

# 協 う か な

vol.124  
2011年4月

## 特集

### 「温故知新」～20世紀の生協に学ぶ21世紀の生協

## 編集

くらしと協同の研究所『協う』編集委員会  
編集長 杉本貴志

## 発行

くらしと協同の研究所 理事長 的場信樹  
〒604-0851 京都市中京区夷川通烏丸東入  
Tel. 075-256-3335 Fax: 075-211-5037  
<http://ha1.seikyou.ne.jp/home/kki>  
E-mail: kki@ma1.seikyou.ne.jp

特集 「温故知新」～20世紀の生協に学ぶ21世紀の生協 2

斑からパーティーへ — 組合員の「拠点」はどうあったか—

杉本 貴志 2

コープ商品と事業連合化

—「生協らしさ」追求の今日的な課題— 加賀美 太記 4

21世紀のこの10年の生協をふりかえって

日本生活協同組合連合会 会長 山下俊史氏に聞く

【聞き手】的場 信樹 7

探訪 くらしとコミュニティ 14

地域とつながるにじのこ文庫の活動

三重 還一

ブックレビュー 16

『昭和の家事』 斎藤 真緒

『2030年 超高齢未来—「ジェントロジー」が、  
日本を世界の中心にする』 森原 康仁

視角 20

日本一心を搖るがす新聞の社説

水谷 謙人

〈連載〉

生協のひと・生協のモノ 12

コープこうべ協同学苑の「史料館」

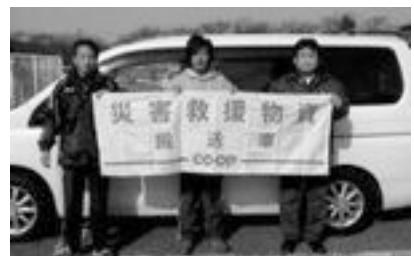
望月 康平

生協・協同組合研究の動向 18

協同組合研究をめぐる今後の課題についての10の視点

鈴木 岳

日本における地震と津波の被災者のために、世界への呼びかけ  
ICA会長 ポーリン・グリーン 11



<被災地への救援活動>

## 特 集 「温故知新」 ～20世紀の生協に学ぶ21世紀の生協

3月11日の大地震と津波によって、東日本を中心に、われわれの住む地域とわれわれの生活は大きく傷つけられた。その惨禍は未曾有のものであるけれども、空襲で荒廃した日本が戦後奇跡の復興を遂げたのと同じように、われわれはいつの日か、この震災から必ずや立ち直ることができるであろう。もちろんその過程には思いもかけない苦難があるかもしれない。失われたもの全てが戻ってくるわけではない。それでもわれわれは希望を捨てずに前に進む。本号の特集「温故知新」は、これから生協が進むべき道を考えるために、20世紀後半、とくに90年代から、今世紀最初の10年まで、日本の生協運動のあゆみを振り返ってみようと、大地震前に企画されたものである。激動の時代に生協運動が時代の変化にいかに対応してきたのかを省みることは、いま、新たな意味をもつものとなった。協同の運動がたどった過去を、未来を見つめつつ、振り返ってみたい。

(インタビューを含めて、この特集は大震災発生以前に企画され、取材・執筆されたものです。)

### 斑からパーティーへ — 組合員の「拠点」はどうあったか —

すぎもと たかし  
杉本 貴志（関西大学教授・当研究所研究委員）

#### 世界に誇るHAN

理想を追求する当事者にとってみれば、いろいろ課題を感じるのであろうし、組合員をはじめとして期待を抱くからこそ、その現状に不満を抱く人々も存在するのだろうが、客観的に見て、日本の生活協同組合運動が世界から注目されるべき存在であったことは間違いない事実である。事業的にも、運動としても、これほど協同組合らしく、強力な協同組合は、そう滅多にあるものではない。

こうした生協を生み出した要因のひとつは消費生活協同組合法（生協法）である。「組合員以外の利用を認めない」「都道府県内の活動しか認めない」「農協のような信用事業を認めない」といった規制だらけの法律の枠内で活動することを余儀なくされた生協は、地域に密着して組合員の組織づくりを行い、組合員に愛される購買事業の展開をすることで生き残りを図るほかなかったのである。

そこで生協の武器となったのが「斑」組織である。斑という日本特有の仕組みは、日本における生協運動の最も特徴的な構造として世界に知られている。おそらくはHanといえば、海外の協同組合関係者であっても、かなり多くの人に通じるだろう。斑はそれほどまでに有名な存在であり、日本の生協の象徴として扱わってきた。

#### 斑の始まりと確立

現在、多くの人が、斑といえば共同購入と結びついたものとして受け取っているであろう。「斑イコール共同購入」として一体化したものとして理解されることが一般的なのであるが、もともと斑は、われわれが知る共同購入（週に一度予約注文をして、それが斑に配送されるという無店舗販売の事業）とは関係のないところで生まれ、全国に広がったものである。

斑という名称の下部組織が生協にいつ誕生したのかを探ってみると、そのルーツは大正末期に東京で創立された西郊共働社（新居格組合長）が1929年に組織した「班会」あたりまでさかのぼることができるが、そのほかにも戦前および戦後まもなくの時期には、神戸消費組合（コープこうべの前身）などいくつかの生協で、「家庭会」と呼ばれる組合員組織が生まれている。班会や家庭会は、組合員の親睦や相談、各種組合員活動を担う「単位組合の末端組織」であって、これこそが生協が組合員組織であるためのもっとも重要な核であるとして、日本協同組合同盟（日本生協連の前身）は1948年から49年にかけて、こうした斑の確立を掲げた方針を相次いで打ち出している。さらに各地で生協が結成されるにあたって良き手引き書の役割を果たした『生活協同組合便覧』（時事通信社、初版1949年）が同様の見解を示したこと

により、斑という考え方が全国の生協に広まっていく。そして1950年代になると全国の生協が商工会議所等による反生協運動と資金難にあえぐなかで鶴岡生協（共立社の前身）の好調が注目され、その斑活動を模範として、1964年に日本生協連総会で「斑は生協の運動上の基礎組織である」と確認されるに至るのである。横浜生協（コープかながわの前身）は、斑を基礎とすることを学んで組織発展に結びつけた生協の代表例とされている。

そして1960年代末、いくつかの生協で、この班を利用しての新しい事業モデルの構築が試みられた。生活クラブ生協、静岡生協、千里山生協で始められたのが、今日われわれが想起するタイプの共同購入事業である。

これ以前の生協は、他の小売業者と同じく、あくまで店舗を主力業態として事業展開を図っていた。そのほかには、戦前からの伝統であり、他の小売店でも行われていた「ご用聞き」というやり方があったし、特別に注文を取った商品を宅配するということも行われていたけれども、毎週予約注文を取り、それを毎週配送するという意味での定期的な無店舗販売事業は、ここで初めて、斑と結びつくことによって誕生したのである。地域に組織された組合員の斑を活用することで、コスト的にもきわめて有利な条件で生協は無店舗販売の事業モデルを確立することができたのだった。

### 斑の停滞と衰退

こうして生まれた班別共同購入は、あっという間に全国の生協に広まり、日本の生協の主力業態となっていく。配送コストを軽減するだけでなく、組合員の声を聞き、コープ商品を宣伝するといった「クチコミ」の機能を發揮する場としても、斑は生協にとって頼もしい存在であった。他の流通業者であれば、莫大な金額をかけなければできないような個別消費者毎の商品の仕分け・配送や、商品の宣伝、消費者のニーズの集約といった諸々の業務を、斑組合員は無償に近い形で担ってくれたのである。そういう意味で、斑は高度成長期における生協躍進の最大の要因ともいえるだろう。

しかし、高度成長の終焉とともに、80年代末から90年代にかけて、多くの生協において、斑に陰りが見え始め、やがてはっきりとした衰退傾向が

観察されるようになった。いうまでもなく、社会の変化が斑に危機をもたらしたのである。

女性のライフスタイルが変化することによって、「在宅する主婦」という、斑を基礎としていた生協が暗黙の前提としていた存在が脅かされることになった。それは即、共同購入の危機と結びつく。多くの地域で、もはや専業主婦など存在しないといわれる状態となったことで、生協は事業の末端を組合員組織に全面的に依存していたことに、あらためて気づかされたのである。

### パーティーという試み

無店舗事業の立て直しは、個別のピッキングを行い、個々の組合員宅に直接配達するという「個配」業態を何とか成立させることで一応の解決がはかられたけれども、組合員の組織や活動をどうするのかという問題は、各生協において、いまなお多様な模索が続いている段階である。

ひとつのやり方として、従来の斑のように居住地域で組合員の末端組織をつくるのではなく、あくまで個人をベースとして、それぞれが希望するテーマで活動を行う仕組みとしようという考え方がある。組合員の自主性に全面的に任せて本部や役職員はそれに全く関わらないというやり方もあるれば、資金的・人的なサポートを手厚くするというやり方もあるが、いずれにせよ、事業と組合員活動とをはっきり分離し、個人を単位において物事を組み立てるという組織・活動論である。

しかし、分断化された個々の組合員に全面的に依存することで、はたして「協同」組合としての内実がこれからも確保できるのだろうか。隣近所でつくる斑という集いさえ成り立ち難くなっている今日、生協はもっと積極的に協同の「契機」づくりに乗り出すべきではないのか。そういう疑問も当然あり得るだろう。コープしが、ララコープ等で始まった「パーティー」は、組合員を中心とした地域での人々の集まりであるが、生協によっては家族メンバーだけで開催することが認められているほど自由なものである。

