

2. 団塊世代以降の社会貢献の動向と方向性

2-1 団塊が持つ能力開発と社会貢献活動

(1) 現役からシニア層へ：移行する団塊の世代

団塊の世代が60歳代に突入することで、2007年に開始が懸念始された一斉退職も、3年目を迎えようとしている。彼らが、現役の「古株」であることを辞し、シニア期の「新参者」へと移行するに伴い、高齢社会は、従来とは異なる新たな様相を呈することになる。

思い起こせば、世界保健機構（World Health Organization, WHO）の調査により、日本が初めて世界に冠たる最長寿国と認定されたのは1985年のことであった。今年に至るまでのその後、平均寿命並びに健康寿命のギネス記録を、幾度となく更新している事実は、日本が押しも押されもしない長寿と健康の覇者である証明となっている。(1)

2009年には、年々増え続ける百寿者^{センテナリアン}の数が、初めて4万人を超え、元気自慢のシニアを紹介するテレビ番組や新聞記事が、巷間に絶えない。(2)一口にシニア層と言われる中に、60歳代から、それこそ100歳代までの異世代が混在しているのが実態である。

定年を迎えるに当たって、誰しも「自分に残された時間が少ない」と、錯覚する傾向がある。(3)確かに無駄にする為の時間はないが、何かをゼロから始める時間なら充分にある。「時は金なり」の格言に従えば、世界一の長命を誇る日本のシニアは、時間の大富豪なのだ。

とりわけ近年、新米シニアとなった団塊の世代が、自由に使える時間をいかに有効活用できる・できないかが、目下の高齢社会の課題であろう。彼らの立場からすれば、部下を従えていた身分から、年金受給者の分際として取り扱われることに、戸惑いを禁じえない。社会的地位の失墜に連動して、まるで社会の周辺部へ追いやられたかの疎外感にも悩まされている。

そこで改めて団塊世代について、特徴を分析しておこう。戦後の焼け野原や瓦礫の山間^{やまあい}に生まれ、幼少時代には貧困を目の当たりにして育った彼らは、国の経済成長に、個人の生活水準の上昇を重ね合わせて、人生の後半には贅沢も味わった一大コーホートである。

グループサウンド・ミニスカ・ロン髪・上げ底ブーツなど「当時の文化」を隆興させたことは言うに及ばず、見合いという従来の慣習さえ自由恋愛へと反転させて、最小単位となる家族をして、社会への変革を迫った。重ねて「高度」の前に「急」が付く経済成長期に、海外市場へ日本のデビューを飾った後に尚、バブル景気を齎して社会を浮かれさせた。彼らの唯一性は、世界のベイビー・ブーマーズの群の中であって一際、抜きん出ている。(4)

(2) 団塊世代の活動：セカンド・キャリアの可能性

では実際に、シニア層に新規参入を果たさんと欲す団塊の世代には、どのような活動ができるのだろうか。シニアであればこそ、今までの「やってきたこと」×「歳月」＝「経験」を見せつけられるような、若者が見たら聞いたら、ため息がでるような加齢の効用に基づく活動に取り組める。

現役のときには、家族のためや、帰属する組織の一員として、振る舞うべき自分の立場

があった。しかし子どもが独立し、自分にも成し遂げたと自負できる実績を持つシニアになって、はじめて新たな挑戦を見つけられる。今までの経験の全てをかけて、これから進むべき道の確かな選択ができると考えれば、現役時代のキャリアは、予行練習に過ぎず、引退後のセカンド・キャリアがむしろ本番である、とも解釈できる。

社会の中核を担い終えたシニアであるから、その尽くした社会から掃き出されるのではない。次のギアへ入れ替えをして、セカンド・ステージに向けて最適化を遂げるのだ。

にも関わらずシニアに「生きがいは何か」と尋ねると「趣味」と答える人が大多数である。確かに趣味は、どのシニアにとっても有することができる生きがいであろう。(5)しかし趣味のような、ややもすれば自己の満足度を追及する活動に、生涯目標としての照準を合わせ続けることもまた、老い先長いシニアにとっては空漠ではなからうか。

それよりは退職後に「見せ場」が減ってきたと感じている彼らの場合、他者との繋がりの中で、他者から承認されることで却って、自分の存在欲求が満たされる。(6)「ありがとう」という言葉を、「ありがたい」という気持ちを、他者から投影されることで、人は幾つになっても有用感を獲得して、ときめいていられるのだ。

特に死の存在が視野に入るシニア期、人は良いことをしておきたくなる。若い時に、散々悪いことをしてきた人ならなおさら、このままでは死ねない、と感じ入る。生きがいに通じる「死にがい」を意識しながら有終の美德に拘る、人としての「始末のつけ方」に関わる活動は、シニアが実力を発揮できる領域であろう。

(3) 生活共同体という絆：退職後の地域デビュー

従来シニアの中には「人様の世話をやくような偉い立場ではない」や「他人の事情には、余計な首をつっこまない方がよい」と考える「謙遜」や「律儀」さがあつたようである。本来であれば、先導的な立場にあるにも関わらず、「私のような年寄にはできません」と、あたかも謙る装いで、面倒臭そうなことへは関わらずに済まそうとしてきた疑惑も拭き切れない。

