

施術所のホームページ検索から見る浜松市における美容鍼灸の現状

日野こころ¹⁾ 中村研心²⁾ 河合裕子³⁾ 有働幸紘⁴⁾

1) 健康鍼灸学科 2) けんしん堂

3) 明治国際医療大学基礎教養講座 データサイエンス学ユニット

4) 藤田医科大学病院 麻酔科・ペインクリニック外来

The Current State of Cosmetic Acupuncture in Hamamatsu: an Internet-Based Research

Kokoro HINO, Kenshin NAKAMURA, Yuko KAWAI and Yukihiro UDO

要旨

【目的】最近では定着してきている「美容鍼灸」であるが、その手技やアプローチ方法は施術者・団体によって様々である。そのため、施術所がインターネット上に作成しているホームページ（HP）に掲載されている内容も多岐に渡る。本研究では、浜松市に限定して美容鍼灸を行う施術所のHPを検索し、そこから得られる情報を整理することで、今後の美容鍼灸に必要な情報や研究課題を見出すことを目的とした。【方法】インターネット検索で施術所のHPを検索し、記載内容から6項目の情報を抽出した。【結果】「浜松」「鍼灸」の用語による検索では67件、「美容」「鍼灸」「浜松」では27件がヒットした。①メインの施術として治療と美容との要素の大きさは、治療メインが20件（80%）、美容メインは2件（8%）であった。②メニューやコースの内容表記の有無について、具体的に内容がわかる表記のあったHPは6件（24%）であった。③料金設定は4,000円台が最も多く6件（24%）であった。④美容鍼灸に関するキーワードは、美容鍼灸8件（32%）、美容鍼14件（56%）、その他3件（12%）であった。⑤HP以外の広告媒体の利用しているのは19件（76%）で、主にSNSを利用していた。⑥その他、セルフケア紹介などを載せているHPは7件（28%）、施術感想を載せているのは9件（36%）、コロナ対策の内容は2件（8%）であった。【考察】浜松市における美容鍼灸の現状について、インターネットの情報から概観した。今回の結果をより有効に利用するためにも、地域を変えるなど今後の継続した調査が必要である。また、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律（あはき法）に則った内容だけに限定した場合、HPの「広告」としての効果は低いと考えられる。受療者が施術所を選択する際に求められる情報についても、今後の調査を検討したい。

キーワード：美容鍼灸、インターネット、ホームページ、広告

Abstract

[Aim] In recent years, “cosmetic acupuncture” has gradually become popular, but the techniques and approaches used are diverse between therapists. Therefore, information on the homepages of websites created by clinics is also varied. This study aimed to evaluate the information available on website homepages of cosmetic acupuncture clinics in Hamamatsu city and/or potential research topics for the development of cosmetic acupuncture. [Method] We performed an internet search for the websites of acupuncture clinics in Hamamatsu city using the keywords “cosmetic”, “acupuncture”, and “Hamamatsu” and evaluated the homepages of these websites for pertinent information, such as the range of services offered; the treatment costs, if available; the modes of advertisement used; feedback/reviews from patients, if available; and adherence to COVID-19 protocols. These data were summarized with descriptive analysis. [Results] The internet search produced websites of 27 clinics. Twenty of these (80%) mainly treated health problems and two (8%) were in the cosmetic sector. Six homepages (24%) explained the range of offered services. The most common fee was 4,000 yen (6 clinics, 24%). The most frequently used keywords were “cosmetic acupuncture (14 clinics, 56%)” and “cosmetic acupuncture and moxibustion (8 clinics, 32%)”. Nineteen clinics (76%) used other means for advertisement, primarily social network platforms. Seven homepages (28%) described selfcare methods, and nine (36%) presented feedback from experienced patients and users. Only two clinics (8%) explained the measures taken against COVID-19. [Conclusions] This study provided an overview of the current state of cosmetic acupuncture in Hamamatsu city. Further research is needed to make better use of these results. Homepages of websites created in accordance with the law would not be effective for advertising because it prohibits the advertisement of several aspects, such as treatment costs. The information that the patient/user needs to decide to visit acupuncture clinics should be investigated.

