

# 季刊 くらしと協同

2017 冬号 No. 23

特集

## 格差社会と生協

争論

## こだわる生協、広がる生協

こだわるコープ自然派奈良は、どう広げようとしているのか  
広がる市民生協(いずみ)は、どのようにこだわろうというのか



# INDEX

## 格差社会と生協

### 巻頭言

何のための「無償化」か……細川 孝 1

### 争論 こだわる生協、広がる生協……2

01 こだわるコープ自然派奈良は、どう広げようとしているのか……辰巳 千嘉子 3

02 広がるいずみ市民生協は、どのようにこだわろうとしているのか……勝山 暢夫 11

### 特集 格差社会と生協 ……19

01 座談会 ～組合員・職員と考える～ 格差社会の組合員とくらし…… 20

02 働きやすい職場をめざして～コープさっぽろ人事部長 石井茜氏へのインタビュー……岩橋 涼 38

03 格差社会における奨学金問題と大学生協……寺澤智広 44

04 フードバンク、子ども食堂等への寄与……竹野 豊 52

### くらしと協同をたずねて

01 住民の協同による地域の課題解決～三重県松阪市柚原町の取り組み～……下門 直人 58

### 書評

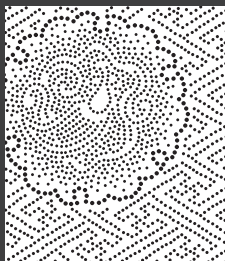
01 『協同組合の源流と未来 相互扶助の精神を継ぐ』日本農業新聞 編……松原 拓也 64

02 『格差社会への対抗～新・協同組合論』杉本 貴志 編 全労済協会 監修……堀越 芳昭 66

投稿規程…… 68

バックナンバー／編集後記…… 69

小  
紋  
撰  
趣



### 表紙紋様「紗綾地雪輪雨龍」

地の紗綾型は、記を組み合わせた文様で、吉祥紋のひとつとして知られています。雪輪の中にあしらわれているのは雨龍紋で、水に関連する文様と組み合わせられることが多いです。雪輪文様は、六角形の雪の結晶から生まれ、「六花」と呼ばれてきました。結晶を見ることができない昔から使われてきた、不思議な図案です。雪輪文は江戸庶民の間で大流行し、様々な組合せが生まれました。ひとつの雪輪につき一匹の雨龍がいる、儂げなイメージがありつつもどこかユーモラスで親しみをもたせる文様と言えるのではないのでしょうか。

田内隆司／京小紋画像提供（田内設計事務所）

## 何のための「無償化」か

細川 孝（龍谷大学経営学部教授）

突然の解散、しかも異例の冒頭解散という事態を受けて行われた衆議院総選挙は、超大型の台風21号の直撃と同じ10月22日に投票日を迎えた。選挙の結果を受けて、考えることはさまざまだが、ここでは、「格差社会」との関わりで「教育の無償化」について考えてみたい。

わたしたちは2003年頃から後期中等教育（高校教育）や高等教育における「無償教育の漸進的導入」を正面に掲げて取り組んできた。その背景には、日本の異常な高学費と、「奨学金」という名に値しない「ローン」によって学習権を侵害されている学生たちの存在があった（この状況を、田中昌人は「有償教育の急進的高騰」「制度的虐待」として厳しく批判した）。

2012年9月、日本政府は国際人権規約における「無償教育の漸進的導入」に関しての「留保」を撤回することを国連に通告した。外務省のウェブサイトには「この通告により、……これらの規定にいう『特に、無償教育の漸進的な導入により』に拘束されることとなります」と記されたが、事態が改善されることはなかった。

このようなことからすると、今回の総選挙は隔世の感さえする。さらに言えば、2017年に入る頃から潮目の変化が見られるようになっていた。ほとんどの政党が「無償化」を口にするようになっていた（その対象は幼児教育・保育と大学教育が中心であった）。

「無償化」で議論される内容は多様であり、もろ手をあげて賛成とは言いがたいも

のも含んでいる。消費税の増税分を財源としたり、憲法改正と関連づけたりなどである。しかし、教育（費）をめぐる議論が政治の中心的なテーマの一つになったことは前向きに考えてよいだろう。

選挙が終わってからの状況を見ると、「無償化」の議論がどのように深められ、具体的にどのように実現されていくのかは、必ずしも明確ではないように思う。それは、選挙でも「無償化」という言葉がそれぞれの政党や候補者なりの使われ方をしたことにも起因しているのではないだろうか。

わたしたちは「無償教育の漸進的導入」（国際人権規約）という国際社会の認識の到達点に則るべきと考える。「無償教育の漸進的導入」は、「人権としての教育」を実現するために「特に」必要とされているのである。教育をすべての人にいきわたらせていくことが社会をより豊かにしていくという考え方もそこには根付いている。

重たい教育費の負担のために（当時者の）教育を受ける権利が侵害されるだけでなく、教育費を負担する者（家族を含む）を苦しめている。そのようなもとので、教育は「商品化」しており、日本社会において「人権としての教育」ということを語るのは困難であると承知している。

それでも、「格差社会」、格差・貧困という問題を生じさせている原因の一つが教育における格差（＝人権侵害）であるからには、強調せざるを得ない。同時に、「人権としての教育」を広く社会が共有できるようにすることが、「格差社会」の解決に資することであると深く自覚したい。

# 争論

## こだわる生協、広がる生協

1. こだわるコープ自然派奈良は、どう広げようとしているのか  
辰巳 千嘉子

2. 広がるいずみ市民生協は、どのようにこだわろうとしているのか  
勝山 暢夫

利益だけを追求する経営体であれば、ひたすら大きくなることをめざせばいいのかもしれない。学者であれば、一心不乱に真理をもとめ、正しい道を追求するだけで許されるだろう。

しかし協同組合は、事業を通して目的を達成するための組合員組織である。ここでは必然的に、こだわりを大切にし、しかも広がりをもとめるという、相矛盾するかなのような問題を解決することが要請される。

世界各国では、従来地域で分かれていた中小生協の統合が進み、全国の生協事業・運動を統合する大規模単一生協が生

まれている国もあるが、現在のところ日本の生協は、地域別に分かれているだけでなく、それぞれの地域に、広く消費者が結集する大規模生協と、こだわりを売りにする小規模生協とが混在するという状況にある。

それぞれの生協は何にどのようにこだわり、それをどう広げようとしているのか。こだわりを広げるために、また広がりによってこだわりをもたせるために、必要なことは何だろうか。コープ自然派奈良と、大阪いずみ市民生協から、貴重なお話を伺った。

(本誌編集長 杉本貴志)



コープ自然派の『ポストィ』



いずみ市民生協の『バスケット』

争論 こだわる生協、広がる生協

## こだわるコープ自然派奈良は、 どう広げようとしているのか

辰巳 千嘉子

生活協同組合コープ自然派奈良理事長

聞き手：杉本 貴志（関西大学教授）



### 商品のこだわりと独自性

【杉本】コープ自然派は、よつ葉牛乳の共同購入会などを母体に生まれた生協で、その名の通り、「自然派」を自認されています。国産や有機にこだわっていることで有名ですが、たとえば日本生協連のコープ商品などは扱っていないのですか。

【辰巳】日本生協連の商品は2003年から扱っています。コープ自然派では商品カタログを2媒体化しているのですが、メインカタログの「ポストィ」は国産にこだわり加工品は基本的に無添加、有機農業推進のために農薬基準もかなり厳しく設けています。もうひとつの「CaoCao」は、若い世代も使いやすい加工品を中心としたカタログで、こちらにアミノ酸などの化学調味料を使っていない日本生協連の商品を導入しています。

【杉本】「ポストィ」の生鮮品は、農薬その他について自然派の厳密な基準に基づいて検査をして、それにパスしたものだけを載せているのですか。

【辰巳】基準にもとづいた履歴の確かなものを載せています。除草剤や土壌消毒剤は使わず、化学肥料や農薬はかなり厳格な基準で運用しています。すべて自主検査でき

ているわけではないのですが、使った農薬や肥料はすべて公開し、無農薬有機野菜は残留農薬検査を行っています。加工品も第三階層まで追求できる体制で、遺伝子組み換えの有無や添加物などはカタログに表記して、放射能検査結果も公開しています。

【杉本】もとは「ポストィ」しかなかったけれども、より幅広い商品を提供するために、そこまで厳密ではないけれども大筋で自然派の考え方に合うものについては、日本生協連の商品も含めて、おすすめ品を「CaoCao」に載せるということですね。

【辰巳】いろいろなニーズにあうおすすめ品がないと新しく加入された方が買い物に困りますよね。私がコープ自然派に加入した当時はまだ「CaoCao」はなくてシンプルですっきりしていたとも言えますけれど、買い物の楽しさは品揃えに応じて広がったと思います。それと日本の農林水産業を守る「国産派宣言」という柱がありますので、たとえばインドネシアの乾燥コンニャクは現地の村おこしのためにつくられた、とてもいい商品なのですが、原料が外国産なので「CaoCao」に掲載しています。

【杉本】そうすると、「ポストィ」に載っている食品は完全に国産ということですか。

【辰巳】完全とは言えません。農畜水産物は国産で、米、小麦粉、大豆などは加工品の原材料まで国産ですが、香辛料や油、コーヒーなどは難しいですね。果物も原則国産ですが、バナナは外国産です。国内で生産が難しいものは有機JAS認証のあるものをという基準です。

一部の人たちだけが安心・安全なものを食べられるというのではなくて、「誰もが有機農産物を食べることができる社会」を目指したいと思っています。

【杉本】カタログは、コープ自然派の各生協で同じものですか。

【辰巳】はい。事業連合で制作して、四国と関西9府県の会員生協が同じカタログを使っています。

【杉本】組合員さんは何人ぐらいですか。

【辰巳】奈良の組合員は1万人を超えたところで、大阪や兵庫は約3万人、事業連合全体では約13万人です。

【杉本】それぐらいの規模であれば、有機など、こだわったものを安定して届けることができるということでしょうか。欠品問題など起こらないのですか。今後、組合員が拡大しても、大丈夫なのでしょう。



caocao33号

## 有機農産物の価格と供給

【杉本】そうしたこだわりの生協だから、どうしても価格が相当高くなるだろうと思っていたのですが、これを拝見すると、むしろ高いわけではありませんね。

【辰巳】意外と安いでしょう。とくに有機野菜が安いのにびっくりされる方が多いです。組合員の70%が30~40歳代の子育て層ですので、買いやすい値段は必須ですね。省農薬野菜より有機・無農薬の方が安いこともときどきあって、いまコープ自然派で取り扱う農産物のうち、有機・無農薬の割合は7割に近づいています。恵まれたごく

【辰巳】欠品問題はコープ自然派でも大きな問題です。とくに原発事故後は食の安全に不安を持つ組合員さんが入ってこられて前年比110%の伸びが続きましたので、産直の野菜や肉の供給が追いつかず大変でしたが、有機農産物の供給に関しては、有機農業者を育ててきたことが大きかったと思います。有機農業推進法が成立した翌年の2007年に「NPOとくしま有機農業サポートセンター」を立ち上げて「有機の学校」をつくりました。生態系調和型農業(BLOF)理論をもとにした栽培技術を学んでもらうのですが、植物の生理にあった土づくりで作物が健康に育つので、おいしくて栄養価が高いだけではなくて、たくさん採

れるようになるのです。

去年は農産物の安定供給のために、青果専門の会社「コープ有機」を設立しました。産地と連携して計画作付けを行う産地プロジェクトが始まって、新しい有機の産地も増えて、うれしいことに欠品がずいぶん減りました。が、今度はまた新しい課題も出てきていますが。有機野菜の供給を増やすために、がんばってたくさん作ってとお願いしたら、元気な生産者がすごい量の有機野菜を作ってびっくりしたことがあります。作付け時に「全量買うから、がんばって作って」と言えば、「作りたい」という農業者はおられますし、生産調整は大変そうですが、育成機関と流通、消費をつなぐ仕組みが少しずつ身を結んできたように思います。

## こだわりをどう広げるのか

**【杉本】** 組合員が拡大すると、いままでの13万人とはちょっと違った考えの方も生まれてくるでしょうが、いまのこだわりを今後も堅持しようとお考えですか。

**【辰巳】** そのつもりです。ただ、中心層の子育て世代は共働きが多くて、これからも女性の社会進出は増えていくでしょうし、高齢者も含めた単身世帯も増えていますし、暮らし方に応じた便利な商品やサービスを提供していくことは大切だと思います。時間をかけずに安心な食事が作れるように産直の肉や魚と野菜、タレをセットした「食材セット」はとても人気があって、供給を伸ばしています。愛知県の友好生協連合会「アイチョイス」と一緒に食材セットの会社を立ち上げて神戸に新工場をオープンしましたが、野菜をたくさん使う食材セットは余剰野菜の使い先としても有効なので、生協間連携で農産物を買って支える土壌を広

げていきたいと考えています。

**【杉本】** 組合員層の広がりに対しては、安心・安全で妥協するのではなくて、使いやすさの点で広がりを目指して、安心・安全の部分は絶対に譲らないということですか。

**【辰巳】** そうありたいですね。持続可能な地域や農業、環境をめざして組合員活動と事業が一体となって取り組んでいますので。コープ自然派の取り組みは、有機農業、NON-GMO、自給飼料、アニマルウェルフェア、脱原発などいろいろありますが、どれも「子どもたちの未来のために」という言葉で説明できると思います。どんな社会を残したいかということですね。

例えば、冬水田んぼ（冬期湛水）や無農薬・省農薬の田んぼが増えた主力米産地の徳島では、兵庫県豊岡市以外では初めて野生復帰したコウノトリが営巣して3羽が巣立ちするなど、コウノトリも棲める豊かな生態系の環境がよみがえりました。そういった保全活動に対して組合員のカンパで環境支払いを実施していますが、その成果は組合員だけのものではありません。

最近、組合員の理解の深さに感動した出来事があったのですが、実は今年度、徳島の無農薬米生産量がぐんと増えて省農薬米の生産量を超えました。無農薬米と省農薬米では価格差があるので、高い無農薬米をたくさん買ってもらえるか頭を抱えていたのですが、全生協で「無農薬米を食べよう」と題して学習会や試食会に取り組んだところ、なんと供給量が1.6倍にも増えたのです。来年度も無農薬米の圃場を増やせそうで、ほっとしています。

## 自然派農業を支える仕組み

**【杉本】** コープ有機という株式会社の子会社をつくって、そこを通して有機農業の産品がコープ自然派に流れる仕組みをつくられましたが、そうすると生産者と生協側が、マーケットメカニズムではなく、自分たちで話し合っただけで価格や引き取り量を決めることになると思います。先ほど「全量引き取り」のお話がありましたが、農家が収穫した産品をすべて引き取るという全量引き取りも、かなりやっているのですか。

**【辰巳】** 若手のがんばっている有機生産者を中心に、あらかじめ買い支えることを約束して作ってもらっています。とても張り切ってすごい量の野菜ができたり、需要との調整が大変ですが、特価企画で通常週の10倍ぐらい出ることもあります。以前は有機野菜を表紙に取り上げるなんてできなかったのですが、若い生産者の元気な写真が表紙に載るのはとても魅力的です。

**【杉本】** 産直品の価格をどうするかというのも生協産直の課題で、価格競争により、かつてのように生産コストをカバーすることを保証することができず、産直品の引き取り価格を市場価格に連動させている生協も多くあります。自然派はどうでしょうか。

**【辰巳】** 有機農業のBLOF理論を提唱されている小祝政明さんによると、ものが良ければ、消費者は市場価格より2割高くても買うということなので、市場価格の125%を目安にしています。引き取り価格は、生産者が6割、中間業者が1割、コープ自然派が3割の「6：1：3」で明確に値付けすることを決めています。日本の農業を守

るための「国産派宣言」ですので、再生産可能でありたいですね。

有機野菜を選んでもらえるように、付加価値を伝えることにも力を入れています。いまの野菜は50年前に比べて栄養価が激減していますので、有機野菜の免疫力や解毒力、抗酸化力など栄養価の違いは大きな魅力です。少子高齢化社会での健康は本当に大切なテーマです。

有機農業の技術は飛躍的に進歩しています。作物が一番健康に育つ土づくりをすることで、光合成の機能がアップして、味が良くて栄養価が高い野菜がたくさんできる「高品質」「高収量」「高栄養」の有機栽培が可能になってきています。農薬を使わずに微生物が働ける環境を作ることでふかふかの土になりますし、いくら有機堆肥を使っても、入れすぎるとバランスが崩れて虫のつきやすい硝酸態チッ素が高い不健康な野菜になってしまいます。土壌分析をして作物に応じたミネラルバランスを整えるなど、有機農業理論を学ぶ若い新規就農者がとてもがんばっておられます。たくさん収穫できれば価格を抑えることも可能になりますし。

**【杉本】** いまは需要がないけれども、需要さえつくりあげれば、もっと安く、たくさん供給できる、ということですか。

**【辰巳】** もうひとつ、生産者からの供給ルートも課題のようです。宅配業者を使っているのは運賃がかさんで価格が高くなってしまいますので。産地開発プロジェクトと並行して、生産者とコープ有機で共同物流をすすめています。



## 地域と地産地消

【杉本】産地との結びつきという点で、奈良の生協として究極的には奈良での地産地消みたいなことをめざしているのですか。

【辰巳】めざしてはいますが、まだ奈良にセットセンターをつくるのは無理なので、現時点での奈良独自の取り組みは産直米と野菜セットくらいです。この産直米は組合員活動から生まれたお米です。「田んぼの生きもの調査」ができる圃場を探して出会ったのですが、天理市の卑弥呼の里といわれている纏向遺跡のそばにある田んぼなので、「大和ひみこ米」と名付けています。田んぼの食農体験イベントは生きもの調査などどれも人気で、収穫祭の「田んぼで運動会」には毎年150名くらい参加しています。生産者の南檜垣営農組合は2016年には農林祭の農林振興会会長賞などを受賞するほど、村の活性化につながっています。

奈良の野菜セットは地元の野菜を詰めあわせたボックスなので、生産者から直接納入してもらえます。新鮮で、旬がたっぷり、すごくおいしいんですよ。開始当初は自然派の基準にあわせるのが大変そうな様子もありましたが、最近は有機野菜がたっぷりと入るので、安全な圃場が増えているのかなと思っています。これを発展させながら地産地消を広げていければと思っています。この生産者とは組合員活動や地域の学校給食の取り組みも一緒に行っています。

【杉本】野菜セットは、自然派京都の組合員さんには京都の生産者の野菜セットが届き、自然派奈良の組合員には奈良の野菜が届くということですか。

【辰巳】基本的にそうです。一部、他府県から届く生協もありますが、それ以外にも、有機農業サポートセンター卒業生など次世代を担う若手たちを応援する「若手の畑応援セット」や「JAS有機認証セット」もつくっていて、野菜セットにはかなり力を入れています。各生協の野菜セットは産地交流できることも魅力です。

【杉本】近畿と四国で統一した事業連合で、食文化の違いが問題にはならないのですか。

【辰巳】大きな問題にはなっていませんが、味の好みの違いは少しありますね。でも、「自然派Style」というPB商品も統一規格ですが、どの生協でもおいしいと好評です。

【杉本】それぞれの県ごとの生協で商品を開発するのは、現在の1万人とか3万人という組合員の規模ではちょっと難しいですね。

【辰巳】単独では難しいですが、地元の生産者と組合員と一緒に開発する商品もあります。各地域の商品をみんなでシェアして、ご当地企画やB級グルメも皆で楽しんでいる感じです。京都の和菓子や、徳島のソウルフード・フィッシュカツが登場したり、お正月前には香川の餡餅雑煮も出ますよ。

## 組合員への情報開示

【杉本】「ポスティ」を見ると、産地だけでなく栽培法や原材料など、カタログで提供する情報量がすごく多いと思います。

【辰巳】細かい字でいっぱい載っていますよね。実は、これが一番大切なところだと思っています。組合員に安心・安全な商品をお届けすることは大切な要素ですが、生協に

とって大切なことは、「安全か、安心できるかは組合員が判断することだ」という視点を持つことだと思っています。

組合員が判断するための情報として、カタログには原材料や使用添加物、農産物の生産者や生産地、漁獲水域、遺伝子組み換えは畜産飼料まで可能な限り載せていますし、放射能検査情報や農産物の使用農薬・肥料の詳細も毎週配布して公開しています。そして、そうしたさまざまな情報への理解を深めるために講演会や学習会、体験活動などを実施しています。

最近、組合員がしっかりとカタログを見て選んでいることを実感したのは、ミツバチ失踪の原因としてEUなどで規制されているネオニコチノイド系農薬について、今年の4月から排除に取り組む農産品にカタログ上のマークをつけたのですが、97%の方がマークの付いた商品を選んだのです。ここまでとは思わなかったのが、驚くと同時にとても頼もしく思いました。ネオニコ系農薬については、友好生協と連携したり学習会も行っています。

カタログには商品説明以外の情報もかなり載せていて、マスコミなど他では得にくい情報もあっておもしろいのですが、最近「いくらなんでも字が小さい。読めなければ伝わらない」と言われています(笑)。忙しい方も多いですし、スマホ注文も増えていますので、伝わる情報の届け方は、喫緊の課題として取り組みたいと思っています。

## 業態とプチパーティ

【杉本】自然派には店舗はないのですか。

【辰巳】ないんです。配送のみで、個人宅配は1996年に始まりましたので、規模のわりには早めかもしれませんね。

【杉本】個人宅配にすることで問題は生じなかったのでしょうか。

【辰巳】奈良の設立は2002年なので、その頃のことはよく知らないのですが、徳島で最初に生協化したのが1991年なので、個人宅配が始まった頃はまだ共同購入会的な性格が強かったのではないのでしょうか。共同購入会は1976年から続いていましたので。

奈良では個配がメインになってからのスタートで、組織づくりも手探りですすめてきましたが、いまはエリア活動や課題委員会・チームがみんなで年間100回程度の企画を開催して2000名くらいの方に参加していただいています。その他、フェスタや地域との連携活動も広がってきて、やっと少し地域に根づいてきた感じです。組合員さんは商品のおすすめや拡大にもとても熱心で、「プチパーティ」という拡大メニューは活動メンバーにも好評です。

「プチパーティ」は、組合員さんに組合員以外のお友だちを2名誘っていただいて、専任職員が組合員宅でメニューを作って食べながら生協のことをお話する、ちょっとおしゃれな雰囲気ランチ会です。

【杉本】当研究所も各生協の「パーティ」の研究を進めていますが、自然派のパーティは、必ずスタッフがついて試食の準備等がされている。非常にユニークですね。

【辰巳】しっかりと商品のことや食べ方などいろいろ話し込みますので、開催した組合員さんにとっても生協のことを理解する機会になっているようです。これに限らず、どの手法でもきっちり説明をして入っていただくように変えてから、1人当たりの利用額がかなり違って来たと思います。

【杉本】配送は週に1度ですか。

【辰巳】週2回までできます。「ぶらす便」と呼んでいる2回目の配送は、希望する組合員に有料でお届けしています。

【杉本】他生協では、週2回配送に踏み切っても、どうも2回目はあまり注文してくれない、組合員は長い間、週1回の注文に慣れているのでむずかしい、という話をよく聞きますが、そういうことはありませんか。

