

「癒し・美・健康」関連ビジネスはライフスタイルの 変化に乗ってどこまで成長するのか

千葉経済センター【財団法人ひまわりベンチャー育成基金】

「癒し・美・健康」関連産業は、日常生活における癒しへの希求や健康志向の高まりなどを追い風に、これまで著しい成長を遂げてきた。しかし、異業種からの積極的な新規参入による競合激化に加え、今後は本格的な人口減少社会の到来や政府の消費者保護政策の強化などが見込まれるなど、経営環境は厳しさを増していくものとみられ、一部の業界では、既に踊り場の様相を示している。

本稿では、こうした点を踏まえ、「癒し・美・健康」関連産業の現状と課題を明らかにするとともに、同産業が更に発展するための方向性を考えることとする。

1. 「癒し・美・健康」関連産業を巡る最近の動き

(1) 「癒し・美・健康」関連産業の裾野が拡大

ストレス社会といわれる現代において、「癒し・美・健康」関連産業の市場が急成長を遂げている。当産業は、産業分類として明確に確定されておらず、広範なサービス産業を含むが、本稿では、「一定の施設を有し、癒し、美容、健康の増進を目的としたサービスを提供する医療以外の産業」と定義し、最近の動きをみていくこととする。その施設は、図表1の通り多岐に渡っており、代表的な施設としては、「癒し」では温泉やスパ、「美」はエステティックサロンや美容室、「健康」はフィットネスクラブなどがある。ここ数年では、岩盤浴施設やネイルサロン、ヨガ教室などの新たな専門店も人気を博している（図表1）。

また、最近では、乗馬型フィットネス機器「ジョーバ」や「Wii Fit」、
「ビリーズブートキャンプ」など、自宅でも手軽に楽しめるフィットネス商品が相次いで発売されるなど、「癒し・美・健康」関連市場は、一段と多様化し、裾野を広げている。

図表1 「癒し・美・健康」関連主要施設

癒し（リラクゼーション）
スパ（水を伴った施術を行う施設）、温泉、スーパー銭湯、マッサージ施設、リフレクソロジーサロン（足裏マッサージ）、タラソセラピーサロン（海洋療法）、アロマセラピーサロン、カラーセラピーサロン、岩盤浴施設、酸素バー、
美（ビューティ）
エステティックサロン、美容室、ネイルサロン、まつげパーマサロン、メディカルエステティックサロン（クリニック併設エステティックサロン）、痩身エステ、脱毛サロン、美容外科、審美歯科
健康（ヘルス）
フィットネスクラブ、ヨガスタジオ（ピラティス）、ダンススタジオ、スポーツカフェ、小規模フィットネスクラブ（サーキットトレーニング）、仮眠施設、整体院、カイロプラクティック、鍼灸院、気功、ファスティング（断食施設）

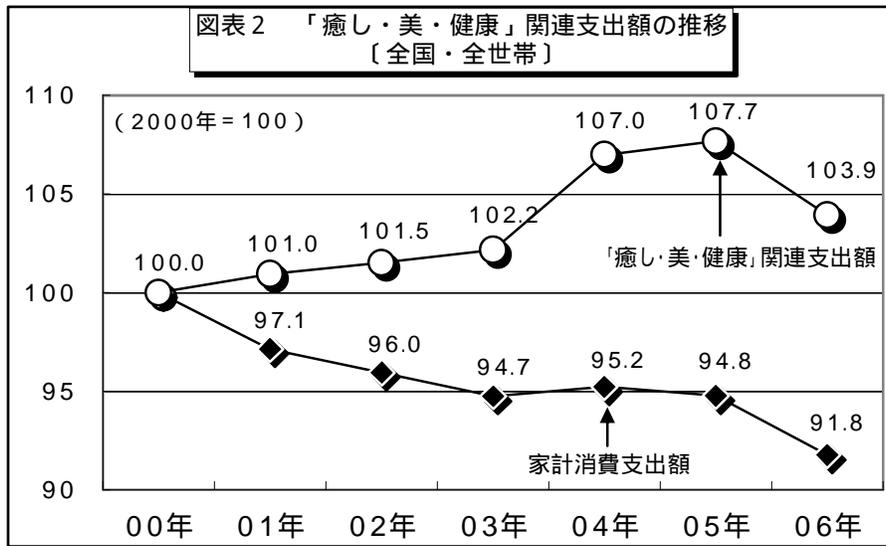
（出所）各種資料をもとに㈱ちばぎん総合研究所が作成。

(2)「癒し・美・健康」関連支出額は高水準で推移

「癒し・美・健康」関連の家計における支出額の推移をみていきたい。同支出額の全てをとらえることは統計上の制約から困難であるため、ここでは、総務省の家計調査の調査項目のなかで、癒し、美容、健康に関連する支出額（理美容サービス、理美容用品、他の教養娯楽サービス[スポーツ施設利用料含む]、健康保持用摂取品、全国・全世帯ベース）の合計額を「癒し・美・健康」関連支出額とみなし、00年を100として指数化してその動きをみてみた（図表2）。

