

医政発 0218 第 1 号
令和 7 年 2 月 18 日

各 { 都道府県知事
保健所設置市長
特別区長 } 殿

厚生労働省医政局長
(公 印 省 略)

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
(あはき・柔整広告ガイドライン) について

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する広告（以下「あはき・柔整に関する広告」という。）については、利用者保護の観点から、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（昭和 22 年法律第 217 号）、柔道整復師法（昭和 45 年法律第 19 号）その他の法令の規定等により制限されてきたところですが、今般、利用者に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、あはき・柔整に関する広告の適正化の推進を図ることを目的として、別紙のとおり「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（あはき・柔整広告ガイドライン）」（以下「本指針」という。）を策定しました。

本指針の策定に当たっては、社会保障審議会医療保険部会あん摩マッサージ指圧、はり・きゅう療養費検討専門委員会及び柔道整復療養費検討専門委員会において、不適切なあはき・柔整に関する広告を是正すべき旨の意見が出されたことや、消費者庁に対して無資格者による行為によって発生した事故の情報が寄せられていること等を踏まえ、あはき・柔整に関する広告だけでなく、無資格者による広告も含めた広告の在り方について検討を行ったところであり、これを併せて本指針に定めています。

貴職におかれましては、別紙の内容について十分に御了知いただくとともに、管下の施術所及び関係団体等に対する周知をお願いします。あわせて、不適切な広告の実施者に対し、その是正に向け必要な行政指導等を実施していただきますようお願いいたします。また、広告に関する苦情相談窓口を明確化し地域住民に周知するとともに、当該地域を所管する

消費生活センター等の消費生活相談窓口に寄せられる場合があるため、苦情・相談の状況について、定期的に情報交換する等、消費者行政担当部局等との連携に努めるようお願いします。さらに、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）、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）、不正競争防止法（平成 5 年法律第 47 号）、健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）等の他の法令に抵触する広告であることが疑われる場合において、各担当課室がそれぞれ連携して広告実施者への指導等を行うなどの対応を適切に行っていただくようお願いします。

なお、本指針は、地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）第 245 条の 4 第 1 項の規定に基づく技術的助言であることを申し添えます。

**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**

～あはき・柔整広告ガイドライン～

令和7年2月18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) 今回の広告規制の考え方	2
(3) 広告を行う者の責務	3
(4) 禁止される広告等の基本的な考え方	3
(5) 広告可能な事項の基本的な考え方	4
3 他の法律における規制との関係	4
II. 広告規制の対象範囲	5
1 広告の定義	5
2 実質的に広告と判断されるもの	5
3 暗示的又は間接的な表現の扱い	6
4 あはき・柔整に関する広告規制の対象者	7
(1) あはき・柔整に関する広告規制の対象者	7
(2) 広告媒体との関係	8
5 広告に該当する媒体の具体例	8
6 通常、あはき・柔整に関する広告とは見なされないものの具体例	9
(1) 学術論文、学術発表等	9
(2) 新聞や雑誌等の記事	9
(3) 利用者等が自ら掲載する体験談、手記等	9
(4) 施術所内で掲示又は配布するパンフレット等	10
(5) 利用者からの申し出に応じて送付するパンフレットや電子メール	10
(6) インターネット上の情報提供に関する基本的な考え方	10
III. 広告可能な事項について	11
1 あはき・柔整に関する広告として広告可能な範囲	11
2 広告可能な事項の表現方法について	12
(1) 広告の手段	12
(2) 広告可能な事項の記載の仕方	12
(3) 略号や記号の使用	12
3 広告可能な事項の具体的な内容(あはき師法、柔整師法)	13
(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)及びあはき師の業務の種類(あはき師法第7条第1項第2号関係)	13
(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)等	13
(3) 施術所の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)	15
(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)	16
4 広告可能な事項の具体的な内容(その他厚生労働大臣が指定する事項) ..	16
(1) あはき師法第9条の2第1項前段の規定による届出をした旨及び柔整師法第19条第1項前段の規定による届出をした旨	17
(2) 医療保険療養費支給申請ができる旨	17
(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	18
(4) 出張による施術の実施	18
(5) 駐車設備に関する事項	18
5 あはき、柔整に関する内容に該当しない事項	19
IV. 禁止される広告等について	20
1 あはき師法、柔整師法上禁止される広告	20
(1) 広告可能な事項でない事項の広告	20
(2) 広告禁止事項の広告	20
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	21
3 その他虚偽誇大な表現等について	23
(1) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)及び誇大な広告(誇大広告)	23
(2) 他施術所等と比較して優良である旨の広告(比較優良広告)及び公序良俗に反する内容の広告等	24
V. 相談・指導等の方法について	26
1 指導	26
2 苦情相談窓口の明確化	26
3 消費者行政機関等との連携	26
4 広告関連法令との関係	27
5 広告指導の体制及び手順	28
(1) 広告内容の確認	28
(2) 広告違反の指導及び措置	29
(3) 告発の対象者	30
(4) 公表	30
VI. インターネット上のウェブサイト等について	31
1 基本的な考え方	31
(1) ウェブサイト等の原則的な取り扱いについて	31
(2) 広告に該当しないウェブサイト等の取り扱いについて	32
2 本項目の対象	33
3 自費による施術を行う施術所等がウェブサイト等に掲載すべき事項	33
(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、あるいはその他の方法により明示すること	33
(2) 自費の施術に係る施術の内容、通常必要とされる費用等に関する事項につ いて、情報を提供すること	33
(3) 自費の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	34
4 ウェブサイト等に掲載すべきでない事項	34
(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	34
(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	35
(3) 内容が誇大なもの又は施術所等にとって都合が良い情報等の過度な強調	35
(4) 早急な受療を過度にあおる表現又は費用の過度な強調	36
(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等して、 施術所等への受療を不当に誘導するもの	36
(6) 公序良俗に反するもの	37
(7) 品位を損ねる内容のもの	37
(8) あはき師法、柔整師法以外の法令で禁止されるもの	37
VII. 無資格者の行為に関する広告について	38
1 基本的な考え方	38
2 本項目の対象	38
3 広告に掲載すべきでない事項	38
(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	38
(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	38
(3) 早急なサービスの利用を過度にあおる表現	38
(4) 費用の過度な強調	39
(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等して、 事業所等へのサービス利用を不当に誘導するもの	39
(6) あはき師法、柔整師法等に抵触する内容を含むもの	39
(7) 公序良俗に反するもの	39
(8) 関連法令等で禁止されるもの	39

I. 広告規制の趣旨

1 趣旨

あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業（以下「あはき」という。）若しくは柔道整復業（以下「柔整」という。）又はこれらの施術所に関する広告（以下「あはき・柔整に関する広告」という。）については、利用者保護の観点から、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（昭和22年法律第217号。以下「あはき師法」という。）、柔道整復師法（昭和45年法律第19号。以下「柔整師法」という。）、その他の規定により制限されてきたところであるが、今般、これらの規定の解釈及び運用を指針に定めることにより、利用者が適切な施術所及び出張による施術（以下「施術所等」という。）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とともに、広告の適正化の推進を図ることを目的とするものである。

