

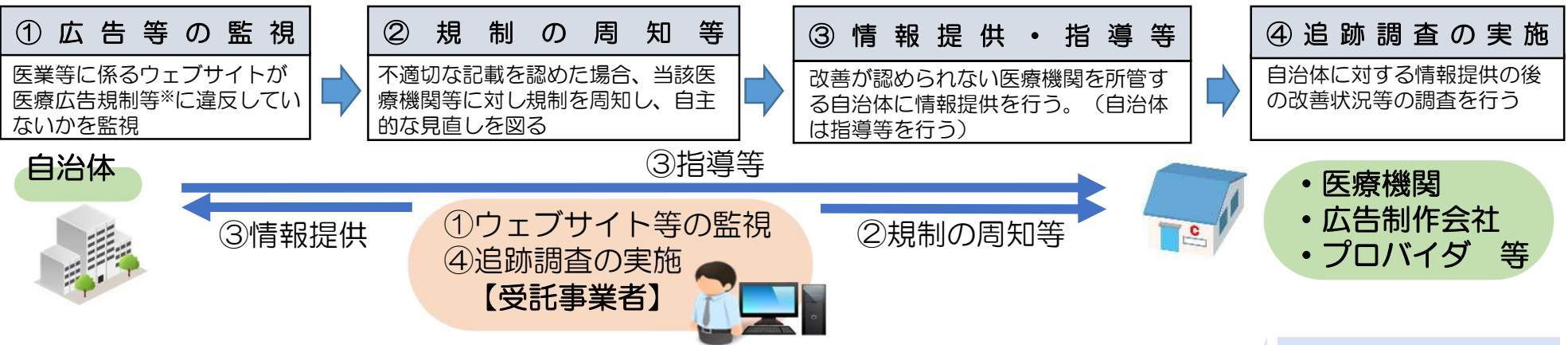
ネットパトロール事業について (令和4年度)

医業等に係るウェブサイトの監視指導体制強化

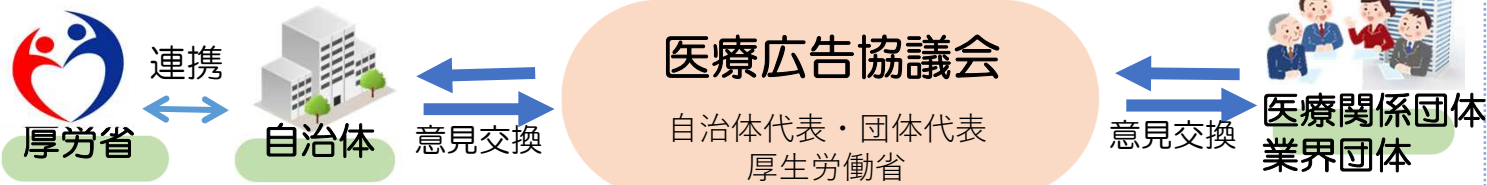
背景

医療機関のホームページに起因する美容医療サービスに関する消費者トラブルが発生し続けており、平成27年7月に消費者委員会より「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」がなされたこと等も踏まえ、平成29年度よりネットパトロールを実施することで対応。更に、平成30年6月の改正医療法施行後の医療法における広告規制の改正施行後の現状を踏まえ、全国一律の基準で運用できるよう監視指導体制の強化が必要。

ネットパトロール事業



医療広告協議会のイメージ



協議結果は必要に応じ厚生労働省から通知・事務連絡等により、全国の都道府県等に周知することにより、全国的な統一を図る

平成30年6月の医療法改正施行に伴い、自治体での個別判断事例が増加しており、自治体間での指導内容の差異を解消する仕組みを構築する。

期待される効果

ウェブサイトの監視指導体制の強化により、自由診療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

令和4年度ネットパトロール概況

○通報受付状況（2023年3月31日時点）

年度	通報受付件数	医療広告関係		医療広告以外
			審査対象 (重複除外後件数)	
平成29年度	1,612サイト	864サイト	569サイト	748サイト
平成30年度	8,358サイト	6,726サイト	1,525サイト	1,632サイト
令和元年度	10,300サイト	7,987サイト	1,044サイト	2,313サイト
令和2年度	9,472サイト	7,906サイト	1,796サイト	1,566サイト
令和3年度	7,378サイト	5,531サイト	775サイト	1,847サイト
令和4年度	14,315サイト	4,646サイト	967サイト	9,669サイト

