

アクティブシニアの生涯学習ニーズ

戦略調査事業部 主任研究員 高尾 真紀子

はじめに

2007 年から団塊世代の人々が定年退職を迎える。これまで仕事中心の生活をおくってきた男性たちの多くが、突然長い自由時間を持つことになる。この世代は退職金もあって、相対的には豊かであり、前の世代に比べると高学歴者が多い。そのような人々が、あり余る時間を何に使うかを考えたとき、学習は一つの選択肢となりうるかもしれない。既に、定年退職を機に大学に入学する人、海外に留学する人もあり、カルチャースクールの講座にもシニア層の姿が多く見受けられる。

本稿では、シニア層の生涯学習ニーズに注目することとしよう。

60 代の高学歴者で高い学習ニーズ

まず、高齢者の学習活動について、内閣府「高齢者の生活と意識に関する国際比較調査（平成 12 年）」を見ると、学習活動への参加は、アメリカが最も高く 26.5%、スウェーデンが 19.2%、日本はそれに次ぐ 16.2%、ドイツ 12.9%、韓国 7.1%である。全体に、アメリカ、スウェーデンの参加率が高く、日本、ドイツが中間で、韓国の参加率が低い。日本の特徴は「公的機関が高齢者専用で設けている高齢者学級など」、「通信手段を用いて自宅にしながらできる学習」の比率が高いことである。

内閣府「生涯学習に関する世論調査（平成 11 年）」で、この 1 年間に行なった生涯学習を聞いたところ、全体では「趣味的なもの（音楽、美術、華道、舞踏、書道など）」（22%）と「健康・スポーツ（健康法、医学、栄養、ジョギング、水泳など）」（21.7%）が多く、この傾向は 50 代以上のシニア層でも変わらない。ただし、「教養的なもの（文学・歴史など）」は 50 代以上のシニア層で高く、社会問題（社会・時事問題・国際問題・環境問題など）も 50～60 代で比較的高い。

生涯学習をするようになったきっかけは「趣味を豊かにするため」、「教養・能力を高めるため」が多いが、60

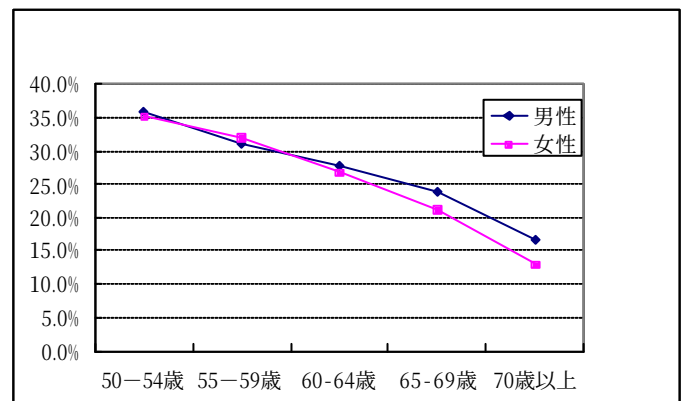
代で特に「趣味を豊かにするため」が多く、70 代では「家族や知人に勧められた・誘われたため」を挙げる人が多くなっている。

生涯学習の活動形態は、全体に「同好者が自主的に行なっている集まり」を挙げた人が多いが、特に 50 代で 46.5%と多く、「公民館などにおける都道府県や市町村など自治体の講座や教室」は 60 代(43.8%)、70 代（40%）で多くなっている。

シニア世代の学習活動を、厚生労働省「平成 13 年社会生活基本調査」から見てみよう。学習・研究活動の行動者率は、全体では 36.2%だが、年齢が上がるにつれて行動者率が下がる傾向が見られる（図 1）。

行動者率を男女別に見ると大きな差はないが、学習内容については差があり、外国語、パソコン、人文・社会科学・自然科学等の学習・研究については男性の方が高く、家政・家事（料理・裁縫・手芸など）については女性の方が高い。また、外国語、パソコンについては年齢が高くなると行動者率が顕著に低下するが、家政・家事や人文・社会科学・自然科学については、あまり低下しない。