Keywords : cosmetic acupuncture, internet, websites, advertisement

1. はじめに

「美容鍼灸」という言葉は、最近ではソーシャルネットワークシステム（SNS）を含むインターネット上で聞かない日はないというほど定着を見せているが、鍼灸の長い歴史の中でその登場は比較的新しい。医中誌で「鍼灸」「美容」をキーワードに検索すると1989年の学会報告¹⁾が一番古いが、美容鍼灸が日本で一気に広まったのは2006年の医道の日本の特集であると北川は述べている²⁾。また海外の状況を調べるためにPubmedによる英語論文の検索を行なったところ、我々が知る限りでは美容をテーマにしたものとしては2005年の論文が一番古かった³⁾（検索ワードは“acupuncture” “beauty OR cosmetic OR facial” NOT “pain OR paralysis”）。このように新しい分野である美容鍼灸であるが、一言で美容鍼灸といっても手技やアプローチ方法は施術者・団体によって様々である。これまで、鍼灸院などの施術所は「肩こり」「腰痛」「膝痛」といった「痛みに対する治療」が中心であった⁴⁾。しかし最近では治療の要素より、エイジングケアをうたう施術所も増え、「美容鍼灸」を取り入れる施術所も多くなっている。また実際に施術を行なっている施術所についても、美容を専門に行うところや、これまでの治療に新しくメニューとして加えるところなど様々な形態がある。このように多様化すると、選択肢が増えて良いように見える一方で、どこの施術所を選ぶといいのか分からないことも増えると考えられる。近年では、インターネットの普及により施術所を探す際にも多くの方がホームページ（以下HP）の情報を利用する。そのため、施術所もその多くはHPを作成し、施術を求める受療者に情報を提供している。

そこで、本研究では浜松市に限定して、美容鍼灸を行う施術所をHPより検索し、施術内容や広告内容を調査した。インターネットから得られる情報を整理することで、施術を受けたい側の視点と提供する側の視点から現状を把握し、一般的な美容鍼灸のイメージについて検討し、今後の美容鍼灸に必要な情報や研究課題を見出すことを目的とした。

2. 方法

インターネットの検索欄（Google）に「鍼灸」「浜松」を入力し、施術所のHPを検索した。次に「美容」「鍼灸」「浜松」へと検索用語を変換して、美容に対する施術を行っている施術所のHPを検索し、各施術所のHPの記載内容から以下の情報を抽出した。①メインの施術として治療と美容との要素の大きさ②メニューやコースの内容表記の有無③料金設定④美容鍼灸に関するキーワード⑤HP以外の広告媒体の利用、⑥その他、セルフケア紹介などの有無、受療者の声等の有無など特徴となる点。

3. 結果

「浜松」「鍼灸」による検索では67件ヒットした。次に「美容」「鍼灸」「浜松」へと検索用語を変換したところ、27件となった。1件ずつHPを閲覧し、記載内容を確認したところ、2件は美容鍼灸を行っている様子なかった。

各HPから抽出した情報は以下の通りである。

①メインの施術として治療と美容の要素の大きさ（図1）

HPを見たときに、治療・美容・その他のいずれを中心とした内容になっているか（記載の分量が「治療>美容」または「美容>治療」）で施術所の特徴を分けた。その結果、25件中、治療メインは20件（80%）、美容メインは2件（8%）、リラクゼーションは2件（8%）、不明は1件（4%）であった。

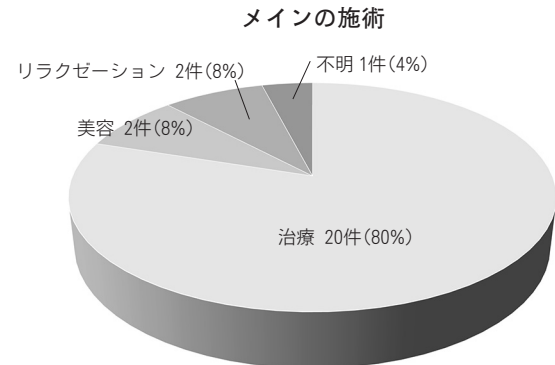


図1：ホームページ上から見えるメインの施術

②メニューやコースの内容表記

メニューやコースの内容表記の有無については「美容鍼 ***円」という金額表記は全てのHPにあるものの、通電を行うなど、具体的に内容がわかる表記のあったHPは6件（24%）であった。

