



第6回 ジェロントロジー座談会

コロナ禍が高齢者の生活に与えた影響と回復に向けた取組(下)

生活研究部 ジェロントロジー推進室 准主任研究員 坊 美生子
e-mail : mioko_bo@nli-research.co.jp

<座談会参加者>

◇**山田実氏** 筑波大学人間系教授。専門分野は老年学。日本老年療法学会副理事長、日本サルコペニア・フレイル学会理事、日本転倒予防学会理事など。コロナ禍で、高齢者に向けて「三密回避」と同時に、身体活動と社会活動を続ける「3密2活」が、介護予防と健康長寿の実現のために必要だと訴え、積極的に情報発信を続けている。2021年5月から、研究室の学生らとともに毎週、介護予防に関する情報を配信する「web版集いのひろば」を運営。

◇**加藤博巳氏** 株式会社アイシン ビジネスプロモーション部長。1992年旧アイシン精機入社、Aisin Europe S.A. 副社長などを歴任。2018年からイノベーションセンター部長に就任し、「チョイソコ」事業を統括している。

◇**坊美生子(モデレーター)** ニッセイ基礎研究所 生活研究部准主任研究員。ジェロントロジー推進室兼任。高齢者の視点で移動支援、交通政策を研究。

高齢者向けにインセンティブ付きのイベントを開いて、外出を促す。

坊: チョイソコは様々な媒体で紹介されていますが、当初はどちらかというと、協賛会社を募って広告収入を募り、収益性を向上させるという、スキームが大変注目されていたと思います。全国で公共交通事業者が乗客減少で経営が悪化し、補助金が増えて自治体財政がひっ迫する中では、新たなファイナンスの仕組みと受け取られてきたからだと思います。でも、事業開始から5年経ち、全国51か所に広がり、これだけ継続、拡大しているのは、「外出目的作り」という、むしろ運行開始後の運営に、独自性があるのではないかと私は思っているところです。

加藤氏： 我々は「外出モチベーションの向上による健康寿命延伸への取組」として、営業とは別の企画チームを編成して、イベントを企画し、その情報を全国のチョイソコ走行エリアに共有しています（図1）。こんなイベントをしたら男性が来たよ、女性が来たよ、というようなものです。結論的には、イベントに胃袋を満たすプランをセットにすると参加者が増えるのですが。

チョイソコは、道路運送法の区分では「区域運行」という種類で、一つの市区町村の中でしか運行できないのですが、逆に言えば、利用者を市区町村の中で回遊させることができる。街のシャッター街になっているところにも、停留所を設ければ連れて行けるので、高齢者は市外のショッピングセンターまで行く必要がなくなります。域内で人が移動、回遊すると、地域経済を活性化できるんじゃないかと思っています。

図1 チョイソコ運行エリアで開催されている多彩なイベント



（資料）加藤氏プレゼン資料

今年1月には、介護施設の利用者さんの外出促進にもトライしました（図2）。全国のデマンド交通は車椅子を対象にしていません。自分で乗り降りできる人を対象にしているのですが、私は、できるだけ自分で乗り物に乗って、外に出られる人を増やしたい。そこで、介護施設の入所者に対して、どこに行きたいと思っているか調べて、「ボウリング組」と「買い物組」などに分かれ、トヨタ車体さんから車椅子2台が積める車両を借りて、外出イベントをしました。満足度は非常に高かったです。これ専用の事業にすると採算が難しいのですが、これまでの経験で、チョイソコの需要が少ない時間帯が分かってきたので、その時間は一般の利用をブロックして、車いすの方の送迎時間にあてること

もできる。そうすれば、一般チョイソコの費用の中で介護施設の方にも移動する喜びを提供できるし、介護施設の方にも一緒についてきてもらえるので安心できる。介護施設の利用者には、時間のフレキシビリティがあるので、決まった時間でも利用してもらえる。ニーズとシーズがマッチしていくのではないかと思い、この活動を広げようと思っています。