また、社会保障審議会医療保険部会あん摩マッサージ指圧、はり・きゅう療養費検討専門委員会及び柔道整復療養費検討専門委員会における、あはき・柔整に関する不適切な広告を是正すべきとの意見や、消費者庁にあはき又は柔整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み、以下「無資格者」という。）による行為で発生した事故の情報が寄せられていること等を踏まえ、あはき・柔整に関する広告だけでなく、無資格者による広告も含めた広告の在り方について、検討を行ったものである。

なお、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。）において、「あはき師」とは、あはき師法第1条に定める免許を有するあん摩マッサージ指圧師、はり師及びきゅう師をいい、「柔整師」とは、柔整師法第3条に定める免許を有する柔道整復師をいうものとする。

2 基本的な考え方

(1) これまでの広告規制の考え方

あはき・柔整に関する広告は、患者等の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ところである。

- ① あはき及び柔整は、人の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、不適當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、専門性の高い施術であり、利用者が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は非常に困難であること。

(2) 今回の広告規制の考え方

- ① 本指針の作成に当たり、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、あはき師法及び柔整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等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に掲げた広告の定義のうち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（なお、SNSの書き込み等の取扱いについては本指針Ⅱの6（6）及びⅥの1（1）を参照されたい。）は、あはき師法及び柔整師法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、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 無資格者による行為により発生した事故の情報が寄せられていること等を踏まえ、その広告の適切な在り方について、本指針に定めることとした。
- ④ 医療法（昭和23年法律第205号）第3条第1項において、「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、診療所、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。」と規定していることから、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、本指針においては、これを十分考慮した上で広告可能な事項の例等を記載することとした。
- ⑤ 本指針では、上記②及び③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、あはき師法、柔整師法、医療法、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。）、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）、不正

競争防止法（平成 5 年法律第 47 号）、健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）（以下、医療法、医薬品医療機器等法、景品表示法、不正競争防止法及び健康増進法を併せて「広告関連法令」という。）等の関連法令による規制の対象に含まれる事項を含めることとした。

- ⑥ あはき及び柔整は人の身体に関わる施術であるため、利用者が安心・安全に施術を受けるためには、利用者が正しい情報に基づいて施術所等を選択できることが重要である。

利用者が施術所等を選択する上で、その名称は重要な情報であることから、

- ・ 国家資格保有者による、あはき・柔整の業態であること
- ・ 法令に基づき都道府県に届け出られ適法であること
- ・ 医療機関と紛らわしい名称を用いていないこと

について利用者が正しく認知できる名称であることを必要とした。

- ⑦ 違法性が疑われる広告等に対して、都道府県等が指導等の措置を適切に実施できるよう、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、具体的な表示例や指導上の留意事項等を取りまとめた。

- ⑧ 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、指導等の実効性を担保するとともに、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会や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り得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

あはき・柔整に関する広告を行う者は、その責務として、利用者が広告内容を適切に理解し、適切な施術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ない、また、施術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

あはき・柔整に関する広告は、あはき師法第 7 条第 1 項又は柔整師法第 24 条第 1 項の規定により広告が可能とされた事項以外は、何人も、（文書その他）いかなる方法によるを問わず、広告をしてはならないこととされている。

なお、あはき師法及び柔整師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や比較優良広告等、あはき・柔整に関する広告としてふさわしくないものについても、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。これは、無資格による行為に関する広告についても同様の考え方で取り扱うべきものである。

(5) 広告可能な事項の基本的な考え方

あはき・柔整に関する広告として広告可能な事項は、あはき師法及び「あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律第七条第一項第五号の規定に基づくあん摩業等又はこれらの施術所に関して広告し得る事項」（平成 11 年厚生省告示第 69 号。以下「あはき広告告示」という。）又は柔整師法及び「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。以下「柔整広告告示」という。）により、あはき・柔整に関する広告として広告可能な範囲に限られる。また、広告に掲載される情報は、利用者の施術所等及び施術内容の選択（以下「施術選択等」という。）に資する情報であることを前提とし、その内容については、客観的な評価が可能であり、かつ事後の検証が可能な事項に限られる。

3 他の法律における規制との関係

あはき・柔整に関する広告の規制については、あはき師法又は柔整師法の他にも広告関連法令等があり、これらにおいては、あはき及び柔整の施術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。

都道府県等によるあはき・柔整に関する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、あはき師法又は柔整師法所管課室を中心に、景品表示法所管課室等の関係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・協力し、指導等の実効性を高め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や指導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

あはき師法第7条及び柔整師法第24条の対象となるあはき・柔整に関する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 利用者を施術所等に誘引する意図があること 【誘引性】
- ② 施術者の氏名又は施術所等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でいう「誘引性」は、施術者又は施術所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とし、例えば利用者が施術者又は施術所の依頼によらずに自発的に作成した体験手記や新聞記事等のメディア等は、特定の施術所等を推薦している内容であったとしても、①でいう「誘引性」の要件を満たさないものとして取り扱うこと。

また、②でいう「特定性」については、複数の施術者又は施術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（6）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以下のような表現がなされる場合がある。しかし、下記ア～オのような場合で、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。

ア 「これは広告ではありません。」、「これは、取材に基づく記事であり、利用者を誘引するものではありません。」との記述があるが、施術所等の名称が記載されているもの

イ 「あはき師法又は柔整師法の広告規制のため、具体的な施術所等の名称は記載できません。」といった表示をしているが、住所や電話番号等から施術所等が特定可能であるもの

ウ インターネット上の施術所等紹介（仲介）サイトあるいは口コミサイトと称して、あたかも閲覧者の口コミ情報を基に取材したように当該施術所等を掲載したり、施術所等のランキング等を掲載しているが、施術所等が掲載料・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

エ 施術法等を紹介する書籍や冊子等の形態をとっているが、特定（複数の場合も含む。）の施術所等の名称が記載されていたり、電話番号やウェブサイト等のURLが記載されていることで、一般人が容易に当該施術所等を特定できるもの

オ 新しい施術法等に関する書籍等の形態をとっており、当該書籍等では直接には施術所等が特定されず、「当該書籍は純然たる出版物であって広告ではない。」等の記載があるが、「当該施術法に関するお問い合わせは、〇〇研究会へ」等と記載し、連絡先が記載されている「〇〇研究会」や出版社に問い合わせると、特定の施術所等（複数の場合も含む。）をあっせんされるもの

上記オは、いわゆるタイアップ本やバイブル本と呼ばれる書籍や記事風広告と呼ばれるものであるが、利用者に広告と気付かれないように行われるいわゆるステルスマーケティングについても、施術者又は施術所が広告料等の費用負担等の便宜を図って掲載を依頼している等上記１の①から③までの要件を満たし、同様に広告として取り扱うことが適当な場合があるので、十分な留意が必要である。

3 暗示的又は間接的な表現の扱い

あはき・柔整に関する広告については、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みた場合に、暗示的又は間接的にあはき・柔整に関する広告であると一般人が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、あはき・柔整に関する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 名称又はキャッチフレーズによるもの

（例）

レディース鍼灸、レディースマッサージ

「レディース〇〇」は、あはき師法第7条第2項、柔整師法第24条

第2項で禁止されている施術方法や女性特有の疾患を暗示させる表現であり、認められない。

イ 写真、イラスト、絵文字、ロゴマークによるもの
(例)

