

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ヲカダ ヲウキ	フリガナ) ケイゴウガク	フリガナ) ヤスタヨシノ
創価大学	経営学部	安田賢憲

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) モグモグ	フリガナ) イタマシ	7	無
mog mog	飯田正美		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

研究テーマ (発表タイトル)
モラトリアムシニアに第三の居場所を

※必ず企画シート作成上の注意を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

私たちは、シニアの方々が豊かなセカンドライフを送るための支援をしたいと考えている。退職後に地域の中で生きがいを見つけているシニアの方々がいる一方で、退職後に「人生の選択に迷う時期 (モラトリアム)」を迎え、自らの生き方を模索している「モラトリアムシニア」が存在する。彼らが地域の組織に参加し、地域での繋がりを深めることを活動の目的としている。

具体的には、カフェや公共施設で、地域で活動する組織と共にイベントを定期的開催する。イベントでは、地域組織に参加していないシニアの方に対して、地域組織を紹介し、その活動を体験する機会を提供する。こうしたイベントを、まず八王子市の各地で順次展開し、他地域でも展開することを目指す。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

現代の日本では、第三の居場所の重要性が高まっている。このことを、①高齢者の単身世帯増加、②高齢者の地域での無縁化、③後期高齢期における第三の居場所、の三つの観点から述べていく。

①日本の高齢者人口は増加し続けている。それとともに、単身世帯数も増えており、2030年の高齢者人口は3,685万人、高齢者の単身世帯は約1,824万世帯になると予測されている。

②現代の日本は、地域社会の希薄化により、高齢者の近隣住民との関わりも年々希薄化している。平成26年の調査では、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%である。また、平成24年の内閣府の調査によると、地域組織に参加していない人の割合は、53.4%であり、地域でのつながりが薄くなっている。

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.mylw.co.jp/publication/myilw/pdf/myilw_no83_feature_2.pdf

③後期高齢期における第三の居場所の有無、ないしはその厚みが生活の充実度を左右する。第三の居場所とは、「地域社会」のことである。これは、アメリカの社会学者、レイ・オルデンバーグが提唱した概念で、彼によれば、人が生きていく上で三つの居場所、すなわち、「家庭 (第一の居場所)」、「職場 (第二の居場所)」、「地域社会」との繋がりが重要であり、その繋がりの厚みが生活の充実度に大きく影響する。ダイヤ高齢社会研究財団の澤岡氏によると、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。このことについて、人の人生を時系列に見ながら説明したい (図表 1)。まず、「成人期」は仕事中心の生活となるため、職場と比べると、家庭とのつながりが薄くなり、地域社会とのつながりは非常に薄くなる。そして、定年退職を迎える「前期高齢期」には、職場を失う。そのため、家庭、地域社会の重要性が一気に高くなる。「後期高齢期」は、親や伴侶の死、子の独立などによって家庭での繋がりが徐々に希薄化、縮小していく。また、この時期は、自身の身体的な衰えが加わ

るため、遠隔地に住む家族や友人と会う頻度は極めて少なくなる。そのため、相対的に、自身の生活の中心である地域社会とのつながりが重要性を帯びる時期といえる。この時期に地域社会とのつながりが希薄だと、人との関わりがなくなり、生活の楽しみや充実度が一気に低下する。これに伴い、認知症や要介護認定のリスクが高くなっていくことが日本老年学的評価研究の研究で明らか

かになった。また、東京大学高齢社会総合研究機構の飯島教授によると、地域活動などの社会参加の有無が健康寿命に大きな影響を及ぼすという。それゆえ、第三の居場所の重要性は長寿化がすすむ日本において、大きな課題と言える。

