

成長するウェルネス産業の最新市場動向

ウィズ・アフターコロナの次世代ライフスタイル

国立大学法人琉球大学
国際地域創造学部

ウェルネス研究分野 教授 医学博士

荒川 雅志



ウェルネスツーリズム



で検索

日本アジアのウェルネス研究開発拠点

<http://health-tourism.skr.u-ryukyu.ac.jp/>

健康×医療×福祉×スポーツ×美容×文化×衣×食×住×農×環境×IT×観光
 ウェルネス産業・人材育成の産官学連携プラットフォーム



琉球大学ウェルネス研究分野

日本アジアのウェルネス研究開発拠点、
 ヘルス&ウェルネスツーリズム研究開発拠点
 日本アジアの海洋療法研究拠点

～アジアゲートウェイ沖縄を拠点にアジア市場・世界市場アプローチ

■産学官連携共同研究・受託研究テーマ実施例

- 健康長寿ダイエットプログラム研究開発
- 海洋療法プログラム研究開発
- 沖縄健康長寿レシピ開発
- アンチエイジング医療ツーリズム研究開発
- 海洋ウェルネスプログラム研究開発
- 広域連携環金武湾QOL振興計画作成
- 沖縄文化産業コンテンツ研究開発
 (沖縄デスティネーションスパ、島すばモニターツアー開発)
- 健康文化医療ツーリズム研究開発
- 健康保養分野に係る国内外文献収集整備事業受託
- 水中可視光通信技術と水中癒し技術の組合せによる
 新たなダイビングサービスの創出 (特許取得、第6回ものづくり日本大賞受賞)
- 健康長寿きたなかぐすく構築調査事業受託
- 沖縄食文化、琉球料理の保存・普及・継承に関する調査研究
- メンタルヘルス社員生産性向上ツアープログラム開発
- 沖縄メディカルリゾート開発流通促進事業
- コミュニティヘルスツーリズム研究プロジェクト
- 着地型体験型観光商品開発、流通促進に関する調査事
- うるま市ゆいゆいウォークロコモ測定会企画実施事業
- 介助付き自然体験ファミリーウェルネス着地型プラン開発
- 特定保健指導対応ツアー開発
- 沖縄美らセラピーツアー開発
- 透析旅行調査研究
- タラソアクアセラピー研究開発
- 沖縄新100歳長寿者健康疫学研究
- アレルギー対応型ツアーコンシェルジュ育成事業受託
- 介護者のレスパイトとリラクゼーションのウェルネス商品開発
- 富裕層向けツーリズムビジネスチャネル構築
- 宿泊型新保健指導プログラムツアー開発および効果検証事業
- ノルディックウォーキングコース開発、消費エネルギー測定検証
- アスリート向け琉球もろみ酢開発とエビデンス検証
- ソチオリンピック用無機塩含有炭酸ガス浴がトップアスリートの疲労回復に及ぼす影響研究

企業共同研究・受託研究・寄附件数 第1位*

自治体ウェルネス監修・委員参画他件数 第1位*

*直近5年、ウェルネス分野

252企業

41自治体

■自治体ウェルネス関連事業受託・監修実績

- 県外
- 鹿児島県
 - 静岡県
 - 石川県(金沢市)
 - 長野県(軽井沢町、松本市)
 - 新潟県(十日町、佐渡市)ほか
- 県内
- 宜野座村・うるま市・金武町
 - 北中城村・南城市・久米島町
 - 座間味村・宮古島市・石垣市
 - 国頭村・伊平屋村・ほか

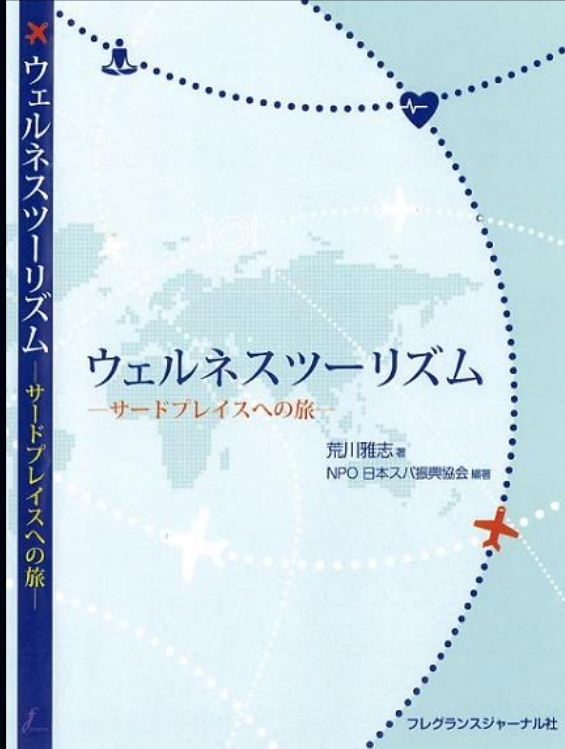
■受託可能テーマ

- 健康素材、商材のエビデンス獲得
- 健康、医療、食分野のマーケティング調査受託
- ウェルネス健康観光開発、地域振興計画設計・監修
- アンケート調査票設計、介入研究デザイン設計
- 健康・癒し(ストレス)測定検証・評価

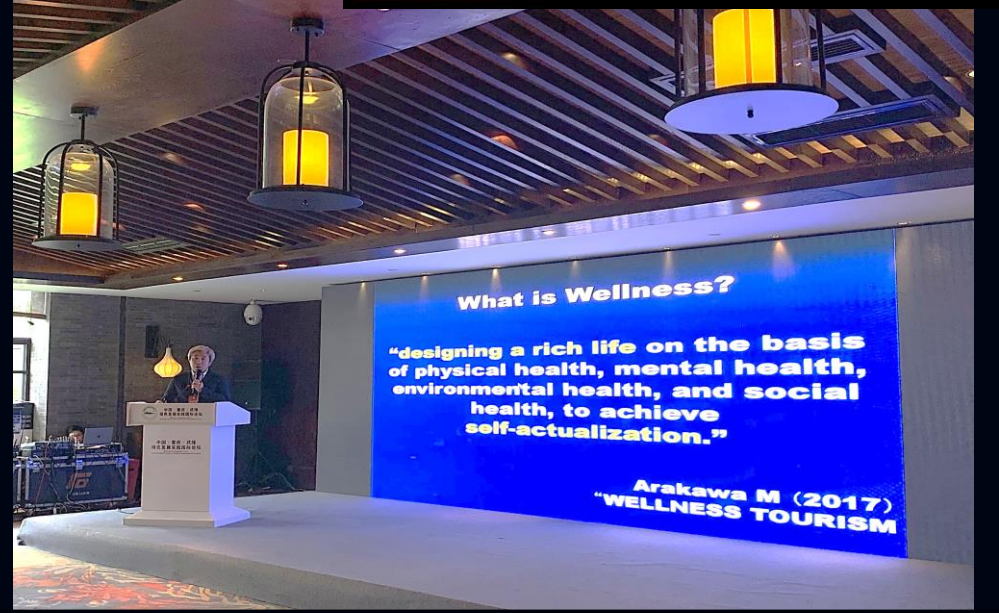


ウィズ／アフターコロナに世界中で需要高まる・旅のテーマ

健康・QOL × 観光 ウェルネスツーリズム



荒川雅志.NPO日本スパ振興協会編著.
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, 2017



海外講演(2019)ハワイ→上海→重慶→香港→ペナン(マレーシア)→ソウル

荒川(総論)ウェルネスの本質. TRAVEL JOURNAL 2021.9.20日号, P10-11

ニューヨークに**日系初のウェルネスビューティセンター** 豪華古城ホテルで、ヨガ、ファスティング、ネイル、ヘッドスパ 体験「Castle Hotel & Spa」

国立大学法人琉球大学でウェルネスツーリズム研究を行う荒川雅志教授監修のヨガやファスティングをはじめとする本格ウェルネスプログラムのほか、風光明媚な「Castle Hotel & Spa」の立地を活かしたサイクリング、ジョギング、トレッキングなどを堪能することができます。また、ホテルに隣接する有名な地産地消オーガニックレストランやワイナリーで、ウェルネスを味わうプログラムなども提供します。



2020年1月31日





JAL Wellness 2025 MyBook

➤ 日本航空 (JAL) “JALウェルネス2025” に採用

ウェルネスとは『健康を基盤に、豊かな人生をデザインしていく・自己実現』 (荒川,2017)

ウェルネスな人生を!

こころとからだ
あなたを取り巻くすべてのもの
それらの健康 Health を土台に
幸せで豊かな人生を
デザインしていく
それが

Wellness

ウェルネス Wellness とは
幸せで輝くように
イキイキしている状態

ウェルネスとは
1961年にアメリカのハルバート・ダン博士が
「輝くように生き生きとしている状態」と提唱した
のが最初の定義です。ウェルネスは「元気」や
「爽快」を意味する「well」から成り、病気を意味する
「illness」とは対照的な言葉です。

その土台となるのが
健康 Health

ウェルネスとは健康 Health を土台として、
豊かな人生、輝く人生を実現しようとする
過程をも含む概念であり、
「ライフスタイルデザイン」
そして「自己実現」を目指す
生き方そのものです。



■参考) 琉球大学法政学系人間福祉学専攻 荒川雅志 (2017)
ウェルネスの定義と実践に向けて



JAL Wellness 2025

MyBook

沖縄スーパーフードを通じたインナービューティーで 次代の価値提案をアジア・世界へ

食と観光の融合

国立大学法人琉球大学院観光科学研究科
教授 医学博士
荒川 雅志

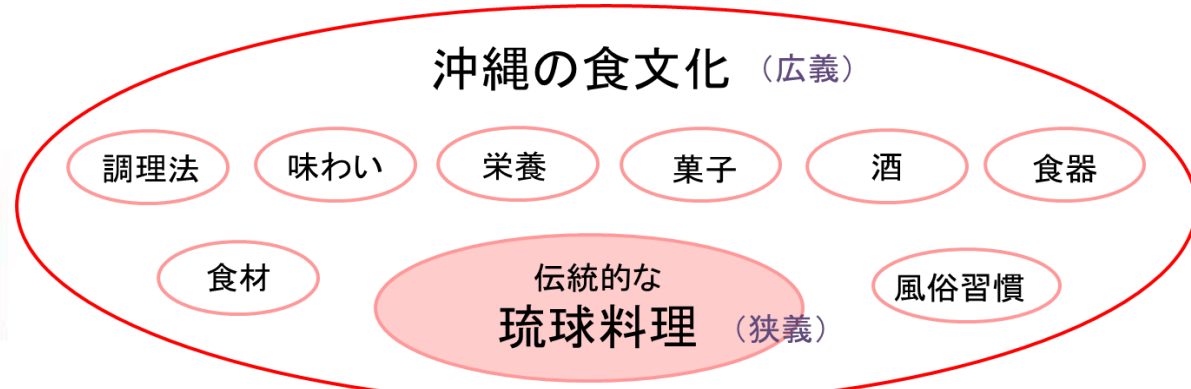
沖縄県食文化保存普及継承事業委員会議長
沖縄奄美在来食物研究会委員
一般社団法人アジア食文化協会 理事
一般社団法人琉球料理保存協会 顧問
一般社団法人沖縄コーヒー協会 理事
沖縄ブランドWELLNESS OKINAWA JAPAN認証制度審査員



沖縄県文化観光スポーツ部
文化振興課



事業受託：
・一般財団法人沖縄美ら島財団
・丸正印刷株式会社



●議論されてきた
琉球料理の定義、
沖縄の食文化の
定義を県として
定めた初の委員会

令和3年度沖縄県食文化保存・普及・継承事業 検討委員会
委員(議長)
一般社団法人琉球料理保存協会 顧問
荒川 雅志



©荒川雅志 琉球大学国際地域創造学部ウエルネス研究分野

沖縄伝統野菜28品目



- POINT1 戦前から食されている
- POINT2 郷土料理に利用されている
- POINT3 沖縄の気候・風土に適合している

(沖縄県農林水産部)



