

CURRENT

一歩先行くシニアビジネスのヒント

第1回:逆転の発想でテレビを脳活性化に活用

村田アソシエイツ代表・東北大学特任教授 村田裕之

長時間テレビの認知症リスク

筆者が所属する東北大学加齢医学研究所では、昨年10月より「スマート・エイジング国際共同研究センター (Smart Ageing International Research Center, SAIRC)」が設立された。「スマート・エイジング」とは、「エイジングによる経年変化に賢く対処し、個人・社会が知的に成熟すること」と定義されている。本センターは、国際的な研究拠点として、超高齢社会における新たな統合的加齢科学分野を切り開き、異分野融合的研究、国際共同研究、産学連携研究などを展開する予定である。センター長は、近年の脳トレブームの立役者で脳機能イメージング研究の第一人者として著名な川島隆太教授だ。

川島教授によれば、テレビを長時間見る生活スタイルは認知症リスクが高くなる可能性があるという。その理由は次のとおりだ。

私たちの額の後ろのあたりに脳の前頭前野という領域がある。この前頭前野は、①思考する ②行動を抑制する ③コミュニケーション(対話)する ④意思を決定する ⑤情動(感情)を制御する ⑥記憶をコントロールする ⑦意識・注意を集中する ⑧注意を分散する ⑨意欲を出す、といった私たち人間を「人間たら

しめている」高次の機能を担っている。また、前頭前野は、命令を発することで脳の他の領域の機能が働くという点で、「脳の司令塔」ともいえる重要な役割も担っている。

テレビを見ている時の脳は、後頭葉と側頭葉しか使われず、前頭前野と頭頂連合野には抑制がかかる傾向が強い。このため、テレビを長時間(一日5、6時間以上)見ると、前頭前野を含む他の部位を使わない時間が睡眠時間(8時間程度)も含めて相対的に長くなる。だから、このような生活スタイルが常態化すると、脳の機能が低下し、認知症になるリスクが高くなる可能性がある。アメリカでは家でテレビばかり見ている人のことを「カウチ・ポテト(couch potato)」という。カウチ・ポテトは要注意なのだ。

ところが、前掲の川島隆太教授監修のもと、仙台放送が制作・放映している「テレビいきいき脳体操」は、テレビ番組で脳が活性化するという世界初のものである。テレビ番組で脳が活性化する理由は、テレビという媒体を使いながら、番組の内容自体が脳を活性化させる性質になっているためだ。

東北大学の研究によれば、簡単な計算、音読、手書きなどの「シンプルな作業」が脳のい

ろいろな領域を最も活性化させることが明らかになっている。この研究結果は国際学会でも発表されており、脳科学者の間では広く知られている。「テレビいきいき脳体操」では、これらの「シンプルな作業」を番組の中で視聴者に集中的に促す仕掛けになっている。これがテレビ番組で脳が活性化する理由である。

世界初の脳活性化テレビ番組

番組の構成は、最初に簡単な計算問題があり、次に「いきいきフィットネス」という簡単なエクササイズが続き、最後に古典の音読となる。川島教授によるワンポイント・アドバイスもある。これら全てがわずかに2分半で終わるので、子育てで忙しい主婦や退職シニアに根強い人気がある。

たとえば、いきいきフィットネスで行う「後出しじゃんけん」では、相手が「グー」を出したら、わざと相手に負けるように「チョキ」を出すのがルール。これをある程度のスピードで行うのがミソだ。このような一見単純そうに見える作業が実は脳を活性化するのだ。

番組のメニューは全て高齢者でも子供でもできる簡単なものばかりだが、その選択は科学的な理論に基づき行われている。実際に番組を見ながらこれらの作業を行っている時の脳の状態を特殊な装置で計測すると、確かに脳が活性化していることがよくわかる。また、番組の視聴者からは「実際にやってみると、頭がスッキリする気がした」「声を出して集中することで脳が活性化された気がする」などの多くの声が寄せられている。

「テレビいきいき脳体操」は、毎週月～金曜日の午前と午後の2回放送されている。仙台放送によれば、視聴率などから分析すると、現在日本国内で約200万人が月に1回はこの番組を視聴している計算になるとのこと。これは5分以内のミニ番組としては、日本のテレビ番組史上、例のない画期的な番組であるとのことだ。これが放送開始から5年半以上続いている長寿番組である理由だ。

これだけの興味深い番組だが、現時点では宮城県、北海道、青森県、秋田県の四県でのみ放映されているに過ぎない。ただし、DVDも発売されており、これを利用すればテレビ放映のない地域でも実施できる。2月1日よりDVD第二弾「テレビで脳を鍛える100日道場」も発売される。

老人福祉施設や老人ホームの入居者は、どうしてもテレビを見る時間が長くなりがちだ。また、退職サラリーマンも自宅でテレビを見る時間が増えがちだ。今後はこうした人たちに対する手軽な脳の活性化、認知症予防策としての需要が高まるだろう。実際、アメリカやシンガポールなどの企業からも注目され、引き合いが増えているとのことだ。

テレビを長時間見る生活スタイルは脳機能を衰えさせる可能性がある。だからテレビはあまり見ない方がよい、というのではなく、テレビを見るという敷居の低い生活行動を利用して脳が活性化させる仕組みにするというのが、この商品の発想だ。一見ネガティブに見えることでも、逆転の発想で、ポジティブな価値に転換できることをこの事例は示している。