図2 チョイソコによる車椅子の高齢者の外出支援

介護施設でのトライ「移動できる喜びを！」

<p>〈実施事項〉 介護施設に入居している高齢者における外出ニーズやモチベーションを調査すべく、埼玉県 の介護施設ご協力を得て、外出先の希望調査を 事前アンケートにより実施、安全性を確保のう えイベントとして実施 (2023年1月29日)</p>	<p>〈事前アンケート結果 N=26、複数回答可〉 食料品の買物：15 衣料品・日用品の買物：6 飲食店：6 喫茶店：4 運動：3 →調査の中で地元（埼玉）出身の入居者は3~4割に過ぎず 過半の入居者は県外出身にて「周囲に何（店）があるのか 知らない」というコメントが複数存在 →「一旦入ってしまったら外へは出られない」という 絶望感を含むコメントも存在</p>
<p>〈実施行程〉 ボーリング（男性3名 95歳/介1, 91歳/支2, 96歳/介1） ・ガード防止装置と、握力不足の方は子供用スロープを 使ってプレー。各1ゲームを投げ切った 「有頂天になった」「まさか、またできるとは」 百貨店での買い物（女性1名 90歳/介2） ・部屋着を購入「自分で見て買った」 イオンでの買い物（男性1名 83歳/介2） （女性3名 89歳/支2, 90歳/支2, 86歳/介2） ・電気ケトル、洗面道具などの日用品とお菓子を中心とした 食料品の購入「自分で見て買った」</p>	

(資料) 加藤氏プレゼン資料

今日、お二人のお話を聞いてぜひ紹介したいと思ったのが、岐阜県各務原市のハーブ園における取組です。最近聞くのは、チョイソコの往復利用料が400円でも高いという声、経済的に苦しい高齢者が増えてきたという話です。そういう人たちに、外出したら報酬がもらえる機会を作って、おでかけを促したい。実は、ハーブの収穫というのは機械化が難しく、手で摘まないといけないので、非常に人手がかかる。そこで、チョイソコで高齢者を連れて行って、1時間ハーブ摘みをする、本来は利用料750円の温浴施設に無料で入れるというものです。

産業によっては、人手がかかって、猫の手も借りたいけど人材不足だ、というところがある。それならぜひ、高齢者に働いてもらいましょう、高齢者の通勤手段は我々チョイソコが提供しますから、と言ってます。これまでもそういう呼びかけをしていたところ、今までに話が出てきたのが、ブルーベリー狩り、ミニトマト摘み、ベビーシッターです。そのように、高齢者が活躍する場を全国に作って、高齢者が出かけて体を動かし、誰かとコミュニケーションし、その上、報酬を得られたらこんなに良いことはないんじゃないか。我々は、いろんな業界に「短時間でもいいので、高齢者にできる作業があればぜひ紹介してください、我々が現場まで高齢者を送迎しますから」と投げかけています。

高齢者の外出促進に関しては、異業種連携も進めています。花王さんやアシックス商事さんと、高齢者向けのお化粧品体験のイベントや、体操や転倒防止セミナーなどのイベントを開いています。このように、アイシンだけではできないところを、高齢者向けのビジネスを考えている企業さんと協業することで、イベントに幅が出てきています。

2か月間の実証実験で、チョイソコに乗って頻繁に外出した高齢者は、健康指標が改善した。

加藤氏：最後に、健康寿命延伸に関する実証実験の結果をご紹介します。私たちが今まで高齢者とお付き合いして感じたのは、健康に関して専門家等から言われている目標が曖昧なことです。

「血圧が高いから塩分を控えなさい」とか、「肥満ですね、もっと運動しなさい」など。でも、どれだけ塩分を減らさないといけないのか、どこまで運動しなければいけないのかを具体的に言われている人は少ないようです。じゃあそれを我々ができないか、と考えてやっているのが、埼玉県入間市での国のプロジェクトです。

