

# 平成20年度事業計画書

自 平成20年4月 1日

至 平成21年3月31日

財団法人 ハイライフ研究所

## 1. 各研究の概要

### ① 21世紀のハイライフに関する研究

#### 〔研究テーマ 1〕

#### 「食の健康および食育支援展開に関する研究」

～育児における食育と「店舗」を基点とした食育コミュニティの確立～

#### 〔研究趣旨〕

近年の日本における、社会経済構造の変化に伴う国民のライフスタイルや価値観・ニーズの高度化・多様化は、食生活やこれを取り巻く環境にも大きく影響しています。特に不規則な食事、栄養の偏り、それに伴う肥満や生活習慣病の増加、そして、遺伝子組み換え作物やBSE等に見られる“食の安全”の危機、さらには食の海外への依存、洋風の食生活の浸透と家庭における伝承作業の脆弱化等による伝統的食文化の衰退等、多くの問題が顕在化しており、健全な食生活の再構築を目指した対応が大きく望まれている状況にありこれに対応を図る必要があると考え研究を意図しました。

#### 〔研究概要〕

ハイライフ研究所がこれまで取り組んできた食及び食育に関する研究によって得られた知見を活用し、健全な食生活構築を実生活の場で支援する、より具体的な研究として、『ストアにおける食育支援展開のあり方研究』をメーカー・卸・小売の方々の参加を得て実施したいと考えています。

ストアは生活者の食生活に重要な役割を果たしている食材購入の窓口であり、献立や調理等も含め家庭の食卓に大きな影響力を有しています。そして見逃してはいけないのは、その媒体としての価値です。多くの主婦が、ストア店頭において献立のヒントや食材に関する知識を吸収しており、この場における食育アプローチはその実効性に大きな可能性を秘めていると言えます。

今研究においては、この点に着目し、ストアにおける消費者のライフステージごとの具体的な食育支援展開の有り様を2年にわたり研究したいと考えております。

#### 〔研究体制〕

研究機関：ハイライフ研究所

総括推進者：新津 重幸（高千穂商科大学理事・大学院教授）

専門家・研究メンバー：

大塚 明（株式会社ヤオコー）

中島 聡（明治乳業株式会社）

高橋 晋（マーケティング総合研究所）

社団法人日本セルフサービス協会

他

## [研究テーマ 2]

# 「コンテンツが形成するライフスタイル」

### 「研究目的」

マンガ、アニメ、ゲームなどいわゆるコンテンツは、これまでの娯楽的な時間消費の局面から、日常生活を営む上で必要な利便性を供給する局面にも展開し始めてきた。

たとえば、マンガは各種のマニュアル表現に利用されたり、ワインや食文化を理解する啓蒙的な役割を担い始めている。

さらに昨年販売されたゲーム機 Wii に見られるように、スポーツシミュレーターの機能から、健康管理などさまざまな局面で生活に密着し始めている。このようにコンテンツは生活そしてそれを介して形成されるライフスタイルにも大きな影響を与え始めている。今後の情報ネット社会と相まってこの傾向は促進されていくと考えられる。

今年度の研究ではコンテンツと日常生活との関わりに関し、その現状と動向を把握する。

### 「研究概要」

- ・ コンテンツと日常生活に関わる事例調査
- ・ 利用者の評価
- ・ 開発者の意図
- ・ 状況を生じさせる社会環境分析
- ・ 新たに生じたライフスタイルの分析
- ・ 今後の動向

### 「研究方法」

- ・ 専門家を中心にした研究会による検討
- ・ 文献等による事例調査
- ・ 開発者へのインタビュー調査
- ・ 利用者へのインタビュー調査

### 「研究体制」

研究機関：財団法人ハイライフ研究所

総括推進者：長谷川 文雄（JR 東日本・フロンティアサービス研究所長）

※総括推進者の下、専門家研究会を発足させ研究を推進

## ② ハイライフモデル調査の展開

### [研究テーマ 1]

#### 『少子高齢化社会における「地域社会の行方」研究』

##### 「研究の背景と狙い」

21世紀の日本はグローバル経済、少子高齢化社会がともに急激に進展している。私たちは程度の差こそあれ、激化する競争社会、流動する労働社会に対して個人的もしくは社会的なウェルネスを求めようとしている。他方、団塊世代の退職等、今後本格的な高齢社会を迎えるに至り、医療・福祉・年金などの社会保障や世代間負担、都市—地域間の格差、地域社会の崩壊などの社会的課題に直面している。

