別添

歯科技工の業又は歯科技工所の広告に関する指針

～歯科技工広告ガイドライン～

令和７年 10 月２日

厚生労働省

目次

Ⅰ．広告規制の趣旨 1
１　趣旨 1
２　基本的な考え方 1
（１）　これまでの広告規制の考え方 1
（２）　今後の広告規制の考え方 1
（３）　広告を行う者の責務 2
（４）　禁止される広告等の基本的な考え方 2
（５）　広告可能な事項の基本的な考え方 3
３　他の法律における規制との関係 3
Ⅱ．広告規制の対象範囲 4
１　広告の定義 4
２　実質的に広告と判断されるもの 4
３　暗示的又は間接的な表現の扱い 4
４　歯科技工広告規制の対象者 5
（１）　歯科技工広告規制の対象者 5
（２）　広告媒体との関係 5
５　広告に該当する媒体の具体例 5
６　通常、歯科技工広告とは見なされないものの具体例 6
（１）　あらかじめ同意の得られている者に対して送付されるダイレクトメール、ファクシミリ、電子メール、チラシ、パンフレット 6
（２）　歯科技工所に関するホームページ等 6
（３）　専門誌等で発表される学術論文、学術における研究発表 6
（４）　歯科技工所の職員募集に関するもの 7
Ⅲ．広告可能な事項について 8
１　歯科技工広告として広告可能な範囲 8
２　広告可能な事項の表現方法について 8
（１）　広告の手段 8
（２）　略号や記号の使用 8
３　広告可能な事項の具体的な内容について 8
（１）歯科医師又は歯科技工士である旨（歯科技工士法第 26 条第１項第１号関係） 8
（２）　歯科技工所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項（歯科技工士法第 26 条第１項第３号関係） 9
４　歯科技工に関する内容に該当しない事項 9
Ⅳ．禁止される広告について 10
１　歯科技工士法上禁止される広告 10
（１）　広告可能事項でない事項の広告 10
（２）　広告禁止事項の広告 10
２　他法令又は他法令に関する広告ガイドラインで禁止される広告 10
Ⅴ．相談・措置等の方法について 12
１　苦情相談窓口の明確化 12
２　消費者行政機関等との連携 12
３　広告関連法令との関係 12

４　広告に対する措置の体制及び手順 13
（１）　広告内容の確認 13
（２）　広告違反の措置 13
（３）　告発の対象者 14
（４）　公表 15
Ⅵ．インターネット上のウェブサイト等について 16
１　基本的な考え方 16
（１）　ウェブサイト等の原則的な取扱いについて 16
（２）　広告に該当しないウェブサイト等の取扱いについて 17
２　本項目の対象 17
３　ウェブサイト等に掲載すべき事項等 17
４　ウェブサイト等に掲載すべきでない事項 18
（１）　歯科医療機関や歯科医業と誤認させるもの 18
（２）　他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの 18
（３）　費用・納期を過度に強調したもの 18
（４）　内容が誇大なもの又は歯科技工所等にとって都合が良い情報等を過度に強調したもの 18
（５）　内容が虚偽にわたる又は客観的事実であることを証明することができないもの 19
（６）　実質的に歯科医療機関の広告と思われるもの 19
（７）　歯科技工士法以外の法令で禁止されるもの 19
（８）　公序良俗に反するもの 19
（別添１） 20

Ⅰ．広告規制の趣旨

１　趣旨

歯科技工の業又は歯科技工所に関する広告（以下「歯科技工広告」という。）については、歯科医師との関連において必要な範囲において所定の事項が許されるものであることから、歯科技工士法（昭和 30 年法律第 168 号）により制限されてきたところである。また、同法に規定されている「広告」の解釈については、「歯科技工士法第 26 条に係る運用について」（平成 23 年 10 月 28 日付け医政歯発 1028 第１号厚生労働省医政局歯科保健課長通知）により、同法における広告とならない具体例を示してきたところであるが、今般、情報通信機器の普及等を踏まえ、歯科技工広告及び情報提供のあり方等を定めることにより、歯科技工広告等の適正化の推進を図ることを目的とするものである。