高齢者にウェアラブル端末を配布して、歩数と体温、脈拍数を取り、目標値を定めて歩いてもらいます。実験内容には、スーパーでの買い物を通じてリハビリを促進する「ショッピングリハビリ」という取組も組み合わせています。足が悪くなった人を対象に、両肘を乗せて体重をかけることで負担が少なく歩ける特別な買物カートを用意し、歩きやすくする。買い物を通じて歩行したり、店員と会話したりすることでリハビリ効果を生むというもの。このように、単にチョイソコで外出するだけでなく、外出した先でも、しっかり動くことによってリハビリにつながる。最終的に介護給付費が下がり、浮いた財源でチョイソコを運用し、また外出促進をする、というサイクルにできたらと思っています。

入間市の実証実験は、令和3年度に始めたところ、すばらしくきれいに結果が出ました。積極的に歩いた人は「FIM」という体の健康を表す数値が、たった2か月の実証実験で上がりました。逆に、家からあまり出なかった人は大幅なマイナスになりました。一緒に実証実験をやった埼玉医科大学の先生たちも「こんなにきれいに結果が出るとは思わなかった」と驚いて、論文にもしていただきました。今年も実証実験を続けていますが、参加者には、運動などに関して、ちゃんと具体的な目標値を提示して、達成したらご褒美がもらえる、という形にしています。

ただし、入間市の令和3年度の実証実験では、男性が全然家から出てきてくれなかったもので、今年度は男性が出てきやすいイベントをたくさん用意しました。イオンでメダルゲーム体験をしたり、ミニゴルフ大会をしたりした結果、去年は登録者のうち9%だった男性の参加率が、今年は3割を超え



加藤博巳氏

ました。来年以降もこれを続けることによって、単に移動手段確保だけをやったら良いと思っている自治体の方々のマインドを変えたい。外出する意味、外出した効果を検証したいと思っています。

坊： チョイソコという乗合サービスを運行して、外出手段を提供すると同時に、外出する動機づくりを企業や自治体と連携して継続的にされている。今ご紹介があったように、実際に、チョイソコを利用して外出が増え、体を動かしたりコミュニケーションする機会が増えた人は、健康数値が大きく改善したということです。まさに、健康寿命を延ばすという目標に向けて進んでいる。また最近、経済状態が厳しい方が増えているということで、外出したら報酬がもらえるような仕組みを作っているのは、高齢者にとっても大きな動機付けになるし、報酬を支払う企業側にとっても人手確保につながる、画期的な取組だと思いました。

高齢者の外出を回復させる鍵は、普段から活動の種類を増やしておくこと。

坊： ここからはクロストークに入りたいと思います。まず一つ目のテーマは、コロナ禍で外出が減った高齢者に、どうやったら活動再開してもらえるか。山田先生、先ほどのご発表では、コロナ禍2年目には、ワクチン接種も進み、いったん活動量が回復したのに、3年目になってまた落ちたということでした。ただ、全員が活動減少したのではなく、そのまま戻った人もいれば、落ちた人もいたと思いますが、活動を再開した人とそうではない人の差は、どうやって生まれるのでしょうか。何らかの働きかけによって、行動変容に成功したのでしょうか。「これをやったら奏功した」というようなことがあれば、教えてください。

山田氏： まず活動を再開できた人、よく動けるようになった方と、そうでない人の違いは、コロナ禍で何かの仕掛けがあったかどうかというよりは、もともとご本人の持っているものの違いだと思います。もともと活動の種類をたくさん持っている方は、コロナ禍で一時的に活動が制限されても十分に回復できていました。例えば、同じように仕事に行かれている人をとっても、外に行く用事が仕事しかない、いざ仕事が無くなったら外に出なくなります、外に行く機会が仕事、スーパー、ドラッグストア、地域の寄合所など複数あると、仕事が



山田実氏

なくなっても動けるので、数が多いほど回復はかなり良好です。おそらくそれがかなり影響していると思うので、私は高齢の方に話す時も、「外に行くきっかけをたくさん作った方が良いでしょう」と話しています。