病人が回復して元気になる姿のイラスト

効果に関する事項は広告可能な事項ではなく、また、病気を治す技能を保証するとの誤認を与える恐れがあり、認められない。

ウ 新聞、雑誌等の記事、あはき師、柔整師、学者等の談話、学説、体験談等の引用又は掲載によるもの
(例)

① 新聞が特集した施術方法の記事を引用するもの

施術方法の記事を引用するものは、あはき師法第7条第2項、柔整師法第24条第2項で禁止されている施術方法を暗示させる表現であり、認められない。

② 雑誌や新聞で紹介された旨の記載

自らの施術所等や勤務するあはき師又は柔整師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。

③ 施術の効果に関する専門家の談話を引用するもの

施術の効果に関する専門家の談話は、その施術の効果があると暗示するものであるが、効果に関する事項は広告可能な事項ではなく、また、その内容が保証されたものと著しい誤認を利用者に与えるおそれがあるものであり、広告は認められない。

エ 施術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.katakorinaoru.ne.jp

肩こり治る(katakorinaoru)とあり、肩こりが治癒することを暗示している。施術の効果に関することは、広告可能な事項ではなく、また、施術の効果を保証しているとの誤認を与える恐れがあり、認められない。

4 あはき・柔整に関する広告規制の対象者

(1) あはき・柔整に関する広告規制の対象者

あはき師法第7条第1項において「あん摩業、マッサージ業、指圧業、

はり業若しくはきゆう業又はこれらの施術所に関しては、何人も、いかなる方法によるを問わず、左に掲げる事項以外の事項について、広告をしてはならない」と規定され、また、柔整師法第 24 条第 1 項において「柔道整復の業務又は施術所に関しては、何人も、文書その他いかなる方法によるを問わず、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、施術者又は施術所だけでなく、マスコミ、広告代理店、いわゆるインフルエンサー及びアフィリエイター¹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、外国人や海外の事業者等による広告（海外のサーバーにあるホームページ（本指針Ⅱの 6 の（6）に示す広告に該当するものに限る）や海外から発送・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。

なお、あはき師法第 12 条の 2 第 1 項に規定する届出を行っている者についても、同条第 2 項の規定により第 7 条が準用され、同法の広告規制の対象者となる。

（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、あはき師法及び柔整師法並びに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る、違反等があった場合には、広告依頼者とともにあはき師法又は柔整師法及び本指針による指導等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

本指針Ⅱの 1 において広告の定義を示しているところであるが、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、ポケットティッシュ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。）、ネオンサイン、アドバルーンその他これらに類似する物による

¹ 本指針において、「いわゆるインフルエンサー及びアフィリエイター」とは、個人のホームページやブログ、SNS 等で商品やサービスを紹介し、広告料収入を得る者をいう。

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、施術所等紹介（仲介）サイトの紹介ページ（本指針Ⅱの2のウに該当するものに限る）、リスティング広告²、動画広告、SNS 広告³等）

オ 不特定多数の者への説明会、キャッチセールス等において使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

6 通常、あはき・柔整に関する広告とは見なされないものの具体例

(1) 学術論文、学術発表等

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、広告と見なされることはない。これらは、特定の施術所等（複数の場合を含む。）に対する利用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等により、実際には特定の施術所等（複数の場合を含む。）に対する利用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。

(2) 新聞や雑誌等の記事

新聞や雑誌等の記事は、特定の施術所等（複数の場合を含む。）に対する利用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」を通常は有さないため、本指針上も原則として、広告に該当しないものであるが、施術者が費用を負担する等して記事の掲載を依頼することにより利用者を誘引する場合には、いわゆる記事広告として、広告規制の対象となるものである。

(3) 利用者等が自ら掲載する体験談、手記等

利用者自らや家族等からの伝聞により、実際の体験に基づいて、例えば、A 施術所を推薦する手記を個人Xが作成し、出版物やしおり等により公表

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。

³ 「SNS 広告」とは、SNS の配信面を利用して、自社商品・サービスの宣伝を行うこと。

した場合や口頭で評判を広める場合には、一見すると本指針Ⅱの1に掲げた①から③までの要件を満たすが、この場合には、個人Xが自発的にA施術所を推薦したにすぎず、利用者を誘引したことにならないため、①の「誘引性」の要件を満たさず広告とは見なさない。

ただし、A施術所からの依頼に基づく手記であったり、A施術所から金銭等の謝礼を受けている又はその約束がある場合には、①の「誘引性」を有するものと判断し、広告として扱うことが適当である。また、個人XがA施術所の経営に関与する者の家族等である場合等、施術者又は施術所の利益のためと認められる場合には、①の「誘引性」を有すると判断し、広告として扱うものであること。なお、広告に該当する場合には、これらの体験談、手記等は広告可能な事項でないため、広告することはできない。

(4) 施術所内で掲示又は配布するパンフレット等

施術所内で掲示又は配布するパンフレット等はその情報の受け手が、利用者に限定される限り、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」を満たすものではなく、情報提供や広報と解される。

(5) 利用者からの申し出に応じて送付するパンフレットや電子メール

個々の利用者からの申し出に応じて、その都度送付するパンフレットや電子メールは、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、施術所等に関する情報や当該施術所等での施術法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、広告とは見なされない。

(6) インターネット上の情報提供に関する基本的な考え方

インターネット上の施術所等のウェブサイト等は、当該施術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、従来情報提供や広報として扱ってきた。これらについては、引き続き原則として広告とは見なさないこととする。

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、広告として取り扱うこととする。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。

Ⅲ. 広告可能な事項について

1 あはき・柔整に関する広告として広告可能な範囲

あはき師法第7条第1項において「あん摩業、マツサージ業、指圧業、はり業若しくはきゆう業又はこれらの施術所に関しては、何人も、いかなる方法によるを問わず、左に掲げる事項以外の事項について、広告をしてはならない」と規定され、また、柔整師法第24条第1項において「柔道整復の業務又は施術所に関しては、何人も、文書その他いかなる方法によるを問わず、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。

○あはきに関して広告可能な事項

- 一 施術者である旨並びに施術者の氏名及び住所
- 二 第一条に規定する業務の種類
- 三 施術所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項
- 四 施術日又は施術時間
- 五 その他厚生労働大臣が指定する事項
 - 一 もみりようじ
 - 二 やいと、えつ
 - 三 小児鍼（はり）
- 四 あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律第九条の二第一項前段の規定による届出をした旨
- 五 医療保険療養費支給申請ができる旨（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。）
- 六 予約に基づく施術の実施
- 七 休日又は夜間における施術の実施
- 八 出張による施術の実施
- 九 駐車設備に関する事項

○柔整に関して広告可能な事項

- 一 柔道整復師である旨並びにその氏名及び住所
- 二 施術所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項
- 三 施術日又は施術時間
- 四 その他厚生労働大臣が指定する事項
 - 一 ほねつぎ（又は接骨）

- 二 柔道整復師法第十九条第一項前段の規定による届出をした旨
- 三 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。）
- 四 予約に基づく施術の実施
- 五 休日又は夜間における施術の実施
- 六 出張による施術の実施
- 七 駐車設備に関する事項

2 広告可能な事項の表現方法について

(1) 広告の手段

あはき師法及びあはき広告告示又は柔整師法及び柔整広告告示により広告が可能とされた事項については、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) 広告可能な事項の記載の仕方