【辰巳】2回目はちょっと伸び悩んでいます。注文し忘れても配送の3日前まで注文できる「追加注文200」というサービスができたので、以前のように「あっ、買い忘れた。1週間どうしよう」ということがなくなって助かっていますが、いまは注文できるのが200種類なので欲しい商品がないことも多いので、500種類に増やして翌々日または翌日配達をめざしています。

【杉本】30~40代の子育て世代の消費者の要求に対しては、週2回、翌日か翌々日に届くような業態を確立すれば、だいたい満足してもらえるだろうとお考えですか。

【辰巳】ネット宅配がこれからどうなっていくか、ということでしょうか。もちろんサービスは更新していかないといけないでしょうね。ただ、これは個人的な意見ですが、今の規模でアマゾンフレッシュなどと同じ土俵に立ってもだめな気がします。どれだけ安心感や満足感を感じられるか、「生産者の顔がわかる」というだけならいくらかでもありますが、それだけでは、中身は本当に確かなのか、安心できない気がします。遺伝子組み換え食品も表示ではわかりませんし。生産者と一緒に地域の環境ま

で含めた持続可能な農と食を作っているリアルなつながりの実感や、食農環境教育、本物体験など、他ではできない人や知恵との出会いも魅力だと思います。消費者である組合員自身がほしい商品を作っていることが生協の魅力ですよ。

【杉本】共同購入や個人宅へお届けするという以外の業態は必要ないのでしょうか。

【辰巳】小規模店舗との連携など、もっと便利な商品の受け取り方は模索していく必要があると思います。店舗は考えていませんが、組合員活動を発展させたことも食堂のような地域の拠点はつくりたいですね。

## 大きくなることをめざすのか

【杉本】いかにこだわるのかと、いかに広めるのかというのは、単純に考えると対立するところがありますが、基本線は無農薬や有機など安全性に絶対の基礎を置きつつ、週にもう1回追加して配送するシステムとしたり、必ずしも時間をかけて手づくりで料理をする人だけを相手にしているわけではないので食材セットをつくったり、さまざまな工夫で広げようというお話でしたが、消費者の多数派になることをめざしているのか、それとも、いろいろな生協があることを前提として、多数派ではできないところをカバーしようと考えているのか、どちらでしょうか。

【辰巳】少なくとも言えるのは、発言権のある生協になりたい、社会的な影響力を持てるようになりたい、ということです。

【杉本】その理屈で「消費者の過半数を組織するのだ」と言って、昔のこだわりを後

退させてきたという戦後日本の生協の歴史もあるように思いますが、そうはならないということですか。

【辰巳】組合員が何を选ぶかですが、情報公開していれば一定のラインはキープできるのではないのでしょうか。組合員はコブ自然派が大きくなるのが目的で加入しているわけではないです。組合員には専門知識を持った方も多くて、基準を高める方向の厳しい意見もよく出てきます。事業と組合員活動が結びつくことでお互いに強めあってきましたし、これからもそうありたいですね。いまちょうど第一世代からの世代交代の時期を迎えていますので、産直の歴史の継承は私たちの切実な課題です。連合会全体で食の安全だけでなく公害など社会問題も含めて学んでいるところです。

過半数なんてとても言える規模ではありませんが、規模によってできることが増えますので、もう少し大きくなりたいですね。生協のパン工房で国産オーガニックのパンを作っているのですが、有機小麦の調達に苦労しています。適正価格で有機小麦をつくってくれる産地を探すのも大変ですが、ネックになるのは製粉ロットです。PB開発でもロットが問題になりますので、生協間連携を広げているところです。

奈良では組合員が多い地域でも世帯率はまだ3%程度。GMOフリーは世界的には大きなうねりとなっていますが、日本ではまだ少数派です。選挙や憲法などの勉強会には赤ちゃん連れの組合員が熱心に参加していますが、まだまだ少数派。安心して子育てができるように地域で仲間を増やしていきたいと思っています。

【杉本】そして、それを支える生産の担い手も、必ず確保できるということですね。

【辰巳】有機農業サポートセンターを卒業した新規就農者は全国で活躍して、しっかりと生産量を伸ばしていますが、日本でこのような例は稀だと高い評価を受けています。組合員（消費者）を組織する生協が育成機関と連携することで成果につながっているのだらうと思います。農業人口の減少や高齢化は深刻ですが、就農希望者の9割が有機農業に興味があるというデータもありますし、世界的にオーガニック市場は伸びていて、アメリカの成長率は年率11.3%。日本でも一定数の需要はあるはずですよ。

東京オリンピック・パラリンピックを前にオーガニック食品への関心が高まりつつあります。オリンピック村で提供する野菜は、ロンドンでもリオでもオーガニックを取り扱うことに決まっていますので、オーガニックJAS認証やG-GAPなど国際的な基準に基づく安全性の担保が必要になってきていますが、日本ではまだ福島原発事故の収束が見通せない状態での開催ですし、一層安全性への担保が必要になるでしょう。昨年末、農林族の政治家が「日本の皆さんは日本の農産物は安全で美味しいと言われますが、そう思っているのは日本の皆さんだけです」と発言しましたが、いまの日本の農作物には世界的に説得できる安全性の根拠がなく、力量のある生協や連合会も取り組むべき課題ではないのでしょうか。

お隣の国、韓国から「協同組合都市・ソウル」を目指すというニュースが飛び込んできました。超高齢化して格差も広がっている日本でも、生協、農協、漁協、森林組合、共済、医療福祉、住宅など協同組合間協同のネットワークで地域コミュニティに貢献していく時期を迎えているのでは。協同組合の出番でしょうか。

争論 こだわる生協、広がる生協

## 広がるいずみ市民生協は、 どのようにこだわろうとしているのか

勝山 暢夫

大阪いずみ市民生活協同組合理事長

聞き手：杉本 貴志（関西大学教授）



### 食の安心・安全をもとめて

【杉本】商品の安全基準についていえば、「いまは昔と違って、普通のスーパーマーケットでも危ないものは売っていない。国のさまざまな基準さえ守っていれば問題はないのではないか」という考え方もあるでしょうし、「生協は、その一步も二歩も先の厳しい基準で行くのだ」という考え方もあるでしょう。いずみ市民生協としては、どのようなスタンスですか。

【勝山】いずみ市民生協ができて以来、40年の歴史の軸は、食品安全行政と消費者行政の変遷にあったと思います。いずみ市民生協は1974年に産声をあげました。当時はオイルショック以降の狂乱物価のなかで、「食の安全」というよりも「消費者みずから自分たちの力で生活を守らなあかん」という生活防衛意識が強かったと思います。

そして、1983年に貿易摩擦を理由にした11品目の添加物の認可に対して、添加物規制緩和反対の大運動が全国に広がりました。まずは農薬と添加物に対する食の安全の取り組みが行われ、併せてPB商品の開発も積極的に取り組みました。

その流れのなかで、遺伝子組み換え食品が出てきたりして、1990年代までは「生協＝安心・安全」というスローガンを掲げました。全国の生協でも、共同購入中心型の生

協はとくにこだわりが強かったと思います。

【杉本】生協が開発したコープ商品の力はいかなるものだったのでしょうか。

【勝山】コープ商品のひとつの目標は、利用結集の力でメーカー管理価格を打破しようということでした。当時はNB商品（大手メーカーによる全国ブランド商品）も含めてメーカーサイドが定価を決めて、価格を管理していたのですが、やがて大手流通・小売業が力もち、メーカー側が価格を支配できなくなりました。その筆頭がスーパーのダイエーであったと思います。

もうひとつは「有害物質を排除して食の安全を」ということで、これは間違いなく生協が大きな役割を果たしました。その先頭に立っていたのが産直であり、コープ商品だったと思います。

### コープ商品とNB商品

【杉本】むかしは、NB商品はできるだけ扱わないのが生協だというような風潮もありましたが、いずみの場合はどうだったのですか。

【勝山】いずみ市民生協は、かつてはコープ商品中心の品ぞろえしかできませんでし

た。92~93年に初めて250坪のお店をつくったときも、品ぞろえは従来の80坪のお店と同じでした。たとえばコープのマーガリンが、80坪のお店では棚に2列並んでいるのが、250坪のお店では5列並んでいるだけで、取り扱いアイテム数は変わらず、単にお店が大きくなっただけでした。しかし、それが地域から支持されるお店かという、そうではない。

そもそもNB商品を調達する力もありませんでした。食品添加物に関わる自主基準を持っていたので取り扱えない商品もたくさんありましたし、あったとしても当時の宅配では取り扱いアイテムに限界があり、NB商品を企画することができませんでした。また供給規模から見ても生協には安く仕入れる力がなかったのです。

当時、うちの店舗は最大で約160億円まで到達しましたが、小さいお店ばかり26店舗ありました。宅配は500億円ちかくまで到達しましたが、産直・コープ商品比率がきわめて高く、NB商品はほぼない。マヨネーズもケチャップもマーガリンもコープ商品しかない。そうなると、キューピー・マヨネーズが欲しい人は「私の欲しいマヨネーズがない」となりますから、生協としては「安心・安全」でPRしないとなかなか広がらなかったのだらうと思います。

一方で、くらしは変化のスピードがかなり早く、たとえば醤油は、当時は一升瓶で、コープの「濃口」と「淡口」しかありませんでしたが、NB商品では減塩などいろいろな醤油が登場したり、1リットルのペットボトルに変わっていきました。NB商品はコマースも積極的に展開しますから、いまトレンドになっている醤油がコープ商品にないということで、当然、取り扱い要望が出てきます。

われわれは消費者の権利のうち、「知る

権利」と「選ぶ権利」がより重要かと思っていましたが、「生協では選べないじゃないか」という声もあったということです。

## 組合員の選択肢を広げる

【杉本】組合員に提供する選択肢をどのように広げていったのでしょうか。

【勝山】消費者の側が欲しいと言うものを、われわれが「これは売れません」と言うのは、なかなか難しい。地域で組合員を増やしていく中で、本当に体に害があるものは売らないけれども、それ以外のものは取り扱ってもいいのではないかな。そういうような、食の安全についてかなりつっこんだ組合員議論をすすめながら、自主基準の見直しも含めて取り組んできました。

私みずから、地域会場を回って、総代さんの意見も聞きました。ギョーザ事件などもありましたが、現状の勉強をもう一度やり直し、こだわりを捨てるというよりも、現実的に見て添加物も含めた健康リスクはどんなレベルなのかを科学的知見から見直しました。

そうすると、食品安全行政もかなり進んでいるんですね。食品安全委員会も内閣府に設けられていますし、厚生労働省や農水省もひっくり返して、縦割り行政から少し横軸を一本通したようなかたちがあって、農薬も昔みたいなことはなくて、ポジティブリストができて、残留基準値を含むすべての基準値が明確になりました。

基本的にいまの法律を守っていれば大きな健康被害はないと考え、フードディフェンス上の問題や、微生物の観点で製造工場等の衛生管理レベルの基準をもっと高めることがより重要と考えました。

並行して、検査体制をより充実させるために、13億円かけて、検査センターを全部移転させて、機器も更新して、コープきんきの検査も引き受けながら、体制を構築してきました。

そして、品ぞろえも含めて商品の取り扱いのルール・考え方を整理した商品政策をつくる一方、フードディフェンスも含めた食品安全プログラムをスタートしました。いずみ市民生協の商品政策では、国の基準に加えるような自主基準はなく、コープ商品の基準のみ設定しています。

コープ商品については、日本生協連に合わせて、国が認めていても生協では不使用と限定使用（使用する際の留意事項を掲げているもの）する添加物を55指定しています。

産直産地には、昔は使用しては困る農薬を決めていましたが、いまは有機というルールがあります。特別栽培も、その地域の慣行栽培の2分の1以下というのが基準ですから、「これは慣行栽培の2分の1以下の減農薬栽培です」「これは有機栽培です」と示すことができればいいと思っています。産直産地には、「持続可能な、環境に優しい農業をやってください」という一文を入れさせていただいていますが、組合員と生産者の顔が見えるかたちであれば、産直産地に登録していただくということで、産直活動をしています。科学的知見から、正確に考えることを重視しています。

【杉本】そうした安全情報についての説明を含む商品カタログは、いまはいずみ市民生協ではなくコープきんき事業連合が制作されているのですよね。

【勝山】この「バスケット（いずみ市民生協の商品案内カタログ）」は、コープきん

きの制作ですので、いずみ市民生協として掲載したい情報を載せることができない部分があります。それで、いずみ市民生協独自の商品案内カタログ「ハナ\*マルシェ」を制作して、少しこだわった紙面づくりをすすめています。

エシカル消費関連でも、エシカル対応のマークを表示することをコープきんきに求めている、議論中です。そのマークがないと、エシカル商品だけ集めてコーナー化しても利用しづらい。農産から冷凍食品・加工品まで、さまざまなかたちでエシカル消費に対応している商品があって、メーカーもかなり対応してきていますので、そういう商品の取り扱いを増やしたいですし、その商品の供給を、去年よりも今年、今年よりも来年と伸ばしたい。それがメインの商品案内カタログで実現できないとなると問題だということで、コープきんき側でも、どう組合員に知らせていくか方針を検討中



ハナ\*マルシェ

です。

## 正確な情報を提供するということ

【杉本】かつての生協は、消費者組合員に対して「食のあり方を示す生協」だったが、いまの時代は、それよりもむしろ、「組合員が自分自身で選ぶ場を提供する」のが生協だということでしょうか。

【勝山】そうです。コープ委員会からの依頼などで年に何回か、遺伝子組み換えや食の安全の学習会の講師に向向くことがあります。組合員さんはよくご存じです…。ただ、インターネットから得た情報が多く、不安を煽るものもあります。「うちの商品を利用しないと健康や環境が…」という言い方をされているところもあります。貿易摩擦の際「自動車の輸出の関税を低くする代わりに牛肉とオレンジの輸入を」と迫られ、業界団体を含む自由化反対派は「OPP・TBZ等の防カビ剤が…」とか「輸入牛肉にホルモン剤が…」というようなことを声高に主張しました。自国の農業を守る意味合いも含めて、そういう反対運動はあってもいいと思いますが、消費者に伝える生協は正確な情報を提供しなければならない。過去には検査機器の分析能力が低かったという問題もありますし、実験結果についても検証方法がなく鵜呑みにしているところがありました。いまはインターネットも含めていろいろなデータがオープンになっています。

防カビ剤を例に挙げると、店舗にレモンを置かないわけにいかないし、端境期に国産のレモンを置いても価格が高すぎますし、OPP、TBZ不使用のグレープフルーツは

小さすぎて商品価値がない。それに比べると、輸入グレープフルーツは、大きくて、価格も安い。果肉には防カビ剤は浸透しないことが明確であれば、皮を使う場合は、きれいに洗って使用することを周知すればよいと考えます。「科学的知見を確かめた結果、基本的に問題がなければ、生協で品ぞろえする」このことを徹底して組合員学習しました。

洗剤も、LAS洗剤にしろ、粉せっけんにしろ、環境への影響はあります。いまはLAS洗剤はほとんどなくて、ヤシ油からできていますが、どちらにも環境負荷はあります。都市部では下水処理がほとんどですし、合併浄化槽でもLASは約98%除去されます。そういうことを組合員にちゃんと伝えることが大事です。下水や合併浄化槽が90%以上の普及率になっているので、「普通の洗剤を普通に使ってください」といっています。「買う」「買わない」の選択は組合員が決めてください。必要な情報は丁寧に提供します、という方向に、商品政策を見直しました。

これは450~600坪の売り場づくりをすすめる上で、必要に迫られた側面もあります。



いずみ市民生協コープ大野芝店農産売場



## 選ぶのは組合員

【杉本】多様な選択肢を提供することは、考え方としては正しいとしても、それがかえって選択肢を狭めてしまう結果を導くというのが、こだわり派の方々の論理だと思います。たとえば遺伝子組み換えも、「とくに害がないから、いいじゃないか」ということで入れてしまったら、すべてそれに駆逐されてしまって、「やっぱりいやだ」という人にとっては結果的に選択肢がなくなってしまう。そういう論理があると思います。それに対して、どのようにして多様な選択肢を継続して提供していくのでしょうか。

【勝山】遺伝子組み換えの情報も、いずみ市民生協はちゃんと明示しています。一方で、「人が人為的につくりだしたもので本当に大丈夫なのか。同じたんぱく質なのか」という不安も当然あるので、組合員の学習機会も設けています。

選択肢の提供という点では、コープ商品で同じような議論がありました。コープのマヨネーズの横にキューピー・マヨネーズを置くと、コープのマヨネーズが売れなくなって、キューピーや味の素のマヨネーズに駆逐されるのではないかという議論がありました。それは起きませんでした。

コープ商品は、日本生協連も含めて生協が責任を持って開発した商品であり、品質もNB商品に比べると同一価格帯であれば上ですし、同じ品質だとすれば価格はNB商品よりも安い。もともと市場競争力があるかたちで設計してありますから、売り上げは落ちないのです。

ただ、この2年ぐらい、コープ商品の比率が下がってきて、とくに冷凍食品の利用

が大きく減少しています。これは全国的な傾向で、その影響でコープ商品比率が若干下がっています。コープ商品は、セブンプレミアムなど他のスーパーのPB商品に押され気味で、組合員アンケートでも、品質から見たら、おいしさ感も含めてセブンプレミアムのほうがコープ商品よりも高い。もちろん、食の安全は生協が高いけれど、安さ感でいうとイオンに負けてしまうということで、問題意識を持っています。安全はもとより、メーカーと協力してもっと商品開発力を高めないとコープ商品は埋没すると思っています。

## 単協と事業連合、日本生協連

【杉本】コープ商品の開発についても、かつては自分たちのコープでつくるのだというスタンスが非常に強かったのが、開発主体がだんだんと事業連合に移り、さらに日生協に移るようになりました。そのなかでいずみは独自商品の「スマイルコープ」を維持されていますが、基本的にはどう考えておられるのですか。

【勝山】私はコープきんきをつくる際も、できてから4～5年ぐらいの間も、「単協でできることは単協できちんとやる。リージョナル連帯で、中規模で、コープきんきのような事業連合化してやるほうがいいことは事業連合でやり、全国でまとまったほうがいいことは日本生協連でやろう」ということをずっと主張していました。

大阪は食料自給率が2%しかありませんが、それでもやっぱり地場のものがあって、ソースをつくっておられたり、合鴨を飼っておられたり、イチジクを育てておられたり、「大阪もん」があり、生産者がいます。

そんなに大きな食品メーカーではないけれども、大規模生産ではなくぜひ地場で流通させたいということも含めて、とくに日配の分野は、全国コープにしなくても、地場の地域で、組合員が目で見ることができる範囲で、大阪、和歌山、京都、奈良、兵庫ぐらいまでの範囲でつくっていただく自前の商品として位置づける。そのほうが組合員活動もしやすいですし、みなさんの愛着も湧きやすい。そういうものをきちんと残し、単協の強みを活かせる範囲は活かさせていただいて、リージョナルと日本生協連のそれぞれの役割があると今も思います。

【杉本】生鮮品の産直についても、組合員が50万人を突破すると、こんな小さな産地では相手にできないというような問題も出てくると想像しますが、それは大丈夫なのですか。

【勝山】農産の多くはコープきんきで企画していますが、農産は自分のところでやらないと、いまおっしゃったような問題が出ることは確かです。量の確保になると複数産地になってしまって、産直ではなくなる。現実的に産地は大規模なところばかりではありませんし、こだわりでつくっておられると生産量は限定されます。

他生協とも有機を一緒にやろうかという話があって、独自の商品カタログ「ハナ\*マルシェ」の範囲でぜひやりましょうというところまで話し合ったことがあります。とくに有機農産物になると、コープきんきの規模では量の確保が難しくなります。卵、鶏肉は大丈夫かもしれませんが、豚・牛になると、これもまた頭数の関係で複数の産地を産直にしないと、産直をコープきんきでというのは難しいと思います。ですから、産直はいずれ市民生協独自が多くなります。

## 大きく広がることの意味

【杉本】農業経済学の先生などは、「産直をやるには、いまの生協は規模が大きくなりすぎた。事業連合はもちろん、各県ごとの生協でももう無理ではないか。店舗ごとや支所ごとぐらいの単位で新たな産直ができないか」ということをよくおっしゃいます。生協が規模を大きくすることのメリットをあらためてお聞かせください。株式会社のような営利企業ではなくても、規模を追求することは必要でしょうか。

【勝山】われわれは利益目的ではなく事業目的です。事業をやるうえでの継続性や組合員の声に応える意味から、利益・剰余は大事にしますが、あくまでも組合員が利用する事業を目的にしていますから、暮らしをよりよくするための協同組織です。株式会社は、完全に利益目的で、資本家の利益を追求する形態ですから、生協はまったく違う。理想が違いますね。

組合員理事からも、「あなたたちには、組合員さんがつねに笑顔でいられるようにする責任があるのよ。私たち、そのために出資金を払ってるのよ」と言われます。スーパーでも、お買い物に来られるお客さんの名前をレジのパートさんが覚えていたりすることがあるだろうと思いますが、われわれは組合員一人ひとりを対象にしつつ、「地域にお住まいの方を丸ごと幸せにしよう」という気持ちでやっています。それはスーパーではあまりないのではないのでしょうか。

生協は協同組織ですから、隣に困っている人がいれば、一人で一人を助けられなくても、たくさん的人数でその人を助けることはできるわけで、本当に共助という意味

での力が発揮できるのはこれからではないかと思えます。

**【杉本】** そういう共助を実現するためにも、やはり大きくなることは必須の条件だということですか。

**【勝山】** エリア内で絶対だと思います。

**【杉本】** それは世帯組織率3割、5割といったレベルではなく…。

**【勝山】** 7割、8割ということですね。100%かどうかはわかりませんが、食品小売りでシェア1位というのは、われわれがめざすべき当然の課題だと言っています。そのエリア内での商品の価格は、取引先もメーカーも一番多くを売るところに一番いい条件を出しますから、生協がプライスリーダーになれるかどうかはきわめて重要です。そのためにはシェアが1位にならないといけない。いずみ市民生協の場合は、イズミヤ、万代など、まだ上がおられるので、宅配も含む食品で一千億円を超えたら、たぶんエリア内では1位でしょう。食品で1000億円ですから、総事業規模では1500億円ぐらい要るかもしれません。

**【杉本】** 大きくなること、トップに立つことは、やはり意味があるということですか。

**【勝山】** ありますね。組合員の協力の力と利用の結集の力は同じですから、生協が自らのエリア内で食品小売りのトップに立つ意味は、ものすごく大きいと思います。プライスリーダーとして、地域で実現できることがきわめて大きく広がります。

## くらしまるごと生協へ

**【杉本】** これまでの生活協同組合は食と日用品の購買が中心でしたが、いまは福祉に手を出し、次はエネルギーというので、電気やガスに参入されて、今後は組合員の生活をトータルで支える新たな産業になりつつあると思います。今後、どうお考えですか。

**【勝山】** もう何年かしたら大阪は埼玉にも人口を抜かれるのではないかと思います、首都圏を除き、全国どこも人口減です。かなりのスピードでマーケットサイズが落ちてしまった。組合員を増やして、組合員1世帯あたりの消費支出の内、生協で取れていない部分のシェアを取っていかねばいけない。電気とガスは参入障壁がなくなったのでやれるはずだということで、全国の生協のなかで最初にやらせていただきました。

水道は行政ですから無理ですが、教育分野については、なんとかならないかと思っています。子ども園は本当にできないのかといったことや、他の生協もやられているように、託児所は年内に物流センター内に設置しますので、それでやれるかどうかを試してみます。いったん無認可で実績をつくり、生協職員だけでなく、将来は近隣の企業も対象にしようと思っています。

学習塾も、本当に低額で提供できないか考えています。いま生徒数が減っているので、リタイアする中・高の先生も出てくるでしょう。場所が確保できるのであれば、夜はそういう方たちに場所を提供できるのではないかと、そういう教育分野への取り組みが本当にできないのかと思っています。

事業でいえば、スイーツ、靴など、他の企業との連携はできないだろうかと考えています。

電気に参入して本当によかったと思うのは、生協に対する世間の認識をだいぶ変えたことです。いまは3万世帯と契約していますが、生協がそこまでできるとは周りが認知していなかったと思います。いままで「はあ？ 生協？」と言っていた企業が、見る目を少し変えてくれたかなと思います。そこで「くらしまるごと生協」と考えた場合に、まだやれていないことは何かを明らかにして、やれる可能性があるのなら、ひとつひとつ丁寧にチャレンジしていきたいと思っています。

**コープでんき** さらにオトクな **新価格!**

契約者数 **28000人** 突破!