00年以降の家計消費支出額は、定例給与の伸び悩みやパート比率の上昇、高齢労働者の増加などから、全体としては収入が緩やかに減少（勤労者世帯の実収入：00年509千円 06年476千円、00年比 6.4%）したこともあって、じりじりと水準を切り下げ、06年には91.8まで落ち込んだ。

一方、「癒し・美・健康」関連支出額をみると、家計消費支出額が低下傾向を辿っているにもかかわらず、右肩上がりの動きを続け、05年には107.7まで水準を切り上げた。06年には家計消費支出額が91.8（前年比 3.0ポイント）と下落したことを受けて、「癒し・美・健康」関連支出額も103.9（同 3.8ポイント）と低下したものの、家計消費支出額に比べ12.1ポイントも高い水準となっている。



(注) 1. 出所：総務省「家計調査」のデータをもとに株式会社ばぎん総合研究所が作成。

2. 「癒し・美・健康」関連支出額 = 理美容サービス + 理美容用品
+ 他の教養娯楽サービス（スポーツ施設使用料含む） + 健康保持用摂取品。

(3)「癒し・美・健康」関連業界の最近の動向

「癒し・美・健康」関連産業は、広範にわたっているが、以下では各分野のなかで、主要かつ統計データがある程度整備されている「フィットネスクラブ(健康)」、「エステティックサロン(美・癒し)」、「美容室(美)」の3つの業界に絞って、最近の特徴的な動きなどについてみてみたい。

フィットネスクラブ

フィットネスクラブの設備は、「ジム」、「スタジオ」、「プール」が三種の神器といわれているが、大手のフィットネスクラブでは、更にヨガ、太極拳などのレッスンや、岩盤浴、エステティック、マッサージなどあらゆるメニューを取り入れ「健康の百貨店」を目指す向きもみられる。一方、最近では、基本設備をリニューアルするなど原点回帰の動きもでてきているほか、「ホットヨガ教室」や「ダンス教室」など、フィットネスクラブとは別の専門施設が徐々に増加している。

エステティックサロン

エステティックサロン市場（06年度 3,977億円）の施術・物販別シェアをみると、施術が約7割、物販が約3割となっている。施術の内訳は、女性向けが全体の約6割、男性向けが同1割程度であるが、最近では、男性向け市場が年率2～3割のペースで拡大している。女性向け施術のなかでは、美顔（同28.2%）が最も多く、痩身・ボディ（22.1%）、脱毛（7.6%）が続いている（矢野経済研究所「エステティックサロンマーケティング総覧」）。

美容室

美容室の売上高の市場推移について、公表データは見当たらないものの、業界では直近ピークの00年ごろから緩やかな下降曲線を描き06年までに2割前後市場規模が縮小したとみられている。その背景には、化粧品やエステティック、各種ファッション、身の回り品（バッグなど）など美容関連消費の選択肢の広がりや、市販されているカラーリング商品（白髪染め、おしゃれ染めなど）の性能アップなどにより来店頻度が減少していることなどがある。

一方、顧客単価は、2極化の動きのなかで、全体としては、緩やかな上昇傾向となっている（総務省の消費者物価指数の理美容サービス：00年99.3 06年100.0）。

2. 千葉県内の「癒し・美・健康」関連産業の最近の動向

(1) 千葉県には「癒し・美・健康」関連の施設が多い

東京圏（千葉県・埼玉県・神奈川県・東京都）の「癒し・美・健康」関連の施設数をiタウンページで業種ごとに検索（複数の業種にまたがる施設もみられ各都県とも重複あり）し、その施設数を人口10万人あたりでみてみた（図表3）。

千葉県の「癒し・美・健康」関連の施設数（9,596施設）を人口10万人あたりでみると158.4施設で東京都に次ぐ第2位の水準となっている（同：東京都181.5施設、神奈川県142.1施設、埼玉県135.8施設）。同様に3つのカテゴリー別にみると、「美」は同133.7施設、「健康」は同16.6施設で神奈川県や埼玉県より多く、「癒し」は同8.2施設で埼玉県を上回っている。とりわけ、「美容室」は、同115.6施設と東京圏では最多となっている。

東京都の施設は、会社帰りのサラリーマンなども顧客ターゲットとしている（00年昼夜間人口比率[昼間人口/総人口]：千葉県87.4%、東京都121.6%）ことを考慮すれば、千葉県は、東京圏のなかでは、「癒し・美・健康」関連施設の立地度がかかなり高い。

図表3 「癒やし・美・健康」関連の施設数〔東京圏〕

(単位：施設)

