

电子医务道德规范（2.0 版）

特定非营利活动法人日本网络医疗协会

前言

互联网的世界正在发生令人瞩目的变化。宽带的普及，移动电话和便携式信息终端设备的随手可得，使人们得以十分方便地利用互联网。如今，互联网已逐渐成为日常生活中不可或缺的工具。和在其它领域一样，互联网在医疗、保健、福利等领域的运用也日益广泛，有关疾病或医疗机关的信息及其相关服务的内容也变得越发多样化。互联网能够跨越立场、地理、时间等因素的制约将人们互相连结起来，鉴于它的这一特性及其潜在的力量，今后想必还会出现各种新的应用与服务。然而，回顾互联网至今的发展史，我们不难发现，在期待互联网的无限可能的同时，各种亟待我们解决的问题也不断涌现了出来。如何确保信息和服务的质量，如何保障隐私和安全等问题日渐迫近，我们需要找出应对这些问题的措施和解决方案。

IT(电子医务)在内容、通讯、护理、服务、商业行为等保健领域中运用得较多。电子医务道德规范是为确保在上述领域中提供的信息和服务的质量，进而保障保健领域中的重要课题——个人隐私保护问题而独立制定的准则。本道德规范旨在为医疗机关、企业、团体指明在设计构建可信赖网站过程中应当注意的事项。与此同时，它对运营一个方便易用的网站以及与用户保持更好的关系也有所助益。日本网络医疗协会（JIMA）有这样一个认证项目：依照此电子医务道德规范的标准对实际的医疗相关网站进行评估和审查，对于达到一定水准的机关，将授权其在网站上使用特定的“信赖标记”。现在，我们一般认为互联网是用户在基于一定程度的自我责任认可的情况下对信息和服务的使用。但是，对于诸如医学信息等专业知识的信息，我们需要慎重地对待。另外，对于信息提供者而言，站在用户的立场上考虑问题这一点也越来越重要。

互联网的应用技术在不断地进步。如今，出现了许多前所未有的新技术和新服务，比如说博客、SNS（社交网络服务）等社区网络服务，还有诸如“第二人生”之类的可以给人们提供假想空间的网络服务。随着这种新趋势的出现，我们可以预见到将会遇到一些利用生疏的服务时所会面临的问题。因此，设法制定规范以确保新服务的质量是很有必要的。

日本网络医疗协会率先制定和运用了电子医务道德规范并将其作为民间独立制定标准。此次以互联网运用环境的变化和可以预见的将来的应用方法为根据，对 1.1.0 版本进行了修订，制定出了更新后的 2.0 版本。为了使本规范更易理解，更便于实施，新版本对全文的结构进行了修改，对文章的叙述进行了大幅度的添加和修正，例如补充了医疗机关提供服务的领域。此外，还举例说明了应当参照的相关法令和行政方针。特别是目前在宣传的管理上，医疗机关的网站首页并未被列为医疗法中广告限制的对象，对首页上刊登的信息内容的管理仰赖于刊登广告的医疗机关的自觉性。然而将来政府部门或相关团体出台一些指导方针时，为与方针内容相协调，本规范今后会适时地进行修改。再者，对于未在此详细做出规定的事项（尤其是如何应对假想空间）或者今后新出现的课题，应遵循站在用户和运营者双方的立场，以安全性和有用性为出发点进行应对的原则，诉诸当事者正确独立的判断。

电子医务道德规范的适用对象

电子医务道德规范的适用对象有：通过互联网提供保健方面信息和服务的机关、组织、法人、团体、个人，或由以上要素构成的网状组织。此外，未被列入以下项目，但仍可适用本道德规范的，在此不做硬性规定。

- 医院、诊所、药房、妇产科医院等医疗机关
- 医生、药剂师、护士、保健师等医疗及保健指导业从业人员
- 健康保险行会等的承保人
- 健康诊断机关
- 保健指导机关
- 提供有关医疗、保健、福利等方面信息及服务的官方机关、组织
- 提供有关医疗、保健、福利等方面信息及服务的民间法人、团体、组织
- 制药公司、医学研究机关
- 大学、专科学校等教育机关
- 学术团体
- 患者团体
- 个人

