季刊

くらしと協同

2020 No.34

特集

コロナに克つ
～つながりと協同の新たな地平へ

座談会

コロナ禍の下でのくらしと生協

くらしと協同の研究所

INDEX

コロナに克つ　～つながりと協同の新たな地平へ

巻頭言
社会的距離をとるということ ……森 津太子　1

特集　コロナに克つ　～つながりと協同の新たな地平へ

01　新型コロナウイルスがもたらす日本の医療への影響 ……二木 立・聞き手　加賀美 太記　2
02　コロナ禍での社会的連帯経済 ……柳澤 敏勝　11
03　新型コロナウイルス感染下でも「人とのつながり」は必要 ……佐藤 正司・近藤 克則 18
04　新型コロナ、技能実習生、そして農業労働のゆくえ ……佐藤 忍　25
05　信用金庫だからできる支援を
　～「つなげる金融」と京都信用金庫の企業支援体制 ……林 直樹　32
06　持続可能な京都観光の実現に向けた取組 ……堀江 卓矢　38
02　事業者間の協同を促すプラットフォームとしての西日本産直協議会
　～地域の魅力的な事業者と結びつく築野食品～ ……下門 直人　46

座談会　コロナ禍のもとでのくらしと生協
……平石 信子・梅村 美紗・吉田麻莉子・高橋 杏奈・
馬淵 康成・川本 拓摩・村内 浩・酒向 美也子・川口 啓子　52

書評
01 『武漢日記－封鎖下 60 日の魂の記録』方方 著 ……竹野 豊　71
02 『国連家族農業 10 年－コロナで深まる食と農の危機を乗り越える』
農民運動全国連合会 (農民連) 編著 ……御手洗 悠紀　73

バックナンバー／編集後記 …… 75

巻頭言

社会的距離をとるということ

森　津太子（放送大学・教授）

コロナ禍が続くなか、「ソーシャル･ディスタンス」という言葉を耳にする機会が増えました。わずか１年ほど前までは、殆どの人が口にしたこともない言葉だったはずですが、今年の流行語の一つにも数えられました。ソーシャル・ディスタンスを直訳すると「社会的距離」です。しかし、「飛沫感染を防ぐために、人との距離を１～２ｍとること」という程度の意味でこの言葉を用いるのであれば、「社会的」という言葉は不要でしょう。実は既に３月の段階で、WHO はソーシャル・ディスタンスの代わりに物理的・身体的距離を意味する「フィジカル・ディスタンス」という言葉を使用することを推奨しています。それは「社会的」という言葉を使うことで、「人と人との交流そのものを絶つことが求められている」という誤った認識に至ることを避けるためです。

他者との交流を絶つことは社会的孤立を引き起こし、心身の健康に対して高血圧、肥満、運動不足、喫煙に匹敵する危険因子となることが知られています。それは１つには、社会的孤立によって自己制御能力が低下するからです。日頃、私たちは、他者の目に自分がどのように映っているかを意識しています。そのため、人と接しない生活が続くと不摂生をしやすくなり、健康を損うことになります。コロナ太りは単にステイホームで歩かなくなったというだけではなく、人目を気にしなくなったことも大きな原因でしょう。しかし私のような社会心理学者は、社会的孤立がもっと直接的に心身に悪影響を与える可能性も危惧しています。人間は社会的な動物であり、集団を形成することで食や安全を確保してきました。そのような歴史を考えるなら、他者とつながりいたい、一緒にいたいという欲求は、人間が生きていくうえで必要不可欠な欲求であり、それを充足できないこと自体がストレスとなり得るからです。

私たちの身体の周りにはパーソナル・スペースと呼ばれる見えない境界領域があり、それを越えて他者が接近をすると不快感や緊張感を覚えます。スペースの広さには文化差や個人差がありますが、親しい相手であるほど接近されても気にならない点は共通しています。また親しい相手に対してほどスペースを狭めようとする傾向もあり、その意味では、これまでの生活において、物理的な対人距離は、そのまま親密さの指標として機能していました。

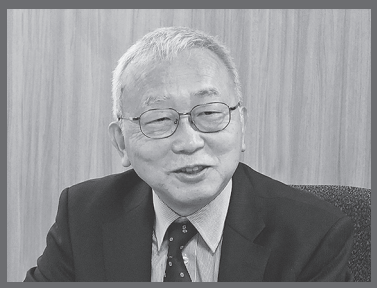
一方、ソーシャル・ディスタンスで想定されている対人距離は、ふつう、ビジネスのような個人的でない用件の際に用いられる距離です。したがって親しい相手に対して、この距離を保つとすれば、これまでの慣習に反した、とても不自然な行為を強いられているといえるでしょう。しかし重要なのは、あくまでもつながりです。いまの時代、対面で会わなくとも、離れた家族や友人と交流する手立てはいくらでもあります。物理的距離を広く保ちつつも、心のつながりを絶やさない、そんな「新しい生活様式」を模索する日々が続きそうです。

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

01

新型コロナウイルスがもたらす日本の医療への影響

二木 立（前日本福祉大学学長・医学博士）
聞き手　加賀美 太記（就実大学経営学部 准教授）



二木 立氏

中国の湖北省武漢で新型コロナウイルスの感染者が確認されてから１年余りが経った。2020 年 12 月現在、日本では全国的に第３波と呼べる程の感染者の増加が続いている。北海道や大阪府では医療体制が逼迫し、医療崩壊の懸念も高まりつつある。世界的にはイギリスでワクチン接種が始まるなど、新型コロナを巡る事態は刻々と変化している。

新型コロナと向き合ったこの一年間、私たちのくらしや日本社会はそれまでと大きく様相を変えざるを得なかった。とくに新型コロナウイルスに対応する医療分野への影響は深刻である。しかし、医療経済学・医療政策を専門とする前日本福祉大学学長の二木立名誉教授は、新型コロナウイルスをむしろ「中期的には、新型コロナは日本の医療の『弱い追い風』になる」と肯定的に評価されている。

これまでの日本の医療のあり方や、新型コロナウイルスがもたらす日本の医療への影響について二木先生にお話を伺った。

※インタビューは 2020 年 11 月 24 日午後に、リモートにて行いました。インタビューの内容は、その時点の情報に基づいたものです。

「弱い」追い風としてのコロナ

【加賀美】二木先生はインタビューで、新型コロナウイルス感染症が中期的には日本の医療にとって「弱い」追い風になる、と評価されておられます。改めて、日本における医療の現状と、新型コロナが「『弱い』追い風になる」という意味についてご教示ください。

【二木】私が、新型コロナウイルス感染症が中期的には日本の医療にとって「弱い」追い風になる、と書いたのは５月のことです。緊急事態宣言が続いていて、医療関係者でも医療崩壊が起きる

んじゃないかと懸念している人が圧倒的に多かった時期です。

私は医療政策の将来を予測する際には、常にプラス面とマイナス面、なおかつどちらの比重が高いかを見るようにしています。５月の時点では、皆の意見がマイナス面、極端に悲観的な方向に振れていたので、あえてプラス面に注目しました。ただ、プラス面と言っても、決してバラ色の内容ではないので、「弱い」追い風という括弧付きの表現にしたのです。

また、コロナと医療の問題については、今回のコロナ危機が日本の医療の脆弱性を明らかにした、といった否定的な論調の人が思想の左右を問わず多いんです。私は、それは正しくないと思っています。もちろん日本の医療にはいろんな問題があるけれども、コロナ危機において、アメリカやヨーロッパ諸国と異なり、患者さんが医療を受けられないという意味での医療崩壊も、医療機関の経営破綻という意味での医療崩壊も、どちらもぎりぎりのところで日本は防げたんです。個々の医療機関では危機的なこともありましたが、日本の医療、より正確に言うと保健所も含めた保健・医療の関係者はとても頑張ったんです。アメリカやヨーロッパでは、医師や医療従事者が現場から逃避したことが報じられましたが、日本ではそういうことはほとんど起きなかった。医療従事者のモラル、士気も非常に高かった。彼らを励まし、希望をもってもらいたいと考え、あえてプラス面に力点を置きました。

そうした背景の下、私が短期的にはともかく、５年程度の中期的には「弱い」追い風になるといったのは、次の２つの点からです。

ひとつは、国民の医療に対する意識の変化です。私は1970年代から日本の医療の分析をしてきましたが、国民、それからマスコミにおいて、医療に対する評価がこれほど高まったのは初めてのことです。今までは、医療不信が強調され、マスコミが医療を取り上げるときは、医療機関の誤診とか誤療、あるいは医療機関の儲け過ぎといったネガティブな報道が多かったわけです。

ところが、今回それがガラっと変わりました。日本の医療機関と医師、医療従事者の頑張り、また貧富の差なく誰でも医療を受けられる日本の医療の特徴がマスコミで大きく取り上げられ、国民もそれをよく理解したのです。繰り返しますが、こんなことは、この50年の間、一度もなかったことです。

この医療に対する国民の信頼は、相当長く続くだろうと考えます。現在、第３波と言ってもよいと思いますが、再び感染者の拡大傾向が現れています。また、コロナが落ち着いた後も、他の新しい感染症、あるいはさまざまな大事故や大災害が起こり得る。いざとなったら医療は大事なんだということを国民は肌感覚で理解した筈です。これが医療にとっての一番の追い風です。どんな産業も国民の支持や共感なしに成り立ちませんから。

ふたつめは、国民の医療への信頼を前提にして、今までは効率一辺倒で進められてきた保健所の縮小や再編、あるいは病床削減を目指した地域医療構想の大幅な見直しがなされるだろうということです。

この２つの意味で、今回のコロナが医療にとっての追い風だと言ったわけです。

ただし、残念ながら医療の大事さを国民は分かってくれましたけれど、一方でいま大変な経済的困難に直面しているため、負担を増やして社会保障財源を確保するという国民的合意には至ってはいません。政府

も第１次と第２次補正予算で、コロナ以前と比べると桁違いの医療機関に対する支援を行っていますが、それらは全て一時的なものです。国民の医療に対する理解は深まったけれど、医療・社会保障の充実のための財源確保の道はまだ見えない。今のまま条件が変わらなければ、追い風は弱いままだ、というのが私の「弱い」追い風という主張の意味するところです。

【加賀美】今回、医療負担に対する合意が生まれたわけではないけれど、国民が医療に対する信頼を深め、必要性を広く認識したことが大事ということですね。

【二木】そうです。たとえば、日本の医療の問題点の１つとして、日本はプライマリ・ケア医制度が遅れているという主張があります。ところが、プライマリ・ケアが充実しているはずのヨーロッパでは大規模な医療崩壊が起こりました。また、イギリスやスウェーデンといったプライマリ・ケア医が制度化されている国では、軽い症状だと自由に医療機関を受診できません。それに対して、日本の医療はフリーアクセスです。ちょっと熱が出た場合も、安心して医療機関を受診できる。この医療へのアクセスの良さが、今回はよい意味で大きな影響を及ぼしたと思います。

国民全員が公的医療保険に入っているだけでなく、医療機関に自由にかかれること、さらに平等にかかれるということが大事だと思うんです。ヨーロッパの国々、たとえばスウェーデンでは ICU には 80 歳以上の高齢者、あるいは 80 歳未満でも重度の合併症のある人は受け入れない、ということが国民の合意のもとで行われています。スウェーデンに限らず、海外のコロナ死亡患者の半分ぐらいは、いわゆる老人介護施設の入居者ですけど、その理由がこうした医療へのアクセスの悪さにあるわけです。日本では ICU への入室、ECMO という特殊な呼吸補助の機械も年齢制限なしに受けられた。それが日本の国民の合意なわけです。日本では、貧富の差だけじゃなくて、年齢によらず、基本的な医療はきちんと受けられることが改めて国民の間で認識されたんだと思います。

国民皆保険という最後の砦

【二木】こうした日本の医療、とくにそれを支える国民皆保険制度は、今では医療の枠を超えて、日本社会の統合を維持するための最後の砦になっていると思います。コロナの前から主張してきたことですが、改めて、このことが明確になったのではないでしょうか。

日本でもアメリカほどではないですが、国民の間で意見の対立があって、分極化・分断化が進んでいると言われていますが、国民皆保険を維持するという点に関しては、自由民主党から日本共産党まで全政党で一致しているんです。そんな政策、他の分野にはないですよ。

加えて、国民皆保険制度を維持するとは医療保険の給付する医療サービスが「最低水準」ではなく、医療技術の進歩や国民の生活水準の向上に対応した「必要かつ十分な」「最適水準」であることが重要です。このことは 2003 年に小泉純一郎内閣で「医療保険制度体系及び診療報酬体系に関する基本方針について」として閣議決定されていますが、現在に至るまで、厚生労働省の公式文書や高官の答弁にも引き継がれています。この点は皆が認めているわけです。

今の本当に色々な問題がある社会で、万

が一、国民皆保険制度がなくなったら、社会の底が抜けてしまいかねません。国民皆保険制度は、今の日本の社会にとって、医療の枠を超えて大事なものなんですよと改めて強調しておきたいのです。

現在の医療支援の課題

【加賀美】2020年９月に菅内閣が発足しました。菅内閣の下で第３次補正予算案と2021年度当初予算案の編成が進む見込みです。第２次補正予算の評価や、今後の医療支援の展望や焦点について、ご意見をお聞かせください。

【二木】安倍内閣で成立した第２次補正予算については、予算の中身に入る以前に、10兆円という前代未聞の予備費が計上されている点が大きな問題です。これは、いわゆる「財政民主主義」を壊すやり方ですから、与党である自民党の石破茂元幹事長や、比較的政権に近い土居丈朗慶應義塾大学教授（財政学）等も批判しています。

しかし、この補正予算は既に成立しています。もちろん予備費自体に問題はありますが、成立した以上は、コロナ対策にしっかりと使うほうが合理的ではないかと思います。

その上で、第２次補正予算の医療機関に対する支援には、大きく２つの課題があります。

ひとつめは、コロナ患者を受け入れた医療機関に対する支援に関するものです。第２次補正予算の「医療提供体制等の強化」は総額２兆9892億円とされています。この中には、コロナ患者を受け入れる重点医療機関の病床確保等（4700億円）、コロナ患者を受け入れた医療機関等の医療従事者・職員への慰労金（2900億円）、医療機関･薬局等の感染拡大防止策等の支援（2600億円）等が含まれます。とくに、コロナ対応の空き病床に最大30万円超を補助する「空床確保料」の補助と、医療機関の医療従事者・職員への慰労金を最大20万円、約310万人に支給することは、史上初めてとなる画期的な施策です。

このように今までの歴史に比べて、たいへん充実した内容になっているのですが、現時点（2020年11月）で、実際に医療機関にどのくらい行き渡っているのかというと、これは共産党の小池晃議員が国会質問で指摘していましたが、10月15日時点で約3200億円、10月31日時点でも5000億円に留まります。つまり、計画の約２～３割しか医療機関には行き渡っていないという課題があるわけです。

もうひとつの課題は、コロナ患者は受け入れていないが、患者の受診控えや感染対策への出費増等により経営困難に陥っている医療機関への支援がほとんど含まれていないことです。これは早急に何とかしないといけません。ここが、今の焦点になっていると思います。

この点に関しては、たとえば厚生労働省の迫井医政局長等も、その必要生を認めています。また、自民党新型コロナウイルス対策医療系議員団本部や神奈川県保険医協会などが、具体的で面白いアイディアを提案しています。ただし、これらも煮詰まったものになっているわけではありません。財務省の財布の紐は固いでしょうが、地域医療を支えるという意味で、コロナ患者を受け入れていない医療機関にも支援をしないといけないと思います。

先にお話ししたとおり、第２次補正予算には「10兆円」の予備費があります。５兆円は使い道がほぼ決まっていますが、

残りの５兆円はまだ決まっていない。だったら第３波が起きつつある今こそ、この予備費の５兆円を使って、さらに手厚く医療機関を支援すべきだと考えます。

菅政権の医療政策

【加賀美】コロナの問題とは離れますが、菅政権はいわゆる新自由主義的な「小さな政府」志向が強いと指摘されています。こうした政権の政策志向は、医療政策についてはどのような影響を与えるとお考えでしょうか。

【二木】菅内閣の社会保障・医療改革方針については、『文化連情報』2020 年 11 月号で整理しています。現時点では、菅政権の医療・社会保障について本格的に論じたのは、この論文だけだと思います。

そちらでも述べていますが、実は菅首相の社会保障や医療改革への関心は極めて薄いのです。このくらい関心の薄い首相も、ちょっと珍しいのではないでしょうか。実際、菅内閣の社会保障・医療改革の柱とされているのは「不妊治療の保険適用」と、「オンライン診療の恒久化」の２点だけです。

しかしこれらは医療改革の本筋ではありません。現在の医療改革の本筋は、地域医療構想と地域包括ケアですが、これらは、従来どおり厚生労働省が粛々と進めていくと思います。地域医療構想も地域包括ケアも、安倍内閣以前の民主党政権の時代から、二度の政権交代を経たにもかかわらず、それなりに一貫して進められているものですから、コロナをきっかけに様々な行き過ぎが是正されこそすれ、中止されたり見直されたりすることはないと思います。

なお、安倍前首相と菅首相を比較すると、安倍前首相には割と「ウェット」な側面もあったけれど、菅首相はものすごい「ドライ」で強権的で「小さな政府」志向がより強く現れています。この点ではむしろ小泉元首相に近いでしょう。菅首相のブレーンにもそういった人が多いので、そこには注意を払うべきだと思います。

医療保障の財源は

【加賀美】二木先生は医療体制の整備などのため、中期的には「コロナ復興特別税」の導入も検討すべきと提言されておられます。一方、新型コロナにともなう経済的な打撃を軽減するためにも、時限的な消費税減税を図るべき、といった主張もあります。

【二木】私は今後の医療・社会保障を論じる場合に、もし社会保障機能を強化するという立場に立つならば、必ず財源とセットで論じなければならないと考えます。あるべき医療だけを掲げて、財源は知らないっていうのは無責任だと思うのです。

2006 年から私は一貫して、医療保障の財源は、主財源は社会保険料、補助的財源は消費税を含む公費とすべきと主張しています。なぜなら、先程もお話ししたとおり、今は国会に議席を有する全政党が国民皆保険制度の維持を主張しているからです。一時、維新の会が国民皆保険に否定的な論調を取っていたこともありましたが、今は維新の会も含めて、国民皆保険制度の維持が国会の合意なのです。そして国民皆保険制度は社会保険方式を採用しています。であるとしたら、理論的に主財源は社会保険料で、補助的財源は公費しかありえません。イギリスや北欧のように公費負担方式に変えるなら話は別ですが、今そんなことを言

う政党は１つもないのですから、大枠はこれしかありえません。コロナの問題が発生したため、そうした大枠の上でコロナ復興特別税という提案をしているだけなのです。

時限的な消費税減税を図るべきだという主張についてですが、たとえば消費税を５％に減税すると、１年間で約12.5兆円の税収減になります。ものすごい大幅減税です。では、それを補てんする現実的な財源はどうするのか。これを同時に示さなければ、社会保障の機能強化という問題は解決しません。

実際、安倍前首相が消費税率の引き上げを２回も延期しましたが、その結果として４年間で20兆円の財源が失われました。社会保障の機能強化も、全部４年間先延ばしされてしまったのです。たとえば、年金を含めても所得が低い方の生活を支援するために、年金に上乗せして支給する年金生活者支援給付金制度があります。これは消費税率引上げ分を活用するものでしたから、低所得者が消費税引き上げの延期によって、むしろ大きな打撃を受けた事例です。

最近は、MMT（現代金融理論）に依拠して、主権国家は国債を無制限に発行できると主張される方もいますが、MMTでも国債発行はインフレが起きていないという条件付きなんです。インフレが起きる可能性があるときは、増税によって通貨に対する需要を増加させるべきという話です。その際には歳出削減も進むので、社会保障関係費がもっとも抑制されることでしょう。

それに、日本はアメリカを含めたすべての国と比較しても、相当に小さな政府になっています。だから財政の無駄を減らしても大きな財源を捻出できません。これは民主党政権時代の苦い教訓です。

消費税を減税するとして、その代替財源もあわせて提案するべきなのに、残念ながら、それはどこの政党も提案していないのです。

なお、私は消費税に万々歳と言ってるわけではありません。あくまでも消費税を含む公費を増やさざるを得ないと言っているだけです。消費税で社会保障の全てを賄う、いわゆる消費税１本足打法ではなく、租税財源の多様化（所得税の累進制の強化、固定資産税や相続税の強化、法人税率の引き下げの停止や過度の内部留保への課税等）が必要だと主張しているのです。

【加賀美】実は日本が諸外国と比べても、かなり小さな政府であるということは、あまり国民に浸透していないように感じます。そのためか、2000年代以降、公務員が非難の対象になってきたように思います。

【二木】その点一番いい例が、かつての維新の会じゃないでしょうか。維新の会は橋下徹さんが元気だったころは、今おっしゃったように、役所バッシングをしてましたよね。だけど、今の松井一郎市長と吉村洋文知事の体制になってから、それなりに福祉充実の政策もとるようになり、そうした政策が大阪での維新の会の支持につながっていると聞いています。

ただ、やはり国民の公務員に対する理解は十分ではないと思っています。たとえば、つい先日『ブラック霞が関』（新潮新書）という本が出版されました。著者は千正康裕さんという、厚生労働省の元キャリア官僚です。社会保障・労働分野で８本の法律改正に関与する等、たいへんやり手であると同時に現場にどんどん出ていく素晴らしい官僚だったんです。ただ、無理しすぎて体を壊してしまい2019年に退職されたんですね。彼が自分の経験を通じて、今の霞が関の働き方に警鐘を鳴らしている本

です。このままでは霞が関が機能停止すると。

実際、この間厚生労働省の業務はべらぼうに大きくなってますよ。だけれども、定員はむしろ減らされてぎりぎりのところになっているそうです。7 時に仕事開始で、退庁は 27 時 20 分。27 時 20 分ってことは朝 5 時ですよ。こんな民間企業も鼻白む小さな政府を続けていては大変なことになるって警鐘乱打しているんです。

先ほど、せっかく第 2 次補正予算でコロナ患者を受け入れた医療機関に対して、トータル約 3 兆円の支援がなされたけれど、医療機関に届いたのはまだ 3000 億円とか 5000 億のレベルだと言いましたけれども、これは必ずしも官僚や公務員の怠慢のせいじゃないんです。国でも自治体でも公務員をどんどん減らしてきたうえに、今回コロナの業務が集中して、現場がパンクしているっていうことなんですよ。

要するに、今よりもさらに小さい政府を目指すと、国民、あるいは医療機関が求めている支援も遅れてしまうという水準にあるんだと思います。私は医療・福祉関係者だけでなく、多くの人がこの本をぜひ読むべきだろうと思います。志も高く、しかも力のある人も病気で辞めざるを得なかったということ、そうした小さな政府に今既になっていて、それが国民のくらしにも影を落としていることを、国民の側もちゃんと知る必要があると思います。

【加賀美】二木先生は書籍やインタビューのなかで、今後起こりうる災害等に対応できる「医療安全保障」の必要について述べられています。この「医療安全保障」について、改めてその内容をご教示ください。

【二木】この「医療安全保障」は、何か新語のようなものではありません。医療関係者の間では普通に使われている言葉です。たとえば、コロナ禍において必需品となったマスクも、その多くは中国からの輸入品ですよね。しかし、パンデミックのような事態では、輸入が止まることだってありうる。そうなると医療機器・医療用品の自給自足を図る必要がある。こうした意味で医療安全保障は使われています。

一方で、私は日本の将来を見通したとき、必ず生じるであろう大災害（新たな感染症の発生、南海トラフ地震や首都直下型地震等の大地震、さらには富士山噴火等）にも迅速に対応することができるゆとりをもった医療が不可欠だと思います。そのためには効率一辺倒の地域医療構想のスタンスを見直して、「余裕」のある医療体制を築く必要があると考えています。こうした人間がくらしていくうえでの安全保障の延長という意味合いで、医療安全保障と使ったわけです。

また、「余裕」という点では、けがの功名だと思いますが、「地域医療構想」で 2025 年の必要病床数を推計する際に、高度急性期病床の病床利用率を 75%、（一般）急性期病床のそれを 78%に設定したことは、結果的に極めて適切だったと思います。

正直なところ、2015 年に初めてこの数字を見たとき、ずいぶんゆるい基準だなと思ったんですよ。なぜかというと、現実の医療機関は最低 90%、できれば 95%ぐらいの病床利用率を維持しないと利益が出ないからです。しかし、今度のコロナを通して、厚生労働省が認めていた 75%～78%ぐらいの病床利用率で運営しないと、とても危機には対処できないことがわかりました。

事実、今回のコロナ危機では、患者の 7 割を公立・公的病院が受け入れたと厚生労働省の吉田学医政局長（当時）は国会で報

告しています。私は、その理由を、コロナ患者を受け入れやすい高機能病院において公立病院の割合が高いだけでなく、公立病院の病床利用率が民間病院よりも低く、結果的に患者を受け入れる「余裕」があったためでもあると、推察しています。

つまり、75％～78％ぐらいでも医療機関が経営を黒字化できる制度を目指せば、今回のような事態にも対応できる医療安全保障になると考えています。

コロナで社会的連帯意識は高まったのか

【加賀美】二木先生は、東日本大震災のときと比べると、新型コロナ禍では感染者の「自己責任」が問われるなど、社会的連帯意識が強まったとは言えない、と指摘されておられます。誰もが感染する可能性がある中で、なぜ「おたがいさま」とならずに、自己責任が問われ続けるのでしょうか。

【二木】やっぱり東日本大震災のときは、被災者が東北に限定されていて、なおかつ原発事故を除けばそれで終わりだったことが大きかったのでしょう。だから、それ以外の地域の国民は、いわば安全地帯にいたから、安心して支援できたんです。ボランティアにもどんどん行きましたし、私が学長をしていた日本福祉大学からも多くの学生が支援に赴いて、ずいぶんと鍛えられたことをよく覚えています。

ただ、当時の全てを美化することはできません。現在も残っていると思いますが、当時は原発事故が生じた福島県民と福島県産食品に対する差別意識が、ものすごく強かったですよね。

今回の事態では、全国民が潜在的に患者になりますし、期間も限定ではありません。NHK の国民意識調査でも、実に国民の 80％が不安を感じていることがわかります。こうした不安に駆られ、多くの人が自己防衛に走っているのだと思います。さらに、政府広報が個人責任を強調しましたよね。

そのため、まずは感染しないようにと自己防衛感が高じて、患者への差別につながり、あろうことか患者を治療する医療従事者、あるいは福祉施設の従事者まで差別するなんてことが起こったんだと私は思います。

今ではうつさない、うつらないが合い言葉になりましたよね。これは言い換えれば、他人との交流をやめろということと同義です。そのため、東日本大震災のときのように、社会連帯という意味での国民意識は、あんまり強まらなかったのではないかと思っています。