あはき師法及びあはき広告告示又は柔整師法及び柔整広告告示により広告が可能とされた事項に対しては、正確な情報が提供され、利用者によるその選択を支援する観点から、情報の受け手側である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する。

（例）

- ・ 医療保険療養費支給申請ができる旨
- 「医療保険により利用者は施術費用の一部負担で施術を受けることができます」又は「一旦施術費用の全額を負担いただきますが、後で保険者に対してその費用の一部を請求することができます」

※本指針Ⅲの4（2）参照

(3) 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は差し支えないものとする。

（例）

- ・ 一般社団法人 → （一社）
- ・ 電話番号 03-0000-0000 → ☎ 03-0000-0000

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は、記号やマークを用いても差し支えない。

3 広告可能な事項の具体的な内容(あはき師法、柔整師法)

(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)及びあはき師の業務の種類(あはき師法第7条第1項第2号関係)

「施術者である旨」又は「柔道整復師である旨」については、あはき師法第1条又は柔整師法第3条に規定する免許を有するあん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師又は柔道整復師である旨をあはき・柔整に関する広告に記載できるものであること。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。

① 広告可能な事項の例

- ア あん摩マッサージ指圧師、はり師（鍼師）、きゅう師（灸師）
- イ 柔道整復師
- ウ 上記のア又はイと併せて「国家資格保有」の表記
 - ・ あん摩マッサージ指圧師（国家資格保有）
 - ・ はり師（国家資格保有） ・ きゅう師（国家資格保有）
 - ・ 柔道整復師（国家資格保有）

② 広告不可な事項の例

（上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現）

- ア 東洋医学療法、伝統鍼灸、漢方、整体、カイロ等といった、あはき・柔整以外の業務の種類や、これらの民間資格を保有している旨
- イ 外国におけるあはき師、柔整師といった類似資格を保有又は経歴を有している旨

(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)等

利用者が安心・安全にあん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復の施術を受けるためには、利用者が正しい情報に基づいて施術所等を選択できることが重要である。

利用者が施術所等を選択する上で、その名称は重要な情報であることから、

- ・ 国家資格保有者による、あはき・柔整の業態であること
 - ・ 法令に基づき都道府県に届けられ適法であること
 - ・ 医療機関と紛らわしい名称を用いていないこと
- について利用者が認知できる名称である必要があることとする。

① 広告可能な名称の例

- ア 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
○○施術所（院） 等
※ ただし、（１）に示した「国家資格保有」の表記についても併せて表示する等、利用者にとって分かりやすい名称とすることが望ましい。
- イ 提供する施術業態（マッサージ、はり、きゅう等）に「治療院（所）」
「療院（所）」を付けること
○○鍼灸治療院、○○鍼灸療院、○○鍼灸治療所 等
- ウ マッサージ、はり等の業務の種類のみを表記すること
○○マッサージ、はり・きゅう○○ 等
- エ 施術所が併設されている場合等に併記すること
○○接骨院・鍼灸院、○○接骨院・○○鍼灸院 等

② 広告不可な名称の例

- 上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現を以下に示す。
なお、これらの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は不可であること、また、看板、掲示物及び装飾等を含め施術所外への表示も不可であることに留意すること。
- ア 「病院又は診療所等」と誤解する恐れがあるものを含んでいる名称
○○診療所、○○治療所、○○治療室、○○療院、○○はり科療院、
○○（施術業態を含まない）治療院、メディカル、クリニック、
リハビリ、ドック 等
※ 診療科名や診療行為等と紛らわしい表現を含む名称も不可
 - イ あはき、柔整以外の業態と紛らわしい名称
カイロプラクティック、整体、リラクゼーション、リフレクソロジー、
アスレチック、コンディショニング、リラックス、サポート 等
 - ウ 提供する施術業態が混ざっている名称
○○鍼灸接骨院、○○マッサージ接骨院 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、子ども、スポーツ、アスリート、美容、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、温鍼、中国鍼灸、美容鍼灸、不妊鍼灸、更年期障害、背骨専門、漢方、気功、無痛治療、電気療法 等
- カ 効能を含んでいる名称、優良な施術所と思わせる名称
姿勢改善、小顔矯正、骨盤矯正、（施術が優良であることを示す意味で）巧み 等
- キ 広告不可とされている名称と広告可能とされている名称を併記している名称
メディカル〇〇鍼灸院、サロン〇〇接骨院 等
- ク その他、施術所と分かりにくい名称
〇〇堂、〇〇館、〇〇道場、〇〇センター、〇〇ステーション、サロン、ほぐし処、研究所 等

（３）施術所の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）

施術所等の電話番号及び所在の場所を表示する事項については、利用者の便宜を図るためのものについては、広告可能とすること。

① 広告可能な事項の例

- 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及び所要時間、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URL、QRコード 等）

② 広告不可な事項の例

（上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現）

- ア 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
「1374（痛みなし）」、「3776（みな治る）」等

(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1項第3号関係)

施術日及び施術時間は、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のが望ましい。ただし、医療と紛らわしく、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会や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を阻害するおそれがある表記は認められない。

① 広告可能な事項の例

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(休療日)

ウ 施術のほか初検、再検、往療、施療と表記すること

(例えば、往療日、施療日、施療時間 等)

② 広告不可な事項の例

(上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現)

ア 診療(診療日、診療時間、診療中 等)と表記すること

イ 診察(診察日、診察時間、診察中 等)と表記すること

ウ 診(休診日、初診、再診、往診 等)と表記すること

4 広告可能な事項の具体的な内容(その他厚生労働大臣が指定する事項)

その他厚生労働大臣が指定する事項(あはき師法第7条第1項第5号、柔整師法第24条1項第4号関係)に関する広告可能な事項の具体的な内容は告示で定めている。

あはき広告告示

- 一 もみりようじ
- 二 やいと、えつ
- 三 小児鍼(はり)
- 四 あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律第九条の二第一項前段の規定による届出をした旨
- 五 医療保険療養費支給申請ができる旨(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。)
- 六 予約に基づく施術の実施
- 七 休日又は夜間における施術の実施
- 八 出張による施術の実施
- 九 駐車設備に関する事項

柔整広告告示

- 一 ほねつぎ(又は接骨)
- 二 柔道整復師法第十九条第一項前段の規定による届出をした旨
- 三 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。)
- 四 予約に基づく施術の実施
- 五 休日又は夜間における施術の実施
- 六 出張による施術の実施
- 七 駐車設備に関する事項

(1) あはき師法第9条の2第1項前段の規定による届出をした旨及び柔整師法第19条第1項前段の規定による届出をした旨

- ① 広告可能な事項の例
都道府県知事へ施術所開設に係る届出をした施術所である旨
(例) ○月○日 ○○県 開設届出済
- ② 広告不可な事項の例
(上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現)
厚生労働省認定・認可、指定
都道府県知事認定・認可、指定

