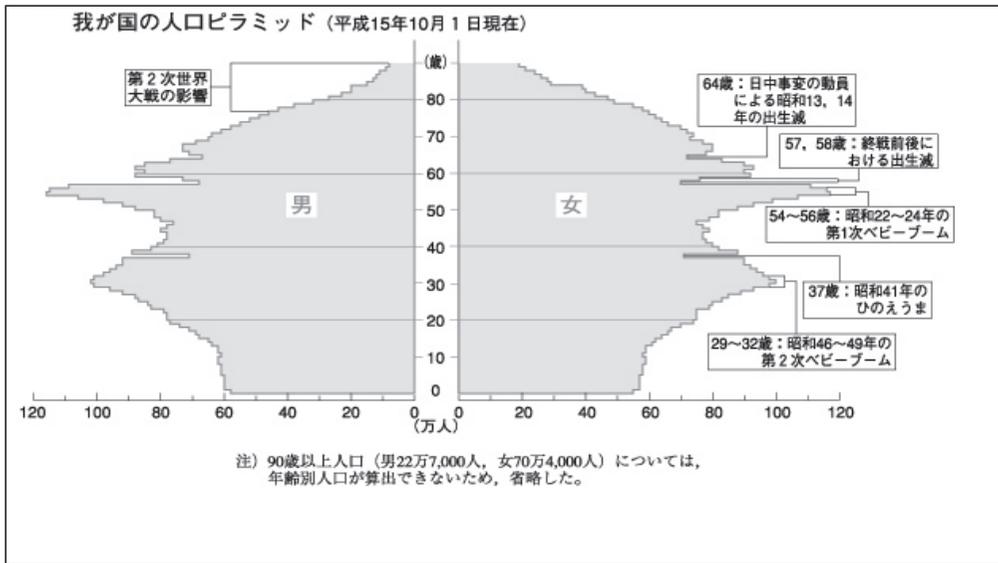


# アクティブ・シニアの地域参加の現状とマーケティング上の課題(1) ——定年移行期の首都近郊サラリーマンの深層面接を中心として——

新 田 都志子

## 1. はじめに

60～69歳人口は、「団塊世代」がこの年代に入る2010年には全人口の14.1%、60歳以上全体では30.3%となり、急速にシニア世代が増えることになる(内閣府, 2005)(図1. 図2)。高齢社会は、社会保障制度に直接影響し、個人生活や企業に大きな影響を与え、また地域の社会変動につながる。この高齢社会にどう対処するかが日本社会最大の課題の一つとなっており、近年様々な方面から研究や提言なされている。

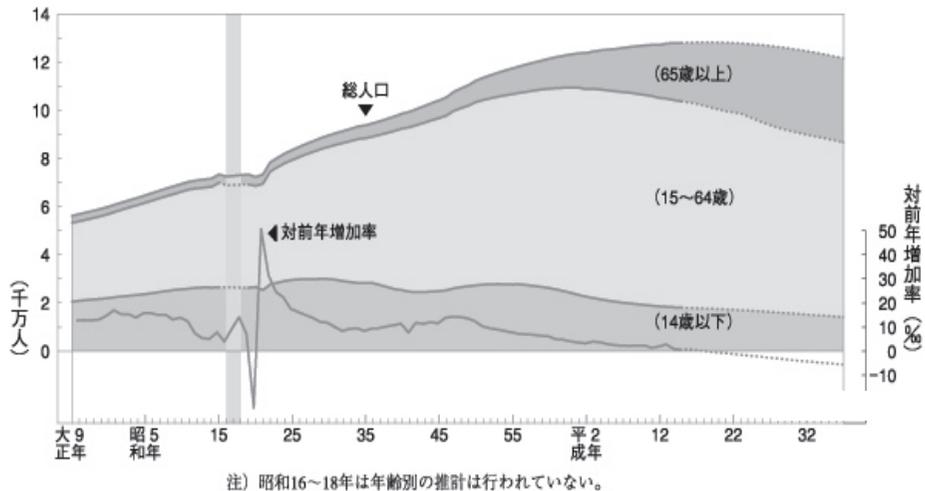


出所: 2005年 総務省・統計局 統計研修所 HP

図1 2003年年齢別人口(2003年10月1日)

一方、2003年度の家計調査によると、一人当たりの支出額は、29歳以下を除けば一番高く、高齢の無職世帯の消費性向は124.6%に達しており、「元気なシニア層が貯蓄型から消費型に変わってきたことが個人消費を下支えしている」(ゴールドマン・サックス証券村上尚巳氏<sup>(1)</sup>)。

その結果、これまでは、シニア世代はマーケティングでは優先順位が高くなかったが、潤沢な資産に加え、定年や子育てからの開放で時間的余裕も手の中にし、新たな楽しみの発見に強い関心を抱くシニアは無視できない存在になりつつあり、小売業やサービス業にとって、シニア



出所：2005年 総務省・統計局 統計研修所 HP

図2 人口推移

市場攻略の巧拙が、企業の衰亡を決めるといっても過言ではないとまで言われるようになってきた。<sup>(3)</sup>

しかし、「欲しい商品が見つかるまで買わない」(67.3%)、外食ならば、「テレビのグルメ番組をよく見る」(67.8%)が「なじみのない外食店にはあまり行かない」(57.9%)、「シニアの健康を考えて塩分や素材に配慮したが、おいしさが伝わらないと納得して買ってくれない」(ハウス食品シニアチーム<sup>(4)</sup>)など、売り手から見ると非常に難しい世代でもある。さらに、携帯電話やパソコンを半数以上が所有し、インターネットで積極的に情報を探索し、デジタル化にも順応するなど、従来のシニアのイメージを大きく覆す結果が様々な調査から伺える。

とりわけ、あからさまな「シニア向け」商品はどれも見事に拒絶され失敗に終わってきた。シニア向け商品のイメージは「地味でおしゃれでなく、人にみせられないもの」であり、抵抗感を持っている(『日経産業消費研究所』の添付資料参照)。反対に若い人向けに作った商品やサービスがシニアの間で大ヒットしたものもある。例えば、銀座の「入母屋(いりもや)」は大人が銀座でゆったり歓談できる店として週末客の5割はシニア層が占めるし、一人暮らしの大学生用に作られた無印良品の家電シリーズ(例えば電子レンジ)は単機能で使いやすいことからその売上の大部分はシニアによる購買である。

これまでの従来の高齢者というと、主として障害があったり、虚弱だったりする高齢者を対象に、介護やサポートをする医学、看護学、福祉学の側面からのアプローチが中心であった。さらに、エイジング=老化であり、否定的な意味合いが中心で、加齢が成熟、成長を含む肯定的な変化とは受け止められてこなかった。<sup>(5)</sup>

また、消費行動についても、その恩恵を受けると考えられる旅行、保険、化粧品、広告業界などの民間企業が、シニア世代の行動パターンの分析を中心に行っているものの、新しいシニ