③美容鍼の料金（図2）

最も安価なのは2,750円、高額なのは16,800円であった。4,000円台が6件（24%）と最も多く、続いて7,000円台が4件（16%）、5,000円台が3件（12%）となった。10,000円以上も5件（20%）あった。

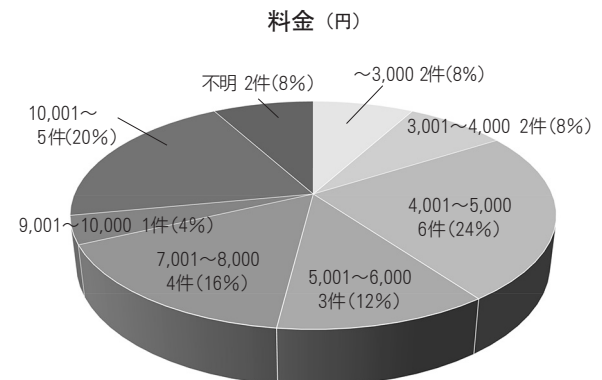


図2：ホームページに記載される美容鍼灸の値段

④美容鍼灸に関するキーワード (図3)

HP上に美容鍼灸のことを表現する用語として記載されていたのは、美容鍼灸8件(32%)、美容鍼14件(56%)、その他3件(12%)であった。その他には経穴美容鍼、美顔ハリ小顔エステ、立体造顔美容鍼などがあつた。

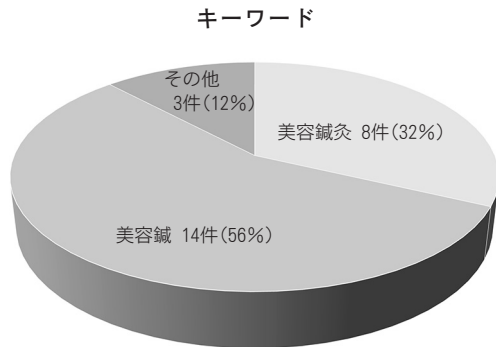


図3：施術所が使う美容鍼灸に関する鍼灸のキーワード

⑤HP以外の広告媒体の利用

インターネット上におけるHP以外の広告媒体は19件(76%)が主にSNSを利用してゐた。予約が出来る機能も含めて最も多いのはLINEで12件(48%)、Facebook5件(20%)、Instagram4件(16%)であつた。複数の媒体を用ゐる施術所もあつた。

⑥その他

セルフケア紹介などを載せてゐるHPは7件(28%)であつた。受療者の声として施術感想を載せてゐるHPは9件(36%)であつた。その他気になる点としてコロナ対策の内容を記載してゐるところは2件(8%)であつた。

4. 考察

鍼灸療法の受療のきっかけに関する調査では「家族・友人・知人からの紹介」が63.6%とあり、治療院や施設・店舗のHPによるものは3.6%と低い⁹⁾。その他のインターネットが3.5%とあるが、この中にSNSが含まれる可能性がある。この調査においてHP・インターネットの数字は小さいものの、美容鍼灸を利用する場合に限定すると、この数字は上がる可能性が考えられる。またHPの内容自体も、現在のネット社会の中では重要な情報源となるため、鍼灸全体の普及の観点からも重要であると考えてゐる。

今回の調査の結果、①治療と美容の要素の大きさについては、治療メインの20件は「鍼灸接骨院」や「治療院」「整骨院」といった、鍼灸単独での治療ではないところが多かつた。美容メインの2件は治療を行う院と美容のための分院がある系列店であつたため、厳密にはひとつの施術所と考えてよい。この結果から、浜松市内にはまだ美容を中心とした施術所は少ないことが明らかになつた。

