

会員歯科診療所ホームページ のガイドライン

平成22年3月

社団法人 日本歯科医師会
医 療 管 理 委 員 会

■はじめに

近年、患者・国民が医療施設の選択や医療情報の入手に際し、インターネットは有力な情報取得源の一つになっている。また、患者・国民が自ら医療情報を入手、選択し、主体的に医療に参加できるようにするための情報提供が望まれている。

一方で、自院のホームページを持つ歯科診療所も増えている。現在では、社会的なニーズに応えるべく、多くの歯科医療機関から自院の紹介をはじめ、幅広い医療情報が発信されるようになってきた。

しかしながら、ホームページで発信される全ての情報が、患者・国民にとって医療施設の選択や必要な医療情報の取得のために、適切に提供されているかについては疑問な点もある。一部で、誇大広告とも受け取れる内容のホームページも少なからず認められる。

現在、インターネット上の情報は医療法による広告規制の対象から外れ、法律上は規制を受けていない。

しかし、歯科医療が健全性を保ち、国民の信頼を維持し確保していくためには、歯科医療機関のホームページについても、自主規制が必要であると考え、このガイドラインを策定した。

このガイドラインは、情報が適切な内容で歯科医療の信頼を損なわないものとなるよう基本的な要件だけを提示した。今後、医療法の改正等に応じて適宜見直しが必要である。

最後に、本ガイドラインが、会員診療所のホームページをはじめとする各種医療情報提供の一助となることを切に願うものである。

○会員歯科診療所ホームページのガイドライン

1. 目的

インターネットの普及に伴い、患者がウェブサイト上で医療情報を入手し、医療機関の選別をする機会が増えているが、その一方でインターネット上の情報は医療法による広告規制の対象から除外されており、情報の信頼性の程度については判別できないのが現状である。

このガイドラインでは歯科医療機関がホームページを通じて様々な医療施設情報、医療情報を提供する際に、その情報が適切な内容であり、歯科医療機関あるいは歯科医療全体の信頼を損なわないものとなるよう、基本要件および掲載推奨内容、掲載不適格内容を提示するものである。

2. 対象者

日本歯科医師会会員とする。ただし、非会員であっても歯科医師・歯科医療機関として国民の信頼を得ようとするのであれば、本ガイドラインを遵守するよう取り組まれることを強く要望する。

3. 基本的遵守事項

- 1) ホームページ閲覧者に誤解を与えるような表現を用いないように努める
- 2) 関係法規（医療法、薬事法、個人情報保護法等）及び厚生労働省の「医療広告ガイドライン」を遵守し、公正・公平な内容となるよう努める
- 3) 当該歯科医療機関における最新の情報を提供するよう努める
- 4) 内容について質問や苦情があった場合は速やかに適切な対応をする

4. 虚偽の内容、誇大・比較広告的な表現等の禁止

患者保護の観点から、虚偽の内容（絶対安全な手術）、誇大な表現あるいは誤認を与えるような表現、他の医療機関と比較して優良であるなど、客観的な事実であることを証明できない内容は掲載しない。

5. 閲覧者への配慮

- 1) 専門用語はなるべく避け、平易な言葉を使用すると共に、歯科に関して特別な知識がなくとも理解できるように工夫する。
- 2) 情報はできるだけ具体的なものが望ましく、根拠が示されるべきである。研究論文等を引用する場合は出典等を明示する。
- 3) 臨床例等を提示する場合は、それが自院で行ったものなのか、他の歯科医療機関で行ったものなのかを示す。
- 4) 広報する内容に関して学会等で複数の相反する学説がある場合は、そのことを明示するものとする。
- 5) 広報する内容に関して一面的に捉えず、なるべく多方面から公正に捉えた内容にする。
- 6) 背景・文字等のコントラストに配慮する。
- 7) 色の識別に意味を持たせない。
- 8) 点滅や動きは最小限度にする。
- 9) 文字は大きめにするか、ユーザーが任意にサイズ変更できるようにする。
- 10) 各ページにナビゲーション（階層表示、「トップページ」や「前ページ」に戻るボタン等）を配置する。
- 11) 情報は整理して見やすくする。
- 12) 丸数字等の機種依存文字は使わない。
- 13) P D F等のファイルはなるべく軽くする。
- 14) より多くのブラウザで表示できるようにする。
- 15) やむを得ず大きなファイルを掲載する場合にはファイルサイズを明記する
- 16) <TITLE>タグと内容を一致させる

6. 個人情報保護について

平成 17 年の個人情報保護法の施行に伴い、厚生労働省が作成した「医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン」（平成 16 年 12 月 24 日通達、平成 18 年 4 月 21 日改正）に基づき、個人情報の利用目的の公表方法としては、院内や事業所内等に掲示するとともに、可能な場合にはホームページへの掲載等の方法により、なるべく広く公表する必要がある。

7. 広告規制との関係

1) 歯科医療機関のホームページの情報は、医療法のいわゆる広告規制の対象外であることは前述のとおりである。しかし、患者・地域住民に正確・適切な情報提供を行うためには、いわゆる「広告規制」を遵守した内容であることが望ましい。本ガイドラインも厚生労働省の「医療広告ガイドライン」(H20.11 改定)に沿った内容となっている。

