民・患者を誤認させるような任意の名称は、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。

(例)

- ・「知事の許可を取得した病院です」
病院が都道府県知事の許可を得て開設することは、法における義務であり、当然のことであるが、知事の許可を得たことを殊更に強調してホームページに掲載し、あたかも特別な許可を得た病院であるかのように誤認させるおそれがある場合には、内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。
- ・「医師数〇名」(意図的に古い情報等を掲載しているもの)
掲載された年月の時点では、常勤換算で〇名であることが事実であったが、その後の状況の変化により、実態に比べて医師数が大きく減少しているにもかかわらず、国民・患者を誘引する目的で意図的にホームページに掲載し続けている場合には、内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。
この場合、掲載されている文字の大きさ等、強調の程度や医療機関の規模等を総合的に勘案し、不当に国民・患者を誘引するおそれがあるかを判断すべきであり、一律に何名の差をもって誇大とするかを示すことは困難であるが、国民・患者に誤認を与えないよう、少なくとも実態に即した人数に随時更新するよう努めるべきであること。
- ・「〇〇学会認定医」(活動実態のない団体による認定)
- ・「〇〇協会認定施設」(活動実態のない団体による認定)
客観的かつ公正な一定の活動実績が確認される団体によるものを除き、当該医療機関関係者自身が実質上運営している団体や活動実態のない団体などによる資格認定や施設認定を受けた旨については、国民・患者を不当に誘引するおそれがあり、内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。
- ・「〇〇センター」(医療機関の名称又は医療機関の名称と併記して掲

載される名称)

医療機関の名称として、又は医療機関の名称と併せて、「〇〇センター」とホームページに掲載することについては、

一法令の規定又は国の定める事業を実施する病院・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

一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

に限るものとし、それ以外の場合については、内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。

ただし、当該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掲示しているものをそのままホームページ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取り扱わないこと。

② 手術・処置等の効果・有効性を強調するもの

撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影した術前術後の写真等をホームページに掲載し、その効果・有効性を強調することは、国民・患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。

また、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、上記（１）の虚偽の内容に該当し、医療法以外の法令で規制され得るものであること。（再掲）

③ 医療機関にとって便益を与える体験談の強調

当該医療機関にとって便益を与えるような感想等のみを意図的に取捨選択し掲載するなどして強調することは、国民・患者を誤認させ、国民・患者を不当に誘引するおそれがあるものであり、ホームページに掲載すべきでないこと。

また、国民・患者に謝礼を支払うなどして、当該医療機関にとって便益となるような感想等のみが出されるように誘導し、その結果をホームページに掲載することについても、同様に行うべきでないこと。

④ 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

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、ホームページに掲載すべきでないこと。

(例)

- ・「無料相談をされた方全員に〇〇をプレゼント」

物品を贈呈する旨等を誇張することは、提供される医療の内容とは直接関係のない事項として取り扱うべきであること。

(注)「内容が誇大なもの」とは、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、人を誤認させたりするものを意味する。

ここで言う「人を誤認させる」とは、国民・患者がホームページに掲載されている内容から認識する印象・期待感と実際の内容とに相違があることを常識的判断としていえれば足りるものであり、国民・患者が誤認することを証明することや、実際に誤認したという結果までは必要としない。

(4) 早急な受診を過度にあおる表現又は費用の過度な強調

国民・患者に対して早急な受診を過度にあおる表現、費用の安さ等の過度な強調・誇張等については、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。

(例)

- ・「ただいまキャンペーンを実施中」
- ・「期間限定で〇〇療法を50%オフで提供しています」
- ・「〇〇~~100,000円~~50,000円」
- ・「〇〇治療し放題プラン」

- ・「顔面の〇〇術 1か所〇〇円」

例えば、ホームページ上に大きく表示された値段は5か所以上同時に実施したときの費用を示しており、1か所の場合等には掲載されている費用を大きく上回る場合等については、費用の安さ等を過度に強調するものとして取り扱うべきであること。

この場合、仮に小さな文字で注釈等が付されていたとしても、注釈を見落とすものと常識的に判断できる場合には、同様の取扱いとすべきであること。

(5) 科学的な根拠が乏しい情報に基づき、国民・患者の不安を過度にあおるなどして、医療機関への受診や特定の手術・処置等の実施を不当に誘導するもの

科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、以下のア)～ウ)のように、国民・患者の不安を過度にあおるなどして不当に誘引することは、厳に慎むべき行為であり、そうした内容については、ホームページに掲載すべきでないこと。