通報受付件数の推移（平成29年8月～令和5年3月）※



※：平成29年度の月別件数については「医療広告関係」「医療広告以外」を分けず、合計のみを示している。

令和4年度ネットパトロール概況

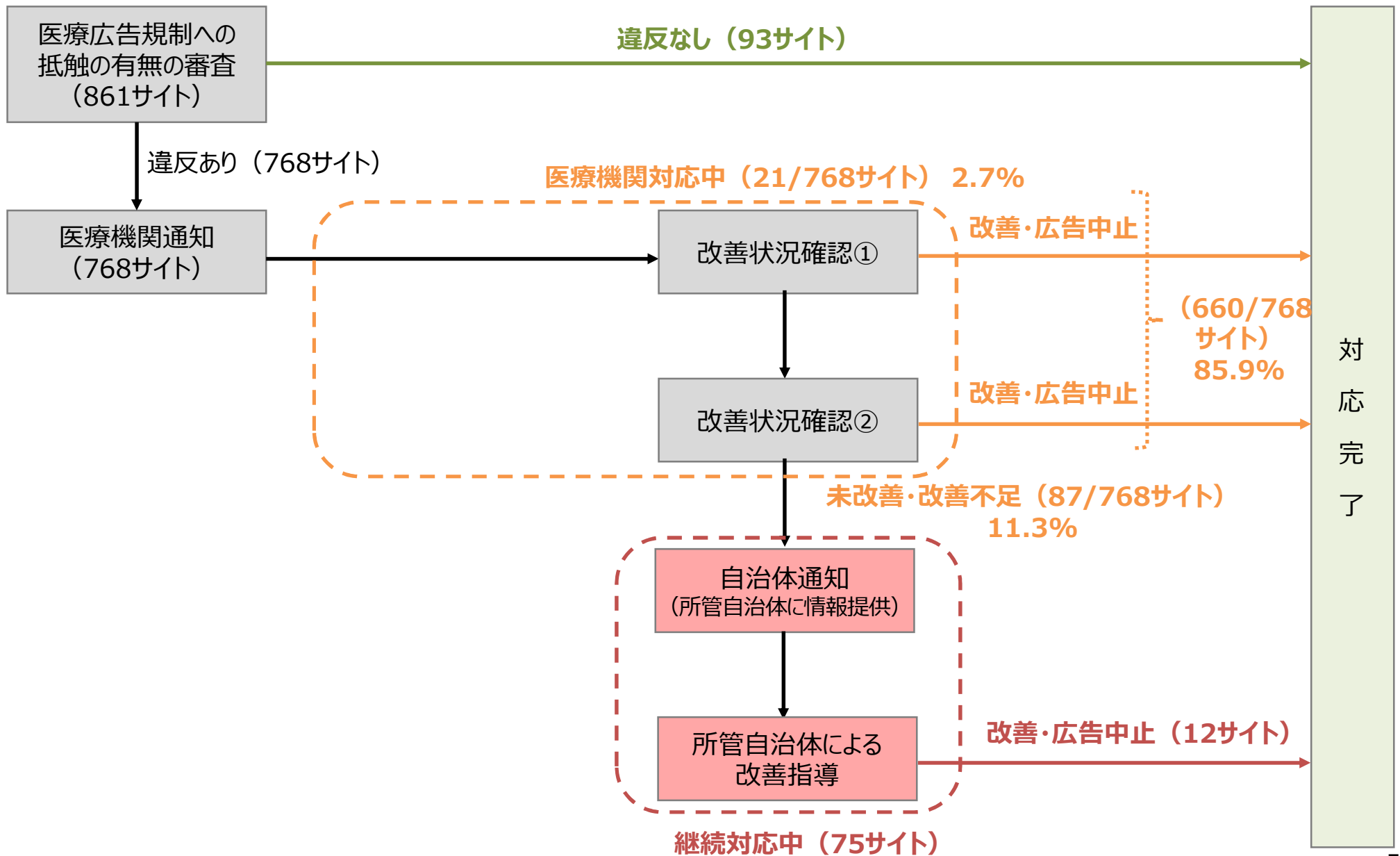
○審査対象事案の対応状況（2023年3月31日時点）

	審査実施	審査結果	医療機関通知	改善状況確認	自治体※通知	
通報受付	＜審査＞ 798サイト (1,537施設)	＜違反なし＞ 91サイト (182施設)				
		＜違反あり＞ 707サイト (1,355施設)	＜通知済み＞ 707サイト (1,355施設)	＜改善＞ 598サイト（1,195施設） 84.6% ＜広告中止＞ 8サイト（11施設） 1.1% ＜改善不足＞ 53サイト（91施設） 7.5% ＜未改善＞ 29サイト（37施設） 4.1% ＜医療機関対応中＞ 19サイト（21施設） 2.7%	82サイト (128施設) 11.6%	
		＜未通知＞ 0サイト (0施設)				
	能動監視	＜審査＞ 63サイト (68施設)	＜違反なし＞ 2サイト (2施設)			
			＜違反あり＞ 61サイト (66施設)	＜通知済み＞ 61サイト (66施設)	＜改善＞ 53サイト（58施設） 86.9% ＜広告中止＞ 1サイト（1施設） 1.6% ＜改善不足＞ 5サイト（5施設） 8.2% ＜未改善＞ 0サイト（0施設） ＜医療機関対応中＞ 2サイト（2施設） 3.3%	5サイト (5施設) 8.2%
			＜未通知＞ 0サイト (0施設)			

※都道府県、保健所設置市、特別区

令和4年度ネットパトロール全体概況

○対応状況（2023年3月31日時点）



令和4年度ネットパトロールにおける分類別の傾向

○医療分野/違反種類別の違反数（2023年3月31日時点）

- 1 サイト平均で約5.4カ所の違反（768サイトにおいて合計4,115カ所の違反）が確認された。
