

冠婚葬祭互助会が果たしてきた社会的役割と 少子高齢化社会における存在意義

(株)冠婚葬祭総合研究所

本稿では、70年の歴史を振り返りながら、冠婚葬祭互助会が、これまでにどのような社会的役割を果たし、今日の姿に発展してきたのか。戦後のさまざまな社会構造変化のなかで、その果たしてきた役割を検証するとともに、過去の事実を踏まえながら、いままさに大きく変わりつつあるこの社会において、どのような存在として期待されているのか、その果たしていくべき役割・責務について考えていく。

戦後の社会構造の変化と 冠婚葬祭互助会の誕生・発展

(1)終戦直後の物資不足と冠婚葬祭互助会の創成

冠婚葬祭互助会の第1号が横須賀市に誕生したのは、いまから70年前の1948（昭和23）年。戦後3年を経ても、なお混乱の続く物資不足の時代であり、国民1人当たりの食糧・日用品などの供給量は戦前の3分の2程度の水準までしか回復しておらず（昭和27年度「経済白書」）、まして、冠婚葬祭に使用する衣裳や道具類などは、庶民にはとても手に入らない時代であった。

そうしたなか、西村熊彦氏が創設した(株)横須賀市冠婚葬祭互助会（現(株)横須賀冠婚葬祭互助会）は画期的なシステムを有していた。「一人が万人のために、万人が一人のために」という相互扶助の精神で、「頼母子講」や「無尽」のように会員から毎月掛金を集めるだけでなく、互助会自身が婚礼衣裳や祭壇・葬具等を保有し、格安に挙式、葬儀のサービスを提供するというものだ。このシステムは、物質的には貧しい生活だったとしても、死者を悼み、若い男女の門出を祝福したいという庶民の心に応え、またたく間にその会員数をふやしていった。

(2)高度成長期の社会構造の変化と冠婚葬祭互助会の発展・拡大

こうして誕生した冠婚葬祭互助会（以下、互助会）を大きく社会に浸透・発展させることに

なったのは、昭和30年代（1955～64年）以降に発生した地方から都市部への大規模な人口移動（図表1）と、それに伴う「核家族化」「社会コミュニティの変化」「集合住宅の増加」といった戦後の日本における社会構造の変化であった。

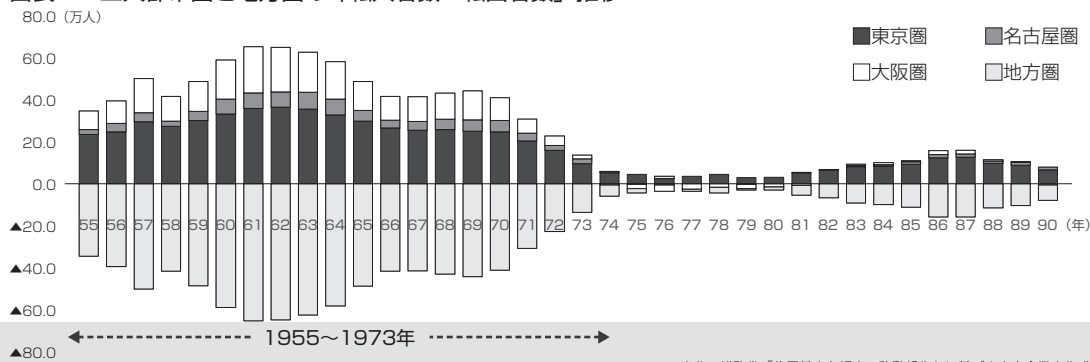
「金の卵」といわれた新卒の中高生だけではなく、農家の子弟や既存の就業者も、より条件のよい働き口を求めて都会に出てきた。戦後の復興による急激な人口の都市集中に伴い、これまでの大家族世帯は減少し、夫婦とその子どもだけからなる核家族世帯が増加（図表2）。社会コミュニティもこれまでのような農業等を主体とした隣近所の助け合いによる地域コミュニティから、勤務先の会社を中心とした職場コミュニティへと変化していった。

この結果、これまで緊密な協力関係にあった近所づきあいが崩れ、冠婚葬祭のときには駆けつけてお手伝いをしてくれるという習わしも薄れた。その隣近所に代わってサービスを行なったのが互助会である。「毎月の集金」という定期的な接点をもつことで地域社会に浸透し、「安い費用で値段がわかって儀式ができる」という謳い文句が、当時の「新生活運動」の流れにも乗って、地域社会のなかでその地盤を着実に固めていったのである。

