

平成 18 年 3 月 14 日

## 産学共同研究事業

### 静岡市における健康余暇ビジネス創出に関する産学共同研究（2007 年問題を中心に）概要

株式会社 トムス  
静岡福祉大学

#### はじめに

周知のとおり、昨年よりわが国は、世界に先駆けて超高齢社会となった。そして少子化の影響により、本年から人口は緩やかに減少し始める。ピラミッド型で作られた日本の社会システムは、今後ますます構造の変革が進むであろう。

一方この環境変化は、ビジネスチャンスとして捉えることが出来る。大きな社会の環境変化は、新たなビジネスを創出する機会である。そして我々が間近に直面する大きな環境変化は、2007 年問題といわれる団塊世代の定年退職だろう。そこで大きなマーケットとして出現するビジネスは、余暇産業である。

静岡市は、温暖な気候に加え、山、川、海など、自然資源が豊富な土地である。具体的には、南アルプス登山、釣り、ヨット、サーフィンなどのスポーツ、伝統工芸や、駿府城、久能山東照宮、浅間神社などの文化遺産を有し、わが国でも極めて多彩且つ豊かな資源を有している。つまり余暇活動を育む地域として、大きな潜在能力を有している。

これら静岡市ならではの資源を活用し、元気なシニアがますます元気に暮らせるビジネス開発が現在求められているのではないだろうか。本産学共同研究は、今後迎えるシニア社会に向けて、健康と余暇活動とビジネス創造を掛け合わせた、全く新しい視点での事業である。静岡市の新しい産業として、健康余暇ビジネスを創出することは、今後の静岡市、更には日本のシニア社会のモデル事業として、大いに期待できる分野である。

#### 1. 静岡市の人口と推移予測

表 1 静岡市及び各区の人口（平成 17 年 12 月 31 日現在：住民基本台帳人口+外国人登録人口）

	推 計 人 口				住民基本台帳+外国人登録の人口			
	総数	男	女	世帯	総数	男	女	世帯
	人	人	人	世帯	人	人	人	世帯
静岡市	700,952	341,008	359,864	264,400	710,236	346,642	363,594	278,694
葵区	262,666	126,743	135,923	98,709	264,485	127,416	137,069	103,893
駿河区	208,287	102,444	105,843	81,703	211,028	104,536	106,492	85,869
清水区	229,999	111,901	118,098	83,988	234,723	114,690	120,033	88,932

出所：静岡市

表2 静岡市の要介護（要支援）認定者数（平成18年1月）

状態区分	要支援	要介護1	要介護2	要介護3	要介護4	要介護5
認定者数	3,307	7,208	3,484	3,216	2,593	2,447
合計						22,255

出所：静岡市

表3 静岡市の人口推移予測

	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年
予測人口	702,047人	677,102人	654,076人	624,772人	590,891人	554,391人
減少比	100%	96.45%	93.17%	88.99%	84.17%	78.97%

出所：国立社会保障・人口問題研究所の推計を加工

表4 静岡市の年齢別(3区分)人口推移予測

	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	高齢人口 65歳以上
2005年(人数)	93,942人	460,613人	147,492人
(割合)	13.38%	65.61%	21.01%
2015年(人数)	80,262人	388,038人	185,776人
(割合)	11.85%	59.33%	28.40%
2030年(人数)	56,759人	312,551人	185,080人
(割合)	10.24%	56.38%	33.38%

出所：国立社会保障・人口問題研究所の推計を加工

## 2. 団塊世代、定年退職後の余暇活動マーケット予測

ここでは、団塊世代以降が退職後に最も参加したい余暇活動を測定した。アンケート調査により余暇活動の4つのカテゴリー別に一つだけという条件で、参加したい余暇活動、参加希望回数、許容費用を設問した。

平成17年12月末の59歳人口は7,994人、58歳人口が12,920人である。単純計算で、団塊世代後の人口増加率は、1.56倍という計算になる。団塊世代退職後の余暇活動参加人口、マーケット・サイズは、58歳人口12,920人に対して割合と平均値の単純な積で求めている。人口増加率1.56倍を基準値とし、その逆数を団塊世代退職の前年とみなし、余暇活動の人口、マーケット並びに増加額を計算した。その結果が、表5である。

ここで算出された数値は、サンプル数、単純平均値の積ということで限界を持つことに注意が必要である。

表5 団塊世代、定年退職後の余暇活動マーケット予測(n=207)

