

イベント名：カワコレファッションショー

開催日：2023年3月21日（火・祝）

開催時間：11：00～12：00（午前の部）

14：00～15：00（午後の部）

※午前の部・午後の部は同じ開催内容です

開催場所：ララガーデン川口 1階 プラザ

住所：〒332-0028 埼玉県川口市宮町1 8-9

主催：三井ショッピングパーク ララガーデン川口

共催：特定非営利活動法人 健康姿勢管理

観覧料：無料

内容：モデルは姿勢と歩行改善を練習している高齢者とその子供、孫の3世代。衣装はショッピングセンター内の店舗がコーディネート。その衣装を着てステージを歩く3世代ファッションショーです

開催目的：別紙をご参照ください

最良の転倒予防策は歩かないこと！？介護予防 × DX時代の小売業 × ファッションショーで地域課題を解決

要約：2025年問題など根本的に解決する出口が見えない**超高齢社会の課題とDX時代を迎え大きな転換期となっている小売業を3世代ファッションショーを通して解決します**。特定非営利活動法人健康姿勢管理（本社：埼玉県川口市、理事長：大谷富夫）は姿勢と歩行改善を通して地域の高齢者を健康にしています。高齢者の転倒問題は介護やその後のQOL（生活の質）につながる大変重要な要素ですが、**歩行≒転倒という事実を知らない**人が多くいます。他方DX時代の小売業において**高齢者のリアル店舗離れ**も感化できない状況です。リアル店舗のメリットと高齢者の衣料品購入の課題を解決しながら**地域包括ケアシステムの構築**（厚生労働省）を目指すことを目的に2023年3月21日にララガーデン川口で3世代ファッションショーを開催します。

背景：2020年1月の大流行から3年、コロナ禍は私達の生活に大きな変化をもたらしました。働き方、健康そしてお金の使い方など今後もその変化が『定着する』もしくは『さらに進む』と言われています※1。働き方ではテレワークやweb会議などDXが進み、さらには非接触での支払いなど私達の生活にも深く浸透しました。健康においては「散歩・ウォーキング」が最新の調査結果で50.5%の高齢者が習慣の定着を感じています※2。その他高齢者のECサイトの洋服購入も70.8%の人が継続すると言われています※3。今回のファッションショーはそんな現状を鑑みて「歩行≒転倒ではない「安心安全歩行」の披露」、「DX時代のリアル店舗のあり方」から「地域包括ケアシステムの構築-ポストコロナ時代の街づくり-」を提案するものです。

【カワコレファッションショーのポイント】

1. 歩行≒転倒ではない「安心安全歩行」の披露
2. DX時代のリアル店舗のあり方
3. 地域包括ケアシステムの構築-ポストコロナ時代の街づくり-

転倒予防のための教育（労働者向け）

～原因を知ってリスクを減らそう～

人間が直立二足歩行を始めたことで「転倒リスク」が増大したと言われており、人が歩く限り常に転倒リスクがあります。

現在、転倒災害が労働災害のうちで最も多くなっており、増加傾向にあります。

また、日常生活においては、「交通事故」による死者数より「転倒」による死者数の方が多くなっています。

あらゆる歩行場面に転倒リスクが存在することを知って、リスクを低減させましょう。

～トップが打ち出す方針 みんなで共有 生み出す安全・安心～



東京労働局労働基準部安全課

図1. 出典 厚生労働省 東京労働局 転倒防止のための教育（労働者向け）より抜粋

歩行と転倒の関係性について書かれています。人間が二足歩行を始めたことで「**転倒リスク**」が増大したと記載があります

【本プレスリリースに関するお問合せ先】

特定非営利活動法人 健康姿勢管理 担当：大谷友希
 住所：〒332-0011 埼玉県川口市元郷3-13-9 (有)大敬産業内)
 Tel：048-223-2329 Fax：048-223-2395
 E-mail：npo.kenko.sisei.kanri@gmail.com