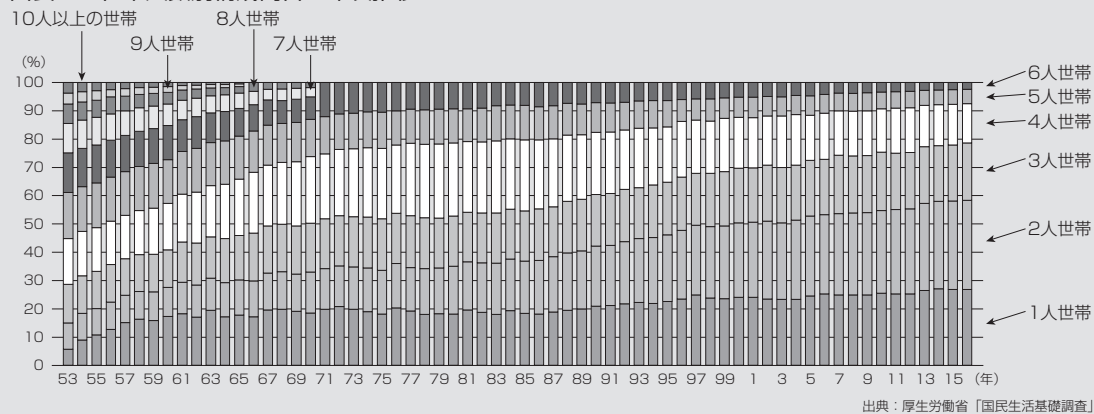
その後、この社会変化の拡大によって互助会の役割は、さらに大きくなる。都市部では急激な人口増から住宅が不足し価格が高騰したため、住宅は公団住宅やマンション等の集合住宅が一般的となり、自宅で婚礼儀式をとり行なうことは物理的にも困難になってきた。こうした変化に応えるものとして、婚礼儀式に対し、施設も含めたさまざまな機能・サービスを総合的に提供したのが、まさにその地域の互助会であった。

その後のベビーブーム世代（1947～49年生まれ）による婚姻件数の増加は、事業拡大の契機

図表1 三大都市圏と地方圏の「転入者数－転出者数」推移（1955～1990年）



図表2 世帯人数別構成割合の年次推移



をうかがう互助会に大きな未来を約束した。昭和30年代に4つの互助会がつぎつぎと総合結婚式場をオープンしたことにはじまり、1959（昭和34）年の皇太子殿下（現・今上天皇）のご成婚を機にテレビの飛躍的な普及と相俟って、結婚式そのものをショー化させ、高度成長期という時代を上手く先取りした形で世間に受け入れられていったのである。こうして、互助会は婚姻件数の急激な増加を追い風に総合結婚式場を基盤として大きく発展することになる。互助会は1948（昭和23）年の誕生から、高度成長期のピークであった第一次オイルショックの1973（昭和48年）までの25年の間に、その数を350社

程度に拡大、1985（昭和60）年には総合結婚式場も全国に300か所以上と、社会ニーズに応える形でその事業基盤を確立していった（図表3、4）。

(3)高度成長期以降の社会構造の変化と互助会事業の転換

平成になり、互助会にも大きな転機が訪れる。婚姻件数が徐々に頭打ちとなるなか、バブル崩壊後の景気低迷による「ジミ婚」の増加や結婚情報誌『ゼクシィ』の発刊に象徴される結婚式の多様化により、総合結婚式場にも陰りがみえはじめたのである。

しかしながら、そうした現実の一方で、戦後

DOSHISHA
(東証1部上場【証券コード：7483】)

Memorialbed
【全国代理店・提携店・提携店・提携店】メモリアルベッド

お問合せ先

株式会社ドウシシャ 特販部
【東京】
TEL 03-3474-6853
FAX 03-3474-6908
【大阪】
TEL 06-6121-5903
FAX 06-6121-5922
【メール】
info@memorialbed.com



メモリアルベッド

検索

ご存知ですか？
遺体冷却装置メモリアルベッド。



※写真はイメージです。

おかげさまで、
遺体冷却装置を使用した施術件数が
(含むメモリアルベッド)
全国で2,000件を超えました。

(納品先の使用状況をヒアリングした結果に基づく当社調べ)