２　基本的な考え方

（１）　これまでの広告規制の考え方

歯科技工の業務は、歯科医師の指示により行われるものであるから、その広告についても歯科医師との関連において必要な範囲において所定の事項が許されるものであり、限定的に認められた事項以外は、原則として広告が禁止されてきたところである。また、一般人[1]に対して歯科医業と紛らわしい広告をなすことのないよう特に留意されたいこととされてきたところである。

（２）　今後の広告規制の考え方

「歯科技工の業又は歯科技工所の広告に関する指針」（以下「本指針」という。）の作成に当たり、

① 歯科技工士法に規定する限定的に認められた事項以外の広告を禁止するというこれまでの基本的な考え方は引き続き堅持しつつも、歯科医師等の業務委託者（以下「委託者」という。）が歯科技工所を選択するために必要かつ正確な情報の提供を確保する観点から、その運用の留意事項を定めることとした。

② 本指針Ⅱの１に掲げる広告の定義のうち③（認知性）の要件との関係で、原則としてインターネット上のウェブサイト等は、歯科技工士法の

[1] 本指針において「一般人」とは、歯科医師、歯科技工士など歯科専門職を含む一般大衆のことを指す。

広告規制の対象とはならないものの、インターネット等を通じた情報の発信・入手が極めて一般的な手法となっている現状に鑑み、ウェブサイト等の内容の適切な在り方についても本指針に定めることにより、関係団体等による自主的な取組を促すこととした。

③　本指針では、上記①及び②に関する記載内容及び広告の適切な在り方を示すことから、広告関連法令（歯科技工士法、医療法（昭和 23 年法律第 205 号）、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号。以下「医薬品医療機器等法」という。）及び不正競争防止法（平成５年法律第 47 号）をいう。以下同じ。）等による規制の対象となる事項を含めることとした。

④　違法性が疑われる広告等に対して、都道府県等が広告違反の措置を適切に実施できるよう、どのようなものが広告違反として問題となるかを明らかにするため、広告に係る基本的な考え方を示すとともに、留意事項等を取りまとめた。

⑤　本指針は、「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針」（平成 30 年５月８日付け医政発 0508 第１号厚生労働省医政局長通知別紙３。以下「医療広告ガイドライン」という。）を参考にしつつ、委託者が歯科技工所を選択するために必要かつ正確な情報を確保することを阻害するような広告を規制の対象とするという考え方に基づき作成することとした。

（３）　広告を行う者の責務

歯科技工広告を行う者は、その責務として、委託者が広告内容を適切に理解し、適切な歯科技工所の選択に資するよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならず、また、歯科技工所等が自らの責任により行う必要がある。

（４）　禁止される広告等の基本的な考え方

歯科技工広告は、歯科技工士法第 26 条第１項の規定により広告が可能とされた事項以外は、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も、広告をしてはならないこととされている。

なお、歯科技工士法上広告が可能とされた事項や、本指針Ⅱの１に示す広告の定義に該当しない情報についても、広告関連法令等又はそれら法令に関連する広告の指針に抵触する場合は、広告関連法令等による行政処分や罰則の適用となることに留意する必要がある。

さらに、内容が虚偽にわたる広告等、歯科技工広告としてふさわしくな

いものは、ウェブサイト等の情報提供も含め、厳に慎むべきものである。

（５） 広告可能な事項の基本的な考え方

歯科技工広告として広告可能な事項は、歯科技工士法により規定された広告可能な範囲に限られている。

３　他の法律における規制との関係

歯科技工広告の規制については、歯科技工士法の他にも広告関連法令等があり、これらにおいては、歯科技工所等のウェブサイト等も規制対象となる。広告関連法令等に違反する広告は、当該法令等に基づく行政処分や罰則の対象となり得るものである。都道府県等による歯科技工広告の適正な取締りに当たっては、広告関連法令等の内容を十分に理解し、歯科技工士法所管課室を中心に、広告関連法令を所管する課室も含め、収集した情報の交換等により、密接に連携・協力するように努められたい。

なお、これらの法所管課室が行う苦情相談等の手順その他の実務的な内容については、本指針Ⅴを参照されたい。

Ⅱ．広告規制の対象範囲

１　広告の定義

歯科技工士法第 26 条の対象となる歯科技工広告の該当性については、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判断されたい。

