

La *spirituality* e il business spirituale: la professionalizzazione dello *spiritual counselor*

Giulia Gozzi

Introduzione

In Giappone, a partire dagli anni Novanta del secolo scorso, il termine *supirichuariti* (スピリチュアリテイ, “nuova spiritualità”) insieme alle sue tecniche e idee inizia a entrare in molteplici contesti della società giapponese. Non si tratta di un concetto completamente nuovo, bensì della consolidazione delle idee introdotte dai movimenti e culture “New Age” e *seishin sekai* (精神世界, “mondo spirituale”) sottoforma dell’innovativa (e prettamente giapponese) *shin reisei bunka* (新靈性文化, “cultura della nuova spiritualità”).¹

L’attenzione all’individuo, la scoperta di sé e l’auto-aiuto sono solo alcuni dei concetti introdotti dalla nuova spiritualità, in risposta all’alienante società moderna, allontanandosi dalla percezione tradizionale di “religione”, pur mantenendone l’essenza, per avvicinarsi agli ideali della psicoterapia.²

L’avvento dei mezzi di comunicazione di massa fece sì che sempre più persone si avvicinassero a queste idee, ma non solo, anche diverse aziende iniziarono ad organizzare dei “spiritual training”, adottando nuove politiche aziendali per migliorare il rendimento e la soddisfazione dei propri impiegati.³ Fu così che la nuova spiritualità venne introdotta nei meccanismi delle società capitalistiche e consumistiche: grazie all’acquisto di prodotti di consumo nell’immaginario collettivo colmi di spiritualità (gemme, tarocchi ecc.) divenne possibile, in un certo senso, “comprare la propria felicità”.⁴

Cavalcando quest’onda di popolarità furono molte le persone (specialmente gli appassionati della tematica) che fecero della spiritualità la propria carriera lavorativa e unica fonte di guadagno. Uno di questi fu il famoso *spiritual counselor* Ehara Hiroyuki, il quale rimane tutt’oggi un’importante voce all’interno del mondo spirituale.

Uno degli obiettivi che si propone questo elaborato è quello di delineare, in un quadro teorico-concettuale, le origini della nuova spiritualità mettendone in evidenza i processi evolutivi dal punto

¹ Susumu SHIMAZONO, and Tim GRAF. "The Rise of the New Spirituality", in Inken Prohl e John K. Nelson (a cura di), *Handbook of Contemporary Japanese Religions*, Leiden, Brill, 2012, pp.459-464

² *Ibid.*

³ Stef AUPERS & Dick HOUTMAN, “Beyond the Spiritual Supermarket: The Social and Public Significance of New Age Spirituality”, *Journal of Contemporary Religion*, 21-2, 2006, p.213

⁴ Jeremy CARRETTE & Richard KING, *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*, Taylor & Francis Group, 2004, p.28

di vista storico. In seguito, esso si focalizzerà su uno dei punti chiave della tematica: il *business spirituale*. Pertanto, questa tesina non si concentra unicamente sui seguaci del movimento, seppur vengano accennate le loro caratteristiche generali, ma si vuole porre nei panni dei terapisti spirituali studiando le loro motivazioni, aspirazioni e le loro prospettive di carriera. Per concludere, dunque, si cercherà di rispondere a quesiti come: “può la commercializzazione della nuova spiritualità rivelarsi una buona prospettiva di lavoro e di vita per i suoi praticanti?”

La Spirituality: una introduzione storica

A partire dalla seconda metà del Novecento, con l'avvento della globalizzazione e di Internet (il *World Wide Web*), si venne a creare un legame profondo tra religione e politica economica attraverso il fenomeno che il sociologo Wade Clarke Roof definisce “mercato spirituale”: un mercato caratterizzato da meccanismi di domanda e offerta che seguono le nuove tendenze e che devono rispondere alle esigenze spirituali di una clientela post-moderna.⁵

