

一般社団法人日本カイロプラクターズ協会

# カイロプラクティック の広告に関する ガイドライン

Chiropractic Guideline- Advertising

Japanese Association of Chiropractors Ltd.

# カイロプラクティックの広告に関するガイドライン

## 目次

はじめに .....	2
1. ガイドラインの背景 .....	3
1) 「なに」がカイロプラクティックか .....	3
2) 「だれ」がカイロプラクターか .....	3
3) カイロプラクティックと全体の違い .....	4
2. 広告の定義.....	4
1) 広告に該当する媒体の具体例.....	4
2) 広告とはみなされない情報提供.....	4
3. 広告規制の対象者 .....	5
4. 広告の内容.....	5
1) カイロプラクティックの表記.....	5
2) 施術者の呼称の表記 .....	7
3) 施術者の学歴・資格の表記.....	7
4) 事業所の名称.....	8
5) 適正な語句の使用と表現方法 .....	9
6) 誇大広告・虚偽広告の禁止.....	10
7) 物品販売、マルチ商法、資格商法に関する広告の自粛 .....	10
5. 参考資料.....	11
6. 監修および編集協力 .....	12

## はじめに

カイロプラクティックがどのような広告基準を設けるかは、医療やヘルスケアにおけるカイロプラクティックの立場によって自ずと決まる。カイロプラクティックが国家あるいは州レベルで法制化されている国々においては、その広告は自ずと法的な規制を受ける。<sup>1)2)3)4)5)</sup> 一方、わが国ではカイロプラクティックは法的資格のない医業類似行為として分類されるにとどまっており<sup>6)7)8)</sup>、医療関連の法規制の対象外となっている。しかしそれは、カイロプラクティックにおける広告内容が無制限に自由であることと同意ではない。

カイロプラクティック・ケアは利用者の身体や健康に関わる療法であることから、不適切な広告によって利用者が施術施設に誘引され、不適切なケアを受けた場合、利用者の身体に被害が及ぶ危険性がある。また、カイロプラクティックを教育する機関やセミナーの誇大な宣伝や虚偽の情報によって誘導された場合、受講した学生に不利益が生じることは明らかである。したがって、カイロプラクティックの広告は医療関連の法規制の対象外でありながらも、倫理的、道徳的、社会的に認められる範囲内で自主規制しなければならない。

そこで、カイロプラクティックの臨床業務や教育、普及・啓蒙活動における広告に関して、その内容の適正化のための指針としてカイロプラクティック広告ガイドラインを提案する。本ガイドラインは、カイロプラクティックを法制化された医療行為に準ずるものと自ら位置づけ、その広告においては積極的に自主規制に臨む立場をとっている。こうした自主規制の努力が、将来的なカイロプラクティックの法制化や資格制度化の礎となることを期待したい。

## 1. ガイドラインの背景

広告の内容に言及する前に、このガイドラインが適用される対象者を明確にさせなければならぬ。そこでまず、カイロプラクティックとその施術者を定義する。またカイロプラクティックは他の療法、なかでも整体としばしば同一視されることがあり、ガイドラインの適用範囲に混乱を生じるのを防ぐため、カイロプラクティックと整体とは異なる療法であることを以下に確認しておく。

### 1) 「なに」がカイロプラクティックか

歴史的には古くから脊椎の手技療法が行われてきたが、19世紀後半に米国のD. D. パーマーによって学問として体系化されたのがカイロプラクティックである。今やカイロプラクティックは40以上の国と地域で法制化されている。1988年に設立された世界カイロプラクティック連合（World Federation of Chiropractic : WFC）は、1997年に世界保健機関（World Health Organization : WHO）の非政府組織に加盟している。WHOではカイロプラクティックは補完代替医療に位置づけられ、2005年には「カイロプラクティックの基礎教育と安全性に関するWHOガイドライン」<sup>9)</sup>が発行され、それは10カ国語以上に翻訳されており、もはやカイロプラクティックは世界的に認知されたヘルスケアと言える。

このような世界的な趨勢を踏まえれば、WHOが提示したカイロプラクティックの定義、すなわち「神経筋骨格系の障害とそれが及ぼす健康全般への影響を診断、治療、予防する専門職であり、関節アジャストメントおよび（もしくは）マニピュレーションを含む徒手治療を特徴とし、特にサブラクセーションに注目する」<sup>9)</sup>という定義をわが国でも採用することが望ましいと思われる。したがって本ガイドラインでは、カイロプラクティックの定義をWHOによる定義に準拠することとした。