これが班に代わる組合員の拠点となり得るものなのか、あるいは斑や組合員を越えて、地域における協同の芽とさえなるものなのか、その答えは、これからパーティーの展開にかかっている。

## コープ商品と事業連合化 —「生協らしさ」追求の今日的な課題—

か が み たい き  
**加賀美 太記**（京都大学大学院経済学研究科博士後期課程、「協う」編集委員）

### はじめに

1990年代以降、生活協同組合をめぐる環境は大きく変化した。食品の生産・供給体制はグローバルに広がり、海外からの輸入が大きく増加した。小売業界では、ダイエーやマイカルなどの大手総合スーパーが破たんする一方で、セブン&アイホールディングスとイオンが小売2強としての体制を確立した。また、バブル崩壊以降の長引く景気低迷は、消費者の購買心理を大きく変え、低価格や自分にとっての価値を重視する消費者が増加した。

生協を取り囲む環境のこれらの変化は、生協自身の取り組みや運営をも大きく変えることとなった。本稿では、とくにコープ商品と事業連合化の進展に焦点を当てて、その歴史と特徴を検討する。その上で、今日の生協における課題を検討したい。

### コープ商品——生協PBの歴史と特徴

2008年のリーマンショックを端緒とした景気後退は日本の流通業者にもさまざまな苦難をもたらしている。その一つが、2000年代前半以来のデフレ傾向である。商品価格の継続的な下落であるデフレと、それに伴う景気後退による消費縮小という事態に直面し、小売業大手のセブン&アイホールディングスやイオン、あるいは各ボランタリーチェーンは自社ブランド<sup>1)</sup>製品、すなわちプライベート・ブランド（PB）商品の積極的な展開によって、この困難な局面の打開を図っている。

このような日本の小売業者のPB商品の歴史において、先駆的な地位にあるのが生協のPBである「CO・OP」「コープ」「COOP」ブランドである。ミートホープの牛肉コロッケ偽装問題や中国製冷凍餃子中毒事件などの不祥事により、生協のPB商品のイメージは大きく傷ついたが、それでも長年の努力の成果として「安全・安心」という強固なブランドイメージを確立したPBであったことは間違いない。まず、この生協のPBの歴史を、日本生協連の代表的なPB商品の紹介とともに確認していこう。

日本生協連のPB商品開発が始まったのは1950年代後半からである。背景には、公害や環境問題が社会問題となり、添加物を使用した商品に対する消費者運動が広がりつつあったこと、メーカー主導による価格管理が小売段階にまで浸透し、商品価格が高水準にとどまっていたことなどがあった。これらの問題の解決を目指した先進的な取り組みがPB商品開発だったのである。

その取り組みの最初の成果であるPB商品第1号は1960年に供給された「CO・OP生協バター」であった。これは酸化防止剤や合成着色料を使用しないことで、添加物問題への対応を図った商品であった。翌1961年には第2号商品として「CO・OPみかん缶詰」が登場した。

その後、衣料用洗剤「CO・OPソフト（1961年）」「CO・OPセフター（1969年）」、台所用洗剤「CO・OPKソフト（1967年）」が開発されるなど、食料品以外の分野にも生協PB商品は進出していった。1970年代に入ってからは日本酒「虹の宴（1970年）」、20インチカラーテレビ「CO・OPカラー20サンセブン（1971年）」、着色料や発色剤を使わない「CO・OPハム・ワインナー（1972年）」、「CO・OP無漂白塩数の子（1973年）」などが誕生した。そして、1981年には、コープ商品最大のヒット商品である「CO・OPミックスキャロット」が開発・供給されている。

1980年代以降もPB商品開発はいっそう進展しており、現在の日本生協連のPB品目は合計で約6000品目に上る。このうち約5000品目が食品である。この他にも、各生協や事業連合によるオリジナル商品も数多く存在する。ただし、日本生協連では2008年初頭に起きた冷凍餃子中毒事件を契機に、PB商品の品目数の絞込みを進めており、約100人の商品開発担当が1人40品目を担当するまで絞り込むことを目標としている<sup>1)</sup>。

上記のような展開を辿った生協のPB商品だったが、その中には、登場以来根強い人気を誇るロングセラー商品が少なくない。代表的な商品は、

累計24億本以上の供給実績を持つミックスキャロットや<sup>2)</sup>、発売後40年を経過するセフターなどがあげられよう。

これらロングセラー商品の開発過程に注目してみると、当時の消費者＝組合員が直面していた生活上の課題に、生協が真摯にこたえようと努力した結果生まれた商品であることがわかる。

たとえば、セフターは当時社会問題とされていた河川汚染への取り組みとして、水環境への配慮と安全性を重視して開発された製品であった。また、ミックスキャロットの開発のきっかけは、開発担当者の「栄養に優れたにんじんを、にんじん嫌いの子供たちに何とか美味しく食べさせてやりたい」という素朴な思いが背景にあった。

加えて、発売後も組合員や職員の考えを積極的に反映させて、常に改良を続けてきたからこそ、現在まで続くロングセラー商品となったこともあわせて指摘できる。

セフターは発売当初の粉末形状の単一製品から、組合員のニーズを反映してラインナップを増やしており、現在では液体、柔軟剤入りなど多岐にわたるブランドとなっている。ミックスキャロットも、使用方法のコンテストを実施したり、味やパッケージの改良の際に大規模な組合員アンケートを行うなど、組合員の声を商品改良に反映させる努力を続けてきた<sup>3)</sup>。

生協PB商品においてロングセラーとなった多くは、開発過程や普及過程において組合員と職員の声を反映させてきたのである。まさに、組合員と職員が共に育ててきた商品であると言えよう。

### 事業連合化の経過と狙い

先述の通り、生協を取り巻く環境が大きく変わったのが1990年代である。この時期の生協の動きの特徴として事業連合化の進展があげられる。

事業連合とは、地域生協や職域生協などの個別生協が複数集まり、共同で仕入れや商品開発をおこなうなど、従来の範囲を超えて事業を進めるための組織である。事業連合そのものの歴史は古いたとえば、大学生協では比較的早い時期から都道府県単位、あるいはそれより広域の事業連合が設立されていた。この事業連合の設立が、1980年代後半から1990年代にかけて一気に加速したのであ

る。

1988年の「グリーンコープ連合」設立に始まり、1989年には「首都圏コープ事業連合（現パルシステム生活協同組合連合会）」が設立された。続いて、「生活クラブ事業連合」と「ユーコープ事業連合」が1990年に、1992年には「コープネット事業連合」と「コープ自然派事業連合」が誕生した。その後も、1993年に「コープ九州事業連合」、1994年に「東海コープ事業連合」、1995年に「コープ北陸事業連合」と「サンネット事業連合」と相次いで事業連合が設立されていった。

2000年代に入ってからも事業連合化は続いている、2003年に「コープきんき事業連合」と「生活協同組合連合会きらり」が、2005年には「コープC Sネット」が設立されている。このように日本生協連に加盟する事業連合の多くは1990年代にかけて準備・設立されたものである。

それでは、この事業連合化の狙いはなんだったのだろうか。これらの事業連合の設立趣意書に共通するのは、従来の地域・職域生協では対応できない困難を開拓するための事業連合化が謳われている点である。

この時期、すなわち1990年代以降に生協が直面した困難とは、以下の2点である。

一つ目は、競争相手である他小売業の巨大化である。1990年代以降、POSシステムによる販売管理の洗練化によって競争力を強化したイトヨーカドーや、ショッピングセンターの積極的展開によって急成長を果たしたイオンなど、食品流通における大手小売業の拡大が顕著になった。この変化を受けて、スケール・メリットや卸売業者の活用による低価格化といった全国小売チェーンの競争力に対抗できるだけの地力をつけることが生協にも求められたのである。

二つ目は、消費者すなわち組合員の変化である。市場そのものの成長が停滞する中で、バブル崩壊による長期不況が拍車をかけた。具体的には、価格志向が強化されたことがあげられる。長期の景気低迷や消費税増税により、消費者の価格に対する判断基準は、低価格志向を基調としたものに変化した。一方で、自分のこだわりのあるモノには高い価格を支払って構わないとする消費の2極化も進行した。すなわち、価格と自分にとっての

価値を比較して消費する傾向が強まつたのである。

このような低価格・こだわりの消費が広がるのに加えて、長期の景気低迷による将来不安の拡大や労働の激化は、生協の重要な資産であった組合員の「活動」への関心の低下をもたらした。ミックスキャロット開発当時の組合員アンケートの回収率は80%近かったが、1980年代・1990年代と時代を経るにつれて徐々にアンケートの回収率は低くなってきているという<sup>4)</sup>。

以上のような、大きく変化した競争環境に対応するためにチェーン機能を強化して、供給量を拡大し、スケール・メリットによる価格競争力と商品開発力の強化が事業連合化の主な目的であったと言えよう。

1990年代の生協の総事業高は横ばい基調であったが、組合員数は増加を続けていた。結果からみれば事業連合化は、その狙い通り一定の成果を上げていると評価できよう。しかし、事業連合化はメリットだけをもたらしたわけではない。幾つかの現代的な課題を生協にもたらした。最後にその点について考えてみよう。

## コープ商品と事業連合から見える生協の新しい課題

ここまで駆け足で概括してきたように、コープ商品は環境問題や消費者の健康問題などにおいて先駆的な役割を果たした製品を含む、非常に優れたPB商品であった。その背景として、バイヤー担当者の商品開発にかける思いと、それを理解し支える組合員組織が両輪となって機能していたことが指摘できる。

