

獣医療広告制限見直しについて

岩田 啓[†]（農林水産省 消費・安全局畜水産安全管理課
課長補佐（獣医療提供戦略班担当））



1 はじめに

獣医療における広告は、誇大広告等から飼育者を保護するため、技能、療法等に関する事項について制限しているが、平成20年以降は見直されてこなかった。獣医療の高度化等の社会情勢の変化もあり、本年10月、飼育者への適切な獣医療を提供することを目的に獣医療広告制限の見直しを実施した。

本稿では、獣医療広告制限の見直しに関して寄稿の機会をいただいたことから、関係者の皆様に獣医療広告制限の現状、見直しの背景、議論のポイントを中心に解説するとともに、改正内容の概要について紹介する。

2 獣医療広告制限の現状

(1) 獣医療広告制限の目的

獣医療に関する広告の取扱いについては、十分な専門的知識を有しない動物の飼育者等（以下「飼育者等」という。）を惑わし、不測の被害を受けることを防止する観点から、獣医療法（平成4年法律第46号、以下「法」という。）第17条第1項の規定に基づき、獣医師又は診療施設の業務に関して、専門科名及び学位・称号を除き、その技能、療法又は経歴に関する事項の広告は禁止されているところである。一方で、同条第2項において、広告しても差し支えないものとして獣医療法施行規則（平成4年農林水産省令第44号、以下「規則」という。）で定める事項については広告制限の例外とすることとし、規則で定めるところにより、その広告の方法その他の事項について必要な制限ができることが規定されている。現在、飼育者等に対して適切な情報提供を図る観点から、規則第24条第1項において、広告制限の特例として、獣医師名簿への登録日等の事項を規定しているところである。また、必要な制限として、規則第24条第2項において、他の獣医師又は診療施設と比較して優良である旨の広告、誇大な内容である広告、費用の広告に

ついては禁止する規定が設けられている。

(2) 獣医療広告制限の対象者

獣医師や診療施設のみならず、何人も広告制限の対象者とされている。このため、依頼を受けて広告を企画・制作する広告代理店や広告を掲載する新聞、雑誌、テレビ等の業務に携わる者も、獣医療広告制限の対象となり得る。

(3) 獣医療広告の定義

広告とは、随時に又は継続してある事項を広く知らしめるものであり、獣医療広告の3要件である次の①から③までのすべての要件に該当する場合には、法第17条の広告制限の適用を受けることとなる。

- ① 誘引性：飼育者等を誘引する意図があること。
- ② 特定性：獣医師の氏名又は診療施設の名称が特定可能であること。
- ③ 認知性：一般人が認知できる状態にあること。

このことを踏まえ、広告に該当すると考えられる具体的な例は、新聞・雑誌広告、広告看板・ポスター、チラシ・パンフレット、テレビ・ラジオのコマーシャル、ダイレクトメール（はがき、電子媒体等）、ウェブサイト（インターネット上のバナー広告、検索エンジンでのリスティング広告等）、動画共用サイト、SNS等があげられる。

一方、通常広告とはみなされないものとして、論文・学会発表、新聞・雑誌等の記事、体験談・手記、診療施設内掲示・診療施設内で配布するパンフレット、飼育者等からの申出に応じて送付するパンフレット、診療施設の職員募集に関する広告、行政機関の公報又はポスターがあげられる。なお、診療施設等が開設しているホームページ等（以下、「診療施設等ウェブサイト」という。）は獣医療広告とみなしていない。この理由としては、URLを入力したり、検索サイトで検索したうえで、閲覧するものであり、「誘引性」を通常は有さないため、原則として広告とはみなしていないところである。

[†] 連絡責任者：岩田 啓（農林水産省 消費・安全局畜水産安全管理課）

〒100-8950 千代田区霞が関1-2-1 ☎03-3502-8111

(4) 広告制限の具体的解釈や監視指導体制

獣医療に関する広告の制限及びその適正化のための監視指導に関する指針（以下、「獣医療広告ガイドライン」という。）を都道府県による監視指導への技術的助言として策定しており、法や規則の具体的な解説、広告の該当性等の解説をしている。これに基づき、地方自治体等が違反事案に対する監視指導等を実施している。

3 見直しの背景

獣医療に関する広告については、飼育者等の利用者保護の観点から、これまで限定的に認められた事項以外は、原則として広告を禁止してきた。また、獣医療の広告制限の見直しは、平成20年に予防接種を行う等を追加して以来実施していない。

