

民間フィットネスクラブでの介護予防ビジネスモデルの開発と検証

健康スポーツマネジメントコース

5006A305-4 池田正美

研究指導教員： 中村好男教授

我が国の高齢化は急速な勢いで進展している。2005 年、我が国の65歳以上の高齢者人口の総人口に占める割合も 20.04%なり、5人に 1 人が 65 歳以上となる高齢社会となった。団塊の世代の高齢化と少子化の影響もあり 2015 年には 4 人に 1 人が 65 歳以上となる本格的な超高齢社会が到来する。そのような環境の中でフィットネス業界各社では、2006 年 4 月の介護保険法の改正により創設された「介護予防事業」や「地域支援事業」等での新しいビジネスとしての介護予防ビジネスモデル開発を積極的に推し進めてきている。実績ある豊富な運動器機能向上の指導力と人材力をベースに新しい介護予防サービス事業への進出に意欲的である。O社では 2004 年からA大学EH研究所(以下 EH 研究所と表示)と連携して、介護予防システムと介護予防運動プログラムの開発を推進している。今回、『元気高齢者』・『楽しく』・『継続性』をキーワードに介護予防運動プログラムを開発し介護予防ビジネスモデルを構築した後、その具体的な検証を行った。

この研究の対象となる「高齢者」は、身体的、精神的、経済的な見地から年齢的な認識にばらつきがあるものの概ね「65歳以上」を高齢者と定義した。

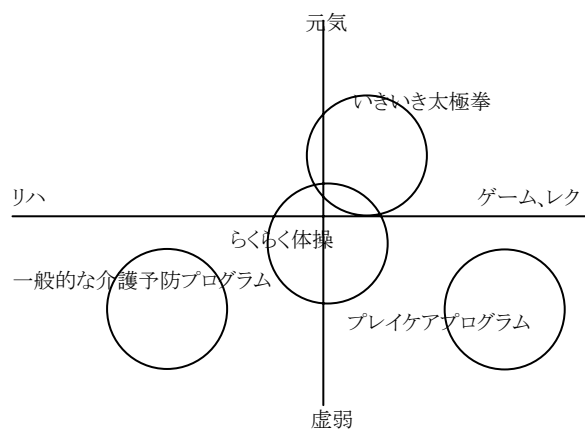
1. 介護予防プログラム(アクティブプログラム)の開発

メインターゲットを「元気高齢者」、サブターゲットを「低体力高齢者」として転倒防止に重点をおいたプログラムづくりを目指し、高齢者の生活意識・行動分析データ等から、元気高齢者が楽しみながら続けられる転倒防止に効果的な要素を抽出し、その要素をベースに「いきいき太極拳」「らくらく体操」の二つのアクティブプログラム開発に至った。

開発したプログラムのエビデンスは身体機能測定と参加者アンケートを実施した結果、ファンクショナルリーチと膝伸展筋力の改善が明確であり、転倒防止に効果があ

ること。また、アンケートから参加者の運動継続意識を高め日常的な生活改善効果も期待できることが立証された。そのような結果からこのプログラムを活用したビジネスモデルを構築することにした。

〔アクティブプログラムのポジショニング〕



2. アクティブプログラムによるビジネスモデルの構築

- ・ 派遣ユニットは基本的にはプログラムとともに指導員・補助員の派遣・デリバリーを3カ月単位で実施する。主に市町村地域支援事業の受託や民間シニア住宅等への人材派遣を視野に入れている。
- ・ 教室ユニットはクラブ内での有料教室、逆戻り防止やシニア向健康増進教室の開催を目指す。
- ・ 育成ユニットは介護予防運動指導者等の人材育成のための有料養成講座開設を行なう。

3. 総合的プロモーションとビジネスモデルによる実践的トライアル

2006年5月パブリシティ向けプロモーションを行なった。その内容については、二つのプログラムの紹介とトライアル状況及び効果説明、体験会を実施、19社の参加があり、記事で8社、テレビ放映で3社、ラジオ放送で

1社(12月末現在)の露出状況である。11月には首都圏の市町村(215)への当該プログラムのプロモーションとアンケートによる意向聴取を実施した。回収率は22.8%であり市町村の関心度の高さが窺える。市町村の運動教室で重視する点は、運動効果への期待が一番高く8割を超え、継続性や参加者の満足度への注目度が高い。開催費用については民間ベースの採算基準からすると厳しい内容となっている。デリバリーでの事業展開は検討準備中であるがアクティブプログラムの有料教室は9月に開講し、21名の参加を得てスタートした。採算性に課題はあるが市町村での介護予防教室(特定高齢者施策)受講後の逆戻り防止対応の受け皿的装置としての存在意義は大きい。

4. 結果と考察

□ ビジネスモデルの問題点と改善方向について

- ・「商品」(プログラム)については、より以上に楽しく、継続させるためには分かり易さ、ゲーム性、レクリエーション性を加味したプログラムづくりが必要であり、「楽しみの演出」は指導者として身に付けなければならない必須テクニックである。
- ・「価格」については、民間での有料教室の参加費用については高齢者の参加費に対する価格認識は低い。高齢者所得は年金が主であり、制度として費用補填等助成システムの整備が必要とされる。また、地域支援事業の受託費については市町村と民間とで金額意識にギャップがある。適正費用への理解努力とともに元気高齢者の協力、支援による介護費用削減策を模索する。
- ・「チャンネル」については、需要は多様化している。中年以降の生活習慣病予防への対応も視野に入れた活動を行なう。
- ・「プロモーション」については、高齢者へは介護予防の話題性のみが先行し健康への意識と実行が結

びついていない。より効果的なプロモーションを行うには他業種との多面的なプロモーション活動の展開が必要とされる。

□ 介護予防に関する考察

団塊の世代が高齢化を迎え、地域の主要な担い手になっていく。団塊の世代は健康への関心の深さとともにボランティア活動にも意欲的であり、これからの地域介護予防施策においては運動指導ボランティア及び補助員としての活躍期待が持てる。「良質なプログラムであっても地域との繋がりがなければ成り立たない」という認識を持って地域と高齢者が一丸となって運動の動機付け・習慣化をまちづくりの中で実現させることが介護予防の本来の姿である。

少子高齢化の中で社会保障制度が崩れつつある現在、高齢者が自分自身を取巻く社会の価値観や見方を変えていくことが必要であり、中高年層での新しい価値観に基づいた変革をしっかりと推進することで超高齢社会への介護予防の在り方を変えることができる。それには『ジェロントロジー』による価値観の変革が必要であり、「サクセスフルエイジング」は国民の介護予防への意識とこころ構えを変化させることのできる効果的なメッセージのひとつである。

－ 終わりに(結論)－

介護予防ビジネスは医療制度改革を前提とした医療機関提携や疾病予防重視型保健医療体制への転換に基づくメタボリックシンドロームへの保健指導ビジネスと並んでフィットネスクラブ業界拡大の大きな柱となる。介護予防ビジネスモデルは地域の中で高齢者を介護予防の対象として捉えるだけでなく介護予防事業でのパートナーとして『元気高齢者』を活かすことによって完成する。