

あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はこれらの施術所に関して
広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針案
に関する意見募集の結果について

令和7年2月18日
厚生労働省
医政局医事課

あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はこれらの施術所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針案（以下、「本ガイドライン案」という。）について、令和6年8月30日（金）から同年9月28日（土）まで御意見を募集したところ、72件の御意見をいただきました。

お寄せいただいた御意見の要旨とそれに対する考え方について、内容により分類し、以下のとおり取りまとめましたので、公表いたします。

皆様の御協力に深く御礼申し上げますとともに、今後とも厚生労働行政の推進に御協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

No.	案に対する御意見の要旨	御意見に対する厚生労働省の考え方
1	○このガイドラインは、現行のあはき師法および柔道整復師法で既に定められている広告規制を正確に反映し、新たな規制を導入するものではないことを明記すべき。また、現行法の解釈や運用における地方機関間の不統一性を是正し、統一的かつ明確な指導を可能にすることに焦点を当てるべき。特に、無資格者による違法な広告や、一部の資格者による不適切な広告については、改めて厳	○本ガイドライン案は、利用者に対し適切な施術所等を選択するために必要な情報が正確に提供されることにより、その選択の支援と利用者の安全向上を図るとともに、あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業及びきゅう業（以下「あはき」という。）・柔道整復業（以下「柔整」という。）等の広告の適正化の推進を図ることを目的として策定するものです。なお、P 2

	しく取り締まる必要がある。このように、ガイドラインの主な目的は、無資格者の違法広告を排除し、資格者による適切な広告活動を支援することにより、決して資格者の広告活動の範囲を不当に制限するものではないことを明確に打ち出すべき。	の２（２）①において、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律（以下「あはき師法」という。）及び柔道整復師法（以下「柔整師法」という。）の規定する範囲内において運用の留意事項を定めたものであることを記載しています。
2	○ガイドラインが導入されることで広告規制が厳格化され、施術所が十分な患者数を確保できなくなる恐れがある。施術所の患者の集患も約 60%が web からの流入によって維持されているが、ガイドラインの導入によって、集患数が大幅に激減し経営が圧迫され、経営・運営が十分に維持できなくなる可能性がある。また、広告規制の強化によって、施術所の有効な治療法や存在そのものが国民に広く認知されなくなるという状況が生じ、国民が施術所のサービスを利用する機会自体が著しく減少する危険性がある。現場の実情を考慮し、柔軟な見直しを強く求める。	○本ガイドライン案は、P 2 の 2（２）①の通り、あはき師法及び柔整師法の規定する範囲内において、運用の留意事項を定めたものです。御要望の点については御意見として承り、今後の参考とさせていただきます。
3	○P 1 の 2（１）①について、あはき柔整と他の無資格行為の区別ができていない方が多い可能性が考えられる。きちんと区別がついている方に対しての調査結果を根拠としての記載でないなら、この記載は削除が望ましい。	○あはき、柔整の行為は、厚生労働大臣の免許を有する者のみに認められているものであり、これら一定の資格を有する者が行わなければ人体に危害を及ぼす恐れのある行為であると解しており、これに基づき、広告規制の考え方を示したものです。
4	○P 2 の 2（１）②の「専門性の高い施術」と併せて、「日常生活における人対人の接触の動作と酷似していることから模倣が容易」を追加していただきたい。非侵襲的な手法であるために、肉眼で観察できる動作だけなら誰に	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。

	でも簡単に模倣できることが免許者と無免許者の商品の区別を困難にしてきた一因であると考えられる。ガイドライン内で、専門性の高さと併せて模倣が容易であるという点についても明記することで、自治体が広告・看板の審査に当たる際に、よりわかりやすい基準になると考える。	
5	○以下について修正すべき。 ・ 7 ページの 23 行「E メール」と、15 ページの 26 行「電子メール」とは、どちらかに字句を統一したほうがよい。 ・ 14 ページの 9 行「わかりやすい」は「分かりやすい」のほうがよい。他の箇所の例と同様に。 ・ 2 ページの 7 行の「本指針」の定義は、初出箇所である 1 ページの 22 行で記載したほうがよい。 ・ 2 ページの 31 行「（昭和 23 年法律第 205 号）」は同 24 行に記載したほうがよい。 ・ 37 ページの 16 行「あはき」は「あはき師法」のほうがよい。 ・ 6 ページの 19 行「丸数字 1 から丸数字 3」は「丸数字 1 から丸数字 3 まで」のほうがよい。 ○3 ページの 8 行「名称」について：施術所等の定義は「施術所及び出張による施術」（1 ページ）であるが、「出張による施術」の名称とは何を指すのか？ ○5 ページの 6 行「施術所等が・・・意図がある」について：ヒトではない施術所等は意図を持ち得ないのではないか。	○いただいた御意見を踏まえ、ガイドライン案中、以下の通り修正しました。 ・ P 7 の 3 エ「E メールアドレス」を「電子メールアドレス」に修正。併せて、P 8 の 4（1）、P 9 の 5 エ及び P 10 の 6（5）の「E メール」を「電子メール」に修正 ・ P 14 の 3（2）①ア「わかりやすい名称」を「分かりやすい名称」に修正 ・ P 1 の 1 の「本指針」を「今回の「あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はこれらの施術所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針」（以下「本指針」という。）」に修正し、P 2 の 2（2）①の「今回の「あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復業又はこれらの施術所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針」（以下「本指針」という。）」を「本指針」に修正