いずれにせよ、身を引くという姿勢は、引っ込み思案、ひいては引きこもりへと連鎖しやすい。近年、配偶者や子どもに先立たれるなど、単身シニアの数が増加しているが、もしも彼（女）らが、それぞれの部屋に閉じこもり、社会サービスがドア先まで届けられるのを待機するようになれば、日本は社会は立ち行かなくなる。長寿社会であればあるこそ、その形態は、依存志向の受動形では、存続できないからである。

そこでまず、孤老と呼ばれるシニアが増えている事情に加えて、家族の絆が薄っぺらになってきている動向を踏まえて、近隣で暮らす仲間・同志による友愛意識を見直しておきたい。「血は水よりも濃い」と言われる一端で、「遠くの親戚より近くの他人」「強き絆の弱さ、弱き絆の強さ」と言われる地縁関係の頼もしさがある。

「歳をとってから親友は見つけにくい」とも言われるが、人生における他のどの時期よりも、助けを必要とする時を一緒に過ごす生活共同体に対しては、血縁を補って余りある紐帯ちゆうたいが育まれるのではないだろうか。どういう人が隣に住んでいるか見たこともない、近所付き合いの冷却期の果てに、近隣に住む人との親睦が深まる、人造交流促進型のコミュ

ニティを構築できる可能性がある。

その際、団塊世代の女性勢の率先力に期待が寄せられる。男性が働き続けることに専念していた数十年来、女性は自身の向上に関心を持ちさまざまな形で磨きをかけてきたため、文化的には男性の方が「20年遅れている」との指摘がある。(7)すでに地元で自分の居場所を開拓し、地域デビューを果たしている彼女たちに、男性陣の道案内ができるだろう。

また現代の風潮では、高齢社会と福祉・医療が結び付けて語られているが、介護保険制度において要介護または要支援と認定されている人は、高齢者人口（65歳以上）のおよそ16%を占めているに過ぎない。(8)

弱者ではないシニアも、自分ができることまでやってもらえれば楽ができる、と考えがちである。しかし続けていればできたことも、やらなくなることで心身の機能が退化し、廃用症候群に陥りやすくする。(9)無力な弱者になってみたところで、良いことなど何もない。

あくまでも過剰福祉に傾くことなく、自律・自立を弁えているシニアに限って、福祉は与えられるべきである。(10)増やしていかなければならないのは「何でもしてもらえる」ではなく「誰かに必要とされる」シニアの数なのである。

しかも今後、人口オーナスによって拡大する、年金給付額の世代間格差のみならず、千兆円規模の政府や自治体の公的債務（長期・短期）までも、負わせられる現役世代が、年々厚みを増すシニア層の生活を、喜んで支えようとするだろうか。甚だ疑問である。(11)

都合がよい時と場合だけ弱者になろうとしたり、若づくりができるシニアが、^{きすが}流石なのではない。地道に重ねてきた年齢にふさわしい、歳の取り甲斐を発揮できる人生の達人が、シニアのロールモデルになれる。

より具体的には、例えば近隣で、比較的高齢であったり、比較的元気のないシニアを、新入りシニアがケアできる。いかにもさり気ない心配りや気づきから、活動は始められる。シニアが感じている不安・不満・不足・不備の事態に最も精通し、よって最も適切に対処できるのは、当事者であるシニアを置いて、他に誰としていないのである。

(4) 塗り変えられるシニア像：かけがえのない社会の資源へ

かつて現代のシニアが若者であった頃、豊の上で死ぬことが理想であった。それが現代では、寝込まないで済むPPK^{ピンピンコロリ}が標語ともなっている。老後の生きがいや生き方の質に関しては、趣味を筆頭とする余暇活動をして過ごす、社会サービスによって何でもしてもらえ、のが今までの理想であった。しかしこれからは誰かに、社会に必要とされ、それに応えられることに意味や価値を見出す時代になる。(12)すでに、美味しい蕎麦を打って食べるような、小さな幸せにまとまろうとする「蕎麦打ち男」（推定数十万人）を揶揄する声が増え始めている。(13)

だからといって「世のため人のため」などと大層に構えなくてよい。自分のためになることが、ついでに社会のためにもなる。シニアがその程度の活動に勤しむだけで、高齢社会は大きく変貌する。

本人が楽しい・嬉しいと感じられる。特に、参加しなければ損をする状況設定は、やる

気の引き金になる。損をするどころか儲かるとなれば、その活動は黙っていても成長する。そして「求められる」に留まらない「まだまだ稼げる」シニアの印象は、やらせられるのではなく自分の、ひいては誰かのために進んで行動できる、かけがえのない社会の資源へと、刷新されるだろう。

もう一度ここで、団塊世代について、振り返っておきたい。団塊の世代が多勢であるのは、運命のいたずらでも、偶然のなせる業でもない。彼らこそは、数に物を言わせて社会を改革する使命を荷^{はな}わされ、出生した。なにしろ幼い頃は、いかに生き残るかについて真剣に悩み、大人になってからは常に競争の矢面に立たされた。2030年代後半に到来するであろう「大量死時代」（年間死亡者数が170万人）の予測が的中すれば、棺桶の購入や火葬場の利用までレースは続く。(14)

しかし、その甲斐あって彼らには、常に群から秀でようとする気迫が充溢している。「従来どおりでは終わらないぞ」という確固たる意識がある。だから今までどの先代も手を付けてこなかった、高齢社会に潜む問題と課題との格闘を、彼らに託することができるだろう。