ア像という世代論が議論の中心であった。しかし、今後シニアの消費行動を予測する上では、ある年齢に達するとどの世代にも現れる加齢による変化と団塊の世代を中心とした新しいシニア層の世代効果の両面からのアプローチが必要であると思われる。

従来、老年期とは人生最終期であり、生物学的老化と死に向かう、消極的な時期と見なされ、老人への否定的なイメージとなっていた。しかし、医療や科学技術の進歩により長寿、高齢化社会となった現在、健康的活動的な老人が増え、60歳以上の81.8%が健康状態であり（厚生労働省、2000）、老年期の老衰を代表とする否定的なイメージは変化している。特に老年前期の世代（ニューガーデン（1975）によれば75歳まで）は、仕事や子育てから解放され、比較的自由的なライフスタイルをもつことが可能となり、社会活動参加や趣味で余暇を過ごす世代となった。

これまで老年期の研究は老化の消極的側面に関心が向けられ、積極的な面での研究は必ずしも十分ではなかった。しかし老年前期の大多数は健康な老人であり、この元気な高齢者の研究も、高齢社会において重要となってきている。

元気な高齢者、すなわち老年前期は、仕事や子育て中心の中年期からの変化を伴うライフステージであり、特にサラリーマン<sup>(6)</sup>にとっての定年退職後の老年期の適応は難しいとされる（資料①参照）。この仕事からの引退の過程は、引退する前の生活とは異なる新たな（引退後の）生活を作り出す過程でもあるため、仕事から引退しつつ新たな生活を創造するという両面の過程と捉えることができる。引退そのものではなく、時間の幅を持った引退過程に着目することが重要であり（佐藤、2004）、公的研究機関（高年齢者雇用開発協会、1988）は、高齢労働者がどのような状態を経て完全な引退に至るかは、個人により多様であり、その意味で定年は「点」としてではなく、「面」もしくは「定年域＝ゾーン」として捉えるべきなのであると提言している。

本研究では、今後シニア層が巨大化すると予測される郊外住宅地に着目し、団塊の世代を含むシニア層と、それを受け入れる地域社会のニーズとのマッチングやギャップについて研究し、少子高齢化社会におけるマーケティング上の今後の課題や方向性を明らかにする。

そのため、第2章ではサラリーマンの地域参加問題について考察し、次に地域を取巻く高齢化問題を踏まえたうえで、実際に定年移行期のサラリーマンが地域参加と定年後の生きがいについてどのように捉えているか、新たな生活をする上でのニーズやウォンツを1対1のインタビュー、およびグループ・インタビューによって明らかにする。最後に調査結果を踏まえて地域のマーケティング上の課題を明らかにする。

## 2. 増大するシニア層と地域参加への適応

### 2.1 定年移行期のサラリーマンの課題

定年前のサラリーマンにおける定年退職後の不安は、「健康」「経済的支え」「生きがい」であり、(Kimmel,D.C.,1974) 老年期の主観的幸福感7を規定する要因のうち、最も重要なものも、

「健康状態」「社会経済的地位」「社会的活動」である(中谷, 1997)。藤田(2000)によると、このうち「健康」と「社会経済的地位」は「生きがい」や「社会的活動」の土台となるものであり、生きていくために欠くことのできないものである。しかし、「生きがい」や「社会的活動」がなければ、老年期は不毛な人生となる傾向があり、「健康」と「社会経済的地位」は自らの意思で理想に近づけることには限界があるが、「生きがい」は自らの意思で実現可能なものでもある。

サラリーマンにとって仕事・会社は生活の中心であり、そのあり様は他の生活面と生きがいに対しても大きな影響を及ぼしてきた(シニアプラン開発機構, 2002)。定年退職は、アイデンティティとしての会社での所属や肩書き、および収入の喪失につながる。また、定年退職は、生活の時間や場が変化し、本人のみならず配偶者にとっても生活全般に大きな影響を及ぼすライフイベントであると言えよう。

「人生80年時代」の現在では、生物学的には労働能力が無くならないにもかかわらず、「定年」は60歳前後に定められている日本社会の役割配分過程は、現実の生物学的能力の衰退とは必ずしもリンクしていない。

その元気な人達が、定年を迎えたと同時に、会社・仕事中心の生活から、居住地域社会に回帰し、家庭・地域中心の生活に変わっていくことになる。

直井(1993)による定年前後の横断的研究によると、就労と人生満足度とは相関がないのに対して、趣味活動・社会活動が人生満足度とは正の相関がある。また、定年後の主観的幸福感には地域参加<sup>8</sup>が大きく影響する(Larson, 1978)ことが先行研究により明らかである。

この時期は子どもたちが親元を去っていく時期にもあたり、会社、仕事、子どもといったこれまでの「生きがい」の対象を喪失していく時期である。そうした中、長い老後を幸福に生きていくためには、必然的に近隣・地域社会に向かわざるを得ない。ゆえに、地域での社会参加活動、すなわち「地域参加」による老年期での生きがいの場の創出が重要なものとなる。

## 2.2 研究対象者層の現状と問題点(先行研究による対象者の平均像)

### 2.2.1 前期高齢者の現状と問題点

先行研究から高齢者のライフスタイル傾向での特徴的な点は、定年退職での大きな変化である。その中でも生活時間の変化が大きく、図3、図4、図5で見られるように、テレビの視聴時間の調査(NHK, 2002)<sup>(9)(10)</sup>によると、50歳台までは2時間台であったものが、定年を境に、60歳代で4時間台に倍増し、70歳代では5時間以上もテレビ視聴時間に費やしている。これは定年後、家への引きこもりの傾向があることをあらわしているといえる。一方、同調査によると、男性は家事の時間1時間前後とは定年後も女性と比較してかなり少なく、家庭での無為の状況も示されている。

次に、高齢者の地域における生活で重要な要因となりうると思われる「近所づきあい」についても日本は外国と比べて近所づきあいの頻度が少ない（内閣府，2002<sup>(11)</sup>）。特に60歳代男性は近所づきあいが「ほとんど無い」人が最も多く（内閣府，2002）、また近所との付き合い方においても「外で挨拶をする程度」が増加しており（第一生命経済研究所，2003<sup>(12)</sup>）、高齢者に不可欠なソーシャルネットワークの柱の一つである「近隣との交流」の希薄さが明確となっている。

高齢者の地域団体への参加の状況は、自治会・町内会等の義務的・強制的意味合いの強い地域参加が多く、また参加していない人も男女とも約半数あり（内閣府，2001<sup>(13)</sup>）、高齢者の団体活動は活発とは言えない。

しかし、まちづくりへの参加の意欲は60歳代では特に高く（内閣府，2003<sup>(14)</sup>）、定年後、自由時間を獲得し、体はまだ元気なこの時期には参加意欲が高いと思われる。団体参加のきっかけ