サクナ



クワンソウ



ゴーヤー



ウンチェー



シマナー



野菜パイヤ



島カボチャ



紅イモ



島ニンジン



ハンタマ



モーウイ



ニガナ



イーチョーバー



シカクマメ



チシャナバー



ノビル



ヤマン



ンスナバー



島タイコン



フーチバー



ナーベラー



フーロー豆



シブイ



島ラッキョウ



葉ニンニク



オオタニワリ



タイモ



カンダパー

沖縄スーパーフードの代表的な素材



シークワーサー

樹々と降り注ぐ太陽の光をたっぷり浴びて、
たわわに実ったシークワーサー。
小さな実には
クエン酸、ビタミンC、ノビレチンが
たくさん詰まっています。
シークワーサーは爽やかな香りとともに
健康を導けるスーパーフルーツです。



琉球もろみ酢

琉球王朝時代、交易によって伝えられた
泡盛の製法から生まれた琉球もろみ酢。
沖縄の気候に適した黒麹菌と
酵母の発酵によって造られる
天然のクエン酸とアミノ酸が
人々の健康をサポートします。



オキナワモズク

サンゴ礁の綺麗な海と太陽の恵みを受けて育つ
オキナワモズク。
海人(うみんちゅ)が愛情をたっぷり注いだ
巨匠なオキナワモズクには
食物繊維、ミネラル、
フコイダン、フコキサンチンなどの
健康成分が含まれています。



秋ウコン

潮風が運ぶ天然のミネラルを
収穫して育った秋ウコン。
琉球王朝時代には薬効品として
尊重されていました。
クルクミンを含む秋ウコンは、
お酒をよく飲む方にはうれしい作物です。

沖縄スーパーフードの代表的な素材



ゴーヤー

沖縄を代表する健康野菜ゴーヤー。
沖縄では昔から夏ノチ駆除のために
食べられてきました。
血糖値を安定させる効果が期待されており
人々の健康を助ける緑野菜です。



春ウコン

古くから薬材の煎に用いられ、
民間薬として利用されてきた春ウコン。
1,5-シネオールやクルジオンなどの
春ウコンに特徴的な成分が見いだされ、
細胞性の研究が進められています。



青パパイヤ

沖縄では野菜として
炒め物などで食されてきた青パパイヤ。
酵素（パピイン）、葉酸、
食物繊維等が含まれ、
栄養価の高い食材として知られています。
沖縄では産後の体力回復に良いと
言われてきました。



アセローラ

太陽のエネルギーが
小さな赤い実に
ギュッと詰まったアセローラ。
ビタミンCを豊富に含むアセローラは
南国を代表する
美味しいスーパーフルーツです。



沖縄スーパーフードの代表的な素材



クワンソウ

沖縄では「にーぶいでさ（唐り草）」と管われ、本産の唐に食されてきたクワンソウ。近年ではその効果が認識され、ストレスの多い現代においては植物由来の植物改善食品として開発されています。



サトウキビ

沖縄の大地にしっかりと根を張り、台風にも負けない力強さを備えたサトウキビ。古くから薬用の原料として使用されてきたサトウキビは、食物繊維を活用した新しい食品素材としても活躍するようになりました。伝統技術と新技術によって、これからも人々の健康に貢献する作物です。



島桑

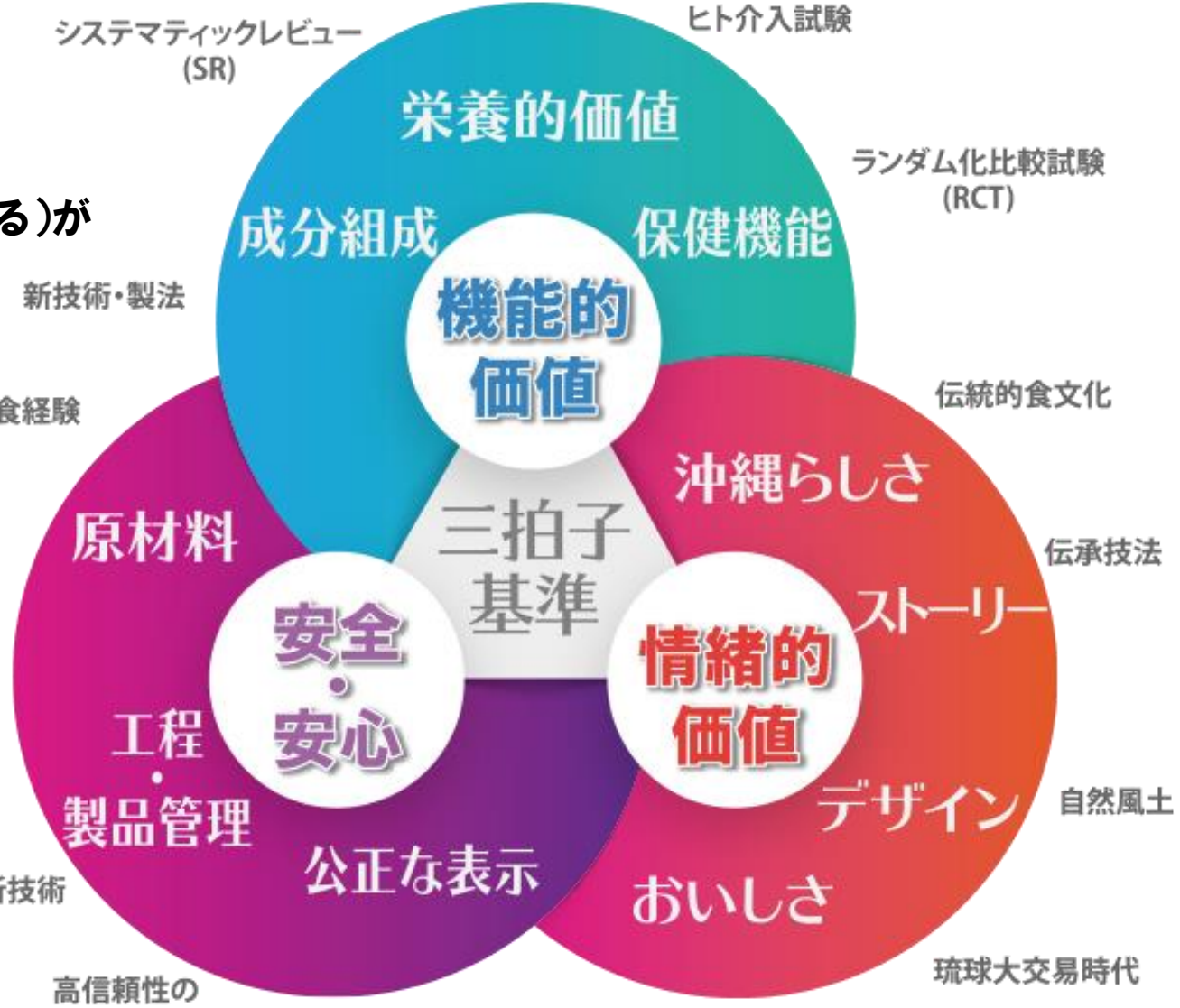
海風がもたらすミネラルと太陽の恵みを受けて育つ沖縄の在来種、シマヅク。食物繊維、カルシウム、鉄分などの栄養成分が豊富に含まれており、人々の健康づくりをサポートします。



アロエベラ

世界中で古くから民間薬として知られているアロエベラ。沖縄の太陽の照射をいっぱい浴びたアロエベラにはアロエシン、アロエチン、アロエウルシン等の様々な健康・美容成分が含まれています。

沖縄健康食品の“三拍子戦略”



●機能的価値

保健機能や栄養機能
(成分組成が栄養学的に優れている)が
エビデンスに基づいて説明できる

●安全・安心価値

安全な原材料が用いられ
消費者に安心を与えるもの、
信頼性の高い品質管理

●情緒的価値

沖縄の伝統的健康素材が
持つストーリー性によって
差別化を図る

「沖縄らしさ」を追求した 沖縄発の機能性食品 沖縄ブランドWELLNESS OKINAWA JAPAN認証制度スタート（2018～）



沖縄県健康産業協議会

認証



WELLNESS OKINAWA
JAPAN

WELLNESS
OKINAWA JAPAN
沖縄県健康産業協議会

認証



PREMIUM



ベチカラサプリ
まるごとアセロラ

沖縄産アセロラまるごと使用
純国産天然ビタミンC（栄養機能食品）
15カプセル入り:ティーカップ15杯分



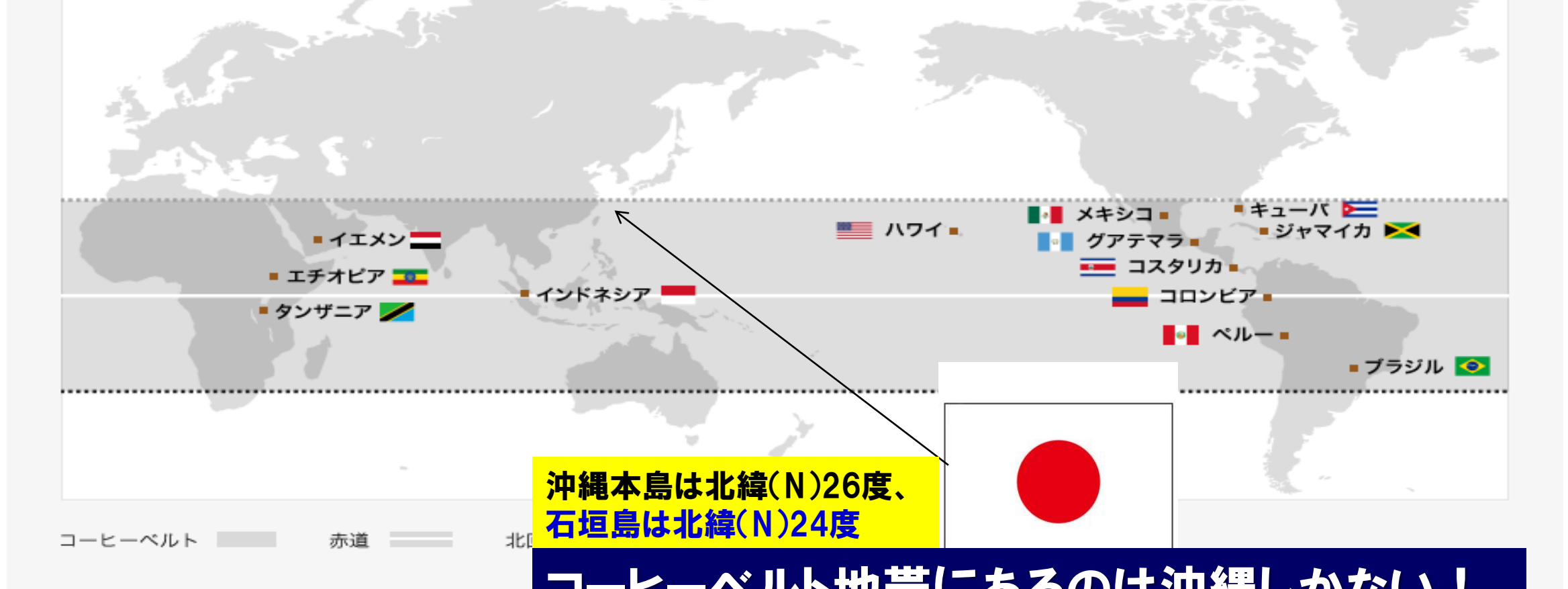
13社23商品が認証
（令和3年3月末時点）

<https://www.facebook.com/%E6%B2%96%E7%B8%84%E7%9C%8C%E5%81%A5%E5%BA%B7%E7%94%A3%E6%A5%AD%E5%8D%94%E8%AD%B0%E4%BC%9A-985053374990483/>

沖縄ブランドWELLNESS OKINAWA JAPAN認証制度審査員（荒川）

©荒川雅志 琉球大学国際地域創造学部ウエルネス研究分野

日本産コーヒーがないのは世界の常識



◎コーヒーベルト

コーヒー豆の生産に適した地域

- ・赤道をはさみ北緯25度・南緯25度の間(内側)
- ・平均気温が20度前後、年雨量が1300~1800mm、高度900m~2000mの間が最適とされる

『沖縄産コーヒー』=イコールJAPAN coffee
『日本コーヒー』として世界中に発信
できる沖縄最強の資源になるかも





A glass kettle is pouring water into a coffee dripper. The dripper is placed on a scale. The coffee is being brewed on a dark wooden surface.

