

高齢者支援ネットワークの構築をめざす方々へ

企業も参加した

新たな支え合いの基盤づくりのために



地域高齢者支援ネットワークの構築に向けて

少子高齢化が急速に進む我が国では、高齢者が住み慣れた地域で安心して住み続けられるための環境整備が各地で進められています。一方で、核家族化や人々のつながりの希薄化により、十分な支援を受けられなかったり、社会的に孤立したりする人も見られます。今後、急速に高齢化が進む都市部においては、そのようなことが日常化することが懸念されています。そのため、高齢者を支える地域の多様な支え合いが必要とされています。

高齢者支援ネットワークが求められる社会的背景

- 一人暮らし高齢者の増加
- 高齢者虐待や孤独死の問題の顕在化
- 高齢者などの犯罪・消費者被害の増加
- 認知症高齢者の徘徊 など

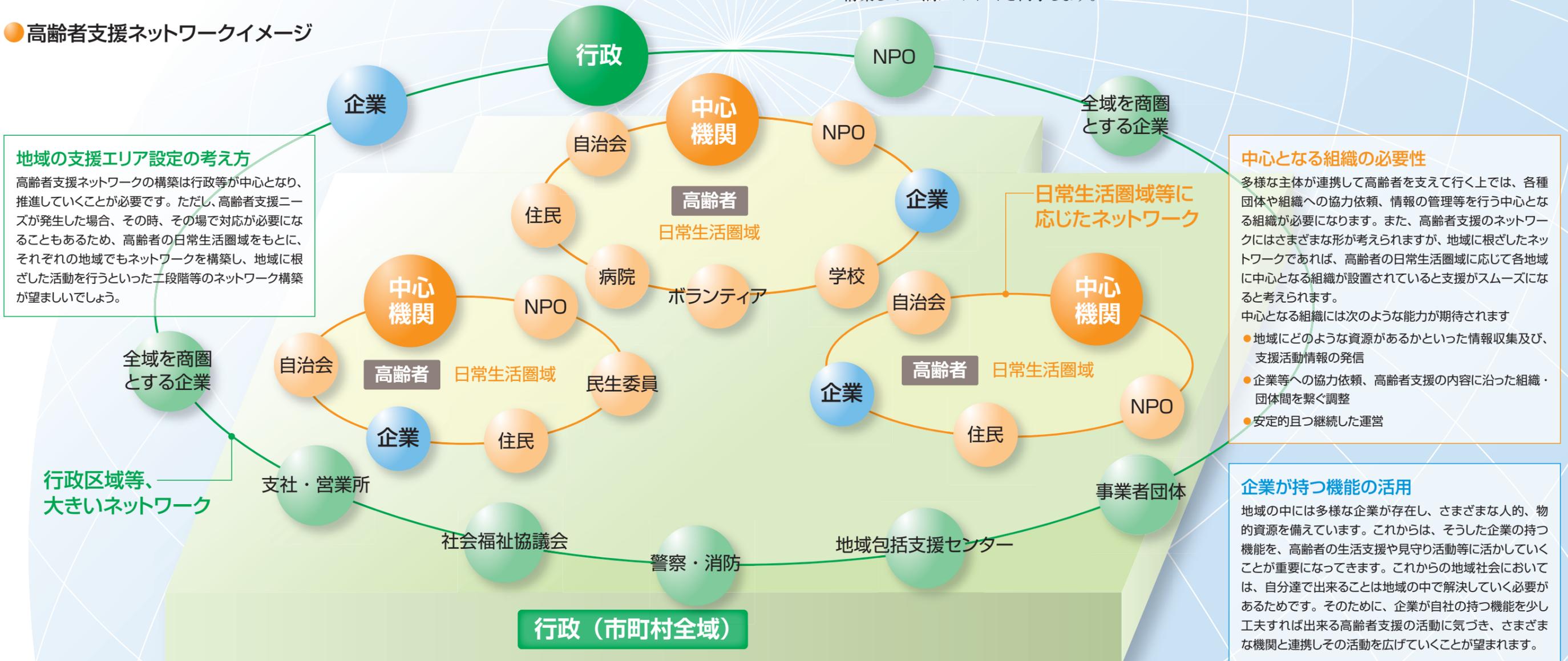
従来、高齢者の生活支援や見守り等は、家族や町内会、行政等による支援活動が担っていました。しかし、今後予想される地域コミュニティの変化や、高齢者の増加に伴う多様なニーズに適切に対応していくためには、地域のさまざまな社会資源が協力、連携し、支援が必要となった場合に切れ目のないサービスを提供できる環境が求められます。

それには、行政・NPO・住民等の活動に加え、企業が持つさまざまな機能や人的、物的資源の活用が大きな役割を担うと考えられます。企業の持つ機能を活かし、地域全体でその地域の実情に合ったさまざまな「高齢者支援ネットワーク」を築いていくことが必要になります。

