

インナー大会 プレゼン部門 2019 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) トウヨウダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) ナカノゼミ
東洋大学	経営学部	中野ゼミ

※大会申込書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、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) エーチーム	フリガナ) ヤザワセイジ	4 人	無	
A チーム	矢澤征治			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

新たな高齢者支援

※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)

本研究は日本で進んでいる高齢化に注目した。日本において、高齢化は 5 人に 1 人が高齢者に該当するほど進んでおり、世帯を見ても、2 世帯に 1 世帯は高齢者のみの世帯である。高齢者のみの世帯は普通の世帯と比べて何かと問題を抱えており、例えば生活意欲の低下などの問題がある。そのような問題を解決するために生活支援サービスが存在しているが、利用者は少ない。しかし、実際に声を聴いてみると、問題がないから利用していない。というわけではなく、抱えている問題が小さすぎると感じているので利用していないようだ。しかし、小さいといっても彼らは困っていないわけではなく、それらをたしかに課題に感じている。そのような小さいけど生活支援サービスには頼れないことを解決してあげるのが私たちの役割だ。

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）

高齢化世帯の利用については内閣府のデータからも明らかである。生活支援サービスに関しては、ネットの情報から利用者が少ないということが分かった。しかし、本当にそうなのか、なぜそうなのかについては判明しなかった。そこで、実際にインタビューを行い、なぜ利用しないのか、本当に利用しないのかを窺った。インタビューを行った場所は千葉県の常盤平団地である。なぜ、ここで行ったかというチームメンバーの地元でありインタビューの実現可能性が高かったからである。また高齢者に話を聞くのが目的である今回、高齢者が多いこの場所で行うのが適当であると考えたからである。インタビューを行う際には、最低限の身分と目的（大学生であること、インナー大会の発表につかうこと）を明かし、説明しすぎて相手にバイアスをかけてしまい、回答をねじ曲げてしまうことがないように気を付けて行った。そのため、いきなり高齢者に生活支援サービスについて聞くのではなく、まずは日常生活で困ったことがないかどうか聞いた。その結果、彼らは「ペットボトルのラベルを剥がすのが難しい」、「電球交換が難しい」、「買い物が多い」といったことに困っていることが分かった。日常生活で困ったことがないかどうか聞いたから当たり前であるが、「ペットボトルのラベルを剥がすのが難しい」といった私たちが日ごろ問題に感じないような小さな問題も多く挙がった。そんな彼らに生活支援サービスのことを説明した後（生活支援サービスについて説明しないと質問の回答が得られないと考えたため）、利用しているかどうか確認した。その結果、私たちが今回インタビューした中で、利用している人はいなかった。ネットの情報と同じように使っている人は少なかった。そこでなぜ利用しないのかについても確認した。その結果、彼らが利用しない理由は、私たちが考えたのと同じように彼らが問題を小さいと考えていたからだとわかった。問題が小さいために、「頼むほどではない」、「頼むのが申し訳ない」、「その程度の問題でと思われたくない」といったことを考えるからだとわかった。また、今回聞いたのは団地であり生活レベルのバイアスもあると考えた。そこで、団地だけではなく、電話で15階建てのマンションに住んでいる高齢者の方にもインタビューをした。その方は民生委員をやっている方なので、他の高齢者の方の状況についても聞くことができた。その結果、団地で聞いたことと違いがないことが分かった。この課題は団地の高齢者だけではなく、高齢者の方を感じているものであることが判明した。

3. 研究テーマの課題

私たちはインタビューで集めた一次データから本研究の課題を「確かに高齢者が課題と感じているものではあるが、小さいと考えて解決されない問題を解決すること」と設定した。生活支援サービスを使わないということは、堅苦しく形式ばったサービスを考えてとしても高齢者は利用しない。そこで今回の研究ではいかに形式ばらずできるかが課題であった。また、高齢者はネットの利用に疎いとも考えたのでデジタルの解決方法が多い近年では珍しいアナログであえて考えることにした。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題を解決するために私たちが考えたのは、高齢者の困っているという声を同じ地域に住んでいる他の人に知らせることで協力を得る、という解決策を提案したい。高齢者が課題としていることは電球を自分一人では交換できないことやペットボトルのキャップが開けられないこと思い荷物を運ぶことができないなどといった生活の中で困っていることを他の人に頼めずにいることであり、つながりが存在し、困っていることが高齢者には難しくても、他の人には簡単に解決できてしまうことであるならば、同じマンションに住む人に助けをもらうことで、高齢者の課題も解決できるのではないだろうか考えた。この提案でポイントとなるのは、高齢者の安全性と協力者のインセンティブ、どのようにして他の住民の方に知らせるのか、という3点である、と考えた。まず1つ目の高齢者の安全性については、まずは私たちが仲介役として存在することで管理し不審な人物が高齢者と接触することを防ぐ。具体的には、高齢者は解決したいことを掲示板に書き込む、その際に、手伝ってくれる人とどこで落ちたいのか等の情報を詳細に書き込み協力者が来てくれることを待つ。次に、協力したい人が私たちに協力したい旨を伝える段階を経た上で、高齢者が指定した場所で落ち合い、困っていることを解決する。次に、2つ目のこの提案の協力者となる人のインセンティブについてである。このインセンティブは本提案ではお金をインセンティブに設定しようとする。なぜならば、お金をもらわずにこのように人助けを行う人はなかなかいないからである。また、高齢者の側から考えたときにも、高齢者はこのようなことで誰に頼ってしまって良いのだろうか、という課題を

