

ヘルスツーリズムの展望

超高齢化社会と観光業の観点から

フリーランス講師・非常勤講師 栗栖 美帆

はじめに

我が国は現在、少子高齢化社会であり、超高齢化社会が抱える医療費・介護費の増加、労働者人口の減少、地域の過疎化や生活習慣病の問題に直面している。

本発表では厚生労働省が定めた健康寿命延伸プランの観点から、健康と観光をテーマにしたヘルスツーリズムを考察した。ヘルスツーリズムを通して、健康寿命の延伸が期待できるだけでなく、日本の自然豊かな国土や四季を活かした各都道府県の観光業を盛り上げることは地域の活性化や少子化対策、さらにはコロナ禍で落ち込んだ日本の基幹産業である観光業界にも光を当てることになると考える。

1. ヘルスツーリズムに期待する社会的背景

1-1 超高齢化社会の現状

我が国の超高齢化社会突入までの流れを見てみると、1970年、我が国は高齢化社会に入り、高齢化率は急激に上昇し、1994年に高齢社会、2007年に65歳以上の人口が全人口に対して21%を超える超高齢化社会に突入した。総務省統計局HPの「主要国における高齢者人口の割合の推移（1950年～2065年）」の図によると、2025年には我が国の高齢者の割合は人口の約30%、2060年には約40%になると予想されていて、国際比較で見ると、我が国は高齢者人口が1950年から上昇し続け、2005年からは主要国の中で高齢者人口の割合が1位であり、この先2065年までは我が国の高齢者人口は1位のままであると推測されている。

また、我が国の超高齢化社会に拍車をかけるのが少子化でもある。2021年5月4日付けで総務省が「我が国のこどもの数」を発表したが、日本の子供（14歳以下）の数は2021年4月1日時点で1493万人と昨年度に比べて19万人の減少であり、1982年から40年連続の減少であった。

1-2 少子高齢化社会がもたらす負のスパイラル

1-2-1 地域の過疎化と介護費の問題

地域の若者が就業や就職のために、都市部に流出していくと、地域の（労働者）人口が減少するだけでなく、都市部の待機児童の問題、女性の社会進出や晩婚化などから、さらに出生率が低くなり、少子高齢化により一層拍車がかかる。地域だけでなく国全体としても、核家族が増え、晩婚化や未婚率が増加することにより単身者も増え、介護費用の増加にも繋がり、国の介護保険の財源も逼迫している。もちろん、この問題は、介護施設の問題、孤独死の問題やソーシャルワーカーの人手不足の問題と密接に関係している。コロナ禍、テレワークが多く企業の導入され、地方へ移住する人も増え、東京や都市部への一極集中型は少し和らいできてはいるが、地域の過疎化やそれに伴う少子化の問題は軽視してはいけない。

1-2-2 労働者人口の減少と医療費負担の問題

我が国の社会保障給付費は財務省HPの「将来の社会保障給付費の見通し」の表によると、2018年から2040年にかけて、GDPは1.1倍、1.2倍と伸びがあまりないが、介護費は1.4倍、1.7倍、医療費においては1.2倍、1.4倍と膨れ上がっている。この原因には労働者人口の減少と少子高齢化社会の問題が挙げられる。高齢者は若い人に比べて病気にかかりやすく、病院に行く頻度も増え、処方される薬の種類や量も多くなる傾向がある。それに加えて、医療技術の進歩により、治療費が高額になることも考えられる。また、内閣府HPの「選択する未来」によると、世代間の扶養関係を、高齢者1人に対して現役世代（生産年齢人口）が何人で支えているかということで考えると、高齢者1人を支える現役世代の人数は、1960年では11.2人であったが、少子高齢化により、1980年には7.4人、2014年では2.4人となった。現状が継続した場合、2060年、2110年時点では高齢者1人に対して現役世代が約1人となる。我が国では社会保障に関する給付と負担のアンバランスに問題がある。このような観点から、政府が後期高齢者の医療機関で支払う医療費の窓口負担を増やすと決定したことは記憶に新しい。

1-2-3 高齢者と生活習慣病の増加

高齢者の増加と生活習慣病の増加には相関関係がある。厚生労働白書の第2章「我が国の保健医療の現状と課題」によると、疾病全体に占める生活習慣病の割合について見ると、死亡要因は6割、医療費では3割を占めていて、国民の健康への大きな脅威となっている。また、同資料によると主として生活習慣病に分類される疾患の年齢階級別受療率について見ると、循環器系の疾患については、入院、外来ともに年齢が高くなるにつれて上昇

