

高齢者サロン参加者の属性・意識とサロンの利用様態の関連

日大生産工（院） ○中島 崇晃
日大生産工 岩田 伸一郎

1. はじめに

1.1 背景と目的

高齢化が進む団地や住宅地では、地域住民が交流や見守りを通じて支え合う場として、コミュニティサロン（以下、サロン）が開催されている。こうしたサロンは、介護予防や地域包括ケアの推進とともに整備され、孤立予防や生活支援、日常交流、地域情報の共有を支える地域福祉の基盤となっている。しかし近年、利用者やボランティアの高齢化、新規利用者の定着の難しさにより、活動の縮小・休止が増加し、持続性・包括性が課題となっている^{1),3)}。

従来は「ボランティア確保」「プログラム多様化」「サロン間のネットワークづくり」など、運営面の工夫が課題解決策として強調されてきた。一方で、運営側が制御しにくい「利用者の個人属性」が利用スタイルを左右し、持続性や包括性に影響する可能性もある。たとえば、「居住年数が長い人ばかり集まる」「近隣住民中心で範囲が広がらない」「外出困難者が利用しづらい」といった要因は運営努力だけでは解消しにくい。

そこで「利用者の個人属性」がサロンの「利用スタイル」にどう作用しているかを明らかにする。これにより、運営努力では解消しにくい「参加の偏り」の背景を把握し、多様な人が関わり続けられる、生活の延長として開かれたサロンのあり方と方向性を示すことを

目的とする。利用スタイルの傾向を確認する。

1.2 既往研究のレビューと本研究の位置付け

國上ら²⁾は多摩ニュータウン内10箇所の「高齢者の居場所」を対象に、居場所の使い分け実態とネットワーク構造を示したが、個人属性の分析は「居住地」「近隣交流」に留まり、生活行動との関連には踏み込んでいない。また、中村ら³⁾は宇治市のふれあい・いきいきサロンを再調査し、継続要因と包括的運営構造を明らかにしたが、制度・運営面に重点があり、利用者の生活構造や利用スタイルの多様性からサロンの持続や包括を捉える分析は限定的である。

本研究では、サロンの「利用スタイル」を、交流相手、利用前後の寄り道、サロンにおける趣味の共有など、利用者の生活行動の側面からも捉え、サロンごとの利用傾向を比較・把握する。

2. 研究方法

2.1 調査対象の概要

対象は、千葉県内の築50年以上のUR賃貸団地で、継続的に開催が確認できた4箇所の高齢者サロン（Table.1）である。これらの団地は高齢化が進み、見守りや交流拠点としての役割が大きい。広い敷地や住棟コミュニティ、商店街や集会所などの存在により、アクセス条件・人間関係・生活スタイルが多様である。こうした条件とサロン利用スタイルの関係を明らかにす

Table.1 対象サロンの概要

タイプ	常設型（週4回以上開催）		集會型（週1回開催）	
名称	いきいきサロン	コミュニティスペース ほっこり	ふれあいサロン	ほっと処 よりみち
場所	常盤平団地 中央商店街	米本団地 5-28-101	高津団地 第一集会所	高根台団地 東集会所
開催年数	18年（2007年～）	6年（2019年～）	18年（2007年～）	7年（2018年～）
開催頻度	毎日	月・火・木・金	火曜日	木曜日
時間	11時～16時	10時～14時	13時～16時	11時～15時
運営	常盤平団地地区 社会福祉協議会	八千代市社会福祉協議会 米本支会	NPO法人 ユーアイやちよ	高根台団地自治会
料金	コーヒー 100円	無料	100円	コーヒー 100円
特徴	テレビ・本などを置かず、 「会話を楽しむ」ことを重視	本・写真・絵等で溢れている 古着の販売もしている	お茶・会話の時間のほか、 週替わりの活動がある	第2木曜はカレー（300円） 参加者が増える

