【提言】

「ダンディ適塾」

社会ネットワーク創造の核となるサードプレイス

平成 30 年（2018 年）3 月

サイバー適塾　第 16 期　関西の活性化グループ

はじめに..... 1

1.　日本及び関西が抱える社会的問題と課題..... 5
　①　益々進展する日本の高齢化
　②　課題は高齢者の潜在的活力を地域として活かすこと

2.　セカンドライフの期待と実態のギャップ及びその原因..... 13
　①　セカンドライフへの期待
　②　不満を抱えるセカンドライフの実態
　③　社会ネットワークの喪失

3.　社会ネットワークの重要性..... 19
　①　企業によるライフプラン研修
　②　社会ネットワークと生命
　③　社会ネットワークと消費

4.　関西の活性化のための提言の方向性..... 23
　①　「活性化」の定義
　②　メインターゲット
　③　活性化を促す「仕掛け」に必要な機能

5.　提言　～『ダンディ適塾』の創設～..... 30
　①　ダンディ適塾とは
　②　カリキュラム概略
　③　ダンディ力養成コース
　④　ダンディ力実践コース
　⑤　組織構成・運営
　⑥　入塾資格要件
　⑦　期待する直接効果及び波及効果

おわりに..... 44

Appendix..... 45
参考文献等..... 47
メンバー表..... 50

はじめに

高齢社会化・人口減少、アジア諸国との競争、科学技術・産業技術の進歩など、我々を取り巻く社会の変化は益々その規模を大きくし、速度を上げている。

我々関西の活性化グループは、こうした変化へ対応できる社会こそが、次世代に生き残る社会だと考える。そのためには、多様な人々が結びつき、互いに交渉し、恒常的に「化学反応」が起きる社会でなければならない。

Dog Year[1]と言われて久しい社会において、限られた少数の「的（まと）」に大量の資源投入を偏在させるリスクは極めて大きい。多様で異なる小規模の「的」が多数生まれる社会であれば、その一部が変化によって絶滅しても、生き残った「的」が複製と変異を通じて増殖し、社会を支える力となる。

一つ一つの規模は小さいが、ピースミール・エンジニアリング[2]の発想に倣えば、分権的で分散的な小さな活動の集合体の問題解決能力は大きいのである。

「的」を生み出す活動の担い手は、言うまでもなく、人間である。

昨今、関西活性化策として、例えば万博や IR などの「ハード」の「的」が着目されるが、重要なのは「ソフト」としての人間の活動である。人間の活動を通じて小規模の「的」が恒常的・持続的に増殖する社会であれば、仮に「ハード」としての「的」が一時のブームに終わって形骸化・絶滅しようと、活力を産み続けるサイクルは脈々と引き継がれていくであろう。

上記観点から、我々関西の活性化グループは、「人間」に着目し、関西の「活性化」を以下の通り定義した上で、その実現のために、「ダンディ適塾」の創設を提言する。

- ■ 人間が「生」への強い意思を持ち活力に溢れた人生を送ることができる（「生」の活性化）
- ■ 活性化された多様な「生」が地域内で結びつくことで、域内にこれまでにない新しいアイデアや仕事を連続的に生む
- ■ 生み出された新しいアイデアや仕事が、地域の持続的な経済成長・社会発展を実現する

我々の狙いとする「的」は、人間の「生」そのものである。

ここでいう「生」とは、単純に「生命」という意味ではなく、社会との繋がりを意識しつつも、「自分らしい生き方」あるいは「自己実現」をするという意味である。

また、活力に溢れた人生とは、健康であり、意欲的に働き、学びに対して貪欲であり、活発に消費活動を行うということである。

---

[1] 通常 7 年で変化するような出来事が 1 年で変化すると捉える、情報技術分野における革新のスピードを表す概念

[2] 小さな問題を一つ一つ解決していくことである目的を達成しようとする社会科学の方法

人間は誰もが充実した人生を送りたいと思うものであり、自身の生きる意味を追い求めて、「自分らしい生き方」「自己実現」を願うものである。「自己実現」へ向けて前向きに生きることができなければ、人間がその活力を十分に発揮することはできないであろうし、多くの人々がその活力を発揮できない社会は、「活性化された社会」とはいえないであろう。

我々は、「関西の活性化」のために、先ずは関西地域の誰もが、「生」への強い意思と、これを前提とした活力を発揮すること、つまりは「生」の活性化を目指す。また、こうして活性化された「生」が、地域内で結びつくことが必要であると考えている。

加えて重要なのは、地域全体の知的能力（創造力や革新力）の向上である。

関西は、東京や海外発の情報への依存度が高い上、それらの地域の消費地、そして人的資源供給地となってしまっているのが実態である。

先の社会変化に対する持続的な対応の必要性と合わせ、こうした実態を打破し、関西地域が若年層をも惹き付ける真の魅力ある街になるためには、関西から新しい価値ある情報を生み出す必要があり、そこに知的能力の向上という要素は必須と考えるのである。

そして、今回我々が活性化のメインターゲットとしたのが、メンズシニア[3]である。

現代のシニアは、概して労働意欲・学習意欲が高く、健康寿命もリタイア年齢と比較して長く、金融資産も相応に保有している。我々のいうところの活力を潜在的に十分に備えている。また、リタイア後の「自己実現」、つまりは「生」へ向けた強い意思や期待も大きいものと考えられる。

しかしながら、後述の通り、特にメンズシニアはリタイア後には家に引き篭もりがちであり、「生きがい」を感じられていないという実態がみられる。

「生きがい」とは「生」の表現そのものである。

「生きがい」を感じられていないということは、「生」への意思が実現できず、活力が十分に発揮されていないということになる。

では何故、「生きがい」を感じられないのであろうか。

我々は、リタイアによる「社会ネットワーク（社会との繋がり）の喪失」にこそ、その原因があると考える。

多くの日本人男性は、会社員の間、「自宅と会社の往復」が中心の社会生活を送る。最も重要な、あるいは唯一といっても過言ではない社会との繋がりの場は、会社である。

この社会ネットワークがリタイアによって喪失すると、多くの男性が戸惑いをおぼえ、孤立を深めてしまうのである。これによって「生」への強い意思が切り離され、「生きがい」追求の機会を逸しているのである。

---

[3] 本提言では、「50 歳以上」を指して「シニア」と呼称する

また、長いサラリーマン生活は知的熟練の熟成期間でもあった。

それが突然会社組織との繋がりを失い、「未活用」になるのは、目には見えにくいかもしれないが、疑いようもない社会的損失である。

個人が主体性をもってアクティブに活動し、自分で次の繋がりを探し、作り上げることができれば、問題とはならないであろう。しかし実際は前述の通り、本人は何もせず自宅に引き篭もるケースが多いのである。

我々は、直接的には関西という地域の活性化を目的とするが、その活動の担い手である人間が「生きがい」を持てず、幸せを実感できないことを看過できない。

リタイア後の高齢者の第 2 の人生が暗く精気も無ければ、本人が不幸であるだけでなく、そうした地域・社会は若者からも敬遠され、一層の東京集中を促すものとなろう。

ダンディ適塾は、社会ネットワークを（再）構築し、関西経済を牽引できるだけの創造力や革新力をもつことに加え、そこに生きる人間の「生」を活性化するのである。社会ネットワークの（再）構築にとって鍵となるのは、繋がりの再生であり、今まで結び付いたことの無いノード（結節点）同士の繋ぎ直しである。

ダンディ適塾は新たな出会いを演出する。それは、そこに参加（入塾）する人間同士の出会いかもしれないし、塾生と講師の出会いかもしれない。抽象的には、講座で学ぶ内容との出会いかもしれない。我々は、学びを通じて過去の偉人やその足跡とも繋がることができるからである。繋がり・出会いを通じた「化学反応」は、人間の知的・精神的興奮を触媒とするが、その興奮はまた新たな繋がり・出会いが媒体となって人の内側から溢れ出る。ダンディ適塾は、こうした「化学反応」を促すサードプレイスの役割も果たすのである。

ダンディ適塾が実際に稼動し、上記のような効力を持続的に発揮することができれば、ダンディ適塾から輩出された人材が社会ネットワークの新たなノードを自己形成し、繋ぎ直しを通じて社会ネットワークを不断に更新していく。ノードの中には新たなサードプレイスもあるかもしれない。ダンディ適塾は、入塾要件が課された硬派なサードプレイスだが、entry と exit の自由な緩やかなサードプレイスもあっていい。サードプレイスのあり方も多様であることが、個人の選択の幅を広げ、個性が活かされる可能性を広げる。ここまでくれば、シニアに限定されない様々な世代を巻き込んだ活力ある社会を有した関西が確立しているはずである。我々の提言する関西の活性化は、個人と社会が共に活かされる（都市間競争に負けず、それでいて悲壮感は無い）活性化案である。

本提言は、「ハードに依拠した的」を通じた活性化策ではない。

ダンディ適塾は、「的そのものが自然発生的・継続的に豊富に生まれる社会ネットワークを創造する核」となることを目的とし、変化への適応力をもった社会を生み出す提言なのである。

本提言は、以下の通りの構成としている。

1. 日本及び関西が抱える社会的問題と課題

1 章では、日本そして関西が抱える構造的問題である高齢化の状況について概観した上で、高齢社会と真正面から向き合うべきであるとの考えを示す。

その上で、高齢者そのものの潜在的活力を生かすことで、活性化の起爆剤としうるという我々の考えを表明する。

2. セカンドライフの期待と実態のギャップ及びその原因

2 章では、リタイア後の「生」への強い意思及び「生きがい」への大きな期待と、セカンドライフの実態との間に、大きなギャップが存在することを説明する。そして、その原因が「社会ネットワークの喪失」にあるとする我々の考えを示す。

3. 社会ネットワークの重要性

3 章では、活力の発揮のために社会ネットワークがいかに重要であるかを説明する。社会ネットワークを充実させることが、「生命（健康）」や「消費意欲」といった活力の向上にとっても重要であることを示す。

4. 関西の活性化のための提言の方向性

4 章では、我々の提言の方向性を、「「活性化」の定義」・「メインターゲット」・「活性化を促す仕掛け」という 3 点から説明する。

我々の提言における「「活性化」の定義」は以下の通りである。

- ■ 人間が「生」への強い意思を持ち活力に溢れた人生を送ることができる（「生」の活性化）
- ■ 活性化された多様な「生」が地域内で結びつくことで、域内にこれまでにない新しいアイデアや仕事を連続的に生む
- ■ 生み出された新しいアイデアや仕事が、地域の持続的な経済成長・社会発展を実現する

また、「メインターゲット」は「50～70 歳」の「メンズシニア」である。

そして、「活性化を促すために必要な機能」という観点から、以下 4 点について説明する。

- ■ 新たな社会ネットワーク拠点としてのサードプレイス機能
- ■ 生きがいを提供する機能
- ■ 知的討論の場としての機能
- ■ 地域への波及を目指す機能

5. 提言　～『ダンディ適塾』の創設～

5 章が我々の提言である「ダンディ適塾」の説明である。ダンディ適塾の概要やカリキュラム概略、コース内容、組織構成・運営、運営資金、入塾資格要件、ダンディ適塾を通じて期待する効果、といった点を説明する。

1. 日本及び関西が抱える社会的問題と課題

① 益々進展する日本の高齢化

関西の活性化を志向するにあたって、その前提として認識しておかなくてはいけない問題がある。それが日本全体の高齢化である。

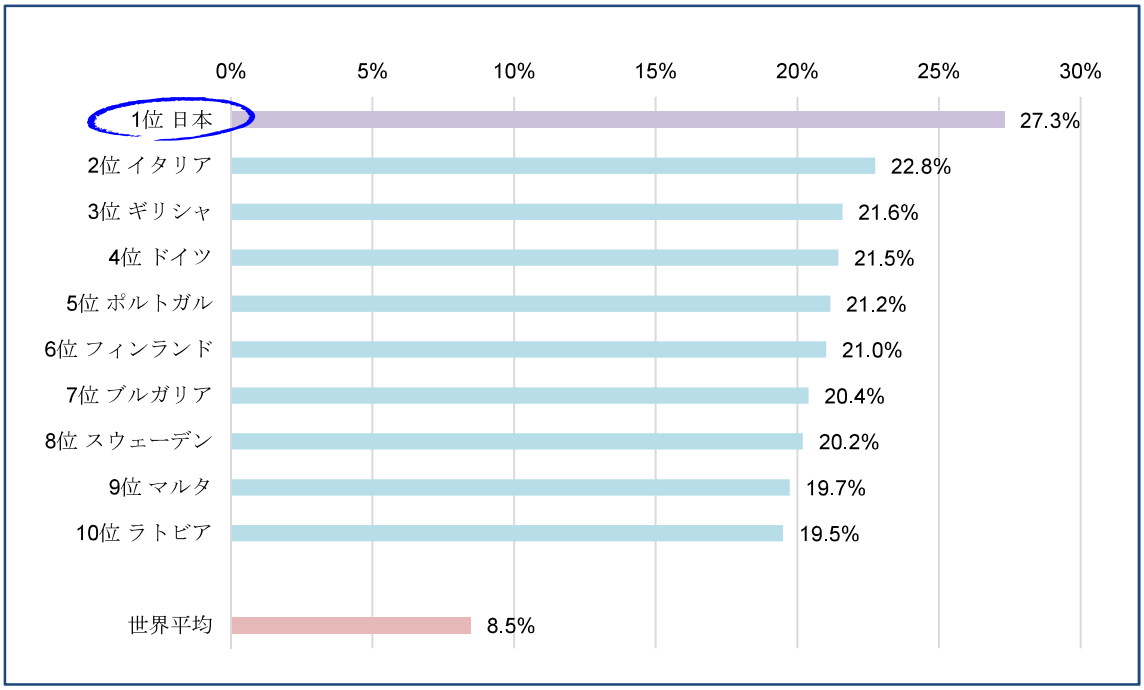
日本の高齢化率は平成 28 年 10 月時点で 27.3%に達している。本水準は、同様に高齢化が進展していると言われるイタリアやギリシャといった欧米各国を大きく上回り、世界最高水準である。（図表 1-①、②）

また、既にピークアウトしている総人口は減少しつつあり、今後とも高齢化率は右肩上がりの上昇が見込まれている。2050 年には、日本の高齢化率は 37.7%にまで達する見通しである。（図表 1-③）

図表 1-①　日本の高齢化の現状[4]　（単位：万人）

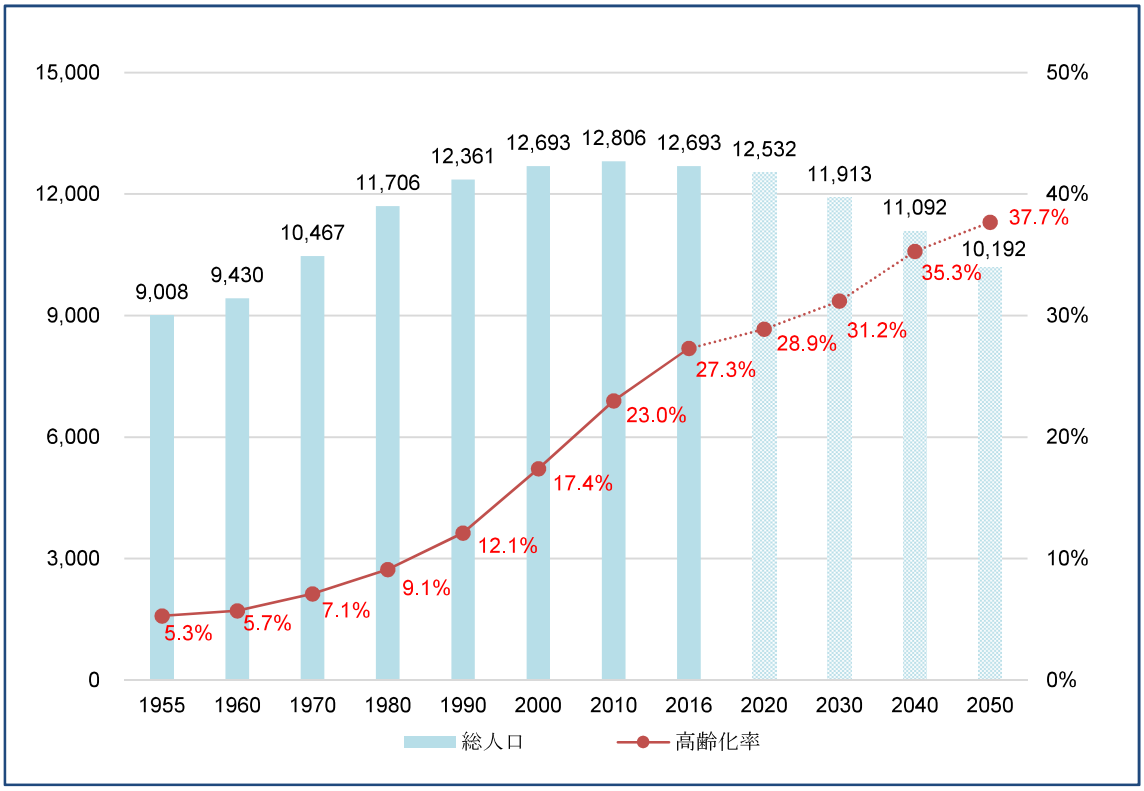
	男性	女性	合計
総人口	6,177	6,517	12,694
高齢者人口（65 歳以上）	1,500	1,959	3,459
高齢化率（高齢者人口÷総人口）	24.3%	30.1%	27.3%

