

# 伊藤次郎さん

●特定非営利活動法人OVA（オーヴァ）代表理事

## 「助けて」の声をいつでも受け止められる社会へ

先進7か国の中でも、日本の若者の自殺による死亡率は高く、死因のトップとなっている。そうした中、NPO法人OVAは、若者がアクセスしやすいインターネットを利用した自殺予防活動を行っている。そのノウハウについて伺った。

●聞き手……白井美樹（ライター）

若者なら誰でも持つスマホ等でインターネットにアクセス

—OVAを設立する以前はどのような活動をされていたのですか。

**伊藤** 実は、高校生のときから青少年の非行問題に関心があり、警察官になることを目指して、大学は法学部に入学しました。警視庁に勤めようと試験に臨んだものの、合格せず、一発でその道はあきらめましたね。「自分は組織に向いていないかも」と感じました（笑）。

そんなときに出会ったのが、『チェンジ

が、そもそもこのきっかけです。

実際、日本の自殺率はこのところやや減少しているものの、若者に関しては逆に少し増加傾向にあります。15歳から39歳の若年層の死因の1位は自殺。20代にいたっては死因の50%が自殺であり、これは深刻な問題だと思いました。

そうした若者を見つけて支援することは簡単ではありません。顔に「死にたい」と書いてあるわけではないので、自殺願望がある子を特定できないからです。

メーカー／社会起業家が世の中を変える（渡邊奈々著・日経BP社」という本でした。そこには、ビジネスの手法で社会のさまざまな問題を解決している人たちの話が載っており、ものすごくインパクトを受けました。そして、将来的に、メンタルヘルスの分野で社会起業家になろうと決心したのです。

—具体的に、どういう方向へ進みましたか。

**伊藤** まずは産業カウンセリングを勉強しながら、メンタルヘルス対策を企業に提供する人事コンサルティング会社に勤めました。

そのときに思いついたのが、マーケティングの手法で自殺ハイリスクの若者にリーチするということです。このことを具体化するために、NPO法人OVAを立ち上げました。

—マーケティングの手法とは？

**伊藤** それは、若者が持っているパソコンやスマートフォンにリーチすればいいのではないかということです。そこで、ある検

た。1年間営業などの仕事をしたのちに、精神保健福祉士の資格を取得し、次に精神科クリニックでソーシャルワーカーとして働くようになりました。

うつ病で会社に行けなくなった人たちに対し、復職できるようサポートするリワークに従事しました。復職後に再発せずに働き続けていくためにも、休職中にサポートすることは大切だと感じました。

—OVAの活動を始めたきっかけは？

**伊藤** 2013（平成25）年6月ごろ、若者の自殺が増えているという話を聞いたの

素エンジンで「死にたい」という言葉を検索すると、月に10数万回も調べられていることが分かり、びっくりしました。不思議だったのは、「死にたい、助けて」という言葉を、どうして彼らはSNSなどで吐き出すことをせず、検索エンジンに打ち込むのかということです。そのとき想像したのは、誰にも伝えられず、ひとりで抱え込んでいる孤独な若者の姿でした。

それなら、この検索エンジンと連動する広告を打てばいいのではないかと思いついたわけです。

—どんな広告なのでしょう？

**伊藤** 自殺したいと思った人が、自殺にまつわるワードを検索すると、「死にたくなたあなたへ」などと書かれたOVAの広告



### Profile

●いとう・じろう●

学習院大学法学科卒業。EAPプロバイダーを経て、精神保健福祉士・産業カウンセラー等の資格を取得後、精神科クリニックにて勤務。「夜回り2.0（Internet Gatekeeper）」の手法を開発・実施し、2013年、NPO法人OVAを設立。若者自殺対策全国ネットワーク発起人・共同代表。メディア掲載多数。

が目につきやすい場所に現れます。そこをクリックすると、OVAのホームページにつながり、「あなたはつらい思いをしてみましたね。もしよかったら、一緒に考えさせてください」というメッセージとともに、「メールをください」というボタンが表示されます。そこからメールのやりとりができるようになっていくのです。

—これまでの反響はいかがでしたか。

**伊藤** 当初からかなりの数のメールが送られてきましたね。その1通1通に対して、適切な返事を送るために1日中メールを打っているような状態でした。深刻な悩みが多いので、1通打つのに1時間以上かかることもあったからです。

やがて気づいたのは、死にたいという気持ちを持たないで聞いているだけでは、よい解決にはならないということです。それぞれ抱えている問題が異なるので、一緒に考えたいので、いちばん適した相談機関や病院などにつなげていかないといけないと考えるようになりました。

