

# パーティって何？

日本型生協の象徴として長らく繁栄してきた「班」の危機が指摘されて久しい。果たして「班」にはもう未来はないのか？ そして、新たに登場してきた「パーティ」は、それに代わるものなのだろうか？

青木美紗 × 加賀美太記 × 片上敏喜

中川順子 石原淳子 吉中由紀 的場信樹 浜岡政好 福田善乙 元橋利恵 下門直人

●INDEX

人々の集う場所—喫茶店今昔 .....	1	下門 直人
巻頭言 .....	5	
第21回総会記念シンポジウムを終えて		的場 信樹
争論 「班」と「個配」を考える .....	6	
「班」の今と、これからのあり様を考える		石原 淳子
個人のくらし対応から地域に目線を広げて考える		吉中 由紀
特集 パーティって何? .....	25	
●「おしゃべりパーティ」とは何か、実践例からの接近		青木 美紗
●おしゃべりパーティの現在の実施状況		
—全国購買生協の組合員活動に関する調査より—		加賀美 太記
●生活協同組合によるコミュニティへのアプローチ		
—「パーティ」の取組みから—		片上 敏喜
くらしと協同を訪ねて .....	50	
協同の力で商店街と街の復興を		
—気仙沼復興商店街 「南町紫市場」 の力闘—		浜岡 政好
くらしと協同の本 .....	58	
『地方にこもる若者たち』 阿部真大 著		福田 善乙
『無縁社会から有縁社会へ』 (社) 全日本冠婚葬祭互助協会 編		元橋 利恵
投稿規定 .....	62	
バックナンバーのご案内 .....	63	
編集後記 .....	63	



表紙紋様 「いちごの文様」  
田内隆司/京小紋画像提供 (田内設計事務所)

**小紋  
撰趣**

これが何の紋様か分かりますか?  
答えは苺の紋様です。この図柄には苺の種の様子が、放射状に並んだ円として表されています。植物である苺は、江戸時代終わりにオランダから輸入され、早々と着物の紋様に取り入れられました。物の特徴を一目で捉え、デザインに取り込む鋭い感性が伺われます。さらに図柄の中にはたくさん苺が並んでおり、賑わいのある図柄に仕上げられています。一期一会の彩に苺一粒いかがでしょうか。

# 人々の集う場所 —喫茶店今昔—

写真・文 下門直人



## 学生からその教え子へ～「喫茶店ひとみ」～

立命館大学衣笠キャンパスの傍らで42年前から開いている。「当時ここに通っていた学生が高校教師になって、その教え子がまた立命大生になってここに来てくれるのよ」と語る女将さん。



# 「学食」からひらかれたカフェへ～「Hamac de Paradis」～

同志社大学寒梅館にはいるカフェ「アマーク・ド・パラディ」。  
学生、教職員の学食から市民にひらかれたカフェへ。





同志社大学寒梅館（今出川キャンパス）



地域住民や観光客は学生たちに混ざってランチを楽しむ。

# 音楽好きを楽しませてきた名曲喫茶～「柳月堂」～



戦前京都大学で学び、1954年に名曲喫茶「柳月堂」を創業した陳芳福さん。  
今は2代目の陳壮一さんが先代や常連さんの思いを大切にしながら跡を継いでいる。



オーナーこだわりのリスニングルーム。  
巨大なスピーカーから奏でられる名曲を  
聴きながら至福のときを過ごす。



京大生で賑わう出町柳にある柳月堂

## 第21回総会記念シンポジウムを終えて

的場 信樹（くらしと協同の研究所 理事長 佛光大学教授）

今年で21回目となる総会記念シンポジウム・分科会は、「生協は現代の『経営危機』を克服できるか」をテーマに、6月29日、30日の両日開催され、過去最大となる61団体250名の方々に参加していただいた。これは、生協の「経営危機」というテーマにたいする関心の高さを現わすものとして注目していきたい。

同時に、今回の総会記念シンポジウムには、例年になく多くの批判や注文も寄せられた。報告の中で取り上げられた京都生協にたいする評価が客観性や公平性を欠いていたという批判である。この点について、京都生協をはじめ、不快な思いをされた参加者の方々に率直にお詫びしたい。

今後こうした批判をいただくことのないように、企画の内容や進め方について、研究所として真摯な検討を行っていきたくと考えている。いただいた批判や注文の中には、報告者の間でのテーマのバランスや報告時間の配分に関するものもあった。研究所の中にも、生協の「経営危機」をめぐって多様な評価がある。それらが当日の運営に反映されなかったことが、一部の報告が公正でないと感じられる要因になった面がなかったか、等々の検討も行っていきたい。

今回のテーマは、生協の「経営危機」であった。「経営危機」をどのように定義するかによって、議論の方向も、危機への対応の仕方も変わってくる。この点については、シンポジウムではほとんど議論にならなかったのが、研究所としてあらためて「シンポジウムでは何が問題になったのか」を整理して、何らかの形で明確に提起して

おく必要があると考える。

私は、「経営危機」というかどうかは別にして、生協が直面している事態は、現在進行している社会経済的な構造転換に、生協事業がどのように対応するのかという問題だと考えている。生協ではなく、生協の購買事業としての生協事業の問題として考えなければ、具体性もリアリティーも欠くことになるのではないかと、という主張である（もちろん、ここでは購買生協が念頭にある）。

このことに関連して、現在、「生協研究会（仮）」設置の準備が進んでいる。この計画は、生協における実践を理論化する研究活動のモデルとなるような研究会が必要ではないかという思いから出発した。そして、購買生協を研究対象とし、購買生協における優れた実践から普遍的な理論を導き出すことによって、実践の当事者とともに、他の生協にも役立つ研究会にすることが目標である。来年、総会を迎えるころには、中間的な成果を発表し、検討の場も設けたいと考えている。

現在、研究所では、姫路医療生協調査が最後のまとめに向かって進んでいる。研究所としては、このほかにも「組合員理事トップセミナー」や『くらしと協同』の発行など、大きな事業をいくつも抱えているのが実態である。研究所の限られた資源を使って、こうした事業に取り組んでいくのは大きな負担である。その意味では、選択と集中によって課題を絞って、取り上げる事業に関しては時間と手間をかけて、着実に成果を公表していくという姿勢が求められているのではないだろうか。

## 争論

# 「班」と「個配」を考える

世界にあまり例を見ない日本の生協の特徴として「無店舗事業」がある。なかには店舗を全く持たない生協もあるが、本号の「争論」では、そうした2つの生協からお話を伺った。「生協しまね」と「神奈川ゆめコープ」である。

といっても、この2つの生協、ある意味では対照的である。島根県の市部と郡部をカバーする「生協しまね」は、班別共同購入が事業高の8割を占める。一方、首都圏の都市部に展開する「神奈川ゆめコープ」は個配で有名なパルシステム事業連合に加盟し、その事業はほとんどが個配で占められている。まず班ありき、班に加入してこそ組合員。そこから運営も活動も始まるとして班を重視し、事実、いまもって生協活動の基本は班であり続ける「生協しまね」。それに対して、個人と生協を1対1の関係と向き、個配中心で、班はごく一部でしかなかった「神奈川ゆめコープ」。一見するところ、組合員の組織のしかた—組合員と生協との連結のあり方—が、正反対であるかのように見える。したがって、うまく「争論」が成り立ちそうなのだが、実は意外にそうでもない。

組合員の暮らしと、地域社会の変化が、都市と郡部とを問わず「これまでどうり」を許さなくなるなかで、この二つの生協は、きわめてまっとうに変化に向き合い、工夫を重ね、今の時点では、かなり似通った課題の立て方をしているように見える。

生協しまねは、班について「見てきたつもりだったが実は見ていなかった」として、「組合員にとつ

ての班」という視点から班の見直しをはかった。「班ありき」から「組合員ありき」に、舵を切ったことになる。「班」という呼び名は同じだが、班の性格はかなり変わるのではないか。個々の組合員が寄り合い、多様な構成・多様な付き合い方が生まれる。小さくても、参加の強弱はあっても、それを応援して、地域のつながり拠点になってほしい…、ということだと思う。

神奈川ゆめコープは、自立した組合員の協同による、「個人対応、くらし課題解決」がモットー。事業にも活動にも参加の場が開かれているが、この自立のハードルがかなり高い。

このハードルを軽々越える組合員も多くて、その豊富な人材を活かして多様な活動が出来ている。その一方で、ハードルを越えてこない組合員もかなりいるようだ。その声やニーズを拾うには、その人たちのいる地域で、気軽に来られる小さな集まりがあるといい…。という方向にあるようだ。地域に暮らす組合員1人1人に寄り添う集まり—。なんだか、こーぶ島根の目指す方向に似ている気がする。

結局、必ずしも個配は個配で突っ走るとか、班だけで突っ走るといってではなくて、組合員にとってどのような場が地域にあればいいのか、それぞれの生協がその歴史を踏まえて模索していると感じた。したがって、うまく「争論」にはならなかったようだ。

中川 順子

(当研究所研究委員 元立命館大学教授)

争論 「班」と「個配」を考える

## 「班」の今と、これからのあり様を考える

石原 淳子

生活協同組合しまね 理事



聞き手：中川 順子（元立命館大学教授）

【中川】班は、日本の生協の基本単位ですが、いま班の存在意義がわからなくなっている面があります。生協しまねは、これまで班を、無人班も含めて大事にされてきたと思います。それで、まず、なぜ理事さんが配送車に乗ってまで、班を大事にするのかをお話しいただければと思います。

【石原】生協しまねが創立されたのが1984年11月です。生協しまねには店舗はありませんので、当時、個配などもなく生協加入イコール班に所属するということになりました。創立から徐々に、組合員のくらしや層の多様化なども起こり、活動や事業もそれに対応して変わっていくなかで、「生協しまねビジョン（以下「ビジョン」という）」の検討がスタートします。90年代前半には、班は生協の機関運営的な位置づけを失い、その後、それまでのようには、重視されなくなるのが実際でした。

私は、まだ理事ではなくて、一組合員でしたが、後から聞きますと、理事会のなかで「21世紀を迎えるにあたって、生協しまねはどうありたいのか」という話が出たそうです。それで、「ビジョン」をつくるにあたって、「くらしとゆめアンケート」という1000人規模の組合員アンケート調査が行われました。

そこから、「共に」というキーワードが見えてきて、「想いをかたちに～共に創る

豊かなくらし～」というビジョンが策定され、同時に、「一人ひとりのくらしを見ることから生協を創る」という運営を目指しました。この「組合員にとって」とか「一人ひとりにとって」ということを大切にしたいビジョンができたことで、総代会や地域ネットワークや、理事とくらしづくり委員がアンケートを読んで「高齢組合員のくらしを深る」訪問活動など、生協しまねの視点が少しずつ変わっていった、と思います。

### 2000年を転機に

【中川】なぜ2000年前後という時期に生協しまねのあり方を検討することになったのでしょうか。その2000年前後のエポックとは、いったい何だったのでしょうか。

【石原】そうですね。創立してから、初めての十年くらいは、仕組み、運営、事業や組織も全国や近隣の生協の経験などをもとに創っていた部分が大きかったと思います。それが、90年代後半頃には、利用も組合員活動も一段と厳しくなってきました。

94年には、初めて供給高が前年を下回ります。当初、組合員組織は、全国とほぼ同様に班を基礎組織として位置づけて、班会、班長会、運営委員会という運営の流れを作っていました。しかし、90年代前半には、班

もだんだん小さくなっていくし、いわゆる「参加」も少なくなっていくます。

そのことは運営委員のなり手の問題にもつながる話です。運営委員会は商品普及や組合員拡大で地域に入ったりすることもありましたが、もうその頃になると、運営委員のなり手がなくて苦勞したり班長会の参加率や班会の開催率も下がっていました。90年代以前からそういう問題が出ていたと思いますが、それにもかかわらず、班、運営委員会を「組合員にとって」のきちんとした位置づけをして、根本から見直すということができないままに來た、ということだと思えます。

1995年には、「くらしと生協」組合員調査をやっています。これは「くらしと協同の研究所」の浜岡政好先生が中心になって行われたもので、その調査を通じて、女性の就業率の高さとか、班の4割は職場班であるとか、その点でも都会の生協との違いも明瞭に見えてきたということがあります。

そうした実態が、少しずつ見えてきて、これからの自分たちの生協をどうしていくのか、ということをおぼろげに考えようということになり、2000年のビジョン検討につながっていくわけです。

