

## 日本矯正歯科学会ホームページ倫理審査指針 (2020年3月現在)

日本矯正歯科学会 倫理・裁定委員会

会員のホームページについては、これまで2012年施行の厚労省「医療機関ホームページガイドライン」等の指針について周知を行い、また2017年には学会独自に「日本矯正歯科学会ホームページガイドライン」を策定して、これらガイドライン等の遵守を呼びかけて参りました。また2017年度より、専門医、認定医、指導医の更新申請において申請者が関係するホームページの内容を倫理・裁定委員会がチェックし、問題点が修正されるまではその資格の更新を認めないとする「ホームページ倫理審査」を行なっております(2018年度からは、臨床研修機関新規申請も対象に追加)。その結果については、「ホームページ倫理審査のまとめ」として違反事例および望ましい修正例などを含めて学会ホームページに公開しておりましたが、昨年6月の厚労省「医療広告ガイドライン」の施行を受けて、ホームページ倫理審査を行う上での審査基準の見直しを行いました。

その新たな指針を以下に示しますので、ホームページの内容の確認や修正を行う際には本指針参考にし、これを遵守したものとしていただきます様をお願い致します。なお常勤のみならず、非常勤診療等、複数の医療機関で診療されている場合も、当該会員が関連するすべての医療機関のホームページやブログ等が審査対象となりますので、ご留意ください(一般歯科の場合、矯正歯科部門を本審査対象としますが、ホームページ全体を確認・修正して頂いた方が望ましいと考えられます)。また本指針の内容は、厚労省のガイドラインおよびQ&Aの改定やホームページ倫理審査における実際の事例に合わせて適宜更新致しますので、学会ホームページにてご確認いただきます様、お願い申し上げます。

## 【重要なポイント】

- 1) **医療広告ガイドラインは医療法の一部**となります。**医療法に抵触することは違法**となりますので、**行政指導や行政処分の対象**となります。本委員会は、認定医や臨床指導医等の資格取得・更新をきっかけに指摘・修正を促していますが、**本来は医療広告ガイドラインが改正された時点で自ら対応すべきものです**。ホームページ倫理審査は、会員の違法行為を未然に指摘し、法令遵守を支援する活動であると御理解下さい。また、会員一人一人が高い意識を有することで、学会全体、業界全体のモラルの向上、矯正歯科の社会からの認知向上につながることもご理解下さい。
- 2) **医療広告ガイドラインは医療法の一部**となりますので、**歯科医師自身が理解すべき法律**です。特に**後進を指導する立場にある先生は遵守するだけでなく、理解し指導する必要がある医療法**です。ホームページ業者や事務員に一任することなく、**必ずご自身でお読みの上、理解するよう努めて下さい**。大学病院で指導される立場の先生方もご自身または後進の非常勤勤務先等のホームページ等でのご指導ならびにご協力をお願い致します。
- 3) **自身の診療所だけではなく、非常勤勤務している一般歯科診療所など関連するすべてのホームページ、リンク先、ブログ、メルマガ、患者の求めに応じて送付するパンフレット等**がホームページ倫理審査の対象となります。
- 4) **本指針は良く見られる抵触事項を抜粋したものです**。できるだけ分かりやすい表現を使用するよう努めましたが、詳細は厚生労働省のガイドライン、Q&A 等をご参考下さい。また、今後解釈によっては内容が変わる可能性があります。適宜、学会ホームページや大会 JOS フォーラム等で情報提供を行いますので、ご確認下さい。

