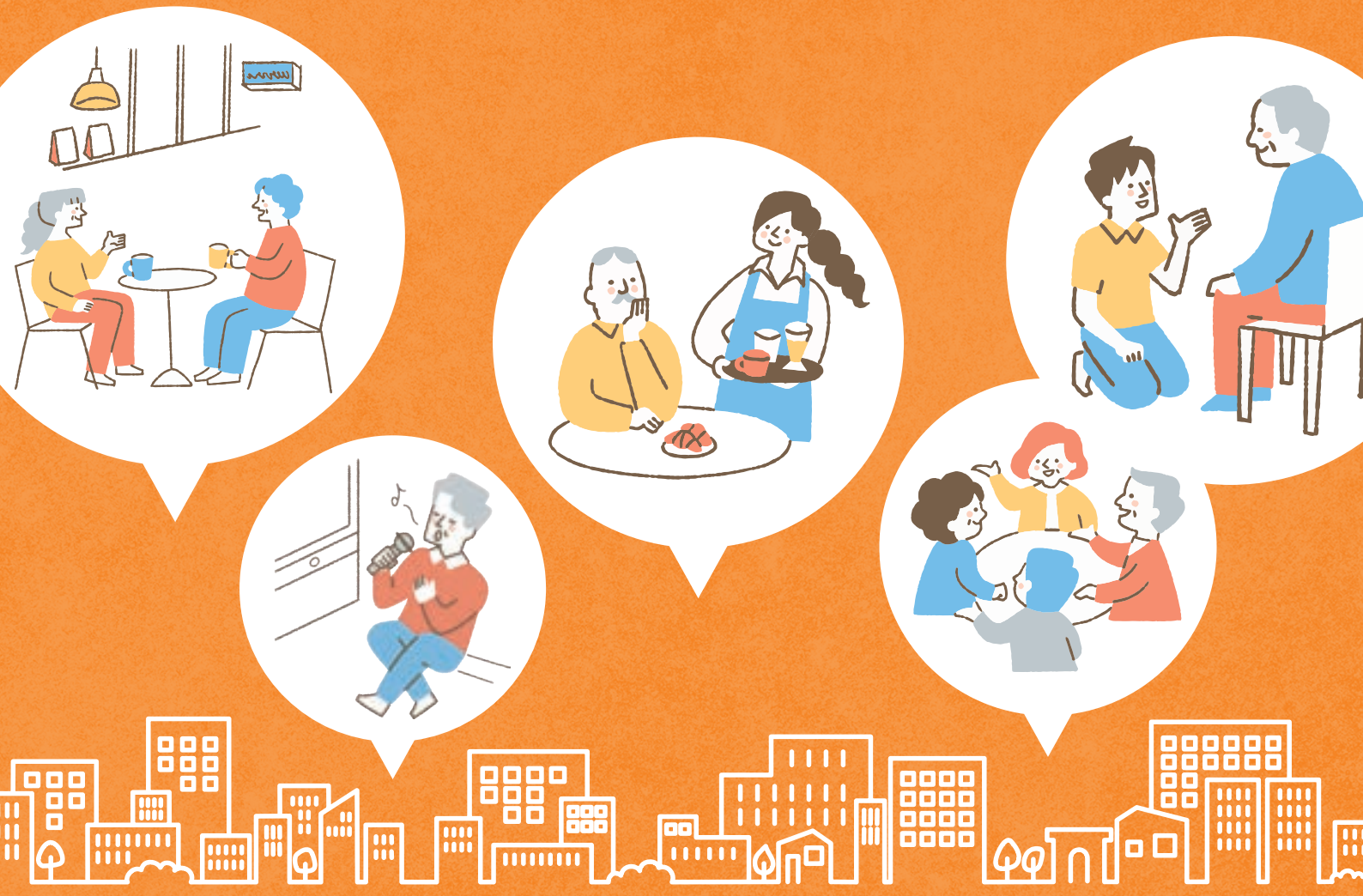
共創の
＼ まちづくりに向けた ／
お店という居場所
活用の手引き



株式会社サーベイリサーチセンター

厚生労働省 令和6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
地域包括ケアシステムの資源としての民間企業と連携した多様な高齢者の「居場所」の利活用に関する調査研究事業

はじめに　― この手引きの目指すところ ―

地域には官民・分野を問わず、高齢者が日常生活の一部として利用しながら、自然に人や地域とのつながりを持ち続けることが出来る『居場所』的機能を持った場所や空間、取組が数多くあります。

この手引きは、そのうち、民間事業者が事業を営むスペースの中に自然と形成されたゆるやかな高齢者の居場所（＝《お店という居場所》）の重要性や発展可能性、アンケート調査等を通じて集められた実際の事例について紹介するとともに、そのような場を起点としながら、行政関係者や生活支援コーディネーター、介護や福祉の専門職、地域の支援者、そして民間事業者など、高齢者の地域生活を支える多様な主体が包括的に連携し、共創的な地域づくりを行っていくためのヒントについてまとめたものです。

これまで、高齢者の居場所づくりや社会参加の促進ということを考える際には、住民主体・住民互助によって形成された場を活用することに焦点が当てられがちで、地域住民と民間事業者との経済活動的な関わりの中で形成された場に関してはあまり注目がなされてこなかったと思われます。また、行政関係者等と民間事業者の連携や協働という視点で紹介される先進的な事例は、都市部の大企業や社会課題の解決を理念に掲げたいわゆる「社会的企業」がその対象となっている例が多く見受けられます。

しかし、実際には、それぞれの地域において、事業形態や業種、規模も様々な民間事業者が高齢者の生活を支え、その事業を通じて『居場所』的機能を果たしています。本冊子で紹介する《お店という居場所》に関しても、きっとそれぞれの地域に共通する要素を持っている類似の事例が見つかるでしょう。

そのため、この手引きは、地域の多様な主体が《お店という居場所》に関する認識を重ね合わせ、その活用方法について考えるきっかけとして役立てていただくことを企図しています。構成としても、高齢者福祉の領域にあまりなじみのない民間事業者の方にも、この手引きの趣旨をご理解いただけるよう表現を工夫しております。

どうかこの手引きを、高齢者の「居場所」を含めた、地域づくりに係る多くの人に読んでいただき、多様な関係者が目線を合わせて対話を始めるためのツールとしてご活用いただけたら幸いです。

目次

第 1 部 《お店という居場所》の活用に向けて 03

《お店という居場所》とはなにか ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・03
《お店という居場所》の可能性 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・05
アンケート調査の結果から見えた《お店という居場所》の姿 ・・・・・・・・・・・・07

第 2 部 《お店という居場所》を起点とした地域のつながりを生み出すために 13

ブロック 1 ｜ 地域の土壌をつくる ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・15
ブロック 2 ｜ 民間事業者の「不安」を「見守り」に変える・・・・・・・・・・・・・17
ブロック 3 ｜ 民間事業者の「関心」と繋がる ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
ブロック 4 ｜ 民間事業者の「関心」と「不安」を受け止める仕組みをつくる・・・・19
コラム ｜ つながりの持続と発展のために ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21

第 3 部 《お店という居場所》事例集 22

事例 1　株式会社マルシメ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・23
事例 2　セブン-イレブン 京都山科百々町店 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25
事例 3　ウエルシア薬局株式会社 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・27
事例 4　白澤薬局　段上店 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・29
事例 5　カフェ・ペーパームーン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・31
事例 6　有限会社ユーアンドゆ　pocapoca 諸江の湯 ・・・・・・・・・・・・・・・33
事例 7　株式会社ティップネス ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
事例 8　ミック株式会社　カルチャーサロンリリー ・・・・・・・・・・・・・・・・37
事例 9　株式会社タイラベストビート ワンダーランド 日出町店 ・・・・・・・・・39
事例 10 あったかパソコン教室 田川校・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・41

第１部　《お店という居場所》の活用に向けて

《お店という居場所》とはなにか

「個人的な活動を行ったり、人や地域とつながりを持ち続けたりすることができる場」（＝居場所）をもつことは、地域の中で元気に自分らしく生きていく上で非常に重要となります。特に、高齢者においては、居場所を持ち続けること・居場所に通い続けることで、加齢に伴う身体的・認知的な機能の低下を防止・軽減したり、地域社会のなかでの孤独や閉じこもりを防いだりすることが期待できます。

そのような居場所を戦略的に生み出すために、国は 2014 年より地域住民が主体となった高齢者の集まりの場（＝「通いの場」）づくりを勧奨してきました。当初は、体操などの健康づくりを行う場をつくることが主となっていましたが、やがて、住民が求めるものの多様性を背景に、生きがいや趣味の場、ボランティアや働く場、交流の場など様々な形の「通いの場」づくりが推進されています。このような住民主体による「通いの場」は、介護の予防だけでなく、社会参加や住民による互助を生み出す場、地域力を高める拠点としても重要な取組とみなされ、現在では多くの自治体がその普及・展開に取り組んでいます。その結果、各地の行政関係者や専門職、地域の支援者の活躍により、この 10 年近くで、「通いの場」は日本全国に着実に増えつつあり、一定の成果が現れ始めています。

しかし、住民主体の「通いの場」が、ある人にとっては重要な居場所となっている一方で、すべての人にとっての居場所になりえるとは限りません。「通いの場」でしばしば行われる定められたプログラム（体操や茶話会）が苦手な人やその場の距離感が苦手な人もいます。（「通いの場」の参加者の多くが女性で、男性は参加したがらないというのは、しばしば現場から聞こえてくる傾向です。）そもそも通いたくても近くにそのような活動を行っている場がない人もたくさんいるでしょう。また、「通いの場」は地域住民の自発的な活動であるがゆえに、運営の持続可能性や場所の制約、利用者の固定化といった課題も抱えています。

そのため、地域の高齢者ができる限り自分らしく元気に暮らし続けるための環境を整えるには、「通いの場」を新たに作り出し、その場への参加を促すことだけでなく、高齢者の居場所について、より広く捉えていくことが重要となります。

そのような背景のもとに、この手引きで注目したいのが、**民間事業者が事業を営むスペースの中に自然と形成されたゆるやかな高齢者の居場所（＝《お店という居場所》）**です。

人は誰しもスーパーやコンビニに食料品・日用品を買い物にいったり、理美容店で髪を切りに行ったりします。カフェでお茶を飲んだり、銭湯で体を休めたりするかもしれません。友達とカラオケに行って歌ったり、マージャンをたしなんだりすることが好きな人もいるでしょう。我々の普段の日常生活は、地域の民間事業者によって支えられています。そのような民間事業者が事業を運営するスペースは、事業主や従業員自身が意図せずとも、地域の高齢者の居場所となっていることが往々にしてあります。そういった場所に通う高齢者は、他のお客さんと、あるいは従業員と、いつの間にか顔なじみになっていたり、時々会って挨拶するうちに交流が生まれていたりするものです。

こうした「ちょっと買い物ついでに寄る」「知り合いとたまたま会う」といった形の日常生活の延長線上にある《お店という居場所》を地域のなかに見出して、その場を維持していくこと、そして時には民間事業者の店舗のスペースを超えて、行政関係者や専門職、地域の支援者と連携することは、高齢化が進む社会において、地域全体で高齢者を見守り、支え合う拠点の一つになりえます。

加えて、地域住民の生活を支えている民間事業者には、事業を通じて来店者個々人の身体状況の変化や生活上の困難に気づき、ひいては地域に暮らす人々の潜在的な課題やニーズを自然と把握して、そのような現状をどうにか変えたいと想いを持っている方もたくさんいます。そうした声や想いを、地域コミュニティを支える多様な主体との連携・協働によって実現していくことは、高齢者の閉じこもりや社会的孤立の予防するという目的だけにとどまらず、すべての住民の暮らしを良くし、よりよい地域をつくること（＝地域づくり）につながります。

《お店という居場所》の可能性

《お店という居場所》に注目し、必要に応じて行政関係者や専門職、地域の支援者がその場と関わりを持つことは、そこに訪れる高齢者だけでなく、地域コミュニティ全体、そして民間事業者のそれぞれにメリットをもたらす可能性を秘めています。

