

平成 23 年 12 月 22 日
独立行政法人国民生活センター

歯科インプラント治療に係る問題 ー身体的トラブルを中心にー

歯や口腔^{こうくう}は、摂食咀嚼^{そしゃくえんげ}下や発音、表情づくりなど、人が生きていく上で大きな役割を果たしている器官であり、口腔の健康は全身の健康にも影響を及ぼすと言われている^(注1)。

歯科インプラント治療とは、歯がなくなったところの骨に人工物を埋め込み、その上に人工の歯を作る治療法である。診療費用を全額自己負担する自由診療であるが、残存歯への負担や侵襲がより少なく、審美的な回復も可能である等の利点^(注2)から、歯が欠損した場合に生活の質（Quality of life：QOL）を向上させることができる有効な治療法である。平成 16 年国民健康・栄養調査結果によると、歯が抜けたところの治療法としてインプラントを装着している人の割合は 10.2%にのぼっており、平成 20 年医療施設（静態・動態）調査結果によると、全国の歯科医療機関の 21.5%（14,580 施設）でインプラント治療が行われている。

一方、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）^(注3)には、歯科インプラント治療により危害*を受けたという相談が 2006 年度以降の約 5 年間で 343 件寄せられており、増加傾向にある^(注4)。これらの相談の中で、痛みや腫れ等の身体症状が継続した期間について記載があった 204 件のうち、1 カ月を超えて身体症状が継続したという相談が 154 件（75.5%）であり、そのうち 64 件（41.6%）は 1 年を超えて身体症状が継続したという相談であった。また、危害を受けたという相談の 82.5%（283 件）は相談受付時に身体症状が継続しているものであった。身体症状の内容は、歯や口腔の痛み、腫れ、痺れや噛み合わせの問題などさまざまであったが、口唇や歯茎に麻痺が残った、痛みが取れず夜も眠れない、食べ物を噛めず体調を崩したなど、治療上生じた問題によって日常生活にまで影響が及んでいるという相談が目立った。

そこで、歯科インプラント治療により危害を受けたという相談情報を分析し、消費者に対し情報提供するとともに、消費者トラブルの未然防止・再発防止のため、関係機関への要望及び情報提供を行うこととした。

*国民生活センターでは、全国の消費生活センターに寄せられた相談のうち、商品・サービスや設備等によりけがをしたり体調不良や身体的トラブルを申し出た事例を「危害」と分類している。

（注 1）平成 18 年 12 月、厚生労働省医政局歯科保健課「今後の歯科保健医療と歯科医師の資質向上等に関する検討会中間報告書」

（注 2）春日井昇平：インプラント治療における問題を考える．日本歯科評論 71(10)：27-34，2011

（注 3）PIO-NET（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をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのことである。

（注 4）2006 年度以降 2011 年 11 月 15 日までの登録分。

1. 歯科インプラント治療について

(1) 歯科インプラント治療の概要 (注5、6)

歯科治療における「補綴^{ほてつ}」とは、歯が欠けたり失われたりした場合に人工物で補い、生活の質（QOL）を維持・向上させる治療法であり、インプラントの他にクラウンやブリッジ、入れ歯等の方法がある（注7）。

歯科インプラント治療は、歯の喪失により生じた欠損部位の顎の骨に人工物を埋め込み、これを支台として歯冠部や歯肉部への代替物を取り付け、損なわれた咀嚼^{そしゃく}機能や審美、発音などを回復する治療法である。骨の中にインプラント体を埋入し、これを人工歯根として、上部構造と一体として機能させる骨内インプラントが現在の主流となっており、インプラント体（人工歯根）の材料としては生体適合性、加工性に優れたチタン製あるいはチタン合金製が主に用いられている。

歯科インプラント補綴物の構造を図1に示す。歯科インプラント補綴物は、インプラント体（人工歯根）とアバットメント（インプラント体と上部構造を結合する中間構造物）を連結したものに上部構造（人工の歯）を装着して成り立っている。

なお、本報告書で記載する歯科インプラント治療と、先進医療として実施される「インプラント義歯^{がくてい}」（注8）は異なるものである。

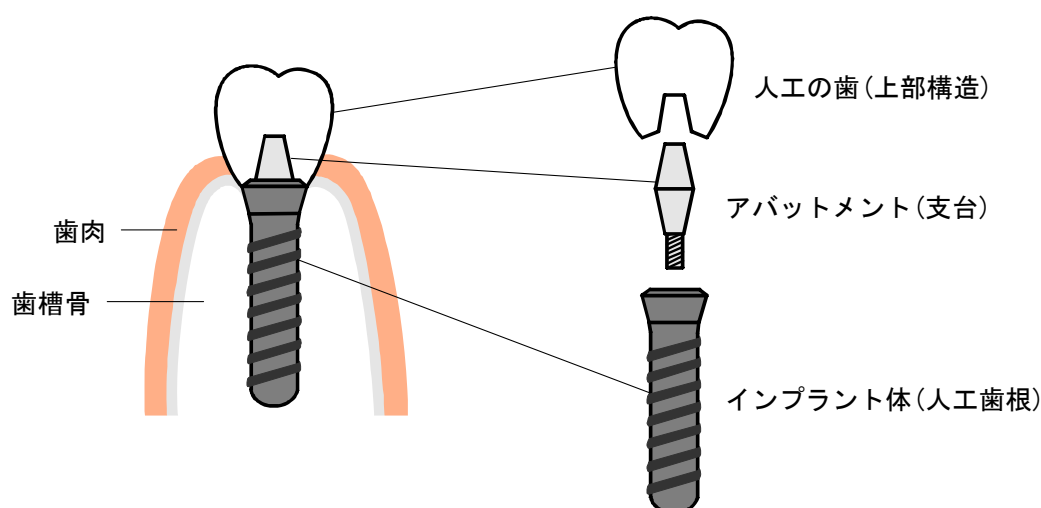
（注5）「エッセンシャル口腔インプラント学」編著：古谷野潔、松浦正朗、著：朝比奈泉、和泉雄一、佐藤博信、寺田善博、細川隆司（医歯薬出版株式会社）

（注6）「患者さんのためのインプラント-インプラントの正しい知識-」著：佐藤甫幸、佐藤毅（財団法人口腔保健協会）

（注7）参考：社団法人日本補綴歯科学会ホームページ

（注8）先進医療として実施される「インプラント義歯」は、腫瘍、顎骨^{がくこつ}骨髓炎、外傷等の疾患による広範囲の顎骨欠損若しくは歯槽骨欠損又はこれらの欠損が骨移植等により再建されたもののうち、従来のブリッジや可撤性義歯（顎堤形成後の可撤性義歯を含む）では咀嚼機能の回復が困難な患者等に対して、所定の要件を満たした歯科医師が、施設基準を満たし、その届出を行った医療機関において実施されるものである。その場合、先進医療の「インプラント義歯」に係る費用は患者の自己負担となるが、それ以外の、通常の治療と共通する部分（診察、検査、投薬、入院料等）の費用については一般の保険診療との併用が認められる。

図1. 歯科インプラント補綴物の構造



（２）歯科インプラント治療の流れ （注５、６）

歯科インプラント治療は、インプラント体とアバットメントが一体となっており二次手術が不要な「１回法」と、インプラント体埋入後に粘膜組織を封鎖して治癒期間を待ち、二次手術によりインプラント体上部を露出させてアバットメント及び人工の歯を連結する「２回法」に大別される。

歯科インプラント治療は以下のような流れで行われる。

- | | |
|--------------|--|
| ①診査・診断・治療計画 | ：問診や検査結果をもとに口腔内（治療部分の骨、歯肉、噛み合わせなど）や全身状態を診断し、治療計画を立てる。
診断の結果、インプラント治療ができない場合もある。 |
| ②第一段治療 | ：保存不可能な歯の抜歯、保存できる歯の治療、歯周病の治療、矯正治療などを行う。 |
| ③埋入手術（１次手術） | ：インプラント体（人工歯根）を顎の骨に埋め込む手術 |
| ④支台の連結（２次手術） | ：インプラント体が骨と結合した後、インプラント体に支台（アバットメント）を結合させる。 |
| ⑤補綴処置 | ：全体のバランスが整った時点で支台の上に人工の歯（上部構造）をかぶせる。 |
| ⑥メンテナンス治療 | ：・日常的な口腔清掃
・定期健診の受診（噛み合わせや炎症の有無、プラークの付着の確認、口腔衛生指導等） |