一方で、獣医療現場では技術の進歩や獣医療の高度化・専門化が進み専門性の高い獣医療が提供され、飼育者等が提供される獣医療の質、技術レベル、治療方法について正しく理解し、選択できる情報を積極的に提供していく必要性が高まっていた。また、令和5年には、愛玩動物看護師制度が始まり、令和5年9月現在、およそ17,000人の愛玩動物看護師が誕生している。さらに、折り込みチラシやテレビCMからスマートフォンやSNS等の普及による情報発信媒体の変化が進んでいる。このように、獣医療を取り巻く状況が大きく変化しており、現行制度と社会ニーズに乖離がみられる状況であり、広告制限が、法の趣旨に反して、飼育者等への適切な情報提供を阻害するおそれがあった。

このため、今回の獣医療広告制限の見直しの検討に当たっては、今後、飼育者等が提供される獣医療サービスを正しく理解し、適切に選択できるように、獣医療の受け手である飼育者等が必要とする広告内容について、積極的に情報提供することを検討していくこととした。

なお、広告制限の見直しについては、法第17条第3項の規定に基づき獣医事行政の専門家や弁護士等により構成される、農林水産大臣の諮問機関である獣医事審議会に対して令和4年7月に意見を求め、同審議会において計3回有識者による議論が行われた結果、令和5年3月に答申が示された。

4 議論のポイント

飼育者等に提供すべき獣医療広告のあり方については、主に以下のポイントについて議論が行われた。

(1) 獣医師の専門性

技能・療法は専門化、高度化しており、獣医療に関する学会等の獣医師関係団体が専門医・認定医等獣医師の専門性について、自主的に認定しているところだが、現状広告することができない。このため、獣医師の専門

性を広告するに当たり、どのような仕組みであれば情報発信が適切か検討した。

(2) 診療行為等の情報提供

診療行為については、予防接種や犬、猫の避妊・去勢手術等の広告可能事項を個別列挙している状況でその対象範囲は狭い。一方、飼育者等が求めている診療に関する情報は増えていると考えられていた。さらに、飼育者が知りたい情報の一つと考えられる診療費用を広告することができない状況であった。このため、さまざまな診療行為を広告するに当たり、どのような情報発信が適切か検討した。

(3) 診療施設等ウェブサイトの取扱い

現在、診療施設等ウェブサイトについて、原則として獣医療法上の広告とはみなされない。一方、時代の経過とともに、SNS(X(旧Twitter)、Facebook、Instagram等)等のウェブ広告が普及しており、広告の手段が多様化していた。このため、診療施設等ウェブサイトの考え方を検討した。

以上のポイントを踏まえ議論を実施し、答申においては以下の内容が示された。

- ① 飼育者等が提供される獣医療サービスを正しく理解し、適切に選択できるように広告制限を見直す
- ② 獣医師の専門性の広告を可能とする
- ③ 診療行為の広告の際、「問合せ先」、「通常必要とされる診療内容」、「治療等に係る主なりスク、副作用等の事項」、「診療費用」を表示する

この意見を踏まえて、規則の改正及び獣医療広告ガイドラインの改正を行ったところである。

(参考) 令和4年度獣医事審議会第4回免許部会確認事項（広告制限見直しについて）

1 広告制限見直しの基本的な考え方

- (1) 獣医療に関する広告については、獣医療の受け手である飼育者の利用者保護の観点から、獣医療法、獣医療法施行規則により厳しく制限されてきた。
- (2) その後、獣医療サービスの高度化、専門化が急速に進むとともに、愛玩動物看護師制度の開始、情報発信媒体の変化等獣医療を取り巻く状況が大きく変化しており、飼育者が診療内容を正しく理解し、治療方法等の選択を適切にできるよう、見直しが必要がある。
- (3) このため、医療法において広告可能な「客観的で正確な情報」については、獣医療においても飼育者が提供される獣医療サービスを正しく理解し、適切に選択できるよう広告制限の見直しを実

表 獣医療広告制限の見直し（概要）

	これまで	これから (追加 正確かつ適切な情報提供の努力義務)
獣医師に関すること	<ul style="list-style-type: none"> ○ 専門科名, 学位又は称号 ○ 診療機器, 大臣指定診療施設 ○ 家畜防疫員, 農業共済獣医師, 衛指協指定獣医師 × 獣医師の専門性, 履歴 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 専門科名, 学位又は称号 ○ 診療機器, 大臣指定診療施設 ○ 家畜防疫員, 農業共済獣医師, 自衛防疫指定獣医師 ○ 獣医師の役職履歴, 専門性 (大臣指定団体による)
診療内容に関すること	<ul style="list-style-type: none"> ○ 家畜体内の受精卵の採取, 犬猫の避妊去勢手術, ワクチン接種, フィラリア症の予防, 健康診断 × 高度な診療行為, ノミ・ダニ駆除, マイクロチップ装着 × 費用広告, 誇大広告, 比較広告 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 診療行為全般 (愛玩動物看護師がいることも可) × 通常必要となる診療内容や費用の情報, 診療のリスクや副作用に関する解説, 問合せ先の併記がない診療広告 × 誇大広告, 比較広告
WEB 情報	<p>バナー広告等を除き, 広告制限の対象外との基本的考え方</p>	<p>追加 広告制限の対象となり得るとの基本的考え方 追加 獣医療安全対策としてウェブサイトでの情報提供についてガイドラインで一定の管理</p>