②メニューやコース内容の有無について見てみたところ、浜松では美容を専門に鍼灸治療を提供してゐる施術所よりも施術内容のひとつとして、またはコースによって美容鍼灸を取り入れている施術所が圧倒的に多いことが伺えた。美容を主に置いているHPには美容鍼灸に関する「技術認定書」の掲載があり、美容鍼灸の中でも「〇〇式」という各治療法の第一人者の一人からの推薦コメントが合わせて掲載されてゐるところもあつた。しかし全体として見ると、このように施術者が「どのような術式を学んでゐるのか」ということが明確なHPは少なかつた。また、HPのメニューや施術コースの具体的な内容を表記してゐる施術所は、6件と少なかつた。美容鍼灸、美容鍼と一言で表しても、美顔率というものに着目し、解剖機能からアプローチする治療⁶⁾、東洋医学の理論を背景に中国鍼を用ゐる治療⁷⁾、刺さない鍼(てい鍼)を用ゐる治療⁸⁾など、その施術内容は様々であつた。また、例えば通電と記載があるものの、その通電をどのような理論背景で行うのか、通電時間など、「違い」や「内容」が分かる記載ではなかつたりしてゐた。ただ、この点については、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律(あはき法)において、広告内容と制限が設けられてゐる⁹⁾。それによると、「技能」「施術法」「経歴」「施術料」「免許業種以外の治療」などを広告に載せることができない。厳密にいうとHPも広告であるため、より具体的な施術法を載せることができない。そのため、具体的な施術法を記載する施術所が少ないことが考えられる。このようにあはき法に則つた内容だけに限定した場合、HPに「広告」としての効果は低く、他の施術所との違いや良さ、その施術所を受療するメリットなどを記載することが非常に難しくなる。この点に関しては、あはき柔整の広告ガイドラインの作成が現在進められており、その中でインターネット広告についても議論されてゐる¹⁰⁾。今後の動向を見守りつつ、受療者が施術所を選択する際に「治療内容」をどれくらい知りたいのかを調査することも今後検討したい。

③施術の料金について福島らの調査では一般的な治療を行う施術所の施術料金は2,000円~4,000円が多い¹¹⁾。それに対して美容鍼の料金は高くなる傾向がある。今回の調査でも、痛みやこりに対する治療に比べて、美容鍼の料金を高く設定する施術所がほとんどであつた(92%)。回数券や初回限定など割引を行わず設定されてゐる料金は、4,000円台(24%)が最も多く、ついで10,000円台(20%)となつた。これらが鍼灸単独での施術であるのか、その他の施術がセットになるのかは明らかではないが、所要時間なども考慮してさらに検討する必要がある。また具体的に料金をHPに載せてゐる施術所は92%であつた。先にも記述したが、厳密にいうと広告に施術料を載せることはできない。しかしインターネットの普及により施術所を探す際にも多くの人々がHPの情報

を利用するため、料金のように受療者が欲しい情報が載せられないのは、広告としての意味を考えても非常に難しい問題である。

④キーワードに関しては「美容鍼灸」「美容鍼」以外の部分に注目したい。鍼灸の世界に新しく登場した美容鍼灸が未成熟な分野であったことから、極めてインスタントに「〇〇式美容鍼灸」などと標榜する風潮が生まれ、講習会を開くこともある¹²⁾。鍼灸師が共通理解として知っている用語だけでなく、経穴美容鍼、美顔ハリ小顔エステ、立体造顔美容鍼など、新しい用語が作られ、使われることも珍しくない。前述したメニュー内容の表記についても同様であるが、さまざまな用語が使われている現状は受療者に混乱を招く可能性が高い。使用する用語の統一などによる情報の整理をすることも今後は必要であると考えられた。