2. 相談の概要

(1) 危害を受けたという相談の概要

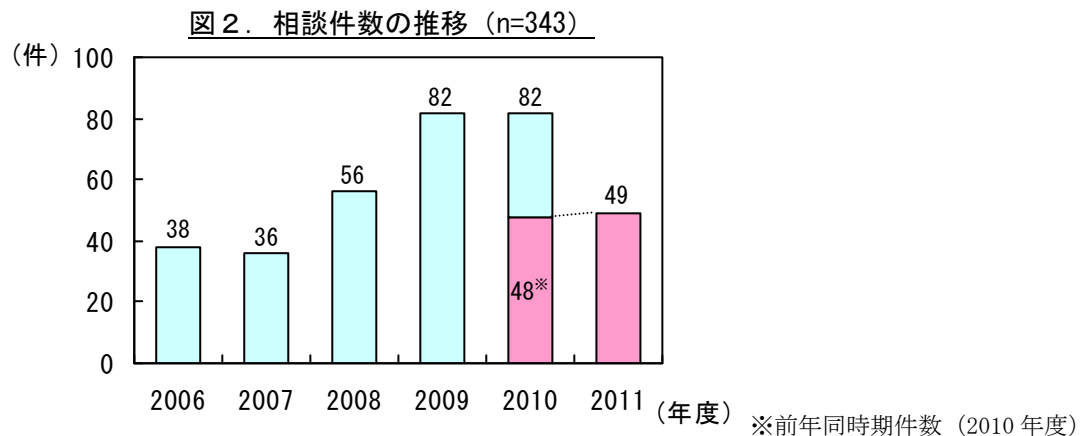
1) 危害を受けたという相談の件数

PIO-NET には、歯科インプラント治療に関連する相談^(注9)が2006年度以降の約5年間(2011年11月15日までの登録分)で2,086件寄せられており、歯科治療に関する相談(13,060件)の16.0%を占めていた。

歯科インプラント治療に関連する相談を相談内容別に見ると、「安全・衛生」又は「品質・機能・役務品質」に関する相談が51.0%(1,063件)と約半数を占めていた。

また、危害を受けたという相談は343件(歯科インプラント治療に関連する相談の16.4%)であり、件数は増加傾向にあった(図2)。

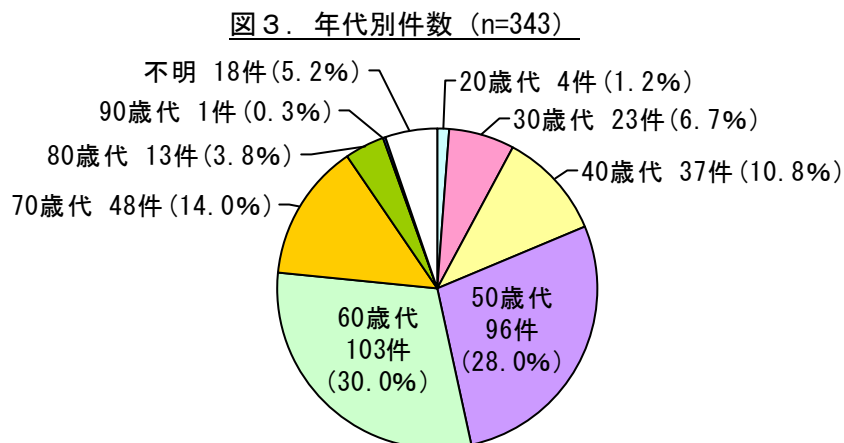
(注9) 歯科治療に関する相談のうち、「インプラント」という語句を含む事例。歯科インプラント治療が主訴でないものも含む。



2) 被害者の年代・性別

被害者の年代は、60歳代(103件、30.0%)と50歳代(96件、28.0%)を合わせると危害を受けたという相談の6割近くを占めていた(図3)。

また、性別について見ると、女性が283件で、男性(59件)の約5倍であった(不明1件)。

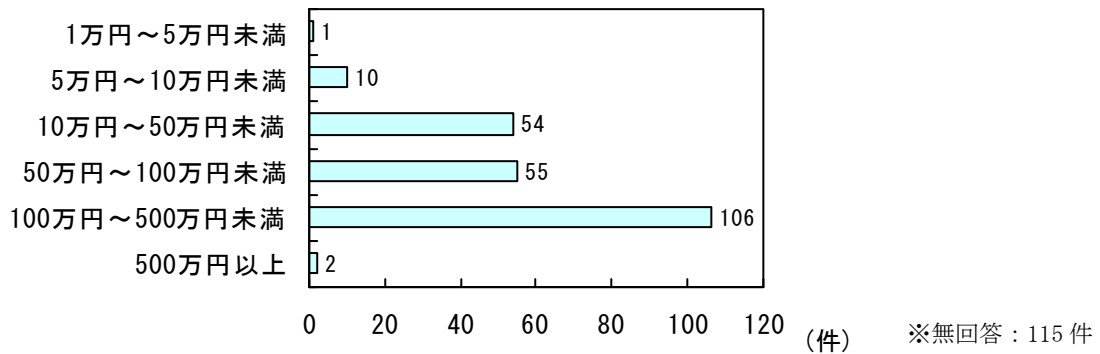


3) 契約購入金額

危害を受けたという相談のうち、契約購入金額の回答があった228件の契約購入金額の平均は約120万円であった。契約購入金額の回答があった相談228件の71.5%(163件)は50万円以

上の契約であり、さらに、47.4%（108 件）は 100 万円以上の契約であった（図 4）。

図 4. 契約購入金額別件数（n=228）



4）身体症状が継続した期間

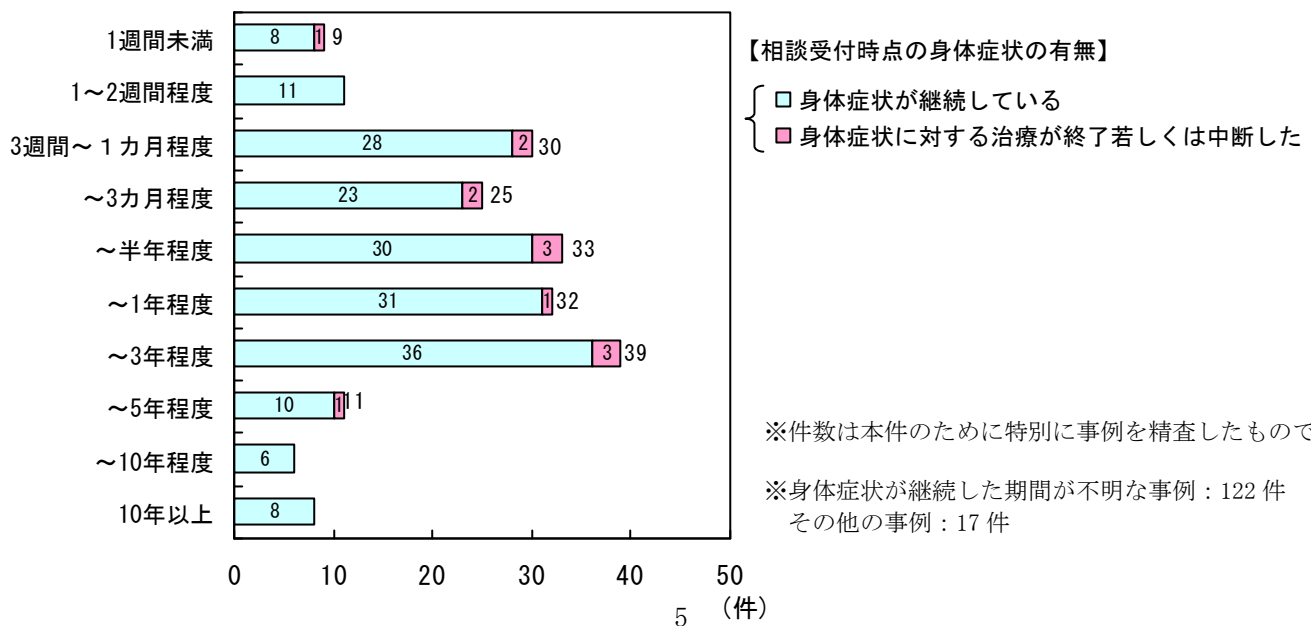
歯科インプラント治療は、始めから治療することを目的として歯科医療機関を受診しているため、PIO-NET の情報から消費者が受けたという危害の程度を判別することは困難であった。