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】

なお、①の「誘引性」は、歯科技工所等の利益を期待して誘引しているか否かにより判断すること。

また、②の「特定性」については、複数の歯科技工士又は歯科技工所等を対象としている場合も該当するものであること。

③については、特に、インターネット上の情報提供との関係で問題になるため、本指針Ⅱの６の（２）及びⅥも参照すること。

２　実質的に広告と判断されるもの

広告規制の対象となることを避ける意図をもって外形的に上記１の①から③までの要件に該当することを回避するために、「これは広告ではありません。」といった表現がなされる場合があるが、実質的に上記１の①から③までの要件をいずれも満たす場合は、広告に該当するものとして取り扱うことが適当である。

３　暗示的又は間接的な表現の扱い

歯科技工広告については、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見た場合に、暗示的又は間接的に歯科技工広告であると一般に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、歯科技工広告に該当するので、広告可能とされていない事項を含む場合等は認められない。また、その他の広告関連法令等にも留意する必要がある。

ア　新聞、雑誌等の記事、歯科医師や歯科技工士の談話等の引用又は掲載によるもの

（例）

・ 雑誌や新聞で紹介された旨の記載
　自らの歯科技工所等や勤務する歯科技工士が新聞や雑誌等で紹介さ

れた旨は、広告可能な事項ではないので、広告は認められない。

イ　歯科技工所等のウェブサイト等のＵＲＬや電子メールアドレス等によるもの

（例）

・　www.no1shikagikou.ne.jp

「no1shikagikou」の文字は、「No.１歯科技工」を連想させ、日本一の歯科技工所である旨を暗示している。「日本一」等は、歯科技工士法第 26 条が規定する広告可能な事項ではないため、認められない。

４　歯科技工広告規制の対象者

（１）　歯科技工広告規制の対象者

歯科技工士法第 26 条第１項において「歯科技工の業又は歯科技工所に関しては、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も、次に掲げる事項を除くほか、広告をしてはならない。」と規定されている。

したがって、歯科技工所の開設者若しくは管理者等だけでなく、マスコミ、広告代理店等、何人も広告規制の対象とされるものである。

また、日本国内向けの広告であれば、海外から発送・送信されるダイレクトメール・電子メール等も規制の対象である。

（２）　広告媒体との関係

広告依頼者から依頼を受けて、広告を企画・制作する広告代理店や広告を掲載する新聞、雑誌、テレビ、出版等の業務に携わる者は、依頼を受けて広告依頼者の責任の下で作成し、又は作成された広告を掲載、放送等するに当たっては、当該広告の内容が広告可能な事項であるか等、歯科技工士法や本指針に違反する内容となっていないか十分留意する必要があり、違反等があった場合には、広告依頼者とともに歯科技工士法や本指針の広告違反の措置の対象となり得るものである。

５　広告に該当する媒体の具体例

広告の規制対象となる媒体の具体例としては、例えば、次に掲げるものが挙げられる。

（例）

ア　チラシ、パンフレットその他これらに類似する物によるもの（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）

イ　ポスター、看板（プラカード、建物、電車、自動車等に記載されたも

のを含む。)、その他これらに類似する物によるもの

ウ　新聞、雑誌その他の出版物、放送、映写又は電光によるもの

エ　情報処理の用に供する機器によるもの（電子メール、インターネット上のバナー広告、リスティング広告[2]、動画広告等）

オ　不特定多数の者への説明会、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

６　通常、歯科技工広告とはみなされないものの具体例

（１）　あらかじめ同意の得られている者に対して送付されるダイレクトメール、ファクシミリ、電子メール、チラシ、パンフレット

これらは、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までの要件のうち、③の「認知性」を満たすものではなく、歯科技工所等に関する情報を入手しようとする特定の者に向けた情報提供や広報と解されるため、広告とはみなされない。

（２）　歯科技工所に関するホームページ等

インターネット上の歯科技工所等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、本指針Ⅱの１に掲げた③の「認知性」を満たさないものとして、原則として広告とはみなされない。

ただし、本指針Ⅵに記載のとおり、バナー広告等（本指針Ⅵにおいて定義する。）や SNS での書き込み等については、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までのいずれの要件も満たす場合には、広告として取り扱われる。インターネット上のウェブサイト等に関する考え方等については、本指針Ⅵを参照されたい。

