

活性化に資する“自由時間消費”に向けて

事業革新コンサルティング部

上席コンサルタント 名取 雅彦

1. 増加した自由時間

「労働時間の短縮」と「自由時間の確保」は長らくわが国の政策のキーワードだった。特に、バブル経済期を迎えた 1980 年代から 1990 年代前半は、経済的にひとり勝ちだったこともあり、欧米から「ワーカホリック（仕事中毒）」「働き蜂」と日本人は揶揄された。そのため労働時間の短縮とそれに対応した自由時間の充実が、重要な政策課題だったのである。

確かに、バブル経済のピークにあたる 1987 年のわが国の年間総実労働時間（製造業）は 2,186 時間であり、欧米諸国と比較すると遙かに長かった。バカンス制度が発達している、フランス、ドイツは勤労時間が 1,600 時間台であり、年間休日日数もわが国の 116 日に対して、フランス 153 日、ドイツ 161 日であった。国民生活白書をみて、我々も働き過ぎを痛感させられたものである。

外圧が功を奏したのかもしれないが、週休 2 日制の定着等を通じて、その後のわが国の勤労時間は着実に減少した。最近では 1,900 時間台まで短縮され、フランス、ドイツとはまだ格差があるものの、米国や英国とほぼ同水準になっている（2001 年時点でわが国 1,948 時間、米国 1,946 時間、英国 1,888 時間、フランス 1,554 時間、ドイツ 1,552 時間）¹。

自由時間も着実に増加した。総務省の社会生活基本調査によれば、1981 年に週平均 5.24

時間だった 3 次活動（睡眠・食事など生理的に必要な活動、仕事・家事など社会生活を営む上で義務的な性格の強い活動以外の活動：自由時間と同義）への投入時間は、1991 年に 5.56 時間、2001 年には 6.09 時間へと 10% 近く増加した。国民全体の延べ時間でみると、6.9 億時間から 7.8 億時間へと 9 千万時間近く増加したことになる。

データから見ると、労働時間の短縮と自由時間の増加は、着実に成果をあげたといえそうである。政策課題としての重要性も小さくなったのかもしれない。最近では、生活構造改革に向けて、2001 年度に展開された「3 億日の自由時間」という、ゆとり休暇（長期連続休暇）の取得に向けたキャンペーンが目をひく程度であり、「自由時間」という言葉がメディアに載ることも少なくなってきた。

しかしながら、総量としての確保は進んだが、必ずしも自由時間が有効に活用されているとはいえないようだ。増加する自由時間の有効活用を進めるためには、少子高齢化の中で進む自由時間の構造変化に注意を払う必要があるのではないだろうか？

2. 変質する自由時間

確認の意味で自由時間の実態と今後の動向についてみると、人口減少下にあっても引き続き増加が見込まれること、高齢者に帰属する自由時間が増加すること、が注目すべき特徴としてあげられる。

¹ 労働政策研究・研修機構「データブック国際労働比較 2004」による

1) 引き続き増加する自由時間の総量

まず、国民の自由時間の総量は、今後の人口減少局面においても引き続き増加が見込まれる。具体的な数字でみると、国民全体の3次活動への投入時間(自由時間総量)は、2000年時点で7.21億時間と見積られるが、2010年に7.49億時間、2020年には、7.53億時間程度になる。2000年から2010年の間の増加は、約2,800万時間である。この見通しは、2001年時点の年齢別の自由時間を前提としたものであるが、自由時間が増加しつつあるトレンドを踏まえれば、さらに増加する可能性も高い。

人口の場合、国立社会保障・人口問題研究所の予測によれば、2006年に1億2,774万人でピークを迎えたのち減少し、2020年には1億2,410万人になると予測されている。当然、人口減少が続けば自由時間総量も減少するはずであるが、ここ暫くは、高齢化の影響から人口減少以上の速度で自由時間の増加が見込まれるのである。「人口減少時代」では、縮小傾向が社会経済の基調となるが、こと自由時間については増加傾向にあるわけであり、人口推移とは異なった動きをとることに留意すべきであろう。

図表1 活動タイプ別の自由時間総量(百万時間)

	2000年	2010年	2020年	2010-2000	2010/2000
1次活動	1,200	1,228	1,219	28	1.02
2次活動	768	747	707	-21	0.97
3次活動	721	749	753	28	1.04
合計	2,689	2,724	2,679	35	1.01

出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、社会生活基本調査(2001年)をもとに推計
注) 年齢別(14歳以上)に、人口×投入時間を積み上げて試算

注) 1次活動: 生理的に必要な活動(睡眠、身の回りの用事、食事)

