



今後の検討の方向性

- 1) 高齢期の住まいの選択にあたっての情報提供のあり方
- 2) 高齢期の居住の場の多様な選択・相談を可能とする体制



①ラベリング(分類)の目的と方向性

【前提】

介護事象発生時に、仕方なく住み替える先として選ばれる側面が強い。本来の目的である「住みやすい自宅」として認知度を高めるとともに、イメージアップを図っていきたい

【ラベリングの目的】

- ・検討者における検索性の向上
- ・住宅がどんな分野に特化・特徴があるのかわかりやすくしたい
- ・介護度等に関係なく、自由な暮らしができる住宅である認知をつけたい

【ラベリングにあたっての検討手順】

① 高齢者が住宅を選定する際に重視する項目や、一般住宅での比較項目を参考にラベルの条件項目を抽出

参考資料) ・「検討者の高齢者向け住宅の実態把握等に関する検討業務」より抜粋

- ・SUUMO、アパマンショップ、LIFULL介護などの一般消費者が必要であると考えられる項目
- ・ハルメクの読者、弊社クライアント先からの知見軸(終の棲家、健康でいられるか、自由でいられるか)

② 運営事業者等と打ち合わせ意見の吸い上げ、調整

検索性を考慮してラベルは3つか、4つ程度がよい／介護度が軽い人だけという認知は避けたい／自立、看取りと相反するラベルは混乱を招く／住み替えやすさ、住み替え実績というラベルはどうか／自由度の高さをアピールできるラベルが良い／ラベルのワーディングの変更(自由を表現)



1)高齢期の住まいの選択にあたっての情報提供のあり方

②ラベリング案

ラベルは5つにまとめ、各ラベルに対して4～5つを条件項目とした。

ラベル	No.	条件項目
選択できる 交流・楽しみがある	1	アクティビティが活発
	2	居住者同士の交流
	3	健康増進（ジム、体育館、リハビリ）
	4	地域との交流（年1回以上、交流スペース、保育園）
自立した生活を送りやすい	5	屋外）スーパー、コンビニあり
	6	屋外）駅近
	7	屋内）自室にキッチン付
	8	屋内）洗濯機置き場有無
	9	屋内）専用面積が29㎡の居室が半数以上
家族が訪問しやすい	10	来訪者が使える駐車場有無
	11	駅近
	12	家族が宿泊可能かどうか
	13	24時間訪問可能
提供食事の充実度	14	食事付き（住宅内厨房調理、レトルト中心、お弁当提供）
	15	喫食率（自立型かどうかを判断できる）
	16	提供食数（3食、1食か）
	17	メニューに変化がある（季節メニュー、週がわりなど）
介護度が変わっても 選択できるサービスの充実度	18	介護度に左右されず住み続けられる
	19	認知症への取組み（有無）
	20	看取り（実績有無で判別）
	21	医療対応（実績有無で判別 たん吸引、透析など）
	22	ターミナルケアの実施有無（医療対応に含んでもよい）

ラベルの付与条件の考え方

例)条件項目のうち、3つ該当する場合にラベルを付与する など

200～300の事業者さまへサンプルで登録いただき、ラベルの出現率を確認したうえで条件項目の該当数は調整していく。

※サ高住ならではの「自由度」の表現が不足しているため、ワーディングは一部変更可能性あり。



③アワードの目的と方向性

【アワードの目的】

- ・生活者に対して、サ高住の（正しい理解）メリット・魅力を情報発信すること。
- ・サ高住の存在を知り、シニア層が終の住まいについて“早めに備える”きっかけづくりに寄与すること。

【アワード企画にあたっての検討手順】

①アワードの条件設定

- ・対象者は誰か … 70歳以上の本人、5・60代のご家族、一般
- ・評価対象は何とするか … ハード面(建物、設備)、ソフト面(外部サービス、従業員)
- ・評価者は誰か … 有識者(専門家)、一般人、居住者(利用者)
- ・評価形式はどうするか … 投票型、審査型
- ・予算はどうするか … 支援金があるのか、協賛を募る必要があるのか。
- ・負荷の確認 … 永続実施できるかの判断するため、事業者、事務局負荷を想定

以上より、4つの企画案を提出(インスタファッションショー／折句・川柳／インスタ花壇／合唱コンクール)

③運営事業者と打ち合わせ、意見の吸い上げ2案に絞りこみ(次ページ参照)

