

厚生労働科学研究費補助金（厚生労働科学特別研究事業）

研究報告書

生活の価値（ライフバリュー）の向上を目的とした新たな産業の促進のための調査研究

研究代表者 益山 光一 東京薬科大学薬学部薬事関係法規教授

研究要旨

日々の日常生活に直接的に関与・働きかけをすることで、人々の生活の価値（ライフバリュー）を創造する産業は、医療保険や介護保険分野等の公的サービスの枠内以外にも数多く存在し、その事業規模は年々増大しており、ゆりかごから墓場まで、健康状態から未病状態まで、身体・容姿に働きかけるものから体内に直接作用するものまで、さらに、伝統あるものから革新的技術を駆使したものまでと、非常に多様なものとなっている。

一方、これらの産業は、保険給付外であるため、これまで公的サービスの周辺産業として付随的に取り扱われることも見受けられたが、国民が多様な価値を求めるようになった今日、人々の生活の価値（ライフバリュー）を向上させる基幹産業として、さらなる発展が期待できるものの、その実態は明らかなものとはなっていない。

本年6月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2015」（骨太方針）においても、「インセンティブ改革による多様な主体の行動変化による効率化及び公的サービスの産業化について、順次着手する。」とされており、このような産業の促進は、現政権の方針と大きく合致しており、喫緊の課題となっている。

生活の価値（ライフバリュー：LV）に関しては、その範囲は個人によって大きく異なることに鑑み、本研究におけるLVに関する対象は、社会保障改革とも関係の深いと考えられる健康と美容に絞って実施することとし、関係する産業としては、健康食品、健康機器、遺伝子ビジネス、スパ・フィットネス、美容・整形（脱毛等を含む）等の「公的サービス外の周辺産業」を主として、今後の新たな産業促進のための基礎的資料として活用するため、各産業の概要、業界団体の活動状況、問題点等について、広範囲に渡る調査研究を行い、その概要についてとりまとめを行った。

健康と美容を主体としたLVを創造する産業の活性化に向けては、利用者の安全・安心につながる信頼性の確保が重要である。その信頼性確保にあたって、一律に厳しい基準を設けることが適当ではなく、その科学のレベルと倫理的・法的・社会的な課題との調和が必要となる。これまで、品質の確保や施術者の資格制度等を各業界団体等で実施してきたが、各団体で独自に対応し、同じ業界内でも異なる評価基準やシステムとなっていることも少なくない。今後は、必要に応じて、業界内での統一等に向けた対応や、健康も美容も最新の情報やエビデンスに基づいて実施することが、産業促進の面からも必要である。例えば、健康食品のように、認定を与える団体について、健康食品認証制度協議会が指定や監督を行うシステムや、エビデンスの集積等については、機能性表示食品のように販売者が責任を持ってエビデンスの収集や評価を行うような対応も参考になると考えられる。なお、この場合、制度や情報、さらに求められるレベルや対応に他の業界との違いがある場合（既に法規制があること等）はその違いもわかりやすく説明することが望まれる。

また、利用の対象が高齢者や外国からの利用者等への新たな広がりが期待されるソシオエステティックや美容医療分野についても、例えば、統一資格やガイドライン等の作成について、産学官における連携促進が重要となる。

A．研究目的

日々の日常生活に直接的に関与・働きかけをすることで、人々の生活の価値（ライフバリュー）を創造する産業は、医療保険や介護保険分野等の公的サービスの枠内以外にも数多く存

在し、その事業規模は年々増大しており、ゆりかごから墓場まで、健康状態から未病状態まで、身体・容姿に働きかけるものから体内に直接作用するものまで、さらに、伝統あるものから革新的技術を駆使したものまでと、非常に多様な

ものとなっている。

一方、これらの産業は、保険給付外であるため、これまで公的サービスの周辺産業として付随的に取り扱われることも見受けられたが、国民が多様な価値を求めるようになった今日、人々の生活の価値(ライフバリュー)を向上させる基幹産業として、さらなる発展が期待できるものの、その実態は明らかなものとはなっていない。

このような中、平成 27 年 6 月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針 2015」(骨太方針)においても、社会保障分野の改革に当たって、「国民の納得感を醸成し、その参加の下に改革を進める観点から、インセンティブ改革による多様な主体の行動変化による効率化に取り組むとともに、民間の力を最大限活用して関連市場の拡大を実現することを含め、社会保障関連分野の産業化に向けた取組を進める。」こととし、「インセンティブ改革による多様な主体の行動変化による効率化及び公的サービスの産業化について、順次着手する。」とされており、このような産業の促進は、これからの超高齢化社会の中で喫緊の課題となっているといえる。

本研究では、美容・整形(脱毛等を含む)、健診ビジネス、健康食品・健康器具、遺伝子ビジネス、スパ(マッサージ等を含む)、スポーツジム、エンバーク等々の国民の日常生活に関わる「公的サービス外の周辺産業」を研究対象として、今後の新たな産業促進のための基礎的資料として活用するため、各産業の業界団体の有無、活動状況、問題点等について、広範囲に渡る調査研究を実施して、その概要についてとりまとめを行った。

B . 研究方法

生活の価値(ライフバリュー:L V)に関して、その範囲は個人によって大きく異なる。そこで、本研究におけるL Vは、社会保障改革とも関係の深いと考えられる健康と美容に絞って実施することとし、関係する産業としては、健康食品、健康機器、遺伝子ビジネス、フィットネス産業、スパ・サービス産業、美容・整形(脱毛等を含む)等の「公的サービス外の周辺産業」を主対象として調査研究を行った。

調査方法については、主に、L Vを創造する産業の選定、範囲・それぞれの規模、各種業態ごとの業界団体の有無、当該業界の活動状況、実績等、業界ごとの問題点等の事項について、インターネット等を駆使した基本調査をもとに、必要に応じてヒアリング調査等を行い、様々な業種の実態を調査・分析を行った。

なお、美容関連については、合同会社E B C & Mに委託をして実施したが、美容関連業としては、美容サービスを提供する施術者や施設、関連商材のサプライヤー、サービスを提供する施設などがあり、さらにサービス提供者に対する教育ビジネス、資格認定ビジネスなどが関与する。また“美容”と“健康”は一对の言葉と使用されることが多くその対象は極めて広範囲となる。従って、今回の美容関連の調査では、エステティック、ネイル、美容医療業界を中心にその関連産業を含め調査を行った。

なお、研究実施に際しては、医療経済、社会薬学、医療関係者、企業関係者、関係団体等々の様々な関係者のご意見等を参考にして調査研究を進めていった。

C . 結果

健康関連分野

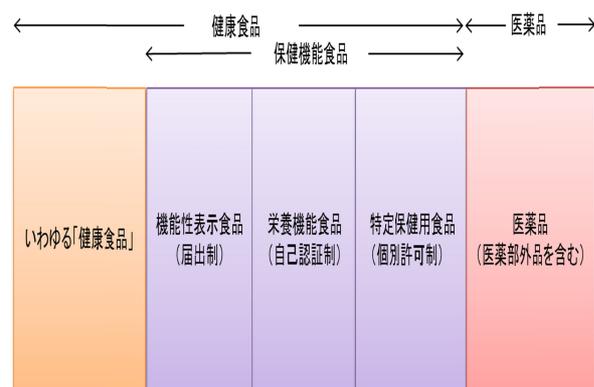
1 . 健康食品に関する調査結果

(1) 健康食品について

健康食品と呼ばれるものについては、法律上の定義は無く、広く健康の保持増進に資する食品として販売・利用されるもの全般を指しているものといえる。そのうち、国の制度としては、国が定めた安全性や有効性に関する基準等を満たした「保健機能食品制度」がある。

特定保健用食品（通称トクホ）は、平成 3 年に国が食品に健康表示（健康への効果を示す表現）を具体的に表示することを個別許可する制度である。また、栄養機能食品はビタミン・ミネラルについて、一定の基準量を含む食品について国が定めた表現によって機能性を表示できるものである。これらに加え、最近では、機能性表示食品で論文等の根拠があるものについては、事業者の責任において、機能性の表示が可能となっており、現在、269品目の届出がされている。（平成 28 年 3 月現在）

なお、保健機能食品制度の所管については、平成 21 年 9 月 1 日に厚生労働省から消費者庁に移管（機能性表示食品については、平成 27 年 4 月からスタート）されている。



特定保健用食品

健康の維持増進に役立つことが科学的根拠に基づいて認められ、「コレステロールの吸収

を抑える」などの表示が許可されている食品。表示されている効果や安全性については国が審査を行い、食品ごとに消費者庁長官が許可している。

栄養機能食品

一日に必要な栄養成分（ビタミン、ミネラル）が不足しがちな場合、その補給・補完のために利用できる食品。すでに科学的根拠が確認された栄養成分を一定の基準量含む食品であれば、特に届出などをしなくても、国が定めた表現によって機能性を表示することができる。

機能性表示食品

事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品。販売前に安全性及び機能性の根拠に関する情報などが消費者庁長官へ届け出られたもの。ただし、特定保健用食品とは異なり、消費者庁長官の個別の許可を受けたものではない。

（２）産業規模や関連団体等について

健康食品市場は、7208 億円（株式会社矢野経済研究所 2014 年度見込み）～ 1兆 5,785 億円（株式会社インテージ 2015 年度版）と推察されている。

健康食品関連団体としては、

- ・健康食品認証制度協議会

（<http://www.kenko-ninsho.com/>）、

・公益財団法人 日本健康・栄養食品協会（日健栄協）（<http://www.jhnfa.org/>）、

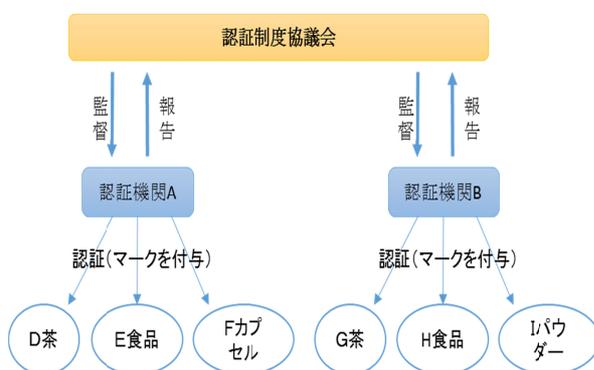
- ・一般社団法人 日本健康食品規格協会（<http://www.jihfs.jp/>）

が主に挙げられる。

健康食品認証制度協議会は、「健康食品」に係る制度のあり方について厚生労働省での検

討を踏まえ、原材料や製造工程管理（GMP）の安全性確保に向けて、学識経験者、消費者、製造事業者、認証機関等で構成され、厚生労働省指針に沿った認証が行われるよう認証機関への監督指導等を行っている。

さらに、その具体的な第三者認証等の実施について、例えば、GMP認定については、公益財団法人日本健康・栄養食品協会と一般社団法人日本健康食品規格協会の二つがあり、これらの認証機関の審査を踏まえた認証(マークの付与)によって、健康食品の品質や信頼性確保等の消費者にわかりやすい形での情報提供(見える化)等に努めている。



健康食品認証制度協議会について

健康食品の安全性確保を目的に、厚生労働省の支援のもと、平成21年7月に設立された。当協議会は、健康食品の安全性を事業者が自主点検したプロセス・結果を中立的な第三者の立場でチェックする「健康食品安全性自主点検認証機関」の指定を行うとともに、当該認証機関の業務が適正かつ公平・公正に運営されているかを監督する役割を担っている。認証マークの付与は健康食品認証制度協議会が指定する認証機関が行う。事業者は認証マークの取得を希望する健康食品について指定認

証機関が定める安全性自主点検に関する認証基準に沿って安全性の自主点検を行い、その内容を第三者である認証機関が確認し、認証マークが付与される。健康食品認証制度協議会が指定した認証機関としては、公益財団法人日本健康・栄養食品協会が挙げられる。

公益財団法人日本健康・栄養食品協会では、事業者が健康食品の安全性に関して自主点検を行った事項について審査し、合格した「原材料」「製品」に「安全性自主点検認証登録マーク」の表示が可能となる。これは、絶対的な安全性や有用性を保証することにはならないが、消費者が健康食品を選択する際の情報提供の一つとなること。