2次活動: 社会生活を営む上で義務的な性格の強い活動(通勤・通学、仕事、学業、家事、介護・看護、育児、買い物)

3次活動: 上記以外の各人の自由時間における活動(移動、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌、休養・くつろぎ、学習・研究、趣味・娯楽、スポーツ、社会的活動、交際・付き合い、受診・療養、その他)

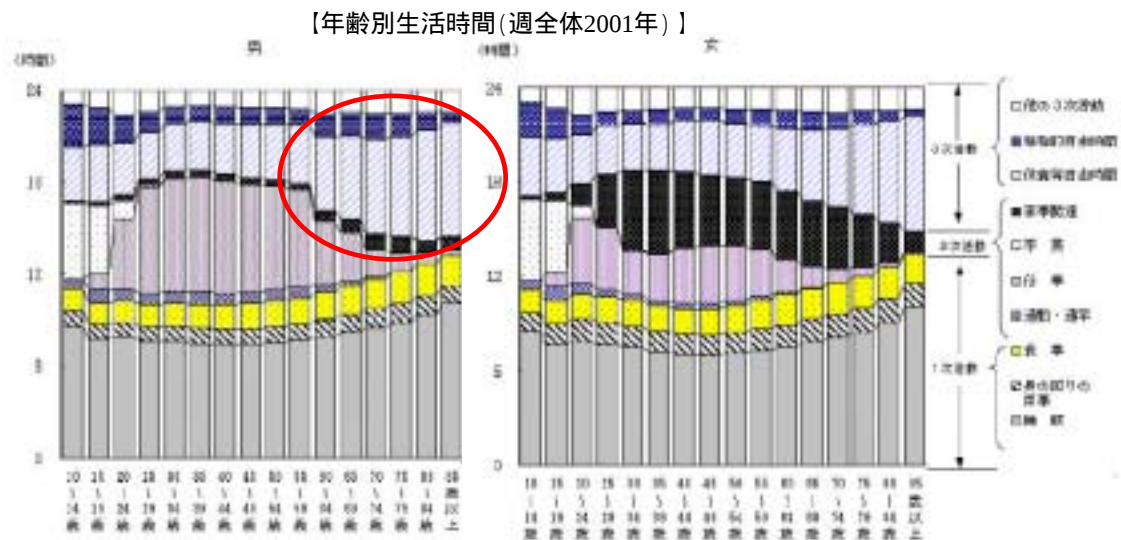
2) 高齢者に帰属する自由時間の増加

自由時間に関して注目されるもうひとつの変化は、活動主体の高齢化である。社会生活基本調査に示されるように、個人の自由時間(3次活動への投入時間)は、定年後の60歳代以降から急増する。特に、男性の場合はその傾向が顕著である。

そのため、高齢化が進むと、社会的な自由時間の総量も加速度的に増加することになる。とりわけ、1947～1952年生まれの団塊の世代がリタイアメント期を迎える2007年以降、この傾向が顕著となり、結果的に、自由時間の活動主体も高齢者中心へと変化する。

試算によれば、60歳以上の高齢者に帰属する自由時間は、2000年には国民全体の3割程度だったが、2020年には4割を超える。女性の場合5割近くなる。週休2日制が導入される中で、かつては、勤労世代を中心とした自由時間が増加してきたが、今後は、高齢者の自由時間が増加する。自由時間の消費パターンも、勤労者中心の従来とは大きく変わると見込まれる。

図表2 増加する高齢者に帰属する自由時間



【60歳以上に帰属する3次活動の割合(%)】

	2000年	2010年	2020年
男	30.6	39.1	42.7
女	34.6	43.2	47.7

出所)「日本の将来推計人口」及び「社会生活基本調査」に基づき推計

3. 自由時間をめぐる懸念と課題

このような自由時間総量の増加、帰属主体の高齢化は、社会経済的にも大きなインパクトをもたらすはずだ。かつて国民のゆとり創出に向けて、自由時間の増加が目指されていたことを考えれば、余暇の増加に伴う消費効果、雇用創出効果など、望ましい経済的インパクトが期待される。しかし、若干の懸念もある。

1) 自由時間がもてあまされる？

ひとつは、増加する自由時間が有効に活用されず、テレビ・ラジオ、ごろ寝等で消費さ

れてしまう可能性だ。先の社会生活基本調査によれば、3次活動のうち、最も多いのは、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌 2.34 時間であり、次いで休養・くつろぎ 1.19 時間である。両者で3次活動の5割を超える。非活動的な「在宅型余暇活動時間」²が自由時間の大半を占めるのである。特に、高齢層ではこれらの活動の比率が高い。