ア) 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するもの

(例)

- ・「〇〇の症状のある二人に一人が〇〇のリスクがあります」
- ・「こんな症状が出ていれば命に関わりますので、今すぐ受診ください」

イ) 特定の手術・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するもの

(例)

- ・「〇〇手術は効果が高く、おすすめです。」

ウ) 特定の手術・処置等のリスクを強調することにより、リスクが高いと称する手術等以外のものへ誘導するもの

(例)

- ・「〇〇手術は効果が乏しく、リスクも高いので、新たに開発された〇〇手術をおすすめします」

(6) 公序良俗に反するもの

わいせつ・残虐な図画・映像、差別を助長する表現等の公序良俗に反する内容については、ホームページに掲載すべきでないこと。

(7) 医療法以外の法令で禁止されるもの

ホームページへの掲載に当たっては、次の①から④までに例示する規定を含め、関連の他法令等も併せて遵守すること。

① 薬事法（昭和35年法律第145号）

例えば、薬事法第66条第1項の規定により、医薬品・医療機器等の名称や、効能・効果、性能等に関する虚偽・誇大広告が禁止されている。また、同法第68条の規定により、承認前の医薬品・医療機器について、その名称や、効能・効果、性能等についての広告が禁止されており、例えば、そうした情報をホームページに掲載した場合には、当該規定等により規制され得ること。

② 健康増進法（平成14年法律第103号）

例えば、健康増進法第32条の2の規定により、食品として販売に供する物に関して、健康の保持増進の効果等について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をすることが禁止されており、例えば、そうした情報をホームページに掲載した場合には、当該規定等により規制され得ること。

③ 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）

例えば、不当景品類及び不当表示防止法第4条第1項の規定により、役務の品質等又は取引条件について、一般消費者に対し、実際のもの又は事実と異なり競争事業者に係るものよりも著しく優良又は有利であると示す表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示等（以下「不当表示」という。）が禁止されており、例えば、不当表示に当たるものをホームページに掲載した場合には、当該規定等により規制され得ること。

④ 不正競争防止法（平成5年法律第47号）

例えば、不正競争防止法第21条第2項の規定により、不正の目的をもって役務の広告等にその役務の質、内容、用途又は数量について誤認させるような表示をする行為等が禁止されている（同項第1号）ほか、虚偽の表示をする行為が禁止されており（同項第5号）、例えば、上記4（1）の虚偽の内容に当たるものをホームページに掲載した場合には、当該規定等

により規制され得ること。

5 ホームページに掲載すべき事項（自由診療を行う医療機関に限る。）

（1）通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項

自由診療は保険診療として実施されるものとは異なり、その内容や費用が医療機関ごとに大きく異なり得るため、その内容を明確化し、料金等に関するトラブルを防止する観点から、当該医療機関で実施している治療等を紹介する場合には、治療等の名称や最低限の治療内容・費用だけを紹介することにより国民・患者を誤認させ不当に誘引すべきではなく、通常必要とされる治療内容、平均的な費用や治療期間・回数を掲載し、国民・患者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供すること。平均的な費用が明確でない場合には、通常必要とされる治療の最低金額から最高金額までの範囲を示すなどして可能な限り分かりやすく示すこと。

また、当該情報の掲載場所については、当該情報を閲覧する者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・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することは控えること。

（2）治療等のリスク、副作用等に関する事項

自由診療に関しては、その利点や長所のみが強調され、そのリスク等についての情報が乏しい場合には、当該医療機関を受診する者が適切な選択を行えないおそれがあるため、利点等のみを強調することにより、国民・患者を誤認させ不当に誘引すべきではなく、国民・患者による医療の適切な選択を支援する観点から、そのリスクや副作用などの情報に関しても分かりやすく掲載し、国民・患者に対して適切かつ十分な情報を提供すること。

また、当該情報の掲載場所については、上記（1）と同様、当該情報を閲覧する者にとって分かりやすいよう十分に配慮すること。

（注）ここでいう「自由診療」とは、高齢者の医療の確保に関する法律（昭和57年法律第80号）第7条第1項に規定する医療保険各法及び同法に基づく療養等の給付並びに公費負担医療に係る給付（以下「医療保険各法等の給付」という。）の対象とならない検査、手術その他の治療の方法をいう。

