

時代の変遷に伴うレジャー産業の系譜

原田理人 / 古田康生

1. 緒言
2. レジャー（余暇活動）の理解と認識
3. レジャー産業の歴史と変遷
4. 経済状況と余暇活動（レジャー）消費
5. レジャー産業の分類と特性
6. まとめ

1. 緒言

レジャーの概念に対する理解は幅広く、その解釈も一様ではない。一般的なレジャーに対する理解は「余暇」とされる場合が多いが、「労働のために費す時間以外の時間」といった解釈も伴う場合、「余暇」の範囲は果てしなく広がり、「消費時間」や「余暇時間」、「余暇活動」、「気晴らし」などと同義とされている。

「広辞苑」によれば、レジャーは「余暇。仕事のひま。転じて、余暇を利用してする遊び・娯楽。」と記され、仕事や労働などに費やす以外の時間や活用内容に至るまでの範囲を示すものとされる。

経済研究所の古賀らは、その仕事や労働に費やす時間には市場における労働時間、および家庭内における生産的時間などを含むとし、労働の範囲は職場労働に止まらず、家事労働や家庭内における生活維持活動もすべて労働の範囲とされているため、単純に考えれば全活動時間から労働関係消費時間を除いた残存時間（余暇）がレジャーの消費対象時間ということが出来る。

また「余暇」を国語辞典（旺文社／第十版）でみると、「仕事のあいまの、自分が自由に使える時間。ひま。いとま。」と解説されていることから、「レジャー」や「余暇」は「労働（仕事）」を前提としており、「時間」というファクターを伴うことで定義されるものとなっている。

この現代における「レジャー」の概念、および「余暇時間」の概念は、19世紀の産業革命期に形成されたとされている。産業革命期における工場の発展過程では、「家内制手工業」を始まりとして、各家庭での生産を基本とした「問屋制家内工業」、そして工場に労働力を集結させ手作業で

製品を生産する「工場制手工業（マニュファクチュア）」を経て、機械による生産方式の「工場制機械工業」へと発展しているが、工業機械による効率生産や飛躍的な生産性向上によって劇的に労働環境は変化し、労働時間は20時間／週以上も短縮されたことにともない、労働時間外の「余暇時間における娯楽（レジャー）が活発化することにつながったといわれている。

日本におけるレジャー発展のきっかけは、1954年（昭和29年）12月（第1次鳩山一郎内閣／日本民主党）から1973年（昭和48年）11月（第2次田中角栄内閣／自民党）までの約19年間にわたる「高度経済成長期」にあるとされている。国民の余暇時間も平成3年（1992年）から国家公務員の完全週休二日制が実施されるなど、週休2日制や長期連続休暇の普及が進み、家電製品の発達と普及による家事労働時間の減少なども伴った国民全体の可処分時間拡大によるものといえる。

戦後の国民は衣食住の安定確保に奔走し、高度経済成長期には生活水準向上のために旺盛に働くことのみが自らの生活を豊かにするという価値観が一般的であったため、少々の可処分時間を自分や家族のために消費するというものであった。つまりそれは「あまった時間」という理解となり、余暇を楽しむには「時間が余らなければならない」という状況であったといえる。

これら余暇時間の拡大は、著しい経済発展による国民所得水準の向上に伴う可処分所得の増加と相まって、国民による余暇活動の積極的な活用を生み出し、余暇市場を拡大させることにつながった。また週休2日制の普及によって3日以上連続休日が生まれる可能性が増えるなど、次第に余暇時間が長くなることで、国民の価値観の変化などによって余暇活動に対する需要は「自然志向」、「スポーツ志向」、「健康志向」など多様化の様相が顕著になっている。このように時代の変化とともに新たなレジャー活動が次々に登場し、レジャーが国民に定着しはじめたのは、高度経済成長期の後半からバブル期である。この時期における一種のブームを経てレジャー活動は多様化を進め、確実な普及と拡大をみせてきたのである。

これら社会状況の変化や経済成長を基本として、「働き方改革」¹⁾などの労働環境変化による余暇時間の拡大が進むと、余暇活動の質的变化や多様化の傾向は一層強まるものと予想され、今後も家族単位のコミュニティ形成や中高年者の旅行、長期滞在型旅行などのような、参加型、複合型、滞在型、目的消費型などの活動が増加傾向を示すようになると考えられる。

このように、経済水準と余暇活動には強い相関関係があるとされており、一般的に経済成長が鈍化すれば余暇活動は減少傾向をみせるようになる。つまり経済成長によって国民の生活が向上・安定することで、余暇活動が拡大傾向を示すと、余暇活動が活発になるだけでなく生活や家庭における余暇活動の役割が変化し、余暇活動の中身にも大きな変化がみられる。²⁾

1960年代後半から1970年代には、国民の生活の向上・安定を背景に、余暇活動（レジャー）の社会化が顕著になり、「健康目的（休養や保養）」、「知識・技能習得目的」、「コミュニティ形成目的」などとといった余暇活動における目的意識や消費欲求が明確になったといわれている。さらにこの10年後のバブル期には、民間・公共の両者により観光関連施設や大型スポーツ施設、リゾート施設、ゴルフ場、スキー場などが急速に整備され、余暇活動（レジャー）は生活に欠かせ

ないものとなった。

1987年には潤沢な余剰金と内需振興政策により「総合保養地域整備法（通称：リゾート法）」³⁾が制定され、多くの地方自治体が民間企業と組むなどしてリゾートの開発を進めたが、バブル崩壊によって多くの計画が中止を余儀なくされただけでなく、全国のリゾートが経営的な危機に陥ったことに加え、大規模年金保養基地（グリーンピア）等の公共リゾートの失敗なども重なり、多くのリゾート開発は終息にいたっている。

このように余暇活動やレジャー活動などは、高度経済成長や余暇時間の拡大化、つまり「国内経済の成長」とともに成長を遂げることになったが、バブル経済の崩壊⁴⁾を頂点として日本経済は低迷を続け、現在社会は人口の減少、少子高齢化、人口の大都市集中化、経済の低成長化など、高度成長期の社会構造とは明らかに異なり多くの社会問題を抱えているが、このような状況においても、2017年第一四半期の民間最終消費支出（296.9兆円）のうち、23.5%となる69兆9,310億円をレジャー関連消費が占めている現状⁵⁾から、レジャー産業は国民消費を促進するための基幹産業として位置付けられ、経済活性化の柱として期待されている。

余暇開発センター⁶⁾では、レジャー産業を①スポーツ部門（スポーツ用品、スポーツ施設、スポーツ観戦施設）、②趣味・創作部門（趣味・創作用品、鑑賞レジャー用品、新聞・書籍、学習レジャーサービス、鑑賞レジャー）、③娯楽部門（ゲーム、ギャンブル、飲食、カラオケ）、④観光・行楽部門（自動車関連、国内観光、海外旅行）の4項目に区分し、その市場規模を毎年推計発表している。

レジャー産業（余暇市場）規模が約80兆円（2018年／レジャー白書）にものぼるという中で、スポーツ産業の規模は政府の目論見通りに進めば、2018年で約8兆円規模の計画となっており、レジャー産業全体の10%程度にすぎないが、政府は「日本再興戦略2016」⁷⁾をまとめ、GDP600兆円に向けた「官民戦略プロジェクト10」の中では4番手として「スポーツの成長産業化（市場規模：5.5兆円／2015年⇒15兆円／2025年）」が位置付けられるなど、今日のレジャー活動や余暇活動においてスポーツは成長産業として重要な役割を担っているため、レジャーとスポーツは互いに強く連関しているといえる。

これらのようにさまざまな経緯を経ることで「レジャー」をはじめ、「余暇」、「娯楽」、「レクリエーション」などという用語は一般的になっているが、それぞれの人が認識している概念は必ずしも一致していない。多くの研究者や専門家においてもその認識に違いが見られるばかりか「観光」や「リゾート」「レジャー」などが同義的解釈をもって使用されるケースもみられる。そこで、改めて「レジャー産業」における枠組みや概念の既往研究を概説し、その変遷を整理することで将来的な変容可能性を探る。

2. レジャー（余暇活動）の理解と認識

「レジャー」という単語の日本における解釈の多くは「余暇」と訳されており、戦後の高度経済

成長とともに拡がりをみせていくことになる。

また、「レジャー産業」については、「余暇を楽しむための商品やサービスを提供する諸事業の総称。」と解説されており、レジャー産業は、レクリエーション (Recreation)、エンターテインメント (Entertainments)、スポーツ (Sports)、および観光旅行 (Tourism) などにかかわる財やサービスに焦点をあてた産業分野であるという理解が一般的である。

生産志向⁸⁾から販売志向⁹⁾の時代は、仕事がすべてであり、余暇は「あまった時間」としての認識が強かったため、この「あまった暇な時間」に、「疲労を癒し、気晴しをする」といった程度の意味として使われることが多く、仕事の時間的な負担のみならず質的な負担も大きかったためか、余暇時間として費やすことのできる絶対的なボリュームが不足し、レジャーという概念の浸透や普及はレジャーの発達スピードとは異なり、独自の歩みを進めてきたことや、そもそも本来の積極的な活動意義の認識は低かったのではないかと考えられる。