内閣府が昨年8月に実施した「自由時間と観光に関する世論調査」でも、自由時間の過

² 一般的に、「テレビ・ラジオ・新聞・雑誌」及び「休養・くつろぎ」の行動時間の合計を余暇時間は「在宅型余暇活動時間」、「学習・研究」、「趣味・娯楽」、「スポーツ」、「社会的活動」の行動時間の合計は「積極的余暇活動時間」と呼ばれる。

ごし方については、「テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などの見聞き」が平日、休日とも多く、それぞれ 65.5%、49.0%を占める。「何もしないでのんびりする」も 3 割程度。この傾向は 3 日以上連続した休暇の場合であっても大きくは変わらない。

今後の自由時間への欲求も気になる。「現在程度でよい」と答えた者の割合が 60.7%を占め、「もっと欲しい」34.8%を上回る。しかも、「現在程度でよい」との回答が、増加傾向を示している（1999 年から 2003 年にかけて 57.7%→60.7%）。年齢別に見ると、60 歳以上の高齢者でこの傾向が強く、高齢化とともにこの割合は高まりそうだ。

これらのデータは、「将来的に自由時間がもてあまされるようになるのではないかと予感させる。

従来から、企業戦士だった男性高齢層については、リタイアメント後の生き甲斐創出が課題とされてきた。今でも生き甲斐創出は必ずしも順調に進んでいないかもしれない。今後、自由時間がもてあまされる可能性が懸念される。

2) 経済成長の足かせに？

テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等の見聞き、休養・くつろぎ等、在宅型の自由時間消費が増加した場合、わが国経済の活力をそぐ可能性も懸念される。もともと今後のわが国の人口減少、高齢化は、生産性の増加を加味しても、成長力の減退を招くと見通されている。

昨年度の経済財政白書では、人口減少による成長鈍化の回避には、国籍・年齢・性別を問わず人材を活用する仕組み作りが必要との指摘があった。特に、2050 年までの試算として、わが国が生産年齢人口の減少を補うためには、いまの 10 倍以上に相当する年間約 64 万人の外国人・移民の受け入れが必要とのショッキングな見方が示されたことは記憶に新しい。また、直近の例では、国際通貨基金（I

MF）が、わが国で消費高齢化が進み労働力不足が続くと 2020 年頃には、経常収支が赤字に転落しかねないことを警鐘する報告書を出している（2004 年 9 月 22 日）。生産、消費効果の小さい在宅型余暇時間の増加は、こうした経済成長鈍化の問題を助長させる可能性がある。

それだけに、高齢者も含めた人材活用、自由時間活用の視点が重要になると考えられる。その意味で、まもなく退職を迎える「団塊の世代」層（アクティブシニア）に対する期待は大きい。この世代は、これまでの高齢者とは異なり外出を厭わず、様々な活動に参画し、積極的に活動すると言われている。

アクティブシニアの活力をわが国経済の牽引力とするためにも、自由時間時間の有効利用を促進するための方策が重要な課題だと思われる。

4. 自由時間の有効活用に向けて - 世代に応じた自由時間政策の確立 -

これからの自由時間政策は、どのような視点から進めるべきであろうか？ 社会経済の活性化を推進するためには、従来のように単純に自由時間の増加を目指すのではなく、「**世代特性に応じた自由時間の有効利用**」が重要である。

すなわち休暇に対するニーズの高い就労層については、長期休暇（ゆとり休暇）の取得を引き続き推進すべきであるにしても、増加する高齢層については、就労も含めて社会参加を推進すべきであろう。

具体的には、下記の施策の展開が望まれる。

1) 高齢者の就労機会の充実

国民の自由時間は減少してしまうが、高齢者の就労は、就労する高齢者の生き甲斐の確保、人口減少に伴う生産力減少を抑制する上では有効な取組みである。各種の調査でみて

も定年後の高齢者の就労意向は高い。

今後、労働政策審議会の報告を受け、「高年齢者等の雇用の安定等に関する法律」の一部改正により、65 歳までの定年の引上げ、継続雇用制度の導入又は定年の定め廃止のいずれかの措置（高年齢者雇用確保措置）を講ずることが義務づけられる見込みである。意欲と能力があれば年齢に関係なく、働ける社会の実現に向けて早期の制度の見直しが期待される。

2) 自由時間消費の場とサービスの充実

自由時間がもてあまされることなく、積極的な消費活動に使われるためには、旅行、生涯学習、スポーツ活動を始めとして、多様な自由時間消費の場とサービスが提供されていることが重要である。まずは、外に出たいと思う状況が必要である。