貴重な沖縄産コーヒー

(参考価格)
2022年1月末
又吉コーヒー農園
1杯 1,400円

「有吉の冬休み2022 沖縄」2022/1/1放送
又吉コーヒー農園(東村)でロケ

沖縄産生豆は
20gで**2500円**の高級品
と紹介

*コーヒー1杯はだいたい10g(焙煎後の豆重量)

～沖縄コーヒーは健康のその先へ～

『ウェルネス』

『コーヒー・セレモニー』

エチオピアの伝統的な儀式。

家族・友人で3煎ずつ飲む。

1煎目を飲む間は軽い話題、
2煎目は家族の話題、そして
3煎目は仕事など真面目な話題に
ついて語り合う



豊かな時間

ユイマール

スロー

繋がリ

生き甲斐

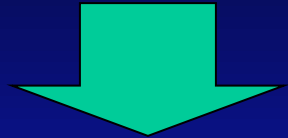
“TSUNAGARI”

働き方

生き方

わたしたちが目指すもの ～世界を視野に・地域に根差す～

- ・県内コーヒー栽培農家の実態調査、データベース化
- ・国内コーヒーの市場調査
- ・県産コーヒーの市場ニーズの調査



栽培農家の支援および普及～啓蒙活動
6次産業化プラン支援

- ・個別指導、研究会開催
- ・離島産業支援

【調査実施者】
・琉球大学ウェルネス研究分野
教員
大学院生補助スタッフ
ゼミ学生補助スタッフ
沖縄コーヒー協会スタッフ



耕作放棄地
有効利用

“沖縄産コーヒー”の生産、加工、
消費(域内・域外)流通確立

就業支援
雇用創出

沖縄産コーヒーの世界デビュー・ブランド構築

観光沖縄の新しい魅力創出



ウィズコロナ／アフターコロナの 世界

グレートリセット

The Great Reset



グレートリセット The Great Reset

▶ **新型コロナ後の世界は「絶対に平常には戻らない」**

▶ **コロナで変わる世界と、「変わらない本質」がある**

Klaus Schwab, Thierry Malleret,
"COVID-19: The Great Reset",
Agentur Schweiz, 2020

COVID-19:
THE GREAT
RESET

KLAUS SCHWAB
THIERRY MALLERET



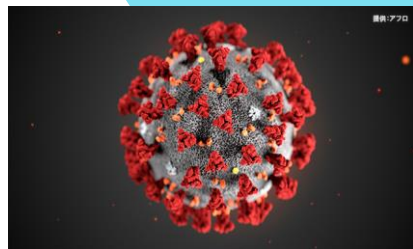
コロナ禍

新しい生活様式

(**ニューノーマル**)に直面し、
新しい働き方・生き方
を求める欲求が

全世界規模で高まっている時

Wellness
ウェルネス



安全安心・健康が脅かされ、
ヘルスへの欲求が
全世界規模で顕在化している時

Health
ヘルス

マズローの欲求5段階説とウェルネス

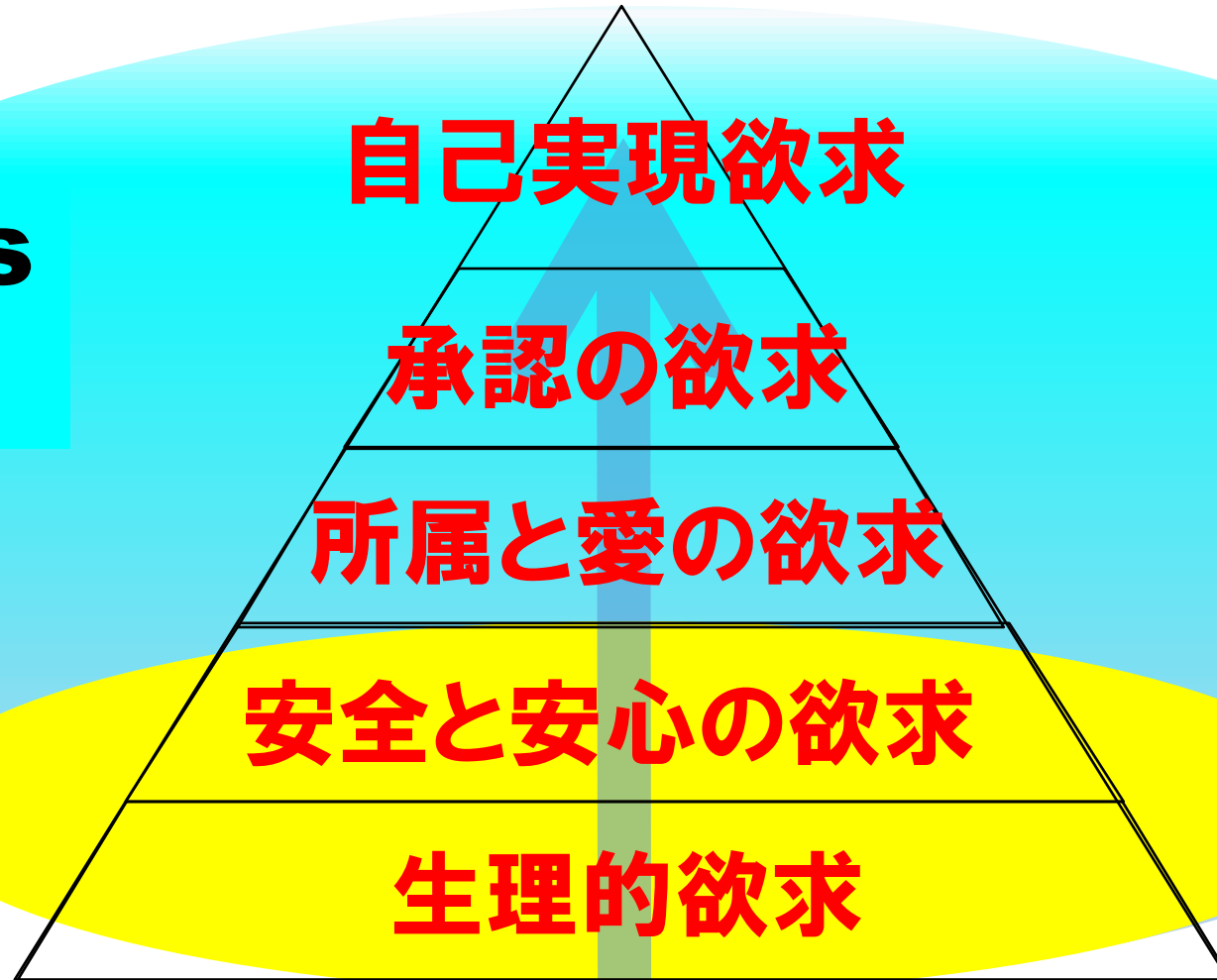
荒川(2017)“ウェルネスツーリズム”
フレグランスジャーナル社

高次欲求
を含む概念

Wellness
ウェルネス

基盤的欲求

Health
ヘルス



健康とウェルネスの関係性

“健康のためなら死ねる！”



「本末転倒」

- 健康のために急に激しい運動
- 過度の食事制限
- 健康番組、通販大好きオバちゃん
- 出所の怪しいサプリメント
- 出所ちゃんとしてても過剰摂取

「健康」という概念自体が
「不健康」を作り出している。
「健康」を意識し過ぎると、
「不健康」も意識し過ぎる。

産業の視点からのヘルスとウェルネスの整理

ヘルス(健康)とは

実のところは“疾病産業”
であり「受け身」である

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、誰も顧客になど
なりたがらないはず

ウェルネスとは

健康に対する前向きな
ビジネスがウェルネス産業

より健康に、美しく、
輝く人生を志向している状態
がウェルネス

何かに没頭する、熱中する、
生き甲斐を見つけている時、
ヘルス(健康)への意識など
ないだろう

1) Paul Zane Pilzer(2003) The wellness revolution : how to make a fortune in the next trillion dollar industry. Wiley & Sons.

2) ポール・ゼイン・ピルツァー(2003). 健康ビジネスで成功を手に入れる方法, 英知出版

3) 荒川 雅志(2017) NPO日本スパ振興協会編著. 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

新しいウェルネスの定義

～健康(Health)とウェルネス(Wellness)の関係を整理

豊かな人生、輝く人生 (目的・ゴール)

Wellness **ウェルネス**

身体の健康、精神の健康、環境の健康、社会的健康を
基盤に、豊かな人生をデザインしていく・自己実現*

“designing a rich life on the basis of physical health, mental health, environmental health, and social health, to achieve self-actualization.”

豊かな人生、輝く人生 のための基盤 (手段・基盤)

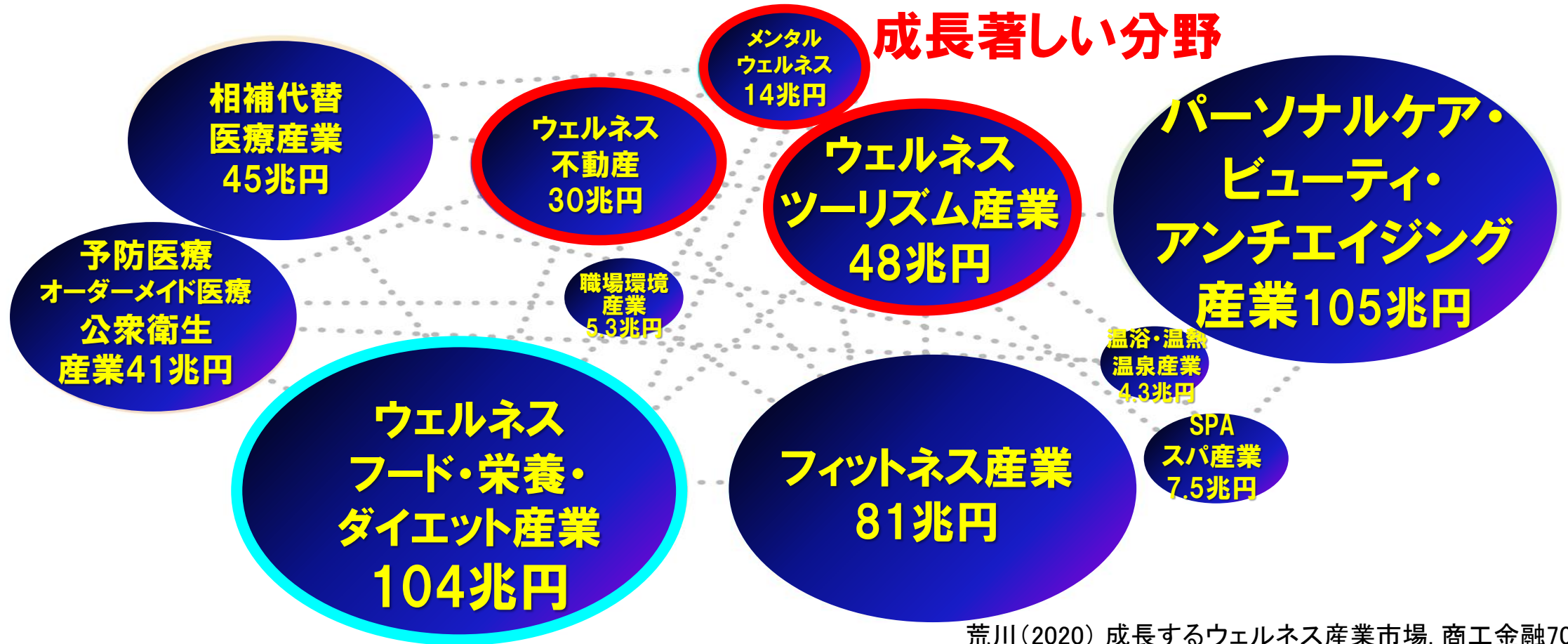
Health **ヘルス**

- *フリー百科事典 ウィキペディア(Wikipedia) “ウェルネス” “ウェルネスツーリズム” (荒川)
 - *荒川雅志,NPO日本スパ振興協会編著. 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, 2017
 - *荒川雅志, Precision medicine, 3 (10) 905-910, 2020
 - *荒川雅志, 商工金融 70 (5) 54-57, 2020
 - *荒川雅志, 南方資源利用技術研究会誌, 第34巻1号 1-6, 2019
 - *Arakawa M, et al. 3rd Annual Conference Proceedings Asia Pacific Chapter, Travel and Tourism Research Association (TTRA), 100-101 2015
- ほか
- *ウェルネス海外講演(2019年):上海、重慶、海南島(中国)、ソウル(韓国)、ハワイ(米国)、ペナン(マレーシア)