図表 1-② 世界高齢化率ランキング[5]



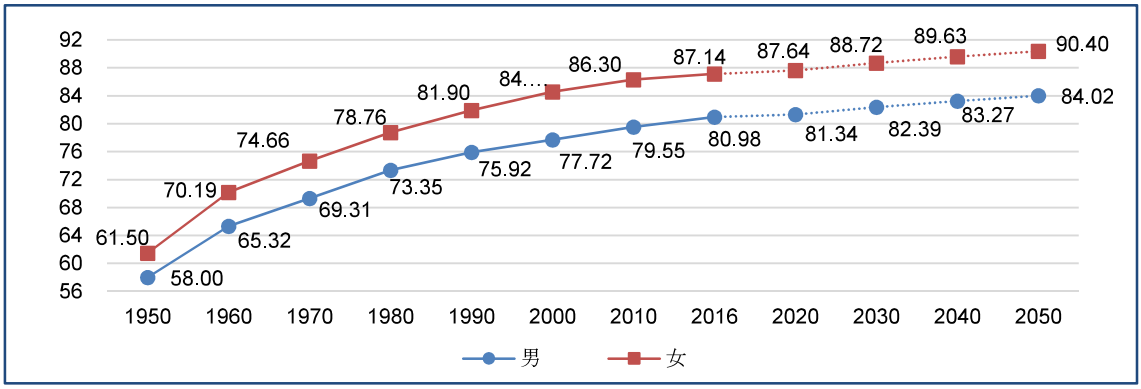
[4] 出典：総務省「人口推計」（平成 28 年 10 月 1 日確定値）。『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成
[5] データ基準：2016 年。出典：Global Note「世界の高齢化率（高齢者人口比率）国際比較統計・推移」。日本の数値は、総務省「人口推計」（平成 28 年 10 月 1 日確定値）。『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成

図表 1-③　日本の総人口及び高齢化率の推移[6]　（単位：万人）



一方、日本の平均寿命は 2016 年時点で男性 80.98 歳、女性 87.14 歳に達しており、共に香港に次いで世界第 2 位である。平均寿命は今後更なる上昇が見込まれており、2050 年には男性は 84.02 歳、女性 90.40 歳に達する見通しである。（図表 1-④、⑤）

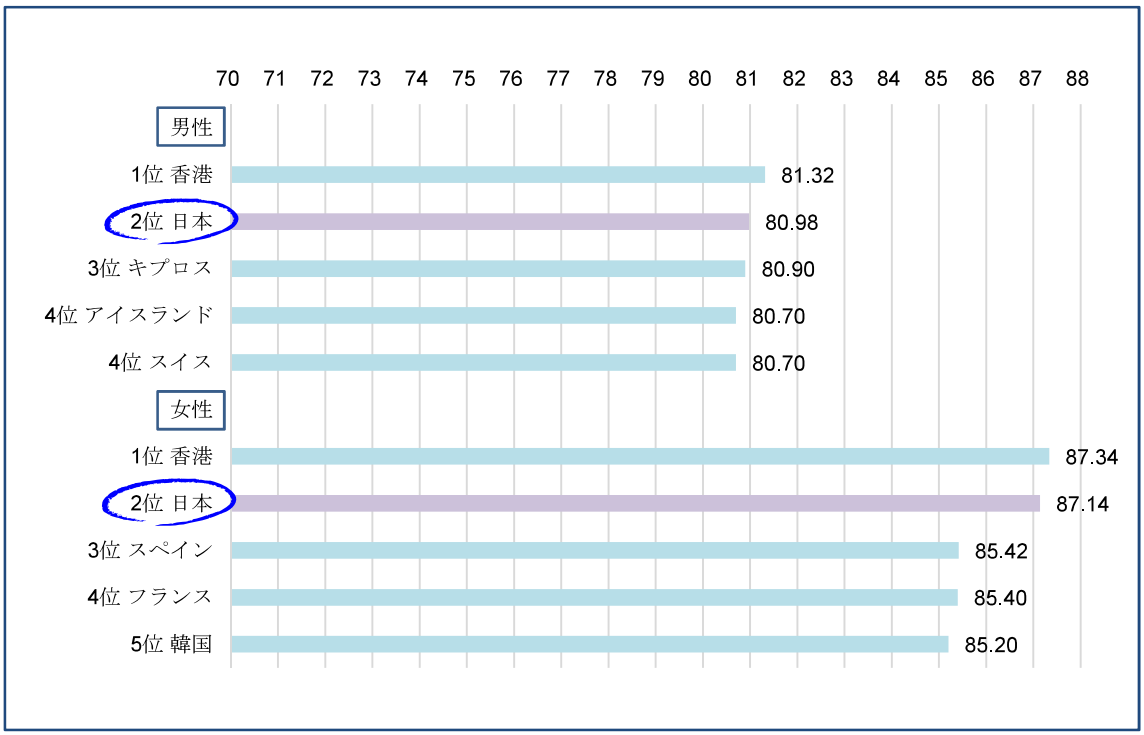
図表 1-④　日本の平均寿命推移[7]　（年齢）



[6] 2020 年以降は推計値。出典：総務省「国勢調査」、総務省「人口推計」（平成 28 年 10 月 1 日確定値）、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成 29 年推計）。『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成

[7] 出典：厚生労働省「簡易生命表」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成 29 年推計）。『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成

図表 1-⑤　国別平均寿命ランキング[8]　（年齢）



当然ながら関西圏も例外ではなく、関西エリア 2 府 4 県合計の 2015 年の高齢化率は 26.5%であり、今後も上昇することが見込まれる。（図表 1-⑥、⑦）

関西の活性化検討にあたっては、この高齢化の問題は避けられないと考える。

図表 1-⑥　関西エリアにおける高齢化の現状[9]　（単位：千人）

	大阪	兵庫	京都	滋賀	奈良	和歌山	関西合計
総人口	8,839	5,535	2,610	1,413	1,364	964	20,725
高齢者人口（65 歳以上）	2,278	1,482	703	338	389	296	5,486
高齢化率	26.1%	27.1%	27.5%	24.2%	28.7%	30.9%	26.5%

図表 1-⑦　関西エリアにおける 2040 年の高齢化見通し[10]　（単位：千人）

	大阪	兵庫	京都	滋賀	奈良	和歌山	関西合計
総人口	7,454	4,674	2,224	1,309	1,096	719	17,476
高齢者人口（65 歳以上）	2,685	1,700	809	429	417	287	6,327
高齢化率	36.0%	36.4%	36.4%	32.8%	38.1%	39.9%	36.2%

[8] 出典：厚生労働省「平成 28 年簡易生命表」より作成
[9] 出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（平成 25 年 3 月推計）、『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成
[10] 出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（平成 25 年 3 月推計）より作成

② 課題は高齢者の潜在的活力を地域として活かすこと

前述の通り、我が国は超高齢社会に突入しており、今後それが進展していくことが見込まれる。

こと高齢社会というと、年金や医療費、社会保障費などのコスト面が悲観的に着目されがちである。また、「いかに出生率を上げるか」、「いかに若者を増やすか」といった点に活性化の注目が集まりやすい。

一方で、我々関西の活性化グループは、関西の活性化策を検討するにあたって、高齢社会やその更なる進展と真正面から向き合うべきではないか、そして、高齢者そのものの潜在的活力を活かすことで、地域活性化の起爆剤とし得る、と考えるに至った。

高齢者は、決して「コスト」ではなく、社会の「資産」なのである。

以下では、我々が考えるところの潜在的活力として、高齢者の健康、労働意欲、学習意欲、消費意欲の 4 点をみていく。

■ 健康に対する現状分析

日本老年医学会は、「65 歳以上」が一般的とされる高齢者の定義を、以下の通り変更することを提言している[11]。

- 65～74 歳：准高齢者　准高齢期（pre-old）
- 75～89 歳：高齢者　　高齢期　（old）
- 90 歳～　：超高齢者　超高齢期（oldest-old、super-old）

その理由としては、以下の通り説明されている。

「現在の高齢者においては 10～20 年前と比較して加齢に伴う身体的機能変化の出現が 5～10 年遅延しており、「若返り」現象がみられています 。従来高齢者とされてきた 65 歳以上の人でも、特に 65～74 歳の前期高齢者においては、心身の健康が保たれており、活発な社会活動が可能な人が大多数を占めています。」

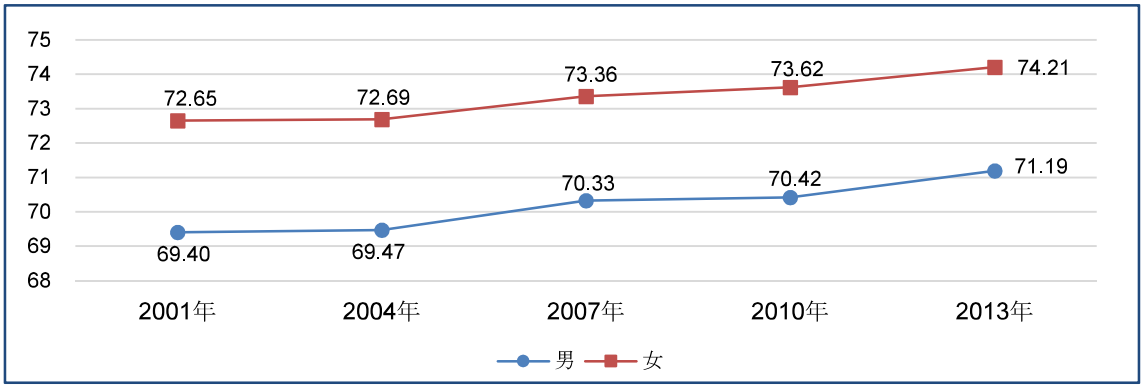
実際に、全国平均の健康寿命は伸び続けており、2013 年時点で男性が 71.19 歳、女性が 74.21 歳に達している。60～65 歳の定年で「リタイア」してしまうのは勿体無いほど、現在の高齢者は元気なのである。（図表 1-⑧）

また、関西 2 府 4 県の健康寿命をみても同様である。リタイア年齢である 60～65 歳を大きく上回る健康寿命を保っている。（図表 1-⑨、⑩）

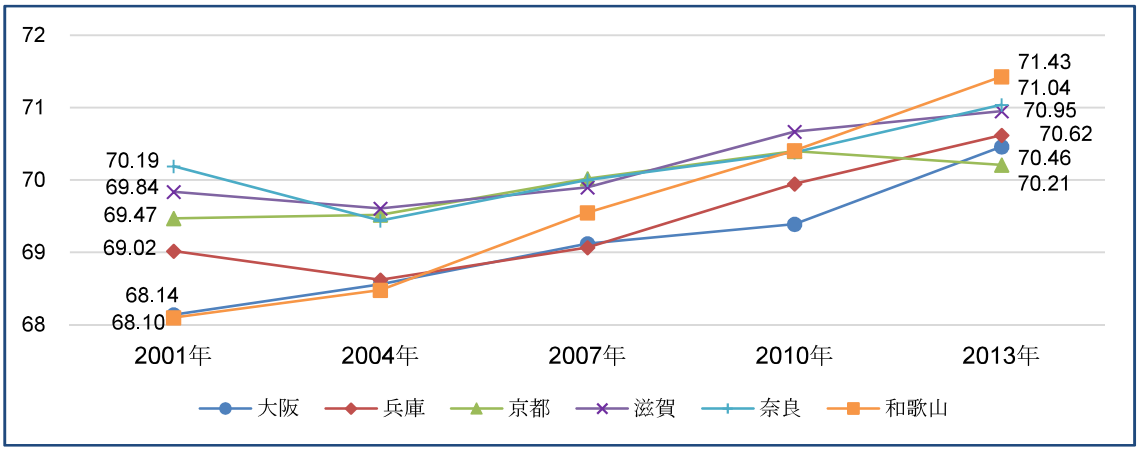
現代の高齢者は、10～20 年前と比較しても健康面での活力が増しているのである。

[11] 出典：日本老年医学会「高齢者の定義と区分に関する提言」

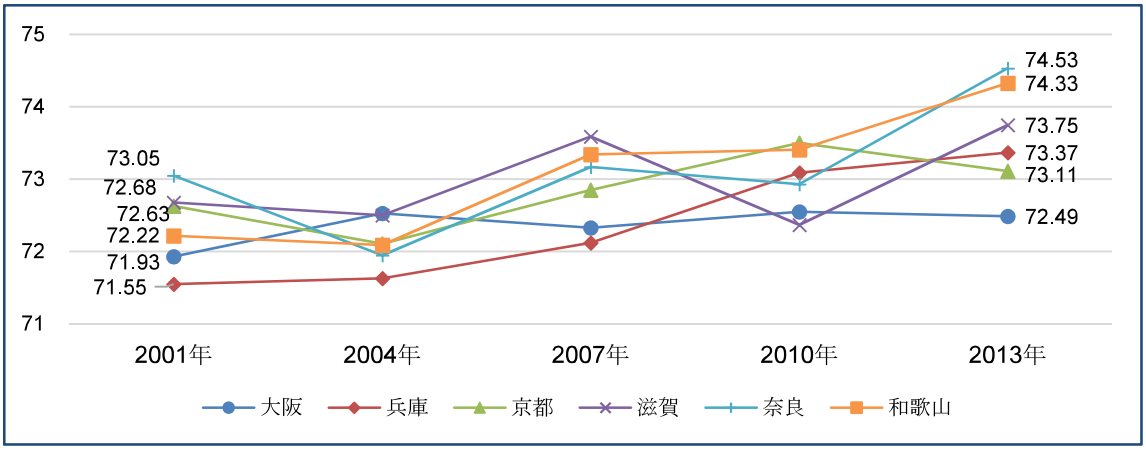
図表 1-⑧　全国平均健康寿命の推移[12]　（年齢）



図表 1-⑨　関西 2 府 4 県の男性健康寿命の推移[13]　（年齢）



図表 1-⑩　関西 2 府 4 県の女性健康寿命の推移[14]　（年齢）

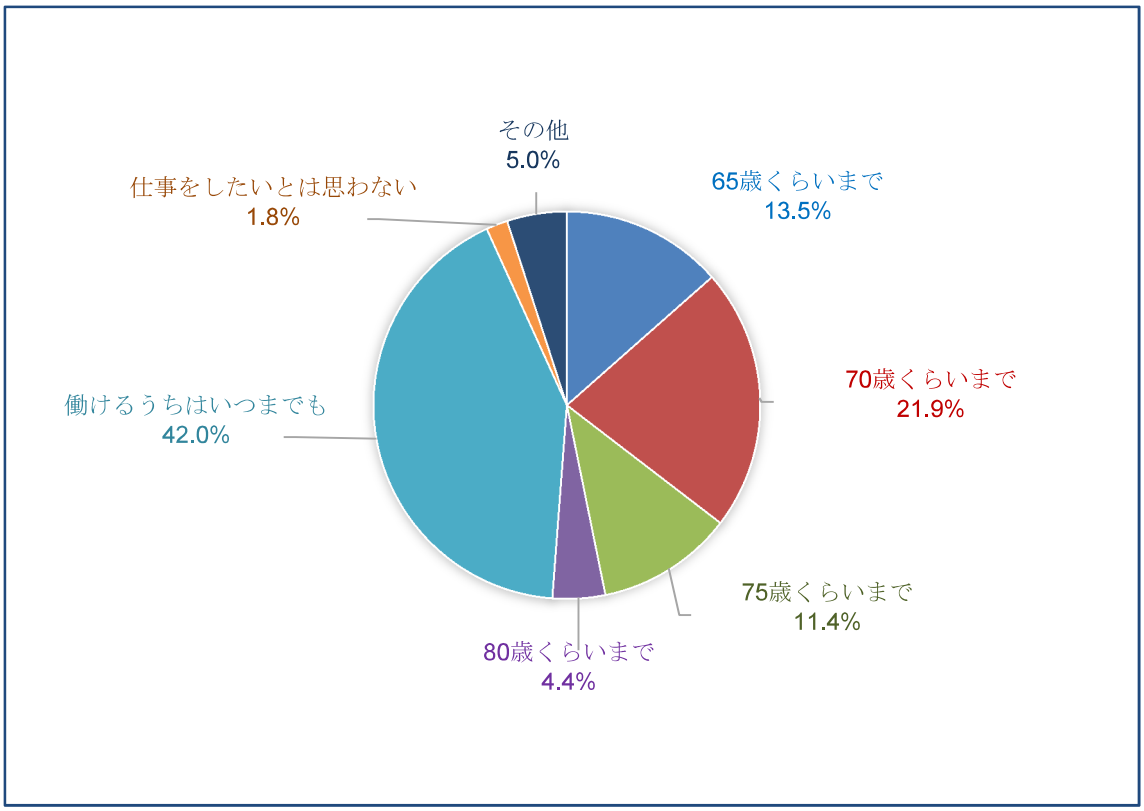


[12]「健康寿命」とは「日常生活に制限のない期間の平均」。出典：厚生労働科学研究「健康寿命のページ」より作成
[13] 出典：厚生労働科学研究「健康寿命のページ」より作成
[14] 同上