このようなレジャー観は日本人の意識に長く深く浸透し、日本人は余暇を楽しむことに対しては嫌悪感や罪悪感を抱いてきた経緯がある。また、レジャーという言葉の理解や認識には、「休息・気晴し」というような受動的で消極的なイメージや、遊び・娯楽的なイメージがつきまとうことになったが、その後の1990年代には、バブル経済の勢いとともに個人の価値感が重視される社会が形成され、経済的な余裕とともにレジャーの充実化や楽しみへの探求はさまざまな分野への拡大をみせている。

このように「レジャー」は限定的な活動や意味をさすものではなく、その活動や認識が多様化することに伴ってレジャー活動や機能性の充実化が進行し、さらなる拡がりをもつことが本質的な「レジャー」の語源や由来に迫るものと考えられる。

1) レジャーの定義

既存研究においては、レジャーの語源についての解釈も一様ではないが、山口氏¹⁰⁾によれば、その語源は2系統あるとし、一つは、ラテン語のオティムで、もう一つはギリシャ語のスコレーであるとされる。ギリシャ語の「スコレー」は「文化、芸術などの文化創造に利用される時間」を意味しているとされ、「本来的なレジャーの意味合いに沿うものである」としている。しかし、フランス語の「ロワジュール (Loisir)」¹¹⁾は「レジャー」の語源としての信憑性を有している。その意味は「自由、許可、可能性。何もしないでいること。自分の意のままになる状態。時間を自由に用いる可能性。時間の意を持ち、何かをするための可能性。自由・休息を意味し、労働や拘束から逃れて自分の自由になる時間」と解釈されている。また、既存研究においてレジャーの定義として引用されているのは、フランスの社会学者ジョフレ・デュマズディエ¹²⁾の「個人が職場・家庭、社会から課せられた義務から解放されたときに、休息のため、気晴しのため、あるいは利得とは無関係な知識や能力の養成、自発的な社会的参加、自由な創造力の発揮のために、全く随意に行う活動の総体である」(『余暇文明へ向かって』1972)という定義であろうか。これは労働

や家事などの多少に関わらず「拘束」から離れ、休息、気晴し、楽しみ、自己啓発などの活動総体として余暇を規定するものである。

日本においては、余暇開発センター¹³⁾と国民生活センター¹⁴⁾の見解が代表的である。余暇開発センターでは、「レジャー」とは「人間の多様な生活活動のうち自由裁量に裏づけられた活動のすべてをさす」（『余暇時代における産業活動の社会的位置づけ』1973）とし、国民生活センターでは、スポーツ、趣味・創作、娯楽、観光などの諸活動だけでなく、テレビ、会話、ショッピング、散歩、学習、地域活動・社会奉仕活動など基本的な日常的活動までの多様な活動や行動を含んでいる。（『余暇活動における満足度調査結果報告書』1972）

これらの余暇関係団体の理解や定義からみると、レジャーにおいてもっとも重要であるファクターは、「時間」「自由裁量性」「自発性」「非拘束性」「非労働性」「自己実現性」「娯楽性」「創造性」といったものが共通認識とされており、「自らの意思で束縛や拘束をされずに娯楽性または創造性にとんだ時間を創りだすこと、または人間としての一般的な楽しさを意味すること」と解釈できるものでもあるため、概念規定は「余暇は余暇活動・時間などを含めた総称的な抽象概念である。」（産業構造審議会余暇部会）という理解が妥当である。

2) レジャーとレクリエーション概念の理解

「レジャー」もつ意味には、「娯楽・遊び・楽しみ・ギャンブル」といったものが含まれている。また、その「娯楽」の認識には、「楽しみ・趣味」などとしての理解も根強いが、どちらかといえば「余暇」に近い概念であり、その意味には明確な概念というよりも重複があるとされ、金銭的な余裕が背景となって生まれてきた「行動概念」とであるとされている。またこれに対して「レクリエーション」の本来的な意味には「再び創る」ということが含まれており、「心身の疲労回復」や「休養」、元気回復のための「気晴らし」や「楽しみ」までを含んだ概念となっていることから、「レジャー」と類似するものであるとの認識が強い。しかし、「レジャー」は「遊び・娯楽」といった行動や、「楽しむこと」自体を目的とするのに対し、「レクリエーション」は心身回復の意味合いをもつ「休養」を含んだ目的としてきており、「疲労回復」「休養・娯楽・保養・遊技」までを含む幅広い概念となり、元来は、教育における授業間の休み時間という意味合いも有していることから、福利厚生的な意味にまで拡大され、労働における「休養・休暇」へと転用されていったものといえる。

「レジャー」との明確な違いは、「レクリエーション」が労働的側面と教育的側面において、心身の健康保全や、喜び、楽しみの共有化を目指すための行動時間の設定が社会的に認可されているということであり、「レジャー」は「休養・娯楽・保養・遊技」のための手段という認識の点において相違があるとされている。

このように「レジャー」は余暇時間の主体的な消費形態の総体であることに対し、「休養」を主目的とする「レクリエーション」は、その一部の活動として位置づけられているものの、「レクリエーション」は教育的で、「レジャー」は娯乐的であるという解釈やイメージは根強く残る。

このように、「レジャー」と「レクリエーション」についての解釈に関しては、これまでも様々な議論が行われてきているが、明確な根拠を持った解釈に帰着することができていない。

3. レジャー産業の歴史と変遷

1) 余暇活動からレジャーへのパラダイム変化

時代とともに新たな余暇活動（レジャー）が登場し、このレジャーが国民に定着しはじめたのは、高度経済成長期の後半からバブル期といえる。この時期における余暇活動（レジャー）はブームも伴って多様化を進め、余暇活動（レジャー）が着実に安定と拡大をみせてきた。そして、霧生氏¹⁵⁾は『余暇と人間』の中で、「生理的の必要以上の睡眠時間、快楽としての食物摂取の時間、任意に選び取る教養の時間等は、レジャーの中に加えてもよい・・・」といったものや、「働くとはいうものの、その労働が何らかの苦痛も強制もともなわず、逆に強い喜びをもたらすような階層にとって、労働時間は従来の労働と余暇の二分法の枠にはおさまりきれない。」という見解も生まれたほか、「地域・ボランティア活動などの社会奉仕活動」が余暇活動としてとりあげられたり、趣味や関心もとづく活動が結果的に社会に役立ち、自らの喜びや生きがいにつながるような、社会性を帯びた余暇の過ごし方を「社会性余暇」と位置づけ、国民意識や活動について報告している。

図表 10 は、余暇開発センターの「レジャー白書」に掲載されている余暇市場の枠組みを基に、その他のレジャー活動を加えて、レジャー活動の例と、レジャー活動のカテゴリーの例を示している。

図表 1：余暇からレジャーへのパラダイムシフト

主な時代区分	余 暇		レジャー	
	～ 1960年代前半	1960年代後半～ 1970年代	1980年代	1990年代～
社会生活の変化	人並みの生活を求める仕事社会	生活の向上安定を求める大衆社会	生活の付加価値を求める社会	個性や価値を重視する社会
レジャーの機能強化	休息、気晴らし	レジャーの目的意識の向上(～のためのレジャー)	レジャーの楽しさの追求	自己開発 文化創造 社会貢献 アウトドア活動
レジャー空間の変化	歓楽街やギャンブルの享乐的イメージから豊かさを支える空間へと移行を求める	観光関連施設とスポーツ施設の急速な整備が進む	テーマパークやリゾート開発ブーム、レジャー施設の多様化が飛躍的に進む	個人の嗜好にあった人生という時間を楽しむための空間

山口有次：「レジャー概念の変化」

2) レジャーの状況変化

レジャーの歴史は、用具・機械設備、施設の高度化に伴い、その範囲には、従来のカテゴリーに収まらない様々な活動が含まれ、これまでも様々な社会変化とともにレジャーの形態や新たな文化が誕生してきている。その年代ごとの特徴や社会的な背景をふまえ、日本におけるレジャー産業の成長過程を概観すれば、スポーツ産業との強い連関関係が散見される。

一般的には、経済水準が低いほどレジャーの量が少なく、経済水準とレジャーの量は相関関係にあるといわれるため、日本でも戦後の経済成長に伴って生活が向上・安定した場合に、レジャー活動が活発になり、レジャーの中身も大きく変化する。

戦後の1945年（昭和20年代）からの10年ほどは、人々は衣食住確保中心の生活から脱却するため、労働機会や環境の確保が何よりも優先するという時期であり、この時代は生活を楽しむ余裕は一般的ではなかったため、レジャーといっても現在のような意味合いを持つものではなく、仕事の合間に気分転換をはかるといった意味合いをもつものが多かった。