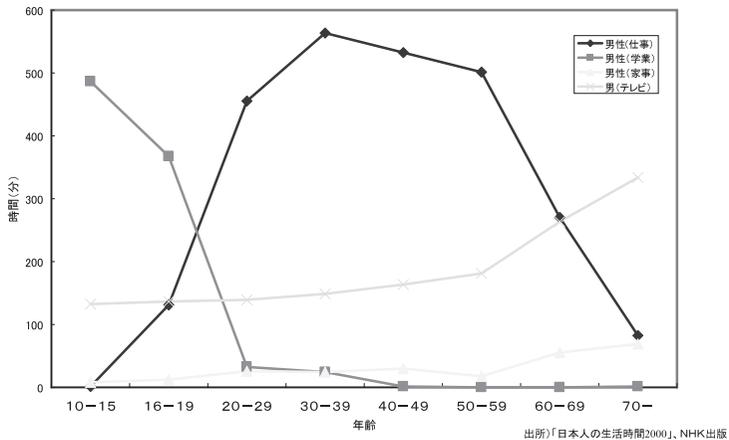


図3 平日の生活時間（男性）

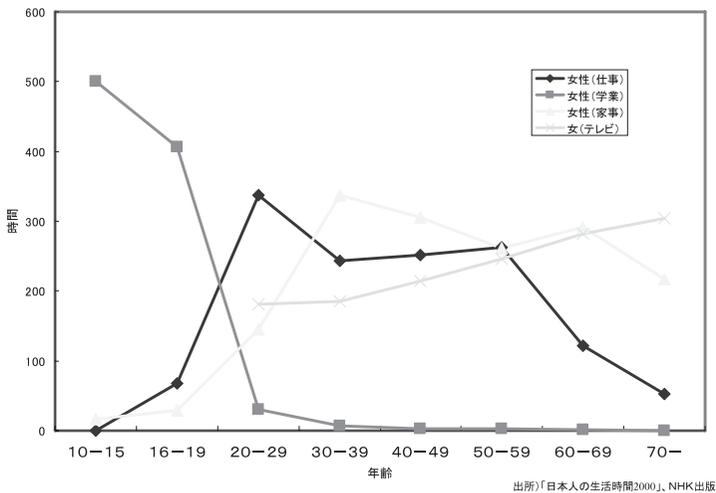


図4 平日の生活時間（女性）

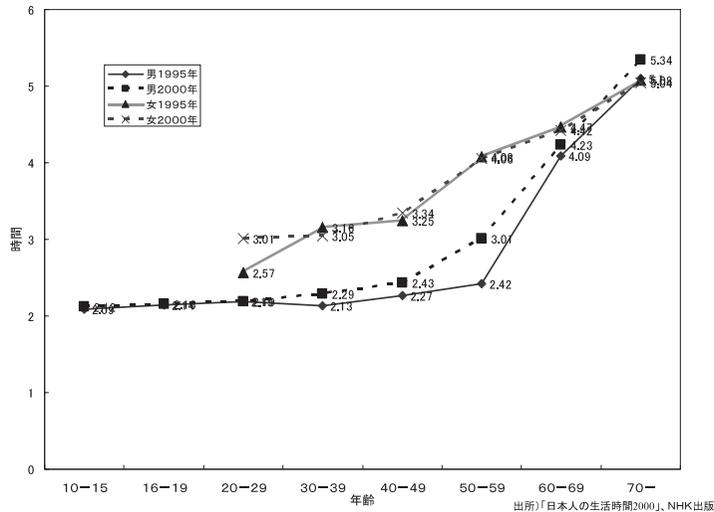


図5 テレビ視聴時間の変化

は、「友人・仲間のすすめ」が1位で、友人・次いで参加動機となっているのは、個人の内発的行動である。個人の意思で問題意識をもって参加しており、「個々の思い」も重要な参加動機となっている。

団体へ不参加理由は、健康と家庭の事情という外的要因とともに、自分に合った団体がないことや、やりたい団体がないこと、友人・仲間がいないこと、内容を知らないこと等、団体活動のきっかけと共通するものであり個人へのソーシャルネットワークと、情報の大切さが伺われた(内閣府, 2003)。

老人クラブへの参加率が低下する中、ボランティア団体活動は全体的に伸びており(内閣府, 2004)<sup>(15)</sup>、団体側からの工夫が必要になってきていると思われる。

「生きがい」については、ライフステージは上がるに従って、仕事中心、子育て中心から、趣味や生涯学習、ボランティア中心に変わっていく傾向が示され(シニアプラン開発機構, 2002)<sup>(16)</sup>、生きがいの意味についても「他人や社会の役に立っていると感じる」、「生活のリズムやメリハリ」、「心のやすらぎや気晴らし」、「人生観や価値観の形成」、「自分自身の向上」が高齢期男性では高まり、高齢期女性では「生活のリズムやメリハリ」、「心のやすらぎや気晴らし」が高くなっている。

生きがいの取得の場については、「家庭、仕事、会社」がライフステージが上がると低下し、「地域、近隣、世間、社会」が高まってきており(シニアプラン開発機構, 2002)、高齢期での地域社会との関係が重要になってきている。

これに伴って生きがいの対象も、ライフステージが上がると、仕事や家庭が下がり、趣味、健康づくりなどが挙がってくる。性別に見ると、高齢期に入ると男性は社会活動が高まり、女性は内面の充実や友人との交流などが高まっていき、高齢者の健康、趣味、家族以外の人々と

の交流が高まっていく（シニアプラン開発機構，2002）。

定年退職については、定年前の定年に対するイメージや不安に比べ、定年退職経験者は定年後の生活を肯定的に捉えている。しかし、定年後の準備は各世代、定年前と後の各ライフステージを通して、準備はほとんどなされておらず、この点は問題であろう（シニアプラン開発機構，2002）。

最後に、高齢期の夫婦関係については、子供の独立、定年による夫の家庭への回帰などによって、夫婦が2人だけになる時期であり、夫婦関係は他のライフステージと比較しても非常に重要な時期でもある。しかし、夫と妻の意識の差異は大きく、夫の定年後に妻の不満が顕在化することがある（博報堂，2004）<sup>(17)</sup>。これは前述したように、家事をしない夫が家に居続ける事による不満が大きな要因のひとつと思われ、男性の地域参加の重要性がここでも示されている。

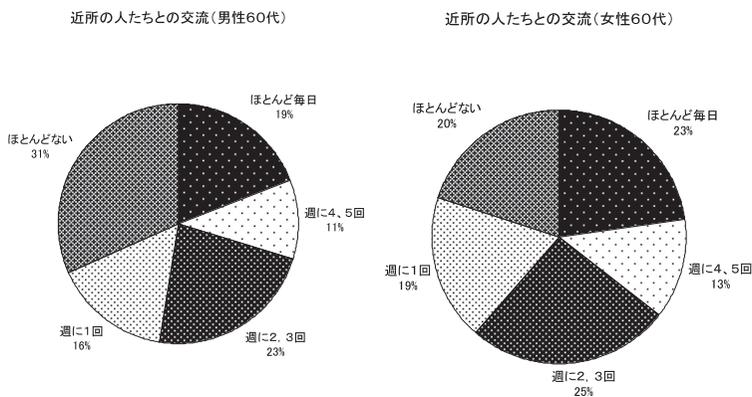


図6 近所の人たちとの交流

表1 近所の人たちとの交流 (男女別、年齢層別)

