

健康増進施設の受容に関わる 調査の結果概要

令和2年2月
利根町

健康増進施設の受容に関わる調査の結果概要

本調査では、日常的な生活行動の実態把握を兼ねつつ、健康増進施設の利用意向と受容性を探るべく、3つの調査を行った。(1)、(2)が町内在住者を対象とし、(3)は利根町近隣住民を対象としたものである。なお、(3)は、利根町に健康増進施設が出来た場合、周辺地域からの集客に結び付くのかを検証することを目的とする。

(2)と(3)は定量的な調査であり、相互に数量を比較することが可能である。

(1) 利根町住民に対するフォーカス・グループ・インタビュー 実査：2019年9月2日、7日 FGIと略称。対象者は、①利根町在住の60～70代シニア各5人×2グループ、②30～40代中年5人1グループ、③20代若年5人1グループ
(2) 利根町住民に対するアンケート調査 実査期間：2019年10月26日～11月13日 町内調査と略称。住民基本台帳からの無作為抽出した、20～75歳までの利根町町民1,500人に対して調査票を郵送し、記入後、郵送返送してもらう方法。有効回収数631サンプル(回収率;42.1%)
(3) 利根町近隣住民に対するWEBアンケート調査 実査期間：2019年9月21日～23日 町外調査と略称。登録されているインターネットパネルをアンケートサイトに誘導し、アンケートに回答してもらう。①千葉県東葛エリア(我孫子市 柏市)200、②千葉県印旛エリア(印西市 栄町 成田市)200、③茨城県南西エリア(取手市 牛久市)200、④茨城県南東エリア(龍ヶ崎市 河内町 稲敷市 阿見町 美浦村)200で構成される計800人。

《回収結果について》

(2)の郵送調査については、比較的高い回収率となった。アンケートのタイトルになっている「健康増進」や入浴施設といった内容について町民から興味を持たれていることの現れと考えられる。

なお、回答者のうち、70代の比率が最も高く、60代と合わせて回答者全体の半数を占める。このような年代分布により、調査結果全体がその影響を受けていることにも留意しておきたい。

(1) 買い物と運動・スポーツ行動

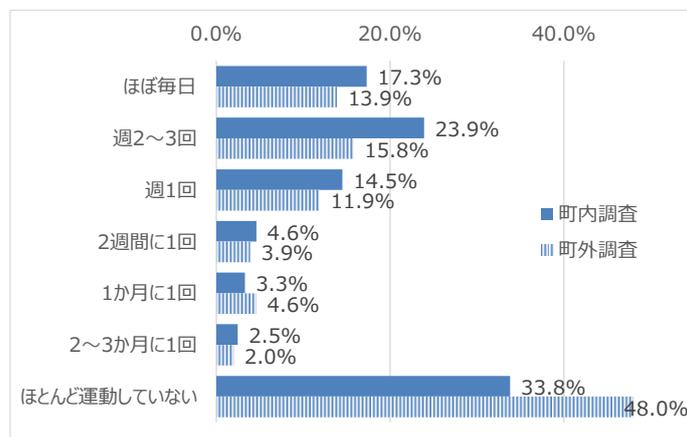
車を使つての広域での買い物とレジャー行動が見られる。運動・スポーツについては、もっとたくさんしたいという欲求は高いものの、現状では高年層での手軽な実践が中心となっている。

- ・買い物は、利根町内のみならず、龍ヶ崎市、取手市、印西市など、広域で行われている。70代であっても、利根町が中心であるものの、龍ヶ崎市など周辺まで足を伸ばしている。
- ・買い物を含めた外出実態については、FGIより、シニアは家族・親族関係の外出先、中年は子育て世帯が多いためレジャーのための外出、そして若年は買い物と友人と会うためとなっている。
- ・移動手段としては車を使用する場合が圧倒的に多く、それ以外の手段はほとんど使用されていない。町外調査の結果と照らし合わせると、利根町住民は、周辺地域在住者よりも自動車依存が高いこと

が裏付けられた。FGI でのシニアからは車の運転に対して、不安感が示された。

- ・運動・スポーツを日常的にしている人は、町内調査では「ほぼ毎日」と「週2～3回」で合わせて4割であった（図表1）。「ほとんど運動していない」は回答者の1/3と少数であったが、町外調査では5割近くに上った、60～70代では1週間のうち1回以上が多数派であり、とりわけ70代ではほぼ毎日は3割に達している。一方で、ほとんど運動しないという層は、20～50代では半数近く存在し、定期的に運動・スポーツをするとの回答者と両極化する傾向がある。