また、「保険診療」とは、例えば、診療報酬の算定方法（平成20年厚生労働省告示第59号）に規定する検査、手術その他の治療の方法等、医療保険各法等の給付対象となる検査、手術その他の治療の方法をいう。

医政発 0927 第 1 号
平成 25 年 9 月 27 日

各 { 都道府県
保健所設置市
特別区 } 衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医政局長
(公 印 省 略)

美容医療サービス等の自由診療における
インフォームド・コンセントの取扱い等について

平素より、医療行政の推進に格別の御高配いただき、厚く御礼申し上げます。

インフォームド・コンセントについては、その理念に基づく医療を推進するため、各医療機関において則るべきものとして「診療情報の提供等に関する指針の策定について」（平成 15 年 9 月 12 日付け医政発 0912001 号厚生労働省医政局長通知）（以下「指針」という。）を定めたところです。

今般、美容医療サービス等の自由診療では、患者の理解と同意が十分に得られていないことに起因すると考えられるトラブルが生じていることを踏まえ、美容医療サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントに関して特に留意すべき事項として、下記のとおり定めましたので、通知します。

貴職におかれましては、これらの内容について十分に御了知の上、貴管内の関係団体等に周知していただくとともに、貴管内の医療従事者等に対して周知の徹底及び遵守の要請をお願いします。

また、当然のことながら、美容医療サービス等の自由診療においても、医師又は歯科医師の資格を持たない者が病状等の診断、治療方法の決定等の医行為を行うことはできませんので、その点、あらためて貴管内の医療機関等に周知をお願いします。

記

1. 診療情報の提供に当たっては、品位を損ねる又はそのおそれがある情報及び方法を用いて説明してはならないこと。公の秩序若しくは善良の風俗に反する情報又は

虚偽若しくは誇大な情報についても同様とすること。

2. 実施しようとする施術に要する費用等（当該費用によって受けることができる施術の回数や範囲、保険診療での実施の可否等も含む。）や当該施術に係る解約条件について、必ず当該施術前に、当該施術を受けようとする者に対して、丁寧に説明しなければならないこと。
3. 施術の有効性及び安全性に係る説明に当たっては、施術の効果の程度には個人差がある旨についても、必ず当該施術前に、当該施術を受けようとする者に対して、直接丁寧に説明しなければならないこと。
4. 即日施術の必要性が医学上認められない場合には、即日施術を強要すること等の行為は厳に慎まれるべきであること。やむを得ず即日施術を受けることを希望する者については、十分に当該即日施術の説明を行うとともに、当該即日施術を受けるかどうか熟慮するために十分な時間を設けた上で、当該即日施術を実施しなければならないこと。
5. 1 から 4 までに掲げる取扱いのほか、指針に則らなければならないこと。

医療機関ホームページガイドラインが遵守されていない疑いのある事例

事例番号	1
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（1）> 内容が虚偽にわたる、又は客観的事実であることを証明することができないもの</p> <ul style="list-style-type: none"> データの根拠（具体的な調査の方法等）を明確にせず、データの結果として考えられるもののみを示すものについては、虚偽にわたるものとして取り扱うべきであること。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 「〇〇（地域）で一番多くの〇〇手術を行っている」

（注）事務局がホームページを閲覧して調査したもの（以下同じ。）

事例番号	2
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（2）> 他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの</p> <ul style="list-style-type: none"> 「日本一」「No. 1」「最高」等、特定又は不特定の他の医療機関（複数の場合を含む。）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、自らの医療機関が他の医療機関よりも優良である旨を示す表現は、仮に事実であったとしても、優良性について国民・患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあるものであり、ホームページに掲載すべきでないこと。 著名人との関連性を強調するなど、国民・患者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、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 「リピート率No. 1」 「最高の治療法」「傷跡なくきれいに治療します」「他院の治療」として傷痕例の写真を載せバツ印を付け、「当院の治療」として傷痕のない肌の写真を載せマル印を付けている。 「アイドル〇〇さんが選んだ〇〇法」

