

歯科技工士法第26条(広告の制限)に係る運用の見直しについて

○ 前回の振り返り

ひと、くらし、みらいのために



厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare

前回（第3回検討会）の資料2で示した論点及び対応方針

前回の論点

- インターネット上のウェブサイト等（歯科技工所のホームページ等）の取扱いをどのように考えるか。
- 歯科技工の業又は歯科技工所に関する広告の定義についてどのように考えるか。

対応方針

- インターネット上の歯科技工所のウェブサイト等は、当該歯科技工所等の情報を得ようとの目的を有する者が、自らURLを入力したり、検索サイトで検索した上で閲覧するものであるため、引き続き、原則として歯科技工士法の広告規制の対象としない。ウェブサイト等の取扱いについてはガイドラインを作成し、関係団体の取組を促す。
- 広告の定義については、次の①から③までの要件のいずれも満たす場合に該当するものとする。
 - ① 歯科技工の受注を誘引する意図があること 【誘引性】
 - ② 歯科技工士の氏名又は歯科技工所の名称が特定可能であること 【特定性】
 - ③ 一般人が認知できる状態にあること 【認知性】

前回いただいた主な意見の整理

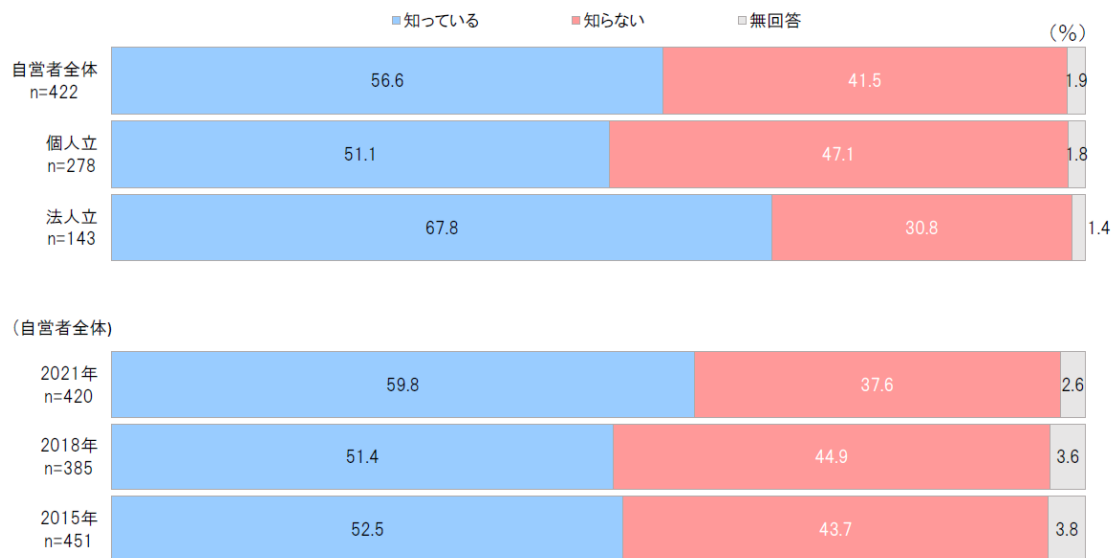
- ルールを守っていないと思われる歯科技工所が、質の高い歯科医療につながる歯科技工物を提供しているのか懸念される。
- 多くの歯科技工所で、従業員の賃金をアップさせるために、歯科技工料金を上げていこうと話している中で、値下げを強調した歯科技工所があると足を引っ張られる。
- 歯科技工所のHPを医療機関と誤認して起こったトラブルへの苦情が一般の方から多く寄せられている。
- 歯科技工士法上、原則としてウェブサイト等は規制の対象外とはいえ、今はインターネットが中心な社会であるため、歯科技工所のウェブサイト等についても新しくルールを作っていくべき。
- 歯科技工所のウェブサイト等による情報提供について、対象や提供内容の整理が必要ではないか。
- 仮に歯科技工士法の広告に該当しない場合においても、誇大情報や比較優良情報等は景品表示法で禁止されているように、歯科技工所のウェブサイトでも掲載すべきでない事項としてガイドラインに記載してはどうか。
- 不適切な情報提供ではないか等の疑義が生じた場合の対応や取締りについても示すべき。

- 良質な歯科技工物の提供、賃金対策、一般人からの苦情低減等に向けて、広告規制内容の整理及び規制対象外のウェブサイト等についても遵守すべき事項等を記載したガイドラインを作成。

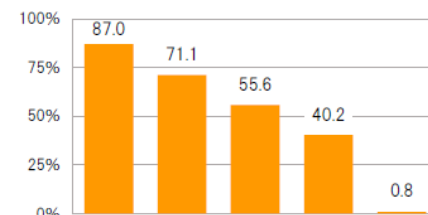
<参考> 歯科技工士法第26条（広告制限）の認知状況

- 歯科技工士法第26条（広告制限）について、自営者全体では「知っている」が56.6%であった。
- 広告制限の内容で知っているものは、「広告をしても良い事項」87.0%、「歯科技工料金や納期等の広告はしてはいけないこと」71.1%、「ダイレクトメールは広告に該当すること」55.6%であった。

Q. あなたは歯科技工士法第26条（広告制限）を知っていますか。



Q. あなたが知っている広告制限の内容でご存知のものは何ですか。（複数回答）



	サンプル数	技工士の名前、所在地、氏名等、歯科事項を広告してはならないこと	歯科技工料金は、納期等は、歯科技工士に限り、広告してはならないこと	ダイレクトメールは、広告に該当すること	歯科技工士に限らずに、広告禁止であること	無回答	平均回答数
自営者全体	239	87.0	71.1	55.6	40.2	0.8	2.6
個人立	142	84.5	60.6	45.8	37.3	1.4	2.3
法人立	97	90.7	86.6	70.1	44.3	-	2.9

（自営者全体）

年次	サンプル数	技工士の名前、所在地、氏名等、歯科事項を広告してはならないこと	歯科技工料金は、納期等は、歯科技工士に限り、広告してはならないこと	ダイレクトメールは、広告に該当すること	歯科技工士に限らずに、広告禁止であること	無回答	平均回答数
2021年	251	84.1	69.3	58.6	33.5	1.2	2.5
2018年	198	81.3	68.7	57.1	39.4	1.0	2.5
2015年	237	81.9	72.2	51.5	33.3	1.7	2.4

※カテゴリは、全体の値を基準に降順に並び替え。