さらに組合員のお役に立てるよう「コープでんき」は値下げしました!

さらにおトクをすべての方に! **すでに「コープでんき」をご契約の方は** あらためてのお申し込みは不要です。電気料金を自動的に引き下げご請求します。

**コープでんき** **14年** 手続きカンタン! **解約手数料などはなし!** 安心のお役立ちサービス **太陽光の電気も活用!**

関西電力(株)8月1日以降の値下げ価格と「コープでんき」値下げ価格の料金比較

二倍料金プラン	ベーシックプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン	電気料金2.0倍プラン	パリティプラン
基本料金	326.00円	19,700円	24,100円	420.00円	23,370円
電灯料金	19.70円	24.10円	28.30円	42.00円	23.37円
電灯料金	300kWh ¥86,313	300kWh ¥82,103	300kWh ¥84,210	300kWh ¥86,313	300kWh ¥82,103
350kWh	¥103,548	¥98,280	¥105,268	¥103,548	¥98,280
400kWh	¥121,321	¥115,058	¥121,321	¥121,321	¥115,058



京都府岡岡市の太陽光発電所 7.5MW  
元々あったゴルフ場の跡地を利用して  
建設されたもの (いずみ市民生協)

**web明細書サービスがスタート!**  
エネルギー通信料金の明細がイメージで確認できます!

エネルギー通信料金の請求書請求を希望されない組合員さんは... **請求時 55ポイント** が付与されます!

現在、宅配利用の組合員さんは自動的にサービスの対象となります。宅配サービス利用の組合員さんは無料! **翌月のポイント倍率が月額2,000円以上のご利用で翌月のポイント倍率が無料! アップになるチャンス!!**

**コープガス** **手続きカンタン!** **最大4.5%おトク!** **さらに3%おトク!!**

**コープでんき** **手続きカンタン!** **最大4.5%おトク!** **さらに3%おトク!!**

料金プラン	基本料金	電灯料金	ガス料金	ポイント
33円	¥66,630	¥64,973	¥1,657	2.5%
45円	¥88,303	¥82,288	¥3,015	3.5%
55円	¥100,077	¥96,294	¥3,813	3.8%

**コープLPガス好評受付中!!**  
でんきとセットでもおトク!!

コープLPガスのここがおすすめ!!

- 1 透明性のある料金システム
- 2 安心の24時間365日保安体制
- 3 おトクなポイント・プロモーション

コープLPガスにお申し込みいただくと **供給開始翌月から3ヶ月間、月1,550ポイント進呈!**

**お友だちご親戚を誘っておトク!**  
「コープでんき」「コープガス」お友だち紹介でポイントプレゼント!  
あなたにコープのポイント **500ポイント** を進呈します!  
コープでんき・コープガス・LPガスの両方契約いただけた場合 **1000ポイントプレゼント!!**

お申し込みは **今すぐお電話**または**WEB**で! お問い合わせもお気軽に。  
エネルギーサービスセンター 0120-810-093

## 特集

## 格差社会と生協

平等社会といわれてきた日本社会が実は「格差社会」なのではないかといわれ始めて、もう10年以上になるだろうか。「雇用形態の格差」とそれに基づく「収入・資産の格差」や「世代の格差」、買い物難民問題に代表される「アクセスの格差」と「地域の格差」、そして「男女の格差」「教育の格差」「希望の格差」等々、社会と生活のあらゆる側面で、人々が分断された状況が指摘されている。

さらに、さまざまな地理的・社会的な「コミュニティの崩壊」が、そうした分断状況・格差社会への対応をますます困

難なものとしている。子育てで孤立する母親に差し伸べる手も、日常の買い物にさえ不自由する人に対する声掛けも、誰かが意識してつくり、組織しなければ、容易には得られない時代なのである。

「生活を協同する」組織だとみずから名乗る生活協同組合は、この格差社会において何ができるのか。究極の格差社会である産業革命の時代に、それを克服しようとして誕生した協同組合が、いま日本に再来した格差社会に対していかなる可能性と課題を抱えているのか、特集する。

(本誌編集長 杉本貴志)

1. 座談会 ～組合員・職員と考える～ 格差社会の組合員とくらし (橋本 博子・井上 陽子・澁田 瑞希・今田 貴宏・高木 忠政・伊藤 晋也・和田 典子・荒井 力・杉本 貴志)
2. 働きやすい職場をめざして  
～コープさっぽろ人事部長 石井茜氏へのインタビュー (岩橋 涼)
3. 格差社会における奨学金問題と大学生協 (寺澤 智広)  
取材協力 全国大学生協連 田足井 肇氏・升本有紀氏
4. フードバンク、子ども食堂等への寄与 (竹野 豊)  
取材協力 セカンドハーベスト京都 澤田政明氏

特集 格差社会と生協

01

座談会

～組合員・職員と考える～  
格差社会の組合員とくらし

【出席者】 (敬称略)

橋本 博子・井上 陽子・湊田 瑞希 (京都生協組合員)

今田 貴宏 (コープしが高島センター長)

高木 忠政 (ならコープ西奈良支所地域責任者)

伊藤 晋也 (京都生協コープパリティ店長)

和田 典子 (おおさかパルコープ商品企画責任者)

荒井 力 (おおさかパルコープ常務理事)

【コーディネータ】 杉本 貴志 (関西大学教授・『くらしと協同』編集長)

【杉本】自分が子どもの頃は、「日本の社会はすごく平等で、アメリカのように貧富の差の大きな社会や、ヨーロッパのように身分格差の大きな社会とは違います」と習いました。しかし客観的な数字で見ると、いまや日本は先進国のなかでもかなり不平等が大きい国だと言われています。たとえば相対的貧困率で測ると、いまの日本は約17%、子どもの6人に1人ぐらいが貧困家庭の子どもということになります。これはつまり学校のクラスのなかで5人ぐらいは貧困に分類される子どもたちがいるということです。ほかの先進国に比べると、ダントツに大きな数字です。

昔は生協組合員の世帯収入は日本国民の平均年収よりも高く、学歴も少し上でした。安心・安全な食を求める消費者が集まってきたのが生協ですから、そういうことを考える余裕のある方々というのは、収入や学歴が少し高い方が中心だったのです。ところがいま、夫婦合わせた年収が200万円未満という組合員が約10%、400万円未満が

約30%を占めていて、400万円未満の家庭が4割です。とくに20代は、年収200万円以下がたくさんいます。「若いうちは貧乏で当たり前だ」と言えばそうかもしれませんが、それに生協は対応できているのでしょうか。

みなさんもお聞きになっていると思いますが、現在、全国の生協組合員の平均年齢は50代前半から半ばぐらいになっていて、若い人たちには生協は「高くて、とてもわれわれが利用できるような組織ではない」「ちょっとリッチなおばさまたちの買い物場所だ」というイメージを与えているようです。

きょうは組合員と職員のみなさんに集まっていたいただいて、実際のところ、どう感じていらっしゃるのかということをお聴きしたいと考えています。まずは自己紹介からお願いいたします。

## 自己紹介

**【澗田】** わたしは大山崎町に住む京都生協の組合員で、小学校6年生と4歳の子供がいます。このような場は初めてですが、よろしく願いいたします。

**【橋本】** 京都生協で40年近く組合員をしています。以前は働いていまして、当時は個配がなかったので、ご近所の方に受け取ってもらって、買い物に行けない分を助けていただきました。定年退職した現在は、逆にわたしが受け取ってお届けするみたいな感じになっています。子どもは巣立って、夫婦2人なので、生協で商品を買う金額は減ってきました。その代わりに、福祉や、つながりをつくれるような場など、いろいろなサービスに利用対象が変わってきています。

**【井上】** 亀岡の京都生協組合員で、子どもが3人います。生協さんの共同購入を利用して10年ぐらいになります。その他に、エリア会のメンバーとして活動しています。先日は総代さんの集まりがあって、いろいろなことを学習させていただきました。よろしく願いします。

**【伊藤】** 京都生協コープパリティの店長で、職員歴は、13年ほど配達関係で仕事をした後、店舗に異動して11年ですから、今年で24年ぐらい経ちます。店長の仕事は、パリティが2店目で、今年で4年目です。コープパリティは、西京極にあるお店で、1年前にリニューアルしました。非常に競合の激しい地域で、単身者が多く、マンション住まいの方が半数近くおられて、高所得者が集まっている地域でもないの、コープのお店としてはかなり厳しい状態です。こ

のような場に参加できて、何かヒントがつかめたらと思っています。

**【高木】** 私は奈良県の中西部に位置する大和高田市に住んでおり、ならコープの西奈良支所で働いています。仕事としては、配達のグループメンバーが10人いまして、そのグループ運営を行うエリアの責任者です。西奈良支所は、ならコープで最大の100億円規模の支所で、奈良市全域と生駒市全域を管轄しています。私が担当しているのは、薬師寺や唐招提寺のお膝元の西の京、西大寺、伏見の3つのエリアです。生協に入って19年目で、入協したときから吉野町全域に伺っており、桜の有名な吉野山にも配達に伺っておりました。3年前に今の支所に異動して、地域責任者という立場になって2年目です。

**【和田】** 私はおおさかパルコープの商品部に所属していて、カタログを制作する部署にいます。生協歴は、支所に2年ぐらいいたのを除いて、あとはほとんど商品部関係で、その間に5～6年はお店に配属されていました。最初の頃は「地域差なんて、ほとんどないから、買い物も大差がないのでは」と考えていましたが、実際にお店で勤務すると、枚方など京都寄りの地域と大阪市内では、お客さんの雰囲気も全然違うし、買う量も全然違ったりするので、「地域ごとの買い物に合うようなことをしなければいけない」ということで進めています。

**【荒井】** きょうは和田の付き添いで参加させていただきました（笑）。おおさかパルコープで商品部の責任者（常務理事）をしています。パルコープは、大阪市内と、京都生協さんの南側の枚方から大阪市内寄りの守口辺りまでをエリアとしています。きょ

うはいろいろヒントを学ばせていただこうと思っています。

**【今田】** コープしがで高島センター長をつとめています。私が担当している高島エリアは、滋賀県のなかでも湖北エリアで、マキノや今津など雪がけっこう降るところです。コープしがは組合員が増えていますが、私のいる高島は高齢化が進んでいて、組合員さんも減りつつある唯一の支所となっています。規模としては、9センターあるうち最も小さいセンターでして、配達に回っている職員は委託職員を含め16人です。生協歴は今年で19年目です。入協時は店舗に配属され、その後配送に戻って、いまは高島にいます。高齢化がすごく進んでいる地域で、先日も台風があって、昨日辺りまで停電していたエリアもありました。そういうなかで生協がどうあるべきなのかを考えるヒントになればと思います。

## 職員から見た組合員の変化

**【杉本】** ありがとうございます。いまのお話にありましたように、職員さんのなかには、共同購入や個配といった無店舗事業を担当されている方、店舗の方、商品企画の方がいらっしゃいますので、組合員の方々はぜひこの機会に組合員として言いたいことはどんどん言っていただければと思います(笑)。

まず職員のみなさんにお伺いしたいのですが、生協の組合員は昔と比べて変わっているという実感をお仕事のなかで持たれることはありますか。たとえば利用量が減っている・増えているとか、買い物の中身が変わっているとか、家族構成が変わったとか、いろいろあると思いますが。

**【今田】** コープしがの場合、利用される金額は徐々に減っていますが、昔と比べてもすごく落ちているというほどまでにはひどくはない状況です。ただ、高島エリアは高齢化が進んできて、この間まで元気しておられたおばあさんが亡くなられたり施設に入られたりするというようなことは、現実に直面している問題です。

**【高木】** わたしも奈良県下いろいろなところに行ってきましたが、山間地で多かった昔ながらの5~13人班は減り、いまは2人班も多くなっています。昔と特に違うのは、組合員さんが完全に「お客さん」になっているというか、わたしたちが商品や生協の説明などがうまくできていないところもあるのでしょうか、個配も進んで、その辺の関係性がかなり希薄になってきて、「生協さん」というよりは「お届け屋さん」みたいなところも出てきているかなと思います。

**【杉本】** 班がなくなったり、班の人数が減ったりしたことが、その大きな要因だと感じられますか。

**【高木】** そうですね。ならコープでいえば、「生協」というよりは「配達してくれるのが便利だから入ります」という方が増えています。だから、生協と業者の違いもちゃんと説明しないと、なかなかわかっていただけないと感じています。

**【杉本】** 店舗の場合は、昔から「スーパーとどこが違うのか」ということが常に言われてきたと思いますが、最近、何か変わってきたところがありますか。

**【伊藤】** コープパリティはオープンして25年経ちましたが、最初の頃から利用されて



いる方のご家族の世帯人数が減っていますね。2人家族が増えているので、先々1人になってしまうのかなと思ったりします。それと、コープ商品の優位性が見えにくくなってきているのかなと思っていて、そういう状況のなかで近くにスーパーがどんどんできて、「前は生協のお店だけでまかっていたけれども、いまは他も買い回っている」というような、買い回りの傾向が強くなって、結局、お店の事業としては厳しくなっています。

## 買い物先をどう選ぶのか

**【杉本】** 組合員からすると、生協は食生活の中心を支える存在なのですか。それとも、いくつかある買い物先のひとつなのですか。各家庭によって違うと思いますが、みなさんの場合はどうですか。

**【橋本】** 私の場合は、何十年もずっと生協でお願いしているので、お気に入りのものもありますし、メインも生協の宅配で、宅配で足りない分や少し変わったものが欲しいときに近くへ行くというパターンです。週1回の配送が食生活の基礎的な中心部分になっています。

**【渕田】** 自宅からいちばん近いのが生協のお店なので、普段はそこにしか行きません。下の子も慣れているし、職員さんも下の子に慣れているので、そのお店に行けば子どもが自分でカートを持っていくし、私も「ちょっと目を離していても、職員さんもわかってくれるし…」みたいな感じで安心なので。

少し前までパートタイマーをしていて、個配を利用していたのですが、仕事に出た

日に受け取ることができなくなって、個配だと手数料がもったいないので、ちょっとお休みしている状態です。友だちなんかは卵や牛乳がおいしいのはわかっているけど、やっぱり他のお店より高いと言っています。車で5分ぐらい走ればスーパーが4つぐらいあるので、「生協さんに行くのは火曜日の卵の日と水曜日の牛乳」とか「このスーパーでは〇〇を買う」というふうに、車で一度出て、回っている人が多いです。

どこのスーパーに買い物に行っているとか、ママ友とけっこう話したりしますが、「うちは生協だけ」と言うと、みんな「生協って高くない？」と絶対に言いますね。「でも、おいしいよ」と言うのですが、主婦はそんな感じで買い回っています。

**【井上】** 安全な商品や近くのスーパーにない商品があるので生協に入りました。近くにはイオン、フレスコ、マツモトなどがいっぱいありますが、みなさんは「生協の店舗がない」という理由で生協の宅配をしているという感じです。

入った当初は、子どものおもちゃでも離乳食でも食べものでも、「珍しいし、これ買おう」という感じで、他には売っていないような、生協ならではの特化したものを買っていました。その後エリア会などでいろいろな学習をさせてもらって、とくに「さくらこめたまご」の学習をしたら、「たしかに高いけど、それには理由があるんだ」ということがわかって、最近はそれを理解したうえで買うようになっています。

話をよくする友だちには、「こんなことを勉強したよ」とか「生協で、こんな福祉のことをやってるよ」という話をしながら、「こんな商品があるよ」とチラッと語りしています。

## 「生協は高い」のか

【杉本】 やっぱり「生協は高い」というイメージが拭い難くあるんですね。それに対して、安くしてほしいという意見もあるのでしょうか、なぜ高いのかをもっと説明してほしいという意見もあるのでしょうか。

【井上】 子どものおむつが高いということ、総代懇談会で隣に座った方がおっしゃっていました。いちばんよく利用するのはコープ御所南だけど、宅配をされていて、「ちょっと高いかな。だけど、宅配で得なのは家まで届けてくれはるところなので、もう少し安くなればいいんだけど」と。

【杉本】 個配の手数料は200円ぐらいですか。

【淵田】 2歳までの子どもがいると少し安くなりますが、100円ぐらいなんですね。100円で届けてくださるのは、すごくありがたいのですが、その100円が自分の怠りみたいに思ってしまうんです。「100円あれば子どものおやつを1個買ってあげられるのに、私が頑張ればいいのに、それを怠って…」という感覚になってしまって、「手数料、もったいないなあ…」と思ってしまうんですね。

ネットスーパーは、1回5000円買えば無料になるところもけっこう多かったりして、そうすると「この服、一緒に買ったら無料で届く」と思ったりします。

【橋本】 うちも、年をとった人が多くなって疲れてきたので、個配にしようかなと思ったのですが、班の人と相談してみたら、手数料が198円ぐらいで、月にしたら800円ぐらいになるし、それを入れると1年で1万

円、出費が増える。その1万円が惜しいというので、しんどくても共同購入を続けようということになりました(笑)。

【杉本】 ということで、「生協は高い」そうなのですが、商品企画としてはどうお考えになりますか。

【和田】 見せ方が悪い部分もあるかと思います。お米も、スーパーでは10キロで安く売られていたりするので、同じぐらいの価格で始めたのですが、そういう商品が「ある」ということ自体が伝わらないこともあって、総代懇談会で「生協は高いから買いにくい」という声をたくさんいただきます。その際、「10キロのお米、だいたいこれぐらいの値段で置いているのですが、どうですか」と言うと、「そうなん？安いのも置いているんやね」と言われたりしますので、昔から「生協は高いから」というイメージがあって、一つひとつの商品をお知らせできていないケースが増えているのかなと思います。

それと、やっぱり実際に高い商品もあるかと思imasので、そこは近づけていくしかない。ただ、原料などにこだわっていると、それなりの値段になります。本当は個配で全部まかないたいと思って生協に入ってきて下さっていても、結局、スーパーに他のものを買いに行ってしまう。もし、同じような商品が生協にあれば、全部、生協で買っていただけるので、それに取り組んでいる途中です。

【杉本】 おそらく比較されるのはチラシの目玉商品ですので、そういうことは生協にはできないということがあると思いますが、店長さんから見ても、そんなに「高い」ですか。

【伊藤】店にいても、「高い」とよく言われますね。お話ししていると、うちが「定価を表示する店」のようになっていて、それと比べて他の店が安いと、「ああ、やっぱり安い」となります。努力もして、日配やドライ商品など、部分的には他の店と遜色ないような値段にもなっているのに、それでも「高い」と言われるのは、自分の欲しいものが安くないと「安い」と思ってもらえないということかと思います。

【淵田】週末にイオンなどに行くと、子どもが欲しいお菓子が安かったりします。生協に比べて20円も安いとか…。他のスーパーで袋菓子やトイレットペーパーがすごく安かったりして、生協とは値段が全然違うとなると、「なんか生協、高いなぁ」と感じる場所があるなあと思いました。他方でお肉が100グラム何円かなんて、ほとんど見ていないし、そういうところでは感じないですね。

小学校の子どもも、社会見学のおやつをみんなで買いに行くときに、「生協さんは高いから、みんなで万代に行く」と言っていたので、「子どももそう言うのね」と思いました（笑）。

【井上】私も生協が高いと感じることがありますが、「どうして他はそんなに安くできるのか」と思いますね。

西友でも、すごく安くて、「もし他の店が西友より安かったら、チラシを持ってきてください。安くします。同じ値段にします」と言っています。そこまでどんどん安くすると、そこに携わっている人もいるのだから、その背景まで見てしまって、安すぎるのはかえって怖いなと思います。

【橋本】地産地消や「さくらこめたまご」

（休耕地の復活や食料自給率の向上をめざして、飼料米を餌にした国産品種の「さくら」というニワトリが生む卵。1個につき1円を上乗せして販売し、生産者支援に充てている）のように、「生協としての理念を持って開発した商品ですよ」と言われたら高くても納得して買いますが、同じ商品となると安いほうに走りますね。

## コープ商品と学習活動

【杉本】ナショナルブランドのまったく同じ商品で、コンビニで128円のものが生協で148円となると、たしかに印象として「高い」というのが出てくると思います。それを克服すべきものがコープ商品であって、生協のオリジナルで他には売っていないという、納得していただけるコンセプトがあったわけですが、みなさんには「コープ商品を中心に買う」という意識はありますか。

【橋本】まずコープ商品をチェックして、値段的にあまり変わらなければコープ商品にします。ただ、少しぐらいの差だったらコープ商品にしようかなと思うけど、かなり違うと「やっぱりちょっと…」と思いますね。

でも、味噌や醤油のコープ商品は、品質がよく、価格も安くて、お得だなと思うものもあります。地産地消や「さくらこめたまご」のように、きちんと説明できるコープ商品もあるし、一般商品と比べても「コープ商品のほうが値段も安く、品質もちゃんとしているな」と思うものもありますので、やはりそこは自分の好みと判断力かなと思います。

【杉本】店舗では、どのようなお考えで提供されているのでしょうか。「コープ商品を買ってほしい」という意識は強くあるのでしょうか。

【伊藤】「おすすめしなければいけない」という、どちらかといえば義務感はありますね。今年は100個販売という取り組みをやっていますが、「一所懸命おすすめして、コープ商品を買っていただく。そうしないと他のスーパーとの差別化ができない。生協にしかないものを大事にし続ける意識を持っていないと負けてしまう」ということで、取り組みを進めています。

ただ、売れるものは少し違うかなと思います。最近ではミカンが始めて、10個入りが、普通は298円ですが、生協では398円で売っています。「産直マークがついているけれど、これは売れないかなあ」と思いながら、やっぱり売れなくて残念な思いをしています。

やっぱり中身を学習などでちゃんと伝えなければいけない。売り場そのものが学習できるような場になったらいいなという気持ちを持っています。

【杉本】「さくらこめたまご」は、かなり詳しい説明がどの店舗にもあるので、なぜ1個あたり1円、1パック10円高いのかということが納得できますが、産直マークやCOOPマークがあっても、ごく普通の組合員にはそれほど意味は伝わらないのではないのでしょうか。共同購入や個配のカタログでも、COOPのマークは付いているかもしれませんが、それ以外の詳細な情報はほとんど提供していないように思います。他の小規模生協に取材に行くと、カタログに「これは減農薬」とか「これは無農薬」とか、栽培方法やその他のことについてのもの