一方で、そのような関係性が変化してきたのが1990年代以降であった。事業連合化によって商品開発機能の主力が各生協から事業連合に移ることで、スケール・メリットによる商品価格の低下がもたらされた。これは低価格志向が強まつた時代に適合的であり、1990年代の生協の拡大に大きく寄与したのである。

他方、組合員との連携という側面が弱くなつたという点が、事業連合化の問題として浮上してきているのではないだろうか。

コープ商品の中でも、先駆的な役割を果たした製品、あるいはベストセラーになった製品の多くは、商品開発・普及過程において組合員の声を積

極的に反映させた製品であった。このような商品開発・普及過程を辿ることが、規模の拡大に伴つて困難になりつつある。実際、生協組織の規模拡大、また組合員の意識変化がある中で、かつてのようなアンケートや、バイヤーによる情報収集だけでは、組合員との結びつきを維持し発展させるのは難しいだろう。

とはいへ、現状の競争環境を考えれば、単純に昔はよかったので昔のやり方に戻せというのは非現実的だろう。問題は、事業連合の強みと各生協の強みの両方を、同時に發揮するための新しい方策を考えることである。そのためには、コープ商品の開発過程に見られるような生協と組合員の協同という特殊性を、事業連合と各生協と組合員という3者関係として捉え直す必要があるだろう。

「コープ」「COOP」「CO・OP」のブランドが持つ「安全・安心」に代表される優れたブランドイメージは生協と組合員が二人三脚で築いてきたものである。他の流通小売業と区別される生協の強みである組合員という資産を積極的に活用する方法、すなわち組合員との協同という取り組みを現実の条件の中で、どのようにして今後追求していくのかが、21世紀の生協に問われているのではないだろうか。

1)『販売革新』2009年9月号、76ページ。

2)日本生協連webサイト<<http://goods.jccu.coop/feature/bestseller/carrot/1005.html>>2011年3月20日閲覧。

3)加賀美太記(2009)「生協によるプライベート・ブランド商品戦略と課題」『くらしと協同の研究所ディスカッションペーパー15 生協の内と外から『食』を考える』2~18ページ。

4)加賀美(2009)。

## 21世紀のこの10年の生協をふりかえって 日本生活協同組合連合会 会長 山下俊史氏に聞く

【聞き手】的場信樹氏（くらしと協同の研究所理事長・佛教大学教授）

【問】会長が現職に就かれたのはいつですか。そのなかでいろいろな制約のもとで与えられた役割を果たしていかなければならなかったと思いますが・・・。

【山下】日本生協連ということでは、97年の常任理事就任が最初です。その次に2003年に副会長に就任して、その後に常勤になりました。会長になったのは2007年です。

97年に常任理事に就任して、当時いちばんやりたかったのは2つです。ひとつは生協の経営構造改革、もうひとつは生協法改正です。ところが、就任してすぐにぶつかったのは、「さっぽろ問題<sup>※1</sup>」と「いすみ問題<sup>※2</sup>」です。この問題を全国の連帯のなかでなんとか克服し、社会的にも受け入れていただけるところまで来たという判断があつたので生協法改正に入れたわけです。

2003年の副会長就任のときに生協法改正小委員会をつくって、改正の方向などについて議論をおこない、2007年の5月国会で全会一致可決されました。2008年4月1日から改正生協法が施行される直前、2008年1月末にギョーザ問題が出てきたわけです。

【問】生協法改正について問題意識を持たれたのはいつ頃ですか。

【山下】70～80年代、生協の高度成長期のなかで「生協法は『規制法』になっている」という問題意識をもちました。たとえば生協は大規模小売店舗法の適用除外ですが、地元商店の反対など社会的規制としてインベーダー扱いされて出店するのが難しい時代でした。また、員外利用禁止ですから、行政の指導は「『この店舗は組合員の店舗です。組合員でない人は利用してはいけません』と否定形で書きなさい」というわけです。それはいくらなんでもたまりませんから、「『加入してから利用しましょう』というふうに肯定形で書かせてくれ」とか、この一字一句がせめぎ合いだったわけです。

【問】それが実を結ぶのが2007年ですから、ずいぶん時間が経っていますね。

【山下】生協法改正が施行されるまでの間にはさまざまなことがありました。たとえば80年代の最後のほうに、高村元会長などもメンバーになって第1次「生協のあり方に関する懇談会<sup>※3</sup>」をやって、そこで社会的認知が得られたことが、ひとつの結節点です。86年には全国生協組合員で生協規制反対の1万4000人の大集会をやりました。86年末の報告書は、「生協が消費者による対抗力形成に重要な役割を果たした」と書かれています。

70～80年代は、高度成長の時代であり、逆に生協規制も厳しかった時代であって、80年代末から90年代の初めにかけて、いちおう社会的認知を得て、行政も間にあって、生協規制もいったんブレーク・イーブン・ポイントになった。その最後の幕引きになったのが、92年の全国生協の「員外利用調査」でした。

もう一方で、バブル崩壊という事態になりましたから、生協も「生協規制に反対」というような事態ではなくて、我が身の経営構造の見直しなんとかしなければいけなくなった。それまでの高度成長を支えたのは共同購入（現在の宅配）ですが、店舗については、日本の生協全体は未熟でしたし、他のスーパーチェーンに比べて後れをとっていましたから、当時、高村会長は「店舗の近代化をやらないと生協の経営改革はない」ということで、それは私どもも大賛成でした。生協のなかで足並みをそろえようという機運が出てきたのが90年代です。

90年代前半は、生活総合産業路線という路線が主流で、「競合・競争に勝てるのは大規模店舗である。規模の大きさが優劣を決める」という発想が強かったんですね。ですから、どちらかといえばコープこうべのような大型店を指向して、急速に広げました。

ただ、関東のほうでは、「生活総合産業路線は、コープこうべの実力だから採れるのであって、実

※1 『現代日本生協運動史(下巻)』(日本生協連発行2002年6月1日) P347参照

※2 同上 P349参照

※3 同上 P225参照

力のないものは食品中心で構えよう」ということで、自分でブレークをかけていました。ただ、それ以前から大型店を指向していたコープさっぽろなどは、90年代前半に生活総合産業路線をおしそすっていました。私どもは、90年代後半には食品中心のお店ということで路線を切り換えたのですが、切り換えたときにはすでに遅くて、コープさっぽろをはじめとする北海道の生協の破綻がありました。

大阪いづみ市民生協の場合は、店舗規模の問題ではなく、私物化など、運営上の問題を抱えていて、90年代初めにかけて、その整理を最優先せざるを得ないという状況になりました。それやこれやで今日に至っています。

**【問】** 経営構造改革についてですが、もちろん店舗問題が中心になるのはわかりますが、日本の生協が抱えている経営構造の問題は、基本的にどんな問題だとお考えでしたか。

**【山下】** いくつかありますが、宅配事業（当時の共同購入）の成長でカバーされ、その影で店舗の赤字が大きかったので、そこをなんとかしなければいけないというのが当時の問題意識だったわけです。その過程では、店舗の大型化による整理をやったり、全体としてリストラをやったり、見通しのない赤字店舗は閉めたり、いろいろなことをやりました。

もうひとつは、90年代から2000年代にかけて共済を伸ばしてきました。第一の事業である購買事業の内訳でいえば、共同購入・宅配が牽引車ですが、店舗に赤字をプールしていたものを顕在化し、整理してきたわけです。第二の事業である共済との関係では、共済は絶対に赤字にはできないわけで、いざというときのために必ず用意しておかなければいけない。ところが、店舗の赤字が大きすぎて、共同購入の黒字をも食いつぶすような構造になると、共済の黒字で購買の赤字の穴埋めをするような構造になりますから、経営問題におけるリスクという意味では、共済と購買を切り離さなければだめだという問題意識になるわけです。それが2つめです。

つまり、購買事業におけるリスクという意味では店舗だけれども、購買対共済におけるリスクと

いう問題では購買事業である、ということです。ですから、実力の問題としては店舗や宅配事業で黒字が蓄積できるようにしながら、法制度上の問題としては、生協法改正をやってでも共済は切り離して、リスク遮断をして、契約者保護という大前提は守れるようにしなければいけない。この2つのリスクをどう防ぐのかということが、私の問題意識でした。

ですから、90年代は主として購買事業における経営構造改革という立て方でこもごも取り組み、その後、北海道の問題といづみ問題にケリをつけて、2000年代に入って、共済との切り分けを含めて、法制度上きちんとしようということで取り組んできた。後付けすれば、そういうことになります。

**【問】** 「失われた20年」は日本の構造問題によって規定されているという側面が強くて、生協のみならずどの企業や産業も同様の問題を抱えていると思いますので、主体的努力と同時に、日本の構造問題という2つの問題をどう考えればいいのかという問題意識を持っていますが、どのようにお考えですか。

**【山下】** かつてのように人口がどんどん増えて「坂の上の雲」に挑戦するような時代ではなくて、少子化・高齢化で、明らかに下り坂なんですね。すでに下り坂に入っている社会で何を挑戦課題とするかということが、バブル崩壊後の20年、あるいはデフレになって以降の10年、問われ続けていて、いまだに解がはっきりしない。

「少子化」や「高齢化」にしてもそれは何十年前からわかっていたことで、先送りではっきりしないまま今日に至っている。また、政治にもリーダーシップがないし、経済の方向もはっきりしないまま来ているので、結局、生協としては、その間に何ができる、何が今後に活かせるかということで考えるしかないのか、と思っています。