高齢者にとって

「高齢者」扱いされずに、自分らしくいられる場となる

「通いの場」や「認知症カフェ」、介護保険制度における「デイサービス」には、どうしても「高齢者」のための場所というイメージが付きまといがちです。そのため、「誰かの善意でお世話される場」・「公的な資金で支援を受ける場」として通うことに抵抗感を持つ人もいます。しかし、民間事業者の店舗は、日常生活の一部として、普段から特別な意識を持たずに訪れている場所です。そのため、《お店という居場所》は、そこに

高齢者にとって

民間ならではの活力を生かしたサービスが受けられる場となる

有志の住民同士による費用の持ち出しや行政からの補助金だけで、地域の人々が集まれる場所をゼロから立ち上げようとすると、どうしてもその場所で行える活動内容や頻度には限界が生まれてしまいがちです。しかし、もし地域に根差した民間事業者の力を借りることができたらどうでしょうか。それぞれの店舗は、すでに独自の経営資源や創意工夫を生かし、魅力的な商品やサービスを提供している空間です。

地域にとって

地域の見守りや生活支援ニーズを把握する最前線となる

民間事業者の店舗は、地域住民の日常的な買い物やサービス利用の場として、多くの人々が自然に集う場所です。そのため、常連客同士や従業員と顔なじみの関係が築かれやすく、ほどよい距離感での関わり合いにより、そこに通う高齢者の生活の変化にいち早く気づくことができる環境です。そうした場は、関係機関が適切に連携を行うことで、地域の高齢者の見守りの拠点となりえます。また、民間事業者は、商品・サービスの提供を通じて、地域

地域にとって

地域の多様な人たちが関わりを持てる場となる

「通いの場」や「デイサービス」は高齢者同士の交流が中心になりがちですが、民間事業者の店舗には様々な世代が訪れる場所も多々あるでしょう。カフェでは学生が勉強していたり、スーパーでは親子連れが「社会との接点」になり、孤立の意識を防ぐことができます。また、そのような場所でイベントなどが開かれれば、老若男女を問わず、新しい関係性が生まれるきっかけになるかもしれません。

民間事業者にとって

持続可能な地域経済の拠点となる

もし、街全体が高齢化していく中で、家に閉じこもり外で活動できる人が減ってしまうと、街のお店の売上は減り、閉店や撤退をせざるえない状況になってしまいます。そうすると、いままで外に出て活動できていた人たちも、その機会や場所を失ってしまい、地域経済の衰退がより一層悪化してしまいます。しかし、加齢によって心身の状態が変化したとしてもお店に通いつづけることができる街の環境が整備され、高齢

訪れる人が「高齢者」として特別扱いされることなく、誰もが利用する店舗の中で自然に過ごしながら、自分が社会の一員であるという感覚を持ち続けることができる居場所、そして、自分自身の生活スタイル・状態に合わせた主体的な選択や意思決定によって参加していると感じられる居場所になりえます。

そうした場所を必要に応じて活用することができれば、自然と人が足を運びたくなり、素敵な居場所になる可能性を秘めています。

の高齢者の生活ニーズや課題を敏感に察知しているかもしれません。そのような気づきを吸い上げる仕組みをつくることで、地域課題の把握や、その解決のためのイノベーションを生み出せる可能性があります。

そのため、《お店という居場所》は、世代や立場を超えた交流を生み出し、「地域共生会社会」を実現する地域づくりの源泉となりえます。

者が集まりつづけることができる場が維持できれば、お店を閉じてしまうことはなく、地域経済も持続していくことができるでしょう。このように、人口減少が進み、高齢化していく社会においては、高齢者が集まり、消費活動を続けることができる場は、地域の持続可能な経済の基盤となりえます。

アンケート調査の結果から見えた《お店という居場所》の姿

ここでは様々な地域・業種の民間事業者に対して行ったアンケート調査の回答の中から、事業主・従業員がふだん実際に目にしている《お店という居場所》の事例について紹介します。そこでは、高齢者が一人でくつろいだり、他のお客さんと交流したり、従業員と雑談をしたりといった、実にバラエティ豊かな高齢者の「居場所」の光景が報告されました。

併せて、そこに訪れる高齢者のために、それぞれの民間事業者が自身の事業を通じて可能な範囲で、高齢者のための配慮やちょっとした取組を行っている様子も紹介します。

これらの光景は、決して特定の場所や地域にだけに見られるものではないと思います。この手引きを読むあなたの街にもきっと同じような《お店という居場所》がみられるはずです。

銭湯
P.11
各種習い事・カルチャー教室
P.12
専門小売店
P.10
美容室・理容室
P.11
娯楽施設
P.12
スポーツジム・フィットネスクラブ
P.12
CLINIC
SHOP
Barber
GS
KARAOKE
BAKERY
GYM
市役所
介護事業所

アンケート調査の結果から見えた《お店という居場所》の姿

スーパーマーケット

イートインコーナーや休憩スペースで集まったり、お買い物でご一緒になった方々が休憩をされています。

ご近所などの顔見知りの方同士が来店するタイミングが同じで店内で会話している場面を見ます。

ほぼ毎日ご来店頂いているご常連の方は店内で会った 顔見知りの従業員さん達と会話しています。

商品の場所の案内はもちろんのこと、補助が必要な方には同行しながら買い物をしてもらっています。

重い物など持ち運びが出来ない方には、宅配などサービスを行っています。

コンビニエンスストア

一人暮らしの方で我々スタッフと話をするのが日課になっているとの事で、自家製のお野菜などお裾分けしていただく事もあります。

高齢者は1日のサイクルがあり、来店の時間帯も決まっているようで、知らず知らずの間に、他の来店者と顔を合わせる機会が多くなり、挨拶を交わす間にお喋り相手になるようです。

様々な年齢や立場のお客様をお迎えする店舗ですので，高齢者の方も自分の欲しい商品を自分の裁量で自由に選んで買い物できるところが良いと思います。また店舗が大きすぎないのでスタッフさんの目も行き届き、会話もしやすい環境です。

身体が不自由な方にはお買い物のお手伝いをしたり、お会計後に商品をお車まで運んだりの配慮は行うようにしています。

認知症の方で症状が進んでいる独居の方は、地域の関係機関の方と情報を共有したりしています。

薬局・ドラッグストア

健康について日常生活を伺う機会が多く、腰掛ける椅子もご用意してあり、高齢者の話に耳を傾ける仕事として取り組んでいます。

待合時間にテレビを見たり、知り合いに会うと話をしていることがある様です。スタッフと話して楽しそうにしている場面も見受けられます。

一緒に売場を回り商品のご案内をしたり、足の不自由なお客様がご来店の際はご購入の商品をリストなどをもとに、代わりに集めて会計をしたりしたこともあります。

一般的に理解しやすい内容であっても理解力の低下を考慮して、複数回同じ内容を丁寧に説明を行ったり、説明した内容を理解されているかご本人といっしょに確認作業を行っています。

専門小売店

（ガソリンスタンド）来店されるご高齢の方はほぼ顔見知りで家も把握しています。体調が悪い時など家族に連絡できるぐらいです。これからも、できる限り見守っていきたいと思います。

（衣料品店）洋服を購入された後の洗濯の仕方や、干し方、畳み方などを聞いてこられたり、奥様に先立たれたとか、家族は遠方にいるとか、今度同窓会があるとか、日々の様々なお話をされます。

（生花店）お花や観葉植物が好き、という共通のご趣味をお持ちの方が集まる場所なので、自然と会話がはずみます。

（古書店）平日は7～8割が高齢者です。できればゆっくり座って本が選べるようなスペースを設けたいと思っています。

（パン屋）店舗もかまえておりますが、介護施設さんに移動販売に行かせていただいております。おひとりでは、なかなか足を運ぶことが出来ず、いつも誰かに買ってきて頂いていると思いますが、ご自分で選んで買っていただく楽しみの場がつくれたらいいなぁと思って行かせていただいております。

（雑貨店）レジの近くに机と椅子を配置して、座って会計できるようにしています。

喫茶店・カフェ

1人で来店しスタッフとお話したり、時には友人やご家族と一緒に来店して、お話を楽しんでいらっしゃいます。お茶をしながら読書や編み物をしている方もいます。

カウンター席にいらした方の中には、お話しを目当てとされている方がいらっしゃる様で、最近あった出来事や健康、体調のこと、また時にはスマホの使い方などの困りごとを相談なさる方もいらっしゃいます。

積極的に話かけて、困ったことがないかを聞いたりしています。通院状況や体調などを教えてくれるときは、なるべく気にかけています。

入口の階段に、手すりをつけています。食事は、なるべくやわらかく、量を少な目に、心がけています。

※回答内容の表現については、掲載に合わせて変更している部分もあります。

アンケート調査の結果から見えた《お店という居場所》の姿

飲食店・居酒屋

何度かご来店いただいている中で顔見知りになり世間話をする状況になります。世間話や料理、酒の話をされている時は、にこやかでたのしそうな様子でいらっしゃいます。

お酒を飲みながら、カラオケで歌を歌ったりカウンターの中のスタッフやお隣のお客様と談笑したりしています。

介護施設などの高齢者のグループや地域のサークルのグループの方もよくお見えになります。週末は高齢者とご一緒のご家族様も多いです。

1人暮らしの場合、仲良くなってから電話番号をお聞きして、しばらくお顔が見えないときは電話で近況を確認しています。または来店が難しいときは宅配をしてあげたりしています。

タッチパネルや QR コードでの注文ではなく、従来のオーダーシステムで対応するようにしています。

美容室・理容室

美容室として営業しておりますのでお客様とのコミュニケーションは必須となっております。髪の話から世間話まで多岐にわたり、お話しさせていただいております。

他のお客様との会話の中に誘ったり、ご自分から入って来られたりしています。特に一人住まいの方は積極的にお話になります。

施術中は色々なお話しをしています。ひとり暮らしの高齢の方へはメガネを直したり…ほしいものをネットで見つけて注文してあげたり…仕事外の事もお手伝いすることがあります。

一人一人のお客様の色々な悩みなど聞きながら接客をしてます。車の免許を返した方などは送り迎えもしてます。

銭湯

常連のお客さんや従業員と楽しそうにお話ししたり、近況を話したりして共感したり励ましたりとコミュニケーションを取り合っています。

銭湯に来られる方の多くはご近所さん同士なので、笑顔で話される場面が多く見られます。露天風呂に入りながら、楽しそうな声が聞こえて来ます。

表情が暗かったり、体調が悪そうだと気がつくこともあり、適時対応することもあります。

銭湯が当たり前だった時代に幼少期を過ごした高齢者にとっては、現在も生活の一部となっています。こういった銭湯をどんどん活用し孤独孤立から守ってあげられたらと思います。

スポーツジム・フィットネスクラブ

インストラクターや他の会員と話をして、楽しんでいます。なかには、1 人で運動をしている方もいますが、全体的に会話が多いです。

お客様同士が同じレッスンやサウナ、ジャグジーで交流しているようです。

短時間でも必ずマンツーマンで話したり、運動指導を行っています。

その日の体調確認や、相談や困っていることがないかなど、世間話や声をかける様あえて対応しています。

各種習い事・カルチャー教室

近況状況や、健康について聞いたり、地域の変化などについて話します。昔の地域や経済状況についてや、若かった頃のお話をしてくれます。

お稽古の中でお喋りしたり、お茶を飲んだりして会話を楽しんでいるようです。

パソコン等の利用法を指導する中で、生徒さん同士のコミュニケーションを深めてイベントなども実施して、生き甲斐が持てるような環境や機会を提供しています。

来られたお客様へスタッフからのお声掛けは必ずする様にしています。世間話を通じて、困った事や助けが必要な事、心配事をお伺いして解決への場所の紹介なども行っています。