そこで、危害を受けたという相談 343 件の申し出内容から、身体症状が継続したとする期間を独自に集計した。

身体症状が継続した期間について記載があった相談 204 件のうち、1 カ月を超えて身体症状が継続したという相談が 154 件（75.5%）であり、そのうち 64 件（41.6%）は 1 年を超えて身体症状が継続したという相談であった（図 5）。また、危害を受けたという相談の 82.5%（283 件）は、相談受付時に痛み等の身体症状若しくは身体症状に対する治療が継続しているという相談であった。なお、危害を受けたという相談の中には、補綴処置（人工歯の装着）が終了して長期間が経過してから身体症状が発生したという相談もあった。

また、歯科インプラント治療によって危害を受けた際に、当該歯科医療機関と異なる医療機関を受診したという旨の相談（142 件、41.4%）と、当該歯科医療機関と異なる医療機関の受診を希望するという旨の相談（23 件、6.7%）を合わせると、危害を受けたという相談全体の半数近く（165 件、48.1%）にのぼっていた。

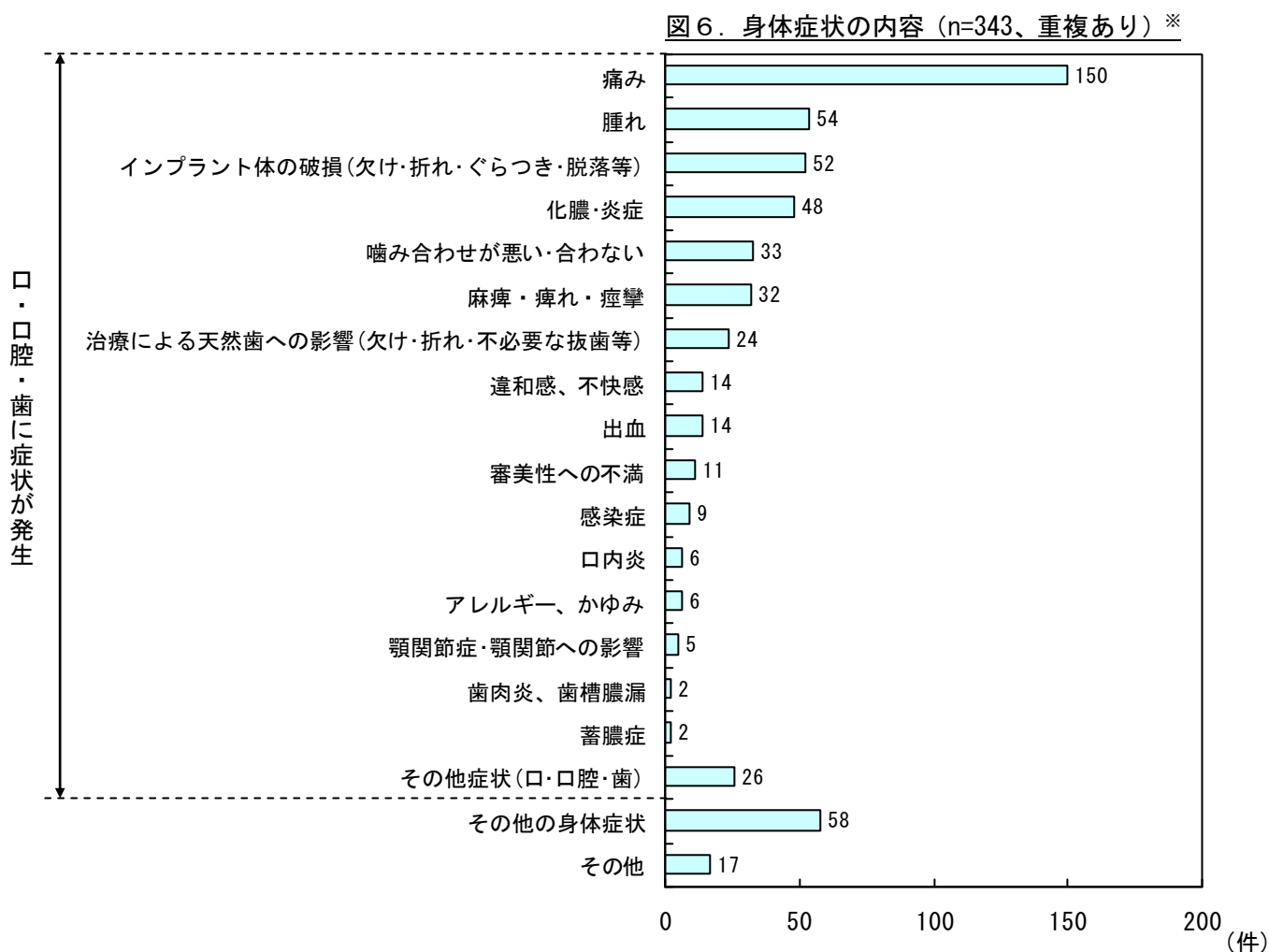
図 5. 身体症状が継続した期間（n=204）※



5) 危害を受けたという部位及び内容

PIO-NET の分類では、危害を受けたという部位のほとんどが「口・口腔・歯」であった（301件、87.8%）。

その内容を分析した結果、歯や口腔の痛み、腫れ、インプラント体の破損、化膿・炎症、噛み合わせが悪い・合わない、麻痺・痺れといった内容が多かった（図6）。



※件数は本件のために特別に事例を精査したものである。

6) 消費生活センターでの相談処理結果

相談処理結果を見ると、「助言(自主交渉)」173件(50.4%)、「他機関紹介」85件(24.8%)、「その他情報提供」77件(22.4%)がほとんどであり、保健所や医療安全支援センター、歯科医師会、弁護士会、NPO法人等の相談窓口の紹介など、相談者に対する助言や情報提供で終了していた。

一方で、消費生活センターであっせんが行われていた相談はごくわずかであった。

（２）主な相談事例

※相談事例は相談者の申し出に基づくものである。

【事例１】長期の不快症状が続き精神的にも参っている

半年前にインターネットでホームページを見て出向いた歯科クリニックでインプラントを契約した。抜歯をし土台を入れ５カ月が経過したが、炎症が治まらず、抗生物質をずっと服用し不快な日々が続き、精神的にも参ってしまった。治療の見通しがつかず、担当医師との信頼関係も持てなくなった。大学病院でセカンドオピニオンを得たところ、土台からやり直した方が良いのではと言われた。当院での治療はやめたいが、代金の清算はどうなるのか。契約書のようなものは受け取っていない。（受付年月：2011年4月、東京都・50歳代・女性）

【事例２】３年間も治療が終わらない

上左側の歯１本をインプラント治療している。元歯の抜歯など手術を２回した後数日後に大量に出血した。担当医から、２回の手術が原因で歯茎が欠落していると説明されたが、修復可能と言うので、信じて通院を続けていた。しかし、一向に治療は終わらず３年たった今でも仮歯のままである。担当医に大学病院に転院したいと申し出たが、それは困ると言い認めてくれないので、自分で予約を取った。支払い済み金と治療の資料を出してほしい。