		・ P 2 の 2 (2) ④の「医療法」を「医療法（昭和 23 年法律第 205 号）」に、同⑤の「医療法（昭和 23 年法律第 205 号）」を「医療法」に修正 ・ P 37 の 4 (8) の「あはき」を「あはき師法」に修正 ・ P 5 ～ P 6 の 2 の「①から③の」を「①から③までの」に修正 ○「出張による施術」に係る名称としては、施術所の開設をしている場合の当該施術所の名称を想定しています。 ○いただいた御指摘及び他の方からの御指摘も踏まえ、P 5 の 1 ①について、「利用者を施術所等に誘引する意図があること」に修正しました。
6	○ P 7 の 3 イについて、施術を受けている人の写真・イラストや、腰を痛そうにしている人の写真・イラストは、問題ないと考えて良いか。 ○老人の写真やイラストに「自宅や介護施設まで来てマッサージしてほしい」「外出するのが億劫だ」等というセリフを付け、当該写真・イラストに続く形で、訪問鍼灸や訪問マッサージを行っていることを紹介する広告物を作成しているが、問題ないと考えて良いか。その他、困った顔の老人のイラストに「一度試してみることはできる？」「どんな人が利用しているの？」「訪問時間はどれくらい？」といったセリフを付け、Q&A 形式で回答をしている、という見せ方について、こちらも問題ないと考えて良いか。	○本ガイドライン P 7 の 3 イ及び P 12 の 2 (1) に示す通り、あはき師法及び柔整師法上の広告可能事項であれば、写真やイラスト等による表現は可能です。なお、個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。

7	○P7の4(1)について、施術所と提携する弁護士法人が作成・提供するポスター、インターネットサイト用の広告を用いて、交通事故対応にあたり当該弁護士法人と提携することを案内しているケースがあるが、このような内容について、今般のガイドラインにおける考え方を確認させていただきたい。	○御指摘の事項については、あはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではありません。なお、個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
8	○P10の6(4)について、情報の受け手が利用者に限定される場合、広告に該当しないと承知したが、利用者に限定している（施術所内掲示）ポスターやチラシに不適切な内容（ex.「交通事故無料」等）が記載されている場合であっても広告に該当せず、本ガイドラインの対象外となり得るか。 ○P8の5アに、広告に該当する媒体の具体例として「チラシやパンフレット」があるが、一方、P10の6(4)に、広告とはみなされないものの具体例に「施術所内で掲示又は配布するパンフレット等」とあり、広告該当の有無がわかりづらい。施術所前に設置してある無料配布のパンフレットはどちらにあたるのか。	○本ガイドライン案P10の6(4)の通り、情報の受け手が利用者に限定される場合は、誘引性、特定性、認知性のうち、誘引性を満たすものではなく、情報提供や広報と解されることから、本ガイドラインの対象外となります。なお、個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
9	○英語表記についても現場の状況を把握した上で、禁止事項として記載して欲しい。	○本ガイドライン案P14の3(2)②において、広告不可な表現については、例えば、英語にしたり、一般的に同じ意味と認識される別の用語・呼称を用いる等表現方法を変えても表示が不可であることを示しています。
10	○P13の3(1)①について、柔道整復師の英語表記「Judo Therapist」の使用が差し支えないことを明記するべき。	○本ガイドライン案P12の2(2)において、広告可能事項については、利用者の理解促進のために分かりや

		すい表現を使用したり、その説明を加えることは望ましいことであり広告可能としているところ、これに基づき個別具体的に判断されるものと考えます。
11	○広告には国家資格の有無（有る場合には資格名称、無い場合にはその旨）を広告に記載することを義務付ければ、国家資格保有者との識別ができると思う。（嘘の情報を書いた場合には罰則ありとする必要もあると思う。）	○本ガイドライン案P13の3（1）において、あん摩マッサージ指圧師、はり師及びきゅう師（以下「あはき師」という。）、柔道整復師（以下「柔整師」という。）である旨を広告できること、また、「国家資格保有」の表記も併せて広告することが可能であることを示しています。さらに、P39の3（6）において、無資格者が国家資格を必要とする業を行っている利用者に誤認を与えるような表示を行うことは不適切である旨を示しています。
12	○P13の3（1）を徹底することにより、民間資格施術所との区別をはっきりさせるよう、行政に期待している。	○御要望として承りました。
13	○柔道整復師やはり師、きゅう師等が適切な資格を持ち、適切な施術を行っていることを明示することが重要。 ○「国家資格あり」の表記だけで免許の種別の詳細が不足しているケースが多いため、柔道整復師免許に基づく接骨院等であることを明確に伝えることが重要。 ○施術所名は自由にして、資格名を併記することが妥当。	○本ガイドライン案P13の3（1）において、あはき師、柔整師である旨を広告できること、また、「国家資格保有」の表記も併せて広告することが可能であることを示しています。施術所等の名称の考え方については、本ガイドライン案P13の3（2）に示していますので御参照ください。
14	○P13の3（1）②アについて、柔整以外の業務の種類やそれらの民間資格名を広告する場合に、柔道整復の業務と「明確に区分しない場合」のみ規制対象とするべき。	○御指摘の事項については、あはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではありません。