施する。

2 広告可能な獣医師の専門性の考え方

- (1) 専門性に係る名称は, 獣医師関係団体が中心となって設定し, 飼育者が診療施設を選択するに当たって混乱しないようにすることが望ましい。
- (2) 獣医師関係団体が中心となっていく専門性認定の取組が始まっていることから, 「研修・講習」「実務歴」「試験」「認定更新」等の要件を備えた専門性認定要件とすることが望ましい。
- (3) さらに, 各団体が専門性認定要件を独自に設定していることから, 公平を期すことや専門性認定の質を担保するため, 認定要件確認団体による確認を受けた各団体の名称を広告可能とすることが望ましい。
- (4) 認定要件確認団体は, 国が指定基準を定め, 指定の際は獣医事審議会の意見を聴くことが望ましい。

3 獣医療における診療広告の考え方

- (1) 一般的な診療については, 表示可能とする場合, 診療費用のみを表示するのではなく, 人の医療の自由診療と同様に ①診療施設届出時の問い合わせ先, ②通常必要とされる治療等の内容, ③治療等に係る主なりスク, 副作用等の事項を表示することが望ましい。
- (2) 高度な診療行為については, 必要な獣医療サービスを正しく選択するため, ①診療施設届出時の問い合わせ先, ②通常必要とされる治療等の内容, ③診療費用, ④治療等に係る主なりスク, 副作用等の事項を表示することが望ましい。

4 診療施設ウェブサイトの考え方

- (1) 飼育者への適切な情報提供として一定の管理を行っていくことが重要であることから, 引き続きガイドラインにより獣医師及び関係団体の自主的

な取組強化を求めていくことが適当である。

- (2) その際, 診療施設ウェブサイトの範囲について明確化することや診療施設のウェブサイトの記載内容について監視する体制を検討することが望ましい。

5 改正の概要

今回, 獣医事審議会からの答申を踏まえ, 主に大きく2つのポイントで改正を実施したところである (表)。

① 飼育者への正確な情報提供・選択の支援

広告を行う獣医師への正確かつ適切な情報提供の努力義務を課したうえで, 客観性や正確性を確保し得る場合には, 獣医師の専門性や獣医療サービス等を広告可能事項として規則で認める。

② 診療施設等ウェブサイト情報発信

原則として広告制限の対象とはしないが, 獣医療の安全対策の一環として, 獣医療広告ガイドラインで考え方や一定の管理を行う。

6 改正規則の解説

広告を行う獣医師への正確かつ適切な情報提供として, 今回の改正で規則第24条第3項に努力義務を追加している。そのうえで, 獣医師に関すること及び診療内容に関することを広告可能事項として追加している。

(1) 獣医師に関すること

これまで, 獣医師に関するもののうち, 獣医師の専門性や経歴は広告できなかった。今回の改正で規則第24条第1項の広告制限の特例事項に「農林水産大臣の指定する者が行う獣医師の専門性に関する認定を受けていること (第2号)」及び「獣医師の役職及び略歴に関すること (第11号)」を新設した。特に, 専門性については, 飼育者等が必要とする獣医師の専門分野等の情報を提供することは診療施設選択の一助となることや, 専門性認

定によって獣医療サービスレベルの高位平準化を促進することが期待される。なお、農林水産大臣が指定した団体が運用する認定プロセスを経て認定する専門性の資格を有する旨の広告が可能となる。

(2) 診療内容に関すること

獣医療サービスである診療内容に関する情報が診療施設選択のために必要な情報となっている。このため、一般的な診療行為である「ノミ・ダニの駆除」、「マイクロチップ装着」や高度な診療行為である「椎間板ヘルニアに対する片側椎弓切除術」、「白内障の眼科手術」、「細胞を用いた再生医療」等のさまざまなものを広告可能事項に追加している。具体的には、今回の改正で規則第24条第1項の広告制限の特例事項に「医薬品医療機器等法に基づく承認若しくは認証を受けた医薬品、医療機器又は医薬品医療機器等法第2条第9項に規定する再生医療等製品であって、専ら動物のために使用されることが目的とされているものを用いる検査、手術その他の治療を行うこと(第3号)」、「動物の愛護及び管理に関する法律に規定するマイクロチップの装着を行うこと(第10号)」が新設され、これらの診療内容についても広告が可能となる。一方、診療内容に関する広告を行う場合、規則第24条第2項において広告する際の制限事項として、通常必要となる診療内容や費用の情報、診療のリスクや副作用に関する解説、問合せ先の併記がない診療広告を禁止している。これは、飼育者等が診療施設を選択するに当たり、これらの情報が必要となる。また、狂犬病予防注射やマイクロチップ装着時には、飼育者等が法令に基づき実施すべき事項の併記を求めている。なお、誇大比較広告については、引き続き禁止である。