これらの課題に対し、地域社会において様々な取り組みが実践されている。地域の自然・文化・社会資源を活かし「健康ツーリズム」や「エコツーリズム」などの新たなタイプの観光を推進すること。少子高齢化社会をいち早く迎えた地方において団塊世代などシニア層を誘致し、定住化や2地域居住を推進し、地域産業や地域のコミュニティの活性化や再生に結びつけること。伝統産業とアーティストとのコラボレーションによる地域ブランドの創造。地域自然資源を活かした環境産業や地域福祉を担う社会的企業の育成などが各地で展開されている。

本研究は、2年にわたる研究とし、1年目は地域社会における多様な取り組みを把握し高齢社会における個人にとっての「生きがい・生活設計・コミュニティ生活」等のライフスタイルの側面と、地域社会における「医療・福祉・雇用・コミュニティ環境」を支える地域政策の側面から分析を加えた。2年目は、この分析を元にさらに先進的な取り組み事例を加え地域コミュニティ再構築ための方策を具体的に検討し、提起する。

##### 「研究フレーム」

‘08年度は地域社会再生の根幹にある「持続可能性」に焦点を当て、国内外の取り組み事例を比較分析し、地域振興の方策を提起することを目的に調査研究を行う。

具体的には、日本と同様に少子高齢化するEUの地域社会の取り組みを参照し、日本の地域社会とのマッチングを検討するとともに、日本の地域社会における雇用・産業・生活に係わる複合的な地域戦略のあり方を提起する。

##### 「研究体制」

研究機関・研究事務局：ハイライフ研究所

共同研究機関：山梨総合研究所

## 〔研究テーマ 2〕

### 「団塊世代の街への愛着に関する研究」

#### 「研究概要」

団塊世代が定年退職に伴い、長年勤めた会社から地域に帰ってくるという指摘がされて久しい。既往の研究では、団塊世代は退職後、収入は減少する一方で、自由な時間が増えることにより、物質消費者から自由時間消費者、つまり、「心の余裕」を消費する立場に変化するであろうことが指摘されている（「団塊世代の退職研究」2006年度ハイライフ研究所研究報告）。退職後のライフスタイルとして、海外旅行や地方移住などの例が取り上げられることも多いが、それらはあくまでも、一過性のものであったり、少数の者が実現できる範囲のものである。したがってここで、重要な観点となるのは、「心の余裕」を享受できる場が、日常的な範囲、つまり、居住地の近隣や、居住地周辺の都市に備わっているか否かであると考えられる。そのような場が身近に存在する地域は、魅力的であり、居住者の愛着が促進され、街としての価値が高まると言えるであろう。また、まちづくりをする側に立てば、従来の利便性・効率重視の計画から、「心の余裕」を優先した計画へと変化を遂げる機会になるとも捉えられるであろう。

本研究は、今後、地域で長い時間を過ごすことになる団塊の世代の人々が、近隣地域や周辺都市において、「心の余裕」を享受できる場所とはどのようなものか、つまり、豊かな居場所のあり方について調査し、今後求められる都市環境整備の一指針を示すことを目的とする。

#### 「研究方法」

- ・ アンケート調査（ネット調査も想定）による意識・行動の把握
- ・ 特定地域における住民インタビューによる意識・行動の把握
- ・ 特定地域におけるフィールドサーベイによる地域特性の把握