■ 労働意欲に対する現状分析

内閣府が実施した「平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査」の中にある「何歳まで収入を伴う仕事をしたいか？」というアンケートに対する回答結果は、以下の通りとなっている。（図表 1-⑪）

図表 1-⑪ 「何歳まで収入を伴う仕事をしたいか」[15]



一般的なリタイア年齢である「65 歳くらいまで」という回答は 13.5%であるのに対して、「70 歳くらいまで」という回答が 21.9%、「75 歳くらいまで」が 11.4%、「80 歳くらいまで」が 4.4%、そして、「働けるうちはいつまでも」という回答が 42.0%を占めている。

現代の高齢者は、そもそも一般的な定年を迎えてリタイアするという意向が小さく、高い労働意欲が窺える結果となっている。

[15] 対象は、全国 60 歳以上かつ現在仕事をしている者のみの再集計。出典：内閣府「平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査」、『平成 29 年版高齢社会白書』（内閣府）より重引の上作成

■ 学習意欲に対する現状分析

次に、内閣府の「教育・生涯学習に関する世論調査」（2016 年）の結果を紹介したい。（図表 1-⑫）

図表 1-⑫　「この 1 年間の生涯学習の実施状況」[16]　（単位：%）

	20~29 歳	30~39 歳	40~49 歳	50~59 歳	60~69 歳	70 歳以上
健康・スポーツ	23.6	18.6	19.1	21.3	23.7	20.3
趣味的なもの	14.6	12.7	11.9	17.9	24.6	24.9
職業知識・技能	26.4	17.7	14.5	16.7	6.3	2.8
教養的なもの	8.3	7.3	5.9	9.9	10.2	10.8
家庭生活に役立つ技能	13.2	8.2	6.6	3.8	9.3	7.5
ボランティア活動に必要な知識・技能	0.7	1.8	5.0	6.5	12.6	6.7
社会問題に関するもの	7.6	6.4	1.3	6.8	5.1	8.0
育児・教育	7.6	7.7	6.9	4.6	3.0	1.8
就職・転職のために必要な智識・技能	13.2	6.8	4.6	7.6	0.9	1.3
自然体験・生活体験などの体験活動	2.1	5.9	6.9	3.4	4.2	2.6
情報通信分野の知識・技能	4.9	5.9	2.6	5.3	1.8	1.8
その他	-	-	-	0.4	0.9	1.0
生涯学習を実施したことがある	59.0	47.3	43.2	47.9	47.6	47.0

これによれば、60 歳以上の半数近くが直近 1 年間に生涯学習を実施したとの調査結果であり、特に「趣味的なもの」「教養的なもの」「ボランティア活動に必要な知識・技能」を挙げた高齢者は、若年世代と比較しても多くなっている。

高齢者は学習意欲という意味でも、高い活力を有していることが分かる。

[16] 出典：内閣府「教育・生涯学習に関する世論調査」（2016 年）、第一生命経済研究所「高齢になっても勉強したい！」より重引の上作成

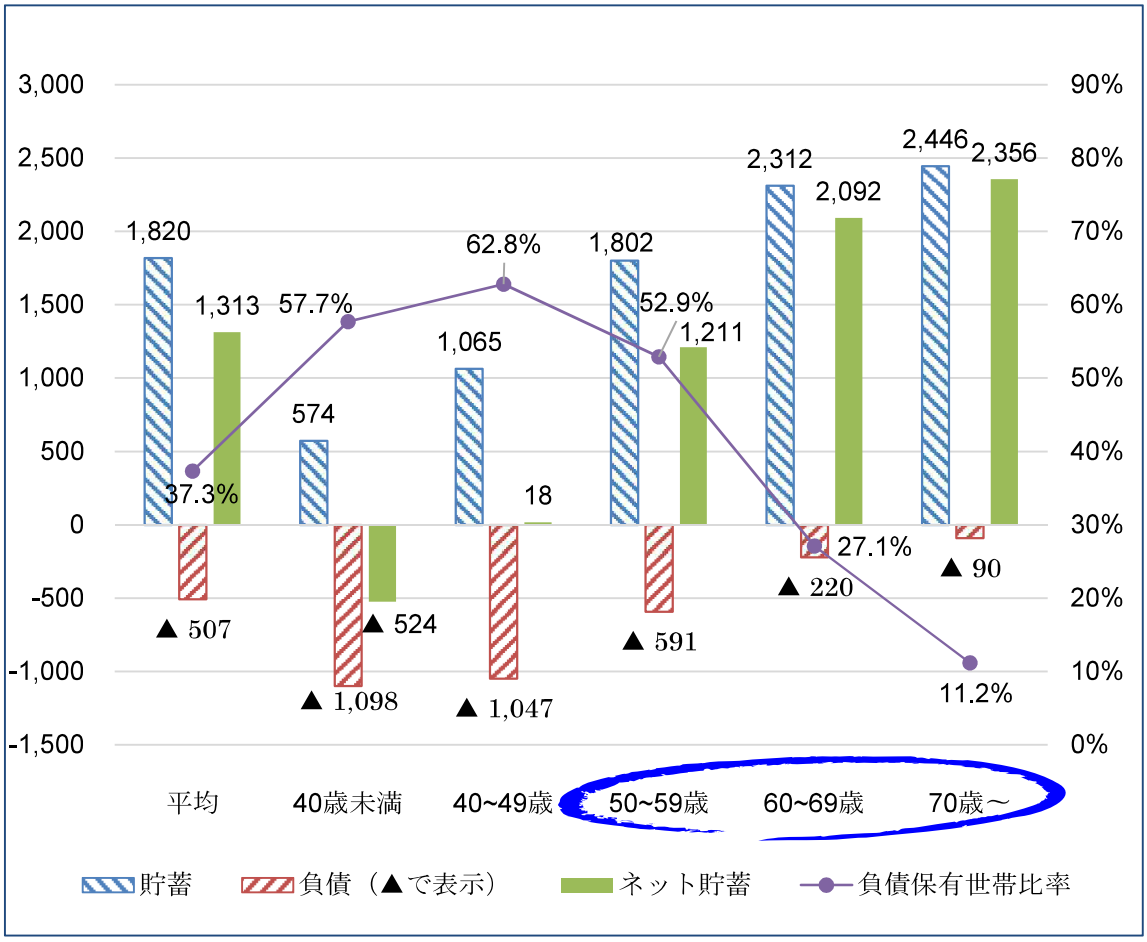
■ 消費意欲に対する現状分析

「消費意欲が高いこと」も、我々関西の活性化グループの考える活力の一つである。そして、消費主体という意味でも、高齢者の潜在力は大きいものと考える。

以下は世帯主の年齢階級別の貯蓄と負債の状況であるが、ネット貯蓄が大きいのは、高齢者層を含む、50 歳以上のシニア層となっている。（図表 1-⑬）

「貯蓄が多い」ということは、「消費意欲が乏しい」ということにもなりかねないが、裏を返せば消費に回っていないお金が多いということであり、活発な社会活動を通じた消費拡大余地があるという点においては、こうしたシニア層は、潜在的な消費主体としての期待が大きいものと考えるのである。

図表 1-⑬ 世帯主の年齢階級別貯蓄・負債の状況[17]　（単位：万円）



[17] 出典：総務省統計局「家計調査報告（貯蓄・負債編）-平成 28 年（2016 年）平均結果速報-」より作成

2. セカンドライフの期待と実態のギャップ及びその原因

前章の通り、現代の高齢者は、健康で、労働意欲・学習意欲が高く、相応に金融資産を保有する。我々が、高い活力を備えていると期待する高齢者だが、その生活実態はどのようなものであろうか。

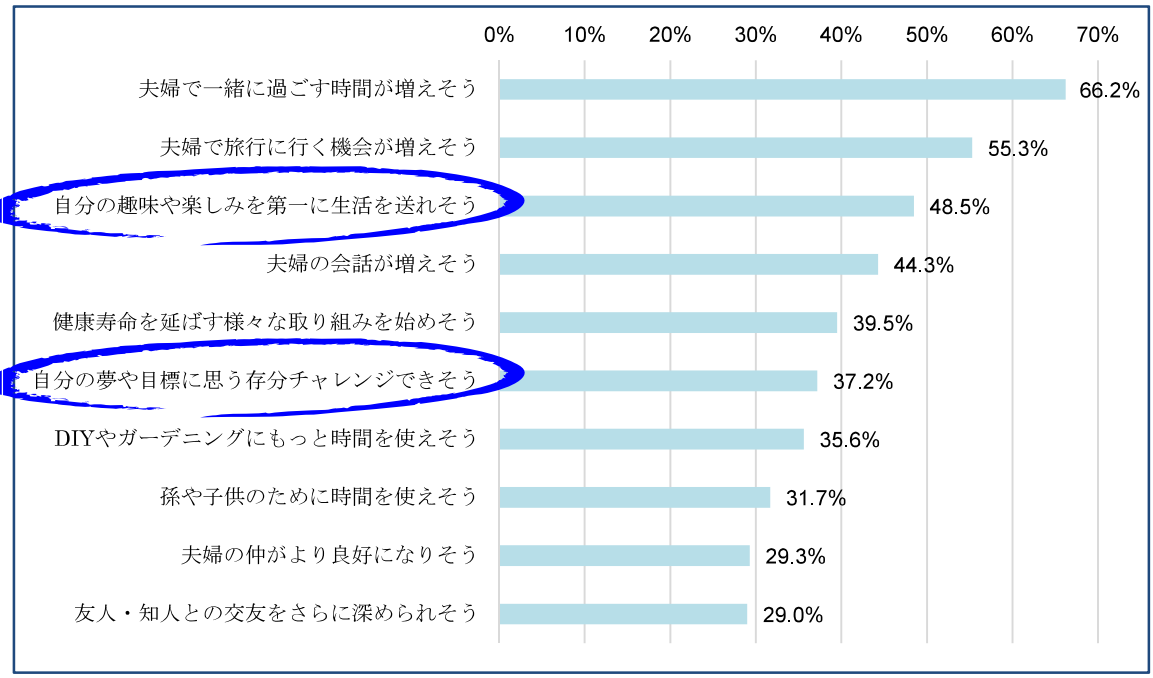
本章では、リタイア後のセカンドライフに対する期待と、現実のセカンドライフとの間に、大きなギャップが存在することを示したい。

そして、その原因が、定年による「社会ネットワークの喪失」にあると考えられることを説明する。

① セカンドライフへの期待

野村不動産アーバンネットが「定年前」の夫婦に対して実施した、『定年退職後の夫婦生活意識調査』の結果を以下の通り紹介する。（図表 2-①）

図表 2-① 定年前の 50 代・60 代の夫が持つ、定年後のポジティブなイメージ[18]



「自分の趣味や楽しみを第一に生活を送れそう」、「自分の夢や目標に思う存分チャレンジできそう」といった回答をはじめ、セカンドライフへ向けて大きな期待があることが分かる。

これは、我々のいうところの「生」（「自分らしい生き方」や「自己実現」）への強い意思と、「生きがい」追求へ向けた高い期待の表れである。

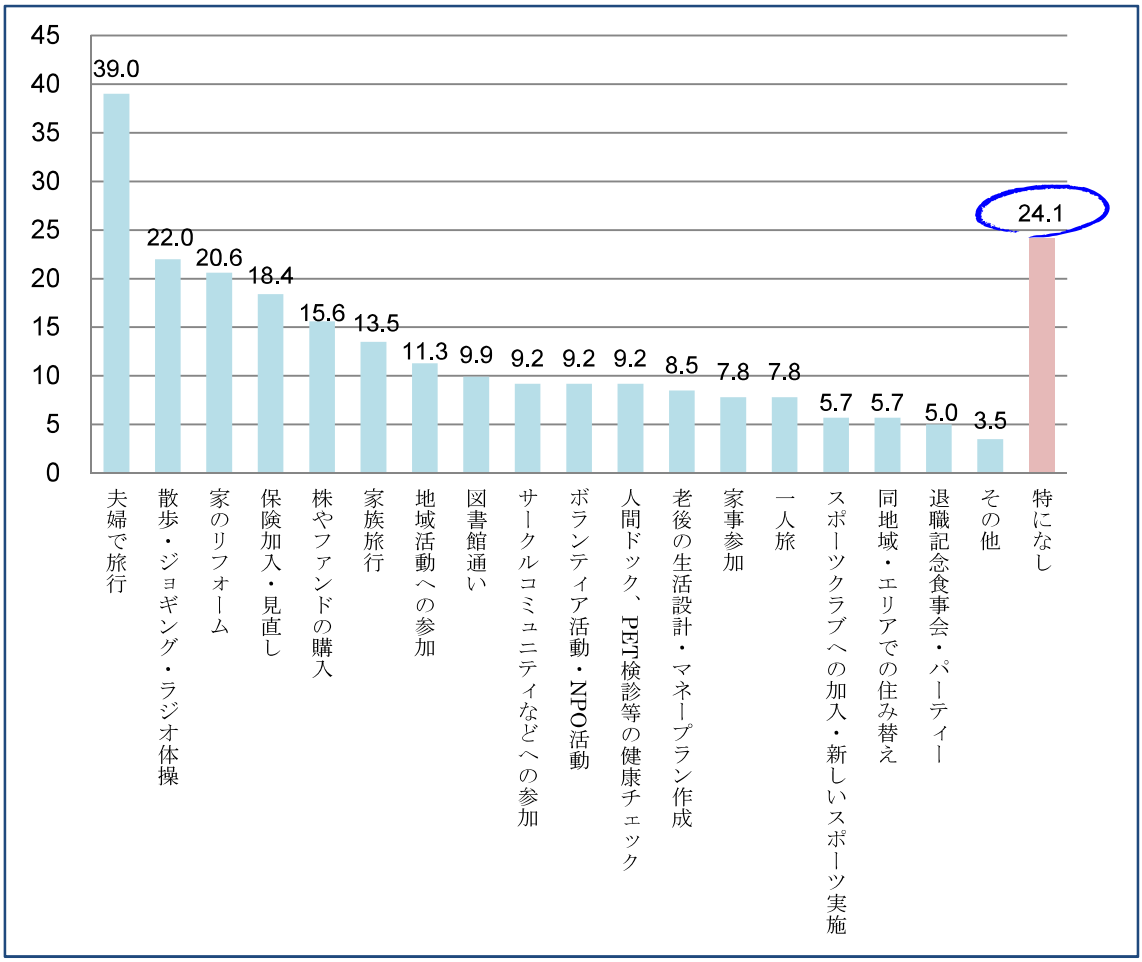
[18] 出典：野村不動産アーバンネット『定年退職後の夫婦生活意識調査』（2016 年 3 月 15 日）

② 不満を抱えるセカンドライフの実態

リタイア前には、セカンドライフにおける「生」への強い意思と「生きがい」への高い期待が存在するが、セカンドライフの実態はどのようなものであろうか。

以下は、電通総研が団塊初期世代に対して実施した、「定年退職を契機に実施したこと」という内容のアンケート調査結果である。（図表 2-②）

図表 2-②　「定年退職を契機に実施したこと」[19]



着目されるのは、24.1%を占める「特になし」という回答である。

前述の通り、リタイア前にはセカンドライフにおける大きな期待が存在したはずである。実際、セカンドライフとは本来、リタイアによって生まれた時間を有効に活用し、現役時代から「やりたかったこと」に没頭して充実した生活を送るべきものではないだろうか。それにも関わらず、4 人に 1 人もの退職者が、「特に何もしない」というのは、違和感を感じざるを得ない。