（受付年月：2011年3月、福岡県・60歳代・女性）

【事例３】１年後に歯が動き、取り外すことになった。施術当時リスク説明はなかった

３年前に通っていた歯科医院でインプラントを勧められた。インプラントについての本などを見せられたが、詳しい説明はなかった。施術後１年たったところで歯が動き出し、夜中に出血し、とても痛い思いをした。別の病院で診てもらい、外した方が良いと言われ取ったら、鼻に穴が開いており、蓄膿症になるおそれがあると言われた。リスクやデメリットの説明をせずインプラントにすることを勧めるのはおかしいのではないか。

（受付年月：2010年10月、茨城県・80歳代・女性）

【事例４】きちんと説明のないまま治療された。治療は終了したものの痛くて噛めない

半年前に折込広告やホームページを見て電話をすると、説明をするのですぐ来てと言われ歯科医院に行った。これを見てとリーフレット１枚を渡され、いきなりレントゲンを撮られ、治療を開始された。上は総入れ歯だったがインプラントにすることになり、インプラントを８本、人工歯を１２本入れ、１カ月で一応完成した。ところがきちんと入っていないのか、ゆるんで痛く、うまく噛めず非常に苦痛で困っている。何度か調整してもらったが良くなりならず、他の歯科医にはやり直した方がいいと言われた。返金してもらい転院したい。

（受付年月：2010年1月、愛知県・60歳代・男性）

【事例５】低価格に引かれて施術したが、痛みが取れず他医院で抜歯することになった

インターネットや新聞広告でインプラント１本１３万円と安い歯科医院を知り、左上３本と右上２本をインプラントにした。右上の痛みが取れないため再度治療に行くと痛くない下の歯を削られ治療に不安を持った。４カ月後他の総合病院で診察を受けると、インプラントした右上２本とその前の歯を抜いてインプラントし直すことになった。高額な費用をかけて治療するのに納得できない。

（受付年月：2009年10月、岡山県・60歳代・女性）

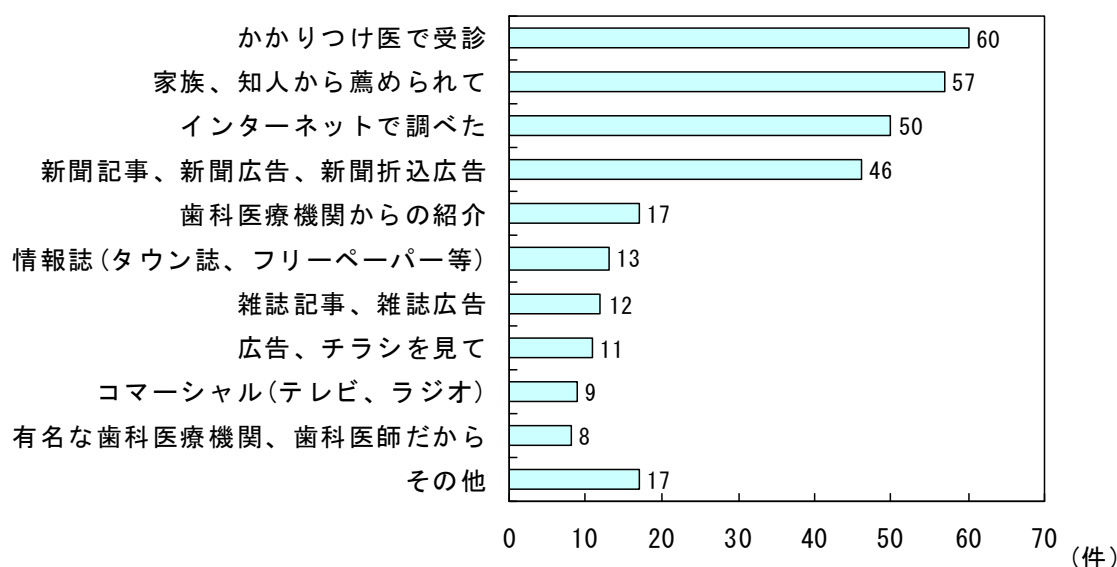
3. 歯科インプラント治療を行う歯科医療機関の広告について

インターネットや情報誌等を見ると、歯科インプラント治療に関するさまざまな広告が掲載されている。

PIO-NET に寄せられている歯科インプラント治療に関連する相談（2,086 件）について、治療を受けた歯科医療機関を選択したきっかけ等について集計したところ、かかりつけ医で受診したという相談や家族や知人からの薦めで歯科医療機関を選んだという相談が多かったが、インターネットや新聞折込広告、情報誌等を見て選択したというケースも少なくなく（図 7）、消費者が歯科医療機関を選択する上でこのような媒体に掲載された広告や表示が情報源の一つになっていると考えられた。

そこで、歯科インプラント治療を行う歯科医療機関の広告の実態を調査した。

図 7. 歯科医療機関を選択したきっかけ等（n=294、重複あり）※



※歯科インプラント治療に関連する相談 2,086 件のうち、申し出内容に歯科医療機関を選択したきっかけ等に関する記載があった 294 件について独自に集計した。

(1) インターネット上のスポンサー広告・バナー広告、新聞折込広告、フリーペーパー上の広告

大手検索サイトで「インプラント」を検索文字として検索した際に表示されたスポンサー広告及びバナー広告、また、東京都及び神奈川県で配布されている新聞折込広告やフリーペーパーに掲載された歯科インプラント治療の広告を調べた（調査期間：2011 年 11 月～12 月）。

医療機関の広告は医療法や景品表示法等によって規制されている。例えば医療法では、限定的に認められた事項以外は原則として広告が禁止されている（注 10）（「8. 参考資料」(1)、(2) 参照）。しかし、広告の中には、例に示したように、広告が可能な資格以外の歯科医師の専門性に関する資格や歯科医師個人が行った手術の件数、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、不適切な広告が見られた。

- (注 10) ・平成 19 年 3 月 30 日付医政発第 0330014 号「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」
- ・「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）に関する Q&A（事例集）
 - ・平成 19 年 6 月 18 日付医政総発第 0618001 号「広告が可能な医師等の専門性に関する資格名等について」
 - ・平成 20 年 3 月 31 日付医政発第 0331042 号「広告可能な診療科名の改正について」

※インターネット上の広告、新聞折込広告、フリーペーパー上の広告の具体例

○広告が認められていない診療科名

（例）・インプラント、審美歯科、入れ歯、一般歯科

○広告可能な資格以外の医師の専門性に関する資格

○学会の会員である旨

○医師個人が行った手術の件数

（例）・××医院：医院長×× 施術合計×年×本

・××院長は約×年前からインプラント治療に取り組み、×件以上の経験を持つ。

○治療の前後のイラストや写真を掲載

○他の医療機関と比較して優良である旨の広告（比較広告）に該当するおそれがある広告

（例）・世界トップクラスの症例数×本超の症例を誇るインプラント専門医×医師が担当いたします！

・日本トップクラスの治療実績 累計×本以上

・当院は毎日約×～×回にわたってインプラントのオペが行われております。これは、一般的な歯科医院の数×倍以上の手術件数です。

・世界トップレベルの技術力

・国内 No. 1 の低価格

○虚偽・誇大広告のおそれがある広告

（例）・99.9%治しきる、当院の高度先進技術「××」

・××インプラントセンターでは、日本で最も進んだインプラント治療を受けることができます。最新鋭のインプラント治療とは、最も安全な配慮がなされ、最も低侵襲な治療です。

・患者様との信頼関係を築き、一生のお付き合いができるよう、最高レベルの治療を提供します。

・新しい技術・経験を豊富に持ち合わせるドクター・スタッフが、今最高のインプラントを実現します。

○芸能人、著名人が受診している旨の広告

（例）・××さん（芸能人）が××歯科インプラントセンター××でインプラント手術を行いました。

○患者の体験談の紹介

○費用を強調した広告

（例）・ご愛顧&消費税還元キャンペーン インプラント 1 本ご愛顧価格¥××→消費税還元価格¥×

・開業×周年還元セール 実施中！

・期間限定モニター価格（学会発表・院内説明用）×%OFF！ 通常×円→1 本×円 先着×名限定！

・インプラント 1 本あたり×万円→×万円から 先着×名様限定

・インプラントがお得な価格で受けられるチャンス！インプラント××モニター×円

（２）歯科医療機関のホームページ

医療機関が開設するホームページの内容は景品表示法等の法令の規制対象となっているが、他方、医療法上は「情報提供」あるいは「広報」の一つとして扱われており、広告とみなされていないため、原則、広告規制の対象となっていない。