（３）　専門誌等で発表される学術論文、学術における研究発表

学会や専門誌等で発表される学術論文、ポスター、講演等は、社会通念上、広告とみなされることはない。これらは、特定の歯科技工所等（複数の場合を含む。）に対する委託者を増やすことを目的としているとは認められず、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までの要件のうち、①の「誘引性」を有さないため、本指針上も原則として、広告に該当しないものである。

ただし、学術論文等を装いつつ、不特定多数にダイレクトメールで送る

---

[2] 「リスティング広告」とは、広告サービスにお金を払って検索結果に表示できる広告のこと。検索エンジンの自然検索結果の上部や下部の広告枠に表示できる広告がリスティング広告となる。

等により、実際には特定の歯科技工所等（複数の場合を含む。）に対する委託者を増やすことを目的としていると認められる場合には、①の「誘引性」を有すると判断し、①から③までの要件を満たす場合には、広告として扱うことが適当である。

（４） 歯科技工所の職員募集に関するもの

歯科技工所に従事する職員の採用を目的としたいわゆる求人広告は、通常、歯科技工所の名称や連絡先等が記載されているが、当該歯科技工所への受注を誘引するものではないことから、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までの要件のうち、②の「特定性」は満たす可能性があるが、①の「誘引性」を有するものではない。そのため、本指針の対象となる歯科技工広告には該当しない。

Ⅲ．広告可能な事項について

１　歯科技工広告として広告可能な範囲

歯科技工士法第 26 条第１項において、「歯科技工の業又は歯科技工所に関しては、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も、次に掲げる事項を除くほか、広告をしてはならない。」と規定されている。

〇歯科技工の業又は歯科技工所に関して広告可能な事項
一　歯科医師又は歯科技工士である旨
二　歯科技工に従事する歯科医師又は歯科技工士の氏名
三　歯科技工所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項
四　その他都道府県知事の許可を受けた事項

２　広告可能な事項の表現方法について

（１）　広告の手段

歯科技工士法に規定されている広告が可能な事項については、文字だけではなく、本指針Ⅱの３の暗示的又は間接的な表現により写真、イラスト、映像、音声等による表現も可能である。

（２）　略号や記号の使用

広告可能な事項について、社会一般で用いられていたり、広告の対象となる地域において、正確な情報伝達が可能である場合には、略号や記号を使用することも可能である。

また、当該記号やマークが示す内容を文字等により併せて標記することで、正確な情報伝達が可能である場合においては、記号やマークを用いても差し支えない。

（例）

- 株式会社 → （株）
- 電話番号 03-0000-0000 → ☎ 03-0000-0000

３　広告可能な事項の具体的な内容について

（１）歯科医師又は歯科技工士である旨（歯科技工士法第 26 条第１項第１号関係）

「歯科医師又は歯科技工士である旨」については、歯科医師法（昭和 23

年法律第 202 号）第２条に規定する免許又は歯科技工士法第３条に規定する免許を有する歯科医師又は歯科技工士である旨を歯科技工広告に記載できる。

（２） 歯科技工所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項（歯科技工士法第 26 条第１項第３号関係）

ア　歯科技工所の名称は、正式な名称だけではなく、当該歯科技工所であることが認識可能な略称や英語名についても、記載可能である。また、当該歯科技工所のマークや名称が記載された看板の写真でも差し支えないこと。

イ　歯科技工所の番号には、ファクシミリ番号も含まれる。フリーダイヤルである旨や電話の受付時間等についても広告可能である。

ウ　歯科技工所の所在の場所を表示する事項には、住所、郵便番号、最寄り駅等からの道順、案内図、地図等が含まれる。

エ　情報の伝達に関する事項（電子メールアドレス、ウェブサイトのＵＲＬ、ＱＲコード 等）。

４　歯科技工に関する内容に該当しない事項

歯科技工広告については歯科技工士法により広告が可能とされた事項以外の広告が禁じられているが、以下のア～エに示す背景等となる画像や音声等については、通常、歯科技工に関する内容ではないので、特段制限されるものではない。ただし、風景写真であっても、他の歯科技工所や医療機関の建物である場合やそのような誤認を与える場合は、歯科技工に関する広告の規制の対象として取り扱うこと。

