

経営 VOL.44

医療業界のホームページの適切なあり方とは？

先日、厚生労働省が「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針」を発表いたしました。

この通達は、特に、美容整形業界のホームページに記載されている自費診療の内容についてトラブルが増加している状況を踏まえ、医療業界全体のホームページに関する自主的な取り組みを呼びかけたものです。

今号では、この通達についてのポイントをご紹介します。

【具体的には、どのような内容なのでしょう…？】

原文は厚生労働省のホームページに掲載されていますが(※)、概要は、「医療機関においては、営利を目的として、ホームページにより国民・患者を不当に誘引することを厳に慎み、国民・患者保護の観点も踏まえ、ホームページに掲載されている内容を国民・患者が適切に理解し治療等を選択できるよう、客観的で正確な情報提供が行われるべきである」、となっております。

要約しますと、「事実の誇張や誤認を与えるような表現はホームページに掲載すべきではなく、治療の選択に必要な最低限の情報を載せるべきである」という内容です。

たとえば、眼科での「日帰り白内障手術」では、術後の経過観察が必要であるにも関わらず、「1日で治療が完了します！」という内容をホームページに掲載してしまえば、患者さんは「え？1日じゃなかったの？」と誤解してしまうようなケース等が考えられ、行政から指導が入る可能性があるということです。

また、医療機関の名称と併せて、「周産期センター」や「リハビリセンター」などの「〇〇センター」と併記している医院も注意が必要です。

行政から正式な認可を受けていれば問題ありませんが、「〇〇センター」という名称を併記しますと、「その診療分野において国や都道府県などからお墨付きであり、地域の中核的な機能を担うと認める医療機関である」という印象を与える可能性があるため、行政から不認可の場合には、この「〇〇センター」も“誇大”とされています。

ただし、院内の一部門で、医療機関の名称と切り離して使用する場合は、原則として「誇大」とはなりません。

【医師個人のブログにまで影響は及ぶのか？】

ご存知の通り、医療に関する広告は、医療法に規定された事項以外は禁止されています。

では、医師個人が運営しているブログについても行政指導の対象となり得るのでしょうか？その答えは…、

「場合によっては行政指導の対象となり得る」です。

もちろん、普通に自分のブログ上で主観を述べただけでは行政指導の対象とはならず、指導対象になる条件としては、『ブログ』と『医院のホームページ』が一体となっている場合なのです。

たとえば、勤務先の医療機関にリンクやバナーが張られていることがありますが、その場合、患者さんを不当に誘引してしまう可能性がありますので、実質、医院のホームページで謳っているのと同様の扱いとされています。

では、『ホームページのトップページからリンクされているはいけないのか？』、『医師紹介のページであれば良いのか？』というところまで話が発展しそうですが、このあたりの「ブログと医院のホームページが一体である」という判断基準は具体的には明記されていません。

ただ、相互の関連性が強ければ、行政指導の対象となる可能性が十二分にあるということです。

【自院のホームページを今一度見直しましょう】

医療機関が提供しているサービス(＝治療)は、人体に及ぶ影響力が非常に大きく、また、医療従事者と患者さんとの間で情報のギャップが大きい業界です。今後、ますます誤解・誤認を招くような表現が“規制”される可能性が高いと考えられます。

開業以来、ホームページを作ったものの、長期間「放置」されているページが散見されますが、このご時勢、たとえ医院の様子を見たり、看板を見た場合であっても、最終的には、一度医院のホームページを確認した上で来院される方の割合が増加しているのは確かです。

今号をご参考にして頂き、自院のホームページの更新や見直しをじっくりされてみてはいかがでしょうか。

(※) 今号の補足：医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針

…平成24年9月28日、厚生労働省より本文中にてご紹介いたしました「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針(医療機関ホームページガイドライン)」の原文は、以下のURLをご覧ください。

【参考URL】 <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002kr43.html>