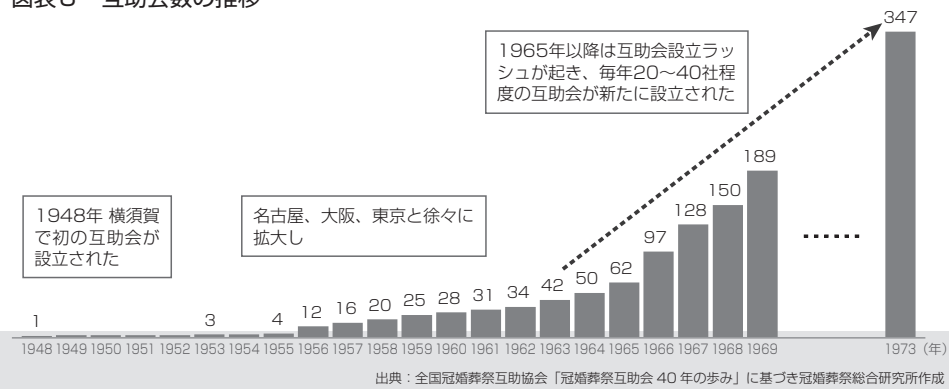
※1：業務提携した株式会社エコテクノ社製遺体冷却装置と合算。

メモリアルベッドが評価される理由

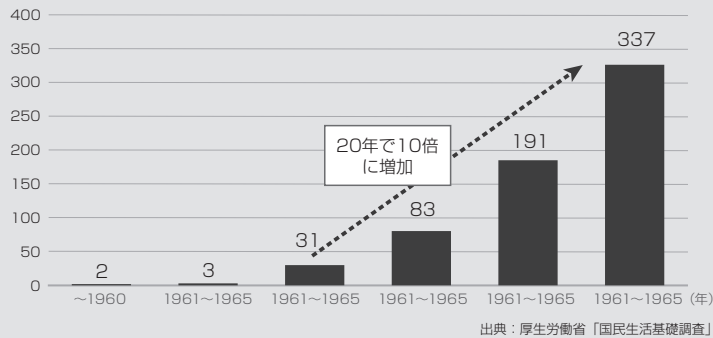
現場	経営者
交換作業不要 簡単操作	コスト削減
脱ドライアイス	
(美しいご遺体による) 顧客満足度 向上	CO ² 排出量は、 "ドライアイス の5分の1"に。
ご遺族	環境貢献

●環境に優しい企業として、
一緒にアピールしていきませんか？

図表3 互助会数の推移



図表4 互助会結婚式場数推移



50～60年を経て、これまでの社会構造変化は新たな社会ニーズを発生させていた。それは、葬儀において顕著に表れた。核家族化した都市世帯の高齢化に伴う自宅葬の限界である。婚礼儀式と同様に、狭小となった自宅での葬儀はむずかしく、高齢化した都市世帯にとって新たな葬儀会場の確保は切実な問題となっていたのである。

互助会はこの社会ニーズに積極的に対応し、急速に葬祭会館をふやしていった。その変化を示しているのが図5、6である。「葬儀を行なった場所」として、高度成長期の1970年代（昭和45～54年）には6割弱と過半を占めていた「自宅」は、2011（平成23）年以降、5%弱にまで縮小し、逆に2割程度しかなかった「葬祭会館」が約9割と大宗を占めるまでに変わってきている。

また、互助会保証(株)契約先互助会1社当たり平均の葬祭会館数は、1995（平成7）年から2015（平成27）年までの20年間に2か所から12か所へと、6倍に増加しているのである。

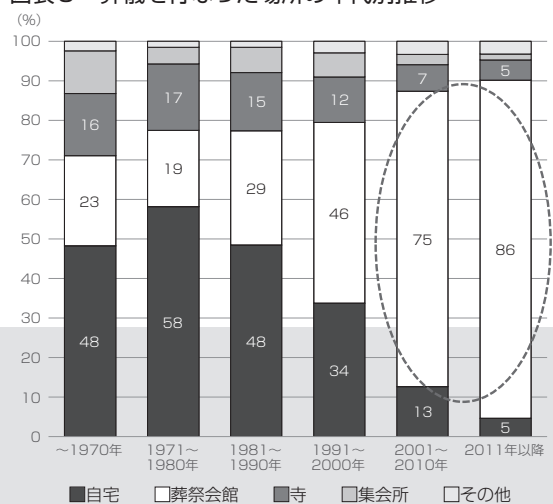
まさに婚礼と同様に葬儀に対しても、互助会固有の前受金という資金を使って、その局面に応じた社会に必要な基盤を整備してきたのである。資金循環表をみても、高度成長に伴い旺盛な資金ニーズが発生するなか、民間法人に資金