- 特に「（5）広告が可能とされていない事項の広告」が最多であった。

	違反種類								合計	サイト数	1サイト当たりの違反件数
	(1) 内容が虚偽にわたる広告 (虚偽広告)	(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)	(3) 誇大な広告 (誇大広告)	(4) 公序良俗に反する内容の 広告	(5) 広告が可能とされていない事項の 広告	(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	(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	(8) その他 ※1			
美容	66	89	152	0	1,261	54	182	170	1,974	273	7.2
歯科	62	51	161	0	548	56	171	36	1,085	224	4.8
がん	4	9	33	0	152	8	10	6	222	48	4.6
その他※2	48	43	103	0	490	41	71	38	834	223	3.7
合計	180	192	449	0	2,451	159	434	250	4,115	768	5.4

美容・歯科における傾向を次頁以降に示す

※1：医療広告ガイドライン第3-1(8)その他ア「品位を損ねる広告」にて示されている、「費用を強調した広告」「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」に該当する箇所を集計している

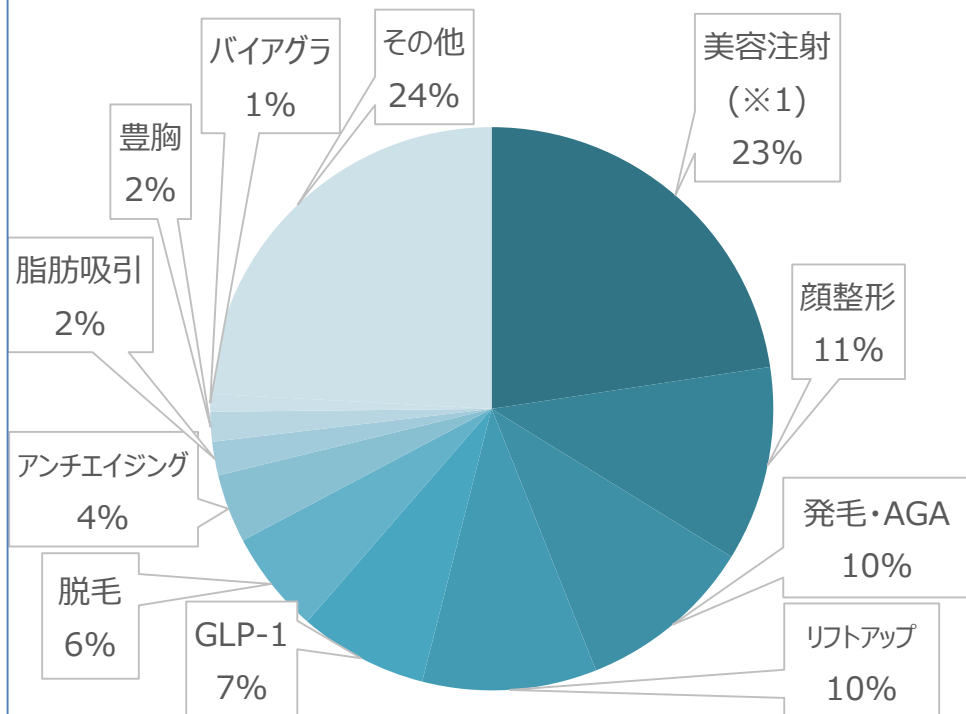
※2：医療分野のうち、例えば「内科」「整形外科」「産婦人科」といった、「美容」「歯科」「がん」のいずれにも分類できないものを集計しており、例えば総合病院や大学病院のように、複数診療科を有する医療機関において、インプラント等歯科関連の指摘をした場合、ここに含まれる。

