

⑤ 成熟した郊外を支えるコミュニティビジネス

■吉田洋子・古居みつ子

1 なぜ郊外でコミュニティビジネスが 必要なのか

成長期の横浜の郊外の住民構成は「働き盛りのサラリーマン」と「子どもを抱える専業主婦」といった構造であったが、郊外が成熟化する中で、住民の中心世代はリタイヤした元サラリーマンと子どもの手が離れた専業主婦に変わりつつある。今後は時間的に「ゆとり」のある層が増加することが予測され、地域社会でいかに豊かに時間を過ごすかが大きなテーマになる。しかし、一方で、成熟する郊外では、少子・高齢化や人口減少などによって地域に住み続けるための生活環境を維持することが切実な課題としてクローズアップされてくる。その中で、住機能に特化されている横浜の郊外部でこれらの生活課題に対応した活動が求められてくるのは必至である。

そこで、期待されるのが、地域（コミュニティ）で住民相互が豊かに時間を共有する行為がそれぞれが、新たな就労の場や生産性を生み出す活動へと発展してゆくことである。このような活動をコミュニティビジネスと定義付ければ地域のニーズに対応して、地域住民自身がサービス供給の主体となり、相互に顔

の見える関係の中で営業する職任一体的な事業である。企業の経営感覚を持ちながらも、利益を追求するよりは、持続可能な地域社会の実現を目指すものであるといえよう（図1）。

現実に横浜の郊外部では、福祉サービスの分野をバイオニアしながら、このようなコミュニティビジネスの事例がいくつも生まれてきている。以下では、具体的な事例を通じて成熟した郊外部における住民ニーズとコミュニティビジネスの現況について考察してみよう。

2 郊外の住民ニーズと コミュニティビジネス

① 子育てサポートビジネス

横浜郊外部の専業主婦の女性は、概して高学歴であり、また、子どもの数も少ない。

働く意欲を持ち、働ける環境にある女性が多いにもかかわらず、実際には子育て後では雇用の年齢制限を越していたり、需要と供給とのミスマッチで、働いていないケースがままある。

同時に、郊外に住む子育て中の母親は、気軽に相談できる相手が身近にいないことから

ちよつとした相談を行政に持ち込んだり、ストレスが溜まり子どもに対する暴力に向かうケースが中心市街地に比べて多い傾向にある（注1）。今後、郊外部がいよいよ高齢化し、子どもを持つ層が地域の中で限られてくると、家事サービスの援助、精神的なフォローなど孤立する子育て世代をサポートするための社会的な仕組みが地域の中でますます必要になってくるだろう。

こうした社会的ニーズに対応するために生まれたのが、「オフィスポケット株」（注2）に見られるような子育て経験を持つ主婦が中心になって立ち上げた子育て・家事代行サービス事業である。このタイプの事業の魅力的なところは、「子育てや家事について、若い世代に色々な知恵を伝えて行きたい」というサービス供給側の意向と「身内に気疲れしながら頼むより、プロの子育て家事支援者にござとい時は頼みたい」という依頼者側のニーズがうまくかみ合えば、子育て中の女性のサポートと子育て終了後の女性の就労の場の確保という一石二鳥の効果が期待できる点にある。

② 高齢者へのサポートビジネス

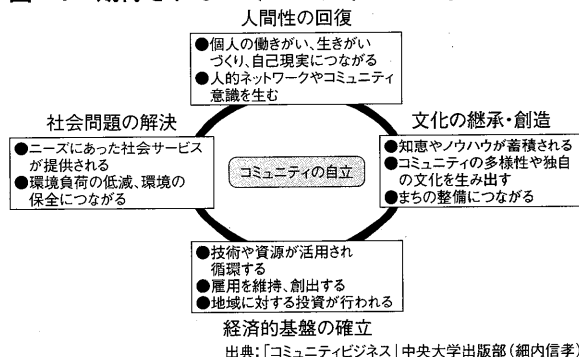
郊外部においてはお年寄りの居場所がない

1 なぜ郊外でコミュニティビジネスが必要なのか

2 郊外の住民ニーズとコミュニティビジネス

3 コミュニティビジネスの可能性と発展

図-1 期待されるコミュニティ・ビジネスの効果



という声もよく耳にする。

郊外部でも農家の場合は大家族で住んでおり、高齢者も畑仕事や孫の相手など役割を持つて結構忙しい。

しかし、サラリーマン世帯の場合は、男性の場合特に、地域と全く関わりを持たないまま高齢化していたり、また、地方から呼び寄せられたまま地域になじめない孤独な高齢者の問題も存在している。

特に介護保険の対象とならない場合には、諸サービスとのかかわりが少なく、家族だけの対応にも限界がある。また、一人暮らしの比率も上がり、孤独になりがちな高齢者に対する、生きがいづくりや生活支援サービスは今後いよいよ重要になってくるだろう。

このようなニーズに応えるためにグループ「たすけあい」(注3)のような相互扶助を基本にすえた地域福祉型コミュニティビジネスが産まれてきている。グループ「たすけあい」は、「してあげる」「される」関係ではなく、会員相互が対等な立場で必要なサービスを交換しあう中で高齢者や障害をもっている人も住みつけられるまちづくりを理念としている。すなわち、高齢者が一方的にサービスを受ける対象ではなく、自らの知恵や技能を提

供することで働く場を創り出すことを大きな目標としており、事業を通じて社会的な役割と生きがいを持つことができる仕組みづくりがなされている。

3 「コミュニティビジネスの可能性と発展

以上、見てきたとおり、コミュニティビジネスの本質は、本来、地縁・血縁の共同体が担ってきた地域生活課題を、対価が発生する対等な人間関係によって代替するところにある。むしろ地縁関係よりは、世話をする側も、される側も自立した同志の新しい暖かい人間関係が生まれていく。同時に、サービス供給主体の動機が「豊かな時間の共有」にあるため、社会的公益性を持った形でサービスの提供が行われる可能性も高い。それだけに、これまでの郊外部のコミュニティビジネスは、子育てが終了した主婦が中心に起業してきた例が多かったが、これからは定年後の男性や若年層の参画も十分に期待される分野である。

それに応じて事業運営のあり方も地元企業や専門家、行政も含む多様な主体との連携の可能性も開けてこよう。

例えば、現在でも男性が中心になって担う買い物や通院、在宅福祉施設などへの送迎を支援する手軽な交通・移動手段はコミュニティビジネスとして多く取り組まれている。

さらに、①団地内での住み替えや、空き部屋を活用した公益的施設の導入やその管理・運営等。②戸建ての住宅地での店舗、小規模な福祉関係のサービス施設、地域活動のための事務所等の整備。③居住世帯の高齢化にあわせ地域の工務店や設計事務所と連携した住宅改修する仕組みづくり。④後継者の居ないまま荒れていってしまう樹林の管理や畑の活用についての農家との共同事業などが考えられる。

このような多様な主体による、様々な生活場面でのコミュニティビジネスの運用が横浜の郊外部に広がってゆけば、少子高齢化、人口減少によって維持しにくくなるコミュニティに活力をもたらし、「地域の身の丈」にあった経済循環を生み出す大きな原動力になるであろう。これによって私たちの横浜は、新しい職住一体型の成熟都市のモデルとして、二十一世紀も輝き続けるに違いない。

△横浜郊外生活研究会▽

図-2 成熟した横浜の郊外を支えるコミュニティビジネス