## 「ビジョン」は組織に 大きな影響をもたらした

**【中川】**「ビジョン」は、どのような価値を組織にもたらしたのですか？

**【石原】**2001年に策定した「ビジョン」では、「一人ひとりが『自分らしく生きる』ことと、人との関わりをより豊かにすること」、「それぞれのライフスタイルに合った地域での新しいつながりづくりをすすめ、

『共に生きる』世界を広げてい(く)」ことを大切にすることとして掲げました。そして、それまでの地域委員会(前身は運営委員会)を見直して、2004年には「地域ネット」\*ができるんです。その頃になると、班を、生協の運営的な側面というよりも、組合員にとってどんな場にするかという見方・考え方になっていったと思います。

地域ネットに変わる過程では、地域委員会は機関運営的な実体がなくなっているにもかかわらず、運営委員会の名残りで月々2000円を地域委員に支給していたんです。

初めは2000円を出すかどうかという論議だったけれども、「委員会そのものをどう位置づけるかという論議をしないと、解決しない」ということで、結論としては、2000円の支給はやめて、「地域ネット」をきちんと位置づけて形も少し変えたのが2004年です。

「ビジョン」ができて、「一人ひとりが自分らしく生きる」を徹底して大切にするといいても、いままでやっていたことがすぐに切り替わるわけではないので、それまでやってきたことと「ビジョン」とのすり合わせが起こっていったんです。

※地域ネットとは・・・生協が地域での組合員どうしのつながりを応援する集まりの場です。組合員ならだれでも参加でき、月に1回地域の身近な場所に集まって生協商品を囲みながら、私のくらしや私たちの地域のことなどをおしゃべりしています。おしゃべりの中から「やりたいこと」が出てきたら、みんなで話し合っって実現することもできます。

## 班活動の後退と班応援費

【中川】『班のある風景』を読むと、全体として「班」に対する重要性の与え方はすごく強いものがあるように思うのですが。

【石原】班は、もともと運営組織の基礎だったんですが、班長会が班交流会になったり、班会の開催率も下がったりしていくなかで、組織的な位置づけのうえでも、実体的にも、それまでと異なり、単に「荷受けの場」ということになっていったように思います。

98年には、それまでの「班活動費」を「班応援費」と名称を変え、申請制としました。しかし、その後、「班応援費が目的に沿った使われ方をしていないのではないか」という声も出てきて、2006年には、「班応援費」について本来の目的である「班のつながり」という点で、どのように役立っているか、直近の「班応援費」について使い方アンケートをとったり、近隣生協へのヒアリングも行なって検討した経緯があります。そのなかで、例えば「現金を持たされた人は困ってしまう。たとえ1円であっても、みんなのお金だから勝手にどうこうできない。」誰かから「あなたに全部あげるわよ」と言われても、「班応援費」と名前がついていますから、貰うわけにはいかないですよ。つまり、現金が支給されることでの負担や班のみんなと一緒に使うとか、使い方を決めるとかということが難しくなっている状況が見えてきました。「班応援費は班のつながりに役立っているのか」というところから少し問題意識が出てきたと思います。

組合員の多くは班に入っていますが、個配やステーションの利用者も増えていました。そんななか、「おしゃべりパーティは、

地域のつながりづくりに役立つのではないか」という話を、ほぼ並行してやっていました。それで、おしゃべりパーティ（ララコープはララパーティという）をいち早くおこなっていたララコープを訪問し、お話を伺うと、みんなが「これはいいぞ」、「ちょっとやってみよう」ということになったんです。

そのような流れのなかで、班応援費は班のつながり応援でしかないけれども、個配やステーションを利用する人たちも含めた地域でのつながり応援に位置づけを変えることはできないか、という論議を行いました。

## 「おたがいさま」の活動が 班見直しにつながって…

【中川】一部の地域であれ、「おたがいさま」（こまった時に誰れもが利用できるたすけあいのしくみ）のつながりの経験があり、それが班の見直しにもつながっていったわけですか。

【石原】2005年に、次年度方針をつくるために組合員に「くらしのアンケート」をとっています。このとき、すでに「おたがいさま」はできていましたが、このアンケートを通して、「班」や「おたがいさま」が地域や人とのつながりづくりに役立っていることが見えてきました。組合員はつながりが広がったり深まったりする応援を望んでおり、それを受けて理事会では「地域でのつながりの場を持続的に生み出し『共に生きる』世界を広げていくこと」を柱に、2006年に理事会内に「人と人とのつながり応援を検討するチーム」を発足させました。

## 組合員理事が直接関わって…

【中川】生協しまねの場合、組合員理事は、単なるコメンテーターではないのですか。

【石原】ないですね。方針もみんなでちゃんと振り返りをして、そのうえで次年度方針をみんなで作っていきます。私たちは理事会のなかに小委員会をいろいろつくっていて、理事はアンケートの設問も考えますし、読み込みも、場合によっては訪問もします。だから、理事がそういうふだんの活動をやっていくうちに、現場を見て、だんだんと視点が変わっていくことで見えないところが見えてきたり、見ているところが本当の姿ではなかったり、ということが起こったりもします。それは、方針や生協を考えるうえで、とても大切なことだと思います。

例えば、アンケートをひとつとってみても、職員さんだけでアンケートを作成したり、読み込んだりしていたら、ややもすると「組合員にとって」という視点が弱かったり、「生協にとって」の視点が強く出過ぎたりもするのかもしれませんが。やはり理事が直接関わるから、見えてくるものもあるはず。学識理事の力も大きくて、方向づけをしてもらったりしました。

## 配送車の後をついていっても 班のつながりは見えてこない …なぜ？

【中川】理事さんが現場に行ったりアンケートを読み込んだりするなかから、班を「組合員にとってどんな場として考えたらいいか」という視点が出てきた。もうひとつ

は、班の外で「おたがいさま」や「おしゃべりパーティ」などの動きが出てきて、「つながり」といった視点がかかなり重要ではないかということになってきた。そこで、そうした視点から班を再評価してみたということでしょうか。

【石原】「おしゃべりパーティ」をやってみて、その報告書から班の様子が見えるのではないかという期待感も少しありました。しかし、「おしゃべりパーティ」は職場班ではけっこう開かれていましたが、地域班の様子はあまり見えてきませんでした。そこで、「じゃあ、班の荷受けの様子を実際に見てみよう」ということになったんです。実際には配送車に乗り込むのではなく、後ろからついて行きました。

しかし、荷受けの様子を見ても、その班のつながりは見えてきません。そのとき班を見た理事からは無人班の多さを問題視し、「無人班（荷受けの場に人がいない）では、つながりがない」、「班としての存在意義が疑われる」という声も出ました。

実際に班を見ても、荷受けの場をそういうふうに見て取ったわけです。そのときのメンバーは、後で振り返って、「みんなでおしゃべりして、商品の伝え合いが盛んで、利用も多く荷受けの場などでワイワイと賑やかな班、商品の利用の高い班を『望ましい、あるべき班』と決め込んでいたのではないか」と言っていました。つまり、班を荷受けの場として捉える頭がまだあったというか、表面的に見てしまったという感じです。

## 転機は、「班の人にとっての 班とは」の視点の獲得

【中川】それがなぜ一転して、班への見方を変えたのですか。

【石原】添乗のときは、まさに荷受けの場そのものですから、そこしか見ていなかった。だけど、実際にアンケートをとってみると、荷受けの場に来られなくても、その前に注文書を出しに寄っておしゃべりしたり、荷受けの後も取りに来られない人の商品を預かったり、届けたりと、お世話をいろいろしている事実が見えてくるわけです。それらの事実と「つながり」をずっと真ん中に置いて、検討していましたので、チーム内の論議で「じゃあ、班は、組合員にとって、どんな場なのだろう」という視点が出てきたのだと思います。

それまでは、例えば、ほとんどないだろうと思われていた、無人班における組合員同士のつながりの実態が見えてきたのだと思います。無人班を問題視するみたいところが何となくあって、「サボっている」と思っている節がある。だけど、無人班ですら、班を維持するためには組合員同士がいろいろなことをやっている。そこで見方や視点が変わったのだらうと思います。

【中川】「協同を育む場」というのが、班をみる基本的な捉え方ですね。それで見直しをして、つながりの場として意味があるのではないかという視点の転換があって、その結果として、現在の班はどうなのか。

【石原】そこは正直なところ、論議が生煮えなところがあると思います。ただ、先ほども言ったように、「協同を育む場」というのは少しおこがましいかもしれないけれども、「組合員にとっての班の場」というか…それも多様な意味合いを持っていると思います。一方では、いろいろな可能性も

持っているのではないかと思います。そこはまだ実践的になかなかつくりきれていないのですが…。

【中川】「組合員にとっての班の場」というのは。

【石原】実際に訪問すると、実に、いろいろな班があります。例えば、新興住宅地の若い組合員の班では、商品利用は少ないのに、週1回はわざわざ集まって来る。荷受けのときは、「世間話のきっかけや学校の情報交換をする程度。お茶はしないし、しないほうが良いと思っている。」という声がかれました。深入りしない、ドライな関係を維持しようとしているように見えてましたが、見方を変えると、“とりあえず”生協に入ること、隣近所と顔を合わせた関係は作られるし、世間とつながっているという安心感が持てるのかもしれない、思えました。

また、ずっと職場班にいた人が地域に帰ってきて、「やっぱり生協を続けたいな」という思いで、地域に班をつくるというケースもけっこうあります。私が訪ねた古くからの住宅地では、退職して地域に戻ると、地域がだんだん見えてくる。たとえば一人暮らしの高齢の方の存在が見えて、その方を班に誘う。そうすると1週間に一度は顔を合わせるし、そうすると日常的なつながりができて、その辺を歩いておられる姿が見えると「お茶でも飲んで行かれませんか？」と声をかけたりする。そうやって、班から発展したお付き合いが、だんだん広がったり、つながりが強まったりしていく様子も、実際に訪問することで直に組合員から聴けたわけです。

アンケートの記述欄を見ている、私たちが気づかないところまで書かれていて、

ハッとさせられたりもしますが、その場に行って、直に話を伺うと、さらにまたつながりが見えて、班は本当にいろいろなつながりを持っている、ということが実感としてあるわけです。本当に一つひとつの班が、それぞれにいろいろなつながりを持っている。ゆるやかであったり、高齢者の方を誘い込んで、そういう方々の安心の場になったり…、と多様にあります。

**【中川】**そこにある「つながり」というのは、一般的なものではなくて、なにか「一緒にやること」でつながりができるというか…。

**【石原】**そういうものだと思います。班のつながりの特徴、つまり一般的なつながりではなく、班ならではのつながりというのは、やはり食べものが届くということがひとつあると思います。〇〇さんが何を頼んだか、私が何を頼んだか、その食べものが届くというところに、独特のつながりを生み出すものがあるような気がします。他の人の食べ物が一緒にいる場に届くというのは、他の場ではあまりありません。そういう、みんなが頼んだ生活必需品がここへ届くという場が創り出す関係や、つながりみたいなものが、独特のものを生むように思います。「何頼んだ？」というところから始まって、「きょうの夕ご飯、何にする？」みたいな会話になる。普通は、なかなかそこまでいきませんね。暮らしに入り込むというか。

**【中川】**ちょっとオープンになりますね。

**【石原】**そうですね。場合によると、家族のことや家計のやりくりの話にまで入っていきます。そういう関係が生まれる可能性を高める。そういう暮らしの中のつながり

だと思います。可能性として、班にはそういうことがある。その意味で、独特の場というか、つながりですね。

生協が、地域の人たちのつながりができる班を応援することで、組合員や地域が元気になるようにしたいですね。

生協が、「あれ、してください。これ、してください」ではなくて、組合員が、ごく自然につながっていく。生協としては、そこを応援していく運営をめざしたいですね。

## 個別仕分けから 再び班別仕分けの提案を

**【中川】**班が見えてはいなかったけれども、班が生協を支えてきたのも事実だった。そのことに気づいて、もう一度、班の見直しを図るということですが、生協しまねとしての事業や活動のあり方はどう変わってきていますか？

**【石原】**班が元気になれるような応援として、逆行しているかもしれませんが、班別仕分け（班に届けられた商品を荷受け場で分けるやり方）を提案して、当時は470～480班のところの手を挙げました。みずから手を挙げた班で班別仕分けをやっています。たまには「これでお茶を飲んでください」ということで商品提供をしたりしていました。

それから、「食べて、しゃべって、良さ発見」といって市販のものと食べ比べてくださいという企画があるのですが、班にも豆腐やワカメといった商品を提供するんです。そうすると、また商品の話で盛り上がりします。班の集まりにそういう商品をポンと出して、そこから楽しいおしゃべり