事例番号	3
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（3）②></p> <p>手術・処置等の効果・有効性を強調するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影した術前術後の写真等をホームページに掲載し、その効果・有効性を強調することは、国民・患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・二重瞼における施術前後の比較写真について、施術前は化粧をしていないと思われるのに対して、施術後はアイシャドウ、マスカラなどを使用していると思われる。 ・顔全体の施術前後の比較写真について、施術前は化粧をしていないと思われるのに対して、施術後は化粧をし、髪形も変えていると思われる。

事例番号	4
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（3）③></p> <p>医療機関にとって便益を与える体験談の強調</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該医療機関にとって便益を与えるような感想等のみを意図的に取捨選択し掲載するなどして強調することは、国民・患者を誤認させ、国民・患者を不当に誘引するおそれがあるものであり、ホームページに掲載すべきでないこと。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「自信がついた」「親切で丁寧」「毎日幸せ」「信頼できる」「他より安く評判も良かった」「対応がよかった」などの医療機関にとって便益を与えるような感想等のみを意図的に取捨選択し掲載していると思われる。

事例番号	5
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（4）> 早急な受診を過度にあおる表現又は費用の過度な強調</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国民・患者に対して早急な受診を過度にあおる表現、費用の安さ等の過度な強調・誇張等については、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「脱毛初回 25%オフ 今月限り ○月○日まで」 「○○注射 50%オフ 有効期限は○年○月末です」 「○割！期間○年○月○日から○年○月○日」 「OPEN記念キャンペーン シミ取り 両ワキ脱毛各○円」

事例番号	6
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（5）> 科学的な根拠が乏しい情報に基づき、国民・患者の不安を過度にあおるなどして、医療機関への受診や特定の手術・処置等の実施を不当に誘導するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、以下のア)～ウ)のように、国民・患者の不安を過度にあおるなどして不当に誘引することは、厳に慎むべき行為であり、そうした内容については、ホームページに掲載すべきでないこと。 イ) 特定の手術・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するもの
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「生着率が100%を超えた」旨の表現をしているもの 「100%生体に安全」と表現しているもの

事例番号	7
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（4）> 早急な受診を過度にあおる表現又は費用の過度な強調</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国民・患者に対して早急な受診を過度にあおる表現、費用の安さ等の過度な強調・誇張等については、国民・患者を不当に誘引するおそれがあることから、ホームページに掲載すべきでないこと。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・バナー広告及びそのリンク先のページと医療機関のホームページで表示が異なっている。バナー広告及びそのリンク先のページは「両ワキ1回医療レーザー脱毛¥〇〇」となっているが、医療機関のホームページの方は「キャンペーン価格 たった¥〇〇」となっている。 <p>（注）バナー広告及びそのリンク先のページと医療機関のホームページを分けて作成すること自体について、考え方が示されていない。</p>

事例番号	8
ガイドラインの 関係規定	<p><医療機関ホームページガイドライン4（3）②> 手術・処置等の効果・有効性を強調するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・撮影条件や被写体の状態を変えるなどして撮影した術前術後の写真等をホームページに掲載し、その効果・有効性を強調することは、国民・患者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。 <p><医療機関ホームページガイドライン4（3）③> 医療機関にとって便益を与える体験談の強調</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該医療機関にとって便益を与えるような感想等のみを意図的に取捨選択し掲載するなどして強調することは、国民・患者を誤認させ、国民・患者を不当に誘引するおそれがあるものであり、ホームページに掲載すべきでないこと。
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ランディングページについては医療法の広告規制を遵守している一方で、それとは別に一見すると同一の内容に見えるホームページを設けて、医療法及び医療機関ホームページガイドラインにおいては認められていない体験談や比較写真等を用いたコンテンツを掲載している。 <p>（注）バナー広告及びそのリンク先のページと医療機関のホームページを分けて作成すること自体について、考え方が示されていない。</p>

PIO-NET に登録された事前説明・同意に問題があると考えられる事例

事例番号	1
内容	リスクに対する説明がなかったため、正しい判断材料を得ることができず、誤った選択をした。
相談事例	数年前に腕の脂肪吸引手術を行った。術後、腕にしびれが出た。手術した医師に相談をして、通院してしばらく様子を見る事にした。しびれは徐々に取れたが、小指周辺のしびれは、取れないままだった。大学病院で診察を受けたが、しびれについては個人的な感覚もあり、今後の経過については何とも言えないと説明された。その際、医師は「腕には多くの神経が集まっており、自分だったらこのような手術は受けない」と言われ、リスクがあった手術だと思った。 <u>リスクの説明があればこのような手術は行わなかった。</u> しびれが治るのが一番よいが、治らなければ、返金して欲しい。今後どうしたらよいか。