电子医务道德规范的构成与运用

电子医务道德规范就网站上提供的信息与服务及其提供的方法给出了一定的标准。为了便于对本规范的整体理解，在此将关于网站运营者信息的公示作为基本项目，根据主要内容将其分为内容、通讯、护理、服务、商业行为和隐私 6 个大项，在次级项目中列出标题，在小款项中进行详细阐述。网站的运营主体者在进行自我评估时，根据所提供信息和服务的范围，对符合的项目的参照、完成度进行独立自主的评价。由于项目的不同，参照完成度的判断标准难以设定，因此有时会被评估者的主观思想所左右。另外，有在此规定之外的项目出现时，运营主体者有必要制定恰当的、应有的标准进行自我评定，自主地为提高和改善质量而努力。

1 基本信息的公示

1.1 有关运营主体者的信息的公示

公示网站运营主体者的基本信息，包括网站运营者的名称（法人、团体名称）、公司法人代表名称、地址、电话号码、传真号码、电子邮件地址等。若无特殊原因，以上信息应醒目地记载于首页及与首页直接链接的页面上。

1.2 有关赞助方信息的公示

在网站运营中，有获取广告主或其他资金援助来源等赞助的情况，或是通过链接外部盈利网站而获得利益的情况，都要对此进行公示。

1.3 网站利用方法的介绍

若该网站的利用对设备的种类，如个人电脑、手提电脑、移动电话等，以及对互联网通讯环境有特殊要求或有特定使用方法的场合，则应当进行简洁易懂的介绍。

1.4 注意事项的告知

关于网站利用过程中的安全保障、隐私保护和其他涉及到用户安全的注意事项、免责声明，要简单明了地进行告知。

1.5 咨询窗口的设立

设立窗口来受理用户对于网站运营的整体咨询、意见和投诉。将网站的运营委托给外部公司，咨询窗口由受托方进行管理的情况下，应标示出受托方的名称、电话、电子邮件地址等信息。

2 网站内容

所谓网站内容，指的是有关疾病或治疗的一般信息，以及医疗机关等以广告宣传为目的提供的、关于医疗功能和业务的介绍。尽管这类信息通常以文本形式出现，但数字、数据、图像（包括静态图像和动态图像）、声音形式的信息也全部涵盖于此概念之中。以上网站内容在明确指示出提供者、目标受众、使用方法的基础上，还应确保其内容的客观性和准确性，注意其是否被正确、安全地使用。

2.1 关于网站内容提供者的信息

关于网站内容提供者的信息要进行公示。当网站内容提供者与网站运营主体并非同一方时，应明确两者之间的关系。

2.2 提供网站内容的对象

- 2.2.1 要明确网站内容是为哪个特定人群而提供。尤其是有关医学方面的网站内容，其目标受众究竟是医务人员等拥有专业知识的人群，还是患者、市民等普通用户，这一点一定要明确。另外，对于网站内容接收者，根据其居住地区、年龄、性别等的差异，使用语言和适用内容方面有所不同的网站内容，要明白易懂地进行介绍。
- 2.2.2 根据前项，为使用户能更方便地辨别网站内容，要在版块区分、版面和布局的改变上多下功夫。此外，目标受众在网站内不同版块页面之间转换时，要给出告知。