All'interno di questo mercato non furono tanto le religioni affermate come il cristianesimo a cercare fortuna economica e nuovi seguaci ma furono le religioni “minori” e non appartenenti al *mainstream* che iniziarono a investire nelle piattaforme online (e non) in cerca di legittimazione. È innegabile che esista un business che gira intorno anche ai gruppi religiosi affermati più estremisti (es. cristiani fondamentalisti e islamici radicali), tuttavia furono i movimenti spirituali come la New Age ad aderirne più saldamente. Lo studioso Thomas Pradip afferma che la “New Age” può essere considerata come uno dei pochi movimenti che permette ai propri seguaci di vivere un'esperienza spirituale intensamente mercificata e, quindi, di poter abbracciare questa “religione” come un vero e proprio stile di vita.⁶

Il movimento “New Age” (in Giappone noto con il nome di *Seishin sekai* o “mondo spirituale”) è un insieme di teorie e pratiche introdotte in Giappone intorno agli anni Settanta conseguentemente alla diffusione di cultura pop (come la musica dei Beatles) e di ideali volti al miglioramento della propria mente, del proprio corpo e del proprio spirito, ormai considerati superficiali e soggiogati dal materialismo moderno.⁷ Secondo gli ideali della “New Age” il mondo versa in una condizione di “crisi contemporanea” e l'uomo attraverso le pratiche di stampo New Age può trovare salvezza e autorealizzazione.⁸

⁵ Thomas PRADIP, “Selling God/saving souls: Religious commodities, spiritual markets and the media”, in *Global Media and Communication*, 5, 1, 2009, pp. 57-59

⁶ *Ibid.*

⁷ SHIMAZONO, and GRAF. “The Rise of...”, cit., pp. 460-461

⁸ Wouter J. HANEGRAAFF, “The New Age Movement And Western Esotericism”, in Daren Kemp e James R. Lewis (a cura di), *Handbook of New Age*, Leiden, Brill, 2007, pp. 27-28

Per queste ragioni il Giappone della fine del Novecento era un terreno fertile per queste credenze: negli anni Sessanta si susseguirono diversi violenti “incidenti” (come il *Yodogō haijaku jiken* e il *Asama-sansō jiken*) e, soprattutto tra i più giovani, aleggiava un sentimento di sfiducia e spavento nei confronti delle istituzioni pubbliche che non erano più ritenute in grado di preservare il famoso mito del “Giappone sicuro”.⁹ Il culmine di questa condizione di crisi può essere datato al 1995 a causa del noto “Affare Aum”, ovvero l’attentato terroristico condotto dalla nuova religione Aum Shinrikyō. Alcuni suoi seguaci utilizzarono del gas sarin nella metropolitana di Tokyo causando migliaia di feriti e una decina di morti. A seguito dell’attentato il sentimento popolare di diffidenza crebbe anche nei confronti delle nuove religioni e di tutto ciò che veniva identificato come religioso.¹⁰

All’interno di questo quadro storico complesso nasce il termine che ancora oggi raggruppa quest’insieme di idee e pratiche: *supirichuariti* スピリチュアリテイ, nuova spiritualità.

La necessità di utilizzare un termine in *katakana* per descrivere un concetto già presente nell’immaginario giapponese sotto il nome di *reisei* 霊性 nasce dal bisogno di distaccarsi, anche solo in apparenza, da ogni connotazione religiosa. Infatti, a prima vista, il termine “*supirichuariti*” in *katakana* non accennerebbe alla religione laddove il termine scritto in *kanji* darebbe un chiaro riferimento allo “spirito, anima”, concetti comunemente utilizzati in contesti cristiani.¹¹ Ad ogni modo, coloro che aderiscono al movimento, spiega lo studioso Shimazono, utilizzano il termine *supirichuariti* perché sentono di appartenere ad una nuova era di spiritualità dove la “religione” è stata superata. Secondo questo pensiero, la nuova spiritualità anche se intrisa di religiosità non è una dottrina codificata e ben organizzata ma al contrario, attraverso la partecipazione individuale, il singolo può trasformare la propria coscienza autonomamente.¹²