るため、団地内サロンを分析対象とした。

4つのサロンはいずれも会話中心の交流型であり、「開催頻度」に着目して週4回以上の「常設型」と週1回の「集会型」に分類した。

2.2 調査方法

利用実態と個人属性・利用スタイルの関係を把握するため、2025年7～10月にアンケート調査を実施し、計58名の回答を得た。

2.3 アンケート項目

アンケートは(1)基本情報、(2)利用スタイル、(3)移動環境、(4)会話や交流、(5)生活スタイルで構成した(Table. 2)。

(2)利用スタイルの項目では、サロン前後の寄り道行動、サロンでの趣味共有状況など、サロンと日常生活の繋がりを把握する設問とした(Table. 3)。設計にあたっては、事前ヒアリングから得た「近所の人が多い」「友人がいないと来ない」「外出帰りに寄る」などの声

Table. 2 アンケート調査項目

項目	設問
1. 基本情報	1. 1) 性別 1. 2) 年齢 1. 3) 同居家族
2. 利用スタイル	2. 1) 利用期間 2. 2) 利用頻度 2. 3) 交流相手 2. 4) 利用目的 2. 5) サロンの知り合い 2. 6) サロン前後の寄り道 2. 7) サロンでの趣味の共有
3. 移動環境	3. 1) 居住地 3. 2) 外出手段 3. 3) 階段の上り下り
4. 会話や交流	4. 1) 団地の知り合い 4. 2) 活動への参加状況 4. 3) 仕事でのコミュニケーション
5. 生活スタイル	5. 1) 外出頻度 5. 2) 外出場所 5. 3) 趣味

Table. 3 利用スタイル設問の詳細

設問	選択肢
2. 1) 利用期間	1年未満 / 1-5年 / 6-10年 / 11-15年 / 16年以上
2. 2) 利用頻度	毎回 / 2, 3回に1回 / 年に数回 / 初回
2. 3) 交流相手 (複数選択可)	誰でもよい / 友人 / スタッフ / 一人でいたい
2. 4) 利用目的 (複数選択可)	話したい / 話を聞きたい / 娯楽を楽しみたい 食事をしてゆっくりしたい / 地域の情報を得たい 相談をしたい / 見守られたい / 特になし
2. 5) サロンの 知り合い	(挨拶程度の知り合い) 沢山いる / 複数いる / 少しいる / 殆どいない / 全くいない (雑談程度の知り合い) 沢山いる / 複数いる / 少しいる / 殆どいない / 全くいない (相談する知り合い) 沢山いる / 複数いる / 少しいる / 殆どいない / 全くいない (外出する知り合い) 沢山いる / 複数いる / 少しいる / 殆どいない / 全くいない
2. 6) 寄り道 (複数選択可)	(サロンの前後に寄り道する予定) 買物 / 銀行・役所・病院 / 自治会 / ボランティア / 地域行事 趣味のクラブ / スポーツ / 敬老会・サロン / 散歩 / デイサービス
2. 7) 趣味共有 (複数選択可)	(サロンで 誰かと一緒にやりたい趣味) 料理 / パソコン / 動画・映画 / ものづくり / 音楽 / スポーツ 表現 (書道・絵画など) / ゲーム (囲碁・将棋) / 本 (サロンでの趣味の共有状況) 既に共有している / これからしたい / 話題にはしたい / 趣味は一人でやりたい / 趣味がない

をもとに、「移動環境」「交流」「生活スタイル」の3要因に整理して設問化した。

2.4 分析のフロー

アンケート結果をもとに、サロンの利用スタイルと個人属性の関係を段階的に整理した。第3章では、まず常設型・集会型サロンの利用者属性および利用スタイルの傾向を整理し、サロンごとの特徴を比較する。3.1では、性別・年齢・家族構成などの基本属性を比較する。3.2では、利用頻度・年数・交流相手・趣味共有などの利用スタイルの違いを明らかにする。3.3では、全体傾向から外れる少数層を取り上げ、今後の分析課題を示す。