が広がります。商品があることで、話がふくらみます。

## 「おしゃべりパーティ」と地域のゆるやかなつながり

「おしゃべりパーティ」も、今年で7回目になります。毎年やっています。これも、地域の人たちが自分たちでつながろうとする力を応援することになります。

「あの人を呼んで、お茶しよう」とお誘いをする。そうすると、組合員は商品があると、みずから商品の良さや生協の良さを話します。生協から商品が提供される「おしゃべりパーティ」を定期的におこなうことで、気軽に地域の人と、よりつながっていけるきっかけにもなります。

## 班は生き物…

【中川】組合員の周りで、「おしゃべりパーティ」や「おたがいさま」の拡がりもあって、班の意味にも見直しをしてきて、いまは、班を魅力あるものとして活性化させようとしている時期ですか。

【石原】そこまでの意識はありませんが、元気になれるような応援ができればと考えています。

おそらく、多くの生協では無店舗事業のうちの半分前後は個配でしょうが、うちは利用者数で2割前後です。ステーションと合わせても供給高で約3割くらいでしょうか。生活の変化の中で個配の仕組みは大事だと思います。その一方で、まだ有効な具体策はありませんが、班のつながりが持っている可能性といったことから個配と違う

意味合いを持つものとして、事業的にも、もう少し班を意識したような取り組みができないかと思います。たとえば、班だけの「おしゃべりパーティ」ですね。いま、行っている「おしゃべりパーティ」は、非組合員も含めてやっていますが、自分の班の人たちに限定した「おしゃべりパーティ」もあり得るのではないかと思います。

あるいは、以前は卵などを箱で買って、みんなで分け合う企画がありましたね。そういうのは、価格的なメリットも必要になりますが、つながりを深めるきっかけにもなりますよね。何でもすべて個々バラバラに買うのではなくて、「まとめて買うと安いですよ。班の人たちで分け合いませんか。」という企画も、可能性としてはある。そうすると、またそこで何か話の輪が広がります。商品によって有効なもの、そうでないものがありますけど…。

このように班の集まりの場に、いろいろなカタチで商品が提供されることで、商品の伝え合いやくらしのおしゃべりなどが生まれる可能性が高まり、つながりを強めることにもなると思います。

【中川】班ならではの利用の仕方、班であることから生まれる利用の仕方みたいなものの。

【石原】職員さんの存在も大きくて、職員さんが班の人たちのことを気にかけて、声をかけたり、班の人たちをつなぐ役割をけっこうしてくださっているんですね。

班は生き物、のようだ、とも思うのです。勤めに出るとか、子どもが生まれるとか、組合員自身のいろいろな状況の変化によってメンバーの入れ代わりも起きますし、班内の状況が変わります。そうするとメンテナンスが必要になります。それを昔は組合

員同士でやっていたけれど、いまはそういう力が弱くなっている、と感じます。

班のメンバー同士を気にかけて声かけするなど、職員のサポートが大事になります。班アンケートなどからは、職員さんと気持ちを通じあう関係を嬉しく思い、くらしを見てくれていることの安心感など、お互いを気かけあう関係も伺えました。そのような組合員の声も職員さんにもわかるようにしてあげていない気がします。

## 班それぞれに個性があるように「応援する」にも様々な形がある

【中川】組合員自身がどんどん変化する。班の姿も変化する。その変化に対応できないと、維持できなくなってしまう。

【石原】昔だったら、「ここに〇〇さんを入れたい」というのを、組合員同士でずいぶんやっていたんですが、いまは、そうしたことも減ってきているように思います。だから、班の人数も減ってきています。班を維持したり、つくるには、人と人を組み合わせなければいけません。班にはそうしたことが必要になってきます。個配は、その人が「入る」と言えば、翌日からでも加入できますが…。

【中川】班は、非常にフレキシブルですよ。ね。「こうでなければならぬ」というのではなくて、つながりもいろいろだし、形も無人班でもいいということで、かなりゆるやかなたちでの多様性と可能性があるということでしょうか。だけど、班は班であって、その辺が難しい。それに、班のメンバーも地域の暮らしも動くから、これまでの形をとっていくことは困難ですよ。

そこに職員さんが入ってメンテナンスすることになるけど、みんな同じような反応には絶対にならない。いろいろな形の班があり得ていいというか。

【石原】そうですね。場合によっては、班にしないほうがいいかもしれませんね。個配は個配で組合員にとって大事だと思います。メンテナンスというのは、それも含めてのことであって、一律にやってはだめだと思います。

やっぱり、つながりは強要されるものではないので、「班ですよ」と強要されても、逆に居心地が悪くなってしまいます。私が訪問した班の中には、組合員同士が「あまり深入りして、後で痛い目に遭ってもいけない」という雰囲気があるところもありましたね。だけど、班として動いているんです。

【中川】それでも班の一員として地域のなかで「私を誘ってくれる」という実感があって、何かあったら相談できる相手が周りにいると思えるわけですね。

【石原】はい、そうなんです。地域の情報も少しは入ってくる。「ひとりぼっちじゃない」、「誘ってもらえる私」の関係で成り立っている安心感があるように思いました。スーパーもあるけど、あえて班をつくって、ほどほどの距離で付き合う。生協の班によって、ほどほどの距離が保たれている。地域の組合員にとっては、とてもいい居場所のひとつになっていると思いました。

【中川】最初は機関運営の基礎組織として位置づけられ、実際にも機能していたけれども、組合員さんのライフスタイルも変われば、くらしも変われば、事業体自身の組

み立ても変わってきた。こうした変化を見ながら2001年「ビジョン」が出てくる。この「ビジョン」で拠って立つ理念を確立したことの意義は極めて大きかった。ですが、「ビジョン」で実行に移そうと思うと、足元の基礎であるはずの班の姿が曖昧になりつつあるのに気づいた。特に班応援費をめぐる、その問題が具体的に出てきた。一方で、「おしゃべりパーティ」や「おたがいさま」などから、人の持っているつながりの持つ重要性—価値でしょうか—が見えてきた。そして、班応援費の見直しをきっかけにして、班を、単に荷受けの場としてではなく、別の価値から見てみようという発想がかなり入ってくる。そのつながりも、実際には、その強さやゆるさで評価するわけにはいかないし、班の規模によってもさまざまであり得る。つまりは、さまざまな姿があり得るということが、調査や訪問で具体的にわかってきたということでしょうか。

そういうなかで、班にいろいろな仕掛けをして、班という場の持っている可能性や多様性を引き出せないものか…みたいところが今の状況のように見えます。それが班を応援する、ということなのでしょう。 「班を応援する」にしても、どう応援するかについては画一的なものではなくて、その班や地域の事情に合わせていろいろあり得るので、現実に進めようとする多々考える必要があるな、というところですかね。 「班は生き物」で、組合員さんや、その暮らし、また住んでいる地域の変化で変わっていきます。組合員理事さんや職員さんたちが、この変化についていって、「ビジョン」の理念とすり合わせていくのが大事になってくるように思います。



5年にわたる調査の上に、班のもつ機能を  
くらしの側から考察し、まとめた。(2011年10月発行)

争論 「班」と「個配」を考える

## 個人のくらし対応から 地域に目線を広げて考える

吉中 由紀

生活協同組合パルシステム神奈川ゆめコープ 理事長

聞き手：中川 順子（元立命館大学教授）



### 班から個配へ

【中川】パルシステム神奈川ゆめコープの場合は、個配という形で個々に生協に参加するところからすべてが始まるので、「班」というかたちがないと考えていいのですか。

【吉中】いえ、私はもともと「班」で出発しましたし、今でもどちらに所属してもかまいません。班は、総組合員数約28万人のうち5%ぐらいになります。

班は、班長さんの家に荷物が届いて、それぞれの友だちが取りに来るというかたちです。そこで友だちと話をしたいという人もいるので、2人の班もOKにしています。2人の班は、荷物を受け取る小さな班という意味で「フレンドパル」と名付けていて、3人からは「班」です。

2人班と3人班で呼び方を変えているのは、個配手数料が違うからです。個配手数料は、普通は200円ですが、3人以上の班は無料で、2人班の「フレンドパル」は半額です。お得ということもあるし、お友だちと仲良くやりたいというので「フレンドパル」を選ぶ方もあります。

【中川】パルシステム神奈川ゆめコープが立ち上がる段階から、個配が多かったのですか。

【吉中】2000年4月にけんぼく生協と川崎市にあった生協ゆいが合併して「パルシステム神奈川ゆめコープ」が誕生しました。これら二つの生協は、班を中心とした地域生協でした。個配事業は、けんぼく生協が1994年から、1996年から生協ゆいがそれぞれ開始しています。どちらも個配事業は、全国に先駆けて早い時期にスタートしたことになります。

2000年の頃から私どもが加盟する首都圏コープ事業連合会（現パルシステム事業連合会の前身）に事業を集中し、事業システムを確立するためのひとつの手法として更に進化していったと思います。その背景には働く女性が増え、班というかたちが煩わしいという組合員のニーズもありましたが、生協の都合でそうなったという面もありませんね。

全国の生協に先駆けて個配事業をはじめたこともあって90年代のバブル崩壊後の時期でも成長することができました。

### 個人対応 くらし課題解決

【中川】個配は配送システム上の荷受けの形態であり、班は機関運営など基礎的な組織という性格があります。個配の広がりには、組合員活動の基礎として班への参加にどう影響しましたか。

【吉中】当初は班が100%でしたので、配達のとくにいろいろなことをお伝えすると、その場で一気に5～6人に伝わるというのがメリットでした。

班会もあって、年に1回ぐらいは配達担当者もそこに出向いて、生協の活動を伝えたり、組合員の要望を聞いたりしていましたが、94年以降は加速度的に個配が増えていきましたので、班は崩壊して、生協と1対1の関係でお知らせするようになりました。

合併当時の組合員数は約6万人でしたが、それ以降に加入した方は、ほぼ100%近くが個配です。個配の組合員さんが、2000年以降、急激に増えました。

個配の組合員が増える中、97年頃に個配研究会を設置しました。みんなが勝手バラバラにやるのではなくて、「個人対応 暮らし課題解決」というようなキャッチフレーズを打ち立てて、「生活が多様化しているので、個々それぞれの課題に生協と個人が一緒に取り組んでいきましょう」という考え方をもち、生協に個人として結集するようなスタイルをめざしてきたという感じですよ。

【中川】「個人対応 暮らし課題解決」というのは非常にすてきなキャッチフレーズだと思います。ただ、現実として、組合員さん個人のさまざまな課題に生協サイドが対応するのはかなり難しいのではないかと。その具体的なやり方、進め方はどうなっていますか。

【吉中】試行錯誤はしてきましたが、小さなかたちで地域の仲間が集って、クラブ活動みたいなものをしています。それは仲間が3人集まればできるので、そういうものをたくさん増やして、班に代わる仲間づく

りをやりましょうということです。荷物を受け取るのは一緒じゃないけど、くらしの問題を一緒に考えたり、集っていきましようという場を別のところにつくっているわけです。

【中川】荷受けや配送のしくみのところとは別に、仲間づくりを別個につくるわけですね。「地区くらぶ」などがそれですね。いろいろな活動グループがあるようですが、それは「個人対応 課題解決」というテーマに沿った仲間づくりという展開になるのですか。

【吉中】理論的に整理はされていませんが、個々の「課題」という捉え方で、平和、環境、食育など、さまざまな切り口で興味のある人が集まったりします。とりあえずみんなが集まっていることだけでも、人と人との交流で問題解決になる場合があるので、そういう「課題」に縛られない集まりなど、いろいろつくりました。「地区くらぶ」は、ときには食育、ときには環境…というふう年に年間を通じていろいろなことをやっています。たとえば子育ての悩みなどで集まって、お互いに情報交換をしたり、学習会を組んだりしています。

【中川】そういうクラブは、どのようにして誕生したのですか。あまり自然発生的にはできないと思いますか。

【吉中】配送センターごとに「エリア経営会議」があって、その議長さんや副議長さん（センター長）などいろいろな役割を持った人がいて、そこで企画をして、集まってきた人に声かけをしながら、やっています。

パルシステム神奈川ゆめコープの前身の時代から、「組合員が事業にしっかり参画

していきましょう」という気風があったようで、「エリア経営会議」というのは、「活動は活動、事業は事業」ではなくて、事業と活動が一体的に成長していくことが組織の成長につながるという考え方です。それで、組合員だけでなく、センター長にも出席してもらって、センターごとの経営状況の報告を受けて、自分たちも経営に関与していくのだという意味がありました。

