

医療機関のウェブサイト等の取扱い等について

平成28年11月1日

厚生労働省医政局総務課

美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議の概要

美容医療サービスに関する消費者トラブルが跡を絶たない。当委員会は平成23年度に厚生労働省等に対して対策を講ずるよう建議を發出し、一定の対策が講じられたが、その効果は十分でなく、相変わらず消費者トラブルが発生している。特に美容医療サービスに係るホームページには不適切な情報提供が存在し、患者に対する施術前の事前説明・同意も十分でない状況にあることから、当委員会は、厚生労働省に対して必要な措置について建議する。

問題点

ホームページでは不適切な情報提供が存在！

- 厚生労働省は、「医療機関ホームページガイドライン」を策定するなどの対策を講じたが、**改善が進んでいない。**
- 医療機関のホームページについては、**医療法の広告規制の対象外**のため、立入検査や、改善命令などの行政処分が行われていない。

事前説明・同意に係るトラブルも増加！

- 相談事例には**あたかもリスクが少ない施術と勘違いさせるような説明**や、様々な理由を付けて**即日施術の決断を迫るケース**が見られる。
- 厚生労働省は、「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」を通知しているが、指導基準が明確ではないため、**具体的に何をすべきで何をしてはいけないのかが不明確なものとなっている。**

建議事項

1. 医療機関のホームページの情報提供の適正化

- 医療機関のホームページを医療法上の「広告」に含めて規制の対象とすること。
- 少なくとも医療法及び医療法施行規則に基づき「広告」に対して禁止している以下の類型については、医療機関のホームページについても禁止すること。
 - ・内容が虚偽にわたる広告
 - ・他と比較して優良である旨の広告
 - ・誇大な広告
 - ・客観的事実であることを証明できない内容の広告
 - ・公序良俗に反する内容の広告

2. 事前説明・同意の適正化

- 厚生労働省通知の解釈や指導の基準(Q & A)を速やかに示した上で、患者に対する施術前の説明を適切に行い、患者の理解と同意を得た上で施術を行うべきこと、即日施術を厳に慎むべきことを徹底すること。
- 消費者に対して、美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項について医療機関にチラシを備え置くなどして、注意喚起すること。

3. 苦情相談情報の活用

- PIO-NETや医療安全支援センターに蓄積された情報の活用を図るとともに、同センター相談窓口を消費者へ周知を図ること。
- 行政手続法に基づき、国民が、法令に違反する事実を発見した場合に、行政機関に対し処分や行政指導を求める仕組みの活用を図ること。

①医療機関のウェブサイト等の取扱いについて

医療法における広告規制の現状について

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側が誘引され、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。

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。

→限定的に認められた事項（医療法第6条の5第1項各号等）以外は、原則として広告禁止

【広告の定義（医療広告ガイドライン）】

患者の受診等を誘引する意図があること

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

一般人が認知できる状態にあること

→ ~ のいずれの要件も満たす場合に、広告に該当するものと判断

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（平成19年3月30日付け医政発第0330014号）

【広告に該当する媒体の具体例】

チラシ、パンフレット、看板等

【通常広告とはみなさないもの】

院内掲示、インターネット上のウェブサイト等

↓
検索した上で閲覧するものであるため
認知性がない（バナー広告等を除く）

- (1) 学術論文、学術発表等 (2) 新聞や雑誌等での記事 (3) 体験談、手記等 (4) 院内掲示、院内で配布するパンフレット等 (5) 患者等からの申し出に応じて送付するパンフレットやEメール (6) 医療機関の職員募集に関する広告 (7) インターネット上のホームページ（医療広告ガイドライン）

広告する内容

広告可能な事項	一定の性質をもった項目に関する事項を規定 例) ・施設、設備又は従業者に関する事項 ・提供される医療の内容に関する事項 ・管理又は運営に関する事項
比較広告 誇大広告 等	・ 広告の中止命令・是正命令 ・ 命令違反に対する間接罰()適用
虚偽の内容	直接罰()を適用
広告可能な事項 以外の内容	・ 広告の中止命令・是正命令 ・ 命令違反に対する間接罰()適用

… 6ヶ月以下の懲役又は30万円以下の罰金。

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会

【開催の趣旨】

昨今、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する問題が指摘されていることや、厚生労働省の「保健医療2035」策定懇談会が示した提言集において「医療機関や医師の技術力の評価に関する情報の公表の範囲や方法のあり方について検討すること」が求められていること等を踏まえ、国民、患者に対する医療情報の提供内容等のあり方について新たに検討を行うための検討会を開催することとする。なお、これまで「医療情報の提供のあり方等に関する検討会」において、医療機能情報提供制度や医療機関が広告できる事項の拡大等について検討し施策に反映させてきたが、今後は本検討会にて検討する。

