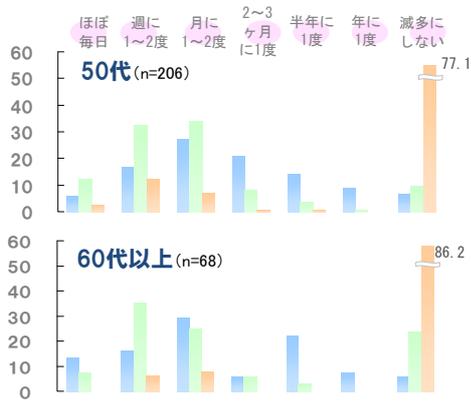
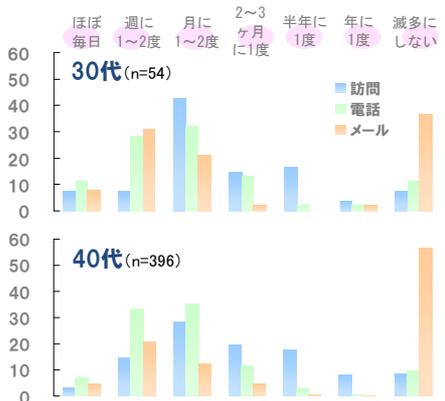


01 Woman's Voice

親の老後、自分の老後を考える～vol.2～

離れて暮らす親とのコミュニケーションに課題あり

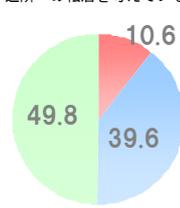
Q. <親と離れて暮らしている人のみ>どの程度の頻度で親に連絡している? (数字はすべて%)



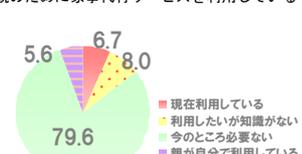
Q. 親のために見守りサービスを利用している?



Q. 親との同居、近隣への転居を考えている?



Q. 親のために家事代行サービスを利用している?



「親の老後、自分の老後」シリーズ調査第2回は、親と離れて暮らしている人のコミュニケーションの状況を探った。全体の中で親と離れて暮らしている人は9割弱。そのうち半数以上は1~2時間以内の近距離に居住。特に40代、30代と若い世帯ほど自分の親と近距離にいる人が6割以上に上る。

それを踏まえて、訪問、電話、メールの別に頻度を見ると、30代では月に1~2度訪問する人が42.6%、40代以上もだいたい3割近くが月に1~2度訪問している。

電話とメールは年代による差が顕著に表れ、30代では週に1~2度メールをする人のほうが電話より多いが、40代以上では電話が圧倒的。親世代が60代以下でないとメール連絡は難しいだろう。

50代ではほぼ毎日電話する人が12.2%、60代以上ではほぼ毎日訪問する人が13.2%もいるのは、高齢の親を見守る必要が出てきたからと思われる、50代では月に1~2度以上電話する人が78.1%に上る。

親のために見守りサービスや家事代行サービスを利用しているのは当然ながら

50代以上で多く、見守りサービスを既に利用しているのは5.5%、利用したいとする人は15.9%。家事代行サービスも50代以上で10.8%が既に利用、9.3%が利用したいとしている。ニーズの割りに適切なサービスが知られていないのは見守りサービスのほうで、今後の可能性があると言えるだろう。

将来的に同居や転居を考えている人とまだ何ともいえないとする人は半々。親が元氣なうちは見通しが立たないのが、現状なのだろう。

所長の目

スーパの冷めない距離にいて毎日様子を見に行ければいいが、1~2時間の近距離とはいえず日々訪問は無理。だから週1くらいに電話する、これが現在50~60代のミセスの、親とのコミュニケーションだ。親の老後支援がグッと具体的になるのは親が一人暮らし(か要介護状態)になったとき。実は親や子の年代には関係なく、既に最中という人か今は何とも言えないという人か、どちらかに二分される。問題は、この「何ともいえない」というモラトリアムな状態が続くほうにある。一人暮らしの元氣な親とどうコミュニケーションをとるか、新しいサービスが待たれる。(植田奈保子)