デイサービスや訪問介護以外の第三の高齢者の受け入れ場所として活動しやすい環境になる事を望んでいます。

娯楽施設

（カラオケ店）よく来るお客様同士が、いつの間にか、互いに挨拶や世間話をしているのを見かけます。

（パチンコ店）客層は超高齢者も多いので、ここに来れば話し相手が居るとか、知り合いの安否確認が出来るとか集いの場となっているように思います。

（釣り堀）来店者同士で、「今日はこの魚が釣れた」「良く釣れた」「釣れなかった」など釣果情報の意見交換や交流が見受けられます。

（バッティングセンター）運動難民の方々にも多く来店し、ちょっとした運動や、息抜きになってもらえれば良いかなと考えています。

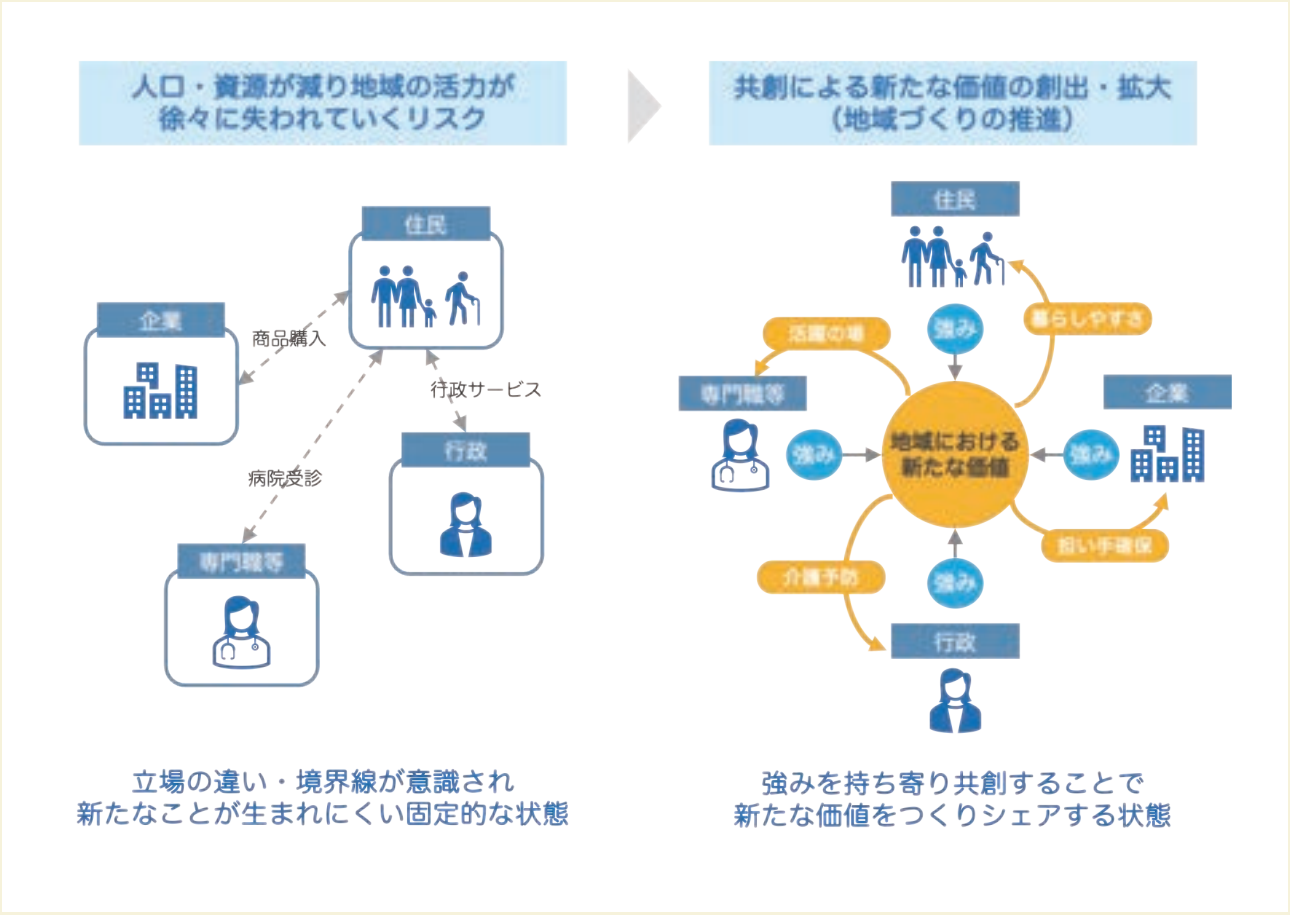
（ボウリング場）健康ボウリング教室を開催し、チームを作ったり、練習にきて頂いたりしています。

第 2 部　《お店という居場所》を起点とした地域のつながりを生み

高齢者が自分らしい暮らしを人生の最後まで続けられる地域をつくることは、決して「介護」・「福祉」の領域だけで達成できる問題ではありません。「住まい」・「医療」・「看護」・「リハビリテーション」・「生活支援」・「介護予防」といった様々な領域に係る人や制度が相互に連携する仕組み（地域包括ケアシステム）を構築する必要があります。

特に、これからの人口減少社会では、地域の経済や資源は乏しくなり、活動の担い手も減っていきます。また、人々の価値観や福祉課題が多様化・複雑化していることから、そのニーズに応える側も多面的な視点が求められています。

そのため、行政関係者、医療や介護の専門職、地域の支援者、そして民間事業者などが、それぞれの領域を超えた地域のネットワークを形成し、互いの強みを持ち寄ることで、新たな価値を生み出し、その価値からお互いが win-win の関係性を築いていく、共創の地域づくりが重要となります。

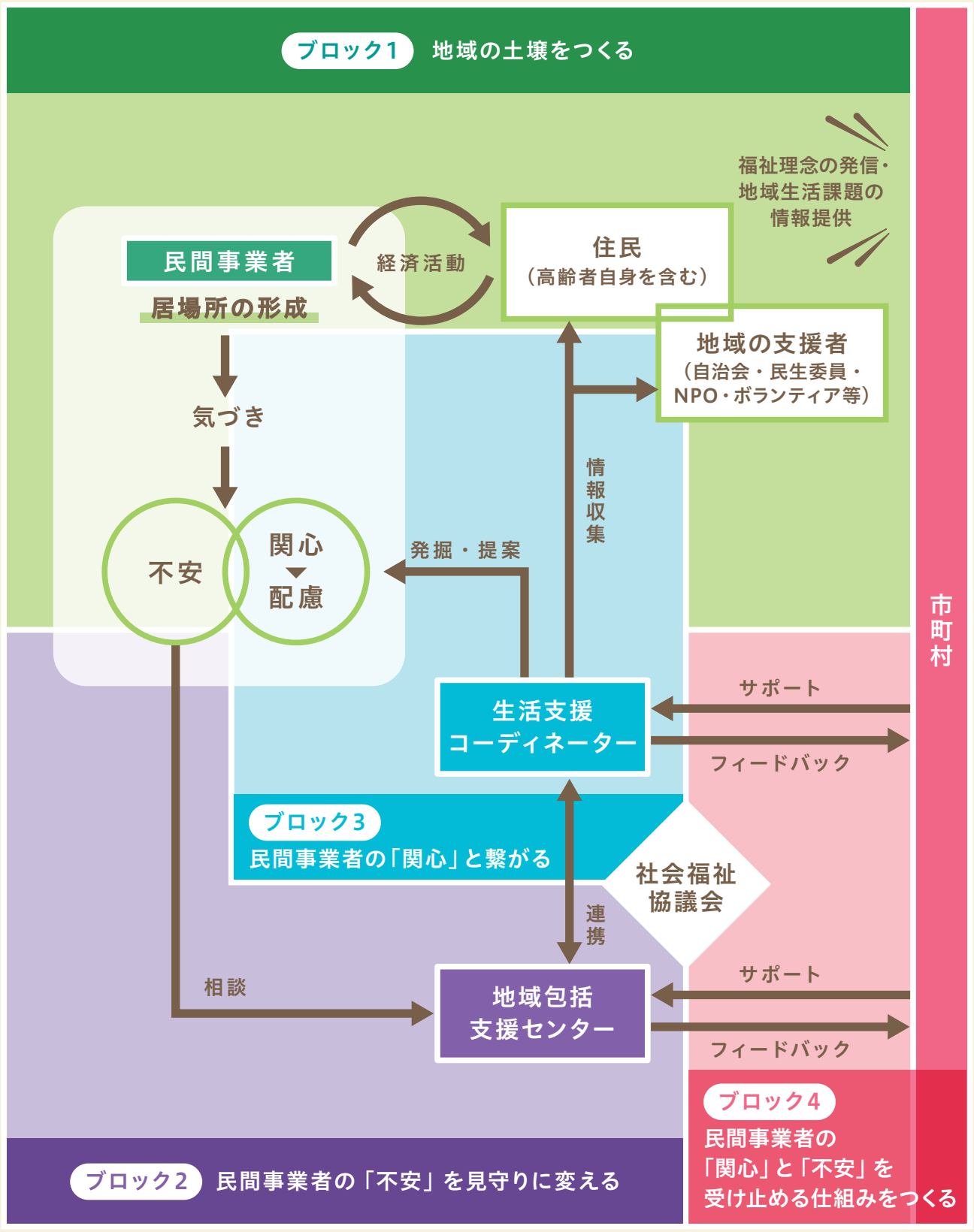


出典：令和４年度老人保健健康増進等事業「都道府県による市町村支援に活用するための支援パッケージ策定に係る調査研究　地域づくり支援ハンドブック」

出すために

《お店という居場所》は、そうした地域の各主体がつながりを生み出す起点となりえます。

以下は、つながりを生み出すために各主体に求められる役割分担像です。それぞれの目標ごとに、大きく1～4のブロックが想定されます。



地域の土壌をつくる

主な主体　民間事業者　市町村

【民間事業者】に期待される役割

《お店という居場所》への気づき

あなたのお店が地域の高齢者の居場所になっている様子はありませんか。

もちろん事業の一環として来店者同士の集まりの場や機会を提供しているお店もあるでしょう。一方で、意図的にはそのような場をつくりだしていないという場合でも、「最近高齢のお客様が多くなってきたな」、「店舗の一角でよく高齢のお客様が腰かけているな」「あの高齢のお客様よく見るな」と思ったことはありませんか。そのようなとき、あなたのお店が地域の高齢者にとって重要な居場所、そして高齢者の異変や困りごと、生活のニーズに最初に気づきうる重要な拠点となっている可能性があります。

まずは、ぜひその場を温かく見守ってください。それは必ずしも事業を運営すること以外に特別なサービスが必要なわけではありません。そのような《お店という居場所》が地域の中にあり続けることが、地域の高齢者にとって重要なことになります。

そして、もし可能であれば、少しずつ高齢者に配慮した取組を行ってみませんか。そうはいっても、「そんなボランティアみたいなことウチには関係ない」と思われるかもしれません。しかし、高齢者が元気でいつづけることと地域の経済が活性化することは決して別の問題ではありません。加齢によって心身の状態が変化したとしてもお店に通いつづけることができる環境が整えば、高齢者は自分の力（あるいはちょっとしたサポートによって）で日常的に経済活動をつづけることができます。それは、それぞれのお店の顧客の維持、ひいては地域の経済の持続にもつながります。そして何より、《お店という居場所》を活用し、高齢者の生活にニーズを満たしていくことは、事業そのものを拡大する可能性も秘めています。

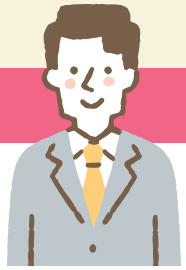
《お店という居場所》に関する関係機関について

地域包括支援センターと生活支援コーディネーター

※市町村ごとに独自の名称を用いている場合があります。

何か高齢の来店者に関する困りごとや悩み事を相談したい（➡ブロック2）、あるいは、事業を通じて地域の高齢者のためになにかを行いたい・貢献したい（➡ブロック3）と考えている場合、まずは近くの地域包括支援センターに相談をしてみましょう。問題解決に向けた対応や、生活支援コーディネーターをはじめとする関係者の紹介を行ってくれるでしょう。