かつて切り抜けた戦後の苦しさ、これから迎えるであろう老境の苦しさは何処かしら似ている。戦後の困難を繁栄へと、見事なまでにくつがえした実績を誇る彼らであれば、高齢社会のハンドルを切り返すこともできる。

彼らが見据えているのは、セルフケアやセルフヘルプできるシニアが、持てる能力を發揮し合う高齢互酬社会。シニアならではの技巧や知恵が無駄使いされたり、ポイ捨てされるのではなく、次世代のために引き継がれることで、先人の生きた成果をリサイクルできる高齢エコ社会である。

(5) 世界最長寿王国としての債務：今しかない好機

世界最速で超級高齢社会へと推移し、世界最長の平均・健康寿命を堅持し、正しく趨勢の先陣を率いる日本であれば、他国が作り出した流れに追随することのない「日本発」の、高齢社会のあるべき姿を、世界へ向けて提案したい。それは、現実可能性として「ありえない」と思われる、途轍もないモデルであっても許されるだろう。というよりはむしろ、他国には想起できないような奇抜なアイデアを、いっそ国を挙げて志向していくことが、世界の覇者としての責務であるとさえ思^{おも}い。(15)

やがて漏れなく、日本がフロント・ランナーとなって踏み入る道程は、地球上の先進諸国を中心とする「大衆^{マス}の長寿化^{ロング・ビティ}」という呼称の、言ってみれば人類の有史上、前人未到の超常現象である。既存というパターンに埋もれない代わりに、それらを打ち破ってきた団塊の世代が、波乱万丈であったことを、自らの人生に対する最高のオマージュであると胸を張る彼らが、自らの巨体を今後どのように処していくかによって、その行方は定まる。

日本は現在、高齢社会の蜂蜜期にいる。団塊の世代が後期高齢者になる2022年以降、同じ社会は、そのダーク・サイドを見る。そして彼らが長寿を全うしようとする21世紀中盤に向けて、高齢社会の憂慮は更に深まる。「夜明け前が一番暗い」とならないために、始動できる好期は、実はたった今しかない。

小向 敦子

【注・参考文献】

- (1) 健康寿命とは、寿命を、健康である年数と不健康に陥った年数との合計、と数える場合の前者のこと。2000年からWHO調査の主要指標として加わった。
- (2) 産経新聞。2009年9月11日。厚生労働省は2009年9月、全国の100歳以上の高齢者が4万399人になったことを発表した。その86.5%が女性であるという。
- (3) 鷺田小彌太(2002)「定年後に1から始めて一流学者になる方法」青春出版社。31頁。
- (4) 喜多村治雄(2004)「シニアの生きる」。ぎょうせい。102頁。
- (5) 本間容子・岡田みゆき(2005)高齢者の生きがい「北海道教育大学釧路校研究紀要」第37号、69-79頁、73、78頁。
- (6) 牧野篤(2007)高齢者教育の課題と老人大学のあり方に関する一考案、名古屋大学大学院教育発達科学研究科編「生涯学習・キャリア教育研究」第3号、19-38頁、23頁。
- (7) NPO法人ファミリー・カウンセリング・サービス、カウンセラーの荒木次也氏による発言。榊原節子(2009)「凜としたシニア」PHP研究所。86頁。
- (8) 内閣府編集(2009)「平成21年度版・高齢社会白書」佐伯印刷。29頁。要支援・要介護と認定された高齢者の数は、2006年度末で425.1万人程度である。
- (9) 富士谷あつ子・岡本民夫(2006)「長寿社会を拓くーいきいき市民の時代ー」ミネルヴァ書房。12頁。
- (10) 横石知二(2009)「生涯現役社会のつくり方」ソフトバンク新書。69頁。
- (11) 島澤論・山下努(2009)「孫は祖父より一億円損をする」朝日新書。11頁。横花商科大学公開講座委員会編(2008)「アクティブ・シニアの時代を拓く」南窓社。48頁。
- (12) 横石知二(2009)「生涯現役社会のつくり方」ソフトバンク新書。55頁。
- (13) 池田知隆(2008)「団塊の青い鳥」現代書館。168頁。
- (14) 朝日新聞。2006年12月7日。社会保障・人口問題研究所(厚生労働省・人口動態統計)によれば、2038年を前後として、年間死亡者数は170万人にまで膨らみ「大量死時代」のピークを迎える。
- (15) 65歳以上の全体人口の占める割合(高齢者率)が14%以上になる高齢社会へ、アメリカは73年、フランスは115年、イタリアは61年、イギリスは46年、ドイツは40年で到達。日本はわずか24年(1970~1994年)を要した。2007年からは、21%を超えて超高齢社会になっている。

2-2 コミュニティにおける社会貢献活動

——魅力的なライフモデルとしてのコミュニティ・ビジネス——

本節では、中高年シニア層の社会貢献活動について、コミュニティ・ビジネスに焦点を当てることにより考察を行う。その理由は、コミュニティ・ビジネスが「ボランティア」や「生涯教育」など 20 世紀後半に流布したコンセプトと並んで、あるいはそれ以上に今後の中高年シニア層のライフスタイルにとって魅力的かつ持続的なモデルの一つであると想定されるからである。そこでまず、①「コミュニティ・ビジネス」というコンセプトが注目を集めるに至った事情と背景について考察を行い、②そのうえで中高年シニア層にとってコミュニティ・ビジネスがどのような点で重要であるのか、③また今後その効果的な実現にとっていかなる課題があるのか、という論点を整理しつつ提起する¹。