## 【2018年に改正された医療広告ガイドラインのポイント】

2018年に改正された「医療広告ガイドライン」は、以下の2点がポイントとなっています。

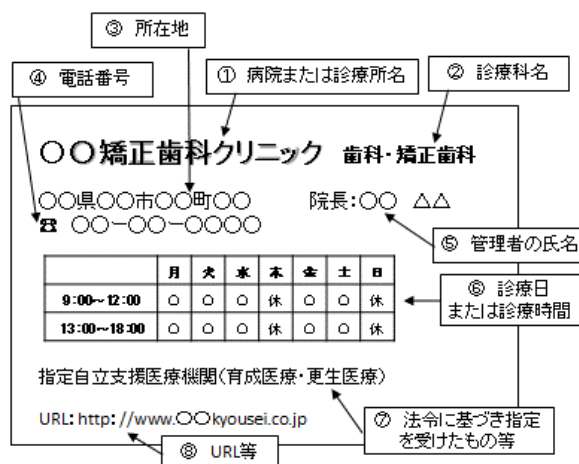
### 1) 医療広告規制の対象拡大

医療広告三要件（誘因性、特定性、認知性）のうち認知性の要件が削除されたため、これまで認知性がないため規制対象ではなかった「ウェブサイト、メルマガ、患者の求めに応じて送付するパンフレット等」も広告規制の対象となりました。

	改正前	改正後
要件	<b>誘因性</b> ：患者の受診等を誘引する意図があること。 <b>特定性</b> ：医師名や医療機関名を特定できること。 <b>認知性</b> ：一般人が認知できる状態にあること。	誘因性 特定性 ※ 認知性の要件を削除
対象	折込広告、TVCM、看板等	折込広告、TVCM、看板等 ↳ ウェブサイト、メルマガ、患者の求めに応じて送付するパンフレット等

## 2) 広告可能事項の限定解除

### 医療広告（看板等）で可能な事項



医療広告（看板等）に記載できる事項は、左図のようなものが一般的であり、かなり限定的になっています（詳細は厚労省ガイドラインをご参照下さい）。2018年の改正でホームページも広告規制の対象となりましたが、看板と同様に限定的な記載内容では、適切な情報提供ができません。そこで、一定要件を満たせば、記載できる事項の限定を緩和しようということになりました。その一定要件が、限定解除要件です。

**限定解除の4要件は非常に重要ですので、以下をお読みの上、厚生労働省のガイドライン（P11～12）およびQ&A（Q1-7, Q5-10～12）も御確認下さい。**

広告可能事項の限定解除は、以下の①～④のいずれも満たした場合となります。ただし、③及び④については自由診療について情報提供する場合に限ります。

- ① 医療を選択するための情報であり、患者等が自ら求めて入手する情報を表示するウェブサイト、その他これに準ずる広告であること。つまり、ウェブサイト、メルマガ、患者の求めに応じて送付するパンフレット等が該当します。
- ② 表示される情報の内容について、患者等が容易に照会できるよう、問い合わせ先（電話番号、Eメールアドレス等）を記載すること、その他の方法により明示すること。
- ③ 自由診療に係る通常必要とされる治療等の内容、費用等に関する事項について情報を提供すること。
- ④ 自由診療に係る治療等に係る主なリスク、副作用等に関する事項について情報を提供すること。

③は、通常必要とされる治療内容、標準的な費用、治療期間及び回数を掲載し、適切かつ十分な情報を分かりやすく提供すること。標準的な費用が明確でない場合には、通常必要とされる治療の最低金額から最高金額（発生頻度の高い追加費用を含む。）までの範囲を示すなどして可能な限り分かりやすく示すこと。

④は、利点や長所のみを強調し、患者を誤認させ不当に誘引することなく、その主なリスクや副作用の情報に関しても分かりやすく掲載し、適切かつ十分な情報を提供すること。

上記③、④の掲載場所については、リンクを張った先のページへ掲載したり、利点や長所と比べて極端に小さな文字で掲載したりしないこと。

限定解除要件を満たすと、本来は記載できない認定医の記載や装置・医療機器の名称等記載できる事項が増えるとお考え下さい。

以下、厚生労働省ガイドラインやQ&Aで参考になる部分を示します（ガイドラインはガ、Q&Aは質問番号で表記）。ガイドラインやQ&Aをご自身で必ずご一読の上、ご確認ください。

#### 広告の定義（ガ P2）

①、②のいずれの要件も満たす場合に、広告に該当すると判断されます。

- ① 患者の受診等を誘引する意図があること（誘引性）
- ② 歯科医の氏名、病院、診療所の名称が特定可能であること（特定性）

#### 禁止される広告について（ガ P5～11）

以下の項目の広告は、禁止されています。

- 1) 広告が可能とされていない事項の広告
- 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（比較優良広告）
- 4) 誇大な広告（誇大広告）
- 5) 患者等の主観に基づく、治療等の内容又は効果に関する体験談
- 6) 治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等
- 7) 公序良俗に反する内容の広告
- 8) その他