この間、生協は、店舗の赤字幅をかなり縮め、共済を切り離して経営構造の改革をすすめました。また、日本医療福祉生活協同組合連合会も独立して、自分たちでもっと運動を広げができる体制をつくりました。

あるいは、そのための連帯行動もすいぶん進ん

できました。それは、四半世紀かけて事業連合でやってきて、生協法を変えましたから、今度は県域も越えられるということで、県域を越えた生協づくりも全国的には始めていますね。そのことと事業連合を組み立てることで、どのようなリージョナルチェーンにするのかとか、いろいろな選択肢が出てきましたから、そういうことを活かしていくしかないと思います。

あるいは、来年が「国際協同組合年」ということもありますし、JAをはじめいろいろな協同組合陣営との連携などについても、より地域密着型で、きめ細かいライフライン（生活支援）をネットワークしていくということで、このメッシュをなるべく細かくしていく模索をこの数年やってきています。

消費者・組合員の抱えている課題に則して、一人ひとりを大事にできるようなライフラインやネットワークにしていくことが、結果として組織率の引き上げにもつながると思いますが、そのことを目標・目的にするのではなく、メッシュを細かくすることを目的・目標にすることで、結果として量の引き上げが実現できるような指向をつくるないとだめだろうと思います。

だから、デフレ経済をどうやってインフレにするかという発想ではなく、低価格指向には応えられるようにしながら、品質のいいもの、安全なものを大事にすることで、選択の幅も広げることが大事でしょう。あるいは、店舗もいろいろ工夫するのですが、移動販売車も出向いて届けるとか、夕食宅配にも取り組むとか、宅配のなかで安否確認できるようにしていくとか、医療福祉生協連ともタイアップして地域福祉のネットワークを組み立てるようにしていくとか、日本の社会全体をそういう方向に向けていかないとだめだということですね。

地域を考えると、やはり第一次産業からでしょう。第一次産業と第二次産業なり第三次産業が力を合わせて、第六次産業としてやっていく…みたいなことを考えると、地域における協同組合間連携などをきめ細かく大事にしないといけない。協同組合の組合員が過半に近づくことは「みんなが入っていて当たり前」という感じだから、むしろ消費者・組合員のニーズをどこまで掘り起こし、

かみ合えるような事業やサービスをつくっていくかというふうに考えられないといけない。日本の経済も社会も、いま問われているのはそこではないでしょうか。

**【問】** 地域の細かなニーズに応えていくには、システムの問題と生協職員の果たす役割という問題があると思いますが、システムと職員の力の関係についてはどうお考えですか。

**【山下】** そこは半々でしょう。「マンパワーを優先する」場合と「いやマニュアルでありシステムでありスタンダードだ」という場合と、それぞれの状況に応じてそこをうまくかみ合わないと力になりませんから、その点では常にインセンティブが大事だと思います。

ネットスーパーのように、新しい業態になりうるようなところがどんどん出てきましたし、安全、品質、簡単便利、価格、環境など、消費者の選択に入ってくる価値観・価値基準もさまざまですから、そういう選択が可能になるように、われわれもしっかりと対応しなければいけないと思います。

いまの宅配事業は、生協の業態のひとつとして確立してきたと思っています。商品の注文を受けて週1回の配送でお届けする。そのことを通してさらに広く加入もおすすめし、助け合い事業としての共済もおきそいするということで、第二、第三の事業までつなげてきたわけですが、協同組合での加入・拡大といえば共同購入・宅配からということでやってきましたし、職員のインセンティブにもなってきた。

ただもう一方で、それを可能にしてきたのは、共同購入の仕組みの改革を重ねてきたことがあるわけです。それは支払い方法を口座振込にしたり、会計は一人ひとりで完結するようにしようということでまとめてきた。また、一人ひとりにお渡しできるように、共同購入であっても個人別にピッキングをしてお届けできるようにしたことが個人宅配を可能にしてきました。バブル崩壊後、共同購入もやるけれども個配も…ということで、共同購入のイノベーションとして個配が始まり、いまや個配のほうがウエイトを高くしています。

その意味では、システムを進化させてきたわけ

ですね。そのこととマンパワー優先というのは、常に表裏一体の関係でやってきていますから、これは大事にしなければいけないと思います。

仕組みだ、マンパワーだ、というときに問われるには、どちらも生協らしさですから一人ひとりの組合員を大事にするとか、とりわけ団塊世代の最初の価値観は「安全」ということでしたし、したがって「品質」ということでしたから、常にそこを大事にして、低価格は低価格として求めには応じるとしても、少なくともわれわれのスタンダードとする品質以下に下げるようなことはしないで守るとか、一定以上の品質レベル、スタンダードは守りながらも価格対応できるような品揃えをどうするかを明示する。そういうことで、生協らしいあり方に基づく仕組みでありマンパワーだという方向は大事にしなければいけないと思います。

そこで大事なのは、一人ひとりの消費者・組合員に応えるライフラインやネットワークとしてどうしていくのか、ということを常に持って組合員と接することだと思います。そうすれば、システムのつくり方やマネジメントシステムと一人ひとりの人の持つベクトルにそんなに齟齬が出るとは思いません。ただ、常にそれを言い続け、やり続けなければいけないですね。

【問】大きなシステムという意味では、地域事業連合という問題もあると思いますが、全国的には地域事業連合はどんな状況にあると判断なさっていますか。

【山下】全国に事業連合があります。最初の事業連合から考えれば、四半世紀が経過して、もちろん最近つくられたところもあります。いずれも、旧生協法の下でしたから、県域を越えることはできない。しかし、事業経営の合理性を担保するために事業連合をつくろうということでやってきて、それなりの成果はあげているという見方はできると思います。それは、システムのイノベーションや店舗チェーンづくり、結果としての経営数値に反映されていると思います。

ただ、それも1ラウンド2ラウンドしたところで、この先ということといえば、やはり抱えている問題は、標準化・チェーン化という仕組みの組み立て方と地域密着をどう両立させるかで

す。これは、これまで抱えてきたし、いまも抱えているし、これからも取り組まなければいけない課題だと思います。

そのなかで最近出てきているのは、そうやってつくってきた事業連合だけれども、生協法の改正に伴って、県域を越えることも不可能ではなくなつた、さてどうするかということです。これが新しい課題になっているのも事実です。改正生協法の「県域を越える」という概念は、もともとあった県域問題、つまり「県境はあっても実際上の生活圏でいえば隣県にある店舗を利用したほうが便利だから店舗を利用している。その程度の合理性は認めてくれ」と主張し、「生活圏」という発想から「県域は越えてよろしい」ということになったわけです。

しかし、県域を越えて、隣接県同士の主要な地域生協がまるごと合併することになると、この法の概念を多少超えることにもなるので、よほど組合員の合意や機関運営上の合意があって、監督行政官庁も含めて「なるほど」と思えるだけの合理性がないとダメだろうと思います。

ただ、旧生協法では、それしかなかったから事業連合をつくったのですが、改正生協法で、県域を越えて新設生協をつくることも可能であり、合併することも可能だということになったのであれば、合併しようと。そのほうが組合員のニーズにより寄り添って、より経済合理性を担保できて、新しい組織体として事業経営がより有効に成立するという場合には、県域を超えた合併をする。ここは当事者のなかでよくもんで腹に落ちるようにしてもらうしかないと思います。

そのことと事業連合の関係をどうするのか、という課題を新たに背負うところもあると思います。事業連合のなかの生協全部が1つの生協になるのなら、そのことに対して事業連合はどうサービスをし、新しい生協がその事業連合のサービスを全部吸収して、それを本部機能にしながら新生の単位生協に生まれ変わるという青写真をつくればいいのですから、比較的わかりやすいですね。そうではなくて、事業連合のなかで、「とりあえず一緒になる」という生協と、「いや、そことは隣接しないので事業連合に残る」という生協に分かれれる場合、どうしていくのか。そういう課題も、今

後の課題になるでしょうね。

これはもう、連合会が「ああしろ、こうしろ」という議論ではなくて、現実の組合員のニーズに応えるための組織のあり方、事業のあり方として、日本生協連と事業連合は連携を強めつつ、その事業連合のサービスのなかで会員生協自身がどういう意思を持つのか、その意思を事業連合のなかでどう共有するのか、それによって1段階で済むやり方もあるでしょうし、2段階、3段階まで踏まなければいけないやり方も残るのではないかと思います。

《この山下会長のインタビューは3月2日に日本生協連応接室で行いました。》

そのなかで、実行行為を優先してやっていくにつれ、さらに改正生協法の見直しが必要だというのなら、それをテーマにもしなければいけないですね。ただ、何もしないうちに、シミュレーションだけずっと先まで見通して、「道州制にしろ」とか「全国ナショナルチェーンができるように、県域は全部取っ払え」と言えるかというと、そんな内圧にはまだなっていませんから、そこまで言うにはもっとボルテージが上がらないとダメだと思います。

### 東北地方太平洋沖地震で被災された皆様に、心よりお見舞い申し上げます。

国際協同組合同盟（ICA）は、東日本大震災について国際的な支援に乗り出し、会長名で以下の文書を発表して全世界に復興基金への協力を求めています。

### 日本における地震と津波の被災者のために、世界への呼びかけ

2011年3月16日

協同組合の仲間の皆さんへ

先週の地震と津波によって日本の人々に降りかかった、ひどい苦難についての報告を、われわれは全員、おそろしさが込み上げる思いで目にしています。現時点で、亡くなった方は数千名、家を失った方も数万名おられます。われわれの思いは、協同組合の仲間達に向かいいます。被災者の方々が失ったものに対して、心よりお見舞いを申し上げます。

