

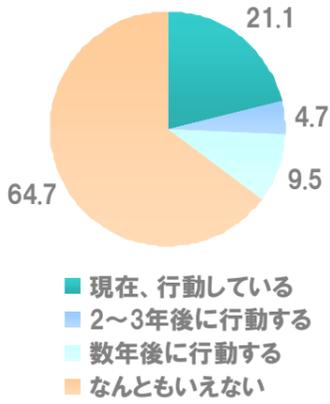
01 Woman's Voice

親の老後、自分の老後を考える～vol. 1～

親の老後は「介護支援」と「自立支援」の両方大事に

Q. 親の老後について何か具体的な行動してる？ (n=804,MA)

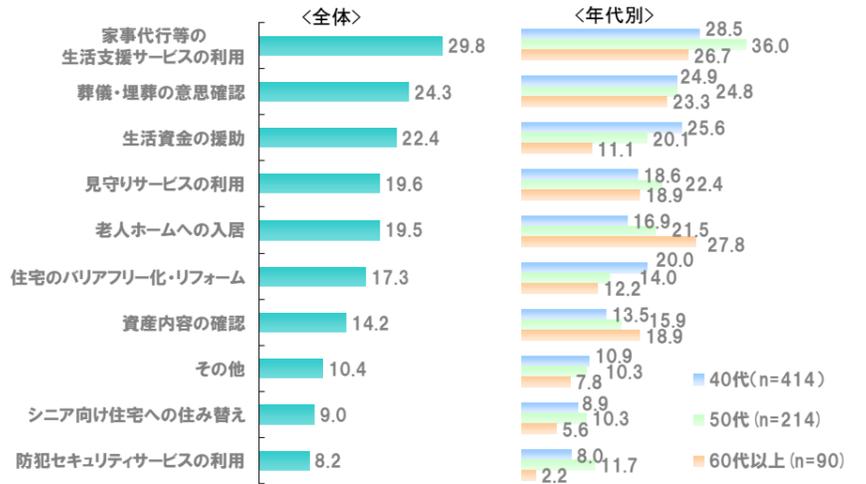
(数字はすべて%)



Q. 親の老後について心配していることベスト10 (n=811,MA)



Q. 子の立場としてこれから準備しようと考えていることベスト10 (n=769,MA)



「親の老後、自分の老後」シリーズ調査第1回は、親の老後を考える40代以上の既婚女性の回答に絞った。まず親の年齢は40代なら70代後半、50代なら80代とだいたい30歳前後離れている。親との居住関係は全体で半数以上が自分の親と近距離(1～2時間以内)に居住。このうち半数が夫の親も近距離に。近距離居住率は年代が若いほど増え、40代ではなんと6割以上が自分の親と近距離に。因みにどちらかの親と同居しているのは1割強。これが親との関係の物理的プロフィールだ。

親の老後支援を具体的に始めている人は全体で21.1%。当然年代が上がるにつれ増え、60代以上で46.1%になる。ここで興味深いのは、どの年代でも「なんともいえない」とする人と二極化になること。60代以上でも、なんともいえない人が42.7%。つまり、90代近い親が十分元気で自立しているため、具体的な支援準備はしないが不安、という状態が続く。

だから、心配の内容も「自立」と「介護」に突出。50代で住まい方、安全・防犯、親の孤独が続き、60代以上になると

住まい方に加え、葬儀、家財管理、相続といった問題が続くようになる。

これからの準備は年代によって大きく変わる。40代では住宅のリフォームや生活資金の援助、50代では生活支援サービスや見守りサービス、60代以上は老人ホームへの入居か生活支援サービスと、徐々に介護支援が具体的になっていく。

親の老後関連分野は今後「介護支援」とともに「自立支援」が大きな市場になるだろう。80代、90代の親世帯の自立を緩やかに見守るサービスが期待される。

所長の目

これから「老老介護時代」が本格的に始まる。下手したら夫婦双方の親を一時に介護する可能性もあり、シニアミセスにとっては自分の体力の方が心配だ。多彩な介護支援サービスは必需の市場だろう。が、今後新しいニーズがあるのは自立支援だ。女性の方が長生きなので、元気な老女の独居世帯も増えるだろう。介護付き老人ホームなどの集団生活にいつ入るか、本人も子ども世帯も決めあぐねる期間が長くなり、ここに新しい市場が生まれる。親の老後も自分の老後も同時に考えなければならぬ時代、隙間に生まれるニーズを、シリーズで探っていく。(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 親の老後で一番心配なこと