#### 【よく認められる抵触事項】

##### 1. 限定解除要件について（Q5-10～12、ガ:P11～12）

限定解除要件を満たしていないホームページが非常に多く認められます。「日本矯正歯科学会認定医」の資格を記載する場合、あるいは医療法が定める広告可能事項以外の事項を掲載する場合、この要件を満たすことが必要です。そのため、この4要件を満たすようにホームページを作成して下さい。

厚労省のガイドラインには、「④自由診療に係る主なリスク、副作用等に関する事実について情報を提供すること。」と記載されています。「主なリスク、副作用」とありますので、個別の症例写真に付記しているリスク、副作用のみでは要件を満たしません。一般的なリスク・副作用を別途記載して下さい。記載例については、日矯学会ホームページ 倫理・裁定委員会からのお知らせに掲載されている「矯正歯科治療に伴う一般的なリスク・副作用」をご参照下さい。

##### 2. 臨床指導医（旧専門医）、認定医、指導医等の記載について（Q3-5～6、ガ：P21）

臨床指導医（旧専門医）、認定医や指導医などの記載については、限定解除要件を満たした場合には掲載可能です。その場合、「日本矯正歯科学会臨床指導医」「日本矯正歯科学会

認定医」などと認定団体の名称を資格とともに示す必要があります。ただし、それらを過度に強調したものは誇大広告や比較優良広告に該当しますので掲載不可となります。ただし、将来的に日本矯正歯科専門医機関が認定する統一専門医が厚労省の認める広告可能な専門医となった場合、これらの取り扱いについては今後検討予定とのことです。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「県内で唯一の認定医、専門医」
- 「世界で最も厳しい専門医制度」
- 「専門医」、「認定医」単独での記載は不可です。「日本矯正歯科学会臨床指導医（認定医）」と認定団体名と共に記載してください。
- トップページに目立つように「専門医（指導医、認定医）による矯正治療」等と記載することは、不当な誘因に該当するものとして掲載不可です。これらの資格は経歴に記載する程度に留めてください。
- 「歯科医師〇万人のうち〇%の認定医」、歯科医師数万人を底辺としたピラミッド図も良く見られますが、歯科医師すべてが矯正治療を行っているわけではありませんので、誇大広告とみなされ、掲載不可です。
- 「日本矯正歯科学会〇千人のうち〇百名しか取得していない専門医」、日本矯正歯科学会の会員を底辺としたピラミッド図や表現も、資格を過度に強調したものであり、誇大広告、比較優良広告に該当し、掲載不可です。
- 非常勤矯正医に多い事例です。本会認定医ではありますが専門医資格を有していないにもかかわらず「矯正専門医」と記載されているものが多く認められます。これは虚偽広告に該当します。「矯正歯科治療を専門に行う歯科医師」であれば掲載可能と考えられます。
- 一般歯科で勤務する非常勤矯正医が「日本矯正歯科学会認定医」を掲載するためには、矯正歯科のページのみならず、その医院のホームページ全体で、限定解除要件を満たす必要があると考えられますので、ご注意下さい。

### 3. 最新、最先端、最良、最高などの表現について (Q2-1~3、ガ : P6~7)

たとえ事実であったとしても、他の医療機関よりも優良であることを示す比較優良広告は禁止されています。虚偽または客観的事実を証明することができないことも広告できません。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「最先端」、「最適」は、誇大広告に該当し、「最良」、「最上」は、比較優良広告に該当するため使用できません。
- 「最新」と言う表現は必ずしも禁止される表現ではないとされていますが、定義が難しく、虚偽広告や誇大広告に該当するおそれがあるため、本学会では使用不可とします。
- 「日本でもトップレベル」
- 「あらゆる症例に対応」
- 「患者満足度 99%、100%」等
- 特定の治療方法、独自のフィロソフィーを記載し、他院との比較または差別化を誇張したものは広告が禁止されています。

