

1. 研究の背景

我が国において総合政策としての余暇政策が本格的に開始されたのは1972年と考えられるが、それは、余暇が国民的課題となったことを示している。

人々の生活環境はこの30年の間に大きく様変わりした。とりわけ、余暇享受と関わりの深い時間資源（長寿化、労働時間短縮、休日の増加、高学歴化、家事・育児・介護環境等々）と就労環境（時短、フレックス化、各種休暇制度、雇用の多様化・流動化、女性の社会進出、NPO活動等々）の変化には、質量ともに目を見張るものがある。

たとえば、1973年の総実労働時間は2184時間（労働省「毎月勤労統計」）、完全週休2日は企業割合でわずかに1.5%、適用労働者割合でも9.9%（労働省「賃金労働時間制度等総合調査」）にすぎなかった。しかし、2001年調査では総実労働時間1848時間、完全週休2日は企業割合33.6%、労働者割合57.6%と大きく拡大している。地域の余暇関連施設や講座も整備された。各種世論調査によれば、人々の生活価値観は大きく余暇重視へと傾斜しており、余暇を楽しむことへの社会的認知は30年前とは比較にならないほど広がっているように思われる。

それでは実際に生活における余暇の位置づけは高まり、生活の充実感に対する「余暇」の寄与度が拡大し、そして、余暇を楽しむやすい環境条件が整っていく中で、「余暇」と生活全体の充実感が加速的に増大しているのだろうか。それを検証するためには、まず現状を多角的に把握する必要がある。本研究は、最新の調査データに対し過去において有効性が認められている手法を用いて、現状把握のための分析をおこなったものである。

国の余暇政策の一環として1972年に設立された財団法人余暇開発センター（現在は自由時間デザイン協会に改称）では30年の間に、余暇を主題とする多数かつ大規模なアンケート調査を実施してきたが、それらの中には、設立当初から今日まで、継続的に使用されている調査項目や分析手法がいくつか存在する。

人間の生活行動システムを経済基盤系としての仕事生活、生活基盤系としての家庭生活、生活創造系としての余暇生活という3つのサブシステムから成り立つものと捉え、それら三者の相互関係や生活行動システム全体に対する役割や貢献を明らかにしようというアプローチは、その代表的なものといえよう。

とはいえ、全国規模のアンケート調査の実施には予算上や設問量等の制約があるため、定期的にこうした主旨の調査を同一仕様によりおこなってきたわけではない。昨年（2001年12月）久々に前述の3つの生活領域の充実度を全国調査の設問項目に加えることができたため、ここではそのデータを用いて生活全体の充実感と3領域の関係、および余暇の過ごし方と充実感との関係についてとりまとめた。ただし、サンプリングや設問アイテム・文言等の面で厳密な整合性・継続性に課題が残るため、今回の研究では過去との比較は基本的にはおこなっていない。

2. 研究の目的と方法

上記の問題意識に基づき、本研究では、これまで同財団で継続的に実施されてはほぼ有効性が検証されている代表的な手法を用いて、自由時間デザイン協会が2001年12月に全国15歳以上個人3000人を対象に訪問留置法で実施した「余暇活動に関する調査」(有効回収2431)を対象に分析した。

研究目的として、今回解明を試みた内容は以下の通りである。

- (1) 前述した3つの各生活領域の充実感の把握と余暇の位置づけの検討
- (2) 生活全体の充実感に対する各生活領域の寄与度
- (3) 各生活領域の充実感の組み合わせ類型と余暇の過ごし方の関係

3領域と生活全体の充実感を測定する設問として、「仕事」「家庭」「余暇」の3領域および「生活全般」のそれぞれについての充実感を4段階で尋ねた。また、余暇の過ごし方については、現状と希望の双方について、従来から使用されている9つの項目から該当上位3項目を選択する方法を採用した。分析は、収集されたデータの全体集計、クロス集計、数量化Ⅰ類を組み合わせおこなった。

3. 結果と考察

(1) 領域別充実感と余暇の位置づけ

「仕事(無職の人は家事や学業)」「家庭」「余暇」「生活全般」のそれぞれについて、「充実している」(積極肯定)「まあ充実している」(消極肯定)「あまり充実していない」(消極否定)「充実していない」(積極否定)の4段階で尋ねたところ、積極肯定が最も多かったのは「家庭」(21.6%)であり、「余暇」(13.7%)は「仕事」(18.6%)を大きく下回った。