⑤インターネット上で、HP以外にSNSを使っている施術所は76%と大半を占めていた。これは一口にインターネットといっても、利用しているプラットフォームが多様で、主に使っている年代や使える機能（例：予約ができる）などに違いがあるためであると考えられた¹³⁾。施術所に限らずビジネスをする上で宣伝は必須である。今後もインターネットの様々な活用方法が出てくることは必然であると考えられるため、業界全体のイメージや治療方法についての間違った情報が発信されないように注意しつつ、積極的な活用が望まれるところである。

⑥その他の情報として、セルフケアの紹介や施術の感想を載せているHPは3割程度存在した。最近医療広告ガイドラインの改訂により、医療機関の広告に患者の口コミが掲載できなくなった¹⁴⁾。あはき柔整の広告についてはガイドラインの作成を待つ必要がある。一方で、コロナ対策の内容を記載しているところは2件（8%）であった。昨年からの新型コロナウイルスの影響で、施術所に来院される受療者が減ったと言われていたが、コロナ対策に対して対応している旨をHPに載せるところは、意外にも少なかった。これは再診だけで十分に受療者を獲得できているか、ブログ等のリンクは更新されてもHPの更新を定期的に行っていない、または安全性への通知の必要性をHP開設側が認知していないなどが考えられるが、詳細は今後の検討課題である。

5. おわりに

今回のインターネット検索によってHPを見つけることができた浜松の施術所は67件だった。それに対して「美容鍼灸」「美容鍼」など美容に関しての施術を行っている施術所は25件（37%）であった。現在およそ80万人が住む浜松市において、これが多いのか少ないのか詳細はわからない。地域差があることが予想されるので、

地域を変えての調査など、継続した検討が必要である。またインターネットにおける広告の内容については、受療者にとって有益な情報は何かを調査しつつ、今後の動向を注視していく必要があると考えられた。

参考文献

- 1) 森和ら「美容鍼灸に関する研究（第一報）」『全日本鍼灸学会雑誌』第39巻、1号、1989年、157頁
- 2) 北川毅「美容鍼灸最前線 第1回日本における美容鍼灸の普及と現状」『東洋医学 鍼灸ジャーナル』第10巻、2009年、42-45頁
- 3) Barrett, J.B.: "Acupuncture and Facial Rejuvenation", *Aesthetic Surg J* 25, 2004, 419-424.
- 4) 矢野忠ら「最も気になる症状（国民生活基礎調査「健康票」）の治療であんま・はり・きゅう・柔道整復師（施術所）にかかっている割合に関する調査 [前編]」『医道の日本』第78巻、10号、2019年、123-129頁
- 5) 矢野忠ら「三療（あはき）の実態および認知の諸要因に関する調査研究（後編）」『医道の日本』第78巻、2号、2019年、134-140頁
- 6) 土門奏『美顔鍼 美顔率と解剖機能からのアプローチ』医道の日本、2015年
- 7) 王財源『中医学に基づく 実践美容鍼灸』医歯薬出版、2010年
- 8) 折橋梢恵、光永裕之『新しい鍼灸 美流鍼』フレグランスジャーナル社、2018年
- 9) 前田和彦『関係法規』第7版、医歯薬出版、2009年
- 10) 厚生労働省ホームページ 第8回あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師及び柔道整復師等の広告に関する検討会 資料1「これまでの議論を踏まえた広告ガイドライン（案）作成方針について」、2019年 <https://www.mhlw.go.jp/content/10801000/000510988.pdf>
- 11) 福島正也ら「はり・きゅう業の経営実態に関する全国調査—はり・きゅう業者の患者数、施術料金、年収—」『全日本鍼灸学会雑誌』第69巻、3号、2019年、176-184頁
- 12) 北川毅『医学的に正しい美容鍼』B A B ジャパン、2020年
- 13) モバイル社会研究所「【SNS】LINE利用率8割超え：10～30代は9割が利用」2021年 <https://www.moba-ken.jp/project/others/sns20210520.html>
- 14) 厚生労働省ホームページ「医療広告規制におけるウェブサイトの事例解説書」、2021年 <https://www.mhlw.go.jp/content/000808457.pdf>