(注) PIO-NET のデータにより、当委員会が抽出した (事例番号 6 まで以下同じ)。

事例番号	2
内容	ダウンタイムがないと説明されて施術を受けたが、ひどく腫れた。
相談事例	<p>3年ほど前、1万円でヒアルロン酸入れ放題というネットの広告を見てクリニックに赴いた。翌日大切な用事があったので、<u>医師に簡単な説明を受けた際にダウンタイムがあるかと尋ねたところ、ダウンタイムはないと言われたので施術を受けた。</u>料金は3万円を超えていたので話が違うと思った。<u>施術後ひどく腫れ</u>翌日には引いたものの、変な所にヒアルロン酸が入ったのかほうれい線からずれたところが膨らんだままになった。家族や友人からもおかしいと指摘されるほどだった。時がたてば元に戻ると思っていたので様子を見たが、2年たってもしこりが残っていたのでクリニックに申し出たところ、一度見せにくるようと言われたので出向いたが改善しなかった。薬剤の種類や注入した量を尋ねたが教えてくれなかった。他の病院を受診したところ、異物肉芽種の疑いがあり外科手術で取り出すほかない等と言われた。また、ヒアルロン酸の種類が分かればレーザー治療が受けられるかもしれないというところも見つけ、施術をしたクリニックに再度問い合わせたが教えてもらえなかった。カルテに詳細は記載されていないようだ。また、見せにくるようと言われているが信用できない。</p>

事例番号	3
内容	熟考するための十分な説明や判断時間を与えず、即日施術を強要した。
相談事例	<p>顔のシミ治療の相談に出向いたところ、カウンセラーから「ダウンタイムゼロのとても良い治療がある」と勧められ、術前・術後の写真を数枚見せられた。当時、しわ等は気にしていなかったが、写真を見るととても効果があるように思えたので、費用を聞くと「普段は200万円だが、<u>今日治療すればキャンペーン適用で60万円</u>」と言われた。<u>昼時だったので食事に出てからゆっくり考えようと思ってその旨を伝えたが「手術前に食事などとんでもない」と言われ、そのまま手術を受けることになった。</u>手術前に医師から簡単な説明を受けたが、内容はよく分からないまま手術が始まり、顔に糸を通してから初めて自分がどんな治療を受けることになったかが分かった。手術後に鏡で顔を見ると赤く腫れ上がって形が変わっており、大きなショックを受けた。その後も痛みと腫れが続き仕事を休まざるを得なかったため、医師に状況を伝えると「皮膚が薄いので普通の人より少し腫れるがじきに引く。少しノイローゼ気味だ」と言われ、安定剤を処方された。不安で眠れず、診療内科にも通った。3～4か月後に腫れは引いたが、手術の効果は全く感じられなかった。返金等を求めるつもりは無いが、情報提供したい。</p>

事例番号	4
内容	本人が知らないうちに契約以外の施術が行われていた。
相談事例	<p>大手美容外科のホームページを見て小顔になるための注射を受けようと電話で予約し出向いた。最初に女性カウンセラーから「気になることをカルテに書いて」と言われ、顔がふっくらして鼻の形が悪いこと、と書いて渡した。<u>カウンセラーがカルテを見ながら注射と脂肪吸引について説明した。注射の効果は一時的だが脂肪吸引は継続すると吸引を強く勧めた。吸引は痛く怖いとのイメージがあったため断ると、とりあえず見積書を作ると言い退席した。数分後カウンセラーが2枚の見積書を持ってきた。両者とも断った脂肪吸引の手術を前提としており腑に落ちなかったが、断り難くなって鼻の手術を含めた契約に同意した。</u>支払はクレジットが通らず医院独自のクレジットを組み内金2万円を払った。別の女性から、手術同意書や説明書などを渡され、読み終えた後に手術を受けた。手術中は痛みと轟音で何をされたのか分らなかったが、<u>後日怖さから鼻の手術をやめようと医院に出向いた時に、糸リフトアップの手術をしたと知った。脂肪吸引と鼻の手術には同意したが、糸リフトアップの手術には同意していない。不本意な契約</u>であり、残金84万円の支払を拒否したい。医者はすぐに引くと言うが腫れと内出血もある。</p>