多数の日本の協同組合、とりわけ宮城県と岩手県の組合は、大きな傷を受けました。それがどれほどのものになるかは、今なお日本の会員組織によってまとめられているところです。

われわれは、この震災によるすべての被災者に対して心からの哀悼と連帯の気持ちを表明するとともに、全世界の協同組合関係者に対して、連帯をもとめます。いま、緊急の行動がもとめられていますが、この危機に関することがニュースの見出しから消えたずっとあとになっても、支援が必要であり続けるでしょう。復興は、時間がかかり、資源を要するものなのです。ICAは、日本の協同組合運動を支援し、その再建を手助けするための献金を募ろうと「日本災害復興基金」という名称の基金を設立しました。ICAに集まった寄付金は、寄付をなさった団体名を明記して、すべて日本の協同組合組織に送られます。献金をするにあたって必要な詳細は添付文書に書かれています。

協同組合運動は、相互に助け合うという、長い、誇るべき歴史をもっています。日本の協同組合は、援助を必要とする組合を支援するにあたって、常に先頭に立ってきました。今度はみなさんが、今回の震災で大変な苦難を経験した日本の仲間達を助けることができるのだと、われわれは期待しております。

ICA会長 ポーリン・グリーン

詳細はICAのホームページ (<http://www.ica.coop/activities/tsunami/japan2011-appeal.html>) を参照。

## コープこうべ協同学苑の 「史料館」

もちづき こうへい  
**望月 康平**

(『協う』編集委員、京都大学法科大学院法曹養成専攻、博士(地球環境学))



「ロッチデール公正開拓者組合」の建物を模して  
建てられた史料館

コープこうべ協同学苑は、兵庫県三木市内の3万坪の広大な敷地に建てられた宿泊・研修施設である。いつでもだれでも自由に学ぶことができ、自然のものはなるべく自然として残すという理念の下、周囲には塀や柵がなく、桜並木、梅並木、遊歩道に囲まれている。本稿で紹介する「史料館」は、この協同学苑の中に設置されている。今回、協同学苑の統括部長である水島裕二氏にご案内して頂いた。

### 協同学苑と史料館、その設立の経緯

コープこうべの前身である灘購買組合と神戸購買組合の創立に深く関わった社会運動家賀川豊彦は、生協運動を進める上で教育・学習の重要性を常に説いていたという。1960年賀川豊彦の死後、「賀川の遺志、精神を受け継ぐ『賀川記念生協学校』をつくろう」という機運が高まったが、具体化には至らなかった。自ら運営する充実した教育施設はコープこうべの積年の夢であった。

1970年代後半の経営危機を乗り越えたのち、1987年からの新たな5ヵ年計画の策定の中で、再度教育施設の設置の機運が高まった。そこでは、高度経済成長後の日本における生協運動のテーマとして「心豊かなくらしと地域社会の創造」が掲げられ、「生協学校（仮称）構想委員会」が立ち上げられ、生協関係者、役員、学識経験者が、賀川豊彦の考え方を基礎にした生協学校の在り方について議論を深めた。そしてこの委員会の答申書を受けて、施設のハード面・ソフト面の具体化を検討する中で、教育・学習のためには歴史に関する史料館が必要であるという認識が共有された。

このような経緯を経て、協同学苑は、1991年、生活協同組合コープこうべの創立70周年を記念して開設された。その設立目的は、「この生協学校は、まず新しい時代に向けての役職員および組合員の育成と生涯教育の場に。そして全国の役職員、組合員の教育・交流の場に。さらにはアジアなど諸外国の協同組合研修者の受け入れもはかられる必要がある。さらに、生協研究所や史料館を併設し、人間・暮らし・社会のあり方、生協運動のすすめ方などの研究を深めると同時に、運動理念や

情報の核としていく」と先の答申書にある。協同学苑には、学習施設・宿泊施設・スポーツ施設に加えて、史料館とレストランも設置されている。積年の夢がここに実現したのである。

### 史料館の展示内容

史料館には、コープこうべの歴史資料の展示だけでなく、賀川豊彦特別展示室、阪神淡路大震災生協資料展示室が設けられている。担当者の方に展示物の説明をして頂くことができるし、開架で展示されている歴史資料は手に取って読むこともできる。史料館の設置の趣旨は、これまでコープこうべが大切に保管してきた資料を外部にも開放し、生協の理念を広く伝えるところにある。

史料館の1階では、コープこうべ誕生の歴史と理念、事業と活動の歴史が、パネル、写真、歴史資料とともに紹介され、各時代を象徴する生協商品や生活用品も展示されている。その内容は、生協運動発祥の地といわれるイギリスの歴史から、組合員活動、食品の安全、平和運動、青少年活動、福祉活動、環境を守る活動、教育・公法、生産事業、供給活動など多岐にわたっている。

史料館の2階にある賀川豊彦特別展示室では、賀川豊彦の思想や活動が紹介されている。賀川豊彦が講演の際に黒板の代わりに用いた模造紙、インドのガンジーから寄贈された糸巻き機、「賀川服<sup>1)</sup>」など、貴重な史料も展示されている。

阪神・淡路大震災生協資料展示室では、1995年1月17日に阪神・淡路地域を襲った大震災の際のコープこうべ職員・組合員の活動が写真パネルを中心として展示され、当時の新聞報道やコープこ

うべの広報等の資料も大量に保管されている。

### 海外からの視察を含む多様な来館者

史料館の来館者は年間約1300人。新入職員を中心とした生協職員の研修目的での来館も100名程度あるが、「コープ委員会<sup>2)</sup>」で活動する組合員が来館者の多数を占めている。さらには国會議員を含む行政からの視察、海外からは韓国、ベトナム、シンガポール、マレーシアなど、アジアの生協関係者も多数来館している。

来館者は、時系列に沿って展示された歴史資料に、史料館の担当者の体系的な解説を聞きながら触れることができ、コープこうべを中心とした生協の歴史や理念、賀川豊彦の思想について理解を深めることができる。協同学苑の近くには、「エコファーム<sup>3)</sup>」があるため、両者をセットにして視察・見学できる。生協の歴史を学ぶとともに先進的な取り組みに触ることで、未来の生協のあり方についても考えることができるツアーである。

### 膨大な資料の保存とその意味

史料館に展示されている資料だけでなく、協同学苑にはコープこうべにかかる膨大な資料が保存されている。事業関連資料や総代会関係資料、関連書籍・報告書だけでなく、これまでに発行してきた広報媒体、さらには生協に深くかかわった方々が寄贈した私的な史料も保存されている。あまりに資料が膨大な量であるため、すべての資料を整理することに困難が伴うほどだ。

資料が実際に活かされた例もある。コープ委員会の活動を行ってきた組合員から、組合員活動の原点「神戸消費組合家庭会（大正13年設立）」の産みの親である小泉初瀬について知りたいとの要望があったとき、ファイリングされた「小泉初瀬関連資料」を提供できたという。これから組合員活動を考える上で、歴史から活動理念を学ぶことは有意義なのではないだろうか。

### 歴史から学ぶこと

関東大震災が起こったとき、賀川豊彦は真っ先に人・物をあつめ、神戸で船を仕立てて東京に駆けつけ、被災者支援を続けたという。そしてこの行動が東京での消費組合運動のはじまりへつな

がっていく。

阪神淡路大震災に直面した当時のコープこうべのリーダーは、「こんなときに、賀川だったらどのような行動をとるだろうか」と考えたという。震災直後、コープこうべは青空店舗を含む店舗を迅速に再オープンし、ボランティアコーディネーターのためのボランティア支援窓口とコープボランティア本部を設置した。また、仮設住宅の支援活動として、高齢者の安否確認、仮設住宅周辺の生活マップづくり、給食配布、落語の会・青空市のイベント開催等に取り組み、さらにボランティアの人的・資金的基盤の整備のため、コープともしひボランティア振興財団を設立した。そしてこの度の東北関東大震災では、コープこうべは迅速にまず二十数名の職員を派遣した。過去の経験から、派遣した職員の自らの食糧や寝袋は自らが準備し、その食糧の限界、ボランティア職員の体力的・精神的限界を考えて4日～5日で交代しながら、常に二十数名が支援できる体制をとっているという。これらの活動の根幹には、コープこうべが掲げ続けてきた「愛と協同」の精神が流れている。

職員教育を通算約15年担当してきた水島氏は、職員教育の際に、「自分の組織のことを紹介するときに、その歴史を知らなくて何を紹介できるのか。」ということをしばしば伝えているそうである。そして歴史を学ぶことの意義について、「理念は決して教室の中で学ぶものではなく、実践の中で感じ、気づいていくもの。ただし歴史を知らないければその気づきもない。生協の歴史を学ぶことで、それぞれの時代にそれぞれの思いを持った人々が作り上げてきたものを感じ、気づくことのきっかけにつながる。」と語ってくださった。

来年2012年は国際協同組合年である。日本の生協の歩みを海外に発信しようとするとき、そしてこれから生協運動を再度考えるとき、「史料館」は大きな役割を果たし得るのではないだろうか。

- 1) 賀川豊彦が考案し、大阪の消費組合共益社が「夏服一着一円五十銭、コール天の冬服一着七円五十銭」で売り出したヒット商品。
- 2) 店舗や協同購入センターごとに地域で自主的な活動を行っている組合員で構成された自主的な組織。コープこうべにはこのコープ委員会が110ある。
- 3) 店舗から排出される生ごみを肥料化し、周辺農地で利用することによって、循環型農業を目指すもの。本誌「協う104号」（2007年12月号）で紹介させて頂いた。