2) 厚生労働省の「医療広告ガイドライン」(H20.11 改定)では、以下のようなものは広告と判断され、その内容は規制の対象となる場合があるとしているので、ネット上の情報についても留意されたい。

・ 特定の意味を連想させるホームページのURLやEメールアドレス

(例) ①<http://gannkieru.ne.jp>

ガン消える(gannkieru)とあり、癌が治癒することを暗示している。治療の効果に関することは、広告可能な事項ではなく、また、治療を保障している誇大広告にも該当し得るものである。

同様に「<http://hagasirokunaru.ne.jp/>」「歯が白くなる」も適切ではない。

②noldentist@*****.co.jp

「noldentist」の文字は、「No.1 dentist」を連想させ、日本一の歯科医師である旨を暗示している。「日本一」等は、比較広告に該当するものである。

・ メールマガジンや不特定多数へ配信する情報メール、商用サイト等に費用を支払い掲載するバナー広告

・ 検索サイトにおいて特定の検索文字で検索した際に、スポンサーとして別枠で表示される場合、または検索サイトの運営会社等に費用を支払うことにより意図的に検索結果の上位に表示されるようにした場合については広告としてみなされる可能性がある。

8. 他のホームページへのリンクについて

他のホームページへのリンクを設定する場合は、リンク先のホームページ名を明らかにし、別のホームページへ移動することを閲覧者に分かるようにするのが望ましい。

リンク先でリンクする際の連絡を求めているような場合には、メールで承認を得るなど、適切な対応をとるべきである。ホームページによっては、トップページ以外の各ページへの直接リンクを認めていないこともあるので、

併せて注意されたい。

特にリンク先の性格について、制限や規制があるわけではないが、利益誘導型のホームページへのリンクやアフィリエイト（※閲覧者が特定のリンクを経由して商用サイトにアクセスし、商品購入などを行った場合、リンク元の管理者に報酬が支払われる）による商品紹介などは慎むべきである。

リンク先の内容は、むろんリンク元の責任の範疇外ではあるが、内容の更新、ページの削除などが頻回に行われることもあるため、リンク切れなどがないか定期的にチェックすることが望ましい。

また、本ガイドラインに則ったホームページ運用をしている旨を示すために、日本歯科医師会や都道府県歯科医師会のホームページ（本ガイドライン掲載ページ）にリンクすることを推奨したい。

9. 著作権・肖像権について

転載許可が明記されているものや一部のフリー素材を除き、出版物やインターネット上にある文章や写真、絵などの画像を許可なくホームページ上に掲載することは禁じられている。それらの引用については、可能なものについてはWeb上のリンクで対応することが望ましいが、どうしても自院のホームページ上に直接掲載したい場合には、権利者の承諾を得る必要がある。

10. 掲載推奨内容

1) 基本的な事項

- ・ 歯科医療機関の名称、電話番号・FAX番号、所在地、地図、交通手段、Eメールアドレス
- ・ 管理者及び診療に従事する歯科医師の氏名
- ・ 診療日・診療時間の情報
- ・ 標榜診療科名－医療法で認められている診療科名とする
- ・ 取り扱い保険・法令の規定に基づく指定についての情報
- ・ 開設日
- ・ 各情報の最終更新日

2) 歯科医師・スタッフに関する事項

- ・ 歯科医師や歯科医療従事者の氏名・略歴・年齢・性別
- ・ 歯科医師の専門性資格（広告可能な専門医は現在5つだけ）
（例）歯科医師：〇〇太郎（日本口腔外科学会認定 口腔外科専門医）

歯科医師：〇〇太郎（日本歯周病学会認定 歯周病専門医）
歯科医師：〇〇太郎（日本歯科麻酔学会認定 歯科麻酔専門医）
歯科医師：〇〇太郎（日本小児歯科学会認定 小児歯科専門医）
歯科医師：〇〇太郎（日本歯科放射線学会認定 歯科放射線専門医）※平成22年3月17日から

- ・ 歯科医師、歯科衛生士、歯科助手、歯科技工士の人数

3) 医療の内容に関する事項

- ・ 検査、手術など治療の方法
- ・ 保険診療、自由診療（保険診療・評価療養と同一のもの、薬事法の承認又は認証を得た医薬品又は医療機器を用いるもの）
- ・ 歯科訪問診療の実施
- ・ 受診に際しての手続きに関する事
- ・ 救急への対応状況に関する事

4) 施設設備に関する事項

- ・ 施設概要
- ・ 保有設備
- ・ 障害者等に対する構造上の配慮
- ・ 駐車設備の有無
- ・ 据え置き型の医療機器等の配置状況

5) 診療情報提供に関する事項

6) 診療以外のサービスに関する事項

- ・ 歯科健康診査、歯科検診の実施
- ・ 保健指導、歯科健康相談の実施
- ・ 医療安全確保の取り組み
- ・ 患者満足度調査の実施、当該調査の結果を提供している旨
- ・ 対応できる言語