事例番号	5
内容	<p>スタッフから、施術後は普段と変わらない生活ができると言われたが、腫れと違和感が残った。</p>
相談事例	<p>美容外科のクリニックで美肌用のレーザー治療コースを契約した。その予約をした際、一緒にボトックス注射の予約をしたが、注射は必要がないと思いキャンセルした。<u>レーザー治療だけを受けるつもりだったが、個室に呼ばれ、医師ではないスタッフからキャンセルした理由を聞かれ、さらに顔のリフトアップ手術を勧められ1時間以上説明された。老化予防になるし5年はもつ、腫れはほとんど出ないしすぐに化粧もでき普段と変わらない生活ができる、費用は90万円ほどだが、今日手術するならモニター料金として60万円と安くできると言われた。その後医師から10分ほどの説明があり、注射感覚で糸を注入するだけなので簡単にできる、安心・安全で痛みは麻酔注射のチクリとしたものぐらいだ、安くできるのは今日中なので決断するように、と言われた。先生を前にして断りにくく、そんなに簡単なものならと手術を受けることにした。しかし、手術後に顔がひどく腫れ、痛みと引きつった感じで口も開けられず、2～3週間は食事もまともにできなかった。現在も腫れが引かず、頬に違和感がある。納得できないので返金を求めたい。</u></p>

事例番号	6
内容	<p>カウンセリング担当者から痛みはないと言われたが、実際は痛みが残った。</p>
相談事例	<p>「お試し。1か所1000円」と広告を載せたタウン誌を見て、病院へ出掛けた。お試しだけのつもりだったが、高額なフェイスリフト手術の勧誘を2時間受けた。「今日までなら半額。明日にでもしわがのびる、即効性がある」など言われ、200万円以上の手術が約半額になり、月3万円のローンを組んだ。<u>カウンセリングの担当者が「痛みはない。私も受けた。その日に友人と飲みに行った」と言っていたが、実際は麻酔中も痛く、頭の中まで糸を通すのが分かった。腫れは2～3日で引いたが、こめかみから頭にかけてズキズキ痛み、今でも時々痛み、市販の薬を飲んでいる。他の病院で頭のCT検査を受けたが異常なしとのこと。夫に内緒の契約で誰にも相談できず、美容外科にも苦情申し出をしていない。先日テレビで被害女性が訴訟提起したと聞き、自分も苦情申し出をしたい。</u></p>

事例番号	7
内容	痛みもダウンタイムもないと説明されたが、痛みがひどく日常生活に支障をきたした。
相談事例	<p>1週間前、顔の脂肪とほうれい線が気になっていたため、インターネットで調べて、10万円程度で脂肪溶解注射を受けようとクリニックに行った。医師に希望の施術と「<u>ダウンタイムのない施術を受けたい</u>」と伝えたら「<u>リフトアップをすれば永久的に効果が持続するので、今後美容整形にお金をかける必要はない。痛みもダウンタイムもない</u>」</p> <p>「約400万円の手術だが、モニターになれば約140万円にする」と勧められ、フェイスラインがきれいになった女性の写真をたくさん見せられた。当初の予算よりはるかに高額なので悩んでいると、「一番お得な内容だ」と強調され、契約することにした。施術内容の詳しい説明やリスク説明はなかった。頭金をクレジットカードで支払い、残金はローンを組んだ。<u>手術は後日にしたかったが、医師に勧められてその日に施術を受けた。手術後、効果はないが、こめかみや頬に痛みが強く何も食べられない状態が続いている。内出血も引かない。事前の説明と違うので返金してほしい。</u></p>

(注) 第185回消費者委員会本会議（平成27年3月3日開催）

国民生活センター提供資料「美容医療サービスに関する相談の概要」より抜粋

医療安全支援センター設置状況(平成26年12月1日現在)