①令和4年度 美容・歯科分野におけるキーワードレベルの傾向

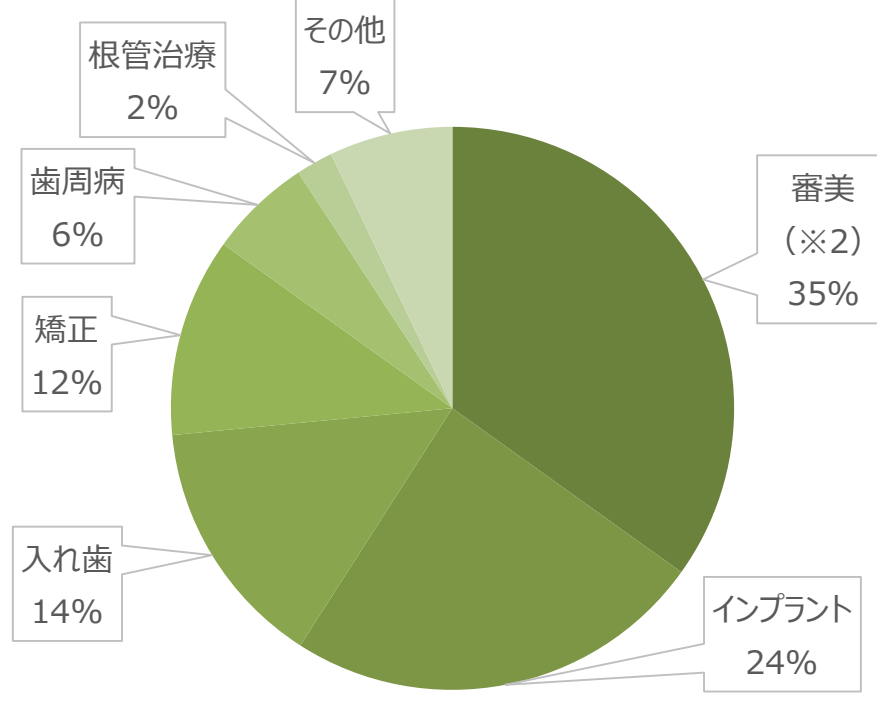
○美容・歯科において違反が多い内容（2023年3月31日時点）

- 美容・歯科それぞれにおいて、違反広告のキーワード別に集計したものを以下に示す。
- 美容は「美容注射」を筆頭に様々な違反が確認できている一方で、歯科は「審美」「インプラント」だけで約6割を占めていることがわかる。

