

広告制限見直しの基本的な考え方（案）

- 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など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、見直す必要がある。
- 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施する。

今回（12月13日）の議論ポイント

（1）獣医師の専門性認定

前回（9月20日）の議論では、広告可能とすることが妥当との方向性が示された。その際、専門性に対する「認定要件」について考慮する必要との意見が挙げられた。

（2）診療費用に関する広告

前回の議論では、診療費用広告の全てを禁止することは、時代にそぐわないとの方向性が示された。その際、広告可能とするかは、診療内容、料金の表示方法、リスクへの対応などを考慮する必要との意見が挙げられた。

（3）診療施設ウェブサイトの取扱い

前回の議論では、診療施設ウェブサイトについては、広告制限の対象としないとの方向性は了解された。一方、SNS等を含め情報発信媒体が多様化しているため、ウェブサイトの取扱いの基本的な考え方を定めるなどの一定の管理が必要との意見が挙げられた。