でも、いまは組合員活動が事業に関与できているかといえば、一緒におすすめ活動をしたり、仲間づくりに向けて意見交換をするといった範囲になっています。

## 多様な形からの参加

【中川】「エリア経営会議」などに参画する組合員さんは、班や地域ブロックなどを経ないで、みずから立候補するのですか。募集するのですか。

【吉中】募集することもあります。企画で声かけをしないで、エリアごとにチラシをまいて、募集するときもあります。それ以外にも、交流や商品活動の分野でいろいろな活動体があって、そのメンバーを募集するときはチラシやネット上で募集します。

そういう呼びかけは毎週、週刊で出しています。28万人の組合員がいますが、商品を購入するだけの方がほとんどです。そういう方に導入の段階から興味を持ってもらうようなかたちにしています。一度来てくださると、実感して「また来ようかな」となる方がけっこう多いのですが、そこまでがなかなかです。仲間や人間関係といったつながりから来てくださる方もあります。

【中川】活動のひとつ、「ゆめカレッジ」

では、講師も、参加する方も組合員さんですね。そういう講師の人材などはどうやって確保しているのですか。

【吉中】非常に豊富です。つながりもありますし、公募もしますが、組合員の中に資格や公能力を持った方が多くいます。

あと、組合内部用ですが、資格取得講座のような研修が組まれています。たとえば食育講座(数万円かかります)を募集して、修了生たちが先生になったりします。「すまいる」は、保育の人たちを募集して、研修をたくさん組んで、生協内部ではその研修を受けると保育活動ができることになっています。「コープゆめカレッジ」や「さぼねっと」は、カルチャー講座的なものが多いですが、もともと持っている技術や特技を活かして先生になってもらうというかたちです。

私たちとしては、組合員活動だけに埋もれてしまうのではなく、ここで培ったものを地域に還元してほしいという思いがあるので、ぜひ地域で活躍してほしいと思っています。

LPA(ライフ・プラン・アドバイザー)など、生協内で勉強したことも活かすことができると思います。組合員活動だけではおいしい取り組みもあります。

## 地域と生協をつなぐ

【中川】研修を受けてLPAの講座を自分で運営する力が身につく。そういう講座などは、生協活動の一環という枠組みを超えて、しかし背後に生協という組織を置いて、その外部に、地域に、自分の力量を持って出て行くという流れがつかれるのでしょうか。

**【吉中】** つくりたいと思っています。ただ、いまはそういう展開の途上ですので、まずは地域コミュニティともしっかりつながってきたいと考えています。

その糸口のひとつとしてあるのは「セカンドリーグ神奈川」と「すまいる」です。「NPO法人セカンドリーグ神奈川」は中間支援組織として、生協の事業体ではなく、外部のNPOとしてつくりました。「すまいる」は組合員向けに集団一時保育をやっている人たちですが、地域にも保育のニーズがすごくあるので、そのニーズを「セカンドリーグ神奈川」で受けて、「すまいる」から個人として「セカンドリーグ神奈川」に登録してもらい、そちらの外部に派遣するというやり方をしています。これはたぶん食育でもLPAでも応用できると思います。

ただ、いまは「セカンドリーグ神奈川」自体が子育て支援を中心に取り組むことになっているので、保育しかやっていないわけでは

**【中川】** 「セカンドリーグ神奈川」は、いわばそこにある多様なニーズと、その実現を支援する人や団体との仲立ちをしているわけですね。子育て以外でも、「セカンドリーグ神奈川」は対応できるわけですね。

**【吉中】** そうですね。自分たちで全部やりきらなくても、地域のNPOと一緒に…。

例えば、コミュニティ・ビジネスのなかでも、地域でコミュニティ・カフェという身近な集まりをやっているところがあるので、そこの支援をしています。たとえばそこで食育講座を開くことになった場合に、講師を紹介できたり、保育が必要であれば保育を提供したりします。

市民活動はいろいろありますが、当組合

は年間400万円の助成をしていて、それにエントリーしてきた団体がこれまで百数十あります。とはいえ、ガッチリ組んでいるわけではなく、お金を出しているということで、相談を受ければ力になるときもありますが、そういう人たちとも情報交換をしながら進めていけば広がるだろうと考えています。

「セカンドリーグ神奈川」は、生協の外にあるものなので、どこにつながっても問題はありません。学校からは食育講座の依頼があったりします。いままでは組織の内部で受けていましたが、「セカンドリーグ神奈川」のほうが力を持つようになれば、そこが窓口になって、生協とのつなぎ役をしてくれるというかたちです。

生協が全部からむ必要もないんですね。うちと関係なく、NPOと市民活動を「セカンドリーグ神奈川」が結んでもいいし、行政と地域活動を結んでもいい。

## 自立した組合員の 声は聞こえるけれど…

**【中川】** 総代会の議案書などでは、「自立した個人」「協同」「活動組合員」がキーワードとして出てきますが、「自立した個人」としての組合員を、どういうかたちで捉えておられるのでしょうか。

**【吉中】** 発案だけして職員さんにおまかせするかたちでは、自立にはならないと思います。自分が発案したことには責任を取ります。ちゃんと完結できるように、企画から報告まで全部やれる。そういうイメージです。この言葉には、それだけではなく、けっこう深い意味があるかなと思います(笑)。予算づくりもやります。

日本生協連でリーダーづくり研究会が開かれていて、当組合の理事が参加していますが、うちのようなスタイルでやっている生協はかなり少ないらしく、特に関東方面はほとんど職員さんやそれに準ずる役割を持った人が関わっているようです。当組合では、エリア経営会議中心にやっている組合員が毎月200人ぐらい活動しています。他の参加はもっと多いのですが、参画のほうは200人ぐらいなので、他生協に比べると人数はとても少ないかもしれません。ただ、深くするのか、浅く広げるのか、どっちがいいのかはいまが判断の時かもしれませんが、私たちは「自立した組合員」というところで考えています。

**【中川】** たくさん集まることも大事だけど、むしろ自分たちで自分たちの課題をちゃんと見据えながら動ける組合員、というようなイメージでしょうか。

**【吉中】** そうですね。ただし、「それだけではいけないよね」という一方の課題もあるので、「地域コミュニティ政策」をつくりました。「もっと小さな単位の、もっと気軽な活動を広げて、組合員の声を集めなければいけないね」ということも含まれているわけです。

例えば、2～3人の組合員が集まって、組合員ではない人にも来てもらい、生協商品の試食をしながら、「地域の困っていることはありますか？」とか聞くという座談会みたいなことを、中学校区に1カ所ぐらい、たくさんやっていきましようということです。これは仲間を集めてパルシステムの商品を試食する「フレンドリーパーティ」がもとになっていますが、それがいまあまり機能していないのもう一度位置づけ直していきます。まだ名前は決まっていませ

んが、地区会みたいなかたちです。

## 地域に視線を戻して

**【中川】** 自立した組合員に視線を合わせ、個別参加型の参加のかたちをつくりあげ、広げてきたわけですが、「地域コミュニティ政策」にみるように、その視線をもう一度、地域に戻そうとしたきっかけや理由は？

**【吉中】** 地域コミュニティへの問題意識はかなり以前からあったと思いますが、事業が2ケタ成長だった90年代に比べると、事業も頭打ちになって、ここ3年ぐらいはかなり厳しい状況だという事実があって、実際にこの地域コミュニティ政策をまとめたのは、昨年1年間の論議を経て、今年5月でした。活動面の課題もあったけれども、やっぱり事業面で成長を続けるには地域貢献をしなければだめだという認識があります。生協が生協であるべき意味がなければ淘汰されてしまうので、地域課題を住民と一緒に取り組んでいかないとだめだと思います。

それに、やはり声を聞ける数の問題があります。地域の主体が組合員なので、「地区くらぶ」も3人からできるし、「課題チーム」もつくれますし、なんとか地域の小人数の集まりを増やそうと一所懸命やってきましたが、そんなに広がっていないのです。「28万人の組合員に対してそれでは、あまりにも声が限られているよね」というのが課題としてずっとありました。他にも参加できる機会はありましたが、それは機能しませんでした。そこで覚悟を決めて、地区会は元配送担当が関わったり、別のコーディネーターや職員さんを配置して、意見を聞くような会がどんどん開けるようにするこ

とで状況を突破しようと考えたわけです。

**【中川】** そうすると、何らかの地域的なつながりをつくることにはなりますが、どういうつながりとしてイメージされているのでしょうか。

**【吉中】** 詳細な計画はこれからですが、私のイメージは、配送担当者が「今度〇〇公民館で地区会をやるから来ませんか」と声かけをして、1日の配送ポイント（約70カ所）のなかで3人ぐらいの人が「その日ヒマだから、行ってみるわね」と返事してくれば、配送担当者と地域の職員が行って、お話をするとか、「年に何回かやりましょうか」という話になれば、年に何回かやるとか、そういうように思っています。

いままでの私たちの発想では、どうしても「その後、活動組合員につなげなければいけない。その人たちは、ただの参加者ではなくて、いずれは運営する側の人になるんだ」と考えていましたが、それをやりだすと、煩わしく思う人たちもいるので、そこを切り離して、ただひたすら「ここは楽しい。生協でお話しすると、何かいいことがあるね」みたいな会にしたいと思っています。

大きな幹は「地区会」と「ネットワーク協議会」です。この2つが従来と違う、新しく入ったものです。「セカンドリーグ神奈川」のところでお話ししたように、地域には環境や食育など、課題別のいろいろな団体があって、特に市民活動の団体は支援しただけになっているところがあります。そのような団体とも連携しながら、たとえば福祉分野では市社協の人がいて、福祉行政の担当官がいて、うちの福祉事業の職員がいて、福祉を推進している組合員がいて、「ここで協議会をつくりましょう」という

ふうに地域の課題をそこで共有しながら解決に向けた協議、内と外をつなぐ役割を担う。ここは、何かの活動をするわけではないかもしれないけれども、協議会として何かつないでいきたい。

**【中川】** 個々の組合員さんと、生協と、その外のさまざまな組織や活動をつないでいくということですね。パルスシステム神奈川ゆめコープは「セカンドリーグ神奈川」でネットにつなぐ実績があるから、「ネットワーク協議会」も動くのではありませんか。

**【吉中】** そう思っています。政策をつくっただけでは仕方がないので、やるつもりではいます。たとえば防災のように、これまでの実績をもって具体的にやりやすいところは、すぐにも行政や地域の自治会などと一緒にやっていけるのではないかと思うので、できるところからやっていきたいですね。

**【中川】** 高齢者が地域で暮らし続けるのが難しくなっていますが、見守りなど、個配の配送担当の見守り活動は有効でしょうね。その辺で社協などとの連携が出てくるとおもしろいですね。活動組合員さんは、これからも地域で世話役的な活動をされるのでしょうか、そうではない人たちにとっての、地域とかかわる仕掛けについては、どうでしょうか。まずは地域に居場所があればいいということですか。

その際、いくつかの生協の「おしゃべりパーティ」は、生協商品の無償提供をやっていて、組合員のみならず、周辺の人をつれてきてもいいことになっています。地区会の場合、試食品の提供はするのですか。

**【吉中】** イメージは同じです。まだ計画を

つくっている最中なので、具体的なことはありませんが、要は、その場所にゆめコープの活動がなければいけないとなると、どうかたちがあるのか、という逆転の発想です。だから、居場所も、なくてはならないもののひとつとしてあると思います。テーマとしては7つ(①食②農③福祉④子育て⑤環境⑥生活⑦平和・国際活動)を挙げていますが、いろいろな活動のなかで、「地域でその活動がなければいけないような計画を立てましょう」というかたちで立てている最中です。だから、地域にいろいろな人の居場所があるというのは、ひとつのかたちかなと思います。その地域で必要とされるような活動をしようという発想ですね。こちらから「こんな活動をしましょう」と押しつけるのではなく、地域から求められる活動をするにはどうしたらいいかということで、いまそれぞれのところで計画を立てているわけです。

**【中川】** そういう視点の逆転は理解できますが、逆転した視点でやっていくためには、地域のくらし、女性の家族やくらしがどうなっていて、何が要求としてその地域にあるのかということ掘り起こす作業が必要になります。

**【吉中】** そのために人材育成をしていきましょう、ということです。いま計画立てを懸命にやっているところです。いままで、そうしたニーズを把握するための調査は、どちらかといえば中央でやってきましたが、最終的に地域の配送担当者をつかめるぐらいになるにはどういう教育や育成課程が必要かということになります。せめてセンター長がエリアのことをもっとわからないといけない、というのがあります。エリア経営会議に入りながらも、やっぱり事業中心な