#### 4. 比較的痛みが少ない、治療期間が短い、〇%は抜歯をしない、不定愁訴が治る、治療効果等に関する表現について（ガ：P8、Q2-16～17）

何と比較して痛みが少ないか、治療期間が短いかが不明であり、このような「客観的事実が証明できない事項」については、誇大広告に該当します。また、治療効果に関する内容は、広告できませんが、限定解除要件を満たせば、記載可能です。ただし、同様に根拠を客観的に実証できる必要がありますので、効果について誤認を与えるものは、誇大広告とみなされます。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「比較的痛みの少ない」
- 「治療期間の短い〇〇システム」、「早く動く〇〇」
- 「1年で終わる」、「あっという間の矯正治療」
- 「歯を抜かない△△」「〇%は歯を抜かない」
- 「肩こりや頭痛も治る」
- 「〇〇は効果が高くオススメ」
- 矯正治療におけるレーザー効果についての記載
- イラスト動画は治療効果やその有効性を強調し、誤認させる可能性があります。

#### 5. プチ矯正、ブライダル矯正、スピード矯正などの表現について（Q2-4）

「プチ～」といった「短期間で負担が少なく、費用も手軽である」と言う誇張した表現や誤認させる恐れがある表現は、誇大広告に該当します。「わかりやすくするためとは言え、学術的ではない造語」や「医療とは異なる表現」も同様と考えられますので、使用不可とします。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「キッズ矯正」、「ティーンズ矯正」、「シニア矯正」、「オーダーメイド矯正」等、ただし、形容詞として使用する場合（「オーダーメイドの矯正」）は造語と誤認されにくいと考えられます。
- 「美容矯正」、「自然派矯正」、「ホワイトワイヤー矯正」等
- 「フェイスニング」、「フェイシャルリフレクソロジー」等の医療とは異なる情報が、医療機関のホームページと同じサイト内に設置されていると医療と誤認させる可能性があります。別サイトとして頂くか、医療と誤認させないように明言した表現にしてください。

#### 6. 「症例数〇〇例の経験」などの表現について（Q3-16～17、ガ：P27）

過去30年分のような長期間の件数を示す場合、たとえ事実だとしても誇大広告に該当します。1年ごとに集計したものを複数年にわたって示せば掲載可能です。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「症例数 6000 件以上」
- 「メール相談数 400 件突破」

## 7. 略歴、講習会の受講証、certificate等の掲載（Q2-20、Q2-21、Q3-15、ガ：P20、21）

略歴とは、特定の経歴を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です。また、博士号は、略歴の一部として取得年、取得大学とともに記載することが望ましいとされています。略歴として研修を受けた旨については掲載不可ですが、限定解除要件を満たした場合は可能です。ただし、受講証やcertificate等を誇張して掲載する場合は、誇大広告に該当するため不可となります。また、歯科医師会の役職、学会の役員については、現任であれば広告可能ですが、ウェブサイト上で活動内容や役員名簿が公開されていることが必要です。さらに、単に学会の会員であることは掲載できません。ただし、これらの取扱いについては、今後検討予定とのことです。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。なお、資格証や受講証、certificate等の写真の掲載は認められません。

- 「〇〇学会正会員」。
- 「元〇〇教授」など、バナーや太字で役職を誇張したものは不当な誘因とみなします。経歴の中に記載されている程度であれば問題ありません。
- 講演・学会参加・学会発表や学会誌掲載歴、受賞歴等は、たとえ事実であったとしても集患を意図した宣伝や自院の優位性をアピールしたものは広告できません。略歴の一部に記載する程度として下さい。
- 「〇〇コーディネーター」や「〇〇トレーナー」など国家資格のような誤認を与えるような民間資格は広告できません。学会の認定する資格については、認定医と同様な扱いと考えて下さい。

## 8. インビザライン〇〇ドクター、インコグニート認定ドクターなど（ガ：P8）

営利企業が認定している資格は客観的かつ公正的とは言えず、不当に誘引する恐れがありますので、誇大広告に当たります。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「インビザライン認定医」、「インビザライン〇〇プロバイダー」
- 「ASO アライナー認定医」
- 「ハーモニー認定医」、「インコグニート認定医」
- 認定証の掲載も不可となります。