1. 歩行≠転倒ではない「安心安全歩行」の披露

これまでの研究でヒトがどう歩いているのかが分かってきました。野中は「たのしいからだ-地球環境の身体論- 第一回歩くからだ その1」※4において「**地面の上に置かれたからだは、バランスを崩すと、重力に引っ張られて転倒する。わたしたちが歩くときに使っているのは、実はこの力なのだ。**」※5と述べています。また東京労働局労働基準部安全課の教育用資料に「**人が歩く限り常に転倒リスクがあります。**」※6と書き記されています(図1)。これらの事実が示す私たちの歩き方は倒れながら(転倒)歩いているわけです。私たちが活用する歩行メソッドはそんな従来の歩き方とは一線を画した「安心安定歩行」を提案しています(図2)。評価方法は東北大学の鳥光先生のご協力の下、独自開発した「歩行測定器」を用いて定量的に「転倒リスク」を判断しています。今回のファッションショーはそんな当法人で日々歩き方を練習している会員さんが安心安定な歩行を披露します。

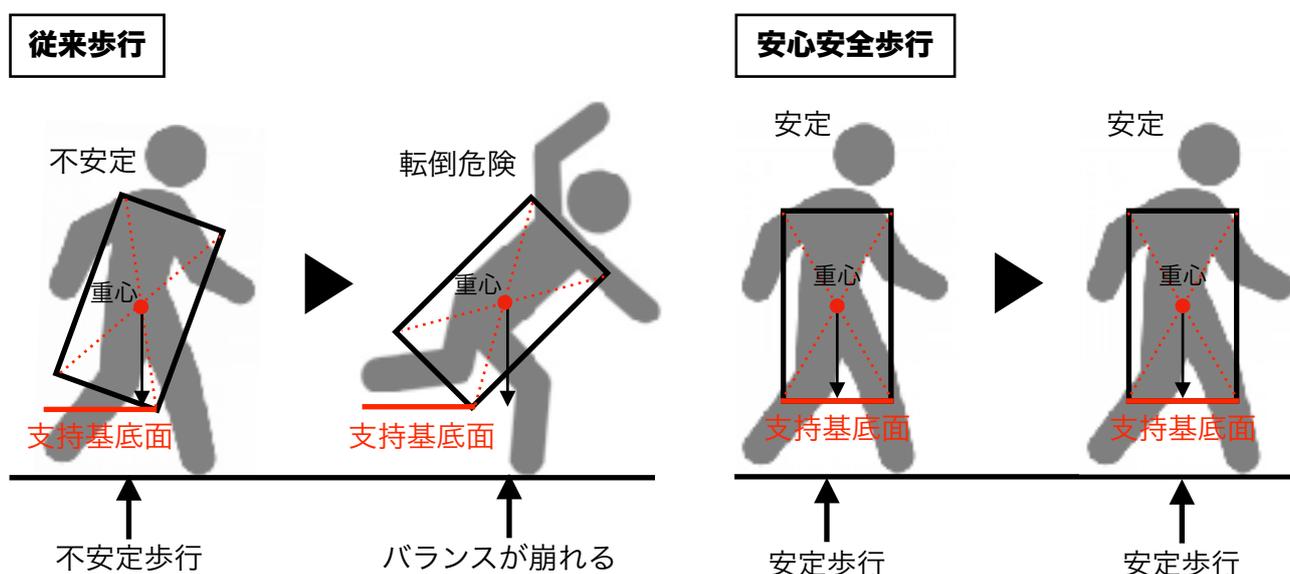


図2. 従来歩行と安心安全歩行のイメージ

2. DX時代のリアル店舗のあり方

コロナ禍を経験した商業施設は、社会情勢や消費者行動・価値観の変化の影響を受けこれからの時代にあった変化・進化が求められています。その中で「リテールテイメント」、「ショールーミング」そして「サードプレイス化」といったキーワードがあります。消費者の85.5%※7(※衣料品の購入において)が「現物を確かめてから買いたい」とリアル店舗に求めています。またおしゃべりに興味・関心がある高齢者の割合は64.9%あり※8その反面76.6%の人が「自分がファッションに自信がない」とアンケートで答えています※9。一方で販売員に相談する割合は27.0%と低い値を示しています※10。そこで今回のファッションショーでは販売員と高齢者をつなぐ試みとして、「**各店舗の販売員が服をコーディネート**」といったことを取り入れています(図3)。また高齢者の生きがい(喜びや楽しみ)を感じる要因の「孫など家族との団らん」が近年上昇傾向(平成26年:48.8%→令和3年:55.3%)となっている※8ことから「3世代」、「ファッションショー」、「服をコーディネート」といったキーワードのイベントとなっています。**3世代の衣装を異なった店舗でコーディネート**できるのはショッピングセンターを運営している施設ならではの強みと考えています。