すごく細かくマークを付けている生協もあります。人によってこだわりが違って、「私は遺伝子組み換えは絶対いやだけど、安全な農薬ならいい」など、いろいろな考え方があっていいでしょう。商品のパッケージには法改正もあってそれなりに表示が徹底されつつありますが、売り場の表示やカタログの表示でももう少し生協らしくできないかと思ったりします。

【高木】個配では1カ所あたり6分ピッチ、1時間で10カ所回らないといけないということがあります。1世帯あたり話している時間は1分あるかどうかぐらいです。委託職員も増えてきて、生協の職員教育も難しい。配達している職員も、コープとは何かがわからずやっているように感じます。

とくに今年はエシカル消費を進めていますが、職員はエシカル消費と言っても実感がなくて、「メーカーさんを見に行き、そこから学んでいこう」と進めています。とくに20代の若い担当は「生協ならではの商品」について語る力がない。昔からの組合員さんからはよく言われるけれども、若い担当は答えられないので、コミュニケーションを端折ってしまうこともあったりします。

【今田】コープしがでも、若い職員の知識は足りていないと思います。今年から、商品学習を事業所でちゃんとやっていこうということで、「産直こめ育ちさくらたまご」や大山の牛乳など、京都生協と同じかたちでやっているのを学習して、「担当からもしっかりと良さを伝えよう」としていますが、そうするとやっぱり利用も伸びてきます。何も言わなければ利用量も減りますが、「いつも来る担当のお兄ちゃんが必死になって伝えてくれるから、ええもんなんやなあ。

「買ってみようかな」という感じで利用して下さることがあるので、良さを伝えることはとても大切だと思います。

## 超高齢社会の生協

【杉本】先ほど高齢化しているという問題も出ていましたが、生協の具体的な仕事や組合員との接し方は、どう変わってきたのでしょうか。

【今田】若い方でしたら、配達でも「これはこの商品です。ありがとうございます」と言って、スイスイと渡すことができますが、お年を召していらっしゃる方は受け取っていただくにも時間がかかります。それに対して機械的にパッパッと渡すのではなく、お話ししたい方や、生協がつながりになっている方がおられますので、そういう方々に対応していくことが大切だなと思っています。

いまは生協以外でも安全で安心なものがたくさんあると思います。私は、70年代と比べたら、いまや安全・安心は生協だけの取り柄ではないと思っています。では次に何が取り柄になるのかというと、やはり担当が組合員さんと毎週接していけるというところに価値を見いだしていかないと厳しいかなと思います。

とくに若い方がおられるところを回っているときはそれほど感じなかったのですが、お年寄りが多い高島では、そういうことを説明していかないと生きていけないというのが正直な実感としてあります。

【杉本】生協には見回り機能も期待されていると思いますが、実際問題として、配送に行かれてもお留守のお宅が相当多いので

はないでしょうか。

【高木】半分は留守ですね。今田さんもおっしゃったように、地域差はありますが、私が去年まで担当していた奈良市の中心街のマンションでは高齢化が進んでいます。地域イベントのときに社協の方と話していると「高齢者は買い物が大変。なんとかしてほしい、歩いて行けない」ということです。私たちは「何百メートルなら歩いて行ける」と思ったりしますが、それも無理だというわけです。都会なので、いくらでも買い物に行けると思っていたのですが、じつはそうではない。

それで、公民館で社協と共に夕食宅配の試食会をやると、80人ぐらい来ていただきました。社協が、見回りで訪問した時に「コープでこういうのがあるから、試食してみようね」と呼びかけてくださったんです。社協としては見回りのひとつとして、コープやヤクルトなどいろいろなところと連携して地域を見守っていきたいと考えておられるので、子ども食堂もされていて、そこにもコープが関わったりしました。

都会のご真ん中だからこそ、貧困層も含めていろいろな子どもさんがいて、いろいろな職業のお母さんがおられて、一人親家庭のお母さんも多い。朝ごはんも食べられないし、身なりもきれいでない子どもさんもいるという実態は、そこで教えてもらいました。

社協や民生児童委員さんなど、地域のことを気にしている方が、生協に「なんとかしてほしい」と言ってきて下さるような関係性ができてきました。私たちも地域のイベントに出て行って、「なにかコープでお役に立てませんか」と呼びかけていったら、社協とも少しずつ連携できるようになりました。

【伊藤】組合員さんが高齢化するなかで、「ずっとお気に入りの店でありたいな」と思っていて、店のメンバー内で裏スローガンですが「嫌われないようにしましょう」と言っています(笑)。高齢の方は、ずっと利用なさっている方が多いので、とくにそこを意識しています。

店内も、せっかく来てくださるのだからと、他のお店と比べて座り心地のよい椅子を中古家具屋で買って、レストコーナーに置きました。そうすると、やっぱり集ってもらえるんですね。高齢の方は話がしたいので、コミュニティ機能を少しでも持たせたいという思いで、改装を進めてきました。

最近、店内の奥にちょっとした黄色いベンチを置いてみたりしています。ちょうどそこはインスタのお肉屋さんの前なので、お肉屋さんが商品を用意するのを待っている間に座ったりしてもらっています。来てくださった方を少しでもいたわるような配慮ができる店になればと思っています。

【淵田】私はいつも長岡京のお店に行きますが、カゴを運んでくれたり荷物を持ってくれたりして、すごく優しいですね。

長岡京のお店だけではないかもしれませんが、すごいなと思ったのは京都生協の「お買い物サポートカー」といって、家の近くまで車で迎えに行き、お年寄りを乗せて買い物をするというサービスです。

私が住む大山崎町の端っこのほうで、突然、あるスーパーが閉鎖して、買い物難民地域になりました。そのとき、生協さんがいち早く移動販売車を出して、週1回、車に商品をたくさん積んでやって来ます。そういうことがあって、みんな、「生協さんはすごい」と言います。そういうふうにある続けたらいいのではないかと思いますね。

【杉本】商品企画としては、超高齢社会に入ることについて、どう考えてらっしゃいますか。もう若い人は無理だから、むしろ高齢者に焦点をしばって、いままでの組合員を大切にしようということを、主に考えてらっしゃるのですか。

【和田】利用動向的には、子育てを終えた50代後半以上の利用はそれほど落ちていません。当初の生協をつくり支えてこられた方々なので、その子ども世代の分は減るかと思いますが、70代以上の方はそれこそ伸びるような勢いだったりします。どちらかといえば、いまは子育て世代の落ち方が大きいので、そこをなんとかしたいというのがあります。

【杉本】私が高齢の方からよく聞くのは、「子育て関連の商品はたくさん載っているけれども、紙のむだじゃないか。もう少し私たちのニーズにしばったものにしてほしいか」ということです。いままでの生協はすべての組合員を対象にして、ひとつのカタログで「みんなに役立つ生協」を謳ってきました。そういう方向しかあり得ないのですか。

【和田】「必要などころに必要なカタログを」ということで、コープきんき7生協統一でカタログをつくっているかと思います。食料品本体のカタログを基本として、デパ地下やお取り寄せで買いたい方も多いので「よりすぐり」カタログもあります。パルコープ独自では、「安く買えたらうれしい」という主に子育て世代の組合員に向けた安い「ファミリーカタログ」があります。「必要などころに必要なカタログを」ですから、今年から子育て・赤ちゃん用の「にこほっぺ」という冊子を季刊発行でつ

くりました。狭まっていけばいくほど、要らないカタログは止められるようにするなどの工夫をしています。

## 夕食宅配をめぐるって

【杉本】夕食宅配も、非常に期待されていて、生協が頑張っている場面だと思えますが、自治体によっては夕食宅配に対して1件あたり数百円程度補助する制度があるようです。生協の夕食宅配は500~600円でやっているの、それだけの補助金をもらえれば悠々できるのではないかとも思いますが、民間業者を含めて、なぜその制度を十分活用していないかということ、行政の方針は安全第一なので、必ず手渡しでなければいけないそうです。そうすると、生協の夕食宅配でも3~5割はお留守なのに、ここに置いてきますということができない。

留守のときには置いていくというのは生協独特の文化で、生協外の人にはすごくびっくりされます。クロネコヤマトや佐川急便は再配達の問題で悩んでいますね。私は生協のことを勉強しているので「生協では再配達の問題はどうしているのですか」とよく聞かれるのですが、「そんなもの、玄関前に置いておくだけです」と言うと、「ええっ、そんなこと、あり得るんですか?!」と驚かれます(笑)。

【高木】夕食宅配は、私も代走で急に行くことがあります、「この仕組みだからこそ行ける」と実感することがあります。玄関まで這って来られる方や歩けない方がおられて、「ピンポン押して、来たことだけわかったらいいから、置いといてね。出るまで5分~10分かかかるから無理やわ」と。留守置きできるからこそ、本当に体が不自

由で、食べるものもないという方にはいいのかなと思います。玄関に出てこられる方に限定したら、たぶん無理だということを、その件で実感しました。

【杉本】行政は、そういう現場がわからないので、安全第一ということ基準をつくるのでしょうか。

【淵田】実家の母が突然、入院してしまって、父は調理ができないから、私が夕食宅配を注文して、「夕食に食べてね」と言っていたら、「お昼の1時ぐらいに持って来はるから、お昼に食べてしまった」ということで、結局、私が夕食をつくることになりました。そんな早い時間から持ってきて、置いておいたら、夏は大丈夫なのだろうかと思ったり、3週間ぐらいで本人が飽きてきたので自炊を頑張るようになりました。元気なときでも毎日外食となると飽きるのと同じかなと思いましたね。

【伊藤】高齢になると食べる量が少なくなるので、お店ではもっと少量企画の品ぞろえをしていかなければいけないと思っています。いま私は配達やカタログから離れています、配送のほうが課題としては難しいのではないかと思います。

それと、安いのも大事ですが、時間もコ



ストだから、食材は簡単に料理ができるようになっていて、料理の手間を省くことはすごく大事だろうと思います。買い物の手間を省くことも大事で、買い物がササッとできるようにすることと、できればお店は1カ所で済むようにして、あちこち買い回る手間を省く。これをしっかりかなえたら、生協のお店でも近所の人にはより支持してもらえるかなと思います。

## 高齢者への食の提供

【杉本】店舗で、たとえば夕食の食材を全部組み合わせ、「これでこういう献立ができます」というようなセットは売られているのですか。

【伊藤】そういう完成形のようなレベルには到達していないですね。

【杉本】それはなぜですか。無店舗ではされていますね。

【伊藤】メニュー提案はしていても、それに合致した食材があるかというところ…。メニュー提案しているのだから、本当は食材もないといけないのですが、「この量では売ってない」みたいなことがまだまだあります。

【橋本】無店舗は対象者が多いから一定数は集められますが、店舗はその周りの人しか来ないので、お店で「きょうのおすすめ、私は嫌い」と思ったら、もう買わない。利用する絶対数が少ないのではないのでしょうか。

【伊藤】献立としての完成形の提案は、たぶんまだ難しいと思っていますが、そうやっ

て時間短縮にお金と同じぐらいの価値を持たせていくというのはありだと思います。深夜でも開いているコンビニは高くても利用されます。利便性はお金になるのだなと思います。ですから、お店でかなえられることは必死で考えて、利便性、便利さを追求して、利用する人の時間を生み出すようなことをしていけば支持してもらえるかなと思っています。

その時、商品開発の中身もポイントになると思います。生協の安心・安全の考え方がある食材セットがつくれるかどうかだと思います。

【杉本】高齢になられて軟らかいものをお好みになる方のために、レトルトや冷凍食品でも、そういう方に向けたような商品を開発していこうという話はあるのですか。

【荒井】今年から夕食宅配で、軟らか食・ムース食と流動食というコースも増やしました。おせち料理には、「軟らかおせち」を品ぞろえしています。

【杉本】生協の夕食宅配のごはんは、3段階ぐらいそろえるところが多いですね。それを意識した商品開発は、一般的に売っているコープ商品ではできないのでしょうか。

【荒井】求められるとは思いますが、それをつくるメーカーも少ないのです。現在はそれほどシェアが見込めないで、「軟らかおせち」も特別につくっていただきました。ただ、将来はシェアを広げられる可能性はあると思っています。

【橋本】「きらきらステップ」という、離乳食より少し上の幼児向けの軟らかいシリーズができたので、お母さんたちに試食して



いただきました。そうすると、「おいしいですね。私でも好きです」「これ、どこで売ってますか」というような感想をいただいて、「残念ですが、まだお店では売っていないんです」と説明しました。そういう商品は、べつに幼児向けに限定しなくても、高齢者向けにもして、お店にも置けば、利用されると思います。

## 高齢化とつながりづくり

【橋本】先日の総代懇談会で「高齢化に向けて何をしてほしいですか」という話があったのですが、高齢化してくると「あれもこれも欲しい」というよりは「人とのつながりがほしい。お店だったら、イトインがあって、コーヒーを飲んで、お買い物もササッとして、みんなでゆっくり集える場所があれば」というような声がかなり強く出ていました。

【伊藤】新しい量販店ではゲストコーナーがいちばん目立つところに置いてあります。

【井上】生協は社協や自治体と連携を進めておられるということを知ったのですが、そういうところに生協さんが行かれたときに、単に自治体の取り組みを聞くだけではなくて、「いま生協としてこんなことをやっています。広げていこうとしているのはこういうことです」というのを話すのにはいい機会ではないかなと、昨日、総代懇談会で話しました。

たくさんの方に知ってもらう場はなかなかなくて、ポストに「500円、ワンコインで、これだけお試しできますよ」というチラシを入れるだけでは、なかなか魅力にはつながらないのではないかと思います。

そういうみなさんが集まる場として、生協さんと地域の方がつなげると、「こういうことに困っておられますよ」ということで、それこそ「夕食サポート」にもつながってくるし、お買い物サポートカーにもつながってくるし、問題点がクリアに生協さんにも伝わってくるのではないかと思います。

【今田】高島市の場合は、市と社協が生協に対してすごく友好的で、簡単に協定を結ぶことができました。うちの配達担当者が、いつも出てこられるおばあちゃんが、きょうは出てこれないので、いったん別の配達に行き、夕方もう一度行くとお留守で、近所の方に聞いたのです。そうすると、ベッドから落ちておられたことが2日後にわかって、「生協さんが声をかけてくれはったから、亡くなる寸前で助かった」と言われました。

その辺は自治体との兼ね合いがあって、それぞれの自治体があるので、それをひとつにまとめていくのはなかなか難しいことなのかなと思ったりします。

天津市の高齢のおじいちゃん・おばあちゃんが多いところで連携していくと、何かあったときに言うべき窓口がない。高島であれば、高島社協なり福祉課が聞いているので、担当者が「どうしましょうか？」と電話してきます。そうすると、こちらも「ちょっと言うてみるわ」ということで、連携が取れます。同じ組合員さんなのに、自治体をまたいでいるので、対応が全然違ってくるというのが歯がゆいですね。

## 子育てとつながりづくり

【杉本】つながりを求めているというのは、高齢者はもちろんだと思いますが、若い層

でも、子育てについてはつながりを求めているのではないかということがかなり強く感じられます。

**【橋本】** 京都生協で子育て広場を月 1 回やっています。初めは各ブロックに 1 カ所と言っていたのが、1 年以内に 2 カ所目ができるとか、そういう要求があって、一緒にやりましょうということで、1 年の間に 2 カ所もできていますね。

西京区の場合は、パリティのお店の 2 階の集会室みたいなところで、来る方は組合員に限らず、「いつでも来てもらっていいです」というかたちでやっています。就園前ぐらいをメインターゲットにしていますが、そうすると、京都市から委託を受けている子育て支援センターから「場所がないので、こちらを使わせてください」という申し入れがあって、パリティでは月 2 回できることになりました。だから、そういう要求はすごく大きいのだなと思いました。

**【橋本】** あるブロックは、近くの場所を借りて、生協の主催でやっています。子育て広場として、どこかの支援センターのお部屋を借りて、少し離れたところで。

**【淵田】** 1 人目だと、日中、子どもと 2 人だけでいるのはしんどいという気持ちもあるし、生協さんのお店の上にあるので、マットを敷いて、おもちゃが置かれていて、お茶も用意して下さって、お茶を飲めるスペースがあったりしたら、買い物ついでにちょっと上がって、そこで仲良くなられた方もいますし、女性って、誰とでもスッと話せるでしょ？とくに子どもを介した場合は、全然知らないママさんとでも話せるので、そこでちょっとお話しして、買い物もして帰ることができるというので、すごく

需要が多くて、利用者も軒並み増えています。私も、「自分のときに近くにこんな人があったら、すごくよかったのになぁ」と思うので、そういうのはすごくいいですね。

**【橋本】** 去年から、「0 歳児からの音楽会」が始まりました。小さな子どもを音楽会に連れていける音楽会で、京都市内だけでなく、府北部でもやることになったということで、そういうことに対する要望はものすごく強いようです。

**【井上】** 気心の知れたお友だちもいなくて、ひとりで家に閉じこもったりする人もおられたりするし、とくに 1 人目の子どものときは「この子を抱えて、私、どうしよう」と、まるで社会から取り残されたような感覚になったりします。2 人目とか 3 人目になると、もうある程度の関係ができたり、「あそこに行けば誰かに会える」というつながりができてくるので、ちょっと余裕も出てきますが、1 人目のときは「取り残されている」という孤独感・孤立感がすごくありました。で、主人が「忘年会に行く」と聞くと「私にも忘年会が欲しい」とか、シュンとなったりするので、どんどん外に出ていきたいという気持ちはありますね。

**【淵田】** そうそう、あります。働いていて産休中でも、社会とのつながりがパタッとなくなったみたいな、孤独感みたいなものをすごく感じますね。私もありました。

**【井上】** 過ぎてしまうと、そんなこともあったなと過去のことになりますが、そのときにはトンネルに入ったみたいな感じで、「どうやったらそこから脱けだせるのか」とか「誰かとちょっとしゃべろう」と思うことがありましたね。「きょう 1 日、誰と

も話さなかった」など。

【橋本】京都生協ではエリア会というのがあって、そこで生協のことを勉強したり、自分たちで企画したりするのですが、1歳以上だと、そういう会議をするための託児が保障されています。そうすると、「自分たちが勉強できて、社会ともつながることができて、うれしい。だから来てます」という人もいますね。

【高木】先日も、たまたま地域でのイベントの時に友達に連れてきてもらった子育て中の方が、保育もあったので、とても喜ばれて、それをきっかけに生協に入ってくださいました。「こういう場も欲しい。つながりも欲しい」ということです。それなら助け合いの会や有償ボランティアなど、いろいろなつながりもあるし、子育て広場もいろいろな地域にあって、そこに行けば、お母さんが集まれる場がある。お母さんたちは、偏食など、いろいろな悩みを持っておられるから、そこを少しでも解決できたらと思っています。

たしかに行政はなかなか動いてくれません。行政に頼っているとなかなかできないことがあっても、昔から組合員さんと一緒にいろいろやってきましたから、そういうことを知っている方は「コープはこういうことやってないの？」と言われる。全部はできませんが、地域に入っていって、「何かあったらコープ」と言ってもらえたらと思って動いています。

## 地域できっかけをつくる

【杉本】京都生協のように地域に店舗があったり、昔の生協のように各地域に班がしっ

かり組織されたりしている場合は、そのきっかけもつくりやすいと思いますが、店舗が少ない生協や班が主流ではなくなった生協では、どのようにきっかけをつくれればいいのでしょうか。おおさかパルコープには、組合員活動会館というすごいものが大阪のあちこちにありますが、どのように利用されていますか。

【荒井】組合員さんの活動ということで、子育て中のお母さんたちは「パルちゃん広場ぽっかぽか」に自主的に集まって、子育てなどの交流をしています。またご高齢の方は一緒に「いきいき昼食会」なども自主的にみなさんでやっています。

【杉本】コープしがの場合は、どのように地域に入っていこうとされていますか。

【今田】年に1回、「ぼくぼくパーティー」をやっています。要は「商品用意しますので、ご近所さんや友達、ご家族と色々なお話をしてくださいね。いま、どんなことに興味を持っておられたり困っておられたりしているか、教えてくださいね」というもので、以前は「参加者は家族の方以外」としていましたが、いまは「家族の方でも3人以上集まってもらえればOK」というかたちになっています。これで、「近所の気になる人に声をかけてあげようかな」ということになったりします。「ちょっとお茶菓子食べよう」ぐらいの軽い感じでやります。もう9年ほど実施してきました。現在のコープしがのなかでは組合員さんの声を聴くいちばん大きな活動になっています。組合員でなくても全然関係なく参加してもらってもいいですよというかたちです。

## 若年層へのアプローチ

**【杉本】** そういう努力をされている生協ですが、「生協は高いから無理よ」と鼻から受け付けない若い消費者に対して、どうすれば手を差しのべることができるのでしょうか。この格差社会のなかで、高齢の方も困ってらっしゃるけれども、最大の問題は、若年層の多くが非正規雇用という身分に閉じ込められ、階層が固定化されるという状況が来ていることだと思います。その人たちに生協が役立つことはできるのでしょうか。

**【井上】** 難しいですね。パーセンテージで見ても、20代の方の生協利用率は3.3%で、30代でも少し上がる程度で、ほとんどがシニア世代の方です。非正規の雇用形態が半数ということを見ると、20~30代の方がいちばん求めているのは食の品質よりもまず自分の生活だと思います。結婚しなかったり、かといって生協で婚活をやるのかといえば、それも違うような気がしますし、いかに20~30代の方が生協を利用するようになるか、その方法を見いだすのは本当に難しいという話が、昨日の総代の集まりでも出ていました。

自分の若いときを考えても、仕事のことがいちばん切実だったし、結婚するのが30代半ばぐらいで、20代で結婚する人は少ないなかで、夜中に帰ってきたり、3部交代で働いていたりして、9時から5時までの仕事ではない人が多いなかで、何ができるのでしょうかね。

**【橋本】** そういう状態だから、食生活に気をつけるところまで気が回らないですね。百均に行って本当にびっくりしたのですが、

食品売り場がどんどん増えています。私も利用はするけれど、「百均で食べものを買うの?!」と思います。でも、子ども連れのお母さんにとってありがたいことにおやつとか、食料も全部、100円です。そういう人たちに生協をすすめるにあたっては、それ以前の問題があるような気がして、ちょっとわからないですね。

**【井上】** いまから思うと、母親にどんな育てられ方をしたかということにすごく影響を受けているなというのがあって、私は実家が滋賀です。琵琶湖があるので洗剤については学校でもすごく教えられたし、親からも粉せっけんの大切さや合成洗剤に香りが付いていることの意味などを教わりました。そのときは「なんで、そんなこと教えられるのかな」と軽く考えていましたが、ずいぶん経ってからその良さがわかってくるので、とくに母親が子どもに食のことや身の回りの安全のことや防災も含めてどのように教えるかがすごく重要なと思います。