図表1 普段、運動・スポーツをする頻度



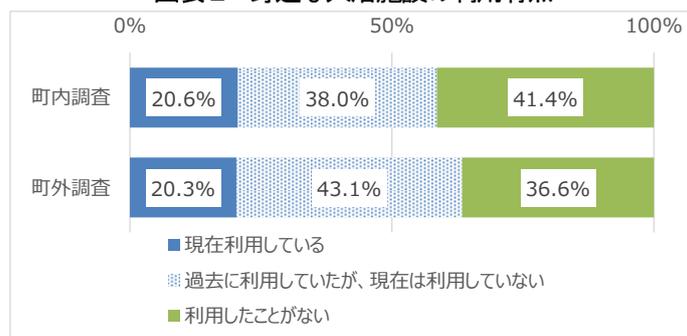
- ・種目としては、ウォーキング・散歩が圧倒的に多く、体操・ストレッチ、筋力トレーニングもまとまった人数がいるが、それ以外の種目では実践している人数は分散傾向にある。
- ・FGIより、シニア、中年は「健康づくりのために運動をしている」との声が多く聞かれた。若年は調査対象者5名中4名が「何もしていない」と回答している。
- ・運動・スポーツ頻度の増減意向としては、「頻度を増やしたい」と多くの人が考えている。20～50代は、現状あまり運動・スポーツを実践できていないとの自覚があつてか、増やしたい意向が目立つ。

(2) 入浴施設の利用状況

入浴施設を現在利用している人はさほど多くないが、隣接(龍ヶ崎市、取手市、印西市)のスーパー銭湯に月1回もしくは2～3月に1回ペースで通っているケースが多い。リラクセスや癒しを目的に訪れており、清潔、値段の手頃さ、広さなどはマスト条件となっている。

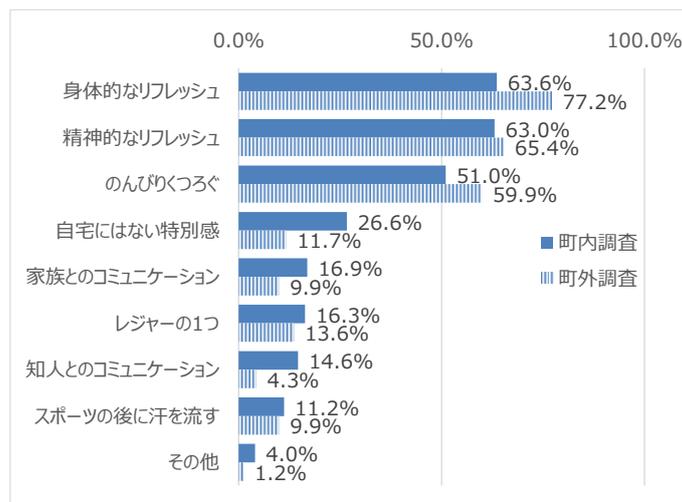
- ・入浴施設を現在利用している人は2割、過去に利用していたが、現在は使用していない4割、利用したことがない4割という結果である（図表2）。多くの人にとっては、入浴施設は日常生活から程遠い存在になっている。最も利用しているのは50代で、逆に60～70代は半数が未経験者である。

図表2 身近な入浴施設の利用有無



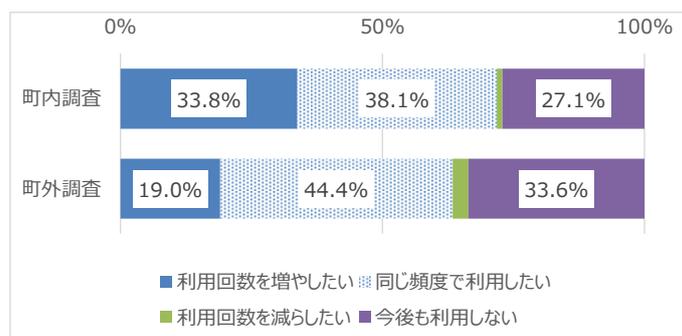
- ・現在利用している入浴施設は、スーパー銭湯が圧倒的であり、温泉、健康ランドがかなり差をつけられる形で挙げられている。
- ・入浴施設に行く目的（図表3）として、リラックスできる場所であると同時に、非日常の場としての活用、コミュニケーションの場といったいくつかの動機が見られる。FGI では、シニアで、団体でカラオケと飲み会を行っているケースが複数聞かれた。中年では家族利用、若年では一人でのんびりと過ごすために利用されているなど、TPO などに応じた使い分けがなされているようすである。