退職後の余暇活動参加意向（人数順位）				団塊世代退職直後			団塊世代退職直前		マーケット増加
順位	余暇活動	人数	構成割合	参加人口（人）	参加回数（回/年）	マーケット（年間/円）	参加人口（人）	マーケット（年間/円）	増加額（年間/円）
1位	国内観光旅行 (避暑、避寒、温泉など)	97	46.86%	6,054	3	584,966,419	3,881	374,978,474	209,987,945
2位	海外旅行	32	15.46%	1,997	2	192,978,613	1,280	123,704,239	69,274,374
3位	園芸、庭いじり	30	14.49%	1,872	120	162,387,548	1,200	104,094,582	58,292,966
4位	ジョギング、マラソン、ウォーキング	24	11.59%	1,498	132	102,461,217	960	65,680,268	36,780,950
5位	外食（日常的なものを除く）	20	9.66%	1,248	24	150,141,635	800	96,244,638	53,896,997
6位	釣り	16	7.73%	999	60	129,820,160	640	83,218,051	46,602,109
7位	パソコン (ゲーム、趣味、通信など)	14	6.76%	874	120	209,715,942	560	134,433,296	75,282,646
	ゴルフ（コース）	14	6.76%	874	24	511,182,609	560	327,681,159	183,501,449
9位	水泳（プール）	13	6.28%	811	84	51,468,786	520	32,992,812	18,475,974
	映画（テレビは除く）	13	6.28%	811	24	53,231,149	520	34,122,531	19,108,618
	音楽会、コンサートなど	12	5.80%	749	12	67,912,014	480	43,533,342	24,378,672
12位	絵を描く、彫刻する	11	5.31%	687	96	84,860,058	440	54,397,473	30,462,585
	スポーツ観戦（テレビは除く）	11	5.31%	687	24	60,143,536	440	38,553,549	21,589,987
	宝くじ	11	5.31%	687	48	60,143,536	440	38,553,549	21,589,987
15位	カラオケ	10	4.83%	624	48	48,684,058	400	31,207,729	17,476,329
16位	体操（器具を使わないもの）	8	3.86%	499	96	29,102,581	320	18,655,501	10,447,080
	テニス	8	3.86%	499	60	45,196,781	320	28,972,296	16,224,486
	ニュースポーツ (インディアカ、バレーンバレーなど)	8	3.86%	499	48	25,633,280	320	16,431,590	9,201,690
	パチンコ	8	3.86%	499	60	166,442,555	320	106,693,946	59,748,610
20位	ドライブ、ツーリング	7	3.38%	437	6	46,811,657	280	30,007,472	16,804,184
	陶芸	7	3.38%	437	24	56,172,415	280	36,007,958	20,164,457
	タラソテラピー	7	3.38%	437	12	33,203,277	280	21,284,152	11,919,125
	ピクニック、ハイキング、野外散歩	7	3.38%	437	5	15,666,218	280	10,042,447	5,623,770

### 3. 健康視点からみた余暇活動と関係

#### 3-1. 生活習慣病

- ・ 生活習慣病患者は約 4 割に見られ、残りの約 6 割が健康である
- ・ 静岡県においては、通勤通学時間が比較的短く、生活の中で無意識に体を動かす機会が少ない
- ・ 生活習慣病放置群は運動に関する関心が弱い
- ・ 高齢者層に対して移動の問題（6.9%）、普段の生活の問題（5.0%）に対してリハビリテーションを含めた健康余暇活動の必要性
- ・ 生活習慣病患者に対しては、健康余暇活動によって改善を目指し、健康者に対しては、健康余暇活動によって予防または早期発見を促すことを目標としたプレゼンテーションが必要

#### 3-2. QOL

- ・ 余暇活動を持っているものと持っていないものでは、生活の満足度（QOL 尺度）に大きな差が生じており、前者の方が、より良い生活を送っている
- ・ 夫婦と共通の趣味を持ち、社会との接点を持ち続け、様々な教養を身に付けるという活動が生活の質を高める
- ・ 壮年期に仕事一筋で生活してきた者の QOL は高いが、退職後には出来るだけ余暇を楽しみたいとする者の QOL が高くなる
- ・ 定年退職を迎える者に対して、引退準備のためのアセスメントや引退後の地域コミュニティへの参加の入り口や動機付け、各個人ごとに直面する課題（身体的、経済的、嗜好など）を個人別にアセスメントすることが課題