ので、地域のことはそれほどわからないんですね。一部には、防災協定で地域とつながっているセンターや、自治会等と仲良くやっているセンターもありますが、そういうところばかりではないので。もうひとつは、圧倒的に地域を知っているのはこうした地域で活動している人たちなので、その人たちとのコミュニケーションを通して地域の課題を知るといえることですね。そのなかで環境活動をしている人たちなどつながり始めているので。

この方々とのネットワークづくりが地域コミュニティのひとつの柱になります。「何がなんでも自分たちだけでやる」という話ではなくて、こういう地域で活動している方とネットワークをつくりながら地域の課題を解決していこう。そのために求められるゆめコープであるにはどういう活動が必要か、ということです。

**【中川】** そういう方々の地域活動のなかへワン・オブ・ゼムとして生協が入り込んでいくわけですね。ワン・オブ・ゼムでとどまるのですか、それとも、一定のリーダーシップを発揮して、こういう方々の活動を地域のネットワーク化するところまでめざすのですか。放っておいたら、それぞれがバラバラにやるようなことになりがちですが。

**【吉中】** 目指したいですね。例えば、地域の見守り活動では、ネットワーク化できるかどうかに関係なく、配送中に家の中で動けなくなっている人を発見して連絡したり、具合の悪い人を助けるなど、いろいろな事例があるので、行政や地域の保健福祉課から「報告に来てください」と言われて、職員が行っています。行政の方ともかなり連携がとれるようになっていて、その場には

地域包括支援センターも出ていたりするので、ネットワーク化のきっかけとしてはかなり大きいと思います。まだまだ一員ですが、何かあれば生協がつなぐようなことはできています。

**【中川】** 地域包括支援センターとの連携は面白いですね。連携まではいなくても、結びつきを持ちながら活動ができるような事例があるといいですね。

**【吉中】** パルシステム神奈川ゆめコープは、福祉事業の事業所を何カ所か持って、居宅介護支援事業やデイサービスをやっていますので、そこからの地域包括支援センターとのつながりもあります。意外に地域の見守り活動のほうからのつながりができています。個々の職員さんが、いままでポツンと組織内でやってきた見守り活動が外部と結びついていったんだと思います。

## 利便追求型の組合員への対応

**【中川】** 個配は、利便性でかなり伸びているという側面があります。個配世代の方が、これからの地域を視野に入れて、ゆるやかなつながりを育てていく。そういうセンスが伝わるかどうか、少し心配ですが。

**【吉中】** それは総代会などでも強く感じる場所です。でも、ちょうどいい機会に国際協同組合年があったり、消費者教育基本法ができたり、自分たちを振り返る機会がいろいろありました。やはり生協は人材育成の場なので、最初はみんな、興味もなければ、面倒くさいことも嫌だし、利便性を求めるけれども、だんだんと変わってくるのではないかという希望はありますね。

参画することで感じられることもあると思うので、商品の改善プロセスに関われるような場面をたくさんつくったり、アンケートで自分の意見反映がされたことで自分の存在価値を確認できたり、産地交流や商品交流など、ありとあらゆるところでそういう場面をつくるのが大切だと思います。

## 男性のリタイア層の参加

**【中川】** 今後、男性のリタイア層が増えてきます。ゆめコープの加入は、家族単位ですか。

**【吉中】** 家族単位です。奥さん・お母さんが多いけれども、最近は総代さんもリタイアした男性がかなり多くなっています。そういう方は、いろいろなことをご存じなので、盛んに意見をくださいます。リタイア層にどう参加していただくかは、これからの地域の大きな課題です。

ただ、「セカンドリーグ」は、いまは子育て支援に特化していますが、「コミュニティ・カフェ」のようなかたちで起業支援もやっているの、そういうところに男性が集まって、たとえば「お蕎麦屋さんをカフェみたいな感じでやろうよ」というふうになれば、それを応援することはできると思います。

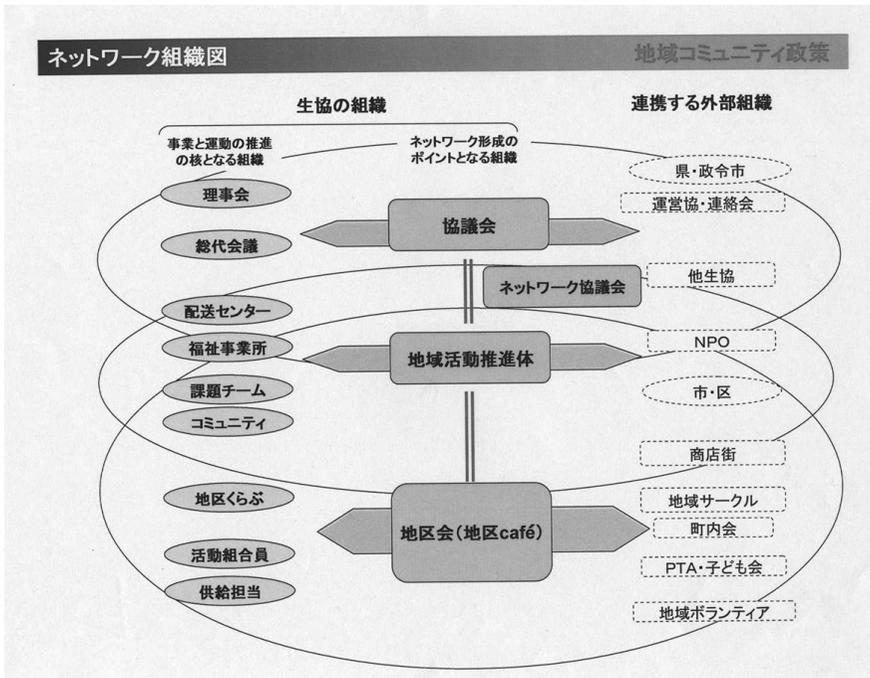
意見を述べたりする場としては地区会などが受け皿になればと思います。実際、そういう課題で活動している市民団体も多いですよ。高齢の、特に男性向けに、カフェのような居場所づくりですね。ただ、資金的な問題もあって、なかなか継続できない。特にカフェなどは、なかなか継続できないというのが課題のひとつですね。

県も、「新しい公共」という考え方が出

たときに、そういう研究をいろいろされていて、応援をしようという課題は持っています。

【中川】お話をまとめますと、パルシステム神奈川ゆめコープは、「個人対応 暮らし課題解決」を掲げて、共同購入から個配にシフトし、組合員と生協を1対1の関係としているわけですね。これは自立的で行動的な組合員さんにはとても魅力的だと思います。活動グループだけでなく、事業にかかわる機会もあるわけですから。他方、仕事の都合や班の煩わしさもあってなかなか参加の輪には出てこない人のことはわかりづらい。この人たちの声・ニーズを拾いあげ、応えていくにはどうするかが、ずっ

とパルシステム神奈川ゆめコープの課題としてあった。これから高齢世帯も増えます。というところで、今一度、地域での暮らしやつながりを見直し、「行ってみようか」と思える場を地域に作り出し、人とニーズをつないでいこうとしているように思います。その意味で、興味深いのは「セカンドリーグ神奈川」です。個々では持ち切れないニーズを、生協内外をネットワーク化して、課題解決しちゃおう、というところですね。横文字でかっこいいですが、中身は、「生協しまね」の「おたがいさま」に似ているようですね。「地域コミュニティ政策」が、今後どのような具体的な道を歩むのか、楽しみです。



パルシステム神奈川ゆめコープ「地域コミュニティ政策」より抜粋

## 特集

## パーティって何？

日本の生協の特徴として注目されてきたのが「班」である。日本の生協は、宅配事業において班を活用することで急速な成長を実現した。班は事業拡大に貢献しただけでなく、組合員同士の「絆」づくりの拠点としても機能した。たとえば、「班会」などの機会を通じて、組合員同士の交流が進み、一つのコミュニティが形成された。班を核としたコミュニティは、組合員同士の学びあいの場にもなり、組合員の消費者としての自覚を高め、各種の運動に関わる契機ともなった。こうした班の持つ意義や果たしてきた役割は、多数の研究で言及されており、諸外国に比べた際の日本の生協の特徴であり、強みでもあると考えられてきた。

しかし、90年代以降、この班の衰退が顕著になった。女性の社会進出が進み、共働き家庭が増加するなど、班を取り巻く環境が大きく変化した。そのため、班をこれまで通り維持することが次第に困難になってきているのが現状である。しかし、2008年のリーマンショック、2011年3月11日の東日本大震災などの未曾有の事態を受けて、社会全体でコミュニティや、人と人とのつながりの必要性が議論されている。班がかつて体現していた「生協らしい」人と人とのつながりの在り様をどうしていくべきか。各生協の模索が続いている。

くらしと協同の研究所では、こうした模索の中でも「おしゃべりパーティ」<sup>1)</sup>と呼ばれる取り組みに注目し、現地調査や研究交流会を開催してきた。それらの到達を踏まえ、今回、若手研究者を中心に「おしゃべりパーティ」の実態とその課題や可能性を検討する研究を進める運びになった<sup>2)</sup>。

本特集は、その研究成果の概要を報告し、今後の展望を示すものである。初めに、これまでの研究交流会および筆者らが実施したヒアリング調査に基づいて「おしゃべりパーティ」の実践例を紹介する。次いで、全国の購買生協を対象として実施したアンケート調査の概要から、その実施状況と具体的な課題を導出する。最後に、これまでの先行研究の検討から、「おしゃべりパーティ」の持つ意義を考える。

これらの論者が、「おしゃべりパーティ」の具体的なイメージや取り組む生協の抱える悩みを共有し、さらにパーティの意義と可能性について考えるきっかけとなれば幸いである。

加賀美 太記

(京都大学大学院経済学研究科 研修員)

1) 「パーティ」と表記される場合もあるが、本特集内では企画の固有名や引用を除いて、「パーティ」と表記する。

2) なお、本研究は一般財団法人全労済協会2012年度公募委託調査研究から研究助成を受けている。

特集 パーティって何？

「おしゃべりパーティ」とは何か、  
実践例からの接近

青木 美紗  
(京都大学大学院農学研究科博士後期課程)



パーティに提供される商品セット

はじめに

生活協同組合の組合員活動は、班会をはじめ、テーマ別学習会、生産者交流会、たすけあいの会など、多岐にわたっており、組合員どうしの交流や生協への理解を高める活動として重要な役割を果たしてきた。近年、このような組合員活動の中に、「おしゃべりパーティ」や「おしゃべりの会」といったものが登場しはじめている。しかし、その内容や変遷と現状についてはあまり知られていない。本稿では、「おしゃべりパーティ」に取り組んでいるララコープ、コープしが、生協しまねの事例を取り上げ、「おしゃべりパーティ」がどのようなものなのか概観する。

試行錯誤によって創られた  
「ララパーティー」

本節では、「おしゃべりパーティ」の代表的取組みであるララコープが実施している「ララパーティー」について、くらしと協同の研究所で実施されたおしゃべりパーティ研究会における報告内容および2012年2月2日～3日に同研究所が実施したララコープにおけるインタビュー調査の資料に基づいて紹介する。

(1) 「ララパーティー」とは

長崎県にあるララコープでは、2003年秋より年に2回、春と秋に「ララパーティー」を企画し開催している。「ララパーティー」は、生協から無料で提供される商品セット(食品)を囲んで、核となる組合員と近所

表1 「ララパーティー」商品セット例

年度	セット名称	セット内容
2004 秋	お父さんのおもてなしセット	ビール、おでん、いかゲソ
2005 春	きっとあの人も食べている？韓流セット	豚トロ和風、卓上パック味付け他2品
2005 秋	むかしなつかし菓子セット	前田のクラッカー、鈴カステラ他4品)
2007 春	たべるたいせつ ひと手間セット お決まりセット	マカロニグラタン、鶏ささみフランク他3品) 黒糖かりんとう、厚切りバームクーヘン、彩果菜園
2013 年間	選べるセット お買いものセット	人数に応じた金額内でリストから自由に組み合わせ 人数に応じた金額内店舗の商品を自由に選択