【構成員】平成28年9月7日時点

いしかわ	ひろみ	
石川	広己	公益社団法人日本医師会常任理事
おおみち	みちひろ	
大道	道大	一般社団法人日本病院会副会長
おがた	ひろや	
尾形	裕也	東京大学政策ビジョン研究センター特任教授
きりの	たかあき	
桐野	高明	東京大学名誉教授
こたけ	よしお	
小竹	欣男	栃木県保健福祉部医療政策課長
こもり	なおゆき	
小森	直之	一般社団法人日本医療法人協会副会長
せこぐち	あきよし	
瀬古	精良	公益社団法人日本歯科医師会常務理事
ひらかわ	のりお	
平川	則男	日本労働組合総連合会総合政策局長
ほんだ	のぶゆき	
本多	伸行	健康保険組合連合会理事
みうら	なおみ	
三浦	直美	時事通信社編集委員・女性編集チーム
やまくち	いくこ	
山口	育子	認定NPO法人ささえあい医療人権センターCOML理事長
ゆいね	たえこ	
唯根	妙子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会理事

(敬称略)
：委員長

【開催実績】

- 第1回(平成28年3月24日)
 - ・ 医療機関のウェブサイト等の取扱いについて
 - ・ その他
- 第2回(平成28年5月18日)
 - ・ 前回の議論の整理(案)について
 - ・ その他
- 第3回(平成28年8月3日)
 - ・ 医療機関のウェブサイト等の取り扱いについて(案)
 - ・ その他
- 第4回(平成28年9月7日)
 - ・ 医療機関のウェブサイト等の取扱いについて(とりまとめ(案))
 - ・ 医療機能情報提供制度の報告項目の改正について
 - ・ その他
- 平成28年9月27日 医療機関のウェブサイト等の取扱いについて(とりまとめ)公表

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会

医療機関のウェブサイト等の取扱いについて（概要）（参考資料1）

【規制の範囲、あり方】

- 1 医療機関のウェブサイト等について、広告可能事項が限定されている医療法上の広告として取り扱うこととした場合には、患者が知りたい情報と考えられる、詳細な診療内容等の情報が得られなくなる等、医療情報の提供促進に支障が生じることへの懸念が多く示されていること等を踏まえ、引き続き、現行の医療法上の広告規制の適用対象としないが、適切な情報発信を推進する観点からも認められないような、虚偽・誇大な表示等が規制されないことは適当ではないことから、不適切な表示に対する規制を新たに設けるべきである。

【監視・是正体制の強化等】

- 1 医療機関のウェブサイト等による情報提供の適正化に当たっては、医療法の規制の対象とすることに加え、監視・是正体制を強化し実効性を確保していくことが重要である。このため、都道府県等の地方自治体をまたがる広域的事案等に効率的かつ迅速に対応するための行政権限や情報共有のあり方も含めて検討する必要がある。また、問題の多い領域等に焦点を当てた規制の周知・遵守の徹底、患者・消費者教育を推進していくことが重要である。

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会 医療機関のウェブサイト等の取扱いについて（概要）

【具体的な施策例】

監視・是正体制の強化、規制の周知・遵守の徹底

- ・新たな規制導入後に、厚生労働省は新たな規制の内容や具体的な違反事例等をガイドライン等において明確化。
- ・厚生労働省からの外部委託により、ネットパトロール監視体制を構築。
- ・都道府県等においては、提供された不適切なウェブサイト等に関する情報等を踏まえ、適切に対応を行う。
- ・美容医療団体等は、合同で美容医療団体等による連絡会を立ち上げ、規制の周知・遵守の徹底等に取り組む。
- ・違法情報等対応連絡会等に、医療広告等に係る規制を通信業界が策定しているガイドライン等に盛り込むことの検討を求め、プロバイダによる違反広告等の削除基準・手続等を整備すること等により規制の遵守を徹底。

患者／消費者教育、注意喚起の実施等

- ・厚生労働省のウェブサイトにおいて注意喚起・相談窓口一覧ページを作成し、周知に係る対応を図る。
- ・厚生労働省は美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項や相談窓口に関するチラシを作成し、消費者、患者等への注意喚起を実施する。
- ・消費者庁、消費生活センター等、保健所・医療安全支援センター、関係団体、NPO等による、学校や地域における患者教育・消費者教育が重要であり、これらの団体等の積極的な取組を慫慂する。