※2011.9/8~11調査。全国の既婚女性821人回答  
詳細はくらしHOWへ問い合わせを

Real Voice 親の老後準備 知りたい情報は

- ◆自立生活ができなくなったときに入れる病院や施設について。費用、条件と自治体による違い、それら全てを相談できる窓口(50歳/千葉)
- ◆別居介護のあり方(41歳/東京)
- ◆少子化時代のお壁について(39歳/兵庫)
- ◆配偶者の親と同居すべきか自分の親と同居すべきか、スタンダードな考え方が知りたい(43歳/福岡)
- ◆親の友人との付き合い方(46歳/埼玉)
- ◆親の地元で、老人でも利用できる見守りや介護のサービス(53歳/京都)
- ◆ローコストの見守りサービス(50歳/神奈川)
- ◆どのように親に切り出したらいかが(40歳/神奈川)
- ◆本人の希望、一番手が難しいかも(46歳/静岡)

02 HOW's View

阪神大震災の経験を生かして... 神戸ミセスは備えが違う!?

くらしHOWでは、東日本大震災直後から3ヶ月間に渡ってミセスの行動と意識変化の調査を重ねたものを電子BOOKにまとめ、9月にAppストア等で無料公開した。また先月には、サンケイリビング新聞社兵庫営業本部の「兵庫LOCOパワーアップ研究会」で首都圏ミセスの震災行動と意識変化を神戸ミセスと比較しながら報告した。

神戸ミセスに顕著だったのは、防災の考え方の違い。3・11以前から防災対策でしていたことを聞くと、特に神戸ミセスで高いのが「電池等の備蓄」「地震保険の加入」「防災マップの確認」。首都圏等ほかは「水や食料品の備蓄」や「非常用持ち出し袋の用意」が圧倒的に多い。これは、阪神大震災を経験して、避難所等地域や行政に頼れる部分と個人で備えなければならない部分を見極めたためと思われる。参加していた兵庫の行政マンからも、災害情報

の発信について勉強すべきと改めて感じたという声が多く聞かれた。

(植田奈保子/リビングくらしHOW研究所 所長)



兵庫県各市の広報や観光等、エリアのブームアップを担う行政マン中心の研究会。エリアを「守る」という観点で神戸ミセスの防災意識の違いを確認

Appストアほかで公開中。ぜひダウンロードしてみてください  
【App Store】  
http://itunes.apple.com/jp/app/i445859957?mt=8  
【Android Market】  
https://market.android.com/  
【雑誌オンライン】  
http://www.zasshi-online.com/

03 Group Eyes

「リビング・パートナー」リニューアル “生活感性”豊かな都市型女性を登録

11月1日、リビングプロシードは女性組織「リビング・パートナー」を全面リニューアル。「太陽光発電、オール電化の導入・意向などのエコ関連から、よく利用する通販・コンビニ、趣味やブログの有無に至るまで、28項目を追加登録。80もの属性項目でデータベースを再構築しました。そこから見えてきたのはこちららもびっくりの“生活感性”豊かな都市型ミセスたちなんです」と担当するLPコミュニケーション部 永藪太一郎。

4人家族で小学生の子どもがあり、一戸建ての住宅に住む。エコに関心があり、通販好き、犬を飼育。料理グルメ・コスメ・健康食品・子育て・教育に関心が高く、観劇好き。こんな女性たち2万5841人が当グループからのデータ収集、サンプリング、モニターなどの各種プロモーション要請に積極的に応えたいと登録しているのだからす

ごい。永藪は「500万円から1000万円の世帯年収層が全国平均より多いのは全国主要都市圏で配布しているリビング新聞を核にした組織だからでしょう。アンケートなどのフリーアンサーの書き込み具合も素晴らしく、広告主や調査会社には大変驚かれています」。まさに地域と暮らしの情報通集団。是非とも一度、その伝播力を試してほしい。

(岸野順子/リビング新聞グループ コーポレートコミュニケーション室室長)



飲料メーカーの試飲の様子。自宅で友達とおしゃべりしながら意見交換。こんな楽しいシーンは商品の好印象につながるはずWEBサイト  
http://www.lps.co.jp/

「リビング・パートナー」の新しいロゴマーク