

日本国内の SPA 産業の将来性と課題についての考察

齋藤 勝 新井 卓二

【キーワード】 SPA、ウェルネスツーリズム、人材育成、ホスピタリティ、日本

1. はじめに

温浴施設には「SPA（スパ）」「公衆浴場」「銭湯」「ヘルスセンター」「サウナ」「健康ランド」「クアハウス」「スーパー銭湯」「日帰り温泉」「アクアパーク」など様々な業態に対する呼称があてはめられている。

温浴施設の中でも「SPA（スパ）」と呼ばれる施設に注目してみると、「スパ」はベルギーの温泉地「spa」に由来する。英語では「health spa」「day spa」などが使われ、「健康や美容のための施設」という意味合いが含まれる。日本スパ&ウェルネスツーリズム協会（旧日本スパ振興協会）では、2006年に「スパ」を「健康と美の維持・回復・増進を目的として、温浴・水浴をベースに、くつろぎと癒しの環境と様々な施術や療法などを総合的に提供する施設」¹⁾と定義している。

日本政府は、観光を国家の重要政策として位置づけ、2007年の閣議決定で「観光立国推進基本計画」²⁾を策定している。この計画では「多様な観光の形態（ニューツーリズム）」の1つとして健康の維持増進を目的とする「ヘルスツーリズム（健康志向型観光）」および温泉（SPA）などを利用した観光形態を推進するとしている。現在まで「観光立国推進基本計画」に基づいて、各省庁（観光庁、経産省、厚労省など）が連動して、スパを含むヘルスツーリズム政策を進めている。主に、①地域の温泉地で「湯治×現代スパ」のプログラム開発、②医療ツーリズム・ウェルネスツーリズムとの連携強化、③経済産業省や観光庁主導で「健康×観光」の事業支援開始、などが挙げられる。2007年の計画以降、日本政府は5年ごとに「観光立国推進基本計画」を更新している。

2023年3月に閣議決定された第4次（2023年—25年度）「観光立国指針基本計画」の基本方針として①持続可能な観光地域づくり戦略、②インバウンド回復戦略、③国内交流拡大戦略、が3つの柱として構成し、数値目標として、訪日外国人旅行消費額5兆円、国内旅行消費額20兆円の早期達成を目指すとともに、2025年までに、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数100地域、訪日外国人旅行消費額単価20万円/一人、訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数2泊等の目標を掲げている。

世界での市場規模は、Global Wellness Institute が発行した最新レポート「Global Wellness Economy Monitor 2024」によると、2023年の世界におけるウェルネス経済の市場規模は、約6.3兆ドル（約945兆円相当／1ドル=150円換算）となる。これは世界のGDPの6.03%を占めるほどの存在感を持ち、IT産業やスポーツ産業を上回る規模に成長している。その中で、スパは21兆円でウェルネス経済全体に占める割合は2%前後である。スパは2017年～2019年で年平均約8.7%と高い成長率を記録していたとし、パンデミックの2020年は大きく落ち込んだものの2025年まで年平均約17%の復興成長の見込みと試算している。

2. 研究の背景

日本国内では、スパの普及と発展に伴い、スパは多様化し、利用目的や形態、提供されるサービスなどによって様々な種類のスパが混在している。日本スパ振興協議会（現：日本スパ&ウェルネスツーリズム協会）では、スパを滞在型と非滞在型に分類し、また形態や目的によっていくつかの種類に分類している。

表1 日本スパ&ウェルネスツーリズム協会（旧：日本スパ振興協会）によるスパの分類

	滞在型	非滞在型
一般型	デスティネーションスパ	デイスパ
	ホテルスパ	ビューティスパ
	リゾートスパ	クラブスパ
	温泉スパ	温泉スパ（日帰り）
	クルージングスパ	アミューズメント型スパ
医療型	メディカルスパ	メディカルスパ（日帰り）
	温泉病院	