【市町村】に期待される役割



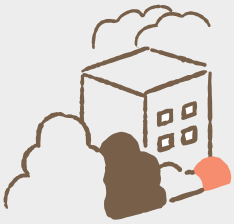
福祉理念の発信・地域生活課題の情報提供

なによりも地域全体の高齢者福祉の方向性、ひいては地域づくり全体のビジョンを示していくことが、各市町村の役割です。そして、地域の民間事業者に、高齢者の生活を支える地域包括ケアシステムの担い手でもあるということの意識を普及・啓発し、協力体制を築いていくことが重要です。その際には、民間事業者向けに地域の生活課題を発信する機会を設けるなどの取組も必要となります。

例えば、事例３（→27 頁）のウエルシア薬局株式会社と行田市役所・行田市社会福祉協議会の場合は、行田市が地域生活課題や目指すべき方向性（多世代型の居場所・交流促進の場を形成する）を庁内で整理して、それを民間事業者の側に発信していったことによってウエルシア株式会社との連携のきっかけが生まれています。

福祉部門だけではなく、民間事業者とのネットワークも持つ産業振興部局などと連携して、高齢者の日常生活支援が福祉のみの範疇にとどまらず、地域振興全体の課題であるということを前提に、より広範な関係づくりを目指すことも期待されます。また、認知症施策や見守り、まちづくりに関して、連携協定の締結を検討するなどの方法も考えられるでしょう。

地域包括支援センター



地域包括ケアシステムの推進の中核的役割を担う機関であり、介護・福祉・保健などに関する地域の高齢者の総合相談窓口としての役割を担っている機関

生活支援コーディネーター

地域包括支援センターの機能強化を目的として、高齢者の生活支援や介護予防ために、地域のさまざまな資源を活用して、高齢者の生活全般を支えることができる地域づくりを行う役割を担う人

民間事業者の「不安」を「見守り」に変える

主な主体　地域包括支援センター

【地域包括支援センター】に期待される役割

高齢の来店者に関する民間事業者からの相談についての対応方針の明確化とその周知

認知症の疑いがある方であったり、急に体調を崩される方への対応に不安や懸念を抱いてる民間事業者は多くいます。むろん、高齢者本人の生命や財産に係る緊急性の高い事案が発生した場合については、消防や警察への緊急通報が必要になることはいうまでもありません。しかし、そこまでではない「事案未満」ともいえる出来事が民間事業所では多く発生しています。その際に、どのように対応するべきか、どのような場合に、どこに相談・連絡をするべきか、ということがしばしば不明瞭な状態となっています。

そのため、地域包括支援センターが、地域の民間事業者に対して、そのような場合の対応の手順や連絡先を明確にして周知しておくことは、民間事業者の高齢の来店者への不安や懸念を軽減し、そこで働く従業員に対して心理的な安心感を与えることができるとともに、民間事業者からの円滑な情報提供を促すことができます。

例えば、事例２（→25頁）の場合は、コンビニエンスストア（セブン - イレブン京都山科百々町店―有限会社西野山）の側から、地域の地域包括支援センターなどに働きかけを行い、異変がある高齢者が来店した際の具体的な連絡先を明文化し、近隣の店舗にも共有を行っています。

このような取組を行うことで、地域包括支援センターは、民間事業者が気づいた来店者の身体状況の変化や生活上の困難を集約することができる重要な拠点となるとともに、民間事業者からの相談をきっかけに地域の関係者とのつながりが生みだしたり、高齢者の生活支援ニーズを収集したりすることができる場所になりえます。

民間事業者の「関心」と繋がる

主な主体 生活支援コーディネーター

【生活支援コーディネーター】に期待される役割

《お店という居場所》の発掘と連携・協働の提案

まずは、《お店という居場所》を把握することからはじまります。「アンケート調査の結果から見えた《お店という居場所》の姿」で示したように、高齢者の居場所はさまざまな場所で形成されています。

特に、その中でも、高齢者に対してちょっとした配慮や取組を行っている事業者は、事業運営上の気づきなどから高齢者の顧客への関心が高く、生活支援コーディネーターからの声かけにも積極的に応じてくれるかもしれません。

一方で、これらの配慮や取組は、本業を圧迫しない程度で行われていることも多く、そのような場合は広く広報されているとは限りません。そのため、実際に顧客として利用する地域住民などの協力を得ながら、幅広くアンテナを張っていくことが重要となります。

発掘の仕方のポイント①

現状で支援を必要としていない元気な高齢者が日頃どのように生活してるかを把握してみましょう。そうすると地域のさまざまな民間事業者を活用しながら生活していることがわかります。事例7（→35 頁）の場合は、フィットネスクラブ（株式会社ティップネス）のお風呂を家風呂の代わりに利用している高齢者が多いという地域包括支援センターの職員の気づきから連携のきっかけが生まれています。他にも、聞き込みをするうちに、「このスーパーは買い物後に配送まで行ってくれる」とか「あそこの美容室は行き帰りに送迎をしてくれる」といった声が聞こえてくるかもしれません。そうすれば高齢者の生活の延長線上にある、連携・協働するべき民間事業者の存在が見えてきます。

発掘の仕方のポイント②

地域の場につなげたい人、巻き込みたい人を具体的に整理してみましょう。孤立傾向や既存の場に距離を置く人、地域の課題・身体的な課題によって頻繁に外出できない高齢者にとっては、《お店という居場所》のようなゆるやかなつながりを持ちうる場が、唯一の心の拠り所になっていることが考えられます。思い浮かべた対象の人が、どのような場所であれば、顔を出すことができているかを考えながら、地域の支援者たちと《お店という居場所》の情報をまとめていくことが重要です。

ブロック4

民間事業者の「関心」と「不安」を受け止める仕組みをつくる

主な主体　市町村

【市町村】に期待される役割

市町村には、地域包括支援センターや生活支援コーディネーターに対して、その業務をサポートすることで、民間事業者との関わりを活かす土台を整備することが求められます。

地域包括支援センターや生活支援コーディネーターの業務支援

市町村から委託を受けて運営されることが多い地域包括支援センターや生活支援コーディネーターですが、従来的な業務への対応が過多となり、民間事業者からの相談事への対応や、民間事業者への連携・協働に向けた取組を行う余力を失っていることが往々にして発生しています。市町村は地域包括支援センターや生活支援コーディネーターの現場の状況を確認し、予算の確保や業務状況の改善などによって、新しいつながりやサービスを生み出すための基盤を整備する必要があります。

諸主体の利害調整

地域包括支援センターにおいては特定の事業者の利用を高齢者に推奨することに対する抵抗感や、生活支援コーディネーターなどが特定の事業者に声掛けをする際に地域内の同業者の利害関係・地域内のしがらみに気を遣うことなどが想定されます。そのような場合は、市町村がケアプランなどにおける市場サービスの利用に関する方針や、地域の事業者との協業体制の方針を明確に打ち出し、地域包括支援センターや生活支援コーディネーターと共有を行う必要があります。また、市町村職員が主体的に諸主体の間に入りながら、利害関係を調整していくことも期待されます。

地域包括支援センターや生活支援コーディネーターの認知度向上

民間事業者は、地域包括支援センターや生活支援コーディネーターという組織や役割があること自体を把握していないことも多く、認知症の疑いのある高齢の来店者の対応に関して、どこに相談してよいのかといった悩みを抱えたり、地域のためになにか働きかけを行いたいがそのきっかけがわからない事業者がいます。そのため、地域のなかで広く、地域包括支援センターや生活支援コーディネーターという組織やその役割について理解してもらうことが重要となります。

社会福祉協議会

民間の社会福祉活動を推進することを目的とした、非営利の民間組織であり、福祉のまちづくりにおいて重要な役割を担っています。地域のボランティアをはじめとするさまざまな社会資源とのネットワークを有していることから、生活支援コーディネーターの役割が社会福祉協議会に委託されている地域も多いです。また、福祉の総合窓口として、地域包括支援センターと連携して地域課題を把握したり、日ごろから市町村の職員とのつながりも強いでしょう。そのため、社会福祉協議会には、地域の各主体をつなぐハブとしての役割を担うことも期待されます。

例えば、事例1（→23 頁）においても、横手市社会福祉協議会に生活支援コーディネーターの役割が委託されており、地域の買い物支援に繋がる取組を整理するなかで、自社への送迎サービスを行っているスーパーマーケット（株式会社マルシメ）との連携のきっかけが生まれました。以降、横手市社会福祉協議会はスーパーマーケットの店舗を借りて、「お出かけ」の付き添いボランティア養成講座を実施したり、反対に、店舗で高齢者の健康上の問題などからトラブルが発生した際には、初期相談窓口となって、そこから地域包括支援センターなどにつないだりしています。

コラム　つながりの持続と発展のために

つながりの持続のために　―民間事業者の「協議体」への参画―

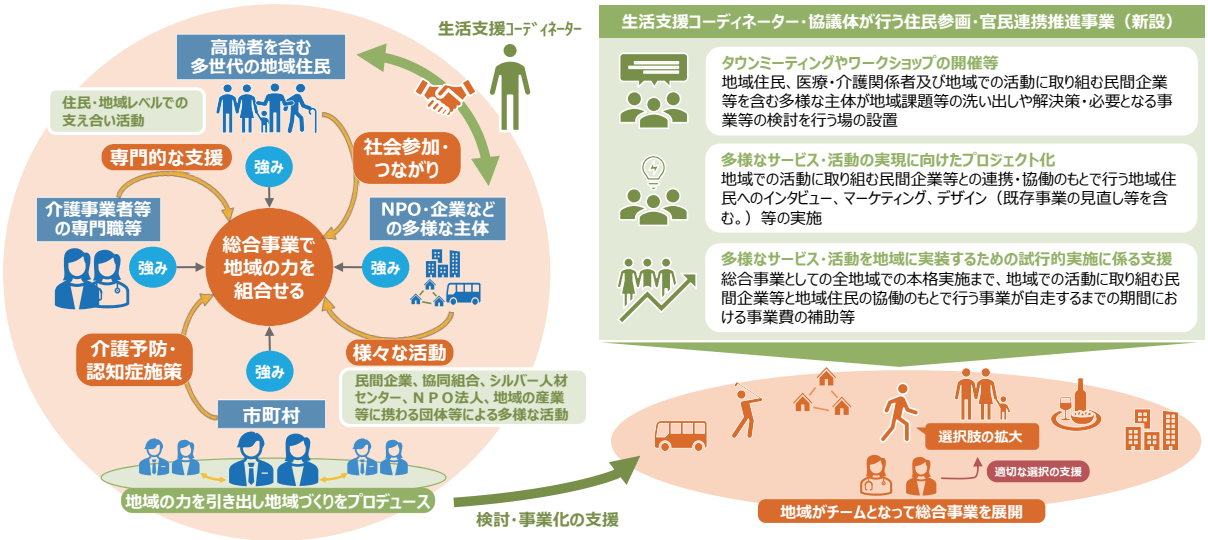
つながりがうまれたら、その関係性を維持し、新たな価値の創造に繋げていきましょう。そのような場のひとつとなりうるのが「協議体」です。協議体は、高齢者の生活支援や介護予防のサービスの体制整備に向けて、多様な主体が定期的な情報共有と連携強化を行う場として、市町村が主体となって設置される会議体（ネットワーク）です。そこでは、福祉や介護の分野を超えて、多様な関係者が定期的に集まり、地域について話し合うことが重要となります。そのような場においては、普段お客さんとして《お店という居場所》を訪れている地域住民が地域の支援者（自治会、民生委員、老人クラブのメンバーなど）の立場として、民間事業者とマッチングし、新たな関係性を築くきっかけともなります。