の人、職場の人、家族によって自宅や職場、公共施設などで開催される。開催呼びかけ期間中に、開催を希望する核となる組合員が組合員や非組合員を問わず仲間に呼びかけて「ララパーティー」の開催を計画し、参集人数分の商品セットを注文する。商品セットメニューの例は表1のようになっている。2013年には、既定のセットだけでなく、生協商品から自由に選べるセットも加わっている。注文した商品は「ララパーティー」開催期間中に商品が届けられるので、参集したメンバーとともにその商品を囲んでおしゃべりをする活動を、組合員それぞれが都合のよい日時に開催する。そして開催後に、パーティの様子に関する報告書を任意で提出する仕組みとなっている。

ララコープは「ララパーティー」を、「班の仲間やご近所・知人・友人と一緒に、又、家族で生協の商品を試食しながら暮らしのこと・生協の商品のこと・子育てのこと・介護・平和・時事問題等、日頃の生活の中での話題を『語り合い』地域での人と人とのつながり・家族の会話を深めるためのコミュニケーションツール(=みんなが集うきっかけ)」であると考えている。すなわち、「仲間づくり」といった組合員拡大を目的とするのではなく、生協商品(食品)を囲んで非組合員も含めておしゃべりをする活動であるといえる。

## (2)「ララパーティー」の誕生まで

「ララパーティー」の前身は1999年に始められた「ワイワイ産直パーティー」である。これは、1999年のコープながさきと佐世保生協の合併によるララコープの誕生と同時に、事業連合化と個配が発展する中で、商品活動を組合員の身近なところでおこなう必要があるという危機感が芽生えたことにより、料理が必要な産直商品をセットとして班に提供したものであった。しかし、調理に手間がかかることから組合員からの反発があった。

一方で、合併するに当たって、2つの生協のうち大きい方に吸収合併するのではなく、「新しい生協を創ろう」という改革意識が芽生えたことも「ララパーティー」の発足に繋がっている。そのよう改革意識によって、他の生協が取りかかろうとを渋っていた、班長会をなくすという思い切った行動をとることが可能となったのである。班長会をなくしたことによって、班会も消滅することとなり、班メンバーや地域におけるコミュニケーションが激減してしまった。同時に、「班」に支給されていた班活動費がメンバーの交流に使われていないことも独自調査で発覚し、組合員がもっと有効に活用するための方法も模索することとなった。

模索段階においてパーティの形態は試行錯誤を繰り返していた。その変遷は表2に

示すとおりである。2001年にセットを企画したこと、そして2002年に「おさそい」という組合員勧誘の敷居をなくしたことによって利用が急増した。これらの特徴を踏まえた上で、①メンバー交流の減少②班活動費の有効活用法という2つの課題を解決する方法として2003年秋に「ララパーティー」が誕生したのである。

### （3）「ララパーティー」の変遷

2003年秋から2011年秋までの「ララパーティー」開催箇所および参加人数の推移を図1に示す。開催箇所、参加人数ともに開催時期によってばらつきがあることがわかる。1か所あたりの平均参加人数は、3.5人～7.1人となっているが、近年は少人数で開催する傾向にある。2004年秋と2007年春は、特にパーティ開催箇所と参加人数が多いことがわかるが、この背景にあるものは何であろうか。

2004年秋は、理事の「ララパーティー」企画担当と幹部職員が、一緒に報告書の読み込みをおこない、組合員のくらしや「ララパーティー」企画に関する意志統一に力を入れたことが関係している。理事と職員が一緒に読み込むことによって、職員の事

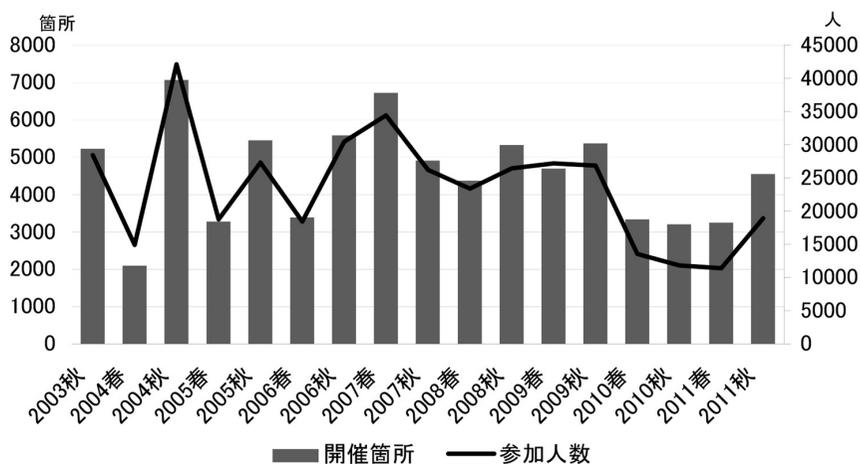
業や組合員のくらしに対する課題を発見することができ、パーティの重要性を実感した上で、組合員への「ララパーティー」開催呼びかけをおこなうことができたそうである。

2007年春は、それまで開催をみとめていなかった家族のみでのパーティ開催を実験的に認めたことが参加人数の増大に繋がった。家族開催を導入するにあたり、職員のなかにはパーティ用の商品が晩ご飯のおかずになってしまうのでは」という懸念の声があり、家族開催に前向きではなかった。しかし、家族間でもコミュニケーションが薄れているという時代背景を鑑み、理事側は積極的に導入するよう要求した。結果は、数値にも出ている通り一目瞭然であり、組合員の報告書からも、パーティが家族に召集をかけるきっかけとなった「家族（夫婦や親子）でのコミュニケーションが見えた」など前向きな内容がたくさん報告されている。

このように、報告書から組合員のくらしを読み解き、時代のニーズに臨機応変に対応したことが「ララパーティー」を拡大した要因になっていると考えられる。

表2 「ララパーティー」誕生までの「パーティ」の変遷

年	時期	パーティー名称	パーティーの特徴	参加者数
1999	秋	ワイワイ産直料理パーティー	班会への商品普及のためのツールとして調理の必要な具財セットを提供。	1,052
2000	春	ゲストを招いてコープパーティー	仲間づくりのためにゲストを招くことを必須とした。	1,126
	夏	食の安全コープパーティー	食品安全基本法成立に向けて学習材料をセットに盛り込んだ。	4,587
2001	秋	コープパーティー	理事グループにより、手間のかからないセットを企画。	12,322
	春	おさそいコープパーティー	仲間づくりのおさそいを必須とした。	6,549
2002	秋	コープパーティー	仲間づくりであるおさそいという敷居をなくした。報告書を提出してもらう。	16,798
2003	春	春の語らいコープパーティー	企画運営主体を事業部から組合員理事に移行し、コミュニケーションツールとしてのパーティーを開催。	17,487



出所) くらしと協同の研究所資料より筆者作成  
 図1 「ララパーティー」開催数と参加人数の推移

#### (4) 職員と組合員の相互理解を図る読み込み会

報告書は、組合員と理事のコミュニケーションツールとしての役割を果たすが、組合員と職員との相互理解を深めるうえでも非常に重要な機能を持っている。ララコープでは、職員が組合員のくらしに近づき、事業や活動に活かせるよう、報告書の読み込み会を進化させている。

「ララパーティー」開始時は、組合員理事のパーティー担当グループのみで報告書を読み込んだが、報告書の内容が組合員のくらしや商品に関する率直な感想をたくさん含んだ「宝の山」であったため、2004年からは職員も含めた読み込み会を実施した。その後、2006年には店舗を含めた30カ所で読み込み会を実施し、組合員の声を共有化することを始めた。2008年には64カ所で読み込み会をおこない、各読み込み会の目標を一覧表にして事業にフィードバックする工夫をおこなった。2011年には、職員の意識向上や組合員の声への理解向上を狙うため、読み込み会の感想をまとめる「振り返りシート」を記入することを始めている。

1回の読み込み会は90分であり、そのうち最初の30分で1人約100枚の報告書を読む。そして、それぞれが感じたことを「振り返りシート」に記録するのである。

このような取組みによって、職員と組合員理事の意思統一が図られてきたが、「ララパーティー」さらに組合員にとって魅力的なものにするためには、この読み込み会のやり方の工夫改善を更にすすめていく必要があるようだ。

#### 組合員の声を聞くツールとしての「ぱくぱくパーティー」

コープしがでは、全国でも比較的早い段階から、組合員主体によるおしゃべりを楽しむことを目的とした会を開催し、現在も「ぱくぱくパーティー」という名称で「おしゃべりパーティ」を実施している。本節では、コープしがにおける取組みについて、2013年8月26日に実施した聞き取り調査の内容をもとに紹介したい。



2013年 8月26日 コープしが訪問調査

(1) 「ぱくぱくパーティー」とは

「ぱくぱくパーティー」は、生協が無料で提供する商品を囲んで、友だち、近所の人あるいは家族3名以上でおしゃべりを楽しむために、組合員によって開催されるパーティである。開催を企画した組合員は、パーティ開催後に、参加したメンバー構成や会話の内容を「ぱくぱくメモ」という報告書に記載して生協に提出する。

「ぱくぱくパーティー」には、「無店舗(共同購入・個配)」型、「店舗」型、「つどい型」の3パターンがある。「無店舗」型では、「パーティー」申込期間(約2週間)に、組合員が商品セットを注文し、パーティ開催期間に無料で届けられる商品を囲んで

パーティを開催する。そして終了後に「ぱくぱくメモ」を記入し、次回注文時に提出する。「無店舗」型では商品セットが3種類用意されている(図2)。これらのセット内容は、いろいろな世代、開催場所、集まる状況を想定しながら考えだされている。

「店舗」型では、店舗に設置されている申込書で商品セットを注文し、店舗で受け取ったあと、各自でパーティを開催する仕組みである。「店舗」型の商品セットは、1種類のみで「無店舗」型の商品と異なるものを提供していることが多い。2013年の企画については、「無店舗」型で提供する商品セットの1つ(図2のAセット)を「店舗」型で提供した。

「つどい型」の「ぱくぱくパーティー」とは、コープしがの各地区事務局で開催日時、開催場所、利用する商品セットを指定し、参加希望者に会場に来てもらうパーティの方法であり、2010年から開始された。1人でも申し込み可能なため、高齢2人暮らし夫婦や若い夫婦、いろいろな人と話したい人などが利用している。特に託児を設けていることから、子育てに悩む若いお母さん方の参加も増えている。2012年の会場数13か所、2013年は16か所(図3)と毎年



図2 「ぱくぱくパーティー」商品例

**ぱくぱくパーティー・つどい型 開催会場一覧**  
ご都合の良い会場・日程を選んでお申し込みください

<b>①安曇川公民館</b> 高崎市安曇川町甲中 89 8月28日(水) 10時～12時 受付 [A01]	<b>②コープしが 長瀬センター</b> 長瀬市長瀬上根 1020-1 7月13日(土) 10時～12時 受付 [K06]	<b>③湖北公民館</b> 長瀬市湖北新道大 2745 7月12日(金) 10時～12時 受付 [K05]	<b>④米原公民館</b> 米原市下多良 3丁目 3 8月2日(金) 10時～12時 受付 [K04]
<b>⑤コープしが ゆめふうせん</b> 大津市野町5丁目 33-25 8月21日(水) 10時～12時 受付 [A02]		<b>⑥ミントハウス</b> 藤原市長穂橋南町 466-5 7月8日(月) 10時～12時 受付 [K03]	<b>⑦一円屋敷</b> 大上郡多良野町一円 149 番地 7月12日(金) 10時～12時 受付 [K02]
<b>⑧コープしが 生協会館</b> 大津市電が丘 1-1 コープゼゼ2階 8月30日(金) 10時～12時 受付 [A04]		<b>⑨コープしが 草津事務所</b> 草津市草津 2丁目 7月16日(火) 10時～12時 受付 [B01]	<b>⑩コミュニティセンター</b> 長野市小島原 2100-1 7月12日(金) 10時～12時 受付 [B02]
<b>⑫コープしが 草津事務所</b> 草津市草津 2丁目 7月16日(火) 10時～12時 受付 [B01]	<b>⑬サントピア水口</b> 甲賀市水口町北内裏 1-1 7月5日(金) 10時～12時 受付 [H01]	<b>⑭わたみききホール41</b> 美濃郡日野町大字松尾 1661 7月4日(木) 10時～12時 受付 [H03]	<b>⑮八日市アピアホール</b> 美濃郡八日市町西野町 3-1 8月28日(水) 10時～12時 受付 [H04]
<b>⑯コムが 草津センター</b> 長野市山王 7B 3-30 8月26日(月) 10時～12時 受付 [A05]	<b>⑰コミュニティセンター</b> 長野市山王 7B 3-30 7月12日(金) 10時～12時 受付 [B02]	<b>⑱親子学びづくりセンター</b> 長野市野子後 860-1 8月26日(月) 10時～12時 受付 [H02]	<b>⑲奥知川町民センター</b> 奥知町奥知町民センター 13-2 8月2日(金) 10時～12時 受付 [K01]

