

# これまでの議論を踏まえた 広告ガイドライン（案）作成方針について

1. ガイドラインの作成について	.....	2
2. 広告可能事項の広告可能な範囲について	.....	5
3. 相談・指導等の方法について	.....	17
4. インターネット上のウェブサイト等について	.....	18
5. 非医業類似行為を業とする者に関する広告について	.....	22
6. 中・長期的課題として引き続き検討していくもの	.....	23
7. ガイドライン作成スケジュールと今年度の位置づけ	.....	24

## 1. ガイドラインの作成について

(1) 広告規制の趣旨及び広告の定義を以下のとおり示してはどうか。

### 【広告規制の趣旨】

- あはき、柔整に関する広告は、法又は告示により制限されてきたところであるが、これらの規定の解釈及び運用をガイドラインに定めることにより、利用者が適切に施術所を選択するために、必要な情報が正確に提供され、その選択の支援と利用者の安全向上に資することを目的とする。

### 【広告の定義】

- 次の①から③のいずれの要件も満たす場合に広告に該当するものと判断する。
  - ① 利用者を誘引する意図があること【誘引性】
  - ② あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業又は柔道整復の業を提供する者の氏名又は施術所の名称が特定可能であること【特定性】
  - ③ 一般人が認識できる状態にあること【認知性】

# 1. ガイドラインの作成について

(2) 基本的な考え方について、以下のとおり示してはどうか。

## 【基本的な考え方 ①】

あはき・柔整に関する広告は、利用者保護の観点から、次のような考え方に基づき、あはき師法、柔整師法等によ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。

- ① あはき及び柔整は、人の生命・身体に関わる施術であり、不当な広告により利用者が誘引され、不適当な施術を受けた場合の被害は、他の分野に比べ著しいこと。
- ② あはき及び柔整は、極めて専門性の高い施術であり、利用者はその文言から提供される実際の施術の質について事前に判断することが非常に困難であること。

3

# 1. ガイドラインの作成について

## 【基本的な考え方 ②】

- ① 本ガイドラインは、医療広告ガイドラインを参考にしつつ、指導等の実効性を担保できるものとし、消極的弊害（適切な施術を受ける機会の喪失）が起こり得るような広告を規制の対象とする考え方で作成する。
- ② 今回のガイドライン作成に当たり、原則として限定的に認められた事項以外の広告が禁止されてきたあはき師法、柔道整復師法の規定する範囲内において、これまでの基本的な考え方は引き続き堅持しつつも、利用者が適切に施術所を選択するために必要かつ正確な情報提供を確保する観点から、その運用の留意事項を定める。
- ③ 施術所の名称の基準については、医療機関と紛らわしい名称を用いない等を明確にすることにより利用者が適切な施術を受ける機会を阻害されないようにするとともに、利用者の安全を確保することが重要であること。
- ④ 相談・指導等については、相談窓口の明確化や、各都道府県及び消費者行政機関等との連携、広告指導の体制及び手順等を定め、広告の適正化を推進する。
- ⑤ 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おいて、原則としてウェブサイト等は、あはき師法、柔整師法の広告規制の対象とみなさないこととするものの、ウェブサイト等の内容の適切な在り方についても、本ガイドライン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。
- ⑥ あはき師、柔整師以外で身体に触れるサービスであって、医業類似行為ではない行為（以下「非医業類似行為」という。）を業とする者において、医業類似行為を行っているような広告が多数散見されることなどを踏まえ、その広告の適切な在り方について定める。

4

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（法律に定める事項）

- (1) 施術者である旨並びに施術者の氏名及び住所（あはき師法第7条第1項第1号、柔整師法第24条第1項第1号関係）及びあはき師法第7条第1項第2号に規定する業務の種類  
の広告可能な範囲については、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