(2) 医療保険療養費支給申請ができる旨

- ① 広告可能な事項
医療保険療養費支給申請ができる旨の表示(利用者の理解促進の観点から、「医療保険により利用者は施術費用の一部負担で施術を受けることができます」又は「一旦施術費用の全額を負担いただきますが、後で保険者に対してその費用の一部を請求することができます」と言い換えることは可能とする。)は、以下の要件を満たす場合に限る。
 - ア あはきの施術所等については、医師の同意が必要な旨を明示する場合に限ること
 - イ 柔整の施術所等は、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こと。なお、その際、「外傷性が明らかな骨折、脱臼、打撲、捻挫等が医療保険療養費支給申請の対象となる」ことと、「このうち、脱臼又は骨折の患部の施術に係る申請については、医師の同意が必要である」こととを併記することは差し支えない。
- ② 広告不可な事項の例
(上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現)
「各種保険取扱い」、「労災保険取扱い」、「自賠責保険取扱い」、「交通事故取扱い」等
※ これらは、医療保険療養費支給申請とは関係がないと考えられることから広告不可な事項である

(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

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が望ましい。

① 広告可能な事項の例

予約優先である旨 等

※ FAX、電子メール等で予約を受け付けている場合はその旨

(4) 出張による施術の実施

出張による施術の実施については、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のが望ましい。ただし、医療と紛らわしく、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会や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を阻害するおそれがある表記は認めないこと。

① 広告可能な事項の例

ア 出張可能な範囲・地域

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

② 広告不可な事項の例

（上記以外は広告不可であるが、特に留意すべき表現）

訪問診療、往診 等、「診」と表記すること

(5) 駐車設備に関する事項

駐車設備の有無、駐車設備の位置、収容可能台数及び利用に当たって料金を徴収している場合には当該駐車料金について広告可能であること。

① 広告可能な事項の例

駐車場の有無、場所、写真、料金、収容可能台数 等

5 あはき、柔整に関する内容に該当しない事項

あはき・柔整に関する広告については、あはき師法及びあはき広告告示又は柔整師法及び柔整広告告示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～オに示す背景等となる画像や音声等については、通常、あはき、柔整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、他の施術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、あるいは、芸能人が当該施術所等を推奨することや芸能人が受療をしている旨を表示（音声によるものや暗示を含む。）することは、あはき・柔整に関する広告の規制の対象として取り扱うこと。

（例）

- ア 背景等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
- オ 芸能人や著名人の映像、声、サインや写真 等

芸能人や著名人が、施術所等の名称その他の広告可能な事項について説明することは、差し支えないが、実際に当該施術所等の利用者である場合には、芸能人等が利用者である旨は、広告可能な事項ではなく、あはき・柔整に関する広告として認められないものとして扱うこと。

IV. 禁止される広告等について

1 あはき師法、柔整師法上禁止される広告

(1) 広告可能な事項でない事項の広告

あはき師法第7条第1項において「あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業若しくはきゆう業又はこれらの施術所に関しては、何人も、いかなる方法によるを問わず、左に掲げる事項以外の事項について、広告をしてはならない」と規定され、また、柔整師法第24条第1項において「柔道整復の業務又は施術所に関しては、何人も、文書その他いかなる方法によるを問わず、次に掲げる事項を除くほか、広告をしてはならない」と規定されており、あはき・柔整に関する広告は、利用者の施術選択等に資する情報として、あはき師法及びあはき広告告示又は柔整師法及び柔整広告告示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

また、あはき師法第7条第2項において「前項第一号乃至第三号に掲げる事項について広告をする場合にも、その内容は、施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項にわたってはならない」と規定され、また、柔整師法第24条第2項において「前項第一号及び第二号に掲げる事項について広告をする場合においても、その内容は、柔道整復師の技能、施術方法又は経歴に関する事項にわたってはならない」と規定されていることから、施術者の技能、施術方法又は経歴に関する広告は一切認められないこと。

ア 施術者の技能、施術方法

(例) 胸部疾患の灸、慢性病の根本治療、難病治療の専門、慢性疼痛治療、高い技術、唯一の技術 等

〇〇流指圧、痛くない鍼、気持ちの良いお灸、〇〇流接骨術 等

イ 施術者の経歴

(例) 〇〇養成校卒業後 中国〇〇大学にて学位取得

〇〇療法の第一人者である〇〇先生に師事

米国公認〇〇資格 〇〇年取得

〇〇会員、〇〇研修修了

〇〇学会会員、〇〇代表（役員）

〇〇（有名人）のトレーナー 等

＜参考＞

◎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 (広告の制限)

第七条 あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業若しくはきゆう業又はこれらの施術所に関しては、何人も、いかなる方法によるを問わず、左に掲げる事項以外の事項について、広告をしてはならない。

- 一 施術者である旨並びに施術者の氏名及び住所
- 二 第一条に規定する業務の種類
- 三 施術所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項
- 四 施術日又は施術時間
- 五 その他厚生労働大臣が指定する事項

2 前項第一号乃至第三号に掲げる事項について広告をする場合にも、その内容は、施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項にわたってはならない。

◎柔道整復師法 (広告の制限)

第二十四条 柔道整復の業務又は施術所に関しては、何人も、文書その他いかなる方法によるを問わず、次に掲げる事項を除くほか、広告をしてはならない。

- 一 柔道整復師である旨並びにその氏名及び住所
- 二 施術所の名称、電話番号及び所在の場所を表示する事項
- 三 施術日又は施術時間
- 四 その他厚生労働大臣が指定する事項

2 前項第一号及び第二号に掲げる事項について広告をする場合においても、その内容は、柔道整復師の技能、施術方法又は経歴に関する事項にわたってはならない。

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

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。」と規定しており、施術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こと。

③ 健康増進法

例えば、健康増進法第 65 条第 1 項の規定により、何人も、食品として販売に供する物に関して、健康の保持増進の効果等について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をすることが禁止されており、そうした情報をウェブサイトに掲載した場合には、当該規定等により規制され得ること。

④ 景品表示法

例えば、商品又は役務の品質その他の内容について、一般消費者に対し、実際のもの若しくは事実に相違して競争事業者のものよりも著しく優良であると示し、又は事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示（以下「優良誤認表示」という。）が禁止されている（同条第 1 号）。

また、商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示（以下「有利誤認表示」という。）が禁止されている（同条第 2 号）。

優良誤認表示又は有利誤認表示に該当する内容をウェブサイトに掲載した場合には、当該規定等により規制され得ること。

⑤ 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こと。

3 その他虚偽誇大な表現等について

(1) 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)及び誇大な広告(誇大広告)

仮に広告可能な事項に関する広告であったとしても、それが虚偽にわたったり、誇大なものである場合、誤った情報や誤認により、利用者を不当に誘引し、不適切な施術を受けさせるおそれがある。

虚偽にわたる広告とは、施術時間、休日、駐車可能台数、提供する施術業態（あん摩、マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復）等について、事実に相違する広告を意味するものである。

また、誇大な広告とは、必ずしも虚偽ではないが、施術時間、休日、駐車可能台数、提供する施術業態（あん摩、マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復）等について、事実を不当に誇張して表現していたり、人を誤認させる広告を意味するものである。「人を誤認させる」とは、常識的に一般人が広告内容から認識する「印象」や「期待感」と実際の内容に相違があると判断されることを意味し、誤認することを証明したり、実際に誤認したという結果までは必要としない。

その内容が、虚偽又は誇大な広告については、当然、広告するべきではなく、また、広告関連法令等により罰則の適用対象となり得る。

(例)