のない時期に、互助会という仕組みを使って、資金のあった家計から少額ずつ資金を集め、それによって社会基盤の充実を図るという大きな役割を果たしてきたといえる。

このように、互助会は1990年代後半（平成7年～）以降、新たな社会構造の変化に応えることで、陰りがみえた「冠婚」から「葬祭」へとその事業の軸足を移し、社会の要請に応える形で事業構造の転換を進めていった（図表7）。

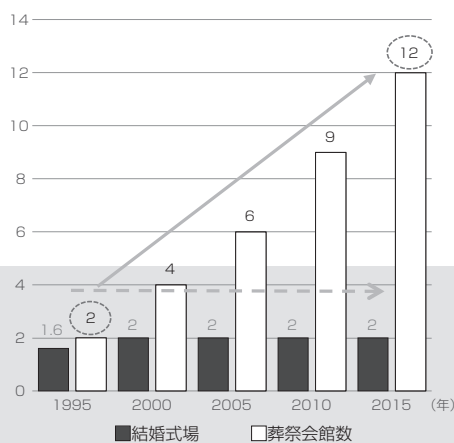
こうした事業シフトが成功した背景には、前述のように、豊富な資金をもっていたことがあげられる。しかしながら、消費者に受け入れられたもう1つの理由は、これまでプライダルサービスを手がけてきたことで培ってきた高品質のサービスを葬儀施行の世界に広げ、葬儀というセレモニーをより高品質なサービスにしてきたことが大きいと思われる。単に、施設というハード面の整備だけではなく、それとあわせてサービスの充実も図っていったことで、消費者からの高い支持を得ることができたのではないだろうか。結果的に、それは葬儀全体の質を向上していくことになり、葬儀業界全体の社会的な立場をも変えることにもつながったと考えられる。これまでは忌み嫌われる面もあった葬儀業を「セレモニービジネス」に変えていったのである。ただし、そのことは皮肉にも、その

図表5 葬儀を行なった場所の年代別推移



出典：全国冠婚葬祭互助協会「平成27年度冠婚葬祭アンケート」

図表6 互助会保証(備契約先互助会1社当たり平均)結婚式場・葬祭会館数推移



出典：図表5と同

後の異業種からのセレモニービジネスへの新規参入につながっていくことになる。

改正割賦販売法による制度整備と互助会ビジネスモデルの確立

(1)消費者保護への対応

ここで、もう1つの社会変化に対する対応について簡単にふれておきたい。それは消費者保護への対応である。東京オリンピック(1964年)後の「昭和40年不況」が底を打ち、本格的な高度成長期に突入、消費生活も大きく様変わりし、庶民は豊かさの恩恵を享受した。さまざまなモノやサービスが割賦やクレジットで購入できる時代になり、キャッシュレスで手軽になった半面、それが新たなトラブルを引き起こす原因ともなった。ミシン等の割賦販売では強引なセールスによる消費者トラブルが多発し、社会問題となっていた。

互助会業界においても、新規互助会の急増や会員獲得のための競争激化とともに、営業活動

の過程で消費者とのトラブルも増加し、消費者の不信を買う場面も度々起こるようになった。また、過大投資や放漫経営により、一部に経営悪化を招く互助会も出てきた。「前払式」というビジネスモデルを考えると、消費者との信頼関係が互助会事業発展のための大前提であり、信用不安は業界全体として死活問題につながりかねない。こうしたことから、互助会業界は大きく2つの手を打ったのである。

(2)割賦販売法の改正とセーフティネットの創設

1つは、1972(昭和47)年の割賦販売法の改正により、冠婚葬祭互助会も同法の適用対象となり、前受金の保全が義務づけられるとともに、経済産業省の監督下にある許可業者となったことである。これについては、その当時からさまざまな議論があり、意見の分かれるところであるが、同法の適用対象となったことが互助会業界に対する消費者の信用につながり、その後のさらなる発展につながっていったことは間違いのない事実である。

DOSHISHA
(東証1部上場【証券コード：7483】)

Memorialbed
【次世代型 経熱体 遠赤外線発熱】メモリアルベッド

お問合せ先

株式会社ドウシシャ 特販部
【東京】
TEL 03-3474-6853
FAX 03-3474-6908
【大阪】
TEL 06-6121-5903
FAX 06-6121-5922
【メール】
info@memorialbed.com