La varietà di pratiche e di prodotti di consumo disponibili ai partecipanti del movimento per adempiere a tale obiettivo sono innumerevoli. Alcuni di questi sono: i seminari per l’automiglioramento, i tarocchi, la cristalloterapia, le consultazioni astrologiche, la medicina olistica, lo yoga, l’aromaterapia e lo *spiritual counseling*. Ogni individuo ha la libertà di scegliere quali e quante pratiche eseguire e, persino come combinarle tra loro. A causa di quest’individualismo che la caratterizza, la *spirituality* si è guadagnata le denominazioni di “pick-and-mix religion”, “do-it-yourself-religion” e “spiritual supermarket”.¹³

⁹ SHIMAZONO & GRAF, “The Rise of ...”, cit., pp. 460-461

¹⁰ Norichika HORIE, “Spirituality and the Spiritual in Japan: Translation and Transformation.” in *Journal of Alternative Spiritualities and New Age Studies*, vol 5, 1999.

¹¹ *Ibid.*

¹² Susumu SHIMAZONO, *From Salvation to Spirituality, popular religious movements in Modern Japan*, Melbourne, Trans Pacific Press, 2004, pp. 297-298

¹³ AUPERS & HOUTMAN, “Beyond the Spiritual Supermarket...”, cit., pp.201-204

Anche grazie alla dirompente proliferazione di nuovi mezzi di comunicazione (tra cui contenuti multimediali, programmi tv e radiofonici e libri specialistici sul tema) chiunque poteva entrare a contatto con questa nuova realtà in modo semplice e nella comodità di casa propria. Così, fino al primo decennio degli anni Duemila, la popolarità del movimento ha continuato a crescere esponenzialmente tanto da diventare anch'esso un *mainstream*.¹⁴

Capitalist spirituality: il business spirituale in Giappone

La *spirituality* è un concetto dalle diverse sfaccettature e, in quanto tale, non è stato difficile inserirla nei meccanismi della cultura aziendale. Secondo i *marketers*, infatti, essa si presta bene agli approcci imprenditoriali di un mercato che segue gli interessi dei “consumatori spirituali”. Come afferma lo scrittore buddhista Vishvapani, questi consumatori sono influenzati dal tipo di benessere che possono ottenere da una merce e come questa li fa sentire. Se al consumatore non piace una merce, ne cercherà sempre di nuove.¹⁵ Per questo motivo e complice la vaghezza del termine, il mercato forza l'etichetta di “spirituale” su ogni prodotto che possa essere venduto come tale.¹⁶

Pian piano, l'importanza attribuita alle pratiche di *serapī* (terapia) e *iyashi* (guarigione) crebbe tanto da poterle considerare sacre e, come afferma lo studioso Gaitanidis, da poter essere messe sullo stesso piano della pratica shintō dell'estrazione di *omikujī*, in quanto tutte promettono buon auspicio. Grazie alla totalità dei fattori fin ora citati, il business spirituale in Giappone si sviluppò tanto da diventare una professione: lo *spiritual counselor*.¹⁷

Il percorso dello *spiritual healer*, solitamente, parte da un periodo di formazione svolto in scuole come la “Theta Healing Japan”, la “Rocky Mountain Mystery School” o presso associazioni come la “Spiritualist Association of Great Britain”. Sul sito ufficiale della Theta Healing, ad esempio, sono presenti molteplici informazioni sui corsi e le certificazioni disponibili con i relativi prezzi. Il sito (dotato anche di pagina in giapponese) si apre con una frase evocativa: “*anata no jinsei wo eien ni kae, hoka no hito ni insupireshon wo ataeru*” 「あなたの人生を永遠に変え、他の人にインスピレーションを与える」 (letteralmente “cambia per sempre la tua vita, dai ispirazione alle altre persone”, fig. 1) e offre quattro tipi diversi di certificazione: la “Patrictioner Certification”, la “Instructors Certification”, la “Master Certification Program” e la “Certification of Science Program”.¹⁸ Nel curriculum base per diventare uno *spiritual healer* sono inclusi dieci corsi in totale, ma ve ne sono