この時代の代表的なレジャーといえばラジオ放送を聞くといった程度のものしかなく、日本において初めてラジオが放送されたのは1925年であり、当時家電製品は存在しなかったが、唯一ラジオのみは1950年で国民の50%をこえる所有率となっていたこともあって、ラジオや新聞しか情報が存在しない時代においては、ラジオ放送が一般的な娯楽であったのも必然といえる。その他の娯楽では、プロ野球が戦後の復活をとげ、大相撲とともに国民の関心事となっていた。また、パチンコやバー、ダンスホール、映画なども親しまれていたようである。

しかし、後半となる1960年あたりからは、戦後の復興もおおよそ終局をむかえ、戦後意識も薄れ始めて経済事情も回復してきており、高度経済成長期をにらんで1955年から1965年（昭和30年代）には、国民の所得をはじめとする収入の増大と余暇時間の拡大が進んだことで、レジャー産業が成長をはじめ、レジャー空間が徐々に生活の豊かさを支える空間へと移行を始めた時期である。この時期の実質所得の増大は、世界に冠たる精密機械技術の礎となった「製品革命」とともに多大な消費を生み出し、国民の生活を激変させることになった。この時期の生産や販売に力点がおかれたのは、日本の産業が世界をリードすることになるきっかけとなった家庭用電化製品である。これらは1960年代から70年代前半にかけて、急速に各家庭内へ普及することとなり、主に「白物家電」と呼ばれる「電気洗濯機、電気冷蔵庫、カラーテレビ」などでは、国内の普及率が90%を越えるまでに10年ほどという異常なスピードとなった。マーケティングの視点でみるならば、前半の「生産志向」から後半の「販売志向」への転換が短期間におこっている。このように家庭内の娯楽は、ラジオからテレビに取って代わったことによって、耳からしか入手できなかった情報が、自分の目の前で展開される臨場感に一般大衆は、野球、プロレス、プロボクシングなどに熱狂することになった。野球においては、ちょうどそのタイミングで出現した「長嶋、王」といった選手や大相撲では大鵬、プロレスでは力道山などに人気集中することになった。また、

観光旅行なども増え始め、こうした経済成長を実感しながらレジャーということばが浸透していくのである。

図表2：1945～1964年における社会状況とレジャーの特徴

	1945(昭和20)～1949(昭和24)	1950(昭和25)～1954(昭和29)	1955(昭和30)～1959(昭和34)	1960(昭和35)～1964(昭和39)
社会・経済	ボツダム宣言 第2次世界大戦終結 天皇人間宣言、公職追放 財閥解体令公布 食糧メーデー 教育基本法、学校教育法公布 第一回衆院・参院選挙 独占禁止法公布 日本国憲法施行 酒の自由販売化 湯川秀樹ノーベル賞	第1回ミス日本開催 6年ぶりに日本の主権回復 デモ多発 オリンピック戦後初参加 日米安全保障条約調印 奄美群島返還 実質国民所得戦前水準回復 不況で企業倒産続出 警察予備隊創設	初の国営老人ホーム誕生 自民党、社会党誕生、55体制の成立 神武景気始まる 日本が世界1の造船王国化 日本国際見本市開催 原子力発電開始 東京タワー完成 国連加盟 関門トンネル開通 なべ底不況始まる 岩戸景気の始まり 皇太子ご成婚 伊勢湾台風襲来	新日米安保条約調印、安保反対闘争 国民所得倍増計画閣議決定 ハレー「東洋の魔女」活躍 カガール有人宇宙旅行成功 国民金保険発足 人手不足が深刻化 オリンピック景気始まる 首都高速道路開通 東京オリンピック開催 東海道新幹線開通 新学圏都市建設促進法公布 東京の大気汚染深刻化
生活・労働	露天商急増、ヤミ市全盛 生活物資欠乏で餓死多発 ベビーブーム 物々交換ブーム 労働基準法公布	千円札発行 社交族が歓楽街で謳歌 男性の平均寿命60代突破 ナイロンブラウス登場 50銭以下の小銭廃止 公衆電話登場 スーパーマーケット登場	公団住宅の入居者募集開始 電化：テレビ、冷蔵庫、洗濯機ブーム 住宅団地数百万人突破 レジャーが流行語になる パートタイム労働流行 最低賃金法成立 マイカー本格普及始まる	レジャーが再び流行語に スーパーマーケット流行 インスタント時代の始まり パカンスが流行語になる 東京で水飢饉、東京砂漠 平均寿命が欧米並み マンションブーム
レジャー・スポーツ活動	NHKラジオ「のど自慢」放送開始 第1回宝くじ発売 大相撲の復活 プロ野球の復活 街頭トバク登場、麻雀流行 ダンスホール人気 ピアホール復活	プロ野球2リーグ制開始、ナイター人気 プロ野球初のテレビ中継 街頭テレビでプロレス人気 オートレース初登場 競艇初登場 ボウリング場初登場 NHKテレビ本放送開始 民間テレビ放送開始 初のカラー映画封切	船橋ヘルスセンター開場 出版社初の週刊誌「週刊新潮」創刊 映画館新設ブーム 世界卓球選手権で日本5種目優勝 国立競技場開場 大相撲6場所制 巨人長嶋新入王、プロ野球大人気 スキー人気の始まり ゴルフ場新設ラッシュ始まる(～'61)	カラーテレビ本放送開始 ゴルフ場建設ブーム 夜行日帰りスキーバス登場 旅行セットの初登場 スキー民宿ブーム レジャーランド開発ブーム 企業レジャー産業本格進出 東京国際スポーツ大会開催 ボウリング人気始まる 第1次ホテルブーム
余暇・行政	特殊慰安協会設立 飲食営業緊急措置令 風俗営業取締法施行 新競馬法施行	映画、演劇等入場税引下げ 電波法成立 飲食営業臨時規制法改正 ユースホステル協会設立 厚生省、国民保養温泉地創設	厚生省、国民宿舎設置開始 全国総合開発計画発表 公営ユースホステルの建設開始 文部省、青の家創設	スポーツ振興法公布 全国総合開発計画発表 厚生省、国民休暇村創設 観光基本法公布 海外観光旅行自由化 観光白書、運輸白書創刊 郵政省、簡易保険保養センター設置

山口有次：「わが国のレジャー史」余暇年表を加筆修正

この時期は、1945年～1960年代と比較すると人々の生活が向上・安定し、レジャーの大衆化が進み、健康目的、知識・技能習得目的といった目的意識が強くなってきた。特にテーマパークやリゾートなどの開発が急速に進められ、レジャー施設の多様化が飛躍的に進んだのもこの時期である。

1965年からの約20年間（昭和40年代）のレジャーについては、これまで白黒主体であったテレビにカラーテレビが浸透し始める。なお、この時期には電化製品も普及が一段落し、さらなる生活に変化をもたらした自家用車の購入が進んだのも特徴的である。この自家用車の普及によって活動域が広がり、新たなレジャーのかたちが生まれ始める。首都圏では、1964年の東京オリ

ピックを契機に首都高速や新幹線など数多くのインフラが整備され、急速に利便性が高められたほか、生活様式や労働環境さえも変革をとげるようになった。この時期におけるスポーツ分野のレジャー活動では、東京オリンピックの影響を受け、スイミングスクールの設立やスポーツクラブ（当時はアスレチッククラブなど）も海外からの訪問客用にホテルから付帯され始め、その後バブル期に向かって増え始めることになる。この時期から少しずつ参加型の健康づくり活動が浸透し始める。