	千葉県		埼玉県		神奈川県		東京都	
	施設数	人口10万人あたり	施設数	人口10万人あたり	施設数	人口10万人あたり	施設数	人口10万人あたり
合計	9,596	158.4	9,563	135.8	12,419	142.1	22,442	181.5
癒し(リラクゼーション)	496	8.2	459	6.5	730	8.6	1,826	15.1
スパ(温泉浴場)	51	0.8	91	1.3	80	0.9	90	0.7
スーパー銭湯	28	0.5	34	0.5	30	0.3	24	0.2
サウナ	53	0.9	46	0.7	71	0.8	209	1.7
リフレクソロジーサロン	182	3.0	118	1.7	257	2.9	688	5.6
アロマセラピーサロン	136	2.2	118	1.7	228	2.6	679	5.5
岩盤浴施設	46	0.8	52	0.7	64	0.7	136	1.1
美(ビューティ)	8,097	133.7	8,253	117.2	10,323	118.1	17,505	141.6
エステティックサロン	920	15.2	746	10.6	1,405	16.1	3,149	25.5
美容室	7,005	115.6	7,390	104.9	8,663	99.1	13,437	108.7
ネイルサロン	172	2.8	117	1.7	255	2.9	919	7.4
健康(ヘルス)	1,003	16.6	851	12.1	1,366	15.6	3,111	25.2
フィットネスクラブ	84	1.4	63	0.9	99	1.1	300	2.4
スポーツクラブ	175	2.9	160	2.3	205	2.3	417	3.4
ヨガ教室	38	0.6	33	0.5	71	0.8	234	1.9
鍼灸院	706	11.7	595	8.4	991	11.3	2,160	17.5

(注) 1. 出所：iタウンページ(2007年6月末時点で業種毎に検索)と住民基本台帳(07年3月31日時点)のデータをもとに
 ㈱ちばぎん総合研究所が作成。

2. 濃い網掛けは施設数が、埼玉県・神奈川県より多い項目、薄い網掛けは埼玉県より多い項目。

(2) 県内市場規模は県内総生産の0.88%程度の水準

全国の「癒し・美・健康」関連産業の市場規模を、国や業界団体などの推計値(公表データ)をもとにまとめると、約4兆2,614億円となった(図表4)。これは名目GDP(06年度512兆円)の約0.83%に相当する規模となっている。

千葉県内の同市場規模を推計(上記の全国推計値×千葉県の小売業売上高の全国シェア[04年度]:4.1%])してみると、約1,747億円となり、県内総生産(05年度19.9兆円、名目値)の0.88%程度を占めている。

図表4 「癒し・美・健康」関連の市場規模〔全国・千葉県〕

(単位：億円)

施設	時点	全国市場規模(推定)
合計	-	42,614
美容室	2004年3月	20,218
リラクゼーションサロン (アロマセラピーなど)	2006年6月	9,000
フィットネスクラブ	2007年1月	4,270
エステティックサロン	2007年3月	3,977
スパ・温浴施設	2006年6月	3,950
ネイルサロン	2006年6月	1,000
ヨガ教室	2006年6月	198

(出所) 総合ユニコム「レジャー産業」、総務省「サービス業基本統計調査」、
 矢野経済研究所の資料をもとにちばぎん総合研究所が作成。

千葉県の市場規模	1,747
----------	-------

(注) 千葉県の小売業売上高の全国に占めるシェア
 4.1%(04年度)で按分して算出した。

(3) フィットネスクラブの1事業所あたりの売上高と会員数は06年後半以降伸び悩み

県内フィットネスクラブの事業所数は、91年(13事業所)から右肩上がりの動きを続け、06年には103事業所(8倍の増加)となっている(図表5)。また、就業者数も事業所数の増加に呼応する形で同397人から4,405人(11倍の増加)まで急速に増加した。就業者数を1事業所あたりで見ると91年の30.5人から06年には42.8人に増加しており、この間、フィットネスクラブの大型化が進んだことがみてとれる。

図表5 フィットネスクラブの事業所数・従業者数の推移〔東京圏・全国〕

		1991年	1996年	2001年	2006年	2001年比 (%)
事業所数 (実数)	千葉県	13	42	75	103	+37.3
	埼玉県	12	45	56	98	+75.0
	神奈川県	14	62	74	123	+66.2
	東京都	66	161	194	302	+55.7
	全 国	907	280	1,258	2,020	+60.6
就業者数 (人)	千葉県	397	1,656	3,302	4,405	+33.4
	埼玉県	233	1,185	2,140	3,069	+43.4
	神奈川県	495	2,739	3,765	4,880	+29.6
	東京都	2,365	5,774	7,306	9,914	+35.7
	全 国	7,782	24,744	38,785	54,151	+39.6