今後は、抽出された層と「移動環境」「交流」「生活スタイル」といった3要因との関連を検討し、利用スタイルと個人属性の関係を構造的に整理する予定である。

3. タイプごとのサロン利用者特性

3.1 基本属性

常設型・集会型の属性をFig. 1に示す。性別差は小さいが、新設サロンでは男性利用がやや多い。年齢は常設型が高齢層中心、集会型は幅広い。家族構成は両型とも単身者が多く、常設型で67%を占める。集会型は多様な層に開かれ、常設型は類似属性の利用者が集まる傾向にある。

3.2 サロン利用スタイル

1) 利用年数

常設型では「1～5年」「5～10年」「16年以上」の割合が高く、中・長期的に利用を継続する利用者が多いことが分かる。一方1年未満の利用者は10%以下にとどまり、新規利用者の取り込みは限定的である。

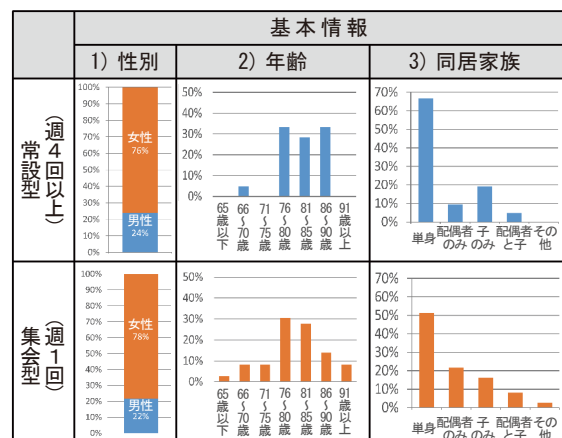


Fig. 1 基本情報 (性別・年齢・同居家族)

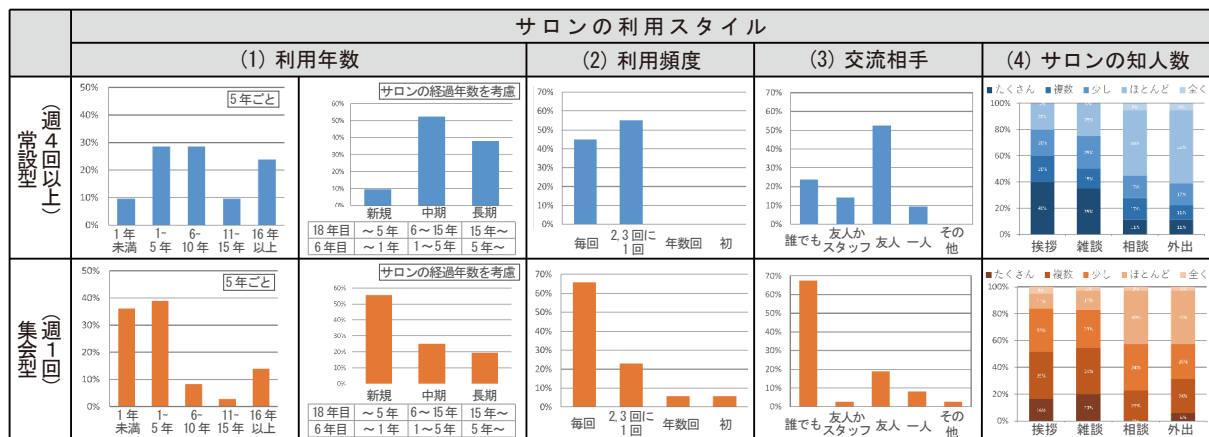


Fig. 2 利用スタイル（利用年数・利用頻度・交流相手・サロンの知人数）

集会型では「1年未満」「1～5年」の割合が高く、新規利用者を比較的取り込めている傾向がみられる。一方6年以上の利用者は全体の30%未満にとどまり、長期的な定着率は低いといえる。

2) 利用頻度

常設型では「2,3回に1回」と「毎回」に約半数ずつ分布しており、一定のリズムで継続的に利用する層が中心であると考えられる。

集会型では「毎回」の割合が高いものの、「年数回」「初利用」といった不定期に利用する層も見られ、関わり方が多様である。

3) 交流相手

常設型では「友人のみ」の割合が高い一方「誰でも」は24%にとどまっている。新しい交流よりも、既存の友人との安定した関係を重視する傾向が伺える。

集会型では「誰でも」が68%を占めており、特定の友人に限らず幅広い人との交流が行われていることが分かる。

4) サロンの知人数

常設型では「挨拶程度」「雑談程度」「相談できる人」「外出する人」の全てにおいて「たくさんいる」の割合が集会型よりも高く、利用者同士が相互認知している割合が高いと考えられる。