図表3：1965～1984年における社会状況とレジャーの特徴

	1965(昭和40)～1969(昭和44)	1970(昭和45)～1974(昭和49)	1975(昭和50)～1979(昭和54)	1980(昭和55)～1984(昭和59)
社会・経済	ベトナム戦争本格化 戦後最大の企業大型倒産 国民金法改正 中国文化大革命始まる いざなぎ景気始まる 日本一高層雲が関ビル完成 小笠原諸島日本復帰 GNP世界第2位 大学紛争多発 東大安田講堂事件 東名高速道路全線開通 アポロ月面着陸 メートル法完全実施	初の人工衛星打ち上げ成功 日本赤軍よど号ハイジャック 光化学スモッグ発生 連合赤軍あさま山荘事件 冬季札幌オリンピック開催 山陽新幹線一部開通 沖縄県発足 日本列島改造論提案 日中国交正常化 第1次オイルショック 第4次中東戦争勃発 全国地価公示、地価高騰 GNP戦後初のマイナス成長	土地公示地価が下落 東北自動車道全線開通 ロッキード事件 平均寿命世界最高 物価急上昇 円高で大型企業倒産多発 新東京国際空港開港 伊豆大島、宮城県で大地震 日中平和友好条約調印 石油備蓄法公布 初の国立大学共通1次試験実施 国家公務員週休2日制試行 学生の就職難	第2次オイルショック モスクワ五輪ボイコット イラン・イラク全面戦争突入 東大寺大仏殿昭和の大修理 潜水調査船しんかい2000進水 国鉄ローカル赤字線廃止決定 福井謙一ノーベル科学賞 夕張炭坑でガス突出事故 東北新幹線開通 上越新幹線開通 ベンチャービジネスブーム ロサンゼルス五輪開催
生活・労働	一部企業で完全週休2日制導入 物価高騰時代到来 人口1億人突破 大卒者就職率戦後最高 60歳定年制実施 3種の神器(カラーTV、クーラー、カー) 自動車保有台数1000万台超	住宅購入ブーム 第2次ベビーブーム トイレットペーパー買占め騒動 カリフォルニア休日閉店	学習塾ブーム 脱サラブーム ほか弁の登場 パソコンの商品化 紅茶キノコ健康法ブーム ミニバイク、電器餅つき機	家庭内暴力、校内暴力が社会問題化 国家公務員週休2日制実施 金融機関で第2土曜日休日 人生80時代に突入 NHK衛星試験放送開始
レジャー・スポーツ活動	国鉄みどりの窓口開設 常盤ワイアセンター開業 室内ゴルフ練習場登場 ビートルズ初来日 夏のキャンプ旅行流行 ゴルフ場建設ブーム 海水浴民俗ブーム パチンコフィーバー人気 海外団体旅行ルック新発売 本格的ゲームセンター登場	ジャンボホール線開通 日本万国博覧会大阪で開催 第1回ママさんバレーボール大会 国鉄ディスカバー・ジャパン 女性誌あいつが創刊、アンソング族登場 ボウリング場数ピーク プロボクシング人気 海外旅行者急増 ゴルフ練習場急増(～74) 上野動物園パンダブーム	沖縄国際海洋博開催 国内旅行ブーム ゲートボール登場 巨人王本塁打世界記録達成 スイミングスクール急増 ボウリング場数ピーク インベーダーゲーム パチンコ店急増 NHK文化センター開講 ウォークマン登場	ゲームウォッチ人気 貸しレコード登場 パチンコフィーバー機登場 長崎オランダ村開園 国立歴史民族博物館設置 パチンコフィーバー機規制 チケットぴあ創設 クワンエリガバズ2世号横浜寄港 国鉄フルムーンキャンペーン開始 東京ディズニーランド開園
余暇・行政	体力づくり国民会議結成 祝日法改正、敬老の日・体育の日新設 大規模レクリエーション空間整備を提言 厚生省、国民保養センター設置 文化庁設立 観光地過密対策で時差休日提案 初の建国記念日	厚生省、国民保養地創設 文部省、少自然の家創設 農水省、国民保養村創設 運輸省、青少年旅行村創設 通産省余暇情報センター創設 (財)余暇開発センター設立 祝日法改正、振替休日実施	余暇開発センター「レジャー白書」創刊 経済企画庁「自由時間の現状と対策の方法」 運輸省、観光情報センター設置 運輸省、家族旅行村制度創設	労働省 「週休2日制等労働時間短縮推進計画」 総務庁世論調査「今後の生活の力点」 でレジャー余暇生活が1位

山口有次：「わが国のレジャー史」余暇年表を加筆修正

1975年以降の約20年間（昭和50年代）には、オイル・ショック¹⁶⁾をきっかけとして国民に節約の意識をうながすきっかけとなり、レジャーの分野では健康と関連したレクリエーションが流行し、テレビの普及により急速にひろまった「観るスポーツ」から、テニス、水泳、ジョギング、バレーボール、ソフトボールなどのように自分で「行うスポーツ」が盛んになっていった。

オイル・ショックの経済的影響が比較的少なかった日本経済は、その後さらに経済発展をつづけ、バブル経済の崩壊の時期まで勢いは止まらず、好景気を反映した社員旅行向けや夫婦向けの高額商品が準備されると同時に、学生や個人向けの格安ツアーが商品として扱われるようになった。

また、景気よきを反映して海外旅行経験者が激増している。バブル経済崩壊後の平成不況時においても、サッカーブーム（Jリーグ開幕）が牽引役となったスポーツ観戦料、CD（レンタルを含む）、学習・レジャーサービス、ゲーム、カラオケ等々の市場は活況であった。

図表4：1985～1999年における社会状況とレジャーの特徴

	1985(昭和60)–1989(平成元)	1990(平成2)–1994(平成6)	1995(平成7)–1999(平成11)
社会・経済	日航機墜落事故 開越自動車道全線開通 NTT株上場 国鉄民営化 平成景気の始まり 青函トンネル完成 昭和天皇崩御 中国天安門事件 ソウル五輪開催 コンベンションブーム 地価高騰の始まり 日本の貿易黒字拡大 東北自動車道全線開通	日本人初の宇宙飛行士決定 ベルリンの壁崩壊、東西独統一 外国人労働者の急増 湾岸戦争勃発 雲仙普賢岳大噴火 ソ連消滅 バブル経済崩壊、景気後退 銀行、証券不祥事多発 バルセロナ五輪開催 松本サリン事件 6皇太子ご成婚 ゼネコン汚職事件多発 平成不況始まる	阪神・淡路大震災 地下鉄サリン事件 オウム真理教麻原彰晃逮捕 インターネットの本格普及始まる 香港が中国に返還 ダイナ元皇太子妃事故死 山一証券自主廃業決定 子供人口が高齢者を上回る 長野オリンピック開催 特定非営利活動促進法(NPO法)成立 明石海峡大橋開通 臓器移植法成立 和歌山カレー毒物混入事件発
生活・労働	男女雇用機会均等法施行 人材派遣法施行、人材派遣会社の成長 マル優制度廃止、預貯金利子に課税化 ヘッドハンティング盛ん 携帯電話サービス開始 金融機関の完全週休2日制 消費税実施	サンデーバンキング化 民間衛星放送開局 国家公務員完全週休2日制 年金改革法成立(支給年齢が65歳へ) 観測史上初の猛暑と水不足 公立小中学校の月1回週5日制導入 全省庁一斉定時退庁日実施	マルチメディアブーム PHSサービス開始 消費税5%に引き上げ 企業倒産件数史上最悪 自己破産史上最悪 医療保険制度改革(患者負担引上)
レジャー・スポーツ活動	両国国技館完成 つくば科学万博開催 スミダクラブ急増 日光江戸村開園 東京ドーム開業 キャンプ場の増加が始まる(～'92) 温泉ブーム クラブメッドサホロ開業 フィットネスクラブ新設ピーク リゾートブームでゴルフ・スキー場	ナムコワンダーエッグ開園 ハウステンボス開園 江戸東京博物館開園 プロサッカーリーグ開幕、一躍ブーム 大型屋内スキー場ザウス プロ野球イチロー人気 スノーボード人気 福岡ドームオープン テーマパーク開園ブーム 関西国際空港開港	サッカーJ法成立 サッカー・フリスワールドカップに初出場 出版不況本格化 シネマコンプレックス急増 改正旅行業法施行 たまごっちブーム ガーデニングブーム CSデジタル放送始まる 国内航空早期購入割引運賃制度導入 長野行新幹線あさみが開業
余暇・行政	生涯学習振興法成立 文部省生涯学習局設置 労働省「労働時間短縮推進計画」 祝日法改正、5月4日休日 国民生活審議会「長寿社会の構図」 内需拡大対策、週休2日制を拡大 運輸省、海外旅行信増計画	国土庁「総合保養地域整備研究会報告」 建設省が道の駅整備を開始 育児休業法成立 労働基準法改正、労働時間40時間へ 労働省「連続休暇取得促進要綱」 静岡県「余暇時代の行政マニュアル」 農水省、グリーンツーリズム研究会発足	農産漁村滞在型余暇活動促進法施行 外客誘致法施行 介護保険法成立 PF(民間資本による社会資本整備)の導入 エコリズム推進協議会発足 大規模小売店舗立地法成立(旧大店法廃止) 中心市街地活性化法公布

山口有次：「わが国のレジャー史」余暇年表を加筆修正

このようにレジャー活動に対する社会的認知が広まり、レジャーが巨大資本の市場となったのは、1960年代後半の高度経済成長期であると考えられる。それによって実質賃金の上昇がみられ、同時にレジャー活動を促進する環境整備としての社会資本整備が進められたことである。また、高度経済成長をきっかけとして、1960年代には耐久消費財の所有が可能となり、便利さを享受す

ることが「生活の豊かさ」を表現することにつながったと考えられる。つまり、こうした生活実態としての「豊かさ」が、レジャー分野での消費行動としても表現されるようになった時代である。

1995年以降は、社会における通信技術の急速な高度化によってインターネット環境の浸透が進み、通信分野と情報処理（IT）技術の発達によって、様々なコンテンツ・アプリ事業者、さらには Google や E コマースなどの Amazon に代表されるプラットフォーム・ネット系事業者の登場と相まって、消費行動なども極めて急速かつ大きな変革を遂げることとなった。これらの事業者の登場によって、これまでに通信事業者（電話・郵便など）が担ってきた機能やサービスが、劇的な早さをもってインターネット環境を介してユーザーへ提供されるようになってきている。