図表3 入浴施設に行く目的（複数回答）



- ・1回あたりの支払額は、1,000円が圧倒的に多く、1,500円との回答を合わせると、過半数となる。高額な支払者もいるために、各回答に重みづけを与えて計算する加重平均値を算出したところ、平均客単価は1,800円となった。女性での支出額が男性のそれを200円ほど上回っている。
- ・行く頻度は、1か月に1回と2~3か月に1回が多く、この2カテゴリーで過半数となる。町内調査、町外調査の割合を比較しても大きな差は見られない。
- ・入浴施設選びで重視する点としては、「清潔」が際立って高く挙げられており、「安さ」、「お風呂の広さ」、「男女が別で露天風呂がついている」などとなっている。全体的に町内調査の方が各項目に対する重視度合いが高く、求めているものへのこだわりの強さが感じられる。
- ・入浴施設の今後の利用意向（図表4）としては、利用回数を増やしたいが1/3を占め、町外調査で見られる意向よりもかなり高い。40代、50代では増やしたい人が半数近くいることで、働きかけ次第で、入浴施設のコアな受容層になることが想定される。

図表4 入浴施設についての今後の利用意向

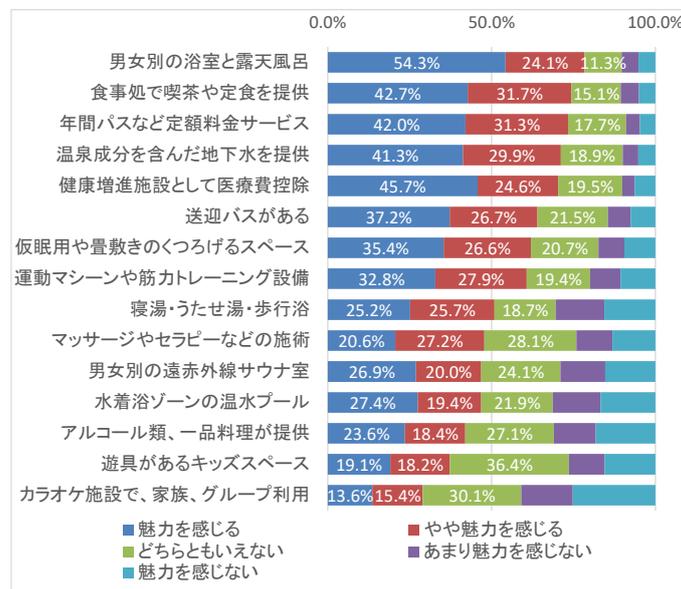


(3) 利根町に入浴施設ができた場合の受容度合い

利根町民の町施設の利用意向は非常に高く、週1回以上の利用が想定されている。隣接では茨城南東からの意向が高くなっている。年間パスポート、温泉成分を含んだ地下水、男女別の浴室と露天風呂などの魅力が利用意向を高めている。民間事業者の効率的な運営がよいとされている。

- 魅力度合いが高いとされた項目（図表5）としては、「男女別の浴室と露天風呂」「食事処で喫茶や各種定食・麺類を提供」「年間パスポートなどの定額料金サービス」「温泉成分を含んだ地下水を沸かして提供」「健康増進施設として認定、医療費控除の対象」がベスト5である。年代によって魅力を感じる程度に差が見られる。例えば20代では、食事処、仮眠用スペースや畳敷き、運動マシーンや筋力トレーニング、アルコールの提供、温水プールなどの項目において、魅力を感じる割合が最も高くなっており、多用途なアクティビティが提供される施設としての期待がみられる。