ウェルネス産業市場規模(世界)

484兆円 (4.4兆ドル*)

成長著しい分野



荒川(2020) 成長するウェルネス産業市場, 商工金融70(5), 54-57

Note: Numbers do not add to total due to overlap in sectors.
Source: Global Wellness Institute



GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™



**ウェルネス
フード・栄養・
ダイエット産業分野**

コロナ前

▶ **成長率は安定**

2017~2019成長率: **3.1%**

コロナ禍

▶ **鈍化するが影響は最小限**

2019~2020成長率: **3.6%**

	Wellness Economy (US\$ billions)			Average Annual Growth Rate	
	2017*	2019	2020	2017-2019	2019-2020
Personal Care & Beauty	\$1,021.6	\$1,097.3	\$955.2	3.6%	▼ -13.0%
Healthy Eating, Nutrition, & Weight Loss	\$858.1	\$912.3	\$945.5	3.1%	3.6%
Physical Activity	\$789.5	\$873.8	\$738.1	5.2%	▼ -15.5%
Wellness Tourism	\$617.0	\$720.4	\$435.7	8.1%	▼ -39.5%
Traditional & Complementary Medicine	\$376.2	\$431.9	\$412.7	7.1%	▼ -4.5%
Public Health, Prevention, & Personalized Medicine	\$328.3	\$359.1	\$375.4	4.6%	4.5%
Wellness Real Estate	\$148.5	\$225.2	\$275.1	23.2%	22.1%
Mental Wellness	N/A	\$122.3	\$131.2	N/A	7.2%
Spas	\$93.6	\$110.7	\$68.0	8.7%	▼ -38.6%
Workplace Wellness	\$47.7	\$52.2	\$48.5	4.6%	▼ -7.0%
Thermal/Mineral Springs	\$56.1	\$64.0	\$39.1	6.8%	▼ -38.9%
Wellness Economy	\$4,317.3	\$4,909.9	\$4,369.3	6.6%	-11.0%

* 2017 figures have been revised since GWI released the previous version of the Wellness Economy Monitor (see box below for more details).

Note: Figures do not sum to total due to overlap in sectors.

Source: Global Wellness Institute, based on extensive primary research and secondary data sources.

Wellness Economy Growth Projections by Sector, 2020-2025

**ウェルネス
フード・栄養・
ダイエット産業分野**

成長予測

▶ **安定して成長**

2020→2025成長率: **5.1%**

▶ **ウェルネス市場全体(9.9%)
の中では伸び率は低い
主要11分野中第9位**

	Market Size (US\$ billions)		Projected Market Size (US\$ billions)					Projected Average Annual Growth Rate
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2020-2025
Personal Care & Beauty	\$1,097.3	\$955.2	\$1,093.5	\$1,208.5	\$1,282.6	\$1,349.3	\$1,412.9	8.1%
Healthy Eating, Nutrition, & Weight Loss	\$912.3	\$945.5	\$986.3	\$1,035.8	\$1,089.2	\$1,147.2	\$1,209.9	5.1%
Physical Activity	\$873.8	\$738.1	\$828.0	\$907.7	\$999.9	\$1,094.5	\$1,198.8	10.2%
Wellness Tourism	\$720.4	\$435.7	\$652.8	\$816.5	\$928.2	\$1,030.6	\$1,127.6	20.9%
Traditional & Complementary Medicine	\$431.9	\$412.7	\$448.4	\$480.0	\$512.6	\$546.5	\$582.6	7.1%
Public Health, Prevention, & Personalized Medicine	\$359.1	\$375.4	\$394.5	\$412.4	\$429.7	\$453.3	\$478.3	5.0%
Wellness Real Estate	\$225.2	\$275.1	\$347.1	\$398.4	\$459.7	\$516.9	\$580.3	16.1%
Mental Wellness	\$122.3	\$131.2	\$147.5	\$163.4	\$180.1	\$195.5	\$209.8	9.8%
Spas	\$110.7	\$68.0	\$101.9	\$122.3	\$131.5	\$140.7	\$150.5	17.2%
Workplace Wellness	\$52.2	\$48.5	\$50.8	\$52.8	\$54.5	\$56.4	\$58.4	3.8%
Thermal/Mineral Springs	\$64.0	\$39.1	\$58.5	\$71.5	\$77.4	\$83.3	\$89.7	18.1%
Wellness Economy	\$4,909.9	\$4,369.3	\$5,040.2	\$5,588.7	\$6,055.1	\$6,514.9	\$6,992.0	9.9%

Note: Figures do not sum to total due to overlap in sectors.

Source: Global Wellness Institute estimates, based upon economic and industry sector projections from the IMF, ILO, Euromonitor, and GWI's data and projection model.

月刊プロパティマネジメント Property management

No.250

5
MAY
2021

QOL向上でNOI増強

ウェルネス 不動産投資



×ウェルネスの可能性 | 観光・リゾート

ウェルネス向上と観光・リゾート産業の成長 双方両立する「ワーケーション」に期待

星野リゾート

コロナ禍は、私たちの働き方・暮らし方、社会生活全般に大きな変化をもたらしました。

多くの企業ではテレワーク化が進み、オンライン会議が推奨され、相手先との初対面がたとえモニター画面上だったとしても失礼ではなくなりました。地方の観光・リゾート地で滞在しながら仕事をする「ワーケーション」もまた新しく確立しつつあるスタイルのひとつでしょう。

外出の自粛や飲食営業の時短措置などは、やがてコロナ禍の終息とともに元へ戻るのでしょうか、社会変化とともに生まれた先述の新しい概念は、この先も恒久的に継続すると思っています。とくに「ワーケーション」については、私たちの産業に大きなチャンスともなり得ると考えます。

観光・リゾート産業は、言ってみれば「1年(365日)のうちの余暇(100~120日間)を取り合う産業」でした。ワーケーションが社会に浸透することはすなわち、観光・リゾート産業の「閑散日(100~120日間以外)」に新しい需要が生まれることを意



星野佳路氏
代表



味します。

ただし、ワーケーションがさらに定着し恒久的に継続するうえで、整備すべき2つの課題があると考えます。

ひとつは、ワーケーションに参加できる「環境」の整備です。例えば、オンライン会議に参加する際に、周囲に声が聞こえないプライベートな環境の整備が必要となってきます。

もうひとつは、ワーケーションを行うための「法」の整備です。現状のワーケーションの状況を眺めると、(オフィスワークと比べ)労働時間を把握することがむずかしく、ともすればオーバーワークの温床になってしまう恐れもあります。従業員自身が自分の裁量で働く自由と責任をマネジメントするような法制度が必要だと感じています。

ESGやSDGsなど「ウェルネス」であることがビジネス価値につながる流れが出てきています。一般企業、観光産業がともに声を上げ、関連各都府県とともに打開策を話し合い、ワーケーションを盛り立て推し進めていく必要があると考えています。

ルネスを新しい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に着手するなか、世界初のWELL認証(省エネや人々の健康とウェルネスに焦点を合わせた建築や都市に関する認証制度)ホテルが日本に誕生したようである(本誌38ページ)。

次世代の価値を創造する “ウェルネスサードプレイス”

働き方改革の推進やコロナ禍により、リモートワークの普及は一気に加速した感がある。ワークとパーケーションを組み合わせたワーケーションも生まれた。米国の社会学者レイ・オルデンバーグは、現代人には自宅(ファーストプレイス)と職場や学校(セカンドプレイス)に加え、サードプレイスが必要であると提唱した。

ポストコロナ、ニューノーマル時代の不動産には、心身の癒しや新しい発見と刺激、自己開発の場を提供し、輝く人生や生き方に寄り添う“ウェルネスサードプレイス”となることを期待したい。あらゆる分野から参入可能なウェルネスで、人々の生活や経済活動のインフラを創造してきた不動産分野が中心

軸となれば、異業種の連携、それによるイノベーション創出と新市場開拓の可能性は大きく広がってくるだろう。



荒川雅志

琉球大学 国際地域創造学部
ウェルネス研究分野 教授

1972年福島県生まれ。沖縄100歳長寿者のライフスタイル研究、沖縄の美容健康素材の研究で福岡大学大学院医学研究科社会医学系疫学専攻修了(医学博士)。筑の起源、健康と観光を結ぶヘルスツーリズム研究を日本の大学で初めて開始。ウェルネス研究、ウェルネスツーリズム研究の第一人者。Jウェルネス協会準備委員会発起人。ザ・リッツ・カールトン沖縄、森トラストイラフSUI、ANAインターコンチネンタル石垣、ハレクラニ沖縄ほかウェルネスメニュー開発監修多数。「ウェルネスツーリズム〜サードプレイスへの旅〜」(2017)ほか著書論文多数。

コロナ以前から

ウィズ/アフターコロナ

次世代ライフスタイル

ウェルネスライフスタイル

へのシフト

として定着

▶ファーストライフから **スローライフ**へ

▶グローバル志向から **コミュニティ志向**へ

▶グローバルビジネスから **コミュニティビジネス**へ

コロナ以前から

ウィズ/アフターコロナ

次世代ライフスタイル

ウェルネスライフスタイル

へのシフト

として定着

▶ テクノスキルから **ライフスキル**へ

▶ 拡大路線から **“ダウンサイジング”**へ

▶ 一人勝ちの社会から **地域全員が幸福になる社会**へ

“ダウンシフター”（減速生活者）

- 過度な消費主義から抜け出し、
 - もっと余暇を持ち、
 - スケジュールのバランスをとり、
 - もっとゆっくりとしたペースで生活し、
 - 子どもともっと多くの時間を過ごし、
 - もっと意義のある仕事をし、
- もっとも深い価値観にまさに合った日々を過ごす～

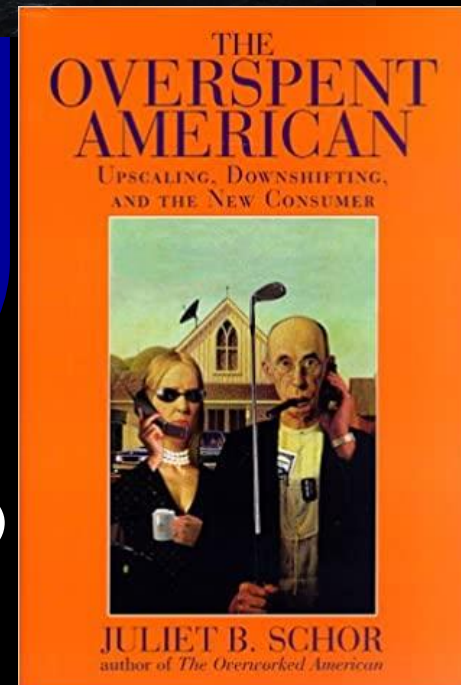


ジュリエット・B・ショア、森岡孝二訳
「浪費するアメリカ人」(2000年)

米国経済学者ジュリエット・B・ショア

➤ **Downshifting** (ダウンシフティング)

The Overspent American: Upscaling, Downshifting,
And The New Consumer, Basic Books, 1998



世界中で増加する新しい価値観の人口層

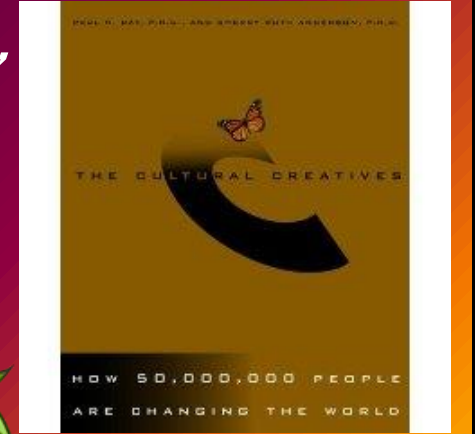
次世代生活創造層

カルチャークリエイティブ

Paul H. Ray, Sherry Ruth Anderson.

