

令和7年度 あはき・柔整広告ガイドラインについて

千代田保健所 生活衛生課 医務薬事係

目次

I 広告規制の趣旨について

- ①趣旨
- ②広告を行う者の責務

II 広告規制の対象範囲

- ①広告の定義
- ②実質的に広告と判断されるもの
- ③通常、あはき・柔整に関する広告とはみなされないもの

III 広告可能な事項について

- ①あはき師法について
- ②柔整師法について
- ③名称について

目次

IV 禁止される広告等について

- ① 禁止される広告等について
- ② 広告不可な名称の例について

V 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
- ② 自費による施術を行う施術所等がウェブサイトに掲載すべき事項
- ③ ウェブサイト等に掲載すべきでない事項
- ④ 広告に該当しないウェブサイト等の取扱いについて

I 広告規制の趣旨について

① 趣旨

あん摩業、マツサージ業、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。)については、
利用者保護の観点から、あん摩マツサージ指圧師、はり師、
きゅう師等に関する法律(以下「あはき師法」という。)、
柔道整復師法(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。

あはき・柔整広告ガイドライン

検 索

<https://www.mhlw.go.jp/content/10800000/001412674.pdf>

令和7年2月18日に厚生労働省より発出。

I 広告規制の趣旨について

① 趣旨

- 人の身体に関わる施術であるため、不適當な施術を受けた場合の被害が、他の分野と比べて著しい。
- 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が困難である。
 - 利用者の選択の支援と利用者の安全向上につながるように、広告の適正化を推進することが目的である。

I 広告規制の趣旨について

②広告を行う者の責務

施術所等が**自らの責任**により利用者が適切な施術の選択が行えるように、広告する責務がある。

→医療法などの関連法令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、関連法令による**行政指導や罰則**の適用となる。

Ⅱ 広告規制の対象範囲

Ⅱ 広告規制の対象範囲

① 広告の定義

広告の定義(広告三要件)

- ① 利用者を施術所等に誘因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】

①～③の要件を全て満たす場合、広告として取り扱う。

Ⅱ 広告規制の対象範囲

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で
広告三要件を回避するような表現を用いたとしても、
実質的に広告三要件の①～③すべてを満たしている場合は
広告に該当するものとして取り扱われます。

Ⅱ 広告規制の対象範囲

②実質的に広告と判断されるもの

- 「これは広告ではありません。」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
- 「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
- 施術所等が掲載料・広告料を支払って、
当該施術所のことを口コミサイトに掲載したり、
恣意的なランキングを掲載したりしているもの

Ⅱ 広告規制の対象範囲

②実質的に広告と判断されるもの

- 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、
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
- 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」等を記載し、
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

Ⅱ 広告規制の対象範囲

③通常、あはき・柔整に関する広告とはみなされないもの

(具体例)

- 学術論文、学術発表
- 新聞や雑誌等の記事
- 利用者等が自ら掲載する体験談、手記
- 施術所内で掲示又は配布するパンフレット
- 利用者からの申出に応じて送付するパンフレットやメール
- インターネット上の施術所等のウェブサイト 等

※上記のものであっても、広告三要件すべてを満たす場合は、広告として取り扱う。

Ⅲ 広告可能な事項について

Ⅲ 広告可能な事項について

① あはき師法について

■ あはき師法第7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

Ⅲ 広告可能な事項について

① あはき師法について

○その他厚生労働大臣が指定する事項(平成11年 厚生告示第64条)

- 一 もみりようじ
- 二 やいと、えつ
- 三 小児鍼(はり)
- 四 あはき師法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

Ⅲ 広告可能な事項について

② 柔整師法について

■ 柔整師法第24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

Ⅲ 広告可能な事項について

② 柔整師法について

○その他厚生労働大臣が認める事項(平成11年 厚生省告示第70号)

- 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
(脱臼きゆう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

Ⅲ 広告可能な事項について

③ 名称について

- 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
(例)「〇〇施術所(院)」
- 提供する施術業態(マッサージ、はり、きゅう等)に
「治療所(院)」「療所(院)」を付けること
(例)「〇〇鍼灸治療院(所)」、「〇〇鍼灸療院(所)」
- マッサージ、はり等の業務の種類のみを表記すること
(例)〇〇マッサージ、はり・きゅう〇〇
- 施術所が併設されている場合等に併記すること
(例)〇〇接骨院・鍼灸院、〇〇接骨院・〇〇鍼灸院

IV 禁止される広告等について

IV 禁止される広告等について

① 禁止される広告等について

- 広告可能な事項でない事項の広告
- 施術者の技能、施術方法
(例)〇〇流指圧、痛くない鍼等
- 施術者の経歴
(例)〇〇学会会員、〇〇療法の第一人者である〇〇先生に師事等
- あはき師法及び柔整師法以外の他法令に関する