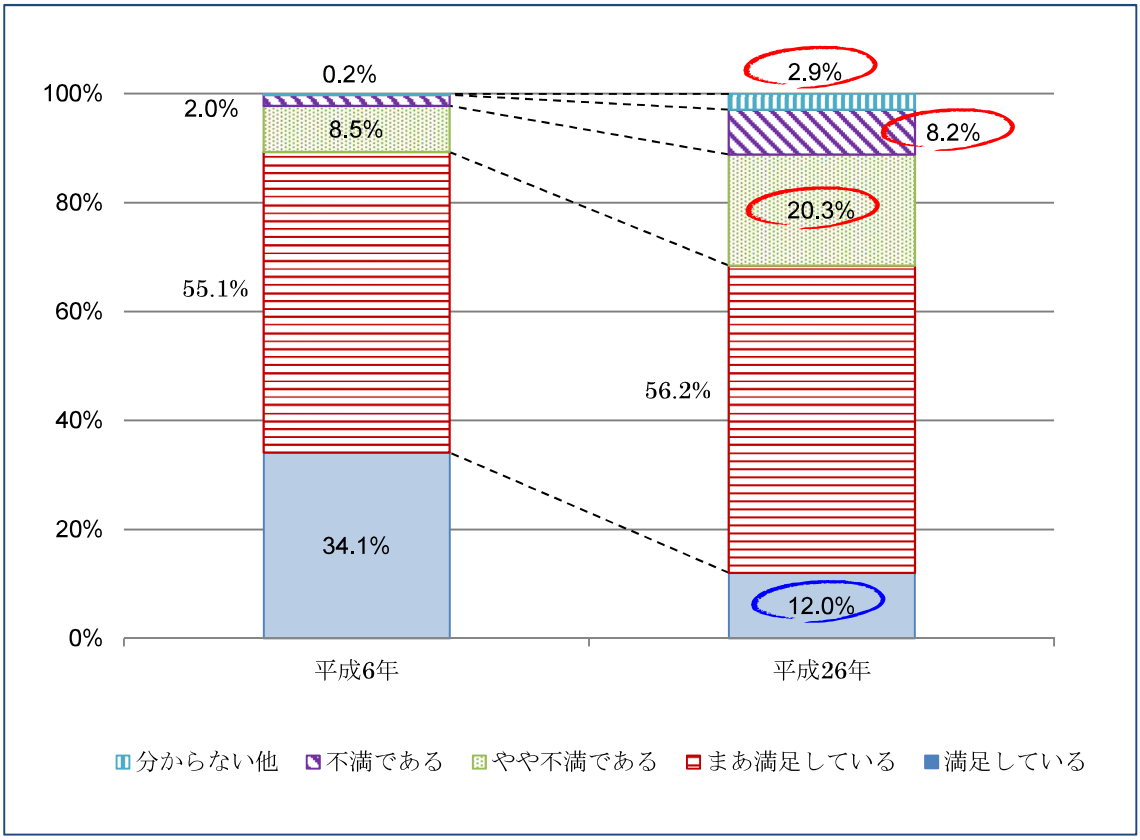
[19] 団塊初期世代（1947~49 年生まれ）の男性 200 人と、彼らを夫に持つ女性 100 人が対象。
出典：電通総研「退職リアルライフ調査~団塊ファーストランナーの 65 歳からの暮らし~」

次に、平成 26 年度に内閣府が実施した、高齢者を対象としたアンケート調査結果を紹介する。

全国の 60 歳以上の高齢者に対して、「日常生活全般に関して満足しているか」を聞いたところ、28.5%が「不満である」(8.2%)あるいは「やや不満である」(20.3%)と回答している。また、自身が満足しているのかどうかが「分からない（含む無回答)」という回答（2.9%）も踏まえれば、3 割を越える高齢者が日常生活に何らかの不満を抱えていることになる。これは、平成 6 年度調査結果における同比率（合計 10.7%）と比較して、大きく上昇している。

一方で、「満足している」という回答は 12.0%に留まっている。これは、平成 6 年度調査結果 34.1%と比較して大きく低下している。(図表 2-③)

図表 2-③ 高齢者の日常生活全般に関する満足度[20]

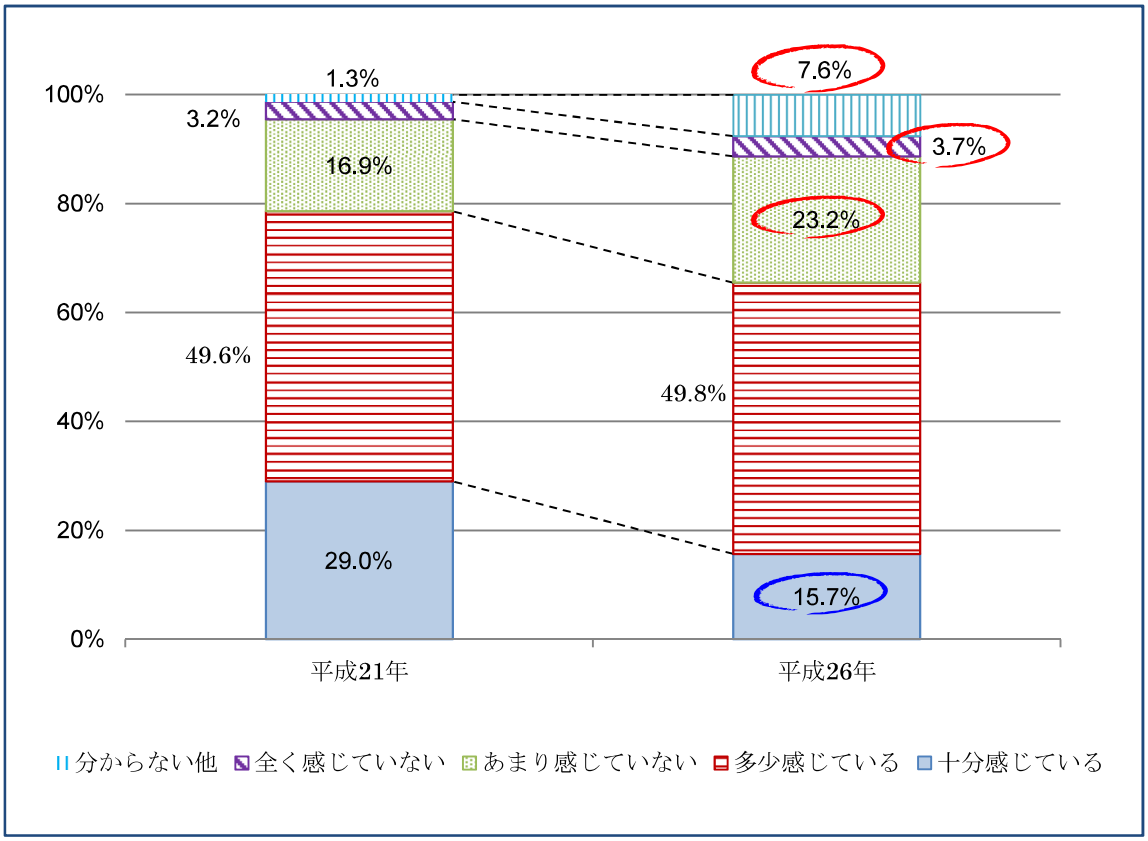


[20] 対象は全国の 60 歳以上の男女 3,893 人。出典：内閣府「平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査結果」より作成

また、「どの程度「生きがい」を感じているか」という質問に対しては、「あまり感じていない」が 23.2%、「まったく感じていない」が 3.7%、「分からない（含む無回答）」が 7.6%、という回答結果であり、実に 34.5%の高齢者が「生きがい」を感じられていないという状態である。平成 21 年度調査結果（合計 21.4%）と比較して、大幅に上昇している。

一方、「十分感じている」という回答は、平成 21 年度の 29.0%に対して、平成 26 年度は 15.7%と低下している。（図表 2-④）

図表 2-④ 高齢者はどの程度「生きがい」を感じているか[21]



リタイア前の、セカンドライフにおける「生」への意思と「生きがい」追求の期待が果たされず、こうして多くの不満を抱える状況にあっては、高齢者は、本来有するはずのその活力を、十分に発揮できていないのではないだろうか。

[21] 対象は全国の 60 歳以上の男女 3,893 人。出典：内閣府「平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査結果」より作成

③ 社会ネットワークの喪失

では、高齢者の「生」への意思と「生きがい」追求の期待が果たされない原因は何なのであろうか。

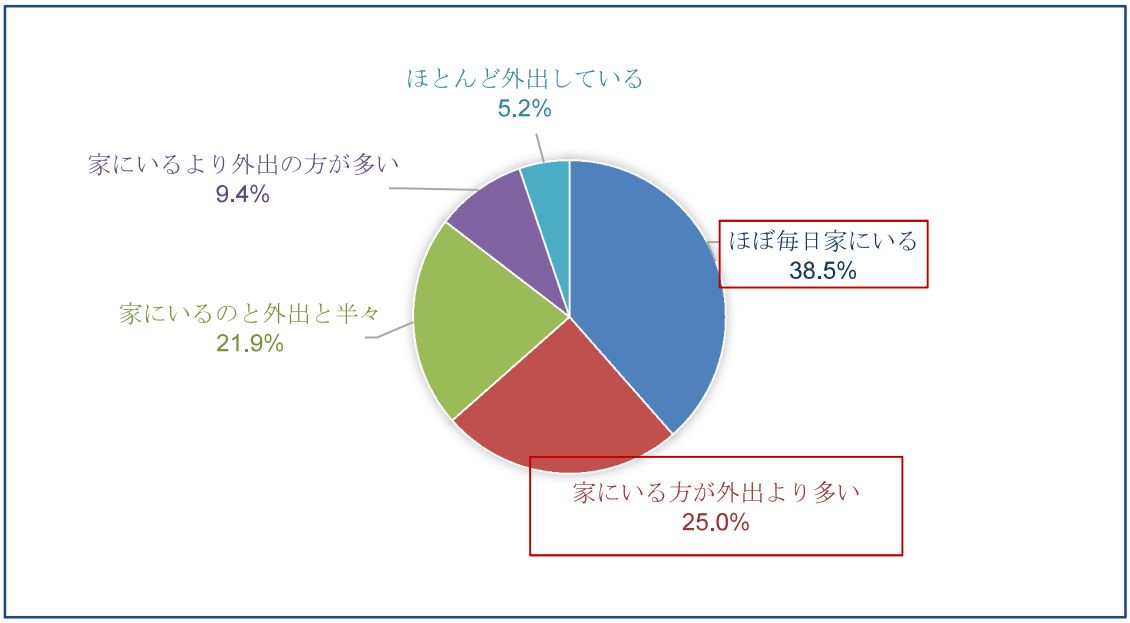
米国の都市社会学者レイ・オルデンバーグは、その著書『サードプレイス』[22]の中で、「家庭」を第一の場所（*「ファーストプレイス」*）、「労働環境」（職場）を第二の場所（*「セカンドプレイス」*）と定義するが、大多数の会社員にとっては、セカンドプレイスたる職場が生活の中心となっているものと考える。

日本の高齢社会研究の第一人者である村田裕之氏は、その著書である『成功するシニアビジネスの教科書』[23]の中で、会社員としての現役時代は、*「社縁」*と表現する、「会社との繋がり」が最も強いとしている。

こうした実態の中で、会社員がリタイアを迎え高齢期に突入するにあたって直面する最初の重要な問題は、「毎日行く場所」がなくなるということである。それまでの、会社という重要なネットワークから切り離されることで、多くの退職者が行き場をなくし、戸惑いを覚えるであろうことは想像に難くないが、この傾向は特に男性に顕著なようである。

リビングくらし HOW 研究所が、リタイアした夫を持つ妻に対して実施したアンケートでは、63.5%の定年男性が引き篭もり状態にあるという調査結果となっており、リタイアを迎えた男性の切実な実態を物語っている。（図表 2-⑤）

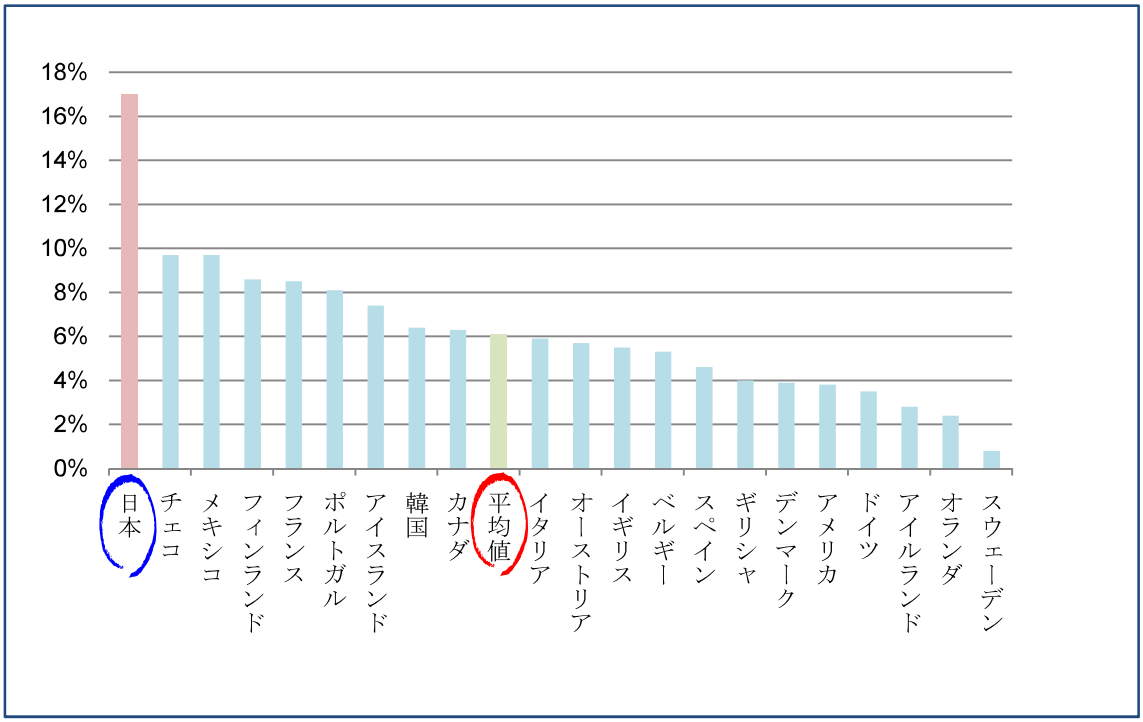
図表 2-⑤　リビングくらし HOW 研究所アンケート「1 週間のうち夫が家にいるのは？」[24]



[22] みすず書房『サードプレイス　コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」』
[23] 日本経済新聞出版社『成功するシニアビジネスの教科書』
[24] 出典：リビングくらし HOW 研究所「くらし HOW マガジン」（2012 年 1 月）より作成

また、2005 年の OECD の調査では、日本人の成人男性の「孤独度」は、調査対象 21 カ国平均を大きく上回り、ダントツのトップになっている。（図表 2-⑥）

図表 2-⑥　Percentage of persons who rarely or never spend time with friends, colleagues or others in social groups[25]



上記を踏まえた我々の見解は、以下の通りである。

前述の通り、高齢者も「生」への強い意思を有し、多種多様な欲求に基づく「生きがい」の追求を期待している。

ただ、これまで自宅と会社を往復するばかりの視野の狭い仕事中心の人生を歩んできたがために、リタイアを通じて社会ネットワークを失ってしまったことによって、こうした「生きがい」を顕在化または解放できるような機会、そして「場」が限定的になってしまっているのである。

あるいは、「社会ネットワークの喪失」によって孤独に追い込まれ、「生」への強い意思そのものを失ってしまっているかもしれない。

いずにしても、我々は、「社会ネットワークの喪失」こそが、高齢者の「生」への意思と、「生きがい」追求の期待が果たされない原因であると考える。

[25] 出典：OECD『Social isolation』、東洋経済オンライン『日本のオジサンが「世界一孤独」な根本原因 』より重引の上作成

3. 社会ネットワークの重要性

前章では、「社会ネットワークの喪失」こそが、高齢者の「生」への意思と、「生きがい」追求の期待が果たされない原因であるとの考えを示した。

本章では、より社会ネットワークの重要性について説明したい。

① 企業によるライフプラン研修

近年、定年退職予備軍に対して、定年後を見据えたライフプラン研修を実施している企業は少なくない。

ここでは、定年後のセカンドライフ（含むセカンドキャリア）を充実したものとするために、企業側が必要と考えるプログラムを提供している。

関西の活性化グループメンバーの所属企業の研修内容も含め、そこに共通する大まかなプログラムは、以下の通りである。

- ■ キャリアの振り返りと自身の有するスキルの棚卸し
- ■ 退職金や年金額を踏まえた資産管理・ライフプラン
- ■ 家族・地域など、会社以外の社会ネットワーク充実の必要性
- ■ 趣味等の「生きがい」を持つことの必要性

これまで多くの定年退職者を送り出してきた企業側が、「生きがい」を持つことに加えて「社会ネットワーク充実の必要性」を謳っていることは、その重要性を示す明白な根拠であるものと考える。

② 社会ネットワークと生命

社会ネットワークが、生命そのものに影響するとする研究結果がある。

米国ブリガムヤング大学（Julianne Holt-Lunstad 教授他）が 2015 年に発表した研究結果[26]によれば、以下の通り、「孤独」によって死亡リスク（「likelihood of mortality」）が高まるという結果となっている。

- ■ 社会的に孤立している（social isolation）：（死亡リスク）29%増加
- ■ 孤独感を感じる（loneliness）：（同上）26%増加
- ■ 独居（living alone）：（同上）32%増加