◆介護、自分も仕事を持っているし子育てもして、いっぱいいっぱい(42歳/パート) ◆父が若干認知症の気があるが頑固で全く治療する気がない、母が健康なうちはいいけど、体調を崩されたら様々な問題が一気にやってくる(41歳/専業主婦) ◆親と離れていて普段の変化がわかりにくい、認知症や病気になっているか気づかない(58歳/専業主婦) ◆親の家をバリアフリーにして返済ローンが10年残っているのだから仕事をやめるわけにはいかず、特・老は順番待ち(60歳/フルタイム) ◆私と主人双方に90を超える親がいるが、私達自身も年金生活で資金面が不安(62歳/専業主婦) ◆父が99歳、母90歳、元気なのはいいが、昔気質の父は金銭や財産のことを何も話してくれず今後の方策がたてられない(67歳/専業主婦) ◆親が老齢なので防火、防犯、怪我が心配。パソコンを利用してスカイプの設定も考えている(71歳/専業主婦)

02 HOW's View

慣例からの脱皮を図る行政広報にリビング新聞のノウハウが生かされる

先の防災アンケート結果(※)では、行政のやっていることを知らない住民が30代まででは50%にもなる。実際は、防災訓練も行われ、耐震診断補助制度などサービスもあるのに「知らない」という住民が多いのだ。そもそも知られていなければ、ないも同然。

行政も、施策やサービスが生活者に伝わらないことを懸念して、広報の役割を見直しはじめた。40年間、読者目線の紙面作りをしてきたリビング新聞のノウハウを参考にと、全国の県や市、東京特別区などから広報研修の依頼が続いている。

7月に実施した九州のK市では、研修の内容を生かし、次の発行号ですぐに変更、紙面の注目度が上がったという話を聞いた。広報課長は「読みやすさ、親しみやすさ、分かりやすさを目指す紙面作りは、行政も民間も共通。効率と効果を追求してきた民間の手法

を積極的に導入することが、行政の情報発信力を高めることになる」と、依頼の目的を語る。ねらい通り、担当者自身が慣例から脱皮するきっかけとなり、効果を認識したという好例だ。

※…2011/6/9～15実施「防災についてのアンケート」サンケイリビング新聞社(大阪)調べ(外山由紀代/リビングくらしHOW研究所 LETS代表)



常に立ち止まらず改良工夫を行政の広報担当も納得 (K市での研修から。7月12日)

03 Group Eyes

ウソのないリアル口コミプロモーション えるこみ「ミセスブロガーズ」に注目

リビング新聞公式サイト「えるこみ」の「ミセスブロガーズ」プロモーションが注目されている。現在、登録メンバー1800人。製菓会社の新商品説明会に出向いたり、大きなイベントの記者発表に呼ばれたり、活動の領域を広げている。「ブロガーさんは40～50代が中心。子どもの手が離れ、日常生活のことから、政治、経済、教育など硬派なことにもきちんと意見を言える人が多いことが特徴。どこでランチを食べた、旅行先でこういう買い物をしたなど日々の生活の出来事が書かれているブログの中で、自分が試した商品の感想やアイデア、意見が綴られている。ブロガーさんと読者との信頼関係が築かれているのでウソがないし、自分の感想をしっかりと書いていることが認められているポイント」とはプロモーションを担当する佐々木静代。まじめな取材ぶりも企業担当者から

評価が高い。「女性ですからいろいろなものをいただくと嬉しいですし、自分が得をした、楽しい体験をしたことを発信したい気持ちが強いのでしょうか。これからはPVの高いブロガーさんに、どう活動してもらおうかを考えたい」とニーズの高まりを語った。

(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)



昨年実施された「ハッピーシュフフェスティバル」での「ブロガーズプレス」会場の様子。カメラのフラッシュがたかれ、記者会見ながらの盛り上がりだ えるこみ http://www.lcomi.ne.jp/