### 2) 「だれ」がカイロプラクターか

前述のように、利用者が安全で信頼できるカイロプラクティック・ケアを受けられる環境をわが国でも整備する必要がある。そのため本ガイドラインでは、WHOガイドラインが提示したカイロプラクティック教育基準と内容を修了した者をWHO基準カイロプラクターと定義し、それに満たない教育背景の者をカイロプラクティック類似施術者と呼ぶ、という立場をとる。あえてその立場を明確にしたのは、わが国ではカイロプラクティックが法制化されていないため勝手にカイロプラクティックの看板を掲げて施術することができるという、利用者の健康が脅かされている現状から脱却する必要があると考えるからである。WHO基準カイロプラクターの詳細については、後述する。

### 3) カイロプラクティックと整体の違い

カイロプラクティックはしばしば整体と同一視されることがある。ここではあえて、両者は異なる療法であることを明示しておきたい。両者はともに脊椎など骨格を手技的に操作するという点では一致していると思われるが、定義と教育基準が明確なカイロプラクティックとは異なり、整体には学問としてそれを説明できる明確で統一的な見解が歴史的背景上も概念的にもいまだに見出すことができない。また、個人や団体レベルで行われている整体の教育はそれぞれの独自の「整体観」に基づいた内容である。

以上から、カイロプラクティックと整体とは異なる療法であり、本ガイドラインは整体もしくは整体師を名乗る施術者に対する指針ではないことを明記しておく。

## 2. 広告の定義

医療広告ガイドラインに準じてカイロプラクティックにおける広告を定義すると、利用者の受療を誘引する意図があり（誘因性）、カイロプラクティックを提供する者の氏名もしくは施術施設の名称の特定が可能であり（特定性）、一般人が認知できる状態にある（認知性）、などの要件を満たすものである。<sup>10</sup>特定の発信者が不特定多数を対象にカイロプラクティックの情報を提示すること、とも言える。

### 1) 広告に該当する媒体の具体例

広告は、特定の発信者が不特定多数の人々を対象にして情報を知らせる目的を持ったもので、チラシ、パンフレット（ダイレクトメールやFAXを含む）、ポスター、看板、ネオンサイン、アドバルーン、新聞紙、雑誌、放送、Eメールやインターネット上のバナー広告、不特定多数への説明会、キャッチセールスなどが広告媒体の具体例である。

### 2) 広告とはみなされない情報提供

これに該当する例は、インターネット上のホームページ、施設内掲示物、施設内で配布するパンフレット、学術論文・発表、新聞や雑誌等での記事、体験談・手記などである。ホームページは、利用者側が自ら情報を求めてアクセスするものであり、情報提供や広報として扱われている。施設内掲示物、施設内で配布するパンフレットは、その情報の受け手が現に受診している者に限定されるため、情報提供や広報とみなされる。

広告とはみなされない上記のような媒体による情報提供においても、以下にのべる広告規制の提案に準じて行われることが望まれる。

### 3. 広告規制の対象者

本ガイドラインによる広告規制の対象者は、基本的には WHO 基準カイロプラクターである。しかし、カイロプラクティック類似施術者が圧倒的多数を占めるわが国の現状でカイロプラクティックの安全性と信頼の底上げをするために、カイロプラクティック類似施術者にも本ガイドラインに則した対応を強く望む。

広告規制の対象者は個人だけではなく、カイロプラクティックに関する教育を提供するセミナーや学校、協会、団体などの法人も含まれる。カイロプラクティックを学ぶことを望む者が不適切な広告によって教育の場に誘引されれば、学生には金銭的・学問的な被害が及ぶ恐れがあると考えられるからである。

また、すでに述べたように、整体もしくは整体師を名乗る施術者は本ガイドラインによる広告規制の対象者ではない。

### 4. 広告の内容

カイロプラクティックの広告とその内容は、医業類似行為の法律<sup>8)</sup>および医療法<sup>11)</sup>、医師法<sup>12)</sup>、不当景品類及び不当表示防止法<sup>13)</sup>、薬事法<sup>14)</sup>などの法令に抵触してはならない。また、利用者の権益を保護するため、不正確な情報や虚偽事項を含む内容の広告や比較広告、誇大広告を行ってはならない。