新たなサービスの開発に向けて

国においても、多様な主体が連携して、新たな事業を生み出していくことを勧奨しています。2024 年より、生活支援コーディネーターによる地域住民と地域の多様な主体との連携の推進を目的として、「住民参画・官民連携推進事業」（1 市町村あたり 400 万円）が新設されました。

これは、多様な関係者が参加して地域の課題の洗い出し・解決策などの検討を行うワークショップを実施したり、地域での活動に取り組む民間企業等との連携･協働のもとマーケティングを行ったり、モデル事業を実施するなどの様々な用途に活用できます。

このような制度も活用しながら、《お店という居場所》を活用し、新たな地域づくりを行っていくことも今後期待されています。



出典：厚生労働省老健局認知症施策・地域介護推進課「令和６年度地域支援事業実施要綱等改正の概要」

第 3 部　《お店という居場所》事例集

この手引きでは、高齢化率や人口密度もそれぞれ違った地域から、《お店という居場所》の好事例を集め、当事者の方にお話をうかがいました。

各事例における業種や規模も様々ですが、いずれの事例もそれぞれの事業者の気づきから、《お店という居場所》に注目し、事業の中に生かしたり、地域の課題解決や活性化のために活用したりしています。

これらの事例を踏まえながら、「ウチの地域にもこんな事例があるんじゃないだろうか」や「こんな連携・協働の仕方があるんじゃないだろうか」ということを、地域全体で考えるきっかけになることを願っています。

	業　種	対象社名	地　域
事例 1	スーパーマーケット	株式会社マルシメ ＋横手市社会福祉協議会（生活支援コーディネーター）	秋田県横手市
事例 2	コンビニエンスストア	セブン - イレブン京都山科百々町店 （有限会社西野山）	京都府京都市
事例 3	ドラッグストア （移動販売）	ウエルシア薬局株式会社 ＋行田市役所 ＋行田市社会福祉協議会	埼玉県行田市
事例 4	薬局	白澤薬局　段上店	兵庫県西宮市
事例 5	カフェ	カフェ・ペーパームーン	千葉県松戸市
事例 6	銭湯	有限会社ユーアンドゆ　pocapoca 諸江の湯	石川県金沢市
事例 7	フィットネスクラブ	株式会社ティップネス ＋宮前平地域包括支援センター	神奈川県川崎市
事例 8	カルチャー教室	ミック株式会社　カルチャーサロンリリー	兵庫県西宮市
事例 9	遊技場	株式会社タイラベストビート ワンダーランド 日出町店	福岡県大牟田市
事例10	パソコン教室	あったかパソコン教室 田川校	福岡県田川市

事例１

声を掛け合って生まれた地域の悩みごとを解決するつながり

～株式会社マルシメと横手市社会福祉協議会～

この事例は、買い者が困難になった高齢者や交通手段が少ない方のために、株式会社マルシメが平成 23 年から運行している「お買い物バス」の取組です。バスの車内や降車場所となる店舗（スーパーモールラッキー、マルシメ七日町店）は、利用者のコミュニケーションや安否確認の場となっています。

この取組を、生活体制整備事業を推進しようとしていた横手市社会福祉協議会（以下、「市社協」といいます。）が知り、お互いの関係性が深まり始めています。

株式会社マルシメと市社協の連携の始動

令和４年ごろ、横手市内の平鹿地域で街中のスーパーがなくなり、買い物弱者が出てしまうのではないかということが課題として浮上してきました。この課題に対し、生活支援体制整備事業の協議体は、地域の買い物支援策を周知するチラシの作成を企画しました。

その企画へ、かねてから聞いていた「お買い物バス」の取組を取り上げるべく、市社協から株式会社マルシメに声をかけたのが、２者の連携がスタートしたきっかけです。

なお、初めてのチラシは、「ひらか支え愛ねっと通信」として令和５年３月に発行されています。

株式会社マルシメの「お買い物バス」

秋田県横手市は、人口 81,139 人で高齢化率は40.9%に達しています。（令和６年９月末現在）。

「お買い物バス」は平成 23 年から運行を開始しましたが、その背景には、「高齢者の買い物困難の顕在化」、「交通手段のない方の増加」、「日常生活の維持に関する困り事の増加」といった課題がありました。

最初は、県の補助金を受けながら、エリアを限定した半年間の試験運行でしたが、利用者の強い要望を受けて、路線を広げる形で本格的な運航に至った経緯があります。

「お買い物バス」の運行概要

「お買い物バス」は、自社バス（２台）を活用し、14 のコースで運行されています。

- 運行エリアは、横手市十文字町を中心に、東成瀬村・湯沢市の一部を含む
- 日替わりで平日５日間、週に 23 便（４週目のみ 24 便）
- コースの設定は、商店のない地域など、買い物に困難を抱えていると考えられる地域の住民等から話を聞き、各自治会に了承をもらい、停留所の場所も相談して決定
- 乗車方法は、マルシメの会員カードを提示すると無料で乗車可能
- 乗車数の多いバスで、１台あたり平均 15 ～ 16 人 少ないバスだと、１台あたり平均６～7人
- 利用者の性別割合は、女性：男性＝８ ： ２
- 一般的なお客様の平均的な購入単価に比べて、バス利用者の平均的な購入単価は高い

バス利用者の声と地域への影響

「お買い物バス」は、単に買い物の足を確保するという本来の目的だけでなく、人と人、人と情報をつなぐ「コミュニケーションの場」として機能しています。具体的には、バス車内では乗客同士や運転手と乗客が世間話を交わし、店内のフードコートや広々とした休憩スペースでは、人々が自然に会話を楽しみながら交流しています。

また、「買い物はできるが、商品を活用しきれない」という声を受け、平成 27 年から「お客様サポートサービス」を開始。日常の困りごとを解決する支援も行っています。

さらに、「お買い物バス」がきっかけとなり、地元の保育園と高齢者が、昔遊びや山菜料理を通じて交流する事例も生まれています。

運行上のトラブルと関係機関との連携

「お買い物バス」を運行してきた中で、利用する高齢者の健康や生活上の問題から、トラブルが発生したこともあります。そういう場合、株式会社マルシメが、市社協に相談し、市の保健師や地域包括支援センターにつないでもらっています。また、解決が難しい場合には、ケース検討会の開催を依頼することもあります。

市社協と株式会社マルシメの多様な連携

「お買い物バス」とは別に、市社協が株式会社マルシメへ相談し、形づくられた事業があります。それは「外出時の付き添いボランティア」です。スーパーモールラッキー内での買い物体験を了承してもらうことで、「外出時の付き添いボランティア」の養成講座を開講することができ、今では、ボランティア団体の活動へと結び付いています。

「お買い物バス」の今後

現在、「お買い物バス」の運行費用は株式会社マルシメが負担しており、事業継続には課題が残っています。クラウドファンディングを活用し、地域の支援を受けながら運行を続けていますが、より持続可能な仕組みの構築が求められています。株式会社マルシメとしては、自社の持ち出しを少しでも変えてもらえる検討があれば、事業を続けやすいと感じています。

事例2

ほっとけない気持ち、ほったらかしにしない気持ちを商売に

～セブン - イレブン京都山科百々町店（有限会社 西野山）～

会社情報

所在地	京都府京都市
営業開始時期	平成16年
業種	コンビニエンスストア
顧客の高齢者割合	約1割5分から2割
取材対象者	マネージャー 清水 美奈子 氏

高齢化が進む街に根ざすコンビニ

京都市の東端に位置する山科区は、1970 年代から 80 年代にかけて発展したベッドタウンです。現在では京都市内でも特に高齢化が進んでいる区でもあります。

平成 16 年（2004 年）、この地にセブン - イレブン京都山科百々町店はオープンしました。マネージャーの清水さんは、当時、コンビニは若者の利用が中心というイメージが強かった中で、開店してみると、想像以上に高齢者の利用が多いことに驚きました。当時、本部のマニュアルにも、自分たちの経験的にも高齢者の接客に関しての知識やスキルが少なく、トラブルに遭遇したりもしました。

そのようななかで、この地域に根差して商売を続けるなら、地域の高齢化の課題に目を向けるべきという思いが育まれ、京都山科百々町店は、「ほっとけない気持ち、ほったらかしにしない気持ちを商売に繋げる」という経営理念を掲げています。

高齢者を支える接客姿勢

この店では、スタッフの多くが 10 年以上勤務しており、常連客の顔を覚えています。同時に、スタッフの多くは認知症サポーターでもあります。接客を通じた経験や情報の蓄積から、お客様一人ひとりの生活スタイルをイメージすることができ、ちょっとした行動の異変に気づくこともあります。「いつもの様子とは違う」と気づいた場合には、お客様に声をかけて確認し、場合によっては地域包括支援センター等につなぐこともあります。店のバックヤードには、重要な連絡手順を記したポスターが掲示されていて、スタッフが適切な対応をとれるようになっています。

スローショッピング・スローレジの取組

京都山科百々町店は、京都府の「認知症にやさしい異業種連携協議会」にも参画しています。そして、「スローショッピング・スローレジ」という取組を行っていて、様々なところで実践事例を紹介しています。

「スローショッピング・スローレジ」とは、高齢者や認知症の方が自分のペースでゆっくり買い物ができるようにサポートする活動です。

- 買い物かごを持つのが難しい方にはスタッフがさりげなくサポートする。
- セルフレジの操作に戸惑う方にはすぐに手助けをする。
- 混雑時には、他のお客様に事情を説明し、協力をお願いする。

これらの対応は、特別な時間を設定するのではなく、日常業務の中で自然に行われています。

繋げるお店

また、店内にはショッピングカートも用意され、高齢者の負担を軽減する工夫がされています。

選ばれる店になるという付加価値

これまで紹介したような取組が徐々に知られていったことで、地域に根ざしたコンビニとして、地域の方々の支持に繋がり「接客がいい、感じがいい」と評判が広がり、タクシーを使って来店するお客様もいます。そのようなお客様は一度の買い物で購入単価が高い傾向もあり、顧客満足と店舗収益の好循環が生まれていると考えられます。

また、限られたスタッフでの運営には負担も伴いますが、「人の役に立つことで、社会の役にも立てる」という意識が芽生えスタッフのモチベーションを支え、社会課題とのリンクが持続可能なお店作りに繋がります。

多様な主体と繋がるための試み

山科区のセブンイレブン２１店舗のバックルームには、「セブンイレブンで働く皆様へ」という名称で、山科区内の各所轄の高齢サポート（地域包括支援センター）の連絡先を記したポスターが貼ってあります。このポスターは、清水さんが本部に提案し、山科区の各店のオーナーと高齢サポートが顔合わせをするなどして実現させたものです。（※作成にあたっては京都府立医科大学大学院医学研究科 精神機能病態学教授 成本迅教授が監修）

店舗と高齢サポートが、お互いわからないままでいると、お客様のもしもの時の連絡・相談の円滑さが失われます。そうならないようにしたいという思いを、区という大きな範囲まで拡大した試みです。

また、店の取組は、他業種の経営者にも影響を与えています。例えばガス屋さんは「家の中に入り高齢者と接する機会が多いが、異変に気づいてもどう対応すればいいかわからなかった」と話す経営者もいました。こうした事例を通じて、地域全体で高齢者を支える動きが広がることが期待されています。

これからの展望

清水さんは、「地域の見守りは小売業だけの話ではない。行政、医療福祉、銀行など、様々な業態が連携すれば、地域全体が安定する」と考えています。

また、認知症基本法が成立したことを例にとり、「地域には経済的な理由から、介護制度に繋がれない人や孤独を抱える人、孤立状態の人もいる。行政には、そこに対して何ができるかをさらに考えてほしい。縦割りの範疇を超え、個別の事象と向き合ってほしい」と、行政への期待を寄せています。

（尚、ここで紹介した取組は京都山科百々町店の独自取組です。）

事例３

地域共生型（多世代交流型）移動販売による多世代の居場所・

～ウエルシア薬局株式会社・行田市・行田市社会福祉協議会～

この事例は、埼玉県行田市・行田市社会福祉協議会（以下、「市社協」といいます。）とウエルシア薬局株式会社（以下、「ウエルシア薬局」といいます。）が協力して運営する移動販売車両「うえたん号」の取組です。