(2000年度調査・対象60歳以上の高齢者・%)

|    |        | ほとんど毎日 | 週に4、5回 | 週に2、3回 | 週に1回 | ほとんどない |
|----|--------|--------|--------|--------|------|--------|
| 全体 |        | 21.0   | 11.7   | 24.4   | 17.4 | 25.5   |
| 男性 | 男性/計   | 19.1   | 10.6   | 22.7   | 16.0 | 31.5   |
|    | 60～64歳 | 17.8   | 9.9    | 18.4   | 22.4 | 31.6   |
|    | 65～69歳 | 21.7   | 9.7    | 20.6   | 13.1 | 34.9   |
|    | 70～74歳 | 15.5   | 13.6   | 25.5   | 17.3 | 28.2   |
|    | 75～79歳 | 20.8   | 9.1    | 31.2   | 11.7 | 27.3   |
|    | 80歳以上  | 19.5   | 12.2   | 24.4   | 9.8  | 34.1   |
| 女性 | 女性/計   | 22.7   | 12.8   | 25.9   | 18.7 | 19.9   |
|    | 60～64歳 | 22.3   | 14.2   | 25.0   | 19.6 | 18.9   |
|    | 65～69歳 | 19.5   | 11.6   | 27.4   | 22.6 | 18.9   |
|    | 70～74歳 | 30.7   | 8.8    | 23.7   | 17.5 | 19.3   |
|    | 75～79歳 | 29.7   | 16.8   | 26.7   | 9.9  | 16.8   |
|    | 80歳以上  | 9.2    | 13.2   | 26.3   | 22.4 | 28.9   |
| 合計 | 60～69歳 | 20.0   | 12.0   | 21.7   | 21.0 | 25.3   |
|    | 65～69歳 | 20.6   | 10.6   | 23.9   | 17.7 | 27.1   |
|    | 70～74歳 | 23.2   | 11.2   | 24.6   | 17.4 | 23.7   |
|    | 75～79歳 | 25.8   | 13.5   | 28.7   | 10.7 | 21.3   |
|    | 80歳以上  | 12.8   | 12.8   | 25.6   | 17.9 | 30.8   |

### 3. 首都近郊の地域を取り巻く状況

#### 3.1 首都郊外地域の高齢化問題の検証

2007年以降、団塊世代が定年を迎え、シニア層に加わることは、団塊世代の割合の多い首都近郊の高齢化問題につながることになる(藻谷<sup>(18)</sup>, 2004)。しかも、首都近郊地域に住む団塊世代は都内通勤のサラリーマンが多く、長い通勤時間等の要因で地域社会にとけこんでいない人々が多いと推測され、地域参加についても大きな問題をはらんでいると推測される。以下でそれを検証していく。

### 3.1.1 首都近郊の団塊世代と高齢化問題

これまで、高齢化問題は地方の問題として認識されてきた（藻谷，2004）。確かに2000年時点での首都近郊の60歳以上の人口の割合は、埼玉県19.0%、神奈川県19.8%、千葉県20.4%と全国で最も低い3県となっており、最高の島根31.2%や全体平均の23.2%と比べるとかなり少ない。いっぽう、団塊世代（50～54歳/2000年時点）における、60歳以上人口に対する割合をみると、下記表のようになる。

表2 県別の50～54歳人口÷60歳以上人口（2000年）

（全国平均35.0%）（小数点以下切上げ）（%）

| 順位         | 1       | 2       | 3            | 4       | 5       | 12      | —            | 45      | 46      | 47           |
|------------|---------|---------|--------------|---------|---------|---------|--------------|---------|---------|--------------|
| 県名         | 埼玉<br>県 | 千葉<br>県 | 神奈<br>川<br>県 | 愛知<br>県 | 大阪<br>府 | 東京<br>都 | 一都<br>三<br>県 | 山形<br>県 | 島根<br>県 | 鹿児<br>島<br>県 |
| 団塊÷60歳以上人口 | 46.0    | 43.0    | 42.0         | 40.0    | 39.0    | 36.0    | 41.0         | 26.0    | 26.0    | 23.0         |

出所：藻谷2004より作成

近い将来、首都近郊は団塊世代が定年退職を迎え、シニア世代に参入することにより急速に高齢化社会が進むこととなる。

ここで、なぜ、団塊世代が首都近郊に多く住みついているかを、団塊世代が首都近郊地域への流入の歴史を振り返ることで明らかにする。

### 3.2. 首都近郊と団塊世代の関係の歴史

団塊世代は1965～1968年中卒者集団就職に始まり、高卒者就職、大学入学と東京・大阪を中心とした大都市部へと移動・集中していった。

団塊世代居住地区の拡大 (1970 → 1985)

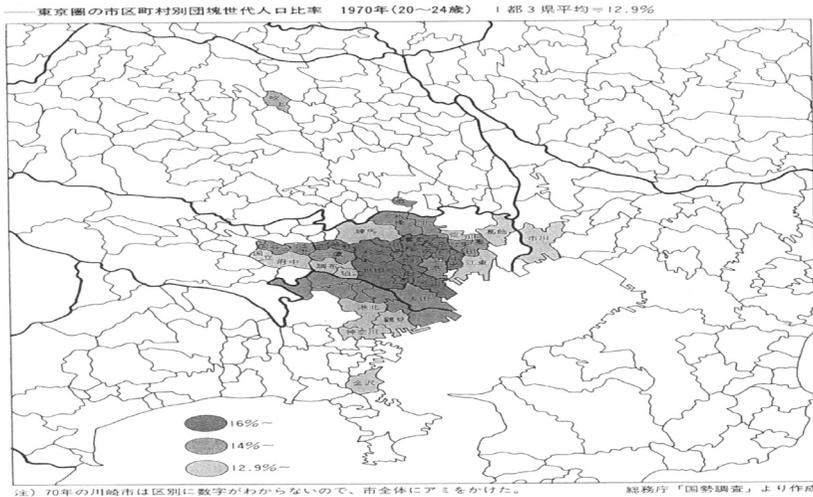
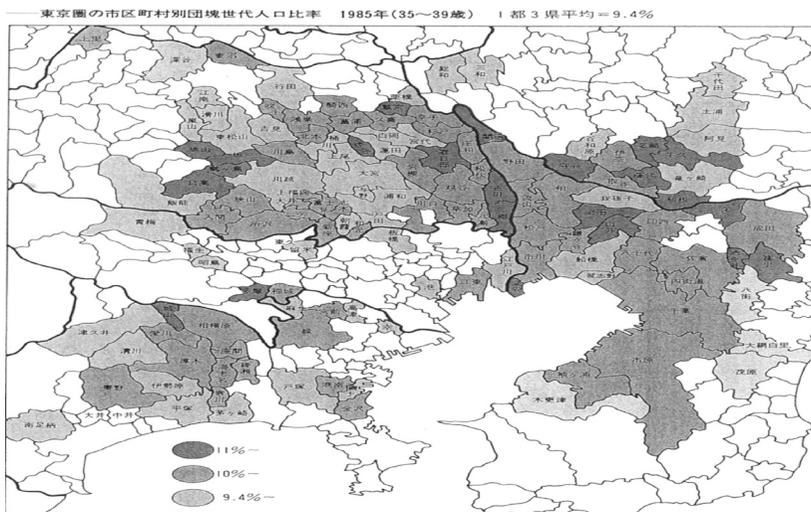