図表5 それぞれの項目についての魅力度合い（魅力を感じる計でソーティング）

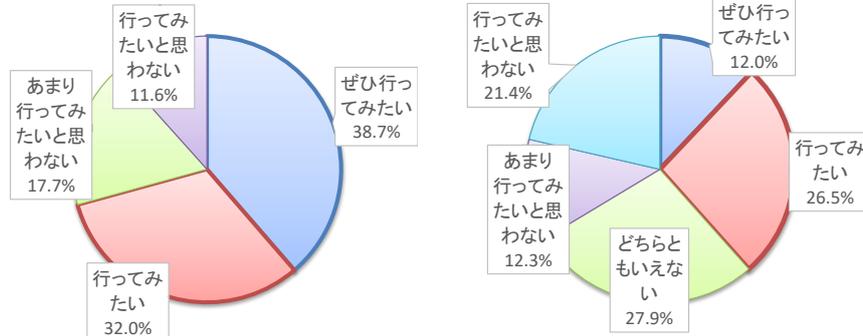


- FGI では、設備について具体的な画像を提示して魅力を尋ねているが、中年での高評価が得られたものの、若年では十分な魅力が感じられていない。また天然温泉であることについては、シニアが最も重視しており、「どのような設備であっても、温泉水でなければ行かない」との意見が強い。
- 年代によって認識差が生じたのはトレーニングルームについてであった。意向が強かったのは中年で自分が使いたいとの意見、若年では条件次第では使ったみたいとの意向であった。シニアでは、マシーン自体は評価されつつも、高齢者には“ハード過ぎではないか”といった見方も示された。
- 町内調査での利用意向（図表6）は、ぜひ行ってみたいが4割、行ってみたいが3割の計7割と高い割合となっている。高い利用意向を示しているのは、50代、もえぎ野台居住者、現在入浴施設利用者、今後入浴施設の利用を増やしたい意向者である。FGI では、年代が下がるほど、利用意向が高まる傾向であった。
- 町外調査での利用意向（図表7）では、ぜひ行ってみたいが1割、行ってみたいが2割後半の4割である。町外調査の場合には、「どちらともいえない」という中間的な選択肢を設けており、これを選んだ人が2割後半存在する。条件次第では、利用を促すことが可能な層といえる。茨城県南東エリア（龍ヶ崎市、稲敷市）在住者、20代、現在入浴施設利用者、今後入浴施設の利用を増やし

たい意向者、利根町経験ありといった属性で高い割合となっている。

(左) 図表 6 利根町の入浴施設について利用意向

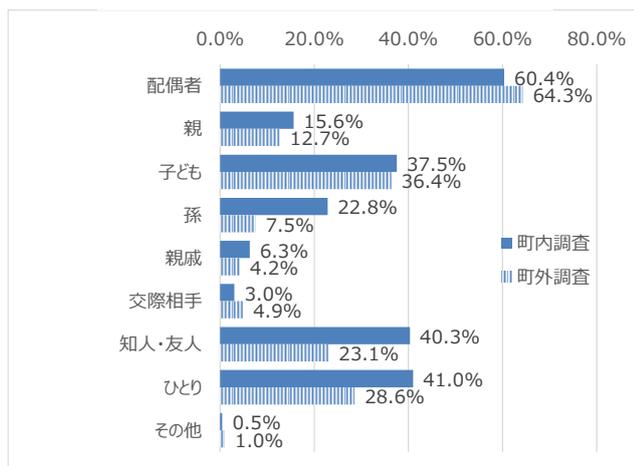
(右) 図表 7 町外調査における利根町の入浴施設についての利用意向



・入浴施設の利用意向度と各魅力度合いの程度との関わり合いを明らかにするために、統計学的な《重回帰分析》という手法を使い、解析した。年間パスポート、温泉成分を含んだ地下水を沸かして提供、食事処、男女別の浴室と露天風呂、仮眠用スペースや畳敷きという魅力度5項目が、利用意向に影響を与えていることが明らかになった。町外調査での結果でも、ほぼ同じ項目が挙がったが、食事処に代わって「健康増進施設として認定、医療費控除の対象」といった項目が入っていた。