1. コミュニティ・ビジネスとは何か——その社会的背景と条件

コミュニティ・ビジネスが社会的に注目を集めたのは、1990 年代末から 2000 年代にかけて、最近 10 年間の「新しい」出来事である²。コミュニティ・ビジネスの提唱者であり代表的論者である細内信孝氏によれば、日本で最初にこのコンセプトを提唱したのが 1994 年であり、その後、1999 年に全国に先がけて兵庫県庁で支援体制や施策がスタートした。2000 年代に入ると全国各地の地方自治体などでコミュニティ・ビジネスに関するセミナーが開催され始め、関東経済産業局（経済産業省所管）や傘下の「広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会」（2003 年 3 月発足）を中心に、コミュニティ・ビジネスを推進する組織が自治体や民間レベルでも次々と設立されている³。

ではコミュニティ・ビジネスとは何か。またその何が「新しい」のだろうか。コミュニティ・ビジネスとは一般に、「地域が抱える課題を地域住民（市民）が主体となって、ビジネスの手法を活用しつつ解決していく一つの事業活動」と理解されている⁴。具体的には、地域住民が主体となる組織であれば、形態は＜会社（営利法人）・NPO（非営利法人）・任意団体＞などいずれでもよく、分野も＜保健・医療・福祉、教育、まちづくり、環境、職能開発、食品加工、観光＞など多岐にわたり限定されない。要するに、地域住民を主体としたコミュニティ活動のことであり、この点では特に目新しい事象ではない。既存の地域企業や NPO などもこれに該当するからだ。では最近 10 年間の「新しい」事態とは、いったい何に由来するのか。それは、地域住民によるコミュニティ活動という具体的対象それ自体よりも、むしろ「ビジネスの手法を活用しつつ」という条件の側である。つまり「新しい」のは、ビジネスという条件によって既存の地域住民の組織（会社・NPO・任意団体など）を新たに「コミュニティ・ビジネス」として再定義し、かつその推進や活性化へと動き出したわれわれ社会の視線＝実践の側にある⁵。このことの意味について、NPO を軸として考察してみよう。

日本社会で現在形の NPO が誕生したのは、1998 年の NPO 法施行（「特定非営利活動促進法」法律第 7 号）以後であるが、それは周知のように 1995 年の阪神大震災における市民の「ボランティア」実践を直接的な契機としている。ここから理解されるように、

少なくとも 1970 年代から 1990 年代末まで、市民活動は「ボランティア」ベースで想定され、市民運動／市民活動といえば「ボランティア」のイメージを強く帯びていた（牛山[2003]）。当初は NPO も一般に「ボランティアや NPO などの市民活動は……」と併記されていたが、現下のコンセプトでは地域企業などとともに「コミュニティ・ビジネス」の担い手として想定されている。つまり NPO を軸に考えると、市民活動のコンセプトが「ボランティアからコミュニティ・ビジネスへ」と転回をとげているのである。いわばパラダイム・シフトが生じているのだ。実際、1998 年の NPO 法では、活動と事業の「継続性」をねらいとして NPO 法人を取得する市民活動に対して事業体としての収益事業が認められたことから（但し「営利」＝利益の配分は不可）、サービスの対価を徴収しない「ボランティア」ではなく、対価を徴収する一定の経営・ビジネススタイルが導入された。その意味では、NPO＝市民活動がビジネスの一角として再定義される経路は準備されていたわけだが、最近 10 年間で生じた出来事は、この「コミュニティ・ビジネス」というコンセプトが広く社会的な課題として要請されるに至ったという事態である。

コミュニティ・ビジネスが積極的に要請される背景については、すでに多くの指摘が存在するが、共通しているのは次の点である。まず前提として、①地域住民（市民）の多様で個別的な生活ニーズが存在している一方、この生活ニーズに対して、②財政事情に限界がある自治体の公共サービスも、③グローバル化の競争圧力の中で生き残りをかける民間企業も、いずれも十分には対応できない。そこでこの空白を埋めるのがコミュニティ・ビジネスであると位置づけられる。つまり自治体との協働による「新しい公共」の担い手として、またグローバル企業が対応できない地域社会のミクロ経済の担い手として、その活躍が期待されているのだ。他方、④地域住民（市民）自身の側でも、コミュニティ・ビジネスの起業・活動に参加することで、生きがいや能力発揮など自己実現の欲求・ニーズを満たす機会となる。要するに、一方で地域住民の間に多様で個別的な生活ニーズが存在し、他方でサービスを提供したい地域住民の欲求・ニーズがある、という相補的循環の内部に、コミュニティ・ビジネスが積極的に要請される地盤があるということだ。それはいいかえると、営利追求型の企業ビジネスと無償ボランティア活動との「中間」に位置し、サービスの需要者としても供給者としても、まさに現代日本人のニーズに見合うライフスタイルの一つとしてコミュニティ・ビジネスが要請されている、ということなのである（細内[1998][2001]）。