この取組のポイントは、単なる買い物支援にとどまらず、地域のコミュニティづくりにも着目している点にあり、世代や属性を超えて人々が出会い、つながる場を生み出していることにあります。

行田市の現状と課題

埼玉県行田市は、高齢化率が約 33%（令和６年９月１日現在）に達し、高齢者の単身世帯が増加しています。

令和６年度から、地域共生社会を推進するための事業である重層的支援体制整備事業を本格実施しています。その背景には、高齢化や人口減少が進むとともに、住民課題の複雑化や複合化、制度の狭間の問題、地域関係の希薄化など、様々な福祉課題があります。

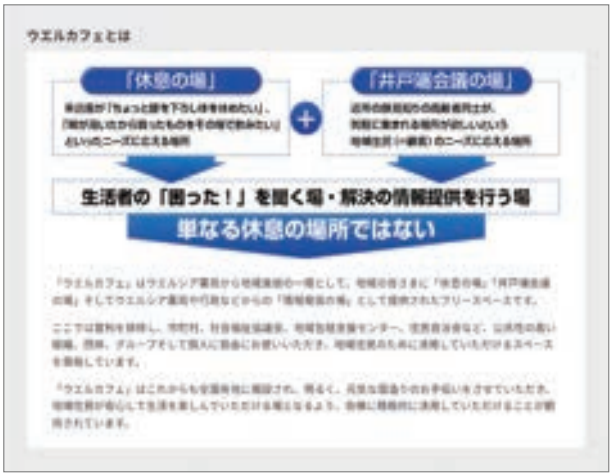
市・市社協・ウエルシア薬局の邂逅

市及び市社協は、地域での話し合いを通じて、「買い物課題への対応」、「地域の交流の促進」、「介護予防の促進」といった課題への対応を整理したところ、気軽に、そして継続してつながりを持ち続けてもらうためには、「日常の一部を多世代の交流機会にする」という考えにたどり着きました。

そして、情報収集を進めたところ、「地域コミュニティの創出、外出促進、介護予防」を主眼にしているウエルシア薬局の移動販売の情報をキャッチし、三者の意見交換が始まりました。

ウエルシア薬局の「ウエルカフェ」

ウエルシア薬局は、地域共同コミュニティスペース「ウエルカフェ」という取組を進めています。



出典：ウエルシア薬局株式会社ホームページ

他の自治体でもそうですが、「ウエルカフェ」という取組の存在は、その自治体とウエルシア薬局の信頼関係を深める効果を生んできました。行田市内でも平成 28 年から「ウエルカフェ」が開設されており、信頼関係が培われていたことも、「うえたん号」の取組がスムーズに進んだ一つの要因と考えられます。

地域活動の基盤の根付きと効果的な運行（販売場所）ルートの選定

ウエルシア薬局の担当者は、事業を進めるにあたって、運行（販売場所）ルートの選定は一番時間がかかると言います。

実際の運行（販売場所）ルートの選定は、市、市社協、ウエルシア薬局の各担当者が入念に調整した結果ですが、これを支えたのは、自治会をはじめとする地域活動の基盤が根付いていたことです。「支えあいマップ」づくり（更新を含む）などを通じて、地域課題を地域住民がより“我が事”として捉えやすい状況が生まれており、このような土壌が、次に触れる大きな特徴を導いたと考えられます。

交流促進に向けた取組

地域共生型（多世代交流型）移動販売「うえたん号」の運行

「うえたん号」の特徴は、販売場所が地域の集会場だけでなく、障がい者施設や高齢者施設、放課後等デイサービスなどで、そこにいる人たちがものを買うことを通じて地域生活に準ずるような暮らしができるということです。また、こうした多様な場所での販売を通じ、世代や属性を超えた交流や相互理解につなげていることです。このことを端的に表現したのが、“地域共生型（多世代交流型）移動販売”というコンセプトです。

ウエルシア薬局の移動販売車の取組は、行田市が初めてではありませんが、“地域共生型（多世代交流型）移動販売”となると、全国で初めての試みとなります。ウエルシア薬局も、市や市社協と一緒に取り組んだことで、コンセプトを具体的な形として示すことができたと感じています。

「うえたん号」は、週５日、市内 55 ヵ所を巡回し、食品や日用品、冷蔵・冷凍食品、化粧品など約 500 品目を販売。医薬品の購入も可能で、電子決済やクレジットカード払いにも対応しています。

現時点での「うえたん号」の効果と課題

「うえたん号」の導入によって、「家事や買い物の負担軽減」のほか、「交流の促進」、「地域の活性化」、「助け合い意識の醸成」など様々な効果が報告されています。また、行政・民間・市民が一体となって支える地域のコミュニティづくりの場としての役割を果たしています。

一方で、市としては、運行情報の周知不足や、本当に支援が必要な人々をいかに把握し、利用につなげていくのかを課題と認識しており、今後は、市・市社協・ウエルシア薬局がさらに連携を深め、より多くの住民にサービスを届けるための工夫が求められています。

また、ウエルシア薬局は、更なる展開として、移動販売車に相談員を同乗させることで、生活困難や空き家対策などの課題について直接相談を受けたり、適切な相談先へつなげたりする仕組みも考えられると話しています。

今後の展望

ウエルシア薬局の移動販売事業は、今後も多くの自治体に拡大していくことが見込まれていますが、事業単体での採算面の課題はあります。事業を展開している自治体のほうも、売上や客数を注視しており、少ないところはルート設定を見直す提案をしてくれたり、持ちつ持たれつの関係ができているとのことです。

行田市での「うえたん号」の取組は、地域共生社会を実現するための一つのモデルケースです。こういった事例をきっかけに、自治体と企業が連携し、持続可能な地域づくりが進むことが期待されます。

事例4

地域に根ざし地域を温かく見守るかかりつけ薬局の矜持

～白澤（はくたく）薬局 段上店～

会社情報

所在地	兵庫県西宮市
営業開始時期	平成8年
業種	薬局
顧客の高齢者割合	約7割
取材対象者	代表取締役 金光 伴訓 氏

開局から約 30 年、地域と共に歩む

白澤薬局段上店は、平成 8 年からこの地で薬局を運営しています。昭和 63 年創業の別の店舗も運営しており、地域に根ざした薬局として 30 年以上、地域の人々の健康を支えてきました。

高齢者と地域住民のニーズに応える

顧客の約 7 割は高齢者で、その割合は事業開始当初から増加傾向にあります。在宅医療に力を入れており、薬剤師が医師の指示のもと患者宅を訪問し、薬の管理や健康相談を行っています。高齢者の中には一人暮らしの方も多く、薬局は地域住民にとって重要な居場所となっています。

「まちライブラリー」としての薬局

「どこの薬局も、同じような作りをしているでしょう。壁は白く、窓は小さく、無機質な空間。処方箋の収益に頼るばかりで、患者さんと会話する場がない。そんなの、つまらないでしょう？」と店主の金光さんは言います。薬局内には、本棚が並び、利用者が自由に本を借りることができます。

この取組は、患者さんとの会話のきっかけを作るだけでなく、薬局をより親しみやすい場所に変えることを目的としています。並べられている本は、店主である金光さんが選書するだけでなく、患者さんからの寄贈も受けています。このことは、薬局が単に薬を処方する場所ではなく、地域の人々が集い、交流する場としての役割を果たしていることを示しています。

フレイル予防への取り組み

薬局では、フレイル予防にも積極的に取り組んでいます。かつて西宮市では、体組成計を地域のスーパーなどに設置してもらい、それらを利用した高齢者にインセンティブが入る事業（西宮市健康ポイント事業）が実施されていました。市の取組が中断となった後も、薬局では、独自に体組成計を購入し、設置しつづけています。そうすることで、例えば、西宮いきいき体操に参加した地域の高齢者が、体操後にふらっと薬局を訪れ、体組成計で筋肉量などを測定し、健康状態を把握するような流れができているといいます。

対話を重視した薬局運営

一般的な薬局が処方箋に基づいて薬を渡すだけの場所になりがちな現状に対し、患者とのコミュニケーションを大切にすることを重視しています。薬の説明だけでなく、患者の生活状況や家族構成までを把握することで、より適切な薬物療法や健康支援を提供することを目指し、薬局内での会話、本や体組成計をきっかけとした交流を通じて、顧客との深い信頼関係を築いています。

地域での勉強会開催やキャラバンメイトとしての活動

店主の金光さんは、西宮市の「公民館活用促進プロジェクト」（地域学習推進課：2024 年度下半期）を活用し、「医療と健康」をテーマとして、医療費やマイナ保険証、選定医療制度などについて、地域住民や顧客向けの勉強会を月１回開催しています。

「医療者と一般市民の間には、医療情報について深い谷（格差）があります。その谷に橋をかけるのが、僕の仕事」というのが金光さんの信念です。

勉強会では、参加者からの質問や意見を積極的に受け入れ、双方向のコミュニケーションを重視しており、地域住民の医療リテラシー向上に貢献しています。

また、店主の金光さんは、認知症サポーター養成講座を企画・開催し、講師を務めるキャラバンメイトでもあり、ご自身の経験に基づき、認知症に対する正しい知識と理解を広める活動にも力を入れており、企業や歯科医院など、様々な場所で精力的に講師を務めています。

患者の人生に寄り添う「かかりつけ薬局」として

白澤薬局は、店舗展開をせず、地域密着型の経営を実践しています。地域に密着することで、患者さんの変化にいち早く気づき、迅速な対応をすることが可能です。目指しているのは、患者の人生に寄り添う「かかりつけ薬局」です。

金光さんは、経営思想家ピーター・ドラッカーの「企業の目的は顧客の創造」という言葉を引用し、「まさにそれを実践しているつもりです」と話してくれました。

その結果、処方箋の集中率（特定の医療機関から受け取る処方箋の割合）が 65% を実現し、門前薬局のように特定の医療機関に依存せず、たくさんの医療機関からの処方箋を受け付けることができる好循環を実現しています。

今後の展望

白澤薬局は、今後も地域住民の健康と生活を支えるために、様々な取組を継続していく意向です。空き家を活用した地域交流スペースの設置、こども食堂のような地域活動との連携も視野に入れています。引き続き、地域住民が集い、交流できる場所を提供することで、地域全体の活性化にも貢献したいと考えています。

事例５

ジャズと香りが漂い、孤独にならない一人時間を過ごせる店

～カフェ・ペーパームーン～

会社情報

所在地	千葉県松戸市
営業開始時期	平成28年
業種	カフェ
顧客の高齢者割合	４割
取材対象者	店長 森上 みき 氏

駅改札前のカフェ

新京成電鉄・上本郷駅の改札を出てすぐの所に、一軒のカフェがあります。「カフェ・ペーパームーン」。スケルトン構造を活かした開放的なデザインのお店で、昭和レトロな窓枠とモダンな内装が融合しています。

店内に一歩踏み入れると、真空管アンプから流れるジャズの音色がふわりと包み込みます。

コロナ禍を境に変化してきた客層

この店の開業は平成 28 年です。かつては朝のモーニングサービスが高齢者に人気で、「まるでケアセンターみたい」と冗談交じりに表現される方もいました。しかし、コロナ禍の影響でモーニングサービスを廃止しました。現在の来店者に占める高齢者の割合は約４割で、通勤スタイルの変化も相まって、これまで足を運ばなかった若者たちが新たな常連として訪れるようになってきました。

高齢者のお客様の中には、週１で曜日や時間も決まって訪れるお客様がいます。近くの市民センターで習い事があり、それに合わせて来店するようで、このような形で日常生活の一部としてお店を認識してくれている方もいるようです。