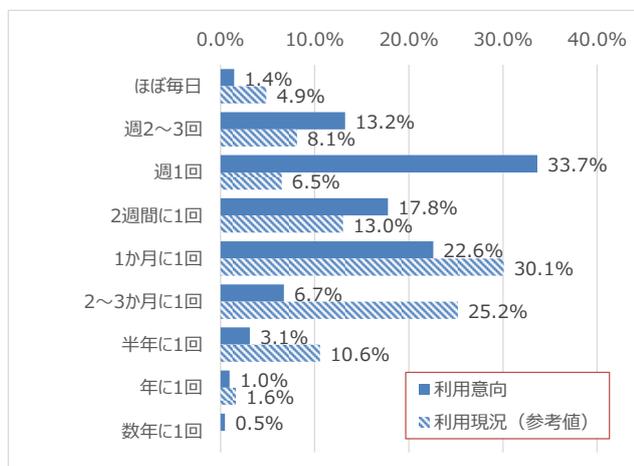
図表 8 誰と入浴施設に行くのか

・誰と入浴施設に行くのか(図表8)という点では、配偶者、友人・知人、子どもなどが想定されている。



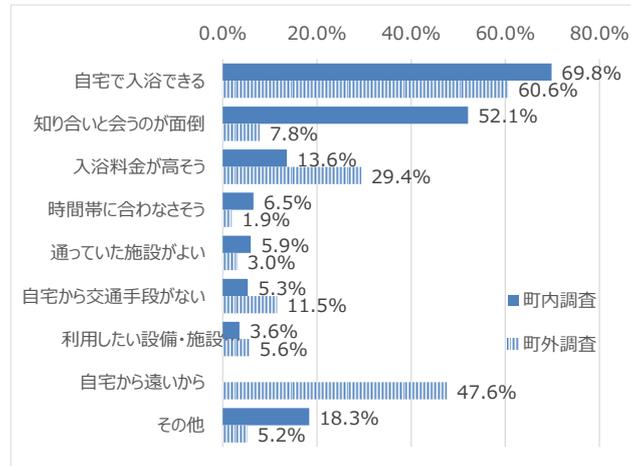
図表 9 入浴施設の利用頻度意向

・利用意向者の利用頻度(図表9)としては、週1回が1/3から示されており、週1回以上では過半数となる。現在入浴施設利用者の利用頻度も図示しているが、それに比べると、週1回の回答割合が非常に高まっていることがわかる。年代が上がるにしたがって、週1回以上利用の割合が増加している。



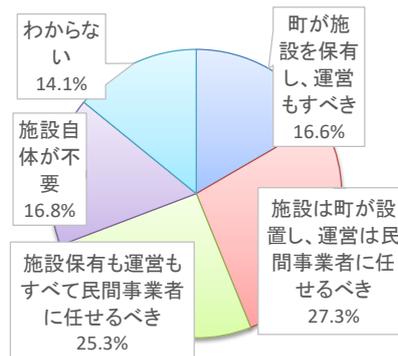
- ・利用意向がない人に行ってみようとは思わない理由を尋ねたところ(図表 10)、「自宅で入浴できる」が回答者の大半であったが、「知り合いに会うのが面倒だから」も半数近くから指摘されており、若年層で理由に挙げる人が多い。FGI では中年女性より「知っている人に会うのが嫌なのであえて印西まで行っている」という声も聞かれた。こうした見方の存在にも十分に留意すべきであろう。

図表 10 非利用意向者が利根町の入浴施設の利用しない理由 (割合が高い順にソーティング)



- ・町外調査で利根町施設を利用しない理由は、「自宅から遠い」を挙げる人が最も多く、とくに千葉県南西(取手市, 牛久市)はこれを理由とする割合が高い。
- ・入浴施設の運営方法については(図表 11)、「施設保有も運営もすべて民間業者に任せるべき」(＝民設民営方式)、「施設は町が設置し、運営は民間事業者に任せるべき」(＝官設民営)とほぼ同一割合であった。「町が施設を保有し、運営もすべき」(＝官設官営)、「施設自体は不要」はそれぞれ1割後半であった。町の入浴施設の非利用意向者では、「施設自体が不要」との回答が6割近くとなっている。

図表 11 健康増進施設の運営方法



- ・FGI では、どのグループからも民営の方が魅力的な施設になるが、利用料が高いと予想されている。シニアからは、町が税金で作ることについての批判的な見方が示されている。