インターネットは消費者にとって非常に重要な情報収集の手段であると考えられることから、歯科医療機関のホームページについても調査を行った。

大手検索サイトで「インプラント」を検索文字として検索した際に表示された歯科医療機関のホームページの記載内容を調べた（調査期間：2011年11月～12月）。

その結果、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、インターネット上の広告と同様の記載が見られた。

※歯科インプラント治療を行う歯科医療機関のホームページ上の記載の具体例

- ・国内最多の症例実績！～年間×本以上の成功実績を誇っております～
- ・インプラント治療専門医 Dr. ××の実績は日本有数です。
- ・××インプラントセンターでは、米国××歯学部インプラントセンターとの提携により、常に最新の医療技術と医療機器を導入し、世界トップレベルのインプラント治療を行っています。
- ・インプラント治療をどこよりもお安くします！
- ・最低の価格
- ・××CS（顧客満足度）調査 顧客満足度×年連続ランクイン
- ・当医院は、国内屈指の手術症例数と成功実績を持つインプラント治療専門医でございます。
- ・当医院では、日本基準ではなく、世界基準で見てのインプラント治療を行なわせていただいております。
- ・当院は、全国屈指の治療実績を持つ××院長が自ら全てのインプラントオペを行いますので、最先端の治療を安心して受けていただく事が出来ます。
- ・当クリニックでは「世界最高レベルの技術と安全性」を基準にインプラント体・器材・システムを採用し、その金額を明確にご説明し、患者様にあった治療計画をご提案しております。
- ・××で「トップレベル」のインプラント治療を行います。
- ・国内有数の手術実績を誇るインプラント専門医、××が院長を務める歯科医院です。

4. 問題点

- (1) 歯科インプラント治療により危害を受けたという相談のうち 154 件（身体症状が継続した期間について記載があった相談の 75.5%）は身体症状が 1 カ月を超えて継続したという相談であり、そのうち 41.6% (64 件) は 1 年を超えて身体症状が継続したというものである。歯科インプラント治療でいったん危害を受けた場合、長期的に症状が続き、治療が必要となる

歯科インプラント治療は残存歯への負担や侵襲をより少なくする等の利点から、QOL を高めるために有効な欠損歯の治療法とされているが、他の補綴治療に比べて患者への侵襲が大きく、失敗した場合の回復が困難である等の欠点も指摘されている^(注 2)。

PIO-NET に寄せられた、歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談の中で、身体症状が継続した期間について記載があった 204 件のうち、1 カ月を超えて身体症状が継続したという相談は 154 件（75.5%）であり、そのうち 64 件（41.6%）は 1 年を超えて身体症状が継続したという相談であった。また、危害を受けたという相談の 82.5%（283 件）は、相談受付時に身体症状が続いている、若しくは身体症状に対する治療が継続しているという相談であった。

以上より、歯科インプラント治療によって危害を受けると、症状や治療が長期間にわたるおそれがある。

- (2) 全国の歯科医療機関の約 2 割で歯科インプラント治療が行われているが、治療を行う歯科医療機関や歯科医師に関する基準や、治療のプロセス全体を網羅するようなガイドライン等はないため、歯科医療機関や歯科医師によって治療の水準に差があるおそれがある

平成 20 年の医療施設（静態・動態）調査結果によると、全国の歯科医療機関の 21.5%（14,580 施設）で歯科インプラント治療が行われているが、治療を行う歯科医療機関や歯科医師に関する公的な基準・資格や、治療のプロセス全体を網羅するようなガイドライン等はない。

近年、歯科大学や大学歯学部教育カリキュラムに歯科インプラント治療が取り入れられているが、教育カリキュラムには差があり、また、多数の団体や学会等が独自に歯科インプラント治療を行う歯科医師に関する認定制度等を運営している現状から、実際にインプラント治療を行う歯科医療機関や歯科医師については治療の水準に差があるおそれがある。

今回、歯科インプラント治療の広告を調査したところ、厚生労働省通知で広告が可能とされた資格以外の資格を掲載した広告も散見された。また、歯科インプラント治療により生じた合併症や経過不良のために他の歯科医療機関を受診したという症例が増加傾向にあることは複数の文献で指摘されており、問題視されている^(注 11)。PIO-NET に寄せられた、危害を受けたという相談を見ても、危害を受けた際に異なる医療機関を受診した、あるいは受診を希望する、という事例を合わせると全体の半数近くの 165 件（48.1%）にのぼっており、危害を受けた場合の対応が不適切・不十分な歯科医療機関があることが伺えた。

(注 11) ・立川敬子、平健人、岡田常司、宗像源博、眞坂こづえ、塩田真、春日井昇平：当科に来院したインプラント問題症例に対する臨床的検討。口腔病学会雑誌 70(3)：182-189, 2003

・本田雅彦、寺門正昭、坂口豊、上原浩之、上原任、瀧川富之、関和忠信、佐藤廣：インプラント経過不良症例に関する臨床的検討：日本口腔インプラント学会誌 15(4)：451-455, 2002

・前田康英、大村真基、小笠原健文、石垣佳希、宗村治、五百蔵一男、白川正順：インプラント経過不良 21 例の臨床的検討。日本口腔インプラント学会誌 13(1)：155-162, 2000

・宗像源博：他院でインプラント治療を受けた患者が来院したら？。日本歯科評論 71(10)：71-76, 2011

(3) 厚生労働省がまとめた検討会報告書では、歯科インプラント治療を行う歯科医師は治療前の説明について一層の責任がある、とされているにもかかわらず、治療内容や治療方法、治療のリスク等に関する歯科医師の説明が不十分な場合がある

平成 18 年に厚生労働省がまとめた「今後の歯科保健医療と歯科医師の資質向上等に関する検討会中間報告書」^(注 1)では、「インプラントのような侵襲性が大きく、高額な治療については、国民・患者の安心・納得のため歯科医師は治療前の説明及び治療に関して一層の責任があると考え」とされている。

しかし、歯科インプラント治療により危害を受けたという相談を見ると、治療に関する歯科医師の説明がなかった、あるいは不十分だったという旨の申し出も見られる。

歯科インプラント治療は自由診療であり、費用も高額であることから、歯科医師は治療内容や治療方法、治療によって生じるリスク等について、客観的で分かりやすい説明を随時十分に行った上で治療を行うべきであると考えられる。

(4) 歯科インプラント治療で危害を受けた際に当該歯科医療機関と異なる医療機関を受診した、あるいは異なる医療機関の受診を希望するという相談を合わせると、歯科インプラント治療により危害を受けたという相談の半数近くにのぼる。危害を受けた場合の歯科医療機関の対応が不十分・不適切と感じている消費者がいる

歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談のうち、危害を受けた際に当該歯科医療機関と異なる医療機関を受診した、あるいは当該歯科医療機関と異なる医療機関の受診を希望しているという旨の相談を合わせると、危害を受けたという相談の半数近く（165 件、48.1%）にのぼっていた。その中には、治療上の必要に迫られてより高度な治療を受けられる他の医療機関に転院したという事例の他に、歯科医師が信用できない、対応に誠意がないなど、歯科医療機関の不適切な対応に不満や不信感を抱き、転院した、あるいは転院を希望している、という事例が多数見られた。

以上より、歯科インプラント治療により危害を受けた場合の歯科医療機関の対応が不十分・不適切であると感じている消費者がいることが伺える。

(5) 医療機関の広告は医療法等により規制されているが、歯科インプラント治療の広告の中には不適切なものが見られた。また、歯科医療機関のホームページは、原則、広告とみなされてきていないが、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、インターネット上の広告と同様の記載が見られた