(出所)総務省「事業所・企業統計調査報告」

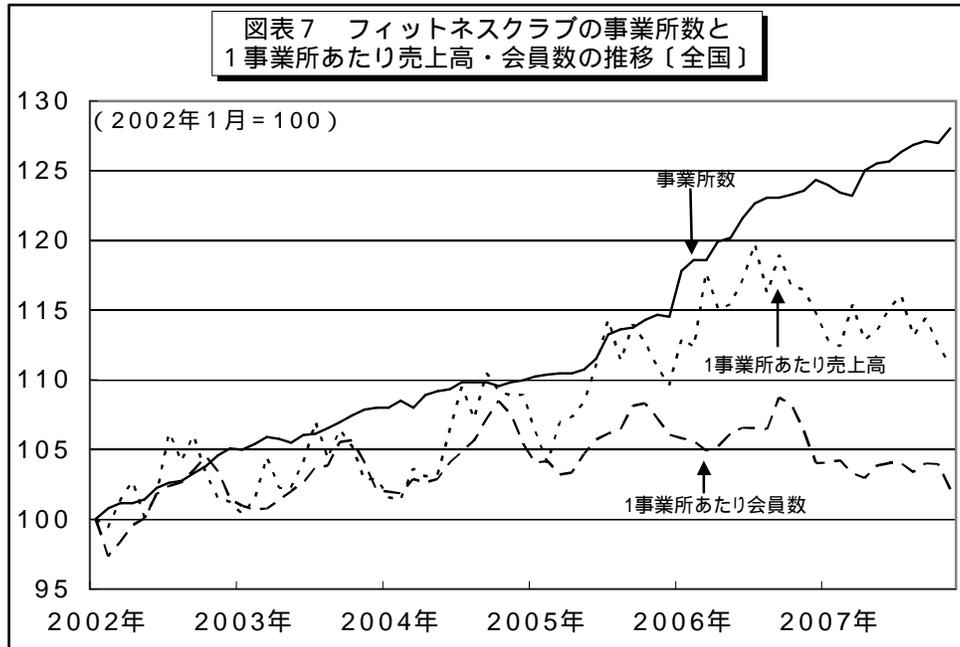
05年までの最近10年間で県内のフィットネスクラブの売上高は26.6%増加しているが、その背景には、個人会員数(05年:252千人、同+17.5%)、年間利用者数(同15,137千人、同+84.1%)が大きく増加したことがある(図表6)。もっとも、06年以降の全国の1事業所あたりの売上高・会員数は伸び悩みの動きをみせており(図表7)、05年までは千葉県と全国のデータがほぼ平行となっていたことから、千葉県でも06年末ごろから同売上高・会員数が頭打ちの状況となっている可能性が高い。その背景には、高水準の出店が続いたことによる競合激化に加えて、消費の選択肢の多様化、ライフスタイル・購買行動の変化、専門店の台頭などがあるものとみられる。

千葉県の05年のフィットネスクラブの参加率(ここでは個人会員数/総人口)をみると4.2%で全国平均(3.0%)を上回り、東京圏では東京都に次ぐ第2位の水準となっており(同参加率:東京都5.6%、神奈川県3.9%、埼玉県3.8%)、県内の同市場の拡大を下支えしている。

図表6 フィットネスクラブの年間売上高・年間利用者数・個人会員数の推移〔千葉県〕

	1989年	1992年	1995年	1998年	2002年	2005年	1995年比 (%)
年間売上高(百万円)	15,271	24,833	23,673	24,001	22,896	29,960	+26.6
年間利用者数(千人)	8,117	8,506	8,224	11,026	12,392	15,137	+84.1
個人会員数(千人)	178	229	214	219	231	252	+17.5

(出所)経済産業省「特定サービス産業実態調査 フィットネスクラブ編」



(出所) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」のデータをもとに
ちばぎん総合研究所が作成。

県内の05年のフィットネスクラブの会員を年齢別にみると、前回調査(02年)比で増加しているのは「20歳未満(02年比+48.4%)」、「60歳代(同+23.8%)」で、その他の年代は減少している(図表8)。

05年の20歳未満(主に子ども向けスクール)の同会員数(76,400人)は、全体の約3割を占めており、少子化が進展している環境下(千葉県20歳未満人口:00年1,198千人、05年1,123千人、00年比6.3%)においても大きく増加している。これは、フィットネスクラブでは、体操や空手など様々な運動メニ

図表8 フィットネスクラブ個人会員数の推移〔千葉県〕

(単位:人、%)

	1998年	2002年	2005年	2002年比
合計	219,454	230,892	251,526	+8.9
20歳未満	54,468	51,494	76,400	+48.4
20歳代	46,284	39,940	31,191	21.9
30歳代	38,709	39,996	39,743	0.6
40歳代	31,781	32,240	30,581	5.1
50歳代	30,949	36,768	35,910	2.3
60歳代	17,263	30,454	37,701	+23.8
男性	93,088	100,335	114,773	+14.4
20歳未満	24,383	26,135	39,899	+52.7
20歳代	17,882	15,750	12,944	17.8
30歳代	17,708	19,017	19,570	+2.9
40歳代	12,860	13,827	13,837	+0.1
50歳代	12,740	13,020	12,949	0.5
60歳代	7,515	12,586	15,574	+23.7
女性	126,366	130,557	136,753	+4.7
20歳未満	30,085	25,359	36,501	+43.9
20歳代	28,402	24,190	18,247	24.6
30歳代	21,001	20,979	20,173	3.8
40歳代	18,921	18,413	16,744	9.1
50歳代	18,209	23,748	22,961	3.3
60歳代	9,748	17,868	22,127	+23.8