図 1 男女別研究・学習活動行動者率

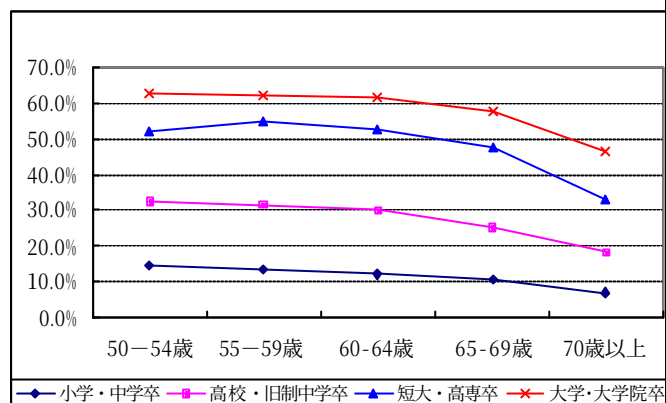


資料：厚生労働省「平成 13 年度社会生活基本調査」

これを学歴別に見ると、大きな差がある（図 2）。学習・研究活動の行動者率は、大学・大学院卒では 50 代～60 代で 60%前後と高く、短大・高専卒もそれに次ぐが、小学・中学卒や高校卒は 10%～30%前後と低く、2 倍から 7

倍程度の格差がある。

図2 学歴別研究・学習活動行動者率



資料：厚生労働省「平成13年社会生活基本調査」

内容別に見ると、パソコン学習、人文・社会科学・自然科学で学歴別の格差が大きい。ただし、パソコン学習では、短大卒と高卒の差はないが、大学卒との差が大きい。外国語学習も格差が大きい。60代前半で短大卒と大学卒との差が小さくなっている。家政・家事学習では、女性の割合が多い短大卒の行動者率が大学卒よりも高い等の特徴も見られる。

また、全体的には年齢が高くなるにつれて行動者率は低下するが、人文・社会科学・自然科学は50代よりも60代の行動者率が高く、特に大学卒では60代後半が最も高くなっている。このことから、人文・社会科学・自然科学といった学術・教養系分野では、高学歴60代の学習ニーズが高いことがうかがわれる。

なお、シニア層の学歴を平成12年の国勢調査からみると、現在の高齢者（2000年時点で60歳以上）では、大学・大学院卒は全体で10%未満だが、団塊世代を含む50～54歳では14.4%と上昇する。そして、60代では、大学・大学院卒は約120万人だが、50代では250万人に近く、約2倍に膨れ上がる。

男女別に見れば、男性の大学・大学院卒は、男性の50～54歳で22.9%、55～59歳で17.9%であり、合わせて200万人近い。また女性では、短大卒以上が50～54歳で18.5%、55歳～59歳で11.6%となっている。

現在の高齢者に比べると、今後高齢者となる団塊世代では、高学歴層が一定ボリュームで存在することになる。

アンケート調査から見た学習行動の実態

価値総研が2005年1月に行ったWEBアンケート¹か

¹ 中高年向けサイト「スローネット」（シニア会員4万人）を通じたwebアンケート／2005年1月18日（火）～28日（金）実施／回答者589名

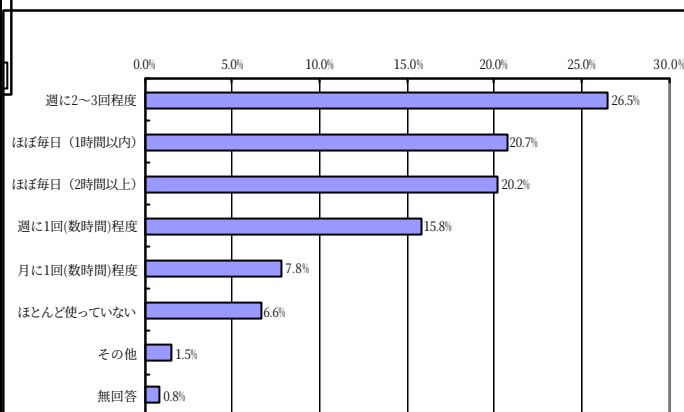
ら、アクティブシニアの学習行動の実態について見てみよう。

（1）学習スタイル

①ほぼ毎日学習する人が4割

「ほぼ毎日（1時間以内）」、「ほぼ毎日（2時間以内）」を合わせると4割の人が「毎日」学習に時間を費やしている（図3）。男性は「ほぼ毎日」が最も多いのに対し、女性は「週2～3回程度」が33.3%と最も多い。