**【淵田】** 自分自身が食の安心・安全をすごく意識するようになったのは妊娠中や自分の子どもに食べさせるときで、そのときから無農薬などをすごく意識するようになりました。いま私の身の回りに20代のお母さんがなくて、結婚年齢が遅くなっているというのもありますし、小学校では食育ということで学校給食や授業で習ったりしていますが、京都では、中学校になった途端、給食が終わってしまって、コンビニ利用も含めてお弁当を用意しなければならなくなります。

せっかく小学校で培ってきた食育が、そこで突然なくなって、中学から高校、大学と進んで、大学には大学生協がありました

が、大学生協でとくに何かを学んだことはなくて、「学内にある、ただの便利なお店」みたいな認識でした。もし大学生協や学食などで、おいしいものや体にいいものなどを学ぶ機会があったら、大学生活だけでなく社会人になってからも、「食べものって大事なんだ」という意識を持ち続けることができたのかなと思います。

**【杉本】**若い人たちの食生活を全部トータルで、生協でまかなうようにするのは、少なくともいまは非現実的ですが、「ここだけは譲れないということはないですか」とか、「そこはちょっと考えたらどうですか」という提案はできるかもしれない。たしかに百貨で買っているものは安いかもしれないけれども、若い忙しい人たちの消費生活を見ていると、必ずしも安く合理的に過ごしているわけではありません。時間がないがゆえ、あるいは知識がないがゆえ、仕方がないことではありますが、傍から見ると、あまり良くもない割高なものを買ったりして、とても非合理的な行動をとっています。「そんな高いお金を出さなくても、ほんの少し工夫したら、これ、できるのに」とか、そういうところから何かできないのかなと思うのですが…。

安心・安全は徹底したうえで「手軽に」というところから始めないと、たぶん若い人はついてこないのでは、何もかも手づくりを期待するのは無理だし、「すべて生協にきなさい」ということも無理だと思いますが、もう少し入りやすい道を用意していたらと思うのですが。

**【高木】**そうですね。だから、まずお母さんとの接点ですね。生協があることによって、「あっ、コープもあるんやね」と。そのなかで何かできたら、「コープでこんな

商品買おうかな」というのもひとつでしょう。

バブル世代の子どもが20歳そこそこになってきて、価値観が変わっていると思います。「物は満たされている。車は要らない。でも、こだわりは持っていて、ぼくはこうしたい」と。だから「エシカル消費—誰かの笑顔につながるお買い物」という価値が重要だと思います。安心・安全とつながる部分をちゃんとしていけば、高齢化と貧困層のところをうまくつなげられるかなと思っています。

## 生協のこれからにひとこと

**【杉本】**それでは最後にみなさまからひと言ずつ、お願いします。

**【今田】**最初にテーマを聞いたときに、「格差社会は難しいな」と思いましたが、きょうは、それだけではなく組合員さんの声も聴くことができました。生協はその地域にしかないの、たとえば京都生協の組合員さんの話を聴くことはなかなかできないので、とても新鮮で楽しかったです。こういう機会があれば、また参加したいなと思います。ありがとうございました。

**【和田】**高齢の方や子育て層への商品政策で、支持をもらえていない部分も含めて、どこに関心を持って何に困っているかということに近づいていかなければいけないと思いました。500円のお試しのご案内はうちでもやっていますが、昔からの通りいっぺんの事ではなくて、もっと率直に近づいていけるものを探っていかなければいけないのかなと思いました。

**【伊藤】**非常に貴重な意見等々を聴かせていただいて、ありがとうございました。お店という場がありますので、その活用についてはすごくいろいろ考えました。ひとつは、せっかく子育てのサークルやクラブがありますので、そうやって集まった場面でどんな情報提供をしていくのかがすごく大事なのだらうなと思いました。生協ができることはたくさんあるのですが、高齢の方も若い方もお金を他のところに使っていたりするので、生協を通じて情報をきちんと伝えていく場を大事にする、そのひとつの大きな場としてお店があるということ強く認識しました。本当にありがとうございました。

**【荒井】**色々なヒントをいただきまして、ありがとうございました。パルコープは、先週に地域別総代会を行いました、そこでも組合員さんの生の声をいろいろいただきました。いただいた声については、基本的には実現していこうと思っています。

きょう言われたように、いままでの生協は、70～80年代につくってくださった組合員さんのおかげでここまで大きくなれたと思っています。ただ、これからの生協を担っていただく若い層の組合員さんに生協はどのように役立つかが問われていると思います。商品、福祉、子育てなど、何で生協は役立つことができるのか。まずは組合員さんがいまお困りになっていることを一つずつ改善して行って、信頼されるように、「生協があってよかったな」と言っていたできるようにしていかないといけないなと、あらためて思いました。どうもありがとうございました。

**【高木】**ならコープとして地域の方にどのようにお役に立てるのかと言われたら、

「ならコープグループの事業を通じて組合員の暮らしに貢献し続けますよ」と私は答えます。その貢献とは何かといえば、喜んでもらうことだと思います。そのためには、いまコープで何ができるのかということ、職員がわかって、それを伝えなければなりません、伝えるのは難しい。相手に伝わらなければ、伝えたことにならないので、こちらは言ったつもりでも、それは自己満足にすぎないかもしれません。だから、「それを意識しながら動こう。声を聴こう」と思っています。

この場に参加させていただいて、いろいろな声をいただくことができ、こういつながりをいろいろなところでもっと強めていければ、今後、いろいろな未来が広がるのかな、今後も努力を続けたいと思います。きょうはありがとうございました。

**【井上】**私は宅配を利用していますが、「0歳児からの音楽会」など、宅配以外のいろいろな活動をもっと広めていただきたいと思います。広めるためには、「0歳児からの音楽会」であれば、「開いてほしい」「あったら聴きたい」という要望があると思うので、それを受けとめるネットワークというか、窓口を、ぜひつくっていただければと思います。声を届けたくても、どこに届けたらいいのかがわからなかったりするので、受けとめてくださるような場所があればと思います。

**【橋本】**ある程度の年齢になりますと、商品を買うことは量的にも少なくなります。生活協同組合だから生活全体を包み込むということで、高齢者向けの楽しい企画や、さらに高齢者に向かっていく組合員に役立つ情報や健康・福祉など、商品以外のところにも広がっていただけたら（いまもやってく

ださっていますが) もっとうれしいなと思います。

**【渕田】** 生協さんは、声を出したらすぐにそれに応えてくださるということで、みんな、いろいろな意見を言いますし、私も「これだけは」ということで別の場所でも話したこともあります。いままでどおり高齢者など社会的弱者と呼ばれる方たちに寄り添ってほしいです。

子どもの親からすると、子どものために

は自分が我慢してもいくらでもお金をかけることができるというのがあるから、子どもが「生協さん好き」と言うようになってくれたらうれしいかなと思います。社会見学のおやつを買いに行くときに、スーパーに行くのではなく「生協さんに行こう」とか「生協さんに行ったら、おいしいものがある」というふうになってほしい。子どもの喜ぶような何かが生協にあればいいかなと思います。



02

## 働きやすい職場をめざして

く コープさっぽろ 人事部長 石井茜氏へのインタビュー

岩橋 涼 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)



石井茜氏

## はじめに

「働き方改革」や「女性活躍」が政策サイドで推進されるなか、企業においても労働や雇用のあり方を見直す取り組みが進められつつある。女性の働き方に関する課題の一つには、出産後も仕事を継続できる環境の整備があげられ、保育所の設置、育児休業、育児時短勤務制度の必要性が指摘されてきた。しかし、現状では労働をめぐる男女間格差は大きく、たとえば、就業者に占める女性の比率は増加したものの、管理的職業従事者における女性の割合は13.0%にとどまっている<sup>1)</sup>。働き方をめぐっては、労働力不足や残業時間の削減といった課題にも直面するなかで、雇用者としての生協には、どのような対応が求められるのだろうか。

今回、お話をうかがったのは、コープさっぽろ 人事部長の石井茜氏である。コープさっぽろは、2016年4月から10月に、女性職員5名をメンバーとして、「ダイバーシティ専門委員会」を設置した。石井氏はその事務局長を務め、2017年4月に人事部長に就任した。現在34歳で、保育園児から小学生の3人の子育て中であり、育児時短勤務をおこなっている。

コープさっぽろは、組合員数159万6千人(組合員組織率58.3%)で、北海道全域をエリアとする生協である。職員数は、正規職員(総合職・エリア職)2,026名、契約職員1,130名、パート・アルバイト職員9,670名となっている(2016年3月20日現在)<sup>2)</sup>。石井氏によれば、正規職員における女性比率は25%だが、35歳以上では12%であることから、若い世代での女性比率が高まりつつあるという。

コープさっぽろは、どのような「働きやすい職場」をめざしていくのか。ダイバーシティ専門委員会での活動、コープさっぽろの働き方をめぐる取り組みと、女性の働く状況をめぐる石井氏の思いを語っていただいた。



## 「ダイバーシティ専門委員会」とは

👉 ダイバーシティ専門委員会はどういう目的で設立されたのでしょうか。

【石井】コープさっぽろは、1995年から2005年までの10年間、大卒の採用を停止していました。私が生協に入ったのは2007年で、採用が再スタートした2年目でした。私たちより上の世代の女性職員は、結婚したら辞めていく人がほとんどでしたが、私たちの世代は、子どもを産んでからも働き続けるといって社会になってきていました。そのような社会では、働き方として「365日元気なおじさんの仕事のモデル」が破たんするということは、経営陣もわかっていたのだと思います。このままでは、組織が今後立ち行かなくなるということです。新人をみても、どこにでも転勤します、という人は少なくなってきています。たとえば、結婚していない、子どももいない元気な若者でも、喜んで釧路にいきますってという人は何人いるだろうかと思います。

そうした状況の中で、昨年、大見英明理事長が経営戦略として「ダイバーシティ」をすすめる、と宣言しました。「ダイバーシティ」は、高齢者、障がい者、外国人など女性に限りませんが、まずは女性について重点をおくということで、ダイバーシティ専門委員会が設置されました。メンバーは、結婚出産を経て現在管理職の女性、子育て真っ最中の私、独身の女性職員（店舗、宅配）の5名で構成され、2016年4月から10月まで活動しました。

👉 具体的にどのような活動をされたのでしょうか。

【石井】セミナーへの参加、先進企業への訪問、社内の内部意識調査などですね。先進企業でいえば、カルビーさんへ訪問させていただきました。ダイバーシティということでは、カルビーさんは女性管理職比率が20%を超えており、社員の男女比率も半々です。また、ダイバーシティに関する内部意識調査では、多くの職員がダイバーシティに賛同している一方で、実現度合いについては不十分という意見が多数でした。

ダイバーシティ専門委員会では、要望として12の提案をまとめました。12の提案のうち、5つは2017年度から取り組んでいます。たとえば、育児時短期間は、小学校卒業までの1子につき3年から5年に拡張しました。育児経験者による相談員制度も配置しています。

また、2019年度末までに達成をめざす数値目標として、3つを設定しました。女性の管理職比率を現在の7%から12%に高めること、総合職の入社3年離職率を平均25%から20%にすること、有給休暇取得率を平均15%から40%にすることです。

👉 要望をまとめるにあたって、どのような点を重視されたのでしょうか。

【石井】女性のなかでは、たとえ業務が違って、急な休みに対応できるかどうかということが重要でした。これまでの男性を中心とする働き方は、365日自由がきくというものなんですよね。子どもを産むとなると、子どもにあわせた生活になります。保育園が日曜日にやってなければ、日曜日は休まなければならない。保育園は時間も限られているので、迎えに行ったり、熱を出したら看病する人が必要です。男性でも介護をするという状況になればどうするのか、というのと同じことなんです。実際は、確

### ダイバーシティ専門委員会からの12の提案

1. 待機児童問題が深刻なエリアへの365日学童保育併設型の保育園の設置を提案します。
2. 育児時短勤務について、取得可能期間を1子につき3年→5年（総合職員1人につき最長10年まで）の拡張を提案します。
3. 3年以内のみなし残業撤廃を提案します。
4. 日単位→時間単位での有給休暇制度を提案します。
5. 病児保育・日祝保育について、コープさっぽろとしての行政に対する改善要求を提案します。
6. 有給休暇取得推進のため、長期休暇制度を提案します。
7. 管理職の休日を年間84日→104日（有給休暇含む）への休日取得の推進を提案します。
8. 女性管理職育成の専門教育プログラムの設定を提案します。
9. 育児休暇明けの復職について、宅配での育児時短パターンでの勤務と、店舗について、可能な限り部門総合職員3人体制での店舗へ配置することを提案します。
10. 女性の育児経験者による専任相談員制度を提案します。
11. ダイバーシティハンドブック・ホームページの作成を提案します。
12. 年1回ダイバーシティのつどいの開催を提案します。

実に育児よりも介護のほうが先に来ると思っています。今は女性を例にあげていますが、これは皆が直面する問題です。

## 人事部長として働くこと

🗨️ **ダイバーシティ専門委員会でも事務局長を務めていらっしゃいましたが、人事部長に就任されたときのお気持ちは？**

【石井】私は、単純に自分が働きやすい会社がいいという思いがあって、やってみてダメなら、その時はおれればいいという気持ちで引き受けました。子育てしながらですが、これまでずっと働いてきたので、仕事をしているから大変ということは特にはないです。子育てだけでも大変だと思います

ので。

🗨️ **現在はどのような働き方をされていますか？**

【石井】現在は時短勤務の9時から16時45分（休憩45分、実働7時間）で、週35時間の勤務です。子どもは3人いますが、一番上の子が小学校にあがるときに時短勤務にしました。今年から育児時短期間が拡大されたので、一番下が3歳ですが、小学校卒業するまでは時短勤務と考えています。

🗨️ **急な仕事が入るなど、残業しなければならないということはありませんか？**

【石井】私は管理職なので、仕事はどこでもできます。どうしても必要なときはパパにお願いすることもあります。父親もいる

わけで、私がすべておこなう必要もないと思います。子どもの親という意味では同じはずですし、そこはお互い協力してやっていきます。

## 働き方を変える取り組み

👉 働き方をめぐっては、残業も大きな問題ですが、どのような状況でしょうか。

【石井】現在、コープさっぽろの残業時間は月平均20時間くらいです。通常勤務時間は9時から18時ですが、最近、本部では19時退社を呼びかけています。もちろん、部署によっていろいろあると思いますが、残業を減らしましょうという号令はかけています。月25時間を超えた職員に対しては、残業削減をするように伝えています。

👉 介護は皆が直面するというお話がありました。介護をおこないながら働くことに関して、何か取り組みはありますか。

【石井】育児時短と同じく、介護時短があります。現在、男性では数名が時短勤務ですが、その場合は、育児ではなく介護ですね。また、勤務地限定制度というものもあります。エリア職と違って、介護や育児で異動できない人が登録する制度です。給与は下がりますが、かなり登録者が増えてきています。やはり介護が理由ですね。

転勤を好まない新人が増えてきていることありますが、異動ありきで考えられなくなってきています。どこでもいいという人を集めるのは難しくなるので、エリア採用をすすめる必要があります。

👉 大卒採用が10年間ストップして、その世代が抜けているということですが、何か意識して取り組んでいってほしいことはありますか。

【石井】ちょうど、30代～40代前半のいわゆる働き盛りが抜けているので、あらためて人材育成をきちんとしなければならないと考えています。現在、定年退職される方よりも採用者の方が少なく、人が足りなくなっているのので、生産性をあげることが重要です。

生産性の向上については、IE・QC（インダストリアル エンジニアリング・クオリティコントロール）を軸に進めています。IEは生産工程を見直して作業しやすくする取り組みです。QCは実際の問題点を見つける手法です。たとえば、配送センターの作業導線の見直しで、どうすれば効率的に、早く作業できるかということで、キャリアをそのまま使って積み込みすれば、人手を減らせるということがあります。最大限、効率的に短時間で作業するためにはどうすればいいかということです。

👉 配送については、ほかにも改善点があるのでしょうか。

【石井】配送は、しくみから変えていく必要あると考えています。今年から、独自のソフト（ピスキー）をタブレットに導入しました。組合員さんと、配達時どこに置いておくか、来週は不在であるといったやりとりがありますが、それをデータ管理ですすめるものです。口頭やメモでのやりとりをなくし、引継ぎ漏れがないようにするしくみです。留守の時は注文書は玄関前のポストにいれておくといった組合員との約束事なども、配送担当の交代がある場合も、

タブレットに表示されます。お約束事が守れないとコールセンターに苦情がきたり、帰着後にもう一度組合員宅にいかねばならないということがありました。お約束忘れの件数はなくなると聞いています。配送では、他にも最も効率の良いコースをナビで案内するという事も考えています。今は紙の地図を見て配達していますが、これからナビも開発しようとしています。

引継ぎに関連して、「業務基準書」というものもあります。人から人に伝えるのは本当に大変なので、見たらわかる「業務基準書」の作成をおこなっています。これは、良品計画さんが作っていて、それにならって作成しているものです。人が変わるときには、一定の引継ぎ期間を設けることとなりますが、小売業界は労働集約型産業なので、そこから少しでも抜け出したいと考えています。どうしても属人的になりがちですが、チェーンストアとしてはなかなか厳しい現状があります。経営者ほど、そういう危機感をもっていると思います。

## 働きやすい職場とは

👉 総合職の離職率を下げることを目標の一つとされていますが、どのような点が重要となるのでしょうか。

【石井】今の若い人が辞めていく理由は、休みが取れるかどうかということです。女性も、結婚や出産とか関係なく辞めていくということがあります。休みたいときに休めることは重要です。給料ではありません。転職して給料が上がる人はあまりいないと思います。コープさっぽろを辞めて違う会社で勤めている人への調査で、コープさっぽろよりその会社がいいと思うところはな

んですかと尋ねたところ、休みがとれる、残業が少ないことがあげられました。

ストレスというのは、自分の思い通りにできないことだと思います。それは、休みたい、早く帰って家で何かしたいと思っていてもできないということ。働きながらバランスがとれれば、辞めずに済むと思います。

働き方改革といいますが、バリバリ働いてきた人の中には、今の若い人たちは、自分たちの頃みたいに働けなくてかわいそうと思う人もいるようです。休日出勤もうるさくいわれ、残業もできず、仕事を早く覚えたいだろうにと。もちろん、ほんとうに働きたい人は働いてもいいと思います。ただ、そうでない人にそれを強要すると辞めてしまうと思います。

👉 女性が働くということについて、どのように考えていらっしゃいますか。

【石井】私の母は専業主婦だったので、母親が働く家族ではありませんでした。でも、自分は働かなければならない時代になっています。私にとって転機は、一番上の子で娘が生まれたときですね。仕事はどうしよう、家庭はどうしよう、子育てはどうしようと悩みました。そのとき、娘の世代にはこれを引き継ぎたくない強く思いました。娘が社会にでるときに、大変な思いをするような社会であってほしくない。私たちの世代では、モデルになるような人が多くはいません。今、新しく入ってくる人は、年齢もひとまわり違います。働きにくさを感じるのではなく、働いてよかったと思えるような会社になりたい。少なくとも私より上の世代の方々が頑張ってきたからこそ、産休や育休の制度があります。今の40代、50代の人は働き続けることがより大変だっ

たはずです。私たちは、さらに良くして、つないでいく必要があると思います。

## おわりに

はじめに述べたように、日本では、女性管理職比率が低いという現状がある。年齢の若い女性の管理職は、生協だけでなく、多くの企業において、めずらしい存在かもしれない。そうしたなかで、「子育て真っ最中」の石井氏のように、管理職として働きやすい職場をめざして具体的な取り組みを進めていくことは、女性はもちろん、男性や若い世代を含めた、働き方全体を見直すことにつながっているように思われる。

「女性活躍」という言葉は、様々な場面で使用されている一方で、何をあらわすのか曖昧なまま、言葉が一人歩きをしている側面も否めない。職場においては、女性のみならず焦点をあてるのではなく、たとえば男性の育児といった男性側にも目を向けた議論をすすめていくことが求められる。働きやすい職場を実現するために、育児や介護、残業、休暇のとり方など、皆に関わる問題として、どのような働き方が望ましいのか、あらためて考えていく必要がある。

注

- 1) 「I 平成28年度 男女共同参画社会の形成の状況」『平成29年版 男女共同参画白書』  
[http://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/h29/zentai/pdf/h29\\_tokusyu.pdf](http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h29/zentai/pdf/h29_tokusyu.pdf)  
(2017年11月27日閲覧)
- 2) コープさっぽろの事業概要（コープさっぽろホームページより）  
<https://www.sapporo.coop/corporate/content/?id=14> (2017年11月27日閲覧)

特集 格差社会と生協

03

格差社会における奨学金問題と大学生協

寺澤 智広 (明治大学大学院博士後期課程)



全国大学生協連  
升本氏 (左) 田足井氏 (右)

はじめに

今日において、高等教育機関への進学率は56.8%<sup>1)</sup>と半数以上が進学しており、年々高等教育機関の重要性は増している。一方で、高等教育機関へ進学した学生の多くは、高額な授業料、ブラックバイト、多額の奨学金(借金)、と三重苦の中で大学生活を送らなければならない、非常に厳しい教育環境の下に立たされている。教育環境に関する問題は多々あるが、近年では、奨学金の問題が社会問題として強く認識されるようになってきた。

わが国の奨学金は貸与型の奨学金がほとんどであり、卒業後に負担が課されるものである。多くの学生は日本学生支援機構(旧、日本育英会)から奨学金を借りている。日本学生支援機構の奨学金のうち、無利子である第一種奨学金の枠は限られており、学生の多くは、有利子の奨学金である第二種奨学金を借りている。第二種奨学金は第一種奨学金よりも多くの金額を借りることができるため卒業後は多額の借金を抱え、利息も含め何年もかけて返済しなければならないのである。

加えて、卒業後は返済を行いたくとも、現下の低収入や不安定な雇用形態のもと、一定の収入を得ることができず、返済困難な状況におかれている者も少なくない。また奨学金の返還が日々の生活だけではなく、結婚や子育てといった人生設計において大きく影響する問題もある。それ以上に、奨学金返還の厳しさから、自殺や風俗産業での仕事、アルコール依存症や家庭崩壊に陥ってしまうこともある。

このような実態は、奨学金制度の不備や教育政策の未整備が原因であり、個人の問題ではなく社会全体の問題である。しかしながら、そのような認識はまだ広まっておらず、奨学金の問題は個人の問題として多くの人が捉えている。このことから奨学金問題が社会問題として広く認知されることが現状の課題であり、学生が組合員である全国大学生生活協同組合連合会(以下「全国大学生協連」)

においても取り組んでいくことが重要である。

本稿では、奨学金に関する問題および実態を取り上げ、このような問題に対する全国大学生協連の取りくみを紹介するとともに、今後の課題を提起する。

## 1. 「奨学金問題」とは

### (1) なぜ奨学金を借りなければならないか

近年では、学生の2人に1人が奨学金を借りている。多くの学生は日本学生支援機構から奨学金を借りており、貸与人数は年々増加傾向にある。貸与人数は、平成26年度で約133万人となり、そのうち約87万人が利子付きの奨学金（第二種奨学金）を借りているのである（図1参照）。