【美容】治療内容別の違反割合



【歯科】治療内容別の違反割合



※1：美容注射は、ボトックス注射、ヒアルロン酸注射、プラセンタ注射等の美容を目的とする注射について、便宜的にまとめて集計している

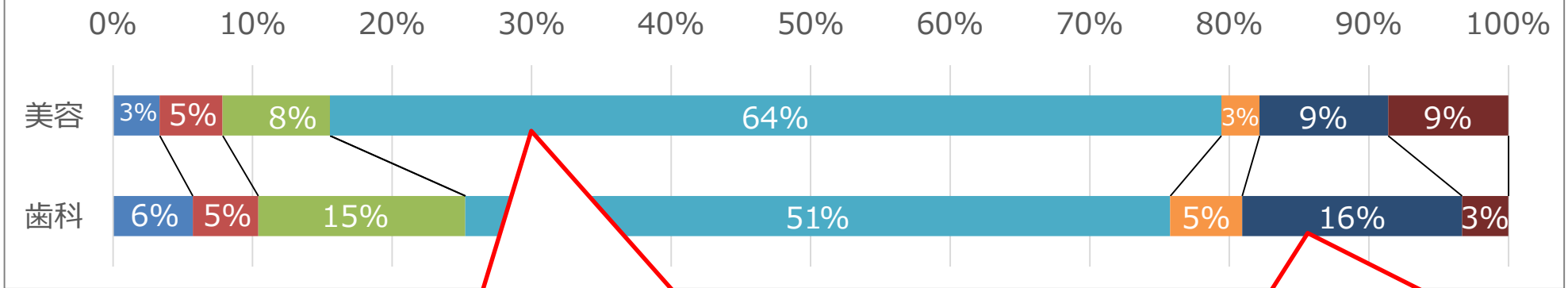
※2：審美は、ホワイトニングやセラミック等、医療機関によって提供される医療の内容は異なるが、審美というキーワードを用いて広告され、他に分類できないものを対象に集計している

②令和4年度 美容・歯科分野における違反種類別の傾向

○美容・歯科において違反が多い違反種類（2023年3月31日時点）

【美容・歯科】違反種類別の違反割合※

- (1) 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）
- (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）
- (3) 誇大な広告（誇大広告）
- (4) 公序良俗に反する内容の広告
- (5) 広告が可能とされていない事項の広告
- (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
- (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
- (8) その他



美容では、「広告が可能とされていない事項の広告」の違反比率が比較的高い。
特に、リスク・副作用の記載が不十分な自由診療の広告が目立つ。

歯科では、「治療等の前又は後の写真」の違反比率が比較的高い。特に、審美歯科における、いわゆる「ビフォーアフター写真」の広告が多く見受けられる。

※：p.6に示した合計の違反件数を100とした場合に、違反種類ごとの違反件数が占める割合を示している。

令和4年度 自治体へ情報提供後の状況

○自治体へ情報提供後の状況（2023年3月31日時点）

- ネットパトロール事業者からの注意喚起で改善に至らない場合、自治体へ情報提供を行っている。
- 医療機関の対応までに期間を要する事案は存在するものの、多くは改善や広告中止等の対応が行われている。

	情報提供件数 (サイト数)	対応完了			継続対応中
			改善		
			改善	広告中止	
平成30年度	80	79	77	2	1
令和元年度	145	125	111	14	20
令和2年度	116	89	76	13	27
令和3年度	96	57	48	9	39
令和4年度	97	17	16	1	80
合計	534	367	328	39	167