坊: 高齢者のもともとの活動の種類をたくさんにしておく、というお話には納得しました。ともあれ、セーフティネットに関するものは、一つの手段じゃ足りない。例えば移動手段であれば、乗合タクシーや普通のタクシー、家族や地域ボランティアによる送迎、買い物バスや移動販売車など、いろいろ提供されている中で、個人の状況やその時の環境によって、そのうちのどれかを使って解決していくものだと思っています。外出も、仕事や趣味、地域の用事など、目的がいっぱいある方が回復しやすい。「重層的」ということが大事なのかと思いました。

山田氏: 私は高齢者の足の問題にも非常に興味があって、どういう交通機関を、どのように利用したら外に行けるのかなと普段からいろいろ考えています。チョイソコの場合は、あらかじめ予約すれば利用できるのですか。

加藤氏: はい、そうです。予約が前提になります。我々はオンデマンドタクシーの中でも「フルデマンド」と言って、その都度予約を受けて、現在の車の位置や前後の予約を調べて何時に行けるかを伝えて送迎する、という形ですが、世の中には「セミデマンド」といって、例えば 12 時にどこへ行く、と予め決まっているような形式もあります。

山田氏: 先ほどのご説明で、高齢者にハーブ摘みの仕事をしてもらってインセンティブを与えるという取組は非常に良いと思いました。この取組は単発でやったのか、または継続してできているのですか。

加藤氏: ハーブは毎日行っています。ミニトマト摘みも毎日です。高齢者個人で見ると、週 2 回ぐらい行ってます。岐阜県各務原市の場合だと、チョイソコの利用料は往復 600 円で、1 時間のハーブ摘みをすれば、750 円分の温浴施設のチケットがもらえます。じゃあ差し引きして、ハーブ摘みをした時給は 150 円かと言われることがあります。普段の外出では、カラオケへ行くにしても何にしても、お金はかかっても返ってくることはない。また、ミニトマト摘みの場合は、収穫作業をしたら、その農家が作っている野菜を一袋ごそっとくれるというインセンティブがついています。

インセンティブは若者と高齢者では違う。高齢者は他人から感謝されるだけでもインセンティブになる。

山田氏： 私はそこがすごく重要だと思っていて、「インセンティブ」といっても、高齢者と若者ではイメージが違うんですね。若い方はすぐに「〇〇のポイントがつかないと」とか、何かにつけて、すぐにポイント、ポイントと言うのですが、高齢者の場合はそうではなく、誰かに「ありがとう」と言ってもらえるだけでインセンティブになる。ハーブ摘みの場合も、お風呂代をくれるから行ってるのではなく、やっぱり楽しいから行ってるんだと思います。ハーブを摘むのも楽しいし、誰かとお風呂に入るのも楽しいのかなと、お風呂代がついてくるから行くという感覚ではないのかなと、聴いていました。すごくいい取組だと思いますが、お風呂屋さんの方にはメリットはあるのでしょうか。

加藤氏： お風呂屋さんは、あわよくば、来たついでにソフトクリームも買ってくれたらいいな、というイメージです。お風呂は何人入ってもあまり原価が変わらないので。

山田氏： このビジネスモデルは、大儲けはできないかもしれないけど、高齢者の健康増進というイメージでは、いろいろなところに反映できそうですね。非常に興味深いです。

加藤氏： このような取組を増やすことで、高齢者の介護予防が進み、医療費や介護費が下がるころまで証明できれば、チョイソコ利用料をただにしても良いかという気持ちもありますが、現段階では、地域の交通手段として成り立たせるために、利用料を頂いています。

坊： チョイソコの外出促進の取組は、とてもバリエーションがあってどれも面白い。加藤さんがおっしゃったように、前年度の利用実績を属性別に分析して、男性の参加率が低いことから、次の年には、男性向けの取組を増やすなど、ターゲットを絞って仕掛けをするという取り組み方も、効果を発揮しているのだと思いました。また、今のハーブ摘みのお話では、インセンティブをつけてお出掛けを促すと。このような取組を交通事業者が行っている例は、非常に稀ではないでしょうか。