次に、積極肯定と消極肯定の合計を「充実感ありグループ」、消極否定と積極否定の合計を「充実感なしグループ」と見なして検討したが、充実グループが回答者に占める割合は、「家庭」83.4%「仕事」78.7%「余暇」60.8%であり、「家庭」「仕事」「余暇」という順位は、当方が把握している過去のすべての類似調査と同様であった。

余暇充実グループを性・年齢別に比較すると、60代以上男性(70.3%)、10代女性(69.7%)、60代以上女性(68.8%)、20代男性(66.3%)、20代女性(64.8%)と続き、30~50代の中堅世代との間で2極分解している。時間的なゆとりが大きな要因となっていることが伺われる。

さらに充実感の有無の組み合わせから8類型を抽出し、その割合を検討したところ、3領域すべてに充実感を感じている人(充実している+まあ充実している)が最も多く50.1%と回答者の半数を占め、次いで「仕事・家庭充実」21.1%で、この両者を合計すると全体の7割に達することが明らかになった。それ以下の6類型の各占有割合は分散傾

向を示すが、僅差とはいえ「3領域すべて充実せず」（7.2%）が第3位に位置した。

（2）生活全体の充実感に対する各生活領域の寄与度

生活充実感の構造を把握するために、「生活全般」の充実感を目的変数、3領域のそれを説明変数として数量化Ⅰ類を用い、各領域の充実感のスコアの最大値と最小値の差（レンジ）を取りそれを標準化して百分比で比較する方法は、これまで生活全体の充実感に対する各生活領域の寄与度の分析に有効に機能してきた。そこで本稿でもこの手法を用いて検討した。積極肯定と消極肯定の合計を充実感ありとしてスコアを算出したところ、「生活全般」の充実感と各領域の充実感は従来研究同様、すべてプラスの相関を示した。

3領域の寄与度を百分比に換算した生活充実感の構造は、「仕事」22.5%、「家庭」49.7%、「余暇」27.8%で、予想通り過去の類似調査に比べ全体的な傾向として「仕事」の影響力が大きく低下し、相対的に「家庭」と「余暇」の寄与度が高まっていることが想定される結果が得られた。「仕事」より「余暇」の寄与度が大きいことは注目に値する。そして、寄与度が高まっているにも関わらず、「余暇」の充実感は相変わらず「仕事」より低いところに今後の課題があるといえる。つまり、寄与度の上昇と連動させて充実感を高めることができなければ、「生活全般」の充実感には結びつきにくく、人々の総体としての充実感は上昇しないのではないかということである。

従来はともすれば寄与度についても「仕事」か「余暇」かという2項対立的なバーター関係を前提に、「仕事」から「余暇」への移行が期待されがちであった。しかし、本稿では触れないが、生活価値観等の要素を組み込んだ比較分析では、「仕事」の寄与度の低下が必ずしも「余暇」の寄与度の拡大に結びつかず、「余暇」にシフトする場合と「家庭」にシフトする場合がある等、多様な構造が見られた。また、生活における「余暇」の位置づけの高さや重視度と「余暇」の寄与度の高さはストレートに相関しているわけではない面も見られる（第43回日本社会心理学会論文集の筆者の項参照）。

余暇開発センター設立直後の調査では、サブシステムに「コミュニティ・地域生活」を加えて4領域とし、生活充実感や生きがいに対する寄与度の算出を試みた研究がなされていたことがあったが、「地域生活」の寄与度の低さから、その後は3領域方式が定着していた。しかし、仕事から引退後長い老後生活を過ごす人が増え、NPO活動やボランティア活動への関心、地域通貨や地産地消など、「地域」との新しい関わりが生まれている今日、生活を支えるサブシステム、自由時間を過ごす基盤システムとして「地域」の位置づけも捉え直す必要があるものと思われ、1970年代初頭に生活システムの主要な構成要素に「地域」を加えていたことは先見性のある枠組みとして再評価すべきものと思われる。「生活全般」の充実感に対する生活領域別寄与度の検討は、百分比で表された配分割合の変化についての継続的な検討とともに、属性や生活価値観等の違いによって、変化の構造がどう多様化しているかに目を向けていく必要があろう。