事業者がこの安全性自主点検を行うことで、事業者の取り扱う商品の安全性への信頼が高まること。

安全性に取り組む企業としてのイメージアップにつながるとともに、消費者の健康食品業界への向上につながる。

が期待される。

認定健康食品（JHFA）マーク

昭和60年に当時の厚生省が設置を認めた財団法人日本健康食品協会（現：公益財団法人日本健康・栄養食品協会）の事業として、健康食品の規格基準の設定とその基準に係わる認定制度を開始した。規格成分のみならず一般細菌や大腸菌なども分析した上、表示内容についても医学・栄養学の専門家から構成する「認定健康食品認定審査会」で審査をして、「認定健康食品（JHFA）マーク」の表示を許可している。

GMPの認定制度

錠剤、カプセル状等の形状の食品は濃縮、加工等の工程を経ていることが多く、これにより

原材料の中に微量に含まれる毒性物質等が濃縮されたり、個々の製品レベルで成分の偏りが生じたりした場合、過剰摂取による健康被害の発生につながるおそれがある。そのため、事業者による自主管理を推進するため、GMPガイドラインを示し、現在、公益財団法人 日本健康・栄養食品協会と一般社団法人 日本健康食品規格協会が GMP 認定制度を運用している。

食品保健指導士の養成

健康の保持・増進に役立つ食品の有効利用に向け、消費者が健康食品を安全かつ適切に選択して摂取するための正しい情報が提供できる助言者としてのアドバイザー・スタッフの養成が必要とことから、公益財団法人 日本健康・栄養食品協会において、一般消費者に対し保健機能食品等について正確な情報提供ができる専門家としての「食品保健指導士」の養成を行っている。

(3) 健康食品産業の動向や課題等について 機能性表示関係

機能性表示食品制度により、健康食品に関する消費者の関心や市場の活性化は進んでおり、このような新たな取組みや、これまでの業界の自主基準による規格基準や品質確保の制度は、他の産業に比して進んでいると考えられる。

最近の機能性表示食品の課題としては、「機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会」(消費者庁所管)において、機能性表示食品制度の拡充に関する検討を実施し、具体的には、ビタミン・ミネラルなどの栄養成分、機能性関与成分が不明確なものについて対象とする意義や必要性について検討を進めているが、対象拡大の意義・理由について賛否両論出ている状況である。

また、例えば、乳酸菌飲料とヨーグルトを比較しても、臨床データを収集しその内容について国の審査を受けて、特定保健用食品の許可を受けた乳酸菌飲料と、届出によって事業者の責任で機能性表示しているヨーグルトとの違いについて、一般の方が制度の違いや効果の違いなどをきちんと理解できていない場合も多く、そのような情報提供についても安全性情報提供とともにしっかり行っていくことが望まれる。

食品の用途特許

健康食品市場の拡大の要素の1つといえる、特許についても動きがあり、2016年4月以降に「食品の用途特許」が可能となるといった報道がされている。

機能性表示食品制度の施行により、食品の機能性研究が盛んとなり、植物や動物そのものの使用は不可であるものの、加工食品の用途発明について新規性を認める運用を行うこととしている。

今後、企業においては、これまで取得してこなかった用途特許の申請取得を円滑に進めるとともに、特許取得後においては、特許内容と機能性表示の内容の意味(特に有効性及び安全性面での評価)について、消費者に過度な期待を抱かせないように正しい情報提供をしっかりと実施していくことも必要である。

その他

健康食品産業は、生活の価値を高める産業の中でもその取組みについて比較的長い間実施しているとともに、現在においても、新たな取組みを進めているが、課題として、新規成分や医療成分を含む健康食品の品質や安全性の問題、さらには、使用者側の過度な期待や情報不足の面も指摘され、平成27年12月に、食品安全委員会(いわゆる「健康食品」)の検討に関

するワーキンググループ)より、いわゆる「健康食品」に関するメッセージ(安全性、摂取目的等について)が発出され、さらに、厚生労働省においても、医療関係者向けの「健康食品による健康被害の未然防止と拡大防止に向けて」(平成28年2月改訂)や一般向けの「健康食品の正しい利用法」(平成28年2月改定)のパンフレットを作成し、健康食品に安易に飛びつくのではなく、パンフレットを参考の上、健康食品について正しく理解し、冷静に考えてみることを勧めている。

2. 健康機器に関する調査結果

(1) 健康機器について

健康機器については、健康機器、健康器具、ホームヘルス機器、セルフケア健康機器など様々な名称で呼ばれている。

少し古い情報ではあるが、厚生労働省における『健康関連機器の選択、使用及び情報提供の在り方に関する検討会』の報告書(平成14年3月)において、「健康関連機器」の範囲は、平成12年度厚生科学特別研究「健康日本21の推進に資する健康関連機器の開発に関する研究」における定義を参考に、「栄養・食生活、運動・身体活動、休養・心の健康づくり、喫煙、飲酒、歯の健康の保持など生活習慣や、糖尿病、循環器病、癌、歯周病等の生活習慣病に関連して、健康状態の把握、健康増進又は環境整備を直接的・間接的に支援する機器類」とし、ハードである「機器」に加え、情報技術を活用した生活習慣改善のためのプログラム等の健康づくりを総合的に支援するシステムについても、国民の健康づくりに対して影響を与える可能性を考慮して、検討対象とすることとされている。

また、一般社団法人日本ホームヘルス機器協

会では、主として電子・電気応用の機器であって、家庭においてセルフケアを目的として用いられる家庭用の治療機器並びに健康管理機器及び疾病予防機器をホームヘルス機器として取り扱っている。

なお、健康機器でも、「疾病の治癒、改善、予防または身体の機能に作用すること」に関する効能効果を記載する場合には、薬事法の届出を行うか、認証または承認を受ける必要がある。

(2) 産業規模や関連団体等について

矢野経済研究所の調査では、2014年の国内におけるセルフケア健康機器市場の規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比3.2%増の2,295億4,000万円と推計されている。

なお、このセルフケア健康機器市場とは、『家庭用の健康管理機器、フィットネス機器、健康回復機器、健康治療機器などを対象とする。主な機器として健康管理機器では「電子血圧計」、「電子体温計」、「体重体組成計」、「尿糖計」、「心電計・心拍計」、「歩数計・活動量計」、フィットネス機器では各種機器(トレッドミル、ステッパー、エアロバイク、等)、健康回復機器では「マッサージチェア」、「フットマッサージャー」、「ハンディマッサージャー」、「フェイスケア」、健康治療機器では「電位治療器」、「低周波治療器」、「吸入器」である。なお、医療施設やスポーツクラブなどにおける業務用機器を含まない。』としている。

業界団体としては、一般社団法人日本ホームヘルス協会があり、ホームヘルス機器について、技術の向上や品質安全の確保、協会での自主基準等を明確にし、その遵守等を行う会員の製品にHAPIマークの貼付、さらに、平成26年7月よりホームヘルス機器販売業の健全な発展と国民福祉の向上への貢献等を目的として、

会員を対象に「ホームヘルス機器販売員取得セミナー」を開催し、ホームヘルス機器販売員登録制度等を行っている。

一般社団法人 日本ホームヘルス協会(HAPI) (<http://www.hapi.or.jp/>)

本協会は、ホームヘルス機器に関する技術の向上並びに品質、安全性及び有効性の確保のための調査研究、ホームヘルス機器に関するJIS及び認証基準の策定・見直し、ホームヘルス機器に関する適正な広告及び販売のための自主基準の策定、ホームヘルス機器に貼付するHAPIマークの普及及び啓発、ホームヘルス機器に関する技術者・販売従事者等の知識向上のための教育研修の実施等を行い、ホームヘルス機器に関する技術の向上、品質及び安全性の確保、流通及び販売の適正化等を図り、国民の健康の自主的な保持増進とホームヘルス機器産業の健全な発展に寄与し、もって国民福祉の向上に貢献することを目的としている。

なお、家庭においてセルフケアを目的として用いられる健康機器の総称で以下の種類があるとしている。

家庭用医療機器

電位治療器 / 電解水生成器 / 治療浴装置 / マッサージ器 / 指圧代用器 / 赤外線治療器 / 紫外線治療器 / 炭素弧光灯治療器 / 電気磁気治療器 / 永久磁石磁気治療器 / 低周波治療器 / 超短波治療器 / 温熱治療器 / 温灸器 / 吸入器 / 組合せ家庭用医療機器 / 等

健康管理機器
自動電子血圧計 / 手動式電子血圧計 / 自己検査用尿糖計 / 自己検査用グルコース測定器 / 体成分分析装置 / 体重計 / 体脂肪計 / 体組成計 / 歩数計 / 心拍計 / 塩分計 / 等
その他の機器

美顔器 / 等

HAPIマーク

家庭におけるセルフケアを目的として用いられる健康機器の総称をホームヘルス機器と言い、家庭用医療機器・健康管理機器等がある。日本ホームヘルス協会の会員企業が製造・販売するホームヘルス機器に、HAPIマークが貼付されている。

(3) 健康機器の動向や課題等について

健康機器については、粗悪品での事故のほか、誤った使用方法によって重大な事故に繋がる恐れもある。また、健康に関してエビデンスが乏しいにも係らず、健康機器を購入したいと思う消費者を煽るような販売を行うケースも少なくない。今後とも、第三者評価の視点も含め、業界団体でのチェックが重要となる。

また、東京都では、健康、医療、環境、危機管理の産業分野への参入を促進するため、「連携イノベーション促進プログラム」を実施し、開発支援テーマとそれに係る技術・製品の開発動向を示した平成26年度版【課題マップ】を策定するとともに、優れた技術力を持った都内中小企業が行う技術・製品開発を支援する「連携イノベーション促進プログラム助成事業」を行っている。

その中の、分野：健康・スポーツ分野
テーマ：スポーツ・健康管理に関する技術・製品の開発において、「都では、オリンピック・パラリンピックの開催決定を契機に、誰もがスポーツに親しむ社会を創出し、心身両面からの健康増進と活力ある都市の形成を推進している。また、都では、スポーツ実施率70%を目標に、「スポーツ都市東京」の実現に向けた取組を積極的に展開してきているが、現状は約54%と

都民全体にスポーツが浸透しているとは言えない状況にある。健康長寿社会の実現に向けて、スポーツ、健康管理に対する技術力の活用の重要性が増している。」として、技術開発等を支援している。このような動きは、国における「次世代ヘルスケア産業協議会（経済産業省）」を踏まえ、新規産業創出に向けて活性化しており、今後の健康管理のニーズへのさらなる対応が期待される。

3. 遺伝子検査に関する調査結果

(1) 遺伝子検査ビジネスについて

遺伝子検査ビジネスについては、経済産業省の平成24年度及び25年度の委託調査による報告書【『平成24年度中小企業支援調査(個人遺伝情報保護の環境整備に関する調査)報告書(遺伝子検査ビジネスに関する調査)』、『平成25年度中小企業支援調査(再生医療による経済効果及び再生医療等の事業環境整備に関する調査)報告書(遺伝子検査ビジネスに関する調査)』】により詳細に検討されている。平成25年度の報告書では、遺伝子検査ビジネスの概要として、

『遺伝学的検査として提供されるようになるためには、以下の4点が専門家により検証され、検査を行う意義が確認されている事が求められる。

分析的妥当性(分析方法が確立しており精度管理が適切にできること)

臨床的妥当性(検査結果の意味づけ・解釈が十分であること)

臨床的有用性(検査結果を受けて適切な予防・治療方針をたてられることなどの臨床上のメリット)

倫理的・法的・社会的問題の影響等
このような中、医療の場で診療のために行われ

る遺伝学的検査では、分析的妥当性(上記)は当然のこととして、特に臨床的妥当性、臨床的有用性(上記)について十分な知見が蓄積していない場合は行われないことが普通であるが、消費者向け遺伝子検査ビジネスでは、専門家から見てその意義や臨床的価値が十分とは言いがたい遺伝子検査が提供されているとの指摘がある。』旨記載され、結論の章(第5章 調査結果を踏まえた今後の展望)において、『前年度調査及び本調査から、遺伝子検査ビジネスは、急速な成長の兆しがあるものの解決が容易ではない課題が多く残っており、現在のところビジネスとしては未成熟な面があることが把握できた。とはいえ、技術的には遺伝子解析機器の進歩に伴い、遺伝学的な情報は日々集積、更新されており、こうした最新鋭のツールが一般消費者向け遺伝子検査ビジネスに利用される日も遠い未来ではない。

