

令和元年 12 月 15 日

各 位

〒164-0013 東京都中野区弥生町 1-13-7

社団 JB 日本接骨師会

『広告規制に関する検討委員会』

責任者：荻原 啓二・清水 博史

(委員：一村 好則・木下 均

中村 優樹・川島 健一)

TEL：03-5388-7211 FAX：03-5388-7231

URL：http://www.pb-jb.org/

E-mail：jbmic@sepia.ocn.ne.jp

## 柔道整復診療の広告等に関するガイドライン試案

### 1. はしがき

この数年間の柔道整復業務・それに隣接する各種の業務の広告・宣伝の形式・内容は目を覆うものが氾濫し、ますます悪化する傾向にあります。これをこのまま放置すると、現在のこれらの業種の事業活動の様相などからして、その宣伝活動は更に激しくなり、その量・質のいずれからも悪化が予想され、利用者を害することになります。柔道整復業務及びそれに隣接類似の業務は、多かれ少なかれ人々の健康生活にかかわるものであること等に鑑みると、利用者保護の為にその広告・宣伝活動に一定の規律を設けることが喫緊の課題となります。宣伝活動の在り方を考える場合、その性質上、結局のところそれは広告主らのひとりひとりの自覚に帰することになります。しかし、それぞれの良識に任せるだけでは改善が期待できません。国家資格をもつ柔道整復師ないしその業界が中心となって、ワンチームとしてこの問題に取り組まなければ解決のできない問題となっております。

当会は、このような観点から会員の中から「広告規制に関する検討委員会」チームを立ち上げ、同委員会の活動として、患者・会員・その他多くの人達から「問題となると判断される看板・チラシ・インターネット等の宣伝活動資料」の取り寄せについてご協力を頂きました。同委員会は、それらの資料を参考に討議を重

ね、本ガイドライン試案（以下、「本試案」といいます）を立案しました。本試案は柔道整復診療(注)を選択・利用される利用者の観点から検討しました。すなわち、利用者は看板・チラシ等から多かれ少なかれ、その診療内容等を知ることになります。柔道整復師業界は、利用者が広告内容等から過ることなく、自らが求めている柔道整復診療を正しく選択できるように適切な対応を行う必要があります。このことは、国家資格を付与されている柔道整復師ないしその業界の社会的責任であります。業界団体の一つである当会は、その職種からして宣伝活動によって需要を作る企業宣伝を中心とする現代宣伝のあり方によらず、真に利用者の需要に応ずる情報を提供するという観点から柔道整復診療を可視化するに必要かつ十分な広告に止めることが望ましいと考えています。この基本的な考え方について、全ての柔道整復師の御理解と協力をお願いするものであります。

以上のことから、当会は本試案を関係各位に送付するとともに、当会のホームページに掲載・公開し、その宣伝活動について柔道整復業界・市民団体及び個人などの多方面より多くの有益な御意見・御批判・御提案を頂き、より適切且つ実効性のある「柔道整復診療の広告等に関するガイドライン」（以下、「広告ガイドライン」といいます）を制定し、これが社会的規範として通用するものにしたいと考えております。

追記、当会は本試案に先立って「柔道整復師行動規範(行動準則)」を定めております。本試案はこの規範も参考にしております。併せて御参考にして下さい。

## 2. 本試案の構成と注記

- 1) 本試案は、総説と各則に分かれます。総説は本試案の基本的な理念を3つの原理にまとめ、試案全体の枠組みを設定しています。また、これは各則の解釈の基準と各則を補充するものであります。
- 2) 各則は広告(看板、チラシ、ホームページ等)のうち、許されるものを類型化する方法は採用しておりません。これまで当会で収集した資料には多様な内容の広告があります。さらに、これからも予想を超えた内容・形式の広告事例が追加されることが十分に考えられます。したがって、許される広告内容を列記する方法によってこれを規制することは事実上困難と考えられます。