集会型では「少しいる」以上の割合が常設型よりも高く、「相談できる人」では常設型の45%に対して集会型は57%、「外出する人」では常設型の39%に対して集会型は58%と高い値を示す。集会型では一定数の親しい知人との「深く狭い」関係を築く傾向が伺える。

5) 利用目的

常設型では「話したい」「見守ってほしい」「困りごとを相談したい」の割合が集会型よりも高く、日常での寂しさ解消や支援・ケア

の場としての役割が強いといえる。

集会型では「娯楽を楽しみたい」「食事やお茶をしてゆっくりしたい」「情報を知りたい」の割合が常設型よりも高く、サークルのような感覚で趣味や活動を共有する場としての性格が強いといえる。

6) サロン前後の寄り道

常設型では「銀行や役所」「病院」「自治会」「スポーツ」「散歩」はサロン前の寄り道が多く、「買物」「ボランティア」はサロン後の寄り道が多い。また、集会型に比べ「病院」「自治会」の寄り道が多く、生活に必須な寄り道が多い。

集会型では全てサロン前のほうが寄り道が多い。また、常設型に比べ「地域行事」「趣味」「敬老会・サロン」「散歩」寄り道が多く、アクティブな活動を目的とした寄り道が多い。

7) サロンでの趣味共有

常設型では、趣味の共有状況について「共有する趣味がない」の割合が最も高く、その他の選択肢で割合に差がないことから、趣味共有の意識が低いといえる。

集会型では、趣味の共有状況について「既にしてしている」の割合が35%と高い。また、共有したい趣味の内容も多様であり、集会型では趣味を介した交流や活動への意識が高く、共有を重視する傾向が伺える。

これらの分析から、常設型と集会型のサロンでは、利用頻度・年数、交流、サロンの位置づけといった利用スタイルに明確な違いが見られた。

常設型は「話したい」「見守って欲しい」「相談したい」といった目的が多く、日常生活において「寂しさの解消や支援・ケアの場」として位置づけられているといえる。その背景には、一定のリズムで中・長期的に継続利用