（例）

ア　背景となる風景写真やイラスト（町や海の写真、山や森のイラスト）等

イ　レイアウトに使用する幾何学模様 等

ウ　ＢＧＭとして放送される音楽、効果音 等

エ　広告制作者の名称、広告の作成日、写真の撮影日 等

Ⅳ．禁止される広告について

１　歯科技工士法上禁止される広告

（１）　広告可能事項でない事項の広告

歯科技工士法により広告可能とされた事項を除いては、広告が禁じられている。なお、広告可能な事項については、本指針Ⅲを参照すること。

（２）　広告禁止事項の広告

歯科技工士法第 26 条第２項において「前項各号に掲げる事項を広告するに当つても、歯科医師若しくは歯科技工士の技能、経歴若しくは学位に関する事項にわたり、又はその内容が虚偽にわたつてはならない」と規定されている。

＜参考＞

◎歯科技工士法

（広告の制限）

第二十六条

歯科技工の業又は歯科技工所に関しては、文書その他いかなる方法によるを問わず、何人も、次に掲げる事項を除くほか、広告をしてはならない。

一　歯科医師又は歯科技工士である旨

二　歯科技工に従事する歯科医師又は歯科技工士の氏名

三　歯科技工所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項

四　その他都道府県知事の許可を受けた事項

２　前項各号に掲げる事項を広告するに当つても、歯科医師若しくは歯科技工士の技能、経歴若しくは学位に関する事項にわたり、又はその内容が虚偽にわたつてはならない。

２　他法令又は他法令に関する広告ガイドラインで禁止される広告

他法令に抵触する広告を行わないことは当然として、他法令に関する広告ガイドラインも遵守すること。

①　医療法

たとえば、医療法第３条第１項は、「疾病の治療（助産を含む。）をなす場所であつて、病院又は診療所でないものは、これに病院、病院分院、産

院、療養所、診療所、診察所、医院その他病院又は診療所に紛らわしい名称を附けてはならない。」と規定しており、歯科技工所等の名称を病院又は診療所に紛らわしい名称とすることを禁止している。

② 医薬品医療機器等法

例えば、医薬品医療機器等法第 66 条第１項の規定により、医薬品・医療機器等の名称や、効能・効果、性能等に関する虚偽・誇大広告が禁止されている。また、同法第 68 条の規定により、承認前の医薬品・医療機器・再生医療等製品について、その名称や、効能・効果、性能等についての広告が禁止されており、例えば、そうした情報をウェブサイト等に掲載した場合には、当該規定等により規制され得る。

③ 不正競争防止法

例えば、不正競争防止法第 21 条第３項の規定により、不正の目的をもって役務の広告等にその役務の質、内容、用途又は数量について誤認させるような表示をする行為等が禁止されている（同項第１号）ほか、虚偽の表示をする行為が禁止されており（同項第５号）、例えば、虚偽の内容に当たるものをウェブサイト等に掲載した場合には、当該規定等により規制され得る。

Ⅴ．相談・措置等の方法について

１　苦情相談窓口の明確化

歯科技工広告が、委託者に対する客観的で正確な情報伝達の手段となるよう、各都道府県、保健所設置市又は特別区においては、歯科技工所等の広告を実施する者に対する相談支援を行うとともに、委託者からの苦情を受けるための担当係を決め相談窓口を明確化されたい。

具体的な窓口としては、歯科技工士法第 26 条に係る部署等が想定されるが、各都道府県、保健所設置市又は特別区の判断により、適切な苦情相談の体制を確保し、当該苦情相談の窓口の連絡先を自治体のウェブサイトや広報誌等を通じて地域住民等に周知するべきである。

歯科技工所等の広告を実施する者からの相談窓口と委託者からの苦情相談の窓口が別々であったり、他の業務と兼任する形で運営されていたりすることは差し支えないが、実際に歯科技工所等や広告代理店等を指導する担当者も含めて、相互に情報を共有し、一体的な相談が効果的になされるよう適切な運用に努められたい。

２　消費者行政機関等との連携

歯科技工広告に関して、委託者からの苦情は、管内の消費生活センターに寄せられることも考えられるので、苦情・相談の状況について、定期的に情報交換する等、消費者行政機関との連携に努め、違反が疑われる広告に関する情報を入手した際には、速やかに必要な措置を講じられるよう情報共有のための連携体制を確立されたい。

