

2015

# 成果報告書

「自分の老後と家族の介護情報誌『ライフライク』

企画制作プロジェクト」

同志社大学心理学部 3年 池田理沙子

## 活動の概要

わたしは、株式会社ユメコムで『自分の老後と家族の介護情報誌「ライフライク」企画制作プロジェクト』を行ってきました。まず、受け入れ先である株式会社ユメコムさんの事業を簡単に紹介すると共に、わたしが行なってきたプロジェクトの概要についてお話します。株式会社ユメコムとは、シニア世代の生活の質の向上に向けた様々なサービスを提供している会社です。その事業内容は、後見人問題などの法的な内容の相談や、シニア向けのセミナーの開催など、多岐にわたっており、様々な側面からシニアの生活を支えています。今回わたしが携わらせていただいたプロジェクトは、『自分の老後と家族の介護情報誌「ライフライク」企画制作プロジェクト』です。ライフライク誌とは、シニア世代向けの情報誌で、老後生活の様々な情報を提供しています。雑誌は、毎回八万人の方の手元に届けられているそうです。プロジェクトでは、このライフライク誌に、自分の考えた記事を掲載していただくことを最終的な目標として活動してきました。

## 6～7月にかけての活動：企画書の作成手順を学ぶ

活動は、6月から7月にかけて、記事のもととなる、企画書の基本的な作成の手順について学びました。ユメコムの事務所で手順を学んだほか、自宅でも作業を行いました。おおよその流れとしては、目標の決定したあと、目標に基づいたリサーチを行い、企画のおおまかなテーマを定めました。具体的にはまず、このプロジェクトで何を達成するのか、という目標について2点決めました。ひとつは、大前提として、ライフライクに掲載していただくことです。もうひとつは、健康に関する記事を提供し、その記事を通して、読者である高齢者の方のQOLの向上に役立ててもらうことです。この二点の目標をもとに、リサーチを行いました。リサーチの目的は、読者がどのような情報を求めているのかを調査することです。今回、おおまかなテーマを健康と設定したので、健康に関する情報としてどのような情報が扱われているのかを調べました。調査方法は、ライフライクと同じ年代をターゲットとしている雑誌の中で、健康に関する記事を抜き出すものとししました。その結果、健康のなかでも食事に関するテーマが最も多かったです。そのため、企画で取り扱うテーマを「食」と設定しました。

## 9月の活動：企画書のブラッシュアップ

9月では、ビジネスコースのインターンシップ生とともに活動し、二週間にかけて企画のブラッシュアップなどを行いました。9月は、約二週間にわたって活動をしました。そのうち一週間は主に、ユメコムの関連会社であるエスアールエムでの研修を受け、残りの一週間は企画書の作成をしました。

まず、エスアールエムでの研修について説明します。株式会社エスアールエムとは、ユメコムの関連会社であり、主に保険について扱っている会社です。エスアールエムやその関連会社は、日常生活の中で直面しうる様々なリスクに対応することを理念としているそ

うです。エスアールエムでの研修を通して、ユメコムがどのような会社であるのかを理解できたとともに、ライフライクがどのような雑誌であるのかも分かるようになりました。なぜなら、エスアールエムの顧客がオプションサービスとしてユメコムのサービスを受けられるので、エスアールエムのお客様がどのような人達なのかを理解することは、ライフライクをどのような人達が購読しているのかにもつながるためです。例えば、ユメコムの顧客にはエスアールエムで保険契約をしているひとがいたり、ユメコム独自の顧客としては、パナソニックで家を購入した人のオプションサービスとしてライフライクを購読しているひとがいます。当初のイメージでは、かなり高齢の読者を想像していましたが、研修を通して、ライフライクの読者は、健康なシニア世代（働いている高齢者の方もいる）が多いことに気が付きました。これによって自分の想像と実際にはずれが生じている場合があるのだとわかりました。6月のリサーチのときに担当の橋本さんからは、「自分の思ったとおりに企画を考えるのではなく、相手目線で考えなければならない」というアドバイスをいただいたのですが、その言葉の意味をこの時に実感しました。

つぎに、後半の活動では8月に作成していた企画書に対して意見をいただきました。わたしが提案した企画は、薬膳に関する記事をつくり、読者の健康に役立ててもらえるような記事を作るというものです。この企画に対して、具体性に欠けるために、記事の内容がぼんやりしていること・ターゲットを絞りこみ、もっと記事の内容を明確にしたほうが良いというアドバイスをいただきました。そのためその後の活動では、いただいたアドバイスをもとに、企画書がより具体的な内容になるように改善していきました。また、改善だけではなく、他のテーマの企画も考え、新しい企画として企画書を製作しました。企画の作成では、とくにどのような企画を考えればいいのかわからず、苦勞することが多かったです。ライフライクの読者は主にシニア層で、年代も違うのでどのようなことに興味を持っているのかわからなくなりました。また、薬膳をテーマにした企画を、どのような切り口で提示すれば斬新に思ってくれるのかがわからず、試行錯誤の日々を過ごしました。このときに、企画をたてることの難しさを実感しました。相手目線という言葉が出ていましたが、読む相手を想定しながら記事を考えることは、ブログやツイッターで自分の好きなことを書くこととはまったく異なっていて、想像以上に難しかったです。これらの企画書は、活動の最終日である9/11に完成版として提出しました。