“The Cultural Creatives”

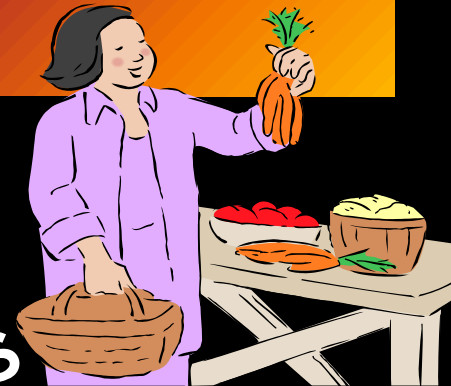
How 50 million people are changing the world,
New York: Harmony Books, October, 2000



次世代の価値観を有する新たな文化を創造していく層

- ・アメリカ 26% ≒ 8,500万人
- ・欧州連合(EU) 35% ≒ 1億5,000万人

SDGs関心層



- 理想論でなく、現代社会に必要不可欠な「**経済**」「**消費**」概念を伴いつつ、**サステナビリティ(持続可能性)思考と行動実践**を両立。
- ビジネス・ファッション・ブランドといった欲求の**ライフスタイル**を実現しながらマーケティング対象、**企業の社会貢献(CSR)投資**を巻き込み市場成長



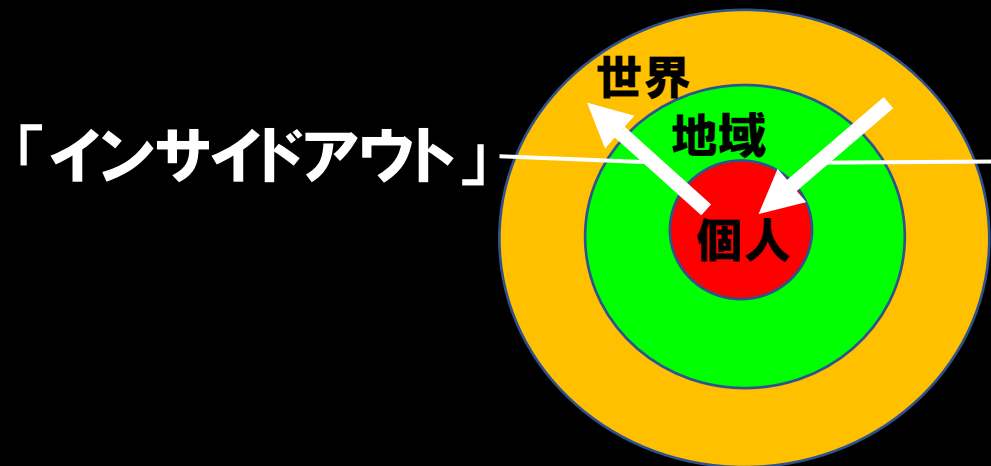
**ウェルネス
産業市場**

ウェルネスとは 持続可能な健康・美の追求実現



“インサイド・アウト”

- ・自分ができるところから始めるアプローチ
- ・内から外に向かって問題を解決する手法



「アウトサイド・イン」

外からのアプローチで中心の個人を変えるのは困難。

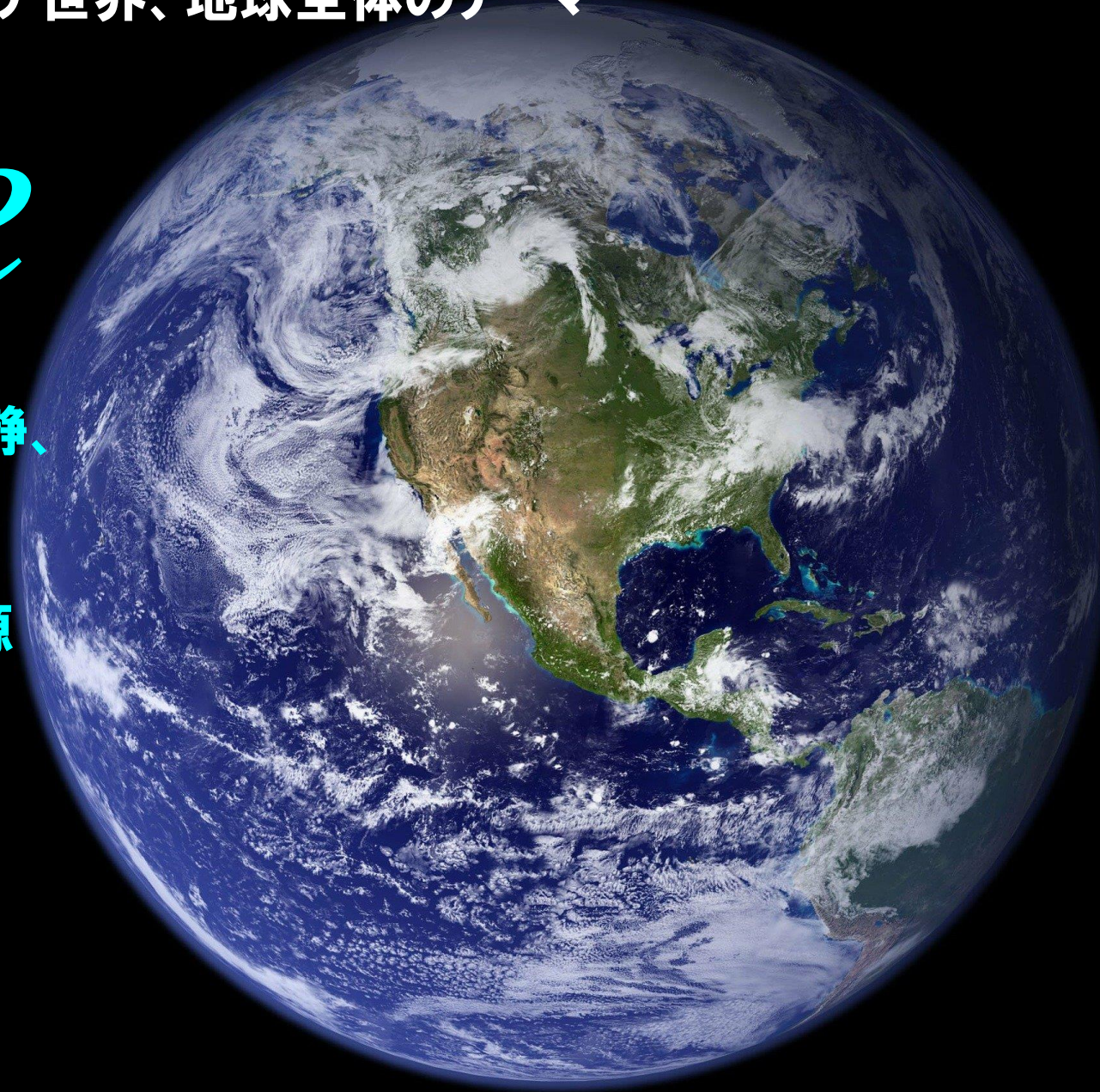
SDGs(スローガン): 大上段すぎて自分ごとにしにくい、行動に移しにくい

物事を、世界を変えるのは、個人の小さな1歩から。しかしその1歩は大きな1歩。

ウィズ／アフターコロナ世界、地球全体のテーマ

Blue

▶クリーン、清浄、鎮静、
空(Sky Blue)
海(Marine Blue)
母なる海、生命の起源
への回帰



新型コロナが教えてくれたこと

人間は地球の一部であり、世界各国は運命共同体である・・・

(生物は地球と相互に関係し合い、生存に適した環境を維持する自己制御システムを持つ)



Lovelock James
ガイア仮説
“地球はひとつの生命体”

サステナビリティの起点を
自分自身、人間という地球環境
の小単位から考える・・・
健康 = 内面「環境」の整備保全

ウェルネスSDGs (荒川,2021)

最新のウェルネス = インサイドアウトSDGs実践

“環境の一部である内なる健康環境と、外なる自然環境・地域・社会の持続可能を
志向し人生を豊かに彩るライフスタイルを学ぶ / 体験する / 実践する”

= SDGsを達成するアクションそのもの

ライフスタイル



フィンランド Finland

幸福な国 **4**年連続世界一

(国連世界幸福度報告2018年～2021年)

▶フィンランド政府観光局
2019年夏のキャンペーン
「Rent a Finn(レント・ア・フィン)」
フィンランドの

ライフスタイル

体験機会を提案／提供

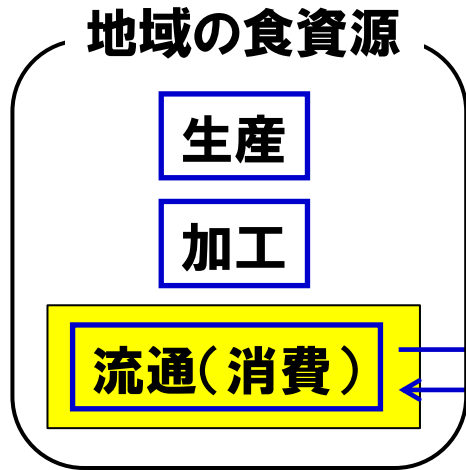


ライフスタイル

「観光で売らない」 アメリカで住みたいまちNo.1 ポートランドからのまちづくりのヒント



従来の
食と観光

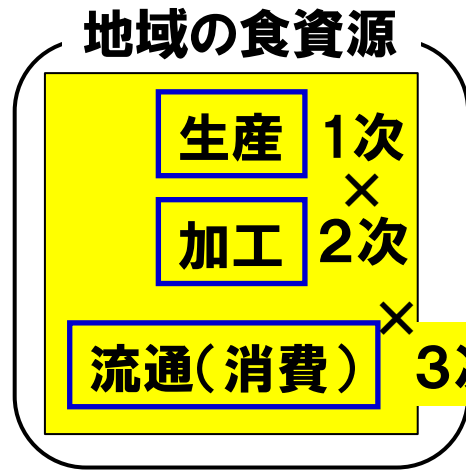


娯楽・エンタテインメント型

観光客

“お客様”のまま
単なる消費者で
帰っている

これからの
食と観光



体験・交流型
食育・“旅育”

ファン

“共感”
“支える”
支援者にしてしまう

ライフスタイル型
アライアンス型

暮らし
真正

日本のウェルネスへ世界が注目

1. Focus Shifts from Sleep to True Circadian Health
2. Aging Rebranded: Positively Cool
- 3. J-Wellness**
4. Mental Wellness and Technology:
Rethinking the Relationship
5. Energy Medicine Gets Serious
6. Organized Religion Jumps Into Wellness
7. The Wellness Sabbatical
8. The Fertility Boom
9. Wellness Music
10. In Wellness We Trust:
The Science Behind the Industry

①睡眠

生体リズム(サーカディアンリズム)、光(自然、照明)

②エイジングのリブランド

生き甲斐、生涯現役、アクティブシニア

③日本のウェルネス

和の文化、精神性、道、長寿世界一

④メンタルウェルネス

メンタルヘルス市場、×IT、IoT

⑤エナジー

気、波動を科学する、西洋医学導入

⑥宗教とウェルネス

宗派にみるウェルネスメソッド、祈りのウェルネス力、健康法

⑦長期休暇とウェルネス

ワーク・ライフ・バランス

⑧少子化ブーム

リプロダクティブヘルス、性とウェルネス

⑨ウェルネスと音楽

⑩ウェルネス産業と科学

エビデンス、信頼、第三者機関の待望

“日本の光”を見直す

徹底した 『和』の追求



“日本の光”を見直す

WASHOKU



“日本の光”を見直す

HAKKO



“日本の光”を見直す

Festival



青森県観光情報サイト <https://www.aptnet.jp/stories-nebuta.html>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Matsuri#/media/File:Kishiwada_danjiri.JPG

“日本の光”を見直す

DOU



DOU
IS JAPAN COOL?