これからの日本医療とコロナとの向き合い方

【加賀美】最後になりますが、今後の医療体制を社会全体で考える上で必要な論点と、さらに私たちはコロナに対してどう向き合うべきか、先生のご意見をお聞かせください。

【二木】最初の話の繰り返しになりますけれど、今回のコロナを通して分かったことは、保健所を含めた、保健・医療体制を維持することが、いかに大事かということです。国民皆保険制度と医療へのフリーアクセス、さらに日本の医療の質の高さ、医師や医療従事者の高いモラルと志気、そういう点を守ることの大事さは広く国民の間で共有されました。

そして、そのためには当然ながらお金がかかります。お金の話は避けては通れません。とくに医療・福祉の費用は人件費の塊のようなものです。だから費用を抑制するということは、現場で働く職員の数を減らす、あるいは彼らの賃金や労働条件などを悪くするということになります。

今日は時間の都合で医療のことしか説明できませんでしたが、日本では福祉分野もずいぶんと頑張ったと思うんです。先ほども言いましたけど、アメリカやヨーロッパ諸国では、死亡者の半分ぐらいは、いわゆる高齢福祉施設にいるお年寄りなんです。だけど日本の場合は、もちろん高齢者の死亡率は高いですけれど、高齢福祉施設での死亡はそこまで多くありません。これは日本の老人福祉施設における、ケアの水準の高さによるものだと思います。

そうした医療と福祉を守るには、より「余裕」を持った医療、福祉体制へと変えなければならない。そのためには、人員を増やさなければいけない、賃金や労働条件も良くしないといけない。そのためには、お金がかかります。そうした財源の問題は、避けられがちですが、真剣に議論するべき問題です。

また、コロナについては、私は過剰におびえる必要はないと思っています。私は以前の BuzzFeed Japan のインタビューでも申し上げましたが、かつてのペストなどと違ってコロナで社会は大きくは変わらないと考えています。

今は第 3 波ということで感染者と死亡者が拡大していますが、それでも日本の死亡者は 2,000 人を超えたくらいです。これは例年のインフルエンザの死亡者に比べても少ないくらいなんです。しかも、今年はコロナでみんながみんな自己防衛したから、インフルエンザ患者が驚くほど少ないんです。そのため、アメリカやヨーロッパ諸国と違い、超過死亡という、例年の死亡者数に上乗せしてコロナ死亡者が増えたということはありません。むしろ増えているのは自殺のほうです。

これらを踏まえると、決してパニックにはなる必要はないと思います。政府も提唱しているし、生協でも広報していると思いますが、いわゆる 3 密を避けるとか、人と会うときはマスクをするとか、そういう基本的な防衛をすれば、コロナ罹患率はそこまで高くなるわけではありません。それにそうした自己防衛をした上で感染するのだったら、それこそ「お互いさま」の世界です。きちんと感染予防の努力をする必要はあるけれども、過剰に不安になる必要もありません。

【加賀美】わかりました。本日は貴重なお話をありがとうございました。

【文献】

○二木立『コロナ危機後の医療・社会保障改革』勁草書房 ,2020, 序章「新型コロナウィルス感染症と医療改革」（1-25 頁）。
○二木立 BuzzFeed Japan インタビュー「医療界には『弱い追い風』 医療経済学者が新型コロナの影響を前向きに捉えるわけ」、「コロナで社会は大きくは変わらない 『100 年に一度の危機』が度々訪れる時代にどう備えるべきか （2020 年 7 月 4-5 日公開。聞き手・岩永直子氏）https://www.buzzfeed.com/jp/naokoiwanaga/covid-19-niki
○二木立「菅義偉新首相の社会保障・医療改革方針を複眼的に予測・評価する」『文化連情報』2020 年 11 月 1 日号（512）号：20-27 頁。
○二木立『医療改革と財源選択』勁草書房 ,2009, 第 1 章第 3 節「公的医療費増加の財源選択と私の判断」（32-47 頁）。
○宮川絢子「（インタビュー）スウェーデン新型コロナ『ソフト対策』の実態。
現地の医師はこう例証する」https://forbesjapan.com/articles/detail/34187/1/1/1（フォーブズ・ジャパン）。
○千正康裕『ブラック霞が関』新潮新書 ,2020。

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

02

コロナ禍での社会的連帯経済

柳澤 敏勝（明治大学商学部 教授）

柳澤 敏勝氏

1．劣化が止まらない日本社会

第３波といわれる新型コロナウィルスの蔓延は、バブル経済崩壊後一貫して続いている日本社会の劣化を直撃し、さらに拍車をかけているようである。

例えば、世帯の平均所得が 1999 年の 626 万円から 2013 年の 528 万 9 千円へと 15 年間で 100 万円の減少となっている（厚生労働省「国民生活基礎調査」）。最近のデータでも 552 万 3 千円（2018 年）であり、やや戻しているとはいえ、依然、前世紀末の水準とは程遠い。１世帯当たりで使えるお金が減った分、消費需要が冷え込み、なかなかデフレから抜け出せないでいる。企業が従業員に支払う賃金の割合がどのくらいかを示す指標の一つでもある労務費率はきわめて安定的な数値であり、長らく 11 ～ 12％であったが、2005 年以降下がり続け、2015 年には 9.9％、2017 年には 10.0％と低位にとどまっている（経済産業省「工業統計表」）。これは企業の内部留保が大きくなったことを意味していて、賃金引き上げの余力があることを物語っている。個別企業が経営環境の急激な変化に対応するための準備金を積み増すということは分かるが、低賃金のままでは消費が落ち込み、日本経済にマイナスの影響を与えることになる。虫の目では正しいとしても鳥の目から見たら間違っているという意味での「合成の誤謬」が続いている。

「合成の誤謬」の典型は雇用の非正規化である。バブル経済が崩壊した 1991 年の非正規雇用率は男女合計で 19.8％（男 8.1％、女 37.2％）であったものが、2019 年には 2 倍となり 38.2％（22.8％、56.0％）にまで高まっている（総務省「労働力調査」）。バブル崩壊後長く続いた日本経済の低迷と急速に進んだ経済のグローバリゼーションによる経営環境の急激な変化への対応の結果でもある。加速させたのが、1995 年の日本経営者団体連盟（日経連）の『新時代の「日本的経営」』である。「雇

用ポートフォリオ論」として広く知られているが、定型業務等熟練を要しない業務への非正規雇用の積極的活用を提起したのである。今日では雇われて働く人々の４割ほどが非正規雇用となっている。

直接雇用・無期雇用契約・フルタイム就労の３条件のいずれか１つ以上を欠くものを非正規雇用と呼んでいるが、2019 年労働力調査によれば、年収 200 万円未満の雇用労働者総数に占める非正規の割合が 83.8％となっている。実数でみれば、非正規雇用が 2165 万人であり、そのうち年収 200 万円未満の人々は 1571 万人（72.6%）である。2007 年の「就業構造基本調査」（総務省）では、年収 200 万円未満の非単身世帯をワーキングプアと呼んでおり、その規模は 675 万世帯であり、非単身全世帯の 19％であった。OECD の見通し（2008 年）では、ワーキングプアが貧困層の 80％を占めているという。このように非正規雇用の賃金があまりにも低い。

事実、日本では正規と非正規との格差が大きく、フルタイムに対するパートタイムの賃金は 56.6％にすぎない（労働政策研究・研修機構『2016 データブック国際労働比較』2016 年）。わが国では非正規就労者の賃金が低いのが当たり前であるかのように受け止められているが、たとえばフランスでは 89.1％、ドイツでは 79.3％である。まだ格差があるではないかという批判はありうるが、日本に比べてその差はかなり小さい。そこには理由がある。EU では非正規雇用に対する差別禁止と均等待遇が原則となっているからである。非正規雇用に関わる３つの欧州理事会指令により加盟国は国内法の整備が求められ、仕事内容が同程度であるならばフルタイム就労と同等の処遇をすることが要請されている（パートタイム指令（Directive 1997/81/EC）、有期雇用指令（Directive 1999/70/EC）、派遣労働指令（Directive 2008/104/EC））。さらに言えばその背景には、EU 統合へ向けて合意された「労働者の基本的社会権に関する共同体憲章」（1989 年 12 月）、いわゆる「社会憲章」がある。ＥＵ市場を創り上げていくうえでとくに労働者の社会的権利を保障することを宣言したものであり、男女の平等処遇やパートタイムや有期雇用の労働条件の改善などを重要と規定し、12 項目にわたる労働者の基本的社会権を謳っている。

わが国では、1991 年の非正規雇用率 19.8％から、2019 年の 38.2％へと、過去 30 年の間に２倍になった結果、社会の安定性が大きく揺らぐことになった。少なくとも、1990 年代初めまでは、非正規就労の多くは、家計補助的に働くパートタイムの主婦や学生アルバイトであり、彼ら彼女らの父親や夫の雇用の安定との組み合わせであった。これを濱口は「日本型フレキシキュリティ」と呼んでいる（濱口桂一郎「『ジョブ型正社員』という可能性」、神野・宮本『自壊社会からの脱却』岩波書店、2011 年）。つまり、「いつでも解雇できる（という意味でのフレキシブルな雇用の）パートやアルバイトと、その伴侶もしくは親の雇用の安定性によって彼らを保護するセキュリティの組み合わせ」であったが、バブル崩壊後、日本型フレキシキュリティが壊れた。

本来であれば正社員として就職できるはずであった若者の非正規化が足早に進み、その結果、若年層から不安定就労（失業＋非正規雇用）が拡大し始め、急激に上の年齢層に拡大してきたのである。のみならず、家計補助的である以上賃金は低くてもかまわないという認識に大きな変更が加えられることなく、非正規雇用の賃金は低く

抑えられたままであった。社会保険やセーフティネットなど、正規就労者の完全雇用を前提として社会の仕組みが構築され、それが経済成長の間、長く機能し続けていたが、1990年代に入ってから機能不全に陥り始めたのである。

２．格差社会日本

その結果、日本は、だしぬけに、甚だしい格差社会になったようだと、リチャード・ウィルキンソンが指摘している。彼は、『格差社会の衝撃』（2009年、書籍工房早山）の日本語版への序文で、1990年代初頭まで「日本は先進国のなかでもっとも平等であった」が、「その後、日本の所得格差は他の国々よりも急速に拡大し、もはやOECD諸国の中で平等な国とは言えなくなったようである」と述べている。その直後、『平等社会』（2010年、東洋経済）の日本語版への序文で、次のように指摘している。（1990年代初めまではスウェーデン、ノルウェー、フィンランドと並んで日本がもっとも平等な国であったが）「新たなデータによれば、日本は豊かな先進国の中でもっとも平等な国どころでなく、OECD加盟諸国平均と比べても、平等性の低い国になっている可能性がある。…大半の国については、これら新旧のデータ（国連『人間開発報告書』2003～2006年度版とその後の新たなOECDのデータ）の違いはそれほど大きくない。だが、日本はだしぬけに、かつてより甚だしく不平等な社会になったように見える」、と。

残念ながら、その証左はいたるところで確認できる。例えば、貧困者の割合を示す相対的貧困率をみれば、現在国民の6.5人に一人が貧困者であり、OECDによると、経済的規模の大きい国の中にあって日本はアメリカに次いで高く、格差社会になっている（厚生労働省「国民生活基礎調査」、OECD Datebook等）。また、警察庁によれば1998年から2011年までの自殺者は３万人を超えていたのであり、現在でも２万人をはるかに超える状態が続いている。希望が持てない社会になっている一つの証明が生涯未婚率であろう。50歳までに一度も結婚したことのない人々の割合を示す言葉であるが、現在男性の４人に一人、女性の５人に一人弱が結婚の経験がないというだけでなく、2035年には男性の29%、女性の19.2%が結婚しないと予想されている（国立社会保障・人口問題研究所『人口統計資料集』2014年版、2019年版）。さらには、若干改善しているとはいえ、国民年金の納付率が60%程度にとどまっており、社会保険の体をなしていないなど、セーフティネットもほころび始めている。

そこに新型コロナウィルスの襲撃である。例えば雇用の悪化である。2020年７月現在の雇用者総数は前年同月比92万人減の5942万人、非正規雇用は131万人減の2043万人、完全失業者197万人（失業率2.9%）となっている（総務省「労働力調査」）。とりわけ、景気調整弁の役割も担わされた弱い立場の非正規雇用の雇止めが続いている。この傾向はコロナウィルスによる経済への影響が終息しないかぎり続くであろう。しかも、弱い立場にある人々のサポートのため奔走している方々の話を聞くたびに公的セクターの冷たさが伝わってくる。社会の劣化は留まるところを知らない。

３．「政府の失敗」の下での「自己責任」論

コロナ禍の下、失業者や低所得者が激増している中で、悲しいことながら、「自己責任」論がまかり通っている。代表格が総理大臣である。新首相は自助・共助・公助を説くが、その神髄は 40 年前から変わらず唱えられてきた自己責任論そのものである。典型が福祉国家にかわって日本型福祉社会の必要を説いた「新経済社会７カ年計画」（1979 年）であった。この新７カ年計画は公的セクターの肥大化による非効率化を避け、先進国病を予防し、安定成長に移行するためには自助と社会連帯のうえにたった適正な公的福祉を形成する必要があり、「先進国に範を求め続けるのではなく……いわば日本型ともいうべき新しい福祉社会の実現を目指すものでなければならない」と述べ、福祉国家からの離脱を宣言した（経済審議会「新経済社会七カ年計画」（1979 年 8 月 3 日）、『基本行政答申総覧第四編』ぎょうせい、1987 年）。いいかえれば、1980 年代以降世界を吹き荒れた新自由主義の宣言でもあった。

その直後の 1981 年 3 月に発足した臨時行政調査会は「増税なき財政再建」を直接的な課題としたが、その答申のなかで財政再建にあたっての基本理念を「活力ある福祉社会」に求めた。この活力ある福祉社会を実現するために「個人の自立・自助の精神に立脚した家庭や近隣、職場や地域社会での連帯を基礎としつつ、効率の良い政府が適正な負担の下に福祉の充実を図ることが望ましい」とした。つまり臨調は「大きな政府」を回避するために、自助と共助を前提として、それでもうまくいかない場合の備えとしての公助という３段重ねの福祉のありようを提起したのである。このように日本社会の近未来像を規定することによって、臨調は、到来する高齢社会にむけ自立自助の精神を国民に求めたのである。

このありかたはなんら変わることなく今日まで引き継がれている。例えば、少子高齢社会への対応である。その枠組みが 1995 年の高齢社会対策基本法によって与えられ、1996 年に対策大綱が閣議決定された。その後、定年による団塊世代の大量退職などの社会の変化に対応するために 2001 年に見直されて以降、2018 年には 4 度目の見直しがなされ新大綱が閣議決定された。しかし、この新大綱の基本理念は、「公正で活力ある、地域社会が自立と連帯の精神に立脚して形成される、豊かな社会の構築」であり、1980 年代初めの臨調報告からなにひとつ変わっていない。つまり、高齢社会対策の考え方は臨調以降の日本型福祉社会論を踏襲し続けている。

自立自助を促していくためには、さまざまな保護をなくしていくことが求められる。結果として、国による保護の規制が緩和され、逆に競争が奨励されることになる。つまり、保護による国民福祉から競争に耐えうる自立自助への転換である。その結果は、「勝ち組」と「負け組」との格差の拡大であった。これが戦後一貫して続いてきた「一億総中流」社会が瓦解する原因であった。過去四半世紀あまりのデータの推移に示されているように、いろいろな手は打たれてきても、しかし、これが現状である。よくいわれるように、政府の失敗、市場の失敗以外の何物でもない。

新自由主義の考え方に基づき小さな政府を目標としてきたかのようであるが、実態は不況対策のための公共投資などにより財政赤字が膨らみ、2012 年度末までには国の借金が 1000 兆円を超えた。財務省の予想では 2020 年度末の国債の発行残高が

1038兆円である。大きな政府を回避するという新自由主義的政策が1980年代初め以降続けられてきているが、結果は大きな政府のままである。たいへんな矛盾である。平均消費性向が0.70～0.75程度の今の日本における公共投資の経済的効果が小さいにもかかわらず、現実には国債発行に頼る大きな政府であり続けたのである。金融財政政策によって持続的に経済成長を図り完全雇用を実現し国民の福祉を確保するというあり方はすでに破綻しているにもかかわらず、にである。政府の失敗である。他方、失業や貧困といった社会問題に示されるように、市場での自由競争を通じて経済的な公平性を達成したなどとは到底言えず、いわゆる格差社会となっている。市場の失敗である。

４．SDGsを担うは社会的連帯経済

このような問題はなにも日本に限らない。世界中で起こっていることである。SDGs（持続可能な開発目標）がその証しの一つである。2030年までにすべての人々すべての国々がこぞって取り組まなければ地球や私たちが暮らす社会そのものの持続可能性が失われるであろうとの認識の下、2015年9月の国連総会において、貧困の撲滅、飢餓ゼロと持続可能な農業、健康と福祉の確保、質の高い教育と続く全部で17のSDGsが掲げられた。言い換えれば、日本と同様、格差社会の諸相でもある貧困、飢餓、健康・福祉の劣化などが地球規模で問題になっていることを国連が表明したのである。

この国連総会決議は「私たちの世界を変える：持続可能な開発のための2030アジェンダ」（以下、2030アジェンダ）と題するものであるが、日本ではしばしばメインタイトルである「私たちの世界を変える」という表現が消えてしまう。とくに政府の文書にはその傾向が強い。例えば、首相官邸SDGs推進本部によるSDGsアクションプラン2018・2019・2020を見ても、あるいは推進本部が国連広報センター作成のロゴを利用する場合でも、「17 Goals to Transform our World（世界を変えるための17の目標）」というメインタイトルは消えてしまっている。ここではその意図についての詮索は避けるが、1980年代以降の新自由主義政策により格差が拡大し続け、持続不能な事態に直面しているというのが国連をはじめとする世界の共通認識になってきているのであり、その認識とは程遠い姿である。

では、誰がSDGsに取り組むのか。2030アジェンダを見るかぎりでは、取り組みの主体は民間セクターである。民間セクターとは、「零細企業から協同組合、多国籍企業まで、また市民社会組織、慈善組織」（パラグラフ41）、「零細企業から協同組合、多国籍企業に広がる多様な民間セクター」（パラグラフ67）である。しかしながら、協同組合や市民社会組織、慈善組織という非営利・協同の組織が民間セクターの中に入り込んでなぜSDGsの担い手となるのかの説明は2030アジェンダではなされていない。

この疑問に答えているのが国連社会的連帯タスクフォースUNTFSSEの文書である。タスクフォースは、ILOやFAOなどの20の国連機関に国際協同組合同盟ICAなど3つの国際NGOをアドバイザーとして加えて2013年9月に設置された。2030アジェンダ草案作成過程において社会的連帯経済の意義が必ずしも重視

されていないという危惧の下で、タスクフォースの基本的な考え方を示すために『社会的連帯経済と持続可能な開発の課題』（Social and Solidarity Economy and the Challenge of Sustainable Development: A Position Paper in the United Nations Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy（TFSSE））という報告書を 2014 年 6 月に作成している。

この報告書（以下、ポジションペーパー）をみれば、なにゆえに非営利・協同の組織が SDGs の担い手として、しかも主たる担い手として名前が挙がってくるのかが分かる。ポジションペーパーによると、地球規模での金融危機や気候の変動、貧困、不平等の拡大が続き、従来からの成長開発戦略が根本から疑問視されるようになっているが、ここ数十年支配的であった利潤極大化アプローチや企業主導型アプローチに示される「従来型のビジネス」（business as-usual）によっても成長のトリクルダウンを待つだけでも対処できない事態に立ち至っているという。

これに対して、21 世紀初頭の今日、社会的連帯経済は８つの領域で重要な役割を果たし始めているとの認識が示されている。つまり、人間らしい労働、環境、地域開発、都市と人間生活、女性、食糧安全保障、健康、連帯金融の８領域では社会的連帯経済が求められている、と。そして、この社会的連帯経済を導くのは協同や連帯、倫理、民主的自主管理といった原則や実践であり、これらを原則とする多様な形態の協同組合が社会的連帯経済の典型だとしている。もちろん、社会的連帯経済は協同組合からのみ構成されるものではなく、この他に社会的企業や自助グループ、コミュニティ組織、サービス供給型 NGO、連帯金融なども構成員だとしている。

これらの指摘を念頭に置けば、2030 アジェンダの中に登場する協同組合、市民社会組織、慈善組織が社会的連帯経済の象徴的存在であることが分かる。さらには、SDGs の担い手は民間セクターだが、企業主導型の利潤極大化アプローチをとる「従来型のビジネス」が主役とは言えず、社会的連帯経済こそが SDGs の主たる担い手だと言っているに等しい。もちろん、国際的な合意を取るうえで玉虫色になることは否めず、2030 アジェンダでは「従来型のビジネス」が排除されているわけではない点に注意が必要である。

５．「より良い社会」を支える社会的連帯経済

タスクフォースの報告書を借りて社会的連帯経済の説明をしたが、残念ながら、わが国ではこの言葉がほとんど知られていない。のみならず、言葉自体が堅くなじみにくい。という訳で、社会的連帯経済に替えて「つながる経済」という言葉が使われ始めてもいる。タスクフォースの指摘の中にもあるように、連帯や協同に表現される人々のつながりとそれを支える信頼関係が社会的連帯経済の特徴だという点を踏まえれば、「つながる経済」という言葉にも説得力がある。

「つながる経済」でも分かるように、つながって社会貢献に奮闘している市民社会組織はわが国でも数多く存在する。介護や育児など地域的課題に取り組む協同組合の組合員の取り組みや、こども食堂やフードバンクに取り組む NPO、生活困窮者支援に奔走する市民団体など、例をあげれば枚挙にいとまがないほどであり、政治や行政サービスの谷間であえぐ人々がいかに多い

かを物語ってもいる。現在ではコロナ禍対応に獅子奮迅の格闘をする人々の姿も数多くみられる。さらに言えば、今国会で成立した労働者協同組合法である。イギリスでの例（ハックニー・コミュニティ・トランスポート）にもみられるように、労働者協同組合は社会的排除と失業という大きな社会問題に取り組み、両者を同時に解決できる能力がきわめて高い。

では、つながって課題に取り組む市民社会組織が活躍する世の中、社会的連帯経済が主たる担い手となってSDGs達成へと向かう社会とはどんな社会だろうか。この点で参考になるのが前述のウィルキンソンの提起である。彼は国連やOECDなどの国際機関のデータを比較分析したうえで「より良い社会」という考えを示している。彼によれば、「より良い社会」とは次のような社会である。すなわち、①分断の少ない社会、②ふれあいの実感を取り戻した社会、③地球温暖化の脅威を克服できる社会、④コミュニティの仲間として協力できる社会、⑤非営利分野のより発達した社会、である。

ふれあいの実感を取り戻しコミュニティの仲間と協力し合うことができる分断のない社会、非営利の市民社会組織が発達した社会こそ、パットナムが言うソーシャル・キャピタル（社会関係資本）の豊かな社会である。1980年代から続く新自由主義政策の結果、世界中が、格差社会という言葉に示されるような分断の多い社会になってしまっている。しかしながら、ウィルキンソンの言葉を借りるなら、「ソーシャル・キャピタルが高い社会の市民は格差を少なくするようだし、格差そのものが社会を分裂させるようで」あるが、「すでに一部の先進国で実現しているように、格差をわずかに減らしただけでも、生活の質が劇的に変わってしまうことは立証されている」のである。だとするならば、コロナ禍にあえぐ現在、「より良い社会」は一層求められることになる。なぜならば、コミュニティの仲間と協力できる社会、ふれあいの実感を取り戻した社会こそが誰でも駆け込むことができる頼りになる社会であり、社会的連帯経済、言い換えれば「つながる経済」こそが、コロナ禍に覆われた格差社会を克服できる可能性を秘めていると信じるからである。

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

03

新型コロナウイルス感染下でも「人とのつながり」は必要

佐藤 正司（帝京平成大学健康医療スポーツ学部理学療法学科講師）
近藤 克則（千葉大学予防医学センター教授）

佐藤正司氏（左）・近藤克則氏（右）

はじめに

2020 年 11 月 27 日現在、日本国内における新型コロナウイルス（以下、COVID-19）感染者が全国的に増えており、「第 3 波の到来」と指摘されている。継続して感染予防対策が重要であることは言うまでもない。WHO によれば、COVID-19 に対する対策は他者との物理的距離を確保すること、外出を控えてできるだけ他者との接触を減らすこと[1)]である。しかし社会的な行動制限が長期化すると、人との交流や「人とのつながり」が減ることにより閉じこもりが起きる等、健康や Well-being を損なう弊害も懸念される。特に大きな影響を受けるのは高齢者である[1) 2)]。では、一体どうしたら良いのだろうか。

小論では、「健康の社会的決定要因を解明する疫学の一分野」である社会疫学の視点から、COVID-19 対策への示唆を我々が取り組む日本老年学的評価研究（Japan Gerontological Evaluation Study; 以下、JAGES）（**図 1**）を中心に、外出や人との交流、社会参加など高齢者の「人とのつながり」と健康との関連を示した研究知見を基に科学的根拠を紹介し、処方箋（対策）を考える。

「人とのつながり」と「健康格差」

社会的な構造や環境、住民と健康および疾病の相互関係を解明しようとする社会疫学分野において以前から注目されているのが、「人とのつながり」である。日常の生活の中で我々は「人とのつながり」から様々な社会的サポートを得ることができる。社会的サポートは、周りの人からのサポートのことで、情緒的・手段的・情報的サポートなどに分類される。情緒的サポートは、不安や愚痴、話を聞いてくれたり、慰めたり励ましてくれるもの、手段的サポートは、病気で寝込んだときに看病してくれたり、子どもをちょっと預かってくれ

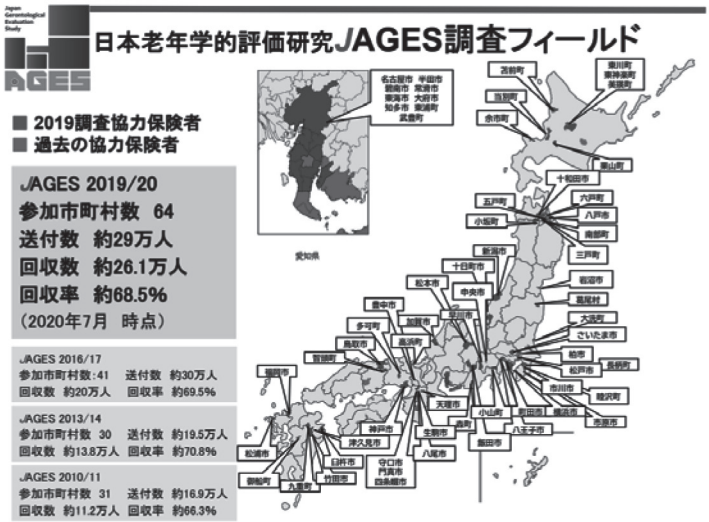


図１　日本老年学的評価研究 (JAGES) の概要

るなど、手を貸してくれるものである。このような社会的サポートが乏しい社会的弱者の健康状態が、そうでない人たちと比べ悪い、という健康格差を生み出す重要な要因の１つになっている[3)]。それは、どのくらい健康状態に影響を及ぼしているのだろうか。小論では特に認知症、うつに注目して研究で明らかになっていることを紹介する。