① 内容が虚偽にわたる広告（虚偽広告）

- ・ 実際には、土日祝日は施術の受付をしていないのにも拘わらず、「休日も朝から晩まで対応します！」や「年中無休」と表示するもの
 - ・ 実際には、深夜時間帯は施術の受付をしていないのにもかかわらず、「24 時間施術」と表示するもの
 - ・ 「都道府県知事の許可取得済み」「厚生労働省認可施術所」と表示するもの
- 施術所はあくまで届出を要するものであり、都道府県知事の許可や厚生労働省の認可があるとの表示は広告可能な事項でないことに加え、事実と相違する広告である。

- ・ 県内に他の施術所が存在するのに「県内で唯一の保険適用施術所」と表示するもの
- ・ 実際には、東京都内でしか出張による施術をしていないにも拘わらず、「関東地方へのお出張施術対応中」と表示するもの
- ・ 実際には、新人の施術者が施術をするにも拘わらず、「出張施術はすべて〇〇〇〇（院長）が施術します！」と表示するもの
- ・ 実際には、駐車料金が発生するにも拘わらず、「無料駐車場あり」と表示するもの

② 誇大な広告（誇大広告）

- ・ どんなお客様も医療保険療養費支給申請ができます。
 - 筋肉痛、肩こり等には保険適用されないため、どんな場合も保険が適用されるとの表現は誇大広告として取り扱うべきである。
- ・ 知事へ届出済みの優良施術所です！
 - 都道府県知事へ施術所の開設届をすることは、法における義務であり当然のことであるが、届出をしたことをことさらに強調して広告し、あたかも特別な施術所であるかのような誤認を与える場合には、誇大広告である。

（2）他施術所等と比較して優良である旨の広告（比較優良広告）及び公序良俗に反する内容の広告等

仮に広告可能な事項に関する広告であったとしても、比較優良広告、公序良俗に反する内容の広告、品位を損ねる内容の広告は、あはき・柔整に関する広告として適切ではなく、広告すべきでない。

比較優良広告は、客観的な事実であったとしても、優秀性については広告可能な事項ではない上に、誤認を与えるおそれがあるため、広告関連法令等の規制対象にもなり得る。

また、利用者に対して、施術者又は施術所等が、他の施術者又は施術所等より優れているとの誤認を与えるおそれがある表現は、不当に誘引するおそれがあることから、比較優良広告として取り扱うこと。

あはき・柔整に関する広告は、利用者が広告内容を適切に理解し、施術等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ないものであることから、公序良俗に反する内容や、施術所等や施術の内容について品位を損ねる、あるいはそのおそれがある内容を広告することは許されない。

(例)

① 他施術所等と比較して優良である旨の広告（比較優良広告）

- ・ 県内で唯一、〇〇に対応しています！
- ・ 出張施術はここだけ

② 公序良俗に反する内容

わいせつ若しくは残虐な図画や映像又は差別を助長する表現等

③ 品位を損ねる内容の広告

- ・ 保険適用でとってもお得に施術が受けられます！！
- ・ 交通事故無料
- ・ 来院はムダ！いつでも出張施術します！
- ・ 今だけ駐車料金2時間無料キャンペーン

V. 相談・指導等の方法について

1 指導

あはき・柔整に関する広告の指導については、都道府県、保健所及び権限委譲を受けた市町村等が行う。

ここでいう指導とは、広告の違法性を指摘し、是正に導くことであり、療養費等の適正化を念頭において、是正案を提示し、時間を経て結果を評価するまでをいい、指示するのみであったり、指導の時点で排除を目的としてはならない。

行政は、指導に当たり、通告無しに施術所等を訪問できるが、施術所等の利用者に配慮しなければならない。

担当部局が現地に赴くのが物理的に困難であれば、所在地を所管する都道府県・保健所や市町村が相互に協働されたい。

2 苦情相談窓口の明確化

あはき・柔整に関する広告が、利用者に対する客観的で正確な情報伝達の手段となるよう広告を実施する者に対する相談支援を行うとともに、虚偽・誇大な広告等により、利用者が適切な施術の機会を喪失したり、不適切な施術を受けることのないよう利用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、保健所のあはき師法、柔整師法担当部署（以下「施術所開設等届出受付担当部署」という。）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については、自治体のウェブサイトや広報誌等を通じて地域住民に周知するべきである。

あはき・柔整に関する広告を実施する者からの相談窓口と利用者からの苦情相談の窓口は、別々であったり、他の業務との兼任は差し支えないが、実際に施術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・指導が効果的になされるよう適切な運用に努められたい。

3 消費者行政機関等との連携

あはき・柔整に関する広告又は無資格者の行為に関する広告に関して、利用者からの苦情は、管内の消費生活センターに寄せられることもあるので、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。

4 広告関連法令との関係

景品表示法は、「商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの」（景品表示法第5条第1号）及び「商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの」（同条第2号）等を規制している。すなわち、虚偽広告及び誇大広告等については、それが実際のもの等よりも著しく優良であると示すこと等により、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる場合には、同時に景品表示法に違反する可能性がある。

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、診療察所、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、施術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。

医薬品医療機器等法においては、「何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。」（医薬品医療機器等法第66条第1項）、「何人も、第14条第1項、第23条の2の5第1項若しくは第23条の2の23第1項に規定する医薬品若しくは医療機器又は再生医療等製品であつて、まだ第14条第1項、第19条の2第1項、第23条の2の5第1項、第23条の2の17第1項、第23条の25第1項若しくは第23条の37第1項の承認又は第23条の2の23第1項の認証を受けていないものについて、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない。」（医薬品医療機器等法第68条）とされ、医薬品、医療機器等の虚偽・誇大広告、承認前の医薬品等の広告を禁止している。

健康増進法においては、「何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事

項（次条第3項において「健康保持増進効果等」という。）について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。」（健康増進法第65条第1項）と規定されている。

これらの広告に関する規定は、重疊的に適用され得るものであるので、あはき師法又は柔整師法に違反し、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指導・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、事例に応じて考えるべきであるが、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、あはき師法又は柔整師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、あはき師法、柔整師法や本指針による必要な指導等を適切に実施されたい。

5 広告指導の体制及び手順

あはき・柔整に関する広告に対する指導の措置は、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、あはき、柔整に関する法律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作る必要がある。

（1）広告内容の確認

本指針を参考に、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ず、実効性のある指導等を行うことは必ずしも容易ではないと考えられる。このため、違法性が疑われる広告等に対する相談や指導に当たっては、

- ① まずは、施術所開設等届出受付担当部署等において、あはき師法、柔整師法や本指針に抵触しないか否かを確認し、違反していると判断できる広告については、広告を行う者に対して改善指導等を行う
- ② 施術所開設等届出受付担当部署等において、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医事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、あはき師法、柔整師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（法人の場合は、主たる事務所）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、厚生労働省医政局医事課あてに報告いただくようお願いする。

(2) 広告違反の指導及び措置

以下に参考として、広告違反の指導及び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こと。

ア 行政指導

施術所開設等届出受付担当部署等は、第三者や内部の者からの通報等を端緒としてあはき師法、柔整師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施術者又は施術所に対して、説明を求める等により必要な調査を行うこと。

任意の調査により、あはき師法、柔整師法や本指針に違反することを確認した場合、あるいは、明らかにあはき師法、柔整師法や本指針に違反する広告を発見した場合には、当該違反広告については、通常はまず、