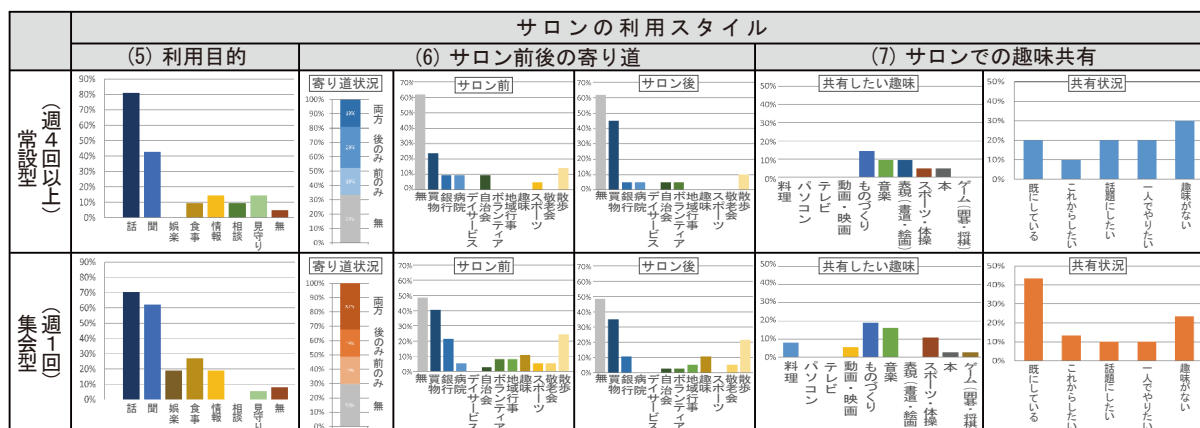


Fig. 3 利用スタイル（利用目的・サロン前後の寄り道・サロンでの趣味共有）

Table. 4 常設型・集会型の特徴

	常設型	集会型
利用年数	中・長期が多く新規は少ない →定着しやすく参加しにくい	新規が多く中長期は少ない →参加しやすく定着しにくい
交流相手	友人のみ半数、誰でも24% →既存の友人との関係を重視	誰でも67%、一人がよい8% →幅広い交流をする傾向
趣味の共有状況	趣味無29%、既に共有19% →共有意識低く会話がメイン	既に共有35%、一人がよい8% →共有意識高い会話と活動
目的	見守られたい・相談したい	娯楽・食事・情報収集
特徴	・中・長期の継続利用者 ・既存の知人との関係重視 ・支援やケアの場	・新規/不定期な利用者 ・活動共有による広い交流 ・趣味や活動の共有の場

する利用者が多く、既存の知人との安定した関係を重視する傾向があり、そうした利用者の関わりによって場の雰囲気が作られている。

集会型は、趣味共有を「既にしてしている」割合が高いほか、「娯楽を楽しみたい」「食事をしてゆっくりしたい」「情報を知りたい」といった目的が多く、日常生活において「サークルのような、趣味や活動の共有場所」として位置づけられているといえる。それにより、不定期利用者、新規利用者、初回利用者も利用しやすく、趣味や活動の共有を通じて特定の知人に限らず幅広い交流が生まれている。

3.3 特徴的な利用者層

ここまでの分析で、常設型と集会型の傾向の違いが確認された。Table. 4 に特に異なる傾向を示した項目を挙げる。次に、全体傾向から外れる特徴的な利用者層をみる。

1) 「利用年数」が傾向と異なる層

常設型において利用年数が「1年未満」の利用者が9%存在した。中・長期的に継続利用する利用者が多い常設型に、新たに参加したこの層は少数である。今後この層の個人属性を分析し、長期間継続しているコミュニ

ティに参加できた要因を検討する。

集会型においては「16年以上」の利用者が14%存在し、新規利用者が多い傾向の中で例外的に長期継続している。今後この層の背景を分析し定着の要因を検討する。

2) 「交流相手」が傾向と異なる層 常設型において交流相手を「誰でも」と回答した利用者が24%存在した。既存の関係を重視する傾向が強い常設型の中では例外的である。今後この層の個人属性を分析し、閉じたコミュニティの中で幅広い交流を維持する要因を明らかにする。

集会型においては「一人でいたい」と回答した利用者が8%存在した。趣味共有が中心となる集会型において、交流を望まない層が確認された。今後この層の個人属性を分析し、交流志向が低いながらもサロンに関わる要因を明らかにする。

3) 「利用目的・意識」が傾向と異なる層

常設型において趣味を「既に共有している」層が19%存在した。「支援・ケアの場」として位置づけられる常設型において、趣味を共有する層が見られた。今後この層の生活背景を分析し、サロンの多様な位置づけを明らかにする。集会型において趣味を「一人でやりたい」層が10%存在した。趣味共有が活発な集会型において、個人志向の層が見られた。今後、この層の個人属性を分析し、趣味共有志向の多様性を考察する。

参考文献

- 野中久美子, 村山洋史, 村山幸子, 高橋知也, 小林江里香, 藤原佳典: 高齢者を対象としたサロンの活動休止に影響する要因: 都市部での検討, 応用老年学, 第16巻, 第1号, pp49-57, 2022.
- 國上佳代, 余錦芳, 松本真澄, 上野淳: 多摩ニュータウン諏訪・永山地区における高齢者のための居場所形成とその利用・認知に関する分析, 日本建築学会計画系論文集, 第76巻, 第663号, pp973-981, 2011.
- 中村久美: 地域コミュニティとしての「ふれあい・いきいきサロンの持続性と包括性に関する研究, 日本家政学会誌, Vol. 70, No. 7, pp403-415, 2019.