チョイソコの特徴は、先ほども述べたように、単に乗り物を用意したからお出掛けしましょう、と言うのではなく、「こんな楽しいことがありますよ」、「外出するとこういうインセンティブがつかってきますよ」という動機付けをしているところだと思います。簡単に言うと、高齢者を変にお年寄り扱いするのではなく、生産活動や消費活動の主体として考えている。昨年の座談会でも、加藤さんは高齢者のことを「GDPの担い手」とおっしゃっていましたが、そういう概念があるから、このようなユニークな企画を次々作れるのかなあとと思いました。

加藤氏： おっしゃる通り。高齢になると、自分が誰かの世話になったり、受け身になったりすることが多い中で、自分で何かを生産できる、自分が何かを生み出せるという機会がとても良いのだと思います。企画者側もその点を認識していて、ハーブ摘みの時も「上手ですね」と周りの人も褒めるので、やりがい、生きがいを感じてもらい、精神機能のところに効果が出てくる。そして、褒めてもら

える、喜んでもらえるからまた行こう、という気持ちになるのだと思います。

広がる情報格差。情報発信する側はあらゆる手段を使うことが必要。

坊: 次に、今後の課題についてです。山田先生、例えば、既に不活発が定着してしまった方への呼びかけをどうしたら良いと思われませんか。先生の研究では、独居で近所づきあいが無い方が特に活動が低下しているということですが、そのような方にはどう情報提供したり、アクセスしたりする方法があるのでしょうか。また、高齢者の社会活動と言っても、身体機能のレベルによって仕事ができる人もいれば、自宅近くの散歩ぐらいしか難しいなど、幅があるかと思います。でも、既にフレイルや要介護になった人でも、外出しないと状態が悪化して死亡率も上がると思うので、どんなレベルの人も活動した方がいいと思うのですが、どういう活動の仕方があるのか教えてください。



坊美生子准主任研究員

山田氏: まず一点目の情報の届け方に関しては、ありとあらゆる手段を使うしかないと思っています。例えばご自身で様々な情報をみつけてこれる人もいれば、広報誌への折り込み広告じゃないとみつけられない人、回覧板じゃないと、口コミじゃないと、という人もいます。若い人も一緒です。情報を取るのがうまい人とそうではない人に分かれて、情報格差は広がっている。だから情報を発信する側には、ありとあらゆる手段を使いましょうと言っています。意外と高齢者に関しては、地域の掲示板は、よく足を止めて見ておられる姿を見かけるので、重要だと思っています。

二つ目のご質問の、活動の種類については、私は身体機能に応じてと言うよりは、その方のライフスタイルに合うものが大事だと思っています。例えばデパートにしても、お客さんはお元気な方しかいないだろうと思ったら、意外とシルバーカートを押した人もいます。本人に「行きたい」という思いがあれば、何らかの手段を使って行くんです。逆に、お元気でも、デパートへ行かない人は行かない。

「社会参加」といっても、内容は仕事でも良いし、地域とのお付き合いもすごく大事だし、カルチャー教室でも良い。あるいは、喫茶店、居酒屋、定食屋とか、行きつけの店を持つのもいい方法だと思います。店員や他のお客さんと顔見知りになるから。重要なのは誰かと会うこと。自ら話すことが苦手な人もいますが、そうなったら人の話を聞いているだけでもいい。誰とも接点がないのがいちばん問題なので、何らか、自分ができる所から始めたら良いのではないのでしょうか。

車椅子等の高齢者にも外出を楽しんでもらうため、チョイスコで使用する車両を検討する。

坊： 加藤さんにも、今後の課題についてお聞きしたいと思います。先ほどのご発表で、介護施設の利用者さんを車椅子で送迎したという取組は大変興味深いです。日本では、これからまだ後期高齢者が増加し、より自立度が低い高齢者が増えていきます。車椅子の方やシルバーカートを押した方、認知症の方など、介助を必要とする人が増えていく中で、そういう人たちにどうやってチョイソコが貢献できると思われませんか。