消費者に有益なビジネスとしてマーケットを拡大していくためには、事業者が、消費者や専門家の懸念を払拭できるよう誠実に事業を行う事はもとより、国、学会、業界団体が遺伝子検査ビジネスを健全に発展させていくための環境を整備していくことが求められる。』とし、ガイドラインや法制化等の準備の必要性を提言するとともに、事業者により適切に遺伝子検査ビジネスを実施してもらうべく、経済産業省ホームページにて、倫理的・法的・社会的課題への対応、精度管理や品質保証等の事項を記載した「遺伝子検査ビジネス実施事業者の遵守事項」を発信している。

なお、遺伝子関連検査の分類については、『平成25年度中小企業支援調査(再生医療による経済効果及び再生医療等の事業環境整備に関する調査)報告書から、参考2として掲載している。

(2) 産業規模や関連団体等について

明確な市場規模は算出されていないが、日本衛生検査所協会のアンケート結果(平成22年)によると、日本衛生検査所協会に登録されている臨床検査会社が行う遺伝子関連検査は、病原体遺伝子検査 454 万件、ヒト体細胞遺伝子検査 23 万件、-a ヒト遺伝学的検査(生殖細胞系列遺伝子検査)2万7千件と、病原体遺伝子検査が大半を占める。また、前年度調査で実施した、遺伝子検査ビジネスを行っている事業者へのアンケート調査では、-b ヒト遺伝学的検査(生殖細胞系列遺伝子検査)が年間10数万件と報告されている。このように遺伝子関連検査の大多数は病原体遺伝子検査であり、疾病罹患リスク等を対象とした消費者向け遺伝子検査はまだ少ないのが現状である。

業界団体としては、特定非営利活動法人 個人遺伝情報取扱協議会(CPIGI)があり、消費者向け(DTC: Direct To Consumer、消費者へ直接提供される)遺伝子検査の社会への普及の一方、消費者における遺伝子検査の分析の質等の実態が分かりにくさへの不安対応として、CPIGI 認定制度を平成27年10月から開始した。

特定非営利活動法人 個人遺伝情報取扱協議会(CPIGI) (<http://www.cpigj.or.jp/>)

平成18年4月4日に設立し、会員企業数は33社(平成27年11月25日現在)である。理事・監事会社については、ヤフー、エスアールエル、医学生物学研究所、ジェネシスヘルスケア、DeNA ライフサイエンス、日立製作所、ジーンクエスト、NSD、凸版印刷、オリンパスの各社にて構成され、主な活動としては、事業者・消費者等への普及啓発、自主基準の制定、認定制度の運用が挙げられる。

CPIGI 認定

遺伝子検査サービスについて、CPIGI 自主基準で求める遵守事項を実際の事業(サービス)の中で履行しているか、使用する広告宣伝資料、検査・サービスの説明書、および、検査施設の運営状況等について、第三者機関として設置する「審査委員会」における書面およびヒアリング等を実施して審査後、CPIGI が認定を行うもの。なお、平成27年10月の認定制度開始以前と比較し、会員数は22%増となっている。

(3) 遺伝子検査ビジネスの動向や課題等について

課題については、経済産業省の報告書に記載のあるとおり、

『事業者が守るべきルールについて検討し、大きく3つの重要課題、すなわち「分析の質の担保」、「科学的根拠」、「情報提供の方法」』が課題であるが、『法的規制を望む声がある一方、科学・技術が発展途上であり、今後も検査の精度が高まることが期待されるが、規制によってその進歩が阻害される恐れがあること、

現時点で消費者に重大な被害事例が発生していないことに加え、今後は消費者の遺伝子検査に対する理解を高めるように努めつつ、その際の理解度に応じた対応を講じる必要があること、事業が国境を越えて実施されうること、などである。』ことから、『今後は、科学・技術の発展や消費者の健康意識の高まりに対応する新しいビジネスモデルの出現や異業種からの新規参入などに伴う新たな論点の取り扱いの検討も必要になると思われる。たとえば、パーソナルゲノムと医療データ及び生活習慣を記録するライフログ等のデータベースを利用し、ビックデータ分析技術等により解析する

ことで、オーダーメイドの薬や予防医療サービスを提供するビジネスモデルの出現も考えられる。したがって、より踏み込んだ調査（業界動向や他国の規制、消費者の被害状況、等）により現状の論点・問題点を把握し、これを消費者に広く知らしめつつ、関係省庁、学術団体、業界団体が協力し、遺伝子検査ビジネスの健全な発展のため、ガイドライン・法制化も含めた対応を機動的にできるように準備をしていくことが期待される。』点が挙げられる。

今後、CPIGI 認定の状況や、遺伝子検査ビジネスの事業者の活動状況、消費者への普及啓発状況等しっかり注視していく必要がある。

4. 健診に関する調査結果

(1) 健診について

特定健康診査（特定健診）とは、医療保険者（国保・被用者保険）が実施主体となり、40～74歳の加入者（被保険者・被扶養者）を対象として、メタボリックシンドロームに着目して行われる健診である。これまで、医療保険各法に基づき医療保険者が行う一般健診や、労働安全衛生法に基づき事業者が行う健診、老人保健法に基づき市町村が行う健診として実施されてきたが、「健康日本21」の中間評価では、糖尿病有病者・予備群の増加、肥満者の増加（20～60歳代男性）や野菜摂取量の不足、日常生活における歩数の減少のように健康状態及び生活習慣の改善が見られない、もしくは悪化しているという状況であった。このような状況を踏まえ、2008（平成20）年4月、「老人保健法」から「高齢者の医療の確保に関する法律」への移行とともに、メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）に着目した「特定健康診査・特定保健指導」が新たに導入されることとなった。

特定健康診査の導入に伴い、それまで市町村が実施してきた40歳以上の人を対象とした老人保健事業に基づく基本健康診査については、

- ・40～74歳の方は、各医療保険者（国保・各被用者保険）が実施主体として、加入者（被保険者・被扶養者）を対象に特定健康診査
- ・75歳以上の人（一定の障害がある65歳以上の人で、後期高齢者医療制度の被保険者の人を含む）は、各都道府県に設置された後期高齢者医療広域連合が実施主体として、後期高齢者健診を実施することとされた。

なお、各保険者は、40歳以上の加入者に対し、これまで実施してきた定期健康診断あるいは人間ドックの中に特定健診で義務付けられている検査項目を盛り込み対応している。

(2) 市場規模や関連団体等について

9,100億円前後（矢野経済研究所「健診・人間ドック市場に関する調査結果 2013」より）

関係団体としては、各保険者、公益社団法人人間ドック学会、一般社団法人日本総合健診医学会が挙げられ、平成24年度より『人間ドック健診専門医制度』について、日本総合健診医学会と日本人間ドック学会の合同事業としている。

公益社団法人 人間ドック学会

(<http://www.ningen-dock.jp/>)

本法人は、予防医学に関する学術の振興と高齢者の福祉の増進及び勤労者の福祉の向上を主たる目的として、日本国民の健康増進の充実に寄与することとして、以下の事業を実施することとしている。

1) 講座・講習・セミナー・育成等

予防医学に関する学術大会、講演会、研修

- 会、講習会、委員会等の開催
- 学会誌、学術図書、ニュースの刊行
- 国内外の関連諸学(協)会との連絡ならびに協力活動
- 2) 技能検定・資格認定等
 - 人間ドック認定医・専門医制度の創設及び整備並びに資格付与に関する事業
 - 人間ドック健診施設機能評価に関する事業
- 3) 人間ドック健診および関連領域調査・統計・資料収集
- 4) 人間ドック健診および関連領域の研究 等
(公益社団法人日本人間ドック学会定款より抜粋)

一般社団法人 日本総合健診医学会

(<https://jhep.jp/jhep/top/index.jsp>)

本法人は、国民の疾病予防、健康維持、増進を通じて、一人ひとりにとっての生活の満足度を充足した健康寿命の延伸を図り、総合健診をはじめとする各種の健康診査、健康評価の方法、および健康予測の研究を行い、これらを健康教育に有効に活用して、国民の健康の保持と増進に貢献することを使命とする者が相互に情報交換を行い、かつ交流を深めることを支援することを目的とする。

1. 学術大会の開催 (年1回)
2. 学会雑誌「総合健診」 英文名: Health Evaluation and Promotion (略称: HEP) およびその他の刊行物の発行
3. 定期的精度管理サーベイの実施 (年4回)
4. 精度管理向上のための研修会・講習会の開催
5. 新技術導入のための講習会の開催
6. 優良総合健診施設の認定
7. 日本人間ドック学会など関連学会・学術団体への協力

8. 日本学術会議の登録学術研究団体(第7部予防医学研究連絡委員会所属)としての諸活動
9. 国際健診学会について
10. 健診施設の実態調査 (年1回)
11. 日野原重明賞・優秀論文賞・若手奨励賞等の表彰事業、学術奨励助成事業
(ホームページより抜粋)

(3) 健診等の動向や課題等について

健診分野については、市場としては大きいものの、保険での負担の大きい面もある。今後、受診対象者数の増加するものの、単価は抑制されることが予測される。

一方、平成25年度特定健診・特定保健指導の実施状況について(平成27年厚生労働省発表)では、平成25年度特定健康診査の実施率は47.6%で、実施率は着実に向上しているものの、依然として低い状況にある旨が言われている。

さらに、学識経験者からなる「特定健診・保健指導の医療費適正化効果等の検証のためのワーキンググループ(座長:多田羅浩三日本公衆衛生協会会長)」を設置し、平成25年3月から、レセプト情報・特定健診等情報データベース(NDB)を活用しつつ検討を行い、平成26年4月に、特定健診・保健指導による検査値の改善状況等についての中間取りまとめ、平成26年11月に特定健診・保健指導による医療費適正化効果についての第二次中間取りまとめ、さらに、平成27年6月には、特定健診・保健指導による検査値への影響及び医療費適正化効果について、経年的な分析を実施し、第三次中間取りまとめ、を行った。

その第三次中間とりまとめで、積極的支援参加者は不参加者と比較で、メタボリックシンドローム関連疾患の医療費と外来受診率への効

果として、積極的支援参加者と不参加者を比較すると、1人当たり入院外医療費については、男性で7,020～5,340円、女性で7,550～6,390円の差異、また、外来受診率については、男性で0.33～0.25件/人、女性で0.35～0.22件/人の差異が認められた旨報告されており、健診及びその結果に関する保健指導の重要性に指摘している。

5. フィットネス産業に関する調査結果

(1) フィットネス産業について

フィットネス産業に関しては、職能の観点から、厚生労働省において検討を行っており、フィットネス産業における「職業能力評価基準」を平成18年2月に整備し、平成23年に「職業能力評価基準(改訂版)」を策定したことである。以下の調査報告は、「包括的職業能力評価制度整備委員会(メンテナンス)〔フィットネス産業〕活動報告書(平成23年3月:中央職業能力開発協)をもとにまとめている。

「フィットネス産業」とは、フィットネスクラブを経営する企業の集合体を意味するが、その経営組織体制は様々であり、全社的な経営戦略の立案・実行を担う「本社・本部」を中心として複数の店舗を運営する大規模企業もあれば、単一店舗の経営を行う小規模企業や個人経営の事業所も存在する。

我が国のフィットネス産業は、東京オリンピック(昭和39年)を契機に昭和50年代半ばから急速に発展した産業であり、時代とともにその成長を追ってみると、『昭和40年代後半のジョギングブーム、ダンスブーム、テニスブームを背景とした新規出店の増加、昭和50年代後半のエアロビクスブーム、スイミングスクールブーム等によるフィットネスクラブの大型化、昭和60年代後半のバブル経済を背景と

したスイミングスクールからフィットネスクラブへの業態転換、新規出店ラッシュ、平成に入ってから、バブル経済崩壊(平成3年)の影響による価格破壊、業界内の買収・合併・営業譲渡等による再編の活発化、ヨガブーム、ジャスダック証券取引所・東京証券取引所への相次ぐ上場』などの変遷を経てきた。また、近年は、介護保険制度の改正(平成18年4月)に伴い、要介護状態などになる可能性の高い特定高齢者と呼ばれる「介護予備軍」に対して生活機能低下の予防(転倒・骨折防止)を目的とした運動器の機能向上等のサービスへの取組、