資料 日本スパ振興協議会 スパベシクブック³⁾

日本では、スパは法律上の定義や基準が設定されていない中で発展してきた。国内のスパの市場規模は、2007年度「スパ・サービス産業の発展に向けた現状と課題に関する調査研究」（経済産業省、2008）では2006年度5,600億円、1673店舗から2007年度は7,100億円、2944店舗と拡大して、さらに5年後の2012年度のスパ・セラピストの雇用数見込みは2006年度の5,808人から10,660人と大きく拡大すると試算されている。この調査の中で今後、スパ・サービス産業発展の課題として指摘された点は、「スパ・セラピスト等の職業資格の設置」、「スパ・セラピスト等の職業資格の国際的な相互認定」であるとしている。最近の市場調査によると2024年には35.38億\$、日本円に換算（1ドル=¥148 2025年9月時点）すると5兆4100億円にまで到達するとされている⁴⁾。

また「ウェルネスツーリズム ―健康と美を求めて現代的観光―」（光武 2010）の中で、わが国においてもスパ発展のキーワードの一つは「プロフェッショナルとしての誇り、技術、ホスピタリティー・マインドを持つセラピストを育成すること」であるとしているが、この種の人材は労働市場ではまだまだ少ないのが実情であり、人材の育成は、日本のスパ発展において急務であるが、養成施設の少なさが課題であるとしている。

他に学術的研究を含めた書籍だと「ウェルネスツーリズム ―サードプレイスへの旅―」（荒川ほか、2017）がある。その中で、日本を含めた先進国がさらに発展するためには、高次元のニーズに対応することが重要である。安全、安心欲求、健康、長寿など基本的欲求に加えて、社会的承認や自己実現といった高次のニーズ「ウェルネス」に対応できる人材の養成が求められてくるとし、ウェルネス人材に求められる資質として下記のようにまとめている。

表2 ウェルネス人材に求められる資質

・世界的市場動向、社会的ニーズの収集・分析力
・各国国家戦略動向のウォッチ
・顧客の変化、多様化に対応する能力
・他業種、他職種、異業種との連携力、コミュニケーション力 →サービスコミュニケーション、サービスイノベーション
・健康科学知見のアップデートと健康リテラシー力の獲得
・経営学理論の取入れ

さらにスパで提供するメニューを構築していくうえで重要なのは食事、運動、癒しなど、それぞれのプログラムのなかに様々なジャンルの専門家が存在していることである。そのうえで全員がウェルネスツーリズムのコンセプトを十分に理解し、顧客データを共有、顧客にあわせた指導（ウェルネスサービス）をおこなっていくことであり、その結果をきちんとフィードバックさせる仕組みを作り上げることであるとしている。

スパを含むウェルネス市場は拡大が予測され、今後もスパに携わる人材の必要性は増し、さらに求められる資質や専門性が高度化してきているが、実際の現場がどのような状況なのかを把握しておく必要がある。

そこで本研究では、実際にスパを経営されている企業2社へのインタビュー調査を行い、さらに業界団体へのヒアリング結果を補足的に加味することで、現在の状況、将来性、特に人材の確保と育成の取り組みについて研究するものである。

3. 研究目的と方法

スパを含むウェルネスツーリズム分野に関する先行研究としては、「ウェルネスツーリズム—健康と美を求めての現代的観光—」（光武，2010）や「ウェルネスツーリズム—サードプレイスへの旅—」（荒川ほか，2017）などが挙げられるが、いずれも産業全体や観光政策の観点からの議論が中心であり、実際のスパ現場における人材の確保・育成の実態に焦点を当てた研究は少ない。また、エステティック業界に関する研究は、施術の心理的効果や安全管理に関するものが散見されるものの、スパ産業における対人サービス職としての人材育成を扱った研究は十分とはいえない。

スパで働くセラピストは、トリートメントという専門的技術を提供する一方で、顧客一人ひとりの状態や要望、さらには文化的背景に応じた対応が求められる対人サービス職である。笠井（2007）は、対人サービス職について「サービス提供時に生じる様々な変化に適切に対応しながら、その場でサービスを提供することが求められる職業」と述べている。また、波多野・稲垣（1983）は、状況に応じて知識を再構成し柔軟に活用できる存在を「適応的熟達者」と定義している。スパ産業におけるセラピストもまた、このような適応的熟達者としての能力が求められる職種であると考えられる。

