

報道発表資料

平成 30 年 5 月 24 日
独立行政法人国民生活センター

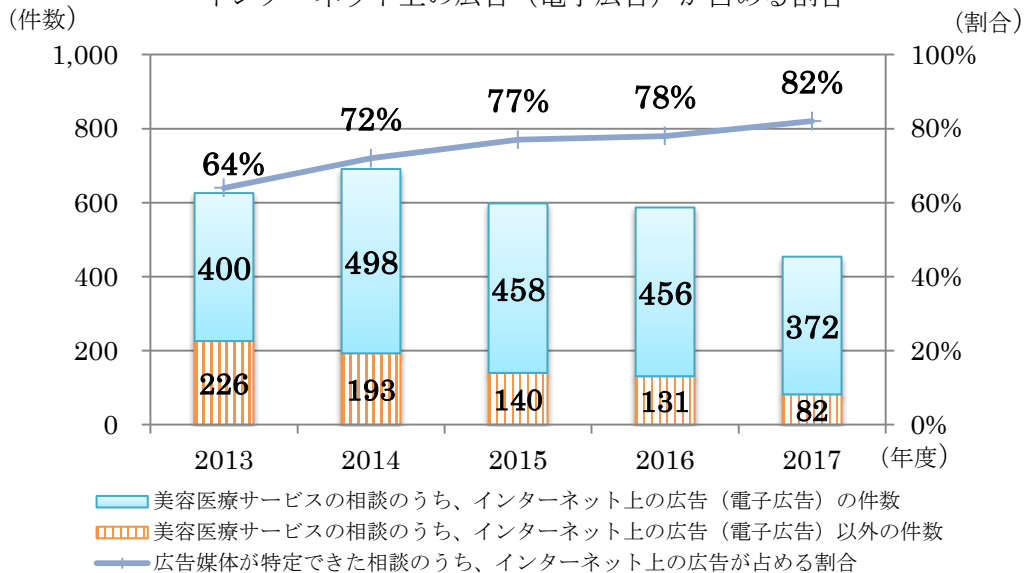
医療法改正！美容医療クリニックのウェブサイトにも広告規制が！

ー 詳細説明のないビフォーアフター写真や、治療効果に関する体験談の掲載は禁止されますー

全国の消費生活センター等に寄せられた美容医療サービス¹に関する相談について、美容医療クリニックのウェブサイトでの広告等がその受診のきっかけというケースが多くみられます。これまで医療法の広告規制ではウェブサイトは対象外でした²。医療法の改正により、医療機関のウェブサイトにも広告規制が導入され、美容医療クリニックのウェブサイトにおいても、虚偽広告や誇大広告等が禁止されるなど、広告規制が課せられます（施行は2018年6月1日を予定³）。

そこで、医療法の広告規制について、知っておくべきポイントと、美容医療サービスを受ける際の注意点を、相談事例をもとに消費者に情報提供します。

図1 PIO-NET⁴において、広告媒体が特定できた美容医療サービスの相談のうち、インターネット上の広告（電子広告）が占める割合



¹ 本資料における美容医療サービスとは、医師による医療のうち、「専ら美容の向上を目的として行われる医療サービス」を指し、医療脱毛、脂肪吸引、豊胸手術、二重まぶた手術、包茎手術、審美歯科等が主な施術（医学的処置、手術及びその他の治療）である。

² 改正前の医療法では、①誘因性、②特定性、③認知性のいずれの要件も満たす場合に、医療法の規制対象となる広告として取り扱うものとしており、ウェブサイトは認知性が欠け、広告の要件を満たさないと考えられていた。

³ 公布の日（平成 29 年 6 月 14 日）から起算して 1 年を超えない範囲において政令で定める日から施行。

⁴ PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと（2018 年 4 月 30 日までの PIO-NET 登録分）。消費生活センター等からの経由相談は含まれない。なお、図 1 の広告媒体は複数回答項目である。

1. 医療法の広告規制⁵の主な改正について

医療法の改正により、美容医療サービスも含め医療機関のウェブサイト、メルマガ等についても広告規制が課されます（2018年6月1日施行予定）。治療等の内容・効果の体験談及び誤認させるおそれのあるビフォーアフター写真等は、今回医療法施行規則（省令）にて、医療に関する広告としては認められないものであることが明確化されました。下記、規制内容は、規制対象となる全ての媒体での広告に適用されます。広告規制のポイント⁶は以下のとおりです（下線は改正部分）。