カイロプラクティックに関する広告として推奨する記載内容および規制すべき記載内容を以下に具体的に示す。

#### 1) カイロプラクティックの表記

##### i) カイロプラクティックの名称

カイロプラクティックの名称を使用する際には、「カイロプラクティック」もしくは英語表記の「Chiropractic」と表記する。他の医療や医業類似行為との区別が不明確な名称や勝手な造語を用いてはならない。

WHO 基準のカイロプラクターが「カイロプラクティック」以外の療法名を用いる場合は、それがカイロプラクティックと同義であることを想起させる療法であってはならない。また、自らが創始したオリジナルの療法として公にアピールして臨床や教育、啓蒙活動を行う場合は、その療法名にカイロプラクティックの語句を含んではならない。も



## ・国際基準のカイロプラクター

国際基準のカイロプラクターという表現は、WHO ガイドラインが発行された 2005 年以前から使われ始めていた。その意味合いは、カイロプラクティックの教育プログラムの第三者評価機関であるカイロプラクティック教育審議会（Council on Chiropractic Education : CCE）に認定された教育（CCE 認定申請中の教育プログラムも含む）水準を満たしている、あるいはそれに匹敵する、というものである。その後、新たに WHO 基準という教育の世界標準ができた現在、もはや国際基準という語句を用いる意義は少なく、語義の類似性に伴う混乱を招くため、広告においては使用を控えるべきである。

## 2) 施術者の呼称の表記

### i) 標準的な呼称

自らをカイロプラクターと表記することができるのは WHO 基準を満たすカイロプラクターであり、それ以外の施術者はカイロプラクターと名乗るべきではない。

### ii) その他の呼称

海外でカイロプラクティックの教育を修了した者のなかには、「Doctor of Chiropractic」や「Chiropractic Physician」といった称号を表記することがある。その際、前者は「D.C.」と略記するか、片仮名で「ドクター・オブ・カイロプラクティック」とし、後者は「カイロプラクティック・フィジシャン」のように表記する。

### iii) 誤解を招く呼称の禁止

カイロプラクターは、利用者に誤解を与えたり、同業他種との区別が困難な名称を用いてはならない（下記例参照）。また、医師と同等の資格という表現も使用してはならない。これらの禁止事項は、WHO 基準のカイロプラクターだけでなく、カイロプラクティック類似施術者においても同様である。

例) カイロプラクティック医師、カイロプラクティック博士、カイロプラクティック整体師、脊椎指圧師、脊椎矯正師、カイロプラクティック師、カイロドクター、カイロプラクティック療法士

## 3) 施術者の学歴・資格の表記

利用者にとって、施術者のカイロプラクティックに関する学歴や資格は施術者のカイロプラクターとしての信頼性の有用な判断材料である。こうした利用者の目線から、カイロ



プラクティック類似施術者、カイロプラクターともに自らの学歴や資格を広告内に明示しなければならない。

広告に施術者の学歴や資格を記載する際は、施術者名、卒業校、教育プログラム、卒業年度、取得学位、資格などを正確に表記する。特に国外の大学との連携によってわが国で提供されたカイロプラクティック教育プログラムを修了した者は、あくまでもわが国で行われたプログラムであることが分かるような記載にすべきである。

- ・ 例1： 山田太郎. パーマーカレッジ・オブ・カイロプラクティック（パーマーカイロプラクティック大学）卒業（2000年）・DC取得・カリフォルニア州開業資格取得
- ・ 例2： 山田花子. RMIT 大学カイロプラクティック学科日本校卒業（2000年）・B.App.Sc.、B.C.Sc.取得
- ・ 例3： 山田一郎. RMIT 大学カイロプラクティック学科日本校 CSC（コンバージョン）プログラム卒業（2001年）・B.C.Sc.取得
- ・ 例4： 山田二郎. マードック大学インターナショナルスタディセンタージャパン卒業（2010年）・B.C.Sc.、B.C.取得

#### 4) 事業所の名称

##### i) 望ましい名称

カイロプラクティックという語句を含む施設名であることが望ましい。例えば「〇〇カイロプラクティックオフィス」「△□カイロプラクティック研究所」などのようにする。事業所名にカイロプラクティックという語句が明記されない場合、サブタイトルにはカイロプラクティックを表記すべきである。