しかしながら、現場で求められるこうした能力と、既存の教育機関における人材育成との間には乖離が存在する可能性が指摘されているものの、その具体的な内容については十分に明ら

かにされていない。

そこで本研究の目的は、日本国内のスパ産業における人材確保および人材育成の実態を明らかにし、現場が求める人材像の特徴と課題を具体的に示すことにある。特に、スパで働く人材に求められる能力や資質、ならびにそれらを育成するための取り組みに着目し、既存の教育との間に見られる課題について考察することを目的とする。

本研究では、研究対象を日本国内のスパ事業者2社に限定する。具体的には、非滞在型スパとして WASPA（ミス・パリ・グループ）、および滞在型スパとしてエビアンスパ東京（パレスホテル東京）を調査対象とした。両社は、いずれも国内外から高い評価を受けているスパであり、異なる業態（非滞在型／滞在型）を有していることから、業態の違いによる人材育成の特徴や相違点を比較・考察することが可能であると判断した。

調査方法としては、2024 年 10 月に両社を訪問し、スパの責任者および管理職へのインタビューを実施した。調査では、①事業および運営体制の特徴、②スパで働く人材に求められる能力や資質、③人材育成および教育の具体的な取り組み、の3点を主な観点として聞き取りを行った。

なお、日本スパ&ウェルネスツーリズム協会への調査については、本研究においては研究対象とは位置づけず、スパ産業全体の動向や人材育成をめぐる課題を俯瞰的に捉えるための補助的資料として、考察の中で参照することとする。

4. 訪問等調査

4-1. 調査の手続き

本研究では、日本国内のスパ産業における人材確保および人材育成の実態を明らかにすることを目的として、スパ事業者2社を対象とした訪問調査を実施した。調査対象は、非滞在型スパとして WASPA⁵⁾（ミス・パリ・グループ）、および滞在型スパとしてエビアンスパ東京⁶⁾（パレスホテル東京）である。

調査は、2024 年 10 月に両社を訪問し、スパの責任者および管理職を対象に、インタビュー形式で実施した。インタビューでは、①事業および運営体制の特徴、②スパで働く人材に求められる能力や資質、③人材育成および教育の具体的な取り組み、の3点を主な調査観点とした。これらの観点は、両社の共通点および相違点を整理し、業態の違いによる人材育成の特徴を比較・考察するために設定したものである。

インタビュー内容については、各社の現状や取り組みを中心に整理し、事実記述を重視してまとめた。

4-2. WASPA（非滞在型スパ）

4-2-1. 事業・運営体制の特徴

WASPA は、東京都中央区銀座に位置する非滞在型スパであり、ミス・パリ・グループによって運営されている。「日本を五感で体験できるスパ」をコンセプトに掲げ、トリートメントで使用する化粧品はすべて日本国内で製造されたものを採用し、地域の特産品を積極的に取り入れている点が特徴である。

近年の状況として、年間売上および来客数はいずれも増加傾向にあり、直近1年間では過去

最高の売上を記録している。年間来客数は約3,000名で、その約7割を海外からの観光客が占めている。地域別では、アメリカやヨーロッパからの利用者が多く、アジア圏では中国からの来店が中心である。男女比はおおよそ1対2で、女性の利用が多い。

運営体制としては、セラピスト3名、レセプション担当3名の計6名で構成されており、責任者はプレイングマネージャーとして現場業務と管理業務を兼務している。非滞在型スパであるため、限られた時間の中で高品質なサービスを提供することが求められており、顧客対応の効率性と柔軟性が運営上の重要な要素となっている。

4-2-2. 求められる人材像

WASPAにおいて求められる人材像について責任者に確認したところ、トリートメント技術の高さ以前に、「人を思う心」を最も重要な要素として挙げていた。具体的には、顧客一人ひとりの状態や要望を的確に把握し、相手の立場に立って行動できる姿勢が、スパ・セラピストとしての基盤であるとされている。