図3 学習活動にける時間（SA）

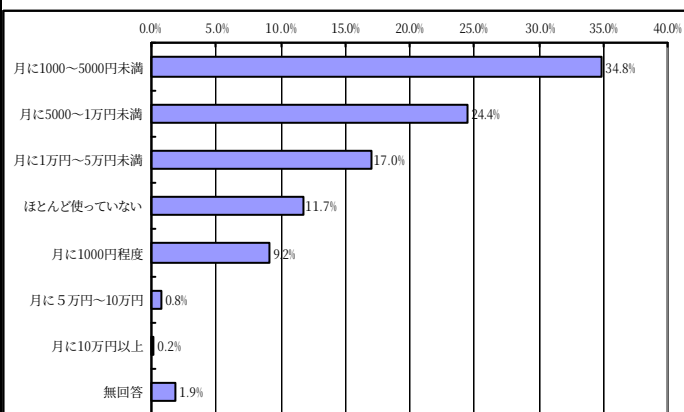


②費用は月1万円未満が4分の3

全体では「月1,000～5,000円未満」が最も多く、次いで「月5,000～1万円未満」、「月1万円～5万円未満」となっている。月1万円未満が約4分の3を占める。

学習活動が活発であってもお金を使っているとは限らない。ただし、女性は「月1万円～5万円未満」（22.8%）が比較的高く、教室や講座の利用など学習スタイルの違いが影響しているようだ。

図4 学習活動にける費用（SA）



③男性は独学・女性は教室や講座

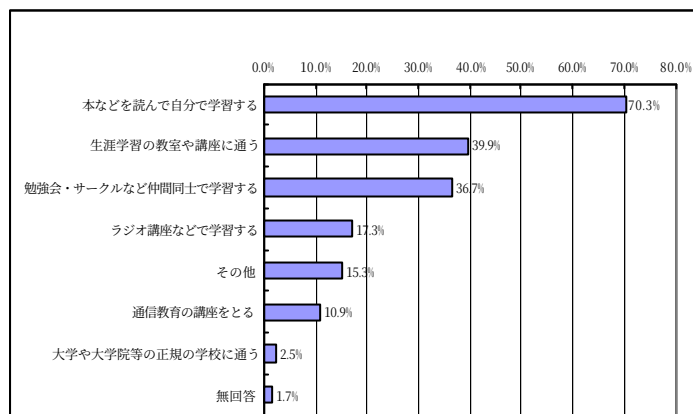
全体では、「本などでの独学」と最も高く、次いで「教室や講座」、「勉強会やサークル」の順となっている（図5）。

女性は、「本などでの独学」（55.3%）が半数程度で、男性に比べ「教室や講座」（43.9%）の割合が高く、年代

が高くなるにつれて増加する。

男性は、「本などでの独学」が各年代とも7割以上だが、年代が高くなるにつれて、「教室や講座」、「勉強会やサークル」、「ラジオ講座など」の利用割合が増える。

図5 学習活動の方法 (MA)



(2) 生涯学習講座への参加

①生涯学習講座などの利用経験ありは約3分の2

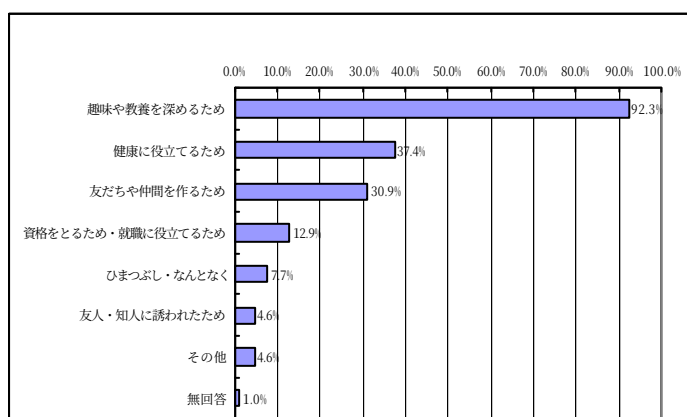
回答者の65.9%が生涯学習講座に参加したことがあり、男女別にみると、女性は74.0%と男性を上回る。また、年代が高くなるにつれて、その利用割合は増える。