１．認知症になりやすいまちと社会参加

JAGES では、要介護認定を受けていない 65 歳以上の地域在住高齢者を対象に自記式郵送調査「健康と暮らしの調査」を 2010 年から３年ごとに全国各地の 30 ～ 64 市町村と共同して行ってきた。すると認知症のリスク要因の１つである手段的日常生活動作（Instrumental Activities of Daily Living; 以下、IADL：金銭管理や公共交通機関の利用など）に制限がある人の割合は 7.9 ～ 23.2% と約３倍の地域間格差があった[4)]。さらに調べてみると認知症発症の前駆症状と言える「もの忘れ」がある人の割合では 7.1 ～ 35.6% と最大５倍もの地域間格差が認められた[5)]（**図２**）。

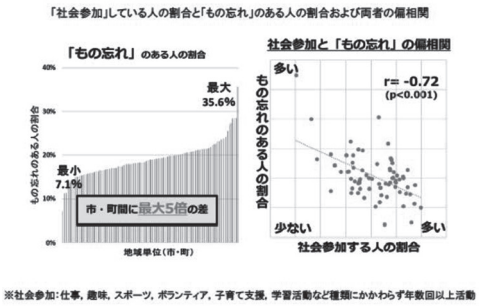


図２ 「もの忘れ」における地域間格差

驚くべきことに他の地域と比べ３～５倍も認知症になりやすいまちや、認知症リスクが高いまちがあることが明らかになってきた。そうなると地域におけるくらしの中で、何が要因なのか、その中には変えることができる要因があるのか、という疑問も湧いてくる。そこで多くの社会的要因の中で、介入可能性のある要因を探索した。JAGES の前身でもある愛知県老年学的評価研究（以下、AGES）では愛知県知多半島の６市町村を対象とした調査で約 1.4 万人を 9.4 年間追跡した。すると注目すべきことに「人とのつながり」が乏しい人と比べ、多様なつながりがある人では認知症発症リスクは約 46% 少ないことが分かった[4)]。

２．うつと社会参加

うつは要介護状態や認知症のリスク要因の１つであると指摘されている[6)]。人口高齢化の影響を除くため、前期高齢者に限定してもうつの人の割合は市町村間で約 15 ～ 30% と約２倍の地域間格差を認めた[4)]。つまり、「うつになりやすいまち」があることが分かった。誰だって、「うつになりやすい、要介護になるリスクが高いまちで暮らしたい」とは思わない。そこで関連する地域要因を探してみると、年齢、性別に関わらず趣味の会に参加している高齢者が多い市町村ほど、うつ得点が低くメンタルヘルスが良かった[3)]（**図３**）。さらにボランティア、趣味、スポーツの会など５種類の活動への参加（多様な人とのつながり）や社会的サポートが多い市町村（地域）ほど、うつ割合が低かった[4)]。また、個人要因を比較してみると運動しない高齢者に比べ、週２回以上、または人と一緒に運動している高齢者では２年後に新たにうつになるリスクは約 47%、人と一緒に週２回以上スポーツをすると、リスクが約 60% 減少していた[4)]。

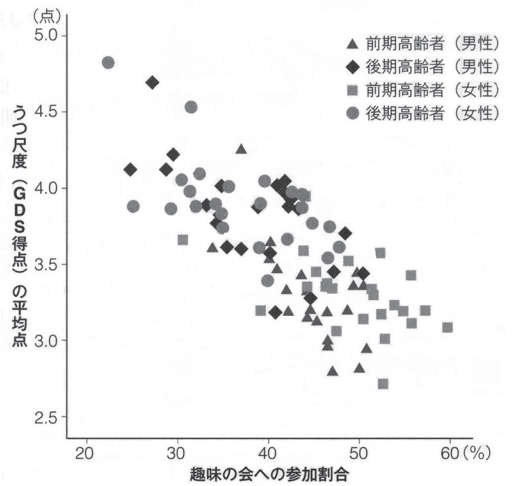


図３　高齢者の趣味の会への参加割合と、うつ得点 (25 市町村単位)

以上の研究知見から認知症、うつには、居住地域の違いによって格差があること、そして関連要因としてコロナ禍で減少している社会参加（人とのつながり）に健康に保護的な効果があることが明らかになってきた。次なる疑問は、果たして、「社会参加（人とのつながり）」は増やせるのだろうか、さらに社会参加を増やすことで健康指標が維持・改善されるのか、である。

地域介入研究

１．社会参加（人とのつながり）は増やせるのか

「健康日本 21（第２次）」では社会参加しやすい「社会環境の整備」などを通じて「健康格差の縮小」を図ることを基本的な方向として示している[7)]。そこで実際に地域に介入し社会参加（人とのつながり）を増やせるのか検証した。JAGES では愛知県武豊町における介護予防事業として「憩いのサロン」の開設およびその後の変化を評価する取り組みを自治体とともに進めた[3)]。

「憩いのサロン」を開所して数ヵ月後に参加者を追跡調査すると、健康に対する保護的な効果があるとされる「社会的サポート」が増えたと感じている人がサロン参加者の 35.0 ～ 87.5% であった[8)]。さらにサロンへの参加には様々な波及効果もあった。サロン参加者同士で交流が広がり、お互いの健康を気遣うようになった、と感じている人が多かった。交流が広がると、健康情報を共有する機会になり、サロン非参加者に比べ参加者は、新たにスポーツやボランティアの会などに参加を始めた人が多かった[9)]。つまり、サロンへの参加が新たな社会参加（人とのつながり）を生むことが分かってきた。

２．社会参加（人とのつながり）により健康指標は維持・改善するのか

「憩いのサロン」に参加することによる健康への効果を検証するため、参加者と非参加者の介入前後の健康状態を追跡し比較した。「憩いのサロン」が開所された地点から参加者の居住地までの距離を変数として用いた。その結果、介入前に健康状態が良い、と感じている人がサロンに参加している影響を差し引いても、５年間の要介護認定率は非参加群では 14% に対し、参加群では 7.7% でありおよそ半分に抑えられていた。７年間追跡して比較すると、認知機能低下リスクが参加者では非参加者に比べ約 30% 少なくなっていた[8]。

With コロナ時代の社会参加（人とのつながり）をどうつくるか

COVID-19 感染拡大防止の観点から政府、地方公共団体より不要不急の外出自粛や密閉、密集、密接の「３密」を避けることが要請され、直接顔を合わせて、気軽に会話をすることも憚られるようになった。さらに COVID-19 第３波ともいえる感染拡大および長期化により、高齢者の外出機会は減少し、社会参加（人とのつながり）が制限されていることが懸念される。2020 年度武豊町高齢者福祉関連アンケート調査報告書によると、介護サービスを利用する高齢者を対象にアンケートを実施し、COVID-19 感染拡大後に外出が減った、と自覚している人が 33.5% であった。外出機会が減少すれば当然、人との交流が減ることが予想される。別の報告によれば、人との交流が毎日頻繁にある人と比べ、週１回未満の人は要介護状態になるリスクが約 1.37 倍、認知症になるリスクが約 1.45 倍、そして死亡するリスクが約 1.34 倍であった[10]（**図４**）。

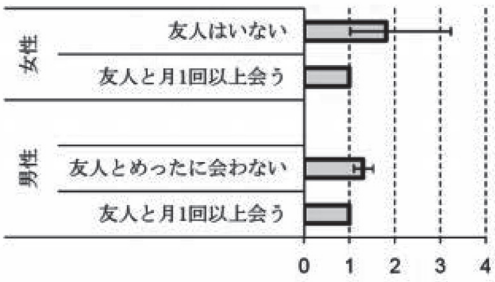


図４　「人とのつながり」と死亡リスク

このように COVID-19 感染を予防できたとしても、COVID-19 感染症以外の生活・認知機能低下などの健康二次被害が懸念される[11]。それでは、一体どんな対策が考えられるだろうか。

図５　厚生労働省特設サイト「地域がいきいき集まろう！通いの場」オンライン通いの場アプリ

厚生労働省からは新しい生活様式に対応した高齢者の介護予防の取り組みとして特設 Web サイト「地域がいきいき　集まろう！通いの場」を開設している。高齢者本人や、家族、支援者等の方々に対して、居宅においても健康を維持するため、そして安心して通いの場の活動を再開するために必要な情報を発信している[12]（**図５**）。

海外に目を向けると、緊急時のメンタルヘルスと心理社会的サポートに関する機関間常設委員会（Inter-Agency Standing Committee; 以下、IASC）では電話やインターネットなどのオンラインツールの導入が推奨されている[13]。

一方で、高齢者にオンラインツールを導入することは非現実的ではないか、という声もある。そこで JAGES が 2019 年度に全国 64 市町村を対象に行った調査において、高齢者のインターネット使用状況について調査した。「あなたは過去 1 年間に、インターネットやメールをどのくらい使いましたか。」と質問し、「使わなかった」「月に数回使う」「週に２～３回使う」「ほぼ毎日使う」の４つの選択肢から選んでもらい、「月に数回使う」「週に２～３回使う」「ほぼ毎日使う」と回答した場合に「インターネット利用あり」とした。その結果なんと、前期高齢者（65 ～ 74 歳）では約 72.7%、後期高齢者（75 歳以上）でも約 46.5% がすでにインターネットを利用していた[14]（**図６**）。総務省「通信利用動向調査」においても、インターネット利用率が 70 ～ 79 歳層では 2018 年 51.0% から 2019 年 74.2% へ急激に増加。80 歳以上でも 2018 年 21.5% から 2019 年 57.5% へ倍増している[15]。さらにソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）利用についての調査結果では SNS 利用率が 70 ～ 79 歳層では 2018 年 23.6% から 2019 年 40.7% へ急激に増加。80 歳以上では 2018 年 16.9% から 2019 年 42.8% へ倍増した[15]。

これらのデータから考えると、すでに高齢者の半数はインターネットへ接続し、コミュニケーションツールとして使っている高齢者へのオンラインツールの活用は、半数を超える高齢者においては、もはや実用段階にあると考えられる。「人とのつながり」が乏しい社会的孤立状態の人と比べて、非対面のみの交流（手紙、電話、メールなど）でも交流しているとうつがおおよそ半分と少なかった（**図７**）ことから、健康保護効果も期待できる。

しかし、大きな課題も残っている。全国 64 市町村間で比較すると、インターネット利用割合は最大 78.8%、最小 33.7% であり、2.3 倍の地域間格差が存在した[14]（**図８**）。このような地域間格差に対しては、郵便や電話に導入済のユニバーサルサービス制度をインターネット環境にも拡大することなどを検討すべきと考える。

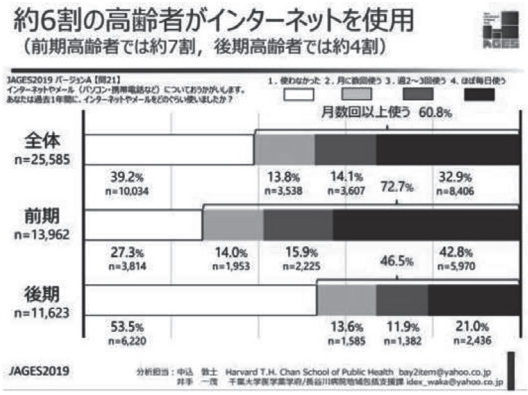


図６　高齢者のインターネット利用状況調査
(JAGES2019 年度調査)

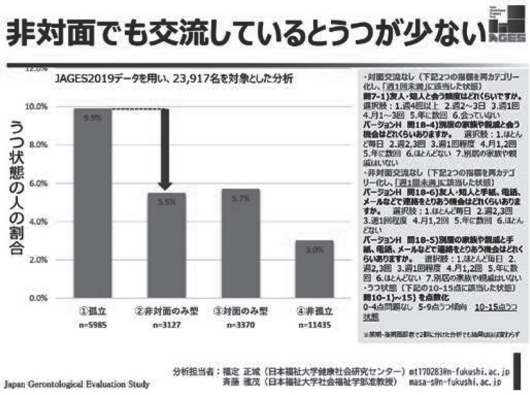


図７　非対面 (手紙、電話、メール) 交流の健康保護効果（JAGES 2019 年度調査）

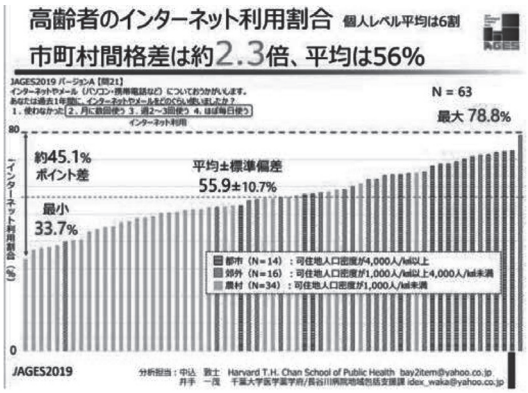


図８　高齢者のインターネット利用状況における地域間格差 (JAGES2019 年度調査)

おわりに

小論では、高齢者が人との交流ができる場やサロンなどにより社会参加（人とのつながり）を増やすことで健康指標が維持・改善することを、これまでの研究知見を踏まえ論じた。しかし未曽有の COVID-19 感染拡大および長期化により、自粛によって高齢者の外出機会が減ることから「人とのつながり」が減弱化することで認知症やうつなどの健康二次被害が懸念される。密閉、密接、密集を回避し感染リスクを抑えつつ、人との交流、社会参加の機会を維持・改善することで、感染リスクと健康二次被害リスクを最小限に抑えていくことが望ましい。

「COVID-19 による社会的格差の拡大や地球規模での環境保全問題」に対し終息を待ち続けるだけでなく、各地域の実情に合わせ、十分な感染症対策を取りつつ高齢者の交流の場を再開していくことも考えるべきである[9)]。加えて地域の特性に合わせてインターネットなどを活用して「積極的なくらしのあり方の追及」といった生協やくらしと協同の研究所の活動・取り組みが With コロナ時代の処方箋（対策）として求められているのではないだろうか。

謝辞：

JAGES プロジェクトは、厚生労働科学研究費補助金（H28- 長寿 - 一般 -002 など）、基盤研究 A（15H01972,20H00557 など）、日本医療研究開発機構（AMED JP19dk0110034,JP20dk0110034 など）、国立長寿医療研究センター研究開発費（20-19 など）、WHO をはじめ多数の研究助成を受けて進められている。この場を借りて感謝致します。

注）

1）World Health Organization. Overview of public health and social measures in the context of COVID-19. https://www.who.int/publications/i/item/overview-of-public-health-and-social-measures-in-the-context-of-covid-19

2）Centers for Disease Control.Coronavirus Disease 2019（COVID-19）.People at Increased Risk.https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/need-extra-precautions/index.html?CDC_AA_refVal=https%3A%2F%2Fwww.cdc.gov%2Fcoronavirus%2F2019-ncov%2Fneed-extra-precautions%2Fpeople-at-increased-risk.

html
3）近藤克則．健康格差社会への処方箋 . 医学書院. 2017
4）近藤克則．長生きできる町．角川新書．2018
5）近藤克則.「ゼロ次予防」のための設計科学－暮らしている人が健康になる社会づくりに向けて－．横幹 2020;14(1),16-23.
6）平井寛 他．地域在住高齢者の要介護認定のリスク要因の検討：AGES プロジェクト 3 年間の追跡研究 . 日本公衆衛生雑誌 2009;56(8),501-512.
7）厚生労働省．国民の健康の増進の総合的な推進を図るための基本的な方針．厚生労働省告示第四百三十号 . https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002eyv5-att/2r9852000002eywv.pdf
8）近藤克則（編）．ソーシャル・キャピタルと健康・福祉 実証研究の手法から政策・実践への応用まで．ミネルヴァ書房．2020
9）近藤克則（編）．講座ケア 新たな人間－社会像に向けて 第 4 巻 ケアと健康－社会・地域・病い－．ミネルヴァ書房．2016
10）齊藤雅茂 他．健康指標との関連からみた高齢者の社会的孤立基準の検討 -10 年間の AGES コホートより -．日本公衆衛生雑誌 2015 ; 62(3). 95-105.
11）スポーツ庁．With コロナ時代に高齢者の健康二次被害をスポーツや社会参加で予防するために～スポーツを通じた高齢者向け健康二次被害予防ガイドライン～．https://www.mext.go.jp/sports/content/000081517.pdf
12）厚生労働省．地域がいきいき 集まろう！通いの場．https://kayoinoba.mhlw.go.jp/
13）IASC Reference group on mental health and psychosocial support.Guidance.Operational considerations for multisectoral mental health and psychosocial support programmes during the COVID-19 pandemic.https://interagencystandingcommittee.org/system/files/2020-06/IASC%20Guidance%20on%20Operational%20considerations%20for%20Multisectoral%20MHPSS%20Programmes%20during%20the%20COVID-19%20Pandemic.pdf
14）井手一茂 他 : 高齢者の 6 割は、月に数回以上ネット・メールを使用 . 週刊保健衛生ニュース 2020 年 10 月 26 日 第 2082 号 .
15）総務省．通信利用動向調査．https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a.html
※インターネット・ソースは、すべて 2020 年 11 月 28 日に最終閲覧した。

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

04

新型コロナ、技能実習生、そして農業労働のゆくえ

佐藤 忍（香川大学経済学部 教授）

佐藤 忍氏

1．「移住国家」への扉

新型コロナは「移住国家」（migration state）への扉を開いたばかりの日本を直撃した。

モノ・カネ・サービスの貿易が国民経済にとってチャンスと同時にリスクを伴うものであるように、人の移動もそうである。労働市場を開放し、外国人労働者を導入しようとすれば、様々な弊害も懸念される。その弊害を最小限にとどめようとすれば、国境はある程度閉鎖しなければならない。「開くと同時に閉じる」という一見矛盾しているような政策が「一時的移住政策」（temporary migration policies）である。その推進力は、「市場」(Markets)、「権利」（Rights）、「治安」（Security）、「文化」（Culture）という 4 つの異質な観点である。外国人労働者を受け入れるさいには、「市場」の側面だけでなく、彼らに付与されるべき「権利」、さらには「文化」的な不安についても考慮する必要がある。さらには「治安」への対応も欠かせない。異質な諸側面のあいだのバランスをとることが、「移住国家」の要諦である[1)]。

日本の代表的な一時的移住政策は、技能実習制度である。この制度には多くの不正がこれまで頻繁に指摘されてきた。制度の欠陥や廃止もさかんに唱えられてきた。幾度かの修正を重ね、制度の適正化と技能実習生の保護強化とを目指して、技能実習法という新しい法律（2017 年施行）が成立した。「入管法と労働法とのハイブリッド型法制[2)]」との積極的な評価が与えられている。法的な枠組みのこうした刷新によって、技能実習制度は、大方の予想を裏切ることになるのだが、日本の社会に埋め込まれることになった。これまでのような“サイドドア”の地位ではもはやなく、いまやフロントドアへと、すなわち日本的な一時的移住政策へと転換したのである。2019 年改正入管法による「特定技能」の創設は、この一時的移住政策のさらなる拡充であった。そしてまた、この 2017 年を起点として、技能実習生および特定

技能人材に関する政府間協定がアジア諸国との間で次々と締結されることになる。主権国家が国境を越える労働市場の規制主体として正式に参画しはじめたのである[3)]。

2．新型コロナの衝撃

人の移動によって新型コロナの感染は拡大する。それゆえ国境が閉鎖された。外国人の新規入国者数は激減した。新規入国者の圧倒的多数は、「短期滞在」である。訪日観光客がその代表である。インバウンドが日本経済再生の切り札として注目されていた矢先のことである。令和元年に 2800 万人近くに達する勢いで増加してきたが、新型コロナの影響により令和 2 年上半期の新規入国者数は一挙に 340 万人程度にまで縮小した。対前年同期比で 77.2％の減少である。インバウンドと同じような勢いで外国人労働者も増加していた。そのなかの主力といってよい「技能実習」の新規入国者数をみよう（**図表 1**）。「技能実習」の新規入国者は合計すると、2016 年の 10 万人から 2019 年には 19 万人弱に膨らんでいる。そのうち圧倒的な部分は、中小零細企業向

図表 1　外国人新規入国者数（在留資格別）

在留資格	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年上半期	構成比	対前年同期比増減率
総数	21,092,975	25,092,020	27,574,232	28,402,509	3,446,986	100.0	-77.0
短期滞在	20,665,390	24,617,024	27,054,549	27,810,548	3,348,817	97.2	-77.2
技能実習 1 号イ	6,665	7,492	6,222	6,300	1,221	0.0	-60.4
技能実習 1 号ロ	99,453	120,179	137,973	167,405	38,206	1.1	-50.3
技能実習 2 号イ	2		12	8	1	0.0	-80.0
技能実習 2 号ロ	11	9	242	183	32	0.0	-28.9
技能実習 3 号イ			64	226	46	0.0	-56.6
技能実習 3 号ロ		8	5,648	14,750	3,993	0.1	-32.3
技術・人文知識・国際業務	20,940	25,063	34,182	43,880	10,636	0.3	-51.7
留学	108,146	123,232	124,269	121,637	7,000	0.2	-88.6

出所：出入国在留管理庁ＨＰ「令和 2 年上半期における外国人入国者数及び日本人出国者数等について」より作成。

図表２　在留外国人数（在留資格別）

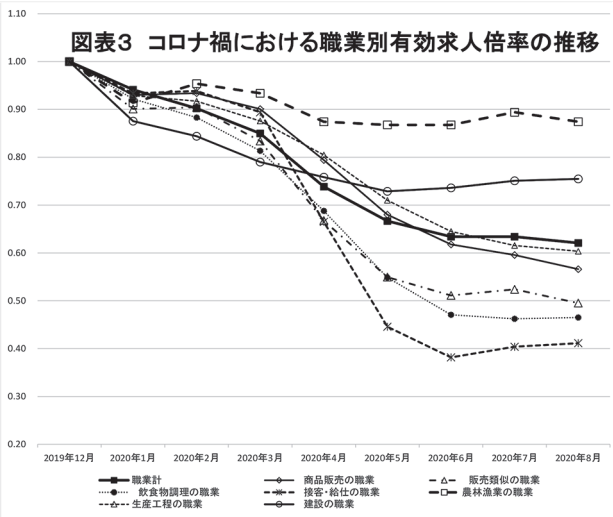
在留資格	2016 年末	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 6 月末	構成比	対前年末増減率
総数	2,382,822	2,561,848	2,731,093	2,933,137	2,885,904	100.0	-1.6
中長期在留者	2,043,872	2,232,026	2,409,677	2,620,636	2,576,622	89.3	-1.7
永住者	727,111	749,191	771,568	793,164	800,872	27.8	1.0
技能実習	228,588	274,233	328,360	410,972	402,422	13.9	-2.1
技能実習 1 号イ	4,943	5,971	5,128	4,975	3,632	0.1	-27.0
技能実習 1 号ロ	97,642	118,101	138,249	164,408	129,084	4.5	-21.5
技能実習 2 号イ	3,207	3,424	3,712	4,268	4,368	0.2	2.3
技能実習 2 号ロ	122,796	146,729	173,873	210,965	232,316	8.1	10.1
技能実習 3 号イ			220	605	706	0.0	16.7
技能実習 3 号ロ		8	7,178	25,751	32,316	1.1	25.5
技術・人文知識・国際業務	161,124	189,273	225,724	271,999	288,995	10.0	6.2
留学	277,331	311,505	337,000	345,791	280,273	9.7	-18.9

出所：出入国在留管理庁ＨＰ「令和 2 年 6 月末現在における在留外国人数について」より作成。

けの団体管理型に分類される「技能実習１号ロ」である。2017年技能実習法で創設されたばかりの「技能実習３号」の新規入国も順調に増加していたことが分かる。しかしながら2020年上半期には激減した。「技能実習」合計で４万人程度である。

一方、在留外国人の総数は新規入国者数ほどには大きく減少していない（**図表２**）。2019年末時点から2020年６月末時点にかけて総数では５万人弱の減少にとどまった。増加の傾向に歯止めがかかったといったところであろう。対前年比でマイナス1.6％である。技能実習生の在留者数もそれまでの増加傾向がストップし、41万人から40万人へとわずかに低下した。技能実習の２号および３号の在留者数は出国停止によりむしろ増加している。大きく減少したのは、労働力として新たに迎える「技能実習１号」である。対前年比で20％を超える減少である。

他方、新型コロナは国境を越える移動だけでなく、国内における移動も制限した。観光や飲食等のサービス業の消費需要がこれにより蒸発した。景気後退とともに労働需要も一気に冷え込んだ。労働市場は労働力不足から労働力余剰の状態へと様変わりした。職業別有効求人倍率の推移にそれをみることができる（**図表３**）。2019年12月から2020年８月にかけて職業計の有効求人倍率は４割程度落ち込んだ。なかでも飲食や接客関連の職業において労働需給が急速に悪化しているのが分かる。コロナ禍において相対的に労働需給が安定しているのは、農林漁業である。農林漁業の有効求人倍率は、1.51から1.32に低下しているが、安定的に推移しており、コロナ禍の雇用の受け皿として急浮上した。



図表３　コロナ禍における職業別有効求人倍率の推移

出所：厚生労働省「一般職業紹介状況」より作成。

３．異業種連携の活発化

農業労働力はコロナ禍以前においてすでに多様化が進展していた[4]が、コロナ禍において、より一層、農業を舞台として異業種との人材交流が活発になった。

まずなによりも在留している技能実習生のなかで、帰国できなくなったり、検定等の受験が中止になり、次の段階へ進めなくなったり、あるいは実習先の経営悪化等により実習継続が困難となったなど、不測の事態に直面した者にたいして、様々な方策の再就職支援等の措置が講じられた。そのさいに農業が主要なマッチングの分野となった[5]。

また外食産業では従業員の雇用確保のために、農業を出向先とする従業員シェアリングや、人材派遣業への参入をつうじて、農業に従業員を派遣するといったことがはじまった。あるいは農業に特化したアルバイトの仲介事業に乗り出す業者も現れている。マッチングアプリの開発・運営によって、閑散期の宿泊施設の社員のための中長

図表４　労働者構成と営農形態

	水稲経営	畑作経営	野菜作経営	水稲複合経営	果樹経営	果樹経営	
パート	10.0	11.8	10.9	35.5	22.7	9.1	100.0
シルバー	25.0	50.0			25.0		100.0
派遣		28.6		71.4			100.0
その他（親戚等）	16.7			50.0	16.7	16.7	100.0
パート＋シルバー	10.0	20.0	40.0	20.0	10.0		100.0
パート＋実習生			7.1	21.4	71.4		100.0
パート＋派遣	13.3	13.3	3.3	60.0	3.3	6.7	100.0

資料：人材派遣会社 A 社「農家雇用労働力の現状におけるアンケート調査」より作成。
注記：札幌の 5 農協、332 農家からの回答。
出所　高畑祐樹『農業における派遣労働力利用の成立条件　派遣労働力は農業を救うのか』筑波書房、2019 年、38 頁。