３　広告関連法令との関係

医療法においては、「疾病の治療（助産を含む。）をなす場所であつて、病院又は診療所でないものは、これに病院、病院分院、産院、療養所、診療所、診察所、医院その他病院又は診療所に紛らわしい名称を附けてはならない。」（医療法第３条第１項）と規定されている。すなわち、歯科技工所等の名称を病院又は診療所に紛らわしい名称とすることを禁止している。

広告に関する規定は、重畳的に適用され得るものであるので、歯科技工士法に違反し、又は違反が疑われる広告等が同時に広告関連法令等に違反していることが疑われる場合については、都道府県等におけるこれらの法令の所管課室がそれぞれ連携しながら処分等を行う等、所要の取組を効果的に行われたい。

その際、違反事例に対して、一部の法令のみによる処分とするか、それぞれの法令で処分するかは、事例に応じて個別具体的に検討されるべきであるが、他法令に違反するとの理由や他法令に基づく処分を受けるとの理由で、歯科技工士法の広告違反が免責されることはない。他法令にも抵触する広告である場合にも、歯科技工士法や本指針による必要な措置を適切に実施されたい。

４　広告に対する措置の体制及び手順

歯科技工広告に対する措置は、各都道府県、保健所設置市又は特別区において、個別の事例に応じてその実状を踏まえつつ、効果的かつ柔軟に対応すべきものであるが、歯科技工士法等について相当の知識が求められることから適切な体制を整備する必要がある。

（１）　広告内容の確認

本指針を参考に、歯科技工広告として認められるものであるか等を判断することになるが、広告可能な事項に含まれる表現であるかどうか、あるいは、虚偽・誇大広告等に該当するかどうか等は、常に明確であるとは限らない。このため、違法性が疑われる広告等に対する確認に当たっては、

① まずは、歯科技工士法第 26 条に係る部署等において、歯科技工士法や本指針に抵触しないか否かを確認する
② 歯科技工士法第 26 条に係る部署等において、広告に該当するか判断できない情報物や違反しているかどうか判別できない広告については、その内容について、（別添１）の様式により、都道府県等の職員から厚生労働省医政局歯科保健課あてに電子メール等によって照会する

という手順を採るようお願いする。

また、歯科技工士法や本指針に違反していると判断できる広告について、広告を行う者が自らの管下の地域にない場合については、必要があると認める場合は、当該広告物及び入手できた広告の内容の根拠に関する資料等を添えて、広告を行う者が存在する地域を所轄する都道府県、保健所設置市又は特別区あてに速やかに報告されるようお願いする。広告を行う者の所在が不明である場合や海外の事業者等である場合には、厚生労働省医政局歯科保健課あてに報告いただくようお願いする。

（２）　広告違反の措置

以下に参考として、広告違反の措置について具体的に記載するが、各都

道府県等が個別の事例に応じて、効果的かつ柔軟に対応すべきものであり、以下のような手順に限定されるものではない。

ア　調査

歯科技工士法第 26 条に係る部署等は、第三者や内部の者からの通報等を端緒として歯科技工士法や本指針に違反することが疑われる広告又は違反広告の疑いがある情報物を発見した場合には、任意の調査として、当該広告又は情報物に記載された歯科技工所の開設者若しくは管理者等に対して、説明を求める等により必要な調査を行うこと。

イ　報告命令又は立入検査

歯科技工士法第 27 条に基づいて、同法に違反することが疑われる広告又は違反広告の疑いがある情報物を発見した際には、アに記載したようにまずは任意の調査を行うこととするが、任意の調査に応じない場合又は任意での説明や提出される書類に疑義がある場合等、必要な場合には、都道府県知事、保健所設置市の市長又は特別区の区長は、当該広告（違反広告に該当するおそれがあると認められる情報物の流布を含む。以下同じ。）を行った者に対し、必要な報告を命ずること（報告命令）、又は当該広告を行った者の事務所に立ち入り、当該広告に関する文書（広告物そのもの、作成段階の案、その他の内容が正確であるかを確認するために必要な書類等）等を検査させること（立入検査）により、調査を実施すること。

ウ　告発

違反広告を発見した場合には、刑事訴訟法（昭和 23 年法律第 131 号）第 239 条第２項の規定により、司法警察員に対して書面により告発を行うことについても検討すること。なお、罰則については、30 万円以下の罰金（歯科技工士法第 32 条第１項第３号）が適用される。