メモリアルベッド

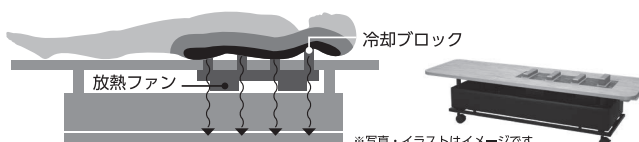
検索

メモリアルベッド

冷却

背中から吸熱する理想的な冷却法

下部から素早く吸熱しながら深部までしっかり冷却できます

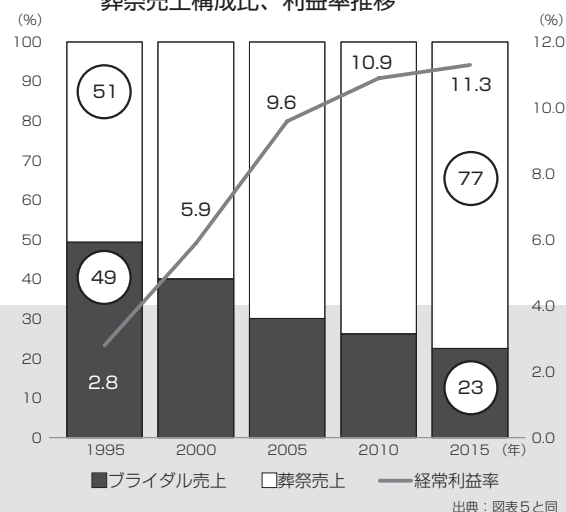


※写真・イラストはイメージです。

- POINT ① 内臓に最も近い背中側から冷却することで遺体を「深部」から効率良く冷却し、腐敗を引き起こす通性嫌気性細菌の繁殖を抑制します。
- POINT ② 4つの『冷却ブロック』が、遺体の熱を吸熱し外部へ放熱することで冷却し、その状態を維持します。(冷却ブロックの温度は室温や使用環境にもよりますが、-5℃～0℃程度になります)
- POINT ③ ドライアイスと比較すると遺体への負担が少ないため、お身体はしなやかなまま。お化粧やお着替えも生前に近い形でできます。

- ドライアイスに代わってご遺体を冷却装置する「次世代型冷却装置」です。
- ランニングコストを削減。電気代は1日約143円。(1kWh単価27円にて試算)
- 本当に冷えるの？ 使いにくい？ ⇒貸出機でもお試し頂けます。お気軽にお問い合わせください。
- 株式会社ドウシシャ(東証1部上場【証券コード：7483】)が、製造・販売・アフターメンテナンスを行います。
- 環境にやさしいモノづくりで社会貢献を目指します。

図表7 互助会保証(株)契約先互助会ブライダル・葬祭売上構成比、利益率推移



2つ目は、業界としてのセーフティネットの構築である。前述のように、「前払式」というビジネスモデルである以上、互助会の破綻による消費者被害の発生は、業界としての死活問題となる。特にバブル崩壊以降、過大投資による互助会の経営悪化も徐々に顕在化するに至り、1990（平成2）年、業界によって経営が悪化した互助会の会員の救済を円滑に行なうためのセーフティネットが創設された。これにより、その後、互助会の経営悪化による消費者被害は一切発生しておらず、消費者の信用をより確実なものにしてきたのである。

足元の社会構造の変化と互助会

(1)核家族から「個人化」への流れ

ここで、これまでの環境変化を振り返るとともに、現在の社会構造について考えてみたい。これまでみてきたように、戦後日本の社会は、高度成長期に急速に進んだ地方から都市部への大規模な人口移動により、世帯の中心は三世帯同居型の大家族世帯から、夫婦とその子どもだけからなる核家族世帯へと移行した。こうした都市化の過程で社会コミュニティも、農村的な地域共同体から職場の人間関係を中心とした職場コミュニティへと変容してきた。そして、その職場コミュニティは、人々が終身雇用による職場中心の生活を強いられるなかで、職場以外での人とのつながりを希薄なものにしていく。その結果、その後の終身雇用制の崩壊やデフレ経済のなかで、会社との関わりが薄れるとともに、職場コミュニティは実質的に消滅し、社会