#### 施術者である旨及び業務の種類について

##### (広告可能)

ア あん摩マッサージ指圧師、はり師（鍼師）、きゅう師（灸師）、柔道整復師、ほねつぎ、接骨

イ 上記の表記と併せて「国家資格免許保有」である旨。

（例）はり師（国家資格免許保有）、国家資格はり師免許取得

##### (広告不可)

ア 整体、カイロプラクティック、リラクゼーション等の非医業類似行為を目的とした業の  
種類、資格の有無。

イ 外国におけるあん摩マッサージ指圧師等である旨（我が国でのあん摩マッサージ指圧師  
等の免許を有さない場合には、あん摩マッサージ指圧師等である旨を広告できないこ  
と）。

5

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（法律に定める事項）

- (2) 施術所の名称（あはき師法第7条第1項第3号、柔整師法第24条第1項第2号関係）の  
広告可能な範囲については、医療機関と紛らわしい名称を用いない等を明確にすること  
により利用者が適切な施術を受ける機会を阻害されないようにするとともに、利用者の安全  
を確保する観点から以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

##### (広告可能)

ア 柔道整復施術所 → 「〇〇接骨院」  
あはき施術所 → 「〇〇マッサージ院」「〇〇はり施術所」

【論点】あはき施術  
所の名称として適切  
かどうか

「〇〇あん摩マッサージ治療院」「〇〇はり治療院」

（〇〇「業態名＋治療院」は、適切かどうか）

同一人が柔整及びあはき業を行う場合 → 「〇〇接骨院」「〇〇あはき院」

※ 名称を各々広告すること。

イ あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復の提供する施術業態を明示する名称を  
用いること。

ウ 開設届出の名称と同一であること。

エ 当該施術所のマークや名称が記載された看板の写真。

※但し効果に関するもの、また、回復を保障すると誤認させるような表示は認められない。

6

# 【論点】 あはき施術所の名称に「治療」を使用することの是非

## （類似名称の使用制限）医療法第3条第1項

### 条文

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付けてはならない。

**＜解説＞** 「医療法・医師法（歯科医師法）解」 厚生省健康政策局総務課編者1991年3月15日14頁より 関係部分の抜粋  
この条文は、病院等の名称を使用できるものを病院等に限定するものである。

### ㊦ 「疾病の治療をなす場所」とは

- 医業・歯科医業に限らず、按摩・はり・きゅう等医業類似行為を行う場所を含むものである。したがって、はりの施術所や助産所も疾病の治療をなす場所となるため、病院・診療所等の名称を使用してはならない。

### 📄 名称に関する疑義照会に対する行政回答

- しん灸療院と称するのはよいが、しん灸医療院、しん灸医院は不可である（昭和24. 2. 3 医収第166号）
- ○○治療院・○○治療所とするのも不可である。（昭和24. 3. 26 医収第73号）

## （参考）社会通念による理解として、国語辞典における「治療」の意味とは

	広辞苑第七版	大辞林第三版
「治療」	病気やけがをなおすこと。また、そのために施す種々のてだて。療治。	病気をなおすこと。療治。
「診察」	医師が患者のからだをしらべて、病状・病因などをさぐること。	医師が病状を判断するため、患者に質問したり体を調べたりすること。
「診断」	医師が患者を診察して病状を判断すること。	医師が患者を診察し、病状を判断すること。
「診療」	診察と治療。	医師が患者を診察し、治療すること。

### 論点

#### 「病院又は診療所に紛らわしい名称」（医療法第3条第1項）に当たるかどうか

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付けてはならない。」と規定している。



## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（法律に定める事項）

### 【ガイドライン】

#### （広告不可）

- ア 「医療」と誤解するおそれがあるものを含んでいる名称  
〇〇診療所、〇〇治療所、〇〇療院、〇〇はり科療院、〇〇治療院、  
メディカル、クリニック、リハビリ、ドック 等
- イ 施術所名だけでは何を行っているか不明な名称  
〇〇堂、〇〇館、〇〇道場、〇〇センター、〇〇ステーション 等
- ウ あはき、柔整以外の施術所と紛らわしい名称  
カイロプラクティック、整体院、リラクゼーション、リフレクソロジー、〇〇矯正 等
- エ 対象者を限定するもの  
〇〇女性専門療院、〇〇レディース、交通事故専門、むちうち専門 等
- オ 施術内容・技能・方法を含んでいる名称  
東洋医学、中国鍼灸、漢方、気功 等
- カ その他施術所と分かりにくい名称  
もみ、サロン、ほぐし処、研究所 等
- キ 「整骨院」の名称（柔整師の場合）