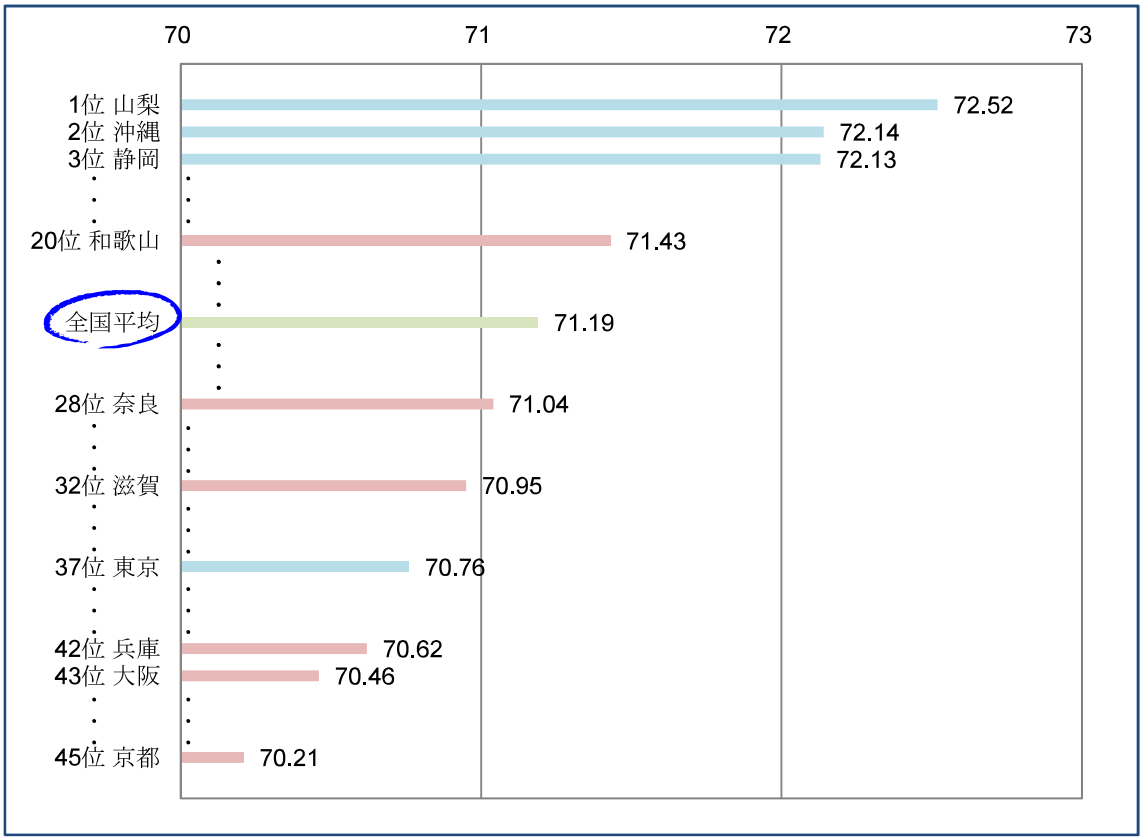
我々は本調査結果の正しさを論じる立場にはないが、仮に、上記の通り社会ネットワークが生命と密接に関係するということであれば、関西にとっては、社会ネットワークの重要性に対する認識の向上が必要である。

[26] 出典：SAGE journals『Loneliness and Social Isolation as Risk Factors for Mortality』より作成

なぜなら、関西も含めて日本の健康寿命が伸長しているのは先の通りであるが、全国平均の健康寿命が 71.19 歳であるのに対し、関西 2 府 4 県では、和歌山県が 71.43 歳で平均を超えているのみであり、他の府県は全て平均を下回っているのである。

特に、兵庫（70.62 歳）、大阪（70.46 歳）、京都（70.21 歳）は、いずれも 40 位台に留まるなど、関西圏の男性は、全国的にも「健康寿命が短い」という結果となっている。（図表 3-①）

図表 3-① 男性健康寿命ランキング[27]



当然ながら、関西の男性の健康寿命の短さの原因全てを社会ネットワークの乏しさに求めることはできない。しかしながら、社会ネットワーク充実を実現することで、健康という活力の向上へも繋げることができると考えるのである。

[27] 出典：厚生労働科学研究「健康寿命のページ」より作成

③ 社会ネットワークと消費

次に、社会ネットワークが「消費」にとっていかに重要であるかを論じたい。

『第四の消費』[28]の著者である三浦展氏は、20 世紀初頭からの日本の消費社会の変遷を以下のようにまとめ、現代は、「繋がり」、つまりは社会ネットワークが消費の重要なテーマであるとする。(図表 3-②)

図表 3-② 消費社会の四段階と消費の特徴[29]

時代区分	第一の消費社会 1912~1941	第二の消費社会 1945~1974	第三の消費社会 1975~2004	第四の消費社会 2005~2034
社会背景	• 日露戦争～日中戦争 • 大都市中心 • 中流の誕生	• 敗戦、復興、高度経済成長からオイルショックまで • 大量生産、大量消費 • 全国的な中流化	• オイルショックから低成長、バブル金融破綻、小泉改革まで • 格差の拡大	• リーマンショック、2 つの震災、不況の長期化、雇用の不安定化などによる所得減少 • 人口減少などによる消費市場の縮小
人口	増加	増加	微増	減少
高齢者率	5%	5%→6%	6%→20%	20%→30%
国民の価値観	National 消費は私有主義だが、全体として国家重視	Family 消費は私有主義だが、家、会社重視	Individual 私有主義かつ個人重視	Social シェア志向 社会重視
消費テーマ	文化的モダン	一家に一台 • マイカー • マイホーム • 三種の神器 • 3C	量から質へ • 一家に数台 • 一人一台 • 一人数台	繋がり • 数人一台 • カーシェア • シェアハウス

三浦氏は、*「幸福感の変質」*というキーワードの下、以下のように述べる。

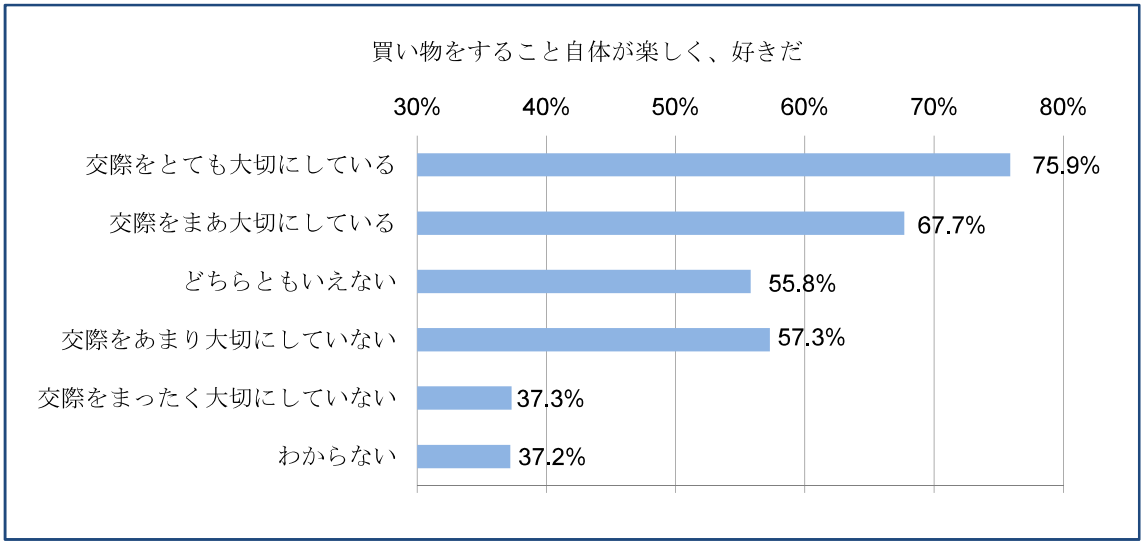
「いつの時代も人は幸せになりたいということには変わりはない。マイカー、マイホームを買うことが幸せだという時代があったことはたしかだが、今はそれでは幸せになれないと感じる時代だということである。では何が幸せかというと、それがいわゆる「つながり」であろう。コミュニケーション、コミュニティと言ってもよい。単に物を買って、人に自慢したいという消費ではなく、物を買うことで人とのコミュニケーションが促進される、コミュニティが生まれる、そういう消費をしたいという心理が拡大してきたのである。非正規雇用の増加など、人を使い捨てる社会だからこそ、人との「使い捨て」ではない関係を重視するようになったのだとも言える」

[28] 朝日新書『第四の消費』
[29] 出典：朝日新書『第四の消費』より作成

我々関西の活性化グループも、社会ネットワークは、消費という観点からも重要な役割を果たすものと考える。

ここで、社会ネットワークと消費意欲の相関性の高さを直接的に示すアンケート調査結果を紹介したい。以下は、「人との交際」に関する考え方と「買い物意欲」の関係性に着目した消費者アンケートの結果である。(図表 3-③)

図表 3-③ 人との交際に対する考え方と買い物意欲の関係性[30]



本調査によれば、人との交際を大切にする人ほど「買い物好き」という結果となっており、やはり社会ネットワークと消費の間には、高い相関性が存在することが分かる。

社会ネットワークの充実は、消費意欲という活力の向上に対しても、ポジティブなインパクトを持つと考えるのである。

[30] 出典：電通「消費者調査 d-campX」

4. 関西の活性化のための提言の方向性

前章までの整理を基に、ここで我々の提言の方向性について示したい。

① 「活性化」の定義

我々の志向する活性化の定義は、以下の通りである。

- ■ 人間が「生」への強い意思を持ち活力に溢れた人生を送ることができる（「生」の活性化）
- ■ 活性化された多様な「生」が地域内で結びつくことで、域内にこれまでにない新しいアイデアや仕事を連続的に生む
- ■ 生み出された新しいアイデアや仕事が、地域の持続的な経済成長・社会発展を実現する

ここでいう「生」とは、単純に「生命」という意味ではなく、社会との繋がりを意識しつつも、「自分らしい生き方」あるいは「自己実現」をするという意味である。

また、活力に溢れた人生とは、健康であり、意欲的に働き、学びに対して貪欲であり、活発に消費活動を行うということである。

我々は、前章までの通り、多くの高齢者が定年をきっかけに社会ネットワークから切り離され、その結果として「生」への強い意思と「生きがい」追求の期待が果たされず、潜在的な活力を十分に発揮できていないと考えている。その場合の社会的あるいは経済的な機会損失は計り知れない。また、リタイア後の高齢者の第 2 の人生が暗く精気も無ければ、本人が不幸であるだけでなく、そうした地域・社会は若者からも敬遠され、一層の東京集中を促すものとなってしまうと考えている。この負の連鎖を断ち切るために、我々は人間の「生」そのものを活性化することを志向する。

「関西の活性化」のために、先ずは関西地域の誰もが、「生」への強い意思と、これを前提とした活力を十分に発揮することを目指すのである。

ここで重要なのは、活性化された多様な「生」が、知的能力の向上も伴いつつ地域内で結びつくことである。そのことによって、組織・肩書・世代を超え、これまで重なることが無かった領域において相互に刺激を与え、域内にこれまでにない新しいアイデアや仕事が連続的に生まれることが期待される。そして、生み出された新しいアイデアや仕事が、地域の持続的な経済成長・社会発展を実現することになるのである。

言い換えると、我々を取り巻く社会の変化が益々その規模を大きくし、速度を上げている中では、こうした変化に対して将来にわたって恒常的・持続的に対応していくことが必要であり、そこには創造力や革新力が求められるのである。

また、長らく指摘されてきたように、関西は、東京や海外発の情報への依存度が高い上、それらの地域の消費地、そして人的資源供給地となってしまっているという実態がある。こうした実態を打破し、関西地域が若年層をも惹き付ける真の魅力ある街になるためには、関西に住む人々の「生」を活性化し、活性化された多様な「生」を結びつけることで知的能力の向上をも促し、関西から新しい価値ある情報を生み出し続けることが必要なのである。

② メインターゲット

すでに述べた通り、我々は高齢者そのものの潜在的活力を活かすことで、地域活性化の起爆剤とし得ると考えている。そこで今回我々がメインターゲットとするのは、高齢者を含む「50 歳～70 歳」の「メンズシニア」である。

男性のみをターゲットとする理由は、女性については男性と比較して社会的な繋がりに関する問題が小さいと考えられるからである。

エッセイストの岸本裕紀子氏は、その著書『定年女子』[31]の中で、定年後の女性を取材し紹介している。

その中で、女性については*「気持ちを切り替えて、新しいステージに立つことができる」*と感じるようになったとしている。

*「家庭にも地域にも居場所がないためどうしていいか分からない」*男性に対し、*「女性は、ずっと仕事を続けてきた人でも生活の場としての居場所はしっかり確保していたように思う。リタイア後は、その居場所をさらに心地よくしていくのである」*と述べている。

また、*「女性は現役時代から、仕事だけではなく、家事も、子育ても、食べ歩きやショッピングなど好きなことも手放さないで、調整しながら何とかやってきた」*ことから、*「仕事だけだった、という人が多い男性」*とは違うとしている。

男性に関するこうした問題を取り上げて大きな話題となった『定年後』[32]の著者である楠木新氏も岸本氏の見解に同意を示しているように、定年を通じて苦境に追い込まれるのは圧倒的に男性の方が多いのである。

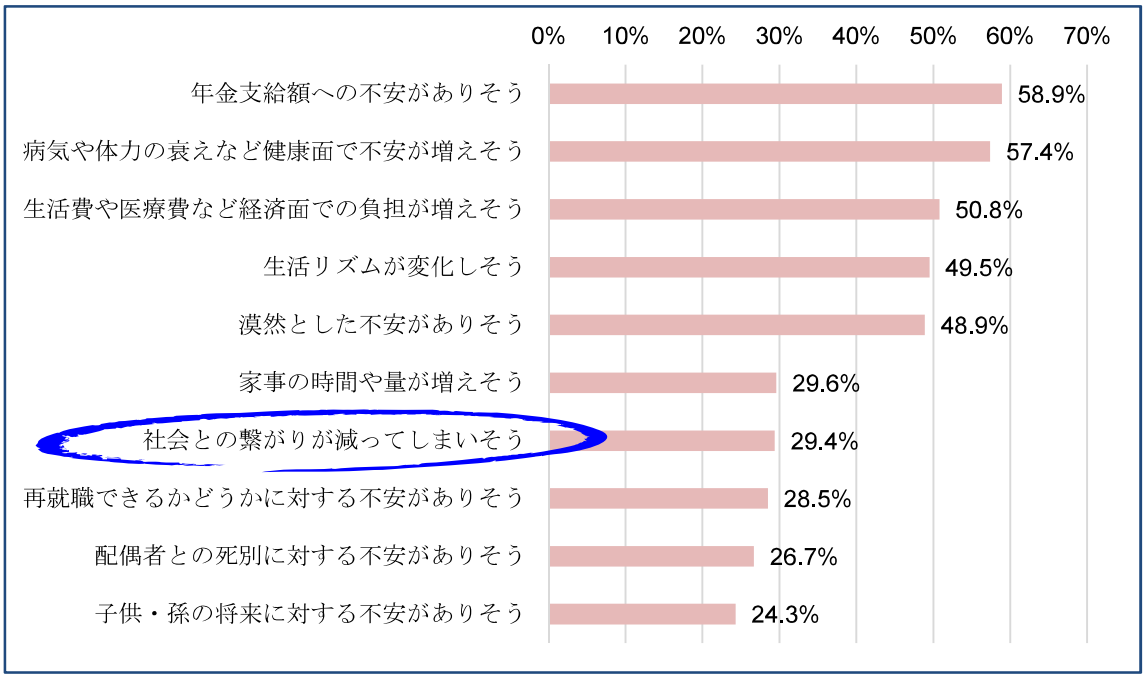
よって、今回の方向性を検討するにあたっては、特に男性を主たるターゲットとして念頭に置きたいと考える。

---

[31] 集英社文庫『定年女子』
[32] 中公新書『定年後』

また、リタイア後のシニアのみでなく、「50 歳」以上の男性を対象に含める点に関して、前述の『定年退職後の夫婦生活意識調査』（野村不動産アーバンネット）における「定年後のネガティブなイメージ」に関するアンケート調査結果を紹介したい。（図表 4-①）

図表 4-① 定年前の 50 代・60 代の夫が持つ、定年後のネガティブなイメージ[33]



本アンケートの対象は「定年前」の夫婦であるが、3 割近くが「社会との繋がりが減ってしまいそう」という不安を抱えていることが分かる。自身の社会ネットワークの乏しさに関しては、既にリタイア前から自覚があるのである。

我々は、リタイアによって社会ネットワークから切り離されることを問題視するが、リタイア前からこうした不安を抱えるシニアが多く存在するのであれば、こうした「定年前の、定年を意識しなくてはいけない男性」に対する早期の手当ても必要と考え、50 歳代以降のメンズシニアを対象とすることとしたい。