医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会 医療機関のウェブサイト等の取扱いについて（概要）

【今後の進め方について】

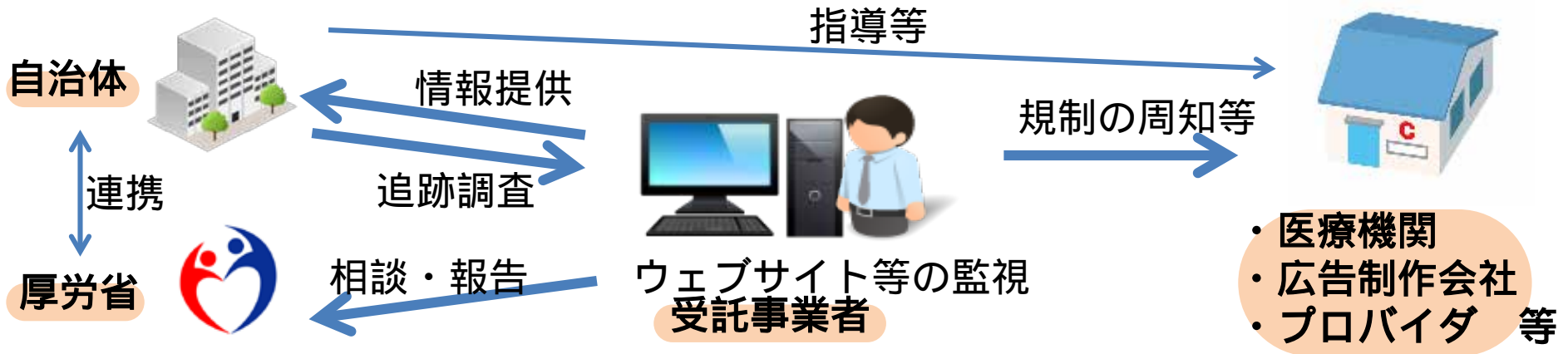
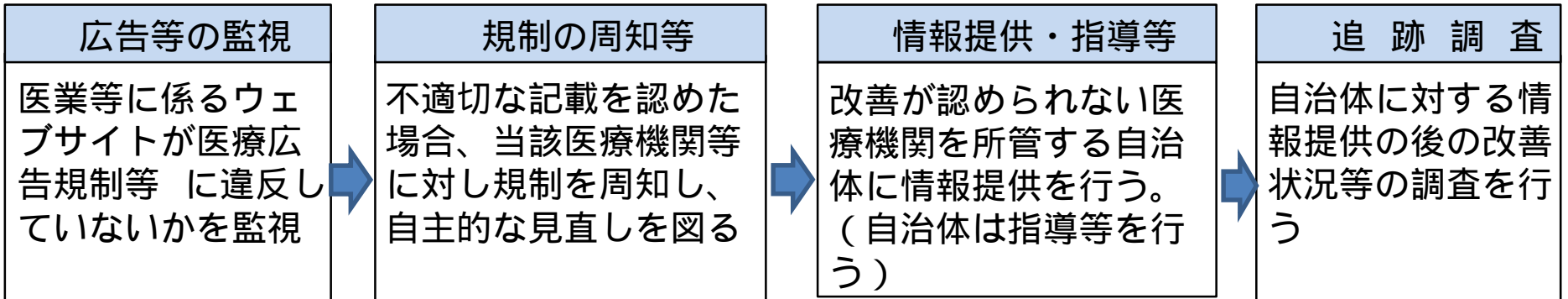
上記を踏まえ、厚生労働省においては新たな規制の導入に向けて速やかに法的検討を進めるとともに、関係者との協議により監視・是正体制の強化等の各施策を順次具体化・実施すべきである。

今般の規制見直し及び関係者による種々の取組により十分な効果が得られるためには、美容医療などの関係団体をはじめ、関係省庁、都道府県等の地方自治体等、全ての関係者が主体的に各施策に取り組んでいくことが必要不可欠であることを強調したい。

新たな規制が導入されるまでの間も、医療広告に該当する医療機関のウェブサイト等については現状でも医療法に基づく処分が可能であり、また、医療広告に該当しないものについては不当景品類及び不当表示防止法等の他法令に基づいた対応が可能である。都道府県等の衛生主管部局は医療法、消費者庁等は不当景品類及び不当表示防止法等に基づき、不適切な医療広告、ウェブサイト等について指導等の行政上の対応を積極的に実施すべきである。

医業等に係るウェブサイトの監視体制強化（イメージ）

平成29年度概算要求額 42,000千円



期待される
効果

ウェブサイトの監視体制の強化により、美容医療サービスを提供する医療機関等のウェブサイトの適正化につなげ、消費者トラブルの減少を目指す。

医療法、医療法施行令、医療法施行規則、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、医療広告ガイドライン及び医療機関ホームページガイドライン

インフォームド・コンセントの取扱い等に関するQ & A
及び
消費者、患者向け注意喚起資料について

インフォームド・コンセントの取扱い等に関するQ&Aについて (参考資料2)

- 「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関する質疑応答集(Q&A)の送付について」(平成28年3月31日付け厚生労働省医政局総務課事務連絡)を地方公共団体及び関係団体等へ送付し、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依頼。