図3 「ぱくぱくパーティー」つどい型開催場所

開催会場数を増やしている。1会場あたりの平均参加者は5名程度で、参加者のほとんどが組合員である。各パーティに事務局側として、職員やエリア担当理事2名程度が参加し、「ぱくぱくメモ」は事務局職員が作成する。

以上3タイプの「ぱくぱくパーティー」に加えて、国際協同組合年の取組みとして2012年度に「持ち込み型」を実験的に実施した。これは、地域団体などからも意見を収集するために、生協商品を持ち込んで話し合いをするという企画である。2012年度は滋賀県内の大学生とのパーティを実施し、今後の活動に活かそうな若年層の意見を聴くことができたようだ。

## (2) 「ぱくぱくパーティー」の歴史

では、現在のような「ぱくぱくパーティー」に至るまでにどのような経緯があったのであろうか。

コープしがは1993年に4つの生協が合併して設立した生協であり、機関運営に繋がる基礎は「班」ではなく「グループ」と呼

んでいる。「グループ」という名称は、時代の変化の中で親しみやすさや仲間という意識を表現するために考え出されたものである。各「グループ」には活動のための費用である「グループ活動費」があったが、グループ活動費が税法上認められない状況の中で、この活動費をこれまでの組合員の活動の位置づけにどう転換して組合員に還元していくかということが大きな課題であった。そこで、商品を学ぶ活動や試食するという活動が多い組合員活動における商品活動の一環として、1995年に「ぱくぱくパーティー」の前身である「食を楽しむ会」の開催を生協が組合員に推奨した。

「食を楽しむ会」は、グループ活動費にかわる還元の位置づけもあり、グループ単位での開催が原則とされていたが、生協組合員以外にもゲストとして迎えることは認められていた。しかし、組合員がグループ以外の組合員と繋がって生協活動が出来るような、組合員の参加と参画を広げることを目指していたこともあり、グループの枠組みに拘束されない形式に変わっていった。一方で、「食を楽しむ会」が組合員拡大の手段として捉えられ、組合員はゲストを招くことを控えるようになってしまった。

そこで、2006年に当初の趣旨を改めて確認するとともに、組合員の声を理事会がきちんとくみ上げることを企画の目的とし、名称も「おしゃべりパーティー」に変更した。同じ時期に、生協の組織改革が検討される中で、組合員が生協運営に参加するにはどのような方法があるのかが模索されていた。そして、「おしゃべりパーティー」開催後に、組合員のくらしについて報告してもらおうことが、生協運営への参加になり得るのではないかという考えに至ったのである。パーティ開始以降、生協のこと、生協商品のことだけでなく、くらしの中の

話題や困っていることなども報告書で記載されるようになり、このような組合員からの声を事業や活動方針に活かす必要性を見出すことになる。さらに、できるだけ多くの組合員の声を事業に反映させていきたいという想いも強まってきたのである。

このような流れを受けて、もっと多くの組合員が気軽にパーティに参加できるよう、2008年から「ぱくぱくパーティー」を開始する。「ぱくぱく」というのは、コープしがのイメージキャラクターである「ぱくぱくくん」が由来となっており、親近感や気軽さを感じさせる。このような気軽なパーティに行きつた要因のひとつに、くらしと協同の研究所が主催した「おしゃべりパーティ研究会」でのララコープの活動報告があったそうである。また、「ぱくぱくパーティー」では、組合員の声を事業や活動方針に活かすために、「ぱくぱくメモ」の読み込み会を理事協議会、所属長会議、各センターで行うようにしている。

2009年までは、年に2回(5月と10月)開催していたが、同じ組合員が参加する傾向があった。そのため、より多くの組合員に参加してもらいたいという想いから、2010年には年1回開催にするとともに、「つどい型」の開催が始まった。また、家族開催を可能としたのも、この年である。家族開催に関しては、組合員からの反発もあったが、地域の最小単位が家族であり、その家族間で失われつつあるコミュニケーションを図るきっかけをつくることの重要性を投げかけながら、組合員の理解を得るように努力されている様子であった。

組合員の活動として、多くの人に参加する活動をあらためて再評価するとともに、組合員のふだんのくらしの関心事、悩み事、生協に対する意見をきちんと聴かせて頂くという意義あるものに前進させてきたのが、

現在の「ぱくぱくパーティー」である。このような変遷を経てきた「ぱくぱくパーティー」開催の目的は次の2点である。

①組合員のくらしの様子(背景)を知り想いや願いの声を聴きみんなて話し合い事業や活動につなげること。

②商品をきっかけにコミュニティとコミュニケーションを生みだし人と人とのつながりを広げること。

②は「ぱくぱくパーティー」が「仲間とのコミュニケーションの助けになっている」という意見から2012年度より加えられた目的である。また現在は、開催期間関係なくパーティを開催することができるシステムが検討されている。

### (3) 運営形態と読み込み会

「ぱくぱくパーティー」の実施については、前年度下半期に「ぱくぱくパーティーワーキングチーム」を立ち上げ実施要領を決めるところから始まる。ワーキングチームの構成員は、理事4名と各部署からの職員4名の8名である。このメンバーによって、開催目的、開催日程、セット内容、広報の方法などが検討される。

「ぱくぱくパーティー」で最も重視されているものが、組合員の声が詰まった「ぱくぱくメモ」である。この貴重な声を事業や活動に活かすために、図4の流れで読み込みを行っている。

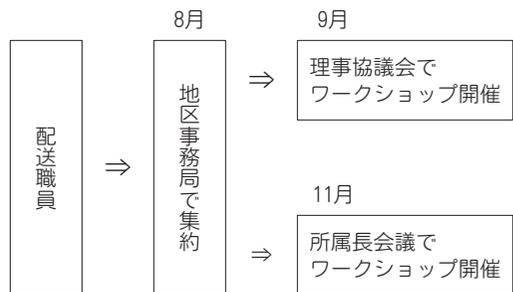


図4 「ぱくぱくメモ」読み込み会の流れ(2012年度)

まず、注文書と一緒に提出された「メモ」は配送職員が目を通す。報告書を読むことで、組合員とのコミュニケーションをはかることができる。次に、各地区事務局において、集まった「メモ」をスキャンして、重要な内容のものを項目ごとに切り貼りすることでまとめていく。組合員の声をそのまま残すことを重視しているため、パソコン入力はしていない。このスキャンされた「メモ」の集まりを全ての地区事務局分を合わせ、「ばくばくメモ集約」という冊子が作られる。この冊子内容にもとづいて理事会での読み込みが行われる。理事会での読み込み会所要時間は2時間であり、参加者は、組合員理事16名、常勤理事4名、地区事務局員などの職員数名で行う。読み込み会の前に集約された「メモ」を各自で読み、それぞれが気になった内容をポストイットに記入しておく。読み込み会当日は5～6人の小グループで検討したのち、2012年度は「メモ」の内容を踏まえて、「コープしがができること」「組合員ができること」について議論した。また、所属長会議でも「メモ」は読み込まれ、「コープしがのすべきこと」を考える貴重な材料となり、長期ビジョンの設定にも活用されている。

多くの多様な組合員の声を事業や活動指針に取り込むことを第一の目的としてきた「ばくばくパーティー」では、「ばくばくメモ」の内容が熟読され、議論され、活かされていることがうかがえる。コープしがにとって「ばくばくパーティー」は、コールセンターなどと並んで組合員の声を聴くひとつのツールである。しかし他のツールと大きく異なることは、「ばくばくメモ」では生協への要望だけでなく組合員の生活の様子がありのままに記述されていることであるようだ。そしてその内容が、年々多様化しており、今後はさらに多様化・複雑化

すると見込まれている。現在の課題としては、この「メモ」をさらに活用するために、「メモ」を提出してくれた組合員に、集約された組合員の声がどのように活かされたのかを届けることであり、その方法を現在模索しているところである。



「ばくばくメモ」をもとに読み込みでつくられた図

## 新たな「つながり」づくりをめざす生協しまね

生協しまねでは、2007年から年に1回「おしゃべりパーティー」を企画・開催している。本節では、生協しまねにおける「おしゃべりパーティー」の取組内容、実施するに至った経緯そして現状について紹介する。



2013年8月9日～10日 生協しまね訪問調査

表3 生協しまね「おしゃべりパーティー」セット内容と参加人数

年度	呼びかけ月	商品内容	開催箇所数	参加人数 (子ども含む)	参加 非組合員数
2007年度	6月	Aセット	4,565	20,293	8,905
		Bセット			
		Cセット			
		Dセット			
2008年度	6月	Aセット	5,394	13,423	7,566
		Bセット			
		Cセット			
		Dセット			
2009年度	9月	Aセット	4,236	24,184	9,498
		Bセット			
		Cセット			
		Dセット			
2010年度	9月	Aセット	2,533	5,761	2,883
		Bセット			
		Cセット			
		Dセット			
2011年度	10月	Aセット	2,144	7,391	4,115
		Bセット			
		Cセット			
		Dセット			

出所)『「班」のある風景に組合員のくらしとむすびつきを探る』、生協しまね聞き取り資料より筆者作成

### (1) 生協しまねの「おしゃべりパーティー」

「おしゃべりパーティー」は、生協が試食商品セットを無料で提供し、その商品を囲んでおしゃべりを楽しむというものである。呼びかけの「核」となる組合員は自分以外の2人以上(非組合員も可)に「パーティー」へのお誘いを行い、2週間の受付期間に参加予定人数分の商品セット数を注文する。そして生協から商品が届いたら、その商品を囲んで自宅や職場などでおしゃべりする会、すなわち「おしゃべりパーティー」を開催する。呼びかけ人となった組合員には、「おしゃべりパーティー」に参加した人数、場所、おしゃべりの内容、全体的な感想などについて、「おしゃべりシート」という報告書の提出が求められる。

生協しまねで提供された商品、参加者数は表3のとおりである。呼びかけ時期や商品内容は、4名程度の理事と職員で構成さ

れる「おしゃべりパーティー・チーム」(2013年度からは総合企画室の職員が担当)が毎年決定している。セット内容は、簡単に調理できるもの、誰とパーティをやるかなとイメージが膨らむようなものや会話が弾むようなものなど、1セット当たり3~4品の組み合わせとなっており、組合員が普段注文しないような商品を試す機会にもなっている。

「おしゃべりパーティー」が他の組合員活動と大きく異なる点として、非組合員も参加できることが挙げられるが、生協しまねにおいても、ほとんどの年度においてパーティー参加者の半数以上が非組合員であることは注目に値する。生協しまねでは、職場班が多く、職場の同僚や上司にも声をかけをし、パーティを開催しているケースも多い。このパーティをきっかけに生協に加入した人もいようであり、組合員だけでな

く非組合員も対象とすることで、職場での生協理解にもつながったり、組合員自身が生協を勧める場にもなっている。また、2011年度からは、同居以外の家族であれば家族開催が可能となった。

## (2) 「おしゃべりパーティー」発足の経緯

では、このような「おしゃべりパーティー」が生協しまねで取り組まれるようになったことにはどのような経緯があるのだろうか。

生協しまねでは、1984年の設立当初、生協の機関運営や組織的な活動（組合員の拡大、商品普及など）において「班」が重要な役割を担っていた。当時は、図5のような組織形態のもと、班長会への参加、班会の開催が積極的に実施されていた。また、「班」メンバーの交流も積極的に行われていた。このような「班」の活動を促進するために、「班」には「利用還元金」として「班活動費」が支給されていた。

しかし、1990年代前半頃には、就労する女性が増加し多忙化したこと等により、班会や班長会を積極的に開催することも困難となり、それらの活動は、弱くなっていった。「班」で集まる機会が薄れたことで、「班活動費」の使い道に困る組合員も増えたことなどにより、一律支給から申請制とし、名称も「班応援費」に改正したものの、