図7-A 首都一都三県での団塊世代人口割合12.9%以上の地域(1970年)  
(平均12.9%：濃い黒16.0%以上、中間黒14.0%以上、薄い黒12.9%以上)



出所：月刊アクロス編集室1984「大いなる迷走」

図7-B 首都一都三県での団塊世代人口割合12.9%以上の地域(1985年)  
(平均9.4%：濃い黒11.0%以上、中間10.0%以上、薄い黒9.4%以上)

1970年の首都圏において、団塊世代の人口比率では、千代田区・新宿区 18.8%、渋谷区・豊島区 18.7%、中野区 18.2%、中央区・杉並区 17.3%と高く、また武蔵野市も 16.0%以上占める。これは武蔵野、杉並、中野、新宿、千代田と“中央線ゾーン＝神田川ゾーン＝早稲田、法政、専修、中央、明治、東大の学生街＝若者の街”でありこれに集団就職者が住んだ荒川沿い、多摩川沿い（川崎市）を含めても、団塊世代は都心から半径 15 ㎞の都心地域に集中して住んでいた。

1970年以前は、団塊世代を中心とする若者は新宿等の都心部に住んでいたが、やがて 1970年代に入り“高円寺（杉並区）、吉祥寺（武蔵野市）、国分寺（国分寺市）に代表される中央線沿線（いわゆる三寺）や福生、下北沢に移り住んだ（高円寺駅周辺男性人口の 23.7%が 20～24歳の団塊世代、女性は 18.5%）。1970年代後半になると、彼らは上記の地域から、高島平団地に代表される巨大団地に移動していき、高島平二丁目は 1980年には 19.6%の団塊の女性が占めており、いわゆる「ニューファミリー」の誕生である。しかし、1975～1985年にかけて、団塊世代は“持ち家購入”のため三寺～高島平の二十三区内から、千葉、埼玉、茨城の郊外へと移動し、現在に至っている（1970年埼玉県団塊世代人口は約 40万人から 1985年は 58万人に急増）（月刊アクロス編集室 1984<sup>(19)</sup>）。これは団塊世代を代表としたプレ団塊世代とポスト団塊世代をも含んだ人口移動でもある（7-A, B）。

### 3.3 今後の首都近郊地域の予測

今後この、首都近郊地域の人口構成がどのようになっていくのか、藻谷（2004）による、分析によって検討していく。

首都近郊の高齢化をみていくために、今後の 60歳以上の人口増加がどうなっていくかをみる必要がある。

表 3 2000年から2010年までの60歳以上の人口予測増加率

（全国平均 30.0%）（小数点以下切上げ）（%）

| 順位  | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | 11   | —    | 45   | 45   | 45   |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 県名  | 埼玉県  | 千葉県  | 神奈川県 | 愛知県  | 奈良県  | 東京都  | 一都三県 | 山形県  | 島根県  | 鹿児島県 |
| 増加率 | 53.0 | 48.0 | 44.0 | 39.0 | 36.0 | 32.0 | 42.0 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |

出所：藻谷 2004 より作成

このように、急速な高齢化は、首都近郊地域において、顕著に現れると予想される。今後団塊世代の地方への U ターンなどの変動要因が考えられるが、首都近郊を終の棲家とするつもり的人が多く、地方への流出による移動の要因は少ないと思われる。

また、若年者層の減少については、2000年から2010年までの予測として、全国の20～59歳増加率平均予測が-8%であるのに対して、埼玉県・千葉県共に-9%（神奈川県-7%）と全国を上回り、この面からみても首都近郊の高齢化社会が急速に進む事が容易に予測されるのである。

#### 4. 本研究の方法

本研究では、定年移行期の彼らが地域参加と生きがいをどう捉えてどうしたいのかは、量的変数では測りにくいもの、平均像では実体が掴めないものがあると考え、統計から、平均化されない1人1人の個々人に戻っての研究を行う。そして第三者の意見ではない当事者へのインタビューによる調査を行い、発言掲載ではなく質的分析法により定年移行期の特性について明らかにする。

研究フィールドとして、地域参加が難しいと考えられる都内通勤サラリーマンが多く住む首都郊外地域を選び、特にその典型としての「A市」に焦点をあてる。調査手法は個人インタビュー、グループ・インタビューによるインタビュー法で、研究視座として「ラダリング法」を用いる。

##### 4.1 インタビューの対象者と実施の方法

###### 4.1.1 インタビュー対象者

インタビュー対象者のサンプリングは、まず一群を「これから定年を迎える50歳代後半の世代の現役サラリーマン」を研究対象者とした。これはまた団塊世代にあたる層でもある。もう一方の群を、「かつて都内通勤サラリーマンであった層で、定年後、数年以内の地域団体に所属したOBシニア（プレ団塊世代）」を研究対象者とした（表4、5）。

この調査は、定年を経験し地域参加の至る50歳代から60歳代の人々の定年移行期のプロセスがどのようなものを明らかにし、生きがいの視点で分析を行うものであり、このサンプリングでの、定年前（定年未経験者）と定年後（定年経験者）の差異、世代（団塊世代とプレ団塊世代）の差異、定年前から定年後までの定年移行期のプロセスなどの現象を救い上げることを目的とした。

また、分析のための比較対照者としての「専業主婦」、「自営業」をもサンプリングした。また、同じく比較対照のため、市内通勤サラリーマンと市外（都内）通勤サラリーマンの属性や、再就職の属性を持つ対象者及び、地域参加していない属性を持つOBシニアも研究対象者とした。

グループ・インタビューにおいては、インタビュー形態が同世代の同質的発言を収集するのに適していると思われ、同世代的特徴を見つける目的で実施した。グループ・インタビューではグループ・ダイナミックス効果<sup>(20)</sup>が期待できる。