- ① 行政指導として、広告の中止や広告の内容を是正することを訪問・電話又は文書等により、あはき・柔整に関する広告を行っている施術者又は施術所に求めること。その際、目安となる是正期間を設けること。さらに必要に応じて違反広告物の回収、廃棄等を指導すること。
- ② 本指針Ⅱの4に示したように、施術者又は施術所だけでなく、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局、公共施設、宿泊施設、商業施設等の広告を作成した者や広告を掲載した者も広告規制の対象となることから、必要に応じて調査や指導を行うこと。
- ③ 指導の実施後、一定期間を経過しても指導に基づく是正がなされていないならば、当該違反広告の責任者等に対して、（別添2）に示す様式を参考とした報告書の徴収（あはき師法第10条1項、柔整師法

第 21 条 1 項)、書面による改善指導等の行政指導としての措置を講ずること。

イ 告発

アに示したように、違反広告を発見した場合には、通常はまず、行政指導により当該違反広告の中止や内容の是正を求めることとなるが、

① 違反広告を行った者が中止若しくは是正の行政指導に従わない場合

② 違反広告を繰り返す場合

③ 報告の求め（あはき師法第 10 条 1 項、柔整師法第 21 条 1 項）に対して報告を怠り、又は虚偽の報告をした場合

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を検討すること。

なお、罰則については、30 万円以下の罰金（あはき師法第 13 条の 8 第 1 号又は 6 号若しくは柔整師法第 30 条第 5 号又は 7 号）が適用される。

ウ 受領委任の取扱いに係る地方厚生局等への通知

上記イにより罰金刑に至った施術者については、「健康保険事業の健全な運営を損なうおそれのある経済上の利益の提供又は違法な広告により、患者が自己の施術所において施術を受けるように誘引してはならない」と規定されている受領委任協定又は契約違反となるため、施術所開設等届出受付担当部署等は、管轄である都道府県及び地方厚生局に通知を行うこと。

(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、施術所の場合には、その開設者とし、広告代理店、雑誌社、新聞社、放送局、公共施設、宿泊施設、商業施設等の場合には、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、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。

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り扱いについて

本指針Ⅱの6(6)のとおり、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。

もっとも、以下のアからウのように、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これに該当し、あはき師法、柔整師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「鍼灸」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、施術所等口コミサイトと称して、あたかも閲覧者の口コミ情報を基に取材したかのように当該施術所等の情報を掲載したり、施術所等のランキング等を掲載しているもので、施術所等が掲載料・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している施術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、2次的、3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
- ・ 施術所紹介サイト上の紹介ページ
- ・ リスティング広告
- ・ 動画広告

(2) 広告に該当しないウェブサイト等の取り扱いについて

また、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、あはき師法、柔整師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。

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ウェブサイト等特有の性格等も踏まえつつ、

- ・ 利用者保護の観点から、不当に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、通常必要とされる施術内容、費用、施術のリスク等のウェブサイト等に掲載すべ

き事項

を以下のとおり示すこととした。

医療広告ガイドラインでも指摘されていることから、本指針を踏まえ、施術所等においても、営利を目的として、ウェブサイト等により利用者を不当に誘引することは厳に慎むべきであり、利用者保護の観点も踏まえ、ウェブサイト等に掲載されている内容を利用者が適切に理解し、施術を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施術所等の情報全般を対象とするものであること。

また、本指針は、原則として、当該施術所等に勤務する者等が個人で開設する、いわゆるブログ等の内容を対象とするものではないが、当該施術所等のウェブサイト等のリンクやバナーが張られている等、当該施術所等のウェブサイト等と一体的に運営されている場合等には、本指針の内容を踏まえ、利用者を不当に誘引することがないように十分に配慮すべきであること。

3 自費による施術を行う施術所等がウェブサイト等に掲載すべき事項

以下の情報の掲載場所については、当該情報を閲覧する者にとって分かりやすいよう十分に配慮し、例えば、リンクを貼った先のページへ掲載したり、利点・長所に関する情報と比べて極端に小さな文字で掲載したりといった形式を採用することは控えること。

(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、あるいはその他の方法により明示すること

(2) 自費の施術に係る施術の内容、通常必要とされる費用等に関する事項について、情報を提供すること

自費による施術は、医療保険療養費による施術とは異なり、その内容や費用が施術者又は施術所等ごとに大きく異なり得るため、その内容を明確化し、料金等に関するトラブルを防止する観点が重要であること。標準的な費用が明確でない場合には、通常必要とされる施術の最低金額から最高金額までの範囲を示す等して可能な限り分かりやすく示すこと。また、回数券やプリペイドカード等を販売する場合には、その商品の内容や契約内容を利用者が正確に理解して購入できるよう表示すること。

(3) 自費の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

自費施術に係る主なリスク、副作用等に関する事項、標準的な費用や施術期間・回数を掲載する等して、利用者に対して適切かつ十分な情報を分かりやすく提供すること。

4 ウェブサイト等に掲載すべきでない事項

(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

ウェブサイト等に掲載された内容が虚偽にわたる場合、利用者に著しく事実と相違する情報を与え、利用者を不当に誘引し、診療を必要とする状態の者の適切な診療を受ける機会や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を喪失させ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こと。

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こと。

(例)

- ・ 絶対安全な施術です。絶対に治る施術。
 - 絶対安全な施術等は、あり得ないので、虚偽広告として扱うこと
- ・ どこへ行っても治らなかった方、諦めないで当院へお越しください。
- ・ 本当によくなりたと思っている方、何とかしてみせます。
- ・ 治ります、元気・健康にします、根本治療、自信があります、〇〇を解決します、〇〇に効きます、〇〇の治癒率〇〇%、理想の体重に、負担をかけずにピンポイントで矯正。
- ・ 痛みのない骨盤矯正、痛くない独自の整体術で驚きの効果、安心安全・確かな技術。
- ・ からだにやさしい、穏やかな手技療法。
- ・ 厚生労働省認可〇〇専門術
- ・ 加工・修正した施術前・施術後の写真等の掲載
 - あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した施術前・施術後の写真等については、虚偽広告として取り扱うべきであること。
- ・ 「〇%の満足度」「改善率〇%以上」「〇%の人が効果を実感」「たった1回で効果を実感」「顧客満足度 No 1」
 - 体験談、治療効果に関する表現又は最上級表現については、情報

の有用性が限定的であり虚偽広告として取り扱うべきであること。

(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

「日本一」、「No. 1」、「最高」等、特定又は不特定の他の施術所等と自らを比較の対象とし、提供する施術の内容等について、自らの施術所等が他の施術所等よりも優良である旨を示す表現は、仮に事実であったとしても、優良性について利用者を誤認させ、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こと。併せて、ウェブマッピング等において、自らの施術所等が他の施術所等よりも優良であるような情報を掲載するため、利用者に謝礼を支払う又は依頼する等して、自らの施術所等に便益を与えるようなコメント等を掲載させるべきではないこと。

また、著名人との関連性を強調する等、利用者に対して他の施術所等より著しく優れているとの誤認を与えるおそれがある表現は、利用者を不当に誘引するおそれがあることから、ウェブサイト等に掲載すべきでないこと。

(例)