15	○あん摩マッサージ指圧について、施術業態なしの「施術所（院）」「治療院（所）」を広告可能とするよう検討して欲しい。	○本ガイドライン案P14の3（2）①アにおいて、「提供する施術業態を特定せずに「施術所（院）」と表記すること」を広告可能な名称の例として挙げています。一方、「治療院（所）」については、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師及び柔道整復師等の広告に関する検討会（以下「検討会」という。）において病院又は診療所と紛らわしい名称として、施術業態を付けることにより広告可能と結論づけたところです。
16	○議論を振り返ると、あはきの名称には「業態名＋治療院」が使用できる一方で、単に「治療」という表現は使用すべきでないという合意が取れていたはずだが、最終のガイドライン案では「治療」が使用不可という表現がなくなっており、柔道整復でも「治療」という表現が使用できるように見える。あはきの施術所以外は「治療」の使用は不可とすべき。	○本ガイドライン案P14の3（2）②アにおいて、施術業態を含まない治療院は広告不可としております。また、柔道整復治療院の使用の可否については、検討会の議論の中では否定されておらず、必要が生じた際に今後考え方を示すこととされました。第10回、第11回検討会の議事録を御参照ください。
17	○P21の2①について、医療法第3条第1項を遵守する必要があるということは、あはき及び柔整は、疾病の治療をしていると解釈できることから、「治療院」「治療室」「治療時間」の表記は差し支えないか。	○本ガイドライン案は、P2～3の2（2）④及び⑧の通り、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会と施術所等の利用を希望する者の適切な施術を受ける機会の喪失が起こらないよう、「診療」や業態を付さない「治療院」など医療と紛らわしい表記は認められないことを記載しているところです。なお、医療法第3条第1項の規定は、疾病の治療をなす場所であって、病院又は診療所でないものは、病院、診療

		所等に紛らわしい名称を付けてはならないと規定しています。
18	○柔道整復師法第二十四条第一項第四号の規定に基づく柔道整復の業務又は施術所に関して広告し得る事項（平成11年厚生省告示第70号）には「整骨」という文言が含まれていないにもかかわらず、業界の意見によりガイドラインにおいて広告不可と記載しないことは許されない。 ○整骨院という名称は、医療機関（整形外科）と紛らわしく、誤認する可能性があり、許されない。 ○整骨院という名称について、ガイドラインに記載されなかった経緯等を文章に残して欲しい。 ○整骨院という名称について、ガイドラインに記載されていないが使用できるという趣旨の表現を疑義解釈等で示して欲しい。	○検討会における議論の中で、「整骨院」という名称の是非については結論が出ず、本ガイドライン案には取扱いを記載しなかったところです。このため、今後も引き続き関係業界等の皆様のお声を伺っていく考えです。
19	○医師でない者の施術が、院を名乗るのは誤解を与えるので望ましくない。接骨院、整骨院の名称は禁止すべき。 ○医師ではない、あはき師や柔整師が「治療院」「整骨院」「整体院」「接骨院」など、医学的診断と治療を行っているように勘違いされやすい名称を使用することについて、即刻改善を求める。 ○医師に紛らわしい、診療、問診、治療などの文言は、例えばホームページでも使うべきでない。	○本ガイドライン案では、P3の2(2)④に示す通り、医療と紛らわしい表記が認められないことは重要な点であり、これを十分考慮した上で広告可能事項の例等を記載しております。施術所等の名称の考え方については、P13の3(2)に示していますので御参照ください。なお、検討会における議論の中で、「整骨院」という名称の是非については結論が出ず、本ガイドライン案には取扱いを記載しなかったところです。このため、今後も引き続き関係業界等の皆様のお声を伺っていく考えです。

20	○整形外科で治らない疾患が治るかのような広告も多く規制すべきである。 ○はりやきゅうと接骨院を併設している施術所で、それぞれで対応できる症状の区別を明確にすべき。 ○「腰部脊柱管狭窄症専門」など資格を超えた治療を謳う広告は適切ではない。また、「リハビリ」という用語を広告している例があるが、医療機関と誤認される恐れがあるため避けるべき。「根本改善」や「他院で改善しない痛みを解決」など根拠が不明な広告を改善すべき。	○御指摘の事項については、あはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではありません。
21	○P14の3(2)②ウについて、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師はそれぞれ施術業態が別なので、これらも混ざった名称は不可とするべき。	○本ガイドライン案P13の3(2)において、施術所等の名称の考え方として、「法令に基づき都道府県に届け出られ適法であること」としている通り、あはき師法、柔整師法それぞれの法律に基づき届け出られた開設届の名称を広告すべきものであることから、あはきと柔整で区別すれば足り、あん摩マッサージ指圧師、はり師及びきゅう師においては並列して使用することも可能であると考えています。
22	○P15の3(2)②クについて、無資格の行為と並んで、柔道整復業、あはき業を1つの事業所で経営することがあるため、「●●センター」という看板の事業所の中で業によって部屋を分けるような経営があり得る。また、●●整骨院と●●整体院を同時に開業している事例もある。これらの場合には、明確に区分しない場合にのみ規制対象とするべき。	○本ガイドライン案P13の3(2)において、施術所等の名称の考え方として、「法令に基づき都道府県に届け出られ適法であること」としている通り、開設届と同様の名称を広告すべきものと考えます。