2.3 网站内容的信息和使用方法

对所提供的网站内容的信息和使用方法要进行简单明了地说明。

2.4 利用网站内容的条件

根据用户是否为注册会员以及是否收费，可利用的网站内容会有所不同或受到限制。对于这类场合，应进行简单说明。另外，在利用网站内容时需要个人信息注册或用 ID 和密码

登录的，要确保事先说明并获得同意后再提供网站内容的这样一个流程。

2.5 使用时的注意事项

在利用网站内容时有特别需要介绍的内容、注意事项和免责事项的场合，应明确告知。

2.6 网站内容的撰写、制作与编辑

2.6.1 有关网站内容的撰写、制作与编辑的信息要明示。

2.6.2 对于专业性强的医学方面的网站内容，为了方便用户判断内容的可信度，要注明该网站内容的撰写、制作、编辑者是否为医学领域的专家。

2.7 网站内容的著作权

2.7.1 处理关于网站内容的撰写、著作权方面的问题时，应参照著作权法等相关法规。另，处理商标权等特定权利方面的问题时，则参照商标权方面的有关法规。

2.7.2 关于网站内容的撰写和提到的信息是原创的，还是参考或引用而来的，要做到便于用户自行辨别。

2.7.3 关于第三方对所提供网站内容的再次利用，要明确说明可否转载，有偿转载的则应给出必要的告知。

2.8 网站内容的客观性、准确性

要能保证所提供网站内容的客观性和准确性。

2.9 网站内容的时新性

2.9.1 要能保证所提供网站内容的时新性。

2.9.2 对于经过一段时日后意义和评价有所改变的网站内容，应根据需要附上适当的说明。

2.9.3 应指出网站内容的最新发表日期和更新日期。

2.10 医学信息

2.10.1 医学信息要有科学依据和确证，应达到符合当今趋势的水准。

2.10.2 若所提供的网站内容目前尚未有确切的评价，则应加上必要的说明，或者提供相关的参考信息，使用户能在知情的情况下自行做出判断。

2.11 医疗的实际效果信息

2.11.1 关于医疗的实际效果的信息，要设法将能客观评价的效果信息和难以评价的区分开来，根据各自的特性运用相应的信息提供方法。

2.11.2 关于医疗的实际效果的信息，要尽量避免造成患者、市民等普通用户的误解，减少理解困难的情况的出现，这一点尤其要注意。

2.12 第三方机关的评定、认可信息

2.12.1 在医院设施实际所能提供的医疗功能、或者网站所提供的信息和服务方面获得第三方机关评定认可的情况下，公布时只要对评定认可这件事和评定结果等客观信息点到即止，以免引起用户的误解和误会。

2.12.2 公示获得第三方机关评定认可这件事时，若评定认可信息在第三方机关提供的网站上有公布的，应附上链接以证明该信息属实。

2.12.3 要确保第三方机关评定认可信息的时效性。当认可信息发生改动，如撤消或更新时，

应及时对信息进行修改和更新。

2.12.4 所获得之第三方机关的评定认可标记，若在使用方法上有所规定的话，应遵守既定标准。

2.13 第三方评定和口头传播信息

由于在大众媒体的报道、著作、口头传播与评定无法完全保证其客观性，因此在引用或转载上述媒体提供的信息时，应当注意避免使用暗示自身优越性的夸张的表达方式，以免造成用户的误解和误会。

2.14 信息的来源

对于所提供信息的内容，如果有必要的话，要注明信息的来源。

2.15 恰当的表达

2.15.1 网站内容所采用的表达方式，要与主要目标受众的阅读理解能力相符。

2.15.2 在文章和表达方面，要注意用词和语法是否贴切、正确、易于理解。

2.15.3 所用文字的大小、颜色应做到便于用户阅览。

2.15.4 在通过图像（包括静态的和动态的）、声音和其他特殊的软件程序提供信息时，要注意考虑到用户所能获得的互联网利用条件，从而进行合理的利用。

2.16 网站内容的提供方法

提供文件下载等服务的场合，应提供文件容量、下载方法和所需软件等相关介绍信息。

2.17 链接和框架

2.17.1 经由链接转向营利站点或赞助商等的外部网站时，应当通过中间的介绍页面、弹出窗口或其他方法，来明确地告知用户已转到外部网站。

2.17.2 链接到的页面是自己网站内部的还是外部网站的，应当做到易于区别。

2.17.3 避免出现不可用的链接，不论是通往网站内部的，还是转向外部网站的。

2.17.4 框架中（画面分割）外部网站和所提供网站内容出现在同一页面上时，应使用户知情。

2.17.5 不设立未经外部网站同意的框架。

2.18 照顾到利用者的处境

预想到用户的视力、听力等身体机能上不便的情况下，应设法找出特殊的提供方式（无障碍设施）以减轻用户的负担。

2.19 告知用户所提供信息不可作为诊断、治疗的替代

提供有关疾病的诊断与治疗的信息时，应告知用户所提供信息仅作参考之用，不可取代实际的诊断与治疗。

2.20 向专家咨询

“在利用信息时有疑问或不明确的地方，建议咨询医生等专业人员，听取他们的意见。”应做出如上附注，以引起用户注意。

2.21 对相关法规的遵守

- 2. 21. 1 关于网站内容及其提供方式，在有相关法令、规则、方针、通知的情况下，应自觉遵守。
- 2. 21. 2 根据医疗机关在互联网上所提供的信息和提供方式的不同，可能会成为医疗法中广告限制的对象，这一点请参见福利劳动部制定的“有关医生、牙医、医院和诊所可做广告的项目及知道广告规范化的相关方针（医疗广告指导方针）”。

