

## 序章 ウェルネスとは何か

### ■ ウェルネスとは

今、世界中で“ウェルネス”が時代の上位価値として浮上してきている。あらゆるビジネス分野から“ウェルネス”への接近が試みられ、ツーリズム業界でも、世界中の名だたるホテルチェーンが“ウェルネス”を新しいビジネステーマ、ビジネスチャンスと捉え、ウェルネスを前面に打ち出したメニュー開発、サービスを提供しはじめているのである。

ウェルネスとは、健康を身体の側面だけでなくより広義に総合的に捉えた概念で、米国のハーバート・ダン医師が提唱した「輝くように生き生きしている状態（1961）」とした代表的な定義をもとに、これまで多くの研究者らがウェルネスの意味と追定義を重ねてきた。世界中の研究者がウェルネスの概念をまとめあげるとき、人種、民族、性別、性的指向、宗教、言語をはじめ、様々な見地からの解釈があった。ここでもっとも重要な理解とは、「ウェルネスの概念は確定したものではなく、これからも変化していくものである」ということである。

### ■ ウェルネスとヘルス（健康）の違い

ウェルネスとヘルス（健康）とはどう違うのだろうか。その違いには様々な解釈があるが、現実的でより実践的な健康観を模索するなかで生まれた新しい健康観というものがウェルネスである。ウェルネスとは、「元気」や「爽快」を意味する英語「well」で、「病気」を意味する「illness」とは対照的な言葉である。病気ではない状態を「健康」（ヘルス）と表現してきたのが一般的であったのに対し、積極的な健康行動をとること、より良く生きるライフスタイルのあり方がウェルネスであり、より広い健康観を表しているものということができる。

健康の定義については、1946年に世界保健機関（World Health Organization : WHO）の「完全な身体的、精神的、社会的に良好な状態であり、単に疾病又は病弱の存在しないことではない」が知られている。それまで身体中心の健康観に対し社会的側面を加えた包括的な概念として、研究

者、保健医療専門職の領域では受け入れられてきた。しかし、このような解釈が世間一般に認知され、広く普及しているものとは言い難い。「健康」と聞いたとき、多くの人々は肉体あるいは精神的な側面に目を向け、健康診断の結果など、医学的、定量的な物差しにより不健康、健康と決めていることが多いであろう。診断基準、物差しが変われば、これまで健康とされてきた人が不健康とされる事態も過去には起こってきたのである。

## ■ヘルスからウェルネスへ

米国の経済学者、ポール・ゼイン・ピルツァーの著書『ウェルネス革命』が全米ビジネス書でベストセラーになったのは今から 17 年前のことである。書中には、健康増進分野、関連ビジネスが確実にこれからの社会や経済に根本的な革新的な変化をもたらすとの予測が記されている。ウェルネス分野が 1 兆ドルの産業に成長することを予測し、ほぼその通りに米国にウェルネス産業が成長してきた。

米国政府の経済顧問でもあったピルツァーは、ビジネス視点からみればウェルネス産業とは、健康に対する「前向き」なビジネスだと語る。人々は自らすすんでウェルネスの顧客になっていくのに対して、ヘルスケア産業とは、本当のところ“疾病産業”であり、「受け身」であると断じている。ヘルスケア市場もまた巨大で有望な市場ではあるが、人々がこのビジネスの顧客になるのは、特定の症状や疾患に見舞われたり、身体に何らかの反応が現れたりしたときに限られる。本来的には、だれも顧客になどなりたがらないはずである。疾病ビジネスの顧客になりたくない人々は、より健康に、美しく、人生を豊かに彩るライフスタイル、新しい健康観であるウェルネスの顧客になろうとするであろう。健康に対する前向きなビジネスであるウェルネス産業は、ヘルスケア市場を包含し、2015 年時点で 3 兆 7,200 億ドル（≒372 兆円）と極めて巨大である（図 1）。

# ウェルネス産業市場規模(世界)

～ウェルネスは最も成長著しい分野～

372  
兆円



Note: Numbers may not add due to overlap in segments.  
Source: Global Wellness Institute, Global Wellness Economy Monitor, January 2017



筑波大学国際地域創造学部 丸川雅志

図1. ウェルネス産業世界市場規模

ビジネスシーンでは、ヘルスからウェルネスという概念で考えると、健康医療はもちろんのこと、衣・食・住といったライフスタイルの側面、さらには経済社会のウェルネス、文化的活動、環境のウェルネスに至るまで、あらゆる分野から参入可能なテーマとなり、多業種、多職種、異業種の連携、相互交流によるサービスイノベーション創出、ニューマーケット開拓の可能性が広がっていくのである。

ウェルネスとは、社会情勢、時代によって人々のライフスタイルと価値観も変容していくなかでその概念も変化していくものである。最初の提唱者ハルバート・ダンの定義以降、もっとも近年の定義としてグローバルウェルネスインスティテュート (Global wellness Institute : GWI) が提唱する「身体的、精神的、そして社会的に健康で安心な状態」をもとに、本書では「**身体の健康、精神的健康、環境の健康、社会的健康を基盤にして豊かな人生 (QOL) をデザインしていく生き方、自己実現**」という、多様な志向層、多様なプレーヤーが

参画でき、ウェルネス・ライフスタイルの幕開けにふさわしい新たなウェルネスの定義をここに提案する（図2）。

- ・ **健康は状態（ステート）、ウェルネスは目指す生き方**
- ・ **次代のライフスタイル創造**
- ・ **人生の質をデザインしていく生き方 (Quality of Life Design: QOLD)**
- ・ **自己実現**

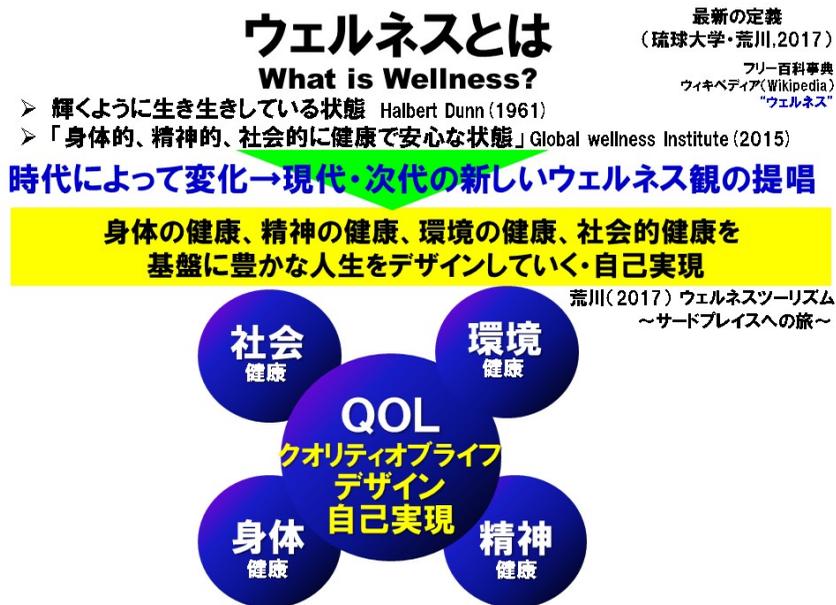


図2. 新しいウェルネスの定義

荒川 雅志ら (2017) ウェルネスツーリズム～サードプレイスへの旅～  
フレグランスジャーナル社

ウェルネスとは <http://health-tourism.tm.u-ryukyu.ac.jp/wellness>  
琉球大学ウェルネス研究分野ウェブサイトより