平成20年4月からは40歳～74歳までの公的医療保険加入者全員を対象としたメタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)に着目した特定健康診査・特定保健指導の実施義務化に伴う取組、店舗外(介護施設、学校など)における指導の増加、小規模サーキットトレーニングジムをはじめとする目的特化型クラブの増加など、業界を取り巻く環境・顧客ニーズは大きく変化しており、市場規模も着実に拡大している旨が報告されている。

(2) 市場規模や関連団体等について

平成24年度 294,019百万円、25年度 302,156百万円、26年度 311,182百万円(特定サービス産業動態統計調査(経済産業省)より)

関連団体については、フィットネス産業が複数の内容を複合的に実施しているため、関連する団体は多いといえるが、主にフィットネス産業を中心に関係しているのは、一般社団法人日本フィットネス産業協会であると考えられる。他の協会等では、指導者養成、講習会、普及啓発等を実施している。

一般社団法人 日本フィットネス産業協会
(<http://www.fia.or.jp/>)

公益社団法人 日本フィットネス協会
(<http://www.jafanet.jp/>)

N P O 法人 日本健康運動指導士会
(<http://www.jafias.net/>)

一般社団法人 日本スイミングクラブ協会
(<http://www.sc-net.or.jp/>)

公益財団法人 日本スポーツクラブ協会
(<http://www.jsca21.or.jp/>)

公益財団法人 日本体育施設協会
(<http://www.jp-taiikushisetsu.or.jp/>)

一般社団法人 日本フィットネス産業協会

フィットネス産業及びスポーツ・健康増進に関する調査・研究・情報の収集及び提供を行なうことにより、フィットネス産業の健全な発展と、わが国経済の発展に寄与するとともに、国民の健康増進に寄与することを目的とする。以下の事業を実施している。

- (1) フィットネス産業及び国民の健康に関する調査研究
- (2) フィットネス産業及び国民の健康に関する研修会及びセミナーの開催
- (3) フィットネス産業及び国民の健康に関する情報の収集及び提供
- (4) フィットネス産業に関する消費者保護活動の推進
- (5) フィットネス産業及び国民の健康に関する関連機関との連絡及び強調
- (6) その他会員相互の情報及び交換及び会員各社の繁栄に寄与する事業
- (7) 国民の健康増進に寄与することを目的としたキャンペーン及びイベントの開催 等

(3) フィットネス産業の動向や課題等について

て

前述の「包括的職業能力評価制度整備委員会（メンテナンス）〔フィットネス産業〕活動報告書において、『今後、フィットネス産業が発展していくためには、多様化する顧客ニーズに対応し、新たな事業展開も含め、総合健康ビジネスへの転換を図ることが必要である。具体的には、社団法人日本フィットネス産業協会「フィットネス産業基礎データ 2008」において、今後伸びる業態の方向性や特徴として示された「専門性」「疾病予防サービス」「パーソナル」「リハビリ運動」「メディカル」「リラクゼーション」がキーワードとなる。また、今後、業界が顧客ニーズへ対応するための重要な課題として同データに示された「スタッフのサービス意識の向上」「インストラクター・指導者のより高い専門性」「健康チェック(体力診断)やカウンセリングのニーズへの対応」に取り組んでいくことが求められるであろう。』旨が報告されている。

また、Fitness Business のデータ (<http://www.fitnessclub.jp/business/date/compare.html>) では、2014年の日本での会員数が419万人で、売上高が43.16億ドル、米国では会員数が5,410万人、売上高が242億ドル、英国では会員数が790万人、売上高が61.94億ドルという日米英比較からみても、日本におけるフィットネス参加率は低い。

6. スパ・サービス産業に関する調査結果

(1) スパ・サービス産業について

平成20年度「我が国におけるスパ・サービスの現状と展望に関する調査研究」報告書(経済産業省)によると、『現時点において国内では「スパ」を一意に定める定義などが存在しないことから、本調査においては、業界団体等が

提供する既存リスト等の中から自ら「スパ」を標榜する施設を広く母集団として調査を行い、国内アンケート調査で対象となった施設にスパ・サービス提供の有無をたずねたところ、「スパ・サービスを提供」している施設(以下、「スパ施設」と呼ぶ)は 311 件(84.5%)であった。スパ施設について、さらに施設の形態についてたずねたところ「大型商業施設(20.3%)」が最も多く、次いで「温泉・旅館施設(19.0%)」、「リゾートホテル内」(13.2%)が多い結果であった。』との状況が報告されている。

また、(一社)日本スパ振興協会によると、スパのガイドラインとしては、

- ・健康と美の維持・回復・増進を目的とする施設。
 - ・ホスピタリティーマインドに基づく接客サービスを提供していること。
 - ・原則として浴槽を有し、水を利用した健康法またはプログラムを実施していること。そして、使用する水の種類を明確にしていること。
 - ・施術もしくはプログラムを専用のスペースにおいて実施していること。
 - ・基準を満たす設備を備えていること。
 - ・スパで行われる施術に関する専門の教育を受けたスタッフが常駐していること。
 - ・利用規定および利用料金が明示されていること
- を挙げている。

(2) 市場規模等の状況について

平成20年度「我が国におけるスパ・サービスの現状と展望に関する調査研究」報告書(経済産業省)において、アンケート調査結果を下に、2008年のスパ・サービス産業の市場規模を、約7,000億円と推計している。

このアンケート調査の対象となった団体は

以下のとおり。

- ・非特定営利活動法人 日本スパ振興協会 (<http://n-spa.org/>)
- ・一般社団法人 日本スパ協会 (<http://www.j-spa.jp>)
- ・一般社団法人 日本エステティック業協会 (<http://www.esthesite.com/>)
- ・一般社団法人 日本エステティック協会 (<https://ajesthe.jp/>)
- ・一般社団法人 日本フィットネス産業協会 (<http://www.fia.or.jp/>)
- ・公益社団法人 日本サウナ・スパ協会 (<http://www.sauna.or.jp/>)
- ・公益社団法人 日本アロマ環境協会 (<http://www.aromakankyo.or.jp/>)
- ・一般社団法人 日本温泉協会 (<http://www.spa.or.jp/>)
- ・一般社団法人 日本ホテル協会 (<http://www.j-hotel.or.jp/>)
- ・一般社団法人 日本リゾートクラブ協会 (<http://www.j-resortclub.or.jp/>)

特定非営利活動法人 日本スパ振興協会

本協会は、心身の美と健康の維持・回復・増進を図る予防医学的サービスを総合的に行う「スパ」に関する分野において、スパサービス提供者の水準を高める指導・啓発活動、並びに不特定多数の市民に対する情報提供及び安全で効果的な利用方法など、スパに関する知識の普及を図り、市民が安心して利用出来る環境づくりを実現し、公益に寄与することを目的とし、スパの広報普及活動(・「スパの正しい知識」を伝える広報活動、・市民が「健康維持・回復・増進に貢献するスパ」の普及活動、・市民が「安心してスパを利用できる環境づくり」の啓発活

動)、国際的なスパに関する会議と展示会(国際スパ協会と共催で、市民と業界に最新のスパ情報を伝える活動)、スパサービス従事者の質の向上を図る活動(スパ従業者を対象としたセミナーや研修等を定期的実施して意識と技術の向上を図る活動)を行っている。

一般社団法人 日本スパ協会

本協会は、日本におけるスパ産業の健全な成長に貢献することを目的に 1999 年に設立された日本スパ協会が、2002 年に特定非営利活動法人化されて誕生した。

設立以来、日本スパ協会(JSPA)は各種セミナーやシンポジウムの開催、優れた人材育成を目的とした各種認定制度の導入など、スパ業界全体の質の向上とスパに関する様々な啓蒙活動とともに、日本に古来から伝わる様々な伝統文化や温泉大国と言われる我が国の温浴文化を融合させた、日本独自のスパ・スタイルの確立のための様々な取り組みも行っている。

公益社団法人 日本サウナ・スパ協会

本協会は平成 2 年(1990 年)に「社団法人日本サウナ協会」として、わが国におけるサウナ事業者の資質の向上、サウナに関する正しい知識の普及ほか、健全なサウナ事業の発展と育成、さらには環境衛生の向上に寄与することを目的に設立された。

平成 18 年には「社団法人日本サウナ・スパ協会」と改称し、さらに平成 24 年 4 月より「公益社団法人日本サウナ・スパ協会」として、サウナおよびスパ(温湯等を利用した保養または休養を推進する施設(公衆浴場の確保のための特別措置に関する法律に規定する「公衆浴場」除く)の健全な発展のため、次のような事業を

行っている。

- ・サウナ・スパに関する調査研究および技術の開発
- ・サウナ・スパ営業施設の施設基準の設定および基準を満たした施設の認定
- ・サウナ・スパに関する正しい知識の普及
- ・サウナ・スパ施設管理士および施設管理技術者の育成のための講習会の開催および登録
- ・諸外国のサウナ・スパ機構との交流
- ・その他、政府機関、国内関連団体との連絡、サウナ・スパ産業の健全な発展に貢献ある個人や法人の顕彰など、目的達成のために必要な事業

(3)スパ・サービス産業の動向や課題等について

経済産業省の調査結果において、

「アイトリートメント」、「リフレクソロジー」、「フェイシャルトリートメント」、「アロマセラピー」については、A 人数の不足感が顕著に見られた。

「タラソセラピー」、「ダイエットプログラム」、「アロマセラピー」、「フェイシャルトリートメント」のスパ・サービス・メニューにおいて、人材の質の不足が見られた。

との課題もみられた。そのような資格・認定制度については一般のエステと同様に、業界全体を通じた統一した制度はなく、調査から 8 年経過したもの、質的、人的不足感は否めないものと考えられる。

美容関連分野

1. エステティック業界

(1) エステティックとは

総務省の「日本標準産業分類：エステティッ

ク業（7892）」ではエステティック業を「手技又は化粧品・機器等を用いて、人の皮膚を美化し、体型を整えるなどの指導又は施術を行う事業所をいう。」と定義され、エステティックサロン、美顔術業、美容脱毛業、ボディケア・ハンドケア・フットケア・アロマオイルトリートメント、ヘッドセラピー、タラソセラピー（皮膚を美化して体型を整えるもの）などが事例としてあげられている。

業界の定義として、日本エステティック振興協会によるエステティックの定義では、「エステティック」とは、一人ひとりの異なる肌、身体、心の特徴や状態を踏まえながら、手技、化粧品、栄養補助食品および、機器、用具、等を用いて、人の心に満足と心地よさと安らぎを与えるとともに、肌や身体を健康的で美しい状態に保持、保護する行為をいう。またそれら行為を行う施設を「エステティックサロン」、施術者を「エステティシャン」とされている。（提供されるサービス）

エステティックでは、ハンド施術と言われるエステティシャンの手と顧客の肌とのふれあい「スキンタッチ(皮膚感覚)」が主になる。顧客の肌などの状態に合わせて「フェイシャルトリートメント」や「ボディーケア」等のハンド施術の実施や化粧品が使用される。さらに効果を高めるために器具機械等(施術用機器)も用いられる。

施術機器は多岐にわたり、より高い効果を求めるために医療機器をアレンジして作用を緩和にしたものも多く使われる。

【主な美容施術機器】

機器の使用目的	機器原理	機器一般名
肌から汚れを除く	柔らかいブラシを回転させて洗浄料の泡に汚れをつける 毛孔などの汚れを吸引する 静電気で微粒子を除く	回転ブラシ機器 吸引機器 低周波電流機器
水分を与えて肌を柔らかくする	均一に微粒スチームを与える 水分や化粧水をスプレーする	イオンスチーマー スプレー機器
温めて循環促進する	遠・近赤外線で温める 電熱で温める 温浴で温める	赤外線機器 保温マットなど 温浴機器
冷やして鎮静する	パルチェで冷やす	冷却機器
マッサージをして循環・代謝促進、筋強化、快適化をする	ガラスカップの吸排気で肌を振動する 磁気により振動を与える 電気作用で筋内運動を起こして筋強化と代謝を促進する 空気圧により引き締め・緩和のくり返しをする 圧縮空気を当てて組織の緊張をほぐす 超音波により組織にマイクロ振動を与える	吸排気振動機器 磁気振動機器 低周波電流機器 空圧機器 風圧機器 超音波機器
成分を肌に浸透	イオン化成分を電気反発力で浸透させる	イオン導入機器
毛穴組織を破壊する	高周波電流による熱と直流電気分解による化学物質で組織を破壊する	美容電気脱毛機器