#### 3-3. 精神的健康

- ・ 本調査対象者の約 1 割の者が精神的に不健康である可能性が高い
- ・ 余暇活動に生きがいを求めるよりも「仕事に生きがいを求めて全力を傾ける」と回答した群が最も精神的に良くない
- ・ 余暇活動重視群と仕事重視群では、後者の方が前者よりも構成割合が多く、多くの者が定年退職を迎える時期に自分の人生を考え直す必要に迫られる
- ・ 壮年期においても精神的健康を維持する上で余暇活動が欠かせない
- ・ 定年を迎える前から、国や企業が定年後の生き方や余暇活動に対する考え方について、第二の人生のスムーズな移行を含めて支援することが必要

#### 3-4. 健康の複合視点

- ① 余暇活動と生活習慣病には大きな関連性を持つ。
- ② 余暇活動は人生の満足度（QOL）に大きな影響を与える。余暇活動を持っていることが人生の満足度を高める。従って仕事だけに生きがいを求める者は、余暇活動を持つものと比較して人生の満足度は低い。
- ③ 余暇活動は直接、精神的な健康に影響を与えず、余暇活動の効用により人生の満足

度が高まり、その結果精神的な健康が高まる。

- ④ 生活習慣病の有無も、直接精神的健康に影響を与えず、生活習慣病がある場合、人生の満足度を下げ、精神的な健康を低下させる可能性を持つ。
- ⑤ 生活習慣病がある場合、余暇活動の人生の満足度を高めるという効用を妨げる要因になる。
- ⑥ ソーシャル・サポートが高ければ、生活習慣病の有無に関わらず、人生の満足度を高め、精神的な健康を高める。
- ⑦ 余暇活動を通じてコミュニティを生成し、ソーシャル・サポートを高めれば、精神的な健康は向上する可能性を持つ。
- ⑧ 主観的な健康度が高ければ、人生の満足度も高い。
- ⑨ 主観的な健康度が高ければ、精神的健康も高い。