○情報提供件数：各年度に自治体へ情報提供を行った件数

○改善：自治体からの指導後に改善対応された件数

○広告中止：自治体からの指導後にウェブサイトが閉鎖された件数

○継続対応中：自治体による指導中の件数

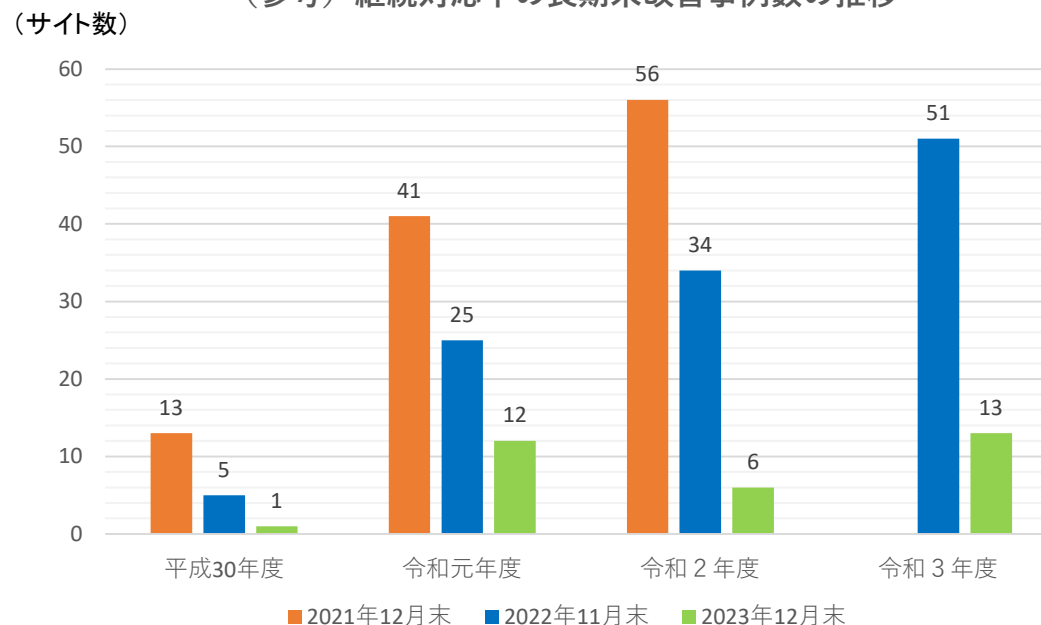
長期未改善事例への対応

○ 平成30年度から令和3年度の長期未改善事例について（2023年12月31日時点 ※括弧内は2022年11月30日時点）

実績内訳	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
医療機関通知件数	690サイト	1,137サイト	952サイト	847サイト
自治体通知件数	80サイト	145サイト	116サイト	96サイト
対応完了件数	79 (75) サイト	133 (120) サイト	110 (82) サイト	83 (45) サイト
継続対応中	1 (5) サイト	12 (25) サイト	6 (34) サイト	13 (51) サイト
指摘事項に一部対応	1* (3) サイト	8 (17) サイト	5 (16) サイト	6 (23) サイト
指摘事項に未対応	0 (2) サイト	4 (3) サイト	1 (16) サイト	7 (21) サイト
(自治体から未回答)	0 (0) サイト	0 (5) サイト	0 (2) サイト	0 (7) サイト

※比較優良広告、費用の強調

(参考) 継続対応中の長期未改善事例数の推移



長期未改善事例への対応

背景

- 昨年度の検討会后、長期未改善事例を有する自治体に通知を発出し、
 - ① 対応期限を定めた指導を実施することで改善した好事例を共有するとともに、
 - ② 「改めて医療機関等に対して、医療広告ガイドラインにおける広告指導の方法に沿って、対応期限を定めた必要な対応を行うこと」及び「必要に応じ、標準的な対応期限も含めた指導・措置等の実施手順書を策定する等、実効性のある対応に努める」ことを依頼した。
- また、長期未改善事例を有する自治体からは、医療機関の改善対応までに期間を要している理由として、
 - 他県、他の医療機関との対応の差を引き合いに出されると強い指導が難しい。
 - 法に基づく措置（※1）に進む判断が難しい。
 - 期限を設けて指導することも検討しているもののどの程度の期限を設ければよいかの判断が難しい。
 - 他自治体における指導状況等の情報共有や統一的なスキームの整備等が欲しい。といった意見が寄せられているため、自治体の指導方針の統一や情報共有を目的として、自治体担当者向けに毎年開催している「医療広告に関する都道府県等担当者会議」において、
 - ① ネットパトロール事業で自治体に情報提供を行った事例に対する行政指導、立入検査の事例紹介
 - ② 「社会的影響力を考慮し、まずは大手を指摘すべき」、「他院からの嫌がらせの通報に決まっているので対応したくない」、「修正に費用が掛かるため対応できない」等、医療機関から多く寄せられる意見に対する具体的な回答案（※2）の提供等を行い、都道府県等の取り組みを促した。

長期未改善事例への対応

背景

前ページからの続き

(※1) 法に基づく措置の実施状況（回答：157自治体。括弧内はウェブサイト以外の医療広告）

	法に基づく措置を行った件数(【A】～【C】の合計)	【A】医療法第6条の8第1項に基づく報告命令	【B】医療法第6条の8第1項に基づく立入検査	【C】医療法第6条の8第2項に基づく中止・是正命令
令和3年度	15(4) / 8自治体	2	2(1)	11(3)
令和4年度	1 / 1自治体	1	0	0

(※2 例) Q 社会的影響力を考慮し、まずは大手を指摘すべき。他院からの嫌がらせの通報に決まっているので対応したくない。

A 医療広告は、患者等の利用者保護の観点から、次のような考え方にに基づき、規制を行っており、医療機関の規模を問わず、また通報者が誰でもあっても、一律に遵守していただく必要がございます。

- 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。
- 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。