また、顧客の肌などの状態評価、判断、説明の手段としてカウンセリング機器を用いる場合もある。美容や健康に関するアドバイスなども行い、美容的な施術に加え、顧客への化粧品、美顔器等の美容器具、健康食品等の店販も行われる。

【主なカウンセリング機器】

肌の測定項目	機器測定原理	機器一般名
肌のキメ(表面の凹凸)	ビデオカメラで拡大表示 レプリカをとり拡大観察分析	拡大ビデオカメラ法 レプリカ法
肌表面の水分量	電気伝導度測定	皮表水分計
肌表面の皮脂量	テープへの油分付着量測定 ウッドランプ蛍光観察	皮脂量計 ウッドランプ
肌の弾力性	皮膚の吸引特性測定	皮膚弾力計
肌の色	皮膚の反射特性測定	皮膚測色計
肌の温度	皮膚温度測定	皮膚温度測定計
体脂肪率	電気伝導度測定	体脂肪計(概算)

(2) 業界の市場規模や関連団体等について

市場規模：3,611 億円(脱毛含む)(矢野経済 2014 調べ)

脱毛市場 1,500 億円(矢野経済 2010 調べ)

就業者・店舗

国内のエステティックサロンは、2 万店舗前

後あるとされている（NTT タウンページ 2016年3月現在 24,957 軒）。全国的に知名度が高い大手、チェーン店、従業員数人で運営しているサロン、個人がマンションの一室で営業しているサロンなど営業形態は多様で正確な実態の把握は難しい。大手と言われ全国的に知名度の高いエステティック企業上位 10 社で 1,145 軒にすぎない。

順位	企業名	本店所在地	店舗数
1位	TBCグループ	東京都新宿区	182
1位	ジューボレーション(ミュゼプラチナム)	東京都渋谷区・福島県郡山市	182
3位	不二ビューティ(たかの友梨ビューティクリニック)	東京都渋谷区	121
4位	ザ・フォウルビ(ジェイエステティック)	栃木県宇都宮市	104
5位	ビューティトップヤマノビューティ	東京都中央区	77
6位	シェイプアップハウス(ダンディハウス・ミスパリ)	大阪府大阪市・東京都港区	75
7位	セドナエンタープライズ(脱モラボ)	東京都港区	71
8位	スリムビューティハウス(スリムビューティハウス)	東京都渋谷区	70
9位	ドクターサポート(デオオーネ)	大阪府淀川区	68
10位	エル(エルセース)	東京都港区	67
11位	セビア・クワータインターナショナル(Be+Escort)	愛知県名古屋市中区	64
11位	ソリエ・ワールド	東京都渋谷区	64

また就業者数「1～2人」規模の店舗が全体の約4割以上を占め零細事業所が多い。エステティシャンは全国で7万人働いていると言われているが、協会・団体に加盟しないサロン・個人エステティシャンも多く存在し実態の把握は難しい。

関連団体

エステティシャン・サロン、機器の認定、教育研修、関係省庁との窓口として大手エステ会社を中心となり業界団体を組織している。大手から中小店舗、個人で広く加盟している一方で、協会・団体に加盟しないサロン・個人エステティシャンの存在も多い。

主な業界団体

日本エステティック振興協議会（URL:

<http://esthe-jepa.jp>）

日本エステティック協会、日本エステティック業協会、日本エステティック工業会の3団体により業界の健全化と地位向上を目的に2007年に設立され、2010年に「エステティック業統一自主基準」を2010年に発行し加盟団体、会員に遵守を求めている。

・日本エステティック協会

（URL:<http://www.ajesthe.jp>）

エステティシャンの職能団体

個人会員約14,000名、法人会員約130社、認定校145校

・日本エステティック業協会

（URL:<http://www.esthesite.com>）

エステティックサロン事業者団体

158社（1,147サロン）認定校75校が加盟

・日本エステティック工業会

（URL:<http://www.jeia.gr.jp>）

エステティック関連機器・化粧品の製造業・販売輸入業者の団体40社 賛助会員11団体

日本エステティック研究財団(公益財団法人)

（URL:<http://www.jerf.or.jp>）

調査研究を中心に教育・研修を実施

日本エステティック機構（認定NPO）

（URL:<http://esthe-npo.org>）

エステティックサロン、エステティシャン、機器の認証および講習試験制度の認証

日本エステティック試験センター

（<http://www.esthe-jeec.jp>）

エステティシャン試験制度の運営

資格・認定制度

エステティシヤンの公的なライセンス（国家資格）はない。日本エステティック協会、日本エステティック業協会等で実施する資格制度などがあり、受験資格と試験制度を運営しているが業界全体を通じた統一した制度は無い。また技術・知識レベル、施術対象部位による認定なども存在する。エステティックサロン（店舗）の認証・認定も同様である。

多くの大手エステ企業は、自社の美容専門学校等を持ちエステティシヤンの養成を行っている。また、独立系の美容専門学校においても認定校として同様の養成が可能である。

機器について日本エステティック工業会の規格・基準適合品の使用が奨励されている。

【主な資格認定制度】

日本エステティック協会の認定資格	日本エステティック業協会の認定資格
認定トータルエステティックアドバイザー資格	AEA認定エステティシヤン
認定上級エステティシヤン資格	AEA上級認定エステティシヤン
認定エステティシヤン資格	AEA認定インターナショナルエステティシヤン
認定衛生管理者資格	
認定フェイシャルエステティシヤン資格	
認定ボディエステティシヤン資格	
CODES-JAPON認定ソリオエステティシヤン資格	

日本エステティック機構が認定する試験制度

試験制度名	事業者名
エステティシヤンセンター試験	一般財団法人日本エステティック試験センター
JEO認証ソリオエステティック上級試験	一般財団法人ソリオトータルビューティ試験センター
JEO認証AEAエステティシヤン認定試験	一般社団法人日本エステティック業協会
JEO認証Ajesthe認定上級エステティシヤン試験	一般社団法人日本エステティック協会

（3）エステ業界の動向と課題等について

一般的なエステ（美顔、痩身・ボディ、物販）と男性向けのエステは微減傾向で推移すると予測されている。脱毛に特化した低価格脱毛サロンかの展開により脱毛市場は拡大している。エステティシヤンやサロンの認証制度や業務用機器の規格統一に向けた動きなどにより、顧客（消費者）からの信頼獲得と新たな需要創生がポイントとなる。

新たなコンセプトを導入した施術、効果の高い施術、特化したニーズに効果・効能の提供などが必要とされている。

そのような背景から、施術効果を高めるために認証のない美容施術機器の使用、出力を高めた機器の使用、高濃度のピーリング剤使用等による事故（火傷などの皮膚トラブル）は少なくない。業界団体に属さない店舗、個人経営店舗で多い傾向がある。

脱毛施術

脱毛に関しては広告、脱毛施術共に医療法や医師法からみてグレーゾーンであることは否めない。

その中で美容脱毛と医療脱毛については、多くの議論がされてきた。医療行為であり全ての脱毛に関して、エステサロンで行うべきでない

との考えを持つ医師と、現実的に脱毛を望む全ての消費者を医療側で受け入れることは不可能であり、脱毛機器の基準、施術資格制度の厳格化を条件に美容脱毛を容認すべきとの考える医師も多い。

福祉-美容連携、医療-美容連携について

高齢者介護や医療現場でニーズの高いソシオエステティックは、エステティック業界における養成を進めているが、企業または個人としての事業性が低いとボランティア的な側面が強い。また 介護、医療現場におけるエステティックへの理解不足、エステティシャンにとって医療・介護（医学的知識）に対する学習のハードルが高い等といった状況もかなり十分な知識と技術を身につけたエステティシャンの養成が進んでいない。

美容業界のホスピタリーティーのノウハウは、介護・医療においても有用と考えられる。ネイリストによるネイル・フットケア、理美容師による頭皮ケア等含め総合的な対応が必要と考えられる。

ソシオエステティック

福祉的観点から精神的・肉体的・社会的な困難を抱えている人に対し、医療や福祉の知識に基づいて行う総合的なエステティック。エステティックの施術によって人を癒し、励まし、QOL（生活の質）の向上に寄与し、その人が本来の自分を取り戻すために支援することを目的とする。介護・福祉、医療現場における融合が期待される。

2. ネイル業界

(1) 定義等について

総務省の「日本標準産業分類：ネイルサービ

ス業（7894）」では化粧品・器具等を用いて、手および足の爪の手入れ、造形、修理、補強、装飾など爪に係る施術を行う事業所と定義されネイルサロン、マニキュア業、ペディキュア業などが事例としてあげられている。

業界として統一した定義はないが、ネイルケア（爪の手入れ）、ネイルイクステンション（爪の造形）、ネイルリペア（爪の修理・補強）、ネイルアート（爪の装飾）等の爪に係る施術を行うために設けられた施設をネイルサロンといい、人の爪を綺麗かつ美しく手入れする事をする施術者を「ネイリスト」という。その他「ネイルテクニシャン」、「マニキュアリスト」という呼び方をされる事もある。

（提供されるサービス）

ネイルサロン（専業）をはじめ、ヘアサロン（理容室・美容院）、エステティックサロンなどで、爪とその周囲のケア（手・足）、ペインティングやジェルネイル・アクリルネイルなどのネイルアートを中心に、フットケア、ハンドケアのようなエステティック的なサービスも提供する。ネイル用品・ケア用品（化粧品含む）などの店販も行う。

アクリルネイル（付け爪）、ネイルアート、ネイルケア、



フットケア



(2) 業界の市場規模や関連団体等について
市場規模：2158 億円（ネイル白書
2013-14 日本ネイリスト協会）
技術サービス料：約 1,600 億円。ネイル
関連商材：約 470 億円

就業者・店舗

ネイルサービスを提供している施設総数
19,500 店
内ネイルサービス専業が、10,400 店。（ネ
イル白書 2013-14 日本ネイリスト協会）

平成 25 年総務省 職業分類新設 店舗
数は 2 万 1500 店）

NTT タウンページ 2016 年 3 月現在 7,538
軒

ネイリストとして就業している人数は不明、
日本ネイリスト検定試験センターの
1997-2015 年累計合格者数は 406,851 人（3 級：
271,060 人 2 級：95,052 人 1 級：40,739 人）
である。1-2 級を職業として就業可能な資格と
した場合 13 万人以上になる。またの他にも認
定団体は存在する。

関連団体

ネイル業界には NPO 日本ネイリスト協会と
NPO インターナショナルネイルアソシエシ

ョンがある。主に検定・認定、教育・研修を行
っている。

また NPO 日本ネイリスト協会実施していたネ
イリスト検定試験を継承し独立した日本ネイ
リスト検定試験センター（公益社団法人）が主
な業界団体である。

（主な業界団体）

NPO 法人 日本ネイリスト協会（URL：
<http://www.nail.or.jp>）

検定試験、技能試験、「認定校」「認定講師」
「認定ネイルサロン」等の認定

教育・セミナー、技能競技会の開催等が主な
活動

個人正会員：4,202 名 法人正会員：520 名 認
定講師：2,337 名

個人一般会員：4,651 名 スチューデント会
員：10,955 名

法人賛助会員：25 名 認定校：401 校 認定
ネイルサロン：956 店

（平成 27 年 3 月現在）

公益社団法人 日本ネイリスト検定試験セ
ンター

（URL：<http://www.nail-kentei.or.jp>）

実技試験と筆記試験によるネイリストと
しての検定試験に特化（1,2,3 級）

NPO 法人 インターナショナルネイルアソ
シエーション

（URL：<http://www.i-nail-a.org>）

「ネイルスペシャリスト技能検定試験」と「ジ
ェルネイル技能検定試験」の 2 種類の検定試験
や衛生管理講習等が主な活動、高齢者や医療系
でのネイルケアに注力している。

会員数規模は日本ネイリスト協会が圧倒的

に大きい。

資格・認定制度

ネイリストに対して公的なライセンス(国家資格)はない。ネイリストとしての検定試験としては、日本ネイリスト検定試験センターの下記1-3級の検定試験がある。美容専門学校の学生、美容師、エステティシャン等がキャリアアップのために取得するケースも多い。