23	○施術者の技能等広告可能でない事項を暗示する電話番号のルビは広告不可とされているが、わずかでも医業を連想させたり効能を示すものとして受け取ることができる場合、処罰の対象となり得るか。	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
24	○P16の3(4)②について、医療法では、紛らわしい名称の使用を禁止しているものの、広告の内容までは決めていないことから、ア～ウに掲げる診療や診察、診と表記することは規制対象から外すべき。	○本ガイドライン案は、P2～3の2(2)④及び⑧の通り、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会と施術所等の利用を希望する者の適切な施術を受ける機会の喪失が起こらないよう、「診療」や業態を付さない「治療院」など医療と紛らわしい表記は認められないことを記載しているところです。
25	○「訪問鍼灸マッサージ●●●●札幌西区ステーション」といった名称は広告可能か。	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
26	○P17の4(2)②について、社会保障制度の正しい運用に施術所(柔道整復師)が協力するための「医療保険、労災保険、通勤災害保険、公務員災害補償、生活保護医療扶助」の広告は、誘引性・特定性・認知性の要件を満たさないで、このガイドラインの範囲から外れると考えて差し支えないか。 ○健康保険、生活保護医療給付、労災保険、自賠責保険取扱いの表示をできるようにして欲しい。 ○「健康保険治療適用施術所」のような文言は可能か。また、「労災保険治療適用施術所」「自賠責保険治療適用施術所」のような文言の使用は不可か。これらの文言は利用者にとって、利用する施術所を選ぶ際に有用な情報であるため、明記を認めていただきたい。	○本ガイドライン案は、P2の2(2)①の通り、あはき師法及び柔整師法の規定する範囲内において運用の留意事項を定めたものです。御指摘の事項については、現状ではあはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではないことから、御意見として承り、今後の参考とさせていただきます。

	○目にしなければ知る事が難しく、消費者（患者）の利益を損なう内容を規制することは避けるべきであり、例えば、「労災保険取扱い」「自賠責保険取扱い」等は表記する方向で、状況により必ずしも取り扱えない可能性もありえることから掲載内容も含めて検討する必要がある。 ○単に「健康保険適用（使えます）」という表示することは常に保険が適用されるように誤認させる恐れがあるため、適用される場合の具体的要件等を示すべき。 ○交通事故、生活保護などと掲げている施術所があるが、特に生活保護は不適切ではないか。 ○施術所の店頭、チラシ、インターネットサイトにおいて「交通事故専門」「むちうち専門」「弁護士との提携」といった交通事故にかかわる内容を案内しているケースがある。上記例示も広告不可の例として追記いただきたい。 ○交通事故による症状への施術も公的な自賠責保険から支給されているため、健康保険に準ずる基準が必要ではないか。一方で、「交通事故の相談、サポートを行う」などといった施術の範囲を超えるサービスを謳った広告については改善が必要。 ○ 鍼灸治療における健康保険上の疾患名は厚労省が認めているため、掲載はしても可能だと考える。ただし、柔道整復師における腰痛膝痛広告は認められていないから腰痛、膝痛では接骨院では健康保険は使用出来ないことを国民に知らせて欲しい。鍼灸治療、マッサージ治療の健康保険上の細かい説明掲載を認めた方が良い。	
--	---	--

27	○接骨院の看板やHPに関して、健康保険対象の施術とは関係のない内容（肩こり、腰痛、交通事故、〇〇矯正など）を目にすることが多い。これは違法であると思う。	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
28	○鍼灸医学の診察法である四診【望診、聞診、問診、切診（脈診含む）】は広告出来る様にガイドラインに明記して欲しい。東洋医学的診察法であることが説明されていれば「問診」等も表現することを可能としないと、はり師・きゅう師にとって不都合であり、患者にとっても不利益となり得る。 ○学校で習った治療法くらいは掲載を許可して欲しい。その際、鍼灸に関する治療方法は鍼灸師のみ、マッサージに関する治療方法はマッサージ師のみが明記できるようにしてください。 ○現在は何々派、何々流、何々専門などができないが、こういうようなことも含め検討して欲しい。 ○WHO が認める鍼灸適応疾患は、現段階でも 40 以上ある。患者にとって、鍼灸の適応疾患を知ることは自身の治療方法を選択する上で必要な情報であり、少なくとも、WHO が認めた鍼灸適応疾患は、適切な広告内容の範囲とする必要がある。 ○あはきについて、適応疾患が広告できないために辿り着かない患者が多いことから、麻痺、関節拘縮、痛み、凝り及び痺れ並びに鍼灸療養費 6 疾患の表示ができるようにして欲しい。	○本ガイドライン案は、P 2 の 2（2）①の通り、あはき師法及び柔整師法の規定する範囲内において運用の留意事項を定めたものです。御指摘の事項については、現状ではあはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではないことから、御意見として承り、今後の参考とさせていただきます。