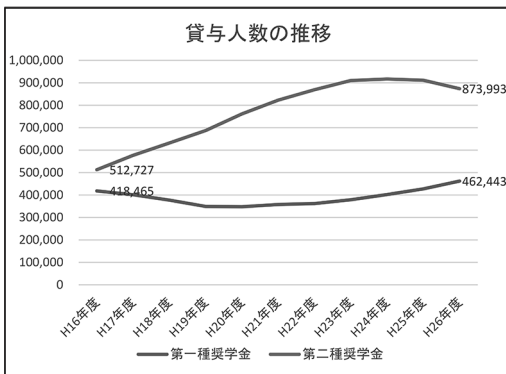


図1 出典：日本学生支援機構「事業報告書」より筆者作成。

入学者数に対する第一種奨学金採用者数の割合をみれば、平成17年度から平成27年度の10年間では、国立、公立、私立ともに割合の伸び方にほとんど差はない（表1参照）。一方で、入学者数に対する第二種奨学金採用者数の割合は、国公立では減少しているが、私立は増加している（表2参照）。このことから、近年では、特に私立大学の

学生が第二種奨学金を必要としていることがわかる。

表1 入学者数に対する第一種奨学金採用者数の割合

	平成17年度	平成27年度
国公立大学	17.1%	22.9%
私立大学	9.2%	15.0%

出典：文部科学省「文部科学統計要覧（平成29年版）」および日本学生支援機構「JASSO 年報（平成17年度および平成27年度版）」より筆者作成。

表2 入学者数に対する第二種奨学金採用者数の割合

	平成17年度	平成27年度
国公立大学	26.9%	21.5%
私立大学	23.0%	30.3%

出典：文部科学省「文部科学統計要覧（平成29年版）」および日本学生支援機構「JASSO 年報（平成17年度および平成27年度版）」より筆者作成。

以上のように、多くの学生が奨学金を借りて大学進学をしなければならないのである。奨学金を借りなければならない要因は複数ある。1つは高学費の問題である。

現在、大学の授業料は年間で、国立は約54万円、私立は約86万円である。（図2参照）

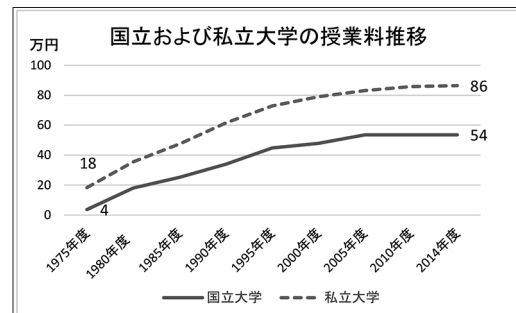


図2 出典：文部科学省の資料より筆者作成。

授業料については、「高い学費を支払うために奨学金を借りるのが嫌なら学費の安い国立に行けばいい」という意見があるが、図 2 からわかるように、国立大学の授業料が安かったのは1970年代～80年代前半であり、現代においては、そのような考え方は適切ではないといえる。

またわが国では、私立大学の数が全大学数の約 8 割を占めている<sup>2)</sup>。学生数も約 7 割が私立大学の学生であり、多くの学生は国立大学よりも学費の高い私立大学に進学しているのである<sup>3)</sup>。そのため私立大学の学生は、学費を支払うために、アルバイトの収入や親からの仕送りだけでは不十分な学生も多く、奨学金を借りなければならないのである。

他の問題としては、高校卒業後の求人数および就職率の低下がある。高度経済成長期からバブル崩壊に至るまでは、高卒求人数は増加していたが、バブル崩壊以後は急激に減少した(図 3 参照)。「奨学金を借りて大学進学するのが嫌なら高校を卒業して就職すればいい」という意見があるが、図 3 からわかるように高卒者に対する雇用状況は以前と比べて悪化しているため、高卒で就職することは非常に困難なのである。

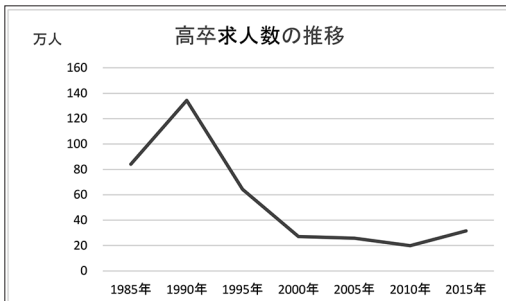


図 3  
出典：厚生労働省「平成29年度高校・中学新卒者のハローワーク求人に係る求人・就職状況取りまとめ」より筆者作成。

加えて、高卒で就職するという選択肢を取らず、大卒で就職するという選択肢を取る要因として、大卒と高卒の賃金格差があげられる。厚生労働省の「賃金構造基本統計調査」によれば、2015年の大卒以上の平均賃金は、男性402万5000円、女性287万8000円である。一方で高卒の平均賃金は、男性288万2000円、女性207万7000円である。男性で約1.4倍、女性で約1.39倍の差がある。

以上のような要因を背景として、図 4 が示すように、今日では、高校卒業者に占める就職者の割合は 2 割を下回り、高卒で就職するという選択肢は少数派となっているのである。

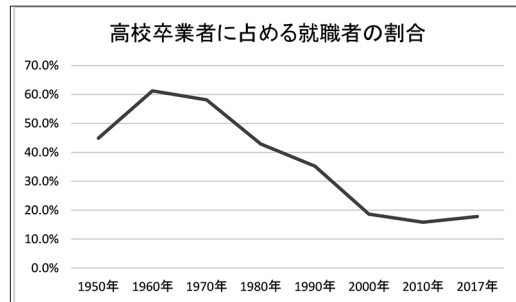


図 4  
出典：文部科学省「学校基本調査」より筆者作成。

その他の問題は、親からの仕送り額の減少である。大学進学に際しては、地方から下宿する学生も多く、生活する上での収入源の 1 つとして親からの仕送りがある。表 2 で確認したように、とりわけ第二種奨学金を借りている学生の多くは私立大学の学生である。下宿をしている私立大生は、学費だけではなく、家賃や食費、光熱費など、より多くの費用がかかる。図 5 は、首都圏の私立大学に入学した学生の仕送り額である。



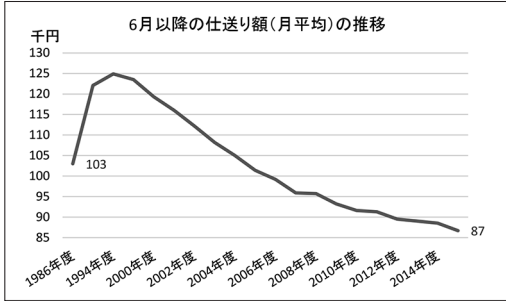


図5  
出典：東京私大教連「私立大学新入生の会計負担調査2015年度」、2016年8月より引用。

仕送り額は、1994年度の12万5000円をピークに減少しており、2014年度では8万7000円となっている。学生は、親からの仕送りが減ることにより、その他の収入を求めなければならない。このことから、アルバイトの収入だけではなく、奨学金も借りなければならないのである。

以上のような、高学費の問題、高卒における就職率の問題、仕送りの問題などが要因となり、大学進学において、奨学金を借りなければならない状況が生じているのである。

### (2) 卒業後の奨学金返還による問題

奨学金の問題は、返還時においても生ずる。労働者福祉中央協議会の調査によれば、奨学金返還が、結婚、出産、子育てに影響を及ぼすというアンケート結果が出ている。(図6参照)

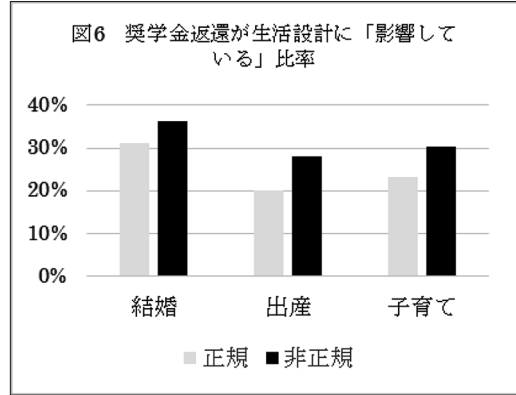


図6  
出典：労働者福祉中央協議会「奨学金に関するアンケート報告書」、2015年9月、79ページより筆者作成。

図6が示すように、正規、非正規ともに奨学金の返還が「結婚」に影響を及ぼすと感じている人の割合は、3割を超えている。非正規だけを見れば、「結婚」、「出産」、「子育て」、それぞれ約3割近い人が影響があると感じている。

具体的には、結婚するうえで借金があるという理由で相手の両親から結婚が認められないということがある。また奨学金の返還により、出産、子育てのための貯蓄が行えなかったり、子供の養育費を賄えないといったことにもなる。

以上のように、奨学金の返還によって、結婚、出産、子育てに影響が及ぼされ、奨学金が人生を左右させてしまっているのである。

### (3) 奨学金制度の未整備

海外では、給付型の奨学金を「奨学金」と呼び、貸与型の奨学金は「学生(教育)ローン」と呼んでいる。しかしながらわが国では、学生ローンのことを奨学金と呼び、利子付きで学生に貸し付けているのである。そして、給付型の奨学金はほとんどないのである。

また1998年には、小・中・高校など学校教員対象の「返還免除制度」が廃止され、2004年には、大学教員などの研究職について場合免除される「返還特別免除制度」が廃止された。

加えて、延滞金制度の問題もある。延滞金とは、貸与者が延滞した金額に対して2014年度までは10%、2014年度以降は5%が罰則的に徴収されてきた金額である。第二種奨学金の上限利率が3%であるのに対して、延滞金の追徴率は10%、5%と非常に高いのである。

以上のように、日本の奨学金は基本的に貸与型、かつ利子付きであり、返還免除制度の廃止や延滞金制度など、奨学金制度が未整備となっているのである。

#### (4) 奨学金問題認識の世代間ギャップ

前述の(1)～(3)から、奨学金の問題は幅広くかつ問題が複雑に絡み合っていることが確認できた。奨学金の問題は個人の問題として捉えられることが多いが、以上で見てきたように奨学金は、制度の不備や教育政策から問題となっており社会問題として捉えることができる。

しかしながら奨学金問題は、社会の問題としての認識があまり広がっていないと考えられる。加えて、年代により奨学金問題の認識が異なっている。大学や高校の教員であっても、未だに返還免除制度があったり、国立大学の学費が安いという認識を持っていたりする年配者の方が少なくない。このような奨学金問題の認識の世代間ギャップも大きな問題であるといえる。

## 2. 奨学金問題から生じる貸与者の実態

奨学金問題により人生設計が大きく左右された者も少なくない。人生設計が狂わされるだけではなく、アルコール依存症といった病気や最悪の事態では自殺をしてしまうこともある。

筆者が以前参加した奨学金に関するシンポジウムでは、シンポジウムに参加している多くの学生が奨学金を借りており、将来に不安を抱えていた。シンポジウムでは、奨学金貸与者の実態も取り上げられていた。

例えばある学生は、高校生から奨学金を借りており、大学卒業時までには数百万円の借金を背負う恐ろしさから、大学を退学することとなってしまった。

また、他の例として、大学卒業時までには多額の奨学金を抱えることから、将来の返済を考えて、就職活動を行う学生もいる。

卒業後も返済が難しい中で、毎日のように家や職場に督促の電話や手紙が来ることにノイローゼを起こしてしまう人もいる。

以上のように、奨学金は人生に大きく影響を及ぼしており、奨学金によって苦しめられている学生も少なくないのである。

## 3. 奨学金問題に対する大学生協の取りくみ

以下では奨学金問題に対して、①全国大学生協連の認識はどのようなものか。②全国大学生協連の現状の取り組みはどうなっているか、という2点の質問を軸にインタビューを行った。以下、全国大学生協連組織運営部 田足井肇様、理事・学生委員長 升本有紀様にお伺いした内容である。

【升本】2016年5月10日に衆議院院内集会に参加しました。「奨学金問題全国会議」と「労働者福祉中央協議会」主催の「若者の未来を支える奨学制度を考える院内集会」というもので、そこに学生委員数名が参加して奨学金問題に初めて触れました。参加者は奨学金を借りていない学生が多く、奨学金の問題についてを初めて認識しました。その時、二人に一人が奨学金を利用している事、7割が利子付きで返済するのも一苦勞ということを知りました。他方で学費が高くなっている事もあり個人責任ではすまされないと感じました。ブラックバイトに就業しなければならなかったり、奨学金の返済があるだけで結婚を反対されたり、さらに自己破産につながったり、子供の世代まで影響してその先には貧困の連鎖があったり、そうしたことを認識しました。

学生もそういう実態を知らないのだからと考えずに借りてしまいます。そうした大学生の生活や意識も含めて社会制度の問題として全国大学生協連2016年12月の全国総会で奨学金制度と高等教育についてのアピールを採択しました。奨学金は貸与型から給付型にしよう、有利子から無利子へしようというのが主な内容です。

【升本】大学生協連では、大学生の委員の集まる場でこの話をしたり、金融リテラシーという点で自分のお金の使い方を考えようと呼びかけたりしています。今年の5月には全国労働金庫協会にお願いして学習会を行いました。奨学金問題を扱っている書籍も紹介したりしています。今年は「奨学金問題」と「成年年齢の引き下げ」と「憲法問題」をテーマにすすめてきました。18歳で成年とされるのでいろんな問題がでてくるだろうと思っています。

【田足井】大学生協委員の学生は比較的経済的に恵まれている層が多いのですが。

【升本】でも、私たちが実際に大学生協の組合員（学生）に調査すると50%の学生が奨学金を借りている実態があります。アルバイトの実態も調査では自宅生は78.4%、下宿生は66.8%ですが奨学金を借りている学生の方がアルバイトの就労率、1週間の勤務日数、半年間の収入金額のいずれも高い傾向にあります。

【田足井】大学を卒業した方の情報は「労働者福祉中央協議会」などが把握していますが、奨学金が重くのしかかっているのがわかります。大学生協連としてこの問題を自発的に取り組んだというよりこうした団体の情報によるものが多いです。この問題に気づいたのも日本生協連などから聞いて着手しました。大内裕和先生の本なども読み認識を深めました。学習会なども開いたりしています。

【升本】衆議院院内集会では各党の代表が参加される中、学生委員の代表も参加し、教育についてどのように考えているのかをお聞きしてHPにまとめたり、議員にアンケートをとったりしています。

【田足井】この院内集会では各団体、主には「労働者福祉中央協議会」が力になっていただいています。一昨年から署名活動も行き、300万筆集め、先の参議院選挙ののち、自民党政府もなんとか対策をしていくというようになってきました。衆参800名にアンケートを行い給付型の奨学金を創設するという方向で各政党が動いたと思います。まだ少しですが実現しました。枠が小さいのでまだまだこれからですが。これま

でなかった制度ができたことが前進です。さらに中身のある制度にしたいと思います。さらに有利子の奨学金についても日本の文教政策の一環として考えていかなければならないと思います。

**【田足井】**最近では就活も安定してきていますが、就職後にメンタルをやめ、そこに奨学金の返済が重くのしかかってくることもよく聞きます。うまく働き始めたとしても奨学金の借金が残る。借金があってもいい人を見つけて結婚することができても生まれた子供に高等教育を受けさせられない。こういう負の連鎖が起っています。ですから高等教育の場でなんとかこのようなことをとめなければならないと考えています。

**【田足井】**学生の組織なので4年間で人が入れ替わります。同じことを根気強く伝えていく必要があります。

**【升本】**大学生協の組合員(学生)対象のアンケートでは、1年生が3割くらい回答寄せています。日本生協連の調査結果も見せていただいています。ジェネレーションギャップがあると思います。奨学金借りてもすぐ返せるだろうとか、大学生協の職員や教職員の中でもそのように認識している人もいます。

**【田足井】**世の中には大学に入ってもコンパとかやっただけで遊んでいるだろうという認識の方が多いです。大学の教員の中にも、昔は給付奨学金だったのでいじょうぶだという認識の方が多いです。その根底には日本の高等教育は世界でもトップレベルだという意識があります。ところが実際の進学率は世界でも低いんです。

**【升本】**衆議院選挙を受けて働きかけていきますが、在校生に向けての啓発、給付型の拡充とか、利子をなくすとか、ぶれずにやっていきたいです。奨学という意味をもう一度考えてほしいと思っています。海外では学費がないところもあって、日本では学生ローンのことを「奨学金」と言っています。学生にはいろんな体験をしてほしいので学生にも発言してほしいし、選挙にも行ってほしいです。大学生協連ではいろんなセミナーをやっています。安心して話せる場を設けることが大切だと思っています。

## おわりに

以上みてきたように、奨学金の問題は複合的であり、人生設計にも大きく関わる非常に大変な問題となっている。

2017年度からは給付型奨学金制度が創設された。しかしながら給付金額も採用枠も非常に限りがある。さらに対象者は新たに入学してくる学生であり、現状奨学金を借りている学生は対象となっていないのである。

近年では、奨学金問題は社会問題として取り上げられるようになってきたが、未だに個人の問題として捉えられる人も多い。とりわけ世代間での奨学金問題の認識に差異があり、今後はこのような認識の差異を埋めていくことも奨学金問題を解決する上での課題となってくる。

このような中で、大学生協連が積極的に活動していくことは重要である。インタビューのなかで、現状において院内集会への参加や学習会の開催、アンケート調査やアピール文を出すなどの活動を行っていることが伺えた。一方で、学習会などの参加者はまだ少人数であったり、組織としての活動の

範囲が限られていたり、現状では大きな動きができていないことも伺えた。

以上から、奨学金問題を解決するには、給付型制度の普及、返還免除制度の充実化、学費の無償化などが急務の課題である。加えて、奨学金の問題が社会問題として認識されることが今後は重要である。大学生協連には、引き続き奨学金問題に関する取り組みを行って頂き、今後はより一層大きな範囲で活動することにより、奨学金問題が解決されるための力となって頂きたい。

---

#### 参考文献

- ・岩重佳治『「奨学金」地獄』、小学館新書、2017年
- ・大内裕和『奨学金が日本を滅ぼす』、朝日新書、2017年
- ・奨学金問題対策全国会議編『日本の奨学金はこれでいいのか！ 奨学金等名の貧困ビジネス』、あけび書房、2015年

#### 注

- 1) 文部科学省「平成28年度学校基本調査（確定値）の公表について」、2016年12月22日
- 2) 国立大学86校、公立大学91校、私立大学600校（文部科学省「文部科学統計要覧、平成29年度版」）
- 3) 国立大学約61万人、公立大学約15万人、私立大学約211万人（文部科学省「文部科学統計要覧、平成29年度版」）

04

フードバンク、子ども食堂等への寄与

竹野 豊 (京都大学大学院経済学研究科博士後期課程)



澤田政明氏

はじめに

日本はOECD加盟35か国中7番目に「相対的貧困率」<sup>1)</sup>が高い (P57図4参照)。途上国で見られるような衣食住が今すぐにでも足りないという「絶対的貧困」とは異なるが、少なくともOECD加盟の先進国の中では、相対的に貧しい人が多く、格差がある国であるということを示している。「国民生活基礎調査」(厚生労働省)によると2015年においては過去最高であった2012年の調査に比べ全体で0.5% (16.1→15.6%)、子どもの貧困率は2.4% (16.3→13.9%) 減少しているが30年前に比べると依然高いといえる (P57図5参照)。その中には当然食品などの生活必需品の支援が必要な人もいる。

一方では、日本では食べられるのに様々な理由で廃棄される食品が大量にある。家庭では、食べきれず賞味期限切れで捨てられる食品がある。企業では、販売期間が終了したあるいは印字ミス、外箱変形などで廃棄される食品がある。これらの食べられるのに捨てられてしまう食品を「食品ロス」といい、2014年度推計で621万トンになる<sup>2)</sup>。このことは昔から日本で培われてきた「もったいない」という考えに反するのではないか。2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」においても、ターゲット12.3で「2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。<sup>3)</sup>」と言及されるなど、社会的に「食品ロス」は大きな注目を集めている。

本稿では貧困問題と食品ロス問題という2つの問題に対して有用な取り組みである、フードバンク (以下FB) の可能性について考えていく。

本稿はセカンドハーベスト京都理事長澤田政明氏への取材をもとに書き上げた。取材にご協力いただき感謝申し上げます。

## フードバンク（FB）の歴史

世界初のFBはアメリカで生まれた。アリゾナ州フェニックスのスープキッチン（生活困窮者のための無料食堂）でボランティアを行っていたジョン・ヴァンヘンゲル氏が1967年に始めた。スーパーで凍ったままの冷凍食品、少ししなびたニンジン、硬くなりかけたパンなどの十分食べられる食品が廃棄されていることを知ったヴァンヘンゲル氏が売り場責任者や店長に頼み込み、寄付の許可に対するイエスの返事もらった。それを機に他のスーパーにも説得に回った。一方で食品保管のために地元の教会から倉庫を借り、そこに食品を保存するようにした。スーパーは食品を倉庫に寄付し、その食品が必要な福祉団体の人が倉庫から食品を引き出すことができる。まるで銀行のようなシステムをなす世界初のフードバンクの誕生となった。このフードバンクは倉庫を提供した教会の名前にちなみ「セント・メアリーズ・フードバンク」と名付けられた<sup>4)</sup>。

1976年にはヴァンヘンゲル氏は「二度目の収穫」を意味する「セカンドハーベスト」という組織をつくり、FBづくりの為にコンサルタントを始めた。現在はフィーディング・アメリカ（Feeding America）と名を変え、全米200以上のFBを統括する組織として活動している<sup>5)</sup>。

国内でのFBの活動としては、2000年より始動した2HJ（セカンドハーベスト・ジャパン）が最初である。2002年7月には特定非営利活動法人となり本格的な活動を始めた。また、2003年にはフードバンク関西が活動を始めた。2007年より徐々に全国へFBが広がってきた。その要因の一つとして、「余った食」のゆくえ～消費期限

もうひとつの物語～」というタイトルで放送された2007年3月27日のテレビ東京「ガイアの夜明け」において、2HJのフードバンク活動が紹介されたこと、大原悦子著『フードバンクという挑戦』において2HJの取り組みが大きく取り上げられたことがあげられる。

現在国内でのFB活動としては農林水産省による国内フードバンクの活動実態把握調査によると、三重県、奈良県、佐賀県を除く全国44都道府県に77団体が存在する<sup>6)</sup>（2017年1月末時点）。

生協としては、生活協同組合コープさっぽろのフードバンク事業「トドックフードバンク」とコープ東北サンネット事業連合が設立した「コープフードバンク」が存在する。また、かつてコープ山梨（現・パルシステム山梨）の理事長を務めていた米山けい子氏が理事長を務めるフードバンク山梨は、「食のセーフティネット」として活動していることや、地域ぐるみのフードバンク運動を行っていること等を理由に2017年度第2回賀川豊彦賞を受賞した<sup>7)</sup>。全国的にも、FBや食品寄贈先の1つである「子ども食堂」にとりくむ生協も増加傾向にある（表1）。

表1 全国的な生協の取り組み

	2015年	2016年
FB	15	35
子ども食堂	12	26

出典：日本生活協同組合連合会(2017)『全国40生協が「子どもの貧困」問題に取り組む 「フードバンク（35生協）」、「子ども食堂（26生協）」、「学習支援（13生協）」で支援』～生協の子育て支援活動に関する調査より～  
<[http://jccu.coop/info/newsrelease/2017/20171109\\_01.html](http://jccu.coop/info/newsrelease/2017/20171109_01.html)>より抜粋