現状では、日本では、介助を必要とする人への移動サービスはほとんどない。一部の介護タクシーなどに限られています。実際には供給量がほとんどない。チョイソコの現在の利用条件は、基本的に「一人で乗降できる人」となっていると思いますが、高齢者を対象としている以上、そこに対応できるようにになっていく候補ではないかと期待しています。今回チョイソコが介護施設へ行って、チョイソコが空いている時間帯に限定して、施設のスタッフにも介助のお手伝いに来ていただいて、車いすの高齢者の外出を実現するという取組には、非常に可能性を感じました。最初の話の通り、特にコロナ禍でフレイルの人も増えている訳ですが、今後、そのような自立度が低下した人の外出に、どう貢献していくお考えがあるか、教えてください。

加藤氏： 今、全国で走っている何百台のチョイソコ車両の中で、車椅子対応できるものはほとんどありません。これからの課題として、一つは車両の検討、より多くの人に乗れるための車両の装備をしていく。今回実験を行って分かったのは、車椅子も形状がいろいろあるんです。フレームの太さとかが違って、我々が予め用意していた車両では車椅子をロックできなくて、当日になって車両を変えてもらったということもありました。もっと言うと、ストレッチャーの人もいるから、そういう人も外に出られるように、車両側の検討を我々の業界としてしないといけないと思っています。

でも、それにはアイシンだけでは無理で、今回は、チョイソコで協業している損保ジャパンさんの傘下の介護施設に行ったので、介護スタッフの方も付いてきてくれましたが、そういう介護施設は案外少ないのではないかと思います。介護施設の中でも、外出サービスをしたいというところとタイアップできれば、社会貢献というお題目はともかく、ビジネスと考えたときに、介護施設にとっても、競合との差別化につながるのではないかと思います。さらに、先ほどお話したように、外出した先での異業種連携も重要だと思います。今日は花王さんとアシックス商事さんの話をしましたが、コストとパフォーマンスのバランスを考えて、外出先でのイベント作りを進めていきたいと思っています。

高齢者の足をどう確保するかという課題と、身体活動、社会活動の課題はセット。

山田氏： 今日、高齢者の移動手段について、知らないことを教えて頂きました。加藤さんが、「継続が大切だ」と最初におっしゃっていましたが、私もフレイル対策、介護予防は、何より継続が大事だとお伝えしています。続けられないことは提案しない方がいいし、続けられるところからやった方がいいというのが信念なので、続けられる活動をされてるところに感銘を受けました。高齢者の足と

身体活動、社会活動の問題は、セットで考えないといけないと改めて思いました。

加藤氏： 高齢者の動機付けの部分で、高齢者がこういうことをしたら動く、理解してくれる、動かなかった人たちが動くようになった、というあたりをこれからも共有させて頂き、チョイソコでもそれを進めて、より多くの人にサービスが届けられるといいなと思っています。

坊： 今日はたくさんの示唆を得られました。最初に山田先生がおっしゃった、活動を回復させるためには、もともとたくさんの活動を持っておこうという「重層性」も鍵だと思いますし、山田先生も集いのひろばで毎週メール配信を続けておられるし、チョイソコも信念とされている「継続性」という点も、非常にポイントだと思いました。

これからゴールデンウィークが明けて、コロナの感染症分類がインフルエンザと同じ5類に引き下がっても、高齢者の外出は、増える人もいるかもしれないし、減る人もいるかもしれない。まだまだ閉じこもりやフレイルのリスクがある中で、どうにか外出を増やし、活動を増やし、介護予防していかないといけない。それには、あらゆるプレーヤーが、それぞれできることをしないといけないのではないかと思います。研究する人、情報を届ける人、移動サービスを提供する人、高齢者向けの企画をする人と、地域でいろんなステークホルダーがちょっとずつ関わっていくことで全体として社会活動が増えていく。そしてそれが高齢者の消費拡大、GDP拡大までいけるといいなと思いました。

(終わり)