（３）　告発の対象者

告発の対象者は、違反広告の実施者が、個人である場合には当該個人であるが、歯科技工所の場合には、その開設者とし、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局等の場合には、その代表者とし、それらの者に加え、法人自体又は当該広告違反の主導的な立場にあった者等を事例に応じて対象とすること。

（４） 公表

刑事告発等を実施した際には、必要に応じて、事例を公表することにより、委託者に対して当該違反広告に対する注意喚起を行うこと。

Ⅵ. インターネット上のウェブサイト等について

１　基本的な考え方

（１） ウェブサイト等の原則的な取扱いについて

本指針Ⅱの６（２）のとおり、原則としてウェブサイト等は、歯科技工士法の規制対象となる広告には該当しない。もっとも、以下のアからウまでのように、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までの要件を満たすものについては広告に該当し、歯科技工士法の規制対象となる。

ア　バナー広告等

インターネット上のバナー広告、検索サイト上で例えば「歯科技工」を検索文字として検索した際にスポンサーとして表示されるもの、検索サイトの運営会社等に対して費用を支払うことによって意図的に検索結果として上位に表示される状態にしたもの、歯科技工所等のランキング等を掲載しているもので、歯科技工所等が掲載料・広告料を支払っているものや、口コミによる取材の基準やランキング等の決定の基準が恣意的なもの等（以下「バナー広告等」という。）については、実質的に本指針Ⅱの１に掲げた①から③までのいずれの要件も満たす場合には、広告として取り扱うこと。

この場合、バナー広告等にリンク先として設定されている歯科技工所等のウェブサイト等についても、バナー広告等と一体的な関係にあることによって一般人が容易に認知できる状態にあることから、本指針Ⅱの１に掲げた③の要件を満たすものであり、さらに本指針Ⅱの１に掲げた①及び②の要件を満たす場合には、広告として取り扱うこと。

イ　SNS での書き込み等

SNS での書き込み等については、公開範囲が限られていないものと、公開範囲が限られているものがある。

公開範囲が限られていない場合には、公開時から一般人が認識可能な状態であることから、本指針Ⅱの１に掲げた①から③までのいずれの要件も満たす場合には、広告として取り扱うこと。

公開範囲が限られている場合に関しても、公開時においては公開範囲に含まれる者のみが閲覧することとなるが、SNS の性質上、公開範囲に含まれる者が自ら当該書き込み等の情報を求めるものではない上、閲覧者が、当該書き込みについて何らかの反応を起こすことで、二次的、三

次的に伝達されることから、本指針Ⅱの１に掲げた③の要件を満たすものであり、さらにⅡの１に掲げた①及び②の要件を満たす場合には、広告として取り扱うこと。

ウ　その他

上記ア及びイの他、以下の例に示すようなインターネット上の情報については、実質的に本指針Ⅱの１に示す①誘引性、②特定性及び③認知性のいずれの要件も満たす場合には、法の規制対象となる広告として取り扱うものであること。

また、上記の条件を満たして広告として規制の対象となった下記の例示を入り口として閲覧するウェブサイト等についても、広告として規制される媒体と一体であることから規制対象となる広告として取り扱うものであること。

（例）

・　インターネット上に表示されている内容や検索サイトによる検索結果等に連動して表示されるスポンサー等に関する情報
・　検索サイトの運営会社に費用を支払うことにより上位に表示される検索結果

（２）　広告に該当しないウェブサイト等の取扱いについて

インターネット等を通じた情報の発信・入手が極めて一般的な手法となっている現状に鑑み、歯科技工士法の規制対象となる広告に該当しないウェブサイト等についても、その内容の適切な在り方について、本指針に定め、本指針により関係団体等による自主的な取組を促す。

ウェブサイト等により委託者を不当に誘引することは厳に慎むべきであり、ウェブサイト等に掲載されている内容を委託者が適切に理解し、選択できるよう客観的で正確な情報提供に努めるべきである。