図3. リアル店舗のあり方のイメージ図

3. 地域包括ケアシステムの構築の概要-ポストコロナ時代の街づくり-

厚生労働省が進める地域包括ケアシステムは何も高齢者だけの話ではありません。**地域包括ケアシステムは「街づくり」と**地域包括ケア研究会の座長である田中滋先生が述べています※11。ららガーデン川口は地域のインフラとしての役割があります。これまでSCというと若い世代がメインターゲットでしたが、コロナ禍を経験しDX時代が進む今「**高齢者にとってのサードプレイス化**」が必要であると考えています(図4)。今回はその可能性にファッションショーという形でチャレンジをします。



図4. 地域包括ケアシステムのイメージ図

特定非営利活動法人 健康姿勢管理は「人生100歳時代の姿勢作り」に向かって「安定安心歩行」を通して健康寿命を延伸のための活動をしています。

公式サイト：<https://npo-ksk.jimdofree.com/> お問合せ：npo.kenko.sisei.kanri@gmail.com

参考文献

- ※1 株式会社インテージオリス. コロナ後も変化が定着すること1位は「働き方」～コロナ以前に「戻るもの」「戻らないもの」は?～. <https://www.intage-qualis.co.jp/magazine/archives/2194/>. 2022. (参照2023-3-9)
- ※2 株式会社リクス. シニアの健康習慣の意識調査。「ウォーキング」「食事」につづき「健康診断」、「歯科検診」は約35%以上が習慣化したと回答. <https://www.lyxis.com/news/2023/01/11/2622/>. 2023. (参照2023-3-9)
- ※3 株式会社ヴァリュース. 【調査リリース】コロナ影響下での消費者動向、アフターコロナへの展望を調査 取戻後も日用品・食材・化粧品などのネット購入は継続傾向に. 株式会社ヴァリュース. <https://www.valuesccg.com/news/20200603-1527/>. 2020. (参照2023-3-9)
- ※4 野中哲士. たのしいからだ: 地上環境の身体論(第1回)歩くからだ(その1)「歩く」からだの生まれるところ. 臨床心理学. 2016, 16(3), p.361-367.
- ※5 Bril B, Dupuy L, Dietrich G & Corbetta D. Learning to tune the antero-posterior propulsive forces during walking: A necessary skill for mastering upright locomotion in toddlers. Experimental Brain Research. 2015, 233(10), p.2903-2912.
- ※6 厚生労働省 東京都労働局 転倒予防のための教育用資料について 転倒予防のための教育用資料(労働者向け). https://jsite.mhlw.go.jp/tokyo-roudoukyoku/news_topics/newpage_00008.html. (参照2023-2-2)
- ※7 埼玉県産業労働部商業・サービス産業支援課. 「令和3年度 埼玉県 買物に関する県民アンケート」調査結果. 2022. p.1-266.
- ※8 内閣府. 令和3年度 高齢者の日常生活・地域社会への参加に関する調査結果(全体版). 3. おしゃれ・食生活. p.51-59.
- ※9 リサーチ・リサーチ. 「ファッション」に対する意識や価値観、購入の実態等調査(20～60代女性対象) ベルメゾン生活スタイル研究所 調査. 2016. https://www.lisalisa50.com/research20160624_5.html. (参照2023-3-9)
- ※10 株式会社ネオマーケティング. 全国の20歳～79歳の男女1000人に聞いた「リアル店舗とオンラインショップ、どう選ぶ?」. 2021. <https://neo-m.jp/investigation/3227/>. (参照2023-3-9)
- ※11 田中滋. 地域包括ケア概念の展開と実践 医療とのかかわり. 医療と社会. 2014, 24(4), p.330-338.