## 9. 非常勤医師の表記について（ガ：P20）

非常勤の医療従事者については、常時勤務するものと誤解を与えないよう、非常勤である旨や勤務する日時（例えば「火曜と木曜の午後」など）を示せば、差し支えないものとされています。常時勤務する者以外について、常時勤務している者であるかのように誤認を与える表現については、誇大広告に該当します。

## 10. 体験談や口コミ情報等について（Q1-18、Q2-9~11、ガ：P5、9）

体験談や口コミ等を掲載することはできません。すべて削除して下さい。患者誘因を目的とするものであり、誤認を与えると考えられています。

## 11. 「テレビ、雑誌で取り上げられました」等の掲載について（ガ：P4）

自らの医療機関や勤務する医師等が新聞や雑誌等で紹介された旨は広告可能な事項ではありません。削除して下さい。

## 12. 治療前後の写真等の掲載について（Q2-8、ガ：P9）

術前又は術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等、治療等の主なリスク、副作用等の詳細な説明を付した場合については、掲載可となります。

- 本学会としては、症例毎に以下の事項をすべて記載した場合のみ、掲載可とします。
  - ① 主訴、② 診断名あるいは主な症状、③ 年齢、④ 治療に用いた主な装置、
  - ⑤ 抜歯部位、⑥ 治療期間、⑦ 治療費概算、⑧ リスク副作用
- 上記情報がリンクを張った先のページに記載されている場合は不可となります。

## 13. 「指定自立支援医療機関」、「顎口腔機能診断施設」、「日本矯正歯科学会臨床研修機関」など（Q2-19、ガ：P7、17～18）

「指定自立支援医療機関」、「顎口腔機能診断施設」などを掲載することはできますが、「東京都知事指定顎口腔機能診断施設」などの表記になると、知事の許可を得ることは当然のことであるにもかかわらず、あたかも特別な許可を得たかのように誤認を与えるため誇大広告に当たりますので、掲載できません（「厚生労働省認定～」などの表現も同様です）。また、学会の認定する研修施設であることは、限定解除要件を満たせば、掲載可能です。

- 「〇〇県知事指定顎口腔機能診断施設」→「顎口腔機能診断施設」
- 「厚生労働省歯科医師臨床研修指導歯科医」→「歯科医師臨床研修指導歯科医」

## 14. 〇〇歯科医院〇〇センター、〇〇研究所併設等について（Q1-13、Q5-5、ガ：P7、8）

病院や診療所については正式な名称のみが広告可能となります。「〇〇歯科医院〇〇センター」のように正式名称に併記する形での広告はできません。ただし、「救命救急センター」「休日夜間急患センター」など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を除きます。また、研究所に研究実態がない場合、虚偽広告に当たります。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 「〇〇矯正センター」
- 「〇〇研究所併設」

## 15. 無料相談、無料検査について（Q2-12）

費用を前面に押し出した広告は、品位を損ねるものとして厳に慎むべきとされています。

- 「無料相談」：トップページやバナーに目立つように記載（強調文字など）してあるものは不当な誘因とみなされるため、掲載不可とします。料金表の中に記載されているのは、誘因性がないと考えられますので、問題ありません。
- 「無料検査」：一切の掲載を認めません。



## 16. キャンペーン、今だけ〇%オフ、今なら〇〇をプレゼントなどの表記について（ガ：P10）

費用を強調した広告や提供される医療の内容と直接関係のない事項による誘因は品位を損ねる広告として広告できません。実際にイベントやプレゼントを行っている場合もありますが、その内容をウェブサイト上に記載することは、不当な誘因とみなされます。以下のような事例が挙げられますので、該当する表現は削除して下さい。

- 〇月〇日までなら〇%オフ、早急な受診を過度に煽る表現又は過度な強調／治療費の記載
- 無料相談された方に〇〇プレゼント
- 〇〇イベントで「〇〇差し上げます」
- 「家族割引」、「特別価格」
- 「〇〇県で最安価格」、「他院との費用の比較」
- 「矯正モニター募集中」、「開院初年度割引」