２　本項目の対象

本項目は、インターネット上の歯科技工所等の情報全般を対象とするものであること。

３　ウェブサイト等に掲載すべき事項等

表示される情報の内容について、委託者が容易に照会できるよう、問い合わせ先を記載する、あるいはその他の方法により明示すること。

また、委託者向け情報であることを明記し、アクセスする者が委託者向け情

報である旨の確認をした場合に、当該ウェブサイト等にアクセスできる構造になっていることが望ましい。

４　ウェブサイト等に掲載すべきでない事項

（１）　歯科医療機関や歯科医業と誤認させるもの

歯科技工の業務は、歯科医師の指示により行われるものであり、一般人に対して歯科医業と紛らわしい情報提供をなすことのないよう特に留意されたいとしてきたところである。なお、ここで掲げるものは例示であって、他の場合であっても本指針の対象となり得る。

（例）

・　マウスピース型の矯正歯科診療を謳った歯科技工所のホームページ
・　歯科治療等に関する患者からの相談・問い合わせフォーム

（２）　他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの

「低価格」、「短納期」、「高品質」等、特定又は不特定の他の歯科技工所等と自らを比較の対象とし、提供する歯科技工の内容等について、自らの歯科技工所等が他の歯科技工所等よりも優良である旨を示す表現は、優良性について委託者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあるものであり、ウェブサイト等に掲載すべきでない。

（例）

・　低価格、短納期、高品質、最高、日本一

（３）　費用・納期を過度に強調したもの

委託者を不当に誘引するおそれがある費用の安さや納期の短さ等の過度な強調・誇張等については、ウェブサイト等に掲載すべきでない。

（例）

・　〇〇キャンペーン実施中！期間限定で〇〇割引！

（４）　内容が誇大なもの又は歯科技工所等にとって都合が良い情報等を過度に強調したもの

①　撮影条件や被写体の状態を変える等して撮影した歯科技工物等をウェブサイト等に掲載し、優良性を強調することは委託者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあることから、そうした写真等については内容が誇大なものとして取り扱うべきであること。

②　歯科技工所等にとって便益を与えるような感想等のみを意図的に取

捨選択し掲載する等して強調することは、委託者を誤認させ、不当に誘引するおそれがあり、ウェブサイト等に掲載すべきでない。また、委託者に謝礼を支払う等して、当該歯科技工所等にとって便益となるような感想等のみが出されるように誘導し、その結果をウェブサイト等に掲載することについても、同様に行うべきでない。

（例）

・　意図的に取捨選択し掲載した歯科医師からの声

（５）　内容が虚偽にわたる又は客観的事実であることを証明することができないもの

ウェブサイト等に掲載された内容が虚偽にわたる場合、委託者に著しく事実と相違する情報を与え、委託者を不当に誘引するおそれがあるため、ウェブサイト等に掲載すべきでない。

（６）　実質的に歯科医療機関の広告と思われるもの

歯科技工所のウェブサイト等としつつ、患者を特定の歯科医療機関に誘引するような内容は、実質的に歯科医療機関の広告に該当すると考えられるため行うべきではない。

（７）　歯科技工士法以外の法令で禁止されるもの

ウェブサイト等への掲載に当たっては、本指針Ⅳの２に例示する規定を含め、広告関連法令等も併せて遵守すること。

（８）　公序良俗に反するもの

残虐な画像・映像、差別を助長する表現等の公序良俗に反する内容については、ウェブサイト等に掲載すべきでない。

（別添１）

歯科技工士法第 26 条の規定違反が疑われる広告等について（照会）

厚生労働省医政局歯科保健課あて

都道府県等名＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

１．広告等の対象となった歯科技工士の氏名又は歯科技工所等の名称、所在地
　名　称：
　所在地：

２．広告等の発見時期　　年　　月　　日

３．広告等の発見経緯

４．広告等を行った者
　名　称：
　住　所：
　連絡先：
　その他：（広告等の対象となった者との関係等）

５．広告等の主な内容

６．違反が疑われる事項

７．広告等の対象者や広告実施者への調査状況
　広告対象者：　有　・　無
　広告実施者：　有　・　無

８．調査した内容

９．厚生労働省に確認したい事項

10. 担当者名及び連絡先

担当者名：

所属部署名：

電　話：

11. その他

※照会する広告又は疑いのある情報物の写しや写真等、入手できた広告等の内容の根拠に関する資料を添付すること。

※電子メールによる照会を原則とするが、映像や音声による広告等や容量が非常に大きなファイルを添付する等、電子メールでの送付が難しい場合には、あらかじめ医政局歯科保健課の担当者に相談すること。