“日本の光”を見直す

Spirituality

四国
遍路

&

サン
テイヤ
ゴ巡
礼路

“日本の光”を見直す

ONSEN

Hot Spring

Japanese SPA



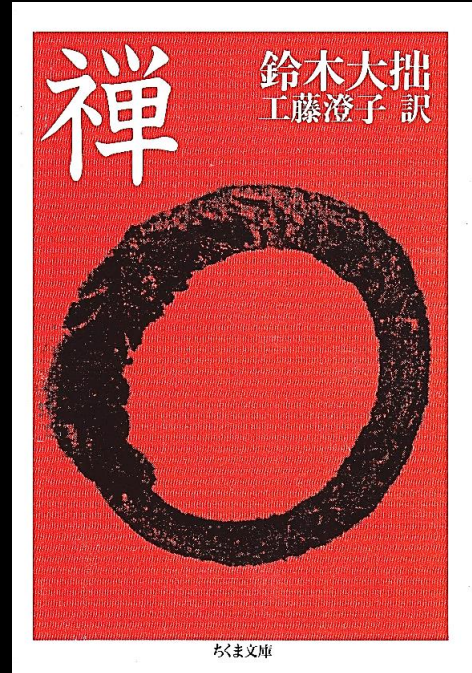
“日本の光”を見直す

Zen garden



“日本の光”を見直す

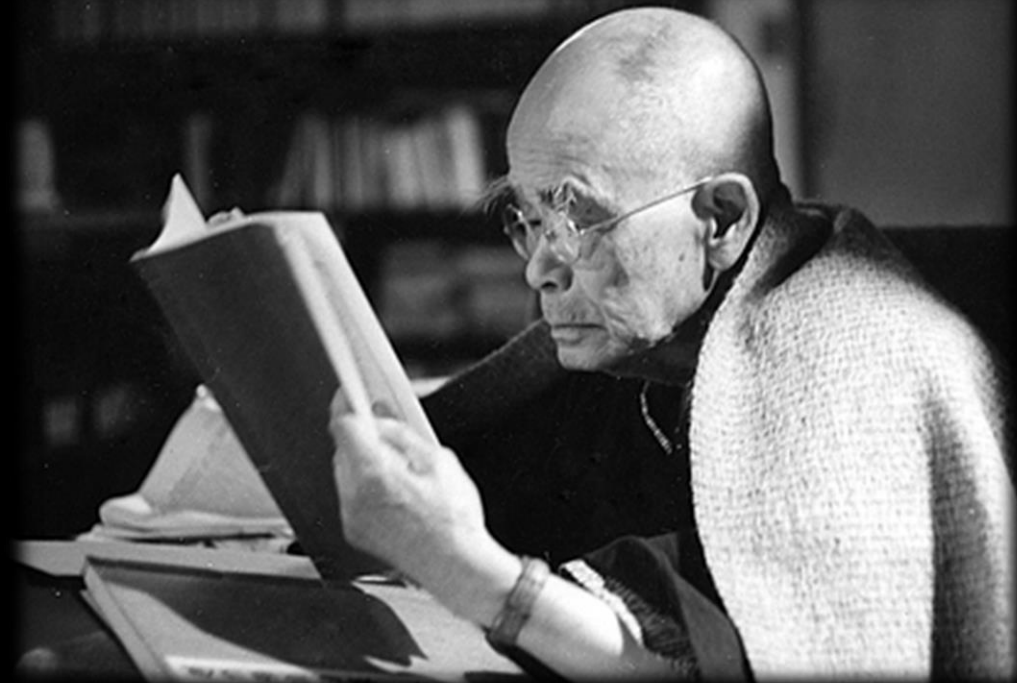
beauty of style (様式美)



『相貌と風貌—鈴木大拙写真集』(上田閑照・岡村美穂子／禅文化研究所発行／2005年)

iPhone
シンプルさ・直観性

Steve Jobs
1955-2011



“日本の光”を見直す

Zen/Mindfulness



世界5大長寿地域「ブルーゾーン」に学ぶ ウィズコロナ時代とウェルネス



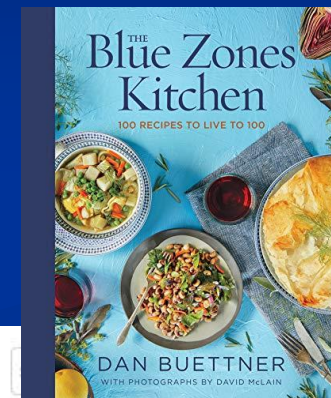
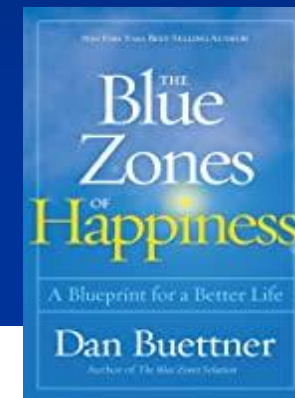
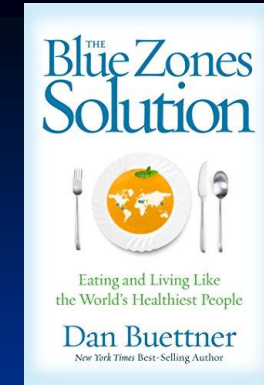
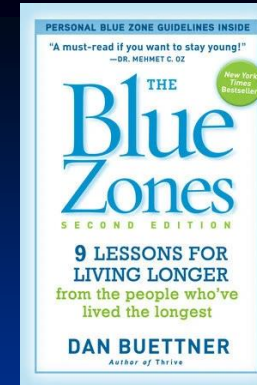
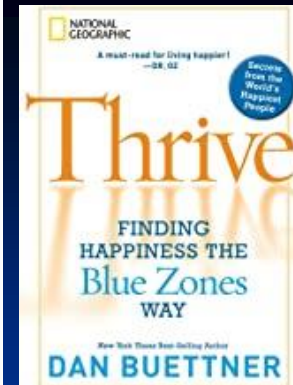
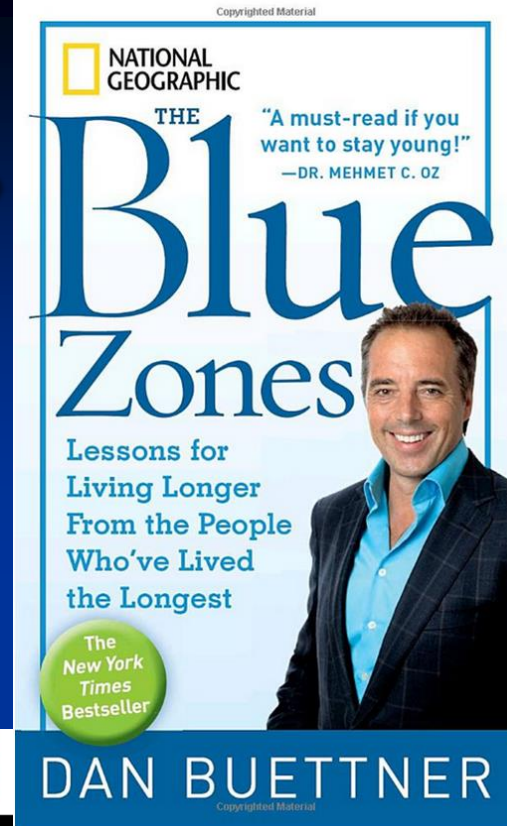
国立大学法人琉球大学 国際地域創造学部
ウェルネス研究分野 教授

荒川 雅志

Dan Buettner (2008)

“The Blue Zones”

世界の百歳人 (センテナリアン)に学ぶ 長寿の9つのルール



TEDxTC 43万回再生

Dan Buettner: How to live to be 100+

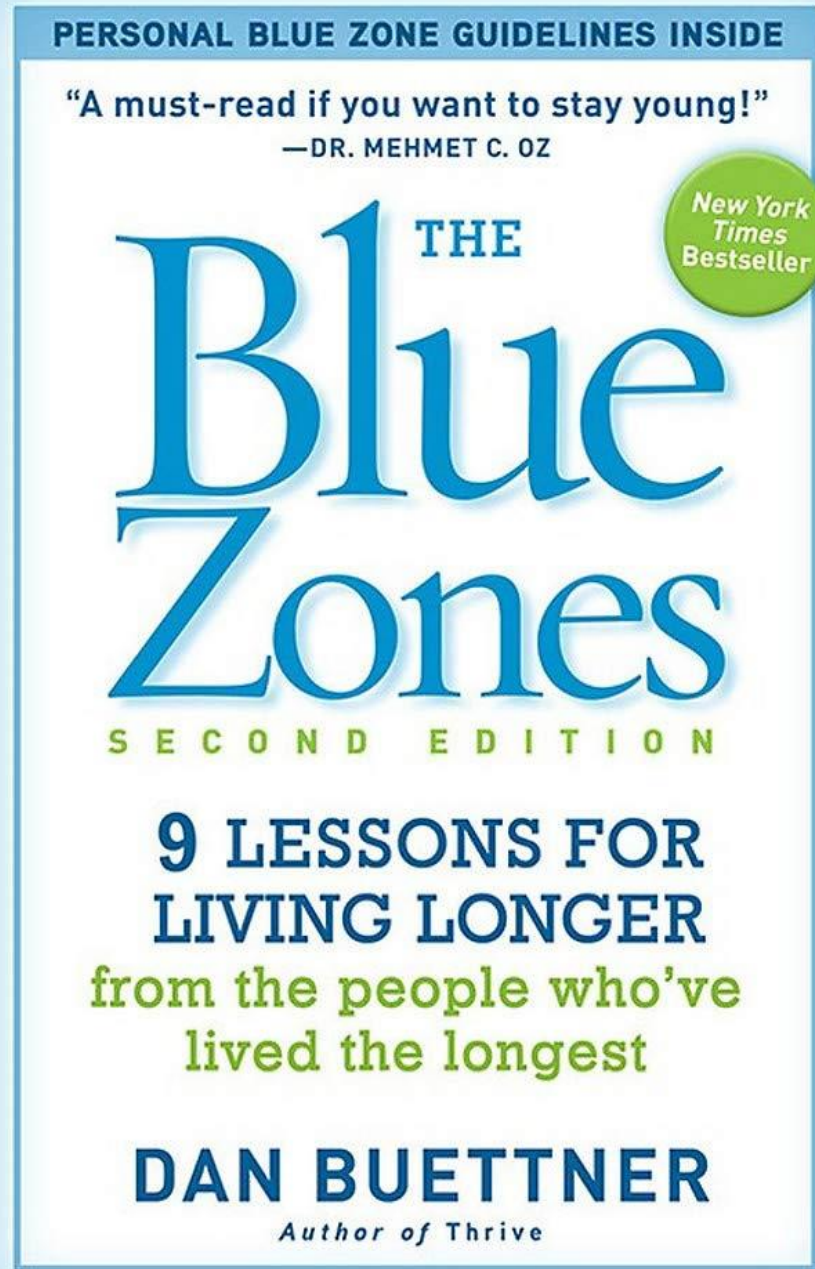
TEDxTC · 19:39 · Filmed Sep 2009

Subtitles available in 32 languages
Dan Buettner 2008

[View interactive transcript](#)