¹⁴ SHIMAZONO & GRAF. "The Rise of ...", cit., pp. 481-482

¹⁵ CARRETTE & KING, *Selling Spirituality...*, cit., pp. 87-88

¹⁶ Inken PROHL, “The Spiritual World: Aspects Of New Age In Japan.”, in Daren Kemp e James R. Lewis (a cura di), *Handbook of New Age*, Leiden, Brill, 2007, p.373

¹⁷ Ioannis GAITANIDIS, “Spiritual Therapies in Japan”, *Japanese Journal of Religious Studies*, 39-2, 2012, pp. 357-359

¹⁸ <https://www.thetahealing.com/ja/>, ultimo accesso 30/05/2023

quattro di fondamentale importanza in cui viene introdotta la spiritualità dalle sue basi fino alle sue forme più complesse. I corsi possono essere svolti sia online che in presenza e hanno una durata limitata (dai due giorni alle tre settimane), inoltre, non sono necessarie delle conoscenze preliminari.



Fig. 1. Homepage del sito Theta Healing. (<https://www.thetahealing.com/ja/>, ultimo accesso 30/05/2023)

Si può denotare, dunque, la praticità di tali corsi che sembrerebbe possano permettere al novizio di diventare un vero e proprio terapeuta spirituale in tempi relativamente brevi. I prezzi dei suddetti corsi, tuttavia, possono variare tra i 62,000¥ per un corso di due giorni e i 287,000¥ per un corso di tre settimane (fig. 2). Un fattore che, tirando le somme, li rende molto esclusivi. Una volta ottenuti i diplomi e le certificazioni essi possono iniziare la loro carriera da *reinōsha* o *spiritual counselor*. È importante precisare che esistono diverse tipologie di terapisti, tra cui: coloro che praticano questa attività per hobby come metodo di fuga dall'alienante routine, coloro che la praticano per ottenere un ulteriore reddito oltre al proprio lavoro e, infine, coloro che fanno dello *spiritual business* la propria unica fonte di guadagno.¹⁹ Data la varietà di motivazioni che spingono le persone a diventare terapisti spirituali, non stupisce che il loro numero sia in crescita. Ciò significa, tuttavia, che il numero di clienti per ciascuno è in calo e che la competitività nel mercato è in aumento. Per questo motivo, a fare la differenza diventa il possesso di un diploma, la buona sponsorizzazione dei propri servizi e la ricerca di una localizzazione strategica dove dar vita al proprio business.

¹⁹ GAITANIDIS, "Spiritual Therapies ...", cit., pp. 357-359



Fig. 2. Alcuni dei corsi proposti in Giappone e prezzi sul sito *Theta Healing*. (<https://www.thetahealing.com/ja/>, ultimo accesso 30/05/2023)

Stando ai dati ricavati nel 2009 dallo studioso Gaitanidis, i luoghi di sponsorizzazione che hanno più successo sono le pagine web e le fiere spirituali. Siti come *teddyangel.com* e *cocorila.jp* ospitano migliaia di terapeuti a prezzi che variano tra i ¥21,000 e i ¥42,000 al mese. Con la possibilità di scegliere tra una vasta gamma di servizi, questi siti arrivano ad attirare più di un milione di utenti. D'altra parte, fiere come il *supima* e l'*iyashi fair* sono un'ottima opportunità per entrare fisicamente a contatto con la realtà spirituale. Vengono svolte ogni anno a Tokyo e Yokohama dove ospitano più di trentamila praticanti spirituali attirando migliaia tra curiosi e clienti fedeli.²⁰

²⁰ Ioannis GAITANIDIS, "At the forefront of a 'spiritual business': Independent professional spiritual therapists in Japan", *Japan Forum*, 23-2, 2011, p. 194



Fig. 3. Homepage del sito *Iyashi fair* (<https://www.a-advice.com/>, ultimo accesso 30/05/2023)