また、利用者の多くが海外からの観光客であることから、英語によるコミュニケーション能力や、文化的背景の違いを理解した対応力も不可欠である。実際に、海外顧客の増加に伴い、コミュニケーションの中心が日本語から英語へと移行しており、コンサルテーション方法やトリートメントの進め方についても、顧客の体格や反応に応じた柔軟な対応が求められている。

このように、WASPAでは、高度な専門技術に加え、状況に応じた判断力や適応力を備えた対人サービス職としての能力が重視されている。

4-2-3. 人材育成・教育の取り組み

WASPAでは、新卒採用を基本とし、採用段階でセラピストとして一定水準以上の専門教育を受けた人材を確保している。採用されたセラピストは、入社後、WASPA独自のトリートメント技術を習得するための店内研修を受け、本部教育部によるチェックを経て、基準を満たした者のみが顧客対応を許可される。

さらに、合格後も年3回、本部教育部による定期的な技術および接客のチェックが実施されており、サービス品質の維持・向上が図られている。また、月単位で目標を設定し、「教育実施記録」を用いた進捗管理を行うなど、PDCAサイクルを活用した育成体制が整備されている。

加えて、顧客の国際化に対応するため、英会話レッスンの導入や、海外顧客を想定したロールプレイング研修が行われている点も特徴である。教育は店舗内で完結するのではなく、本部教育部や経営層からのフィードバックを受ける仕組みが構築されており、組織全体で人材育成に取り組む体制が形成されている。

4-3. エビアンスパ東京（滞在型スパ）

4-3-1. 事業・運営体制の特徴

エビアンスパ東京は、パレスホテル東京内に設置された滞在型スパであり、フランスの名門リゾート「Evian Resort」⁷⁾のスパコンセプトを日本で唯一体験できる施設である。「エビアン・ジャーニー」と呼ばれる自然哲学を基盤とし、水を通じた健康づくりをコンセプトにしたトリートメントを提供している。

スパの運営は、セラピストおよびレセプション担当を含む約12名のスタッフによって行われており、利用者の多くはパレスホテル東京の宿泊客である。平日は海外からの宿泊客が中心であり、週末には一部日本人利用も見られるが、接客時のコミュニケーションは基本的に英語で行われている。

ホテルスパとして、スパ単体のサービス品質だけでなく、ホテル全体のブランド価値を体現する役割を担っており、スパは宿泊体験の一部として位置づけられている点が特徴である。

4-3-2. 求められる人材像

エビアンスパ東京では、スパスタッフとレセプションのいずれもパレスホテル東京の従業員として採用されているが、スパスタッフについては中途採用のみとしている。その理由として、限られた研修期間の中で即戦力として活躍できる経験者を求めている点が挙げられた。

求められる人材像としては、トリートメント技術や接客スキルに加え、エビアンブランドの価値や哲学を理解し、それを行動として体現できる能力が重視されている。特に、顧客の言葉にならない要望を察知する「気づき」や、非言語的なコミュニケーション能力は重要な要素とされている。

管理職からは、技術教育以上に、ホスピタリティや感性といった要素の教育に難しさを感じているとの指摘があり、これらの能力がサービス品質を左右する重要な要因であることが示唆された。

4-3-3. 人材育成・教育の取り組み

エビアンスパ東京では、採用後1年以内にすべてのスパトリートメントを習得することを目標としており、トレーニング担当者による指導と動画マニュアルを活用した自己学習を組み合わせた教育が行われている。顧客対応の可否については、管理職による最終チェックを経て判断される。

また、エビアンのコンセプトトレーナーによる研修を通じて、ブランド価値やホスピタリティに関する考え方をスタッフに浸透させる取り組みが行われている。これにより、マニュアルに依存しない、状況に応じた柔軟なサービス提供を目指している。

こうした教育の成果として、エビアンスパ東京はフォーブス・トラベルガイド⁸⁾において高い評価を受けており、サービス品質の維持・向上が人材育成と密接に関連していることがうかがえる。

4-4. 両社の比較整理

本節では、WASPA およびエビアンスパ東京における訪問調査結果を踏まえ、事業形態、人材に求められる能力、人材育成の取り組みという3つの観点から、両社の共通点および相違点を整理する。