そのうえで、コミュニティ・ビジネスの成立を支える条件として、1990 年代以降に急速に加速化したメディア環境の整備も見落とすことができない。たとえば一般に、NPO の運営・マネジメントや事業経営にはパソコンなどの情報機器は不可欠であるし、事業活動やイベント情報の広報、また魅力的な地域ブランドの商品販売などにおいてもインターネットを介した情報交流によってはじめて十分に可能となる。その意味では、IT 革命やネット社会化によって開かれる広義の「生活革命」の一側面として、コミュニティ・ビジネスを捉えることもできるだろう（奥野[2000]、西垣[2001]）。

以上の論点をふまえつつ、ここではコミュニティ・ビジネスの重要な特徴として、①対価を伴う「ビジネス＝労働」であること、②しかも（強いられる労働ではなく）一定の

自発性や自己実現の機会など「余暇」の要素を合わせもつこと、③コミュニティという地域社会の生活空間で行われること、という三点を指摘することができる。この三点を確認することで、コミュニティ・ビジネスが現代日本人の中でも、とりわけ中高年シニア層のライフスタイルにとって重要であることがより明確になるはずである。

2. 中高年シニア層にとってのコミュニティ・ビジネスの重要性

コミュニティ・ビジネスとは、前節で見えてきたとおり、ビジネスの手法を活用しつつ生活空間としてのコミュニティで行われる事業や活動のことである。したがってその参加の仕方には、起業や運営を担う専従スタッフ、時間労働型の有償雇用スタッフ、という二通りのタイプがあり、また本来その担い手は、主婦層・元会社マン・学卒後の若者層・中高年シニア層など誰でもよい。ではなぜ、コミュニティ・ビジネスは中高年シニア層のライフスタイルにとって重要だといえるのか。ここでは大きく、①ライフステージ面、②経済的側面、③社会的側面から考えていく。

まず①ライフステージ面から見ると、退職後やその目前の中高年シニア層にとって、日常生活における職場の位置が後退し、生活空間としてのコミュニティの重要性が高くなる。近代社会では一般に職住分離が支配的である以上、中高年シニア層にとっては労働領域から離れて余暇をより多く手にするにつれ、地域社会の生活空間において生きる局面は大きくなる。したがって中高年シニア層にとって、コミュニティで「生きがい」をもって生きていけるか否かということは、労働や子育て後のライフステージをいかに幸せに日々生きていけるかという点できわめて重要な問題だといえる。

それでは、中高年シニア層がコミュニティで「生きがい」をもって生きていくうえで、いかなる条件が必要だろうか。ここで重要な基盤的条件として考えられるのが、②経済的側面（＝貨幣）と③人間関係などの社会的側面（＝他者）である。当然のことながら、「生きがい」のある人生にとって、最低限の②経済的条件（＝貨幣）と③人間関係（＝他者）は必要であり、それだけで必要十分ではないにしても、必要条件であることを否定する議論は見当たらない。ところが近年、メディア報道でも特集されているように、中高年シニア層にとってこの二点が容易には成立しなくなってきたのである。たとえば2009年10月6日～17日の読売新聞の連載「生活ドキュメント～しばむ老後」は、職探しに苦勞する高齢者や少ない年金（月4～6万円の国民年金など）を頼りにぎりぎりの水準で日々の暮らしをつなぐシニア世代を取り上げ、「生活苦と不安でつぶれそうになる日もあるが……どうにか生きている」（読売新聞2009年11月15日付朝刊）という声が「ひとごとではない」と大きな反響を呼んだ。また2010年1月31日のNHKスペシャル「無縁社会～「無縁死」3万2千人の衝撃」では、ここ数年に急増している「身元不明の自殺と見られる死者」や「生き倒れ死」を取り上げ、地域社会や家族・親族との絆（「地縁」と「血縁」）、また会社との絆（「社縁」）を急速に失いつつある日本社会の実情を照らし出した。これらのメディア報道は、はからずも中高年シニア層が現在いつ陥るかもしれない困難を、②経済的側面と③人間関係などの社会的側面という二点から浮き彫りにしている。当然こうした事実は、長びく日本社会の経済的低迷や、相対的貧困率が先進国

中二位の水準にまで悪化した格差社会の現実など、背景的な問題群と複雑に絡み合っているのだが、少なくともここで確認すべきことは、中高年シニア層が「生きがい」をもって生きていける最低限の条件を考えるうえで、近年（容易に成立しないがゆえに）ますます②経済的側面と③人間関係などの社会的側面という二点が重要になってきたという事実である。

以上をふまえて、ではなぜ中高年シニア層にとってコミュニティ・ビジネスが重要なのか、とあらためて問うてみれば、その答えはもはや明らかであるだろう。コミュニティ・ビジネスは、中高年シニア層にとって上記①～③のすべてを「同時に満たす」数少ない選択肢の一つだからである。つまり①コミュニティという生活空間の場で、②有償活動をとおして少額でも一定の金銭的収入を得ることができ、しかも③他者とのつながりや交流の機会となる、という三点が「同時に成り立つ」ということである。