規制対象となる媒体		チラシ、ポスター、看板、折込広告、TVCM、 <u>ウェブサイト、メルマガ等</u>
規制内容	禁止される具体例	禁止される理由
虚偽広告 法第6条の5第1項	「〇%の満足度」 「絶対安全な手術です」	データの根拠を明確にしないものは虚偽広告として取り扱うべきため 絶対安全な手術等は、医学上あり得ないため
比較優良広告 法第6条の5第2項	著名人も当院で治療を受けております。	患者等に対して、他の医療機関より著しく優れていると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ため
誇大広告 法第6条の5第2項	「顔面の〇〇術1カ所〇〇円」	この費用が適用されるためには条件が付いている場合（小さな字で注釈が付いていたとしても常識的に考え見落とすものと判断できる場合を含む）
公序良俗違反広告 法第6条の5第2項	わいせつな図画を使用した広告	公序良俗に反する内容のため
<u>治療等の内容・効果の体験談</u> 省令第1条の9第1項	患者の主観又は伝聞に基づく体験談	体験談は個々の患者の状態等により当然にその感想は異なるものであり、誤認を与えるおそれがあるため
<u>誤認させるおそれのあるビフォーアフター写真等</u> 省令第1条の9第2項	術前又は術後の写真やイラスト等のみで説明が不十分なもの	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り、誤認を与えるおそれがあるため ※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、副作用等に関する詳細な説明を付けている場合にはウェブサイト掲載可能
品位を損ねる広告 医療広告ガイドライン	「今なら〇円でキャンペーン実施中！」 「〇〇治療し放題プラン」	費用を強調した広告は医療機関や医療の内容について品位を損ねる、あるいは損ねるおそれがあるため

⁵ 厚生労働省「医療法における病院等の広告規制について」

http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iryuu/kokokukisei/

⁶ 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）から抜粋
なお、医療機関の広告では、医師名や診療日等、広告可能な事項は限定されているが、以下の項目を満たした場合には、限定された事項以外の掲載が可能。①ウェブサイト等の広告であること、②問い合わせ先を記載すること、【自由診療の場合】③治療等の内容、費用等に関する事項について記載すること、④治療等に係る主なリスク、副作用等について記載すること。

2. ウェブサイト等の広告に関する主な相談事例と施行後の確認ポイント

全国の消費生活センター等に寄せられた、美容医療サービスのウェブサイト等の広告に関する主な相談事例を紹介するとともに、消費者に特に確認してほしいポイントについて記載します()内は契約当事者の属性)。※改正医療法の広告規制は2018年6月1日から適用となります。

【事例1】薄毛治療に効果ありというウェブサイトを見て高額な契約をしたが、副作用が不安

「薄毛治療3,400円から。99%効果あり」というウェブサイトを見つけクリニックに相談に行った。カウンセラーから「薄毛の原因は遺伝。このままだと禿げる一方」などと言われ、12カ月45万円のスプレーでの治療と飲み薬の契約をした。医師の説明はなかったが、飲み薬の説明書では副作用の可能性があるという。不安なので解約したい。

(20歳代、男性、給与生活者、東京都)

虚偽広告は禁止！

改正医療法施行後は、ウェブサイトでも、「〇%の満足度」のように、データの根拠となる具体的な調査の方法等を明確にしないで、データの結果と考えられるものだけを示すものについては、「虚偽広告」として扱われます。

「99%効果あり」との表現にデータの根拠が示されていない場合には、虚偽広告に該当する可能性があります。

【事例2】ウェブサイトでは「包茎手術は7万円から」だったのに、高額な手術を勧められた

真性包茎のため、ウェブサイトに「包茎手術、料金は7万円から」と大きく表示されたクリニックに行き、カウンセラーから説明を受けた。「7万円の手術では手術痕が残る可能性がある。いびつではなくきれいな手術痕にするためにはオプションを付けた方が良い」と勧められて、断りきれずに75万円の契約をし、その日に手術を受けた。こんなに高額な契約をするつもりはなかった。

(20歳代、男性、給与生活者、新潟県)

誇大広告は禁止！

改正法施行後は、ウェブサイトでも、提供する医療の内容等について、必ずしも虚偽ではないが、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広告は「誇大広告」として禁止されます。

大きく表示された値段に、付されている条件が記載されていないような場合等には、誇大広告として扱われる可能性があります。

【事例3】ウェブサイトの術前・術後の写真を見て、自分も痩せると思い契約したが効果がない

クリニックのウェブサイトに「1本1~2万円で痩せられる注射で、細い人ももっと痩せた」と術前・術後の写真が掲載されていた。おなかと二の腕が気になっていたので電話で予約を取り出向いた。医師と看護師のカウンセリングを受けたところ、注射を4回に分けて打つことが必要で、240万円と言われた。払えないと断ると、「今日契約すればモニター価格で130万円にする。ローンも使え、美脚のボトックスもつける」と言われたため契約した。4カ月通ったが効果がない。医師に苦情を伝えたら、1回分の注射を無料で追加してくれ、二の腕の脂肪吸引

を割引の20万円で施術してくれたが効果はない。広告に問題があると思う。

(30歳代、女性、東海地方)

誤認させるおそれのあるビフォーアフター写真は禁止！

改正医療法施行後は、治療等の内容または効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前または後の写真（ビフォーアフター写真）等を広告に掲載することは禁止されます。

ただし、ウェブサイト等で、治療内容、費用、主なリスクや副作用に関する詳細な説明を、分かりやすく付けたビフォーアフター写真は掲載できます。

【事例4】脂肪溶解注射1カ月打ち放題というウェブサイト広告は信頼できるか

インターネットで「脂肪溶解注射1カ月打ち放題」との広告を見つけた。他のクリニックでは1本1万円が相場だが、1カ月3万5000円で注射が打ち放題というのは激安でお得感がある。この広告は信頼できるか。

(40歳代、女性、給与生活者、東京都)

費用を強調した広告は禁止！

医療広告ガイドライン⁶には、医療に関する広告は、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならないものであるから、医療機関や医療の内容について「品位を損ねる広告」は行わないようにすることが、定められています。

「今なら〇円キャンペーン実施中」、「〇〇治療し放題プラン」等は、費用を強調した広告であり、品位を損ねる広告と考えられるため、広告の掲載はできません。

3. 消費者へのアドバイス

(1) 幅広い情報を集め、十分検討した上で、施術を受けるか決めましょう

美容医療サービスを受けるにあたっては、自由診療であること、新しい施術も多いことから、そのリスクや副作用を十分認識した上で、様々な情報媒体から広く情報を収集して検討する必要があります。治療内容や治療方法、効果やリスク等を複数の医療機関や医療安全支援センター⁷等から情報収集しましょう。その上で、美容医療サービスを本当に受けるかも含め、慎重に判断しましょう。

(2) 問題のある広告を掲載しているクリニックとは契約しないようにしましょう

医療機関における広告は法律で規制されています。美容医療クリニックのウェブサイトにおいて、「〇%の満足度」、「〇〇治療し放題プラン」等、法律等で禁止される広告表現（2ページ参照）をしたり、治療等の内容、費用等や主なリスク、副作用等が記載されていない美容医療クリニックとは契約しないようにしましょう。

⁷ 医療安全支援センターは医療法第6条の13の規定に基づき、都道府県、保健所を設置する市及び特別区により、日本全国で380箇所以上設置されている。医療に関する苦情・心配や相談に対応するとともに、医療機関、患者・住民に対して、医療安全に関する助言及び情報提供等を行っている。 <http://www.anzen-shien.jp/>

(3) 広告と異なる契約を勧誘された場合には、安易にその場で契約しないようにしましょう

美容医療クリニックに出向いたところ、広告に掲載されているような金額や内容で施術が受けられないことが分かった場合には、一旦冷静になり、その場で契約しないようにしましょう。

特に、断っているのに勧誘を続ける、希望しない即日施術を強要する等、契約を強引に勧められた場合には、契約をしないことをはっきりと伝えましょう。

(4) 困ったときには消費生活センター等へ相談しましょう

広告を見て美容医療クリニックを受診したけれども、意図しない契約や施術を強要されたり、解約に際してトラブルになったりする等、クリニックとトラブルになった場合には、消費生活センター等に相談しましょう。

また、2017年12月1日から、一定の美容医療サービス⁸のうち、契約期間が1カ月超かつ契約金額が5万円超のものは、特定商取引法の規制対象となりました。こうした美容医療サービスについては、クーリング・オフ（法定の契約書面を受け取ってから8日以内）等ができます⁹ので、1人で悩まず速やかに消費生活センター等に相談しましょう。

なお、広告に関しては、医療機関のウェブサイト上に嘘や大げさな表示などがないかを監視する、「医療機関ネットパトロール」（厚生労働省委託事業）という制度があります。問題のある広告だと思った場合は、「医療機関ネットパトロール」や医療法を所管する各地の保健所に通報しましょう。

※ 消費者ホットライン「188（いやや!）」番

お住まいの地域の市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

※ 医療機関ネットパトロール：03-3293-9225

平日（月～金）10:00～16:00

通報フォーム <http://iryoukoukoku-patroll.com/>

【情報提供先】

消費者庁消費者政策課	(法人番号 5000012010024)
消費者庁取引対策課	(法人番号 5000012010024)
内閣府消費者委員会事務局	(法人番号 2000012010019)
厚生労働省医政局総務課	(法人番号 6000012070001)
経済産業省商務・サービスグループ消費経済企画室	(法人番号 4000012090001)
公益社団法人日本美容医療協会	(法人番号 4010005016755)
一般社団法人日本美容外科学会（J S A P S）	(法人番号 1010005013078)
一般社団法人日本美容外科学会（J S A S）	(法人番号 7010005019920)
公益社団法人日本広告審査機構	(法人番号 3010005016566)

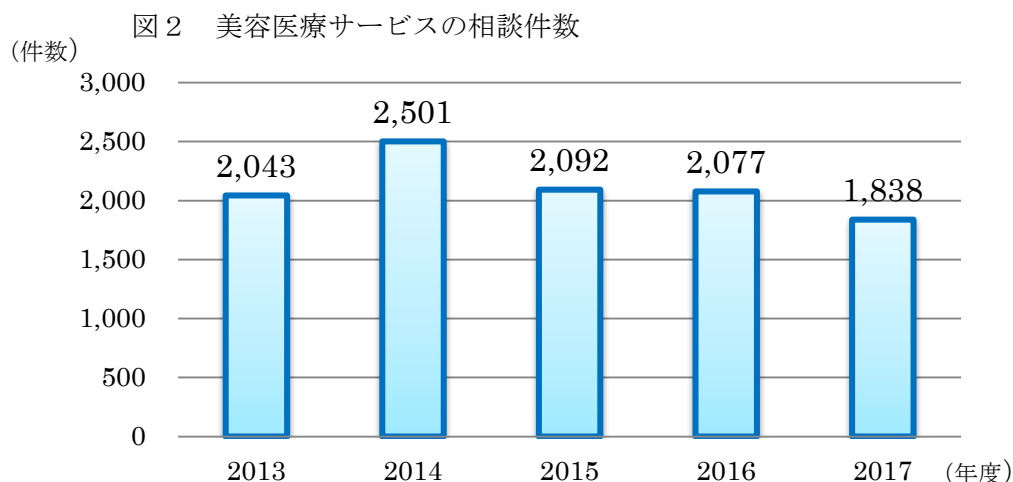
⁸ (1)脱毛(2)にきび・しみ等の除去(3)しわ・たるみの軽減(4)脂肪の減少(5)歯の漂白等について、主務省令に規定する方法によるもの。詳細は特定商取引法ガイドを参照。<http://www.no-trouble.go.jp/>

⁹ 国民生活センターでは、「美容医療でクーリング・オフが可能なケースも！ー特定商取引法に美容医療のルールが加わりましたー」を2017年12月7日に公表し、美容医療の新しいルールについて情報提供を行っている。
http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20171207_1.html

(参考) PI0-NET における美容医療サービスの相談概要 (2013 年度～2017 年度)

(1) 美容医療サービスの相談件数 (図2)

全国の消費生活センター等に寄せられている美容医療サービスの相談件数は、毎年度 2,000 件前後で推移しています。



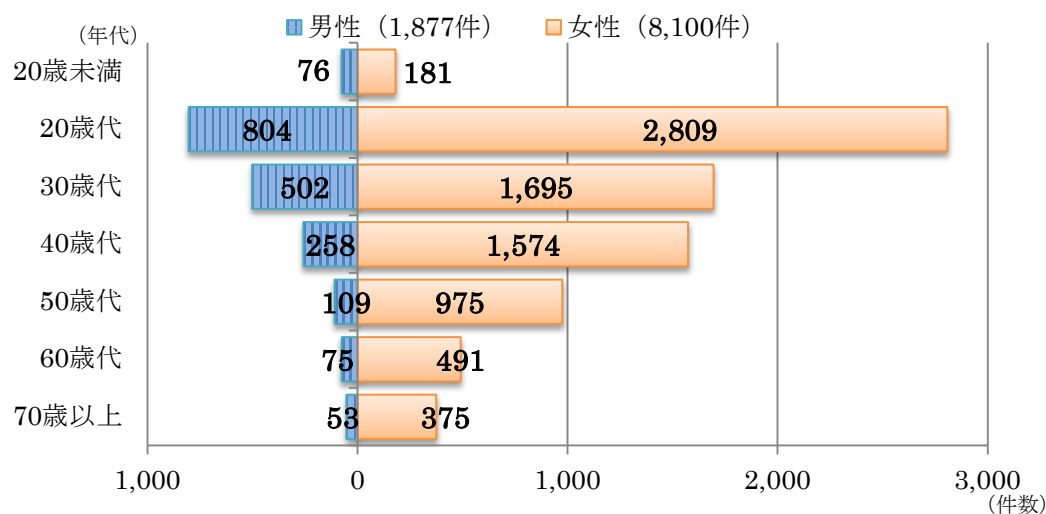
(2) 契約当事者の属性等 (図3)

美容医療サービスにおける契約当事者の性別は、男性が全体の 19%であるのに対し、女性は 81%を占め、女性は男性の約 4 倍の相談が寄せられています。

契約当事者を年代別にみると、男女ともに 20 歳代が最も多く、男性のうち 43%、女性のうち 35%を占めます。また、男女ともに年代が上がるにつれて減少しますが、60 歳以上も男性 128 件 (7%)、女性 866 件 (11%) の相談が入っています。

契約内容としては、男性は包茎手術関連、薄毛治療やひげ等の医療脱毛が多くみられ、女性は美容整形、医療脱毛、審美歯科、豊胸手術等が多くみられます。

図3 契約当事者の年代・性別件数 (n=9,977、不明・無回答等は除く)

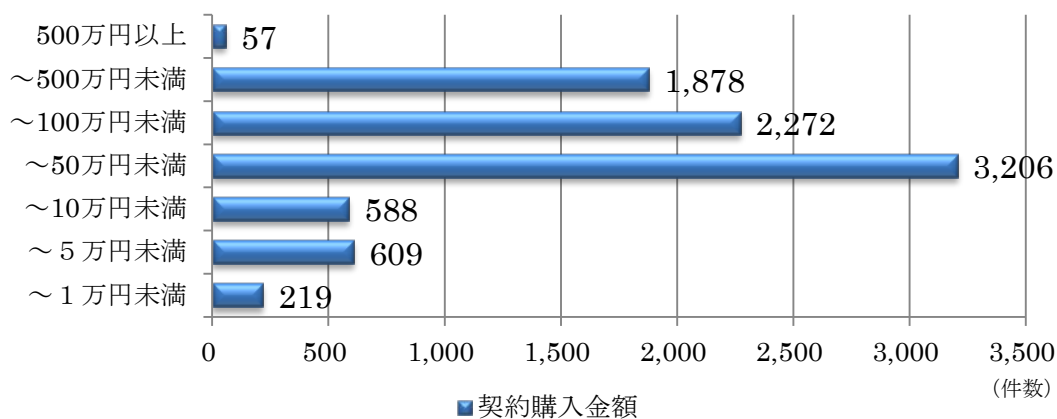


(3) 契約購入金額と実際に支払った金額 (図4)

契約購入金額の平均は約67万円であり、最も多いのは10万円以上50万円未満の相談で3,206件、36%を占めます。

なお、実際に1円以上を支払った相談での支払い金額の平均は約37万円です。

図4 契約購入金額別件数 (n=8,829、不明・無回答除く)



(4) 主な相談内容 (複数回答項目)

美容医療サービスにおける相談内容をみると、施術内容等に関するトラブルである「施術不良」が3,670件と最も多く、料金に関するトラブルを表す「高価格・料金」(3,524件)の他、「解約(全般)」(3,507件)、「返金」(3,182件)、「説明不足」(2,474件)と続きます。また、「インターネット上の広告(電子広告)」(2,184件)に関する相談も多くみられます。