また、さまざまな人々がネットワークを組み、自分たちの地域に合わせた活動を行えるように、情報収集・発信、各者の連絡調整等を行う「中心となる組織」を配置することが求められます。

このパンフレットでは、高齢者支援ネットワークの中心となる組織が企業も参加したネットワークを構築していく際のポイントを例示します。

● 高齢者支援ネットワークイメージ



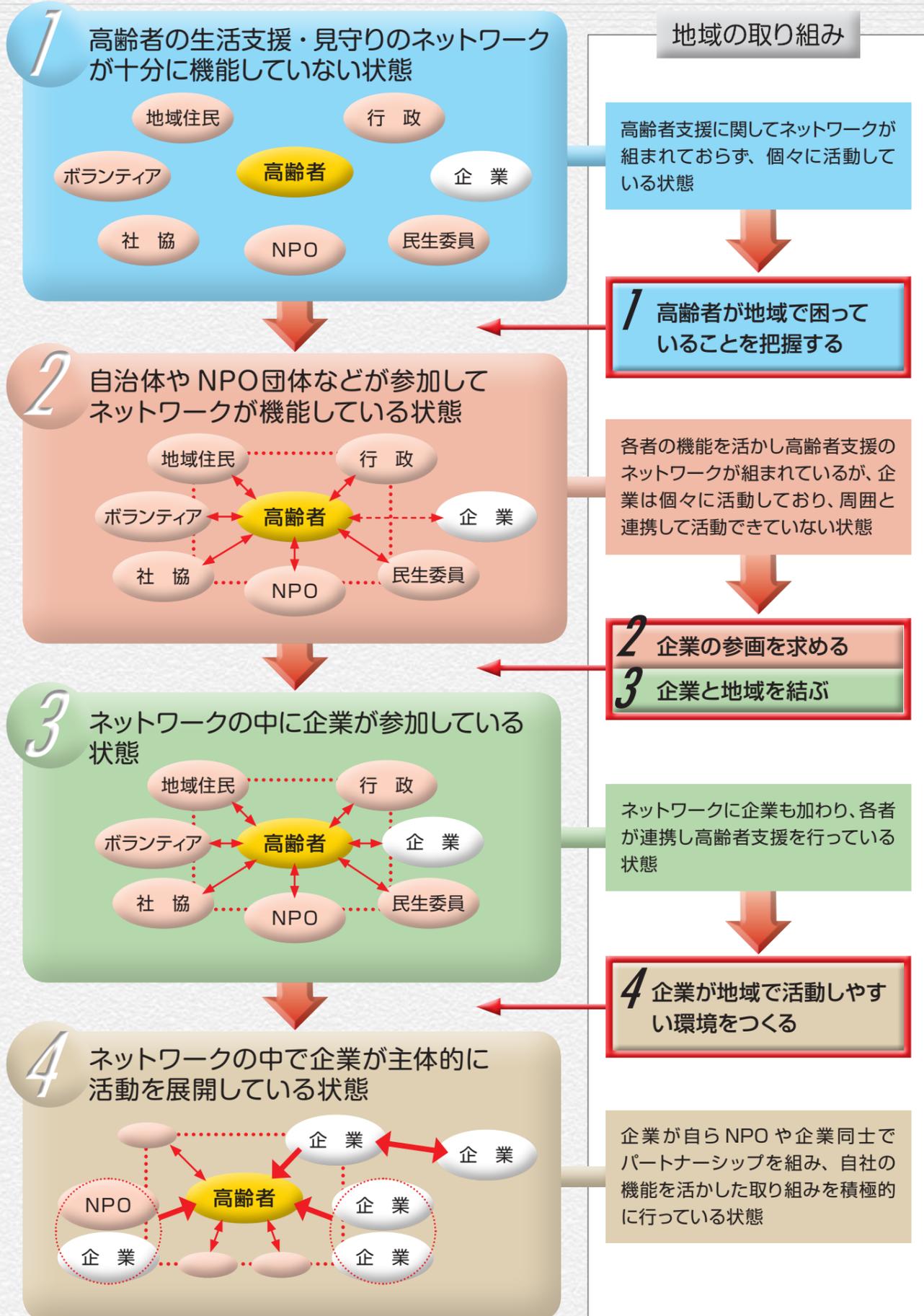
地域の支援エリア設定の考え方
 高齢者支援ネットワークの構築は行政等が中心となり、推進していく必要があります。ただし、高齢者支援ニーズが発生した場合、その時、その場で対応が必要になることもあるため、高齢者の日常生活圏域をもとに、それぞれの地域でもネットワークを構築し、地域に根ざした活動を行うといった二段階等のネットワーク構築が望ましいでしょう。