[33] 出典：野村不動産アーバンネット『定年退職後の夫婦生活意識調査』（2016 年 3 月 15 日）

③ 活性化を促す「仕掛け」に必要な機能

前述の定義とメインターゲットを踏まえた、我々関西の活性化グループの提言における「仕掛け」に必要な機能を、以下の通り定める。

我々の提言する「仕掛け」は、メンズシニア自身の「生」の活性化に加えて、その相乗効果として、地域活性化という波及効果を目指すものである。

■ 新たな社会ネットワーク拠点としてのサードプレイス機能

第 2 章③「社会ネットワークの喪失」で紹介した米国の都市社会学者レイ・オルデンバーグは、第三の居場所*「サードプレイス」*の重要性を説いている[34]。

サードプレイスとは、*「ファーストプレイス」*としての家庭や、「*セカンドプレイス」*としての職場でもない、*「とびきり居心地よい場所」*と定義され、社会生活のアンカーともなるべきものである。

オルデンバーグはまた、サードプレイスを*「ストレスや孤独や疎外感に効く「庶民の治療薬」」*とも表現している。我々は、定年を通じて社会ネットワークから切り離され、行き場を失くすメンズシニアに対して、新たな社会ネットワーク拠点としてのサードプレイスを提供したいと考える。

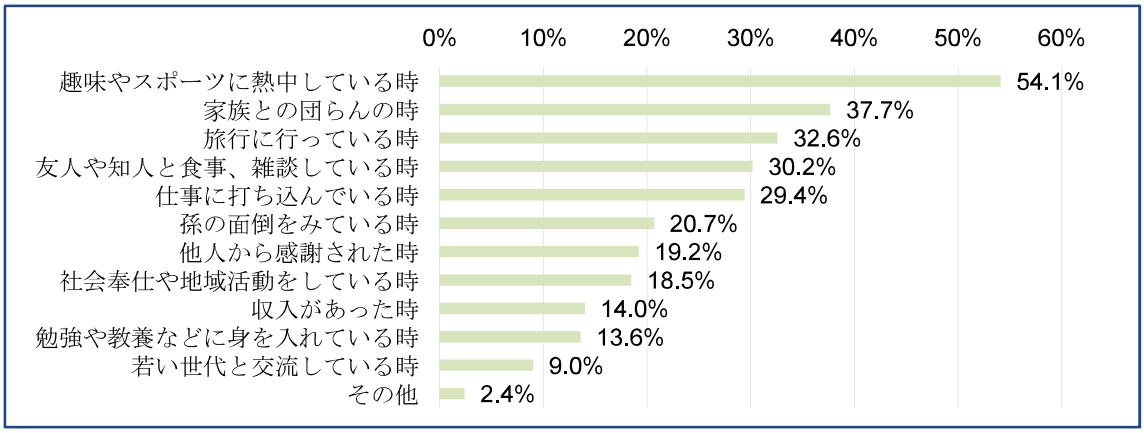
■ 生きがいを提供する機能

メンズシニアの「生」の活性化のためには、メンズシニアの欲求に応え、「生きがい」を提供する機能が必要である。

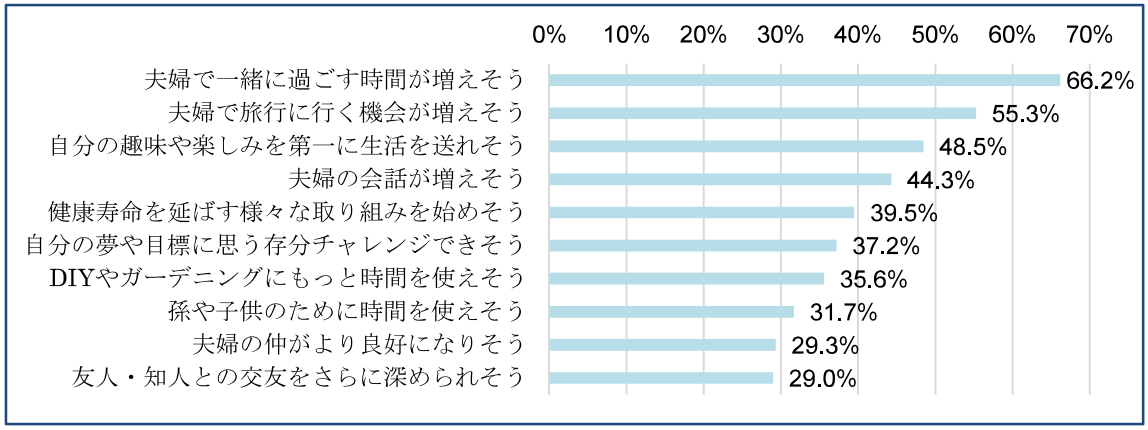
そこで、メンズシニアが有する欲求について整理したい。ここでは、内閣府が高齢者に対して実施した日常生活に関する意識調査アンケート内での回答結果と、先の野村不動産アーバンネットの『定年退職後の夫婦生活に関する意識調査』の結果を再掲する。（図表 4-②～④）

[34] みすず書房『サードプレイス　コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」』

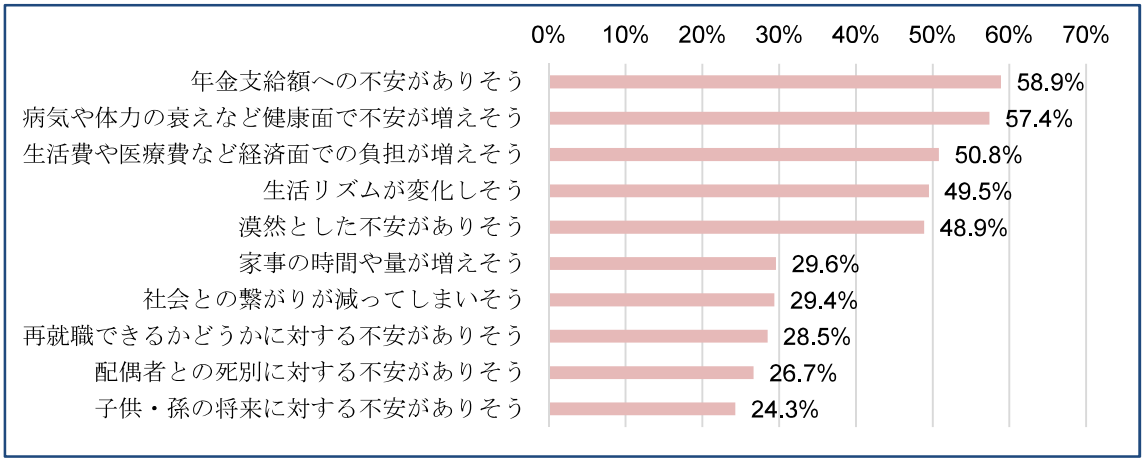
図表 4-② 高齢者男性はどのような時に「生きがい」を感じるか[35]



図表 4-③ 定年前の 50 代・60 代の夫が持つ、定年後のポジティブなイメージ[36]



図表 4-④ 定年前の 50 代・60 代の夫が持つ、定年後のネガティブなイメージ[37]



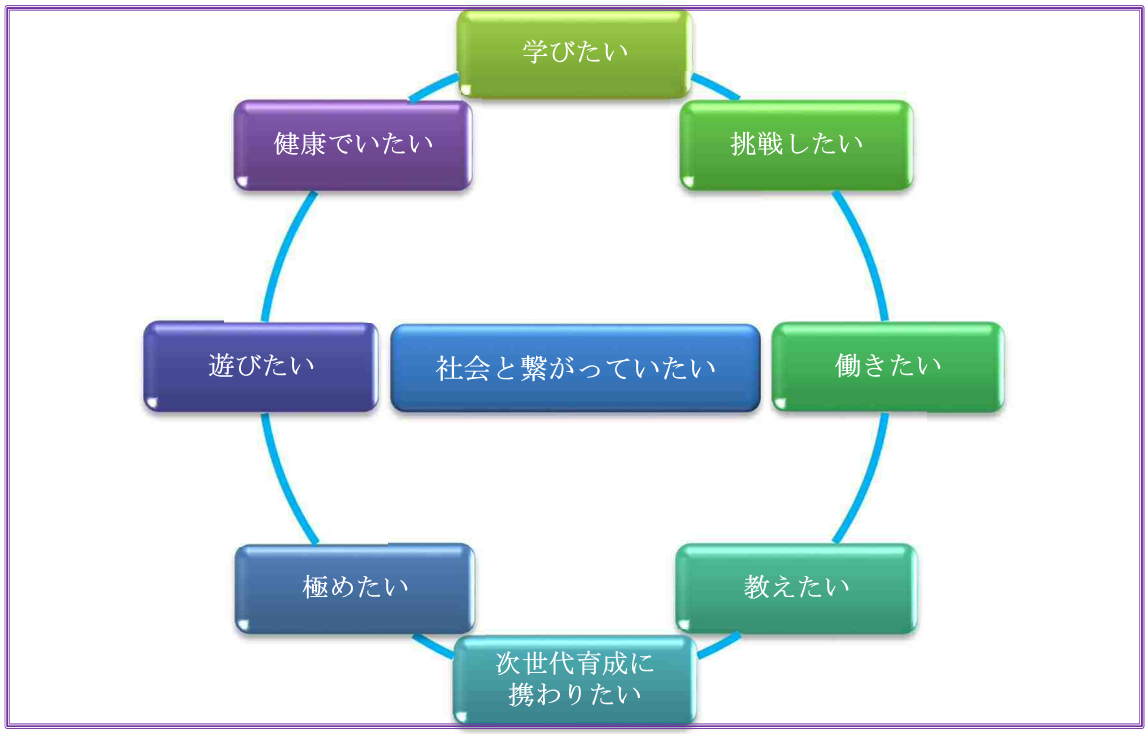
[35] 対象は全国の 60 歳以上の男性 1,201 人。出典：内閣府「平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査結果」より作成

[36] 出典：野村不動産アーバンネット『定年退職後の夫婦生活意識調査』（2016 年 3 月 15 日）

[37] 出典：同上

我々はこれらのアンケート結果から、メンズシニアは図表 4-⑤で表されるような欲求を有するであろうとの結論に至った。こうした欲求に応え、メンズシニアに「生きがい」を提供できるような機能を、我々が提供する「仕掛け」に持たせたいと考えた。（図表 4-⑤）

図表 4-⑤ メンズシニアの欲求



■ 知的討論の場としての機能

オルデンバーグは、*「サードプレイスは、知的討論の場としての役割も担っている」*というが、前述の通り、我々も関西が真の意味で活性化するためには、地域全体の知的能力の向上が必要であると考える。

急速な社会の変化に対して恒常的・持続的に対応していくためには、この地域に根ざす人々が、自らの脳で思考する力とその力を裏付ける教養と、それらを常に更新できる知的討論の場の創出が必要である。知的討論の場は、新しいアイデアや仕事に繋がるような議論を促進し、その結果、関西の活性化に貢献するものと考えるのである。

■ 地域への波及を目指す機能

我々の活性化の定義の通り、関西地域が真の魅力ある街になるためには、活性化された多様な「生」が知的能力の向上も伴いつつ地域内で結びつくことで、域内にこれまでにない新しいアイデアや仕事が連続的に生まれる構造が必要である。関西においてこの構造を生み出すために、我々の「仕掛け」には、以下 2 要素が必要と考える。

- メンズシニアの新たな社会ネットワーク構築力の向上
- メンズシニア自身の魅力向上：「ダンディ化」

メンズシニアの新たな社会ネットワーク構築力の向上

関西の活性化のためには、活性化された多様な「生」が地域内で波及的に結びつくことが必要であり、そのためには、その起点となる役割の担い手「インフルエンサー」が必要である。

我々は、本サードプレイスに集うメンズシニア自身にその役割を期待する。そのためには、メンズシニアが、自らが新たな社会ネットワークを構築していく力を身に付けねばならないのである。

メンズシニア自身の魅力向上：「ダンディ化」

加え、インフルエンサーとしての役割を発揮するには、彼ら自身が魅力的でなくてはならない。魅力が乏しければ、いかに社会ネットワーク構築力を向上させたところで、その影響力は限定的と考えられるからである。

自らにプライドを持ち、他者のプライドをリスペクトできる人間。モノの価値を積極的に見出そうとする気質と、それができる能力を備えた人間。それらのために、常に自らを磨き上げることに余念のない人間が、我々の理想像である。

そうした人間は、他者との関わり合いを重視し、周囲の人間を巻き込み様々な刺激を与えることで、他者の「生」をも活性化させることができる。そして、他者から見てカッコよく、憧れの対象となり、誰もが繋がりを求めて付いてくるであろう。他者との繋がりを重視するからこそ、外見やファッションにも気を使い、清潔をモットーとし、TPO をわきまえるであろう。

そうしたメンズシニアを、我々は「ダンディ」と呼ぶ。

そして、上記方向性を踏まえた我々の「仕掛け」としてのサードプレイスを、かつて大坂・船場に存在した知の創造・発信拠点になぞらえ、「ダンディ適塾」と名付ける。

5. 提言　～『ダンディ適塾』の創設～

① ダンディ適塾とは

■ 目的

地域活性化のためには、今後益々人口構成割合を増加させるメンズシニアの「生」の活性化が必要である。同時に、活性化された多様な「生」が、知的能力の向上も伴いつつ地域内で結びつくことが必要である。

ダンディ適塾の目的は、メンズシニアの「生」を活性化すると同時に、彼ら自身が地域内でインフルエンサーとなるための社会ネットワーク構築力・魅力の向上（「ダンディ化」）のための機会・プログラムを提供することである。

■ 機能

ダンディ適塾は、「社会ネットワーク創造の核となるサードプレイス」であり、以下の機能を備える。

- メンズシニアのためのサードプレイス
  定年によって社会から切り離される可能性の高いメンズシニアにとっての、新たな社会ネットワーク拠点となるサードプレイス
- 「生きがい」の追求拠点
  メンズシニアの欲求に応えつつ、彼らが新たな「生きがい」を見つけられ、それに没頭できる機会の提供
- 知的討論の場
  新しいアイデアや仕事に繋がるような議論などを促進する知的討論の場
- 新たな社会ネットワーク構築力の向上
  インフルエンサーとして新たな社会ネットワークを構築していく能力の向上
- 「ダンディ」メンズシニア育成
  インフルエンサーとしての影響力を高めるための魅力向上

■ 「ダンディ」を冠する意味と狙い

上記の通り、本サードプレイスの重要な役割の一つは、ここに集うメンズシニア自身に、インフルエンサーとしての素養を植え付けることである。インフルエンサーとしての影響力拡大のためには彼ら自身の魅力向上が必要であり、こうした魅力を備えたメンズシニアを、前述の通り我々は「ダンディ」と呼称する。「ダンディ」を冠することで、本サードプレイスのユニークな特徴を分かりやすく示すことを狙っている。

② カリキュラム概略

ダンディ適塾のカリキュラム構成におけるコンセプトと、これを踏まえたカリキュラム概略は、以下の通りである。

■ コンセプト

ダンディ適塾のカリキュラムは、前述のダンディ適塾の機能に従い、以下のコンセプトを複合的に兼ね備える構成案とした。(図表 5-①)

図表 5-① ダンディ適塾カリキュラム構成コンセプト

コンセプト	カリキュラムへ反映すべきポイント
サードプレイス	● 塾生同士の交流を促進
社会ネットワーク	● 社会ネットワークの重要性を再認識する機会を提供 ● 社会における自身の価値を確認する機会を提供 ● 社会ネットワーク構築力を高める機会を提供
「生きがい」	● 欲求に応え、「生きがい」を追求できる機会を提供
知的環境	● 創造力・革新力を高められる機会の提供 ● 互いの考えをぶつけ合える議論の場を提供 ● 発想力・実行力・実現力を高められる機会の提供
ダンディ育成	● 内面的にも外見的にも魅力を向上 ● ダンディとしての自覚を促し、哲学を確立 ● ダンディとしての所作振る舞いを身に付ける
関西愛の醸成	● 関西の魅力を再認識する機会の提供

特に本塾を象徴するコンセプトは、「ダンディ育成」である。

前述の通り、インフルエンサーとしての影響力拡大のために、塾生たるメンズシニア自身の魅力向上=「ダンディ化」を目指すのである。

よって、「ダンディ育成」というコンセプトに関しては、表内における他のコンセプトを貫く横断的要件として最重視したいと考える。

尚、ここに「関西愛の醸成」というコンセプトを加えている。これは、本塾の塾生や卒塾生が、関西の活性化に寄与・貢献してくれることを我々が願うためである。

- 概要

以上を踏まえ、ダンディ適塾のカリキュラムは、以下 2 本建てのコースで構成される 2 年制とする。

✓ ダンディ力養成コース：期間 1 年間（1 年目）

ダンディ力養成コースは、以下概略の通り、講座 2 形式、体験実習 2 形式、夏合宿、の計 5 形式と「成果発表」で構成する。（図表 5-②）

図表 5-② ダンディ力養成コーススケジュール

<table>
<tr><th></th><th>4 月</th><th>5 月</th><th>6 月</th><th>7 月</th><th>8 月</th><th>9 月</th><th>10 月</th><th>11 月</th><th>12 月</th><th>1 月</th><th>2 月</th><th>3 月</th></tr>
<tr><td>全体</td><td>入塾式</td><td></td><td></td><td colspan="2">夏合宿</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>成果
発表</td></tr>
<tr><td rowspan="4">カリキュラム</td><td colspan="11">ダンディ哲学・教養講座：全 11 回（1 回/月（4 月のみ 2 回）平日に実施）</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="10">関西活性化・教養講座：全 9 回（1 回/月 平日に実施）</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="10">ダンディアクティビティ：全 9 回（1 回/月 土曜日に実施）</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="10">社会との繋がり/社会貢献活動：全 9 回（1 回/月 土曜日に実施）</td><td></td></tr>
</table>