Come già accennato, anche la localizzazione è un fattore importante. La maggior parte dei terapisti spirituali, cercando di attutire i costi necessari per esercitare l'attività, decidono di svolgerla nella propria dimora dove adibiscono una stanza a tal proposito. Altri, praticano in luoghi pubblici come le caffetterie e, in casi più rari, a casa del cliente. Inoltre, nelle grandi città come Tokyo non è raro trovare saloni spirituali nei quartieri notoriamente conosciuti come “spirituali”. Alcuni di questi sono: Harajuku (il quartiere della moda) e Shimokitazawa (il quartiere degli artisti). È interessante notare come anche tutte le località attraversate dalla linea ferroviaria *Chūō-sen* tra Kōenji e Kichijōji siano molto popolari perché connettono Tokyo al Monte Fuji, un luogo ritenuto essere carico di energia spirituale.²¹

²¹ GAITANIDIS, “At the forefront of...”, cit., pp.195-196

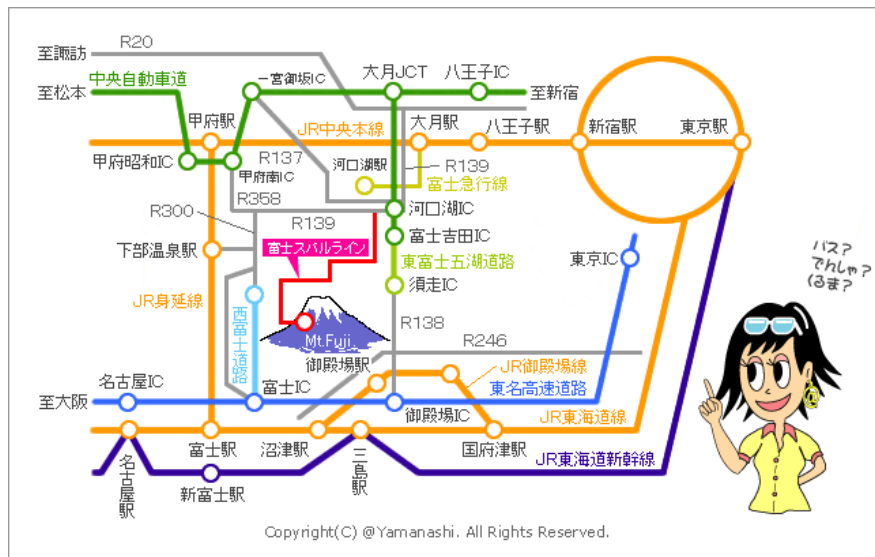


Fig. 4. Cartina della metropolitana JR. La *Chūō-sen* (in arancio) rappresenta una delle vie d'accesso verso il monte Fuji. (@Yamanashi, <https://search.yamanashi-i.com/special/fujisan/access.html>, ultimo accesso 30/05/2023)

Un ulteriore punto importante per far sì che uno spiritual counselor abbia un'ampia fidelizzazione è il fattore novità. Come riporta Gaitanidis nelle sue ricerche, infatti, molti clienti tendono a provare tutte le pratiche offerte dal proprio terapeuta spirituale prima di passare a uno nuovo. Perciò, per non perdere i propri clienti più fidati, lo spiritual counselor deve fare in modo di avere un'offerta di servizi sempre più specialistica e innovativa. Per ottenere ciò, il terapeuta deve seguire sempre corsi nuovi, anche viaggiando in altri paesi per scoprire tecniche nuove ed “esotiche”.²²

Ad ogni modo, il business spirituale deve gran parte della sua fama odierna al contributo dello *spiritual counselor* e *tarento* Ehara Hiroyuki. Sacerdote shintō e scrittore, si è specializzato in studi spirituali in Inghilterra alla fine degli anni '80 e, una volta tornato in Giappone, ha aperto un centro di ricerca sullo spiritualismo dove ha iniziato a lavorare. Grazie alla sua prolifica produzione letteraria sul tema della spiritualità e alla sua costante partecipazione a programmi televisivi, Ehara ha ottenuto un clamoroso riscontro mediatico che gli studiosi chiamano “Ehara Boom”.²³