また同時に定年移行期全体のプロセスを聞き取るために、定年退職経験サラリーマン層を対象に実施した（表5）。

表4 「個人インタビュー」対象者一覧

| 事例 | 性別 | 年齢  | 属性                          | 居住市名 | 調査者と知り合った地域団体（種類）       | 経済状況      | 健康状況 |
|----|----|-----|-----------------------------|------|-------------------------|-----------|------|
| A  | 男性 | 63歳 | 都内通勤サラリーマン<br>定年退職後3年経過     | A市   | T塾（生涯学習＋ボランティア）         | 少し楽       | まあ健康 |
| B  | 女性 | 62歳 | 市内通勤サラリーマン<br>定年退職後2年経過     | A市   | Uセミナー（生涯学習）             | 少し楽       | まあ健康 |
| C  | 男性 | 64歳 | 都内通勤サラリーマン<br>定年退職後4年経過     | A市   | V大学（生涯学習＋ボランティア）        | 少し<br>苦しい | まあ健康 |
| D  | 女性 | 62歳 | 専業主婦<br>（夫は定年退職後3年経過）       | A市   | T塾（生涯学習＋ボランティア）         | 少し楽       | 健康   |
| E  | 女性 | 56歳 | 専業主婦<br>（夫は定年退職1年前）         | A市   | Uセミナー（生涯学習）             | 少し楽       | 少し注意 |
| F  | 男性 | 56歳 | 市内通勤サラリーマン<br>（公務員）         | A市   | V大学（生涯学習＋ボランティア）        | 少し楽       | まあ健康 |
| G  | 男性 | 56歳 | 自営業（都内通勤サラリーマン<br>早期退社2年経過） | B市   | W会（イベント＋ボランティア）         | 少し楽       | 健康   |
| H  | 男性 | 64歳 | 都内通勤サラリーマン<br>定年退職後2年経過     | A市   | X会（イベント＋ボランティア）         | 少し楽       | 少し注意 |
| I  | 男性 | 60歳 | 都内通勤サラリーマン<br>早期退職後2年経過     | A市   | 地域参加なし。民間で<br>アルバイト就業中。 | 少し<br>苦しい | 少し注意 |
| J  | 男性 | 57歳 | 都内通勤サラリーマン                  | C市   | 地域I技術勉強会                | 少し楽       | まあ健康 |

表5 「グループ・インタビュー」対象者一覧

| 事例              | 性別 | 年齢                    | 属性                                | 居住市名   | 調査者と知り合った地域団体（種類） |
|-----------------|----|-----------------------|-----------------------------------|--------|-------------------|
| K.L<br>M.N<br>O | 男性 | 61.63<br>63.68<br>78歳 | 都内通勤サラリーマン定年<br>退職後1～8年経過<br>(5名) | 全員A市在住 | Z会（生涯学習）          |

#### 4.1.2 対象者の特徴

団塊世代が多く住む首都近郊地域の今後の高齢化は、地方を越えるものである。また住居地域社会へ回帰するシニア層が増大することは、特に地域に馴染んでいない都内通勤サラリーマンが多く住む首都近郊郊外住宅地の地域社会に大きな影響と変化をもたらすことは必至である。この高齢社会は歴史的事例がなく、団塊世代が多く住む首都郊外の住宅地の典型例として首都近郊の「A市」を研究フィールドとして選定した。このA市の住民を調査研究することは、新

しい地域社会のモデルづくりの一助にもなるものである。

A市は、昭和40年代から発展した地域で、「プレ団塊世代」と「団塊世代」は、東京勤務のベッドタウンとして、この地域にマイホームを建て、地域と歴史を共にしてきた住民である。いわば、本研究の対象者世代のライフコースとこの地域の発展は同時代的といえる（月刊アクロス編集室1984）。A市の住民の年齢構成では団塊世代が一番多く、一人当りの収入面でも首都近郊B県の平均で、また、この地域は本来の農村であったものの現在の住民の大多数は新住民意識の人が占め（入間市男女共同参画センター2005）、住民の勤務地は東京を中心とした「市外」が過半数を占めている（入間市、2005）。このように、従来型のコミュニティ機能が弱体と思われるこの地域で、定年後における居住地域へ回帰しての地域参加と生きがい調査は、日本の郊外型地域の今後の典型モデルとなりうると思われる。これは全国データによる生きがいや地域参加の全国規模による一般化ではなく、首都近郊地域の典型での調査を行うことであり、A市の郊外型の地域特性の中で地域参加・生きがいを研究することは、現在の定年移行期世代であるプレ団塊世代、団塊世代が「終の棲家」とした典型的な地域として（月刊アクロス編集室、1984）本研究の目的に適しており、大都市や農村地域とは異なった郊外地域特性が浮かび上がらせると思われる。

また、インタビュアー自身もA市に居住し、地域の状況に精通しており、地域に密着した調査ができると思われる。

#### 4.1.3 実施の手順

調査は個人インタビューが2005年7月16日から10月10日にかけて行った。グループインタビューは2005年10月30日に実施した。

調査方法は、対象者1人に対して、インタビュアーと記録者の計2人で調査した。インタビュー会場は各対象者が所属している地域団体の活動の場であるA市Dセンターの個室を主に、その他には一部の対象者の活動の場であるC市の公民館の個室を利用し、対象者が慣れた環境を考慮し実施した。

##### (1) 個人インタビュー (N = 10)

- ・インタビュー時期：2005. 7/16～10/10
- ・各インタビュー時間：1時間30分～2時間（滞在2時間～2時間30分）
- ・居住地区：A, B, C各市（首都近郊の互いに隣接した市）
- ・インタビュー会場：各対象者の活動団体活動拠点
- ・インタビュアー、記録者：各1名、計2名で実施

##### (2) グループ・インタビュー (N = 5)

- ・インタビュー時期：2005. 10/30

- ・インタビュー時間：2時間（滞在時間：2時間30分）
- ・居住地区：全員A市
- ・インタビュー会場：A市活動センター（Z会の活動拠点）
- ・インタビュアー、記録者：各1名、計2名で実施

本研究ではインタビューまでのラポールの形成を重視し、インタビューを実施した対象者と各団体と個人的関係において、平均約1年以上の付き合いを行った人々である。しかし、近隣住民や、親族、友人のように今後も付き合いが必ず続くような関係や、会社関係のように利害関係の生じる人間関係の人々は避け、オーバーラポールの関係を排した。つまり、いつでもつきあいが辞めることが出来る関係であり、このような調査者と対象者との関係が、真実を語ってもらうための最も近い状態であり、本研究のインタビューに最適と考え、本研究の対象者に選定した。

それに加え、インタビュアー自身が調査地域居住のため、地域状況に精通していることもラポールに寄与すると判断した。ただ、インタビューの限界性も意識し確認した上で、この限界のある対象者と、調査者（インタビュアー）の良好関係を前提として、インタビュー調査実施を心がけた。