3 通讯服务

通讯服务包括：电子邮件、邮件抄送、电子公告牌、博客、社交网络服务（SNS）、视频会议系统，等等。它需要医务人员、患者、家属、赞助集团在通过互联网交流时，谅解由于无法面对面所造成的局限，彼此认同对方的立场，在照顾到礼仪礼节的基础上努力使相互关系更密切。

3. 1 关于通讯提供者的信息

有关通讯（服务）提供者的信息要予以公示。因利用外部服务等造成通讯提供者与网站运营主体者不一致时，要明确两者间的关系。

3. 2 提供通讯服务的对象

应明确通讯服务是为哪些人群而提供。根据医务人员、患者等立场的不同，可利用的通讯服务内容不同的情况下，要对用户作出简要介绍。

3. 3 通讯服务的内容和使用方法

应简明告知所提供的通讯服务的内容和使用方法。

3. 4 利用通讯服务的条件

根据是否为会员、是否收费等条件的不同，可利用的通讯服务有所不同或限制。这种情况下应对使用条件进行简单说明。另外，在利用通讯服务时需要个人信息注册或用 ID 和密码登录的，要确保事先说明并获得同意后再提供通讯服务的这样一个流程。

3. 5 使用时的注意事项

在利用通讯服务时有特别需要介绍的内容、注意事项和免责事项的场合，应做出明确告示。

3. 6 电子邮件

- 3. 6. 1 通过电子邮件进行 1 对 1 的私人通讯的场合，应事先互相明确收发邮件的对象是谁。
- 3. 6. 2 不使用一般受理咨询的电子邮件处理有关疾病、健康方面问题问询的情况下，应当事先告知用户，以免用户误投较隐私的信件。

3. 7 邮件杂志

提供邮件杂志服务的场合，要将初学者考虑在内，对邮件杂志的构成和使用方法进行简单易懂的介绍。

3.8 邮件抄送

- 3.8.1 提供邮件抄送服务的场合，要将初学者考虑在内，对邮件抄送的构成和使用方法进行简单易懂的介绍。
- 3.8.2 在有关邮件抄送服务的管理和运用上，有免责和禁止事项的，应当事先以用户能理解的方式进行告知。

3.9 电子公告牌

- 3.9.1 提供电子公告牌（亦称“电子会议室”）服务的场合，要将初学者考虑在内，对电子公告牌的构成和使用方法进行简单易懂的介绍。
- 3.9.2 在有关电子公告牌的管理和运用上，有免责和禁止事项的，要遵循用户同意、明白上述事项后方可利用服务的这样一个顺序。

3.10 博客

- 3.10.1 提供博客服务的场合，要将初学者考虑在内，对博客的构成和使用方法进行简单易懂的介绍。
- 3.10.2 在有关博客的管理和运用上，有免责和禁止事项的，要遵循用户同意、明白上述事项后方可利用服务的这样一个顺序。

3.11 SNS（社交网络服务）

- 3.11.1 提供 SNS 服务的场合，要将初学者考虑在内，对 SNS 的构成和使用方法进行简单易懂的介绍。尤其是，SNS 对姓名、住址、性别等个人信息的公开范围的设定方式的不同，可能会引起意想不到的麻烦，这一点要提醒用户多加注意。
- 3.11.2 在有关 SNS 的管理和运用上，有免责和禁止事项的，要遵循用户同意，明白上述事项后方可利用服务的这样一个顺序。