【日本ネイリスト検定試験センター(JNEC)技能検定制度】

1級：トップレベルのネイリストとして必要とされる総合的な技術及び知識。

2級：サロンワークで通用するネイルケア、リペア、チップ&ラップ、アートに関する技術及び知識。

3級：ネイリストベーシックのマスター。ネイルケア、ネイルアートに関する基本的な技術及び知識。

さらに、NPO日本ネイリスト協会とNPO国際ナショナルネイルアソシエーションにより独自の技能検定、認定制度がある。

NPO日本ネイリスト協会

「検定試験」

- ・JNA ジェルネイル技能検定試験(初級・中級・上級)
- ・ネイリスト技能検定試験(JNEC主催)

「資格制度」

- ・JNA 認定ネイルサロン衛生管理士
- ・JNA 認定ネイルサロン技術管理者

「認定制度」

- ・認定サロン制度、講師認定制度、認定校制度

同団体の検定試験、資格の取得を認定の条件とする。

NPO国際ナショナルネイルアソシエーション

「検定試験」

- ・ネイルスペシャリスト技能検定試験(A級、SA級、PA/AA/AAA級)
- ・ジェルネイル技能検定試験

「その他」

検定指導員制度、ネイル衛生管理指導者による講習会受講による修了証等を発行
ハンドケア・フットケアを目的とした施術講習実施

(3) ネイル業界の動向と課題等について

「ネイルサービス業」が日本標準産業分類の独立した分類項目として施行されたのは平成26年であり業界として認識された歴史は浅い。ネイル業界は成長を続けていたが、ここ数年伸びは鈍化している。ネイルアート等の施術の単価が下がったことから比較的施術単価の高いジェルネイル主な施術がシフトしてきている。一方でセルフネイルの広がりからネイリストが提供する施術に関する市場は厳しくなりつつある。技術力・営業力の差により店舗等の淘汰が加速すると予想される。

ジェルネイルの広がりから、グリーンネイルといわれる爪の緑膿菌感染症の増加、甘皮の処理で爪母を傷つけて起こる炎症や湿疹、かぶれ、除光液に含まれる化学物質による炎症などの皮膚トラブルが増加している。一方でネイリストによる適切な施術は糖尿病などのフットケアにも応用ができると医療現場からの評価もある。

福祉-美容連携、医療-美容連携

エステ業界同様に、福祉、医療分野からのニーズも高い。また業界も望んでいる。

特に下記項目はニーズが高くネイリスト自身またはその技術を活用することにより患者または高齢者の QoL の向上が報告されている。

- ・高齢者施設におけるネイルケア・フットケア、ネイルアート
- ・軽度巻き爪等の爪矯正施術
- ・分子標薬による爪障害の軽減に対するジェルネイル等の有効活用

一方、「福祉ネイリスト」等の認定制度を設け施術者の教育研修を行っている協会・団体もあるが全国的に統一したカリキュラムは無い。またフットケア関連団体もネイルケアに関する教育研修を行っているが同様に統一したカリキュラムではない。

・シニアチャレンジッドメンタルビューティー協会 (<http://fukushinail.jp/>)

・東京フットケア協会
(<http://www.tokyofootcare.org/>)

・日本トータルフットマネジメント協会
(<http://japanfoot.or.jp/>)

3. 理美容業界（美容師）

（1）定義等について

美容師、理容師は国家資格として美容師法、理容師法にて規定されている。

（提供されるサービス）

美容師

一般的な美容師のサービスのほか、化粧品、ホームケア美容機器の店販等も行う。

フェイスに対するエステティックのサービスに加え洗髪と同時にヘッドマッサージ・ヘッドスパなどのサービス提供も増えている。また、美容師の資格を持ったエステティシャンや、施術の幅を増やす目的で美容師の資格を新たに取得するエステティシャンもいる。

まつげエクステ

まつ毛エクステンションによる危害防止の徹底（健衛発第 0307001 号）を受けて、美容師による“まつ毛エクステンション”が徹底され美容師業界の市場規模拡大にも貢献している。美容師業界関連団体においても安全性の確保のため美容師に対して研修教育に取り組んでいる。

一方でセルフエクステの方法を人に教える「インストラクター」等と称して、美容師資格がない者が営業しているケースも少なくない。個人で行うまつ毛エクステに加え健康被害の報告は後を絶たない。

（2）業界の市場規模や関連団体等について

市場規模：2兆 1487 億円

美容：1兆 5487 億円 理容：6600 億円（矢野経済 2014）

・まつ毛エクステの市場規模

施術市場規模 1,383 億円（理美容ニュース 2014）

用剤など関連市場を加えると 1,500 億円

・かつら（毛髪業）市場規模

市場規模 1,375 億（2013 矢野経済）

データの収集はできなかったが、医療向けウィッグは拡大の模様

就業者・店舗

美容室施設数は 234,089 軒、従業美容師数は 487,636 人で微増傾向にある。（平成 26 年 3 月末現在衛生行政報告）「店舗過剰」、「低価格化」、「客数の減少」は利益の減少の要因となっていると言われている。

一方で高齢者施設等への訪問美容（理容）がエステ業界、ネイル業界に比べ進んでいる。全日本美容業生活衛生同業組合連合会では厚生

労働省の後援も受け高齢者に対する福祉美容
「ハートフル美容師養成研修」を展開している。

全国理容生活衛生同業組合連合会(略称:全
理連)(<http://www.riyo.or.jp/>)

「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振
興に関する法律」に基づく、理容店オーナーが
組織する47都道府県理容生活衛生同業組合
(理容組合)を会員とする全国団体である。

全日本美容業生活衛生同業組合連合会(略
称:全美連)
(<http://www.biyo.or.jp/index2.html#about>)

「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振
興に関する法律」に基づき、各都道府県知事の認
可を得て設立されている47都道府県美容業生
活衛生同業組合(傘下組合員約7万軒)を会員
とし、厚生労働大臣の認可(昭和33年3月25
日認可)を得て設立された美容室経営者の事業
者団体で、衛生水準の向上、業界の振興と発展
を図るため、技能指導事業、経営指導事業、共
済事業、広報事業、社内検定事業等を行ってい
る。

(一社)全国生活衛生同業組合中央会
生活衛生同業組合連合会、生活衛生同業組合
等の業界組織の育成及び事業の振興等を図る
ことを目的として、昭和40年に設立された社
団法人で、全理連や全美連を含む16業種の生
活衛生同業組合連合会を会員として組織され
ている。

(公社)日本理容美容教育センター
(<http://www.ribikyoiku.or.jp/>)

理容師・美容師を目指す方、理容・美容学校
の団体

(公財)理容師美容師試験研修センター
(<http://www.rbc.or.jp/>)

理容師・美容師国家試験、管理講習の実施

(公財)日本エステティック研究財団
(<http://www.jerf.or.jp/>)

エステティックに関する研究

(一社)全日本着付け技能センター
(<http://www.kitsuke.or.jp/>)

着付け技能検定の実施

4.美容医療業界

(1)定義等について

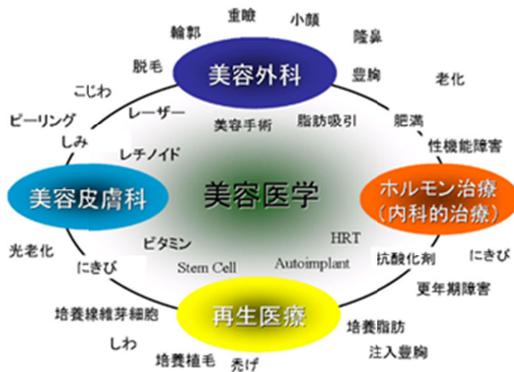
美容医療とは、「美容」を目的とした「医療」
を指す。ほぼ全てが保険適応外となる。

(提供されるサービス)

メスなどを使用する手術による美容外科、脂
肪吸引やバストアップなどのボディデザインの
他、レーザー照射による施術、注射・点滴、
内服薬の処方など、様々な医療行為に加えダイ
エット、スキンケア指導に加えサプリメント
(健康食品)、化粧品の販売提供も行われる。

化粧品やエステティックでの美容サービス
とは、異なり目に見えた効果と即効性が求めら
れる。ほぼ全ての施術が自由診療(保険外診療)
となる。ボツリヌス毒素注射、ヒアルロン酸注
入剤、レーザー機器など国内の承認を得ている
医薬品、材料、医療機器も増えてきたが、使用
される機器、薬剤の多くが未承認のものである。

【美容医療における治療・施術】



(2) 業界の市場規模や関連団体等について
市場規模は2,000億円といわれている。(マーケティング・データ・バンク 2008)。
医療行為(診療)のほぼすべてが自由診療となる点に加え、関連の商材等が多く実態の把握は難しい。

就業者・店舗(医院)

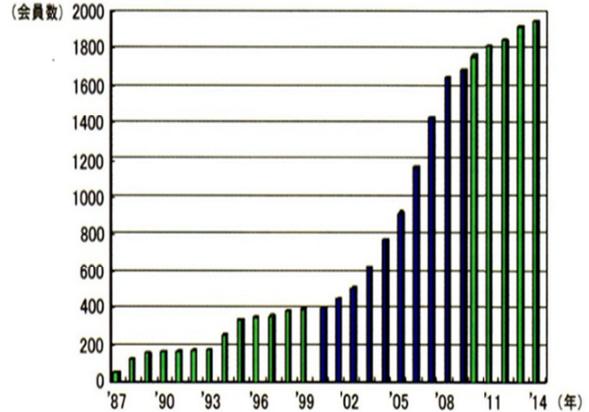
美容クリニックの軒数は1,684軒、美容皮膚科は520件(美容クリニックと一部重複あり/NTTタウンページ2016年3月現在)

医師・歯科医師・薬剤師調査では、美容外科医師数は1994年124名から2012年には444名と増加している。また、美容皮膚科領域においては美容皮膚科学会2000年以降急速に会員数が増加し2015年では2,115名となる。内訳は皮膚科が7割以上を占めるが、内科等他科からの入会も増えている。

美容医療が2000年以降に急速に拡大した理由として、ドクターズコスメの登場がある。美肌の専門家としての皮膚科の医師が処方や製造に関与するものとしていわゆるドクターズコスメが一部の消費者の人気を集めた。また、

ピーリング、脱毛に関して発出された厚労省通知も背景に、美容医療に対する需要が高まったことが挙げられる。

【美容皮膚科学会会員数の推移】



総会員数 2115名 (2015年)

皮膚科 1516名(72%)

形成外科 198名(9%)

内科医 54名(4%)

外科医 33名(2%)

その他 314名(15%) 産婦人科、眼科、耳鼻科、整形外科等

ここ数年美容医療の拡大に伴い、従来美容医療に携わっていなかった内科、婦人科等の参入が増加している。これは病院経営的側面と患者ニーズ対応といった両面による。

以前は美容外科的施術のほか脱毛が主であったが、「プチ整形」「アンチエイジング医療」等の施術も加わったこと、芸能人や読者モデルの利用がメディアに多く取り上げられることが手伝って急速な拡大が進んでいる。

関連団体

主たる団体は、医師を中心とした学会で、形成外科系と皮膚科系に分かれる。従来外科系と皮膚科系は反目する傾向が強かったが、近年は

双方の専門性を評価し相互に知識、技術を交換し補完しあう方向で一致している。

(a)外科系

外科医系の学会には以下の2つの同名の学会が存在する。前者は大学形成外科医局系、後者はクリニック所属系が多い。同一領域に学会が2つ存在することに対して国内外から批判がある一方で両学会の統一合併は、反対派も多く実現しない。JSAPSの方が技能レベルが高いように思われるが、JASAにも確かな美容外科の技術を有する医師も多い。

また、それぞれの学会で専門医制度を設けている。

日本美容外科学会 JSAPS / Japan Society of Aesthetic Plastic Surgery)

(<http://www.jsaps.com>)

JSAPSは、昭和52年1月発足した日本整容形成外科研究会を母体としたものである。少なくとも5年間、日本形成外科学会が認める医療研修施設において形成外科に関わる研修を受け、専門医認定が入会条件となる。国際美容外科学会(ISAPS)に認められてい団体でもある。会員数：1200名(UMIN学会登録より)