倫理面では、対象者のプライバシー保護のため匿名性と守秘義務を徹底した。論文掲載については、依頼文書及びインタビューの冒頭で依頼者に説明して事前了解を得た。

## 4.2 インタビューの方法

### 4.2.1 個人インタビューの内容と方法

個人インタビューは、1人1回、1時間半から2時間（前後雑談を含めて、2時間から2時間半）行った。半構造化面接で、インタビュー・フローに沿って行った（表3参照）。個人インタビューでは、インタビュアーという語りを聞く人の存在を通して、対象者の考えを整理・統合し、質問紙では得られないリアリティを引き出していくことを目的とした。また、インタビューの中に人の価値観を探りあてる技法である「ラダリング法」を取り入れ、地域参加の対象者の「価値観＝思い＝生きがい」を掬い上げることを試みた。また、本研究は対象者の配偶者＝妻（専業主婦の場合は夫）の状況もインタビュー範囲とし、各対象者の配偶者についてもインタビューを行った。

具体的には①事前アンケート、②インタビューのガイダンス、③属性の質問、④地域参加の質問（①に基づく現在と将来の地域参加とその差異）、⑤ラダリング法による地域参加の価値観の抽出、⑥定年移行期の状況、⑦次世代への提言、⑧その他、の順でおこなった。このうち、⑥定年移行期については定年前層、定年後層、および夫が定年前の専業主婦、夫が定年後の専業主婦の属性別に質問内容を換えて実施した。

#### 4.2.2 ラダリングの内容と方法

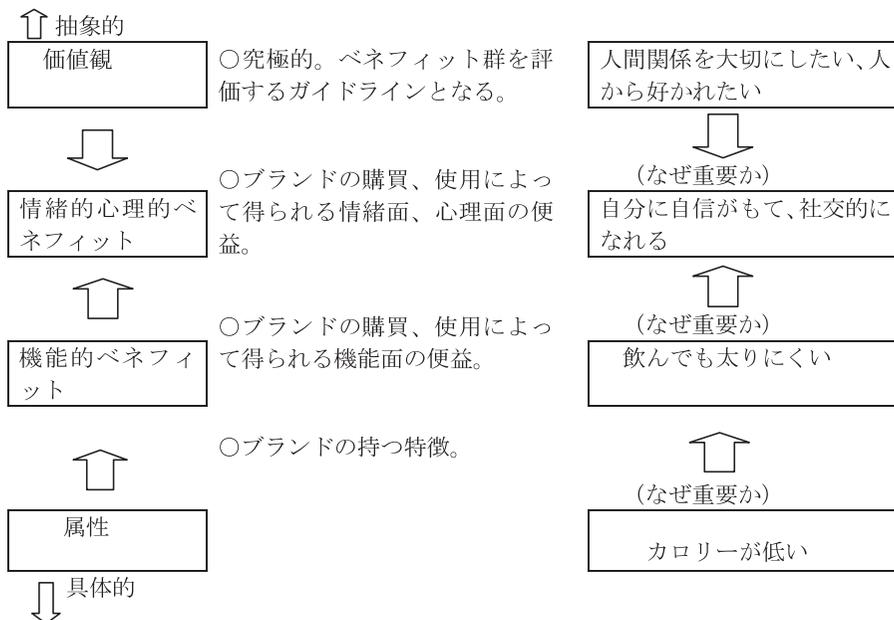
消費者行動研究やマーケティングで活用されている手法で、人間の持つ価値システムへ着目する「ラダリング法」の導入を試みた。図8のように、下位要素「属性」の具体的概念レベルから「機能的ベネフィット（便益）」「心理的・情緒的ベネフィット」のレベルを経て、上位要素「価値観」の抽象的レベルへと面接調査で梯子を登るように“何故”の追及質問（プロービング）を進めていく質問方法で、これにより地域参加の潜在的意味、価値観、生きがいを掘り上げ、地域参加における本音と実感を抽出することを目的とした。

具体的には、ラダリング法では地域参加の属性（A 自治会・町内会・祭り活動、B. 趣味活動、C. ボランティア活動、D. 生涯学習、E. 健康増進活動、F. スポーツ活動、G. 地域企業への貢献－収入を伴う仕事、H. の他の活動）を記入したカードを被調査者に提示、3個を選ばせ、その中の二者間の差異の重要性を尋ね続け、抽象的レベルにたどり着く（「H. その他の活動」は事前に発話された場合にその場で作成。）

これによって得られたデータを、後述で述べるラダリングの分析につなげ、「属性」「機能的ベネフィット」「心理的・情緒的ベネフィット」および、「価値観」の抽出を試みる。

#### 4.2.3 グループ・インタビューの内容と方法

グループ・インタビューは2時間（前後雑談と合わせて2時間半）で1回実施した。調査方法は、グループに対して、インタビュアーと記録者の計2人で調査した。インタビュー会場は、



出所：丸岡 1996

図8 「ラダリング法」手段目的連鎖モデル（ビールブランドの例）

個人インタビューと同じようにグループ対象者全員が所属している地域団体の活動の場であるA市Dセンターの個室で実施し、ここでも対象者が慣れた環境を考慮し実施した。

本研究は、定年移行期の地域参加と生きがいを調査するものであるが、グループ・インタビューが本研究特有の同世代の心理的共感や世代間の同質的発言と異質的・対比的発言を収集する目的に適している。個人インタビューで抽出された概念の確認とともに、定量調査、個人インタビューでは引き出せなかった定年移行期世代としての特徴を抽出・生成しようかと判断したことも採用する理由である。実施に当たってはインタビュー・フローに沿って行った。

具体的には、①事前アンケート（属性／地域参加状況－資料⑤⑥参照）、②インタビューのガイダンス、③地域参加の質問（①に基づく現在と将来の地域参加とその差異）、④個人インタビューで抽出された地域参加のプロセスと価値観についての意見収集、⑤同世代／次世代への提言、⑥その他の順で実施した。

### 4.3 分析方法

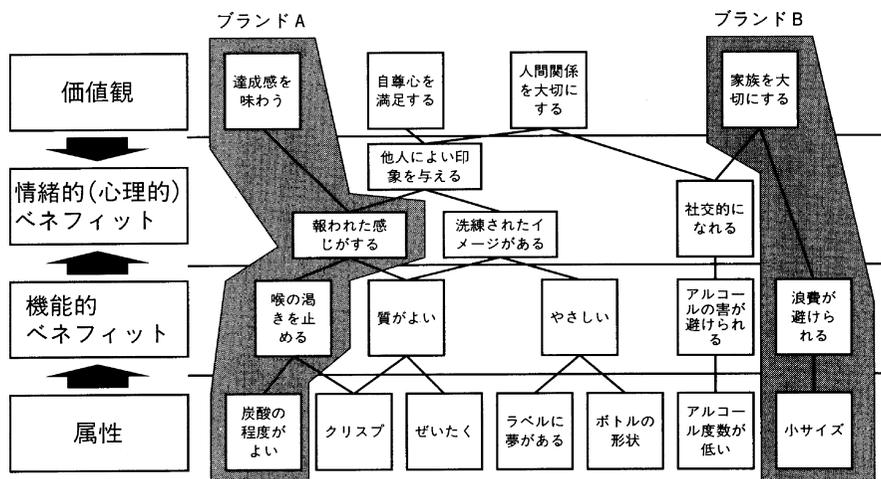
#### 4.3.1 ラダリング法の分析方法

価値観は対象者自身の自我と結び付き、その人の生活全体のガイドラインの役割を果たしていると考えられる（丸岡，1997）。本研究は価値観の抽出の手法であるラダリング法での地域参加における価値観の抽出による本音と実感の獲得を目的とした。但し、ラダリング法のうち、本研究の有効な「プロービング（追及質問）」と「階層的価値マップ」の方法のみを導入し、通常マーケティングでのブランド調査等で行われるカテゴリーの人数調査による数量化は行わない。