Egli si è distinto ben presto dagli altri *reinōsha* per le sue tecniche innovative che si avvicinano alla *serapī bunka* includendo per la prima volta delle nozioni di psicoterapia. Nel suo programma più celebre “The Fountain of Aura” è possibile osservare l'andamento delle sue consulenze. In esse si distinguono tre fasi che, secondo la studiosa Horie, ricordano quelle di una seduta psicoterapeutica: la prima è la “lettura del colore dell'aura” in cui si instaura un nuovo rapporto col paziente (rapporto), la seconda consiste nel “vedere la sua vita passata per decifrare la vita attuale” così da rintracciare le cause della sofferenza (trauma) e la terza consiste nell'ascoltare i messaggi degli spiriti (a volte lo spirito guardiano del soggetto) così da trasmettere messaggi motivazionali come “le difficoltà

²² GAITANIDIS, “At the forefront of...”, cit., p. 200

²³ GAITANIDIS, “Spiritual Therapies...”, cit., p.359

diventeranno lezioni di vita” o “niente accade per caso” (Riformulazione e *empowerment*). In poche parole, Ehara vuole far capire ai propri pazienti che essi sono in grado di trovare autonomamente la propria felicità.²⁴

A tal proposito, nel suo libro *Supirichuaru Kōun Hyakka* (スピリチュアル幸運百科 “L’enciclopedia della felicità spirituale”, 2003) sostiene che le persone attraverso uno stile di vita sano, una dieta spirituale, cosmetici spirituali e una comunicazione spirituale possono trovare la felicità senza l’aiuto di un terapeuta. Questo perché, afferma, non esiste il “male” seppur niente accada per caso, per cui, se le persone imparassero a comprendere sé stesse e come utilizzare gli oggetti spirituali nella maniera corretta, allora riuscirebbero a risolvere i propri problemi da sole.²⁵

Possiamo osservare, ancora una volta, come la *spirituality* sia un movimento ben ancorato alla moderna società dei consumi e come questa influenzi i suoi seguaci nel quotidiano, pur tuttavia mantenendo un substrato religioso. Infatti, secondo questa linea di pensiero, potremmo inserire le terapie spirituali descritte all’interno della lunga serie di riti di guarigione che appartengono al background religioso giapponese tradizionale.²⁶



Fig.5. Copertina del libro *Supirichuaru Kōun Hyakka* di Ehara Hiroyuki (Rakuten Rakuma, <https://item.fril.jp/54925efb7a6a0e805492a0fdf3655207>, ultimo accesso 30/05/2023)

²⁴ GAITANIDIS, “Spiritual Therapies...”, cit., pp.375-376

²⁵ Inken PROHL, “The Spiritual World...”, cit., p. 372

²⁶ GAITANIDIS, “Spiritual Therapies...”, cit., pp.357

Conclusione

Come riportato nell'introduzione, questa tesina ha analizzato il fenomeno della nuova spiritualità nel contesto giapponese e cercato di creare un quadro generale della figura professionale dello *spiritual healer*.

Dall'argomentazione della tesina è possibile giungere a diverse conclusioni concernenti la tematica. Gli studiosi Carrette e King, ad esempio, affermano:

“Religion can indeed be just another feature of the capitalist world with little or no social challenge to offer to the world of business deals and corporate takeovers. Spirituality is appropriated for the market instead of offering a countervailing social force to the ethos and values of the business world.”²⁷

In poche parole, nella società giapponese contemporanea sta chiaramente avvenendo una sovrapposizione tra lo «spirituale» e l'«attività commerciale»; per questa ragione, essi denunciano la necessità di maggior sensibilizzazione su questo *shift*, o altrimenti temono che la spiritualità potrebbe perdere la sua originale connotazione individualista per diventare riflesso della società capitalista.²⁸

Tuttavia, all'interno del mondo spirituale e dei suoi praticanti provengono delle opinioni diametralmente opposte. Uno di questi è Ehara Hiroyuki, il quale afferma che “i soldi diventano ‘sporchi’ soltanto quando li si fanno diventare il nostro unico obiettivo”²⁹ e ancora, una *spiritual counselor* di nome Shibata aggiunge: “I soldi a seconda di come vengono usati possono diventare energia o veleno per te e gli altri”.³⁰ Da queste testimonianze si intuisce il senso di responsabilità che pervade ogni terapeuta ancor prima del proprio arricchimento finanziario.