図表５　労働者と作業期間

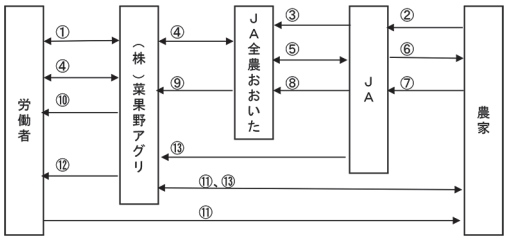
	1 週間以内		2 週間以内		3 週間以内		1 ヶ月以内		2 ヶ月以内		3 ヶ月以内		3 ヶ月以上		
パート	30.0		6.4		6.4		17.3		10.0		14.5		15.5		100.0
シルバー	50.0		25.0		25.0										100.0
派遣	85.7		14.3												100.0
その他（親戚等）	40.0		40.0								20.0				100.0
パート (p) ＋ シルバー (s)	(p) 20.0	(s) 50.0	(p) 10.0	(s)	(p)	(s) 10.0	(p) 10.0	(s) 20.0	(p) 20.0	(s) 10.0	(p) 30.0	(s)	(p) 10.0	(s) 10.0	100.0 100.0
パート (p) ＋ 実習生 (t)	(p)	(t)	(p)	(t)	(p)	(t)	(p) 14.3	(t)	(p) 14.3	(t)	(p) 7.1	(t)	(p) 64.3	(t) 100.0	100.0 100.0
パート (p) ＋ 派遣 (d)	(p) 38.7	(d) 67.7	(p) 16.1	(d) 9.7	(p) 6.5	(d) 3.2	(p) 12.9	(p) 6.5	(p) 6.5	(d) 3.2	(p) 12.9	(d) 6.5	(p) 9.7	(d)	100.0 100.0

資料：同上。
注記：同上。
出所：高畑祐樹、同上、39 頁。

期のアルバイトの紹介や、副業が禁止されている会社員や公務員にも参加しやすい有償ボランティアの募集によって、都市部人材と農家をつなぐ取組みも行われている[6)]。

農業に派遣される労働者はどのような作業をするのだろうか。派遣労働者を活用している農家にアンケート調査した研究がある[7)]。北海道・札幌の 5 農協、332 農家の回答結果である。それによれば、派遣労働者を利用している農家は「水稲複合経営」が多い。他方、技能実習生とパート労働者を利用している農家は、「果樹経営」に多い（**図表４**）。つまり、「本来最も労働力を必要とするはずの果樹経営において派遣労働者をあまり利用していない」。この違いは作業期間の長短にも反映されている。派遣労働者の作業期間は「1 週間以内」（85.7％）とスポット的である。技能実習生の全員が「３か月以上」であるのと対極

図表６　ＪＡ全農おおいたによる農業労働力支援の流れ



①募集、応募、面談、登録②作業依頼③依頼内容通知④請負金額等の協議・日程調整等⑤請負金額等の通知⑥請負金額等の通知⑦受諾後、依頼⑧依頼⑨作業請負の通知⑩出勤要請⑪作業請負の実施⑫賃金の支払い⑬委託代金の支払い
出所：草野拓司「JA 全農おおいたとパートナー企業の連携による労働力支援の取組み」『農中総研　調査と情報』第 78 号、2020.5、24 頁。

的である（**図表５**）。派遣労働者の作業内容は､｢ポット洗い･苗運び」や「除草作業」といった「極めて単純」である[8)]。北海道における 2015 年の調査であるが、少なくとも、この頃の派遣労働者の活用はきわめて臨時的・周辺的であったと思われる。

農協が主体的に農家の労働力支援に取り組むケースも増えてきたようである。「JA 全農おおいた」は農家が必要な労働力を必要なときに提供するための仕組みを 2014 年から、「（株）菜果野アグリ」というパートナー企業と連携して作り上げている（**図表６**）。仕組みは図のとおりである。（株）菜果野は労働者を募集し雇用する。そのさいに働く人の都合を最優先する。ハードルはできるだけ低くし、好きなときに、好きなだけ働いてくれればよいという具合である。JA をコーディネータとして農家との間で作業内容・日程、金額等を詰め、農作業を請け負う。請負作業の現場責任者は（株）菜果野が担うから、農家は労務管理から解放される。農家の労働需要に機敏に対応するためには、（株）菜果野は安定的な雇用を確保しておく必要がある。そのために農協の選果場での作業や近隣の県外における作業など農閑期の作業量を開拓し、作業量の平準化を追求している。JA 全農は、2020 年 4 月、この大分方式を全国展開するために、専門部署として「労働力支援対策室」を設置している[9)]。

こうした民間レベルにおける取組みを踏まえて、農林水産省は、2020 年 4 月、予算規模 47 億円の「農業労働力確保緊急支援事業」を立ち上げた。実施要綱は次のように事業の趣旨を述べている。「新型コロナウィルス感染症の影響により生じた外国人材の入国制限等による人手不足という新たな事態に直面する中、人手不足を解消し農業生産を維持することが急務となっている。」とし、「受入れ予定であった外国人材を受け入れられない時等に、農作業を代替して行う人材を雇用する際に必要となる掛かり増し経費等」を支援するとした[10)]。「代替人材」のための「掛かり増し経費」の試算は次の表のごとくである。

外国人技能実習生にかかる経費は、監理費を含めて 22.8 万円とし、それとの差額が「代替人材」のための「掛かり増し経費」である。人材紹介会社、人材派遣会社あるいは作業受託会社などの人材サービス業の仲介により労働力を確保した場合のそれぞれの追加負担分が公的に補償されることに

図表７　「代替人材」の確保支援事業

	交通費	宿泊費	労賃	保険料	計	支援金額
外国人技能実習生	0 万円	0 万円	22.8 万円 (1)	考慮しない	22.8 万円	―
①人材紹介会社から紹介	1 万円 (2)	3 万円 (3)	28 万円 (4)	2.5 万円	34.5 万円	11.7 万円
②人材派遣会社から派遣	1 万円 (5)	3 万円 (6)	33.3 万円（派遣料）(7)		34.5 万円	14.5 万円
③作業受託会社に依頼	30.0 万円 (作業受託料)(8)				30.0 万円	7.2 万円

注記：(1) 例：1,000 円 / 時 × 8 時間 × 26 日、監理費 2 万円 / 月。
(2) 例：アパート⇔農家の通勤。片道 20km × 26 日 × ガソリン 150 円 / L ÷ 燃費 15km/ L。
(3) 例：アパート家賃を農家負担。
(4) 例：1,200 円 / 時 × 8 時間 × 26 日。
(5) 例：派遣料と別に請求の場合。片道 20km × ガソリン 150 年 / L ÷ 燃費 15km/ L。
(6) 例：派遣料と別に請求の場合。
(7) 例：1,600 円 / 時 × 8 時間 × 26 日。
(8) 例：1.0 万円 / １０a、3ha × 1.0 万円 / １０a。所要時間も確認。
出所：農林水産省 HP「援農者緊急確保支援事業」
（*https://www.maff.go.jp/j/new_farmer/roudouryokukinkyukakuho/roudouryokukinkyukakuho.html*）

なる（**図表７**）。こうした緊急支援事業はすでに民間レベルで取り組まれている労働力支援サービスの活用と新たなサービスの開発を誘発するであろう。

他方、総務省は「特定地域づくり事業」というものをスタートさせた。先述した「JA 全農おおいた」のケースにおいて、（株）菜菓野アグリは作業量の平準化によって雇用の安定化を追求していた。農家の多様な労働需要に即応するためである。総務省「特定地域づくり事業」は、（株）菜菓野アグリのような人材のプールを全国の過疎地域等の「人口急減地域」に創出しようとするものである。そのさいの人材は当該地域の存続にかかわる様々な労働需要に対応しうるという意味で「地域づくり」のための人材であり、仕事の分野を特定しないマルチワーカーである。そしてこれらの人材プール、いいかえればベースキャンプになるのが、「特定地域づくり事業協同組合」である。市町村の財政支援があれば、届出によって労働者派遣事業を実施できるようにし、国からの財政支援を提示した[11]。

４．コロナ禍における新たな胎動

新型コロナの感染拡大に対する不安の大きさは経済活動の収縮と人々の生活の危機をもたらした。とりわけ飲食という根源的な活動に係わるサプライチェーンの危うさが露呈した。農産物は産地から消費者へ、農村から都市へ、様々なプロセスを経ながら移動し、飲食に供され、生命を支えているわけだが、その流通過程がリスクに満ちていることが判明した。ネット通販、産直サイトなど生産者と消費者との顔の見える新しい関係が生まれている。「離れてつながる」（鎌田実）というウィズ・コロナの時代の新しい行動様式が飲食の流通過程に浸透しはじめている[12]。

流通過程へのまなざしは必然的に生産過程への批判的な関心となる。食と農の、分断ではなく、統合のために、より多くの人々が農産物の生産に参加しうるようなあり方が模索されている。「地域で支えあう農業」（Community Supported Agriculture, CSA）というアイデアの運動が全世界で広がりを見せているようである[13]。農業という生産の営みをコミュニティが構成員の参加と関与によって支えていこうとするものである。新しい地産地消といってもよい。コロナ禍における総務省「特定地域づくり事業」や農水省「農業労働力確保緊急支援事業」は、農業労働の担い手のすそ野を広げ、地域のなかに、異業種のなかに、担い手を求め、地域の日常に農業を根づかせようとする仕掛けであると考えられる。派遣労働者、請負労働者、マルチワーカーなどの担い手が登場している。

こうした運動や政策は疑いなく日本の農業に新しい風を呼び込み、支えあいの輪を広げようとするものである。そのさい農水省は新たな担い手を「代替人材」と表現した。技能実習生という外国人労働者に依存している日本農業の現状に対する危機意識を反映している。技能実習生への依存のリスクの大きさが新型コロナによって顕在化したと判断し、「代替人材」の確保に向けて緊急避難的に政策のかじを切ったのである。しかしながら派遣労働者の作業内容からもわかるように、新たな担い手に過度な期待は禁物である。彼らは日本農業の担い手の貴重なすそ野であり、また農業を地域の身近な存在にしてくれる大切な役割を担っている。それであってもなお、日本農業のいまや基幹的な戦力ともいうべき技能

実習生との役割の違いもまたコロナ禍において鮮明になっている[14]。「代替人材」の開拓とともに、技能実習生の確保と能力形成もまた日本農業にとって不可欠であるといわなければならない。たとえ短期的であっても技能実習生を「地域づくり」のメンバーとして認知し、各地域それぞれにおいて共生社会を構築することが枢要な課題である。「開くと同時に閉じる」という一時的移住政策の真価が問われている。

注）

1）James F. Hollifield, The Emerging Migration State, in: *International Migration Review*, Vol. 38 No. 3, 2004, PP. 885-912; James F. Hollifield, Michael Orlando Sharpe, Japan as an 'Emerging Migration State', in: *International Relations of the Asian-Pacific*, Vol.17, 2017, pp.371-400、参照。

2）早川智津子『外国人労働者と法　入管法政策と労働法政策』信山社、2020 年、173-174 頁。

3）拙著『日本の外国人労働は受け入れ政策―人材育成指向型』ナカニシヤ出版、近刊。

4）拙稿「日本の農業労働市場はどうなっているのか―多様化する雇用実態」『農業と経済』（特集農業・農村と外国人労働者）、第 83 巻第 6 号、2017 年 6 月、16-26 頁、参照。

5）出入国在留管理庁 HP「新型コロナウィルス感染症の感染拡大等を受けた技能実習生の在留諸申請の取扱いについて」（*http://www.moj.go.jp/content/001317458.pdf*）、参照。

6）「外食、異業種に人材派遣」『日本経済新聞』2020 年 8 月 8 日；「ミカン収穫期に『助っ人』」同上、2020 年 10 月 2 日、参照。

7）高畑祐樹『農業における派遣労働力利用の成立条件　派遣労働力は農業を救うのか』筑波書房、2019 年。

8）同上、41 頁。

9）草野拓司「JA 全農おおいたとパートナー企業の連携による労働力支援の取組み」『農中総研　調査と情報』第 78 号、2020 年 5 月、参照。

10）農林水産省HP「農業労働力確保緊急支援事業」（*https://www.maff.go.jp/j/budget/attach/pdf/r2hosei-27.pdf*）；石田一喜「コロナ禍における人手不足の背景と対応」『随時発信レポート』2020 年 6 月 5 日、参照。

11）総務省 HP「人口急減地域における特定地域づくり事業の推進について」（*https://www.soumu.go.jp/main_content/000685434.pdf*）、参照。

12）小田切徳美「ポストコロナ社会と農村の課題」『農業と経済』第 86 巻第 11 号、2020 年 12 月臨時増刊号、135-144 頁、参照。

13）吉川成美「均質化する食と自然の境界をどう再生するか」同上、145-153 頁、参照。

14）堀口健治「新規就農や人材確保戦略に軌道修正はあるか」『農村と都市をむすぶ』2020 年 6・7 月合併号、79-87 頁、参照。

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

05

信用金庫だからできる支援を
～「寄り添う金融・つなげる金融」と京都信用金庫の企業支援体制

林 直樹（京都大学大学院経済学研究科 博士後期課程）

取材にご協力いただいた冨田知宏氏

1. はじめに

コロナ禍のもと、地域の中小企業の経営は一段と厳しいものとなりつつある。このような中で、京都信用金庫（以下では京都信金と略）の取り組みが経済紙で報じられるなど注目をあつめている（「京都信金が新中計　コロナ対応プロジェクト発足」『日本経済新聞』2020/6/26 付け）。果たしていかなる取り組みがなされているのか、この点について京都信金の「ゆたかなコミュニケーション室」室長の冨田知宏氏にヒアリングを行った。ヒアリングを通じて明らかになったのは、コロナ禍以前から「地域のために」を目標として努力する京都信金の姿であった。以下では「2、コロナおよび地域課題への対応」「3、「寄り添う金融・つなげる金融」」「4、人材育成と支店の意味」と節を分けて京都信金の取り組みについて示していきたい。

2. コロナおよび地域課題への対応

京都信金は、コロナへの対応として「アフターコロナ推進プロジェクト」を、また地域の課題に対して「京信人材バンク」といった試みや「創業支援」「事業承継」にも積極的に取り組んでいる。ここでは、これらの取り組みの概要について触れたい。なお、このいずれの取り組みについても、コロナ以前から継続して行われている努力の一環なのであるが、この詳細は「3、『寄り添う金融・つなげる金融』」にて触れたい。

まず、「アフターコロナ推進プロジェクト」について示す。これはコロナウイルスの感染拡大が止まらないことを前提として、その環境下で取引先企業の販路拡大などの具体的課題について特化して扱うプロジェクトである。

京都信金は、日本でコロナの感染拡大が始まった３月頃から取引先、特にコロナ禍で被害が大き

い「飲食業」「観光業」を中心に全取引先を悉皆的に訪問し、取引先の当面の資金繰りについて相談を行っている。特に5月以後には、国のコロナ対策、無利子無担保の制度融資を利用して地域企業の資金繰りを支えている。「アフターコロナ推進プロジェクト」は、このような当面の資金繰りを支援した後に、特にコロナ下で企業が売上高を回復するために何ができるのかといったことを専門的にサポートする。

より具体的な成果も出始めている。11月14日に高槻市にて行われた「高槻グルメピクニック」がその一例である。京都信金高槻支店の担当者が中心となった試みで、当地でピクニックを開催し、高槻市の飲食店が製作したお弁当を提供した。それに加えて加盟のお店で利用でき、一定回数貯まれば景品と交換できるスタンプカードも配布した。このような試みを通じて、取引先企業の売上高回復に少しでも寄与できるような努力が続けられている。

「京信人材バンク」は、「まちの人事部」という理念のもと、人と人とをつなげる活動をしたいという観点から出発した社内ベンチャーである。地域で自分に合った新しい仕事にチャレンジしたい人（求職者）と人材不足の事業者（求人事業者）、京都信金はこの両者の間を取り持っている。「3、『寄り添う金融・つなげる金融』」で述べるように、京都信金は取引先企業の課題解決を指向しており、その具体的なニーズを聞くことが現在営業の主眼となっている。これらの営業を通じて入手した細かいニーズに対応する点をサービスのセールスポイントとしている。ただし、現在は求人事業者のニーズが先行しており、求職の登録者を増やすことが今後の課題だという。

中小企業の廃業も地域の大きな課題であり、この点について京都信金は創業支援を第一にというスタンスで携わっている。例えば2006年からは「ここから、はじまる」という創業支援を、さらに本年11月2日からは「ここから、はじまるQUESTION」という新たな創業支援に特化した制度融資の取扱を始めている。これらの商品では借入からしばらくの間金利は０％であり、創業期の資金繰りを補助するものとなっている。これらの制度融資では、京都信金は信用保証協会などに頼らず自力で倒産リスクを引き受けている。行政が用意する制度融資は信用保証協会や行政が最終的な倒産リスクを引き受けることが多く、リスクを自力で引き受ける制度融資を用意している点に京都信金の注力度合いが伺える。また、孤独になりがちな起業家どうしの横の繋がりを作る「起業家成長サロン」といった催しも開き、資金調達だけではなく他側面の支援も行ってきた。

事業承継対応でも、先代から後継ぎへのスムーズな事業の継承をサポートする制度融資を用意している。スムーズな事業の継承を妨げる一つの要因は、債務保証を受け継ぐことに継承者が二の足を踏むことであり、この制度融資は一定の条件下でその担保の徴収をやめるという制度である。中小企業の廃業問題に注力するために、京都信金は専門の部署も用意している。「事業後アトツギ支援部」という事業承継を専門に扱う部署を作り、さらに現在は「企業成長推進部」に統合されたものの、創業支援を行う「創業支援部」も過去に存在していた。

3.「寄り添う金融・つなげる金融」

「2、コロナおよび地域課題への対応」では近年の京都信金の取り組みについて紹介したが、これらの取り組みは地域金融機関

として企業の課題解決に貢献しようというより広い取り組みの一環でもある。ここでは、この広い取り組みという点について「寄り添う金融・つなげる金融」というキーワードを中心に明らかにしたい。

まず、「寄り添う金融・つなげる金融」という理念について簡単に説明しておく。京都信金は旧来の金融機関の営業が財務関係に偏重していた点を問題視している。すなわち、なるべく多くの資金を借りてもらえればそれでよいというだけの営業では、顧客企業のためにならないし、京都信金側にとっても他の金融機関との金利競争となってしまう。その代わりに京都信金は、長期的に顧客企業とコミュニケーションを行い、顧客企業の抱える課題、具体的には販路の拡大や人材育成などをはっきり把握したうえでその解決を手助けする。もしその結果、資金需要が生じた場合には京都信金を使っていただく。

この一例がビジネスマッチングである。例えば、西陣織の企業が水に濡れても大丈夫な糸を探しているとする。京都信金の営業担当者が企業を訪問してそのようなニーズを聞き出した後、社内のビジネスマッチング用掲示板にその旨を書き込む。するとその情報が京都信金の営業担当者全員に共有され、条件に合致する企業を知っている他の営業担当者がその旨を連絡して両企業の間を取り持つのである。後は先に述べた通りであり、マッチングが成功した後に資金需要が発生すれば、その折には京都信金がそれに応える。また、マッチング自体では手数料などは徴収していない。

このような営業を行うためには、営業担当者が質的にも量的にも取引先企業を知悉していることが必要となる。京都信金の場合には、営業担当者一人につき数十の担当先を持ち、担当者によってはより多くの取引先を受け持つ場合もある。この営業担当者が京都・大阪・滋賀で合計して約 500 人程おり、この営業人員を中核としたネットワークが京都信金のビジネスマッチング事業を支えている。

また、このような営業に注力するために、京都信金は 2017 年から営業ノルマを廃止している。この場合の営業ノルマは、本店などから割り振られた預金何円・ビジネスマッチング掲示板に何件書き込みといった数値目標を指している。このような営業ノルマが存在していると、どうしても無理な営業が発生してしまい、それでは長期的に顧客のためにならないという判断からである。また、ノルマが存在していることで直接的に営業成果に繋がらない活動が後回しにされがちとなってしまう点も長期的に見てマイナスとなってしまう。

2020 年からは数値目標を完全に無くし、目標の設定は完全に各個人に委ねてその達成度を自己評価する、という方式が採用されている。この人事評価方式の主軸となっているのが「活動目標シート」である。3 ヵ月毎に各個人に目標とすることを自由に書いてもらい、その後に支店長と「Boss ミーティング」や同僚など 3 名と「1 on 3 ミーティング」を行い、目標設定やその達成について複眼的に評価する機会を設けている。

以上のような課題解決型の金融への取り組みは、半世紀前の「コミュニティ・バンク」宣言に遡るという。高度成長渦中の 1971 年に、信用金庫は地域があって活動できるのだから地域のために、地域と共にやっていこうという宣言を行った。そのような伏流水が再度顕著に表れたのが 2008 年に 85 周年を期に先代の増田理事長が構想した「絆づくり 5 ヵ年計画」からであり、特に 2018 年に現在の榊田理事長に交代し

てから一気に加速したとのことである。職員皆で寄ってたかって地域・企業に対してお節介を焼き「寄り添う金融・つなげる金融」を実施している。

4. 人材育成と支店の意味

第３節で見たように、京都信金の課題解決型の営業を担うのは現場の営業担当者である。だとすれば、それらの営業担当者を含めて職員の育成が非常に大きな課題となる。またその際、顧客との接点という意味で支店の果たす役割はいまだ重要なものがある。第４節では課題解決型の営業を支えるいくつかの条件、すなわち人材育成への取り組みと支店の持つ意味について検討する。

人材育成への取り組みは、通常の業務の中でOJTを通じて行われるものと、特殊な研修の二つに大まかに分けることができる。まずはOJTを通じたものから検討する。採用された新入職員は基礎的な知識の研修を終えた後、支店に配属される。その後に新入職員１人に対して先輩職員を１人割り振り、主としてその先輩から教えを受ける。これをインストラクター制度という。ただし、新人の育成はインストラクターとなる先輩だけでなく、支店の人員全体で行う。このような試みの後、各個人の適性を考慮してその後の担当職務を決定する。

さらに、成功体験などを他の職員と共有するための社内SNSも存在する。庫内専用のSNSである「Yammer」と「TUNAG」がそれであり、前者がオフィシャルな業務に関わるもの、後者がややプライベートな交流に比重を置いている。Facebookのようなインターフェースで使いやすいSNSであり、職員が過去このようなことをしてその結果こうなったといった過去の体験を投稿して共有できる。いずれも京都信金が金融機関としては先駆的な導入例でかつ成功例だという。この成功については、ノルマ設定がある場合には１軒でも多く回ることが目標となるため、SNSの投稿が盛り上がりにくくなり、会社に根付かないのではないかと京都信金では考えているという。

余談ながら、これらのSNS導入の背景には京都信金の「日本一コミュニケーションが豊かな会社を目指す」という方針が関係している。これは、対外的な情報発信に加えて京都信金内部でのコミュニケーションについても活発である必要があるという理念であり、京都信金のユニークな点である。このために京都信金の広報担当部署は「ゆたかなコミュニケーション室」と命名されている。

人材育成のうち、研修制度についても説明する。今回伺ったのは三種類の研修制度であり、それぞれ「取引先企業派遣研修」「目利きスタジアム」「チャレンジ研修」と命名されている。「取引先企業派遣研修」は、京都信金の職員が１ヶ月間京都信金の取引先企業に出向する研修制度であり、既に10年以上続いている。比較的若い職員を中心として、１年に10人強派遣される。受け入れ先は基本的にこれまで職員が自分で担当したことのない取引先であり、また研修中は必ずしも財務関連の業務を行うわけではない。派遣先もお寺やホテル、製造業の工場などバラエティーに富んでいる。この研修を通じて、職員には金融機関ではなく顧客企業側からの視点を学ぶことが期待される。受け入れ側の企業からも、金融機関の視点が解ると好評だそうである。

「目利きスタジアム」は、ある業界の目の付け所を皆でプレゼンし合おうという試みである。１つの業界について立候補を募り、その業界について各々が調べて５、６

人がプレゼンを行う。最終的に誰のプレゼンが最も評価されたかを競う。報告する側はもちろんのこと、聞き手側からしても一つの業界について複数回発表を聞くことになるため、自然とその業界に詳しくなる。

「チャレンジ研修」は自分でテーマを設定して、それを行うことをサポートする研修制度である。過去の利用例としては、スイスで 2 週間スキーをする、パタゴニアの創業者に会いにアメリカに行く、などバラエティーに富んでいる。なお、かかった費用は経費とできる。

以上のように、従来金融機関が持っていた目線だけでなく、多様な経験を基に顧客企業の目線も取れるような職員の育成を京都信金は目指している。

次に、課題解決型営業にとって、支店の持つ意味についても考察する。第一に、支店は新人育成の場所としても機能している。先に述べたように、採用された新入職員が最初に配属されるのは支店であり、その支店の人間関係や顧客とのやりとりの中で新人の成長が企図されている。また、「活動目標シート」の評価やその後のキャリアパスについても支店長が関わっており、支店の中での人間関係が果たす役割は大きいものと考えられる。

第二に、審査の際に現場の意見が尊重されるという点である。先に述べたように、京都信金は創業支援について積極的に行っているが、その際の審査基準については過去の事業実績ではなくて、将来のキャッシュフローや事業計画、また人物や取引先などを見て総合的に審査することになる。そして、もちろん本店審査部も査定を行うものの、規定に外れがなければ基本的に支店の判断を優先するという。これは現場しか知らないことがあるのだから、現場の意見を尊重するという判断から来ている。

第 3 に、支店は顧客との接点としての意味も持つ。京都信金は京都府内だけで 60 数ヶ店の支店を持ち、その地理的な近接性を活用して徒歩なりバイクなりで路地の裏までくまなく回るという営業を行っている。また、利用者にとってみれば支店が近い方が一般には便利であり、来店の頻度なども上がる。結果として「お宅のとこの子どもさん、ことし大学生でしたっけ？」といった距離の近い接客が可能となる。この距離の近さゆえに、中小企業との間にその課題を聞けるような密接な関係性を築くことが可能となる。

これは都市銀行などと比べると違いが明白である。京都において、都市銀行は支店数が少なく、大きな規模の支店に多数の営業人員が配属されている形となっており、広範囲をカバーするために車を利用した営業になる。このため小口の資金需要を賄うにはコストが高くなりがちで、営業効率をあげるためには規模の大きな取引先を回る必要が出てくる。また、中小企業との間に密接な関係性を構築・維持するのは、地理的近接性からも難しくなる。

以上のような、支店の持つ重要性のため、京都信金は現在のところ支店網を可能な限り維持するという。これは不採算の支店を積極的に整理する都市銀行のものとは明確に異なる路線である。

おわりに：協同組織であることの意味

最後に、以上のような課題解決を指向する金融が、協同組織である信用金庫により適したものであることを述べて締めくくりとしたい。日本において多くの銀行は、株式会社として運営されている。また、銀行

の多くは証券取引所に上場してもいる。これは社債や株式発行で資金調達がしやすくなるといったメリットがある一方で、株主から短期的な利益を最大化してほしいというプレッシャーを受けることにもなる。それゆえ、短期的に成果が出ない事業は原理的に扱いづらくなる。