まず共通点として、両社ともにスパで働く人材に対して、トリートメント技術そのもの以上に、接客やホスピタリティといった対人サービス能力を重視している点が挙げられる。いずれのスパにおいても、採用時点あるいは入社初期段階で一定水準の技術力を担保したうえで、顧客の状態や要望に応じて柔軟に対応できる能力の育成を課題としていた。また、利用者の多くが海外からの顧客であることから、英語によるコミュニケーション能力や文化的背景の違いを

理解した対応力が不可欠である点も共通している。

一方で、人材確保および育成の方法には、業態の違いに起因する明確な相違が見られた。非滞在型スパである WASPA では、新卒採用を基本とし、入社後に本部教育部と連携した体系的な教育を行うことで、人材を段階的に育成している。技術教育に加え、定期的なチェックや PDCA サイクルを通じて、接客やサービス品質の維持・向上を図っている点が特徴である。

これに対し、滞在型スパであるエビアンスパ東京では、中途採用を前提とし、即戦力となる経験者を採用したうえで、入社後はブランド価値やホスピタリティの浸透に重点を置いた教育が行われている。ホテルスパとして、スパ単体ではなくホテル全体のブランド体験の一部を担う役割を持つことから、サービス提供においてはマニュアルの遵守だけでなく、顧客の期待を超える「気づき」や行動が重視されている。

また、人材育成上の課題についても両社に共通点と相違点が見られた。WASPA では、海外顧客の増加に伴う英語対応や接客スタイルの調整が課題として挙げられているのに対し、エビアンスパ東京では、非言語的なコミュニケーション能力や感性といった、数値化やマニュアル化が難しい能力の育成に課題があることが示された。

以上の比較から、両社はいずれも高度な対人サービスを提供するスパとして共通の方向性を持ちながらも、業態やブランド戦略の違いに応じて、人材の確保方法や育成の重点を異なる形で設定していることが明らかとなった。この点は、スパ産業における人材育成の在り方を検討する上で重要な視点であり、次節ではこれらの比較結果を踏まえた考察を行う。

表3 WASPA とエビアンスパ東京における人材の育成の比較

観点	WASPA（非滞在型）	エビアンスパ東京（滞在型）
業態	非滞在型スパ	ホテル内滞在型スパ
主な顧客層	インバウンド観光客（約7割）	ホテル宿泊客（海外比率高）
採用方針	新卒採用中心	中途採用中心
技術スキルの前提	採用時点で高水準	経験者を前提
重視される能力	思いやり、柔軟な対応力	気づき、ブランド理解
語学・国際対応	英語対応必須、接客様式の調整	英語対応、国際基準の接客
教育の中心	本部主導＋店内教育	ブランド教育＋現場教育
評価・品質管理	定期チェック・PDCA	管理職による最終評価
育成上の課題	接客・コミュニケーション	非言語能力・感性教育

4-5. 考察

本研究では、非滞在型スパである WASPA および滞在型スパであるエビアンスパ東京の2社を対象に、事業・運営体制、人材に求められる能力、人材育成の取り組みについて訪問調査を行った。その結果、両社の業態やブランド戦略には違いがあるものの、スパで働く人材に求められる能力には共通した特徴が見られることが明らかとなった。

まず、両社に共通して確認された点として、トリートメント技術そのものは、採用時点ある

いは入社初期段階で一定水準が担保されている一方で、顧客対応に関わるホスピタリティや対人サービス能力の育成が重要な課題として位置づけられていることが挙げられる。WASPA では「人を思う心」を重視し、エビアンSPA東京では顧客の期待を超える「気づき」を重視しており、いずれもマニュアル化しにくい非定型的な能力がサービス品質を左右している点は共通している。

また、両社ともに利用者の多くが海外からの顧客であることから、英語によるコミュニケーション能力や異文化理解に基づく柔軟な対応力が不可欠であることが示された。これらの能力は、事前に定められた手順を正確に遂行するだけでは十分に対応できず、顧客の反応や状況に応じて判断し行動する力が求められる。この点において、SPAで働くセラピストは、波多野・稲垣（1983）が示した「適応的熟達者」としての特性を強く求められる対人サービス職であると考えられる。