中心となる組織の必要性
 多様な主体が連携して高齢者を支えて行く上では、各種団体や組織への協力依頼、情報の管理等を行う中心となる組織が必要になります。また、高齢者支援のネットワークにはさまざまな形が考えられますが、地域に根ざしたネットワークであれば、高齢者の日常生活圏域に応じて各地域に中心となる組織が設置されていると支援がスムーズになると考えられます。
 中心となる組織には次のような能力が期待されます

- 地域にどのような資源があるかといった情報収集及び、支援活動情報の発信
- 企業等への協力依頼、高齢者支援の内容に沿った組織・団体間を繋ぐ調整
- 安定的且つ継続した運営

企業が持つ機能の活用
 地域の中には多様な企業が存在し、さまざまな人的、物的資源を備えています。これからは、そうした企業の持つ機能を、高齢者の生活支援や見守り活動等に活かしていくことが重要になってきます。これからの地域社会においては、自分達で出来ることは地域の中で解決していく必要があるためです。そのために、企業が自社の持つ機能を少し工夫すれば出来る高齢者支援の活動に気づき、さまざまな機関と連携しその活動を広げていくことが望まれます。

高齢者支援ネットワーク構築のステップ (イメージ)



1 高齢者が地域で困っていることを把握する

高齢者支援ネットワークの構築にあたり、まずは地域で暮らす高齢者の生活支援ニーズを把握することが必要になります。

- 既存の地域資源をアンテナとして活かす
高齢者本人、近隣住民からのニーズの発信はもとより、地域の自治会、ボランティア団体、介護事業者、医療機関などといったすでに地域にある組織・機関と連携し、支援が必要な高齢者の情報や地域の中で気づいたことを積極的に発信していくことが望まれます。
- 中立的な組織で情報を集約する
地域からの情報には多様な支援ニーズがあり、その中には個人情報も含まれるため、中立的、公正な組織・機関（例：行政、社会福祉協議会、地域包括支援センターなど）が情報の集約・管理といった役割を担うことが望まれます。

企業には何が求められるか

地域社会の一員として、営業活動を通じて地域で高齢者が困っていることを知ったときなどには、その情報をネットワークの中心的な組織に伝達することなどが求められます。

2 企業の参画を求める

「企業が持つ人的・物的資源は、少しの工夫で高齢者支援の活動に繋がる」ということを企業に気づいてもらえるように働きかけ、ネットワークへの参加を求めていくことが望まれます。

- 企業が持つ資源を知る
中心となる組織の担当者が商工会や事業者団体などの会合へ出席するなど、企業と情報交換のための会合を持ち、多くの接点をつくることで、地域の企業の機能や資源を把握します。
- 高齢者の生活支援ニーズを企業に伝える
企業に対して、高齢者が生活上で困っていることを、インターネット等を活用し積極的に発信します。地域の情報を共有することで企業が持つ機能を活かして出来ることへの気づきを促します。
- 企業への働きかけを工夫する
高齢者支援に関する活動情報の発信や、協力依頼を行う際には、まず、企業の本社、商工会、組合、団体といった上部組織から行います。その後、地域の各企業等に協力依頼を行うといった働きかけ方が有効です。
- より多くの企業に働きかける
業種によっては個々の企業のほうが行政等を上回る地域情報を有しており、様々な支援ニーズを把握している場合もあります。そのため企業規模や業種、業態を問わず、できるだけ多くの企業に参加を働きかけることが望まれます。

企業には何が求められるか

自社が持つ人的・物的資源を地域の高齢者支援に有効に活用できる方策を、日常的に検討していくことが望まれます。そのためには地域にどのようなニーズがあるのか、情報を共有しておくことが重要です。

3 企業と地域を結ぶ

「高齢者の生活支援ニーズ」と「企業等が持つ資源を活用してできること」を結びつけ、地域に応じたさまざまなネットワークを構築していきます。

●企業の特性に合わせて協力を依頼する

企業には本業の特性を活かし、少しの工夫で出来る内容から協力を依頼します。それが本業にも活かせるような活動であればなお望ましく、その企業にどのような役割を担ってほしいのかを伝えることも重要です。

●企業と他団体・組織を繋ぐ

多様なニーズに対応していくためには、地域活動をコーディネートした実績のあるNPOなどが持つ経験や情報を活用し、ネットワークに参加する各者を繋ぐことで、それぞれが持つ機能を活かした新たな支援の可能性が生まれます。また、中心となる組織では地域のコーディネーターとなる人材を養成し、継続的な活動の仕組み作りも重要になります。

企業には何が求められるか

地域の支援窓口となる担当部署、担当者を明確にするとともに、中心となる組織と自社で出来ることなどの情報交換を行うことが望めます。また、地域で行われるさまざまな集まりや会議などに積極的に参加し、地域との交流を深めていくことが望めます。