他方で、信用金庫はあくまで協同組織であり、地域の賛同者から出資を募り、地域のためになる事業を行うことを旨とする。このため、株式会社と違い、短期的に利益が出ない事業であっても、腰を据えて取り組むことが可能となる。「寄り添う金融・つなげる金融」またそれを支えるノルマ制度の廃止と人事評価や研修制度、社内SNSや支店網などは、長期的な取り組みを必要とするため、信用金庫により適したあり方ではないだろうか。地域金融機関の未来は、このような模索の先にあると感じる。

末尾ながら、どうにも長くなってしまったヒアリングに丁寧にご対応いただいた京都信金の冨田さまにこの場を借りてお礼申し上げます。

取材風景　京都信用金庫本店にて
冨田 知宏氏（左）と林 直樹（右）

特集　コロナに克つ　～ つながりと協同の新たな地平へ

06

持続可能な京都観光の実現に向けた取組

堀江 卓矢（公益社団法人 京都市観光協会（DMO KYOTO）DMO 企画・マーケティング専門官）

堀江 卓矢氏

「地域の稼ぐ力を引き出す」ことを目的に、観光庁の肝煎りで「観光地域づくり法人（DMO）」の形成事業が始まったのは、2015（平成 27）年の秋。インバウンド観光客が著しく増加し始めた最中のことでした。DMO とは、Destination Management ／ Marketing Organization の 略 称であり、様々な関係者を巻き込んだ地域経営（Manegement）と、データを活用した市場理解や情報発信による科学的なアプローチ（Marketing）を実践する組織のことであり、2020（令和 2）年 10 月時点で全国 174 件の法人が登録されています。京都市観光協会は、2017（平成 29）年秋の第 1 弾登録法人として選ばれて以来、世界の観光をリードするエキスパート集団を標榜して様々な取組を展開してきました。

そこで本稿では、この DMO としての取組を中心に、①コロナが京都観光にもたらした影響、②復活に向けた具体的な取組、③今後のさらなる課題という流れでお伝えして参ります。

コロナが京都観光にもたらした影響

成長する観光産業に支えられた京都経済

京都の観光入込客数は、阪神・淡路大震災があった平成 7 年時点で 3,534 万人でしたが、平成 27 年には 5,684 万人というピークを記録し、20 年間で 1.5 倍にまで拡大しました。直近 5 年間の内訳を見ると、インバウンドが増えていることに注目が集まってはいるものの、依然として 8 割は日本人観光客であり、京都にとって日本人観光客が重要な市場であることに変わりありません。

2019（令和元）年の観光入込客数は 5,352 万人であり、これを滞在人数ベースで換算すると、京都市内の人口 150 万人に対し観光客が毎日 15％ぐらい訪れているというボリューム感となります。こうした数字の印象もあって、一部の時期や

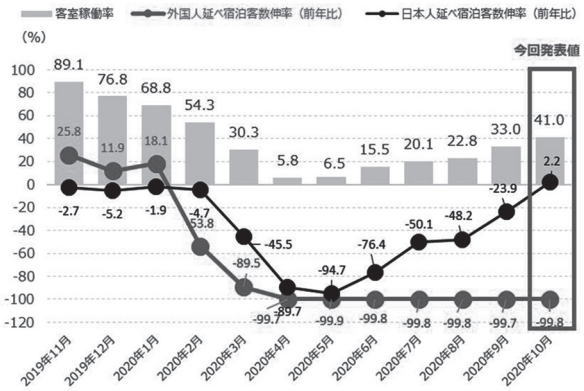
場所における観光客の集中による混雑、マナー違反などの問題に注目が集まり、「オーバーツーリズム」への懸念が高まっていたことは周知の事実でしょう。しかしながら、ここ数年間の入込客数は微減傾向となっているのは、意外と知られていない事実です。この主な要因は日本人日帰り客の減少ですが、一方で宿泊客数は増える傾向にあります。当然、一人当たりの観光消費額は宿泊客のほうが多いため、観光客入込客数が減っても全体の消費額は増えることになります。

このように一人当たりの単価が上昇してきたことで、2019（令和元）年の市内の観光消費額は約 1.2 兆円にのぼりますが、これを雇用効果に換算すると約 15.3 万人となり、市内就業者数 74 万人の約 2 割を占めることになります。実に、京都では５人に１人が観光客の消費活動に支えられて生業を得ている計算になるのです。多くの観光客による消費活動がきっかけで新たなビジネスが生まれ、恩恵を受けた人は少なくないはずです。ちなみに、これと同じ計算を日本全体を対象にして行った場合、観光消費由来の就業者が占める割合は１割未満です。この比較からも、京都において観光業の重要性の高さをうかがい知ることができます。さらに、夏の東京五輪や翌年の関西ワールドマスターズゲームズといったビッグイベントへの期待も相まって、好況感に包まれていたのが 2020 年の年明けでした。それが、まさか、新型コロナウイルス感染症によって未曽有の経済危機に曝されると、誰が予想することができたでしょうか。

データで振り返る新型コロナウイルスの影響

ここからは、新型コロナウイルス感染症の影響を、データをもとに振り返ってきましょう。京都市観光協会では、市内主要ホテルからの協力のもと、毎月末に宿泊客数統計（客室数ベースで市内ホテルの約４割を網羅）を発表しています。これによると、新型コロナウイルス感染症の影響が現れ始めたのは、2020 年 2 月からでした。例年、春節休暇で中国からの観光客で賑わう 2 月であるにも関わらず、中国からの団体訪日旅行が禁止されたことを皮切りにインバウンド需要が急減し、外国人延べ宿泊客数は前年同月比▲ 53.8% と大幅なマイナスを記録しました。その後、世界各地でも国外渡航の禁止や都市封鎖、ビザの発給停止が決断されたことで、４月以降の外国人宿泊客数は「ほぼゼロ」の状態が半年以上にわたって続いています。

日本人宿泊客もひと月遅れで３月頃から減少が始まりました。４月には緊急事態宣言が発出されたことで、市内主要ホテルの客室稼働率が 5.8% と過去最低値を記録しました。さらに５月には調査対象施設の約半数が臨時休業に追い込まれる事態となりました。ゲストハウスなどの簡易宿所における影響も甚大で、京都簡易宿泊所連盟の調査によると、回答のあった施設の半数以上が廃業や業態変更の検討や決定を行って



います。また、報道で判明しているだけでも、「ファーストキャビン（直営の市内２施設）」「京都セントラルイン」「ザ・パレスサイドホテル」が倒産しており、こうした動きは氷山の一角であると考えられます。

さらに、主要行事も相次いで中止となりました。京都三大祭として知られる「葵祭」「祇園祭」「時代祭」は全て中止となり、夏の風物詩「五山の送り火」は規模を大幅に縮小しての実施となりました。今年の春に満を持してリニューアルオープンした京都市京セラ美術館も、当初予定していた記念展示の開始が大幅に遅れ、ようやくの開催となってからも予約制での入館が前提となっていることから、集客には限界があります。12 月のライトアップイベント「嵐山花灯路」はかろうじて中止を免れたものの、例年注目が集まる竹林の小径の点灯は見送られることとなり、厳戒態勢のもとでの実施となることが想定されます。

業界の新陳代謝

一方、このような状況にあっても、新たに開業を迎えたビジネスもあります。とくに、東京五輪や大阪・関西万博による需要を見越して数年前から建設が進められてきた大型の宿泊施設が、相次いでオープンを迎えました。ここ最近開業した施設と、今後数年間に建設が予定されている主な施設は以下のとおりです。廃校などの跡地を活用した事例が多く、単なる宿泊施設に留まらず様々なサービスを兼ね備えた複合的な施設の進出が期待されています。

消費喚起策への期待と効果

クロスマーケティング社の調査によると、夏頃の時点で「旅行に行きたい」と回答した人が 45% であったのに対して、「（感染拡大後に）すでに旅行に行った」と回答した人は 15% に留まっています。これは希望的観測かもしれませんが、これらの項目間で 30 ポイント以上の乖離があることから「旅行に行きたいがまだ行っていない」という人がそれなりの割合で存在しているということになります。

こうした潜在需要を引き出すために、各地で様々な消費喚起策が講じられ、京都市においても市民向けに「食べよう、泊まろうキャンペーン」が実施されたところです。そして、後を追うようにして国においても Go To トラベルキャンペーンが開始されました。これらの取組が後押しとなり、市内の観光需要は徐々に回復し、**10 月時点で市内主要ホテルにおける日本人延べ宿泊客**

開業時期	施設名	備考
2019 年 10 月	パークハイアット京都	ハイアットの最上級ブランド
2019 年 11 月	アマン京都	東南アジア発の高級リゾートブランド
2019 年 12 月	GOOD NATURE STATION	京阪グループによる自然・健康志向総合施設
2020 年 3 月	ザ・ホテル青龍 京都清水	元清水小学校の跡地活用
2020 年 6 月	エースホテル京都	国内初進出。新風館の跡地活用。
2020 年 7 月	ザ・ゲートホテル京都高瀬川	元立誠小学校の跡地活用
2020 年 11 月	ホテル ザ 三井 京都	三井系列の高級ブランド
2021 年秋	ROKU KYOTO	ヒルトン系列の高級ブランド
2022 年	Banyan Tree	シンガポールの高級ブランド。りょうぜん跡地
2023 年	Dusit Tani	タイの高級ブランド。元植柳小学校跡地活用。

数は前年同月越えとなりました。ただし、外国人宿泊客は依然としてほぼゼロの状況が続き、10月の客室稼働率は41.0%に留まっています。一般的にホテルの採算ラインは60～70%と言われており、昨年まではほとんどの月で80%以上の稼働を記録していたことを考えると、消費喚起策による補填をもってしても、かなりの損失が発生してしまっていると考えられます。

ちなみに、もしキャンペーンが無かった場合、今年7月以降の日本国内における延べ宿泊客数が仮に前年の3割で推移すると仮定すると、約2億泊となる見込です。2019年の延べ宿泊客数が約6億泊だったので、前年から約7割減ということになります。Go Toトラベルキャンペーンの公式発表によると、キャンペーンの実施によって7,300万人分の需要が生み出されることになるので、仮に、一人当たりの平均泊数が前年実績通り1.34泊だとすると、キャンペーンの効果は約1億泊です。つまり、キャンペーンが実施されると2020年の延べ宿泊客数は約3億泊なります。それでも、前年の半分程度に留まるということで、さらなる経済対策が求められる状況にある一方で、東京、大阪、北海道といった地域で気温が下がるにつれて感染第3波が到来しているため、政府や自治体の舵取りは非常に難しくなっていると言えるでしょう。

以前の問題を繰り返さないためのロードマップ

ロードマップ策定の経緯

秋になって、アジアを中心に少しずつ渡航規制の緩和が始まり、ワクチン開発に関するニュースも聞こえてくるようにもなりましたが、緊急事態宣言による自粛期間中はこうした展望を抱くことも難しい状況でした。必要以上に悲観的になってしまうことで事業者の倒産や撤退が相次ぎ、これまで積み上げてきた資産が失われてしまうようなことは避けなければなりません。そこで、京都市観光協会では、今後の道筋を示すために7月14日に「京都観光における事業展開（ロードマップ）」を策定しました。

このロードマップでは、まずは京都の事業者が存続できるようにするための最低限の観光需要の回復を目指すことを念頭に、量的目標を設定しました。具体的には、前述した市内主要ホテルにおける延べ宿泊客数を指標とし、この回復状況に応じて施策展開スケジュールを4段階に分けることとしました。この考え方に基づくと、10月時点で直近半年間の日本人延べ宿泊客数が10万泊を上回っていることから、フェーズ1を終えてフェーズ2へ移行していることになります。今後は、日本人観光客の回復を中心にした取組を進め、フェーズ3への移行を目指すことになります。

新しいターゲティングの考え方

ただし、このまま単純に量の回復だけを闇雲に求めるわけではありません。量だけを求めてしまうと、かつての「オーバーツーリズム」と呼ばれた問題を再び招いてしまう可能性があります。そこで今回のロードマップでは、同じ「量」であっても、以前よりも「質」の高い状態にするべく、新しいターゲティングの考え方を掲げることとしました。これまでの、富裕層、欧米系、首都圏といった分類軸に則ったターゲティングだけでなく、**京都の文化や暮らしなど抽象的な価値に関する理解度の高い方を狙って情報発信**していくことで、観光によ

る市民生活への影響を最小限に留めることを目指すというのが基本的な考え方です。そして、この考え方に基づいた市場調査を踏まえて、典型的な顧客像を、以下のとおり５つ設定しました。

- 芸術を生業にしており、旅行先の文化に触れながら創作意欲を高める人
- 街の成り立ちや歴史に関心があり、住民とのふれあいから価値観を洗練したい人
- SNS 等を駆使し、幅広い体験を通して知的好奇心を満たしたい人
- 日常の勤めから脱却し、洗練された非日常体験に癒しを求める人
- 自分の家族や友達への献身を通して、自己効力感を高めたい人

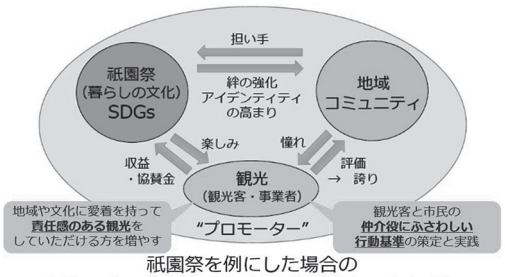
これらのターゲットを想定しながら、コンテンツの制作やプロモーション活動を行うことで、より質の高い観光を目指すこととしています。

持続可能な観光地経営を目指した「京都モデル」

こうした考え方の背景にあるのが、2019 年末に京都で開催された「国連 観光・文化京都会議 2019」で発表された「京都モデル」です。このモデルは、文化とコミュニティの維持継承に観光の力が貢献していく好循環を表しており、４項目 50 事業にのぼるこれまでの京都市における関連施策（詳細は、「市民生活との調和を最重要視した持続可能な観光都市」の実現に向けた基本指針と具体的方策について　中間取りまとめ　を参照）に支えられるカタチで育まれてきました。ロードマップでは、このように世界的にも注目されている概念も取り入れております。

４つの「D」というコンセプト

ロードマップでは、この「京都モデル」の浸透と、コロナ危機からの脱却を目指すための具体的な方策を、Distance（距離）、Digital（デジタル）、Demand（需要）、Delivery（伝達）という「D」から始まる



祇園祭を例にした場合の
京都モデル（持続可能な観光地づくりのあり方）

４つのキーワードでまとめています。

Distance には様々な意味があります。まずは、観光客が事業者のサービスに接する際の距離を適正に保てるような衛生対策が挙げられます。また、コロナ前からの混雑やマナーの問題の再発を防ぐためにも、観光客と市民の距離をコントロールし、市民生活との調和を図ることも重要な観点です。そして、事業者の経済活動が市民生活の豊かさにつながっていることを可視化し、市民からの理解を醸成していくという取組も求められています。さらに、渡航規制などによって京都に来たくても来ることができない人にも京都を体感してもらえるように、リモートでのコミュニケーションを強化していくことも求められています。

これらの課題を解消していくうえで、当然 Digital の活用は避けては通れません。また、コロナ前からの問題である季節・時間帯・場所の３つの集中という問題が再発することを避けるため、Demand の分散化を一層強化していかなければなりません。そのためにも、京都ファン層や市民を起点とした口コミの伝播（Delivery）を狙った

プロモーションを展開し、災害や風評被害の影響を受けにくい顧客基盤を形成していくことを目指しています。以後では、このロードマップに基づいた具体的な取組についてご紹介します。

ロードマップに基づく具体的な対策

衛生対策ガイドライン

各地域や業界によって独自の衛生対策ガイドラインが作られ始めたことを受けて、京都市においては、京都市観光協会が京都府市下２３の観光関連団体に呼びかけを行うことで、新型コロナウイルス感染症対策宣言（ガイドライン）を策定しました。さらに、このガイドラインへの準拠を宣言する施設・店舗などに対してステッカーの配布を行うことで対策状況の可視化し、観光客の利便性向上を図っています。さらに、このステッカーを掲出している宿泊施設や飲食店を訪れる顧客向けに、二次元コードを読み込んで回答する WEB アンケートを用意し、各施設・店舗における衛生対策や満足度を把握できる仕組みの普及にも挑戦しています。

京都観光行動基準（京都観光モラル）

また、このガイドラインの延長線上の取組として、京都観光行動基準の策定を行いました。この行動基準では、持続可能な観光地づくりの取組を推進することを目的に、これまでの観光客向けのマナー啓発や混雑対策だけにとどまらず、事業者や市民も一体となって、それぞれの立場に大切にしていただきたい行動を掲げております。今後は、この行動基準の周知や、優良事例の掘り起こしに取り組んでいくことになります。

オンラインアカデミー

緊急事態宣言に伴い、接客を伴うような業務を担当しているにも関わらずリモートワークを余儀なくされた方々が、自宅等でもトレーニングを積むことができる環境を用意するため、従来から提供していた語学研修などをはじめとした様々なプログラムを、オンライン上で視聴できる動画として配信しています。今後も研修メニューを拡充し、個別の事業者だけでは用意することが難しい研修プログラムを業界全体に提供し、京都の観光業界で働くことが自身の成長につながると感じてもらえるような状況を生み出すことを目指しております。

需要喚起キャンペーン

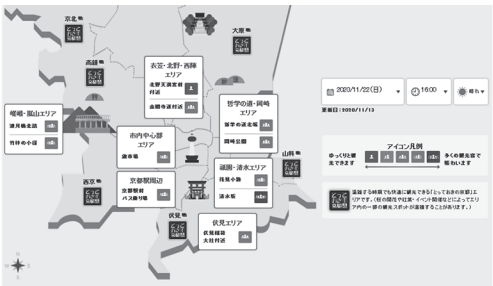
緊急事態宣言が解除されてからも、都道府県をまたぐ移動の自粛が続き、市民や周辺住民による観光から回復することが見込まれたことから、市民を対象とした消費喚起策「食べよう、泊まろうキャンペーン」を実施しました。市内の飲食店や宿泊施設を利用した際に抽選で景品が当たるという内容で、需要の底上げを図りました。また、これを機会に今まで訪れたことがなかった地元の店舗・施設の利用を促すことで、市民にも観光客向けのサービスを知っていた

だき、いずれ観光客が戻ってきたときに、市民一人ひとりが実体験をもとにおススメを案内できるようになるということも、効果として期待することができます。

７月からは、国が実施する GoTo トラベルキャンペーンの動きにあわせて、市内事業者の登録支援や、登録施設を紹介する特設ページの開設などを行い、キャンペーンの効果の最大化を図っております。

ビッグデータを活用した３密可視化

スマートフォンの位置情報に基づく観光客の滞在状況に関するビッグデータを活用し、観光地における混雑状況を２カ月程度先まで予測し、公式サイト「京都観光 Navi」上で配信を行っております。あらかじめ混雑状況を把握していただき、訪問する日程や時間帯を調整したり、周辺の空いているスポットへの回遊を促すことで、需要の平準化と快適な観光体験の実現に繋げて参ります。



事前予約制による安心・安全な文化財公開

京都市観光協会が 50 年以上実施している文化財の特別公開事業では、感染症対策を契機に事前予約制を導入しています。これに加えて時間当たりの拝観者数に定員を設けることで、以前までは昼過ぎの時間帯に集中していた拝観者を朝や夕方の時間帯に分散することに成功し、１日を通して安心・安全な環境を作ることが可能となっています。

今後、予約を行ったうえで観光するスタイルの定着を促しつつ、予約時に得られたデータをマーケティングに活かして、より効果的な情報発信を行っていくことを目指しております。

今後の課題

業界を横断した福利厚生による観光産業の魅力向上

上記の各種取組に加え、行政による助成金等の支援策によって、観光事業者はかろうじて経営を続けることができている事業者も、これ以上感染への警戒が長引くと持ちこたえることが難しくなり、大量解雇やノウハウの断絶が起ってしまう恐れがあります。なんとかこの苦境を乗り越えることができたとしても、再び同様の災害に見舞われたときのことを想定すると、今回の観光業界の脆弱性を懸念して、優秀な人材が集まりにくくなることも考えられます。

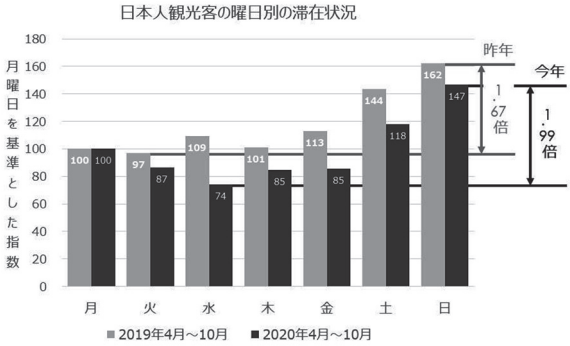
リスクに強い産業を形成するために、特定の市場に依存しない集客を行ったり、事業継続計画（BCP）の策定を促すことに加えて、京都の観光業界で働くことの魅力づくりに取り組んでいくことが必要です。給与水準の引き上げができるに越したことはありませんが、この不況下では望めません。一方で、京都には多種多様な観光事業者が集積していることから、「ホテルの空室」や「飲食店のフードロス」など、各社が持て余している経営資源を相互活用できる余地が、他地域と比べて多いはずです。たとえば、平日に発生しがちなホテルの空室を、飲食店の従業員が格安で利用することができるような仕組みをつくることで、お互い

の従業員の福利厚生を充実させることができれば、業界で働くことのメリットを増やすことができます。単に余った資源を融通しあうだけでなく、「ホテルの内覧会」や「飲食店の新規メニュー開発」など、業界ならではの特別な体験を優先的に案内できるようなカタチにまで発展することができれば、さらなる魅力につながるでしょう。このように業界内での**交流の機会をつくることに成功すれば、従業員の観光に対する知識も深まり、顧客に対して提供できるサービスの向上にもつなげることができる**と考えられます。

平日の需要獲得

各種需要喚起策の後押しもあって、10月には市内主要ホテルにおける日本人延べ宿泊客数は前年同月越えを記録しました。ただし、リモートワークが普及したことでMICE等の出張が減ったり、感染リスクの高い高齢者の外出が減っていることで、平日の需要回復が遅れていることから、休日との格差が広がっていることが、新たな課題として浮上しています。さらに、１週間以上の長期滞在者も多かった外国人観光客が消失していることで、１週間をとおして安定した雇用を確保することが難しくなっていると考えられます。**これまで正職員として雇用されていた人が、土日のみのアルバイトとしてしか働けなくなってしまうといった事案を避けるためには、平日の需要獲得が喫緊の課題です。**

ワーケーション等の新たな需要の開発にも注目が集まっているところではありますが、京都市では京都府と連携して、平日の宿泊を対象とした新たなキャンペーンを実施することを予定しており、冬場の閑散期への備えを進めております。



出所）KDDI Location Analyzerをもとに嵯峨嵐山渡月橋と祇園清水周辺の平均値を集計

データ活用

持続可能な地域経営の実現にデータ活用は避けて通れません。国においてもデジタル庁の創設が予定されていることもあり、観光業界に限らずこの分野の取組は急速に進むことが期待されています。前述のとおり、すでにビッグデータを活用した混雑状況の可視化や、インターネット予約の導入などには取り組んで参りました。今後は、こうしたDMOとしての取組だけでなく、**地域の事業者におけるデジタルリテラシーの向上や、新しいサービスの活用支援**にも幅を広げ、地域全体での生産性向上を意識した取組を検討して参ります。

DMOとしての存在感の発揮

インバウンド需要の拡大によって観光産業が急速に成長するなかで、新たな組織の在り方として注目が集まっているDMOですが、本当に真価が問われるのは観光産業が危機に曝されている今ではないかと思います。なぜなら、**DMOとは、様々なステークホルダーとの合意形成を図ることで、１社単独では実現できないことに取組むための組織であり**、不況のときこそ頼りにされる機会が増えるはずだからです。こうした期待に応えることでこの苦難を乗り切り、今後も起り得るであろう災害にもしなやかに対応し、市民生活にも調和した観光の実現に取り組んで参りたいと思います。

07

事業者間の協同を促すプラットフォームとしての西日本産直協議会
～地域の魅力的な事業者と結びつく築野食品

下門 直人（名古屋外国語大学 現代国際学部）

はじめに

新型コロナウィルスの感染拡大によって３月から５月にかけて全国の多くの地域の小学校・中学校・高校や特別支援学校が休校となった。そのため、学校給食に材料を納入していた多くの業者が苦境に陥った。とりわけ、毎日搾乳しなければならない酪農家や学校給食に牛乳を卸していた乳業メーカーが大きな打撃を受けたことはニュースでも取り上げられていたため記憶に新しい。

本稿で取り上げる築野食品工業株式会社（以下、築野食品）においてもこうした影響からは免れず、学校給食用に提供していたこめ油の供給がストップしてしまった。ただ、幸いにも自粛期間中に巣籠もり需要が高まったため、それに関連した家庭用のこめ油の販売や一部食品メーカーへの供給が伸びたために事業全体としては深刻な事態に陥ることは避けられた。

ただその一方で、企業や事業者にとって、新型コロナウィルスのように社会全体に対して大きな影響を与え、一企業や事業者単体では対処できない状況が生じたときに、地域の事業者間で助け合えるような関係が築かれているか否かは極めて重要なことであると思われる。

そこで本稿では、西日本産直協議会において事業者間及び担当者間のコミュニケーションを基礎として、助け合いを可能とする関係が形成されていることを紹介する。その一つの事例として、西日本産直協議会のメンバーであり、和歌山県に所在する築野食品が主導して企画・開発をおこなうグルテンフリースイーツ come × come（コメトコメ）を取り上げる。come × come は、同じく西日本産直協議会のメンバーであり、原料の米粉を提供している粉源（奈良県）や一部商品で使用されている和歌山県原産の果実ジャバラを提供している農業生産法人･新岡農園（以下、新岡農園）との協力関係を土台として開発が進められてきた商品である。

なお、本稿の内容は築野食品ならびに新岡農園へのインタビューに基づいている[1)]。

築野食品の概要

(1) 事業の概要

本稿で取り上げる築野食品は、1947年に和歌山県かつらぎ町で創業し、米ぬか・米胚芽を原料とし、それを100%活用することを目指した事業を展開している。その事業は3つの領域から構成されおり、一つは、米ぬか・米胚芽を原料として米原油を抽出し、それを精製して食用のこめ油を製造するこめ油製造事業、二つ目は、米ぬかから機能性成分を抽出・精製し、医薬品や化粧品、飼料などの原料を製造するファインケミカル事業、そして三つ目はそれらの精製過程において発生した副生成物から塗料や接着剤等の原料を生産するオレオケミカル事業である。したがって、こめ油メーカーとして認識されている築野食品であるが、実際には抽出・精製という生産工程の特性としては化学メーカーにちかいイメージである。