- The Blue Zones: Lessons for Living Longer From the People Who've Lived the Longest. Dan Buettner 2008
- Thrive. Finding Happiness the Blue Zones Way. Dan Buettner 2010
- The Blue Zones, Second Edition: 9 Lessons for Living Longer From the People Who've Lived the Longest. Dan Buettner 2012
- The Blue Zones Solution: Eating and Living Like the World's Healthiest People. Dan Buettner 2015
- The Blue Zones of Happiness: Lessons From the World's Happiest People. Dan Buettner 2017
- The Blue Zones Kitchen: 100 Recipes to Live to 100. Dan Buettner 2019



全米ベストセラー

“The Blue Zones”

ザ・ブルーゾーン

セカンドエディション(2012)

～世界5大長寿地域の
5つが揃う初のバージョン～

著者: Dan Buettner

翻訳・監修: 荒川 雅志

祥伝社 2022年7月出版決定

世界の100歳長寿者に学ぶ健康と長寿の9つのルール

ルール2 腹八分で摂取カロリーを抑える

腹八分を習慣化するために

- ・取り分けたら料理は片づける
- ・食事を大きく見せる工夫をする
- ・小さめの器を使う
- ・おやつは見えないところに
- ・買い物では小さいほうを選ぶ
- ・毎日、体重計に乗る
- ・ゆっくりと食べる
- ・食事に専念する
- ・食事はテーブルで
- ・食事は、早い時間帯に

世界の100歳長寿者に学ぶ健康と長寿の9つのルール

ルール3 植物性食品を食べる

健康的な食生活をするために

- ・毎日、4～6種類の野菜を食べる
- ・肉類は制限する
- ・くだもの・野菜を目立つ場所に置く
- ・豆類を食卓の主役に
- ・毎日ナッツを食べる
- ・ナッツを常備しておく

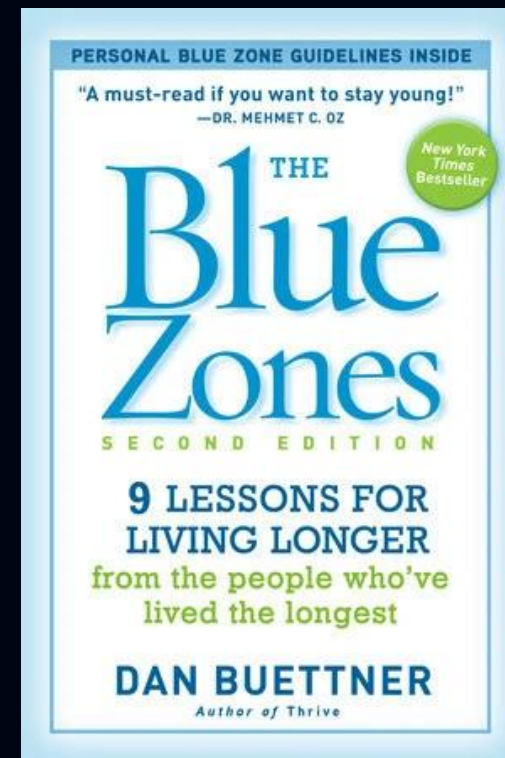


ブルーゾーン世界の100歳長寿者に学ぶ健康と長寿の9つのレッスン

ルール9 人とつながる

社会的なつながりを強化するために

- ・価値観を共有できる人をリストアップする
- ・人に好かれるようにする
- ・仲間と一緒に時間を作る



The Blue Zones, Second Edition: 9 Lessons for Living Longer From the People Who've Lived the Longest. Dan Buettner 2012

“TSUNAGARI”（つながり力）が試された出来事

わたしのふるさと福島

～東日本大震災～



一般社団法人環境金融研究機構<http://rief-jp.org/ct13/52650>

- ▶被害を最小限にとどめた地域は、
コミュニティ力が強かった（**強いつながり**）
地域復興の速さと地域レベルのソーシャル・キャピタルに正の関連（Aldrich 2011）
- ▶被災地の外に取引先を多く持つ
企業は、操業再開までの期間が早かった（**多様なつながり**）
- ▶精神的に支えとなる新しいビジネスも生まれた（IT, IoT, 見守りシステム）

コロナの時代とは

- ▶ 新たなつながりを生む“きっかけ”と捉える
- ▶ 時代に即した新しいつながりのあり方・ライフスタイル
（個人間、地域間、国家間）

ただ長生きでなく、

「よりよく生きる」ためのヒント

コロナ時代における「生き方」のヒント

つながり

TSUNAGARI

Connection, Relation, Link, Network

"TSUNAGARI"
(つながり)
力

家族

友人

地域

関係
人口



SNS, IT, IoT, AI, DX...

つながり力の
強い
人・地域・時代

つながり力の
弱体化

近現代

現代の新しい
つながり創出

With/Afterコロナ時代の
新しいつながり方

デジタル
テクノロジー

旅の力

コロナ時代の生きる力とは？

=つながり力の
再構築／新構築
=ビジネスキーワード

人

家族
友人
祖先

つながり
“TSUNAGARI”

Connection
Relation
Link
Network

職場
学校
コミュニティ

地域

自然
環境
地球

自然

日本の最高価値 “長寿世界一” ~20年以上連続~

Rank	Country	life expectancy
1	日本	84.3
2	スイス	83.3
3	スペイン	83.1
4	オーストラリア	82.9
4	フランス	82.9
4	シンガポール	82.9
7	カナダ	82.8
7	イタリア	82.8
9	韓国	82.7
10	ノルウェー	82.5



WHO 世界保健統計2019年版
 ※平均寿命統計データは2016年時点。

長寿 = 長い平均寿命？

厚生労働省 平成27年都道府県別生命表の概況



【男性】

滋賀 81.78歳 (1位)

～～

青森 78.67歳 (47位)

= 3.11歳差

沖縄 80.27歳 (36位)

1位から1.51歳差



【女性】

長野 87.67 (1位)

～～

青森 85.93 (47位)

= 1.74歳差

沖縄 87.44 (7位)

1位から0.23歳差

長寿＝長い平均寿命？

「長生き」が
目的、ゴール
になっていませんか？

ヘルスを含め高次欲求を満たす**ウェルネス**へ

長寿は “**ウェルネス長寿**” へ

世界の100歳長寿者に学ぶ健康と長寿の9つのルール

・The Blue Zones, Second Edition: 9 Lessons for Living Longer From the People Who've Lived the Longest. Dan Buettner 2012

- ルール1 適度な運動を続ける
- ルール2 腹八分で摂取カロリーを抑える
- ルール3 植物性食品を食べる
- ルール4 適度に赤ワインを飲む
- ルール5 はっきりした目的意識を持つ
- ルール6 人生をスローダウンする
- ルール7 信仰心を持つ
- ルール8 家族を最優先にする
- ルール9 人とつながる

ウィズ／アフターコロナは「つながり」がキーワード

人、地域、社会、世界との様々な
"TSUNAGARI"(つながり)
は長寿の秘訣



生き甲斐、輝く生き方
ポストコロナ世界の
ライフスタイル提案

(1) 徹底した「和」の追求

- 源泉数28,000超・世界有数の温泉資源
- 世界無形文化遺産の和食、地域固有の食材、食文化
- 世代を超えて受け継がれてきた歴史遺産
 - 四季、自然、風情、街並み、暮らし
 - 日本的な伝統、芸能、様式美
 - 「禅」「道」を究める精神性
 - 日本的「感性」「美意識」

(2) 「長寿」に“つながり”

(3) リローカリゼーション 「地域回帰」「原点回帰」

(4) 「オーダーメイド」

(5) IT/IoT/AIの活用

➤ 情緒的価値

➤ 機能的価値

➤ 安全安心価値

次世代ライフスタイル創造者が志向する共有価値提案

JAPANブランドウェルネス

Meaningful Travel

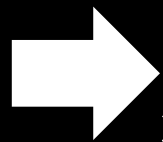
「有意義な旅」

の需要が世界的に高まる

<https://matcha-jp.com/jp/4781?page=2>

地域が大事に育んできた
自然、生活文化の
ありのまま
「真正」(オーセンティック)

に触れたい、交流したい、
学びたい、感動したい



旅の達人、富裕層、知識階層、
海外志向層であるほどニーズは高い



ウィズコロナ／アフターコロナの観光

旅の力

原点回帰

ウェルネスツーリズム

文明史最古の旅は「巡礼の旅」



巡礼 = “魂を癒す旅”

中世ラテン語

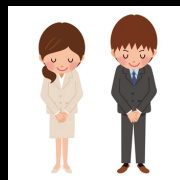
➤ **ホस्पες** (hospes):

「旅、巡礼などで病いや疲れた客人の保護者」



➤ **ホスピターレ** (Hospitale):

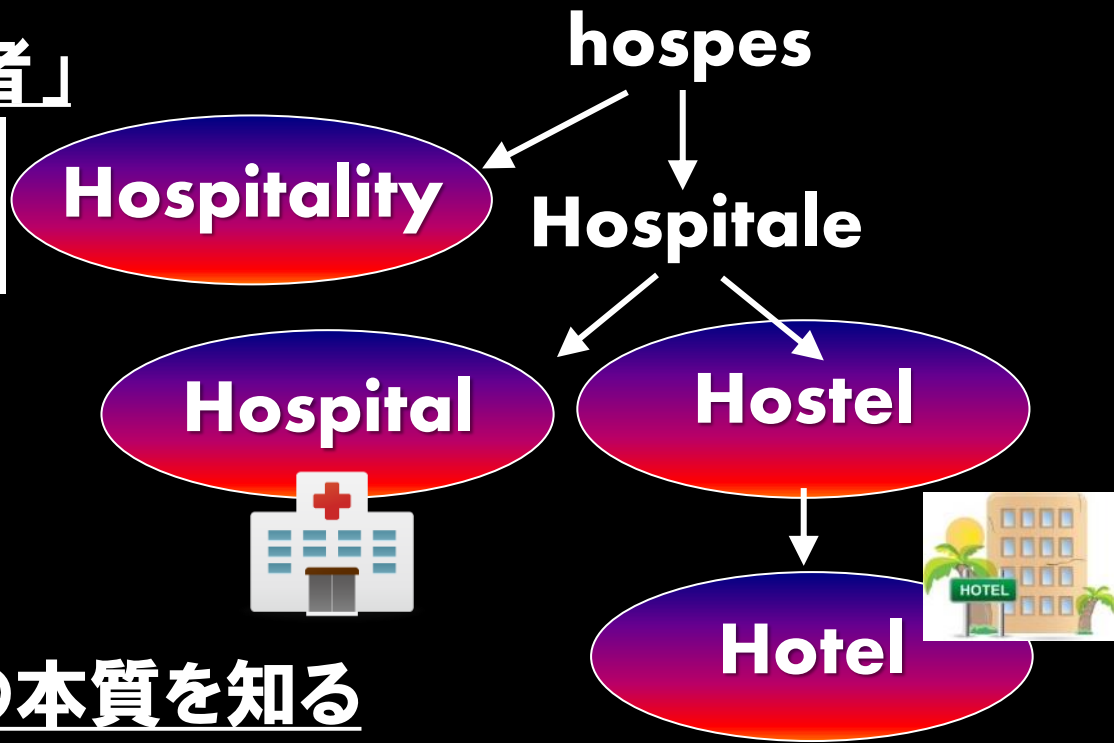
「巡礼や旅人のための大きな館、宿泊所」



財団法人日本ホテル教育センター:「新ホテル概論」

➤ **ホスピタリティ、ホスピタル、ホテルは
同一語源**

ホスピタリティマインドの本質を知る



“古くて新しい旅”、“魂を癒す旅”が ウェルネスリズム

世界

Spa(温浴)

公衆温浴施設
温泉温浴施設

高級保養地
都市

ウェルネスムーブメント(米国)