（3）領域別充実感の組み合わせ類型と余暇の過ごし方の関係

先に述べた生活領域と充実感の組み合わせから抽出した8類型と現在の余暇の過ごし方の関係を比較したところ、「余暇充実」が含まれていない類型では、「休養」の割合が高く、

「趣味・スポーツ」の割合が低いという顕著な結果が現れた。過ごし方と8類型の関係を順位で比較すると、最も特徴的な類型が「余暇のみ充実」で、「気晴らし」「趣味・スポーツ」「友人つきあい」が8類型中の1位である半面、「休養」「自然接触」「家族交流」「学習」が第8位、「健康づくり」が第7位で、中間に位置する項目が少ない。

「すべて充実」類型の場合、現状に満足しているせいか、現在の過ごし方と将来の希望の比率に差がない。一方、「3領域すべて充実せず」類型や「仕事のみ充実」類型、「仕事・家庭充実」類型では、「趣味・スポーツ」に対する潜在ニーズが非常に大きい。

欲望を刺激し、ニーズを作り出して誘導していくのは20世紀型のレジャー産業主導の余暇マーケティングだが、これからは、すでにニーズを持っているにも関わらず行動に結びつけられない人々を支援する多彩な方策が重要になろう。

生活充実感に対する3領域の寄与度(数量化I類)

		仕事(レンジ) 寄与度	家庭(レンジ) 寄与度	余暇(レンジ) 寄与度	レンジ合計	重相関
		0.5872215	1.2965285	0.7243511	2.6081011	0.76569
カテゴリー スコア	積極肯定	-0.1943618	-0.3600806	-0.3706641		
	消極肯定	-0.0228235	-0.0310422	-0.0607698		
	消極否定	0.1858649	0.4874869	0.1582533		
	積極否定	0.3928597	0.9364479	0.353687		
参考	1974	38%	46%	16%		
	1984	37%	40%	23%		
	1987	44%	31%	25%		
	1993	35%	44%	21%		
	1994	38%	43%	20%		

充実感8類型と余暇の過ごし方(%) 上段:現状、下段:希望

	すべて充実	家庭・余暇	仕事・余暇	余暇のみ	仕事・家庭	家庭のみ	仕事のみ	充実なし	全体平均
休養:現状	59.6	52.5	64.5	50.8	72.6	66.9	66.4	70.7	63.1
休養:希望	51.2	50.9	50.4	45.8	52.1	47.4	49.6	41.9	50.2
気晴らし	43.8	52.5	60.2	64.6	48.8	54.9	54.2	54.5	48.1
	31.8	33.5	44.1	41.7	30.8	30.1	35.9	42.4	32.8
趣味・スポーツ	44.8	48.1	36.4	56.3	28.6	31.6	28.2	24.7	38.6
	48.6	47.8	46.5	54.2	44.9	44.4	48.9	37.8	46.8
自然接触	14.4	9.9	16.1	8.3	13.6	14.3	13.5	12.1	13.6
	18.4	21.1	24.1	14.6	21.8	21.8	16.7	17.4	19.3
家族交流	44.5	37.7	20.7	16.7	53.3	46.6	37.4	30.5	43.6
	43.6	38.5	26.7	20.8	46.5	43.6	34.4	34.9	42
友人つきあい	35.8	40.1	48.2	56.3	26.7	22.6	32.8	36.8	34
	31.4	32.9	42.2	45.8	29.8	29.3	32.1	36.3	31.7
健康づくり	19.6	16.7	20.2	14.6	16.5	21.8	12.2	19.5	18.4
	26.7	22.4	26.5	22.9	25.9	29.3	26.7	27.9	26.4
学習	11.1	9.3	18.1	6.3	9.5	10.5	16.8	8.6	10.8
	16.6	21.7	20.5	27.1	21.6	19.5	28.2	19.2	19.3
ボランティア	5.5	4.9	4.6	4.2	3.7	3.8	4.6	6.3	4.9
	8.5	4.3	6.6	4.2	9.1	6.8	6.9	8.1	8
	50.10%	6.70%	2.10%	2.00%	21.10%	5.50%	5.40%	7.20%	100%