3.12 外部服务的利用

在博客、SNS 服务的提供方面利用外部接入商提供服务的场合，在明确组织的管理运营者是谁的同时，应使用户理解管理责任的范围和运营方针。

3.13 通讯服务的中止和退出

在用户希望中止或退出邮件杂志、邮件抄送、电子公告牌、博客、社交网络服务(SNS)等通讯服务时，为了能顺利、迅速的办完手续，要确保有必要的介绍和受理体系。

3.14 咨询窗口

对受理用户就所提供的通讯服务提出的问询、意见、投诉的窗口进行记载。

3.15 最新通讯

随着互联网和 Web 应用技术的发展，可能会有新的通讯方式出现，在这种情况下，应将初学者考虑在内，对其构成和使用方法进行简单易懂的介绍，以避免用户利用不当，蒙受损失。

3.16 对相关法规的遵守

- 3.16.1 关于通讯服务的提供，在有相关法令、规则、方针、通知的情况下，应自觉遵守。
- 3.16.2 在电子邮件、邮件杂志、邮件抄送等的利用上，向除该医疗机构患者、相关人员之

外的一般人发送含有邀请其前往特定医疗机构就诊的意图的邮件，此类情形会被视作广告行为，成为医疗法中广告限制的对象，关于这一点要特别注意。

4 护理

关于护理，除了福利劳动部所定义的“运用信息通讯设备作为诊察治疗的辅助”的远程治疗、电话复诊之外，还包括医生在疗养方面对慢性疾病患者提出的被认为有用的后续建议和指导。没有就诊这一前提，或与所接受治疗无关的医疗方面的咨询和建议不计在护理范围之内。提供护理的时候，应尽力在顾及到接受服务者的条件和状态的基础上确保服务的安全和质量。

4.1 关于护理提供者的信息

- 4.1.1 有关护理提供者的信息要予以公示。因利用外部服务等造成护理提供者与网站运营主体者不一致时，要明确两者间的关系。
- 4.1.2 对于实际的护理由医生或医疗、保健指导工作者等具有专业资格的人员执行的场合，在确保其资格认定的有效性的同时，应设立数据库使用户能客观地就相关资格信息进行察看和确认。

4.2 提供护理的对象

应明确指出护理服务是为哪些人群而提供。

4.3 护理的内容和使用方法

关于所提供护理的内容和使用方法，应做简单说明。

4.4 利用护理的条件

关于所提供护理的使用条件应进行简单介绍。尤其是在线提供护理时，关于该疾病的“患者-医生”的既存关系等问题，必须在护理提供方和接受方双方面对面的前提下解决。

4.5 关于费用等的信息

用户对所提供护理须承担费用的场合，应事先明确告知。

4.6 使用时的注意事项

在利用护理时有特别需要介绍的内容、注意事项和免责事项的场合，应做出明确告示。

4.7 职业道德

医生、医疗保健指导工作者等具有专业资格的人员应遵守医疗服务提供者的职业道德和行为规范，以使患者及一般用户能在网络上获得高质量的护理和服务。

4.8 在线护理

提供在线护理服务时，应充分辨别在线互利的范围和限度，遇到不宜在线护理的场合，应根据具体情况作出相应对策，如转为就诊、面谈等。

4.9 紧急情况的应对

应明确指出在线护理不适用于紧急情况。要预先告知用户，紧急情况下，应优先采取前往医疗机构、或者通过电话向医生进行咨询以获得恰当的建议之类的方法。

4.10 应对时间

要规定在线护理所需的应对时间（最长等待时间），并预先告知用户。

4.11 对相关法规的遵守

关于护理的提供，在有相关法令、规则、方针、通知的情况下，应自觉遵守。

5 服务

利用互联网，向患者、个人及医疗机构等提供诊疗预约或医疗咨询，以及诊疗信息、治疗方法、健康信息的保管、传送和提供等医疗保健方面的服务或流程的场合，要对服务的使用方法和注意事项进行简要说明，同时还应注意不要损害用户的安全和利益。另，这里所说的服务指的是所提供医疗服务的连带服务，应与下一项中列举的以营利为主要目的的商业行为区分开来。