このうち特に、②経済的側面を満たす意味は大きい。実際、先の読売新聞の特集でも「年金だけでは成り立たない」「せめて働く場所があれば」という声が目立ったように、年金プラスアルファを獲得できるか否かという問題は、現在の中高年シニア層にとって重大な課題である。実際、自治体やシンクタンク等による団塊世代を対象とした社会調査の結果によれば、60歳を過ぎてからも働きたいという人々はおよそ8割前後で、1か月に「5万～15万円」くらいの収入を望む声が多い、というデータが散見される⁶。コミュニティ・ビジネスは「ビジネス＝労働」であり、活動に参加することで一定の金銭的収入を得ることが可能である以上、こうした年金プラスアルファの収入を望むニーズにまさにマッチするといえる。これまで退職後の就労希望者を受け入れてきたのは主として企業であり、それ以外の可能性は困難であったが、このように地域社会の生活空間で年金プラスアルファの収入が得られるとすれば、中高年シニア層にとってコミュニティ・ビジネスの活動に参加するメリットはきわめて大きいものといえるだろう。と同時に、それは「労働」でありながら、強いられる仕事ではなく「余暇」の要素も合わせもつことから、他者とのつながりや人間関係など③社会的側面を満たす可能性も高く、また相性が合わなければ離脱することも比較的自由である。さらに付け加えれば、中高年シニア層にとって自己の就労経験などを活かしながら、①自らが生きるコミュニティを活性化し、サービスの提供を介して地域社会に利益を還元する広義の社会貢献活動に参加するということは、豊かな自己意識＝アイデンティティ感覚の享受にもつながるはずである。

コミュニティ・ビジネスの担い手は、たしかに上述のとおり、主婦層・元会社マン・学卒後の若者層をはじめ本来的には誰でもよい。しかし上記の文脈をふまえると、とりわけ中高年シニア層にとって、コミュニティ・ビジネスへの参加が「生きがい」の条件を多元的に構成するという意味で、魅力的で持続的なライフスタイルのモデルとして指摘することができるだろう。

3. 広く効果的な実現に向けた今後の課題

以上のようにコミュニティ・ビジネスは、中高年シニア層にとって魅力的で持続的なライフスタイルの一つだといえる。そのうえで重要なことは、中高年シニア層との関わりにおいて、コミュニティ・ビジネスが今後より広く効果的に実現されるために何が課題であるのかを明らかにすることである。この問題それ自体は、コミュニティ・ビジネス一般の活性化という現在進行形の課題と重なる以上、たとえば関東経済産業局によるコミュニティ・ビジネスの支援や中間支援組織（インターメディアリー）の構築を一例とする、行政的支援を含めた全社会的な取組みの一角に位置づけられるべき課題であるが、ここでは次の二つの選択肢について、つまり①コミュニティ・ビジネス「一般」の活性化に努めるか、または②中高年シニア層を担い手とするコミュニティ・ビジネスの活性化に「特化」するか、という優先順位の問題に限定して一定の考察を加えておきたい。

一つのエピソードを糸口にしよう。東京都世田谷区では 2007～2009 年にかけて、団塊シニア世代の地域回帰を見すえた「生涯現役プロジェクト」を実施した。退職して地域社会に回帰する元気な中高年シニア層をいかにして地域活動やコミュニティ活性化に結びつけるかという観点から、パンフレットの発行からウェブサイト「地域活動データベース」による情報提供、さらに地域のボランティア活動に参加すると PASMO（私鉄バス共通カード）にポイントが入るシステムの構築など、全国的にも注目を集めたプロジェクトであったが、結局、三年間で「ほとんど成果なし」（区担当職員）という失敗に終わった。その理由については、2006 年 4 月施行の「改正高齢者雇用安定法」により定年の現行 60 歳から 65 歳への引き上げ（雇用延長）により、予測された団塊世代の地域回帰が先延ばしされた点が指摘されている（区職員の話）。

だが本稿では、この点を当然ふまえつつも別の要因に注目したい。それは世田谷区の「生涯現役プロジェクト」が未だに「ボランティア」ベースで構想され、したがって「参加主体の側」の中高年シニア層に対してはもっぱらボランティアの担い手として呼びかけがなされ、「受け入れ側」の市民活動団体に対しては、主として情報提供の支援に終始し財政的支援などが行われなかった点である。この指摘をいいかえると、もしも「ボランティア」ベースではなく「コミュニティ・ビジネス」の推進という冒頭のパラダイム・シフトがふまえられていれば、事態は変わっていたかもしれないということだ。実際、区職員によれば、長びく不況や経済的低迷を背景として、シルバー人材センターや有償活動への参加については、むしろ中高年シニア層のニーズが近年ますます増加しているという（ただし「受け入れ側」の企業（たとえば清掃・タクシー業務など）や NPO では、中高年シニア層のニーズに比して提供できる仕事や有償活動が圧倒的に不足している旨）。要するに、区のプロジェクトとニーズとの間には、＜ボランティア＞と＜労働・有償活動＞という埋めがたい概念上のミスマッチが生じていたのであり、労働（再雇用を含む）や有償活動に対する「参加主体の側」のニーズがすでに存在する以上、区のプロジェクトで支援すべきだったのは、むしろ「受け入れ側」のコミュニティ・ビジネスの推進や活性化であったと考えられる。