日本美容外科学会 JSAS / Japan Society of Aesthetic Surgery (<http://www.jsas.or.jp/>)

JSASは、十仁病院を中心に日本美容医学研究会を前進に、内科や麻酔科等、形成外科以外の領域から参入した美容外科医。チェーン展開している大手の美容外科であるケースが多い。会員数：1012名(平成25年4月1日現在 学会公表)

(b)皮膚科系

日本美容皮膚科学会

(<http://www.aesthet-derm.org>)

会員数 2115名 (皮膚科医：1516名)
(2015年)

皮膚科を受診する患者の美容へのニーズに対応する必要性から日本美容皮膚科研究会を前進に皮膚科学会が中心となり設立された。美容皮膚科領域に他科からの参入が急増したため皮膚科への信頼を損ねかねないとの危惧から皮膚科学会主導で学会を設立し、皮膚科学のベースのない他科参入医師に対する教育を目的とした側面もある。

日本皮膚科学会では、皮膚科専門医の他「美容皮膚科・レーザー専門医」制度があり日本美容皮膚科学会に5年以上の在籍が条件となる。

(c)その他

日本美容医療協会(JAAM)/公益社団法人

(<http://www.jaam.or.jp/>)

正会員 開業医 104名、大学・病院勤務医 140名 準会員 232名

美容分野で唯一の公益社団法人

JSAPSが中心となり一般市民に対する美容医療に関する正しい情報提供を主目的として設立された。独自に適正認定医制度を行っている。(日本美容外科学会(JSAPS)専門医であることまたは、準ずる資格として日本形成外科学会専門医等を有していることを条件とし協会の審査認定が必要)

日本抗加齢医学会

(<http://www.anti-aging.gr.jp/>)

医師ならびに医生物研究者らが中心となって設立した目的は、加齢現象や老化の研究が進む中、老化の病的プロセスを予防する抗加齢医学を積極的介入する方法を基礎医学的、臨床

医学的に追求して実践することにより、生活者の QOL (Quality of Life) の向上を図る。医師はほぼ全科が関与する。(会員は 8,103 名 2015 年)

認定制度として学会認定施設、学会認定専門医、学会専門指導士(医師以外)がある。分科会に美容医療領域の医師を中心とした「見た目のアンチエイジング研究会」が設置されている。(<http://www.anti-aging.gr.jp/mitame/>)

(3) 美容医療業界の動向と課題等について

クリニックの広告、消費者クレームについてはこれまでも多く議論されているとおり課題であるといえる。また、チェーン系の美容クリニックにおける経験年数の少ない医師による医療事故等はしばしば社会問題になるケースもある。

メディカルエステ

従来エステティックサロンと美容クリニックは反目する関係であった。しかし近年 エステサロンでは、“従来の施術で満足できない顧客”への解消、また競合他社との差別化を図るため医師による医療施術(メディカルエステ)との提携を模索している。また美容医療側も顧客勧誘コスト(広告コスト)等の費用対効果からエステサロンとの提携を進め顧客の受け入れを行うようになってきた。一方、エステサロンから美容医療への紹介の際にエステ側での説明が十分に行われず、過大な説明等による顧客とのトラブルも少なくない。

また、美容クリニックがエステサロンを併設・経営するケースも増えている。

美容医療ツーリズム

検診・医療ツーリズム同様に日本の美容医療

に対する信頼が高く、美容医療を受けるための来日者も増えている。2015 年 11 月には中国最大の美容関係協会「中国整形美容医学協会(<http://www.capa.org.cn/>)」の会長と役員が来日し美容皮膚科学会及び美容外科学会の関係者に面談し、中国国内で強まる美容医療に対するニーズに応えるため、安全で質の高い医療の日本の美容医療学びたい、日中の美容医療に関する医師、患者の交流を医療ツーリズム含め進めていきたい。日本の良質な美顔器、美容機器、化粧品を中国で広げたい。旨の申し入れがあり公的な団体としての受け入れ態勢の検討が必要となった。

個々のクリニックでは旅行会社等と提携して受け入れを積極的に進め始めている。

韓国美容医療低迷の背景

アジア圏での美容医療ツーリズムは韓国が先行して市場の拡大を進めていたが、価格競争・施術トラブルが頻発し昨年当たりから敬遠されている。特に中国では高額な美容外科医療を中心に「中国整形美容医学協会」が韓国への美容医療ツーリズムを奨励していた背景がある。治療者数も急速に伸びたがトラブル、事故が頻発し韓国美容医療・中国整形美容医学協会への信頼をなくし、その代替先の模索を余儀なくされた。

2つの美容外科学会の存在と美容医療全体の統括組織

2つの外科系学会が存在するため、美容医療に対する統一した見解などを打ち出すことが難しい現状がある。消費者の混乱を回避するためにも美容医療に全体に関する一致した見解を出す仕組み組織が必要である。さらに上記、海外関係団体との交渉等に迅速に対応するこ

とは医療のみならず経済全体に対しても重要であり、何らかの対策が必要と考えられる。

5. その他の美容関係について

1)化粧品関連

化粧品(部外品含む)は薬機法および業界団体である化粧品工業連合会等における関与が明確にされており本調査からは除外した。

化粧品の市場規模

メーカー出荷ベース:2兆3,305億円(矢野経済 2015年)

事業者売り上げベース:3兆3400億円

美容クリニック等で処方されるドクターズコスメ(医師の処方によるクリニックオリジナルの化粧品)は近年伸びている模様である。

2)美容ツーリズム(医療含む)

2020年の潜在的なインバウンド医療観光市場規模を5,507億円(観光分を含む)、うち純医療分(医療機関の収入)を1,681億円と推計している。また、中国・ロシアからの健・検診を目的とする来日者数を36.6万人と推計している。(みずほ情報総研2011)

美容医療ツーリズムに関して前述の通り、海外からのニーズの高さからも急速な拡大が期待される分野といえる。しかしながら比較的滞在期間が短いため観光ビザでの施術が大半であり、長期間にわたる治療、定期的な施術、有害事象等のトラブル時の対応等課題は多くある。

また、美容医療も含む日本の美容関連産業全体としても、ツーリズムへの期待は大きい。所謂“爆買い”と言われる領域では化粧品、美容関連機器の販売が急速に伸びているが、サービス(施術)提供を中心とした市場拡への期待も大きい。

美容師の業界団体では、都心での買い物食事前にツーリストに対して、“おしゃれ”の提供としてカット、メイクなどの美容院サービスの提供促進、店販の促進を検討している。またエステティック業、ネイル業についても同様の期待がある。広義の美容業界としては、スタイリストによる衣類の提案・提供なども付加価値として検討されている。

3)死化粧・ご遺体の管理

納棺の前、亡くなった人の顔に化粧を施す。化粧や処置を施して、人格や尊厳を保つ。個人の最後の印象を少しでも美しいものにしようという遺族の気持ちは無視できない。

死化粧(エンゼルメイクともいう)は、人生最後の“美容”でもあり遺族の心情面からも重要な施術と言える。

ご遺体の美粧(化粧と着付け)に携わるとともに、感染予防対策上の死後の処置、冷却管理などが業務となる(エンバーミングやエンゼルケアともいう)。

公的な資格はないが、民間企業独自で美粧衛生師、遺体感染管理士と称して研修・資格を発行している企業がある。

(<http://www.lplanner.co.jp>)

エンバーミングに関しては、一般社団法人日本遺体衛生保全協会のホームページに紹介されている。(<http://www.embalming.jp/>)

なお、衛生管理(消臭や除菌効果等を持つ製品)に関して興味深い事例(参考3)として、ホタテの貝殻を再利用し、これらを原料として、酸化カルシウム及び水酸化カルシウム等の製品製造を行い、介護施設やエンバーミング等において消臭等の利用で進みつつある動きがあった。捨てるとなると産業廃棄物になるものを、原料とし、さらに、原料加工のプロセスにおい

では、軽作業と単純作業が多く内在していることから、高齢者や障害者の作業が可能である。このように、地域の基幹産業の活性、さらに、国内原料および国内雇用で対応できるケースについての新産業の活性化も重要な課題の1つである。

・その他

次世代ヘルスケア産業協議会

公的保険外のサービスを中心に、健康寿命延伸分野の市場創出及び産業育成を図るため、その対応策を官民一体となって検討する「次世代ヘルスケア産業協議会」を健康・医療戦略推進本部の下に設置されている。

以下の具体策を策定することとしている。

- ・ 新たな健康関連サービス・製品の市場創出のための事業環境の整備
- ・ 健康関連サービス・製品の品質評価の仕組みの構築
- ・ 企業、個人等の健康投資を促進するための方策

これまでの主な成果の例としては、

主な成果 1 規制の適用範囲が不明確なグレーゾーンについて、ガイドラインを策定し、14件の事案について解消を行った。

主な成果 2 地域ヘルスケア産業支援ファンドを設立し、これまでにヘルスケア産業関連企業12社に出資を行った。

主な成果 3 地域における自立的なヘルスケアビジネスの創出拠点となる「地域版次世代ヘルスケア産業協議会」の設置を推進し、現在、全国5ブロック(北海道、沖縄県含む)、13道府県、6市で設置を行った。

主な成果 4 健康運動サービス品質の第三者認証制度の構築支援。平成27年4月から自主事業としてスタートした。

主な成果 5 資本市場を活用し、優れた健康経営企業を評価・広報するため、「健康経営銘柄」22社を選定した。

などが挙げられる。

D. 考察

・健康関連分野

健康関連分野のLV産業として、先進的な取り組みを実施している健康食品を代表例として考察すると、業界団体の取り組みや制度については、概ね整備されつつあると考えられ、特に、認証制度協議会のように、認証機関の指定・監督等を実施している仕組みを設けている取組は消費者や利用者の安全安心への期待に応えられる方策の1つであると考えられる。

また、食品においては、安全と誤解されがちな面もあり、実際には、摂取量や体質等によっては、健康被害の恐れも否定できないことから、引き続き、健康食品に関する情報提供(安易な利用への警鐘を含む)やエビデンスの構築は重要な課題であると言える。併せて、制度の意味するもの(トクホと機能性表示の違い等)、また、集積された情報についての評価や消費者への伝達について、厚生労働省や消費者庁、食品安全委員会のみならず、例えば、専門家等の第三者による評価等の発信にさらに力を入れていくなどの取り組みも重要である。

このような取組みは他の分野にも参考になるものと考えられる。

また、平成26年度の厚生労働白書は、「国民の健康寿命が延伸する社会」に注目し、健康長寿社会の実現に向けて「健康・予防元年」を第1部のテーマとしている。その中で、「政策の動きのみならず、国民の生活の面でも、疾病の予防や健康維持に関心を持つ人が増えているように見受けられる。たとえば、休日や昼休

みに河川敷や公園をジョギングする人もよく見かけられるようになり、フィットネスクラブの利用者数は年を追うごとに増えつつある。また、特定保健用食品（いわゆる「特保」）の市場規模は 10 年間で倍増したほか、喫煙率は年々減少するなど、食生活や個人の嗜好の面においても健康志向が垣間見られるようになっており、健康に対する意識は近年高まっていると考えられる。」とし、さらに、第 2 章で、厚生労働省委託「健康意識に関する調査」の結果に基づく分析を実施している。そのまとめでは、「多くの人が栄養バランスのとれた食事をしようと思うなど、健康のために食生活に気をつけている人は比較的多いが、若者や男性では高齢者や女性よりも全般的に関心が低い傾向にある。運動不足を感じている人も多く、健康のためにウォーキングなどの手軽なスポーツを行っている。（中略）食事や運動以外にも、定期的に健康診断を受診するなど、健康に対する意識が高い人が多くなっている。とはいえ、我が国では死因の 6 割が生活習慣病という現状にある。不摂生な生活習慣は多くの病を引き起こすこととなるため、栄養バランスの良い食生活や適度な運動、飲酒の節制や禁煙、健診の受診など、日頃の生活習慣を改善しよう心がけることが重要である。」旨記載されている。

このように、若者や男性で健康の食生活や運動不足を感じている人に対して、しっかりと行動に繋がるような提案等を産学官連携して発信していくことも、健康関連分野の産業促進のための鍵となる。