PIO-NET に寄せられた歯科インプラント治療に関連する相談の中には、インターネットや新聞折込広告、情報誌等を見て歯科医療機関を選んだという旨の相談が多く見られ、消費者が歯科医療機関を選択する上で広告や表示が情報源の一つになっていると考えられた。

医療機関の広告は医療法等により規制されているが、今回、インターネット上の広告や新聞折込広告、フリーペーパーに掲載された歯科インプラント治療の広告を調べたところ、広告が可能な資格以外の歯科医師の専門性に関する資格や、歯科医師個人が行った手術件数、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、不適切な広告が見られた。

また、医療機関のホームページは、医療広告ガイドラインにおいて、原則、広告とみなさ

れてきていないが、歯科インプラント治療を行う歯科医療機関のホームページを調査したところ、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、インターネット上の広告と同様の記載が見られた。

(6) 歯科インプラント治療により消費者が危害等を受けたという場合、消費生活センターでのあっせん、解決は非常に困難である。あっせんが行われなかった相談の多くではさまざまな他の相談窓口が紹介されており、消費者が複数の相談窓口にお問い合わせざるを得ない状況が伺えた

PIO-NET に寄せられた、危害を受けたという相談の中で、消費生活センターであっせんが行われたものはごくわずかであった。

医療サービス、特に歯科インプラント治療のように高度かつ先進的な医療において危害等の問題が発生した場合、消費生活センターでのあっせんによる解決は非常に困難である。

また、あっせんが行われなかった事例の多くでは自治体の保健所や医療安全支援センター、歯科医師会、弁護士会、NPO 法人等さまざまな相談窓口が紹介されており、消費者が複数の相談窓口にお問い合わせざるを得ない状況が伺えた。

5. 消費者へのアドバイス

(1) 歯科インプラント治療を受ける場合は、消費者自らも十分な情報収集を行うとともに、治療前に歯科医師に対してリスク等に関する説明を自ら十分に求める方が良い

歯科インプラント治療は保険診療とは違い、歯科医療機関が費用や治療方法を自由に設定できる自由診療であり、治療費用も高額である。

治療を受けるかどうかや歯科医療機関及び歯科医師の選択に際しては、治療のリスクや治療中の身体的な負担等について自らも十分な情報収集を行うとともに、歯科医師に十分な説明を自ら求め、慎重に検討すべきである。

(2) 歯科インプラントを入れた後も、歯科医師の指導の下で適切な口腔清掃を行うとともに継続的に定期検診を受けること

歯科インプラント治療のプロセスのうち補綴治療後のメンテナンスの過程で適切なケアを怠るとさまざまな合併症を誘発するとされており^(注2)、治療後のメンテナンスは非常に重要である。

歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談の中にも、補綴処置が終了して長期間が経過してから身体症状が発生したというものが複数見られた。

歯科インプラントを健康な状態で維持するためにも、歯科医師の指導の下で適切な口腔清掃を行うとともに、定期的に検診を受けるべきである。

(3) 歯科インプラント治療により危害を受けた場合は、セカンドオピニオンを得たり、納得ができない場合は、有料となる場合もあるが、弁護士会等による法律相談を受けることができる。また、各地にある医療安全支援センター、歯科医師会、保健所、消費生活センター等に情報提供すること

医療サービス、特に歯科インプラント治療において危害等の問題が発生した場合、消費生活センターでのあっせんによる解決は非常に困難である。

歯科インプラント治療により危害を受けた場合は、セカンドオピニオンを得たり、大学病院等を受診することも一つの方法である。治療に納得がいかず、解約・返金や補償を求める場合は、有料となる場合もあるが、弁護士会等による法律相談も受けることができる。

また、歯科インプラント治療によるトラブルに関する情報を収集・蓄積することは新たなトラブルの解決や未然防止等に有用であるため、問題が発生した場合は、各地にある医療安全支援センター、歯科医師会、保健所、消費生活センター等に情報提供した方が良い。

6. 歯科医師会及び関係学会への要望

(1) 消費者に対して治療内容や治療方法、治療のリスク等について十分な情報提供を行うよう要望する

歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談の中には、歯科医師の説明不足が危害を受けたという申し出や消費者の不満の一因になっている可能性のある事例が複数見られた。

初めて歯科インプラント治療を受ける消費者も多く、十分な知識や情報を持たないケース

が大部分であると考えられることから、治療内容や治療方法、治療上のリスク等について、客観的で分かりやすい説明を随時十分に行うよう要望する。

(2) 消費者が歯科医師及び歯科医療機関において一定水準以上の治療を受けられるよう、歯科インプラント治療についての基準やガイドラインを設けるよう要望する

歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談は近年増加傾向にあり、多くの相談は身体や生活に長期にわたって影響を及ぼしているというものであった。

歯科インプラント治療を行う歯科医療機関や歯科医師については公的な基準や治療のプロセス全体を網羅するようなガイドライン等がないため、歯科医療機関や歯科医師によって治療の水準に差がある可能性が考えられる。歯科医師及び歯科医療機関において一定水準以上の治療を受けられるよう、歯科インプラント治療についての基準やガイドラインを設けるよう要望する。

(3) 医療機関の広告は医療法等によって規制されているが、歯科インプラント治療の広告の中には不適切な広告が見られたため、改善を要望する。また、歯科医療機関のホームページは原則、広告とみなされていないが、インターネット上の広告と同様の記載が見られたため、何らかの対策が望まれる

PIO-NET に寄せられた歯科インプラント治療に関連する相談の中には、インターネットや新聞折込広告、情報誌等を見て歯科医療機関を選んだという旨の相談が見られ、消費者が歯科医療機関を選択する上で広告や表示が情報源の一つになっていると考えられた。

医療機関の広告は医療法等によって規制されているが、今回、インターネット上の広告や新聞折込広告、フリーペーパーに掲載された歯科インプラント治療の広告を調べたところ、不適切な広告が見られたため、改善を要望する。

また、医療機関のホームページは現状では原則、広告とみなされていないが、歯科インプラント治療を行う歯科医療機関のホームページを調査したところ、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、インターネット上の広告と同様の記載が見られたため、ホームページについても何らかの対策を講じるよう要望する。

(4) 歯科インプラント治療により危害等を受けたという場合の歯科医療機関の対応について改善を要望する。また、消費者が治療の過程で危害等を受けた場合に適切なアドバイスを得られるような相談窓口を拡充するよう要望する

歯科インプラント治療によって危害を受けた際に、当該歯科医療機関と異なる医療機関を受診した、あるいは、当該歯科医療機関と異なる医療機関の受診を希望している、という旨の相談を合わせると危害を受けたという相談の半数近くにはのぼり、危害等を受けた際の歯科医療機関の不適切な対応に不満や不信感を抱いているケースが多いことが分かった。

消費者からの苦情申し出に適切に対処し、十分かつ適切な再治療や情報提供を行うよう要望する。また、消費者が危害等を受けた場合に気軽に相談し、適切なアドバイスを得られるような相談窓口の体制整備を推進するよう要望する。

7. 行政への要望

- (1) 消費者が歯科医師及び歯科医療機関において一定水準以上の治療を受けられるよう、歯科インプラント治療についての基準や治療のプロセス全体を網羅するようなガイドラインの作成を関係学会に対して働きかけるよう要望する

歯科インプラント治療を行う歯科医療機関や歯科医師に関する公的な基準等はないため、歯科医療機関や歯科医師によって治療の水準に差がある可能性がある。

歯科インプラント治療は消費者の QOL 向上が期待される有効な治療法であるが、治療上の問題が発生した場合、長期間にわたって消費者に身体的・経済的な負担がかかる可能性がある。

消費者が一定水準以上の治療を受けられるよう、歯科インプラント治療についての基準や治療のプロセス全体を網羅するようなガイドラインの作成を関係学会に対して働きかけるよう要望する。