【論点】柔道整復の  
施術所の名称として  
適切かどうか

9

## 【論点】「整骨院」の名称の是非について

### ＜柔道整復師法第24条第1項第4号の規定に基づく広告し得る事項の変遷＞

#### 平成28年（告示第70号）

1. ほねつぎ（又は接骨）
2. **柔道整復師法第19条第1項前段の規定による届出をした旨**
3. 医療保険療養費支給申請ができる旨  
(脱臼又は骨折の患部の施術に係る申請については医師の同意が必要な旨を明示する場合に限る。)
4. 予約に基づく施術の実施
5. 休日又は夜間における施術の実施
6. 出張による施術の実施
7. 駐車設備に関する事項

○ 新たに「**柔道整復師法第19条第1項前段の規定による届出をした旨**」が追加され、現在に至る。

#### 平成11年（告示第70号）

1. ほねつぎ（又は接骨）
2. **医療保険療養費支給申請ができる旨**  
(脱臼又は骨折の患部の施術に係る申請については医師の同意が必要な旨を明示する場合に限る。)
3. **予約に基づく施術の実施**
4. **休日又は夜間における施術の実施**
5. **出張による施術の実施**
6. **駐車設備に関する事項**

○ 項目2から6の事項が追加され  
広告制限が一部緩和された。

#### 昭和47年（告示第245号）

ほねつぎ（又は接骨）

○ 広告し得る事項に「接骨」が加えられた。

「整骨」は、告示に規定されて  
いない事項である

#### 昭和45年（告示第245号）

ほねつぎ

○ 当時、大臣が指定する事項は「ほねつぎ」のみであった。

10

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（法律に定める事項）

- (3) 電話番号及び所在の場所を表示する事項（あはき師法第7条第1項第3号、柔整師法第24条第1項第2号関係）の広告可能な範囲について、利用者の施術を受ける便宜を図るためのサービスに該当するものについては広告可能とし、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

#### （広告可能）

- ア 電話番号にはFAX番号も含まれること
- イ フリーダイヤルである旨
- ウ 電話の受付時間等
- エ 所在の場所には郵便番号、最寄駅等からの道順および所要時間、案内図、地図等が含まれること
- オ 情報の伝達に関する事項（電子メールアドレス、ウェブサイトのアドレス等）

#### （広告不可）

- ア 誇大広告に該当し得るもの  
（例）[www.itamigatoreru.ne.jp](http://www.itamigatoreru.ne.jp)  
※ 痛みが取れる（itamigatoreru）とあり、治療の保障を明示している。

11

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（法律に定める事項）

- (4) 施術日又は施術時間（あはき師法第7条第1項第4号、柔整師法第24条第1項第3号関係）は、利用者に対し提供すべき情報であるので、可能な限りあはき・柔整に関する広告においても記載することとしてはどうか。ただし、医療と紛らわしく、適切な施術を受ける機会を阻害する恐れがある表記は認めないこととし、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

#### （広告可能）

- ア 時間による施術内容の別（例えば「午前施術・午後出張施術」等）
- イ 受付時間、施術曜日、休日

#### （広告不可）

- ア 診療（診療日、診療時間、診療中 等）
- イ 診察（診察日、診察時間、診察中 等）
- ウ 「診」が含まれる表記（休診日、初診、再診、往診 等）
- エ 治療（治療日、治療時間 等）

12

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（厚労大臣指定事項）

(1) あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律第9条の2第1項前段の規定による届出をした旨、および柔道整復師法第19条第1項前段の規定による届出をした旨について、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