している。その他の生活習慣病についても、中年から高齢者の間で急増する傾向があるとされている。

1-3 観光業界の現状

我が国は2020年に開催が予定されていた東京オリンピック・パラリンピックやそれに伴う観光業の好景気による明るい未来を期待していた。先に述べた地域の過疎化や人口減少に歯止めをかける意味からも地域の活性化をも期待し、伸びしろのある日本の基幹産業として観光産業は考えられていた。実際、観光庁の観光白書によると、2019年度は訪日外国人旅行者数は前年比2.2%増の3188万人、訪日外国人の旅行消費額は前年比6.5%増で過去最高の4兆8135億円、出国者数は前年比5.9%増で過去最高の2008万人、日本人の国内旅行消費額は前年比7.1%増の21.9兆円であった。しかし、新型コロナウイルス感染拡大で大打撃を受け、2020年4月の訪日外国人旅行者数は前年同月比99.9%減の2900人、2020年3月の国内旅行消費額は前年同月比53.1%減の7864億円、延べ宿泊者数は前年比49.6%減の2361万人泊と激変した状況になった。昨年度、Go to travelなどの政府の政策により2020年6月以降、日本人の国内旅行は回復傾向にあったものの、新型コロナウイルス第3波、第4波の到来により、go to travelは一旦停止になり、未だ再開の目処は立っておらず、観光業界の難局は続いている。

2. ヘルスツーリズム

2-1 ヘルスツーリズムの定義

ヘルスツーリズムの定義は様々であるが、本書では「旅行という楽しみの中で、健康の回復や健康増進を図る活動、そして旅をきっかけに健康へのリスクを軽減する活動」と定義する。つまり、ヘルスツーリズムは非日常の楽しい旅行の中で、旅をきっかけに健康になり、健康を意識することができる活動である。

2-2 ヘルスツーリズムの歴史

ヘルスツーリズムという用語は1973年官設観光機関国際同盟(International Union of Official Travel Organizations=IUOTO)の総会で初めて使用され、ヘルスツーリズムが観光の一つとして認知されたのは2007年観光立国推進基本法の施行時であるが、健康と旅行というこの融合の歴史は古い。海外では、17世紀以降、温泉や海などの自然による医学的効果が注目され、健康回復、増進を目的とする観光が発達した経緯がある。例えば、ドイツの水の治癒力が始まりであるクナイプ療法やバーデンバーデン、イギリスのバースなどが一例である。我が国には奈良時代から温泉が病を癒やす湯治の習慣があり、江戸時代中期頃には大衆化するほど盛んであった。

2-3 ヘルスツーリズムのプログラム

ヘルスツーリズムには、健康増進を目的とした疾病予防のプログラムと病気の早期発見や治療を目的としたメディカルツーリズム(医療インバウンド)のプログラムがある。我が国のヘルスツーリズムには地域固有の資源や特色を活かした、健康と観光を結びつけたプログラムが北は北海道から南は沖縄まで2020年5月時点で37プログラム存在する。

2-4 ヘルスツーリズムのアンケート調査と結果

大学生、専門学校生(18歳~22歳)、130名を対象にヘルスツーリズムの意識調査のアンケートを実施し、検証した。

<アンケート内容と回答結果>

① 旅行に関心がありますか。 関心あり125名(約96%)・関心なし5名

② 健康に関心がありますか。 関心あり98名(約75%)・関心なし32名

→関心がある場合、1. 健康の何に関心がありますか。

2. 健康に対してどんな取り組みをしていますか。

1. の回答で多かった内容

(健康的な食事をとること・食生活20名、早寝早起き・睡眠7名、体調管理・体の不調の確認13名、美容を気にかけること6名、運動・運動習慣をつけること13名、長生き・寿命7名、カロリー9名、心身共の健康6名)

2. の回答で多かった内容

(運動・有酸素運動・筋トレ・ストレッチ・ウォーキング32名、食事バランス・野菜を多く取ること17名)

③ ヘルスツーリズムを知っていますか。 知っている。7名(約5%)・知らない。123名

→知っている場合、1. ヘルスツーリズムに参加したいですか。 参加したい。6名・参加したくない。1名

2. どんなヘルスツーリズムに参加したいですか。(温泉2名・ウォーキング・健康のためになるもの。友人と楽しめるもの。)

④ 旅行の一番の目的、旅行に求めるものは何ですか。

(非日常を味わう10名、楽しさ18名、日本にないその国の文化・異文化・新しい文化7名、面白い・珍しい・新しい体験・経験12名、(友人との)思い出作り6名、満足3名、のんびり、安全3名、リフレッシュ5名、地域の文化に触れること、土地の史跡・独特の建物、特産物4名、自然・観光スポット11名、宿2名、(その土地の)