さらに、今後、獣医師と愛玩動物看護師の連携によるチーム獣医療の拡がりが見込まれることから、「愛玩動物看護師の勤務する診療施設であること(第16号)」についても広告可能事項に追加している。

7 改正獣医療広告ガイドラインの解説

規則の具体的な解説、広告該当性等の解説に加え、広告禁止事項や診療施設等ウェブサイトの考え方を追加している。

(1) 広告禁止事項

具体的には、禁止事項として、「虚偽の内容に関する内容」、「公序良俗に関する内容」、「飼育者等の主観に基づく、診療の内容又は効果に関する体験談」、「診療の内容又は効果について、飼育者等を誤認させるおそれがある診療の前又は後の写真等(いわゆるビフォーアフター写真等)」、「獣医師の品位を損なう内容」を追加している。「獣医師の品位を損なう内容」としては、たとえば、

処方できる医薬品の最大量を広告(「1年分処方します。」等)することは、獣医療の内容が疑われるだけでなく、販売広告にも等しいため許されることではない。また、費用を強調した広告、提供される獣医療の内容とは直接関係ない事項による誘引による広告も行うべきではない。

(2) 診療施設等ウェブサイト

今まで診療施設等ウェブサイトは広告の対象外としてきたところだが、獣医療広告の3要件を満たせば広告に該当すること等を含めて、獣医療の安全対策の一環としてガイドラインに考え方を記載し、一定の管理を行うこととしている。主な変更点は以下のとおりである。

① バナー広告等に連動する診療施設等ウェブサイト

診療施設等ウェブサイトであっても、ウェブサイト広告や検索エンジンで検索した結果費用負担やスポンサー表示によって上位にくるものに加え、チラシ等の二次元コードやバナー広告に連動するもの、SNSで不特定多数に拡散するもの等は、一般的に誰でも容易に「認知」できる状態にあることから、「誘引性」及び「特定性」を有する場合には広告として扱うことが適当である。

② 診療施設等ウェブサイトに記載すべき事項

広告とみなされない診療施設等ウェブサイトに掲載する情報には、獣医療広告で禁止している技能又は療法等に該当する診療内容、経歴に該当する獣医師又は診療施設の履歴等の記載もできるが、飼育者が獣医療サービスの選択を適切に行うことができるように、獣医療広告に準じて情報発信することが重要となる。具体的には、診療内容等の情報を掲載する場合には「問合せ先」、「通常必要とされる診療の内容」、「診療に係る主なリスク、副作用等の事項」、「費用」のすべての事項を表示して、獣医師又は診療施設の業務について正確かつ適切に情報提供するよう努める必要がある。

また、獣医療広告と同様に、事実と異なる虚偽や誇大な内容、他の診療施設と比較するもの、景品表示法、医薬品医療機器等法等に違反する情報等を掲載すること、さらに、獣医道に対する重大な背反行為若しくは獣医事に関する不正の行為、獣医師としての品位や道徳を損ねる可能性のある内容等を情報発信することは厳に慎むべきである。

なお、獣医療広告ガイドラインに補足する内容については、今後「獣医療広告ガイドラインに関するQ&A(事例集)」(農林水産省ホームページ <https://www.maff.go.jp/j/syouan/tikusui/zyui/law.html>)を更新し、診療施設等が適切な広告や情報発信ができるように更新予定である。

8 おわりに

今回、広告制限見直しについて概要を解説させていただいた。獣医師又は診療施設の業務に関して、その技能・療法等の広告を行う者は、その責務として、飼育者等が広告内容を適切に理解し、飼育動物の治療等の選択に資するよう、客観的で正確な情報の伝達を行わなければならない。当然にして、その広告は飼育者等を惑わし、あるいは不測の事態を被らせるような内容であってはならない。

規則は今年10月に公布され、来年4月に施行となる。今回の改正で広告可能事項が大幅に増える等制度が変更される。このため、今後も機会を捉え、獣医療広告制限の見直しについて、具体的にわかりやすく解説していきたいと考えている。引き続き、現場の獣医師の皆様におかれては、適切な獣医療の確保が図られるよう、獣医療広告について理解を深めていただき、法令を遵守していただくようお願いする。