顔見知りとなったお客様であれば、電車に乗って他の駅で用事を済ませてくる間、荷物を預かっていてあげることもあるそうです。

孤独を和らげる交流の場

この店では、誰もが思い思いの時間を過ごせます。ジャズを聴きながら読書にふける人もいれば、偶然隣り合わせたお客様同士が会話を交わすこともあります。カウンター席ではスタッフとの何気ない会話も楽しめます。「最近、スマホを買い替えたんだけど、使い方がわからなくて」と相談を持ちかける高齢者の姿も珍しくありません。最近、キャッシュレス決済の相談が多かったのは時期的な傾向です。

さりげないバリアフリーの心配り

お店は、高齢者への配慮が随所にちりばめられています。入り口には段差がなく、足元に不安を抱える人でも安心して入れる設計です。

使用するグラスは倒れにくく、割れにくいものを選んでいます。ただ、食器の選択肢が狭まるので、今風の「映え」とは無縁になってしまうというのが悩みでもあります。

また、フルサービス方式を採用し、客が席を立つことなく、ゆったりと食事を楽しめるよう工夫されています。一方で、厨房との境に段差があり、店員が客を見下ろす形になってしまうことには、課題を感じています。

外部との連携について

長年通う常連の中には、認知機能の低下が見られる人もいます。ある日突然、いつものように訪れたものの、注文ができなくなったお客様がいました。他の客に暴言を吐くこともあり、最終的には警察に相談し、家族の元へと戻りました。

その時は事なきを得ましたが、こうした事態にどう対処すべきか、今も模索しています。地域包括支援センターとの連携を強化する必要性を感じつつも、どの段階で相談すべきか、その判断の難しさに直面しています。

今後の展望

先にも少し触れましたが、店の近くには市民センターがあり、習い事帰りの客が立ち寄ることも多いです。高齢者の来店手段は徒歩や公共交通機関が中心ですが、駅周辺には整形外科やカラオケスナックが点在し、それらの施設の帰りに訪れる人もいます。

店主の森上さんは、「無理に何かを押し付けるのではなく、個々が尊重される緩やかな繋がりを大切にしたい。そうした中で、お客様が困った時に相談できる場となるのであれば、それが一番です」と語ります。一人で来ても、誰かと繋がれる空間。それが、ペーパームーンの存在意義なのかもしれません。今後は、一人暮らしの高齢者が安心して暮らせるよう、何かしらの見守り制度があれば積極的に活用していきたいと考えています。

事例６

地域に根ざす癒しの銭湯、高齢者も集う憩いの場

～有限会社ユーアンドゆ pocapoca 諸江の湯～

会社情報

所在地	石川県金沢市
営業開始時期	昭和57年
業種	浴場業
顧客の高齢者割合	5～6割
取材対象者	専務取締役 松永 紗妃子 氏

高齢者にとっての憩いの場

石川県金沢市にある「pocapoca 諸江の湯」は、単なる入浴施設ではなく、地域の高齢者にとって大切な憩いの場となっています。営業時間は朝 6 時（月・金は 10 時）～ 24 時で、来店者の 5 ～ 6 割が高齢者。女性の高齢者も多く訪れ、若い人やファミリー層の顧客を広げつつも、高齢者にとっての外出先や居場所、社交の場としても機能しています。専務取締役である松永さんは、「銭湯が生活の一部だった時期もあるので、たとえ家にお風呂があっても、ここに来ることが生活のリズムになっているのかもしれません」と語ります。

銭湯が担う見守り機能

多くの高齢者が週 2 ～ 3 回訪れており、スタッフが常連客の様子を自然に見守る形になっています。なかには、高齢者は免許証を返納されている方もいるが、お友達同士で車を乗り合わせて来店されることもあるそうです。

スタッフは勤務歴が長い方も多く、頻繁に通う方の顔を覚えているので、「最近元気がないな」「今日は来ていないけど大丈夫だろうか」と、長年通う常連客の体調や様子を気にかけることもあるとのことです。

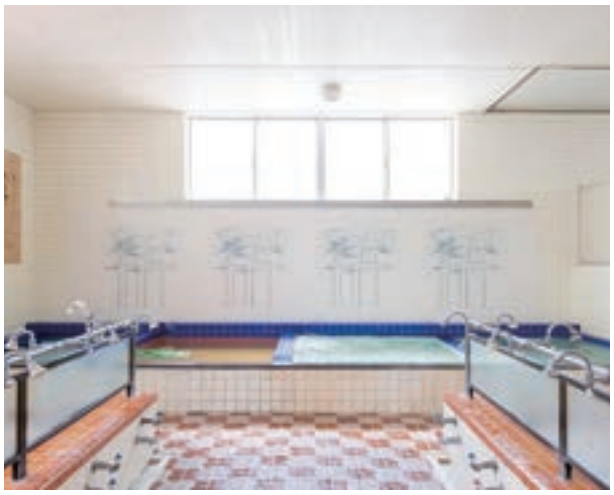
偶然にも介護福祉士の資格を持つ松永さん。しかし、体調不良の判断が難しく、のぼせや救急搬送の対応に苦労することもあるとのこと。認知機能が低下した方の来店もあるものの、銭湯が人を惹きつける魅力を理解し、懸念や悩みと正面から向き合っているようです。

地域交流の場としての役割

店内は、浴室は当然のこと、脱衣所、ロビー、窓際のカウンター席など、自然に会話が生まれる環境が整っています。

松永さん曰く、高齢者の人が１人でお風呂に入っていて、ふらついたりなどしていると、男性客は積極的に店員に教えてくれる傾向があるそうです。また、冬の時期はのぼせるひとが多かったので、お互いに見守りや声かけをお願いするポップを貼って、そういったことが減少したとのこと。浴場内でもお客さん同士が、たがいに声かけなども行う環境が生まれているようです。

諸江の湯では、以前に、保育士志望の学生が未就学児の親子入浴をサポートし、パパやママにゆっくりとお風呂に入ってもらうという「パパママ銭湯」（石川県公衆浴場業生活衛生同業組合金沢支部主催）を実施していました。その企画がすごく好評だったことから、同じように、福祉職志望の学生を活用し、高齢者福祉の分野でも、介護している方がゆっくりとお風呂に入れるような企画があれば、参画したいと松永さんは考えています。



銭湯の維持管理と未来

銭湯経営にはボイラーや配管修理にかかる多額の費用や、電気代・水道代の高騰といった課題があります。どの銭湯でも「やめないでほしい」と、まわりの高齢者の方々からたくさん声が上がっていますが、経営されている方々自身が高齢で、続けていくのが難しいのが実情であり、石川県の銭湯も年々減っているとのことです。

松永さんは、「銭湯が平常時にも緊急時にも多様な役割を果たしていることを行政に知ってもらいたい。そして、銭湯を維持していくための行政の上手なフォローに期待している」と語っています。

能登半島地震の直後は、諸江の湯でも多少の被害を受けましたが、能登の方を無料で受け入れたりしていました。その時は、お店に入りきらないほど、人が押し寄せたとのことです。

来たら必ず幸せな気持ちで帰れる地域の大切な施設として、時代に合った経営を模索しながら、今後も人々に癒しを提供し続けることを松永さんは目指しています。

事例7

さりげない気づきから始動した共創の連鎖反応の可能性

～株式会社ティップネスと宮前平地域包括支援センター・宮前区薬剤師会～

この事例は、民間事業者単体の事例ではなく、川崎市の宮前平地域包括支援センター・宮前区薬剤師会が主催する「宮前平駅前くらぶ（仮）」へ、株式会社ティップネス宮前平店が協力した取組です。

この取組は、地域包括支援センターの職員が、日常業務における高齢者の生活の観察から得た気づきから、民間事業者に対して直接的な連携を呼びかけたことで生まれました。

宮前平駅前くらぶ（仮）の紹介

「宮前平駅前くらぶ（仮）」とは、宮前平駅前で、高齢者が気軽に集えて、堅苦しくなく、おしゃべりが楽しめる居場所をというコンセプトに企画した取組です。

なお、タイトルに（仮）が入っており、そこまでが正式名称です。そこには、「この取組の継続が地域のボランティアの協力が不可欠であり、名前や内容等に関してもボランティアの方と一緒に決めていきたい」という思いが込められています。

ティップネス宮前平店との連携の始動

「宮前平駅前くらぶ（仮）」で、株式会社ティップネス宮前平店の協力を得られたきっかけは、地域包括支援センター職員のちょっとした気づきでした。

専門職として高齢者やそのご家族と日常生活についての対話をする中で、「お風呂はティップネスで入ってきた」という言葉をよく聞いたとのこと。

気になって、ティップネス社のホームページをのぞくと、地域で集まれる場の拠点になりたいという思いを持っていることを把握。「健康教室みたいなことをやりたいので、チラシを置かせてくれませんか？」と思い切って声をかけたことが、株式会社ティップネス宮前平店との連携の端緒となりました。

ティップネス宮前平店の思い

ティップネス社全体として、コロナ禍が落ち着いてきた約２年前から、地域貢献の姿勢をより強く打ち出しはじめました。ティップネスの活動概念を「OPEN TIPNESS」といい、ホームページでは、多くの取組事例が紹介されています。

ティップネス宮前平店の会員は、会員の年代的なスライドもあり、60 歳以上の方が約 20%まで増えてきています。コロナ禍で健康づくりから離れてしまい、そのままになっている会員が相当数いるという状況です。この課題を地域社会に照らし合わせて考えると、健康づくりの習慣化を断念したままの方がたくさんいるのではないかという新たな課題認識につながります。

こうした背景もあり、宮前平地域包括支援センターから話を受けた時には、協力を快諾することができたとのことです。

「宮前平駅前くらぶ（仮）」の展開

令和6年 11 月を皮切りに、地元の会館を会場として、複数回にわたって開催された「宮前平駅前くらぶ（仮）」は、毎回 40 人ほどが集まりました。

一方で、ティップネス宮前平店を会場とする「宮前平駅前くらぶ（仮）」の開催の試みも行われました。民間事業所の施設を使うという試みでしたが、こちらも盛況で、なおかつ、男性の参加者や家族に連れられて訪れた参加者など、地元の会館で実施した時と比べて、多様な参加がみられまた。

多様な主体が連携することによる相乗効果

「宮前平駅前くらぶ（仮）」の取組のような複数の主体が関わり合う取組は、連携する組織を、お互いがよく知るという機会になりました。

例えば、ティップネス宮前平店は、薬剤師会のネットワークの強さ、そして、地域に根差した活動を知ることができたようです。また、「薬剤師は病気になった方への対応を、ティップネス宮前平店は病気になる前の元気な方を対応していているので、お互いが橋渡しできるようになれれば望ましい」と、地域の方々の健康を中心に据えた話もできたようです。接点を持っていなかった専門家同士の連携の兆しです。

さらに、市内の他の地域包括支援センターからも、ティップネス宮前平店への問い合わせが生まれ、公的な機関内での情報の波及効果も生じていることが伺えます。

今後の展望と課題

宮前平地域包括支援センターとしては、「宮前平駅前くらぶ（仮）」が、駅前くらぶ実行委員会のような形で運営されることが望ましいと考えています。ボランティアの確保は課題ですが、その地域にいる住民ボランティアだけということではなく、地域を応援したいって思う会社や組織、団体が少しずつ集まり、継続していけるようになってほしいと期待を抱いています。

地域包括支援センターの小さな気づきから始まった取組は、次年度の実施も模索しながらの状況にあります。今後どのように発展し、根付いていくのか注目されます。

事例８

自分の経験から生まれた想いを胸に、高齢者が自然と集まる

～ミック株式会社 カルチャーサロンリリー～

会社情報

所在地	兵庫県西宮市
営業開始時期	平成26年
業種	カルチャー教室
顧客の高齢者割合	約7割
取材対象者	代表取締役 佐々木 汐里 氏

高齢者の居場所をつくる挑戦

兵庫県西宮市に、地域の高齢者をはじめ、多世代が集う特別な場所があります。それが「カルチャーサロンリリー」です。ここは単なる娯楽施設ではなく、高齢者が自然と集まり、交流し、健康を維持できるよう工夫された「居場所」です。代表の佐々木さんは、自身の御祖父母の経験をきっかけに、「高齢者が外に出て、人と話し、楽しみながら健康を維持できるような場所があれば、もっと多くの人が生き生きと暮らせるのではないか」という思いを抱き、リリーを立ち上げました。