	○今回は見送られたが、自費の範囲に関しての「施術料金の明示」に関しては、むしろ表記しない事によって回数券等の予期せぬ支払いが発生するケースもある為、料金も広告してよい項目に追加すべき。その際、割引料金を記載する場合は必ず二回目以降の正規料金も併記するべきと考える。	
29	○鍼灸マッサージ師として、マッサージや慢性の肩こり、腰痛、五十肩を治療できるような表記の制限を柔道整復師に求める。	○御指摘の事項については、あはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではありません。
30	○「ご相談ください」や「健康をサポート」「改善のお手伝い」などを付して症状・疾患名などとともに広告しているのをよく見かけるが、当然これらの表現は誘引性の要件を満たし、加えて特定、認知性を満たせば指導の対象となると考えてよいか。このような例が今後散見されるようであれば、次回の見直しの際に「4. 禁止される広告について」に記載して欲しい。	○貴見の通りです。御要望の点については、御意見として承り、今後の参考とさせていただきます。
31	○P23の3(1)について、交通事故にかかる施術を行う場合、加害者の加入する自動車保険・自賠責保険が使用されることを前提に患者である被害者が自己負担なく受けられることや、通院状況を踏まえ慰謝料が支払われることなどが宣伝されているケースがある。上記のような内容について、今般のガイドラインにおける考え方を確認させていただきたい。	○本ガイドライン案P23の3(1)は、広告可能事項に関する広告であったとしても、虚偽又は誇大な広告については広告すべきでないことを示したのですが、御指摘の事項は、そもそもあはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではありません。

32	○風俗業や性的行為と、あん摩・マッサージ・指圧・柔整を混同させるような広告が散見させることから、P 3 の 2（4）に、「風俗業に関連する広告、性的行為を想起させる広告」を明記して欲しい。	○本ガイドライン案 P 24 の 3（2）において、公序良俗に反する内容や、施術所や施術の内容について品位を損ねる広告は許されない旨を示しています。
33	○現場において勝手な解釈が出ることにならないよう、厚生労働省には、これまでのように現場任せだけにせず、しっかりと監督・指導する責任を果たして欲しい。 ○「開設届」の名称と、看板・チラシ広告・HP 等で使われている名称（屋号）が異なることも目にする。これは「広告の制限」違反を逃れる目的と思われるが、これらを取り締まる保健所が指導されないこともあるため、厳正厳格に対応していただきたい。	○本ガイドライン案は、P 3 の 2（2）⑦に示すように、今回の広告規制の考え方のひとつとして、都道府県等が指導等の措置を適切に実施できるよう、広告に係る基本的な考え方を示すとともに、具体的な表示例や指導上の留意事項等を取りまとめたものとしています。その上で、都道府県等において広告内容の確認を行うに際し判断が困難な事例があった際に、都道府県等の職員から厚生労働省に照会する手順も示している通り、厚生労働省としても支援を行っていく考えです。
34	○メディカルという名称を含む整骨院が非常に多数あるが、どう指導する考えなのか。「このガイドラインをどのように運用していくのか」のガイドラインが必要。	○本ガイドライン案等に従って、都道府県等において適切に指導が行われるものと考えます。また、本ガイドライン案 P 28 の 5（1）②の通り、厚生労働省においても必要な支援を行ってまいります。
35	○「〇〇鍼灸整骨院」という名称が使えなくなるのは困る。今まで使ってきた名称が使えなくなる事態は避けるべきで、不利益の出ないようにすること。	○本ガイドライン案等に従って、都道府県等において適切に指導等が行われるものと考えます。
36	○ガイドラインの運用に地域差が発生しないよう、一律の判断ができる細やかなガイドラインの作成及び継続的な見直しを行う体制作りを進めて欲しい。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。

37	○相談・苦情窓口については、保健所のみならず、施術所に関連する事業所・医療保険者等においても、直接相談できるスキームにして欲しい。	○本ガイドライン案P28の5の通り、広告に対する指導の措置は、各都道府県等において、個別の事例に応じてその実情を踏まえつつ、効果的かつ柔軟に対応すべきものと考えています。
38	○第三者や内部の者からの通報を受け身でかまえることなく、もう少し前面に立って指導も兼ねた監査を定期的に行っていただきたいと考えており、またそうあるべきだと思っている。また、指導に対する「いつまでに」のリミットをより具体的に設け、行政指導に明け渡す期限をきちんと明言した方が本末を目的としたより活きた指針になり得る。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。なお、指導に対する期限の明示については、指導内容も様々であることから、ガイドラインにおいて具体的な期限を示すことは困難ですが、P29の5（2）ア①において、行政指導を行う際には、目安となる是正期間を設けることとしています。
39	○P30の5（3）について、広告規制の対象者が「何人も」となっている中で、告発の対象者を「個人又は開設者」と限定しているため、告発の対象から漏れる者が出るのではないかと。なぜ対象が異なる表現になっているのか。	○告発の対象者は、御指摘の個人又は開設者に加え、法人の場合はその代表者とし、更に、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と記載しています。
40	○広告違反に関わらずいつまでも刑事告発されないようなことがあった場合、より効果的な違反の是正をするために、P28の5（1）②にある、厚生労働省医政局医事課に報告をあげてもよいのか、もっと手前の都道府県に相談すべきなのか、についてはどう考えるか。	○本ガイドライン案P28の5（1）②は、都道府県等において広告内容の確認を行うに際し、判断が困難な事例があった際に、都道府県等の職員から厚生労働省医政局医事課に照会する手順を示したものです。御指摘のケースにおいては、都道府県等に御相談ください。
41	○免許者（あはき師・柔整師・理学療法士等）が行う広告活動に関しては妥協する事無く、ガイドラインに許容されていない表現を徹底的に排除して頂きたい。どのような指導を行ったか、結果を含めて各保健所、厚労省、消費者庁の方で公表して頂きたい。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。