(広告可能) 都道府県知事への施術所の開設届出をした施術所である旨  
(例) ○年○月○日 ○○県○○保健所 開設届出済

(2) 医療保険療養費支給申請ができる旨について、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

医療保険療養費支給申請ができる旨の表示は、以下の要件を満たす場合に限ること。

- ① あはきの申請については、医師の同意が必要な旨を明示する場合に限ること。
- ② 柔整の申請は、脱臼または骨折の患部の施術に係る申請については医師の同意が必要な旨を明示する場合に限ること。

(広告不可)

- ア 医療保険取扱い、健康保険取扱い、各種保険取扱い 等
- イ 交通事故を起因とする事項（交通事故（自賠責）、交通事故取扱い） 等

13

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（厚労大臣指定事項）

(3) 予約に基づく施術の実施及び休日又は夜間における施術の実施（告示第69号、70号関係）など、施術を提供する日時等については、利用者に対し提供すべき情報であるので、可能な限りあはき・柔整に関する広告においても記載することとし、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

(広告可能)

年中無休である旨、予約優先である旨  
※ FAX、電子メール等で予約を受け付けている場合はその旨

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（厚労大臣指定事項）

(4) 出張による施術の実施（告示第69号、70号関係）については、日時等についても利用者に対し提供すべき情報であるので、可能な限りあはき・柔整に関する広告においても記載することとしてはどうか。ただし、医療と紛らわしく、適切な施術を受ける機会を阻害する恐れがある表記は認めないこととし、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

#### (広告可能)

- ア 出張可能な範囲
- イ 出張に応じる施術者名
- ウ 出張に対応する時間 等（午前、午後の別を含む）
- エ 往療と表記すること
- オ 「訪問施術の実施」の表現も差し支えないものとする

#### (広告不可)

- ア 診（訪問診療、往診 等）と表記すること

15

## 2. 広告可能事項の広告可能な範囲について（厚労大臣指定事項）

(5) 駐車設備に関する事項（告示第69号、70号関係）について、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

#### (広告可能)

- ア 駐車場の有無、場所、写真、料金 等
- イ 収容可能台数

16

### 3. 相談・指導等の方法について

相談・指導等の方法について、以下のとおり指針に示してはどうか。

#### 【ガイドライン】

1. 苦情相談窓口の明確化・・・保健所 等
2. 消費者行政機関等との連携・・・消費者生活センター 等
3. 景表法等の他法令との対応・・・景表法、医療法、医薬品医療機器等法、健康増進法
4. 広告指導の体制及び手順
  - (1) 広告内容の確認・・・あはき、柔整に関する広告として認められるものであるか 等
  - (2) 広告違反の指導及び措置・・・行政指導、告発、地方厚生局への情報提供
  - (3) 告発の対象者
  - (4) 公表（注意喚起）

17

### 4. インターネット上のウェブサイト等について

(1) ウェブサイト等に関する基本的な考え方について以下のとおり示してはどうか。

#### 【基本的な考え方】

- インターネット上の施術所のホームページは、当該施術所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、詳細な施術内容、施術の選択に資する情報等を閲覧するものであり、原則として広告の規制対象とせず関係団体の自主的な取り組みを促してはどうか。
- ただし、広告の定義に示す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、広告として取り扱うことにする。

例) 例えば「鍼治療」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や、検索サイトの運営会社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（バナー広告等）など、バナーに表示される内容や検索結果として画面上に表示される内容 等

18

## 4. インターネット上のウェブサイト等について

(2) インターネット上のウェブサイト等に関する基本的な考え方について、以下のとおり指針に示してはどうか。

### 【基本的な考え方】

具体的には、利用者にとって有用な情報源の一つとなっているホームページ特有の性格等も踏まえつつ、以下の内容について示してはどうか。

- 利用者保護の観点から、不当に利用者を誘引する虚偽又は誇大な内容等のホームページに掲載すべきでない事項
- 利用者に正確な情報が提供され、その選択を支援する観点から、療養費の対象とされない通常必要とされる施術内容、費用、費用の支払方法、施術のリスク等のホームページに掲載できる事項