これは、広告宣伝やマーケティングの一大改革をもたらし、今日での消費形態の基礎を築いたといえよう。最近ではことに 2008 年のリーマン・ショック¹⁷⁾以降の経済不況、急激に収縮した消費市場、さらには 2011 年の東日本大震災という未曾有の大災害を経験するなかで、消費者が従来とは異なる価値観をもち、生活スタイルを変化させてきている。また少子化・高齢化が進展し、バブル経済の残骸しか知らずに育った世代が社会を構成し、バブル経済やリーマン・ショックで痛手を被った団塊世代が現役から退いていっている。ライフステージの変化も、それまでの価値観を見直すきっかけとなっている。

4. 経済状況と余暇活動（レジャー）消費

1) 可処分所得の動向とレジャー産業への影響

レジャー産業の生産規模は、レジャー産業に対する支出総額となるため、レジャー支出の増減は所得の変動や社会状況（経済状況）などに強く影響される。つまり、可処分所得が低い状況では衣食住への配分が相対的に増えると考えられるが、可処分所得が上昇することによって、レジャー財に対する購買力が向上するとともに購買量や購買額は向上し、レジャー産業拡大の可能性は上昇するという可処分所得の変動とレジャー産業の成長には相関があるため、レジャー産業の盛衰要因の重要なファクターの筆頭に可処分所得の変動があげられる。

特に 1992、1993 年などにおけるレジャー産業の停滞は、所得低下による可処分所得低下の影響がレジャー産業に与えた影響が大きかったことによるものであるといえる。

余暇開発センターの分類によるレジャー産業の構成比をみると、1996 年以降は娯楽系産業が全体の 60% 以上を占めている。図表 5 が示すように、レジャー産業の全体のなかで、娯楽系産業が全体の過半数を占めるという構造は長年の傾向ととなっている。この娯楽系産業の規模は拡大傾向にあり、1982 年から 1993 年のバブル期にかけては加速的に拡大しているが、趣味・創作系産業の規模は全体の 10% レベルとなっており、横ばい傾向にある。また、観光・行楽系産業は全体が縮小傾向にある中で、少々の拡大がみえる。加えてスポーツ系産業はバブルの崩壊とともに大き

く落ち込んでいたが、景気の回復とともにわずかではあるが拡大しつつある。

2) 余暇市場規模と人口減少

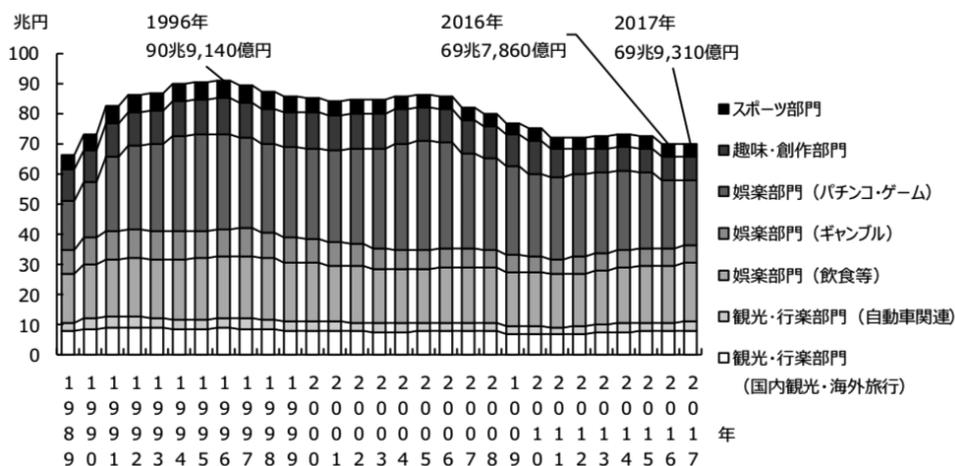
長期間における景気低迷から徐々に国内経済が回復傾向を示すとともに、余暇に対する需要も年々高まりをみせてきている。そもそも余暇への関心が高まりをみせたのは、バブル最盛期の1990年代前半とされているが、その後長引いた不況の中でも横ばい状態が続いたことから、今日の生活における「余暇活動」は、日本人にとっても欠かせない存在であるといえる。

しかし、レジャー白書によれば、景気変動などの「時代効果」を一定と仮定した上での「コーホート¹⁸⁾分析」による将来参加人口の推計において、代表的な余暇活動の26種目について、2005年から2020年までの予測結果を示しているが、2010年以降はほとんどの種目で2005年の実績を下回っている。

わが国の15歳人口は、2010年には現状より5%程度減少することが予測されており、余暇活動参加人口もこうした長期的な人口減少の影響は大きくなっていく。

そのような中で、日本の余暇市場は1996年には過去最高の90兆円を突破したものの、その後は不況の影響を受けて減少に転換し、2007年頃までは80兆円規模で推移してきたものの、2016年度にはついに70兆円をも割ることとなった。ホテルやゴルフ場、遊園地の閉鎖や様々なレジャー施設における価格破壊など、レジャー産業においては生き残りをかけて大きな変革期を迎えており、時代のニーズに合わせた新たな動きが求められている（図表5）。

図表5：余暇市場の推移

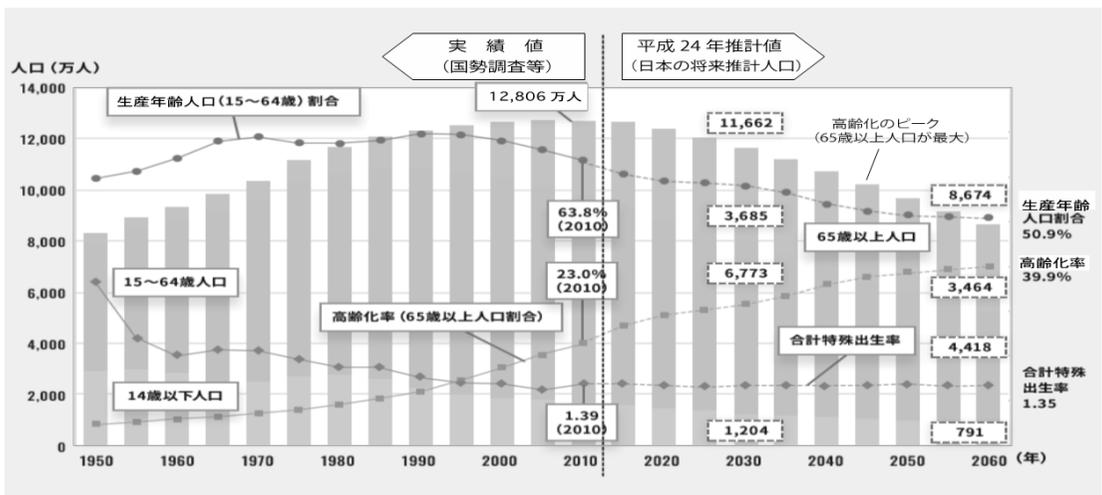


公益財団法人日本生産性本部：レジャー白書 2018

平成 27 年の厚生労働白書では、2010 年の国勢調査において 1 億 2,806 万人であった我が国の総人口は、今後、出生数が減少し死亡数が増加することにより長期的な減少過程に入るものとされ、国立社会保障・人口問題研究所¹⁹⁾「日本の将来推計人口（平成 24 年 1 月推計）」によれば、2048 年には 9,913 万人と 1 億人を割り込み、2060 年には 8,674 万人になると推計されている。（図表 6）この時点では 2010 年時点より 4,132 万人の減少となり、半世紀の間におよそ 3 分の 1 の人口が減少することになる。その減少規模は、2014 年の東京都・神奈川県・大阪府・愛知県の人口総数を超える規模となる。また、最も人口が多く推移した場合であっても、出生高位・死亡低位推計の結果では、2060 年に 9,602 万人となり、いずれにしても人口減少は避けられないため、政府は将来人口 1 億人の確保を維持するべく策を講じたいとしている。

レジャー産業界においては、団塊世代のような人口ボリュームの多い層が有望マーケットとして注目を集めてきたが、若年層の不参加や人口減少による将来的な余暇マーケットの縮小は深刻な問題とされている。人口減少と少子・高齢化が進行する中で、年齢階層別の対象消費者の構成を確保していくことが重要である。余暇活動種目における、年代別（年齢階層別）参加率の時系列変化をみると全 90 種目の年代別（年齢階層別）平均参加率では、60 歳代以上の高齢者は参加率は低く安定している。50 歳代より若い世代の参加率低下が顕著であるが、中でも 10 歳代における落ち込みが最も大きくなっている。また、元来参加率の水準の上位であった 20 歳代・30 歳代にも明確な低下傾向が明確になってきている。

図表 6：我が国の人口推移



総務省「国勢調査」及び「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 24 年 1 月推計）：出生中位、死亡中位推計」（各年 10 月 1 日現在人口）、厚生労働省「人口動態統計」