②参加目的は趣味や教養を深めるため

生涯学習講座の参加目的は「趣味や教養を深めるため」が圧倒的に高く、次いで「健康に役立てるため」、「友だちや仲間をつくるため」となっている。

女性では、「健康に役立てるため」の割合が約半数となり、「友だちや仲間をつくるため」の割合が全体に比べると低い(図6)。

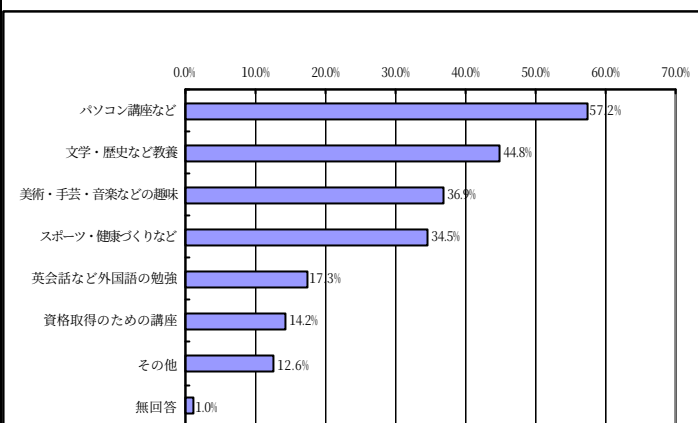
図6 講座への参加目的 (MA)



③シニア層に人気のパソコン講座

参加した講座は、「パソコン講座」が最も多い。Webアンケートの為、対象者に偏りもあるが、シニア世代でのパソコン人気がうかがえる。次いで「文学・歴史などの教養」、「美術・手芸・音楽などの趣味」、「スポーツ・健康づくりなど」の順となっている。

図7 参加した講座の分野 (MA)



女性では、第2位が「美術・手芸・音楽などの趣味」、第3位が「スポーツ・健康づくりなど」となり、全体第2位の「文学・歴史などの教養」は37.4%である。

男性では、「文学・歴史などの教養」が多く、反対に、「美術・手芸・音楽などの趣味」「スポーツ・健康づくりなど」は女性を下回る。

④講座の不満は受講生のレベル

全体では「不満はない」が過半数だが、不満の中では「受講生のレベルが揃っていない」(28.4%)が最も多い。

⑤男性の不参加理由は、関心ある内容の講座がないこと

全体では、「自分の関心のある内容の講座がないから」、「近くにそのような講座がないから」、「時間がないから」の順となっている。

女性では、「時間がないから」が最も高く、次いで「近くにそのような講座がないから」が多い。男性は「自分の関心のある内容の講座がないから」が高くなっている。現在の講座内容が女性のニーズを満たしている一方で男性のニーズを満たしていない可能性がある。

グループインタビューから見た学習ニーズ

アンケートの内容を補足し、詳しい心理的状況を探るため、50代から60代の男女4グループにグループインタビュー²を行った。このインタビューは、通学形式の講座とともに、海外への短期留学ニーズに焦点をあてて聞いたものである。

(1) かつての憧れを実現させたい60代女性

60代の女性は、今まで夫や子ども中心の生活をしてきたので、チャンスがあれば、若い頃のあこがれや新しい

² 2005年2月8日、9日に男女年代別グループで実施
60代女性4名/60代男性4名/50代女性4名/50代男性2名

活動をやってみたいと言う気持ちが強く、海外留学には大きな魅力を感じている。ただし、この世代では家族への遠慮はまだ大きく、長い期間の旅行や留学は難しい。また、海外留学をするには、英語に自信がないので、まず英会話から始めたい人が多い。国内では通学形式よりも非日常性が味わえる短期集中の合宿形式がいいという意見が多かった。