・美容関連分野

美容関連産業において、薬事・医療関連法規の観点からも、医療と非医療で大きく分けられるが、今回の調査から美容分野における医療と

非医療の連携が課題と考察される。

例えば、エステティックサロン、ネイルサロン、理美容院等では多くの顧客の体をみたり、直接触れることが多い。その中には病的なトラブルを持った者も含まれる場合も否定できず、しかし実際にはその症状を理解せずに美容施術等を施し健康被害等トラブルになることは少なくない。遭遇が予測される病気の知識を持ち、何かあった場合にはしっかり医療機関と連携をとれるようにしてサービスに当たることは重要である。一方 医療側もエステティック等美容サービスを否定するばかりではなく評価すべき点は取り入れることも必要である。医療側は非医療側に対して疾病等の啓発をより積極的に行うこと等の連携が重要と考えられる。

特に、従来は“健康者”を対象とした美容関連サービスであったが、長寿社会を背景に高齢者、介護を要する高齢者さらには受療中の患者までその対象は拡大している。介護現場における介護士を中心とした介護チームへの美容スタッフ（理美容師、エステティシャン、ネイリスト等）の参画は重要な点もある。また介護士等介護側、美容スタッフ双方お互いの領域について知識を身に付けていくことが必要と考える。また、医療現場についても同様のことが言え、今後、介護・美容連携、医療・美容連携の推進がさらに重要になると考える。

また、美容関連分野では、医療と非医療の区分の他にエステ・ネイル業界、理美容協会等も双方の連携が進まない現状がある。

介護・美容連携、医療・美容連携の推進の観点からも何らかの統一した管理・制度、資格などの共有も今後の課題解決に向けた方策の 1 つと考察される。

さらに、美容に関する L V を創造する過程では、健康分野と同様に、美容に関する安全性情

報の提供、美容に関するエビデンスの集積や情報提供等の対応も重要である。例えば、皮膚科医が中心となり老徴のみならず皮膚がん予防として重要な「光老化」に関する啓発プロジェクトが昨年度から立ち上げられている。化粧品業界、ガラス・フィルム、素材企業、さらには眼科医、メガネレンズ会社等が参画し関連学会、業界団体の協力のもと国民全体を対象とした啓発活動が推進され、産学、異業種団体による統一した活動事例として注目したい。

【美容関連業界全体の方向性の例】

日本コスメティック協会

(<http://www.j-cosme.org/>)

皮膚科学を中心とした医師・美容業界の有識者で組織され懸蹄・認定制度やセミナー活動を実施している。化粧品に特化した知識の化粧品検定、美容全般の幅広い知識の美容総合検定がある。

・その他

LVに関する新規産業の促進においては、次世代ヘルスケア産業協議会における、地域包括ケアシステムを補完・充実する保険外サービスの創出や地域資源等の活用による地域ヘルスケア産業の創出等も重要であり、新産業創出に大きく期待する。

E . 結論

健康と美容を主体としたLVを創造する産業の活性化に向けては、利用者の安全・安心につながる信頼性の確保が重要である。その信頼性確保を考えるにあたって、一律に厳しい基準を設けることが適当ではなく、その科学のレベルと倫理的・法的・社会的な課題との調和が必要となる。

これまで、品質の確保や施術者の資格制度等を各業界団体等で実施してきているが、各団体で独自に対応し、同じ業界内でも異なる評価基準やシステムとなっていることも少なくない。今後は、必要に応じて、業界内での統一等に向けた対応や、健康も美容も最新の情報やエビデンスに基づいて実施することが、産業促進の面からも必要である。例えば、健康食品のように、認定を与える団体について、健康食品認証制度協議会が指定や監督を行うシステムや、エビデンスの集積等については、機能性表示食品のように販売者が責任を持ってエビデンスの収集や評価を行うような対応も参考になると考えられる。なお、この場合、制度や情報、さらに求められるレベルや対応に他の業界との違いがある場合(既に法規制があること等)はその違いもわかりやすく説明することが望まれる。

また、利用の対象が高齢者や外国からの利用者等への新たな広がりが期待されるソシオエステティックや美容医療分野についても、例えば、統一資格やガイドライン等の作成について、産学官における連携促進が重要となる。

F . 参考文献

1. 経済財政運営と改革の基本方針 2015 (内閣府)
(<http://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/2015/decision0630.html>)
2. いわゆる「健康食品」に関するメッセージ (食品安全委員会)
(<https://www.fsc.go.jp/osirase/kenkosyokuhin.html>)
3. 「健康食品による健康被害の未然防止と拡大防止に向けて」(厚生労働省：平成28年2月改訂)

(<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11130500-Shokuhinanzenu/0000113707.pdf>)

4. 「健康食品の正しい利用法」(平成28年2月改定)
(<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11130500-Shokuhinanzenu/0000113706.pdf>)

5. 「健康関連機器の選択、使用及び情報提供の在り方に関する検討会」の報告書(厚生労働省)
(<http://www.mhlw.go.jp/shingi/2002/06/s0611-4.html>)

6. 平成25年度中小企業支援調査(再生医療による経済効果及び再生医療等の事業環境整備に関する調査)報告書(遺伝子検査ビジネスに関する調査)報告書〔平成26年2月 経済産業省〕

(http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/bio/pdf/140428idenshikensa-houkokusyo2.pdf#search=%E9%81%BA%E4%BC%9D%E5%AD%90%E6%A4%9C%E6%9F%BB%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E8%AA%BF%E6%9F%BB)

7. 平成25年度特定健診・特定保健指導の実施状況について(厚生労働省)

(<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/000095068.html>)

8. 特定健診・保健指導の医療費適正化効果等の検証のためのワーキンググループ第三次中間取りまとめ概要(厚生労働省)

(<http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12401000-Hokenkyoku-Soumuka/0000090333.pdf>)

9. 「包括的職業能力評価制度整備委員会(メ

ンテナンス)〔フィットネス産業〕活動報告書(平成23年3月:中央職業能力開発協)

(https://www.hyouka.javada.or.jp/user/include/pdf_committee/7_5/c7_5.pdf#search=%E3%83%95%E3%82%A3%E3%83%83%E3%83%88%E3%83%8D%E3%82%B9+%E8%83%BD%E5%8A%9B%E8%A9%95%E4%BE%A1%E5%9F%BA%E6%BA%96)

10. 平成20年度「我が国におけるスパ・サービスの現状と展望に関する調査研究」報告書(経済産業省)

(<http://www.meti.go.jp/policy/servicepolicy/bpo/spa.pdf#search=%E3%82%8F%E3%81%8C%E5%9B%BD%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E3%82%B9%E3%83%91%E3%83%BB%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9>)

G. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況(予定を含む)

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

（参考1）公益財団法人 日本健康・栄養食品協会でのプラセンタ食品への対応

プラセンタ（胎盤）利用の歴史は古く、中国秦の始皇帝が「不老長寿の妙薬」として利用したとも言われ、中医薬や漢方薬、我が国においては、その抽出成分を医療用医薬品、一般用医薬品、医薬部外品としても利用している。

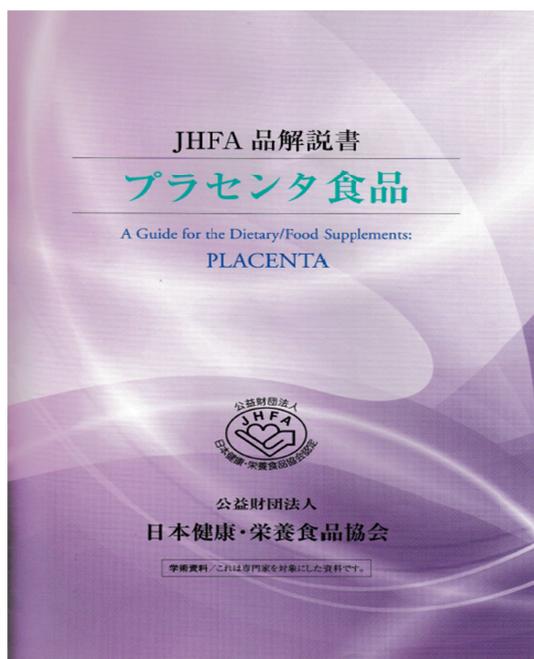
そのようなプラセンタは、健康食品用途において、企業が独自に様々な商品を販売する中で、いくつかの課題が挙げられた。

一つは、多様な原料によるプラセンタ食品の登場である。ヒトや動物の胎盤のみならず、サケの卵巣膜、植物などの様々な由来の原料で製造された製品を各社がプラセンタ食品（若しくは類する名称）として販売していた。このため、プラセンタ食品とは何を示すのかという定義から必要ではないか。

二つ目は、同じ原料でも、プラセンタエキス成分組成及び量、プラセンタエキスの濃度に違いがあることから、消費者への適切な情報提供として、品質規格や分析方法等の設定が必要ではないか。

三つ目は、有効性や安全性の整理とそれを踏まえた摂取量等に関するデータや考え方の整理についても必要ではないか。

これらの課題を踏まえ、公益財団法人 日本健康・栄養食品協会では、平成24年9月より関係会社12社による認定健康食品（JHFA）規格基準作成専門部会を発足し、プラセンタ食品の定義及び品質規格基準等に関する検討を行い、医学、薬学、農学、栄養学等各ジャンルの専門家からなる「規格基準検討会」での議論を経て、事業者の指針となる規格基準を策定した。さらに、消費者が商品を選択する際の目安とするため、「認定健康食品（JHFA）マーク」取得の対象とし、良質なプラセンタ食品の確保及び普及に努めている。



（参考2）遺伝子検査の分類

平成25年度中小企業支援調査（再生医療による経済効果及び再生医療等の事業環境整備に関する調査）報告書（遺伝子検査ビジネスに関する調査）より

1. 遺伝子関連検査の分類

ヒトより採取された検体⁴に対する遺伝子関連検査は、「①病原体遺伝子検査」「②ヒト体細胞遺伝子検査」「③ヒト遺伝学的検査（生殖細胞系列遺伝子検査）」の3つに分類できる⁵。

図2 遺伝子関連検査の分類

目的	内容
①病原体遺伝子検査 (病原体核酸検査)	ヒトに感染症を引き起こす外来性の病原体(ウイルス、細菌等微生物)の核酸(DNAあるいはRNA)を検出・解析する検査
②ヒト体細胞遺伝子検査	a:医療 癌細胞特有の遺伝子の構造異常等を検出する遺伝子検査及び遺伝子発現解析等、疾患病変部・組織に局限し、病状とともに変化し得る一時的な遺伝子情報を明らかにする検査
③ヒト遺伝学的検査 (生殖細胞系列遺伝子検査)	b:事業 ゲノムおよびミトコンドリア内の原則的に生涯変化しない、その個体が生来的に保有する遺伝学的情報(生殖細胞系列の遺伝子解析より明らかにされる情報)を明らかにする検査

(参考3) ホタテの貝殻を活用した消臭や除菌効果等を持つ製品

ホタテは北海道の重要な基幹産業の1つであるが、ホタテの貝殻は、産業廃棄物であり、その処分に漁業組合等は苦慮しているところである。

そこで、北海道の常呂町では、昭和50年代に町と農協と漁協が協力してホタテ貝殻の粉碎会社を設立し、貝殻の再利用に道を開いた。ナチュラルジャパン株式会社では、それらを原料として、酸化カルシウム及び水酸化カルシウム等の製品製造を行い、最近、需要の高くなってきている中国等へ輸出している。国内においては、介護施設やエンバーミング等において消臭等の利用で進みつつある。

今回のケースで特長的であるのは、ホタテの加工後の課題はその貝殻の処理にある。というのも、中国等と異なり、日本はホタテを『貝柱』だけで流通させる加工インフラと食習慣があるため、貝殻が取り除かれる漁港等の加工処理施設に集中して残存する。これをゴミとすれば産業廃棄物として困るわけだが、原料とみれば一箇所に集中しており収集の手間のない宝となるのである。

さらに、原料加工のプロセスは、軽作業と単純作業が多く内在していることから、高齢者や障害者の作業が可能であり、実際、ナチュラルジャパン(株)の網走工場では、障害者の方々を多く雇用してとのことである。

このように、衛生管理で使用できる製品というだけでなく、国内原料および国内雇用で対応できるケースについては、生活の価値を創造する産業の中でも重要視し、産業促進に向けた課題解決も率先して実施されることが望まれる。