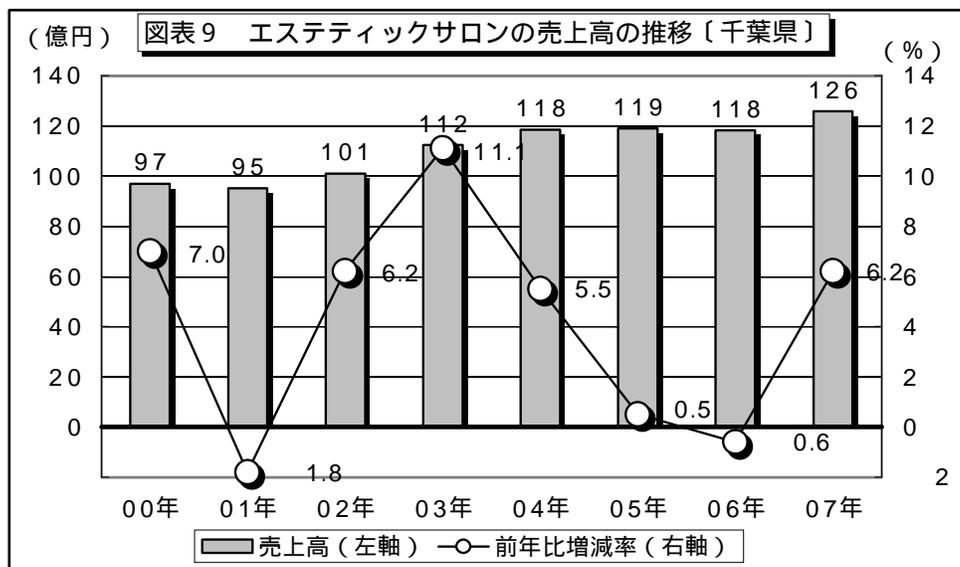
(出所) 経済産業省「特定サービス産業実態調査 フィットネスクラブ編」

ユーを用意していることや、宿泊を伴うコースでは学校では教えてくれない礼儀作法などを学ぶことに期待している親が少なくないことなどがある。また、60歳以上の高齢者の会員数（05年：37,701人）は人口の伸び（千葉県60歳以上人口：00年1,202千人 05年1,500千人、00年比+24.8%）とほぼ平行で増加している。一方、最も苦戦しているのは20歳代の女性（同 24.6%）である。業界のなかでは、若い女性のなかには、フィットネスクラブを「修行」のイメージで捉えて敬遠し、エステのように「楽に」外見がきれいになることを選択している向きが多いことを指摘する声も聞かれた。

（4）エステの市場規模は緩やかに拡大

全国のエステティックサロンの売上高増減率（日本経済新聞社「サービス業総合調査」）を用いて千葉県内のエステティックサロンの市場規模を推計してみた（図表9）。

県内の同市場は、00年の97億円から01年には95億円とやや落ち込んだ。これは、00年10月に業界2位の「アール・ビー・エム（エステd eミロード）」が破産したことを受けて業界内に信用不安が広がったことによるものである。その後は、顧客数が再び緩やかな増加を続けたことを映じて、05年には119億円程度（01年比+25.3%）に市場が拡大した。06年には僅かながら前年を割り込んだものの、その後は、男性向け市場の伸びなどから再び増加となり、07年には126億円程度となった。この間の顧客単価は、業界団体によると、1万5千円～2万円程度でほぼ横ばい推移している。



- (注) 1. 出所：総務省「特定サービス産業実態調査」、日本経済新聞社「サービス業総合調査」のデータをもとにちばぎん総合研究所が推計。
 2. 計算式：千葉県の2002年の売上高 × 各年増減率（全国平均）。

(5) 美容室の事業所数も緩やかに増加

県内美容室の事業所数の推移をみると、1986年の5,525事業所から純増ペースが続いて06年には6,767事業所となった(図表10)。もっとも前回調査(5年毎に調査)比の増加率は次第に鈍化傾向となっている(91年+10.6% 96年+5.8% 01年+2.9% 06年+1.7%)。これは、県内美容室の開業率が01年(4.2%)から06年(4.3%)にかけてほぼ横ばい推移した一方で、廃業率が同1.3%から2.6%に1.3ポイント大幅上昇したことによるものであり(図表11)、県内美容室では、高水準の開業が続いた結果、市場が飽和状態に近づきつつあることがうかがえる。もっとも、美容室の01年から06年にかけての廃業率(2.6%)は、全産業(10.3%)やサービス業(7.1%)よりかなり低くなっている。これは、美容室が、比較的小資本で開業できることや自宅兼店舗で営業している個人経営者が全体の5~6割と多くランニングコストが少ないことなどによるものとみられる。