対応案

- 自治体が、医療機関の改善対応までに期間を要している理由等を踏まえ、
 - 自治体の現状把握調査を引き続き実施し、「医療広告に関する都道府県等担当者会議」等において、優良な取組事例（違反種類毎の法に基づく措置例など）を紹介
 - 標準的な対応期限も含めた指導・措置等の実施手順書のひな形を令和6年度前半までを目処に作成し、自治体に提供する
 - 自治体による医療法第25条第1項(※)に基づく立入検査（医療監視）にあたっては、医療広告ガイドライン等による指導等を求めており、改正後のガイドライン（資料2参照）遵守について、立入検査時に適切に指導等を行うことを求める
- 等を行い、今後更に都道府県等の取り組みを促し、長期未改善事例の早期の適正化を進める。

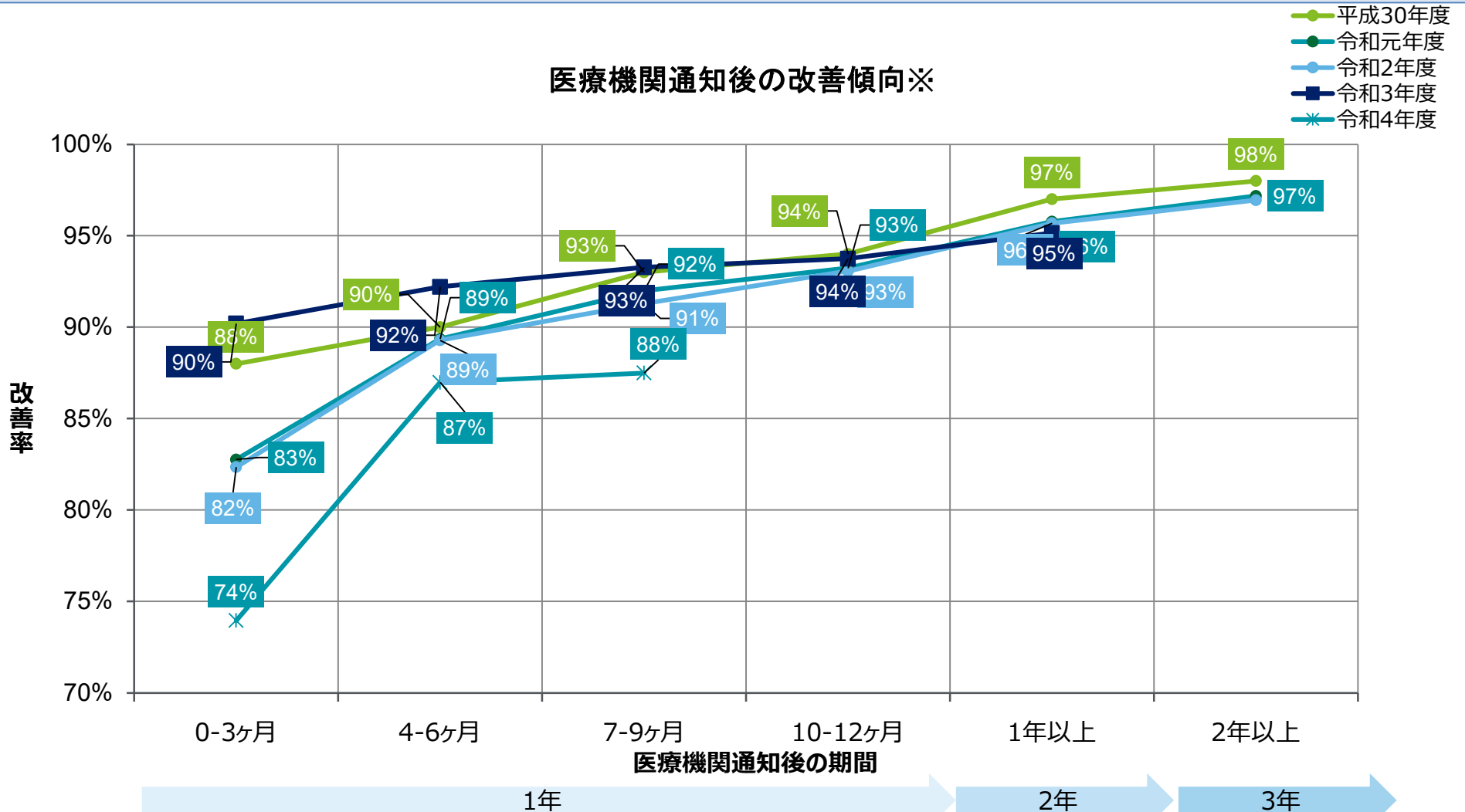
(※) 医療法 第25条

都道府県知事、保健所を設置する市の市長又は特別区の区長は、必要があると認めるときは、病院、診療所若しくは助産所の開設者若しくは管理者に対し、必要な報告を命じ、又は当該職員に、病院、診療所若しくは助産所に立ち入り、その有する人員若しくは清潔保持の状況、構造設備若しくは診療録、助産録、帳簿書類その他の物件を検査させることができる。