例えば、20代のひきこもりの女性は、よく話を聞いてみると抑うつ状態が強いことえる若者もいるでしょう。歌舞伎町などの繁華街もあり、アルコールや薬物なども他の地域と比較して近い存在であり、さまざまな要因が絡まって自殺に追い込まれる若者が多いでしょう。その新宿で、自殺念慮を抱えた若者を支援するモデルケースをつくっていききたいと考えたのです。

—モデルケースとは？

**伊藤** これまでは、メールなどによる相談事業を主に行ってきましたが、一歩進んで、助けてと言えない人や、助けてと言う声の弱い人……つまり「声なき声」にこちらから支援や情報を届けるノウハウをつくっていくというものです。

相談事業をやっていると感じたのは、人が自殺に至るプロセスは、貧困に陥るモデルとして用いられる「カフカの階段」の概念に似ているということです。たとえば、リストラ→離婚→うつ病→仕事復帰ができない→貯金の枯渇→ホームレスというように、貧困に陥るにはいくつもの階段を転げ落ちていくプロセスがあります。自殺に至る過程にも、いろんな要素がいくつも複雑にからんでいるので、早い段階で手を差し

が分かり、心療内科につながりました。すると、服薬により抑うつ状態が改善し、会社で働くこともできるようになったのです。

### 相談事業を東京の新宿区に限ってモデルケースをつくる

—OVAを立ち上げてからどのくらいのメールに対応し、成果はいかがでしたか。

**伊藤** この4年間で約600名からメールをもらいました。その全員が、うまくいったというわけではありません。うまくいったと考えられるケースは、「少し頑張つて生きてみます」といったポジティブな感情の変化があった場合、あるいは何かしらの援助機関につながった場合です。こうしたことから分析すると、おそらく3〜4割に成果があったと思います。

うまくいかなかった6〜7割というのは、メールが続かなかったケースです。こちらからフォローのメールも入れますが、1回のメールで終わることも少なくありません。

生活課題があることが自殺したい原因の場合は、ソーシャルワークを行えば、生活が改善し、死にたい気持ちがおさまって

伸べるのができたら、一番下の階段まで転げ落ちるのを防ぐことができるのではないかと思うのです。

そこで、生きる希望をなくす深刻な状態に陥る前に、支援をアウトリーチしていく方法を、現在NPOや他団体と共同で構築し、実施するようになっています。

### 保健師さんも積極的に連携しアウトリーチに協力してほしい

—保健師さんに望むことはありますか。

**伊藤** 地域の保健師さんは、住民の最も身近な相談者であるのに、現在は、行政自身が若者にとって遠い存在になっている感があります。住民の中には、隠れたハイリスク者がたくさんいると思うので、待っているのではなく、自分たちのほうから積極的にアウトリーチして、支援を届けていた

だけると心強いです。どうやって支援や情報を届けたらいいのが難しいかもしれませんが、当事者から見て何が支援を求めるといいます。私たちはITなどを使って敷居を下げています。また、私たちのような民間の団体とも協働

きます。しかし、子どものころからずっと死にたかったといった気持ちや抱えてきた人や生活上の課題よりも孤独感などを訴える相談者に対しては、テキストでの支援を限界に感じることも多いです。

—現在も伊藤さんは、膨大なメールに対応しているのですか。

**伊藤** 当初は広告を全国規模で打っていたので、一日平均7〜10通ほどメールが来ており、朝から夜まで無我夢中で返信していました。でも、今は広告を打つ地域を狭めているので、新規の相談者は2日で1名ほどです。広告は、全国区だったのを関東地区、東京都内と徐々に狭めていき、今年6月からは新宿区だけを対象としています。

—新宿区にしぼったのはどうしてですか。

**伊藤** 新宿区の自殺率が高く、とりわけ若年層の自殺率が突出して高いからです。自殺の原因はマルチファクターなので一概には言えませんが、新宿は全国からいろいろな夢を持って若者が集まる場所でもあります。その中で挫折して絶望感や孤独感を抱

えてアウトレイチ策を考えたり、実行したりしていただければと思います。

—最後に、今後の展望を聞かせてください。

**伊藤** OVAでは、現在大きく3つの取り組みを行っています。これまでにお話した相談事業とアウトリーチ事業のほか、ソーシャルアクションという取り組みがあります。そもそも自殺に追い込まれる原因は個人だけではなく社会の問題も関係しています。そこに問題意識を持ち、社会のゆがみをなくすために、他の団体と連携して社会や政治に働きかけることで、ひとりでも多くの人が自殺に追い込まれない社会を実現したいと思っています。

また、私たちのマーケティングの手法を用いたアウトリーチは虐待や犯罪被害など、他の分野でも役立てるのではないかと思います。アウトリーチを促進していくことで将来的には「声なき声」をなくしていきたいですね。