一方、就業者数は、86年の14,095人から事業所数の増加に呼応する形で01年の18,739人までプラスの動きを続けたあと、06年には18,318人(01年比 2.2%)と減少に転じた。

図表10 美容室の事業所数・従業者数の推移 (単位:事業所、人、%)

		1986年	1991年	1996年	2001年	2006年	2001年比
事業所数 (実数)	千葉県	5,525	6,109	6,465	6,654	6,767	+1.7
	埼玉県	6,350	7,014	7,525	7,748	7,923	+2.3
	神奈川県	7,600	8,116	8,578	8,549	8,692	+1.7
	東京都	13,798	13,799	14,374	14,489	14,717	+1.6
	全 国	156,095	164,554	171,602	173,720	176,071	+1.4
就業者数 (人)	千葉県	14,095	16,062	17,760	18,739	18,318	2.2
	埼玉県	15,706	17,309	19,701	21,199	21,973	+3.7
	神奈川県	21,592	23,561	26,363	27,259	28,367	+4.1
	東京都	48,467	48,828	52,910	56,747	57,770	+1.8
	全 国	378,350	396,133	433,488	448,217	456,353	+1.8

(出所) 総務省「事業所・企業統計調査報告」

図表11 美容室の開・廃業率〔千葉県〕(単位:年率%)

		2001年	2006年
開 業 率	全 産 業	4.8	4.5
	サ ー ビ ス 業	5.2	4.6
	美 容 室	4.2	4.3
廃 業 率	全 産 業	8.8	10.3
	サ ー ビ ス 業	3.2	7.1
	美 容 室	1.3	2.6

(注) 1. 出所: 総務省「事業所・企業統計調査」のデータをもとに
ちばぎん総合研究所が作成。

2. 開業率 = 新設事業所数 / 前回調査時点の事業所数 / 年数 (%)
廃業率 = 開業率 - 増加率

3. 「癒し・美・健康」関連業界が抱える課題

(1) 脱メタボ対策などの新ニーズの取り込みが今後の成長の鍵 ～フィットネスクラブ～

08年4月から、「特定検診・特定保健指導」が始まることはフィットネスクラブ業界にとって追い風といえる。これは、企業の健康保険組合などに、40～74歳までの全ての被保険者と被扶養者を対象に、内臓脂肪による肥満（メタボリック症候群）解消に向けた指導を義務付けるものであり、国は2012年度までに08年比10%以上のメタボリック症候群の該当者・予備軍を減らす計画を立てている。企業にとっては、社員の健康状態が検診によってはっきりするため、脱メタボに向けてあらゆる手を打たざるをえなくなり、結果的にフィットネスクラブなどの利用を推奨する動きがでてくる可能性がある。

フィットネスクラブ業界では、この新しい市場を囲い込むために新商品を開発するなど、早くも積極的な動きを見せている。また、03年に施行された「指定管理者制度」もフィットネスクラブ業界の売上の底上げに貢献している。大手フィットネスクラブの経営会社の一部では、従来は自治体が運営していたプールなどの運動施設の指定管理者となり民間の目線で運営をはじめている。

フィットネスクラブの市場が今後も成長軌道を迎えるためには、こうした脱メタボの動きや指定管理者制度などの追い風をいかにうまく取り込むかに加えて、従業員教育も課題とみられる。フィットネスクラブ業界では、施設数を急速に拡大させるために、従業員を一気に確保したこともあって、従業員教育が立ち遅れている面がみられるほか、パート・アルバイトや契約社員の約7割は勤務年数が3年以下と定着率も低い。会員の満足度はインストラクターの接客マナーや指導スキルによるところが大きいだけに、従業員教育の徹底度によって、今後の業績に大きな差が出てくる可能性がある。

(2) 業界統一のサロン認証とエステティシヤンの資格制度の創設

エステティックサロンの経営は、国家資格が不要なこともあって、なかには悪質業者などもみられ、国民生活センターへのエステティック関連の相談・苦情件数は年間1万件にのぼる（苦情の主なものは途中解約を認めないなど解約にまつわるものが多い）。こうした消費者の不信を払拭するため、現在、エステティックサロンの業界団体では、サロンの認証制度を立ち上げている。

エステティックサロンで施術を行うエステティシヤン制度も国内外の資格も含めて複数が並列している状況で分りにくい。お客様に施術するエステティシヤンは、大手企業ではほぼ100%近い資格所有率となっているが、中小零細企業では無資格者が施術に当たる例もみられる（資格を持っていなくても違法ではない）。