このように、第三の居場所を必要とする単身世帯の高齢者が増加する一方、地域社会の希薄化が進む現代の日本においては、第三の居場所の重要性は高まっていると考えられる。

3. 研究テーマの課題

第三の居場所を確保することが重要であるものの、**第三の居場所を確保することは容易ではない**。後期高齢期になってしまうと、家庭の縮小、身体的衰えなどによって社会から孤立するリスクが高まる。その孤立した人を地域組織と繋げる場合、民生委員などの専門的知識がある人の支援が必要になるが、現状、地域の民生委員などは不足しており対応が間に合っていない状況である。だからこそ、孤立のリスクが高まる前に、**前期高齢期の方に対して第三の居場所を作る必要がある**。つまり、前期高齢期のうちに、成人期に薄くなった地域社会との繋がり（第三の居場所）を再構築し、その時期から継続的に関係構築に取り組む必要がある。

そこで、前期高齢期にあたる方の中でも、第三の居場所を確保することができていない「モラトリアムシニア」に注目することにした。モラトリアムシニアとは、退職後に「人生の選択に迷う時期（モラトリアム）」を迎え、自らの生き方を模索しているシニアのことである。特に、男性は女性よりも、地域活動への参加率が低く、行政経営デザインラボを運営する元吉氏によると、**退職後すぐの男性には「地域デビュー」のハードルが高い**という。シニアの方々の中でも、退職後の自分の生き方についてなかなか結論を出せず、地域組織への参加に踏み出せないまま、毎日をごろしているのが彼らである。

モラトリアムシニアには、第三の居場所を求めているものの、その構築に積極的になることが難しいという特徴がある。彼らは、地域の情報を収集する能力や参加したいという気持ち、時間や体力は持ち合わせているが、**地域参加の「きっかけ」を掴みずにいる**のである。ビデオリサーチヒト研究所によると、彼らに動くきっかけを与えるためには**5つのキーワード**が必要であり、これらに沿った提案をすることが、彼らを後押しするうえで重要であると考えられる。

5つのキーワードは、以下のとおりである。

- 1) 大義名分...奥様など、誰かに頼まれたから、などの対外的な名目
- 2) 再開、リベンジ...昔やっていたこと、やりたかったこと
- 3) お墨付き...多くの人から評価されていること、プロの方がいるということ
- 4) 新たなコミュニティ...すでにある繋がりではなく新しい繋がりを持つこと
- 5) 無所属不安の解消...組織に参加していないことへの不安

退職後の模索期間を経て、前期高齢期のうちに第三の居場所を再構築できるかどうか、充実したセカンドライフを送れるかどうかの分岐点である。その重要な分岐点に立たされているモラトリアムシニアに、第三の居場所作りのきっかけを提供することが重要であると考えている。

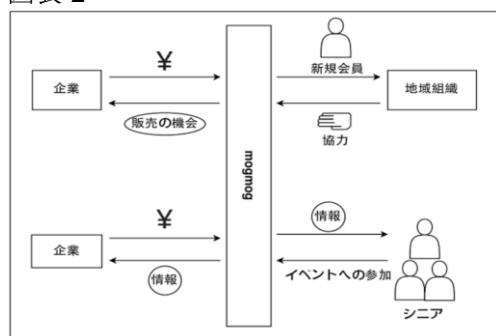
4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

ここでは、どのような価値を誰に対して、どのように提供するのか、という点について述べる。

提供価値は、地域組織への参加のきっかけである。モラトリアムシニアにきっかけを作るために、**5つのキーワード**を、それぞれ以下の通りに施策に反映している。

- 1) 大義名分...奥様から参加を勧めていただく。
- 2) 再開、リベンジ...過去に取り組んでいたことをプロフィールに記載していただき、それに合った地域組織を紹介する。
- 3) お墨付き...WEBサイトに地域組織に関する口コミを掲載する。
- 4) 新たなコミュニティ...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...プロフィールをもとに名刺を作成する。地域活動に参加することで定期的な予定が入る。