広告ガイドラインで禁止される広告

医療法

医薬品医療
機器等法

景品表示法

健康増進法

不正競争
防止法

IV 禁止される広告等について

① 禁止される広告等について

- 内容が虚偽にわたる広告(虚偽広告)及び誇大広告

虚偽広告の例 : 「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

誇大広告の例 : 「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。

- 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や品位を損ねる内容の広告

(例)「都内唯一」、「○○キャンペーン実施中」、「交通事故無料」 等

IV 禁止される広告等について

② 広告不可な名称の例

- 「病院又は診療所」と誤解するおそれがあるものを含む名称
(例)〇〇診療所、〇〇治療室、メディカル、クリニック、リハビリ、ドック 等
- あはき、柔整以外の業態と紛らわしい名称
(例)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 等
- 提供する施術業態が混ざっている名称
(例)〇〇鍼灸接骨院、〇〇マッサージ接骨院 等
- 対象者を限定するもの
(例)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

IV 禁止される広告等について

② 広告不可な名称の例

- 施術内容・技能・方法を含んでいる名称

(例) 東洋医学、温鍼、中国鍼灸、美容鍼灸、不妊鍼灸、更年期障害 等

- 効能を含んでいる名称、優良な施術所と思わせる名称

(例) 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

- 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

(例) メディカル○○鍼灸院、サロン○○接骨院

- その他、施術所とわかりにくい名称

(例) ○○堂、○○館、○○道場、○○センター、○○ステーション 等

V インターネット上のウェブサイト等について

V 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

自らURLを入力したり、検索サイトで検索したうえで閲覧するウェブサイト等は原則、あはき師法、柔整師法において広告に該当しないものとして取り扱う。

※広告三要件(①誘引性②特定性③認知性)をすべてを満たす場合は、広告に該当する。

- バナー広告
- 公開範囲が限られていないSNSでの書き込み
- インターネット上に表示されている内容や検索サイトの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

V インターネット上のウェブサイト等について

■ バナー広告

→ア～ウにおいて広告三要件の①～③(①誘引性②特定性③認知性)すべてを満たす場合、広告として取り扱う。

(例) ア:検索サイト上で「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

イ:検索サイトの運営会社に対して費用を払うことによって
意図的に検索結果として上位に表示されるもの

ウ: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もとに
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たりするもので、
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が恣意的なもの

V インターネット上のウェブサイト等について

■ SNSでの書き込み等

- 公開範囲が限られていない場合
- 公開範囲が限られているが、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次的に伝達される場合

自ら求めなければ表示されないかどうかで
広告三要件の③認知性を満たすか判断される。
自動的に表示されるものは、広告三要件の③認知性を満たす。

V インターネット上のウェブサイト等について

② 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

- 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
- 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
- 施術に係る主なリスク、副作用に関する事項について情報提供すること

V 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

(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

(例)

- 「絶対安全な施術です」、「絶対に治る施術です」
- 「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」
- 加工・修正した施術前・施術後の写真等の掲載
- 「○%の満足度」「改善率○%以上」「○%の人が効果を実感」「たった1回で効果を実感」「顧客満足度No1」

V 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

(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

(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
- 著名人が当施術所で施術を受けている旨

→優良誤認(ほかの施術所より著しく優れていると誤認)を与える恐れがあり、事実であっても、掲載すべきではない。

V 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

(3) 内容が誇大なもの又は施術所等にとって都合がいい情報等の過度な強調

(例)

- 任意の専門資格、施術所認定等の誇張又は過度な強調
- 施術の効果、有効性を強調するもの
- 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
- 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

(4) 早急な受療を過度にあおる表現又は費用の過度な表現

V 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

(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

(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」
- 「〇〇施術は効果が高く、おすすめです」
- 「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」

V 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

(6) 公序良俗に反するもの

(7) 品位を損ねる内容のもの

(8) あはき師法、柔整師法以外の法令で禁止されるもの

V インターネット上のウェブサイト等について

④ 広告に該当しないウェブサイト等の取扱いについて

- 医療広告ガイドラインを踏まえ、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る。
- 利用者保護の観点も踏まえ、ウェブサイト上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。

本指針を参考に自主的な取り組みをお願いいたします。

広告ガイドラインについて

厚生労働省HP ホーム

＞政策について＞分野別の政策一覧＞健康・医療＞医療

＞あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師、柔道整復師に係る広告等



あはき・柔整広告ガイドライン

検索

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/newpage_48702.html

千代田区ホームページ(医務薬事係)

千代田区 Chiyoda City

暮らし・手続き 健康・福祉 子育て・教育 文化・スポーツ まちづくり・環境 しごと・産業 区政

トップページ > 暮らし・手続き > 医務・薬事衛生

更新日：2024年8月6日

医務・薬事衛生

- 診療所・歯科診療所
- あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師、柔道整復師による施術所の開設 ← 手続きの詳細
- 薬事・医療機器
- 毒物劇物販売業
- 有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律
- 医務薬事 様式集 ← 各種様式の掲載
- 千代田区内の医療機関等一覧

暮らし・手続き

- 戸籍・住民の手続き
- 税金
- 保険・年金
- ごみ・リサイクル
- 食品衛生
- 医務・薬事衛生
- 環境衛生

千代田区 医務・薬事衛生

検索

<https://www.city.chiyoda.lg.jp/koho/kurashi/imu/index.html>