##### ii) 望ましくない名称

- ・ カイロプラクティックが明記されていない施設名。
- ・ 同業他種との区別が困難な表現を使用しない。  
例) 整体カイロプラクティック、療術カイロプラクティック、カイロプラクティック医学、医学カイロプラクティック、カイロプラクティック医療、指圧カイロプラクティック、整骨カイロプラクティック、鍼灸カイロプラクティック、マッサージカイロプラクティック
- ・ 医療法<sup>11)</sup>に抵触する名称を使用してはならない。

例) ～クリニック、～医院、～診療所、～診察所、～病院

iii) 「公認・認可」を含む名称

カイロプラクティックに関連する広告や情報のなかで、協会や団体、および施術施設などの名称に「厚生労働大臣認可」、「厚生労働省認可」といった表現が付記されていることがある。この「認可」には、その事業所が所属する法人の所轄官庁を示している以上の意味はなく、その事業所が行うカイロプラクティック関連事業自体が直接的に政府組織に認められていることを意味するものではない。

また、施術者個人に関して「(国名) 政府公認・認可」という表現が用いられていることもある。ここでの「公認・認可」も、海外のカイロプラクティックの大学を卒業した、あるいは海外で開業する資格を有していること以上の意味はなく、単なる個人の学歴や資格を「公認・認可」に換言して広告に表記することは不適切である。

このように「公認・認可」という表現は利用者に与える印象と実際の意味に乖離を生じるため、安易に使用すべきでない。

5) 適正な語句の使用と表現方法

i) カイロプラクティック施術者は施術に関して「診察」「診療」といった医師法<sup>12)</sup>に抵触する言葉は使用しない。

ii) 適応症は、腰痛、頭痛、首の痛み、肩こりなどといった症状とし、腰椎椎間板ヘルニアや変形性脊椎症、特発性側弯症、肩関節周囲炎などの医学的な診断・疾患名を記載してはならない。

iii) カイロプラクティックの効果として、痩せる、身長が伸びる、若返る、などのダイエット効果や美容効果に言及する広告が散見される。そもそもカイロプラクティックにはそのような学問的知見はいまだなく、論拠に乏しい。したがって臨床の現場で仮にそのような効果が実際にあったとしても、適応症としてダイエットの効果を広告内に表示するのは適切ではない。

iv) 事業所の情報を紹介する際は下記項目を明記することが望ましい。

勤務するカイロプラクターの氏名、学歴、職歴、事業所名、住所、電話番号、FAX 番号、Eメール、ホームページアドレス、受付時間と休日、料金

## 6) 誇大広告・虚偽広告の禁止

カイロプラクティックの広告では常に適切な表現を心掛け、利用者に誤解を与えるような表現を用いてはならない。たとえば、以下に示すような誇大広告や虚偽広告を行ってはならない。

- ・ 施術効果に絶対性はありません、「絶対に効果がある」、「100%治る」などの表現を用いてはならない。
- ・ ディプロマ・ミル（学位商法）によって発行された民間のカイロプラクティック修了書を保有する施術者が、それをあたかも正規（WHO ガイドライン基準）のカイロプラクティック学位のように見せかけて広告に利用することを禁止する。

## 7) 物品販売、マルチ商法、資格商法に関する広告の自粛

### i) 物品販売

カイロプラクティックの主たる業務は手技療法によるヘルスケアであるが、必要に応じてサポーターやテーピング、マットレスなどの物品の使用を利用者に勧めたり、それを販売することがある。そうした物品の販売は利用者の必要性に応じて用いるもので、カイロプラクティックにおいては付加的・補足的な業務に位置づけられる。したがって、物品販売を目的とした商品広告を行う場合には、本来のカイロプラクティック業務が誤解を受けないよう最大限に配慮しなければならない。

### ii) マルチ商法

物品の販売組織を拡大させることを目的として利用者を次々と販売組織の会員に勧誘する、いわゆるマルチ商法につながるようなビジネス目的の広告を行ってはならない。そもそも、そうした商法は本来のカイロプラクティック業務から逸脱しており、利用者のカイロプラクティックへの誤解を招く恐れがあるためである。

### iii) 資格商法

「セミナーを受講するだけで簡単にカイロプラクティックの資格が取れる」「カイロプラクティックはもうすぐ国家資格になる」など、誇大な宣伝や虚偽の情報によって執拗に勧誘し、セミナーへの参加や教材購入の契約させる、いわゆる資格商法を行ってはならない。