(2) “学ぶ楽しさ”を求める 60 代男性

60 代前半の男性は、65 歳からが本番で今は助走期間と考え、やりたいことを探索中である。何かのための勉強は今さらしたくないので、純粋に“学ぶ楽しさ”を重視している。人生経験が豊富なので本物を求め、名前にこだわらないと言いつつ、一流志向は強いようだ。講座は双方向で質問などもできる少人数の授業を求め、歴史や考古学などへの関心が強い。

生涯学習は、短期集中よりも細く長く続けられるもの、死ぬまで続けられるものを求めている。海外留学への関心には娘や妻からの情報が影響しているようだ。

(3) 50 代女性は自分へのご褒美

50 代女性は既に様々な趣味や学習活動、海外旅行の経験があり、外国への単純な憧れはない。子育てを終えた自分へのご褒美やオトナになったからこそその楽しみにお金を使う用意はある。また、独学より皆でやった方が楽しいという感覚が強い。学習対象は、手工芸、絵画、音楽など趣味的なものに興味がある人と文化人類学、時事問題、歴史など教養系に興味がある人に分かれる。

主婦感覚で予算の制限はあるものの、多少高くても納得できるものを求めており、現在学習活動に使っている金額も比較的高い。

ただし、特に専業主婦の場合、自分のことにお金を使うことや、夫を置いて長く留守にするには「言い訳」が必要であり、「学習」は言い訳として有効なようだ。

(4) 評価も重要な競争世代の 50 代男性

50 代男性は現在は、自分の仕事に関する講座は受けても専門外の学習に取り組んではない。リタイア後よりも、学習によって資格がとれるなどキャリア形成に関心が強い。ただし、若い頃にはできなかったが、異分野を勉強したいというニーズもある。

競争世代なので成績評価や認定証を重視し、また、費用対効果を意識し、インターネットやビデオ講義の受講に積極的である。

また、妻と行くより趣味の同じ仲間と行く方が楽しい

と考えているようだ。

大学・カルチャーセンターとアクティブシニア

アンケートやインタビューから見ると、シニア層の学習ニーズは、高学歴層を中心に一定割合あるものと考えられる。では、学習サービスを提供する大学やカルチャーセンターはシニア層の増大をどのように捉えているのだろうか。

(1) 大学と生涯学習

生涯教育の考え方は、1965 年のユネスコの成人教育に関する会議において、「人生の諸段階、生活の諸領域におけるフォーマル、ノンフォーマル、インフォーマルな教育・学習の全てを含む総合的・統一的な概念」として提案されて以来、国際的に普及してきたが、日本で生涯学習関連の施策が本格的に始まるのは 1990 年代になってからである。

大学は 1992 年度をピークとする 18 歳人口の減少と大学進学率の頭打ち傾向の中で、生涯教育への転換が迫られている。しかし、全般的に見れば大学の生涯学習への取り組みは緒についたばかりであり、戦略的な取り組みは、早稲田大学エクステンションセンター（事例研究参照）など一部に留まっている。

(2) 事例研究—早稲田大学エクステンションセンター

①事業の目的・設立経緯

早稲田大学エクステンションセンターは、早稲田大学創立 100 周年記念事業の一環として 1981 年に発足した。86 年にエクステンションセンター専用棟を開設、99 年に大学正門前の空きビルを活用して「エクステンションセンター本館」を開設、2001 年には中央区の廃校となった小学校を活用して「八丁堀校」を開校した。

②事業の現状

現在行われている講座は、「リカレントスクール（知識・能力の向上）」、「ダブルスクール（早大学生向け）」、「カルチャースクール（教養・文化を中心とした高度な教育）」の 3 つを構成要素として、「総合（人文・社会・自然科学）」、「外国語」、「ビジネス」、「スポーツ」、「健康」の 5 つのコースを設けている。

このうち、「カルチャースクール」系が講座の中心となっており、特にシニア層の受講者・リピーターが多い。また、講座ごとに独自の単位を設定し、76 単位で「オープンカレッジ修了証」を付与するシステムを導入してい

る。

③受講生の状況

会員制度を採用しており、講座を受けるに当たっては入会金(8,000円)を要する(4年間有効)。2004年会員数は32,774名で、当該年度の延べ受講者数は26,947名となっている。会員の継続受講(2年度目以降に受講)の割合は3割程度で、会員の登録更新は15%程度である。人文系はリピーターが9割程度を占める。