〔分析手順〕

- (1) ひとりひとりの対象者に、地域参加についての差異についての質問から、ラダリング（梯子登りのような追及質問）を行い（原則各対象者の地域参加における理由が10個出るか、または尽きるまで続ける）、それによって導かれた一連の発言による逐語データを収集する。
- (2) 逐語データのなかに発話された、地域参加の理由の「梯子」のなかの概念を、地域参加の種類、属性、機能的ベネフィット、心理的・情緒的ベネフィット、価値観のレベルに分類し、各レベルでの類似した概念同士をまとめて、カテゴリーをつくる。
- (3) 上記カテゴリー間の連関をつくり、それをもとに、図9の「階層的価値マップ」を作成し、地域参加についての価値観抽出と属性から価値観までの連関を明らかにする。ここでは、地域参加の種類での差異の分析は、研究範囲外のため行わない。

次稿で分析、および結果と今後の課題について述べる。



出所：丸岡 1997

図9 ラダリングの階層的価値マップ

(注)

- (1) 「日本経済新聞」、3月30日付朝刊。
- (2) 「日経MJ」3月4日付
- (3) 『日経ビジネス』、2003年8月4日・11号、P.35、日経BP社。
- (4) 「日経MJ」前掲紙。
- (5) 下仲順子編 (1997) 『老年心理学』、P.4、培風館。
- (6) 定年制の現状は、定年制を定める企業は91.5%、そのうち定年を法定下限の60歳としている企業は90.5%であり、65歳までの雇用確保を図る努力義務があるが、60歳定年制が幅広く定着しているのが実情である (鈴木, 2004)。
- (7) 主観的幸福感 (subjective well-being) とは、高齢者が自らの人生や生活に抱いている、主観的な充実感のことで、「サクセフル・エイジング～老化の過程にうまく適応することができ、幸福な老後を迎えることができる状況」の指標のひとつとして考えられている。
- (8) 地域参加とは、社会活動のうち産業社会では市場における生産集団や家庭での家事への専従としての活動は、義務的、他律的であり、高齢者では、それらへの役割は少なくなっており、高齢期の社会参加活動の定義からは除外される。社会参加活動とは、それ以外の趣味の活動、ボランティア活動、自治会の仕事などの参加を意味する (加来 2003)。ただし、本研究では地域企業への貢献 (収入を伴う仕事)・シルバー人材センターも地域参加と考えインタビューに加えた。
- (9) NHK 放送文化研究所 (編) 2002 日本人の生活時間・2000-NHK 国民生活時間調査 日本放送協会 p.23
- (10) 同上。
- (11) 内閣府 (編) 2002 高齢者の生活と意識 第5回国際比較調査結果報告書 国立印刷局 p.43
- (12) 第一生命経済研究所・ライフデザイン研究本部 (編) 2003 ライフデザイン白書 2004-05 第一生命経済研究所 p.45、p.123
- (13) 内閣府 (編) 2001 国民生活白書 (平成13年) [http://www5.cao.go.jp/seikatsu/white paper/index.html](http://www5.cao.go.jp/seikatsu/white%20paper/index.html)

- (14) 内閣府（編）2003 高齢社会白書（平成15年版）
- (15) 内閣府（編）2004 高齢社会白書（平成16年版）（v vi 共通 <http://www8.cao.go.jp/koure/whitepaper/w-2004/senbun/indexz.html> \*掲載はすべて内閣府）
- (16) シニアプラン開発機構（編）2002 第3回サラリーマンの生活と生きがいに関する調査シニアプラン開発機構 p.41-73 p.141-158
- (17) 博報堂エルダービジネス推進室（編）2004 報道資料：団塊世代の夫とその妻の定年に対する意識調査 博報堂 p.1-6
- (18) 藻谷浩介 2004 団塊世代の地理的偏在とその高齢化に伴う影響 樋口美雄（編著）2004 団塊世代の定年と日本経済 日本評論社 pp.213-322
- (19) 刊アクロス編集室（編）1984 大いなる迷走－団塊世代さまよいの歴史と現在 PARCO 出版 pp.16-31
- (20) [グループ・ダイナミックス (group dynamics)] Hess.J.M (1968) によるとグループ・インタビューは参加者の交互作用により、個人インタビュー結果の総計よりも広範囲な収穫を得ることができ（シナジー効果・Synergism）、また、発言が互いの刺激になって、次々と発言が誘発され、発言の累積がおこり、内容が膨らみ、深化する（刺激、雪だるま作用・Stimulation & Snowballing）。そして、事前に想定していなかった調査結果の抽出や、発見が出てくる現象が期待される（思いがけない発見・Serendipity）などが起こるとしている。

#### 参考文献

- 天野正子（2001）『団塊世代・新論』 有信堂。
- 電通（編）（2002）『団塊世代の特性と10年後の60代シニア像予測』 電通。
- 古田隆彦（1993）『人口減少ショック』 PHP 研究所。
- 富士通総研（編）（2003）『将来不安と消費行動－団塊世代を含む50代を中心とした分析』 富士通総合研究所。
- ハイライフ研究所（編）（2002）『団塊世代と戦前・戦中派世代』 ハイライフ研究所。
- 浜口晴彦 坂田正顕（編著）1992 世界のエイジング文化 早稲田大学出版部
- 入間市企画部広報広聴課（編）（2001）「第7回 入間市市民意識調査 報告書」 入間市。
- 川喜多二郎（1967）『発想法－創造性開発のために』 中央公論新社。
- 川喜多二郎（1970）『続発想法－KJ法の展開と応用』 中央公論新社。
- 見田宗介（1966）『価値意識の理論』 弘文堂。
- NHK 放送文化研究所（編）（2004）『現代日本人の意識構造（第六版）』 日本放送出版協会。
- 日経消費産業研究所（編）（2003）『団塊の消費意識と行動』 日本経済新聞社。
- 日本経済新聞社（編）（2003）「団塊世代のニューライフ」『消費&マーケティング』 2003年9月号 日本経済新聞社。