1.都道府県

都道府県名	都道府県センターの設置	二次医療圏センター数
1 北海道	○	26
2 青森県	○	6
3 岩手県	○	9
4 宮城県	○	9
5 秋田県	○	●
6 山形県	○	●
7 福島県	○	6
8 茨城県	○	●
9 栃木県	○	5
10 群馬県	○	●
11 埼玉県	○	13
12 千葉県	○	15
13 東京都	○	5
14 神奈川県	○	●
15 新潟県	○	12
16 富山県	○	4
17 石川県	○	4
18 福井県	○	6
19 山梨県	○	5
20 長野県	○	10
21 岐阜県	○	7
22 静岡県	○	7
23 愛知県	○	●
24 三重県	○	●
25 滋賀県	○	6
26 京都府	○	7
27 大阪府	○	12
28 兵庫県	○	●
29 奈良県	○	5
30 和歌山県	○	8
31 鳥取県	○	3
32 島根県	○	7
33 岡山県	○	5
34 広島県	○	●
35 山口県	○	7
36 徳島県	○	5
37 香川県	○	4
38 愛媛県	○	6
39 高知県	○	5
40 福岡県	○	●
41 佐賀県	○	5
42 長崎県	○	8
43 熊本県	○	10
44 大分県	○	6
45 宮崎県	○	7
46 鹿児島県	○	7
47 沖縄県	○	●
計	47	272

注1:二次医療圏センターについては、相談窓口のみ設置している箇所もカウントしている。

注2:都道府県センター、保健所設置市区センターは二次医療圏センターには含まない。

注3:●は未設置を意味している。

2.保健所設置市区

(1)指定都市			
指定都市名	設置済	未設置	備考
1 札幌	○		
2 仙台	○		
3 さいたま	○		
4 千葉	○		
5 横浜	○		
6 川崎	○		
7 相模原	○		
8 新潟	○		
9 静岡	○		
10 浜松	○		
11 名古屋	○		
12 京都	○		
13 大阪	○		
14 堺	○		
15 神戸	○		
16 岡山	○		
17 広島	○		
18 福岡	○		
19 北九州	○		
20 熊本	○		
計	20	0	

(2)中核市			
中核市名	設置済	未設置	備考
1 函館	○		
2 旭川	○		
3 青森	○		
4 盛岡	○		
5 秋田	○		
6 郡山	○		
7 いわき	○		
8 宇都宮	○		
9 前橋		●	
10 高崎		●	
11 川越	○		
12 船橋	○		
13 柏	○		
14 横須賀	○		
15 富山	○		
16 金沢	○		
17 長野	○		
18 岐阜		●	
19 豊橋	○		
20 豊田	○		
21 岡崎	○		
22 大津		●	H27.4設置予定
23 高槻	○		
24 東大阪	○		
25 豊中	○		H26.4.1設置
26 枚方		●	H27設置予定
27 姫路	○		
28 西宮	○		
29 尼崎	○		
30 奈良	○		
31 和歌山		●	
32 倉敷	○		
33 福山	○		
34 下関	○		
35 高松	○		
36 松山	○		
37 高知	○		
38 久留米	○		
39 長崎	○		
40 大分	○		
41 宮崎	○		
42 鹿児島	○		
43 那覇		●	
計	36	8	

(3)保健所政令市			
政令市名	設置済	未設置	備考
1 小樽		●	
2 八王子	○		
3 町田		●	H27設置予定
4 藤沢	○		
5 四日市		●	
6 呉	○		
7 大牟田		●	
8 佐世保	○		
計	4	4	

(4)特別区			
特別区名	設置済	未設置	備考
1 練馬区		●	
2 板橋区		●	
3 北区		●	
4 足立区		●	
5 豊島区		●	
6 文京区		●	
7 荒川区		●	
8 墨田区		●	
9 葛飾区		●	
10 中野区		●	
11 新宿区		●	
12 千代田区		●	
13 台東区		●	
14 江東区		●	
15 江戸川区		●	
16 杉並区	○		
17 渋谷区		●	
18 港区		●	
19 中央区		●	
20 世田谷区		●	
21 目黒区		●	
22 品川区		●	
23 大田区		●	
計	1	22	

<参考>

都道府県センター	47
保健所設置市区センター	61
二次医療圏センター	272
計	380

<H25.12.1からの変更点>
H26.4.1
豊中市 センター設置
(枚方市 中核市に移行)