5.1 关于服务提供者的信息

有关服务提供者的信息要予以公示。因利用外部服务等造成服务提供者与网站运营主体者不一致时，要明确两者间的关系。

5.2 提供服务的对象

应明确指出服务是为哪些人群而提供。尤其是在根据目标对象不同提供不同服务的场合，要明确告知这种差别，并简单地做出介绍。

5.3 服务的内容

关于所提供服务和内容和使用方法，应进行简单说明。

5.4 利用服务的条件

根据是否为会员、是否收费等条件的不同，可利用的服务的内容有所不同或限制。这种情况下，应对使用条件进行简单说明。另外，在利用通讯服务时需要个人信息注册或用 ID 和密码登录的，要确保事先说明并获得同意后再提供服务的这样一个流程。

5.5 使用时的注意事项

在利用服务时有特别需要介绍的内容、注意事项和免责事项的场合，应做出明确告示。

5.6 停止使用服务

停止使用服务的方法和条件应向用户给出明确告知。

5.7 有偿服务的提供

对所提供服务收取费用的场合，应公示出必要的关于费用和条件的必要信息。

5.8 对于诊断、治疗的相关信息的提供

向个人提供诊疗信息、治疗方法等诊断治疗方面的信息的场合，应当预先告知用户信息的内容、范围、提供的结果等相关情况，在取得用户同意后再进行服务。

5.9 关于医疗方面的咨询

应告知用户没有进行面对面诊疗的关于医疗方面的咨询不可代替作为诊断治疗的替代。

5.10 与商业行为的区别

下一项中将提到的商业行为和服务同时进行，应注意不要将两者混淆。

5.11 服务中断时的应对

在线提供的服务因通讯和信息系统的维护或故障而停止和中断的情况，应当事先介绍替代手段或非常时期的应对方法。

5.12 关于服务的咨询窗口

关于在线提供的服务，为了方便用户提问和咨询，除电子邮件地址之外，还应写明电话、传真等联络方式。

5.13 对相关法规的遵守

在利用互联网提供保健医疗方面的服务时，若有相关法令、规则、方针、通知的，应自觉遵守。

6 商业行为

商业行为指的是，利用互联网进行的医疗保健方面的产品销售或服务提供，以及广告、宣传等营利活动。在上述商业行为的实施中，应遵守相关法律、通知，充分考虑用户的利益和安全，公正并有诚意的进行业务活动。

6.1 关于商业行为提供者的信息

在进行产品或服务的销售提供以及其他各营利活动时，应当公示商业行为提供者的相关信息。因利用外部服务等造成商业行为提供者与网站运营主体者不一致时，要明确两者间的关系。