的なコミュニティと呼べるものはほとんど存在しなくなってしまったのである。

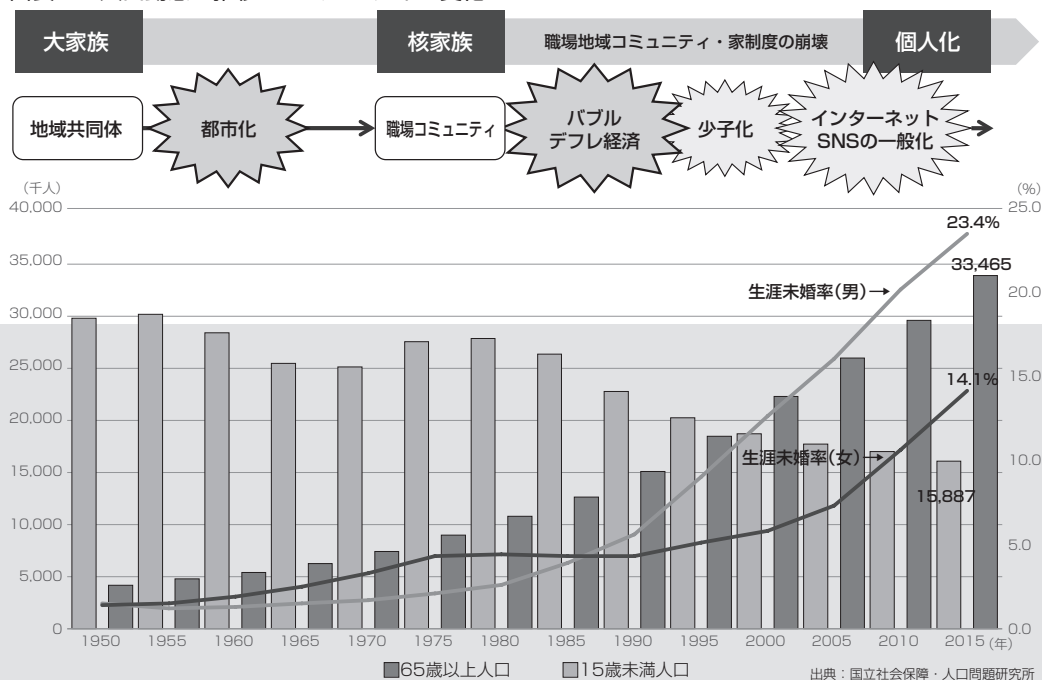
そうしたなかで、核家族化した世帯はさらにその構成人数を減らし、現在は夫婦のみか1人暮らしの単独世帯が50%以上を占めるまでになっており、「家」というよりも「個人」という状況になってきている（図表2）。

こうした状況へ進んできた大きな要因は、住居の狭小化に加えて、「家」に縛られない自由な恋愛結婚の増加と共働き世帯の増加である。それまでは、専業主婦で家を守る存在として、子どもを育て、義父母を介護する女性の姿が理想とされてきた。しかし、恋愛結婚を広げてきた団塊世代を契機として女性の発言力が増し、男女雇用機会均等法による地位向上とともに、義父母との同居や介護の放棄へとつながっていったのである。また、共働きの増加は、晩婚化とともに少子化を助長することになる。こうした事象は、戦後の大家族世帯から核家族化するなかで徐々に崩れていた「家制度」の崩壊をより決定的なものにしていくことになった。いわゆる、「個人化」の進展である。

さらに、これを助長しつつあるのが、インターネットやSNSの一般化である。「個人化」とはいえ、人は、他人との関わりがまったくくないという状態は本来ストレスが大きい。一方で、対面でのリアルなコミュニケーションもいろいろ気を使うところもあってストレスがある。しかしながら、それをSNSなどインターネットの世界で代替できるようになると、好きなときに好きな相手と自由にコミュニケーションが可能となり、1人であることに不自由を感じることはないのである。

こうした一連の流れは、結婚観も大きく変えていくことになる。他人と暮らすというのは自由な時間が制限され煩わしいものとして、結婚に価値を見い出せなくなってくると、経済的な

図表8 人口動態・推移とコミュニティの変化



不安がない限り、男女とも結婚生活が一般的な人生設計から外れてきているのである。生涯未婚率はこの20年程の間に、男性が23%、女性も14%の水準まで上昇してきており、はっきりと潮流は変わってきているといえる。(図表8)

このような「個人化」の現実のなかで、それが深刻な社会問題として認識されているのが、人生100年時代ともいわれる高齢者問題である。平均寿命が20年伸びたことで、65歳以上の人口はすでに3,300万人を突破しており、2020年には、高齢者1人を2人の生産年齢(15歳以上65歳未満)人口で支えることになるといわれている。そうすると、今後の医療・介護ニーズに対して、従来の高齢者福祉の枠組みでは対応しきれないということになる。また、65歳以上の高齢者を含む世帯においても、「個人化」は進ん