#### 「研究体制」

研究機関・研究事務局：（財）ハイライフ研究所（研究幹事、運営、事務局機能）

共同研究機関：有限責任事業組合人間環境デザイン研究所（LLP-HED）（研究企画分担、研究統括、調査実施、報告書作成）

研究統括：大野隆造（東京工業大学教授）

研究担当：定行まり子（日本女子大学教授）

三輪律江（横浜国立大学准教授）

辰巳渚（文筆家）

川上正倫（一級建築士事務所 101 デザイン主宰）

添田昌志（LLP 人間環境デザイン研究所）

### ③ハイライフ研究に関する普及活動

#### 「ホームページの充実」

- ◆ 20年度も研究報告書の全文掲載、シンポジウム・講演会等の内容の掲載等を実施するとともに、ハイライフ研究所の情報発信の場として充実を図っていく。
- ◆ 17年度に始まった動画配信を更に推し進め、セミナーだけでなく、全研究の結果報告も、報告書の他に30分程のダイジェストにまとめた講演スタイルでの発表を行う。
- ◆ 引き続きホームページのデザインの見直しと使い勝手の向上を図る。

#### 「ホームページ上での恒常的なデータ・情報提供の実施」

- ◆ 研究成果の活用手段、情報提供手段としてのホームページの重要性が高まっており、これに対応し日々惹起する社会変化に対応する各種情報を提供していく。
  - ①「High-Life」データファイル（仮）
    - ・ ライフスタイルの変化にかかわる「新しいトレンド」データや「大きな転換を予兆する」データを長期データを重ね合わせて分析し月1回くらいのペースで提供していく。
  - ②「都市生活マガジン」（仮）
    - ・ 都市における開発、住まい、暮らし等に関する情報をタイムリーに提供。また、情報提供や意見を募る等生活者との2Wayコミュニケーション展開も図りたい。

#### 「広報誌の発行」

- ◆ 研究成果発表の場としてはHPがあり、広報誌「ハイライフ研究」ではライフスタイル研究所としてのハイライフ研究所の理解獲得へ向けた広汎なアピール展開を中心に、研究テーマや研究者開発も含めより積極的な活動構築を目指した戦略的なツールとして活用を図りたい。
- ◆ 今年度は、従来展開と方向性を変えた昨年度に引き続き
  - ・ 生活者との交流強化を念頭に、深耕、提言化等の視点が必要な研究とは一線を画し、生活者の興味を喚起するよりよい生活を構築するうえで必要な幅広い要因に目を向け、テーマを開発し、わかりやすく編集できればと考えている。  
※ライフスタイル研究所としてライフスタイルの変遷など読んで楽しい内容作りや、よりよい生活を営む上で不可欠な文化・カルチャーの取上げ等も考えたい。
  - ・ 活動基盤強化を念頭に研究者や生活者とのネットワーク作りや今後の研究テーマ発掘の場としても戦略的に機能させていく。
- ◆ 今年度は、12月初旬に発刊をしていきたい。

#### ④ハイライフ研究に関する催しの開催

ハイライフ研究に関する情報発信、また、よりよい生活構築に向けた啓蒙・提言・行動を行うため、講演会・シンポジウム等を企画し実施する。

今年度は、研究を組み込んだセミナーや他団体との連動によるセミナー等、事業活動の立体化へ向けてセミナー展開を強化します。

i. 「日本を地域から変える」

- ◆これまで取り組んできた、持続可能な地域社会構築へ向けた取り組み先進事例の調査研究の成果に基づき、展開のありようを研究しそれに基づいて啓蒙セミナーを実施

※なお、研究に関しては、出版を予定。

※また、セミナー実施に関しては東京・京都の2地域を予定。

ii. 「育児における食育と「店舗」を基点とした食育コミュニティの確立」

- ◆「食の健康および食育支援展開に関する研究」に基づき、消費者にとって食材購入の窓口であり、且つ、食に関係する情報摂取媒体でもあるストア店頭における食育のありように関し具体的展開を交え、食材提供の実務家を交えセミナーを実施。

の2つの催しを考えております。

## 2. 受託研究

20年度は予定されておられません。