In conclusione, secondo i terapisti spirituali la fonte della considerevole popolarità della *spirituality* giacerebbe nel fatto che il Giappone è sempre stato un paese incline alle credenze sul “mondo invisibile” in quanto caratteristica insita nella sua popolazione (*kokuminsei* 国民性) e che la nuova spiritualità non farebbe altro che allargare il panorama culturale e religioso del paese del Sol Levante.³¹

²⁷ CARRETTE & KING, *Selling Spirituality...*, cit., p.126

²⁸ CARRETTE & KING, *Selling Spirituality...*, cit., pp. 128-129

²⁹ GAITANIDIS, “At the forefront of...”, cit., p.201

³⁰ *Ibid.*

³¹ GAITANIDIS, “Spiritual Therapies...”, cit., p.373

Bibliografia

AUPERS, Stef & HOUTMAN, Dick, “Beyond the Spiritual Supermarket: The Social and Public Significance of New Age Spirituality”, *Journal of Contemporary Religion*, 21-2, 2006, pp.201-213

CARRETTE, Jeremy & KING, Richard, *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*, Taylor & Francis Group, 2004, pp. 28-129

GAITANIDIS, Ioannis, “At the forefront of a ‘spiritual business’: Independent professional spiritual therapists in Japan”, *Japan Forum*, 23-2, 2011, p. 194-201

GAITANIDIS, Ioannis, “Spiritual Therapies in Japan”, *Japanese Journal of Religious Studies*, 39-2, 2012, pp. 357-376

HANEGRAAFF, Wouter J., "The New Age Movement And Western Esotericism", in Daren Kemp e James R. Lewis (a cura di), *Handbook of New Age*, Leiden, Brill, 2007, pp. 27-28

HORIE, Norichika, “Spirituality and the Spiritual in Japan: Translation and Transformation”, *Journal of Alternative Spiritualities and New Age Studies*, vol 5, 1999.

SHIMAZONO, Susumu, *From Salvation to Spirituality, popular religious movements in Modern Japan*, Melbourne, Trans Pacific Press, 2004, pp. 297-298

SHIMAZONO, Susumu, and GRAF, Tim. "The Rise of the New Spirituality", in Inken Prohl e John K. Nelson (a cura di), *Handbook of Contemporary Japanese Religions*, Leiden, Brill, 2012, pp. 460-482

PRADIP, Thomas, “Selling God/saving souls: Religious commodities, spiritual markets and the media”, *Global Media and Communication*, 5, 1, 2009, pp. 57-59

PROHL, Inken, “The Spiritual World: Aspects Of New Age In Japan.”, in Daren Kemp e James R. Lewis (a cura di), *Handbook of New Age*, Leiden, Brill, 2007, p. 372-373

Sitografia

Iyashi fair. Sito *web*. Ultimo accesso 30/05/2023. <https://www.a-advice.com/>

Supirichuaru kōun hyakka shiawase ni naru fushiginachikara ga ippai no jinsei no kyūkyū-bako,
Rakuten Rakuma. Sito *web*. Ultimo accesso 30/05/2023.
<https://item.fril.jp/54925efb7a6a0e805492a0fdf3655207>

Theta Healing Japan. Sito *web*. Ultimo accesso 30/05/2023. <https://www.thetahealing.com/ja/>

@Yamanashi. Sito *web*. Ultimo accesso 30/05/2023. <https://search.yamanashi-i.com/special/fujisan/access.html>