

平成30年12月20日

規制改革推進会議  
医療・介護ワーキング・グループ

レイ・パストゥール医学研究センター

## 医療広告ガイドライン3頁

医療に関する広告については、直接的に表現しているものだけではなく、当該情報物を全体でみた場合に、暗示的や間接的に医療に関する広告であると一般人が認識し得るものも含まれる。このため、例えば、次のようなものは、医療に関する広告に該当するので、広告可能とされていない事項や虚偽・誇大広告等に該当する場合には、認められないものである。

ア 名称又はキャッチフレーズにより表示するもの

【具体例】

アンチエイジングクリニック又は（単に）アンチエイジング

アンチエイジングは診療科名として認められておらず、また、公的医療保険の対象や医薬品医療機器等法上の承認を得た医薬品等による診療の内容ではなく、広告としては認められない。

## 医療広告ガイドライン29頁

「アンチエイジングドック」等、現時点で医学的・社会的に様々な意見があり、広く定着していると認められないものについては、広告対象としては認められない。

現状

- アンチエイジングは、2014年（平成26年）、世界的な科学雑誌であるCELLに Antiagingという単語が使用された論文が掲載
- PubMed（医学、生物学分野の学術文献検索サイト）でAntiagingをキーワードとして論文検索を行うと、1000件を超える検索結果が表示
- アンチエイジングは、医学分野において一般的に使用されており、社会的にもその意味内容が適切に理解されている
- しかし、「アンチエイジング」は広告禁止。限定解除を行ったHPにおいても、使用しないよう指導が行われる例がある。

要望

- 「アンチエイジング」を広告可能としていただきたい。
- 「アンチエイジング」について、限定解除を行ったHP上では、記載可能であることを明確にいただきたい。