## 17. 個別の装置、治療法、材料等の名称の表記について（Q2-15、ガ：P24、26）

医薬品または医療機器の販売名については広告できません。ただし、限定解除要件を満たした場合は可能です。その際、本学会で定めた以下の基本的なルールを遵守して下さい。

### 基本的なルール

- 基本的には、比較優良広告、誇大広告、虚偽広告など禁止された広告ではなく、誘因性を認めないことが原則となります。情報提供が主たる目的となりますので、メリットだけでなくデメリットも記載して下さい。
- 個別の装置名、治療法単独の記載は不可とします。
- 一般名称（商品名）の順番で記載して下さい。順番にご注意下さい。なお、一般名称は添付文書をご参照下さい。
- 商品や会社のロゴ、バナーの使用も不可とします。
- 商品を販売する会社の販促用動画等を掲載する事例も認めますが、不当な誘引とみなされるため不可とします。
- 製品が薬機法対象外の場合は、製品ごとに以下を記載して下さい。  
\* 「〇〇は、完成物薬機法対象外の装置であり、医薬品副作用被害救済制度の対象外となる場合があります。」

### A) インビザライン、マウスピース矯正等について

- 一般名称（商品名）の順番で記載して下さい。  
例）「マウスピース型（カスタムメイド）矯正（歯科）装置」、  
「アライナー型（カスタムメイド）矯正（歯科）装置」。
- インビザラインは海外技工物のため、完成物が薬機法対象外となります。

### B) ブラケット等の商品名（デーモンシステム、クリッピー、STb 等）について

- 「裏側矯正」「見えない矯正」という学術的ではない表現ではなく、「リンガルブラケット矯正法」「舌側矯正」という用語を使用するようにして下さい。
- 一般名称（商品名）の順番で記載して下さい。一般名称は添付文書をご参照下さい。  
例）セルフライゲーションブラケット装置（クリッピー、デーモンシステム等）  
リンガルブラケット矯正装置（STb、ARIAS等）  
カスタムメイド型リンガルブラケット矯正装置（インコグニート、  
ハーモニー、イーブレイス等）

C) ムーシールド、プレオルソ等について

- 一般名称（商品名）の順番で記載して下さい。添付文書をご参照下さい。  
例）歯列矯正用咬合誘導装置（ムーシールド）

D) 「インプラント矯正（ミニインプラント、マイクロインプラントを含む）」について

- 「歯科矯正用アンカースクリューを用いた矯正(歯科)治療」と記載して下さい。
- 一般名称（商品名）の順番で記載して下さい。添付文書をご参照下さい。  
例）歯科矯正用アンカースクリュー（デュアル・トップオートスクリュー等）

E) 独自に開発／考案した装置や治療法について

標準的なマルチブラケット法の一部あるいは変法と考えられるもの、また機能的顎矯正装置、ポジショナー、マウスピース型矯正歯科装置を改変したものも、それらの装置や治療法の範疇と考えられます。そのため、これらを強調する内容は患者を誤認させる可能性があると考えられ、掲載は不可とします。

**18. 未承認医薬品、医療機器を用いた治療について（要件が多いため、Q2-13を精読して下さい）**

薬機法未承認の矯正歯科装置および治療に用いられる医療機器をホームページ上に掲載する場合は、以下の要件を満たす必要があります。1) 未承認医薬品であることの明示、2) 入手経路等の明示、3) 国内の承認薬品等の有無の明示、4) 諸外国における安全性等に係る情報の明示。さらに「薬機法未承認の矯正歯科装置であり、医薬品副作用被害救済制度の対象外となる場合があります」と表記する必要があります。上記をすべて満たすことができない場合は掲載不可です。

(ア) 「ヒアルロン酸注入」等

**19. その他**

上記以外の指摘事項についても、歯科医師としてもモラルに反するものやホームページ全体として誘引性が強く認められると判断されたものにつきましては、修正の対象になります。

- 「矯正歯科医の派遣、業務委託」
- リンク先のサイトに著しい誘引性を認めるなどの問題がある場合