## 5. 参考資料

1. “Guidelines for advertising of regulated health services” Chiropractic Board of Australia  
<http://www.chiropracticboard.gov.au/Codes-Guidelines.aspx>
2. “Standard of Practice-Advertising” College of Chiropractors Ontario  
[http://ccholive.v51.com/site\\_documents/S-016%20Advertising.pdf](http://ccholive.v51.com/site_documents/S-016%20Advertising.pdf)
3. “Board Advertising Guideline” New Zealand Chiropractic Board  
<http://www.chiropracticboard.org.nz/html/blob.php/Advertising%20adopted%20August%2011.pdf?attach=false&documentCode=15500>
4. “Code of Practice and Standard of Proficiency” General Chiropractic Council  
[http://www.gcc-uk.org/files/link\\_file/COPSOP\\_2010.pdf](http://www.gcc-uk.org/files/link_file/COPSOP_2010.pdf)
5. “Rules and Regulations- Board of Chiropractic Examiners” State of California  
[http://www.chiro.ca.gov/res/docs/pdf/Regulations/chiroregulations%20rev%20July%202012%20\(web%20copy\).pdf](http://www.chiro.ca.gov/res/docs/pdf/Regulations/chiroregulations%20rev%20July%202012%20(web%20copy).pdf)
6. 「いわゆる無届医業類似行為に関する最高裁判所の判決について」医発第 247 号の 1 (昭和 35 年 3 月 30 日)
7. 「医業類似行為に対する取扱について」医事第 58 号 (平成 3 年 6 月 28 日)  
<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/i-anzen/hourei/061115-1a.html>
8. 「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」(昭和 22 年 12 月 20 日法律第 217 号)  
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S22/S22HO217.html>
9. カイロプラクティックの基礎教育と安全性に関する WHO ガイドライン.  
<http://www.jac-chiro.org/whoipnguide.pdf>
10. 「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療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 (医療広告ガイドライン)」  
<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/isei/kokokukisei/dl/shishin.pdf>
11. 「医療法」(昭和 23 年 7 月 30 日法律第 205 号)  
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S23/S23HO205.html>
12. 「医師法」(昭和 23 年 7 月 30 日法律第 201 号)  
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S23/S23HO201.html>
13. 「不当景品類及び不当表示防止法」(昭和 37 年法律第 134 号)  
[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/090901premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/090901premiums_1.pdf)
14. 「薬事法」(昭和 35 年 8 月 10 日法律第 145 号)  
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S35/S35HO145.html>

## 6. 監修および編集協力

### 監修

**蒲原聖可** (かもはら・せいか)

健康科学大学客員教授、日本薬科大学客員教授、昭和大学大学院非常勤講師、  
DHC 研究顧問、日本統合医療学会理事、国際個別化医療学会常任幹事、統合医療学院監事

### 編集協力

(五十音順)

**石川光男** (いしかわ・みつお)

日本カイロプラクティック登録機構理事長、東京カレッジ・オブ・カイロプラクティック講師、  
国際基督教大学名誉教授

**佐藤誠一** (さとう・せいいち)

日本カイロプラクターズ協会理事、カイロプラクティックオフィス佐藤治療院院長

**高柳進之輔** (たかやなぎ・しんのすけ)

日本カイロプラクティック登録機構理事、元東邦大学医学部教授

**竹谷内啓介** (たけやち・けいすけ)

日本カイロプラクターズ協会理事長、東京カイロプラクティック院長

**竹谷内克彰** (たけやち・よしあき)

日本カイロプラクティック登録機構理事、東京カレッジ・オブ・カイロプラクティック講師、  
よしかわクリニック整形外科医

**中塚祐文** (なかつか・ひろふみ)

日本カイロプラクターズ協会会長、中塚カイロプラクティック研究所院長

**西村好順** (にしむら・よしのり)

日本カイロプラクティック登録機構理事、上野法律事務所所属弁護士

**村上佳弘** (むらかみ・よしひろ)

日本カイロプラクティック登録機構理事、日本カイロプラクターズ協会顧問、  
東京カレッジ・オブ・カイロプラクティック教務部長





## カイロプラクティックの広告に関するガイドライン

Chiropractic Guideline-Advertising

発行 2013年1月18日 第1版第1刷

発行者 一般社団法人日本カイロプラクターズ協会

会長 中塚祐文

〒105-0003 東京都港区西新橋 3-24-5 レック御成門川名ビル 503

電話&FAX 03-3578-9390

E-mail [info@jac-chiro.org](mailto:info@jac-chiro.org)

URL <http://www.jac-chiro.org>