でおり、高齢者世帯も夫婦のみか1人暮らしの単独世帯の比率が6割近くにまでなっているのである。そして、これが年間4万人といわれる孤独死や、年間3万人を超える身寄りのないご遺体という現実を引き起こしており、「無縁社会」として独居高齢者の見守りや生活支援も深刻な社会問題となっているのである。

(2)社会構造の変化による葬儀に対する意識変化

こうした社会構造の変化が、静かな地殻変動のように「社会コミュニティの消滅」「家制度の崩壊」による「個人化の進展」をもたらし、人と人とのつながり(縁)が希薄化し、葬儀や死の意味を考える機会の減少などをおして、葬儀に対する人々の意識の変化をもたらしていった。その結果、昨今の会葬者の減少による葬儀の小規模化、儀礼の簡略化などを招き、葬

DOSHISHA
(東証1部上場【証券コード:7483】)

Memorialbed
【全国代理店・提携店・提携店】 Memorialbed

お問合せ先
株式会社ドウシシャ 特販部
【東京】
TEL 03-3474-6853
FAX 03-3474-6908
【大阪】
TEL 06-6121-5903
FAX 06-6121-5922
【メール】
info@memorialbed.com

QRコード
Memorialbed 検索

メモリアルベッドの使用シーン

安置

死亡 → **自宅・会館**

到着後、ご遺体安置の為、メモリアルベッドで冷却開始

今までは...
●ドライアイス:手や腕がガチコチに
●冷蔵庫:面会の際、セッティングに時間がかかる

納棺後

納棺・通夜* → 告別式・出棺* → 火葬場

※メモリアルベッド対応棺を使用した場合
納棺後、通夜終了後もそのまま継続冷却

今までは...
●ドライアイスを交換・補充
●腹部にドライアイスを置く際、ご遺族からは「重そう」「可哀想」だと苦言も

メモリアルベッドが評価される理由

現場	経営者
交換作業不要 簡単操作	コスト削減
脱ドライアイス	
(美しいご遺体による) 顧客満足度向上	CO ² 排出量は、 "ドライアイスの5分の1"に。
ご遺族	環境貢献

※写真・イラストはイメージです。 ●環境に優しい企業として、一緒にアピールしていきませんか?

儀単価の低下に繋がり、市場規模の伸び悩みをもたらす要因となっている。

一方で、葬儀の小規模化、儀礼の簡略化などについては、社会構造の変化による影響だけではなく、事業者の側にも反省すべき点はある。高度成長期以降、葬祭事業者は、葬儀をいわば「パッケージ化」することで効率的に販売してきた。これが葬祭ビジネスの拡大に寄与してきた面は否定できないが、その副作用として葬儀が形式化してしまい、祭壇はもとより葬儀そのものの意味のわからない消費者がふえた。その結果、「1日葬」「直葬」の増加など、葬儀の簡略化に拍車をかけているものと思われる。

こうした風潮に歯止めをかけていくためには、単なる商業判断ではなく、葬儀のもつ「生前のつながり（縁）に対する感謝」「つながり（縁）の継承」「故人との精神的な決別」などといった役割の重要性を社会に再認識してもらうことが必要と思われる。「葬儀の小規模化」とおりこして「葬儀無用論」まで叫ばれる時代でもあり、合理性だけの判断で、「つながり（縁）の大切さ」がないがしろにされ、本当に大切なものを見失わないためにも、事業者側でも、商業ベースだけではないこれからの葬儀のあり方について考えていく必要があると思われる。

互助会に期待される社会的役割と 今後のあり方

(1) 互助会のもつ特徴・強み

それでは、このように「無縁社会」と呼ばれ、「個人化」が加速するこの状況のなかで、互助会はどういう存在としてその役割を果たしていくことができるのであろうか。これまでも互助会は、地域社会と密着した事業の性格から、前段でみてきたとおり、さまざまな社会構造の変化にあわせて、その社会ニーズに応えてきた。

ここであらためて互助会のもつ特徴（強み）

について考えてみると、以下の5点をあげることができる。

- ①相互扶助の精神：相互に協力しあう精神が事業基盤となっている。
- ②地域密着性：地域の習俗、儀礼を伝承し発展させる機能を持ち、地域コミュニティ再生の中核を担うことができる。
- ③会員制：会員との長期にわたる関係性が維持され、直接対話による事業である。
- ④インフラ：施設の保有、人員の配置、会員管理システム、業界としての全国ネットワークなどのインフラを有する。
- ⑤信頼性：行政の許可・監督を受け、法令を遵守している健全な事業という信頼性をもつ。