そこで、本各則では柔道整復業務を客観的に知らせるに必要かつ十分な

ものかどうかの観点から広告・宣伝についての指針事例を掲げることにしました。これによって、広告等の内容・形式に適切な規律を設定することにします。

### 3. 総説

本試案は以下の原理(これをここでは広告・宣伝倫理基準、以下「広告倫理基準」という)によることにしました。

- 1) その第1は「真実性の原理」。この原理は「広告・宣伝はその対象とする事項を利用者にわかりやすく正確且つ簡潔に伝えるものでなければならない」とするものであります。誇張する表現を用いるなどして、誤認等を招く恐れのあるような広告はこの原理に触れる事になります。また、必要以上に需要を作り出すような内容・表現を用いた広告も、この原則に触れることになります。この原則は、柔道整復業務の可視化の問題に関連します。柔道整復診療は社会的見地から見ますと、医師らの医療とともに医業種のひとつであります。それは「徒手整復術」として実践・経験的知見を中心に発達してきた医術ということから、その施術範囲は必ずしもその業界内において共通の認識が形成されているとは言い難いところがあります。私達、柔道整復業界は広告活動との関連でもこのことを確認し、日々この点の研究・討議を重ねて施術方法・範囲などについてこれまで以上に共通認識の形成に努めなければなりません。巷に見られる柔道整復業務の広告の中に、柔道整復施術範囲についての共通認識の不十分さを悪用した内容のものも少なくありません。「徒手整復術」を可視化するための広告は、これまで柔道整復業界が共通のものとして認識・形成されてきた柔道整復診療に限られた内容とすることがこの第1の原理から導かれるものと考えます。個人が経験的に行っている施術内容等を、他の施術所との差別化のため「特異」のものとしてその効用などを強調する広告がみられます。しかし、それはこの原則に反し、強く排除されるべきものであります。この点は当会の定める「柔道整復師行動規範」のうちの行動準則第2条「柔道整復師の徒手整復術は、先達の長い臨床経験によって作られ、経験法則化した療法術（鑑別・手技等）と今日の臨床医学の定見に基づいた整復理論と行動倫理から成り立っています。特異な療法を用いることは患者を害します。」の文脈と共通します。この原則は、広

告が柔道整復業界に共有している施術等の内容を、利用者にわかりやすく表現することを求めます。

- 2) 第2は、「法令と公序良俗に反しない」ことにあります。この原理は現代が激しい競争社会であるが故に強く求められるものであります。人は互いに共存するために、共通の文化としての「公序」・「良俗」という社会規範を形成して生活しています。広告の内容・表現は、それが人々の共通する倫理的感情を害するものであってはなりません。柔道整復業は専ら人の「健康」に携わる業務でありますから「安心」と「信頼」を中核とします。客観的根拠のない施術内容やその効用の強調は、利用者が質の良い整復診療を選択する機会を奪うこととなります。広告活動は社会に働きかける活動であります。したがって、多かれ少なかれその表現形式は社会の文化的景観を形成します。柔道整復業務はその地域生活に深く関わり、地域社会を形成する職業の一つであります。広告表現はその地域社会がもつ文化環境を造るものであります。それに反する広告表現は柔道整復師の職業全体の品格も損なうこととなります。人目を引くために行われる派手・誇張な表現、図表及び色彩はこの原則に反します。ところで、柔道整復診療は国家資格が付与されたもののみが行えるものであります。その限りでは独占的な職業であります。したがって、それに対応した法的な規律を受けなければなりません。広告活動が、法令に反することは許されません。この点に関し、柔道整復師法第24条の広告制限の問題があります。同法はほぼ全面的に広告を禁止しております。しかし、広告は原理的には発信者とその受け手の私的経済生活の領域にかかわるものであります。それは発信者と受信者の双方に保障される表現活動の自由・知る権利(情報へのアクセス)の問題であります。また、営業活動の自由とも関連します。同法24条のように広告活動を一律且つ全面的に禁止することは憲法条項を持ち出すまでもなく、情報社会の要請に合いません。この点からも同法の規律方法は社会的妥当性を欠くものとして支持され難いものであります。その限りで、同法はすでに社会的規範としての実効性がなく、現実的には空文となっています。規範としての実効性のない条項を廃止することなく残しておくこと自体が逆に柔道整復業務広告の無法化を招き、無秩序の広告の氾濫を生んだ遠因とみなされても止むを得ません。当会は現状の広告・宣伝活動の無法・無秩序化の状態から抜け出し、柔道整復業務広告を正

常な規律に戻さなければならないと考えます。

- 3) 最後に、第3の原理は「広告はその受け手である利用者・消費者からの信用を失うものであってはならない」とするものであります。この原理は広告活動の機能に関わるものであります。消費者層からの信用を得られないような内容・表現を用いた広告は意味のないものであります。派手、誇張した内容・表現は利用者の柔道整復診療に対する信頼・安心感を損なうものであります。またそれはその職業自体の品格を失わせ、柔道整復業界の文化水準を低下させることにもなります。人の健康生活に直結する柔道整復診療は、利用者の信頼が前提にあります。ところで、柔道整復業務が多かれ少なかれ公的性格を有すことからこの点を過度に強調して、広告規制を厳格に運用すべきであるとする見解がみられます。社会において支持、利用されている職業は、いずれの業種を問わず、多かれ少なかれ社会的に有用・有益なものであります。職業の公的性格は医療業界などに限られるものではありません。社会生活に必要な情報は、消費者の為に正しく伝えることが求められます。