7) 第三者評価に関する事項

- ・ 外部監査（公認会計士、監査法人）を受けている旨
- ・ (財)日本医療機能評価機構の評価結果

8) 費用に関する事項

- ・自由診療にかかる費用
- ・費用の支払方法
- ・領収証に関すること一明細書発行の有無、発行手続き、費用徴収の有無、費用徴収を行う場合の金額
- ・各種証明書の発行・請求

9) 他の医療機関との連携に関する事項

- ・紹介可能な他の病院・診療所
- ・セカンドオピニオンの実施・協力

10) 広報に関する事項

- ・自院の携帯サイトのQRコード
- ・パンフレット等の発行状況
- ・広報内容に関する問合せ窓口

1 1. 掲載不適格内容

1) 広告が可能とされていない事項

- ・未承認医薬品による治療の内容
- ・著名人も治療を受けている旨（事実であっても優良誤認を与えるおそれがある）

2) 虚偽の内容

- ・絶対安全な手術、100%成功などの表記（絶対安全な手術は、医学上あり得ないので、虚偽広告となる）
- ・厚生労働省が許可した〇〇専門医（専門医の資格認定は、学会が実施するものであり、厚生労働省が認可した資格ではない）
- ・虚偽の経歴（米国〇〇大学〇〇コース修了等）

3) 比較広告的な内容（他の歯科診療所と比較して優良である旨）

例えば、「日本一」、「No1」、「最高」等の表現は、優秀性について、著しく誤認を与えるおそれがあるため、禁止すべきである。

（例）・歯周病の治療では、日本有数の実績を有する診療所です。

- ・当院は県内一の歯科医師数を誇ります。
- ・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) 誇大広告的な内容

例えば、インプラントの費用について、大きく表示された値段は5カ所以上同時に実施したときの費用であり、1カ所の場合等には、倍近い費用がかかる場合等、小さな文字で注釈が付されていたとしても、当該広告物からは注釈を見落とすものと常識的判断から認識できる場合には、誇大広告となる。

5) 客観的な事実であることを証明できない内容

- ・医学的根拠のない民間療法
- ・患者の体験談の紹介

6) ある治療法の利点だけを示して、欠点を示していないもの

(例) 非抜歯矯正—非抜歯の利点だけでなく、口元の前突感が残ることも
あること等を明記するのが望ましい

7) その他

- ・患者・地域住民の不安を煽る内容
- ・誹謗中傷
- ・必要以上に患者の勧誘を図る内容
- ・品位を損ねる内容（費用を強調した広告等）
(例) 今なら〇〇円でキャンペーン実施中!
- ・医薬品の商品名（薬事法の広告規制により）
- ・外部スポンサーの広告
- ・評価の定まっていない事柄についての内容
- ・公序良俗に反する内容 等

■おわりに

近年のインターネットの普及はあらゆる既存の価値観・方法論を変えつつあるといっても過言ではない。歯科の分野においても例外ではなく、患者は自分の口腔内の状態を自分で調べ、自分の望む歯科医療機関を探し出し、自分に行われた治療の良し悪しを判定することもある程度可能となっている。患者サイドから見れば一見便利で有益なようにみえるが、歯科サイドからみれば真の意味でそれが患者利益に結びつくのかは今のところ甚だ疑問と言わざるを得ない。なぜなら、インターネットは個人の情報発信が容易であるが、発信者側に倫理的な自己規制が働かないことや情報の過不足の可能性があり、また受信者側も情報が正しいかどうかを判断する術を持たない可能性があるためである。

現時点で、法的には何ら拘束力のないインターネットの世界で、患者サービスの名の下に、あちらこちらに無数に名医が誕生している。無用の誤解を受け、歯科医療の品位を低下させるだけでなく、結果的に患者の健康被害が生じてしまった例も残念ながら存在する。今後、このような残念な結果を生み出さないためにもインターネットをはじめとしたIT化の流れを的確にとらえる広く長期的な視野に立つべきと考える。

今回作成したホームページのガイドラインは、その第一段階ともいえるものであるが、実際には各歯科医療機関の自主規制を期待するものであって、法的には効力のない無意味なものになってしまう危険性もある。最終的には国家として実効性のある制度やシステムを検討していくことが望ましいであろう。しかし、そういった方策がまだ具体的でない現段階では、私たち自身が私たちの本来持つ社会的役割をもう一度思い起こし、最低限のマナーを守って情報を発信していく必要があると考える。

本ガイドラインにより歯科医療が少しでも健全で信頼されるものとなり、国民と歯科医療界に有益なものとなることを願望する。

医療管理委員会

<委員>

委員長	各務	勲次
副委員長	高橋	義一
委員	下山	忠明
委員	鷺巣	暢夫
委員	西條	眞悟
委員	脇川	公一
委員	天野	周太

<役員>

常務理事	中尾	薫
理事	山口	勝弘

会員歯科診療所ホームページのガイドライン

平成22年3月

社団法人 日本歯科医師会
〒102-0073 東京都千代田区九段北4-1-20
医療管理課 TEL 03-3262-9217