2016年10月～17年5月に、互助会保証および（一社）全日本冠婚葬祭互助協会からの委託を受けて、弊社が実施した「少子高齢化時代の互助会事業研究会」（以下、少子高齢化研究会）によれば、今後の事業化に向けてはさまざまな課題があるとしながらも、『「つながり」と「安心」を求める高齢者向けサービスは、上記の強みを持つ互助会とは大いに親和性があり、少子高齢化の進展のなかで、互助会は従来型の冠婚葬祭業にとどまらず、今後、高齢者向けビジネス等にその活動領域を広げることで、社会的に不可欠な存在に発展する可能性を秘めている」と結論づけている。

(2) 少子高齢化社会のなかでの互助会の今後のあり方

現代の大きな社会問題として、「少子高齢化問題」が叫ばれているが、現在に至る社会構造の変化を振り返ってみると、それは「『社会コミュニティの消滅』と『家制度の崩壊』によって『個人化』が進むこの社会のなかで、『つながり』や『助け合い』による『共生社会』をどのように再生していくべきか」、という問題に帰結する。「少子化」「高齢化」という問題は、

いずれも早期に解決できない、しかも避けて通れない問題であることを考えれば、むしろ「地域共生社会に向けて」の対応を展望していくことが問題解決の早道と考えられる。

実際に、「少子高齢化研究会」の場で、経済産業省や厚生労働省は、平均寿命の高齢化により、高齢者の生涯現役を前提とした社会経済システムの再構築が必要であり、定年退職後の「第二の社会活動」を活性化させ、健康寿命を長く維持していくことが重要だとしている。これは、高齢者に「生きがい」をつくることで免疫力を強化し、活性化をすることで新たな社会構造をつくり出していこうというものである。具体的には、高齢者に、仕事やコミュニティ活動等の社会参画の機会をつくり、「学ぶ、遊ぶ、休む等の生活を豊かにするための多様なサービス」と「最後まで住み慣れた環境で安心して暮らせる支援サービス」を、高齢者や地域社会のニーズに応じて整備していくことで、生涯現役社会を実現していこうとしているのである。

このためには、各地域の特性や実情に応じて、高齢者が活躍できる新たなビジネスをつくり出していくことが必要であるが、この分野は互助会の「地域密着性」や「会員との長期にわたる関係性」を活かして、「プラットフォーマー」としての強みを発揮できると思われる。各地域の企業や団体と連携しながら、高齢者向けサービスを創出していくことにより、高齢者が主体的に地域社会に溶け込み、多世代の地域住民と交流・協働することができる。まさに、地域に根ざした事業活動と会員という顧客基盤を活かすことで、「共生社会」のリードオフマンとして、互助会が存在価値を発揮し得る分野ではないだろうか。

(3)新たな「冠婚葬祭事業」へのつながり

こうした取組みは、互助会の本来業務である「冠婚葬祭事業」ともつながる。昨今の冠婚葬

祭儀式を不要とする「無縁社会」の流れというのは、「社会コミュニティの消滅」や「家制度の崩壊」とともに、それを形成していた「祖先への感謝」や「つながり（縁）に対する感謝」の気持ちが薄れ、周りとの関わりを限定的なものにして自分の世界を守りたいという風潮が広がったことに起因する。今後、もし地域ごとの「共生社会」が実現していくとすれば、それは新たな「つながり（縁）」による社会であり、その社会のなかで「人との関わり」を円滑にしていけるものとして、新たな「冠婚葬祭文化」が生まれてくると思われるからである。「冠婚葬祭文化」は形を変えながら、昔より行なわれ、その社会における「人とのつながり（縁）」を円滑なものにしてきた。

人とのつながりが限定的な「無縁社会」は決して望ましい社会の姿ではない。これまでのさまざまな社会構造変化のなかで、その局面ごとに大切な役割を果たし発展してきたように、今後、互助会がその本来の機能を活かしながら、「共生社会」の形成に貢献していくことができるとすれば、新たな「縁」が生まれ、新たな儀式文化産業として、互助会を次世代のビジネスにつなげていくことができるのではないだろうか。



少子高齢化の進展にみられる社会構造の変化は、互助会業界にとって、その社会的役割を再認識する絶好のチャンスでもある。現在はまさに、崩壊しつつある「地域コミュニティ」「家制度」といったこれまでの社会的枠組みにとって代わる「共生社会」に向けての模索の過程である。こうしたなかで、互助会には、これからの「共生社会」への脱皮をリードしていける存在の1つとして、その可能性を大いに期待しているのである。