会員の男女比は4:6で女性が多いが、近年、シニア層を中心に男性が増加する傾向にある。会員の平均年齢は45.2歳で、年代別では30代が最も多く、次いで20代、50代である。20代~30代層が多いのは、海外短期留学申し込みから会員になった人が多いためであり、コアの受講生は50~60代である。

④人気講座等

2005年1月現在、1,390講座あるが、文学・歴史・哲学・宗教系に安定した人気がある。シニア層は、向学心が高く、本格好みが多いため、いわゆるカルチャースクールのなものでは満足しないことが多く、文科系の講座は、細分化・詳細化される傾向にある。また、大学キャンパスそのものへの憧れがみられるようだ。

リピーターとなるのは、内容への興味に加え、講師自体の魅力による部分も大きく、担当講師が行う他の講座を続けて受ける人が多い。ただし、マスコミに出ているなど学生に人気がある講師が必ずしもシニア世代の人気につながっていないことも特徴である。稽古事系、資格系は流行に左右される傾向が強い。

また、「トラベルスタディ」は、旅行代理店と契約し、講座で学習した上で、国内及び海外に講師が同行して解説し、学習を深めるという講座である。

⑤団塊世代の取り込みについて

現在までのところ、団塊世代をターゲットとした方策は特にとっていない。ただし、早稲田商店会からの提案により、団塊世代向けの連続講座を企画している。

(3) カルチャーセンターの現状

カルチャーセンターの原形は、1955年に東京・大手町で誕生した産経学園(当初の名称は「東京婦人会館」)であると言われている。さらに遡れば、1938年に小林一三の発案で、当時の女性文化人が中心になり、有楽町の日劇5階に開設された「東京婦人会館」がそのルーツである。

現在のような総合カルチャーセンターは、1974年に朝日新聞社が新宿に朝日カルチャーセンターを開設してから増え始め、80年頃をピークとしてカルチャーセンター

ブームが巻き起こった。新聞社、放送局などのマスコミ、電鉄会社、百貨店等の流通業等の大手企業が、顧客サービスやイメージ向上、集客対策として参入した。

経済産業省「平成14年特定サービス産業実態調査」によれば、カルチャーセンターの事業所数は693、就業者数64,083人、年間売上高600億円である。

講座数13万8534講座のうち、「趣味・稽古事」が最も多く、次いで「体育・レクリエーション」、「教養の向上」と続く。延べ受講者数は746万人で、「趣味・稽古事」374万人で全体の約半数を占める。「教養の向上」の受講者は96万人である。

カルチャーセンターの個人会員数は207万人で、男女・年代別にみると、50代、60代以上の女性会員が圧倒的に多く、約101万人と全体の半数を占めている。

また、「レジャー白書2003」によれば、カルチャーセンターの現在の主要な客層は、主婦、高年齢の女性、次いで独身OLとなっており、女性顧客が中心である。最近増えている客層としては、高年齢の男性、高年齢の女性、主婦が挙げられており、シニア層の増加が目立つ。さらに、今後力を入れる客層としては、独身OLが最も多いが、高年齢の男性がそれに次いでいる。なお、リピーターと一般客については、41.6%が「リピーター中心」と答えている。

(4) 事例研究2—朝日カルチャーセンター

①経緯

朝日カルチャーセンターは、1974年に朝日新聞の顧客サービスとして始めたものである。当時のカルチャーセンターは、料理や手工芸が主だったが、同社は、料理、教養、語学など総合的なカルチャーセンターを初めて創設した。

②受講者

バブル期に受講生が増加したが、現在はそれ以前の水準に戻った。会員数は2003年で10万人(登録は3年有効)、週に約1万人が受講している。男女比は当初2:8、現在は3:7で、男性の割合が増加している。年齢別に見ると、50代18%、60代20%、70代以上18%であり、50代以上のシニア層で過半数を占める。男性はリタイアした人などが多い。バブル期には定年間近の人に補助金を出す企業もあったという。