注：いずれも間接的な支援を含む

## セカンドハーベスト京都の概要

セカンドハーベスト京都は2015年12月京都にて澤田氏が理事長として設立した。「フードバンク活動」と『『子ども食堂』支援』を通して社会貢献を目指す特定非営利活動（NPO）法人である。京都市を中心にその隣接市町村（近県含む）で活動を行っている。拠点が京都北部にもあり、滋賀や大阪にも食品を届けている。また、ミッションを以下のように掲げている<sup>8)</sup>。

「私たち『セカンドハーベスト京都』は、安全に食べられるにも関わらず今まで廃棄されていたであろう食品を集め、支援を必要とする人々を支える団体等に提供する活動を通して、京都における食品ロス削減とフードセーフティーネットを両立させる社会インフラの一つとなる

ことを目指す。」そのために、

1. 生活困窮者を支援する団体の善きパートナーとなります。
2. 困難な状況にある子どもたちを食を通して支えられる団体を支援します。
3. 食品関連企業にとって信頼されるパートナーとなります。
4. ボランティアにとって有意義な活動の場を提供します。

主な活動としては、食品関連企業や個人から寄贈された食品を必要とする団体に届けるフードバンク部と、「子ども食堂」の普及促進、「子ども食堂」等を運営しているまたは運営予定の団体支援を行う「子ども食堂」支援室がある。全体のボランティアは26名（1名の有償ボランティア含む）おり、その内フードバンクに関わるメンバーは18名いる。運営費は、企業や個人からの寄付、会費、補助金で賄っている。

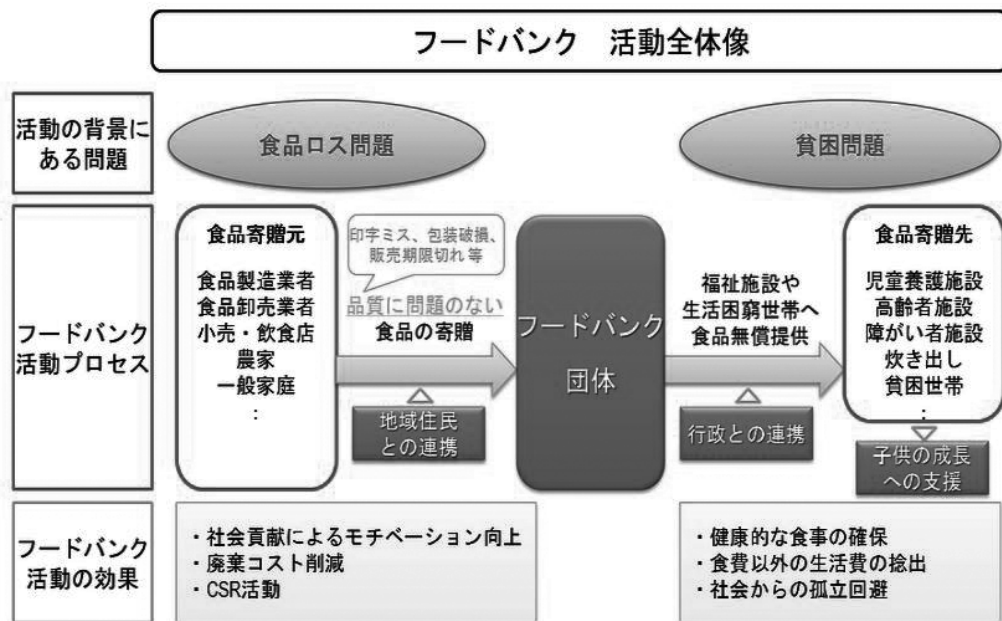


図1 FB活動全体像  
出典：全国フードバンク推進協議会HP  
(<http://www.fb-kyougikai.net/foodbank>)



## セカンドハーベスト京都のFB活動

FBとしての活動の全体像が図1になる。活動全体で食品ロス問題と貧困問題の両方に対してFBが行うことは、寄贈元と寄贈先の情報集め、情報に応じた食品のマッチング、食品仕分け、食品収集と配送である。セカンドハーベスト京都では食品関連企業、小売業、卸売業などの企業、行政、個人などから食品を寄付してもらっており、多くの場合は元払いで食品を送ってもらう。時には、食品に関係のない企業からの防災備蓄食品の寄付もある。

それらの食品を生活困窮者支援団体、福祉施設、「子ども食堂」などに届けている。全部で約60団体に食品を届けており、その半分の約30が「子ども食堂」である。配送には定期配送、臨時配送、緊急支援の3種類がある。週3回程度の定期配送では主に福祉施設へ届けており、臨時配送は企業から臨時的に大量の寄付が来た時に、福祉施設や子ども食堂に対し提案を行い、その食品が欲しい福祉施設や子ども食堂に届ける。緊急配送では行政や生活困窮者支援団体からの要請に基づき、緊急支援パックを届ける。

FBの寄贈先には大きく分けて2種類が存在する。直接個人に届けるか支援団体、施設などを通して個人に届けるのかによって分けられる。セカンドハーベスト京都では個人への直接配達はしていない。その理由として、直接配達を行うには個人が本当に食品を必要としているかの判断が困難だからである。ボランティアに対してそこまでの要求は難しいという。個人からの要請が来た時には、その判断が可能な団体に協力してもらい判断を行ってもらう。いずれ

にせよ最終的に要支援世帯に食品が行き渡るように橋渡しを行うのである。

初期には寄付してもらった食品をそのまま配送するタッチ&ゴーの体制をしいていたが、それでは緊急時に対応できないこともあり現在は倉庫を借りている。ただし、冷蔵庫はお米用のみしかなく、冷凍や冷蔵の必要なものは扱えない。それゆえ、扱っている食品にも制限がある。

また、フードドライブという活動も積極的に行っている。フードドライブとは、家庭で余っている食べ物を学校や職場などに持ち寄り、それらをまとめて地域の福祉団体や施設、フードバンクなどに寄付する活動である<sup>9)</sup>。京都生活協同組合と協力し、コープパリティで2017年10、11、12月と3か月連続で月1回実施した。活動で集まった食品は図2となる。1回目では31kg、2回目では58kg、3回目では10kgとなっている。



図2 フードドライブで集まった食品  
2017年11月4日コープパリティ

また、イベントにおいてもフードドライブを行っている。全国フードバンク推進協議会<sup>10)</sup>とJリーグとの連携により試合に合わせて実施したり、第48回京都消費者大会や生活クラブ京都エルコープ主催の「ごちそうフェスタ」などでも実施したりと積極的な展開を行っている。これらの活動は実

際に食品を寄付してもらうことだけではなく、フードバンクの活動について知ってもらう、認知度向上の狙いもある。

年間での総計は重さベースで2016年は約10トン、2017年は約14トンになる。京都府全体の食品ロスは13万～17万トンと推測されており<sup>1)</sup>、それを考えればまだまだフードバンクの取り組みが必要である。

## セカンドハーベスト京都の「子ども食堂」支援

「子ども食堂」は無料または安価に食事を提供する取り組みである。子どもの貧困に対する社会的注目の高まりとその名前により、貧しい子どもだけのための食堂と思われがちだが、実際にはそうとは限らない。図3が示すように、ビジョンと対象者によって共生食堂とケア付食堂の2タイプの子ども食堂が存在する。子どもに限定せず多くの人が交わる交流拠点としての共生食堂と貧困対策の面が強い食事面での手助けをするケア付食堂である。

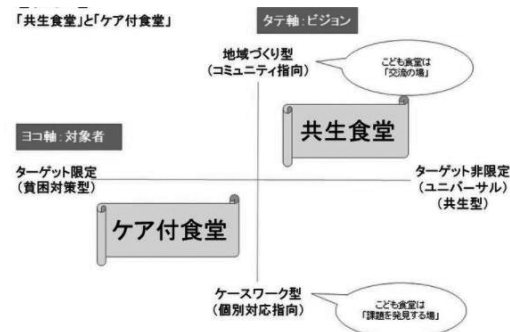


図3 子ども食堂の分類のタイプ  
 出典：湯浅誠(2016)『『子ども食堂』の混乱、誤解、戸惑いを整理し、今後の展望を開く』  
 <<https://news.yahoo.co.jp/byline/yuasamakoto/20161016-00063123/>> 2017年11月29日アクセス

セカンドハーベスト京都が「子ども食堂」

に対して行っている支援は大別して3種類あり、運営相談、食品支援（FB活動）、人の提供である。運営相談は現在開催中の子ども食堂はもちろん、新規の立ち上げに対しても相談を受ける。食品支援に関しては、現在京都市内でも28団体ほどに支援を行っている。また、人の提供に関しては現在3団体にボランティアを送っている。

## おわりに

貧困問題と食品ロス問題の2視点からセカンドハーベスト京都のFB活動を中心に記述してきた。

図1から分かる通り、品質には問題ないが廃棄してしまう食品を寄贈してもらうことは食品ロスの問題解決に貢献できるし、無償で要支援施設に寄贈することは貧困問題に貢献可能である。

最後に、以前にも他の研究者が他FBで伺ったことと同じ話が聞けた。FBがない社会のほうが素晴らしい、つまり食べる分だけ食品を作って食品ロスなしに消化するのがベストであるとおっしゃっていた。ただし、我々消費者も企業もいきなり現在の生活を大きく変えるのは困難なのである。だからこそ食品ロスを減らすのにFBは必要なのであろう。また、FBが継続的な活動を実施するには生協を含む小売業や行政の協力も不可欠であることは言うまでもない。

## 注

- 1) 相対的貧困率とは、OECDの作成基準に基づき、等価可処分所得（世帯の可処分所得を世帯人員の平方根で割って調整した所得）の中央値の半分に満たない世帯員の割合を算出したもの
- 2) 農林水産省HPより
- 3) 国際連合（2015）「我々の世界を変革する：持続

- 可能な開発のための2030アジェンダ」外務省翻訳より
- 4) 大原悦子 (2008)『フードバンクという挑戦—貧困と飽食のあいだで—』岩波書店
  - 5) セカンドハーベスト京都HPより
  - 6) 農林水産省HPより
  - 7) 公益財団法人賀川事業団雲柱社 賀川豊彦記念松沢資料館HPより  
<http://zaidan.unchusha.com/>
  - 8) セカンドハーベスト京都HPより

- 9) セカンドハーベスト・ジャパンHPより
- 10) フードバンク山梨の米山けい子氏を代表とした、政策提言活動、広報活動、フードバンク団体へのノウハウ支援、食品寄贈の仲介を行う会。現在セカンドハーベスト京都を含む20の団体が参加している。  
全国フードバンク推進協議会HPより
- 11) 第2回京都府食品ロス削減府民会議資料より

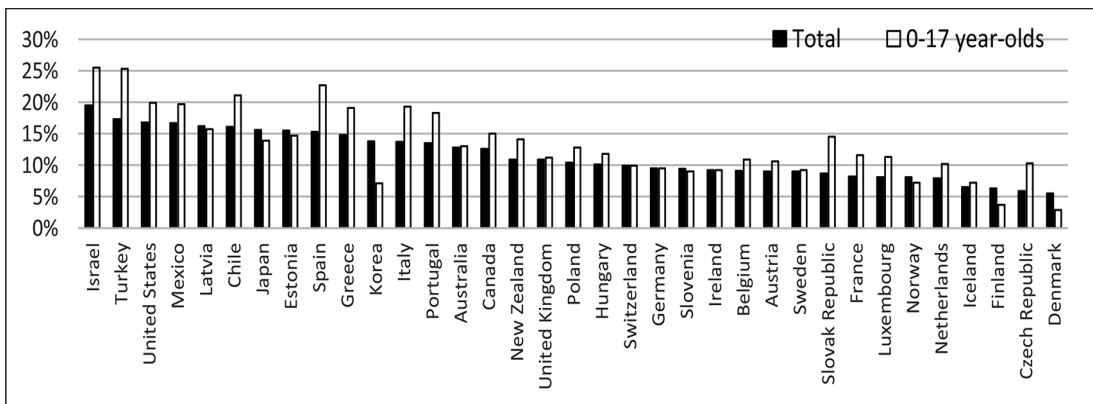


図4 相対的貧困率国際比較  
 出典：OECD Data、厚生労働省「国民生活基礎調査」より筆者作成  
 注：左から順番に貧困率が高い、各国最新データ（2014または2015年統計が混在）

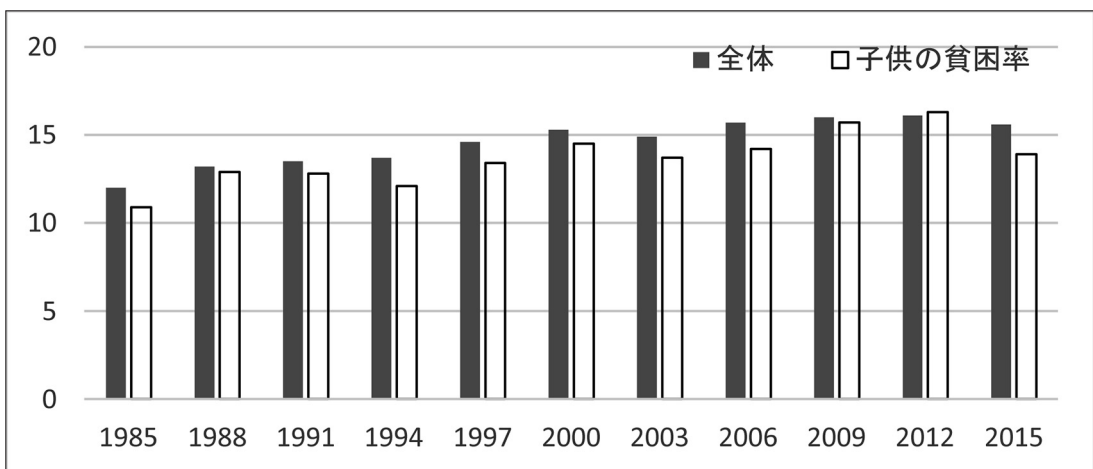


図5 国内相対的貧困率経年比較 (%)  
 出典：厚生労働省「国民生活基礎調査」より筆者作成

## くらしと協同をたずねて

# 住民の協同による地域の課題解決 ～三重県松阪市柚原町の取り組み～

下門 直人 (京都大学大学院 経済学研究科博士後期課程)

### はじめに

近年、日本のいたるところで見られるようになった中山間地域の過疎地は、買い物する場所がない、金融機関へのアクセスがない、高い高齢化率などといった固有の困難や課題を抱えている。そうした地域の住民が抱える困難の解消や課題解決は容易ではない。それどころか、一般的には人口流出や超高齢化などが原因となり、その多くは衰退する傾向にある。

しかし、本稿で取り上げる柚原町のように、買い物難民化、金融難民化、高齢化といった事態に直面しながらも、地域住民が中心となり、自分たちの暮らしを守るために多様な取り組みに挑戦している地域も存在する。

本稿では、柚原町の取り組みを紹介しながら、直面する困難や課題とどのように向き合い、地域での営みを続けるためには何が必要なのか考えてみたい。以下の内容は、大石正幸自治会長をはじめ、自治会女性部の西井玉枝氏、竹谷信江氏、簡易郵便局局員の中野直美氏らへのインタビューに基づく。

### 柚原町の概要

柚原（ゆのはら）町は、三重県松阪市の中山間地域にある小さな集落である。現在

の松阪市は市町村合併を繰り返す中で誕生した、県西部の山間部も含む広域な自治体である。柚原町は松阪市内のそうした山間部にあり、市の中心からは車で30～40分ほどのところに立地している。

松阪市に合併される以前の柚原町は、近隣の後山町、飯福田町、与原町とともに旧宇気郷（うきさと）村を形成する一つの地区であった。旧宇気郷村を単位とした宇気郷地区には、99世帯・174人（柚原町：47世帯・83人、後山町：15世帯・26人、飯福田町：9世帯・13人、与原町：28世帯・52人）が暮らしており、高齢化率が68%となっている（2017年12月1日時点）。

また、松阪市の一部となってからも宇気郷地区が一つの自治単位として機能しており、柚原町の運営においては柚原町の自治会や宇気郷地区の住民協議会が中心的役割を果たしている。

柚原町は典型的な中山間地域であり、地形的に平地が少ないため歴史的には農業が主要な産業になったことはなく、歴史的には林業と自家消費用の農業で成り立っていた。それぞれの家は大小の違いはあるものの山林を所有しており、20～30年前まではそこから伐採される木材の販売と家族が食べていけるほどの米の生産で暮っていた。その当時は町内に製材屋が4軒ほどあり、松阪市内からやってくる仲買人が山の木を見て「もうこの木は家の柱になるから」と言って木材を購入していた。また、市内の

風呂屋が薪を買いに来るため、薪になりそうな木材・枝集めは子どもの仕事であり、小遣い稼ぎにもなっていた。

しかし、そうした柚原町の営みは、輸入材との価格競争や住宅建設における木材需要の低下という2つの要因が重なり、林業による収入が減るなかで次第に崩れてきた。杉は50年で家の柱になると言われるが、商品として売れないため、50年以上経っても伐採されずそのままにされ、その影響で今では山が黒くなっている。

また、仕事と子育てのため、若い世帯が都市部へ流出し、その結果、現在ではこれ以上の人口流出はないという状態で落ち着いている。従って、70～80歳代が柚原町の中心的な世代となっている。

こうした過疎化の進行と並行して、1987年に松阪市立柚原小学校が廃校となった。そして1993年に宇気郷郵便局が廃止、その後、松阪市が柚原簡易郵便局として委託運営していたが、それも郵政民営化にともない2007年に廃止された。さらに、農協の合併・広域化が進められるなか、同年にJA宇気郷出張所も撤退することとなった。つまり、2000年代に入り柚原町は、買い物をする店舗をはじめ、年金や預貯金をおろすための金融機関もなくなるという事態に直面する。

以上のことからわかるように、柚原町は多くの課題を抱える典型的な中山間地域の一つであり、そうした地域が共通して直面する困難や課題も抱えている。こうした条件のもと、宇気郷住民協議会は柚原町をはじめ、宇気郷地区を「買い物難民」「金融難民」「老人難民」地域として捉え、宇気郷住民協議会、柚原町自治会、地域住民が協力し合うことで暮らしを守り、さらには新たな暮らしのかたちをつくりだしている。



柚原町の入り口にあるバス停と「ここは元開集落 柚原町」と書かれた看板。少しでも元気になるようにとの思いから「元開」と表記している。



旧柚原小学校の建物は宇気郷地区の市民センターや公民館として利用されている。

## 自治会が運営する簡易郵便局

柚原町には宇気郷村時代に設立された特定郵便局があったが、1993年に不採算を理由に廃止されてしまった。その当時は松阪市が過疎地対策の一環として市民センター内に併設するかたちで簡易郵便局を運営していたが、郵政民営化により行政が民間企業の事業運営を行うことは不適切という理由から、2007年に簡易郵便局の廃止が決定された<sup>1)</sup>。すでにJA宇気郷出張所も撤退していたため、簡易郵便局の廃止は金融機関・機能の消滅、ならびに町民の金融難民化を意味していた。



簡易郵便局とみんなの店が入居する  
旧JA宇気郷出張所の建物。



郵便局とみんなの店の入口は別だが  
建物内でつながっており自由に行き来できる。

簡易郵便局を日本郵便株式会社から委託を受け運営するためには500万円の資産が必要であり、地域に郵便局が必要だからといって簡単に開局できるものではない<sup>2)</sup>。こうした制約があるなか、柚原町では住民と自治会長をはじめとした自治会が一体となり、自治会が保有していた土地の売却金や積立金を原資として500万円を用意し、自治会が受託者となり松阪柚原簡易郵便局の開局を実現させた。2007年4月末に松阪市による運営が終わり、2007年5月14日から自治会の運営が始まっていることから、住民の不安に対して自治会がいかに素早く対応したかがよくわかる。

自治会は簡易郵便局運営の委託料として年間約370万円の収入があるが、この金額は光熱費などの運営費と局員一人分の給与と社会保険料を支払えるぎりぎりの水準であり、郵便局長は現自治会長の大石氏がボランティアで務めている。

## 自治会と住民が協同してつくる 「みんなの店」

柚原町には郵便局開局と同様の理由で、つまり、買い物難民を出さないという目的のため、自治会と住民が協同してつくる店舗「コミュニティうきさとみんなの店」がある。みんなの店には日用品や雑貨、長期保存の効く食料品が揃えられており、生鮮食品以外の生活必需品については概ねみんなの店で入手できる。

郵便局廃止と同時期の2007年4月末に、柚原町に唯一存在していた店舗、JA松阪宇気郷出張所が撤退することになり、住民は町から店が消滅してしまうことに危機感を抱いていた。なぜなら、JAの店舗がなくなると、買い物をするためには車か一日数本のバスを利用し、数十分かけて街中へ出なければならなくなるからである。つまり、柚原町のような集落において、店舗の消滅は住民の日常生活に大きな不便を強いることになる。

住民の買い物難民化を避けるため、自治会では会員の総意（柚原町全住民の総意）により、自治会が経営主体となる店舗の開設が決定された。開設のために必要な資金は、全世帯が1万円ずつ出資し、さらに元柚原町民など町外の人からの支援で賄われた。その結果、JAの撤退から約3ヶ月後の2007年7月16日に元JA店舗に無事に開店させている。

みんなのお店の経営主体は自治会となっているが、店舗運営費の負担や店舗運営は柚原町の住民が一体となって支えており、実際の経営は住民の積極的な関わりがなければ成立しない仕組みとなっている。例えば、店舗の光熱費や設備維持にかかる運営経費は、1世帯あたり1ヵ月1000円×約40世帯の自治会費約4万円で賄われている。また、従業員を雇用するための資金はないため、店舗の日常業務は自治会女性部の有志6人がボランティアとして日替わりで担っている。店番をしてくれる女性たちには1日3000円の手当が支払われるが、実質的には無償ボランティアにちかい。

みんなの店は、平日午前9時から午後4時30分まで開店しており、1日平均7000円～8000円の売上となっている。1日あたりの来客数は10人前後であり、柚原町民を中心に、旧宇気郷村の後山町、飯福田町、与原町からも買いに来てくれている。ただ、近隣スーパーへの買い物バスの運行やネット通販の発達により商品購入の機会が改善されている側面もあり、経営としては厳しい状況が続いている。

以上のことからわかるように、来客数・売上ともにけっして多くなく、経営としても厳しい状況が続いている。しかし、みんなの店は住民にとって日用品を購入できる貴重な場であると同時に、住民が集い、交流できるコミュニティの場としても機能している。

コミュニティの場として象徴的なのは、秋から冬、そして春先にかけて大活躍する大きなストーブとその周りに自然に集う人々だ（写真参照）。ストーブは店の開店中ずっと焚いているため大量の薪を必要とし、一見、冬場の燃料費が経営を圧迫しそうである。しかし、近隣の森林組合から軽トラの荷台一杯分の薪を1000円で調達しており、

森林組合の協力によって燃料費は安価に抑えられている。

また、住民は山で取れた山菜を自由にみんなの店で販売することもでき、買い物をするという行為以外にも山菜の販売やストープあたりに来るなど多様な目的に沿って日常的に利用している。