次に、保険医療との関連であります。多くの柔道整復師は一保険指定医などではありませんが一、一定の手續と要件のもとで、療養費の受領委任方式によって保険医療と類似の柔道整復診療を行うことが認められております。これが柔道整復診療の利用を高めています。この観点から柔道整復業務の広告規制の強化を論ずる見解もあります。しかし、そのことを理由に、保険医療に携われる「医科」「歯科」の広告規制を超える規制を求めることは公平の見地、また利用者の知る利益の観点からも許されないものと考えます。なお、柔道整復診療には健康保険法等の適用を受けられる範囲(療養費受領委任方式による治療、以下保険治療と略称します)が限定されております。柔道整復師の行う施術には保険治療と、その適用を受けられない治療(以下、保険外治療と略称します)とがあります。本試案はこの区分が柔道整復診療を受ける人の利害に直接関係することから、広告活動に対してこの区分を明確にすることを強く求めております。

当会は柔道整復師法第24条の適用に代えて、多方面からの御意見を参考に実効性のある「広告ガイドライン」を制定し、これによって柔道整復診療の広告等に関する規律を設定したいと考えております。本試案は、その為のたたき台であります。広告ガイドラインの適用にあたって監視を強め、これに違反する広告等

は利用者を害し、柔道整復職業の持つ社会的信用に敵対するものとして、その是正を強く求めることにします。例えば、これに応じないものは違反広告をしている広告主として、その柔道整復師の氏名・施術所の名称を当会がこのために設置するホームページに公表し、利用者らに警告を發し、施術所等の選択の参考事例を提供することとします。

注：柔道整復業務は、徒手整復術を中心とするものであります。それは運動器系の負傷に対する施療行為という意味で、その施術等を社会的には診療ないし治療と呼称しています。法的概念としては異論もあると思われませんが、ここではその呼称を踏襲しました。医療関係者ら各位のご理解を乞うところであります。

#### 4. 各則

##### 1. 基本視点

- 1) 当会是个々の柔道整復師の行う広告、意見表明等の宣伝活動が広告倫理基準、柔道整復師行動規範で明記した行動準則(以下、行動準則という)及び、これらから制定を予定する広告ガイドラインに抵触しない限り、表現・職業活動の自由(憲法 21 条、22 条参照)の下、これが保障されていることを確認します。しかし、柔道整復師が行う宣伝活動について「広告ガイドライン」の適用・運用を厳格にするため、差し当たり下記指針事例をあげて、宣伝活動を規律することにしました。
- 2) 昨今の柔道整復業界の広告活動の中には、健全な社会常識に欠けるものが多くみられ、利用者を害し、柔道整復職業の信用を失わせているものも少なくありません。本試案はこの現状に立って、立案したものであります。
- 3) 本試案は看板、チラシ、インターネット配信等の媒体・広告の方法を問わず、不特定多数に向けてその利用を求めて行う宣伝活動のすべてに適用するものとします。

##### 2. 指針事例－広告等の活動について下記の事項を遵守する

- 1) 広告発信者の責任を明確にすること。広告媒体に、広告発信者の氏名、住所及び連絡先を明示。広告内容に責任を求めることができるようこれらを表示すること。

- 2) 施術所の名称に公的ないし社会的な医療機関であるかのような表記を使用しないこと。必ず名称と併記して開設者及び施術管理者(院長)等責任者の氏名及び資格を明示すること。
- 3) 柔道整復業を目的とする施術所を経営する者はその施術所の看板等に柔道整復診療を行う場所であることを明らかにするために必ず「接(整)骨院」の名称をその中心に表記すること。例えば、単なる「施術院」・「整体接(整)骨院」や「鍼灸接(整)骨院」などの名称は、柔道整復診療を中心とする施術所の名称表示としては不適切であって許されない。鍼灸その他の施術を中心に行い、柔道整復診療を患者の申出に応じて附従的に行う施術所は、その中心名称に「接(整)骨院」の名称を用いることはできない。この場合、例えば「整体施術所」・「鍼灸院」などの名称の下段に小さな文字で「付柔道整復診療有り」などとして、そこが整体術等を行う施術所であって、柔道整復診療を行うところではない事を利用者に明確にわかるように表示すること（なお整体術等は保険外施術であるため、そのことも広告に明示すること）。
- 4) 施術所開設者が同一の施術所において、柔道整復診療とそれ以外の施術(例えば鍼灸術・整体術等々)を中心に行うものとして、たとえば「鍼灸接(整)骨院」という名称を看板等に掲示する例が少なくありませんがそれも許されません。柔道整復診療と「鍼灸」・「整体」・「マッサージ」などの施術は全く別の業種であります。ひとつの施術所の名称に、それぞれ異なる施術を実施している名称を用いることは許されない。例えば「整体接(整)骨院」などという表示は、整体術と接(整)骨施術をあわせたひとつの施術を行う場所という誤った情報を利用者に提供することになります。それは、真実性の原理に反することになります。