✓ ダンディ力実践コース：期間 1 年間（2 年目）

ダンディ力実践コースは、「ダンディ力養成コース」での学びや経験、培った「ダンディ力」を背景に、自己を見つめ直して新たな「生きがい」を見つけ追求していく「自己実現」のカリキュラムである。（図表 5-③）

図表 5-③ ダンディ力実践コーススケジュール

<table>
<tr><th></th><th>4 月</th><th>5 月</th><th>6 月</th><th>7 月</th><th>8 月</th><th>9 月</th><th>10 月</th><th>11 月</th><th>12 月</th><th>1 月</th><th>2 月</th><th>3 月</th></tr>
<tr><td>全体</td><td>オリエン
テーション</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>活動発表
卒塾式</td></tr>
<tr><td>カリキュラム</td><td colspan="3">企画フェーズ</td><td colspan="9">実践フェーズ</td><td></td></tr>
</table>

③ ダンディ力養成コース

「ダンディ力養成コース」は、以下 5 つのカリキュラムで構成する。

前述の 6 つのコンセプト（図表 5-①）を念頭に、また、その名の通り塾生たるメンズシニアの魅力を向上させ、「ダンディ化」することを主眼とする。

ここでいう魅力とは、外見的魅力に加えて、内面的魅力を兼ね備えることが重要である。他者を惹き付ける「ダンディ」の魅力とは、外見や所作振る舞いに加え、我々の議論の中で挙げられたものだけでも、ここに全てを記載しきれないほどの内面的要素もあると考えるからである[38]。

■ ダンディ哲学・教養講座

ダンディたるに欠かせないテーマ・教養を扱う講座形式とする。

当該テーマ・教養に関する専門家を講師として招聘し、講話と議論を積み重ねていくことで、「ダンディ哲学・教養」と自己のスタイルを確立する。

- 期間：4 月～7 月、9 月～2 月
- 回数：1 回/月の全 11 回（4 月のみ 2 回）
- 日時：平日の午後半日程度
- 講話聴講後、講師との質疑応答セッションを実施
- その後各グループに分かれて Face To Face ディスカッションを実施
- 交流会を原則毎回開催

■ 関西活性化・教養講座

関西の伝統文化や魅力/強みなどをテーマとして扱う。有識者や関係者を講師として招聘し、講話と議論を積み重ねていくことで、関西地域の見識を深めるとともに関西愛を醸成する。

- 期間：5 月～7 月、9 月～2 月
- 回数：1 回/月の全 9 回
- 日時：平日の午後半日程度
- 講話聴講後、講師との討議を実施
- 講師の講話・討議から得た知識を基に、各グループに分かれて Face To Face ディスカッションを実施
- 交流会を原則毎回開催

[38] 信念、謙虚、知識、経験、教養、優雅、清廉、上品、社交性、柔軟性、公平性、コミュニケーション力、洞察力、適応力、包容力、発信力、利他の精神、ユーモア、ポジティブ、エレガント、自尊心、好奇心、向上心、冒険心、など

ダンディ哲学・教養講座と関西活性化・教養講座のテーマ/講師イメージは以下の通りである。(図表 5-④)

図表 5-④ ダンディ哲学・教養講座 / 関西活性化・教養講座案

	ダンディ哲学・教養講座		関西活性化・教養講座	
	テーマ	講演者	テーマ	講演者
4 月	「ヘルスケア」	ジムインストラクター	-	-
	「情報発信ツール」	ソーシャルメディア専門家	-	-
5 月	「メンズファッション・ビューティー」	メンズ向け ファッション雑誌編集者	「地域行政」	地方行政代表
6 月	「イノベーション」	ベンチャー社長	「関西史」	関西史学者
7 月	「近現代日本史」	日本史学者	「寺社仏閣」	春日大社/金剛峯寺/ 延暦寺 代表
8 月	夏合宿期間			
9 月	「近現代世界史」	世界史学者	「関西経済」	経済学者
10 月	「科学」	科学者	「自然・世界遺産」	観光局
11 月	「宗教・哲学」	宗教学者・哲学者	「モノ作り」	中小企業社長
12 月	「政治経済」	政治経済学者	「万博/IR」	関西経済団体
1 月	「文学」	文学者	「先端医療」	先端医療関係者
2 月	「心理学」	心理学者	「伝統芸能」	文楽/能従事者
3 月	成果発表			

■ ダンディアクティビティ

ダンディとしてたしなむべきアクティビティを体感することで、「ダンディ哲学」確立に繋げると同時に、外見や所作振る舞いなどの外面的な魅力と、知性や社交性、感性などの内面的な魅力を醸成する。

- 期間：5 月～7 月、9 月～2 月
- 回数：1 回/月の全 9 回
- 日時：土曜日の終日
- 意見交換及び交流会を原則毎回開催

■ 社会との繋がり/社会貢献活動

様々な地域活動や世代との交流を通じて、社会/地域コミュニティとの繋がりの重要性を再認識し、社会における自身の価値を再確認する。

加えて、社会ネットワーク構築力の向上を図る。

- 期間：5 月～7 月、9 月～2 月
- 回数：1 回/月の全 9 回
- 日時：土曜日の終日
- 意見交換及び交流会を原則毎回開催

ダンディアクティビティと社会との繋がり/社会貢献活動のカリキュラムイメージは以下の通りである。（図表 5-⑤）

図表 5-⑤ ダンディアクティビティ・社会との繋がり/社会貢献活動

	ダンディアクティビティ	社会との繋がり/社会貢献活動
5 月	メンズエステ体験	終末期（緩和）ケア
6 月	オペラ鑑賞	学童保育
7 月	ワインセミナー参加	伝統文化継承
8 月	夏合宿期間	
9 月	文楽・落語観賞	養護施設支援
10 月	乗馬体験	環境保全活動
11 月	社交ダンス体験	被災地・防災支援
12 月	宝塚歌劇団観賞	路上生活者支援
1 月	山崎蒸溜所（ウイスキー）ツアー	介護施設支援
2 月	茶道体験	地域活性化・街づくり支援
3 月	成果発表	

■ 夏合宿

日常では容易に体験できないアクティビティを、合宿として実施する。

- 期間：8 月
- 回数：1 回/週の全 3 回(任意選択制)
- 日時：5 泊 6 日程度

夏合宿の企画イメージは以下の通りである。（図表 5-⑥）

図表 5-⑥ 夏合宿企画案

	企画案	狙い
1	ダンディサバイバル （無人島キャンプ）	● 俗世から切り離された環境で過ごすことを通じた、社会ネットワークの重要性の再認識 ● 不自由な生活の経験とサバイバルを通じた、生命力の向上 ● 静かな空間の中で自身と向き合うことによる、自己の再発見 ● 相互援助やコミュニケーションによる、塾生間交流の深化
2	寺院修行 （デトックス）	● 俗世から切り離された環境で過ごすことを通じた、社会ネットワークの重要性の再認識 ● 写経・瞑想・精進を通じた、心身の健康増進 ● 静かな空間の中で自身と向き合うことによる、自己の再発見
3	異文化交流 （関西の魅力紹介ツアー）	● 異文化・異世代間交流による、社会ネットワーク構築力の強化 ● 海外など他地域からの交流団体/留学生などに関西の魅力を紹介することを通じた、関西の魅力再発見と関西愛の醸成

■ 成果発表

ダンディ力養成コースは、以下の通り塾生による「成果発表」を実施した上で、修了するものとする。

- 時期：3 月
- 形式：レポート提出・発表会での発表
- 提出・発表内容：「私のダンディ哲学」と題し、以下内容を織り込む
  - ➢ ダンディ力養成講座での学び、身に付けた素養
  - ➢ これまでの人生における自己に対する気付き
  - ➢ 再発見した自己と今後の「生きがい」

ダンディ適塾は、前述の通りメンズシニアにとっての「生きがい」追求・実現のための場でもある。

ダンディ力養成コースでは、メンズシニアの社会ネットワークを（再）構築し、「生」を活性化し、また、「ダンディ」として人間的な魅力を高めることに主眼を置いた。

成果発表の目的は、本コースにおける学びや経験を振り返り、確立した「ダンディ哲学」を総括して改めて自身と向き合うことで、今後「生」への意思を実現していくための「生きがい」を考えることである。

④ ダンディ力実践コース

ダンディ力実践コースは、「ダンディ力養成コース」での学びや経験を背景に、今後の「生きがい」を追求していくにあたっての初期的な「自己実現」のコースであり、以下の 2 フェーズで構成する。

尚、ダンディ力実践コースは、受講料の一部を活動予算として塾生に支給し、塾生が主体となって企画・実施するカリキュラムとする。

■ 企画フェーズ

ダンディ力養成コースを通じて辿り着いた自身の「生きがい」に関して、改めて実現に向けた企画を立案する。4 月上旬にオリエンテーションを実施後、グループ毎に、6 月を目処に収支予算を含めた企画を取り纏めることとする。

- 期間：4 月～6 月
- 回数：任意
- 日時：任意
- 提出物：企画案

「生きがい」に関しては多種多様であることが想定されるが、ダンディ力実践コースは上記の通りグループ制を採ることを原則とする。

具体的には図表 4-⑤に示したメンズシニアの欲求分類に準拠し、「ダンディ力養成コース」で各自が発表した内容を基に、欲求分類ごとに塾生のグループ分けを実施する。

以下が我々の想定するグループ案・企画内容案であるが、実際の塾生の欲求に従い、柔軟にグループ設計することとしたい。(図表 5-⑦)

図表 5-⑦ グループイメージ

	グループ案	想定される企画内容
1	学びたい	言語学習計画、歴史・文化学習計画、など
2	挑戦したい・働きたい	起業計画、セカンドキャリア計画、など
3	教えたい・次世代育成に携わりたい	キャリアを生かした次世代育成支援計画、プロボノ計画、など
4	遊びたい・極めたい	新たな趣味への取り組み計画、など
5	健康でいたい	ヘルスケア計画、メンズビューティー計画、など

■ 実践フェーズ

7 月から 2 月は企画の実践フェーズとし、毎月の活動報告を提出し、3 月に収支報告も含めた活動発表をグループ単位で行う。

費用については予算内に収めることを原則とするが、収支報告に記載することを前提に、必要に応じて塾生からの持ち出しを可能とする。

実践フェーズでの活動は、「ダンディ力養成コース」で培った「ダンディ力」を実践する場でもある。

キャリアの棚卸しも含め、「ダンディ力養成コース」で再発見した自己の欲求を「生きがい」とし、共通の関心を持つメンバーとグループを形成しながら活動することで、ダンディ適塾外も含めた新たな社会ネットワークの構築を積極的に行うことが理想である。

- 期間：7 月～2 月
- 回数：任意
- 日時：任意

■ 活動発表

ダンディ力実践コースは、以下の通りグループ毎の「活動発表」を実施した上で、修了するものとする。

- 時期：3 月
- 形式：レポート提出・発表会での発表
- 提出・発表内容：「我々のダンディ実践活動」と題し、以下内容を織り込む
  - ダンディ力実践コースでの活動内容
  - 活動を通じて学び・身に付けた素養
  - 活動を通じて構築した新たな社会ネットワーク
  - 活動を通じた新たな気付き
  - 今後のセカンドライフの生き方

ダンディ力実践コースは、前述の通り、ダンディ力養成コースを通じて辿り着いた自身の「生きがい」を追求する初期的な「自己実現」の場である。

本活動発表の目的は、卒塾後の本格的なセカンドライフを見据えたものである。本コースを通じた学びや経験、身に付けた素養や構築した社会ネットワーク等を整理し、自身の「生」への意思を確認した上で、これを実現するための本格的な「生きがい」を考えることである。

⑤ 組織構成・運営

ダンディ適塾は、ダンディ適塾運営委員会が運営する。ダンディ適塾運営委員会は、理事会と事務局から構成される一般社団法人とする。

理事会と事務局の役割と想定するメンバーは以下の通りである。（図表 5-⑧）

図表 5-⑧ ダンディ適塾運営委員会の構成

	役割と権限	想定されるメンバー
理事会 （非常勤：5 名程度）	• 運営に関する重要事項の審議と意思決定	• 企業経営者 • NPO 法人代表者 • 大学関係者 • 自治体関係者　等
事務局 （常勤：7 名程度）	• 【企画】企画立案 • 【渉外】講師への登壇依頼 • 【担任】現場活動支援・運営 • 【広報】塾生募集 • 【経理・総務、他】事務全般	• 企業や自治体等からの派遣 • 一般公募 • ダンディ適塾卒塾生（将来） • サイバー適塾修了生･関係者　等

■ 理事会

理事会は非常勤とし、運営に関する重要事項の審議･意思決定権限を有する。

また、メンバーは、企業経営者、NPO 法人代表者、大学関係者、自治体関係者等、産学官から幅広く募り、現役か否か、性別、年齢にはこだわらず、ダンディ適塾の設立趣旨に賛同する有志で構成する。

関西の活性化のためには産学官の協力・連携が不可欠であり、それは本塾の運営においても同様との考えである。また、メンズシニアを様々な視点から捉え、多様な知見や人脈を駆使して本塾の運営をサポートする趣旨から、性別や世代を超えた多様なメンバーで構成することが重要と考える。

尚、理事会メンバーは月次の理事会に加え、入塾式はじめ各種式典に参加するが、趣旨にご賛同頂き、無報酬で従事頂くことを想定している。

■ 事務局

事務局は常勤とし、運営に係る実務全般を担う。

また、担任制を採用することとし、塾生グループ毎に 1 名の担任を配置する。担任は塾生のサポートに加え、各アクティビティ等にも参加する。

メンバーは、本塾の設立趣旨に賛同頂ける企業や自治体等からの有期派遣、及び一般公募により募る。また、本塾卒塾生やサイバー適塾修了生も将来的には有力な事務局人材になりうると考える。

■ 運営資金

ダンディ適塾の運営資金は、基本的には塾生からの授業料で賄う方針であり、特定の経済団体や企業、自治体等からの資金支援は前提としていない。

現時点において我々が想定するダンディ適塾の収支予算は以下の通りである。（図表 5-⑨）（詳細は Appendix.ダンディ適塾運営費用詳細　参照）

図表 5-⑨　ダンディ適塾想定収支/年間

- 初年度

（単位：千円）

項目		金額	内容
収入			
	受講料	60,000	1期生：年間100万円×60名（1クラス12名）
支出			
	システム運営費	3,000	サーバ運営費、システム保守費　等
	講座運営費	17,800	講師謝礼・交通費・宿泊費、受講場所レンタル費、夏合宿費　等
	事務局経費	39,200	事務所賃貸料、人件費、旅費交通費　等
	計	60,000	
収支		0	

（注）交通費・交流会費は塾生負担とする

- 2 年目

（単位：千円）

項目		金額	内容
収入			
	受講料	90,000	1期生：年間50万円×60名（1クラス12名） 2期生：年間100万円×60名（1クラス12名）
支出			
	システム運営費	3,000	サーバ運営費、システム保守費　等
	講座運営費	47,800	講師謝礼・交通費・宿泊費、受講場所レンタル費、 ダンディアクティビティ・夏合宿費、 ダンディ実践コース費　等
	事務局経費	39,200	事務所賃貸料、人件費、旅費交通費　等
	計	90,000	
収支		0	

（注）交通費・交流会費は塾生負担とする

本塾は営利を目的としないため、毎期の収支はほぼゼロを想定しており、受講料は、本塾の魅力的なカリキュラムを実現するための運営費用を賄うことができる最低限の価格で設定する方針である。

上記の収支予算の通り、運営にはシステム運営費・講座運営費・事務局経費といったコストが発生し、当該コストから逆算して受講料を算出している。

我々の想定するカリキュラムは、受講料（2 年間で 150 万円）に相応しい魅力的なコンテンツを揃えていると確信するが、受講料をよりリーズナブルに抑えるための工夫も重要と考える。

従って、本塾の開塾に際しては、関西の教育機関、自治体、NPO 法人、新聞・雑誌等のメディア、等とのアライアンスを模索し、アライアンス先からのインフラ提供等によるコストダウンや、カリキュラムの充実も検討する方針である。