みんなの店では日用雑貨や長期保存可能な食料品が販売されている。生鮮食品は販売されていない。



ストーブの周りに集まって団らんする様子。  
※みんなの店に掲示されていた写真を借用

## 「食事処うきさとむら」と 柚原の女性

「食事処うきさとむら（以下、うきさとむら）」は、みんなの店と同じように自治会女性部の有志により経営されている小さ

なレストランである。うきさとむらは郵便局やみんなの店よりも歴史が古く、自治会の女性グループが中心となって1992年に元村役場の建物を利用してオープンした。

柚原町の自治会女性部は、現在の柚原町のコミュニティを維持する上で重要な役割を果たしており、柚原町のために自主的に様々な活動に取り組んできた歴史をもつ。

女性たちの活動は1980年頃から始まる。当時、宇気郷小学校校長であった吉田米子氏のアドバイスで、当時の柚原町婦人会が柚原町の荒廃地をなくそうと、みょうがや豆類、漬物などを作り、子どもたちと一緒に街中で販売する取り組みを始めた。それが女性たちのその後の多様な活動の契機となっている。つまり、長年にわたる女性たちの活動の積み重ねが柚原町にとって大きな財産となり、現在のコミュニティを支える条件の一つとなっている。

また、うきさとむらはコミュニティ・ビジネスとしての側面も有している。うきさとむらで提供されている商品は、基本的に地元の松阪産や三重県産の農産物が使われ、さらにそれらを使って柚原町の特産品となるような商品開発を積極的に行ってきた。例えば、モロヘイヤを練りこんだモロヘイヤうどんや新鮮な若鶏を使った焼肉や唐揚げ、よもぎ餅などは人気メニューとなり、今では柚原町の特産品となっている。

これらのうち若鶏の焼肉と唐揚げは、株式会社フーズクリエーションが経営するジャズドリーム長島のナガシマキッチンで提供されており、そこでも人気商品である。現在は若鶏の唐揚げが提供され、うきさとむらが唐揚げのスパイスをフーズクリエーションに販売している。さらに、柚原町へ訪れた社長は地域貢献への思いから、うきさとむらのメニュー一食の販売につき10円を柚原町に寄付している。この寄付金収入が年

間60万円ほどあり、宇気郷住民協議会が週一回運行している買い物バスの無料運行を実現させている。

さらに興味深いことに、この買い物バスは、その目的地であるマックスバリュからも住民の買い物量に応じた寄付を受けており、多くの人や組織に支えられながら実現されている。



食事処うきさとむらを運営している自治会女性部メンバーの西井玉枝さんとそのひ孫さん。



「食事処うきさとむら」の名物であるモロヘイヤうどんと若鶏の唐揚げ定食。

## 元住民とのつながり

柚原町の大きな特徴として、柚原町から流出してしまった元柚原町民との間に未だ



に多様なつながりを持ち続けている点がある。

具体的には、元住民に対して『公民館だより』や『住民協議会だより』を送付し、柚原町からの連絡や行事案内を定期的に配信したり、彼らの土地の山林や雑草が荒れ始めると、その整理や草刈のお願いの連絡をしたりしている。そうした連絡を受けると、週末に子どもを連れてきて道草刈や山の枝拾いをしてくれ、帰りにみんなの店で買い物をしてくれるそうだ。

気軽に柚原町に戻ってこられる背景には、元住民の多くが柚原町から比較的近い松阪市街や中川などの地域に居住していることがある。それに加え、現在柚原町外に住む多くの人々は子ども時代に柚原町で過ごし、当然のことながら柚原町に対する思い入れや愛着があると思われる。

## おわりに

統計データなどの数字のみで柚原町を捉えようとすると、確かに中山間地域によくみられる限界集落の一つであるように見える。しかし、実際の柚原町は住民が中心となりながらも外部の人や組織を巻き込み、「自分たちの暮らしは自分たちでつくり、守る」ことを実現させている。

フーズクリエーションやマックスバリュ以外にも、近隣のパン屋や豆腐屋、ヤクルトレディが週一回程度の移動販売をしている。これらは住民が実現しないだろうと思いつつも、柚原町の実情を伝え、お願いしたところ、快く引き受けてくれたためである。

つまり、柚原町には簡単に諦めず、自分たちで困難を克服しようとする住民がいる。そして、その住民の姿勢が元住民や企業な

どの外部の人や組織を惹きつけ、柚原町のために自分たちも協力したいと思わせるような魅力となっているように思われる。



大石正幸さん（柚原町自治会長：右）、  
藤本真司さん（宇気郷地区市民センター所長：中右）、  
中野直美さん（簡易郵便局局員：中左）、  
竹谷信江さん（自治会女性部メンバー：左）

## 注

- 1) 『中日新聞』2007年9月26日付。
- 2) 簡易郵便局を受託するための資格条件の一つに純資産という項目があり、個人の場合は300万円以上、法人の場合は500万円以上の資産が必要。

書評 01

日本農業新聞 編

『協同組合の源流と未来  
相互扶助の精神を継ぐ』

岩波書店/2017年6月刊/224ページ/1800円+税  
ISBN 978-4-0006-1204-3

評者：松原 拓也

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 研究開発第2部 研究員



2014年に国の規制改革会議よりいわゆる「農協改革」に関する提言がなされ、2016年4月には改正農協法が施行されるなど、昨今の農協の置かれる立場、取り巻く環境の変化は著しい。法改正の意義やそれに対する評価、法改正を受けた農協の“自主改革”のあり方に関しては、政界、学术界、産業界において様々な立場が入り混じった活発な議論がなされてきた。2019年にはその移行期間が終了し、いよいよ実践的な取組へと視点移っていくところである。一方この間、2012年には「国際協同組合年 (IYC)」として世界各国で、協同組合の取組と役割について実態共有と中長期的な未来を見据えた議論が行われてきた。また、2016年には国連教育科学文化機関 (UNESCO) によって「協同組合の思想と実践」が無形文化遺産に登録されるなど、「解決すべき悩みや課題を人と人とが助けあい、力を合わせて実現していくしくみ (本書第3章)」である協同組合の再評価が進んでいる。

農協改革を巡る主たる論点は、「農家の所得向上」という政府の掲げる大目標のもとにおいて、総合農協としての組織・経営・事業がどう転換され発展の道筋を描けるかであるが、この点を巡る議論の根底には「協同組合とは何か」に対する主体間の理解・認識の隔たりが常に存在し、双方の意見をかみ合わなくさせ、建設的な議論を妨げているように感じる。本書は、こうした背景の中、2009年～2016年にかけて掲載

された日本農業新聞のいくつかの連載記事を補筆・編集されて取りまとめられた「協同組合史」書である。過去より紡がれてきた協同組合の「源流」をつぶさに見せることによって、「協同組合とは何か」という命題に対して向き合うきっかけ、ヒントを読者に提供してくれる。農業改革を巡る議論の懸け橋としての役割を担うべき書であるといえるのではないだろうか。

本書の構成は以下である。第1章においては、主論として、日本における現代的な協同組合の設立までの歴史について、理想を実現しようとするキーパーソンたちの人生・思想・営みを基軸に、大局的な視点からまとめられている。第2章においては、歴史の深い欧州・東アジアの協同組合の起こりと、現在の特徴的な取組・社会において果たしている役割について事例紹介され、第1章からの協同組合に対する理解を広げてくれる位置づけとなっている。そして第3章においては、協同組合論を専門とする北川氏によって、協同組合の理念や組織的な仕組みが整理され、特に農協について、協同組合であることの意義・特徴や今後の進むべき方向性に関する意見が提示されるという構成となっている。以下、各章の要旨をとりまとめながら、本書の意義と課題について解説を試みたい。

第1章は、協同組合の設立を巡る各時代の足跡について、組織体系・関連法律を中心とした視点から、時代ごとに丁寧な整理を行っている。また、単なる説明にとどまらず、それらの「事

実」を取り巻く様々な人物の理想・情熱・思惑を紡いだ「物語」として取りまとめることによって、日本における協同組合の思想的・組織的な原点と成立の過程をドラマチックに分かりやすく理解することが出来る。

本章前半ではまず、「世界初の協同組合」ともみることのできる「先祖株組合」を立ち上げた大原幽学と、「報徳思想」を生み出した二宮尊徳の取組が取り上げられる。また、協同組合の組織的な原型として、明治期の農村部の混乱の中で欧州を参考に設立された「信用組合」「産業組合」について、理想的な組織の設立を目指した人々が積み上げた議論の数々と発展の経緯を取り上げることによって、日本の協同組合の思想的・組織的な原点を明らかにしている。

次に本章後半では、1954年の農協法改正という1つの大きな節目に至るまでの歴史として、戦後期を中心とした今日的な協同組合の設立過程が詳細に説明されている。法律の制定を巡る駆け引きや、理想の実現を目指す先導者たちの発言や行動、やり取りが生き生きと描かれ、相互扶助による困窮者の救済や社会平等の実現を目指した人々の熱意が伝わってくる。本書では、協同組合の基礎として組合員による「自主・自立」を大きなテーマの1つとして掲げ、それによって昨今の国による農協経営への介入を批判する視点を含んでいるが、第1章にみる協同組合史の担い手は、「世の中をよくする」というより純粹で情熱的な思想・目的にこそ、協同組合の根幹であるということを体現している。翻って今日の協同組合を見るに、最も不足している視点はこの理想的目標の掲示とその実現に向けた熱量・行動力ではないだろうか。協同組合として成熟期にある現代において、その取組には閉塞感を感じてしまう。「農家のため」「消費者のため」という本来的な協同の価値を、その事業において真に実現することが出来ているのかと考えさせられる。

次に第2章は、欧州・東アジアの協同組合の

起こりと現在の取組・役割について事例紹介がなされている。多種多様な発展過程や取組について現地調査を踏まえて論じられる本章は、今日的な協同組合の意義とその未来を議論する上での視野を大いに広げてくれる。端的な事実整理と特徴の提示だけでなく、特定の軸を通じた整理によって、日本の実態も含めた比較分析による知見を得ることが出来れば、本書の価値を高めることにつながるだろう。

最後に第3章は、第1章、第2章にて示された協同組合の「源流」を踏まえ、農業を中心にその「未来」を描く役割を担っている。前半部分では、北川氏によって、協同組合の歴史とICA九五年原則やJA綱領等に示される協同組合の「アイデンティティ」が平易な形で噛み砕かれて説明される。それを受け、後半部分では、実践過程にある農協の活動・事業方針を提示しつつ、協同組合の理想的な未来として、その「存在意義」「今日的な役割」を提起している。

本書の学術的な意義、現場での実用性の観点から少々残念に感じるのは、本書において第3章を中心に展開される主張が、一貫して「理想的な協同組合の姿」だけに立脚していることである。本来、より現実的な「未来」を描くためには、現在の協同組合の実態を真摯に受け止めることが何よりも重要といえる。前述のように、協同組合の「源流」との対照によって、協同組合の現在位置はより鮮明に捉えることが出来ることは、「源流」を最大のテーマとして据える本書の重要な意義であり、価値となるはずである。先人の情熱的で豊かな生き様は、理想的な協同組合の姿を再認識させるだけにとどまらず、現在の実態・課題に向き合うヒントを与えてくれるに違いない。本書が示す協同組合の「源流」は、協同組合の「未来」を議論する土壌として、理想と現実の隔たりを、意見の異なる多様な主体間の溝を埋める懸け橋となる可能性を秘めているのではないだろうか。

## 書評 02

杉本貴志 編・全労済協会 監修

# 『格差社会への対抗—新・協同組合論』

日本経済評論社/2017年11月刊/250ページ/2100円+税  
ISBN 978-4-8188-2476-8

評者：堀越 芳昭  
山梨学院大学 元教授



わが国で「格差社会」に関する議論が沸騰したのは2006年以後のことであった。それは小泉内閣の終結、第1次安倍内閣の発足の年であった。小泉内閣の規制緩和、市場万能、競争優位、自己責任論の新自由主義政策は、わが国に大きな経済的社会的格差を生み出し、格差社会問題が社会全体の問題として顕在化したのであった。当時「年越し派遣村」や「非正規雇用」・「派遣労働」が大きな社会問題となり、今日に至るまで「格差社会」の告発が多くの人々の共通課題となってきた。それは2009年の民主党政権の成立に繋がるが、それもつかの間、2012年第2次安倍内閣の成立により強権の新自由主義政策ともいえる、格差助長政策が促進される。そして今や「格差社会」は告発の段階から対抗の段階に移っていくのである。

しかし状況は複雑であり、「競争至上主義」は日本社会に蔓延し、「協同」は追いやられる様相を呈している。こうした状況において協同・協同組合は一体何ができるのであろうか。

### 《本書のタイトルと構成》

本書はそうした中で出版された。本書の表題「格差社会への対抗—新・協同組合論」とは時宜にかなった人を引きつけるタイトルである。格差社会の深刻化、競争主義の圧倒的優位の下で、萌芽的とはいえ協同・協同組合はどのように対抗しているか、どうすれば協同組合は有効に対抗できるのか。そのためには、協同組合の存在意義を再確認するとともに、これまでの協

同組合のあり方にも目を向け見直しされなければならない。本書のねらい通り新しい協同組合論が求められる。

本書の構成を示しておこう。本書は、序章、3部、終章からなっている。「序章 『格差』と『協同』」では、格差社会の現実、格差社会に対する協同組合の役割、日本の協同組合の現況を踏まえ、本書全体の課題を明らかにする。「第1部 格差社会に挑む協同組合」では、「第1章 働き方改革は福岡から」、「第2章 日本の協同組織金融機関と金融排除」、「第3章 協同組合による生活困窮者支援」、「第4章 格差社会における共済の可能性」があてられ、労働、金融、生活困窮者、共済における格差の実状とそれに対する協同組合の挑戦を取り上げている。「第2部 『食』と『職』を守る協同組合」では、「第5章 『職』を支える協同組合の現状と課題」、「第6章 協同組合が創る農産物流通」、「第7章 協同組合職員のモチベーション」、「第8章

女性労働とワーカーズ・コレクティブの可能性」において、協同組合における職、食、職員労働、女性労働について格差社会を踏まえて論じている。そして「第3部 地域で『協同』する協同組合」では、「第9章 協同組合間協同の現状と展望」、「第10章 協同組合の事業連合と連合会」が取り上げられ、最後に「終章 協同のコミュニティは東北から」が当てられて本書全体の結論部分が示される。

本書のモチーフは、「格差社会に対抗する協同

組合の新しい役割（新・協同組合論）」を明らかにすることであろう。ここには「格差社会に対抗する」とこと「協同組合の新しい役割」（「新・協同組合論」）が追究される。

#### ≪「格差社会への対抗」≫

そこで「格差社会への対抗」について触れたい。そもそも格差社会の生成と蔓延は、本書でも言及されているように、近代資本主義社会の生成・発展と深く結びついている。なぜなら近代社会の経済原理は格差（差異・差別）によって成り立っているからである。労働格差、規模格差、生産性格差、製品格差、貧富の格差、地域格差等格差こそ経済利潤および経済的富の源泉である。そうであるならば、格差を助長することは富者をますます富ませる動力であり、富者と貧者の格差は進行する。「格差社会への対抗」はこうした現代社会の経済システム全体に対する根本的な異議申し立てである。格差社会の克服は、現存社会の全体的な成長・発展にあるのではなく、格差の末端にいる人々の格差が是正されることが最優先されなければならない。協同組合によってそれは可能であろうか。協同組合が最も困難な人々をはじめすべての人々の生命や生き方を含む生活の改善を促進するならば、「中流」の人々を中心としたこれまでの協同組合は変わらなければならないであろう。

協同組合の「格差社会への対抗」として、本書では、格差社会における協同組合の雇用問題の解決として取り組まれているエフコープ生協の同一労働同一賃金の試み（第1章）や、社会的排除の一つとしての「金融排除」に対する協同組織金融機関の役割（第2章）や、信用生協、農協、労金、グリーンコープ、フードバンクによる生活困難者に対する協同組合の取り組み（第3章）が取り上げられる。とくに生活困難者に対する協同組合の支援については、協同組合の本業を超える分野への取り組み、非組合員や社会的孤立状態の人々への支援といった協同組合の新しい役割について目を向けなければなら

ないとする。そこでは、協同組合の組合員の相互扶助を基盤とするものから、組合員以外も含めた助け合いに射程を広げることが求められるとする（p111～112）。このように「格差社会への対抗」は確かに、これまでにはない協同組合の新しい役割であり、協同組合のあり方の再考が求められる

#### ≪「協同組合の新しい役割」≫

「協同組合の新しい役割」（「新・協同組合論」）とは何か。序章において本書の課題について次のように述べていた。「『職』と『食』をはじめとする人々の格差社会における生活のありようをみて、協同組合という人々の結合体は何をなすべきか、そこに何が期待できるのか、『協同』の存在意義と可能性とをあらためて考え、読者に示すことが、本書の課題である。」（p35）とする。その場合の焦点は、「個々の組合員の要求に応えるだけでなく、コミュニティ全体に目を配り、その維持と発展のために」（p256）、「組合員だけでなく地域のコミュニティにも責任をもつ協同組合のあり方」すなわち、「シングル・ステークホルダー型協同組合」から「マルチ・ステークホルダー型協同組合」を目指すべきであると提起されるのである（p257）。

同書で提起された金融排除や生活困窮者に対する協同組合の役割、協同組合間協同の課題において、協同組合の使命や役割をどのようにみるか、そこでは協同組合の持つ「協同」の有効性が示されなくてはならない。

最後に本書を受けて、私見を述べたい。協同組合の「協同」には、現時に共通の問題を抱える人々の相互扶助による解決（「お互いさま」）と、異時において異なった問題を抱える人々が助け合うことによる解決（「持ちつ持たれつ」）の二つの協同があるように思われる。前者は相互扶助の協同であり、後者は社会連帯の協同といえることができるであろう。そうであるならば、今後の協同組合のあり方としては、この二つの協同が共に追求されるべきであろう。

投	稿
規	定

1. 本誌は、くらしと協同に関する調査研究などの成果を掲載する。
2. 本誌への投稿は、上記の領域に関わる「研究論文」「研究ノート」「調査資料」「事例報告」等とする。ただし審査により区分を変更することがある。  
なお、原稿は掲載時に、他誌に未発表であることを厳守する。
  - (1) 原稿の字数制限は以下の通りとする。
    - ① 論文 20,000字以内
    - ② その他 原則として14,000字以内
  - (2) 原稿の体裁
    - ① A 4 用紙に横書き、40字×35行で印字する。
    - ② 年号は原則として西暦を、また頁は「ページ」(カタカナ)を使用する。
    - ③ 英字の略字については原則として半角とするが、全角を使用したい場合はそのことを明確にし、同じ略字の場合に半角または全角を統一して使用する。
    - ④ 注は文末脚注とし、本文中の注は上付で、通し番号とする。
  - (3) 図表は上記の原稿の分量にふくまれるものとする。なお、グラフをExcel等のソフトで作成している場合は、そのグラフの作成に使った元データも添付する。また、図版の場合はなるべく鮮明なものを別に添付する。
  - (4) 原稿には「表紙」を付け、表紙にタイトル、執筆者名、所属機関および連絡先(現住所、電話番号、E-mail)を明記する。原稿本文には執筆者名、所属機関を記さない。
  - (5) 原稿提出の際は、プリントアウトした原稿4部と原稿データをおさめたCD等とを両方提出する。提出するデータは「MS-Word (バージョン2000以降)」とし、グラフなどのデータファイルがある場合、それもCD等の中に添付する。写真を使用する場合は、MS-Word内に枠で場所を示し、写真データはjpg形式で別途添付する。
3. 投稿された原稿は、研究所事務局が受領し、編集委員会が指定する複数の審査員の査読を得て、その結果を基に、編集委員会において掲載の可否、区分、掲載号を決定する。審査の過程において、投稿者に原稿の加筆・修正をもとめることがある。
4. 原稿送付先はくらしと協同の研究所事務局とする。
5. 提出された原稿ならびにCD等は原則として返却しない。
6. 原稿料は支払わない。
7. 著者に本誌5部と抜刷30部を無料で進呈する。
8. 本規定にない事項については、適宜編集委員会で判断し対応する。
9. 『くらしと協同』に掲載される原稿については、著作権のうち、複製権、翻訳・翻案権、公衆送信・伝達権を研究所に譲渡する。なお、著作者自身による複製(出版を含む)、翻訳・翻案、公衆送信・伝達については、これを許諾する。

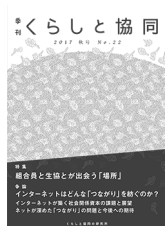
(付則)

1. 本規定は2012年6月25日から実施する(2014年3月20日一部改正)。

(くらしと協同の研究所事務局)

〒604-0857 京都市中京区烏丸通二条上る蒔絵屋町258 コープ御所南ビル4F  
TEL: 075-256-3335  
E-mail:kki@ma1.seikyone.jp

## 季刊号



### 2017 秋号 (第 22 号)

2017.09.25 発行

#### 特集

組合員と生協とが会う「場所」  
座談会  
インターネットはどんな「つながり」を  
紡ぐのか？



### 2017 夏号 (第 21 号)

2017.06.25 発行

#### 特集

社会問題に挑む研究所  
座談会  
生協に関わる研究所のあり方を考える



### 2017 春号 (第 20 号)

2017.03.25 発行

#### 特集

いま、農協はどんなになっているのか？  
～協同組合としての JA に学ぶ  
争論  
農協はどんな、どうする？



### 2016 冬号 (第 19 号)

2016.12.25 発行

#### 特集

できることを活かすソーシャルインクルージョン  
座談会  
高齢化する生協組合員の実態～共同購入を中心に



### 2016 秋号 (第 18 号)

2016.09.25 発行

#### 特集

事業における「協同」の多様性に学ぶ  
争論  
協同組合が地域「経済」に果たす役割の再検討



### 2016 夏号 (第 17 号)

2016.06.25 発行

#### 特集

大学生協の変遷と新たな可能性  
争論  
事業連合化における独自性を問う

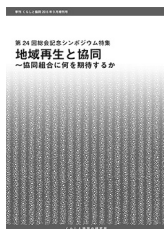
## 増刊号



### 2017 年 9 月増刊号

2017.09.25 発行

第 25 回総会記念シンポジウム特集  
地域再生と協同  
～協同組合に何を期待するか



### 2016 年 9 月増刊号

2016.09.25 発行

第 24 回総会記念シンポジウム特集  
地域再生と協同  
～協同組合に何を期待するか

## 編集後記

メディアでは、ついに日本でもアマゾンが生鮮食品の宅配に乗り出したとか、セブンイレブンもアスクルと組んでそれを迎え撃つとか、生活協同組合がこれまで数十年かけて築き上げてきた事業をあっというまに凌駕するかのようなビジネスのプランが飛び交っています。生産者や配送従事者はどうにでもなるといわんばかりの粗雑な構想であるようにも感じますが、時間指定をして数時間待つだけで自宅に何でも届けられるというような時代が、本当にやってくるのでしょうか。そうした究極の利便性の犠牲になるのは、今度は誰なのか、気になります。(志)

季刊 くらしと協同 2017 冬号 (第 23 号) 2017 年 12 月 25 日 発行

編集企画 | 『くらしと協同』編集委員会      電話 | 075-256-3335  
 編集長 | 杉本貴志      F A X | 075-211-5037  
 発行所 | くらしと協同の研究所      E-mail | kki@ma1.seikyone.jp  
 理事長 | 若林靖永      U R L | http://kurashitokyodo.jp  
 住所 | 京都市中京区烏丸通二条上る時絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F (〒604-0857)