19

## 4. インターネット上のウェブサイト等について

(3) ウェブサイト等に掲載すべきでない事項として、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

- (1) 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。
- (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。
- (3) 内容が誇大なもの又は施術所にとって都合が良い情報等の過度な強調を示すもの。
- (4) 早急な施術を過度にあおる表現又は費用を過度に強調を示すもの。
- (5) 科学的な根拠が乏しい情報に基づき、利用者の不安を過度にあおるなどして、施術所へ不当に誘導するもの。
- (6) 公序良俗に反するもの。
- (7) あはき師法、柔整師法以外の広告関連法令で禁止されるもの。

20



## 4. インターネット上のウェブサイト等について

- (4) 自費施術を行う施術所がウェブサイト等に掲載できる事項として、以下のとおり示してはどうか。

### 【ガイドライン】

- (1) 表示される情報の内容について、利用者が容易に照会できるよう、問い合わせ先を記載することその他の方法により明示すること。
- (2) 自費施術に係る通常必要とされる施術の内容、費用、費用の支払方法等に関する事項について、情報を提供すること。
- (3) 自費施術に係る主なリスク、副作用等に関する事項について情報を提供すること。
- ※ (1) から (3) のいずれも満たした場合に限るものとする。

21

## 5. 非医業類似行為を業とする者に関する広告について

- (1) 非医業類似行為を業とする者に関する広告については、以下のとおり広告に掲載すべきでない事項を指針に示し、自主的な取り組みを促してはどうか。

### 【ガイドライン】

- (1) 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。
- (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。
- (3) 内容が誇大なもの又はサービスを提供する所にとって都合が良い情報等の過度な強調を示すもの。
- (4) 早急なサービスを過度にあおる表現又は費用の過度な強調をするもの。
- (5) 科学的な根拠が乏しい情報に基づき、利用者の不安を過度にあおるなどして、店へのサービス利用を不当に誘導するもの。
- (6) あはき師法、柔整師法、景品表示法等の広告関連法令に抵触する内容を含むもの
- (7) 公序良俗に反するもの。

22

## 6. 中・長期的課題として引き続き検討していくもの

- (1) 当該検討会で意見の賛否がわかれた事項については、医療広告並びにこれらに密接に関連する制度と照らしながら、総合的かつ継続的に検討していくこととしてはどうか。
- (2) 広告の適正化の状況を見ながら、おおむね5年後を目処にガイドラインの成果、問題点等を検証してはどうか。その検証結果を踏まえ、所要の措置を検討してはどうか。
- (3) 次期の検討会の結果によっては、必要に応じて法改正も検討してはどうか。

### 【継続課題】

- 施術者の技能、専門性、施術方法
  - 適応疾患、適応症状、負傷名
  - 料金表示
  - ウェブサイト等に対する実効性のある規制の在り方
- ※ 現行、広告可能事項となっていない

23

## 7. ガイドライン作成スケジュールと今年度の位置づけ（案）

- あはき・柔整の広告規制について、今年度目処にガイドラインを作成し広告の適正化に向けた取り組みを推進。
- ガイドラインにより広告規制に係る判断・解釈、指導内容の統一に向けた仕組みの構築。
- 都道府県等は、ガイドラインに従い、必要な指導等を実施。

### 令和元年度（今年度）

### 令和2年度以降

### あはき・柔整ガイドライン

### ガイドラインの普及・啓発、 補足通知（Q & A）、ブラッシュアップ<sup>o</sup> 等

#### （あはき・柔整広告検討会）

- ガイドライン作成方針
- ガイドライン案の協議、まとめ等

※ 初のガイドライン策定・公表

#### （ガイドラインの公表以降）

- ガイドラインの適用時期（検討中）  
ガイドラインの普及・啓発（国民等へのHP、リーフレット等による周知）
- ガイドラインに基づく具体的な補足通知（Q & A）
- 不適切広告の事例収集、補足通知（Q & A）のブラッシュアップ 等

※ 令和2年度以降の進め方は、実情を踏まえて適宜調整する

検討会、まとめ作業の状況により遅れる可能性がある

24