- (2) 消費者が歯科インプラント治療による危害を受けた場合に適切なアドバイスを得られるよう、適切な消費者への相談窓口の周知を行うとともに、危害を受けたという相談に対して専門的なアドバイスなどの適切な対応を行うよう、各都道府県の消費生活センター等行政機関や歯科医師会、関係学会等への働きかけを要望する

現在、各都道府県に設置されている医療安全支援センターでは医療安全に関する苦情対応や相談に対する助言、医療の安全確保に必要な情報提供を行っている。

歯科インプラント治療によって危害を受けたという相談は各地の消費生活センターに寄せられているものの、専門的な知識を必要とするため消費生活センターで解決するのは困難であり、あっせんが行われたものはごくわずかであった。あっせんが行われなかった事例の多くでは自治体の保健所や医療安全支援センター、歯科医師会、弁護士会、NPO 法人等さまざまな相談窓口が紹介され、消費者が複数の相談窓口に問い合わせざるを得ない状況であった。

歯科インプラント治療による危害情報を集約するとともに、適切な相談窓口を消費者に周知し、歯科インプラント治療により危害を受けたという相談に対して専門的なアドバイスなどの適切な対応を行うよう、各都道府県等の消費生活センター等行政機関や歯科医師会、関係学会等への働きかけを要望する。

- (3) 医療機関の広告は医療法等によって規制されているが、歯科インプラント治療の広告の中には不適切な広告が見られたため、監視・指導を徹底するよう要望する。また、歯科医療機関のホームページは原則、広告とみなされていないが、インターネット上の広告と同様の記載が見られたため、ホームページについても対策を講じるよう要望する

PIO-NET に寄せられた歯科インプラント治療に関連する相談の中には、インターネットや新聞折込広告、情報誌等を見て歯科医療機関を選んだという旨の相談が多く見られ、消費者が歯科医療機関を選択する上で広告や表示が情報源の一つになっていると考えられた。

医療機関の広告や表示を規制する法令としては医療法や景品表示法等が挙げられる。

今回、インターネット上の広告や新聞折込広告、フリーペーパーに掲載された歯科インプラント治療の広告を調べたところ、不適切な広告が見られた。法令に違反するケースについ

ては監視・指導を徹底するよう要望する。

また、医療機関のホームページは原則、広告とみなされていないが、歯科インプラント治療を行う歯科医療機関のホームページを調査したところ、他の歯科医療機関と比較して優良である旨など、インターネット上の広告と同様の記載が見られたため、ホームページについても何らかの対策を講じるよう要望する。

○要望先

消費者庁消費者政策課
社団法人日本歯科医師会
日本歯科医学会
公益社団法人日本口腔インプラント学会
特定非営利活動法人日本歯周病学会
社団法人日本口腔外科学会
社団法人日本補綴歯科学会

○情報提供先

厚生労働省医政局歯科保健課
厚生労働省医政局総務課
消費者委員会事務局
独立行政法人医薬品医療機器総合機構
日本歯科医療管理学会

本件問い合わせ先

商品テスト部：042-758-3165

8. 参考資料

- (1) 『『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 日付医政発第 0330014 号) (一部抜粋)

※下線は当センター

第 1 広告規制の趣旨

2. 基本的な考え方

(2) 広告可能な事項の基本的な考え方

医療法(昭和 23 年法律第 205 号)又は「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」(平成 19 年厚生労働省告示第 108 号)により、医療に関する広告として広告可能な事項は、患者の治療選択等に資する情報であることを前提とし、医療の内容等については、客観的な評価が可能であり、かつ事後の検証が可能な事項に限られるものである。

(3) 禁止される広告の基本的な考え方

広告可能な事項を「包括規定方式」で規定することにより、広告可能な内容は相当程度拡大されているが、引き続きいわゆる「ポジティブリスト方式」であることに変わりはなく、医療法第 6 条の 5 第 1 項の規定により、法又は広告告示により広告が可能とされた事項以外は、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も広告をしてはならないこととされている。また、医療法第 6 条の 5 第 3 項の規定により、内容が虚偽にわたる広告は、患者等に著しく事実と相違する情報を与えること等により、適切な受診機会を喪失したり、不適切な医療を受けるおそれがあることから、罰則付きで禁じられている。虚偽広告と同様の考えから、医療法第 6 条の 5 第 4 項の規定により、広告の方法及び内容に関する基準が定められることとされており、具体的には医療法施行規則(昭和 23 年厚生省令第 50 号)第 1 条の 9 により、次の広告は禁止されている。

(i) 比較広告

(ii) 誇大広告

(iii) 広告を行う者が客観的事実であることを証明できない内容の広告

(iv) 公序良俗に反する内容の広告

さらに、薬事法(昭和 35 年法律第 145 号)等の他法令やそれら法令に関連する広告の指針に抵触する内容について広告しないことは当然のことであり、それらの他法令等による広告規制の趣旨に反する広告についても、行わないこととする。おって、品位を損ねる内容の広告等、医療に関する広告としてふさわしくないものについても、厳に慎むべきものである。

第 2 広告規制の対象範囲

1. 広告の定義

規制の対象となる医療に関する広告の該当性については、次の①～③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されたい。

- ①患者の受診等を誘引する意図があること(誘因性)

②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（特定性）

③一般人が認知できる状態にあること（認知性）

5. 広告に該当する媒体の具体例

ア チラシ、パンフレットその他これらに類似する物によるもの

イ ポスター、看板、ネオンサイン、アドバルーンその他これらに類似する物によるもの

ウ 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、映写又は電光によるもの

エ 情報処理の用に供する機器によるもの（Eメール、インターネット上のバナー広告等）

オ 不特定多数の者への説明会、相談会、キャッチセールス等において使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

6. 通常、医療に関する広告とは見なされないものの具体例

(7) インターネット上のホームページ

インターネット上の病院等のホームページは、当該病院等の情報を得ようとの目的を有する者が、URL を入力したり、検索サイトで検索した上で、閲覧するものであり、従来より情報提供や広報として扱ってきており、引き続き、原則として広告とは見なさないこととする。

また、インターネット上のバナー広告、あるいは検索サイト上で、例えば「癌治療」を検索文字として検索した際に、スポンサーとして表示されるものや検索サイトの運営会社に対して費用を支払うことによって意図的に検索結果として上位に表示される状態にした場合などでは、バナーに表示される内容や検索結果として画面上に表示される内容等については、実質的に本指針第2の1に掲げた①～③のいずれの要件も満たす場合には、広告として取り扱うこと。

第3 広告可能な事項について

5. 広告可能な事項の具体的な内容

(2) 医療法第6条の5第1項第2号関係

「診療科名」については、医療法第6条の6第1項の規定にあるように、医療法施行令(昭和23年政令第326号)第3条の2で定められた診療科名又は当該診療に従事する医師が厚生労働大臣の許可を受けたものであること。

ア. 政令に定められた診療科名

(i) 医療機関が標榜する診療科名として広告可能な範囲

(中略)以上の点を踏まえ、広告するに当たって通常考えられる診療科名を、以下に例示する。 歯科：「歯科」「小児歯科」「矯正歯科」「歯科口腔外科」

また、複数の事項を組み合わせた通常考えられる診療科名を以下に例示する。

【例：歯科】「小児矯正歯科」など

(v) 広告することができない診療科名の表示について

② 法令に根拠のない名称については、診療科名として広告することは認められない。 具体的には、以下に例示する名称は診療科名として認められない。

◎ 歯科に係る名称 「インプラント科」、「審美歯科」など

(7) 医療法第6条の5第1項第7号関係

「当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の氏名、年齢、性別、役職、略歴その他のこれらの者に関する事項であつて医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして厚生労働大臣が定めるもの」については、当該病院又は診療所において診療に従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者に関する事項について、医療を受ける者による医療に関する適切な選択に資するものとして厚生労働大臣が定めるものについてのみ、限定的に広告可能としているものであること。

イ. 医療従事者の専門性に関する認定を受けた旨

① 専門性資格

- a 広告告示^(注)第1条第2号イからリに掲げる基準を満たす団体が厚生労働大臣に届出を行った場合は、当該団体が認定するいわゆる専門医等の資格を有する旨を広告しても差し支えないこと。