42	○何度も指導したが改善されない施術所名を信頼できるサイト（国や自治体等）に公開すれば、その事実を知ったうえで行く人はあまりいないだろうし、施術所側もサイトに公開されないように広告を改めるのではないかと考える。	○本ガイドライン案P30の5（4）の通り、都道府県等において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、利用者や住民等に対して当該違反広告に対する注意喚起を行うこととしています。
43	○P30の5（2）ウについて、この通知が発出されると、療養費受領委任規定違反となり、受領委任の登録が取り消されることになるのか。	○地方厚生（支）局等において、事実関係等を確認のうえ対応することになります。
44	○広告規制を逃れるために○○整体院（○○整骨院併設）として広告規制に違反した内容のチラシを出しているものがある。保健所届出をして受領委任契約のある整骨院や接骨院には、法令を守るべきで、違反となれば厳正厳格に処罰されるよう法整備をして欲しい。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。
45	○広告違反について、指導しても是正されない場合の罰則強化を望む。	○本ガイドライン案は、P2の2（2）①の通り、あはき師法及び柔整師法の規定する範囲内において、運用の留意事項を定めたものです。御指摘の点については、御意見として承り、今後の参考とさせていただきます。
46	○施術所の貸主や広告主への罰則も新設すべき。	○本ガイドライン案P8の4（1）において、施術者又は施術所等だけでなく、マスコミ、広告代理店等、何人も広告規制の対象とされることを示しています。

47	○あはき師・柔整師に対し、数年に一度「広告ガイドラインに関する講習」を義務化し、単位取得がなければ営業停止や刑罰などのペナルティを課すなどといった対策は検討しているか。	○御指摘のような対策については、検討会において議論されておらず、現状で検討していることはありません。
48	○医業の広告規制に準拠すべき。虚偽広告、誇大広告、比較優良広告、公序良俗に反する広告など、医業と同様に禁止すべき。ホームページ、ネット上の情報、チラシ等は限定解除とすべき。 ○医業類似行為といえど、医療機関と同程度の規制は必要。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。
49	○原則としてウェブサイト等はあはき師法、柔整師法の規制対象となる広告には該当しないとあるが、内容がひどいウェブサイトが多く、これを野放しにしておくのは行政としていかがなものか。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の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、その内容の適切な在り方についても本ガイドライン案に定めることとしたものです。これによりウェブサイト等における広告の適正化が進むよう、積極的にガイドラインの周知を行っていく考えです。
50	○P31～37について、ウェブサイト等の原則、法令の範囲以外の部分については削除すべき。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の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、その内容の適切な在り方についても本ガイドライン案に定めることとしたものです。

51	○ウェブサイトの取り扱いについて、「関係団体等による自主的な取組を促す」とあるが、誰が、何を、いつまでに取り組むのかを明確にすべき。	○ウェブサイトは、原則としてあはき師法及び柔整師法上の広告規制の対象とはならないため、関係団体等による自主的な取組を促すとしたところ、当該取組を行う主体は様々あると考えられ、また、あくまで自主的な取組であることから、主体や期限等の詳細を規定することは難しいと考えています。
52	○P32の1(1)ウについて、広告は誘引性・特定性・認知性を目的に行うものなので、規制範囲内の記述は許されるものと理解している。	○誘引性、特定性、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こととなりますが、もちろん法令上の広告可能事項については広告が可能です。
53	○P33の2について、「不当な誘引」とあるが、施術所の広告上に、広報の施術所ウェブサイトへ誘導するリンクの貼付、QRコードの表記は許され则认为しているができない。同様に、施術所従業者の個人SNSも同様ではないかと考えている。明記をお願いしたい。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の広告規制の対象とはなりません。なお、ガイドライン案P31の1(1)に示すように、ウェブサイトであっても広告に該当する場合があります、広告に該当する場合には、P15の3(3)①の範囲であればQRコード等を記載することは可能です。
54	○P33の3(2)について、療養費に関して「健康保険治療適用施術所」「労災保険治療適用施術所」「自賠責保険治療適用施術所」の記載は許され则认为しているが、明記をお願いしたい。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の広告規制の対象とはなりません。なお、本ガイドライン案P31の1(1)に示すように、ウェブサイトであっても広告に該当する場合があります、広告に該当する場合には、御指摘の項目は

