



医療機関の広告規制について その2

～そもそも広告とは何か？～



【1】 広告規制の対象範囲

規制の対象となる広告とは以下の①～③すべてに該当するものです。

- ① 患者様の受診を誘因する意図があること（誘因性）
- ② 医師・診療所等の氏名・名称が特定可能であること（特定性）
- ③ 一般人が認知出来る状態にあること（認知性）

一般人が認知できる状態とは、屋外看板のように見る気はないけれどもたまたま前を通っただけで見えてしまう状態をいいます。①②は広告である以上必ずついてまわりますが③=媒体に何を選ぶかがポイントになってきます。

【2】 広告規制対象外

①～③全てに該当するものが規制対象になりますから、誘因性があり診療所名がはっきりしていても、一般人が認知できる状態に無ければ、広告に当たりません。従って、診療所内でのみ配布するパンフレットや院内掲示のポスターは誰でもが認知しうるものでなく、自ら院内に立入らなければ認知出来ないのが広告規制の対象外となります。インターネットのHPは自ら見に行かなければ見られないことから広告には当たらないこととなります。そのため医療機関の宣伝の中心はHPになっています。医療に関する広告とは見なされないものの具体例は以下になります。



誘因性なし	学術論文、学術発表、新聞雑誌の記事、体験談、手記 医療機関の職員募集に関する広告
認知性なし	院内掲示、院内で配布するパンフレット 患者からの申し出に応じて送付するパンフレット、Eメール インターネットのホームページ

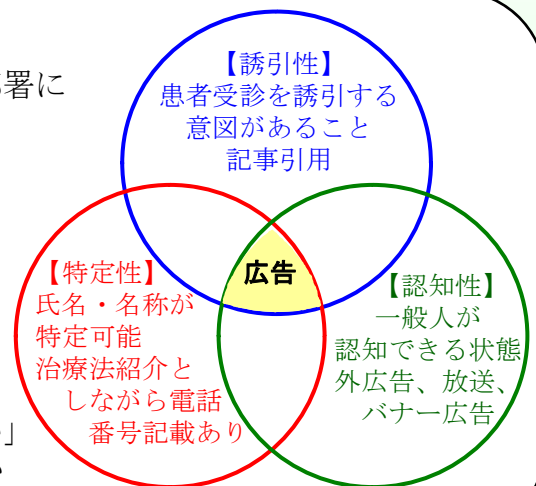
【3】 それでも現実には

私がお客さまからのお問い合わせで、所轄の担当部署に院内パンフレットについて相談しました。その場でお答えはいただけずに後日電話で返答ということになりました。

いただいたお答えは「好ましくない」

「医療法第7条5営利を目的として、病院、診療所又は助産所を開設しようとする者に対しては、前項の規定にかかわらず、第1項の許可を与えないことができる。に抵触するおそれがある」とのことでした。

広告規制にはかからないはずなのに「好ましくない」とか「開設許可を与えない」とか言われるとなかなか出来ませんよね。



お問い合わせはこちらをクリック ⇒ info@yamadasougou.co.jp