# 地域とつながる にじのこ文庫の活動

みえ せんいち  
三重 還一 (京都大学非常勤講師)

### にじのこ文庫の誕生の経緯

1977年4月9日、京都生協西賀茂組合員センターの2階集会室に、にじのこ文庫は生まれた。当時、京都市北区には文庫は一つもなく、「自分の子どもや地域の子ども達が、身近なところで、気楽に本が借りられ、本を楽しむことができたらいいのに」という想いを具体化させたのは、西賀茂の地に京都生協の店を求める運動の実現があつてこそ得られたのであった。西賀茂組合員センター設立準備委員会が2階集会室利用についてアンケートをとった際に、その中に「こども文庫をしたい」という希望があり、これが文庫づくりへの直接の契機になった。生協の側も、当初は子どもの安全性などの点で難色を示したが、運営委員会活動とは自立した一つのサークルとして、2階集会室の使用を認められたために、開設への一步を踏み出すことができた。

こうして手さぐりの中で文庫開設のチラシ、申込み用紙の作成、バザーや寄贈本の呼びかけなどを当時の職員の協力で用意した。文庫活動の簡単なルールを決め、290冊の本と世話人13名、登録人数56名で、にじのこ文庫はスタートした。土曜日の午後に文庫を開き、貸し出しを始めた。入会金は一家族500円、会費は月に一人100円で、貸出期間が2週間、貸し出しは2冊で出発した。しかし、最初の頃は自転車操業で「返してもらった本をすぐまた貸して」という状態で、290冊と京都市社会教育会館からの団体借り受け本120冊を回していた。開設当時は、京都市には図書館がなく、毎週土曜日に子どもが80人、100人と詰めかけていたという。

その後、塾やスポーツ少年団など小学生を取り巻く環境が変わり、訪れる小学生は減少した。2001年の5月から乳幼児と若い母親に絵本をよみきかせや手遊び、わらべ歌等を楽しむ会を始めた。2002年からは毎月第2・第4月曜日に、従来の文庫とは別に「赤ちゃん文庫」を独立させた。又、



土曜日の文庫では、折り紙・工作などの手作り遊びを行っている。ママ友などのクチコミを中心に未就園児を抱えた母親が、毎月多く訪れている。なかには、かつてにじのこ文庫の利用者が成長し、自分の子どもを連れて文庫を訪れることがある。

現在では約200人の登録者があり、貸し出しは第1土曜日以外の土曜日に、読み物・絵本・科学の本3,500冊の中から、利用者は「自由に借りたいだけ借りる」ことができる。期間も自由にして、「たくさん持って帰って、たくさん読んで欲しい」ということを大事にしている。

### にじのこ文庫の特徴と生協との関係

にじのこ文庫の大きな特徴として、「子どもは未来の生協の組合員だ」ということで、当初から地域に開放し、組合員かどうかの確認は行っていないことにある。また、独立した組織として京都新聞社や伊藤忠財団などから助成金をもらったり、「赤ちゃんへのよみきかせ」の活動が評価され厚生労働省から表彰を受けている。他にも、本を選ぶ勉強会や、図書館の学習会などにも参加している。京都家庭文庫地域文庫連絡会や京都市子ども文庫連絡会にも関わっている。

にじのこ文庫の名前は、生協のシンボルである「虹」に由来している。しかし同時に、にじのこ文庫は、生協における文庫のフロンティアでもあったため、当時は生協として文庫をどのように

位置づけるかという見通しがない状況の中を歩まねばならなかった。こうした絶余曲折を経て、にじのこ文庫は「生協の文庫」とみなされる一方で、生協の運営委員会からは自立した組織になっている。現在のにじのこ文庫は、2006年にしがも店がリニューアルした時にコープ委員会に所属し、文庫の世話人有志がコープ委員になってお店の活動に参加している。

京都家庭文庫地域文庫連絡会のまとめによれば、京都市内での子ども文庫数は1983年に100だったが2010年には47にまで減った。2010年4月現在、京都市子ども文庫連絡会に登録しているのは28文庫である。にじのこ文庫に続いてできた他の生協の文庫は姿を消している。こうした状況の中で、にじのこ文庫が永く活動を継続している理由として、自主的な文庫活動のあり方が図書館運動や外部との社会的接点をもたらし、にじのこ文庫が発展的に運営を続ける原動力になったというのがあるだろう。そしてなにより、「子どもが好き、本が好き」な人たちが残ってきているということに尽きるだろう。

設立当初に問題となった子どもの安全対策やコープにしがも店の建て替え後の集会室の提供など、多くの課題に直面してきたにじのこ文庫であるが、現在では店舗側にとってもメリットを生み出している。「赤ちゃん文庫」を行っているために、コープにしがも店では他の店舗と比べて若い母親の利用が多くなっているという。子どもの安全対策に対しては、京都市社会福祉協議会にボランティア保険が創設された時点で加入した。

## 生協と地域社会

今日の生協の前身であるロッヂデール先駆者協同組合では、図書館運動が展開されていた。本店には新聞閲覧室が設けられ、組合員の知的向上を目指した独自の活動が行われていた。他方、今日の日本では、公共図書館は3,000を超え、一見充実しているように見える。だが、その数は欧米に比べると非常に少ない量的な問題と、今問題となっている指定管理者制度などの質的な問題がある。

京都における図書館の歴史は古く、1898年には京都府立図書館が設置され、1940年代後半から50年代に市内でも河原町分館（のち中京区分館に移

管）、伏見分館、上京分館が設置されている。しかし、京都市立の図書館設置は遅く、京都市中央図書館の設置は1981年である。それまでは、1950年に開始された移動図書館や1951年に設置された京都市社会教育会館（1952年に山科分館、1979年に左京分館、1979年に南分館設置）がその役割をになっていた。また、1980年に京都市図書館が設立当初から「財団委託運営方式」を採用して一時は、司書資格を持つ財団職員が、貸出・レファレンス・資料案内などのカウンター・サービスや選書を行っている。職員の入れ替わりによって専門性の蓄積や職員集団の形成が難しいという問題が指摘されているが、現在は徐々に改善されつつある。また、会議室や集会室のある図書館はほとんどない。

本来こうしたるべき文化的な施設や組織が不足していたために、「本が読みたい」という要求に応える形で、にじのこ文庫は「子ども達に本のある広場」という目的のもとで現在に到るまで活動を続けてきた。この結果、生協の活動が、商品を軸にしつつも地域の文化の発展を理念としてかけながら、現実には、組合員の文化的要求を汲み上げ育ててゆくという積極的な対応ができるにいたり下で、組合員の協力と生協の理解もあって乗り越え、社会的実績を積み上げている。言い換えれば、「子どもは未来の生協の組合員」と位置づけ、枠を設けず生協の中にあっても自主的であったにじのこ文庫の活動が、結果として生協の評価を高めることにつながったといえる。

今後、少子化・高齢化がさらに進む日本社会において、これから生協が社会貢献をしていく時に、今回取材させていただいたにじのこ文庫に学び、どういった形で組合員の福祉の向上を図り、そして地域社会とのつながりを深めていくのかを考えていく必要があるといえよう。

本稿の作成にあたって、にじのこ文庫の世話人である三上啓子さん、坂本恵子さん、柿原泰子さん、藤井真佐子さん、福村君子さん、村尾幸子さん、岡下信子さんにインタビューなどの取材でご協力をいただきました。この場を借りて、改めて御礼を申し上げます。

小泉 和子 著  
『昭和の家事』

斎藤 真緒 立命館大学産業社会学部准教授

昨年からじわじわと売り上げを伸ばした「トイレの神様」（植村花菜）という歌は、歌手自身の、トイレ掃除の手伝いをした祖母との思い出をモチーフにした歌である。ストーリー仕立ての歌詞が受け入れられたのは、今や薄れつつある家族関係や、その中の営みとしての家事へのノスタルジックな感情がくすぐられたからかもしれない。

長きにわたり、日本を中心とする家具と室内意匠の歴史を研究してきた小泉和子氏が書いた『昭和の家事—母たちのくらし』（河出書房新社、2010年）は、著者の母小泉スズを対象とした記録映画『昭和の家事』をもとにしている。今はほとんど見られることがなくなったさまざまな家の風景が、多数の写真を織り交ぜながら、紹介してされている「家事入門書」である。

本書は、大きく分けて、「家の記録」（1章）と、家事に関する論考（2章）の二部構成となっている。前半は、衣食住にかかる、家のさまざまな場面とその工程が取り上げられている。「食べ物つくる」では、おはぎや漬物、おせち料理など、年中行事や季節にかなった食べ物の作り方とその道具が紹介されている。いずれの料理も非常に大きな鍋や樽が用いられているのは、お祝い事などの際に、親族や近隣とのつながりのツールとなっていたことを物語っている。「着るものと布団」では、着物はもちろんのこと、布団や浴衣、半纏の仕立て方、さらには、リサイクルのさきがけともいえる、

「洗張り」という、着物の解体と再生の方法までもが紹介されている。「住まいの周辺」では、「季節がなくなった」今日の住宅とは異なって、寒さや厚さへの対策、衣替えや大掃除、年中行事や人寄せの際に利用する食器道具の収納法にかかる知恵が必要であったことがうかがえる。写真からは、試行錯誤を経て伝えられてきた家の奥深い叡智を感じることができると同時に、ほとんどの作業が土間などでの中腰の姿勢での作業であったため、いかに過酷な重労働であったかが伝わってくる。当然