		あはき師法及び柔整師法上広告可能事項ではないため御留意ください。
55	○P33の3(2)について、交通事故治療の場合、自費治療、健康保険治療、労災保険治療、自賠責保険治療と療養費に関して選択肢が浮上する。この場合どれも一長一短があり、これを伝えることに問題があるとは考えていない。不安なのは、自動車保険会社毎の示談交渉の傾向を伝え（治療打ち切り示談交渉のこと）、代替案として自動車損害賠償保障法第16条請求の選択肢を示すことが比較優良表示広告として扱われないかということ。こちら（特に16条請求を勧めること）の判断の明示をお願いします。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の広告規制の対象とはなりません。なお、個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
56	○SNSでの書き込みについて、閲覧者の反応は発信者の意図しないところで起こるものであって、何らかの反応が起きれば広告となってしまうのは施術者のSNS発信に強い制限をかけることになり、また、ここまでの制限は医療広告ガイドラインにはない。例えば「閲覧者に何らかの反応を起こさせる表現がある書き込み等」に絞るなど、表現を見直していただきたい。	○SNSでの書き込みについて、その性質から認知性を満たすものとしていますが、他の例と同様に、更に誘引性及び特定性を満たす場合にのみ広告に該当することとしており、特に強い制限になっているとは考えていません。
57	○P15の3(2)②エ（対象者を限定するもの）について、看板以外で、ホームページに掲載することも不可か。	○本ガイドライン案P2の2(2)②の通り、インターネット上のウェブサイト等については、原則としてあはき師法及び柔整師法上の広告規制の対象とはなりません。なお、本ガイドライン案P31～のVIに示す考え方を踏まえたものとしていただくようお願いします。なお、P31の1(1)に示すように、ホームページであ

		っても、広告に該当する場合もあることに留意が必要です。
58	○P35の4(3)について、施術所ではない第三者が運営するインターネットサイトで、当該サイトとして推薦する特定の施術所の宣伝文書の掲載や、当該サイト経由で提携する施術所に通院した場合に通院期間・日数に応じた「お見舞金」を支払うことを宣伝して特定の施術所に誘引しているケースがある。このような内容について、今般のガイドラインにおける考え方を確認させていただきたい。	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えますが、当該事例についても広告に該当する場合もあることに鑑み、P5の1①を「利用者を施術所等に誘引する意図があること」に修正しました。
59	○P36の4(3)③について、当該指針の趣旨が、利用者を誤認させ、不当に誘引するおそれがある、という趣旨であることを考えると、「ご利用者様より届いた御意見の中から、喜びの声を選んで紹介します」などと記載、喜びの声のみを選んで紹介していることを明記すれば、利用者の誤認は防げると思うが、この方法で紹介することは許されるか。また、これが認められない場合、紹介した喜びの声(4、5件)以外の声を、同じウェブサイトの別ページに掲載し、「上記以外のお客様の声はこちら」などと記載して、喜びの声の紹介ページと、それ以外の声の紹介ページをハイパーリンクで繋ぐ方法は許されるか。この方法であれば、より確実に利用者を誤認を防げられると思われる。	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。
60	○各種ウェブサイトで勝手に禁止用語などを決め、さも法律を満たしたかのような勝手な取り決めによる文言の制	○個別の事例の是非については、個別具体的に判断されるものと考えます。

	限が行われており、かえって混乱を招いている状況がある。これらのメディアにも厚労省から強く呼びかけて欲しい。	
61	○接骨院がマッサージ予約サイトから予約できてしまうことを制限したい。本人は整体で利用のつもりでも、保険請求がくる事例がある。	○接骨院の予約の方法について、柔整師法により規制を行うことは困難です。
62	○無資格者の行為に係る広告の取り締まりについて、関係各所の対応を徹底して欲しい。また、無資格業者に対する照会書類あるいは指導要請書類の統一化をお願いしたい。	○無資格者の行為については、あはき師法及び柔整師法において取り締まるのが困難であることから、本ガイドライン案においては、無資格者の行為に係る広告の適切な在り方について示した上で、関係団体等による自主的な取組を促すものとしています。
63	○まずは、無資格に対しての広告規制（本来は業務規制も含めて）が先であるべきで、せめて国家資格、無資格が同時に併行してガイドライン公示・規制が行われるべき。国が認めた教育と試験を担保として持つ国家資格を有している者と、それを持たない無資格の者とどちらを先に規制したら国民の利益になるかを考えた議論と行動を取っていただきたい。無資格に対しての規制がない中で、あはき柔整への広告規制を進める動きは国家資格保持者としても受け入れがたい。 ○あはき広告の前に、無資格者の広告をしっかりと制限すべき。本来は国家資格を取ったからこそ、広告も自由に書いても良いと思われる。無資格者に広告制限をするべき。	○あはき・柔整に関する広告規制の考え方については、本ガイドライン案P 1の2（1）に示した通りです。一方、無資格者については景品表示法等による一般的な規制を超える規制は難しいものの、無資格者の行為による事故の発生情報が寄せられていること等を踏まえ、本ガイドライン案において無資格者の行為に関する広告の在り方について考え方を示したところです。これにより無資格者の行為に関する広告の適正化が進むよう、積極的にガイドラインの周知を行っていく考えです。

	○無免許者が行う医業類似行為の広告活動に関しても、「無免許者特権」を排除し、「整体だからノータッチ」ではなく、指導管理して頂きたい。どの様な指導を行ったか、結果を含めて各保健所、厚労省、消費者庁の方で公表して頂きたい。 ○広告規制を課すのはむしろ無資格者ではないのか。このままのガイドラインでは有資格者の治療院は町中から消え、無資格者が増える。国家資格者が無資格者を名乗るケースも増える。新たな法整備が必要なら韓国を参考にしてはどうか。各国が伝統医療を保護し、知的財産として輸出することも念頭においている現在、無資格者が跋扈し、有識者が廃業している日本の現状は戦略を欠いている。 ○保健所の広告規制の徹底。有資格者、無資格者関係なく、法に乗っ取った施術等以外の宣伝の取り締まりを徹底すべき。無資格者、有資格者ともに明らかな資格外行為をあはき法という括りでは取り締まれないではなく、しっかりと取り締まれるようにして、患者さんの安全を考えた広告規制にして欲しい。	
64	○無資格者があはき師、柔整師と紛らわしい名称を名乗る場合の扱いについても検討して欲しい。 ○開業要件がない整体で開業し、ホームページやチラシに柔道整復師の国家資格を持っていると記載するのは違法だと思う。	○本ガイドライン案P39の3(6)の通り、無資格者が国家資格を必要とする業を行っていると利用者に誤認を与えるような表示を行うことは不適切である旨を示しています。 なお、本ガイドライン案P1の1において、無資格者を「あはき又は柔整の免許を有していない者等（あ