多様な活動が生み出す相乗効果

リリーでは、多様な活動が行われています。その柱の一つが「健康マージャン教室」です。健康マージャンは、単なる娯楽ではなく、認知症予防やリハビリの一環としての効果も期待されています。指先を使いながら計算し、対戦相手と会話を交わすことで、脳を活性化させ、社会性を維持することができるからです。

もう一つの柱が「ネイルサロン」です。予約がいっぱいで、多世代に利用されていますが、多くの高齢者にも人気です。指先を綺麗にすることで気分が上がり、外出のきっかけになるという声も多く聞かれます。

また、子ども向け英会話教室を開催することで、世代間の交流も生まれています。高齢者が子どもたちと触れ合う機会を持つことで、より活気に満ちた空間となっています。

高齢者の「プライド」を尊重する

佐々木さんがサロンを運営するにあたり、心がけていることがあります。それは、高齢者の「プライド」を尊重することです。例えば、高齢者向けのデイサービスや行政が提供する体操教室などは、一部敬遠する方がいます。その根底には、「自分はまだ高齢者じゃない」と思っている人も多く、＂高齢者＂を前面に掲げた場や機会には、なかなか足を向けづらいということがあるようです。

しかし、リリーでは、「高齢者が気軽に通える場所」という思いは抱きつつも、「健康マージャン教室」に留まらない多様な活動をクロスさせることで、多世代が交わり自然と顔見知りになれる、

憩いの場づくりの実現

カジュアルで温かな雰囲気を創出しています。その結果、「デイサービスじゃないから行きやすい」、「友達と遊びに行く感覚で通える」といった声が多く聞かれるとのこと。この工夫により、自然と高齢者同士のネットワークが生まれ、通い続けるという習慣化を実現しているようです。

高齢者やその家族等の安心を支える

リリーは会員登録制を採用しています。これは、かつて心筋梗塞や脳梗塞で救急車を呼んだ経験などを踏まえ、万が一の際にも迅速に対応できるようにしたためです。また、サービスの一つとして、通う人たちの体調の変化にも気を配り、見守りサービスも行っており、常連客が突然姿を見せなくなると、スタッフが本人や家族に連絡を取ることもあるといいます。

佐々木さんは「認知症は出てくる症状もいろいろで、何が正解かわからない」といいますが、リリーでは、認知症の疑いがある人への対応も配慮されています。症状が進行すると、周囲の人々から距離を置かれることもあります。そのため、認知症の疑いがある方が来店する際には、事前にスタッフを増やしたり、個別対応を強化したりするなどしているとのことです。

認知症が疑われる方への家族への報告と相談場所の案内、地域包括支援センターとの連携などを行っており、こうしたつなぐ機能を持っていることが、総じて、高齢者やその家族等にとっての安心感につながっていると考えられます。

経営の難しさと行政への要望

リリーは、デイサービスのような介護保険サービスとは異なるため、公的補助はなく、運営は非常に大変とのことです。「健康マージャン教室」は、高齢者が通いやすい価格設定をしているため、利益を生みにくく、「ネイルサロン」の売上に頼りがちであるのが現状のようです。

しかし、「行政が民間企業の事業へ直接補助金を出すということではなく、高齢者向けの習い事補助券のような制度があれば、多くの人が外に出るきっかけになる」と佐々木さんはいいます。リリーが行っているような健康維持につながる活動が、結果的に医療費や介護費用の削減につながることを考えれば、高齢者が外に出て健康寿命を延ばす方向に補助を出してほしいと考えています。

未来への展望

「ここに来ることで元気になる、そんな場所をこれからも守り続けたい」と、佐々木さんはそう語ります。そして、行政や地域との連携をこれまで以上に強めることで、より多くの人が利用しやすい環境を整えていくことが目標です。

今後、さらに多くの高齢者がこのような居場所を必要とする時代が訪れます。「行政の方などが地域で催事の企画をするのであれば、おじいちゃんやおばあちゃんが行く場所みたいな感じにされると、お客様は参加しづらいと思います。高齢者向けのような名前は変えた方がいいと思います。」というのが、佐々木さんからの改めての提案です。

事例９

お店でのつながりという一瞬に目配り・気配りをかかさず、

～株式会社タイラベストビート ワンダーランド日出町～

会社情報

所在地	福岡県大牟田市
営業開始時期	平成20年
業種	娯楽業
顧客の高齢者割合	４割
取材対象者	店長 藤岡 雅文 氏

高齢者の憩いの場として

福岡県大牟田市にある「ワンダーランド日出町店」は、地域の高齢者にとっての憩いの場になっています。店長の藤岡さんによると、来店客の約４割が高齢者であり、80歳を超える常連客もいるとのことです。「コロナ禍を経て客足は減りましたが、皆さまの居場所になれるようにという信念で営業を続けています」とのこと。「適度な刺激＝生きがいを感じられる場でもあり、コミュニケーションによってたくさんの笑顔が生まれています」と、店長の藤岡さんはご高齢のお客様をみて実感しているようです。

パチンコをせず、店内のソファーや漫画コーナーでくつろぐ方もおり、単なる遊技場ではなく「居場所」としての役割も果たしているようで、「遊技をされない方もいらっしゃいますが、それでもここに足を運んで下さることは有り難いです」と藤岡さんは語ります。

認知症や健康問題への対応

お店では、認知症の疑いのある方や体調を崩すお客様の対応も経験してきました。「過去には、服用している薬の効果が切れて動けなくなった方もいました。その時は身内の方と連絡がとれて事なきを得ましたが、公的機関に連絡しても事件や事故ではないため即座に対応してもらえるとは限りません。どの対応がベストなのかといつも考えています」と藤岡さんは話します。

地域づくりにも思いを馳せる店舗

高齢者体験会の実施

接客の質を向上させるため、市の社会福祉協議会と連携し「高齢者体験会」を実施したことがあり、視覚や聴覚を制限する装具を使い加齢による負担を疑似体験することで、従業員の理解を深める取組です。従業員同士の何気ない会話から実施に至ったこの取組、単なる思いつきで終わらせず、実際に体験会という形にした行動力には感心させられます。

外出のきっかけを提供

店内では男性・女性を問わず好評を頂いているネイル体験などのイベントも開催しているようです。「爪が美しく変化することに皆さんとても喜んでおられます。手元を見るたびに笑顔になっています」と藤岡さん。こうした取組は、単なる娯楽ではなく、高齢者が外に出るきっかけを生み出していると考えられます。

地域と企業が手を取り合う未来

藤岡さんは、パチンコ店が単なる遊技場ではなく、地域に貢献できる場になることを願っており、「パチンコ店はお金を使って頂く営業であるため、監督官庁との兼ね合いなど障壁となる部分は少なからずあります。お客様とお話しすると個々に色々な問題や寂しさを抱えていらっしゃるのだと感じます。そういったお客様が、端的に「居場所」「憩いの場」として当店を活用することができるように社会との協力体制が生まれていけば」と語っています。

「例えば、美容専門学校に通っているアルバイトの従業員が練習を兼ねてお客様のネイルをケアしたりヘアカットが出来ればお客様も喜んで下さるでしょうし、その従業員が実践経験を積むことに繋がる。まさに Win-Win の関係である」。「また、お店の駐車場でイベントが開催できれば高齢者が少しでも家を出るきっかけになったり、地域の人たちが集まって楽しめる場を作ることもできると思います」。

このようなアイデアを持ちながら、店長の藤岡さんは「地域の人たちをつなぐ『橋渡し役』になれたら」との思いを馳せています。

事例 10

客層の変化に寄り添い、高齢者が足を運びたくなる学び舎に

～あったかパソコン教室 田川校～

会社情報

所在地	福岡県田川市
営業開始時期	平成12年
業種	パソコン教室
顧客の高齢者割合	9割
取材対象者	代表 廣瀬 透 氏 田川校 教室長 金丸 由紀子 氏

時代の変化に応じた教室運営戦略の変遷

「あったかパソコン教室」は、平成 12 年に開業し、当初は子どもから高齢者まで幅広い層を対象にしていました。開業当時は Windows Me が登場した頃であり、パソコンスキルの習得が就職や資格取得のために不可欠とされていたため、多くの生徒が集まりました。

しかし、時代が進み、社会人にとってパソコンが当たり前のスキルとなるにつれ、資格取得の需要は減少し、教室の方向性も変化を求められることになりました。

約 12､13 年前､この変化を受けて教室名を「あったかパソコン教室」に変更し、シニア向けの教室として舵を切り始めました。

高齢者のための学びと交流の場

現在､受講者の約 9 割が 65 歳以上の高齢者で、その中心は 70 代です。特に女性の割合が多く、5 年以上、10 年以上通い続ける人も珍しくありません。

「授業のモットーは『同じことを 100 回聞かれても笑顔でお答えします !!』です。高齢者が安心して学べる環境を大切にしています」と田川校教室長の金丸さんは話します。

授業のスタイルは、1時間学び、10 分の休憩を挟み、さらに1時間学ぶという流れが一般的です。休憩時間や授業後には、生徒同士や講師とおしゃべりする光景が見られます。教室は、単なる学習の場ではなく、同じ世代が集い、楽しく交流できる場としての役割を担っています。

「通う楽しみ」がある教室

「パソコンを教えることが目的ではないんです」と代表の廣瀬さんは言います。「ここに来れば仲間がいる。みんなで旅行に行ったり、お弁当を食べたり、花見をしたりする。そんな居場所になればと思っています」。

こういった思いから、教室では特別講座やイベントも積極的に開催しています。しおり作りや T シャツプリントなど、パソコンの技術習得だけに留まらない活動も充実しています。生徒にとって、教室はただの学びの場ではなく、まるでサロンのような役割を果たしています。

コロナ禍ではオンライン講座も実施していましたが、現在は対面授業のみに戻しています。代表の廣瀬さんは「画面越しでは得られない、リアルな交流こそが生徒にとっての楽しみ」と語ります。

高齢者への配慮と課題

高齢者が多く集まることで、多少の不安もあります。転倒事故が懸念されるため、安全対策には細心の注意を払っています。実際に大きな事故はないものの、つまずいたり、椅子に座る際に尻もちをつくケースが見られます。

また、本来であれば自宅に帰ってもノートパソコンを開いて習ったことを実践してもらいたいところですが、持ち運ぶのが負担になってしまう高齢者の生徒には、教室で預かるといった配慮も行っています。

加えて、教室の生徒の多くは自家用車で通っています。周辺地域は公共交通機関の便が悪く、日常生活も車がないと不便な環境です。しかし、高齢ドライバーの事故リスクもあり、家族が心配する声も聞かれます。「パソコン教室だけの問題ではありませんが、移動手段の選択肢を増やすなど、地域全体での取組が必要です」と代表の廣瀬さんは言います。

これからの展望

田川校の生徒数はかつて 40 人台でしたが、現在は 30 人台に減少しています。しかし、生徒の定着率は高く、「教室の存在をもっと知ってもらうことが重要です」と田川校教室長の金丸さんは話します。

身体が動かなくなって通いづらくなったとか、介護をしていて通えなくなったという話も聞くことを受け、「パソコン教室の特別講座やイベントへ福祉職の方に来てもらい、『介護の初期相談』とか、『エンディングノートの作り方』のようなことを話してもらえると生徒も喜ぶと思います」と、代表の廣瀬さんは、自施設を活用した地域での連携の形を提案します。

共創のまちづくりに向けた《お店という居場所》活用の手引き
発行日：令和7（2025）年3月　　発行：株式会社サーベイリサーチセンター
〒112-0004 東京都文京区後楽 1-1-3
電話番号：03-6826-4666　　URL：https://www.surece.co.jp

本事業の
成果報告書はこちら