Wellness movement

ウェルネス

QOL

ライフスタイルデザイン

SPAの多様化

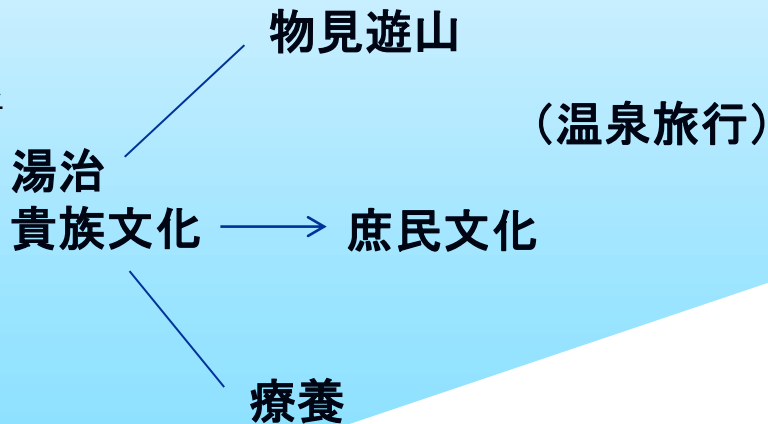


スパツーリズム
Spa Tourism

ウェルネスツーリズム
(スパツーリズム)
Wellness/Health/Medical

ヘルスツーリズム IUOTO*,1973

日本



「ニューツーリズム」観光庁*,2007

ヘルスツーリズム(日本型)

- ・地域活性
- ・ヘルスケア
- ・アクティブレジャー/レクリエーション

宿泊型新保健指導
厚生労働省*,2015

Health → Health Care

古代

中世

近代

現代

荒川雅志(2017)「ウェルネスツーリズム」フレグランズジャーナル社

世界のウェルネスツーリズム ～スパ(SPA) ツーリズム～

ウェルネスツーリズム

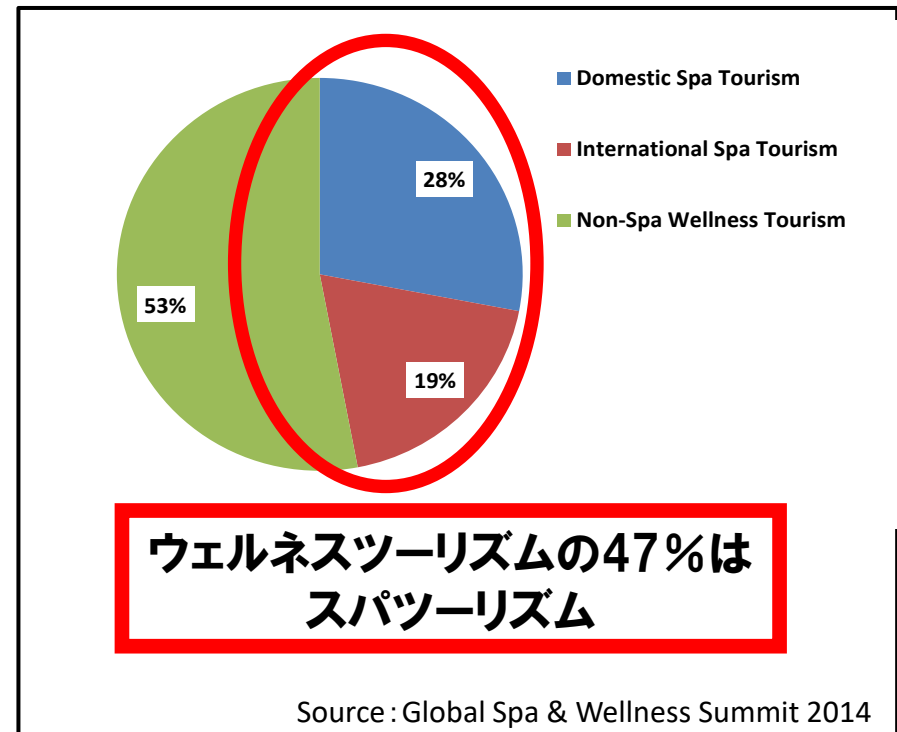
- 余暇活動の時間において
ヘルスケア、治療・回復、リラクゼーション、
食事療法、運動、スキンケア、美容
などで構成したツーリズム

Wolfgang Nahrstedt (2004)

スパツーリズム

- 温泉、鉱水、温浴など主に水利用をベースとしたツーリズム。
健康増進、レジャー、療養と、ウェルネスから
メディカルの領域にわたる。 Smith et al (2009)

(海外)ウェルネスツーリズムとスパツーリズムは同義語として使われることが多い。



現代ウェルネスツーリズム

(荒川 2017)

～*日本のウェルネスツーリズムを確立するには～



日本ウェルネス
(ツーリズム)
資源

世界の視点

医療の
要素(大)



ライフスタイル
の要素(大)

地域の視点

ラグジュアリー
の要素(大)



まちづくりの
要素(大)

共通項

パーソナル・特別感 “らしさ・強み” 安全安心・クオリティ

(海外)

ラグジュアリー型
施設完結型

ライフスタイル型
アライアンス型

ポストコロナは
統合/ハイブリッド型や、
“本質”が求められていく

ウェルネスツーリズム

旅先でのスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流などを通して、

心と体の健康に気づく旅、**地域の資源**に触れ、
新しい発見と自己開発ができる旅、**原点回帰**し、
リフレッシュし、**明日への活力**を得る旅

ライフスタイル型
アライアンス型

=人々の**ライフスタイル**に寄り添うツーリズム

を私たちは目指したい



ウェルネスツーリズム (荒川,2017)

目的
のための
手法

こうでなければならない！という固定観念に囚われずに
◎特別な体験、感動、交流、共感(責任の醸成)を提供するもの
◎有意義であるもの

大事
なのは
目的

心と体の健康に気づく旅、**地域の資源**に触れ、
新しい発見と自己開発ができる旅、**原点回帰**し、
リフレッシュし、**明日への活力**を得る旅

=人々の**ライフスタイル**に寄り添うツーリズム

あらゆる事業者・自治体が
参画、提供可能！！



WTTC世界旅行ツーリズム協議会 × Trip.com Group 旅行・観光業界の最新トレンドおよび消費者動向レポート『Trending in Travel』を発表

2021年11月26日

https://www.kyodo.co.jp/pr/2021-11-26_3650975/



(要約)

▶ 短・中期的に**アウトドア**旅行を求める傾向が強い

▶ **持続可能な**旅行に対する意識、**より健康的なライフスタイル**への意識向上

- ・世界中の旅行者の10人に8人(83%)が、今後は持続可能な旅行を優先すると答える
- ・新型コロナウイルスは世界中の人々のメンタルヘルスに影響。ウェルネスツーリズム協会は48カ国を対象に調査を行い、**旅行中にウェルネスアクティビティ**を行った旅行者は78%に達していると報告。

▶ 2021年以降も旅行規制が続くことや**ウェルネス意識の高まり**から、**セルフケアやウェルネス、ストレス解消により多くの時間やお金を費やしたい**という欲求は今後も高まると予測。

▶ 消費者側では**ビジネス旅行とレジャー旅行の境界があいまい**になり、健康のためにセルフケアやウェルネス活動を意識したり模索したりするトレンドが強まるにつれ、**ウェルネスツーリズムは今後も長期的な成長が見込まれる。**

コロナ後の世界の旅行テーマ

自然

環境

ウェルネス

持続可能な

ウェルネスは多様な分野と親和性

=あらゆる分野を繋ぐブリッジ=イノベーション促進と発信拠点へ

荒川(2017,2021)



豊かな人生、輝く人生 (目的・ゴール)

に関わるモノ、コトならば
“ウェルネス産業”

Wellness **ウェルネス**

身体の健康、精神の健康、環境の健康、社会的健康を
基盤に、豊かな人生をデザインしていく・自己実現*

“designing a rich life on the basis of physical health, mental health, environmental health, and social health, to achieve self-actualization.”

モノ

ウェルネスモノづくり

コト

ウェルネスコトづくり

人

ウェルネスパーソン

企業

ウェルネスカンパニー

地域

ウェルネスコミュニティ
ウェルネスまちづくり

Keywords:

ALLIANCES 提携 連携

これまで接点のなかった異業種連携、多様な視座で新しいサービス・イノベーションを
創意工夫を促す、生み出す機会が創出

【ツーリズム産業側】
“ウェルネス”を鍵に
余暇・レジャー産業からの
脱却を果たす

ライフスタイル（異業種・多業種・多職種）



観光産業

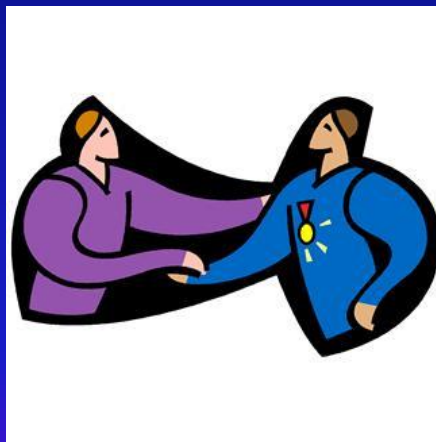
文化

医療
健康
福祉

農林
水産

食

IT
IoT



運輸

旅行社

宿泊

ツーリズムは
ライフスタイル(産業)へ

- ・業界の常識や慣行に囚われない
- ・広い視野から俯瞰して捉えられる

自然・人・地域とつながりを創るツーリズム＝観光(旅)の新しい価値

これからの観光はただの観光地ではない・・・

自分に“還る”場所、何度も“帰る”場所

ウェルネスライフスタイル

+

ツーリズム

- スロー志向 ←————→ “過去現在未来の再認識”
- 健康志向 ←————→ “転地(効果)保養(滋養)”
- 環境共生、農的生活、地産地消費 ↔ “原点回帰”
- 自己開発 ←————→ 新しい視座“交流発見”

都市圏

旅先・地方・リゾート

健康と旅は日常、旅先を『日常の延長』へ、健康点検 & 生き方発見の場へ

【次代のライフスタイル】
都市圏の利便恩恵を受けながら
ウェルネスライフスタイルの
一部実践

日常

【次代の観光(旅)】
ふと立ち止まるきっかけ。地域資源
から心身のリセット・充電、新視点、
リボン(再生)

日常の延長上

人々の人生に組み込まれる地になる

従来の観光静岡からの脱却、

次世代ライフスタイルの地・静岡、

“つながり”の地・静岡へ！

ウィズ・アフターコロナのビジネスキーワード

- 安全安心(衛生)
- 自然回帰、原点回帰
- デジタルトランスフォーメーション(DX) 下の顧客体験CX*の進化* Customer Experience
- リアルとバーチャル、融合
- メタバース
- “Reローカリゼーション”(地域回帰)
- 持続可能→リジェネラティブ
地球規模の環境共生意識, SDGs, ESG
- カーボンオフセット→カーボンニュートラル

- 量から質への転換
- プレーヤーチェンジ、ルールチェンジ
- 価値提案型、パーパス
- パーソナライズ、オーダーメイド
- スペシャルインタレスト、交流・感動・共感・責任
- モノからコト、さらにトキ
(その時に価値のある体験)
- つながり“TSUNAGARI”



https://manabee.work/wp-content/uploads/2020/11/20201107_200730-768x516.jpg

- 働き方(改革)、生き方(改革)
- “学”生涯学習
- “人”(資源/人財)
- ライフスタイル(ツーリズム)
- アライアンス(多業種、多職種、異業種)
観光以外のプレーヤー参画
- ワークেশョン進化/淘汰
- サードプレイス
- 真正(オーセンティック)、固有価値追求

社会情勢、時代によって、人々のライフスタイル、価値観も変容していく、
ポストコロナの世界に向けて提案する新しい価値

健康を輝く人生の基盤に、その先にあるゴール、
新しい働き方、生き方、人生の彩りに貢献する**ウェルネス静岡!**

企業

地域

人

モノ

コト

プレイス

を提供する静岡の企業、地域!