こうした魅力的な場とサービスの提供は、民間企業に期待する面が大きい。特に、今後、リタイアメント期を迎えるアクティブシニアは、教育費の負担からも解放されており、貯蓄資産も大きい。試算によれば、高齢者の年間総世帯支出は、2010 年に約 60 兆円に達し、約 10 兆円拡大する³。また、消費意向の高い分野は、旅行、趣味・レクリエーション関連である。

シニア層のマーケティングは、まだ大雑把であり、マスマーケットとして画一的に捉えているとの指摘がある。高齢者も多様であり、しかも商品・サービスに対する鑑識眼は厳しい。有望マーケットの開拓に向けて、きめ細かいマーケティング、創意工夫を生かした商品開発、サービス提供が進むことに期待したい。

3) 高齢者の社会参加機会の充実

地域における健康・スポーツ活動、福祉活動、地域イベント、まちづくり等への社会参加も今後の充実が期待される分野である。ボランティア活動の場合、実際に社会参加している高齢者は 3 割程度であり投入時間もまだ少ないが、関心は高い。

活動を活性化し持続させるという意味では、社会参加をビジネスとして展開するコミュニティビジネスにも期待したい。まちづくりについても、単にボランティアとして進めるだけでなく、ビジネスとして展開し、個々人への利益還元を進めることによって、自発的な参加意欲を高めることが可能になると思われる。現在は、高齢者支援、障害者支援など福祉活動が中心であるが、生涯学習の講師、観光ガイド、まちづくりコンサルティングなど、高齢者の経験、人的ネットワークを生かせる領域は広いはずである。

コミュニティビジネスの展開に当たっては、事業計画、資金繰りなどに関する知識が不足しているとの声があり、支援策の充実が望まれる。各種分野の地域アドバイザーの養成、登録、派遣制度などの充実も期待される。

4) クチコミ情報の充実

自由時間の有効活用を促進するためには、様々な活動機会が幅広く知られることが重要である。社会活動の場合、どのような活動が行なわれているかが分からないことがひとつの障害となっている。そのためにも、インターネット、フリーペーパーなど各種のメディアを活用することが期待される。

情報共有のメディアとしては、やはりインターネットへの期待が大きい。60 歳代の利用率は低いですが、50 歳代の場合、インターネットを利用する者の割合は 4 割近い。高齢者は、テレビ好きであり、今後、「Tナビ」サービス等で取り組まれているテレビとインターネットの融合が普及すれば、有力な情報媒体として力を発揮することになるだろう。

³ 「日本の将来推計人口」及び「全国消費実態調査」に基づき推計

コンテンツ面では、いわゆるクチコミ情報がいままで以上に重要になると思われる。旅行、学習、社会参加など様々な活動への参加に当たっては、形式的な内容紹介よりも実際に参加した上での感想や意見が参考になる。クチコミ情報を収集し、共有する仕組み構築が重要である。

各種のフリーペーパー、インターネットにおける掲示板はもとより、急速に広まりつつあるブログ（blog）、モブログ（moblog）⁴も含め、参加型の情報共有の仕組み構築を推進すべきであろう。

5）社会参加に向けた意識改革

自由時間の消費スタイルを決めるのは、最終的に個々人であり、個人の積極的な自由時間活用の促進が臨まれる。

確固たる趣味や活動領域を有する個人の方がリタイアメント後も、積極的に社会参加を行なう傾向があるといわれている。

身近な地域の自治体、NPO等が中心になって、リタイアメント後のライフスタイルに関する意識啓発、能力開発を推進するとともに、社会参加に向けた仕組みを構築することが望まれる。

4．おわりに

少子高齢化に伴う急速な自由時間の構造変化は、世界に先例を見ないわが国特有の状況だろう。知恵を結集し、日本型の自由時間政策を立案、展開する必要がある。

自発的な自由時間活用に向けたキーワードは、「ビジネス化」だと思われる。市場メカニズムの活用を通じて積極的な外出、社会参加を促進することが望まれる。

これまでも新しいライフスタイルを開拓し

てきたアクティブシニアには、その先導役となることが期待される。自由時間の有効利用に向けた新しい社会システムの構築に期待したい。

筆 者

名取 雅彦（なとり まさひこ）

事業革新コンサルティング部

上席コンサルタント

専門は、行政マネジメント、都市・地域計画

⁴ 簡単に作成できる日記型の web サイト。weblog の略。携帯電話によるサイトは moblog と呼ばれる。