そこで、業界統一のエステティシヤンの資格制度の確立に向けて、07年に新たに創設した日本エステティック振興協議会が中心となって取り組んでいる。

エステティックサロン業界では、業界統一のサロン認証制度とエステティシヤン資格制度の確立により、消費者が安心して利用できる体制が整うことになる。

(3) 特商法と割販法改正への対応～コンプライアンス強化の動き～

政府は、近年、消費者保護の姿勢を強めており（特定商取引法にかかる行政処分：00年度4件、07年度[08年1月10日現在]130件）、08年の通常国会では、過量販売の防止に向けて、特定商取引法と割賦販売法が同時に改正される見通しとなっている。エステティックサロンのサービスは、特定商取引法上の「特定継続的役

務提供」にあたり、エステティックサロンの利用者の5～6割程度は信販会社を利用しているため、両法の改正はエステティックサロン業界に大きな影響を及ぼす可能性がある。

とりわけ割賦販売法の改正を睨んで、信販各社は悪質業者（長期の分割払い契約を結んだりしている先など）との加盟店契約を打ち切る動きをみせている（ジャックスほか大手信販会社5社の07年4～9月期の分割払い契約残高：前年同期比3～5割）こともあって、エステティックサロン業界でも、中小零細サロンが信販会社との契約を打ち切られる事例が増えている。

（4）女性の新たな嗜好への対応～エステティシヤンのスキルアップが課題～

最近になって女性のダイエットに対する考え方が変わってきていることにも目を向ける必要がある。女性がエステに期待していることは、ひと昔前は、単純に体重を落としたいという向きが多かったが、最近では、健康的でグラマラスな体を望む女性が増えている（日経産業地域研究所）。こうした多種多様な女性のエステに対するニーズに対応するためには、実際に施術にあたるエステティシヤンのスキル向上は欠かせない。また、エステティシヤンの業界内での流動性は激しい（エステティシヤンの平均在社年数は2～3年程度）ことから、人材確保も大きな課題といえる。

4. 「癒し・美・健康」をキーワードとした地域活性化の事例

千葉県は、三方を海に囲まれた開放的な地形で「癒し・美・健康」という言葉がよく似合う。県内では、これらの豊かな自然やイメージを前面に押し出すなど「健康・癒し」などをキーワードにして地域活性化を図ろうとする動きがみられる。

ここでは、「柏市」と「御宿町」の地域活性化の事例を紹介したい。

（1）十坪（とつぼ）ジム 柏市

06年10月、東京大学生涯スポーツ健康科学研究センター（柏市）と民間企業、千葉県、柏市が連携して、33㎡程度のスペースにトレーニングマシンを置いた「十坪ジム」事業を開始した（06年度の経済産業省「3世代ユニバーサル10坪ジムネットワーク事業」）。

十坪ジムでは、加齢に伴い身体機能が低下してしまい、運動する機会に恵まれない柏市の住民（6～7千人が対象）に体を動かす機会を与え、要介護状態になることを予防することを目標としている。

現在（07年1月末）の十坪ジムは、柏市内の8か所に開設。08年1月末の会員数は約700名まで増加しており、08年の夏ごろには1,000人を突破する見込みとしている。ジムのトレーナーには専門教育を受けた元気な中・高齢者（女性50代中心、男性70代中心）を活用し、小林寛道東京大学名誉教授がオリンピック選手の強化のために開発したマシンで1時間程度のトレーニングを行う。ジムの利用者からは、「金毘羅山へ行ってきたが、今回はとても苦労した長い階段が今回は楽にあがれた」などの声が寄せられている。

当事業は日本人の健康を救うビジネスモデルの一つといえる。日本の自治体の財政逼迫を考えれば、住民が要介護状態になることを予防することは喫緊の課題であるにもかかわらず、その明確な方法論を持っているところは、極めて少ない。十坪ジムのアイデアは、将来的には「柏モデル」として日本全体に普及していく

可能性を秘めている。08年度からは柏市からの補助金交付も決定するなど、行政も、当事業による要介護者の減少に熱い期待を寄せている。

(2) 御宿ウェルネス計画～御宿DE元気プログラム～

御宿町は、房総半島の中央部に位置する人口約8千人の小さな町である。詩人・加藤まさお（童謡「月の砂漠」の作者）など文化人に愛された砂浜を売り物に、昭和40年代には年間100万人の海水浴客が訪れていたが、今では同30万人程度に落ち込んでいる。

そこで、地域資源を有効に活かして地域を活性化させるために、御宿を「健康と元気の出る時間と空間」ととらえ、御宿にすれば元気になれるようなプログラムの開発に住民一丸となって取り組んでいる。07年3月には、各ジャンルで活躍中のアスリートたち（トライアスロンの第一人者など）を御宿町に招いて御宿町の印象や今後の展開の可能性についての意見を聞いた。アスリートたちは、一様に「自然環境が素晴らしい」とほめてくれたものの、「豊かな自然を活かしてきていない」、「町全体のホスピタリティーを感じない」など厳しい意見も聞かれた。