【参考】医療機関通知後の改善傾向

○医療機関通知後の状況（2023年3月31日時点）

- 令和4年度では、医療機関通知から3ヶ月以内で約74%、6ヶ月以内で約87%が改善に至るが、残り約13%は改善対応に時間を要している



※医療機関通知日以降の一定期間（3か月、6か月、9か月、12か月、1年、2年）時点での、医療機関通知件数に占める「改善」又は「広告中止」件数の割合を算出。（自治体情報提供後の改善状況を含む）
 なお、月数については、30日を1ヶ月としてカウント。

(参考) 広告指導の体制及び手順 ※「医療広告ガイドライン」(令和5年10月12日最終改正) から抜粋・要約

(1) 広告内容の確認

違法性が疑われる広告等に関する相談や指導に当たっては

- ① まずは、各都道府県等において、法や本指針に抵触しないか否かを確認し、違反していると判断できる広告については、広告を行う者に対して必要な指導等を行う
- ② 都道府県等において、広告に該当するか判断できない情報物や違反しているかどうか判別できない広告については、その内容について、都道府県等の職員から厚生労働省医政局総務課あてに照会する

(2) 広告違反の指導及び措置

ア 調査及び行政指導

任意の調査として、当該広告等に記載された医療機関等に対して、説明を求める等により必要な調査を行う。違反広告を発見した場合には、通常はまず、行政指導として、広告の中止や広告の内容を是正するよう、医療広告を行っている医療機関等に求め、さらに必要に応じて違反広告物の回収、廃棄等を指導する。併せて、必要な場合には、広告を作成した者等に対しても任意での調査や指導を行う。また、法に違反している広告については、必要に応じて、当該違反広告の責任者等に対して、報告書の徴収、書面による改善指導等の行政指導としての措置を講じる。

イ 報告命令又は立入検査

アの任意の調査に応じない場合等、必要な場合には法第6条の8第1項の規定に基づき、都道府県知事、保健所設置市の市長又は特別区の区長は、当該広告を行った者に対し、必要な報告を命ずること(報告命令)、又は当該広告を行った者の事務所に立ち入り、当該広告に関する文書(広告物そのもの、作成段階の案、契約書、診療録その他の内容が正確であることを確認するために必要な書類等)その他の物件(施設、構造設備、医療機器等)を検査させること(立入検査)により、調査を実施する。

ウ 中止命令又は是正命令

広告違反を発見した場合には、通常はまず、行政指導により広告の中止や内容の是正を求めることとなるが、行政指導に従わない場合や違反を繰り返す等の悪質な事例の場合には、法第6条の8第2項の規定に基づき当該違反広告を行った者に対し、期限を定めて、当該広告を中止し、又はその内容を是正すべき旨を命ずること。なお、不利益処分たる中止命令又は是正命令については、その実施に先立ち、行政手続法(平成5年法律第88号)第13条に規定する弁明の機会を付与しなければならないことに留意。

エ 告発

- ① 直接罰の適用される虚偽広告を行った者が中止若しくは内容の是正の行政指導に応じない場合
- ② 報告命令に対して、報告を怠り、若しくは虚偽の報告をした場合
- ③ 立入検査を拒み、妨げ、若しくは忌避した場合
- ④ 中止命令若しくは是正命令に従わず、違反広告が是正されない場合

には、司法警察員に対して書面による告発を考慮。なお、罰則は、①又は④の場合には、6月以下の懲役又は30万円以下の罰金、②又は③の場合には、20万円以下の罰金が適用される。

オ 行政処分

悪質な違反広告を行った場合には、エに示した告発のほか、行政処分として、必要に応じて法第28条の規定に基づく管理者変更命令又は法第29条第1項第4号に該当するとして、同項の規定による病院又は診療所の開設の許可の取り消し、又は開設者に対し、期間を定めて、その閉鎖を命ずることが可能。