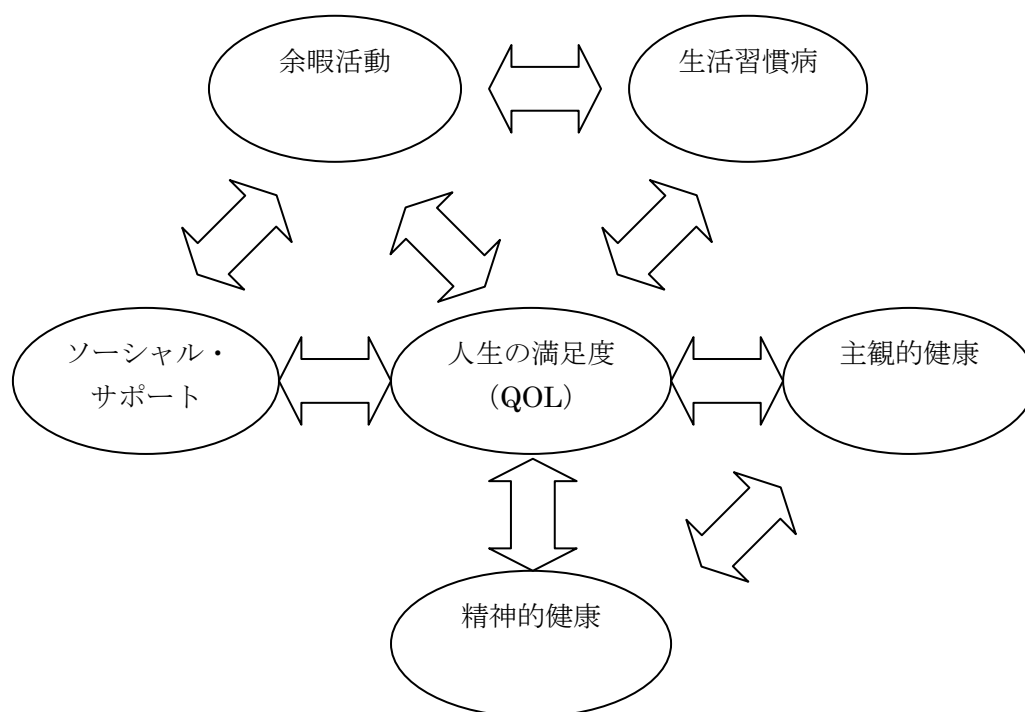


図1 余暇活動と各健康視点の関連

#### 4. 静岡市における健康余暇ビジネスメニュー

##### 4.-1 シニア・マーケティング

団塊世代以降の消費者は、定年退職後の余暇活動への参加意向に対する意識変化は、団塊世代以降の群の方が、より積極的な強い反応を示している。

##### 4-2. ターゲッティング

団塊世代というセグメントは、通用しないと考えるべきである。人口は多いが成熟したシニア群であり、それぞれの「個」を見据える必要がある。

健康余暇ビジネスを展開する上で、ターゲッティングとする年齢層は、図2のように

なる。そしてここでは性別によるセグメントが不可欠である。

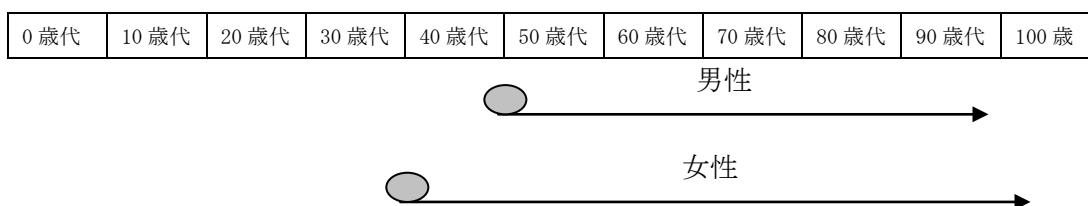


図 2 年齢軸でみたターゲティング

- ・ 壮年期における男性は、50 歳前後をメインターゲットとする。50 歳前後であれば、そろそろ所属する組織における位置づけも明確になる。また第二の人生を考え始める時期で、定年まではその準備の期間でもある。
- ・ 女性に対しては、40 歳前後をメインターゲットとする。子育ても一段落つき、自由な時間を持ち始める年齢である。女性の場合は男性と異なり、ごく自然に自分に対して投資する。

#### 4-3. 顕在欲求からみた健康余暇ビジネスメニュー

##### (1) 観光、行楽活動（国内観光旅行、海外旅行、ドライブ、ツーリング、ピクニック、ハイキングなど）

アンケート調査結果によると余暇活動全体を通じて国内観光旅行が 1 位、海外旅行が 2 位という高得点を示していた。シニア向け旅行企画としては、体験ツアーに人気があり、また向学心も強いことから、地域の郷土史研究者との連携やガイドの手配によって、付加価値の高い旅行提案がシニア層から求められよう。

##### (2) 趣味、創作活動（ガーデニング、パソコン、映画、音楽会、スポーツ観戦、陶芸など）

ガーデニングが余暇活動全体を通じて 3 位、パソコンが 7 位という高得点を示した。次にパソコンだが、退職後の余暇活動で高得点ではあったが、「パソコンは使えない」という団塊世代以降の群が、男性で 63.7%、女性で 37.2%を占めている。団塊世代前の群の方が、「パソコンを使える」という割合が多い事がアンケート結果で明らかになった。従って、団塊世代の男性をターゲットとしたパソコン教室は、ビジネスチャンスが大きいと言える。

陶芸についても顕在欲求が強い。静岡市には賤機焼という隠れたブランドがあり、陶芸教室など、簡単に体験できるコミュニティ施設を地域で持てば、参加人口の拡大によって、伝統工芸の伝承の一助になると考えられる。

##### (3) スポーツ（ウォーキング、釣り、ゴルフ、水泳、体操、テニス、ニュースポーツなど）

余暇活動全体を通じてウォーキングが 4 位、釣りが 6 位、ゴルフが 7 位という高得点を示していた。

ウォーキングは、現在参加人口の多い健康余暇活動で、心身をリフレッシュするうえで、とても気軽に参加できる。静岡市内を再発見する絶好の健康余暇活動ではないだろうか。また、静岡市の健康余暇活動として「釣り」も絶好な立地を有してい

ることは言うまでもない。

#### (4) 娯楽活動（外食、宝くじ、カラオケ、タラソテラピーなど）

余暇活動全体を通じて外食が5位という高得点を示した。月に平均2回ほど、外食を楽しみたいという意向である。個性のある店作り、シニア層に受け入れられる店作りが、ますます活発化するだろう。

### 4-4. 潜在欲求からみた健康余暇ビジネスメニュー

#### (1) シニアの不安

##### ① キャリア・デザイン

特に男性に対するキャリア設計の潜在ニーズが高い。会社を退職した後、どのように生活したらよいか、その方向性が自分で描けない。または相談する支援者、機関が見当たらないということである。キャリア設計に対しては、対象者個人ごとに十分時間をかけ、潜在的な能力を見抜き、コーチングすることが求められる。

##### ② 大人の居場所（コミュニティ空間）

男性が不安になることで、退職後、自宅での居場所が無いという声も挙げられた。今までは職場が自分の居場所であったが、定年退職後は自宅での生活が中心になる。定年退職後は自宅をリフォームし、趣味の部屋を作りたいという調査結果もあるが、一日中、自宅に居ることは考えられない。かといって老人クラブのような組織に入るのには大きな抵抗感を持つ。シニアは、まだまだ若い。成熟したシニア男性を受け入れてくれる大人の居場所を彼らは求めている。それは、社会的な地位や会社の肩書など、全て過去を捨てられる空間であって、利害関係や上下関係の無い人間関係を構築するコミュニティ空間である。