雰囲気 6 名、また行きたいと思えるか、(綺麗な)景色 4 名、遊んで楽しめること 7 名、美味しい食べ物 24 名、誰と旅行するか、新しい挑戦、その国の自然や食事、インスタ映え 5 名、気分転換 7 名、自分に刺激を与えられるか、新しい刺激、値段の安さ、利便性、自分の知識や価値観を少しでも変える、気持ち 2 名、快適さ、風景、環境、新しい出会い(人・考え・景色) 2 名、好きな人と楽しい場所、写真、思い出せること、感性を磨く、買い物 4 名、新しい自分との出会い 2 名、歴史 2 名、自分へのご褒美 2 名、癒やし・ヒーリング 3 名、ストレス発散 4 名、現地の人の温かみ、新しい発見 8 名、リラックス 4 名、開放感 2 名、異文化交流・英語や body language でコミュニケーションをとる 2 名、行ったことのない場所に行く、初めての街並みや雰囲気、(友人・家族との)新しい空間 5 名、美しい場所、綺麗な海、世界遺産、思い出作り 5 名、飛行機 2 名)

アンケート調査によると、学生達が健康、旅行に大変関心があり、健康への取り組み内容や旅行に求めるものはヘルスツーリズムに大に関係するものの、ヘルスツーリズムを多くの学生が知らないということがわかった。2-5 ヘルスツーリズムの課題と対策

旅行会社関係者の話によると、今後の観光業の経営戦略で温泉やハイキングなどのテーマ性のある旅行プログラムの企画は推進されているものの、ヘルスツーリズムという言葉、そして概念自体が旅行会社の中でも浸透していないという。学生達からのアンケート結果からもわかるように、つまり、ヘルスツーリズムの認知度の低さが最大の課題である。

対策として、4 つ提案する。①老若男女全ての国民に向けたヘルスツーリズムの市場拡大に繋がるよう、政府、地方団体、旅行業界が一丸となって、ヘルスツーリズムというキーワードを多用し、新しい旅行形態として国民に受け入れられるよう、効果的なプロモーション活動を積極的に行う。特に、旅行業界ではすでにある健康や医療をテーマにした旅行プログラムとヘルスツーリズムの概念をしっかりと結びつけ、国民に浸透するようプロモーション活動を行う。②ヘルスツーリズム自体のプログラムの充実を図るために、経済産業省の品質認証制度を基に、幅広い世代に向けた、それぞれの年代に合わせた充実したヘルスツーリズムのプログラムを考案する。③政府と地域、旅行会社と地域、消費者と地域のパイプ役となる各地域におけるヘルスツーリズムのコーディネーターなどの人材育成を行う。④健康寿命を延ばすため、国民一人一人が健康に関心を持ち続け、自助努力をして健康寿命を延伸しようとする気持ちを持つこと、そしてその気持ちを大切にすること。

おわりに

コロナ禍、高齢者だけでなく、老若男女、国民一人一人の健康への意識は益々高くなっている。政府がかかげる健康寿命延伸産業の一つであるヘルスツーリズムを通して、皆が健康で楽しく長生きすることができる社会を目指し、そしてそれがまた超高齢化社会における医療費、介護費の削減にも繋がることを期待する。また、after コロナにおいて、日本の各地域の特色や先端技術を活かしたヘルスツーリズムが地域の活性化、少子化対策、生活習慣病の予防、そして新たな市場創出、雇用の拡大に繋がることを期待する。さらに、ヘルスツーリズムは日本人向けの国内旅行だけでなく、インバンド訪日旅行者への新しい旅行形態の一つとして位置づけることができ、旅行業界への確かなビジネスモデルとなり、パンデミックを乗り越えた先にある観光業界の明るい未来の一助となると考える。

引用参考文献

観光庁『観光産業の現状と観光庁の取組について』。

観光庁 観光白書。

厚生労働白書 第 2 章『我が国の保健医療の現状と課題』。

国立大学法人琉球大学 <https://health-tourism.skr.u-ryukyuu.ac.jp/health-tourism>、2021 年 3 月 8 日閲覧。

財務省『将来の社会保障給付費の見通し』。

総務省『我が国のこどもの数-「こどもの日」にちなんで-(「人口推計」から)』。

総務省統計局『主要国における高齢者人口の割合の推移(1950 年~2065 年)』。

東洋経済 ONLINE『コロナが奪った日本の観光産業の「明るい未来」』<https://toyokeizai.net/articles/-/387980>、2021 年 3 月 5 日閲覧。

内閣府『選択する未来』。

NPO 法人 日本ヘルスツーリズム振興機構 <https://www.npo-healthtourism.or.jp/>、2021 年 3 月 8 日閲覧。

ヘルスツーリズム JTB MEDICAL&HEALTHCARE <https://j-medical-healthcare.com/hti/healthtourism/>、

2021 年 2 月 2 日閲覧。

ヘルスツーリズム研究所『ヘルスツーリズムとは?』<https://www.tourism.jp/>、2021 年 3 月 5 日閲覧。