そのうえで、ここから本節の議論にとって有益な視点が導かれる。それは世田谷区の

現状が示すように、「受け入れ側」の仕事や有償活動が中高年シニア層のニーズに比して圧倒的に少ないという事実に関わる。実際、世田谷区のような大都市近郊では、既存のコミュニティ・ビジネス（地域の中小企業や NPO など）において、すでに主婦層や元会社マンの男性、若者層などが担い手となり、新たに中高年シニア層を大幅に受け入れる余地は必ずしも多くない。地域住民の絶対数があまりに多く、担い手の候補者たちが競合してしまうからだ。ほかにも主婦層や元会社マンの男性、若者層がいる中で、あえて中高年シニア層だけを雇用する必然性はふつう考えにくい。だとすれば、中高年シニア層を担い手とするコミュニティ・ビジネスの成功事例についてその特徴とは何かと考えてみると、たとえばシニア SOHO 普及サロン・三鷹（NPO）の場合のように、当初から中高年シニア層を主要な担い手としていたケースが思い浮かぶ。実際、1999～2000 年の草創期からシニア対象のパソコン勉強会として出発した当 NPO は、現在では 50～60 代のシニア会員数百名に PC アドバイザー認定研修などを行い、地域のシニアが IT スキルを活かしてパソコン講師や他の事業の受託、ならびに新たなコミュニティ・ビジネスを起業・自立できるようなサービスを提供し、年間数千万円という事業規模で活動を展開している。このように大都市近郊（人口密集地域）におけるコミュニティ・ビジネスのモデルでは、中高年シニア層を担い手として期待する場合、当初から中高年シニア層に「特化」した戦略的運営を構想する必要があるということだ。この文脈に即して考えてみると、たとえば「60 歳以上の」中高年シニア層だけが働くコミュニティ・カフェやコミュニティ・レストラン、コンビニエンスストア、「企業 OB」による若者の就職支援活動なども格好の事例であり⁷、いずれにせよこの場合、当初から主要な担い手として中高年シニア層に「特化」したコミュニティ・ビジネスの活動モデル（＝ビジネス・モデル）を構築していくことが重要となる。

これに対して、地方都市や農村モデルではどうだろうか。たとえば今回の試行事業の一つとしてスローフードフェアを成功させた大分県の安心院町グリーンツーリズム研究会（NPO）の場合、担い手の中心となっているのは地元の「お父さんたち」「お母さんたち」、つまり中高年シニア層である⁸。同じく農村を母体とした栃木県の花農場あわの（有限会社）もまた、1999 年当時 50 歳の女性を中心に農家の「おかみさん」8 人で起業し、「採れたての新鮮な野菜とハーブでつくるフレンチとイタリアン」をベースに現在では県内外から年間 2～3 万人を集める盛況を見せている。また最近マスコミでもよく取り上げられる深谷シネマ（NPO）の場合も、50 代の退職後の男性がスタートした地方の映画館で、行政サイドの空き店舗活性化事業とリンクして軌道に乗り、現在では地元の中高年シニア層の交流の一拠点（たまり場）として、映画を契機としたまちづくりの一役を担っている⁹。このように地方都市や農村モデルの場合を考えてみると、コミュニティ・ビジネス「一般」を活性化すれば、結果として元気な中高年シニア層も直接的もしくは間接的に参加できる、という事実がある。

以上のように、コミュニティ・ビジネスの推進をめぐる優先順位という面から考慮すると、①大都市近郊（人口密集地域）モデルでは、中高年シニア層を担い手とするコミュニティ・ビジネスの活性化に「特化」する方向性、②地方都市や農村モデルでは、コミ

ユニティ・ビジネス「一般」の活性化に努めるという方向性という、いわば二段構えの戦略的施策が必要となってくるだろう。もちろんこれは優先順位の側面にすぎないのであって、コミュニティ・ビジネスはあくまで「ビジネス」である以上、そもそも起業時におけるニーズの掘り起こしや資本金・融資の問題、行政との連携や協働、さらに継続的運営のための経営収支の安定化に至るまで、つねに「ビジネス」それ自体に付随する一群の課題と向き合うことが必要となる。しかしながら現代社会の局面において、公的セクターに百パーセント依存するのではない形で市民が自発的で「継続的」な活動を行おうとするかぎり、多かれ少なかれ事業型の運営を行わざるを得ず、そのかぎりでもコミュニティ・ビジネスは特異な事例ではなく、むしろ理念型的なモデルを与えるものである。コミュニティ・ビジネスの推進や活性化それ自体は、地域再生という長年の課題ともあいまって今後の日本社会全体が取り組んでゆくべき課題であり、まずその絶対数そのものを増やすことで地域住民が参加する際の選択可能性を高めていく必要があるのだが、少なくとも中高年シニア層の社会貢献や「生きがい」との関わりにおいて考慮した場合、上記のように大局的には、①大都市近郊（人口密集地域）モデルと②地方都市や農村モデルという、地域の文脈に即した重層的戦略が必要になるといえよう。