(河出書房新社、2010年11月、1,600円+税)

のことながら、昭和の家事は女性に義務づけられていた。家族構成員も多かった時代であったことを思えば、女性にとって家事とはまさに、朝から晩まで、春夏秋冬、終わることのない「無間地獄」であったのである。

こうした家の風景が消え去ったのは、ひとえに、家電製品の開発、生活必需品の工業生産化、サービス業の普及によるものであることに異論はないだろう。著者は2章で、こうした「便利で、快適で、自分を大事にできる暮らし」が何

をもたらしたかを問うている。効率化の裏側で、家事が担ってきた教育的な役割や生活スキルの習得、家事を通じて育まれてきた感覚や人とのつながり、人の役に立つよろこびを失ってしまったのではないか。「艱難汝を玉にす」という言葉に示されているように、一方では、家事と家父長制を切り離すことを進めつつ、他方で、老若男女だれもが家事を担うことによって、広く軟らかな心が涵養され、人と人との結びつきが取り戻されることを著者は強く希求している。

でははたして、本当に私たちは家事から解放されたのだろうか？本書とほぼ同時期に、『お母さんは忙しくなるばかり—家事労働とテクノロジーの社会史』（ルース・シュウォーツ・コーウン、法政大学出版局、2010年）という翻訳書が出版された。女性の社会進出とは、家事からの解放だけではなく、様々な商品化された電化製品や加工食品の購入、よりよい住宅の購入を意味する。多数の商品の中から選ぶ作業、スーパーへの移動や運搬など、新たな労働も加わった。とりわけ、子育てや介護といった人にかかる労働は、ますますその質が重視される。多くの女性が「家計補助的」な働き方をしているのは、家の範囲や水準が上昇し、結果的にはまったく楽になっていないからに他ならない。

東日本大震災という未曾有の災害、ライフラインが断たれた後の生活の脆さを前にして、私たちの生活力が問われている。「生活の豊かさ」とは何か？著者が問うような家の潜勢力、商品化とのバランスを見直すには、仕事を含めた生活全体の再構築という視点が不可欠になるであろう。

（さいとう まお）

東京大学高齢社会総合研究機構 著

## 『2030年 超高齢未来—「ジェントロジー」が、日本を世界の中心にする』

森原 康仁 阪南大学非常勤講師

経験的事実の分析にもとづいて現実を把握する学術研究は、基本的に将来予測が苦手である。数少ない例外は人口動態で、現時点で明らかな事実（年齢別人口）にもとづけば、数十年後の変化をほぼ正確に予測しうる。それだから、この分野で学術が貢献できることからは多いし責任も大きい。本書をとりまとめた東京大学高齢社会総合研究機構は、「エビデンス・ベースの政策・施策提言を行っていくことを目指している」（奥付）とのことだが、まずは著者らのそうした姿勢に共感したい。

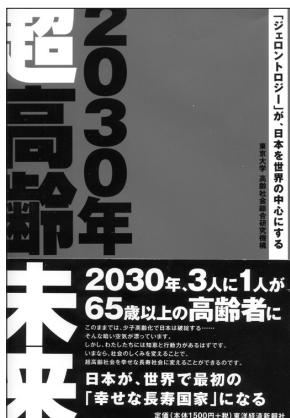
本書の問題意識は明快である。今から約20年後の2030年には、3人に1人の日本人が65歳以上の高齢者になる。多くの識者が指摘しているように、これは単なる「高齢者が増加する時代」ではなく「パラダイムが転換していく」（49ページ）社会全体の急激な変化である。だから、そこで生じる「それぞれの課題はその専門分野だけでは解決が難しく」（同）、学際的な取り組みが必要だし、こうした取り組みは「最も難しい作業」である「『国民の総意による合意形成』」（53ページ）に向けて行われなければならない。

そこで著者らが提起するのが「高齢化にまつわる問題解決のためのあらゆる知恵をヨコにつないでい」と（60ページ）「ジェントロジー」、すなわち高齢者、高齢社会に関する総合的な学問である。では、ジェントロジーによってどういう問題が発見されているのか。

本書が指摘する問題だけでも優

に十を超える問題が存在する。列挙してみよう。医療・介護費用と要望医療への転換、健康寿命の延長と要介護期間の縮小、高齢者扶養と若い世代の負担、空き家率の増大と住環境整備、自動車需要の低下に伴う街路の変貌、老朽化マンションの建て替え、典型的な世帯類型の転換、都市インフラの老朽化、商店街の衰退、就業形態の変貌——。これらの問題群を一瞥するだけでも、学際的な対応が必要であることがうなづけよう。

これらの問題に対して、本書は大きく3つの角度から处方箋を提



(東洋経済新報社、2010年11月、1,500円+税)

起する。第一は、「健康なまま長生きできる社会」である。具体的には、在宅医療、地域の看護ステーション、福祉工学の3点で、いずれも高齢者が生き生きと生活を続けるためには住み慣れた環境を離れ「入院」するのではなく、高齢者の元気な社会生活を応援しようという発想にもとづいている。

第二は、「いきいきした街」をつくることである。具体的には、敷地・住宅の所有概念の転換で新しい住まい方を見出し、建築によって街の人口構成を誘導する「地域

循環居住」（114ページ）の実現、「教育や学習を通して、お互いが関心を持ち合えるような環境をつくる」（125ページ）学びによるコミュニティの再生の2点である。

第三は、「頼りになる仕組み」づくりである。具体的には、①「制裁」のための法体系・サービスではなく、生活の中で生じる問題を解決する「『支援型』の関わり」（136ページ）が必要であること、②生産人口が低下しても労働生産性さえ伸びていればマイナス成長は避けられるし一人あたり所得はむしろ向上すること、その下でも社会保障財政を人口構造に依存させない構造に転換する必要があること、③「東京大学ジェントロジー・コンソーシアム」の取り組みにみられるような产学連携の力によって高齢化社会を乗り切るための方策を産業界からも結集することが挙げられている。

こうした处方箋にもとづいて、最後に本書は高齢社会を前向きに捉えるためのビジョン（「超高齢社会ビジョン」）を提案している。要点は、「高齢者が活躍する場や機会の選択肢を拡大し、新しいライフスタイルを確立できる社会」（173ページ）をつくるということである。この含意は、高齢者がケアや保護の対象ではなく、社会形成の主人公になるということである。

評者は、高齢化は自然的な現象ではなく経済社会システムによって歴史的につくりあげられたものと考えている。こうした視点が弱いのが本書の難点であるが、いずれにせよ「エビデンス・ベースの政策・施策提言」が必要であることは疑いない。こうした観点から見れば、「超高齢未来」を構想するためのたたき台として本書は有用である。一読をおすすめしたい。

（もりはら やすひと）

## 協同組合研究をめぐる 今後の課題についての10の視点

すずき たかし  
**鈴木 岳**

日本大学非常勤講師  
公益財団法人生協総合研究所客員研究員

—「お前らに何を返されても嬉しくない。もし、俺がしたことをあり難いと思うなら、後の者に返せ」（芹沢博文 将棋九段、1936－87）—

### はじめに

ここでは、今後の研究課題、視点、期待などを10点に絞り、生意気な書生論風に記させて頂く。

#### 1. 労働の研究について

弱肉強食社会には否定的な見解を有しているのが、協同組合に期待する人々の共通認識のように思われる。とはいえ、現実には労働にしても格差拡大（特に正規一非正規）にしても協同組合といえど市場のルールに従わざるをえなかつたのが実態であろう。そろそろ、「労働の分かち合い」という発想を一般化・制度化するような協同組合陣営からの提言が必要な時期に来ている。また、生協の労働者は労働者協同組合員であるべきかという古典的な議論、さらに100年以上前の欧洲労働者が強く主張した「3つの8運動」、即ち1日の労働時間（最長で）、睡眠時間、余暇時間を8時間とする生活という切り口も再考されていい。

#### 2. 新たな可能性について

介護福祉部門には、ここ10年急速に進んだ分野であり、研究もそれに付随してきた。買い物弱者研究も進みつつある。ただ、家計との関連でいうと、暮らしを明確に規定するのは税と公的保険、それと食費光熱費の他、多くの人にとっては住居費（ローン、賃貸料）の割合が極めて大きいことは明らかで、多重債務の主要な引き金ともなっている。例えば、造りはよい中古マンションを一棟買いして、メンバーに分譲・賃貸するような住宅協同組合の可能性と提言なども、金融研究と兼ねつつ対象となるのではないか（先進モデルはカナダやデンマーク、後発モデルはチリか）。

#### 3. 商品をめぐって

生協の商品、特に食品についての商品の理想、それは組合員にとってみれば常に民間資本より1歩でも半歩でも安全性と品質、さらには味わいに優れていることであろう。さて、協同組合研究者

の側としては、民間資本との価格比較や出所、原産地制度の研究などにとどまらず、官能試験や目隠しのレベルでの品質比較などの幅広い鍛錬も常に意識せねば一般への説得力が薄まるものである。このことは、存外重要と思う。

#### 4. 協同組合と市民論と消費者論

1980年代頃まで、独占的な流通資本に対し、哀れな消費者の力を強くせねばならないという観点は時宜にかなっていたし、安全性に対する要求を含め生協の功績は極めて大きかった。しかし、なお日本の法制の不備は検討すべき重要な問題だが、現場ではお金をバックにした傲慢な消費者が増えているのも否めない。欧洲を見聞された方ならご存知だろうが、労働者と顧客は対等の契約関係であって、決して「お客様」ではない。すべて欧洲がいいと思わないが、出来ないことは出来ない。日々の食費を必然的に削らざるを得ない人々の増加は社会問題であるが、一方で明らかに家計のバランスを失している消費者も少なくない。啓蒙装置としての協同組合の役割を研究し倫理観の向上を社会に問うべきではないか。