すべての事業の原料となっている米ぬかは、鮮度が極めて重要であり、食用こめ油の品質を高めるためには精米されてから短時間のうちに原油の抽出工程に送る必要がある。そのため、築野食品では米の消費が多く、精米による米ぬかの産出量が大きい都市部近郊にこめ原油抽出のための工場を全国に3ヵ所設立している。そこで抽出されたこめ原油はすべて和歌山の本社工場に運搬され、食用のこめ油や医薬品・化粧品の原料等をはじめ、加工・精製過程で産出される連産品も含め最終製品はすべて本社工場で生産されている（写真参照）。

本社工場の様子。
全ての副産物を工場内で有効利用している。

築野食品が販売しているこめ油製品。

和歌山県産の貴重な山椒を使用したこめ油製品。

(2) 地域社会へかかわるという社長の思い

築野食品では、「地域に根差した企業として、地域と深くかかわりをもつ」という築野富美社長の強い信念のもと、地域社会の一員として、かつらぎ町の子ども園や小学校、中学校、そして県内の工業高校や高等専門学校など、地域の子どもや学生とのかかわりをつくるために様々な活動をおこなっている。

例えば、約 30 年前から本社がある妙寺地区の子ども園の園児や小学生を招いて会社が所有する畑で芋ほり体験を続けている。芋ほり体験には都合がつけば社長も参加し、子どもたちは自分で掘った芋とこめ油を使ってその場で揚げてお芋スティックとしてみんなで食べたり、持ち帰って家族で食べたりしている。これまで多いときには１日に数百人の生徒が参加することもあったが、近年は地域の子どもが減ってきているため昔に比べると参加者も減少している。ただ、子どもたちが皆楽しそうに芋ほりしている様子は今も昔も変わらない。また今年は新型コロナウィルスの感染拡大防止のため、小学１年生と４年生に限って実施されたが、なかなか外出しにくい状況において、屋外でのびのびと活動できる芋ほり体験は子どもたちに喜んでもらえる機会となり、大盛況であった。

芋ほり体験以外にも中学生や高校生を対象とした職業体験の実施や、県や高校からの要請に応じて地元の紀北工業高校や和歌山工業高校、和歌山工業高等専門学校に対してリサイクルオイルを用いて燃料製造体験などの出前授業をおこなっている。地域貢献という側面と、地元の生徒や学生たちに地元の企業について興味を持ってもらいたいという思いからこうした活動が地道に続けられており、地元で働くことを希望する参加者のなかからは築野食品に就職する学生もいる。

come × come スイーツの立ち上げと西日本産直協議会

(1) こめ油事業と come × come

創業者の築野政次は、戦後「食糧の安定供給が図れる事業で社会に貢献したい」との想いで昭和 22 年２月農林省指定の精麦工場を創立し、その後、麦の消費減退に伴い、事業の多角化を図るため、米ぬかを原料とする製油業に進出した。それ以降、こめ油事業は築野食品の主力事業の一つとなっている。

こめ油は一般消費者向け商品の販売と原材料として食品加工メーカーや学校給食などの業務用に販売されている。全国の学校給食で使われる食用油のうち、現在では凡そ 40％がこめ油である。そのため冒頭で述べた通り、新型コロナウィルスの感染拡大防止のため全国の多くの小中高が３月から５月にかけて休校となり、学校給食向けのこめ油の供給が一時的に止まってしまった。ただ、築野食品に限れば、幸いなことに一般消費者向けや一部食品メーカーなど異なる用途向けの販売増が寄与したため、新型コロナによる影響は軽微で済んだという。

そのような理由から、新型コロナウィルスの影響が直接的な引き金となったわけではないが、築野食品ではより幅広い層にこめ油を利用してもらうことを目的とし、こめ油の新しい活用方法を模索する中でスイーツブランド「come × come（コメトコメ）」が 2019 年に立ち上げられた。come × come は米粉と築野食品のこめ油を使ったグルテンフリーのスイーツブランドである。その特徴のひとつは、原材料に

こだわり、時期によって梅やジャバラなどの和歌山の特産品を積極的に用いている点である（写真参照）。

ただ come × come が実際に立ち上がるまでには困難にも直面している。築野食品の既存事業はこめ油事業も含めて原材料として業者への販売を主としていたため、一般消費者向けの食品を製造・販売するために必要となる原料の調達や商品の販路構築におけるノウハウが不足していた。そこで、come × come の企画は社内でプロジェクトチームを結成し進めていくことにした。

まず、築野食品としては和歌山の企業として、可能な限り県内やその近隣地域の生産者や事業者から原料の調達を実施したいという思いがあった。それらの条件に合致する企業を探す中で、西日本産直協議会の存在を知った。そしてそのメンバーである事業者を紹介してもらうことを通じて原料調達の課題が解決され、come × come の事業化を実現させることができた。

ジャバラを使ったパウンドケーキ。
（築野食品の web ページより転載 https://www.tsuno.jp/media/post-46182?_ebx=i1orwjmu3.1599105266.7dt2h0o；2020 年 12 月 6 日アクセス）

(2) 強みとプライドを持った事業者を結びつける西日本産直協議会

西日本産直協議会とは、2010 年に西日本を中心とした食品関連の生産者や農協等の生産者団体、食品加工メーカーがメンバーとなって設立された組織である[2)]。組織の特徴としては、メンバーそれぞれが自社の商品に誇りを持っており、各事業者の独立性を維持しながら定期的に共同で商品展示会を開催したり交流を図ったりしている。また、メンバー間では新規事業の立ち上げや販路に関する悩みなどを共有し、協力し合える時には互いに助け合えるような関係が形成されている。つまり、メンバー間の関係は競争関係ということではなく、各社が自慢できる商品をつくることで互いに高め合っていける関係となっている。

築野食品は西日本産直協議会の発足時からのメンバーであり、そこでの人間関係を営業本部が築いてきたことが基礎となり come × come の立ち上げに必要な事業者をすぐに見つけられたのである。具体的には、米粉を扱う業者として奈良県所在の粉源と和歌山原産の柑橘であるジャバラを生産している新岡農園などとの取引が実現したことで come × come スイーツ事業を始めることができたのである。取引が成立した粉源や新岡農園はともに自社で取り扱う商品へのこだわりや仕事に対するプライドを持っており、そうした仕事に向き合う姿勢や商品品質の高さが築野食品にとって魅力として映ったという。

さらに付け加えると、同じ地域内に社会福祉法人一麦会が運営する、就労困難者が働くソーシャルファームをメンバーに紹介してもらったことがきっかけとなり、そこが加工しているアルファー化米粉を原料として調達している。

築野食品は、西日本産直協議会のことを情報の共有や実際の取引などを通じて課題に取り組みながらそれぞれの強みを伸ばし合えるような関係が築ける場として認識しており、そのメンバーのことは、「自分た

ちが何かやりたいと思った時に一緒に集まって相談したり頼れたりする仲間」として捉えている。そしてそれは同時に、他のメンバーにとっても西日本産直協議会は同じような場として捉えられているのではないだろうか。つまり、西日本産直協議会が地域の魅力的な事業者を結びつけるプラットフォームとして機能し、それを活用することで築野食品は粉源や新岡農園との取引を通じて新しい事業を成功させることができたのではないだろうか。

come × come と新岡農園のジャバラ

最後に、西日本産直協議会のメンバーであり、築野食品にジャバラ商品を卸していた新岡農園についても簡単に述べる。

新岡農園は和歌山県かつらぎ町の紀の川流域に位置する果実栽培を中心とした農園である。新岡農園では和歌山が原産のジャバラをはじめ、キウイフルーツやブドウ、柿、桃などの果実を主に栽培しており、可能な限り農薬を使わないというこだわりのもと丹精を込めて栽培している。さらにそれ以外にも梅干しや紀州あんぽ柿、ジャバラ製品の加工品も販売している。

また新岡農園は、1960 年代に日本においてキウイフルーツの栽培が始められた時にいち早く挑戦した農園の一つであり、当時の農園主はその栽培方法を学ぶために定期的にニュージーランドに通った経験をもつ進取の気風のある農園である。その後、数種類の栽培品目に挑戦するなか、2006 年にジャバラの栽培を始め、その 2 年後の 2008 年から本格的に収穫できるようになった。ジャバラの生産は 2019 年には約 15 トンの収穫ができるまでに成長している。

ジャバラは 12 月下旬から 1 月上旬にかけて収穫され、そのうち 9 割ほどが加工され残りの 1 割程度が果実として販売されている。すなわち、ジャバラはそのほとんどが果汁やジャバラのピール、ジャバレード（ジャバラのマーマレード）などの加工品として販売されている（写真参照）。

築野食品の come × come のパウンドケーキやクッキーの一部に原料として使用されていたのは、このジャバレードである。このジャバレードが使われることによって味にアクセントが生まれ、少しほろ苦い大人向けのスイーツとなっている。

以上のことから、築野食品の come × come ブランドの商品は、粉源の米粉や新岡農園のジャバラ、そして築野食品のこめ油といった各事業者がこだわりをもって生産した原材料が揃って初めて完成されるということが理解できる。そしてこれらの事業者を結びつける重要な役割を担ったのが西日本産直協議会である。

新岡農園のジャバラ畑。
この一帯にはジャバラ以外にも
キウイフルーツや橙、ブドウ等が栽培されている。

come × come のジャバラパウンドケーキにも使用されたジャバラの加工品ジャバレード。

おわりに

本稿で取り上げた築野食品は、幸いにして事業全体としては新型コロナウィルスによる深刻な打撃を受けることは避けられた。ただその一方で、西日本産直協議会のメンバーのなかにも新型コロナウィルスによる経済停滞の影響を受けた生産者や事業者もおり、そうした時には企業レベルでは難しくとも担当者などの個人レベルにおいてはメンバー間で買い支えなどの助け合いや支え合いが見受けられたという。

こうした関係は一朝一夕で形成されるものではなく、平常時からの密なコミュニケーションや信頼関係の地道な積み重ねの上に構築されてきたものである。それゆえ、コロナ危機という非常時においてもお互いに自然と助け合える関係になっていると考えられる。

つまり、常日頃から地域の事業者との間に、共通する理念や共感に基づいた協同関係が形成されているということは事業者にとって強みとなり、それが平常時においては互いの事業を高め合うことにつながり、一方で今回のようなコロナ危機に際しては、共に立ち向かう心強い仲間として結びつくことにつながっているのではないだろうか。そして、今回の事例ではそうした事業者を結びつけるプラットフォームとして西日本産直協議会が大きな役割を果たしているということがうかがえた。

＜参考文献＞

下門直人(2016)「ソーシャル・イノベーションの創出と地域に根ざした課題の解決」『くらしと協同』(19)、pp.34-39.
青木美紗（2017）「6 次産業の商品開発と販路開拓に関する一考察」『農林業問題研究』、53（2）、pp.49-59.

1）インタビュー協力者は以下の通り。
築野食品工業株式会社:加藤瑞季様（経営企画部・マーケティング課）、加藤貴大様（研究開発本部・企画開発部）、岡崎隼也様（第二営業本部・食用油脂２部）、花岡泰資様（第二営業本部・食用油脂２部）、中辻みどり様（総務部）
有限会社新岡農園：新岡敏美様、竹内智美様、新岡愛様。

2）西日本産直協議会の具体的な特徴については青木（2017）を参照。

座談会

コロナ禍のもとでのくらしと生協

【出席者】
平石　信子　京都生協南ブロック組合員地域理事。木津川市在住。
梅村　美紗　京都生協左京区総代。パート主婦。二児の母。店舗と共同購入を利用。
吉田麻莉子　2005 年入協。京都生協店舗運営部サービスリーダー。店舗のレジ・受付業務トレーナー。
高橋　杏奈　2016 年入協。京都生協洛南支部チームリーダーとして 2 年目。（洛南支部は京都府南部を管理する配送センター）
馬淵　康成　京都生協組合員コールセンタースーパーバイザー。約 40 人のオペレーター教育、援助を担当。
川本　拓摩　㈱ CNS（コープネットワークサービス）南部 DC 所長。南部物流センター、北部物流センター管理。（DC センターは商品の仕分け、箱詰をする物流センター）
村内　　浩　㈱ CNS（コープネットワークサービス）宅配事業部マネージャー。（㈱ CNS は京都生協の物流子会社）
【オブザーバー】
酒向美也子　京都生協機関運営系統括・執行役員
【本日のコーディネーター】
川口　啓子　大阪健康福祉短期大学付属福祉実践研究センター　センター長
よどがわ市民生協副理事長（有識、非常勤）

コロナ禍とくらしの変化、仕事の変化

【川口】本日はお集まりいただきありがとうございます。さっそくですが、コロナ禍で、自粛や三密を避けるというくらしの変化がいろいろありましたけど、皆さんのくらしにはどんな変化があったでしょうか。

【平石】マスクが品薄だと聞いていましたが、私は「手作りすればいい」とか「代用品でいこう」と考えていたので、店頭に並ぶことはそんなにありませんでした。でも、行列に並んでいた友人の話では、自分の前でマスクが品切れになったお客さんが声を荒げて怒っていたので、少々怖かったと話してくれました。マスクひとつで人格を変

えてしまうような事態が起こっていることに驚きました。

それと、近所に空き家が増えていて、これもコロナの影響かなと感じています。

【梅村】トマトなどの野菜が裸のままで置いてあると、咳やくしゃみの飛沫がかかりそうな気がして買いたくない、という友人がいます。どうしても買わないといけないときは、生野菜も湯通ししないと気が済まないと言っていました。その感覚は私も少しわかります。宅配で買うとそういう心配はありませんが、店頭ではいろいろ考えてしまって、余計に心配を増やしてしまうのかなと思います。

実際、マスクも手に入らなくて、宅配でも買えるかどうかわからない状況でした。私は、高齢者のいるところでパートをしているので、どうしてもマスクがほしくて、でも買えなくて･･･。そんなとき､妹がネットで買ったマスクを送ってくれて、本当に命拾いしたぐらいうれしかったんです。

特に３月頃は、コロナウィルスのことがよくわからなくて大きな恐怖でしたが、今は感染対策のポイントが示されています。あの頃に比べると極度の不安と緊張はやわらいできました。

【川口】生協の利用について変化はありましたか。生協で助かったこと、あるいはうまくいかなかったことなど。

【平石】生協の利用で役立ったのは「３日分の献立おまかせセット」で、とても重宝しました。

自粛期間中は食事をつくる回数が増えたので、主婦としてはつくるのがイヤになってくるんですね。それでどうしたらいいのだろうと思ってネットで検索したら、「あなたはつくるのがイヤじゃなくて、献立を考えるのがイヤなだけなんですよ」というコメントがありました。だったら、「3日分の献立おまかせセット」は作り方もカロリーも書いてあるし、食材も届くから、「活用したらいいやん」と思って、とても便利に使わせていただきました。

【梅村】自粛中は、子どもも家にいたので本をたくさん買いました。と言っても漫画ですが（笑）。ちょうど生協で10％ OFFのセールをしていたので、すごくありがたかったです。

それと、できるだけ買い物に行く回数を減らしたいと思って、ストックできるものを意識的にまとめ買いしました。一時期、手作りブームで小麦粉や麺類が手に入りにくくなりましたが、それもすぐ回復したのでよかったなと思います。

コロナ対策としては、「免疫力を高めなきゃ」と思って、納豆をたくさん買っています（笑）。ヨーグルトメーカーで、生協牛乳にヨーグルトを少し足して、ヨーグルトを作ったりもしています。

【川口】考えることはみんなよく似ていて、発酵食品と乾物と粉類が店頭から消えました。日本人の食生活がワンパターン化しているのかもしれません。

このようなくらしの変化、生協利用の変化があったわけですが、職員の方は大変だったと思います。職場環境や業務上の負担は、いかがでしたか。

【川本】物流では、冷凍・冷蔵商品は同じラインを使います。通常でもほぼ１日かけ

て集品していますが、コロナ禍で組合員の利用が増え、通常の 120％以上の量になり、集品しきれない事態が起こりました。

そこをどう乗り越えるかは、なかなか苦慮するところです。たとえば、どうしても作業時間が増えます。通常の作業者の時間を延ばすだけでは難しく、派遣の作業者に頼らざるを得ない状況になりました。いまも続いています。人員確保はなかなか難しいと感じています。

【川口】作業手順やマニュアルを覚えてもらう必要がありますね。

【川本】集品は簡単にできるものではありません。派遣作業者の場合、週１回とかその日限りの方も来られるので、間違いなく集品できているかどうかという点では、組合員の皆さんにご迷惑をおかけする結果になったこともあります。

【馬淵】コールセンターへの電話は、コンスタントに１～３割くらい増えていて、２～３分待っていただいてやっとつながる感じです。それでもまだ、10 人ぐらい待っている現状です。そうなると通話中が続いて、もっと待たせることになってしまいます。

せっかく、電話を入れてくれてもつながらない。つながっても、「〇〇が届かないけど、どうなっていますか」というような問い合わせが増えています。電話の応対は、謝るしかないという中身が多いです。

コロナ対策のことで言いますと、コールセンターの業務の特性上、全員が声を出しています。一定の部屋に約 25 人分の席があり、かなり接近していますので、当然マスクは着用しています。さらに、境目にビニールを付け、換気・手洗い・検温も徹底しないといけません。どこかのコールセンターでクラスターが発生したという新聞記事もありましたので、本当に細心の注意をはらいながら業務を遂行していました。

受け付けた電話で特に印象に残った事例としては、先ほどのマスクが目の前でなくなったお客さんと似ていますが、マスクの抽選で落ちた方が「命にかかわるけど、どうしてくれるんや。生協に頼んだら届くと思っていたから、他のマスクは断ったのに」と。それほどあてにしてくれていた方に届けられず、お叱りを受ける事態が３月から５月は続きました。

いまはマスクもかなり出回っていますが、世間に出回った頃に「（生協からは）まだ届かない。お店で売っているのに、なぜ届かないの」という電話があります。宅配の仕組みとして、かなりの供給量を確保しないと企画できないのですが、そうした理由を言ってもなかなかご理解いただけません。最長40分から50分くらい話したケースもあります。

【川口】「コールセンターが怒られる筋合いはない」というようなお気持ちは？（笑）

【馬淵】それはコロナに限らずありますが（笑）、件数がかなり増えています。時々、オペレーターの電話を代わることがありますが、それでも聴くしかありません。現状ではどうしようもないことがありますが、長時間聴いていると、言いたいことを言われてスッキリされる方もいます。聴くという姿勢だけでも大切かなと思います。

【川口】働いている方のメンタルも心配になりますが、高橋さんはいかがでしたか。

【高橋】３月から５月頃は、お休みされていた組合員が復活されたり、新規加入もあったので、担当者の配達件数はだいぶ増えました。体力的にはしんどかったと思います。

夏場は、マスクをしたままの配達で息苦しさがあったことや、話す内容が聞き取りにくかったという報告も受けました。担当者からは、「対面の受け渡しを気にする組合員にどう対応すればいいのか」という相談を受けることもけっこうありました。

暑さ対策では、全員に空調服が支給されました。休憩時間などに冷感タオルや首掛けタイプの扇風機を活用している担当者もいました。

【川口】個配でも、「追いかけ配達」や「ピストン配達」があったそうですね。

【村内】組合員が増え、件数が増えて、荷物がトラックに載らない状況が続いていました。そこで、「近くの公園まで後半の荷物をトラックで持って行くよ」と言って、ふだんトラックに乗らない私も週に何回か公園までトラックに乗っていった経験があります。配達エリア内の公園で待ち合わせをして、そこでトラックを入れ替えて後半の荷物の配達を頼みます。前半のトラックは私が運転して戻る方法です。

担当者は、いまはある程度慣れてきたと思いますが、ピーク時には終わりが見えないので、「いつまで続くんやろ」という感じでモチベーションが上がらないこともありました。

【川口】コロナ禍のもとで働く方々がエッセンシャルワークと言われる一方で、ブルシットジョブ（「クソどうでもいい仕事」という訳もありますが）に比べてペイが少ない、というのが現状です。それは、各企業の問題というよりは、社会的認識がまだ追いついていないと思うところです。

店舗サービスはいかがでしたか。

【吉田】コロナが流行り始めるまでは、店舗職員には「マスクは基本的に着用しない。風邪など、どうしようもないときだけ着用してください」と言っていましたが、いまは、「マスクをしてください」と言うようになりました。レジ応対は「常に笑顔で」と教育していますが、マスクをすると表情もわかりにくく、声も聞こえにくいので、組合員とやり取りしにくいという問題があります。

緊急事態宣言中は、来店がすごく多くなり、毎日が年末のような感じでした。年末の混雑はだいたい３日間で終わって、その後は休みと思うから頑張れるのですが、今回は「この状態はいつ終わるのか」という感じで、職員も非常に疲れる状態が続きました。

レジを見てもわかると思いますが、いまもマスクをしていますし、レジガードを敷き、常に消毒を行い、一部店舗では手袋をするなどいろいろな対応をしていて、レジの担当者の負担は依然よりかなり大きくなっています。ただ、先が見えないので、この対応をいつやめるのか、これからどうしていけばいいのかという不安は感じています。

職員の体制では、コロナが原因で退職す

る方も増えました。レジで「不特定多数の人と接するので怖い」という理由で退職した人もあれば、両親から「危ないので辞めなさい」と言われて退職した学生アルバイトもいました。

その一方、パート・アルバイトの応募者も増えました。それまでの職場が時短や休みになり、働く場所がなくなって応募してこられる状況があります。

普段の業務では、会議で集まることができないので、Zoom によるリモート開催に切り替えました。最初は不安でしたが、実際にやってみるとパートの方もスムーズに参加できました。（Zoom 導入に）少し構え過ぎていたなと思うところもあります。資料は事前に配っておいて、お互いに資料を見ながら進行したので、問題なく終わることができました。このやり方は、これからも使えます。

【川口】会議は今後、リモートがスタンダードになるかもしれませんが、レジでのマスク・消毒・レジガードなどもスタンダードになるでしょうか。

【吉田】そうですね。これらの対策を取っ払ってしまうと、逆に怖いというか、職員も組合員も不安になってしまいます。職員とは、「マスクやレジガードはずっとこのままでいいのではないか」と話し合っています。

【川口】職場環境が大きく変化し、業務量もかなり増えたということがわかりました。そんな中、組合員の声も変化していったのではないかと思いますが、いままでと違う声があれば教えてください。

【川本】物流センターは、組合員の声が直接はこないところですが、年末相当の物量が続くということで、３月から４月頃は集品しきれないという判断をして、やむなく欠品という事態になりました。ちょうどその頃、トイレットペーパーやティッシュペーパー等の紙類の受注が増えたタイミングでもあり、食品や紙類の欠品という判断をしたこともあって、支部から組合員の声として、「注文して１週間待っているのに届かないのは困る」というお叱りがありました。

しかし、そこで集品しきるという判断をすると、支部への納品が間に合わなくなります。これも、逆にご迷惑をおかけすることになるので、本当に心苦しく、どこで折り合いをつけるかは難しい判断でした。

宅配では、対面での受け渡しやマスク着用に対するご指摘もありました。「対面での受け渡しはやめてほしい。玄関先に箱のまま置いてください」という申し出が増えた関係から、通い箱等の物流資材が不足する事態にも陥りました。他府県の生協まで保冷剤や物流資材を集めに行って調達をかけました。

【馬淵】コールセンターでは抽選に対する苦情が目立ちました。抽選は、そのつど公平に抽選します。次回の企画はまたゼロから抽選するので、何度も当たる人とハズレ続ける人がいて、当然ながら、苦情が出るのは落選した組合員からです。「１度当たった人は除外して、ハズレの組合員だけで抽選してほしい」というご意見ももっともなのですが、そうすると「当たった人は、次回はハズレることになるがどうなのか」と、

いろいろ考えてしまいます。

「命がかかっているんだ」と、まくしたてる組合員もいました。緊急時に起こりがちなことであれば理解できるのですが、平常心ではいられない状態がずっと続く事態は私も経験したことがなく、そんな組合員の声を聴き続けなければいけないというストレスもありました。

欠品については、状況だけは伝えなければいけないと思います。マスクがないことや、運ぶ手段がなく商品があっても運べないこと、そもそも配送トラックに載り切らないため、あえてかさばるものを欠品にして急を要する物資を優先するという判断もあります。そういうことを説明する場面は、多くありませんが、実際に説明したことはあります。

【川口】そういう説明を組合員の隅々まで届けるには、どうしたらいいのでしょうか。

【馬淵】「なぜ届けられないのか」を簡潔に説明したチラシを出してもらった後は、そのチラシを見ながら説明させてもらうことがありました。それと、ホームページにも欠品情報を載せています。いま、欠品情報は減っていますが、前もって「こういう状況で注文が殺到していて、来週はお届けできません」と伝える仕組みです。

電話をくださるのはホームページを見ない方が多いので、配達品を見たら注文品がなかったということで電話をしてこられます。前もって伝えられていたら怒りも収まりやすいかなと思いますが、まだまだ試行錯誤です。

【高橋】支部の組合員からは「１点限り」に対する苦情が多く、私たちもお役に立てずに悲しい思いをしました。高齢の組合員がわりと多く、商品が届かない、特に毎日使う紙類が届かないという苦情がコールセンターに多々ありました。

私も、高齢の組合員と話す機会がありました。「なんで１点限定が当たらなかったのか」という話から始まり、最後は「言いたかっただけなんや」とのことでしたが、「年寄りは買い物にも行けへんのに、殺す気なんか」と言われたときは、やはり悲しい気持ちになります。

届けたいという気持ちは担当者にもリーダーの私にもありますが、コロナでみんながピリピリしている環境が続いていたので、何に対しても怒られるという状況がありました。正直、へこみます。悪いことをしているわけではないのに、担当者が配達先で「なんで届かへんねん」と怒られる。へこんで帰ってくる担当者をリーダーが慰める…という状態が続いていました。

また共同購入（班配）では、班への到着時間が11時とか11時10分というふうに、ある程度決まっています。でも、コロナ禍で物量が多くなり、到着にも遅れが出ました。それに対する怒りの声もありました。

一方、在宅の方が増えました。これまで対面せず箱のまま置かせてもらっていましたが、子どもさんも含めて在宅の方が増えたため、インターフォンを押したら返事は返ってくることが多くなりました。ただ、在宅の確認はできたけれども「コロナで会いたくないし、玄関先に置いといて」と言われることもあり、こんなところにも影響しているんだなと思いました。

【川口】会話が減ったのは残念ですが、これまではインターフォンを鳴らしても会えなかった人との出会いは、それなりに貴重かもしれません。

個配では、置き配（組合員と対面せずに、

商品を玄関等に置いておく配達）への変更が要望としてもあり、推奨もされたそうですね。

【村内】はい。いつもはインターフォンを押して手渡ししていた組合員が、「お互いのために置いといたほうがいいのではないか」という提案を、お手紙でポストに入れていただいたり、私たちとしては社員も守りたいので、手渡しの組合員に「こんな置き方もできますが、いかがですか」と聞いてみて、置き配に変更した方もいます。

また、１カ所で２～３軒分の荷下ろしをするところでは、いつもは１軒ごとに渡しますが、「私の荷物、自分で出しておくから他のところへ行っといでよ」というような対応をしてくれた組合員もいました。