図表 2



出典) mog mog 作成

ターゲットは、地域組織に参加できずにいるモラトリアムシニアである。特に、**65-74歳の退職された男性**である。

ビジネスモデルとしては、モラトリアムシニアと地域組織や企業の仲介役となる。(図表 2) 地域で活動する組織と共にイベントを開催し、一回のイベントで、複数の地域組織をモラトリアムシニアに紹介する。また、シニア向けの製品やサービスを企画する企業に対して、イベントでの商品販売、商品紹介などを用いて、私たちがシニアの方々と企業の仲介役となる。加えて、イベントの場を利用して、シニアの方々と企業に共創の機会を提供し、ユーザー目線のリアルな意見や要望を集め、その情報を企業に提供する。企業とシニアの仲介をする際に、企業から収入を得る。

情報発信の方法としては、(a)ポスティング、(b)WEB サイト、(c)奥様ネットワーク、の三つがある。奥様ネットワークとは、メールリストに登録していただいた奥様方にイベント開催に関する情報を送信し、奥様から旦那様にイベントへの参加を勧めていただく方法である。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

上記の提案の実現可能性及び有効性を検証するにあたり、①提案決定のための事前調査活動、②提案実施のための活動、③提案決定後の検証のための事後調査活動を行なった。

①提案決定のための事前調査活動として、(a)企業訪問、(b)アンケート調査、(c)インタビュー調査を実施した。訪問では、八王子市役所や公益財団法人ダイヤ高齢者社会財団など約 10 の団体や専門家を訪問し、中高齢者の実態や課題などについて確認をした。アンケート調査としては、60代以上の方を対象に、一週間で約 50 人の方に街頭アンケートを実施した。なお、この中の数人にインタビュー調査を行い、彼らの行動についてさまざまな情報を収集した。

②提案実施のための活動としては、実際にイベントを開催するために、(a)地域のカフェや市民館への訪問、(b)地域のサークルへの電話と訪問（のべ 40 回）、(c)ポスティングとビラ配り（のべ 800 枚）を実施した。地域のカフェや市民館には、イベントの会場提供に協力していただくため、地道に連絡を取り、実際に、カフェと市民館の 2 カ所でイベントを開催することができた。地域のサークルとは、10 のサークルがイベントの共同開催やサイトへの情報掲載を快諾していただき、現在、20 のサークルとも交渉している。また、集客のためにチラシを作成し、約 700 枚のチラシをイベント会場周辺でポスティングし、また、直接声をかけ

ての配布も行った。

③提案決定後の検証のための事後調査としては、(a)企業訪問、(b)アンケート調査、(c)インタビュー調査を実施した。訪問では、市役所に加え、シニア市場に詳しいマーケティング会社や、専門家の方からお話を伺い、現在のシニア市場の動向と注目すべきシニア層の特徴について深く知ることができた。八王子市市役所高齢者福祉課職員の林さんは、「地域の活性化にもつながるので非常に有効である。今後も協力したい。」との協力的な姿勢を示してくださり、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。それを踏まえてアンケートを作成し、60代以上の方を対象に、一週間で約120人の方に街頭アンケートを実施した。インタビューでは、約30のサークルに対して電話インタビューを行い、サークルの課題などについて調査した。

6. 結果や今後の取り組み

イベント開催は、8月と9月に一度ずつ計二回行った。参加して下さったシニアの方の人数は計15人であった。現在、10の地域組織からサイト掲載許可とイベントに協力したいとの前向きな意見をいただいている。また、川口図書館とカフェレストランと協力しており、これらの会場でイベントを実施予定である。

今後は、利用者の維持と増加のために、①プロモーション、②イベントの充実、③収入の増大を目指す。具体的な計画としては、図表3のとおりである。

- ① プロモーションの方法としては、女性ネットワークを構築する。女性ネットワークは、旦那様や友人に対して、女性からイベントへの参加を促していただくプロモーションである。1年目は毎月15人の女性登録者を獲得し、それぞれから新規登録者として5人ずつ友人を紹介していただく。友人を紹介して下さった方には、商店街などで利用できる割引券を特典として差し上げる。それを利用して毎月90人ずつ登録者を増やし、3年間で、合計4,500人以上の登録者の獲得を目指す。そのネットワークを利用してメールなどでイベントの告知をし、新規登録者から勧められた方の中から、2割のモラトリアムシニアがイベントに参加すると、3年間で新規利用者は880人以上になる。延べ利用者数は2,640人となる。
- ② イベントの充実のために、(a)開催内容、(b)開催場所、(c)開催頻度を検討していく。

