

「令和3年度 ヘルスケアサービス社会実装事業」  
リラクゼーション業界におけるヘルスケアサービス品質向上に向けた  
業界自主ガイドラインまたは認定制度策定に関する検討協議会  
第2回検討協議会 議事要旨

日時：2021年12月23日（木）13：00～15：00

会場：ワイム貸会議室 ROOM C

出席者：磯部 哲 様（慶応義塾大学法務研究科 教授）

江崎 禎英 様（社会政策課題研究所 所長）

奥原 早苗 様（公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会  
消費者志向推進委員会委員長）

水溪 治彦 様（一般社団法人 日本エステティック業協会 事務局長）

湊 信明 様（湊総合法律事務所 所長・弁護士）

福永 俊明 様（経済産業省ヘルスケア産業課 専門官/オブザーバー Zoom 参加）

渡辺 直樹 様（「令和3年度ヘルスケアサービス社会実装事業費補助金」事務局  
株式会社シード・プランニング/オブザーバー Zoom 参加）

渡邊 真一 様（業界有識者/オブザーバー）

林 加奈恵（一般社団法人日本リラクゼーション業協会 代表理事）

藪 浩昭（同会 常務理事）

二瓶 拓穂（同会 理事）

町田 基樹（同会 監事）

---

■インターネットによるアンケート調査結果報告

調査対象：全国の20～70代男女

A:一般消費者（リラクゼーションサービス1年以内経験者）

B:一般消費者（リラクゼーションサービス未経験者）

C:あはき柔整有資格者

D:その他有資格者（医師、看護師、理学療法士、作業療法士）

実施期間：2021年12月1日～12月10日

調査手法：インターネット上のアンケート調査会社マクロミルを利用したWeb調査

有効回答数：1,061件（A:263、B:247、C:238、D:313）※全体男女比＝約6:4

調査内容：リラクゼーションサービス利用経験、リラクゼーションのイメージ、含まれるサービス、  
マッサージ治療院などとの違いの理解、使い分け など

アンケート調査から見てきたこと（ポイントまとめ）

- ・「もみほぐし」は概ね正しい目的で利用されている。「整体・カイロ」は治療側に近い認識が多い
- ・「リラクゼーション」のイメージは伝わっているが、未利用経験者には内容までは浸透していない。

範囲も業界側とはギャップがある

- ・「安全・安心」「清潔感」「技術力」などのイメージに大きな課題
- ・資格者側との違いの理解、使い分けは概ね半数ぐらいの人は正しい

## ■論点の確認

### ・リラクゼーション業の定義（「核」と「除く」で考えるという前提）

1. どの視点で考えるか（行為、目的、影響）
2. 核となる部分を何と定めるか
3. 明確に「除く」ものは何か
4. 手技の範囲、強さ、痛みについてはどうするか
5. 消費者からの利用方法の視点はどうするか

### ・確立・浸透のために

6. 現状のガイドラインをどう変えるか
7. 「入り口」での質の担保をどうするか
8. 「入った後」の質の維持・向上のために何をすべきか
9. 「店舗認証制度」は有効か、必要か

### ・対「消費者」

10. 消費者とのコミュニケーションにおけるポイントは何か

※今回の協議会では、1. 2. 3. 6. 9. 10. の論点について、討議がなされた。

## ■討議

### ・協議会における目的

- 再定義やガイドライン策定の目的とは何か
- ・業界が産業として発展するために、定義が必要

（参考：補助事業申請時の事業計画書で提起した課題と目指す姿）

#### 【課題】

- (1) 「リラクゼーション（業）」の範囲が不明確である
- (2) 隣接業界等との線引きが不明確である
- (3) 社会認知度の不足

#### 【目指す姿】

- (A) 事業者から安心・安全なサービスが提供されている
- (B) 消費者が安心・安全なサービスを把握できる
- (C) リラクゼーション業を営む事業者ならびに従事者の地位がより強固になり、働きやすい環境

## •定義にあたってのポイント

- ・まずは「決め」の問題としてコアを定義し、コア以外は別に議論をしていく
- ・「リラクゼーションとは」を事業者・消費者双方に認識のズレがなく理解できる（言える）ことが重要
- ・医療や隣接業界の領域と重ならないということの明示も考慮すると良い（レピュテーションリスクの排除）
- ・職業分類における「リラクゼーションセラピスト」の定義との整合性も考慮が必要  
⇒「リラクゼーションセラピスト」の定義も、これから我々で決めていくのが良い

## •リラクゼーションの定義

### 1. どの視点で考えるか（行為、目的、影響）

- ・「行為」「目的」「影響」のどれか1つではなく、3つで定義をすることが良いのではないか（判例より、「行為」が同じでも「目的」や「影響」で区別される）
- ・判例になぞらえた視点を網羅して定義をしていくのが良いのではないか

### 2. 核となる部分を何と定めるか

「行為」において

- ・「手技」「空間演出」「コミュニケーション」の3つすべてを「行為」に含めるのが良いのではないか。  
⇒「手技」がメイン。消費者の目線でいえば、リラクゼーションには「空間演出」や「コミュニケーション」も求めている。
- ・3つを含めた上で、それぞれのコアを定義する  
⇒「コミュニケーション」で“会話など”というと「会話=コミュニケーション」のイメージが付く可能性もある

「目的」において

- ・「心」と「身体」において、「身体」のほうがメイン。
- ・ただし、「身体」のみとすることは、あはきとの違いが無くなるともいえる。  
（「心」も加味することが、リラクゼーションの使命なのではないか）
- ・「心」と「身体」の両方で、どちらかだけは違う

「影響」において

- ・マイナスを解消する or プラスを増やす、で考えると、リラクゼーションはまずは「マイナスを解消する」

その他

- ・格好に関する視点（白衣やケーシーは誤認を招く可能性がある）
- ・用語の使い方として「健康」は不適切。案として、「ストレス解消」「心地よくなる」

「楽になる」「ウェルビーイング」

- ・ 目指すべき状態までを明示した定義の仕方をすることが良い  
⇒ どこからどこに向けて／ストレスを解消して心地よい状態にする等

### 3. 明確に「除く」ものは何か

- ・ 「医療行為」「医業類似行為」ではないということ
- ・ 出張、機械、温浴などはコアを定めた上で、それぞれの問題点を加味して1つずつ例外（条件付き）として判断をしていくのが良いのではないか（第2種、第3種リラクゼーション）

#### • 確立・浸透のために

### 6. 現状のガイドラインをどう変えるか

- ・ ガイドライン以外に、具体的なケースを例示した、より運用を想定したガイダンス等もあわせて策定することが望ましい

### 9. 「店舗認証制度」は有効か、必要か

- ・ 認証制度は事業者のアピールには有効。消費者に対して推進していくのであれば、経産省との共同などが図られると良い
- ・ 認証制度には時間がかかる
- ・ ガイドラインを策定し、浸透させた上で、消費者の声から新たな課題に対してどういう制度が必要かを検討すべき

#### • 対「消費者」

### 10. 消費者とのコミュニケーションにおけるポイントは何か

- ・ リラクゼーションの定義（行為、目的、影響）を協会加盟店舗等に貼り出すなど、共通した理解を分かりやすく伝えていくことが必要ではないか

※ ■ 討議での記載事項は、協議会として決定されたものではなく、議論の中での意見をまとめたものとなります。

以上