4 企業が地域で活動しやすい環境をつくる

ネットワークの中で企業が主体的に活動を展開していくためには、企業が活動しやすい環境整備を行うことが求められます。

●企業が参加しやすい仕組みを作る

企業によっては継続的な活動が困難な場合も考えられます。そのため、さまざまな企業が参加できるよう、時限的な(イベント等)活動も行うことが重要です。

●リスク管理のための情報提供

各種活動をする際に、活動中の事故のリスクヘッジは重要になります。必要に応じて、ボランティア保険等の情報提供やリスク管理の役割分担を明確にしておくことも重要です。

●活動の社会的評価を高める

日々の活動が地域社会に広く周知されることで企業の社会的評価、活動への意識向上にも繋がると考えられるため、地域社会に積極的にアピールします。

●意識改革を行う

高齢者支援ネットワークでは必要とする人へサービスが届けられることが重要になります。そのためには、必ずしも非営利活動として捉えるのではなく、営利企業の活動も含めてネットワークを構築することが求められます。

企業には何が求められるか

地域の課題を把握し、自社の持つ機能で対応できる内容を積極的に提案し、ネットワークの各機関と連携し主体的に活動していくことが期待されます。

また、地域での活動で課題等が生じた場合は、いち早くネットワークの中心となる組織に伝え、地域全体で問題を共有化し、解決の方向性を検討していく体制を構築していくことが期待されます。

企業が機能を発揮した支援

各者が連携し、企業が機能を発揮した「高齢者の生活支援」には、次のようなものがあります。

高齢者宅への訪問による支援

●高齢者の日常生活の見守り

高齢者の自宅を定期的に訪問する多様な企業が、日常業務の中で高齢者の日々の生活を見守る機能を担うことができます。

例 ライフライン関係企業(電気、ガス、水道検針など)や配達企業(郵便、新聞、牛乳、乳飲料など)が、個別家庭とつながっている機能を発揮し、高齢者宅の日常生活上での異常を察知して地域包括支援センターに連絡するなど、センサー的な機能を担います。

日頃から少し意識することで行える支援

●地域の見守り

直接的には高齢者と接点を持たない企業であっても、そこで働く従業員は日々の通勤などで地域を定期的に移動しているため、地域内での異変に気づくといった機能を担うことができます。

例1 通勤時に高齢者の徘徊に気づいたときなどに、地域包括支援センターもしくは行政、警察といった部署に連絡します。

例2 積雪地域においては、高齢者宅で除雪が困難と気づいたときなどに自治体に連絡します。

企業の店舗などで行う支援

●高齢者への理解

高齢者を顧客の一部に含む小売業・サービス業などにおいて、高齢者のニーズや特徴を理解して店舗設備や接客を工夫することにより、高齢者の支援と共に顧客サービスの向上を図ることができます。

例1 スーパーマーケットや飲食店などで、顧客としての高齢者の増加を踏まえ、NPOなどと連携し高齢者理解のための研修等を行うことで、高齢者等への接客能力の向上、顧客満足度の向上につなげます。

例2 地域包括支援センターとの連携を図り、高齢者に関するトラブル発生時の相談や対応についてアドバイスをもらい、業務の円滑化につなぎます。

●災害時の高齢者支援

コンビニエンスストアやスーパーマーケットなどにおいて、店舗・駐車場といったスペースを利用して、災害などの緊急時に行政と連携し高齢者等を支援します。緊急時の避難場所や生活物資を提供するほか、平常時には生活物資の備蓄機能を担うことができます。

その他の支援

●高齢者向け商品・サービスの開発

高齢者支援の活動を通じて地域とつながることにより、企業が地域のニーズを把握し、新たな商品・サービスの開発を行います。

例 高齢者の外出ニーズを受けて、介護事業者、ボランティア団体、自動車メーカー、旅行会社が連携し、車いすでも安心して家族等と旅行に行けるようにリフト付き高速バスの開発や、介助付き旅行プランの積極的な提案を行います。

●高齢者支援に関する行政サービス情報の提供

地域住民に、高齢者支援に関する行政サービスの情報が周知されていないことがあります。地域によっては、高齢者の自宅のそばに行政機関がないなど、行政の窓口へのアクセスが悪い場合もあります。このような場合に、行政サービス情報の提供に企業が協力します。

例1 「高齢者支援に関する行政サービス」についてのパンフレットなどを置くコーナーを、店舗に設けます。

例2 食べ物の出前などデリバリーを業とする商店が、商品配達の際に、地域の住民宅に高齢者支援に関する行政サービスのパンフレットを配布します。

このパンフレットは、「高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築における民間企業等の機能に関する調査研究事業報告書」を基に作成しています。

同調査研究事業は、厚生労働省の老人保健事業推進費等補助金（老人保健健康増進等事業分）事業の一環として行われたものです。