(注) 平成19年厚生労働省告示第108号「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」

※「広告が可能な医師等の専門性に関する資格名等について」

(平成19年6月18日付医政総発第0618001号)

「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」(平成19年厚生労働省告示第108号)第1条第2号に基づき広告することができる医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療従事者の専門性に関する資格名は別紙のとおりであり、(中略)。

(別紙)

【歯科医師の専門性資格】

団体名	資格名
社団法人日本口腔外科学会	口腔外科専門医
特定非営利活動法人日本歯周病学会	歯周病専門医
一般社団法人日本歯科麻酔学会	歯科麻酔専門医
有限責任中間法人日本小児歯科学会	小児歯科専門医
特定非営利活動法人日本歯科放射線学会	歯科放射線専門医

6. 医療に関する内容とは扱わない事項

オ. 芸能人や著名人の映像や声等

芸能人や著名人が、医療機関の名称その他の広告可能な事項について説明することは、差し支えない。なお、実際に当該医療機関の患者である場合にも、芸能人等が患者である旨は、広告できない事項であるので、認められないものとして扱うこと。

第4. 禁止される広告について

1. 禁止の対象となる広告の内容

医療法第6条の5第1項の規定により、法又は広告告示により広告が可能とされた事項以外は、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も広告をしてはならないとされている。

また、広告可能な事項を広告する場合においても、同条第3項の規定により、患者等に等し

く事実に相違する情報を与え、適切な受診機会を喪失したり、不適切な医療を受けさせるおそれがあることから、内容が虚偽にわたる広告は、罰則付きで禁じられている。

同様に、同条第4項の規定により、患者等に対して医療に関する適切な選択に関し必要な基準として、省令で広告の方法及び内容に関する基準等が定められ、当該基準に適合しなければならないこととされている。広告の方法及び内容の基準としては、いわゆる比較広告、誇大広告の他、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が禁止されるものである。

(1) 広告が可能とされていない事項の広告

(例)・専門外来

→専門外来については、広告が可能な診療科名と誤認を与える事項であり、広告可能な事項ではない。

・著名人も当院で治療を受けております。

→優良誤認(他の医療機関より著しく優れているとの誤認)を与えるおそれがあり、芸能人等が受診している旨は、事実であっても、広告可能な事項ではない。

(2) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)

(3) 他の病院又は診療所と比較して優良である旨の広告(比較広告)

(例)・肝臓がんの治療では、日本有数の実績を有する病院です。

・当院は県内一の医師数を誇ります。

・本グループは全国に展開し、最高の医療を広く国民に提供しております。

(4) 誇大な広告(誇大広告)

(5) 客観的事実であることを証明することができない内容の広告

(例)・患者の体験談の紹介

→患者の体験談の記述内容が、広告が可能な範囲であっても、患者の主観であり、広告は認められない。

・理想的な医療提供環境です。

→「理想的」であるかは、客観的な証明はできないことから、広告は認められない。

・比較的安全な手術です。

→何と比較して安全であるか不明であり、客観的な事実と証明できない事項に当たる。

(6) 公序良俗に反する内容の広告

(7) その他

品位を損ねる内容の広告、他法令又は他法令に関連する広告ガイドラインで禁止される内容の広告は、医療に関する広告として適切ではなく、厳に慎むべきものであること。

ア. 品位を損ねる内容の広告

①費用を強調した広告 (例) 今なら〇円でキャンペーン実施中!

②ふざけたもの、ドタバタ的な表現による広告

(2)「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)に関するQ & A (事例集)

(一部抜粋)

※下線は当センター

【Q 1. 広告の対象範囲 (ガイドライン第 2 部関係)】

Q1-10 フリーペーパーに掲載された医療機関等の広告も医療法の広告規制を受けるのでしょうか。

A1-10 医療法の広告規制の対象となります。

【Q 2. 広告可能な事項 (ガイドライン第 3 部関係)】

Q2-4 歯科用インプラントによる治療については、広告可能でしょうか。

A2-4 「自由診療のうち薬事法の承認又は認証を得た医療機器を用いる検査、手術、その他の治療の方法」として、我が国の薬事法上の医療機器として承認されたインプラントを使用する治療の場合には、公的医療保険が適用されない旨と治療に掛かる標準的な費用が併記されていれば、広告可能です。なお、歯科医師の個人輸入により入手したインプラントによる治療については、広告できません。

Q2-14 医療従事者の略歴として、学会の役員又は会員である旨は広告可能でしょうか。

A2-14 略歴として記載する事項は、社会的な評価を受けている客観的事実であってその正否について容易に確認できるものであることが必要です。例えば、地域医師会等での役職、学会の役員である旨については、現任であれば広告は可能ですが、当該法人又は当該学会のホームページ上等でその活動内容や役員名簿が公開されていることが必要です。また、学会の役員ではなく、単に会員である旨は、原則として広告できません。なお、略歴とは、特定の経歴を特に強調するものではなく、一連の履歴を総合的に記載したものになります。

Q2-16 特定の医師のキャリアとして、その医師が行った手術の件数を広告することは可能でしょうか。

A2-16 医師個人が行った手術の件数については広告することができません。なお、当該医療機関で行われた手術の件数については、広告ガイドラインで示した範囲で広告することが可能です。

Q2-17 医師等の専門性に関する資格名については、どのようなものを広告することができるのでしょうか。

A2-17 「広告可能な医師等の専門性に関する資格名等について」(平成 19 年 6 月 18 日医政総発第 0618001 号医政局総務課長通知)において広告が可能となっている資格名等について広告可能です。なお、広告に当たっては、「医師〇〇〇〇(××学会認定××専門医)」のように、認定団体の名称を資格名とともに示す必要があります。また、専門性の資格

については、各関係学術団体により認定されるものですので、例えば、「厚生労働省認定〇〇専門医」等の標記は虚偽広告や、単に「〇〇専門医」との標記は誤解を与えるものとして誇大広告に該当するため、広告できません。

Q2-19 治療の前後のイラストや写真を掲載することは可能でしょうか。

A2-19 治療の効果に関する表現に該当するため広告できません。治療効果については、個々の患者の状態等により当然にその結果は異なるものであり、効果について誤認を与えるおそれがあることから、広告することはできません。なお、治療結果の分析を行っている旨及び当該分析の結果を提供している旨については、広告することが可能です。また、患者等からの申し出に応じて、死亡率や術後生存率等の治療結果成績を説明することは、差し支えありません。

Q2-23 医療機関の名称に併せて、「〇〇センター」と広告することは可能でしょうか。

A2-23 「〇〇センター」と広告することについては、法令の規定又は国の定める事業を実施する病院又は診療所であるものとして、救急救命センター、休日夜間急患センター、総合周産期母子医療センター等、一定の医療を担う医療機関である場合又は当該医療機関が当該診療について、地域における中核的な機能、役割を担っていると都道府県等が認める場合に限り、その旨を広告することが可能です。

【Q 3. 禁止される広告（ガイドライン第 4 部関係）】

Q3-1 「最新の治療法」や「最新の医療機器」といったような「最新」という表現は、広告が禁止されるのでしょうか。

A3-1 「最新の治療法」や「最新の医療機器」であることが、医学的、社会的な常識の範囲で、事実と認められるものであれば、必ずしも禁止される表現ではありません。登場してから何年までを最新と認めるか等の基準を示すことは困難ですが、より新しい治療法や医療機器が定着したと認められる時点においても、「最新」との表現を使用することは、虚偽広告や誇大広告に該当するおそれがあります。また、より新しい治療法や医療機器が存在しない場合でも、十数年前のものである場合等、常識的な判断から「最新」との表現が不適切な場合があり、誇大広告等に該当するおそれがあります。

Q3-4 「無料相談」の広告は可能でしょうか。

A3-4 無料で健康相談を実施している旨についての広告は可能ですが、広告するに際し、費用を強調した広告は品位を損ねるもので、適切ではありません。