5. レジャー産業の分類と特性

1) レジャー産業分類試案

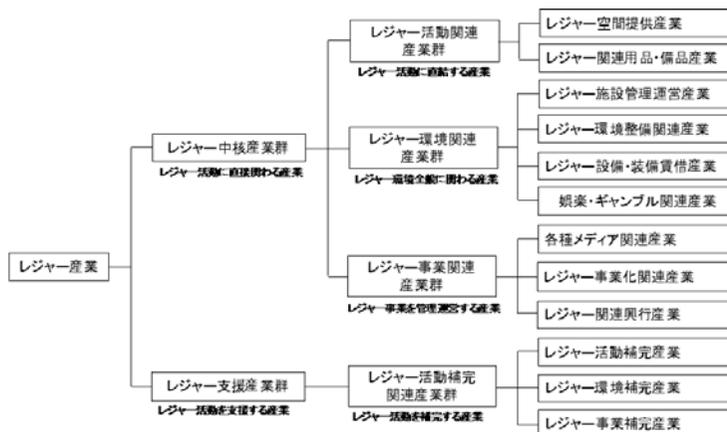
先述のように、レジャーを「自由裁量的な生活活動のすべて」と定義すれば、レジャー産業は「人々のレジャー活動に対応する財やサービスを提供する産業のすべて」という解釈となる。

しかし、これらの定義の基づいて具体的にレジャー産業をイメージし、それらを厳密に区分していくのが困難であることは、これまでの先行研究が示している。レジャー産業の分類手法としては、提供される財やサービスの機能、形態による分類が一般的であるが、これも一様ではない。レジャー産業を「中核をなす産業構成」とそれを「支援する産業」とに分け、それらを実際の「活動関連の産業」や「レジャー環境を整備する産業」、「レジャー関連事業を生業とする産業」に区分することで、レジャー産業を構成する産業をほぼ網羅することが可能である。そしてさらにそれら「全体を補完する産業」によって全体のスキームが完成する。

レジャー産業が「人々のレジャー活動に対応する財やサービスを提供する産業のすべて」という解釈となるのであれば、関連する産業を如何に分類するかが問われるが、余暇開発センターによる分類は、活動内容や用品、輸送などの顕在化したものを中心としており、それらを支える補完産業などは含まれていない。用品などを販売するための流通機構やシステム、安全かつ安定的に運用するためのサポート・メンテナンス機能、飲食を支える食材の生産や管理機能、各種産業を成長させていくための金融機能、観光関連産業を支える旅行業取扱業務（旅行代理店）、レジャー活動におけるスポーツ産業の成長を支える広告代理店なども存在する。これらを網羅していくには、リスト形式の産業分類には限界が生じるため、目的や機能を階層的に整理することが実態の表現に適すると考えられる。

これらを考慮したうえで、階層的なスキームを試行すると以下ようになる。

図表 7：レジャー産業の分類試案（大項目）



このように、階層別に整理すると全体の総体が見えてくる。小分類の裾野は果てしなく広がりを見せていくと考えられるため、4階層までの大分類までの整理とするが、施設運営や提供などを示すのは、「レジャー空間提供産業」に含まれ、ハードウェアは特に有しないが事業サービスを展開するような場合は、「レジャー事業化関連産業」に含むものとする。したがって、4階層につづく階層は、分野別の産業となり、施設であれば、「健康・スポーツ産業、レジャー施設産業、飲食産業・…」といった、施設空間を用いて展開される産業を想定するものである。

また、それらを産業別に分類してみたものが、図表8である。

図表8：レジャー関連産業の概観

レジャー関連産業			
レジャー用品流通	運営・人材・ノウハウ提供サービス	レジャー情報提供サービス	旅行（観光・行楽）関連
●レジャー用品流通業 ・レジャー用品卸売業 ・レジャー用品小売業 ・レジャー用品輸入業 ●レジャー施設関連用品流通業 ・レジャー施設用品輸入業 ・レジャー施設用品卸売業 ・レジャー施設用品小売業 ●レジャー用品レンタル業 ・レジャー用品提供 ・レジャーイベント設備・設営 ・レジャーイベント・催事警備 ●レジャー用品宅配業 ●レジャー用品メンテナンス業	●レジャー施設運営業 ●レジャー宿泊施設運営業 ●リゾート施設運営業 ●イベント企画・運営業 ・レジャー人材育成・派遣・紹介業 ●レジャー貸倉庫業 ●レジャーコーチング業 ●レジャースクール（学習）業 ・レジャー専門学校 ・種目別レジャースクール業 ・各種レッスン業 ・マネジメントスクール ●レジャーコンサルティング業 ●レジャー関連興行業 ●レジャー事業補充業	●レジャージャーナリズム業 ●レジャーメディア関連業 ・レジャー放送業（TV・ラジオ） ・レジャー情報提供業 ・レジャー放送・情報製作業 ●会員権販売業 ●レジャーイベント情報提供業 ●レジャー関連情報 ●レジャー旅行関連情報 ●レジャー保険業 ●レジャー情報WEB提供業 ●レジャーホームページ製作業 ●レジャーマーケティング業 ●レジャー情報ネットワーク業 ●鑑賞関連（映画・演劇・演芸音楽会・美術鑑賞・展示会）	●自動車関連産業 ●運輸関連産業 ・運輸関連産業（鉄道・バス・他） ・タクシー関連産業 ・レンタル産業（カー・サイクル） ・カーシェア関連産業 ・航空関連業 ・各種関連産業 ●宿泊関連産業 ●旅行業関連産業 ・リゾートクラブ（会員制） ・遊園地・レジャーランド産業 ・テーマパーク関連産業 ・観光農園 ・レジャー情報ネットワーク業
●レジャー用品製造業 ・品種別分類 ・種目別分類 ●ニューレジャー用品製造業 ・レジャー用自動車・自動二輪 ・レジャー自転車 ・スカイレジャー用品製造 ・マリンレジャー用品製造 ・その他レジャー用品製造 ●レジャー施設関連用品製造業 ●その他レジャー関連用品製造業 ・娯楽・ギャンブル系用品製造 ・宿泊・飲食・運輸関連商品製造 ・イベント・催事関連商品製造 ・レジャー関連商品製造 ●その他レジャー関連補完用品製造	●都市型レジャー施設開発業 （建設業、開発業） ・種目別レジャー施設業 ・多目的複合レジャー施設業 ・その他レジャー施設業 ●リゾートレジャー施設開発業 （建設業、開発業） ・種目別レジャー施設業 ・多目的複合レジャー施設業 ・その他レジャー施設業 ●レジャー施設リフォーム業 ●その他レジャー関連設備業 ●レジャー施設管理・運営業 ●飲食・宿泊・運輸関連インフラ ・娯楽・ギャンブル・その他施設 ●運営管理（ハード含）システム ・ゲームソフト・ゲームマシン等 開発業	●メディア環境整備業 ・放送関連環境整備 ・WEB配信関連環境整備 ●メディア出版業 ・レジャー雑誌・書籍・新聞 ・レジャーDVD製造・出版 ・レジャー動画製作・公開 ・種目別レジャー施設業 ・ビデオソフト ・レンタル（DVD、CD、VTR） ・音楽コンテンツ（配信含） ・デジタルサイネージ ●レジャー関連情報提供業 ・HP作成・公開 ・SNS関連等 ・情報収集・公開 ●アナリティクス業 ●レジャー関連システム製作業 ●その他レジャー関連印刷業	●ゲーム関連産業 ・パチンコ関連産業 ・ゲーム関連産業 ・ゲームセンター等産業 ・テレビゲーム等関連産業 ●ギャンブル関連産業 ・中央競馬・地方競馬関連産業 ・競艇関連産業 ・オートレース関連産業 ・宝くじ関連産業 ●飲食（ナイトライフ）関連業 ・バー・キャバレー・クラブ等 ・カラオケボックス（ルーム） ・漫画喫茶等 ●按摩・マッサージ・整体・柔道 整復等関連産業 ●エステティック・ネイル関連他
レジャー製品関連製造業	レジャー施設・設備・システム関連	レジャー情報関連環境整備	娯楽関連整備

このほかにも、家庭内レジャー産業、都市型レジャー産業、リゾート産業など、レジャーがおこなわれる空間によって分類する方法があるが、レジャー産業の量的把握や分析には、必ずしも有効ではないため、さらなる工夫を必要としているが、公的な既存統計などの枠組みの影響を受けることは避けられない。通常の調査研究に用いられる公的な統計データは、政府の「日本標準

産業分類」であり、そこからレジャー産業部分を抽出しなくてはならない（図表 9）。

具体的には、製造業、卸売・小売業、運輸・通信業、サービス業の分野から、レジャー産業を抽出するが、現実的には製造業にはレジャー関連とそれ以外のものを明確に区分できないケースも少なくない。小売業なども、レジャー商品だけを扱うだけでなく、それ以外の商品をも同時に扱っているため、純粋にレジャー業種として抽出するのは、困難となる。このように産業分類からレジャー関連事業を抽出する場合、レジャー産業分野のボリュームは通常よりも小さめにならざるを得ない。

