

現役の頃は新聞（日経を購読）の折り込み広告には目もくれなかった。

毎朝の通勤時、政治・経済・外交・金融市場・・・と時事ニュースを主に読んでいた。最後に連続小説を読んで終わるのが常であった。最近では紙面に入る前に折り込み広告を食い入るように見る（or 読む）のが朝の日課になった。

何という変わり様であろう。驚いてしまう。いや、齢を重ねて、自分の身を委ねる環境の変化に柔軟に対応しているのだ、と前向きに捉えるべきかもしれない。

その日々の新聞広告の種類が、最近、変化している様に思える。

週末明け月曜日には求人のチラシが目につく。週央にはスーパーやドラッグストアのそれ。金曜には衣料品や不動産関連の広告。

最近目につくのは、「介護付有料老人ホーム」「サービス付き高齢者住宅」そして「葬儀の生前予約」「シニアでも申し込める保険」などなど・・・高齡化加速のせいだろうか。

日々の walking で自宅周辺を見ていると、50～100 坪の古い家屋を撤去し、そこに2～4 軒の戸建ての家が現れる。縦に延びた3階建てが多い。玄関先には子供用イスが着いた電動ママチャリ。就学前後の児童1～2人に夫婦という家族構成が圧倒的に多い。こういう人達には不動産の広告が fit する。

将来に向かって延びる家族の一方で、雨戸は締め切り、壁には蔦が伸び放題。如何にも「誰も住んでいない」という住居も多く見る。失礼ながら、洗濯物から、明らかに老夫婦が住んでいると思われる住宅も多い。ここ向けは老人ホームの広告だろうか。

極め付きは、古い集合住宅が撤去されると結構な広さの跡地が露見する。1000 m²以上と見受けられるその後には、有料老人ホームか保育園のどちらかが造られる。どちらかというと、有料老人ホームの数が多い。

私の walking 圏内に最近出来たホームは3件ある。介護要員の募集から始まり、入居者の募集に至るまで、チラシの数も増えた様に思う。世相を反映している昨今である。