Q & A の概要

- 都道府県等における実際の指導に資するよう、消費者からの相談事例を例示しながら、下記の解釈を明記。

「品位を損ねる又はそのおそれがある情報及び方法」、「虚偽若しくは誇大な情報」等について、具体的には治療等の内容ではなく費用を前面に押し出すなど極端に強調した説明、加工・修正した術前術後の写真等を使用した説明等が該当すること。

施術に要する費用等や解約条件について、当該費用で受けることができる施術の内容、回数や範囲、保険診療の可否、解約条件に関する規定等について、説明書面等により説明し、承諾を得ることが必要であること。

施術について、効果とリスク、類似の施術がある場合にはそれぞれの効果・リスク・費用・期間を比較した選択肢を説明する必要があること。

一般に、美容目的で行われる施術については、施術を受ける緊急性が低いと考えられ、即日施術を強要すること等の行為は厳に慎む必要があること。

消費者、患者向け注意喚起資料について（参考資料3）

- 消費者、患者向けに、「美容医療などの施術を受ける前に確認したいこと」に関する注意喚起資料を消費者庁と連名で作成。
- 消費者、患者向け注意喚起資料を平成28年9月に公表。
- 同月、都道府県等に配布等を依頼するとともに、関係団体に周知等を依頼。
- 毎週火曜日に厚生労働省のTwitterにより注意喚起を実施（フォロワー数は約41万人）。
- 消費者庁においても、Twitter、facebook等による注意喚起及び主要消費者団体への周知を実施。



フォローする

【#美容医療などの施術を受ける前に確認したいこと】
医師などから十分な説明を受けた上で、落ち着いてよく考えてから施術を受けるか決めましょう！

美容医療などの施術を受ける前に確認したいこと

どんな施術を行うのか、...
きちんと説明を受けましたか？

Check 1 医師の説明を「十分に」理解できましたか？

Check 2 その施術は、「今すぐ」必要な施術ですか？

以下のようことを理解できているか、もう一度、よく考えてみてください。

- ・ 施術の効果、想定される副作用や合併症
- ・ 他の施術方法（薬剤）の有無
- ・ 施術の費用（保険適用の有無）、同僚
- ・ 解約条件などの契約内容 etc.

「十分に説明しただけじゃダメ！」

以下のようことがあれば、必要な施術なのか、もう一度よく考えてみてください。

- ・ 「今すぐ契約すれば安くなる」など、即日の施術や契約を強引に勧められた。
- ・ 希望していない施術をしつづけて勧められた。

「今すぐ必要なの、チェック！」

施術の内容や契約について十分に説明を受け、納得をした上で施術を受けましょう！

美容目的の施術は、多くの場合、緊急性が低いと考えられます。冷静に考えて！

チェックは2つ入りしましたか？

心配なことがある場合や、希望外の施術を勧められた場合には、医師などから十分な説明を受けた上で、**落ち着いてよく考えてから**施術を受けるか決めましょう。

困ったら相談しましょう
～相談窓口のご紹介～

66

リツイート

72

いいね

23:23 - 2016年9月26日



88



72



その他

医療広告等に関する都道府県等担当者会議について

概要

- 都道府県等の医療広告の担当者を集めて毎年1回開催している会議
- 平成28年度は、9月～10月に全国7ブロックにて開催、合計143人が参加
- 議事

医療機関のウェブサイト等の取り扱いに関する検討状況について
建議の紹介をするとともに、検討会のとりまとめの内容について説明し、
新たな規制の導入前であっても積極的な指導の実施等を依頼。

インフォームド・コンセントに関する事務連絡等について

「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
取扱い等に関する質疑応答集(Q & A)の送付について」、「美容医療
サービスにみる包茎手術の問題点」の送付について(依頼)」及び「60
歳以上の女性の美容医療トラブルが高額化！ しわ取り注射で1,300
万円もの請求が...」の送付について(依頼)」等について説明を行い、
消費者部局との連携や、医療機関への周知徹底等を要請。

美容医療に関する消費生活相談の概要について(消費者庁または国民
生活センターから講演)

医療広告等の指導の現状について(事例報告会)

事例報告会において、担当者間で指導内容やその根拠について共有し
あうことにより、指導力の向上を図った。
等

その他

- 平成28年2月、全国医政関係主管課長会議で指導の徹底を再度依頼
- 平成28年3月、インターネットプロバイダを含む広告会社向けに医療広告規制や検討会の開催等について講演
- 平成28年3月、平成27年度における医療安全支援センターが受けた相談事例のうち美容医療に係る相談対応等の事例について収集し、冊子を全国の医療安全支援センターに配布し、共有
- 平成28年10月、日本美容外科学会総会シンポジウムにて医療広告規制や新たな規制の方向性等について講演