こうした経験を踏まえて、07年度からは、「アウトドアスポーツ教室の開催」と「特産品の開発」を中心とする「御宿DE元気プログラム」に取り組んでいる。アウトドアスポーツは、「遠泳教室」と「トレイルランニング教室」を計画した。遠泳教室は、07年7～9月の間に計3回開催し、各回20名ほどの参加があり、9月に開催した「第1回遠泳大会」では、4種目の競技に延べ260～270名の選手が参加した。トレイルランニング教室は、08年2月24日に開催予定で、08年1月末現在で20～30人から申し込みを受け付けている。

一方、特産品の開発は、イセエビ漁のときに一緒に網にかかる「磯力ニ（地元では「いそっぴ」と呼ばれている）」と町内で栽培されている南米産の「ヤーコン（菊科の根菜）」の2種類の素材を使い、土産物や地元民宿などで名物料理にできないか研究を重ねている。

今後は、御宿の天然系の優良な素材（里山・里海・新鮮な食材など）を活かして「御宿にすれば元気になれるプログラム」の更なる充実を図り、情報発信を続けていけば、健康面で意識が高い人たちが御宿を訪れる機会が増え、御宿町全体の活性化にもつながると期待されている。

5. 「癒し・美・健康」関連産業の更なる発展に向けて

ここまで、「癒し・美・健康」関連産業の最近の動きや、県内で「健康・癒し」などをキーワードに地域活性化に取り組んでいる事例をみてきた。

「癒し・美・健康」関連産業に共通しているのは、現代人の健康志向の強まりなどを受けて、急速に市場を拡大させてきたが、新規参入による競合激化や政府の消費者保護の強まりなどから、会員数や利用者数が伸び悩むなど、踊り場的な動きがみられたことである。

今までの成長過程を「健康・美・癒し」業界の第一ステージとすると、これからは新たな第2ステージに入ったとみることができる。すなわち、脱メタボなど新たなニーズの取り込みや業界統一制度の確立、コンプライアンスの強化などの活動を通じて、社会的な信用度を高めて、更なる成長軌道を描けるかどうかである。

このような状況下、千葉県内の「癒し・美・健康」業界の更なる発展に向けて、以下の3点を提言したい。

(1) 千葉県は長期滞在型のウェルネスリゾートを目指せ

千葉県は、年間平均気温が 16.6 (07 年) と温暖な気候に恵まれており、三方を海に囲まれ低層の山々が連なるなど思う存分自然を満喫できる環境にある。また、千葉県には、「癒し・美・健康」関連の施設の立地度が高いことや、千葉県民は、フィットネスクラブ参加率や健康面の意識が高いことも今回の調査で分かった。

千葉県では、「観光立県・千葉」を標榜しているが、今後、観光産業を更に発展させるためには、千葉県の豊かな自然や新鮮な野菜・鮮魚などの地域資源を前面に押し出し、千葉にすれば心身ともにリフレッシュできることをもっとアピールするとともに、外国人や県内外客を誘致して、長期滞在型の「ウェルネス(積極的に心身の健康維持・増進を図ろうとする生活態度・行動)系のリゾート」を目指してはどうだろうか。千葉県は、それを実現できるだけの「癒し・美・健康」面のポテンシャルを十分に有している。

(2) 社員スキルの向上を急げ

「癒し・美・健康」ビジネスは、エステティックサロンの施術や美容室のヘアカット、フィットネスクラブのインストラクターによる指導など、マンツーマンで対応することが多い。もっとも、いずれの業界も、人々の健康志向の強まりやライフスタイルの変化に呼応する形で急速に市場を拡大してきただけに、社員教育の徹底や資格制度の確立などで遅れがみられるのも事実である。リピーター客を引き付けるのは、社員の接客マナーや施術のスキルなどへの依存が大きいだけに、これらへの適切な対応は業績の更なる向上のためには避けては通れない。

(3) 要介護者の削減に民間ノウハウを活用せよ

千葉銀行のレポート「福祉行政の課題(07年9月)」によれば、千葉県では、今後の急速な高齢化の進展(高齢化率:05年 17.5% 30年 30.4%)に伴い、要介護認定者が05年の136千人から30年には225千人(05年比+65.6%)に増加する見込みである。そのため、県と市町村をあわせた民生費(介護保険給付額含む)は、05年の5,758億円から30年には7,936億円(05年比+37.8%、同+2,178億円)に増加するとされている。

将来的な高齢化社会への対応、とりわけ要介護認定者の増加抑制は、財政負担の軽減を図るうえでも、大きな課題といえる。その対応策の一つとして、県内自治体は、蓄積が進んでいる民間部門の要介護予防ノウハウや設備(プール、ジム、フィットネス機器など)を積極的に活用すべきである。柏市では、「十坪ジム」の後押しをして健康な市民づくりを目指しているが、これが結果的には、高齢者の健康維持と民生費の抑制にもつながることになるだけに、全県的な取組みに広げていくのも一つの方法であろう。

以 上