一方で、人材の確保および育成方法については、両社の業態の違いに応じた相違が見られた。WASPA では新卒採用を基本とし、本部教育部と連携した体系的な教育体制を構築することで、入社後に段階的な育成を行っているのに対し、エビアンSPA東京では中途採用を前提とし、即戦力となる経験者を採用したうえで、ブランド価値やホスピタリティの浸透に重点を置いた教育が行われている。このように、人材育成のアプローチは異なるものの、最終的に目指す人材像には共通性があることが示唆された。

これらの結果を踏まえると、SPA業界において求められる人材像と、既存の教育機関が育成している人材との間には乖離が存在する可能性が高いと考えられる。具体的には、教育機関では資格取得やトリートメント技術の習得が中心となる一方で、現場では、顧客との信頼関係を構築する能力、異文化環境への適応力、非言語的なコミュニケーション能力といった、実践を通して培われる能力が重視されている。この乖離が、企業側が入社後に多大な時間とコストをかけて独自の教育を行わざるを得ない要因の一つであると推察される。

さらに、このような課題は、個別企業の問題にとどまらず、日本SPA&ウェルネスツーリズム協会が指摘する「人材を育成する側の不足」という業界全体の課題とも整合的である。現場で求められる能力が高度化・多様化する中で、それらを体系的に教育できる仕組みや教育者が十分に整備されていない現状が、SPA産業における人材育成の構造的課題として浮かび上がったといえる。

以上の考察から、SPA産業における人材育成の課題は、単に技術教育の充実にとどまらず、対人サービス職としての適応力や判断力を育成する教育の在り方を再検討する点にあることが示唆された。この点は、今後のSPA産業の持続的な発展を支える人材育成を考える上で、重要な示唆を与えるものと考えられる。

5. まとめ

本研究は、日本国内のSPA産業における人材確保および人材育成の実態を明らかにすることを目的として、非滞在型SPAである WASPA と、滞在型SPAであるエビアンSPA東京の2社を対象に訪問調査を実施した。事業・運営体制、人材に求められる能力、人材育成の取り組みという3つの観点から調査・分析を行った結果、以下の点が明らかとなった。

第一に、両社に共通して、SPAで働く人材には、専門的なトリートメント技術に加えて、ホ

スピタリティや対人サービス能力が強く求められていることが確認された。両社ともに、技術については採用時点または入社初期段階で一定水準を担保している一方で、顧客一人ひとりの状態や期待に応じて柔軟に対応する能力を、人材育成上の重要な課題として位置づけていた。

第二に、利用者の多くが海外からの顧客であるという共通の環境を背景に、英語によるコミュニケーション能力や異文化理解に基づく対応力が、スパ・セラピストにとって不可欠な能力となっていることが明らかとなった。これらの能力は、事前に定められた手順やマニュアルの遂行のみでは十分に対応できず、状況に応じた判断力や適応力が求められる点に特徴がある。

第三に、人材の確保および育成の方法については、業態の違いに応じた相違が見られた。非滞在型スパである WASPA では、新卒採用を基本とし、体系的な教育体制を通じて段階的に人材を育成しているのに対し、滞在型スパであるエビアンスパ東京では、中途採用による即戦力人材の確保と、ブランド価値やホスピタリティの浸透に重点を置いた教育が行われていた。しかしながら、育成手法に違いはあるものの、最終的に目指す人材像には共通性があることが示された。

以上の結果から、スパ産業において求められる人材像は、トリートメント技術を正確に遂行できる人材にとどまらず、顧客や環境の変化に応じて柔軟に対応できる対人サービス職としての能力を備えた人材であることが明らかとなった。一方で、既存の教育機関では資格取得や技術習得が中心となっているため、現場で重視されるこれらの能力との間に乖離が生じている可能性が示唆された。

本研究は、限られた事例ではあるものの、スパ産業の現場における具体的な人材像と育成上の課題を明示した点に意義があると考ええる。これらの知見は、今後のスパ産業における人材育成の在り方を検討する上での基礎的資料となり得るものであり、次章では、本研究の結果を踏まえた今後の課題について述べる。