抽選の方法については、配達担当者が直接の窓口なので、マスクの欠品のことで「どんな抽選方法なのか？」と聞かれることもあって、その質問への対応がけっこうストレスになったという報告は聞いています。

【川口】抽選方法はどこで決めるのですか。

【川本】京都生協で決めますが、私たちも問題意識は持っていて、優先順位をつけるのも方法の一つだと考えています。ただ、アナウンスもなしに急に変えるのではなく、「基本的にこういうルールです」と告知してからスタートすればよいのでは、と思います。

【川口】抽選については他の単協でも同様の声が上がっています。まずは、単協それぞれが抽選に対する考え方を組合員にきちんと知らせることが大事だと思います。

店舗では、抽選も含めて組合員の声の変化はありますか。

【吉田】店舗には抽選はないので、そういう声はありませんでしたが、商品を揃えられないことがありましたので、そのお叱りはたくさんありました。

もちろん、「こんな大変な時期に営業してくれて、ありがとう」という喜びの声もたくさんの組合員から寄せられましたが、お叱りの声も多くありました。たとえば応対面では「あの店員さんはマスクをちゃんと着用していない」とか、「レジガードを設置してください」という声もあります。レジに並ぶ列が密にならないようにテープを貼っていますが、その意味がよくわからず横から並んでしまった方に「並んでるやろ！」と感情的になる組合員もいて、トラブルになったという話も聞きました。

一番多かったのは、「きょうまるカード」という組合員カードや現金を直接手渡ししないでほしいという声です。でも、どうしても直接渡さなければいけないのでトレーを使うなどの検討を行いました。いま、トレー使用の店と直接手渡しの店がありますが、逆に「トレーは危ない」という方もあって、人によって「正しいことが異なる」という状況です。

やがて、ウィズコロナ、アフターコロナとなったとき、どちらをどうしたらいいのか、常に考えなければならないような気がします。

また、店舗の応対では、どちらかといえば「寄り添って」とか「親身になって」という方向で対応していましたが、組合員から「近寄らないでください」と言われたり、レジで「話しかけないでください」と書い

た紙を最初に出される組合員もいて、「親身に」とか「寄り添って」ではなく、距離を保たなければいけないということを、いまもすごく感じています。少しはマシになりましたが、「必要な会話以外はしないで」という雰囲気は、３月から５月はすごかったですね。

【川口】いまのような話を聞いて、組合員自身、あるいは地域や周りの人たちはどのように考えているのでしょうか。

【梅村】私の家の近所に赤ちゃんのいる家庭が何軒かありますが、その玄関先に宅配の箱が６～７つ積まれていて、そういう家庭には宅配はなくてはならないものなんだなと実感しています。

組合員もコロナ時代に新しい日常生活をつくるのに必死なので、わがままや不満もたくさん生まれると思いますが、たぶんそれは生協を頼りにしていて期待しているから、そういう声が出るのだろうと思います。でも、先ほどから職員のみなさんの話を聴いて、組合員の見えないところで想像以上の苦労があったことにとても驚きました。それぞれの職員さんが現場で必死に働いていることを知り、コロナ禍で大変な状態を乗り越えるには、組合員も不便なことに多少我慢がいるだろうし、相手を慮るような行動が必要だと思いました。

たとえば組合員から「命にかかわることなんだぞ」とか「殺す気か」と言われたというお話を聞くと、みんな自分のことしか考えられないくらいコロナで追い詰められているんだなと思います。そこまで追い詰められて、人にあたらないとどうしようもない人もいたんだなと思うと、ちょっと胸が痛いですね。

【平石】私は班配を利用しています。自粛期間中は家にこもりきりで、家族としか会話しない状態でしたが、唯一、週に一度の配達のときは班のみんなで集まることができたので、短い時間ですが、ありがたく思いました。

欠品については、「こんな時期だからしょうがないね」ということで、みんな納得していました。コールセンターに苦情が殺到して、長い人は 40 ～ 50 分も話したということでしたが、大変さを共有できる誰かがいるだけでイライラした気持ちも収まるものなんだなと、今回わかりました。

【川口】生協だからこそ言える相手がいたということも、つながり方のひとつの形かもしれません。そういう組合員の声を聴いて、職員としてはいかがですか。

【川本】私たちは、「なんとか欠品を多く出さないように」という思いで対応していますが、逆に作業者からは、「これ以上、作業をさせる気か」、「これ以上働かせる気ですか」と言われたことがあります。ただ、先ほどから話を伺って、商品を待ってくれている方のことを実感しましたし、１点でも期待に応えられるよう、引き続き工夫していかなければいけないなと思いました。気が引き締まるというか、あらためて責任を感じています。

【川口】平石さんは、班で「一点限り」や抽選について話したことがありますか。

【平石】買い物できる店が周りにけっこう

たくさんあり、そんなに切羽詰まっていなかったので、欠品で困るという経験は直接ありませんでした。

それでも、宅配の職員から「トイレットペーパーが１本届いただけで『わあ、これで今週、生き延びられる』という喜びの声を伺ってすごくうれしかった」という話を聞くと、「それだけ生協に頼っている人が同じ地域にいるんだ」ということがよくわかりました。

【川口】生協しか買わないという人もいるので、欠品されたら怒りたくなるのかもしれません。

【高橋】私はあまり配達には出ない立場ですが、担当者は、欠品のお知らせをすると、「もしかしたら怒られるのではないか」と思うところがあります。ですから、配達に出る前にトラックの紙類を載せる部分を見て、「きょうは紙類が少ない。きっと怒られるわ。配達に行くの、イヤやな」と感じてしまうんです。

でも、「行ってみたら、めっちゃ優しい声かけてもらえた」と喜びながら帰ってくる担当者もいるので、行ってみないとわからないような状況でした。全員が怒るわけではないけれども、「お会いしたときに、どう声をかけようかな」とか、「組合員も少しでもわかってくれたはるんかな」と葛藤したり、接し方に悩んだりしていました。

【川口】おそらく感謝している組合員のほうが圧倒的多数だと思いますが、発言はネガティヴな人のほうがしてきます。よどがわ市民生協の総代会で意見を集めると、やはり圧倒的に感謝の声が多くありました。そのなかで「１点限り」や抽選の問題について、組合員にどのような考え方を示したらいいのだろうか、どのようにわかってもらえたらいいのかということが議論になります。

【梅村】私はコロナに関する消耗品の抽選は当たらないだろうと思って、あまり期待しなかったのですが、お酒やお菓子のように日常を少し特別にしてくれるような商品の抽選はたまに応募します。それはクジ引き感覚で、「当たったらラッキー！」と思っているので、ハズレても「あ～あ、落ちちゃったか」と一瞬へこみますが、電話をするほどではないですね。

【川口】「１つでも少しでも、広く組合員に行き渡るように」という、公平性を重視した考え方もあると思いますが、それをどのように組合員に知らせるか、そうしたことを組合員と話し合ったことがありますか。

【村内】私は「１点限り」や抽選の対応を直接したことがないので何とも言えませんが、私どもは営業所２カ所で、１週間に約２万 6000 人の方に配達しています。その方々が全員梅村さんや平石さんのような考え方だったら、助かるなあと思います（笑）。

コロナ対応で見えてきたこと、変えていくべきこと

【川口】コロナによって社会が変わらなければいけない部分や、「こうやって変えてしまえばよかったんだ。変えられるじゃないか」という部分も見えてきたと思います。

特に働き方や会議のあり方などは、多様な方法、別の選択肢が見えてきました。

そこで、みなさんは今後の社会やくらしの変化をどう感じていますでしょうか。たとえば生協職員のところでは仕事との関係も含めて、個人的な見解でもけっこうですので、少しお伺いできたらと思います。

【川本】CNSでもさまざまな会議やミーティングがありますが、コロナ後は資料を渡すだけだったり、Zoomを使ったりしました。今後はそういうかたちで、いかに密を避けてスマートにしていくかがひとつの方法です。

一方、物流センターでは多くの人数が集まって作業をしますので、すぐには難しいと思いますが、機械化・自動化に取り組むとともに、細かな運用の変更などで密集しないような作業運営を展開できるようにすることが必要かと感じています。

あとは、外出を控える方が増えると思いますので、宅配でどう対応できるかですね。玄関先に置かせていただく方が増えると思いますので、品温管理・防犯の面でも課題があるかと思っています。

【馬淵】コールセンターは密な職場ですので、横の人と話をしないようにシートを付けていますが、そういう形を整えても意識が伴わないと、シートをめくって話したり、近づいて相談したりしてしまいます。形だけでなく、意識的にも何のための対策かを徹底する必要があります。

休憩時に使う食堂でも、４脚くらい並べていた椅子を１脚に減らすなどの対策がありますが、まだ気づいていない方法もたくさんあるのではないかと思いました。

あと、「買い物に行けないので宅配を利用したい」という声もたくさんありますが、「すぐに手続きできないので、しばらく待ってください」という時期がありました。既存の組合員に対しても欠品がいっぱいある状況で、新しい方が入られたらさらに役立ちにくい状況になります。どこかで切り分けしないといけない、ということも思いました。

それと、組合員から留守置きをしてほしいという要望が多いのと同じように、手続きも「対面したくないので、ネットでできないのですか」という声があります。ネットで申し込みをしても、結局は手続きに行かなければいけないので、そういう声もよく聞きました。

職場自体については、形プラス意識ということですが、価値観の差というか、触りたくない組合員の気持ちと同じで、本当に敏感な方とそうでもない方があるので、少しすり合わせが必要かなと思いました。

【川口】職員は密を回避しようとして、でも職員としてのコミュニケーションはすごく必要になるだろうし、組合員は増えてほしいけれども新規加入は待ってもらわないといけない。量は増やしたいけれども個数が制限される･･･。そうしたしんどい状況のなかで、事業の拡大と同時に合理化できる部分もあるのかもしれません。

【高橋】洛南支部は城陽市にありますが、かなり大きい支部で職員数も多く、密になりやすい環境です。換気のためにドアも全部開けていますが、それでも事務所内の風通しはあまりよくないので、コロナが落ち着く前から、「事務作業が終わったらなるべく早く帰ろう」と話し合っていました。体力的にかなりこたえている担当者が多く、暑さもきつかったので、「早く帰ろう」という言葉が口癖のように飛び交っていま

した。

私の机の横にも透明のシールドが立てられ、食堂でも対面にならないように席が互い違いになります。向かい合わせてごはんを食べる光景がなくなりました。食堂も、換気のためにドアは開けていますが、食事のときにマスクを外して感染リスクが高まるというので、コロナが流行り始めたころから、対面ではなく互い違いで食べ、食事が終わったら速やかに席を立って、わかれて休憩するようにしていました。

担当者も、自分で自分を守らなければいけないという認識があり、配達時には組合員も職員もマスクをすることで安心感はあると思います。ただ、逆に不安がある場合は、担当者が自分で買ったゴム手袋で配達に行くというスタイルもしばしば見受けられました。

【川口】早く帰るようになって、残業がなくなって、生産性が上がるのはいいことですし、定着してもいい感じでしょうか。

【高橋】そうですね。

【川口】ずっとドアを開けていると、空調費はムダではありませんか。

【高橋】それほど影響はなかったようですが、いまは寒いですね（笑）。

【川口】個配のほうは、いかがですか。

【村内】コロナとの付き合いは、今後も継続されるだろうと思っています。われわれができることは、商品の安全はもちろん、マスク着用やアルコール消毒等で配達時に安心感を与えることも継続しなければいけないと思っています。

ただ、いまは置き配が多くなっていますが、組合員とのコミュニケーションは、感謝されることも意見をいただくことも社員のやりがいになっているので、私個人としては、置き配よりも通常通りになってほしいと思います。

【川口】組合員とのコミュニケーションがあってこその生協ですから、置き配ばかりになるとつまらないですね。しばらくこの状況が続くとしたら、どのようにコミュニケーションするのか、どのようなつながりをつくるのか、それがこれからの課題になりそうですね。

直接、組合員と接する店舗では、いかがですか。

【吉田】以前の状態に戻るのは時間がかかりそうで、難しいと感じています。マスクやレジガードを急にやめるわけにいかないため、このスタイルがスタンダードになっていく気がしています。

一方、いままでの働き方やくらしをあらためて考えるきっかけにはなっていると、私自身は感じています。会議など、いままで時間をかけて話し合ってきましたが、コロナ禍のもとでは、その場で決めなければいけないことが増えました。「組合員が困っているから、職員が困っているからすぐに判断しないといけない」…という事態、急激に進めなければいけない事態もあったと思います。これでいいのか悪いのか、決断しなければならない場面がとても多くなりました。

それと、いまはレジでの水分補給を OK にしていて、組合員には「職員がレジで水分を摂ることもあります。ご了承くださいませ」というポスターを掲示しています。マスク着用で喉が乾くので OK としまし

た。が、これもコロナ以前は考えられないことで、「レジで仕事中にお茶を飲むなんて」という声がありました。

先日バスに乗っていたら「運転手が水分補給をすることがあります」というようなポスターが掲示されていました。在宅勤務を含めて、これまで考えなかったような働き方や営業方法ですね。

京都生協の店舗は、休みはなかったのですが、他の企業では「リフレッシュのため、１日休みます」というようなことがありました。そういうことが、お互いに柔軟に認め合えるような社会になればいいなと感じています。

【川口】何も考えずにしていた「今まで通り」に変化を迫られ、「やればできるやん」となりました。生協も徐々に変化が求められると思いますが、組合員の立場からは生協にどんなことを求めるでしょうか。

【平石】組合員になりたいけれどもなれない状況があったという話が先ほどありましたが、気軽にネットで加入できる体制ができればいいなと思いました。

あと、衛生用品の定期便があればうれしいです。

これを強く思ったのは、トイレットペーパーを買いに店舗に行った際に、お父さんと息子さんとか、息子さんだけで買い物に来ている光景がけっこう多くて、「どれにする？」「どれがいいの？」とか言いながら迷っている光景を見たんです。いつもはお母さんが買うんでしょうけど、在宅中の男性が駆り出されて、どれを買ったらいいのかわからないんだろうな、と思いました。結局、スマホでお母さんに「どれ買うの？」と聞いていました。残念ながら、いつも買っている商品はお店になかったようですが。

食料品も大切ですが、主婦にとって衛生用品が切れると家族から責められますので、ぜひ生協で定期便にしていただければ気持ちの安定にもつながります。そこを解決してもらえたら、またコロナが増えて買い物が大変になったときに「食料品もどうですか」とか、「コロナでも保険は出ますよ。共済はどうですか？」というふうに、少しずつ話が広がるようなつながりができればいいと思います。

【梅村】平石さんの意見、すごくいいです。私も、夫に「シャンプーを買ってきて」と頼んだら、コンディショナーを買ってきて（笑）･･･。「見たらわかるのに、なんで？」と、ちょっとイラッとしたことがあります。（衛生用品などは）どうせ使い切ってしまうものなので、注文しなくても届くのはいいなと思いました。

私が生協に求めたいのは、時代の変化に臨機応変に対応してもらいたいということです。時代の変化といっても、専門家でなければどこがどう変わったのかを把握するのは難しいかもしれませんが、一人ひとりの組合員の声をたくさん聴いていけば、求めていることや「こうあってほしい」という共通の願いが見えてくるのではないかと思います。広く声を聴く・聴ける関係性ができたらすばらしいです。

生協の機関誌も工夫されていてどんどん変わりつつありますが、情報発信の仕方をもっと工夫して、「こんなふうによくなったよ」と組合員にいっぱい実感してほしいと思います。楽しくなるような、ポジティブになるようなことを、紙面や店頭で発信していけば、組合員同士でも、職員同士でも、もっといい関係性ができるのかなと思いました。

【川口】情報発信は本当に大事ですね。また、たくさんの組合員の声を聴くというのは、一つひとつ個別に対応するという意味ではなくて、そこに共通するニーズのようなものをつかむことだと思います。それが次の時代の「くらしを支える」ことになるのだろうと思います。

生協に求められる変化について、職員のみなさんはいかがでしょうか。

【川本】私は家族から頼まれて買い物に行く側ですが、渡されたメモを見ると「いつもの」と書いてあるだけなので全然わからなくて。結局、電話をかけて聞くことになりました（笑）。ですから、平石さんや梅村さんの話はまさしく私そのものです。
定期便に関しては食品がメインですが、雑貨もあれば･･･と感じたことはあります。

生協の宅配は、他の企業にはない組合員と職員のコミュニケーションや交流が強みです。以前、組合員の「ありがとう」をまとめた声を物流センターに持って来ていただいて、それを職員の目につくよう休憩所に貼り出しました。私も「ありがとう」の声を一つひとつ読みましたが、モチベーションが高まるといいますか、作業者も「こういうご縁をいただいているのだから頑張らないと」というような思いになったと聞きました。

まだ直接の会話はなかなか難しいかもしれませんが、情報の共有やこちらからの提供というところは密にしていかないと、と思っています。

抽選も、翌週の配達のときに初めてハズレがわかるというのが、「待ってたのに･･･」という声になるのかなと思います。もっと早い時点でお伝えできる仕組みができたらと思っているところです。

【馬淵】ネットで加入申し込みができる方法はありますが、配達を始めるのは組合員を訪問して手続きをした後であり、データをインプットしたら翌週から配達が来るというレベルではないので、そこはこれからの課題だと思いました。

いろんな意見が集まるのが私の部署で、感覚としては、欠品が出にくい体制づくりが必要だと思います。一時に集中したら必ず欠品が出るので、どんな商品であれ100%届けられるという確証はありません。ですから、全員が１個ずつ注文したらおそらく来ない。でも、「いまはこういう状況です」とわかれば理解してもらえる。

たとえばティッシュペーパーの在庫は１万個で注文は３万個だとわかれば、届く頃には３分の１しかないとわかります。そこを何かの方法で事前にお知らせできたら、少し注文を減らそうかなという気持ちになったり、「まだ、ストックが５個あるし、今回は注文やめておこう」という行動にもなるのではないでしょうか。協同組合の在り方としては、そこで譲り合う精神が活かされるように思います。

新規利用を凍結したという話も出ましたが、既存の組合員のなかには「欠品が収まるまでは、新規加入を待ってもらうという判断をしたらどうか」という意見もありました。しかし、いまの役割は、断るのが目的ではないので、そういう人にもきちんと説明をして、「こういう状況なので時間はかかるかもしれません」と言ってきました。おそらく、「結局、入れなかった」という方もいるかと思いますが、丁寧な対応が必要です。

【川口】既存の組合員が「長年利用しているのだから、私たちを優先に」という話も聞いていますが、組合員の公平性･平等性、

協同組合の価値をどのように発信していくか、そうということも非常に大事だろうと思います。

注文が集中すれば100%の供給は無理で、必ず欠品が出るということも、組合員自身が学ぶべき課題、知るべき情報です。そうした課題そのものを情報として提供する、組合員に発信する、そうした積み重ねがお互いの信頼関係を高めることにつながります。

【高橋】時代の変化という点では、ネットで情報を得ることが増えてきました。

最近、注文用紙の文字が薄く小さくなるという変更があり、私はそれを見たとき、かなり見やすくなったと思ったのですが、変更後1週目に90歳くらいのご高齢の組合員から、「変わって見にくくなったので戻してください」と太いマジックで書いた紙が担当者に渡されました。ネットでの発信も、私はありがたいと思いますが、「ネットなんか見るわけがない」という方もいらっしゃいます。「いままで注文用紙でしか頼んだことがないのに、変更されたらすごく困る」という声もあって、一人ひとり合う方法が違うので、すべてを変えてしまうのはよくないなと思いました。

あと、洛南支部は人が多く規模も大きいので、密になる環境です。クラスターを発生させないためにも、マスクの着用や換気、消毒液の設置等の徹底は今後も続けていくべきだと思っています。一人ひとりの意識は薄れつつあるようですが、感染予防を再確認して、今後の配達にも変化を前向きに活かしていきたいと思います。

【川口】変えていいこともあれば、多様性で選択肢を増やさなければいけないこともあります。また、生協がくらしを支えるという以上、若い方から高齢の方まで年齢に応じた工夫も必要ではないかと思います。あるお年寄りが、「詳しくは○○で検索」というテレビコマーシャルを見ながら、いつも「あんなこと、誰でもできると思わないでほしい」と言っていました。それはそのとおりで、大学教育でもオンライン授業をすると、家にパソコンがない学生もけっこういます。そういうなかで、守るもの、つくるもの、選択肢を増やすものなど、多様な変化が求められています。

【村内】生協の「注文したものが翌週に届く」という仕組みは、伝統として残すべき、わかりやすい仕組みです。ただ、最近はセブンイレブンやイオン等が始めたような、注文した数時間後に届くという仕組みも生協にあれば、さらに組合員のお役に立てるのではないでしょうか。そんなことができたらなあ、と考えています。

【川口】週1回の配達は、よい生活リズムになっています。組合員は、生協の配達がある日のことを「生協の日やねん」と言います。ところが意外なことに、生協職員が「えっ、『生協の日』って言うんや」と驚いていました。逆に「なんで言わへんの」とこっちがびっくりしたこともありますが、やっぱり「生協の日」という響き・リズムも大切にしていきたいです。

【吉田】個人的な意見ですが、今後も「不安な生活」とか「不安な将来」というキーワードが続くなかで、京都生協の商品やサービスを通じて、組合員がホッと一息ついたり、穏やかになったり、心が安らいだり、楽しくなったりする時間を感じてもらえたらいいなと思います。

具体的なアイデアがあるわけではありま

せんが、たとえば店舗では売り場づくりの一環で、100 個運動（1 つの商品をピックアップして、その良さをアピールし、たくさんの方に購入していただくという取り組み）をコロナ以前からしています。いままで知られていなかった生協の商品を知っていただくことで、「こんな商品があるんだ！」と組合員がワクワクされたり、購入すること自体が誰かの役に立つエシカル商品を買って、不安な毎日のなかで少しでも心が安らいだり、「誰かの役に立てているんだ」と感じてもらえるようになればいいと思います。

京都生協の理念に「頼もしき隣人たらん」という言葉がありますが、いろいろな場面で距離を取らなければならないいま、「いざとなったら生協はあなたのそばにいますよ」ということをもっとアピールしたいです。誰も頼れないという方もいると思うので、「いつもあなたのそばにいますよ」ということをどんどん知らせていかなければと感じています。

【川口】店舗でのイートインはむずかしいでしょうか。

【吉田】いまは、ほぼすべての店で撤去しています。ただ、コロナがその原因なので、今後、復活する可能性はありますし、一時期は復活した店もあります。でも、組合員が座っておしゃべりされているということもあり、他の方からお叱りを受けて撤去しました。

【川口】生協としては、やっぱり復活させたいですよね。ひとつの居場所なりコミュニケーションの場のような気もします。

生協のあるべき姿、今後の展望

【川口】ここまで、みなさんからいろいろな話を伺ってきました。最後に、生協のあるべき姿や、生協がこれから変わっていけばいいと思う課題、あるいは展望、事業、組合員活動などで当面やってみたいことなどを話していただけますか。

【川本】組合員から「つながりが大事」「声を広く聴いてほしい」というご意見もありました。やはり、組合員が望む商品を企画するべきだと感じています。たとえば大容量の商品や、逆に少量の商品が必要かと思います。

物流に関しては、コロナで年末以上の物流のため欠品もやむなしと判断しました。どうしても物流の効率を考えてしまって、大きい商品やかさばる商品を欠品にすれば効率がよくなるのではないかという意識になりがちですが、逆に大きい商品やかさばる商品をお届けしたほうがお役に立てる部分もあります。そのあたりは、今後、組合員の声を反映できればと思います。

作業者も、派遣作業者がどんどん増えるなかで、集品・箱詰めのミスが発生しました。これは、コロナに由来する欠品や抽選という以外の要因でお届けできなくなっていますので、みなさんからいただいたご意見を持ち帰って、いかに正確に集品してお届けできるかを考えたいと思います。物流センターは、物流の上流に位置するため、センターでミスがあれば組合員にお届けできなくなるだけでなく、支部の担当者やコールセンターにお叱りの声が届きます。このように、さまざまなところに影響があることを念頭に置いた上で事業を続けていきたいと思っています。

【馬淵】先ほどの衛生用品の定期便のお話は、新たな発見でした。果物などの生活必需品を、そのつど商品を変えて毎月お届けする頒布会の企画は、注文もけっこう多いようです。それと同じように、雑貨の生活必需品の頒布会といいますか、毎日使って毎月補充が必要な商品を登録しておけばその人に優先的に届くような仕組みは有効だと思いました。

あと、欠品を出すにしても、「かさばるものは生協の宅配が便利ですよ」とイチ推ししながら、それを運ぶと効率が落ちるというお話がありました。が、そこは棲み分けで、宅配は「かさばるから便利」を打ち出して、かさばらないもののアイテムは少し減るかもしれないけれど、かさばるものを中心にシフトしてほしいと思いました。

既存の組合員に抽選を当たりやすくしたらどうかという話もありましたが、それを一度提案してみてOKだったらやってみてもいいかなと思います。もちろん、ゼロから抽選すれば公平ですが、いままでの利用者の方にはそんなメリットもあってもよいかなと思いました。

【高橋】この間、「私も生協の商品を頼んでみたい」「組合員になりたい」という方はいませんか、という紹介キャンペーンがありました。共同購入は週１回しかないし会わないのですが、逆に捉えると週に１回、同じ曜日の同じ時間帯に会えるというのは強みです。

ふだんから担当者と組合員でコミュニケーションが取れていたら、「いつも来てくれるし、挨拶してくれるし、紹介しようかな」という気持ちで利用者が増えるのだろうと思います。ですから、私は、ふだんからのコミュニケーションが一番大事だなと感じています。

組合員と週に１回会ったときに、「ありがとう」の声だけではなく、「こないだの〇〇、おいしかったわあ」というたわいのない会話が大切で、そういう組合員からの声が今後の変化につながると思います。こういう声は、本当に貴重です。私が配達に行く機会はかなり減りましたが、担当者に対して「普段からのコミュニケーションが大事だよね」という話は今後も続けようと思います。

【村内】CNSは宅配事業をしていますが、５年ほど前から業務品質に力を入れています。それまで共済加入・お米登録・おせち料理のおすすめは、担当者が目標必達でおすすめする空気がありました。ですが、組合員の実際の要望は何だろうかと考えると、平石さんと梅村さんが言われたように、期待されていることはそういうことだけではないということに気づいたというか･･･、少し違う方向で行こうという方針になったわけです。

業務品質というのは、その地域の方のご迷惑にならないような配達方法を考えたり、「ありがとう」の声をたくさんいただいたり、担当者の接遇によってイヤな思いをされたりしないようにすることに力を入れることですが、今後もこれを続けるべきだと、あらためて感じました。組合員の間で週１回「生協の日」と言われているのなら、その日にイヤな思いをすることがないようにしないといけないと、あらためて感じました。

【吉田】コロナ禍以前から、なんとなく漠然とした不安がありまして、コロナが流行り始めてからは「自分の身は自分で守らなければいけない」という気持ちが、いい意味で強くなっています。