また、上記の通りダンディ適塾は、特定の経済団体や企業、自治体等からの資金支援に頼った運営は行わないが、本塾の設立趣旨にご賛同頂いた上で資金支援頂ける場合には、ダンディ適塾支援基金として、カリキュラムの充実やサポート体制強化、あるいは受講料軽減、等に充当させて頂く方針である。

■ サイバー適塾修了生及び関係者に期待すること

サイバー適塾は発足から 16 期を迎え、修了生数は、16 期生を含めて約 500 名を越える。また、担任講師や事務局をご担当頂いた関係者も多数存在する。

これらの方々は、ダンディ適塾を運営するに際して極めて有力なリソースであると我々は考えている。サイバー適塾において「自己の哲学」を確立し、「国際社会に通用するパワフルなリーダー」として活躍する修了生であれば、また、サイバー適塾の設立趣旨に賛同頂き運営に携わられた担任講師や事務局関係者であれば、必ずや本塾の設立趣旨に賛同し、理事会や事務局のメンバーとして、あるいは魅力的なカリキュラムの講師として、ご協力頂けるものと確信している。

⑥ 入塾資格要件

ダンディ適塾の入塾資格要件は以下のとおりである。所属企業（引退している場合には元所属企業）からの推薦と一般公募により塾生を募集する。(図表 5-⑩)

図表 5-⑩　ダンディ適塾入塾資格要件

項　目	要　件
年　齢	50 歳～70 歳
性　別	男性
その他	● 関西に在住・在勤する者 ● ダンディ適塾の設立趣旨に賛同し、卒塾後には関西の活性化に寄与もしくは活性化を牽引するだけの素養を有する者 (所属企業からの推薦状、及び一般公募の場合には本人の経歴書)

塾生は、セカンドライフを真剣に考え始めるメンズシニアをターゲットとするため、「50 歳～」としている。4 章②「メインターゲット」で説明した通り、「定年前の、定年を意識しなくてはいけない男性」(50 歳代以降)への早期の手当ても重要というのが、我々の見解だからである。

多くのメンズシニアがそうであるように、目先の仕事に追われる多忙な現役時代を送り、「リタイア後の人生設計」をまともに計画できないまま定年を迎えた場合には、社会ネットワークと「生きがい」の乏しさを自覚することになるであろう。その結果、多くのメンズシニアがその潜在的活力を発揮できていないであろうことも、前述の通りである。

そして、今後益々高齢化が進展していく中で、メンズシニアの多くが潜在的活力を発揮できなければ、社会・経済全体の活力が停滞し、企業のビジネス活動にも決してプラスに働かないのは明らかである。

よって、メンズシニアの「生」の活性化を支援することは、間接的には企業にとってもプラスになると我々は考えている。そして、メンズシニアの「生」の活性化には、定年前からの計画と準備が必要である。

また、「国際社会に通用するパワフルなリーダー」として活躍し、我々が定義するところのメンズシニアの年代に入ったサイバー適塾修了生は、将来のダンディ適塾生として、最も有力な候補と考えている。前述の通り、サイバー適塾修了生は、16 期生を含め、約 500 名である。本塾の運営に携わるのみならず、今後 50 代を迎えるサイバー適塾修了生がダンディ適塾に塾生としても参加し、ダンディなメンズシニアとして、引退後も関西の活性化のリーダー、そしてインフルエンサーとなることを強く望むものである。

⑦ 期待する直接効果及び波及効果

本ダンディ適塾を通じて我々が期待する効果は、以下の通りである。

■ 直接効果

直接効果とは、ダンディ適塾での活動を通じた、メンズシニア自身に期待する変化である。

- 「生」の活性化
  - ✓ 社会ネットワークの（再）構築
  - ✓ 「生きがい」の追求
- 知的能力の向上
  - ✓ 創造力・革新力の向上
  - ✓ 発想力・実行力・実現力の向上
- インフルエンサーとしての能力向上
  - ✓ 新たな社会ネットワーク構築力の向上
  - ✓ 「ダンディ化」
- 関西愛の醸成
  - ✓ 関西の魅力の再認識
  - ✓ 関西地域活性化への意欲向上

■ 波及効果

波及効果とは、インフルエンサーとしての能力を身に付けたメンズシニアを通じた、地域全体の活性化効果である。

- インフルエンサーの活性化された「生」が、若年層も含む周囲の人たちの「生」をも活性化することで、多様な「生」が生み出される
- 多様な「生」が、インフルエンサーが創出する新たな知的討論の場で次々に結びつき、地域全体の知的能力が向上する
- 地域全体の知的能力の向上が、これまでにない新しいアイデアや仕事を連続的に生み出す
- 生み出された新しいアイデアや仕事が、地域の持続的な経済成長・社会発展を実現する
- 地域の持続的な経済成長・社会発展が、域外も含めた多くの人々を魅了する、魅力的な街の創出へと繋がる

おわりに

リタイア後の第二の人生を粋でカッコよく生きることで、シニアが「生」を活性化して幸せな人生を送るとともに、そういう生き方ができる街として関西をアピールする。

その魅力に惹かれた若者たちが多数集まり、相互に交流し、知的なサードプレイスが自発的に次々に生まれ出ることによって、世代を超えた熱い討議がなされることを期待する。

我々のダンディ適塾構想は、リタイアをきっかけに埋もれてしまう可能性のある、人の「生」に刺激を与え、（再）活性化することで関西の活性化をもくろむものである。そのために、ここ関西をダンディズムが支配する街に変えていくのである。

それでは我々が目指すダンディズムとはなにか。

我々が考えるダンディとは、辞書の定義にあるような、外見をカッコよく装うことだけでなく、むしろ、内面をカッコよく鍛えることに主眼を置いている。

ダンディな人間は他人を出し抜きおとしめる利己主義者ではない。ダンディな人間は尖った個性を発揮するが、他者の凡庸を批判しない。他者を包摂し、他者を活かすことが自らの「生」を更に活性化させると確信している。

ダンディズムにゼロサム・ゲームは似合わない。ダンディズムの追求は人の顔を変え、所作振る舞いに味わいを持たせ、知的好奇心に満ちた少年の情動を甦らせる。それらすべてがその人の纏う魅力である。

そして、ダンディ適塾が重視する「社会との繋がり」とは、カルチャーセンターや囲碁・将棋倶楽部に通うことだと勘違いしてはならない。ダンディな人間にとってのサードプレイスとは、ダンディズムを磨く人間同士が切磋琢磨するコロッセウムなのだ。これはダンディ適塾の基本精神である。

関西の活性化グループのダンディ適塾構想は、ダンディなシニアやジュニア、彼・彼女の社交する、関西の未来社会を構想する提言なのである。

サイバー適塾　第 16 期生　関西の活性化グループ一同

以上

Appendix. ダンディ適塾運営費用詳細

初年度

① 全体予算

（単位：千円）

項目	金額	内容
収入		
受講料	60,000	1期生：年間100万円×60名（1クラス12名）
支出		
システム運営費	3,000	サーバ運営費、システム保守費　等
講座運営費合計	17,800	
● 講師謝礼・交通費・宿泊費	2,000	講座　計20回×100千円
● 受講場所レンタル費用	1,540	グランキューブ大阪（80名用） 午後・夜間 13:00~21:00 講座20回＋式典2回　計22回×@70千円
● ダンディアクティビティ費用	6,000	詳細下記②
● 夏合宿費用	7,500	詳細下記③
● その他予備費用	760	夏合宿（異文化交流）予備費としての利用を想定
事務局経費	39,200	
● 事務所賃借料	7,200	梅田　50坪×12,000円/１坪×12ヶ月
● リース料	1,000	事務所備品、PC等
● 人件費	28,000	4,000千円×7名 （事務局長1名、クラス担当5名、事務員1名）
● 講師との打合せ費用	2,000	講座計20回×@50千円
● その他	1,000	水道光熱費、消耗品費　等
計	60,000	
収支	0	

（注）交通費・交流会費は塾生負担とする

② ダンディアクティビティ費用明細（クラス担当含む 65 名分）

（単位：千円）

メニュー	予算	概要
メンズエステ体験	500	無料前提なるも、予備費として計上
オペラ鑑賞	1,040	フェスティバルホール BOX 席　16 千円×65 名
ワインセミナー参加	1,040	京都ワイングロッサリー初心者講座　16 千円×65 名
文楽・落語鑑賞	325	国立劇場　文楽鑑賞教室　5 千円×65 名
乗馬体験	975	初心者コース　15 千円×65 名
社交ダンス体験	500	無料前提なるも、予備費として計上
宝塚歌劇団鑑賞	780	SS 席　12 千円×65 名
山崎蒸溜所（ウイスキー）ツアー	65	見学・試飲ツアー　1 千円×65 千円
茶道体験	780	生け花・着物有り　12 千円×65 名
合計	略 6,000	

③ 夏合宿費用明細（クラス担当含む 65 名分）

（単位：千円）

メニュー	予算	概要
ダンディサバイバル	975	無人島渡航費 10 千円（往復）　サバイバル予算 5 千円 15 千円×65 名
寺院修行	3,250	寺院宿坊宿泊費　10 千円×5 泊 50 千円×65 名
異文化交流	3,250	関西エリア宿泊費　10 千円×５泊 観光費は予備費からの捻出を想定
合計	略 7,500	

2 年目

全体予算

（単位：千円）

項目	金額	内容
収入		
受講料	90,000	1回生：年間100万円×60名（1クラス12名） 2回生：年間50万円×60名（1クラス12名）
支出		
システム運営費	3,000	サーバ運営費、システム保守費　等
講座運営費合計	47,800	
● 講師謝礼・交通費・宿泊費	2,000	初年度生のみ　講座　計20回×100千円
● 受講場所レンタル費用	1,680	グランキューブ大阪（80名用） 午後・夜間 13:00~21:00 講座20回＋式典4回（2回生の2回分増加） 計24回×@70千円
● ダンディアクティビティ費用	6,000	1回生のみ　詳細上記②
● 夏合宿費用	7,500	1回生のみ　詳細上記③
● 実践コース運営費用	30,000	2回生のみ　受講料を予算上限として拠出
● その他予備費用	620	予備費
事務局経費	39,200	
● 事務所賃借料	7,200	梅田　50坪×12,000円/１坪×12ヶ月
● リース料	1,000	事務所備品、PC等
● 人件費	28,000	4,000千円×7名 （事務局長1名、クラス担当5名、事務員1名）
● 講師との打合せ費用	2,000	講座計20回×@50千円
● その他	1,000	水道光熱費、消耗品費　等
計	90,000	
収支	0	

（注）交通費・交流会費は塾生負担とする

【参考文献】

〈書籍〉

- 『関西経済論 -原理と課題- 』 塩沢由典著　晃洋書房
- 『都市の原理』 ジェイン・ジィコブズ著　鹿島出版会
- 『Phronesis シニアが輝く日本の未来』 三菱総合研究所編　丸善プラネット
- 『新シニア市場攻略のカギはモラトリアムおじさんだ！』
  ビデオリサーチひと研究所編著　ダイヤモンド社
- 『成功するシニアビジネスの教科書』 村田裕之著　日本経済新聞社
- 『LIFE SHIFT～100 年時代の人生戦略～』
  リンダ・グラットン/アンドリュー・スコット著　東洋経済新聞社
- 『サードプレイス』 レイ・オルデンバーグ著　みすず書房
- 『平成 29 年版　高齢社会白書』 内閣府
- 『定年後』 楠木新著　中公新書
- 『定年女子～これからの仕事、生活、やりたいこと～』
  岸本祐紀子著　集英社文庫
- 『第四の消費』 三浦展著　朝日新書
- 『孤立無業（SNEP）』 玄田有史著　日本経済新聞出版社
- 『大人の引きこもり～本当は「外に出る理由」を探している人たち～』
  池上正樹著　講談社現代新書
- 『男という名の絶望』 奥田祥子著　幻冬社新書
- 週刊東洋経済『定年後の仕事選び』（2017/9/30）　東洋経済新報社
- 週刊ダイヤモンド『定年後の歩き方』（2017/9/2）　ダイヤモンド社
- 『プロボノ～新しい社会貢献　新しい働き方～』 嵯峨生馬著　勁草書房
- 『60 歳からの生き方再設計』 矢部武著　新潮新書
- 『2 枚目の名刺　未来を変える働き方』 米倉誠一郎著　講談社+α 新書

〈Web サイト〉

- 『人口推計（平成 28 年 10 月 1 日現在）』 総務省
  http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01toukei03_01000058.html
- 『日本の地域別将来推計人口（平成 25 年 3 月推計）』
  国立社会保障・人口問題研究所
  http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/t-page.asp
- 『平成 28 年簡易生命表の概況』 厚生労働省
  http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/life/life16/index.html

- 『World Population Prospects:The 2017 Revision』 United Nations
  https://esa.un.org/unpd/wpp/
- 『世界の高齢化率（高齢者人口比率）国際比較統計・推移』 Global Note
  https://www.globalnote.jp/post-3770.html
- 『家計調査報告（貯蓄・負債編）–平成 28 年（2016 年）平均結果速報–』
  総務省統計局
  hhttp://www.stat.go.jp/data/sav/sokuhou/nen/index.htm
- 『家計調査報告（家計収支編）–平成 28 年（2016 年）平均結果の概要–』
  総務省統計局
  http://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/nen/index.htm
- 『健康寿命のページ』 厚生労働科学研究
  http://toukei.umin.jp/kenkoujyumyou/#h23
- 『高齢になっても勉強したい！』 第一生命経済研究所
  http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2016/fc1604b.pdf#search=%27 高齢者+学習意欲%27
- 『定年後～60 歳からの「黄金の 15 年」をどう生きるか』 Diamond Online
  http://diamond.jp/category/s-teinengo
- 『なぜ「定年後」の男性は悲惨なことになるのか？』 東洋経済オンライン
  http://toyokeizai.net/articles/-/177533
- 『定年退職後の夫婦生活意識調査』 野村不動産アーバンネット
  https://www.nomura-un.co.jp/news/pdf/20160315.pdf
- 『高齢社会対策に関する調査』 内閣府
  http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/kenkyu.html
- 『平成 26 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査結果』 内閣府
  http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h26/sougou/zentai/index.html
- 『高齢者の区分に関する、日本老年学会・日本老年医学会 高齢者に関する定義検討ワーキンググループからの提言』(2017 年 1 月 5 日) 日本老年医学会
  https://jpn-geriat-soc.or.jp/proposal/index.html
- 『くらし HOW マガジン（2012 年 1 月）』 リビングくらし HOW 研究所
  http://www.kurashihow.co.jp/magazines/143/
- 『サービスグラント』 認定 NPO 法人サービスグラント
  http://www.servicegrant.or.jp/
- 『大阪ボランティア協会』 社会福祉法人大阪ボランティア協会
  http://www.osakavol.org/index.html

- 『大阪府産業支援シニア活動センター』
  一般社団法人大阪府産業支援型 NPO 協議会
  http://oissac.sakura.ne.jp/
- 『日本のオジサンが「世界一孤独」な根本原因』　東洋経済オンライン
  http://toyokeizai.net/articles/-/165983
- 『Loneliness and Social Isolation as Risk Factors for Mortality』　SAGE journals
  http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691614568352?journalCode
- 『Social isolation』　OECD
  http://www.oecd.org/std/37964677.pdf

〈その他レポート等〉

- 『退職リアルライフ調査～団塊ファーストランナーの 65 歳からの暮らし～』
  電通総研
- 『団塊シニア男性の日常の過ごし方』
  フォーカスマーケティング
- 『団塊シニア男性の生活実態とマーケティング展開　アンケート調査レポート』
  フォーカスマーケティング
- 『消費者調査 d-campX』
  電通

メンバー表

塾生

リーダー	越智　友敦	株式会社三菱東京 UFJ 銀行
副リーダー	吉原　孝二	日本電通株式会社
メンバー	築山　雄介	ダイキン工業株式会社
	麓　　洋佐	株式会社竹中工務店
	俣野　広行	有限責任あずさ監査法人
	松尾　寛之	三菱重工業株式会社
	松岡　康雄	西日本高速道路株式会社
	宮井　秀人	株式会社電通
	三宅　裕一	京阪ホールディングス株式会社
	宮本　拓也	鹿島建設株式会社
	宮本　真季	サラヤ株式会社
	村上　嘉浩	鴻池運輸株式会社

学界講師

福留　和彦　　大和大学　政治経済学部　教授

事務局

高橋　充　　サイバー適塾運営協議会　主任調査役

（敬称略）

2018年3月　発　行

発行者　サイバー適塾運営協議会
事務局長　水谷 恒介

〒530-0005　大阪市北区中之島6-2-27
中之島センタービル6階

TEL　(06)-6441-3036
FAX　(06)-6441-3038
URL　http://www.tekijuku.ne.jp
EMAIL　info-ct@tekijuku.ne.jp

（文責　サイバー適塾運営協議会事務局）