

モラトリアムシニアに第三の居場所のきっかけづくりを提供する ～one step project～

創価大学 team mogmog

飯田正美, 岡崎大志, 木内義喜, 左近輔, 外立秀和, 田村美幸, 松井遙香, 山本明実

指導教員 安田賢憲

創価大学 経営学部 経営学科 安田賢憲研究室

キーワード：孤立予防・第三の居場所・モラトリアムシニア・女性ネットワーク

1. はじめに

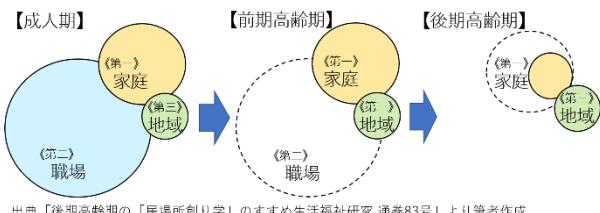
現代の日本は、高齢化と地域社会の無縁化が進み、高齢者の孤立死が多発している。そこで、シニアの地域組織への参加を支援することで、孤立を予防し、健康寿命の延伸や生きがい作りに貢献したいと考えた。私たちは、シニアを対象とした地域組織活動の体験イベントを提案する。

2. 現状分析・問題意識

(1) 第三の居場所の重要性

人には「家庭（第一の居場所）」、「職場（第二の居場所）」、「地域社会（第三の居場所）」という三つの居場所が存在する。「成人期」は職場での関係が生活の中心となるが、「前期高齢期」には定年退職を迎える、家庭と地域社会の重要性が高くなる。「後期高齢期」になると、親や伴侶の死、子の独立などによって家庭での繋がりが希薄化する。また、身体的な衰えにより、遠隔地に住む家族や友人と会う頻度が少なくなる（図表1）。そのため、後期高齢期においては第三の居場所での繋がりが重要とされている（澤岡 2013）。

図表1：居場所の移り変わり



出典「後期高齢期の「居場所創り学」のすすめ生活福祉研究 通巻83号」より筆者作成
http://www.myilw.co.jp/publication/myilw/pdf/myilw_no83_feature_2.pdf

しかし、実際に近隣住民と親しく関わっている高齢者の割合は、わずか約30%であり（内閣府2014）、地域での繋がりが薄くなっている。

孤立した人を地域組織と繋げる場合、民生委員などの支援が必要になるが、不足しており、対応が間に合っていない。そのため、孤立のリスクが高まる前に、孤立を予防する必要がある。つまり、前期高齢期のうちに、地域社会との繋がりを再構築することが重要なである。

(2) メインターゲット：モラトリアムシニア

前期高齢期にあたる方の中でも、第三の居場所を構築できていない「モラトリアムシニア」に注目する。彼らは、退職後に「今後の生き方に迷う時期（モラトリアム）」を迎える、新たなコミュニティを求めているものの、積極的に行動できていない。モラトリアムシニアは日本に約900万人存在すると言われており、シニア層の中でも最大の規模である（ひと研究所2017）。八王子市在住のシニアを対象とした独自調査（2017年8月実施 N=161）では、男性の方が、地域組織に参加していない割合が51%と高いことが明らかになった。このことから男性をメインターゲットとした。

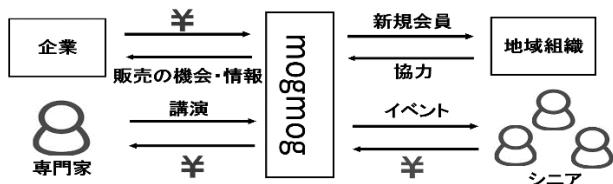
3. 提案内容

(1) 提案モデル

私たちは、第一に、モラトリアムシニアに対して、複数の地域組織を紹介し、その活動を体験出来るイベントを開催することを目指す。地域組織とは、シニアサークルやボランティア団体、NPO法人

などを指す。提供価値は、地域組織への参加のきっかけづくりである。第二に、運営費用を賄う為、シニア向けの商品やサービスを企画、販売している企業に、①シニアへの販売の機会、②商品やサービスに対してのシニアの意見を聞き出す機会を提供し、企業から収入を得ることを目指す。

図表2：提案モデル



(2) モラトリアムシニアに有効なキーワード

ビデオリサーチ「ひと研究所」(2017)は、モラトリアムシニアの行動の誘因となる5つキーワードがあると指摘する(図表3)。私たちはこれらキーワードを考慮してイベントを開催する。

図表3：モラトリアムシニアに有効なキーワード

1 大義名分	
内容	誰かに頼まれたから、などの対外的な名目
施策	女性ネットワークによって奥様から参加を勧めていただく
2 再開・リベンジ	
内容	昔やっていたこと、やりたかったことを再び行う
施策	より多くの人に、再開・リベンジしていただくために、多くの地域組織と連携する
3 お墨付き	
内容	多くの人から評価されていること
施策	①WEBサイトに地域組織に関する口コミを掲載する ②専門家や有識者の講演を開催する
4 新たなコミュニティ	
内容	新しい繋がりを持つこと
施策	イベントや地域活動に参加し、新しい組織に入る
5 無所属不安の解消	
内容	組織に参加していないこと・スケジュールが埋まらないことに対する不安
施策	地域活動に参加することで定期的な予定が入る
出典「ひと研究所」	

(3) PR方法

PR方法は以下の3つである。

①女性ネットワーク：モラトリアムシニアは行動が慎重なため、他者からの動機付けが不可欠である。彼らは奥様からの呼びかけには影響されやすいため、女性にイベント情報をメーリングリストにて発信し、夫にイベントへの参加を促してもらうことを目指す。なお、退職した夫をもつ女性に行った独自調査(N=40)によると、「退職後の夫に外出してほしいか」と質問したところ、100%の方が「はい」と回答しており、女性の登録者獲得は十分可能であると考えている。

②ホームページ：地域組織についての紹介、地域組織参加者のインタビュー記事、イベント情報を掲載する。またチラシや女性ネットワークのメールにQRコードやURLを掲載し、詳しい情報を提供することで、イベント参加のハードルを下げる。

③ポスティング：第2回のイベント時、700枚のチラシのポスティングを行い、1件の反響があった。今後は、5つのキーワードを使用したチラシを作成し、反響率を上昇させていく。

(4) これまでの進歩の経緯

私たちは、イベント内容の充実のために、地域組織への電話と訪問(77件)、企業や専門家への訪問(10件)を行い、高齢者の実態や課題などについて調査した。そして、実際にイベントを2回開催し、参加者の7割の方から、「イベントにまた参加したい。」との回答を得た。その中では「紹介された地域組織に入りたくなった。」との声もいただいた。さらに、八王子市役所役員の方は、「地域の活性化にもつながるので今後も協力したい。」と協力的な姿勢を示してくださいり、シニアマーケットコンサルタントの堀内さんからは、「モラトリアムシニアに特化したイベントは極めて珍しい。」とのコメントを頂いた。

4. 今後の展望

今後、一年間はイベントを月に1回開催したい。そのために、①地域組織提携数36団体、②女性ネットワーク登録者数400人、③企業提携数5社を目指す。また市の協力を仰ぎながら地域組織の代表者などが運営を継続できる仕組みを作りたい。