また、自粛期間を通じて「いまできる範囲で、家族が楽しく心地よいと感じられるくらしがしたい」と、個人的に思っています。まだ先が見えない不安な毎日のなかで、一人ひとりの価値観が違い、それぞれの幸せの形も違ってきているのではないかと思うので、自分の身は自分で守りつつ、自分なりの幸せを見つけたいということです。

ただ、それは難しいし、他人に頼れない方も大勢いらっしゃると思いますので、個人としても、協同組合で働く職員としても、「頼もしい隣人」というか、よい距離を保ちつつ「何かあったら生協が力になりますよ」という手助けが今後もできればいいなと思います。

【川口】しがらみや同調圧力とは違うつながりといいますか、生協はそういうものをつくれるのではないかと思います。

では、組合員を代表して、生協へのエールやご自分の思いをお願いします。

【梅村】けっして代表ではなく（笑）、一組合員として話します。

まず、コロナで不安も大きいし、まだ出口も見えないストレスフルな毎日に、私たち組合員の日常を支えるために頑張ってくださり、本当にありがとうございます。きょう、この場に来て、それをしみじみ感じました。

いろんな問題があっても、職員のみなさんは日々挑戦なさっているのだと思います。それを解決するのは人と人とのつながりだと思うので、いま、みなさんがいる現場のチームワークでさまざまな問題を乗り切ってほしいと思います。

私に何ができるかなと考えると、あまり思いつかなかったのですが、せめて自分の家族や周りの友だちには、一緒にいて楽しくなるような気持ちを配りたいなと思いました。それによって私の身近な誰かがその周りの人を幸せにできたら、回り回って、どぎついクレームを出すような人に届いて、優しさや「ひとりじゃない」という安心感からもう少し心穏やかに過ごせてもらえたら･･･。私自身はコロナに負けず、前向きに行こうと思います。

【川口】「クレームを言わせてはいけない」ということで、クレームが出ないような環境づくり、信頼関係づくりの大切さを訴える組合員もいます。

【平石】先ほどのお話にもありましたが、「いざとなれば生協はあなたのそばにいますよ」ということを丁寧にお知らせすることが大切だと思いました。それは何げない日々の小さな積み重ねであり、店頭や個配・宅配などで接するときの接し方や話し方などでつくられていくものだと思います。頼れる存在だなと思われるいろんなきっかけづくりの仕組みを、京都生協に期待しています。

【川口】京都生協はたくさん期待されていますが、オブザーバー参加されている職員の酒向さん、京都生協の強みを一言。

【酒向】京都生協というより協同組合・生協の強みになるかと思いますが、やはり人だと思います。協同組合が人のつながりをベースとし、そこに価値を見いだす組織だということを、本日、あらためて

実感いたしました。来てよかったと、感謝申し上げます。

人と人のつながりを大切にするということに確信が持てる、それが協同組合という組織のありようだというふうに思いました。先ほど、「組合員の代表」という言葉がありましたが、いま京都生協は55万人の組合員がいます。その55万人にとってよりよいことは何なんだろうとお互いに考え合い、それを職員組織が実現できるところからしていこうとする。そこに生協の強みがあると考えています。

【川口】ということで、まとめていただきました（笑）。

小さな価値を少しずつ発見して延ばしていくことができる、それが生協だと本当に思います。私も、生協に関わるようになって結構おもしろい毎日を過ごしています。働いている方と組合員が生協とか協同とかという言葉で話ができること自体、他にはないユニークな組織だなと思います。大きな強みです。

コロナ禍で発見したことや変化したことと生協とのかかわり、その延長上に新しい時代を切り開く多くの組合員がいます。そのひとりになることができれば幸いです。

まだまだ話し足りないこともあるかと思いますが、これで本日の座談会を終わりにさせていただきます。ありがとうございました。（拍手）

座談会を終えて

川口啓子（コーディネーター）

初めに、報告しておくことがあります。座談会の掲載にあたり、私は「組合員さん」ではなく「組合員」に統一しました。座談会では、ごく普通に「組合員さん」という言葉が使われましたが、あえて組合員は「顧客ではない」というところに、少しこだわった次第です。

組合員に「さん」を付けるか、付けないか ― 小さなことかもしれませんが、コロナ禍のあれこれの事象から、あらためて「顧客ではない」という気づきを、ややこじつけではありますが、深堀してみようと思います。

ある組合員の一言がきっかけでした。

「（欠品を）謝罪だけで終わらせるべきではない。どういう状況で不足が生じるのか、なぜ抽選をするのか、そのことを組合員に知らせて、これまで以上に理解と共感を得ないといけない。組合員はお客さんじゃないんだから」

コロナ禍では、生協はたいへん感謝される一方、「欠品、1点限り、抽選に外れた」ということで多くの苦情も寄せられました。そうした苦情に対して、読者の皆さんはどのような対応を想定されるでしょうか。

組合員のこんな会話も聞きました。

「流通のことや職員の仕事のことも知って、譲り合いや分かち合いを一緒に学ばないと・・・。コロナ禍は、そういう意味では『協同の価値』を広く深く知らせるすごくいい機会だと思う」

「組合員さんとか、組合員さまとか、そんな扱いばかりしてると、謝ることしかできなくなってしまう」

そういえば、「組合員さま」という表現

もときどき見かけるし、慇懃無礼（?）とも思えるような敬語もあるような…。私の場合、「お役立ち」という表現にも少々違和感を覚えます。

だからと言って、ふだんの会話に出てくる「組合員さん」を否定するつもりはありません。ただ、この座談会は文字として残ります。そこで、表現を「組合員」に統一しつつ、この一文とともに問題提起という性格を少し添えてみることにしました。

座談会を振り返ってみましょう。

店頭（生協ではありません）で、マスク不足に対する「怒り」をぶつける人の話がありました。その人は、「なぜ不足するのか」について知り・学ぶ機会はあるでしょうか。自身の日常が脅かされると感じる不安が「怒り」を伴う言動となってしまうのでしょうが、その「怒り」は商品が入手できればおそらく収束します。その人がマスクを買えていたとしたら、なおさら「なぜ不足するのか」という疑問はスルー。いずれにしても、それっきりになる可能性が高いのではないでしょうか。

多くの人がマスクを入手したい・備蓄したいと考えて行動すると供給が不足する―そんな流通・小売業界では「あたりまえ」のことを、顧客は知らなくてもいいかもしれません。

でも、組合員は違います。知っておきたい（おくべき）存在です。知り得る機会があります。その機会を逃してしまったら、なんともったいないことでしょう。

「さん」にこだわったのは、何も意識せずに放っておくと、いつのまにか「組合員さま」という顧客像が定着するような気がするからです。文字にするときだけでも、「組合員さん」を「組合員」にして、ほんの少し意識してみたいと思った次第です。

コロナ禍の当初、「自粛警察」をはじめ、他県ナンバーの損壊、感染者や医療・介護従事者への差別も横行しました。自分を守ろうとする行為が、他者を排除するというベクトルしか持てなくなったら、社会は無縁社会へと向かっていきます。

組合員も、ついつい自分優先、損得勘定に流されそうになります。

「長年、利用している人を優先すべき」

「抽選に当たった人は、次の抽選から除外してほしい」

でも、これも生協への期待です。この期待への応え方―そこに「協同の価値」が潜んでいます。

幸いなことに、多くの場合、なぜ欠品になるのか、どうして１点限りなのか、抽選をする理由は何なのか、丁寧に説明してくれました。生産者の苦境、困難な集品作業、トラックの限界、鳴り続けるコールセンターなど、組合員に届くまでのプロセスを教えてくれました。

こうして、組合員は協同を学びます。見る目が変わります。その蓄積が、出資・利用・運営をより確かなものにします。協同する社会をつくります。

コロナ禍と「さん」を付けない組合員と「協同の価値」― こじつけのようですが、座談会を通して、「協同の価値」を具体的に知り、考えることができました。
ありがとうございました。

書評01

方方 著　飯塚 容・渡辺新一 訳

『武漢日記－封鎖下 60 日の魂の記録』

河出書房新社 /2020 年 9 月刊 /320 ページ /1600 円＋税
ISBN　978-4-309-20800-8

評者：竹野 豊
京都大学大学院経済学研究科博士後期課程

本書は新型コロナウィルスの影響により中国武漢に封鎖令が出て２日後、旧暦元日である１月 25 日から３月 24 日までの全 60 日間に亘る封鎖下の記録である。武漢在住の小説家方方（ファンファン）が毎夜午前０時前後にブログに投降した日記をまとめたものの日本語訳版である。奇しくも最終日の３月 24 日は武漢封鎖解除決定通告が出た日であった。本日記は中国でのネット検閲により何度も削除され、しまいには更新不可能となり、後半では知人のアカウントを通して更新を行っていた。本書は世界 15 か国で出版されているが、中国では出版されていない。最初に世界での発行が決定した時には中国国内からの批判も多くあった。

方方は 1955 年中国南京で生まれ、２歳時より現在まで武漢で暮らしてきた。現代中国を代表する女性作家の一人であり、社会の底辺で生きる人々の姿を丁寧に描いた小説を多数発表している。かつては湖北省作家協会主席を務めたこともある有名な職業作家である。封鎖当初、著者は文聯（湖北省文学芸術界聯合会）の宿舎で１人暮らしをしており、普段は家政婦もいたが封鎖によりその家政婦も往来が出来なくなった。

ブログでは、天気を確認し、友人、家族、知人、インターネットなどから新型コロナ関係の情報を集め、食事調達をどのようにしているのかという、封鎖された武漢での１日の生活を毎日記している。新型コロナという未知のウィルスに対し、日々状況が変わりゆく中での自分自身の心境を記すとともに、友人知人から得た情報を発信していた。

本書は基本的にはいわゆる一個人としての民生を記した日記なのである。封鎖された街で生活必需品をどのように入手し、日々を過ごしてきたかをブログに毎日投稿した。生活必需品（特に食料）の入手では近隣住民や家族と助け合い協力し合って生活していく、新型コロナに感染していない人の封鎖された武漢での生活は「団体購入、テレビドラマ視聴、就寝、それが今の生活なのだ」という。

情報の中には、身近な人間とその家族が新型コロナを患い死に至る様子や、病院がひっ迫し患者が入院できず死に至る様子や、市街にとどまっている武漢市民が差別される様子や、病床不足により仮設病院が次々建っていく様子や、感染症に対する友人の医師（複数人）の考察などが描かれている。メディア発信や公式の情報（政府発表の感染者・死亡者数など）だけではなく、非公式の情報、つまり著者が友人や知人から得た情報や各々の考察、推察も含まれていた。その情報には「プラスのエネルギー」を持つ情報と、「マイナスのエネルギー」を持つ情報の両方が含まれていたが、著者は情報発信を続けた。ここでいう「プラスのエネルギー」とは中国社会や政府の方針を肯定的に捉える楽観的な思考であり、「マイナスのエネルギー」とはその逆である。

そのことにより極左（中国では体制寄りの保守派が左翼）からの批判も受けたが、著者の日記に対する姿勢は変わらなかった。さらに著者は極左に対して、日記内で反撃している。特に、武漢での新型コロナ感染者数がピークを過ぎ落ち着いてきてからは日記における反撃の占める割合が大きくなっていった。

ネット検閲が厳しい中国で湖北省政府批判を行ったことには世界中から大きな注目が集まった。政府以外にも、政府系メディアや武漢市中心医院に対する批判も行っている。政府に対しては、発生初期の対応の遅れや情報の隠匿の可能性を指摘している。もっと早い段階で「ヒト－ヒト感染はない、予防も制御もできる」という誤った結論を撤回し、「ヒト－ヒト感染はある」と修正出来たのではないか、そのことをもっと早い段階で知っていたのではないか、情報秘匿をしていたのではないかと批判している。武漢市中心医院は武漢で最初に新型コロナが確認された病院であり、医療関係者に複数の死者を出した。また、新型コロナに関する告発を行った医師を処分した。このような行為に対して、政府と同様に情報秘匿の姿勢を批判している。

また、政府や武漢市中心医院の上層部が、責任をとるべき人が責任をとっていないことに対しても批判している。

一個人の日記がどうして世界各国で出版されるほどの注目を集めたかという疑問が生まれるかもしれない。当然のことながら、武漢が世界で最初に新型コロナ感染が爆発的に増えた都市であり、著者がその武漢でブログを投稿し続け、リアルな情報を発信していたという理由があげられるが、それだけではない。上記のような批判に伴い、中国国内から削除や遮断や批判にさらされながらも情報を発信し続けたからである。

印象的だったのは、２月 24 日の日記で「ある国の文明度を測る唯一の基準は、弱者に対して国がどういう態度を取るかだ」と記しているところである。隔離のために養老院（日本でいう老人ホーム）から出なければいけない老人が出たというニュースを受けての一文である。この考え方には著者の作品の特徴である社会の底辺で生きる人々の姿を描いていることに通じるものがある。日本でも、路上生活者やネットカフェ宿泊者に対して定額給付金の支給が困難であるなど、社会的弱者に対しての新型コロナ関連の支援が行き届いているかは課題が残る。

著者は「個人の記録は微々たるもので全体を総括できないが、無数の個人の記録を集めれば、あらゆる角度からあらゆる過程の真相を明らかにすることができるだろう」と日記を投稿する理由を述べている。個々人の視野というのは決して広くない。著名作家である著者は一般人に比べ知人や友人も多く、得られる情報も幅広い、それでも一個人では限界がある。しかし、『武漢日記』と同様に封鎖された武漢での出来事を記録し続けた人は複数いる。未だ WHO の国際的な調査チームによる調査が武漢では行われていない。もし、今後も武漢での調査が行われない場合には、『武漢日記』を含む各個人の記録が、封鎖された武漢の実体を明らかにしていくであろう。もちろん調査が行われた場合にも、それらの記録は実体を知る手助けになるであろう。

４月８日に武漢の封鎖は全面的に解除された。こちらはまえがき（４月 13 日記）に記されていることだが、「封鎖が解除された瞬間、ほとんどの市民の目には熱く光るものがあった」という。2020 年 12 月 10 日現在、日本では過去最大の波である新型コロナ感染の第３波が到来しているところであるが、１日でも早く新型コロナ感染が落ち着き、それを嬉しく思える日が来ることを願う。

書評02

農民運動全国連合会（農民連）編著

『国連家族農業 10 年 ーコロナで深まる食と農の危機を乗り越える』

かもがわ出版 /2020 年 8 月刊 /120 ページ /1300 円＋税
ISBN　978-4-7803-1104-4

評者：御手洗 悠紀
京都大学大学院農学研究科博士後期課程

国際連合（以下、国連）が 2019 年から 2028 年までの 10 年間を「家族農業 10 年」として定めたのは、今からちょうど 3 年前の 2017 年 12 月のことである。これは、家族労働に依拠する経営形態である家族農業が「世界の食料安全保障確保と貧困撲滅に大きな役割を果たしている」ことを認めた上で、各国で家族農業に係る施策を進めること、その経験を他国と共有すること、そして国際機関が各国の活動計画の策定や展開を先導することを求めたものである。また、その翌年の 2018 年 12 月には、中小農業者・農業従事者組織の国際組織であるビア・カンペシーナが起草した「小農民と農村で働く人びとの権利宣言」が国連総会で採択されている（ただし日本は棄権）。以上のことから、国連が家族農業や小規模農業を食料生産の中心的担い手として位置付けようとしていることが見てとれる。しかし、この「家族農業 10 年」はわずか 1 年で新型コロナウイルスの世界的大流行という「困難」に直面することになる。

本書の興味深い点は、今回のコロナ・ショックを単なる「困難」と見做すのではなく、今までの食料生産のあり方、そしてその方向性を見直すための「機会」として捉えているところだ。コロナ禍によって浮き彫りになった「食と農をめぐる構造のゆがみ」は、ウイルスによって新たにもたらされたものではない。既にあった様々な課題が深刻化し、世界中で噴出しているのだ。そして、食料生産は地域と密接に結びついているため、それを見直すことは地域や社会のあり方を再検討することにも繋がる。

編著者である農民運動全国連合会（以下、農民連）は、1989 年に組織された農民団体であり、上記のビア・カンペシーナにも加盟している。農業の大規模化が世界各国で進められるなかで、その反対の家族農業や小規模農業を推進する農民連の取り組みを紹介する本書は、全 5 章に加えて、巻頭のカラーページ、はじめに、推薦のことば、寄稿、用語解説、特別対談、コラム 2 本、および資料で構成されている。

第 1 章は新型コロナウイルスがもたらした食料不安の背景に、社会的不公正と環境破壊の問題があることを指摘する。貿易自由化とアグリビジネスの拡大が押し進められた国際社会は、各国ごとにとられたパンデミック対策や非常時の不安心理を前にして、その脆弱さを露呈した。そして、以前から国際機関が課題として取り上げていた飢餓が、結果として深刻化する。特に途上国の農民、先進国で農業に従事する外国人労働者や研修生、食肉工場で働く労働者は食料生産に従事しているにも関わらず、貧しさや飢えに苦しんでいるという。海外技能実習生に依存している地域が少なくない以上、日本もまた例外ではない。

また、大規模な工業的農業を推し進めるアグリビジネスがその経営のために森林破壊を行ったことが、感染症拡大の素地を作ったのではないかと問いかける。

第２章は、カロリーベースの食料自給率が40% を下回っている日本の農業問題を説明し、安倍前政権の農政を痛烈に批判する。日本の食料自給率を下げる一因である貿易自由化を安倍農政が推進したことにより、日本国内農業の生産基盤弱体化が進み、海外への依存が強まったという。もはや食料品のみならず、家畜の飼料、肥料や種子、労働力までも諸外国に頼っている状況だ。第１章で指摘されたように、こうした依存が実際に問題として浮かび上がるのは、今回のような感染症の世界的大流行を含む自然災害、戦争や紛争などで政治や経済の状況に変化が生じた時である。既に輸出・海外観光客向け農産品の価格暴落や海外技能実習生の入国規制による労働力不足という形で、問題が浮上しているという。

以上取り上げられた種々の問題を解決するための力として国連が光を当てている家族農業について、第３章は説明する。家族農業が再評価される理由は、「持続可能な地域農業」であるためだ。言い換えれば、家族農業で生産する食料は地域や国内の市場で消費されることが多い。国際的な食料供給網に乗らないため、今回のような事態でも安定した供給が可能であるだけでなく、地域に雇用源を提供しうる。さらには、貴重な生産資源である土地、水、化石燃料を工業的大規模農業と比較して効率よく利用することができるため、環境負荷を低く抑えられる。

しかし、このような家族農業の潜在能力は経済的な問題のために十分に発揮できていないと指摘した上で、本書はその対策のために必要なことをいくつか紹介している。まず、政府による補助金導入などの政策面での取り組みであり、国連もこれを重要視していることは冒頭部に述べた通りだ。次に、生態系に配慮した農業に取り組むこと、産直や地産地消を推進することである。さらに、従来の家族農業で問題視されてきた家父長的なジェンダー不平等をなくすことを掲げる。また、これまで副次的な扱いを受けてきた兼業農家も農業の重要な担い手として位置付けること、都市農業や市民農園の役割を再評価することを提唱する。

第４章は日本国内各地の、第５章は韓国、ドイツ、アメリカの個別事例が取り上げられており、巻頭のカラーページと合わせて、家族農業の力強さを感じる本書の白眉である。その取り組みは、農家民宿、環境保全型農業、新規就農支援、学校給食、地域交流や農福連携等々と多岐に渡る。どの取り組みも単なる食料生産に留まらない、農業のあり方を提示している。

その中の取り組みの一つとして、奈良県農民連が地元の消費者や保護者と連携して地場産の農産物を積極的に給食で活用している例がある。今年２月 27 日に急遽表明された一斉休校要請により、学校給食として使われるはずだった大量の食材の出荷先が失われたことは、まだ記憶に新しいのではないだろうか。これは給食が国内の農産物市場において、一つの大きな「買い手」であると認識させられる出来事だったと言えよう。休校により「給食用の食材を廃棄せざるを得なかった自治体もある中で、奈良県農民連の事務所のある明日香村では農産物直売所で食材を売り切ることができた」というから、その緊急事態への対応の柔軟さに驚きを覚える。

本書評執筆時も新型コロナウイルスは猛威をふるっており、収束の目処はまだ見えない。上記のような家族農業や地域の「しなやかさ」は今後も求められていくだろう。本書に若干の注文をつけるならば、失敗や困難な課題、あるいはコロナ・ショックで露呈した家族農業の「弱み」も取り上げて欲しかった。家族農業もまた、コロナ禍のもとで長期的な対応が必要になる以上、「成功例」だけではない様々な経験がこれからの対応で活きてくるだろう。そのためには、弱みも踏まえた活発な議論が望まれる。「家族農業 10 年」はまだ漕ぎ始めたばかりだ。その取り組みの展開を、これからも注視したい。

BACK NUMBERS

季刊号

2020（第 33 号）
2020.09.25 発行

特集
くらしと協同をたずねて
研究紹介
地域フードシステムを育む協同組合の可能性
食や農を「つなぐ」アプローチとしての
ツーリズム

2020 春号（第 32 号）
2020.03.25 発行

特集
サステイナブル・コミュニティ＝やさしく、
しなやかに続く地域をつくる
総論
脱プラスチック社会は可能か

2019 冬号（第 31 号）
2019.12.25 発行

特集
多様な立場から考える食の科学技術
－ゲノム編集技術に着目して－
総論
科学技術とどのように向き合うか

2019 秋号（第 30 号）
2019.09.25 発行

特集
新たな時代の、新たな流通　生協は
何に、どう対応すべきなのか？
総論
キャシュレス社会考

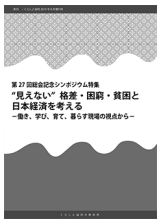
2019 夏号（第 29 号）
2019.06.25 発行

特集
「公」から住民主体による「民」への取り組み
総論
民営化とは？市場経済と公共性から考える

2019 春号（第 28 号）
2019.03.25 発行

特集
創り、支え、広げる「わたしたち」のくらし
争論
現代社会、そして生協にとっての民主主義とは？

増刊号



2019 年 9 月増刊号
2019.09.25 発行

第 27 回総会記念シンポジウム特集
“見えない”格差・困窮・貧困と
日本経済を考える
－働き、学び、育て、暮らす
現場の視点から－

2018 年 9 月増刊号
2018.09.25 発行

第 26 回総会記念シンポジウム特集
現代のくらしにおいて、
わたしたちには何ができるのか？
－『無印良品』のあり方と
仕組みから考える－

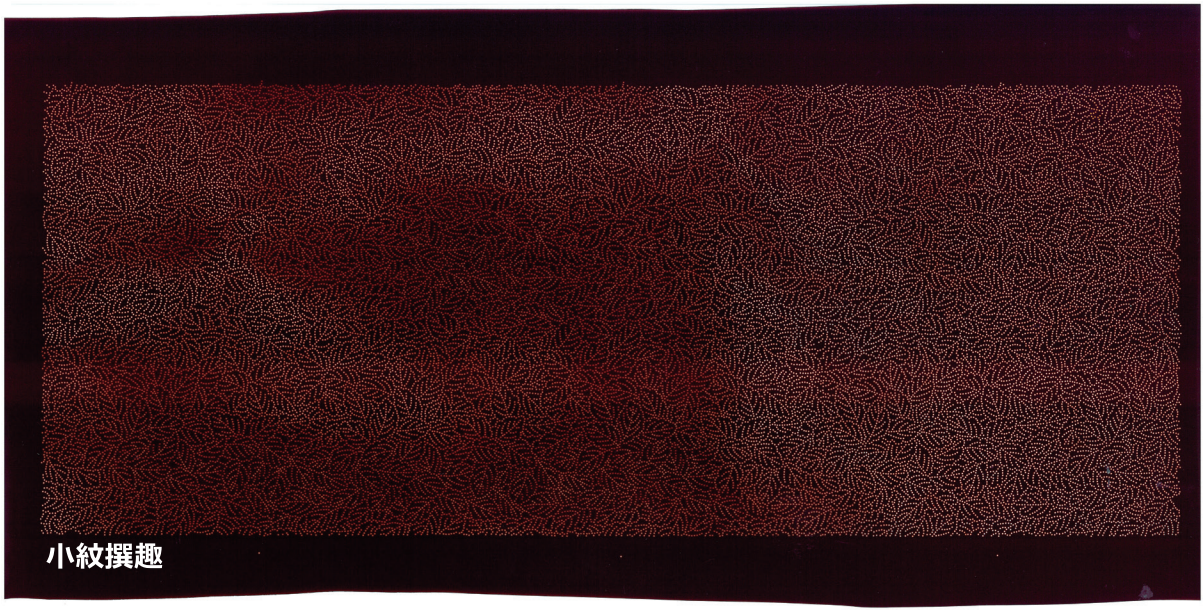
編集後記

コロナ禍、とくに緊急事態宣言下において、空前と言い得るほどの注文の増加、加入申し込みの殺到に地域生協が追われている。あらためて生協の良さが見直されたのだとも評されているが、本当にそうだろうか。人々の多くが見直し、再評価したのは、生活協同組合という存在に対してではなく、店まで出向かなくても食料品が届く、宅配という生協の業態に対してではなかったのか。トータルで見れば注文と供給は激増しているが、コロナ禍で家計が激変し、生協からこぼれ落ちてしまった組合員、利用したくてもできなくなってしまった消費者はいないだろうか。あえて、そんな厳しい目で見つめ直してこそ、本当の意味で生協がコロナに克てるのではないかと感じている。（志）

季刊 **くらしと協同　（第 34 号）** 2020 年 12 月 25 日 発行

編集企画｜『くらしと協同』編集委員会
編集長　｜杉本貴志
発行所　｜くらしと協同の研究所
理事長　｜若林靖永
住　所　｜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（〒604-0857）
電　話｜075-256-3335
ＦＡＸ｜075-211-5037
E-mail｜kki@ma1.seikyou.ne.jp
ＵＲＬ｜http://kurashitokyodo.jp

季刊 くらしと協同 （第34号） 編集・発行/くらしと協同の研究所 発行日/2020年12月25日 ISSN 2187-1280



表紙紋様 「柏の葉の紋様」柏の葉詰め（カシワノハツメ）

古代では柏の葉にご馳走を盛って神に捧げていたとあり、これに由来して柏が「神聖な木」と見られるようになりました。また、柏手を打つとは神意を呼び覚ますことをいいます。
柏は、新芽がでる春まで落ちることはありません、新芽がでてから古い葉が落ちることから、「葉守りの神が宿る神聖な木」とされてきました。そこから、柏の葉には、「家系が途切れず子孫繁栄する」子孫繁栄、途切れることのない繁栄をあらわす文様となったのです。
室町時代から神官などがもちいる家紋のモチーフとなりました。鎌倉時代に、武士たちが実権を握るようになると、剛毅な気質の象徴として、武具の文様にも用いられました。江戸時代には、当時人気を博した歌舞伎役者の尾上菊五郎（おのえきくごろう）の屋号、音羽屋が、重ね扇の中に抱き柏を配した文様を定紋としました。現代では、端午の節句には、柏の若葉で包んだ柏餅が食されます。
コロナ退治に、鎧兜で、柏餅を奉納し、世の中の人々の平穏無事を祈願しましょう。

田内隆司／京小紋画像提供（田内設計事務所）