(4) 費用についての評価

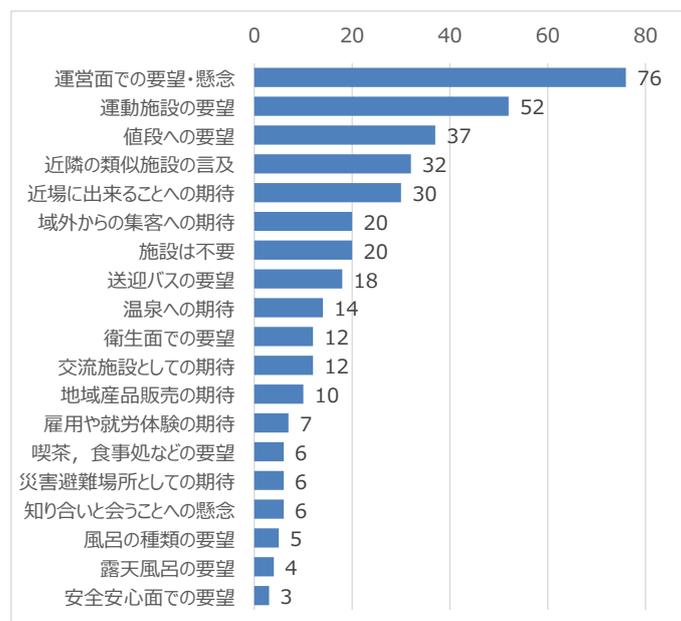
お値打ち感は求められているが、付帯サービスは基本料金に加えて 300~500 円プラスしての支出も許容されている。安価過ぎることに対して提供サービスの質が保たれていないのではないかと警戒感が持たれている。

- ・回答者の価格下限値、お値打ち感、価格許容の上限値など具体金額を記入してもらったが、その回答結果より、基本料金プランとしては、500円～1,000円の間、付帯的なサービス付きプランでは、800～1,500円の間が妥当な価格域であると考えられる。自由意見からは、かなり割安な金額（100～200円）、町民対象、あるいはシニア対象の割引価格の要望が挙げられていた。
- ・FGIでも具体的な金額を示し、それについての評価を尋ねているが、高齢者料金を示しており、シニアには納得されている。ただ、中年、若年からは高いとの意向、さらにはプールのみ、お風呂のみ、トレーニング込みなど、利用用途に応じた料金プランがあることが求められている。
- ・回数券、年間パスポートの仕組みは金額の精査が必要ではあるものの、仕組み自体はあった方がよいと思われている。

(5) 自由回答記述で寄せられた健康増進施設への意見

- ・自由回答欄には、224人が書きこみをされた。一人の書き込み文章の中には、複数のトピックスが含まれている。もっとも書きこみが多かったのは（図表12）、運営面での要望や懸念といったもので76件あった。224人のうち、およそ1/3がこのトピックスに近い内容に触れており、関心の高さがうかがえる。行政が設置するのか、それとも民間業者に任せるのかといった問題についての言及、近隣市に同様の施設が点在していることから、それらとの競合や差別性をもった事業展開ができるのかといった点でのコメントが多くなされている。
- ・次に運動施設・設備の要望が52件で、運動やスポーツができる設備や恒久施設への言及である。具体的には、ジム、トレーニングルーム、温水プールなどを設置してはどうかというものである。
- ・その次には、値段への要望37件、近隣の類似施設の言及32件、近場に出来ることへの期待30件、域外からの集客やまちの活性化に関わるものが20件、施設は不要としたものが20件などであった。
- ・さらに、送迎バスの要望18件、温泉への期待14件、衛生や清潔面での要望12件、さまざまな人が集まる交流施設としての期待12件、利根町産の農産物や地域産品を販売することへは10件の指摘があった。“知り合いと会うのが面倒”という懸念も6件示された。

図表12 自由回答の書き込みで言及されていたトピックス（多かった順、単位：件）



(6) 全体的な総括

- ・入浴施設を中核とした健康増進施設についての受容性は確認されたと思われる。ただし、同様の施設が近隣に複数あり、そちらとの比較において設備や使い勝手が悪いと判断された場合には、利根町施設のリピートは期待できなくなる。
- ・またいかによい施設であっても施設の陳腐化、飽きられることは避けられないために、早いサイクルで交換可能な装置で定期的に利用するモチベーションを維持し、さまざまなイベントがあることによって“にぎわい感”を創出するなどして、魅力度合いを更新し続けることが必要であろう。
- ・継続的な集客のためには、清潔かつ値ごろ感ある中核的な入浴施設とともに、プラスアルファのソフト的な要素が重要であると考えられる。その候補になるのが、食事処、運動設備、リラックスやコミュニケーションの空間などである。

業務委託 (株) JTB

監修・制作協力 立正大学文学部 浅岡研究室

(株) アイディエーション

Web 調査実施 クロス・マーケティング(株)