なお、この手の研究にお願いしたいこと、それは「市民」という存在の定義づけである。市民＝良民、というとらえ方について、学術的視点からは伊東光晴氏、評論的視点からは宮崎学氏らが市民について厳しい見方をしている。参考まで。

#### 5. 国内の生協研究の今後の課題

優れた研究や紹介はたくさんある。今後必要なことは、生活実態や家計実態、税制、社会保障制度のみならず暮らし向きも含めた比較研究である。例えば、スイスのミグロやコープ・スイスではカントン（州）によって大きく税制は異なるし、高所得、国民投票に代表される直接民主制が根づく一方で、物価高、徴兵制度などがからむ。スウェーデンであれば公開性の原則（誰でも他人の課税所得を知ることができる）と物価高、イタリアであれば職人魂かつクリエンテリズモ（コネ主義）が強くママ・ミア型の家族制度など、基礎的な目配り

を踏まえた研究が期待される。

また、生協の存在意義（特に食の安全）がより高まりつつある新興諸国の動向についても、研究対象として一層必要な分野である。

## 6. 生協そのものについての教訓の再考

オランダ、オーストリア、ベルギーなどではもはや購買生協は消滅してしまったし、ドイツやフランス（新たにビオ・コープが創設されたとはいえ）も昔日の栄光はない。10年少々前の英国での生協乗っ取り騒動の際、「生協は、存在するから存在する」といわれた。さて、果たして生協の消滅・縮小が諸国の人々の生活水準や満足度を下げる結果となったのか。歴史的に果たしてきた役割の検証とともに、冷静な研究が望まれる。

## 7. 協同組合セクター論と公的セクターについて

昨今、協同組合についてはニッチ論や生き残り論が主流に見える。さらに問題は、公的セクター領域について関連づけた議論が少ない。「国家の失敗」、「市場の失敗」、だから第3セクターの出番となるという議論が定番で使われる（これはNPOやボランティア論でもそう）。しかし、そんな簡単に一刀両断していいのだろうか。「福祉国家」は縮小したが崩壊していない。重要なことは日本の問題多い公的セクターの現状を捉えた上で、協同組合領域の役割を提言することである。例えば、共済の研究ひとつとっても、社会保険の内容の実態（ファイナンシャルプランナーが先んじているかもしれない）、ひいては国家・自治体の歳入歳出についての知見が前提となろう。

## 8. NPOと協同組合について

ここ10年間NPO研究者に押されっぱなしの感がある。特に若手に顕著である。1980年代頃までの身近なレベルでの安全性の向上や、独占への対抗、平和運動、生協規制・消費税批判などという明確な旗印が支持された時期と昨今は異なり、大きな組織として認知された安定的（ある意味で保守的）な生協よりも、より機動性があり目的が限定的であり近づきやすいNPOが魅力なのである。しかし、協同組合が「アソシエーション」と「事業」を折り合わそうとする組織なのに対し、NPOは寄付に少なからず依存する傾向がある組織である。寄付文化は確かに結構である。が、通例これに期待する経済社会とは、基本的に米国型社会

を前提とした指向であって、その枠組みの如何を問うた議論が弱い。米国型、稼げる人はがっぽり稼ぎ、その代わりに（節税対策と功名心があるにせよ）気前よく寄付をするという経済システムに見える。ただ、フードスタンプ受給者が4000万超、健康保険未加入者が20%超の国家である。付言すれば、例えば、「日本財団」（これは通称で正式名称は「財団法人日本船舶振興会」）は競艇の収益金をもとに寄付活動を行っているが、NPO研究者は競艇場での寄付者（舟券購入者）に対してどう目配りをしているのか興味がある。一方、財政的に自立的な経済組織としての協同組合はもっとそこに誇りをもってよく、これを踏まえた論議が必要に思う。

## 9. 研究者の存在意義とネット社会

協同組合研究に限らないが、専門家が情報を独占している時代は、既に終焉をむかえつつある。今後は発掘系を除けば、知識の羅列よりも、最終的には個々の価値判断により意味がある時代に入ったのである。さらに、学会・研究会の質疑は興味深いことが多いのだが、たいてい時間切れで終わるのは残念である。別に喧嘩をけしかけるわけではないが、とりあえずの一致点を追求するような息長く論点を絞ったオープンな論争が必要で、その場としてのネットの活用は有用である。

## 10. 正統的研究の継続

いささか宣伝になるが、『生協論レビュー研究会報告書（上・中・下）』（生協総合研究所刊、上中が既刊、下は近刊）は、大木茂氏の下で勤勉な若手研究者たちがテーマ別に先行研究を集約した。こちらで扱われた研究テーマこそ、今後も重要であろう。また『オウエン協会年報』(35)（事務局：生協総合研究所内）は協同思想や歴史を中心とした論考が満載、こちらも宜しくどうぞ。

追記：以上はすべて個人的見解である。

巨大地震後、万単位の死者、罹災の方々と、生協関係の方々を含め現場で危険を顧みず活躍されている方々に申し訳なさを、電力会社とメディア、官邸、学者のありかた、そして原発抑止と放射能汚染の懸念に（食品では Chernobyl 以来の基準「ベクレル」が再来し、商品選択の大転換があるかもしれない）危機感を感じつつ。

昨年11月、ごま書房新社から『日本一心を搖るがす新聞の社説』という本を上梓ました。「心を搖さぶる」と「新聞の社説」を結びつけた意外性と、「日本一」という大胆なタイトルに、「ん?」と思ってこの本を手に取られた方が多かったように思います。

この本のバックボーンにあるのは毎週月曜日に発行している「みやざき中央新聞」というミニコミ紙です。その新聞に毎週書き続けてきた社説の中から、出版社があるコンセプトに基づいてピックアップし、書籍化したものです。

ここで注意を引くのは「どういうコンセプトなのか」ということと、「みやざき」というローカルな新聞の屋号ではないかと思います。

まずは後者から。実は、冒頭に紹介した本以上に、このローカルな屋号を持った新聞が全国で読まれています。考えてみたら不思議な話です。その地方出身者ならまだしも、縁もゆかりもないのに、「みやざき」と屋号の付いた新聞を北海道や秋田や東京や大阪や沖縄や広島の人々がなぜ購読しているのか、です。

これはおそらく地域性の問題ではなく、現代人が求めている情報が、たまたま「みやざき」と名の付いた新聞に載っているからではないかと思います。

話は飛躍しますが、日本を代表するナショナルチームの監督が外国人であっても誰も気にていません。日本の伝統的な国技である大相撲で外国人が横綱の称号を得ても、排他的な国民感情をむき出しにする人などいません。

実は、宮崎県外に読者が増え始めたとき、屋号を変えたほうがいいのではないかと検討した時期があったのですが、読者にしてみれば、そういうことは全く気にならないようです。大事なことは、そこに他のメディアでは手に入らない情報があること、そして「役に立つ」「面白い」「感動」という、この三拍子が揃っていることではないかと思います。

情報過多の時代と言われて久しい現代ですが、ここにきて私たちはある種の情報倦怠期を迎えていると思います。情報の電子化やテレビの多チャンネル化、人工衛星を使ってまでもリアルタイムで流す映像に、それほど魅力も驚きも感

じなくなっているのです。

今日の高度情報化社会の実現は、科学技術大国、および経済大国を目指してきた我が国が、最終的に到達すべき目標の一つでした。しかし、それは人間の生活を便利にはしましたが、必ずしも幸福にはしなかったということに、多くの人がもう気づき始めています。

そんな現代社会に生きる人々が本当に欲しかった情報は「心が搖さぶられるもの」ではないでしょうか。それは心温まるエピソードであったり、思わず泣けるような話であったり。

たとえば、このたびの東日本大震災は今もなお救援、救命活動が続いているが、過酷な状況の中から私たちは心温まる光景や心が搖さぶられるエピソードに励まされ、勇気をもらったりします。

「交差点で車が渋滞し交通が麻痺している状況下でお礼以外のクラクションの音を耳にしなかった」とか、「電車が止まり、徒步で帰宅する道すがら、閉店したパン屋のおばちゃんが無料でパンを配っていた」とか、「避難所でおじいさんが『これからどうなるんだろう?』と漏らした時、隣にいた高校生の男の子が『大丈夫! 大人になったら僕らが絶対に元に戻しますから!』って背中をさすりながら言ってた」とか。

「情報」とは、「情けに報いる」と書きます。情報を発信する側の人間にとて、自らの正義感や使命感以上に大切にすべきは、情報を受け取る側への思いやりであり、「何を伝えるべきか」以上に、「何が伝わったか」を常に考えなければならないと思うのです。

冒頭に紹介した著書は、「心が搖さぶられた社説」をコンセプトに41篇を選びました。そんな視点で書店を覗いてみると「涙なくして読めない」とか「泣ける話」など、そんなキャッチコピーの本が平積みになっていることに気づきます。現代人の心は乾ききっていて、潤い(水気)が欲しいのです。

「元気が出る」「勇気がもらえる」「やさしくなれる」、そんな情報を共有すべく、今日の高度情報ネットワークは機能していくことを願っています。

みずたに もりひと (宮崎中央新聞編集長)

日本一心を搖るがす新聞の社説

水谷謹人