事業者の負担、入居者参加ハードルを加味して川柳が良い。ただし、拡散性に課題が残る。(多数)／ファッションショーは対面では反響ある(ご友人、そごうでの実績あり)／自立型、介護型の2種類があるが、特に介護型は、身体的な負荷がかかる企画が難しい。また、本人のデバイス操作も難しい／家族を巻き込んだ企画(家族が投稿するなど)は拡散性が高まるうえ、肖像権もクリアできる／サ高住は幅広い介護度に対応している。介護度に関係せず自由に暮らせることをアピールできれば良い。



④アワード開催のアイデア

事業者、入居者共に取り組みやすい内容のため**「折句(川柳)」**
「ファッションショー」での検討を進めている。
なお、“拡散性”を高める補填策も検討中。

《拡散性を広げるため、協賛を募る》

- ①サ高住が利用している商品を対象に協賛募集、折句を募集
事業者例) 紙パンツ業界 / 印刷会社、食品会社：箸袋など
- ②シニアへの認知向上・イメージアップを狙いたい事業者へ協賛募集

《協賛条件例》

- ・募集した川柳、折句は各事業者での使用は自由とする
- ・協賛金は1事業者 10万円(仮)
- ・決められたワードに対して句を募る

《活用イメージ》

- ・募集した折句をHPへ掲載。
- ・「私たちはシニアへのサポート、サービス付き高齢者向け住宅へ協賛しています」という協賛PRとして活用。

《メリット》

- ・全体 → サ高住の認知向上につながる
- ・協賛企業側 → イメージアップ、自社のPRにつながる
- ・サ高住事業者 → 生活者(入居者)の楽しみ増(自分の句が商品やHPに掲載されるため)
- ・高住協(運営)側 → アワードの開催経費の調達可能

折句の例 … 「あいう」という
ワードを使って句を作る

あ … あかるく
い … いつも元気に
う … うれしい毎日過ごせるサ高住





2)高齢期の居住の場の多様な選択・相談を可能とする体制

①住まいの相談窓口体制の構築へ

【早めの備えページ（リンクなし）】

【早めの備えページ（リンクあり）】



②住まいの総合相談員の要件

- ・「高齢期の健康で快適な暮らしのための住まいの改修ガイドライン」の趣旨を理解し、その普及に賛同すること
- ・ご本人のニーズを適切にアセスメントし、住まいのこと、生活環境、家族等の介護リソース等を把握した上で、特定選択肢に偏らず？、公平に、将来の住まいの備えについて、中立の提案をすること。

※住まいの総合相談員研修を受けた者が行うことで、公平性、中立性を確保



2)高齢期の居住の場の多様な選択・相談を可能とする体制

③住まいの総合相談員の育成 オンライン研修の実施

研修内容 STEP1：高齢者を理解する

■STEP1で伝えたいこと

- ・超高齢社会とは？
- ・そもそも高齢者とは？
- ・健康寿命とは？
- ・高齢期の3つのライフステージとは？
- ・3つのライフステージを心と身体で捉える

■習得目標

- ・超高齢社会の現状と抱える課題を理解する。
- ・長い高齢期を3つのライフステージで捉え、ライフステージの変化で発生する、リスクと可能性を説得力をもって伝えられるようになる。

研修内容 STEP2：住環境提案の必要性を知る

■STEP2で伝えたいこと

- ・要介護化の原因は住まいにある？
- ・住まいで介護予防ができる？
- ・ライフステージの変化に沿った住環境に必要な要素
- ・自宅以外の高齢期の住まいとその特徴、対象像
- ・リロケーションダメージとは？



■習得目標

- ・高齢期における住まいの重要性を理解し、お客様の幸せのためのリフォーム提案であることのマインド醸成。
- ・お客様からの「断り文句」から真意を汲み取り、早めのリフォームが必要であることを説得力をもって説明ができる。

研修内容 STEP3：改修の手法を知る

■STEP3で伝えたいこと

- ・ガイドラインに基づいた8つの項目とその優先順位
 - ・温熱バリアフリー
 - ・外出バリアフリー
 - ・安全で機能的な水回り
 - ・ワンフロア化
 - ・自宅で使われやすい福祉用具とその使い方
- ※要介護期になった際の各空間での生活手法、動き方を踏まえて



■習得目標

- ・健康維持期を伸ばすための改修内容を知る。
- ・本人が出来ることを引き出し介助者が楽になる改修方法を知る。
- ・早めのリフォームが要介護期にも効用があること知る。

オンライン学習のメリットを活用した効果的なトレーニングを検討

Step1～3の基礎知識を『オンラインコンテンツ学習』でご提供

オンライン対話型学習／体験学習でご提供(予定)