6. 今後の課題

本研究では、日本国内のスパ産業における人材確保および人材育成の実態について、非滞在型スパおよび滞在型スパという異なる業態を持つ2社の事例を通じて明らかにしてきた。しかしながら、本研究にはいくつかの課題および今後検討すべき点が残されている。

第一に、人材育成に関する教育内容の在り方についての課題である。本研究の結果から、スパ産業の現場では、専門的なトリートメント技術に加え、顧客との信頼関係を構築する能力、異文化環境への適応力、非言語的なコミュニケーション能力といった、対人サービス職としての能力が重視されていることが明らかとなった。一方で、既存の教育機関では、資格取得や技術習得を中心としたカリキュラムが主となっており、これらの能力を体系的に育成する仕組みは十分とはいえない。今後は、教育機関と業界が連携し、現場で求められる能力を反映したカリキュラムの構築が求められる。

第二に、人材を育成する側の能力向上に関する課題である。スパ産業においては、現場で求められる人材像が高度化・多様化する一方で、それらを指導・評価できる教育者や指導者の不足が指摘されている。本研究で参照した業界団体の見解とも照らし合わせると、個別企業による努力だけでは限界があり、教育者自身がスパやウェルネス分野に関する研究や実践を通じて専門性を高めていく必要があると考えられる。

第三に、研究上の限界として、調査対象が2社に限定されている点が挙げられる。今回の調査は、国内外から高い評価を受けているスパ事業者を対象としており、スパ産業全体の平均的な状況を直接的に示すものではない。今後は、調査対象を拡大し、地方のスパや中小規模事業者を含めた調査を行うことで、より多様な人材育成の実態を明らかにする必要がある。

また、本研究は訪問調査に基づく質的研究であり、セラピスト個人の成長過程や能力形成を長期的に追跡したものではない。今後は、縦断的調査や質問紙調査などの量的手法を組み合わせることで、スパ産業における人材育成の効果や課題をより客観的に検証することが求められる。

以上の課題を踏まえ、スパ産業における人材育成の在り方を継続的に検討していくことが、今後の研究における重要な課題であると考ええる。

謝辞：本研究にご協力頂いた WASPA とエビアンスパ東京と日本スパ&ウェルネスツーリズム協会のご関係の皆様にご心より感謝申し上げます。

【註】

- 1) 日本スパ&ウェルネスツーリズム協会ホームページ <https://jswt.org/> (2025年9月9日)
- 2) 観光庁 観光立国推進基本計画 https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku.html
- 3) 日本スパ&ウェルネスツーリズム協会 (旧：日本スパ振興協議会) スパベーシックブック <https://jswt.org/learning>
- 4) イブロス ものづくりホームページ https://www.sphericalinsights.com/jp/reports/japan-spa-market?utm_source=chatgpt.com
- 5) WASPA ホームページ <https://www.wa-spa.jp/>
- 6) エビアンスパ東京ホームページ <https://www.palacehoteltokyo.com/evianspa/>
- 7) Evian Resort ホームページ <https://www.evianresort.com/en>
- 8) フォーブス・トラベルガイド <https://www.forbestravelguide.com/>

【参考文献】

- 荒川ほか (2017) 「ウェルネスツーリズム ―サードプレイスへの旅―」 フレグランスジャーナル社
- 光武幸 (2015) 「ウェルネスツーリズム―健康と美を求めての現代的観光」 創風社
- 平尾ほか (2002) 「エステティックの心理的効果に関する予備的研究」 山野研究紀要 10 巻 p53-p58
- 経済産業省 (2008) 「スパ・サービス産業の発展に向けた現状と課題に関する調査研究」 .p8-p66
- 関東ほか (2019) 「エステティックの施術の安全対策及び衛生管理手法の構築のための研究」 厚生労働科学研究データベース
- リクルートワークス研究所 笠井 (2007) 対人サービス職の熟達につながる経験の検討―教師・看護師・客室乗務・保険営業の経験比較― Works Review 第2巻第4号.p1-p4