つまり、純粋で完全なレジャー産業の分類は、現在のところ存在していないことになる。これでは粟田氏²⁰⁾ によるように、「まだレジャー産業という公的な分類が存在しないため、様々なデータや分類の推計による判断に頼ることとなり、。広義のレジャー産業を把握するには、市場からのアプローチが有効性を有している」ということになる。その視点で考慮するのであれば、レジャー活動のもっとも広い定義に該当するのは、余暇開発センターの分類方法である（図表 10）。

しかし、この分類では産業論からすれば、通常は食品産業のカテゴリーに入れられる「酒」や運輸産業の「鉄道」も、レジャー市場に取り込まれることになる。これでは、この解釈のレジャー産業もやや広すぎると考えられ、

何れにしても一長一短あるという課題を免れない。

レジャー産業規模を推計していく際にもこの辺の分類が大きく影響するものであり、これによる規模想定との差は、そのまま兆円単位の差となってしまう可能性がある。今後はレジャー産業も国の重要な成長産業の柱として、明確な分類を公的に定義していくことが必要となる。

新たな業態や産業が生み出される可能性もあることから、産業の内容も時代とともに変化していくことが考えられるため、定期的な更新とともに継続的なデータ蓄積の実現が求められる。

図表 9：標準産業分類に基づくレジャー産業分類

項 目	項 目
製造業	運輸・通信業
食料品・たばこ製造業	運輸に付帯するサービス業・
清涼飲料製造業	旅行業
酒類製造業	サービス業
たばこ製造業	物品賃貸業
輸送用機械器具製造業	自動車賃貸業
自転車・同部品製造業	スポーツ・娯楽用品賃貸業
精密機械器具製造業	旅館・その他の宿泊所
光学機械器具・レンズ製造業	旅館
その他の製造業	簡易宿泊所
楽器・レコード	その他の宿泊所
玩具・運動競技用具	浴場業
装身具等製造業	特殊浴場業
卸売・小売業	映画業
飲食店	映画製作・配給業
食堂・レストラン	映画館
そば・うどん	映画サービス業
すし屋	娯楽業
料理・割烹店	劇場・興行場
バー・キャバレー・ナイトクラブ	興行団
酒場・ビアホール	競輪・競馬等の競走場
喫茶店	競輪・競馬等の競技団
その他の飲食店	連動競技場
その他の小売業	公園・遊園地
花・植木小売業	遊戯場
スポーツ・がん具・楽器・	その他の娯楽業
娯楽用品小売業	放送業
写真機・写真材料小売業	有線放送業
	専門サービス業
	個人教授所

総務省：統計基準・統計分類／日本標準産業分類

図表 10 : 余暇市場に基づく分類

I. スポーツ	II. 趣味・創作	III. 娯楽
1. 球技スポーツ用品	1. 趣味・創作用品	1. ゲーム
(1) ゴルフ用品	(1) 楽器	(1) パチンコ(貸玉料)
(2) テニス用品	(2) カメラ	(2) 麻雀ゲーム料
(3) 卓球・バドミントン用品	(3) ビデオカメラ	(3) ゲームセンター・ゲームコーナー
(4) 野球・ソフトボール用品	(4) フィルム	(4) テレビゲーム・ゲームソフト
(5) 球技ボール用品	(5) 絵画用品	2. ギャンブル2
2. 山岳・海洋性スポーツ用品	(6) 園芸用品	(1) 中央競馬
(1) スキー・スケート用品	(7) ホビー・創作用品(工芸・陶芸等)	(2) 地方競馬
(2) 登山・キャンプ用品	2. 鑑賞レジャー用品	(3) 競輪
(3) 釣具	(1) 音響機器製品	(4) 競艇
(4) 海水中用品	(2) テレビ	(5) オートレース
3. その他のスポーツ用品	(3) VTR	(6) 宝くじ
(1) スポーツ自転車	(4) 音楽テープ	3. 飲食
(2) その他のスポーツ用品	(5) ビデオソフト(レンタル含む)	(1) 外食
4. スポーツ服等	(6) CD(レンタル含む)	(2) バー・キャバレー・クラブ等
(1) トレーニング・競技ウエア	3. 新聞・書籍	4. カラオケボックス(ルーム)
(2) スポーツシューズ	(1) 新聞	IV. 観光・行楽
5. スポーツ施設・スクール	(2) 書籍	1. 自動車関連
(1) ゴルフ場	(3) 雑誌	(1) 乗用車
(2) ゴルフ練習場	4. 学習レジャーサービス	(2) 二輪自転車
(3) ボウリング場	(1) 和洋裁・編物・手芸	(3) ガソリン
(4) テニスクラブ・スクール	(2) 料理	(4) 乗用車整備費
(5) スイミングクラブ	(3) 茶華道	2. 国内観光・行楽
(6) アイススケート場	(4) 書道	(1) 鉄道
(7) アスレチック・ヘルスクラブ	(5) 邦楽	(2) 貸切バス
(8) スキー場(索道収入)	(6) 健康(美容・ヨガ・ジャズダンス等)	(3) 国内航空
6. スポーツ観戦料	(7) その他ホビー・文化教室	(4) 遊園地・レジャーランド
	5. 鑑賞レジャー	(5) 旅館
	(1) 映画	(6) ホテル
	(2) 演劇	(7) ペンション
	(3) 演芸	(8) 民宿
	(4) 音楽会	(9) 会員制リゾートクラブ
	(5) 美術鑑賞	(10) 旅行業(手数料収入)
		3. 海外旅行(国内航空会社の国際線収入)

財団法人余暇開発センター：余暇市場に基づく分類

2) レジャー産業の特性

レジャー産業は、基本的な生活における消費活動である以上、消費者の意識変化や行動変化の影響を強く受けることになるが、衣食住といった生活の基本に欠かせない需要内容とは異なるため、サービス産業という性格を有するレジャー消費の動向には不安定感が拭えない。

その消費は、前もって消費量が想定できるものではないため、需要の変動に即応できないことや、消費者の意識や行動の変化は社会状況の変化とともに加速度的に変化しており、需要が個性化、目的の多様化が顕著であるため、常に変化する消費動向に対し、それらの変化に対応できるだけの先見性や総合的な対応力が求められる。また、レジャー産業の多くは、労働集約型の産業であり、過当競争体質になりやすいといった特徴も否めないだけでなく、立地産業や装置産業の性格を

有しており、立地条件が事業成功における重要なファクターであることである。つまりリゾート・レジャーにしても、その需要は立地条件と密接に結びついているといえる。

7. まとめ

レジャーの発展は、これまでみてきたように、その時々社会状況（景気、事件、災害、少子高齢化の進行）などに大きく影響されることが明らかである。影響を受けるファクターは、その時期の可処分所得や一般的な価値基準、自由時間の創出などである。しかし基本的には、今日の成熟社会や高齢化社会における人生の捉え方が、かつての滅私奉公的な就労状況ではなく、個人の価値判断が重視され、余暇時間の増大なども手伝って、ますますレジャー・余暇生活を充実させる方向性は揺るぎない。今後もそれらの価値観が醸成されていくことになると考えられる。

実態より希望率の方が高いレジャー活動の中でも、旅行（海外・圏内）やアウトドア活動（オートキャンプ、スキー、ゴルフ、登山）、陶芸や手芸、茶道、華道など、それなりの準備や装備、時間や能力を要するのは、「能力開発型レジャー」と判断できる。そして希望率は低い、パチンコやテレビ視聴、ゲームやギャンブルなど、高度な能力を必要とせず、時間が確保できて行動を起こせばすぐに楽しめるレジャーは、「娯楽・享楽型レジャー」というかたちで区別することができる。

しかしレジャーの範囲は極めて広く、明確な概念規定が存在しない現状ではこうしたカテゴリーもままならないが、一般的な価値観は「活動的」で「能力開発型」のレジャーを指すものが多く、所得の伸びが期待できない市場環境では、刻々と変化する価値観や新規商品（サービス）への対応を含めた動機付けを必要としている。現代のレジャー産業は、一般的に想定されるもので構成されているため、今後新たな潮流が生まれるのか、また、産業化が進むのかという点が重要である。

日本の社会では、様々な社会状況の変化による雇用や生活不安が完全に払拭できないなかで、無駄な消費を省きながら生活の安定感を見出していこうという価値観が支配的であり、こうした意識にもとづく消費行動が市場の動きからも容易に推測できる。レジャー市場の消費は、こうした景況感の変容に強く影響を受けることになる。つまり、どの分野においても他の業界と同様に「数量景気」²¹⁾の影響を受けるのである。多くの国民が「生活の豊かさ」をレジャー活動や消費によって実現するためには、長期にわたる経済不況のもとで生じる国民の生活不安からの「消費制限行動」などといった状況が改善されなければならない。様々な事由により安定的な収入の道が途切れたり、なんらかの理由により衣食住に関する不安を抱えることになるなどという経済的崩壊を引き起こすような事態が出現しない限り、レジャーへの支出が消失してしまうようなことはないが、消費額の減少などは避けられない。つまり、労働時間の短縮や効率化がレジャー産業の発展に寄与するためのキー・サクセスファクターであるといえる。