6.2 提供商业行为的对象

应明确指出商业行为是为哪些人群而提供。尤其是在根据目标对象不同提供不同内容的商业行为的场合，要明确告知这种差别，并简单地做出介绍。

6.3 商业行为的内容

关于所提供商业行为的内容和使用方法，应进行简单说明。

6.4 利用商业行为的条件

明确指出商业行为的使用条件，在开始使用商业行为时，要确保取得同意后再提供商业行为的这样一个流程。

6.5 使用时的注意事项

在利用商业行为时有特别需要介绍的内容、注意事项和免责事项的场合，应做出明确告示。

6.6 停止使用商业行为

停止使用商业行为的方法和条件应向用户给出明确告知。

6.7 商业行为的咨询窗口

对于所提供的商业行为，应提供可直接咨询的窗口或联系方式。

6.8 与医学类网站内容的分离

避免在有医学类网站内容的页面上进行产品或服务的销售提供、广告宣传等营利活动。

6.9 与交流的分离

在进行非面向特定对象的，不以宣传为目的的交流的场合，如电子邮件、邮件杂志、邮件抄送、电子公告牌等，应避免进行产品或服务的销售和提供、广告宣传等营利活动。

6.10 链接

6.10.1 不要通过链接及弹出画面等方式直接地诱导用户从医学类网站内容的页面转到商业行为页面。

6.10.2 当从其他页面转到商业行为页面时，应使用户能方便地通过返回按钮回到原先的页面。

6.11 广告、宣传

6.11.1 通过电子邮件等展开的广告、宣传等营利活动，只有在用户明确表示接收，或事先告知用户并征得同意后方可进行。

6.11.2 应保障用户即使在选择了接收广告、宣传等营利活动之后，仍可随时提出中止申请。

6.12 有关疾病、健康方面的咨询和建议

应向用户告知，由不存在“医生-患者”这一既定关系的地方提出的有关疾病健康方面的咨询和建议无法取代实际的诊断和治疗，无论收费与否。

6.13 对相关法规的遵守

6.13.1 在利用互联网进行产品或服务的销售和提供、广告宣传等营利活动时，若有相关法令、规则、方针、通知的，应自觉遵守。

6.13.2 在符合“特殊交易法”（该法规以通过互联网进行的通讯销售等贸易为对象）的场合，应遵守。

7 隐私

个人信息除了姓名、住址等一般的个人信息外，还包括有关个人健康状况和疾病的信息，这两者共同构成了个人信息的定义。在电子医务中，处理个人信息时，应制定有关个人信息保护的方针并遵守。此外，为防止对网络的不正当利用和由此造成的对个人信息的非法获取、数据窜改、或者内部泄露，要设法制定出包括信息系统的安全管理在内的安全对策。

7.1 是否使用个人信息

在网站的运用中，若有对个人信息进行使用的情况，应进行公示。

7.2 对个人信息管理负责人的公示

对个人信息管理负责人要进行公示。当网站的运营主体者和实际服务的提供者不一致时，应明确指出哪一方为个人信息管理的负责人。

7.3 隐私条款的制定

在网站使用个人信息的场合，个人信息管理负责人应制定包含个人信息保护对策在内的处理方针，并作为个人信息保护方针或隐私条款进行公布。

7.4 隐私条款

7.4.1 隐私条款要在网站首页及要求用户提供个人信息的页面上进行直接的公布，或通过链接独立页面进行公布。

7.4.2 隐私条款应当使用易懂的词汇和表达方式，以构成简洁的文章。

7.4.3 对隐私条款的完成日期、更新日期、修订情况都要做记载。

7.4.4 个人信息使用方法发生变更的时候，应立即修改隐私条款，更新告示。

7.5 隐私条款的要素

作为隐私条款的基本要素，应就个人信息的使用对下列项目做出规定并记载。

- (1) 获得个人信息的是谁。
- (2) 何时获得个人信息。
- (3) 获得了哪些个人信息。
- (4) 使用个人信息的是谁。
- (5) 使用个人信息的目的为何。
- (6) 是否向第三方提供个人信息，及是否有此打算。
- (7) 若有向第三方提供个人信息的情况，是向谁提供，提供的目的又是什么。
- (8) 管理个人信息的是谁。
- (9) 确定用户本人对个人信息的认可及其方法。
- (10) 确定用户本人是否可对个人信息进行更新、修改和删除，及其方法。
- (11) 通过提供个人信息可获得之服务的内容和条件。另，对不提供个人信息所带来的不利之处的说明。
- (12) 使用个人信息或向第三方提供时，应事先征得本人的同意。
- (13) 公示个人信息的保存时间（或删除日期）。

7.6 隐私条款的实施

在制定有隐私条款的情况下,应在网站的运用和相关业务方面构筑适当的体制以使隐私条款得以实施。

7.7 安全

- 7.7.1 在链接到设施内部局域网、外部互联网时,应根据特定网络环境采取有效的安全措施,如对防火墙的设置、对防病毒软件的使用、对数据的密码化等。
- 7.7.2 有通过内部或外部第三方机关针对安全对策的执行情况进行评估、监督检查的,应做出公示。

7.8 对相关法规的遵守

- 7.8.1 关于个人信息保护,在有相关法令、规则、方针、通知的情况下,应自觉遵守。
- 7.8.2 使用个人信息时,应遵守“个人信息保护法”及以此为基础的指导方针,如“有关医疗、护理从业者对个人信息的恰当使用的指导方针”、“有关健康保险行会对个人信息的恰当使用的指导方针”、“有关公民健康保险行会对个人信息的恰当使用的指导方针”等。此外,在安全方面,应遵守“有关医疗信息系统的安全管理的指导方针”。

附录

1. 本道德规范(1.0.0版)于2003年4月1日起实施。
2. 1.1.0版本与2004年8月1日修订,同年9月1日起实施。
3. 2.0版本于2007年7月1日修订,同日起实施。