##### ③ 老化予防

「古い」に対する不安もある。今後、老化するにあたって、どのような環境変化に遭遇するのか、それが分からないということである。老化を防ぐためにはどのような活動が有効であるのか。その不安を解消するサービスが求められている。

#### (2) シニアの夢

##### ① 子供の頃の回帰

子供の頃に夢中になった事、または子供の頃にやりたかったが出来なかった事、その余暇活動を定年退職後、再度体験したいという欲求を持っている。この夢を実現するサービスに潜在需要がある。それらをメニュー提案するビジネスは、現在、存在しない。

##### ② 「向学心」への刺激

「向学心」が注目される。アンケート結果によると団塊世代以降の者で「大学で高度な知識を身に付けたい」と回答した者が、男性で41.8%、女性で41.6%を占めている。つまり生涯学習サービスに大きな潜在需要がある。

##### ③ 健康余暇活動メニューの提案

アンケート結果によると定年退職後の余暇活動の参加意向は、「決まっていない、分からない」と回答した者は、スポーツが22.71%、趣味、創作活動が20.77%、娯楽活動が35.75%、観光、行楽活動が12.56%を占めている。つまり、退職後、何をしたら良いのか分からないという者が圧倒的に多いことを示している。逆にシニア向けの健

康余暇活動ビジネスが未開拓分野であるという解釈もできる。そこに大きなビジネスチャンスが隠れていると考えられる。

#### 4-5. 首都圏からの顧客吸引モデル

##### (1) 静岡市の差別的優位性

静岡市は、温暖な気候に加え、山、川、海など、自然資源が豊富な土地である。余暇活動の資源としては、南アルプス登山、釣り、ヨット、サーフィンなどのスポーツ、伝統工芸や、駿府城、久能山東照宮、浅間神社などの文化遺産を有し、わが国でも極めて多彩且つ豊かな資源を有している。これらの資源を有機的に掛け合わせ、相乗効果を生み出すことが、今後の課題になる。

##### (2) 複合化による付加価値の創造

地域ならではの文化的な情報を有機的に掛け合わせ、地域の付加価値を創造することが今後の課題であろう。既に静岡市には、文化財に関する研究者や研究機関が数多く存在すると考えられる。それらのセクターを複合的に組み合わせ、地域価値を生み出す相乗効果を得ることこそ、地域の資産になると考えられる。それらの活動にシニア層が加われば、さらに内容の充実も図ることができ、充実の速度も加速する。

食材に対しても「生しらす」、「桜えび」、「静岡茶」、「わさび」など、静岡でしか食せないものがある。これらの情報ソースを持つセクターと連携し、市民や市外へ情報発信することが、地域の付加価値を高める方策である。

##### (3) Web を活用した双方向情報交換

シニア層をターゲットとした健康余暇活動のホームページを制作し、文化セクターの情報を複合的に組み合わせ、市民に対して情報を発信することである。掲示板などを設けることによって、受信者同士の情報交換が活発化する。静岡市ならではの様々な健康余暇活動メニューを提示し、全国へ情報が発信する。東京、名古屋から1時間でアクセスできる地の利は、ここで活かされることになる。つまり、市外からの顧客吸引を期待することができる。

##### (4) 街づくりに対する視点

シニア層の普段の行動範囲は、2kmほどと想定される。中心市街地の新たな機能として、元気なシニアが集まるコミュニティ施設を提供することができれば、新しい街づくりの視点が生まれる。元気なシニアが集まる場所は、郊外の大型小売店よりも個店が集積する商店街が適している。

##### (5) 健康余暇活動の効用と実現化への課題

静岡市の高齢者人口割合は現在(2005年)21.01%、25年後2030年は33.38%になると推測されている。ここでの課題は、生活習慣病の増加による社会保障費(年金、医療、福祉、介護)の増加である。

元気なシニアがますます元気に暮らせるビジネス開発とは、元気なシニアが自立して、絶対的な幸福観が得られる余暇活動を通じ、健康維持を図り、社会との接点を持ち続け、または健康余暇ビジネスの担い手やサービス提供をすることによって、シニアの雇用の確保とシニアの収入の確保を目指している。

本事業を実現化への課題とは、様々な異業種との連携を図り、同じ価値観を共有し、地域コミュニティを生成することである。