小澤 考人

【文献】

- 細内信孝 1998 『コミュニティ・ビジネス』 中央大学出版部
- 編 2001 『地域を元気にするコミュニティ・ビジネス』 ぎょうせい
- 2006 『みんなが主役のコミュニティ・ビジネス』 ぎょうせい
- 2009 『コミュニティ・ビジネスのすべて』 ぎょうせい
- 関東経済産業局 2004 『コミュニティビジネス創業マニュアル』
- 2006 『コミュニティビジネス創出育成を通じた地域再生推進手法に関する調査研究』
- 2008 『行政とコミュニティビジネスのパートナーシップに関する調査研究』
- 内閣府 2004 『平成 16 年度版 国民生活白書』
- 西垣通 2001 『IT 革命』 岩波書店
- 奥野卓司 2000 『第三の社会』 岩波書店
- 小澤考人 2008 「団塊世代の社会参加をめぐる取組みの現状と社会的布置」『余暇学研究』 11 pp.26-36
- 瀬沼克彰 2006 『高齢余暇が地域を創る』 学文社
- 2008 『シニア余暇事業の展開』 学文社
- 千葉市・千葉大学 2007 『千葉市「団塊世代」の起業意識とその支援のあり方について』
- 牛山久仁彦 2003 「市民運動の変容と NPO の射程」『社会運動』 東京大学出版会 pp.157-178
- http://www.nri.co.jp/news/2005/051118_1.html (野村総研 NEWS RELEASE)

¹ 本稿では、主に元気な 50 代以上の年齢層をさして「中高年シニア層」と呼び、団塊世代の動向は今後そのフロンティアを示すと位置づけている。従来、元気な高齢者をさして「前期高齢者」という呼称が存在したが、主に介護の要不要を尺度とするこの概念は本稿の文脈にとって適切ではない（小澤[2008]）。

-
- ² この点については、国立国会図書館所蔵で「コミュニティ・ビジネス」をタイトルに含む論文・書籍を検索してみると一目瞭然である。1990年代末から2009年現在まで、論文は計503件、書籍は計108件ヒットする。
- ³ たとえば神奈川県では、コミュニティ・ビジネスの創出促進にあたり、2004年度から「神奈川県コミュニティビジネス創出支援実行委員会」を組織しさまざまな支援策を実施している。
- ⁴ コミュニティ・ビジネスの定義は、もともと提唱者の細内信孝氏による規定にもとづき（細内[1998]）、他の一連の著作やセミナー、行政文書などを介して、現在では広く一般的に受容されている。
- ⁵ このように、コミュニティ・ビジネスの「新しさ」が対象の実態よりもコンセプトの次元にあるという点については、細内信孝氏の説明からも明確に伺い知ることができる（細内[2006:7]などを参照）。
- ⁶ たとえば千葉市と千葉大学の共同研究（2006年実施「千葉市「団塊世代」の起業意識とその支援のあり方」、団塊世代を対象に2082票を配布、団塊世代の男性524人、配偶者420人が回答）によれば、60歳を過ぎてからも働きたい人は80.5%で、仕事の希望形態としては、「企業や団体などで働く」（41.8%）、「好きなときに働ける仕事をする」（31.6%）、が大きな割合を占めている。またコミュニティビジネスを起業したい、もしくはその活動に参加したいと考える人々のうち、活動希望日としては「週3~4日」が最も多く46.7%、次いで「週1~2日」が34.8%であり、また希望収入額としては、「月10~15万円未満」が最も多くて30.9%、次いで「月5~10万円未満」が21.2%であった。
- また野村総合研究所による2005年「団塊世代のセカンドライフに関するアンケート調査」（全国55歳以上60歳未満の会社員・公務員500人を対象）の分析結果によれば、60歳を過ぎてからも仕事を続けたいと考えている人は78.2%で、その理由としては、①「経済的理由や生活資金のため」（60.9%）、「小遣い稼ぎのため」（19.9%）と、②「心身をなまらせないため」（62.7%）、「生きがいややりがいのため」（48.1%）、「もっと社会に役立ちたいため」（30.2%）、というように大きく二系列が見られる。また仕事の希望形態としては、「これまでの会社で定年延長」（39.4%）とともに、「パートやアルバイトなど時間ベースで働きたい」（15.9%）、「自分自身や仲間起業してみたい」（15.1%）、「他の会社で契約社員などの形で働きたい」（14.6%）が大きな割合を占めている。
- ⁷ たとえば大阪府のNPO法人アクティブ・エイジングは、会員の企業OBたちが就労経験から得た知識・技術・経験を社会に還元すべく就職支援情報の提供事業を行い、主に若者の就職活動サポートを行っている。また近年、全国的にコミュニティ・カフェやコミュニティ・レストランを作る動きが見られるが、たとえば社団法人・長寿社会文化協会はシニア会員によるコミュニティ・カフェの全国的な展開を支援するため、ネットワーク（コミュニティ・カフェ全国連絡会）を設立しそのサポート体制を整えている（細内[2006:11-25]、瀬沼[2008:59-66]）。
- ⁸ 安心院町グリーンツーリズム研究会は、2004年にNPO法人を取得。もともと大分県グリーンツーリズム研究会が2002年に旧17市町村の協力で成立し、二年後にNPO法人を取得したことを受けて、その安心院支部という形態を取る。2006年現在16件の農家で民泊の常時受け入れが可能だという。
- ⁹ 深谷シネマを運営するのはNPO法人市民シアター・エフで、当時52歳の退職後の一男性が2000年に設立した。当初の「フクノヤ劇場」は9か月で閉鎖したが、2002年に開設した「深谷シネマ チネ・フェリーチェ」は軌道に乗り、50世紀の映画館は2008年現在で月間2500~3000人を集めるという。