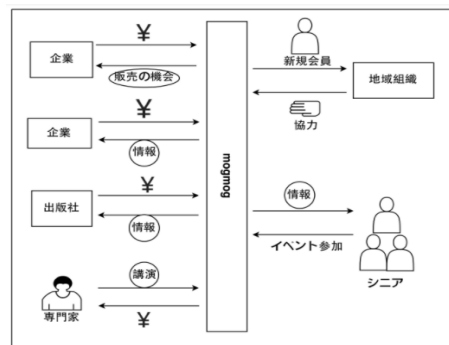
(a)開催内容については、地域組織や専門家との提携を増やすことで充実させていく。イベントの共同開催やネットに情報掲載をする地域組織を、毎月3団体ずつ増やし、3年で118団体と提携する。すでに提携しているシニアサークルとの提携を増やすと同時に、ボランティア団体やNPO法人、市の取り組みなども紹介していきたい。また、専門家に講演を依頼し、イベントの内容も充実させていく。

(b)開催場所については、すでに開催許可を得ている市民館、カフェに加えて、2年目からは市民館を1箇所増やし、3年目では食堂を2箇所、3年間で会場を5箇所にする。

(c)開催頻度については、1年目は月1回、2年目では2会場で月2回ずつ、3年目では2会場で月3回ずつの開催を考えている。

③収入については、販売の機会を求めている企業との提携の他に、ニーズ調査や共創マーケティングの機会を求めている企業や、シニアについての情報を求めている出版社と提携を結ぶことで収入源を増やしていきたい。八王子市の企業を中心に3年間で16社を目標とし、今後、交渉していく。

図表 3



出典) mog mog 作成

7. 参考文献

- ・総務省 (2012) 「平成 24 年版 情報通信白書のポイント」,
<<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/index.html>>2017 年 6 月 2 日アクセス。
- ・内閣府 (2012) 「平成 24 年版 高齢社会白書 (概要版)」,<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2012/gaiyou/s1_2_1.html>2017 年 6 月 11 日アクセス。
- ・「平成 26 年高齢者の日常生活に関する意識調査」,
<<http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h26/sougou/zentai/pdf/s2-1-1.pdf>>2017 年 7 月 25 日アクセス。
- ・「平成 22 年高齢者白書」,<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2010/zenbun/pdf/1s2s_5.pdf>2017 年 7 月 25 日アクセス。
- ・内閣府 (2012) 「団塊の世代の意識に関する調査」,<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2013/zenbun/pdf/1s3s_3.pdf>2017 年 7 月 26 日アクセス。
- ・澤岡詩野 (2013) 「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」,
<http://www.myilw.co.jp/publication/myilw/pdf/myilw_no83_feature_2.pdf>2017 年 8 月 13 日アクセス。
- ・飯島勝矢 (2017) 「「高齢者の健康長寿 鍵は"フレイル"予防」 (視点・論点)」,<<http://www.nhk.or.jp/kaisetsu-blog/400/272057.html>>2017 年 9 月 18 日アクセス。
- ・日本老年学的評価研究 (発行年不明) 「健康な心と体をつくるヒント」,
<https://www.jages.net/?action=common_download_main&upload_id=2741>2017 年 8 月 22 日アクセス。
- ・民生委員の不足
- ・行政経営デザインラボ (2011) 「定年退職後の地域デビュー ～人間力で地域を支える存在に～」,<<http://gyousei-design.jp/column/2011/02/post-13.php>>2017 年 9 月 18 日アクセス。

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1-7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しいたします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代などは、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提

出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください