

「ニート」って言うな！



松久 勉

「ニート」は、イギリスで用いられていた NEET (Not in Education, Employment or Training の略。就学、就労、職業訓練のいずれも行っていない若者) のカタカナ表記であり、2004 年頃から使われ始め、急速に普及した言葉である。現在では、「ニート＝労働意欲のない者」というイメージで使われ、「ニート対策」として若者の自立支援対策が求められている。

このようななかで、本来は若年無業者という状態を示す「ニート」が「ひきこもり」と同様の悪いイメージが定着してきた背景を分析し、「ニート対策」の危険性を 3 人の論者が指摘したのが本書である。

第 1 部では、統計、調査により、「ニート」が多様であることを示している。まず、若年無業者を求職者型（失業者と同意であり、日本の「ニート」には含まれない）、非求職者型（就職希望だが、今は求職していない人）、非希望者型（就職を希望しない人）の三つに分け、増加しているのは求職者型、非求職者型であることを指摘している。また、非希望者型には、進学、留学の準備や「家事手伝い」などが含まれており、「特に何もしていない人」は 3 分の 1 程度にすぎず、「ニート」の多くは「ひきこもり」と異なるとしている。次に、「ニート」にネガティブなイメージが定着した背景として、日本では「ニート」の定義から失業者を除いたため、「ニート＝働く意欲がない人」というイメージが普及したことを指摘している。

さらなる問題として、「ニート」問題により若者の雇用対策として自立支援方策が重視されることを指摘している。現在急増してい

るのは「フリーター」、失業者であり、「学校経由の就職」以外でも正社員に就職できるような専門的職業能力を習得できるように支援することがより重要としている。

第 2 部では、「ニート問題」を「青少年ネガティブ・キャンペーン」の一つとしている。「青少年ネガティブ・キャンペーン」では、大衆の不安と憎悪のターゲットとして青少年が取り上げられており、「若者＝凶悪イメージ」、「若者＝情けないイメージ」という二つの言説を、「いいがかり資源」（インターネット、ゲーム、脱自然など）を元に、新たな言葉（「ヒット商品」）を生み出すとしている。その際、新たな「ヒット商品」は「先行ヒット商品」のイメージに上乗せする仕方で移り変わるとしている。「ニート」は「若者＝情けないイメージ」であり、「先行ヒット商品」の「パラサイト」、「ひきこもり」に継いで流行したとしている。

そのようななかで、「ニート」問題を経済問題から教育問題（教育によって改善すべき生活態度の問題）にしたことに問題があると指摘している。

第 3 部では、関連文献の整理により「ニート」を「自立しない若者」と特徴付けすることで「ニート」論が拡大してきた過程をまとめている。さらに、各種マスコミにおける「ニート」論の整理を行っている。また、本来の若者就業問題から「ニート」論が拡大していることも指摘している。最後に、「ニート」を問題にするならば、若者バッシングではなく、本来の就業問題として捉えるべきとしている。

以上、内容を簡単に紹介したが、本書は大衆向けで分析が簡単であるものの、「ニート」をめぐる問題を理解するには大変参考になるものと思われる。

なお、評者も統計分析で新しい動きを把握する際に否定的な概念で捉えることがあるが、否定的な概念には多様な事象が含まれている可能性が高いので、より注意して分析することを本書を読んで痛感した。

本田由紀・内藤朝雄・後藤和智、『「ニート」って言うな！』、光文社新書、(2006)。