施術所開設者が柔道整復師の資格の他に、鍼灸師などの資格を有する場合、あるいはこれらの資格を持つ施術者を雇用したものが同一の施術所でこれら異業種の施術を行うときは、その施術所の名称等を表記するにあたって同一の場所でそれぞれ異業種の施術を行うことが利用者に明確にわかるように、その名称表記を行わなければならない。例えば、「〇〇接(整)骨院・〇〇鍼灸施術所」というように分けてこれを表記しなければ本試案に反する広告となります。同一の施術所で行う異業種の

各施術についてその施術毎にそれぞれ開設者、各施術の責任者の氏名も看板等に表記しなければならない。

- 5) 柔道整復診療は前述のとおり、一定の条件のもとに保険診療を行うことが出来ることになっています。当該施術所が保険診療を行うことを予定している場合は看板等にそのことをわかりやすい方法で明示し、その対象負傷及び施術内容を具体的に明記すること。それ以外の負傷等の整復診療あるいは整復診療以外の整体術等の施術は保険外診療・施術となることから、そのことも併せて明示する。この場合は、広告に必ず施術所内に保険外診療・施術の料金表を掲げ、診療(施術)内容と料金などを明確に表記していることをわかりやすく表示していなければならない。なお、保険外治療を自由診療と表記する事例があるが、柔道整復師の行える診療は法律によって限定されているので、自由診療の名称は利用者に誤解を与える恐れがあります。したがって、この文言は広告等に使用することは出来ない。
- 6) 「専科」・「専門」などの広告表示は利用者に不当な誤解を与える表現であります。専門認定を受けている場合を除き、これを用いた表示は許されない。専門認定を受けている場合は、認定を受けた年月日、認定をした組織体の住所、名称及び代表者氏名、その認定が私的な団体等である場合は、それが国家機関等の公の認定でないことを「専科」・「専門」表示の脇などに明確に表示すること。
- 7) 特定の部位の症状等に特化した施術を行う旨を表示する事(例えば腰痛等)は、利用者に誤解を与えないようにそれを行う柔道整復師の氏名と経歴及び過去に取り扱った症例数を明示すること。但し、いかなる意味でもその効用を表示してはならない。
- 8) 柔道整復師の資格以外の資格を広告等に表示することについて、それが国家資格でない場合はその表示の脇などに、資格付与機関の名称・住所・責任者・資格取得年月日及びその有効期間の定め等を明示しなければならない。なお、その資格が「公」のものであるかのようなまぎらわしい表記は許されない。
- 9) 治療・施術効果等を強調する広告の表示は許されない。例えば、モデルなどを使ってその効果を表現するチラシを配布している事例がみら

れるが、それは許されない。

- 10) 柔道整復師は美容・形成・リラクゼーション・疲労回復・癒しなどの施術やマッサージ施術等に、柔道整復診療に関係がない施術を柔道整復診療と併せて看板等に表示するなど柔道整復診療と紛らわしい表現は許されない。
- 11) 柔道整復師の施術所において、急性期外の痛み・運動制限等を緩和するために行う施術についての広告内容は、運動器系に関わるものに限定することを明示する。
- 12) 施術所を売場場所として薬・運動器具等の販売及び柔道整復診療に関係のない商品等の広告は許されない。
- 13) 体力回復・筋力運動などの予防施術は、柔道整復診療と関係のあるものに限り表示することが出来る。但し、効用を表示してはならない。
- 14) 健康相談は柔道整復診療の範囲以内のものであることを明確にして、表示する。
- 15) 柔道整復診療はその必要が生じたときに、その都度、その限度で診療を行うものであります。回数券など予め継続的な施術を受けられることを予定するようなサービスや景品の提供等、勧誘活動を行なうことを宣伝することは許されない。

## 5. 広告適正化対応について

当会は広告ガイドラインを適用として、広告活動の適正化運動を実施する。その運動は以下の方法によって行うことを予定する。

- 1) 広告等業務 適正推進実行委員会の設立  
この運営は当会の定める広告等業務 適正推進実行委員会の規則に基づいて行う。
- 2) 同委員会の主要な任務は以下の通りです。
  - (1) 広告ガイドライン違反ないし疑義のある広告の調査業務
  - (2) 柔道整復広告の適正化、促進の為の相談業務・研修業務
  - (3) 違法・不正な広告活動、業務に対する指導、是正勧告、ネット告知にて実施する警告に関する業務

以上