「生活の力点」をレジャー活動の充実に求める人が多く存在する社会では、「現状の生活に対す

る満足感の強い人」が多くなれば、優良な社会状況にあると判断できるが、レジャー活動の時間的な拡大は無限に続くわけではないため、今後はレジャー活動時間の質的な充実といった点も重視されていくと考えられる。

人生 90 年時代を目前としている現代社会においては、人々が自らの生活様式に適合させながら、レジャー活動によって人生や生活を充実させるため、「時間」という資源や、それらによって得られる機会を有効に活用することが重要となってくる。また、そこで必要となるのは施設やサービスの利用者である消費者の生活様式に沿った枠組みの想定が求められていながら、今日のように利用者の行動や活動、価値感が多様化し欲求の高度化も進行している状況下においての枠組みは、未だ曖昧なものしか存在していない。

本論文は、レジャー産業を研究対象として、まずその歴史の変遷におけるレジャー概念の変化を研究実績などから再整備を試み、レジャー産業研究の階層的枠組みを示した。既往研究においては、レジャー産業の枠組みがリスト形式での整理などに偏り、レジャー産業の構成が総体的に表現されていないこと、またレジャー研究については、哲学・歴史・消費者心理など、社会学的・人文的・経済学的にも一定の成果を得ていると考えられるが、産業実態や総体を表現するには曖昧な部分を残していることを明らかにした。そして、レジャー産業を歴史の変遷や目的、環境、それを補完する各種の産業の概観を階層的に捉え直そうとしたところが本論文の視点である。

本論文は、レジャー産業の枠組みについて、その将来変容可能性や方向性を見出すことが本来の目的であったが、編集量規定に配慮して次の機会に回すこととし、「時間」や「消費」をパラメータとして、その「時間量」「消費量」「連関」の視点からレジャー産業の変革を示すこととした。今後のレジャー産業においては、様々な産業を単なる内包する部分機能として位置付けるのではなく、レジャー活動と各種産業の連関関係が重要となる。

〔註〕

- 1) 働き方改革：平成 30 年 7 月 6 日に「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が公布された。これは、総理が議長となって労働界と産業界のトップと有識者による「働き方改革実現会議」によってまとめられた方針に沿って、「非正規雇用の処遇改善」「賃金引上げと労働生産性向上」「長時間労働の是正」「柔軟な働き方がしやすい環境整備」など 9 つの分野について具体的な方向性が示されている。
- 2) 総理府の「国民生活に関する世論調査」によれば、今後の生活の力点を「レジャー・余暇生活」におく人の割合と、同調査による現在の生活に満足している人の割合（満足している割合+まあ満足している割合）には正の相関関係がある（相関係数 0.724）とされている。
- 3) 総合保養地域整備法（通称：リゾート法）：昭和 62 年（1987 年）6 月に施行された現行法。国民の余暇活動充実・地域振興・民間活力導入などによる内需拡大を目的としている。
- 4) バブル経済の崩壊：1990 年代初頭の経済（バブル景気）が破綻することで、景気が急速に後退した一連の出来事をさす。バブル経済とは株価や土地などの資産価格や資産価値が膨張し、が経済の基礎的条件から想定される適正水準を大幅に上回る状況を示しており、経済が実体以上に泡のように膨張した状態が短期間で崩れ去った。膨らんだ泡（バブル）が破裂するような状況と似ているため、「バブル経済の崩壊」と呼ばれる。

- 5) 公益財団法人日本生産性本部：レジャー白書 2018 発表／「2017 年の余暇市場は 69 兆 9,310 億円で、前年比 0.2% 増と僅かであるがプラスとなった。インバウンド効果で、観光・行楽部門が伸び、スポーツ部門もプラスとなった。」と発表した。
- 6) 余暇開発センター：1972 年 4 月に余暇関連産業開発などを目的として設立された財団法人。日本における暇活動促進を政府・産業界の面から支えてきた組織。定期刊行物である「レジャー白書」は、日本のレジャー関連統計における最も権威ある指標であり、マーケティングリサーチなどの市場動向指標データとして広く活用されている。
- 7) 日本再興戦略 2016：政府はこれまでタブー視されてきた電力、農業、医療などの「岩盤規制」に切り込むとともに、さまざまな改革を断行してきている。今後、さらに持続的な成長路線に結びつけるため、戦後最大規模である「名目 GDP600 兆円」の実現を目指していくための政府戦略。
- 8) 生産志向：製品を低価格で供給することを重視するという考え方。生産を効率化し良い製品を大量かつ安価に供給するという生産力が価値の源泉となっている。
- 9) 販売志向：製品の売上げを伸ばして利益を獲得するという考え方。作れば売れる時代には生産が重視されるが、商品が市場にいきわたると、次には「いかに売るか」という販売志向が中心となる。
- 10) 山口有次：桜美林大学／ビジネスマネジメント学群／ビジネスマネジメント学類 教授 著書／『観光・レジャー施設の集客戦略』（日本地域社会研究所）『レジャー白書』（日本生産性本部）他
- 11) ロワジール (loisir)：余暇、レクリエーション、暇、閑暇、レジャー、閑散、お慰み、キャンプ、フリースタイル、リフレッシュメント、レクリエーション、余暇活動、命のせんたく、命の洗濯、娯楽などの意。
- 12) ジョフレ・デュマズディエ (Joffre Dumazedier)：フランスの社会学者／「余暇文明へ向かって (1962)」
- 13) 余暇開発センター：余暇関連産業開発などを目的として 1972 年 4 月に設立された財団法人。
- 14) 国民生活センター：1970 年に消費生活にかかわる問題の調査研究・苦情処理・商品テストなどを行なう独立行政法人。前身は国民生活研究所。2003 年 10 月独立行政法人国民生活センター法に基づき独立行政法人となった。
- 15) 霧生和夫 (1935 年 -)：日本のフランス文学者。埼玉大学名誉教授。埼玉大学教養学部専任講師、同助教授、同教授を歴任。
- 16) オイル・ショック：石油ショックをさしており、石油危機などともいう。1973 年（昭和 48）10 月におこった第四次中東戦争においてアラブの石油産出諸国がとった石油戦略による世界経済の一大変動。
- 17) リーマン・ショック：国際的な金融危機の引き金となった「リーマン・ブラザーズ」の経営破綻に伴うその後の株価暴落などを指す。リーマン・ブラザーズは当時米国第 4 位の投資銀行であったが、サブプライム問題などで経営が破綻した。／2008 年 9 月 15 日、米連邦破産法 11 条の適用を申請
- 18) コーホート (cohort)：ある特定期間に出生した人口、とくにある 1 年間に出生した人口集団を意味し、(同時発生集団)ともよばれる。第 2 次大戦後、とくに人口学の分野において用いられるようになった重要な概念である。／出典：株式会社平凡社世界大百科事典 第 2 版
- 19) 国立社会保障・人口問題研究所：厚生労働省の施設等機関。人口研究・社会保障研究、人口・経済・社会保障の相互関連についての調査研究を通じて、福祉国家に関する研究と行政を橋渡している。
- 20) 粟田房徳 (1940 年 -)：朝日新聞社、東京経済部、『週刊朝日』編集部、論説委員。2005 年宮城大学事業構想学部教授。2006 年流通経済大学スポーツ健康科学部教授。著書：『遊びの経済学』（PHP 研究所、1986 年、のちに朝日文庫に収録）など。
- 21) 数量景気：価格の上昇によってではなく、取引量がふえることにより企業収益が増加し、景気がよくなる状態をいう。

〔引用・参考〕

- ・経済研究所：「レジャー消費とレジャー活動の計量分析」／古賀誠・藤間淑夫・船津鴻太
- ・岩波書店：「広辞苑」（第六版）
- ・立命館経済学（第 50 巻・第 2 号）「日本の生活様式とレジャー消費支出」／森脇丈子

- ・現代社会科学叢書「余暇文明へ向かって」（1972）／J. デュマズディエ（著），中島 巖（翻訳）
- ・NTT コム リサーチ：「余暇の過ごし方に変化は見られるか」／2007/07/30
- ・レジャー・レクリエーション研究第 29 号（1995）：「レジャー産業の枠組みに関する考察」／栗田房徳
- ・レジャー・レクリエーション研究第 29 号（1995）：「レジャー産業の動向と現状，展望」／嵯峨寿
- ・レジャー・レクリエーション研究第 36 号（1997）：「わがレジャー産業研究の足跡」／嵯峨寿
- ・（独）労働政策研究・研修機構／日本労働研究雑誌 No.625：「日本人の余暇時間」／黒田祥子
- ・総務省：平成 28 年社会生活基本調査／統計調査部／国勢統計課労働力・人口統計室
- ・現代社会文化研究 No.21（2001.08）：「産業構造におけるスポーツ産業の範囲に関する研究 I」／渡辺保
- ・早稲田大学論文データベース：「利用者行動からみたレジャー施設に関する建築計画的な研究」／山口有次
- ・潮出版社：講座日本の将来 5（1969.11）「余暇時代と人間」／清水幾太郎，辻村明，坂本二郎，霧生和夫編