- ・ 口コミサイトで1位を獲得。
- ・ 全国優良〇〇院。
- ・ 〇〇にも掲載された
- ・ 著名人も当施術所で施術を受けております。

→ 優良誤認（他の施術所等より著しく優れているとの誤認）を与えるおそれがあり、芸能人等が受療している旨は、事実であっても、広告可能な事項ではない。

(3) 内容が誇大なもの又は施術所等にとって都合が良い情報等の過度な強調

① 任意の専門資格、施術所認定等の誇張又は過度な強調

当然の事実等の誇張又は過度な強調や、活動実態のない団体による資格認定の名称、当該施術所等の機能等について利用者を誤認させるような任意の名称は、不当に誘引するおそれがあることから、ウェブサイト等に掲載すべきでないこと。

② 施術の効果・有効性を強調するもの

撮影条件や被写体の状態を変える等して撮影した施術前、施術後の写真等をウェブサイト等に掲載し、その効果・有効性を強調することは、利用者を誤認させ、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。

また、あたかも効果があるかのように見せるため加工・修正した施術前、施術後の写真等については、上記（１）の虚偽の内容に該当し、あはき師法、柔整師法以外の法令で規制され得るものであること。

③ 施術者又は施術所等にとって便益を与える体験談の強調

施術者又は施術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、利用者を誤認させ、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こと。

また、利用者に謝礼を支払う等して、施術者又は施術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こと。

④ 提供される施術の内容とは直接関係ない事項による誘引

提供される施術の内容とは直接関係のない情報を強調し、利用者を誤認させ、不当に誘引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こと。

（４）早急な受療を過度にあおる表現又は費用の過度な強調

利用者に早急な受療を過度にあおる表現、費用の安さ等の過度な強調・誇張等については、利用者を不当に誘引するおそれがあることから、ウェブサイト等に掲載すべきでないこと。

（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等して、施術所等への受療を不当に誘導するもの

科学的な根拠が乏しい情報であるにもかかわらず、以下のア）～ウ）のように、利用者の不安を過度にあおる等して不当に誘引することは、厳に慎むべき行為であり、そうした内容については、ウェブサイト等に掲載すべきでないこと。

ア）特定の症状に関するリスクを強調することにより、施術所等への受療を誘導するもの

（例）

- ・ 「こんな症状が出ていれば命に関わりますので、今すぐ受療ください。」

イ) 特定の施術の有効性を強調することにより、有効性が高いと称する施術の実施へ誘導するもの

(例)

- ・ 「〇〇術は効果が高く、おすすめです」

ウ) 特定の施術等のリスクを強調することにより、リスクが高いと称する施術以外のものへ誘導するもの

(例)

- ・ 「〇〇術は効果が乏しく、リスクも高いので、新たに開発された〇〇術をおすすめします」

(6) 公序良俗に反するもの

わいせつ・残虐な図画・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こと。

(7) 品位を損ねる内容のもの

施術所等や施術の内容について品位を損ねる、あるいはそのおそれがある広告を行うべきでないこと。

(8) あはき師法、柔整師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。

VII. 無資格者の行為に関する広告について

1 基本的な考え方

これまで、消費者庁に対し、国家資格を有していない者による行為で発生した事故の情報が多く寄せられてきた。

平成 24 年 8 月 2 日に独立行政法人国民生活センターが公表した資料では、施術所等を利用したきっかけ等について、家族や知人の紹介が最も多かったが、情報誌や雑誌広告、チラシ等を見て選択したという相談も多く、また、当該広告には、適応症の広告や、身体症状・疾病に効果があると受け取られるような広告等消費者に誤認や過度な期待を与えるおそれがある広告や、あん摩マッサージ指圧以外の行為を提供する場所において、「マッサージ」という語句を用いた広告等がみられ、消費者に誤認を与えるおそれがあると指摘されている。

現在においても、無資格者の行為に係る不適切広告等の情報等が寄せられていることから、あはき、柔整の他に無資格者の行為の広告の適切な在り方について、本指針に定めることとしたものである。

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広告の性格等も踏まえつつ、利用者保護の観点から、不当に誘引する虚偽又は誇大な内容等の広告に掲載すべきでない事項を示すこととした。

消費者庁に事故の情報が多数寄せられている現状からも、本指針を踏まえ、事業所等においては、営利を目的として、広告により利用者を不当に誘引することは厳に慎むべきであり、利用者保護の観点も踏まえ、広告に掲載されている内容を利用者が適切に理解し、あはき、柔整又は無資格者の行為を選択できるよう、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

無資格者の行為に関する広告として、本項目の対象となるのは、本指針Ⅱの 4（１）と同様とし、関係団体等による自主的な取組を促すものである。

3 広告に掲載すべきでない事項

具体的には以下のとおりである。

- （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）早急なサービスの利用を過度にあおる表現**

(4) 費用の過度な強調

利用者に対して費用の安さ等の過度な強調・誇張等については、利用者を不当に誘引するおそれがあることから、本指針での広告やウェブサイト等に掲載すべきでないこと。

(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等して、事業所等へのサービス利用を不当に誘導するもの

(6) あはき師法、柔整師法等に抵触する内容を含むもの

無資格者の行為は、国家資格が必要なあん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復の業務とは全く異なることから、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は不適切であり、これは、写真、画像等を用いた場合においても同様である。また、「腰痛」、「膝の痛み」等の痛み症状に対する施術、慢性の「肩こり・疲労」等の常態的な症状に対する施術の表現は、特定の疾患に対する施術或いは疾患の原因となる可能性を含んでいる症状に対する施術に当たる可能性が高いことから、広告及びウェブサイト等に表現すべきでないものである。

(7) 公序良俗に反するもの

(8) 関連法令等で禁止されるもの

本指針での広告やウェブサイト等への掲載に当たっては、Ⅳの2に例示する規定を含め、広告関連法令等を遵守すること。

(別添 1)

**あはき師法第7条又は柔整師法第 24 条の規定違反が疑われる広告等について
(照会)**

厚生労働省医政局医事課あて

都道府県等名 _____

1. 広告等の対象となった施術者等の氏名又は施術所等の名称、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. 調査した内容及び指導状況

--

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送付する量が多く容量が非常に大きなファイルを添付する等、電子メールにより難しい場合には、あらかじめ医政局医事課の担当者に相談すること。

(別添 2)

年 月 日

報告書(あはき師法、柔整師法広告違反関係)

都道府県知事 ○○ ○○ 殿
(保健所設置市長、特別区長)

住所(施術所等の所在地)
氏名(施術者(開設者)の氏名)

1. 施術所等の概要

施術所の開設年月日又は出張による業務の届出年月日：
受領委任の取扱いに係る届出状況(届出年月日、施術管理者名等)：

2. 違反を指摘された日時、場所等

3. 媒体名及び年月日

(※指摘を受けた媒体以外の違反広告に使用した媒体名及び年月日も併せて記載)

4. 指摘を受けた字句等及び適用条項

5. 違反広告を行った経緯、原因、理由等

(※法律の認識不足、営業上の理由、管理体制の不備等、違反となった経緯、原因、理由等を具体的かつ詳細に記載)

6. 講じた措置

(※媒体への連絡、当該広告及び原版の回収破棄等の状況を記載し、パンフレット等の場合は、回収状況、作成部数及び年月日、配布先、配布部数及び年月日も併せて記載)

7. 広告に対する反省並びに今後違反を繰り返さないための対策及び方針

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、現行のあん摩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「あん摩」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、広告の内容までは定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ので、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〇〇整体院（〇〇整骨院併設）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こと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、P7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P1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。
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。