### プロジェクトの成果

本プロジェクトでは、ライフライクの出版時期が変わることもあり、企画書を作成することで活動を終わりました。

### 総括・まとめ

さいごに全体を通して学んだことを述べたいと思います。プロジェクトを通して学んだことは大きくふたつであると感じています。ひとつは、具体化の重要さで、もうひとつは

自己理解の大切さです。このふたつを軸に、学んだことをお話していきたいと思います。

具体性の重要性については、インターンシップの間に様々な場面で感じることができました。とくに、企画を考える段階で、企画のターゲットや目標の設定をもっと具体的にしたほうがいいというアドバイスを何度もいただきました。最初はなぜ具体性が大切なのかわかりませんでした。しかし、ライフライクや一般の雑誌の制作の手順を学んでいくうちに、雑誌を実際に作っていくためには、企画から、企画に基づいた取材・原稿づくりなど発行までのプロセスを長期的なスパンで考えていかなければならないことを知りました。企画があいまいなままだと、取材や原稿の時期もずれてきてしまい、雑誌を発行できなくなるのだとわかるようになりました。そのため、何かを作り上げるというのは、行き当たりばったりでできるものではなく、綿密な計画が必要であり、計画のもととなる企画が具体的である必要があるのだとわかりました。

このように、具体的な内容で企画を考えることの重要性がわかったものの、実際にそれを意識しながら、企画を考えることは、とても難しく、自分の力不足を痛感しました。しかし、なんども試行錯誤をしながらも、企画をつくりあげたという経験は、自分の自信にもつながりました。

つぎに自分のことを知る大切さです。インターンシップの最中では、橋本さんや板垣さんのお話を通して、自分が相手にどのような印象を与えるのかについて、客観的に知ることができました。例えば、指摘していただいたこととして、自分から話そうとしないので、とっつきにくいように思われるといわれました。自分ではまったく意識してこなかったことなので驚きましたが、そう思われないように自分から話しかけたり、挨拶をしたりすることで、直していこうと思いました。このように、自分ではわからない部分を指摘していただくことで、自分に足りていないことを自覚でき、改善していくきっかけとなりました。そのほかにも、わたしは野球観戦が趣味なのですが、趣味に意外性があると言われ、自分では大した趣味ではないと思っていたことでも、相手に興味を持ってもらえるかも知れない、ということがわかりました。このように自己紹介を通して気づくことがあり、自分のことを理解するきっかけとなりました。この経験は、就職活などでも自分の強みを生かした自己紹介をすることに役立つのではないかと感じています。

## 参考資料

ライフライク誌冬号 企画書	
企画タイトル『薬膳のすすめ (仮)』	
概要	企画「薬膳のすすめ」では、更年期にさしかかり「なんとなく」不調を感じている40代から50代の読者を対象とし、不調に対するアプローチとして、薬膳の知識を紹介する。
ターゲット	40代から50代の読者。なかでも「疲れやすい」「目覚めが悪い」「食欲がない」「手足が冷える」「イライラする」などの更年期による不調を抱えている人。
テーマ設定の経緯	本インターンシップ・プロジェクトでは株式会社ユメコムで発行されている自分の老後と家族の介護に関する情報誌「ライフライク誌」に記事を掲載していただくことを最終目標として活動している。ライフライク誌の主な読者層はシニア世代であることから、提案する記事のテーマを「健康」とし、シニア世代の方々の健康に役立つような記事をつくることを具体的な目標として決定した。 本企画書ではライフライク誌に掲載できるような健康に関する記事として「薬膳のすすめ」というテーマを提案する。薬膳とは東洋医学の知見を応用した食材選びのノウハウのことである。健康というテーマのなかでも、とくに薬膳に注目した理由は以下の通りである。
薬膳をテーマとして扱う理由	
1.	東洋医学では病気ではないが、原因がはっきりとしないような不調を抱えている状態を「未病」の状態であるとし、未病のうちから治療を施し健康へ導くことを重視した。ターゲットである40代から50代の読者が抱える不調は、東洋医学では未病の状態として対応できる。
2.	食に対する関心は高く必要がある。また日々の生活のなかにも取り入れやすいというメリットがある。
3.	薬膳は食材選びのノウハウである。高麗人参のような特別な素材を使用するのではなく、身近にある食材を使用するため、日常に取り入れやすい。

## 薬膳に関する企画書の初期案