抱えていたので、お金を払う代わりに協力してもらおうという関係になれば気兼ねなく頼めるようになるのではないだろうかと考えたからである。料金については、15分300円からスタートで最大でも1200円に設定したいと考えている。この値段の根拠としては、高齢者が1時間のデイサービスを頼むとした時の平均金額よりも安いものであることと、手伝う側にも、1時間バイトをした方がいいじゃんという考えを持たれないようにするためにこの価格設定にしました。最後にどのようにして他の住民に困っていることを伝えるのかということに関しては、多くの住民が目を通す場所に掲示することがもっともいいのではないかと考えた。宣伝方法としては、回覧板や住民の方が必ず数日に一回は行くであろうゴミ捨ての置き場になんでもお悩み掲示板の存在を掲示する。なにか大きな問題を解決するのではなく、高齢者が気軽に困っていることを書き込める掲示板になればいいと考えている。高齢者が困っていることをいかに多くの人に知ってもらうことで、今まで知らなかったけど、少しくらいなら手伝ってもいいかもしれないと感じている人の助けを誘発するのが狙いである。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

□ 路上インタビュー「高齢者が困っていること」2019年9月21日13時～15時
千葉県松戸市常盤平団地にて実施。
67歳から83歳までの男女12名にランダムにインタビュー。1人10分程度。

□ 電話インタビュー「高齢者が困っていること」2019年9月21日16時～17時
千葉県山武郡九十九里町のマンションに住む74歳女性に電話インタビュー。1時間。

6. 結果や今後の取り組み

結果としては、実際に実施をしていないのでどのくらい効果があるものなのかわからない。しかし、身近な高齢者の方にお話を伺ったところ、高齢化は確実に進行していて今後さらに困りごとを抱える高齢者の方は増えることから解決すべき問題であることは確かなものであると考える。それに、問題を抱えていない他の住民たちに関しても人助けをすることに関しては割と抵抗は少ないとわかった。しかし、抵抗がないのと実際に行うのではまた違うために今回はインセンティブとしてお金を用いた。しかし、本来であれば住民同士良い関係性を築けていけばお金など発生させずとも困っていることを相談し、それに対して快く協力する関係が理想である。そのためにもまずは、お互いが関係し合う接点を作る必要があると我々は考えた。この提案によって繋がった住民同士が今度はインセンティブなしに協力し合うことになれば、きっかけづくりの第一歩目としてこの提案は効果があったと言えるのではないだろうか。実際に高齢者の方々や他の住民の方にお話を伺い、問題点と改良点を洗い出すことによって実現可能性を高めていきたいと考えている。

7. 参考文献

あずみ苑 HP2019年9月20日閲覧。<https://www.azumien.jp/contents/industry/00037.html>

公益社団法人 日本介護福祉士養成施設協会(2019) 「生活支援」2019年9月16日閲覧。

<http://kaiyokyo.net/work/lifesupport.html>

厚生労働省 (2019) 「生活支援サービスの充実と高齢者の社会参加」2019年9月12日閲覧。

https://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/hukushi_kaigo/kaigo_koureisha/chiiki-houkatsu/dl/link5.pdf

内閣府(2018)「令和元年版高齢社会白書(全体版)」2019年9月16日閲覧.

https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2019/zenbun/01pdf_index.html

内閣府(2016)「平成28年度高齢者の経済・生活環境に関する意識調査(概要版)」

<http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h23/sougou/gaiyo/pdf/kekka.pdf>

日本総合研究所(2013)「平成25年度老人保健事業推進費等補助金 老人保健健康増進等事業 介護サービス事業者による生活支援サービスの推進に関する調査研究事業 生活支援サービス実態調査 報告書」2019年9月25日

閲覧. <https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/column/opinion/pdf/14070801.pdf>

タウンワーク(2019)「東京都のアルバイト・バイト・パートの平均時給」2019年9月16日閲覧.

<https://townwork.net/tokyo/jikyuu/>

<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、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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。

※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・株式会社日経BPマーケティング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。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。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。

※成果物を使用する場合は、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、ご提出ください**