

医療機関・医療従事者が知っておきたい
法律コラムをお届けする

News Letter



代表弁護士
倉橋 芳英

弁護士
小島 宏之

弁護士
北崎 裕一郎

弁護士
田中 良太

弁護士
市原 奈都子

Contents

● 医療コラム

医療コラム

医療機関に対するWebでの広告規制

弁護士 小島宏之

心地よい秋風も、近頃は肌に冷たく感じる今日この頃、皆様いかがお過ごしですか。

さて、今回のコラムでは、2018年10月11日に開催を予定しております、医療機関向けセミナーで取り扱う【医療機関に対するWebでの広告規制】について、ほんの一部ですがお話ししたいと思います。

現在、患者が新たに受診する医療機関を探す際、インターネットの普及により、患者の約60%がインターネットで検索しており、集患のためにはウェブ対策が必須といえる状況です。私自身、昨年福岡から大分に引っ越してきた関係もあり、まずはインターネットで口コミ情報を確認します。しかしながら、法律的に、2016年に健康・医療系まとめサイトの記事内容の信憑性に疑義が生じ、運営会社の責任が問われる事態が発生したほか、2018年6月から、厚労省が医療広告ガイドラインを実施し、ウェブ広告規制を開始したため、「ルールの中での最大限の集客を目指したホームページ作り」など、ウェブ広告についての対応が必須です。

そのため、本稿では、ウェブ広告における注意点を、簡単に説明したいと思います。

①「広告」と意図していなくても規制の対象となり得る場合がある

これは、医療機関のウェブページにて、パスワードなどの設定なしに外部から閲覧できる状態であれば、患者に対するアピールにつながるものと認識される可能性があり、たとえ「院内報」としての形式をとっていたとしても、「広告」として規制対象になる、ということです。そのため、形式的に「院内報」であっても、第三者から医療機関のアピールポイントを示しているものと認識されれば、規制から免れることはできない、ということです。

②たとえ内容が真実だとしても、他院より自院が優れている、という広告はできない

「当院は県内ナンバー1」「当院は他院にはない最新設備を導入しています」などの、他院と比較して自院が優れていると認識させるような表現は規制対象となります。この点については、ホームページのアドレスの中で、「no1hospi@xxx.or.jp」のように、No.1等の記載をすることも規制の対象となっていますので、あくまで、「当院はこれだけ(具体的数字)の実績があります。」という形にしなければならないということです。

また、ウェブ対策としては、自院のホームページに対する対応のみならず、口コミ情報への対応も必要となります。具体的な根拠がなく、ただ否定的な評価だけを記載し、医療機関の正確な根拠につながり得ない、明らかにクレーマーと思われるような口コミ情報は無視したいところですが、一般的な影響や風評被害を考えると無視することはできないので、管理会社への削除依頼等の対策を講じる必要があります。

冒頭でもお話ししました、今回のセミナーでは、法規制についてより詳細な話はもちろん、広報戦略についても講師の方をお招きしてお話しさせていただきますので、興味がありましたら、出席していただけると幸いです。