団塊世代については、女性は重要な顧客であるが、男性については未知数であり、特に意識して男性顧客を取り込むことはしていない。

③人気講座等

教養系では古典講読(源氏物語など)が女性に安定し

た人気がある。稽古事系は流行に左右される傾向が強い。男性に人気があるのは囲碁などだが、教養系では古代史、古文書解説などの人気が高い。講座は1期ごとに2割は新設、教養系は5割が新設である。カルチャーセンターの受講者と本を買う人の層が重なるので、書籍の売上などを意識して講座を企画しているが、男女差は意識していない。

このように見てくると、大学は生涯学習に取り組み始めたものの、シニア層の学習ニーズに十分に答えているとは言いがたい。一方、民間のカルチャースクールはシニア層女性の様々なニーズに応え、顧客として取り込んでいるが、シニア層男性の学習ニーズにはまだ答えきれていないようだ。

米国のアクティブシニア向け学習ビジネス

今後増加するシニア層の学習ニーズを満たすようなサービスとしてどのようなビジネスが考えられるだろうか。

アメリカのアクティブシニア向けビジネスは多種多様だが、学習に関連するビジネスに注目してみよう。

ケンダル社は、地域の有力大学と連携し、学住近接型のリタイアメント・コミュニティを全米9ヶ所で運営しており、居住者が大学の生涯学習講座に参加できることが大きな魅力になっている。

ラッセル・ビレッジは、ラッセル大学がキャンパス内に作ったシニア向け住宅である。入居者は年間450時間の講座受講が義務付けられている。2000年にオープンしたがほぼ満室の状況が続いている。どちらもシニア向けの住宅に学習という付加価値を付けたものである。

旅行と学習を組み合わせた例としては、エルダーホステルが挙げられる。エルダーホステルとは、シニア（55歳以上）のために作られた宿泊型の生涯学習講座である。ユースホステル運動と全寮制のハイスクールをヒントに1975年にアメリカで生まれたが、現在では世界90カ国以上で年間1万人以上が参加している。日本でも1986年に協会が設立され、国内外で宿泊型講座を行っている。

ワールドエクスプローラー・クルーズは、講義付きのクルーズ旅行である。アラスカや中南米へのクルーズに地理や歴史、海洋の専門家が同乗し、寄港する地域についての講義や解説を行うものだ（現在は休止中）。クルーズ旅行としては、フィットネス、音楽、スポーツなどテーマに沿ったプログラムやゲストを用意したテーマクル

ーズもある。

学習を付加することが、シニア向け商品の差別化方策となっていることが注目される。

おわりに

これまで会社に帰属意識を持ってきた団塊世代のビジネスマンは、定年退職によって会社という最大のコミュニティを失うことになる。これに対して、かつて友達夫婦、ニューファミリーと言われたその妻たちは、専業主婦として家事と子育てを担ってきたが、数年前に子育てを卒業し、趣味やボランティア活動などで自分のコミュニティを確立している。リタイアした夫たちの新たなコミュニティが求められる。

シニア向けの生涯学習講座は、団塊世代のビジネスマンにとって新たなコミュニティづくりのきっかけになる可能性がある。アンケートでは、生涯学習講座の参加目的として「友だちや仲間をつくるため」が3割を占めており、講座がコミュニティづくりのきっかけとなっていることがうかがわれる。また、カルチャースクールや大学の講座で、リピーターが多いこともこれを裏付けている。

グループインタビューでは「一生続けられることを見つけない」、「大人になったからこそできる勉強がある」、「楽しく学びたい」といった発言があった。若い頃はその価値がわからなかった学問、興味を持ちながらも時間がなくて取り組めなかった勉強、シニア層にはこうした潜在的な学習ニーズがある。

シニア層は、授業形式の講座では飽き足らず、交流型・参加型の講座を望む傾向がある。リピーターになると、内容も高度でないと満足できなくなってくる。こうした高度なニーズを満足させるサービスが必要だろう。

また、既に様々な趣味や学習活動を行ってきた女性には、海外旅行と組み合わせた学習や、短期留学のニーズがありそうだ。

アクティブ・シニアマーケットを狙って、様々な業界で多くの企業が参入を試みている。アメリカの事例で見られるように、旅行や住宅などアクティブシニア向けの商品・サービスの付加価値を高めるものとして、「学習」を組み込むことも増えてくるだろう。

“大人のための学習講座”が、リタイア後の人生を豊かにしてくれることを期待したい。