	○無資格者があん摩マッサージ指圧師の施術に酷似した接触の様子を写真やイラストで示すことを規制の対象とするよう、P 7 の 3 イの例として、「利用者の身体に対して施術者が手指のほか身体の部位をもって刺激入力目的の接触をする様子や、利用者の身体の付近に施術者の手指のほか身体の部位を配置した写真」を追加いただきたい。	はき又は柔整等の免許を有しているが当該免許に係る業以外の行為を提供している者も含む）」と定義している通り、本ガイドライン案においては、免許を有していても、当該免許に係る業以外の行為を提供している者は無資格者として扱っています。
65	○消費者に私たちの特殊な国で認めた東洋医学を理解させるには広告や表現をもっと幅広く認めるべき。無資格者に対する制限を考える時に私たち国家資格保持者の広告の範囲を的確に行う必要がある。国家資格保持者だから使用できる文言を作っていくこと。まだまだ足りない事は説明するまでもなく、あまりにも法律が古すぎるので時代にマッチして居ない事は怠慢である。国家資格保持者にもっと権限を与える事はそのもっと下側の無資格者を統治し見渡しやすくする事が出来ることになる。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。
66	○国家資格を有する者が無資格施術業務を行なっている場合、国家資格者である旨の表示を禁止したり、打ち消し表示（当該施術は免許の業務ではないこと）を義務付けるべきではないか。	○本ガイドライン案P 1 の 1 において、無資格者を「あはき又は柔整等の免許を有していない者等（あはき又は柔整等の免許を有しているが当該免許に係る業以外の行為を提供している者も含む）」と定義している通り、本ガイドライン案においては、免許を有していても、当該免許に係る業以外の行為を提供している者は無資格者として扱っています。その上で、本ガイドライン案P 39 の 3（6）の通り、無資格者が国家資格を必要とする業を行っていると利用者に誤認を与える

		ような表示を行うことは不適切である旨を示しています。
67	○P14の3(2)②イに、あはき、柔整以外の業態と紛らわしい名称として整体、リラクゼーション等が挙げられているが、無資格者がこれらの言葉を使って看板やホームページを立ち上げることができなくなるという理解でよろしいか。無資格者を撲滅させて欲しいので、厳しい指針にして欲しい。	○本ガイドライン案においては、P39の3(6)の通り、無資格者が国家資格を必要とする業を行っている利用者誤認を与えるような表示を行うことは不適切である旨を示しています。
68	○無資格者が「整体師」というような名称を使わないように指針の中で記載してもらえないか。	○「整体師」は国家資格ではないため、これを無資格者が名乗ることについて規制することは困難です。なお、本ガイドライン案P13の3(1)②アに示す通り、あはき師法及び柔整師法においては、「整体」は広告不可な事項の例として挙げています。
69	○P39の3(6)について、「腰痛」「膝の痛み」等の痛み症状に対する施術等は、医師法第17条に抵触する恐れがあると記載して、注意喚起すべきではないのか。	○個別の行為がどの法令に抵触するかは個別の判断になるものと考えますが、いずれにしても、無資格者においては、痛みの症状に対する施術等に係る表現はすべきでないことを示しています。
70	○我々あはき師は広告に関して国家資格の表示義務があるが、無資格者には何も表示すべき資格がないためか、この点に関しては何も規制がない。しかも届出の義務がないためか、事故に関しての報告取りまとめが消費者庁になっている。普通は施術を受けてかえって悪くなったとしても、どうしてよいか分からず届け出もしない。従って消費者庁に報告以上に多くの事故が発生していると思	○本ガイドライン案を作成するに当たっては、あはき関係団体を含む有識者の方々を構成員とする検討会において、無資格者の行為に関する広告の在り方についても御議論をいただいたところです。

	われる。この際に無資格者の在り方を有資格者団体、各種民間団体と協議してはいかがか。	
71	○あはき師法、柔整師法の広告制限が昔の環境に基づいたものであり時代にマッチしておらず、かえって患者や一般的な認識の誤解を招くことになっている。現在の広告規制を遵守した広告では、何を行っている施術所なのか、国家資格保持者なのかも全く伝わらない。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。
72	○ガイドラインの制定を最後とせず、法改正も視野に入れて、国民の健康と財産を守る為の検討会を引き続き行って頂きたい。その際にはウェブサイトや無免許問題、料金の記載等にも深く踏み込んだ討論を行って頂きたい。	○御意見として承りました。今後の参考とさせていただきます。

※上記のほか、9件の今回の意見募集に関係ない御意見をいただきました。