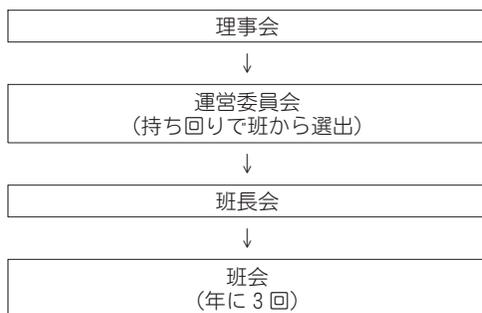


図5 生協しまね 活動組織形態

「班」の交流には必ずしも有効に使われていないケースも多く見られた。

2000年代に入ると、地域ステーションや個配もスタートし、「班」というカタチで利用や組織を一括りに捉えることは難しくなってきた。このような状況において、2001年には生協しまねビジョン「想いをかたちに～共に創る豊かな暮らし～」を策定し、一人ひとりの暮らしを見ることから生協を考え、創っていくという運営を目指した。組合員活動においても、機関運営的というより、一人ひとりの組合員が、くらしやその思いを気軽に出し合い、創造できる場を目指した。

このビジョンに沿った形で、「班」のつながりについて模索しているときに、教育アドバイザーである毛利敬典氏より、ララコープやコープぎふで実施されていたパーティーの情報を入手した。これを契機に、理事や職員がパーティを開催していたララコープを訪問し論議を重ね、2007年から生協しまねにおいても「おしゃべりパーティー」を開催することとなったのである。

生協しまねは、2011年においても班供給高構成比は、全体の約8割を占め、他生協と比較しても「班」の比重が高い状況にある。このような状況において、「班」が人のつながりに果たす役割を再認識するとともに、組合員の地域でのつながりや交流を活性化させるための一つの方法として、「おしゃべりパーティー」という取組みが登場したものと考えられる。

## (3) 報告書の内容と活用

2007年の第1回開催以降、組合員から寄せられる報告書には、「おしゃべりパーティー」の会話内容や感想が寄せられている。「パーティーが、疎遠になっていた班のメンバーとの交流のきっかけになった」「料

理や費用の負担の心配なしに近所の人と交流できることがよい」「久しぶりに職場の人とゆっくり話ができた」など、パーティが人と人とのつながりや情報交換の場を提供するきっかけとなっていることがうかがえる。1回のパーティで半日以上もおしゃべりを続ける場合もあるようだ。また、生協の商品についての感想も多く寄せられ、試食を通して商品の伝え合いの場にもなっていることがわかる。

このような報告書を生協活動に有効に活用するために、運営側では報告書を丁寧に読み込んでいる。読み込みは、おしゃべりパーティー・チームの理事、職員の4名程度が参加し、「どんな人とのつながりか」、「どんな話でおしゃべりが弾んだか」など重要な箇所に線を引いて組合員のくらしについて議論するとともに、KJ法を用いることで「おしゃべりパーティー」の意義についても話し合っている。生協しまねでは、報告書を「おしゃべりパーティー」のデータというよりはむしろ、組合員のくらしを知るものとして捉えている。そして、組合員には毎回、開催後の機関誌において、「パーティー」開催者から送られてきた写真とともに報告書に書かれたパーティの楽しい様子を伝えている。また職員を対象として、第1回「おしゃべりパーティー」の後に、役職員の全体会で「おしゃべりパーティー」が参加者にとってどんな場になっていたかについての報告も行われた。「おしゃべりパーティー」の開催率が配送担当職員の働きかけ度合いによって大きく左右されているのも事実である。したがって、配送担当職員たちにとっても、くらしが詰まった報告書を組合員との会話や交流に役立てることができるよう工夫したいとのことである。

- (4)「おしゃべりパーティー」への想い  
生協しまねは、「おしゃべりパーティー」を、
- 思いっきりおしゃべりを楽しみ、語り合うことで、生きる元気が得られる場
  - 美味しさを実感したり、家族の反応などの話題を通して生協商品が広がる場
  - 組合員が自然に、生協商品や生協のことを非組合員に語る場など

と位置づけて開催している。家族、近所、職場の人と集う場を提供し、希薄となった交流(つながり)を促進させることと同時に、そうしたことを通して広く地域に生協への理解を深めてもらうことなども目的としている。

このような活動の背景には、生協しまねビジョン「想いをかたちに～共に創る豊かな暮らし～」が策定され、このビジョンにおいて「一人ひとりが自分らしく暮らすことや生きることを提起し、人と人とのつながりをつくり深めること」が大切な方針のひとつとして掲げられたことにある。そして、組合員へのアンケート調査や「班」実態調査など、理事や職員が常に組合員のくらしに自らの足で近づこうとする姿勢があったこともこのような活動を導く要因となっていると考えられる。「核になる組合員が自ら声をかけ地域の人と集うことで創られるくらしを語る場からは元気が生み出されます。いろいろな人とつながって、共に生きる楽しさや良さが実感できる『おしゃべりパーティー』は、『自らつながっていこうとする力』を大切にしている生協しまねの応援です。それは、生協しまねのビジョンそのものなんです」というベテラン理事の言葉は非常に印象深い。今後、このような想いを引き継ぐ理事や職員など担い手育成が重要になってくると考えられる。



おしゃべりパーティの現在の実施状況  
 — 全国購買生協の組合員活動に関する調査より —

加賀美 太記 (京都大学大学院経済学研究科 研修員)

この調査は、購買生協の組合員活動のうち、主に交流にかかわる活動について調べることを目的としております。またにお手数をおかけいたしますが、ご回答にあたっては以下の3点についてご留意ください。

1. この調査では、主に「**特定のテーマを設定せず、交流そのものを主な目的とする少人数(数人~10人程度)の交流企画**」について伺います。こうした企画に関する貴生協の企画・組織などに関してご回答頂ければ幸いです。
2. 各質問の求めにしたがって、○をついたり、または当てはまる内容や数値を記入してください。
3. 質問には、あてはまるものを「1つ」選ぶものと、「いくつでも」選ぶものがあります。質問の求めに応じてご回答ください。

I. 貴生協のプロフィールについて

(1) 貴生協の概要についてうかがいます。各項目にお答えください。

生協名			
設立年	年	出資金総額	円
参加事業連合			
組合員数	人	加入率	%
組合員世帯数	世帯		

(2) 貴生協の購買事業の概要についてうかがいます。各項目にお答えください。

	2010年	2011年	2012年
--	-------	-------	-------

調査の概要

かつて日本の生協の特徴として注目を集め、事業にも組合員活動にも大きく貢献してきたのが「班」である。しかし、購買事業に占める班(共同購入)と個配(個人宅配)の供給高比率が2007年に逆転するなど、班から個配へのシフトが進みつつある。背景には、夫婦共働き世帯や単身世帯の増加といった家族のかたちの変化がある。こうした変化の渦中において、多くの生協では自らの強みであり、意義でもあった「班」という組合員のコミュニティの新しい在り様の模索を続けている。

そうした取り組みの一つが「おしゃべりパーティ」と呼ばれる、具体的なテーマを設定せずに、交流そのものを主な目的とする少人数の企画である。筆者らはこの「おしゃべりパーティ」に注目し、現在における各生協の取り組みの実態や抱える悩みを把握し、今後の「おしゃべりパーティ」の実践における課題および研究の焦点を明確にするため、『全国購買生協の組合員活動に関する調査』を実施した<sup>1)</sup>。

本稿は、同調査の速報として調査結果の概要を整理することを通じて、実践において各生協がどのような課題に直面しているのか、また今後のパーティを研究するにあたっての具体的な焦点は何か、以上二つを明らかにすることを目的とする。

本調査の対象は、『生協名鑑2010年版』に掲載されている日本生協連加盟の142の購買生協とした<sup>2)</sup>。なお、名鑑に掲載された購買生協のうち、調査時点で合併済みであったコープとうきょう、ちばコープ、さいたまコープ、コープかながわ・コープしずおか・市民生協やまなしの6生協については、合併後のコープみらいとユーコープそれぞれの本部を調査対象とした。そのた

め、最終的な調査対象は138生協となった。

調査方法は、調査対象である138の購買生協に調査票を郵送し、担当者による記入後に郵送にて返送していただく自記式郵送調査法を採用した。

調査票138件を2013年8月6日に発送し、8月23日を投函期日とした。うち、5通は届先不明で送付できなかった。9月6日時点までで、発送数133件に対し52件が回収された。回収率は39%である。なお、分析に用いた有効回答数は、購買事業を譲渡し、現在は精算事業のみを行っているため回答できないという事情にあった1件を除いた51件である（38.3%）。

## 調査結果

ここからは調査票の項目に沿って、調査結果の概要を整理していこう。なお、以降のデータは言及がない限り、各生協からの回答を単純集計した結果である点に留意されたい。

### （1）回答生協の属性

最初に回答生協の属性を確認する（表1）。まず、出資金総額では「1千万円以下」が

2生協、「1千万～1億円」が4生協、「1億～10億円」が15生協、「10億～100億円」が25生協、「100億円以上」が5生協であった。組合員／世帯数では「1万人（世帯）以下」が11生協、「1万～10万人（世帯）」が20生協、「10万～100万人（世帯）」が17生協、「100万人（世帯）以上」が3生協となっている。規模の大きな生協からの回答数が比較的少なく、今回の調査については、中堅規模の生協からの回答が多かったと言える。

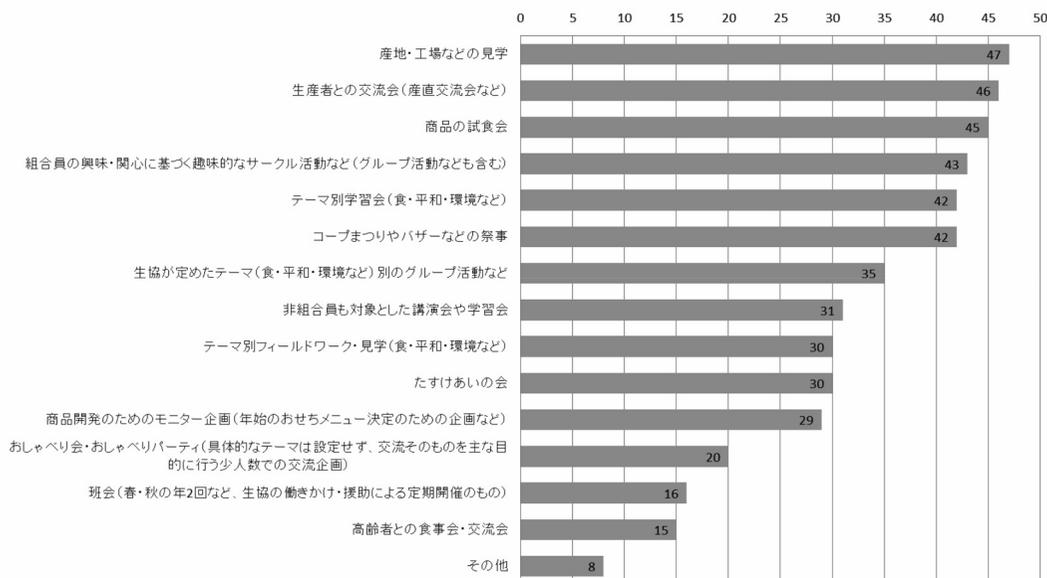
回答生協の地域を見てみると、全国にまたがっている。「中四国」と「九州・沖縄」が4生協と若干少ないが、回答生協の地域的な偏りはそれほど大きくない。

本調査の問題意識の背景の一つに、「班」から「個配」へのシフトがある。こうした班の実態を把握するため、2012年度の班数を基に、前年度比での増減を整理した。前年度に比べて班が「増加」したのは17生協、逆に「減少」したのが21生協となっている。供給高の全国平均では個配が班を逆転しており、班から個配へのシフトは明確になっているが、班数に限定した場合、全国一律で減少傾向にあるわけではないことが見て取れた。

表1 回答生協の属性

出資金		組合員／世帯数	
1千万円以下	2	1万人以下	11
1千万～1億円	4	1万～10万人	20
1億～10億円	15	10万～100万人	17
10億～100億円	25	100万人以上	3
100億円以上	5		
地域		前年での班数	
北海道・東北	8	増加	17
関東	9	減少	21
中部	6	宅配事業なし	2
東海・北陸	8	不明	11
近畿	12		
中四国	4		
九州・沖縄	4		

図1 交流に関わる組合員活動の実施状況



## (2) 交流に関わる組合員活動の実施状況

「おしゃべりパーティ」を含む交流に関わる組合員活動については、「現地の見学」(47生協)や「産直交流会」(46生協)、「試食会」(45生協)等が9割以上の生協で実施されており、もっとも普及した組合員活動であることがわかる。次いで、「組合員の趣味・関心に基づくサークル活動」(43生協)や「テーマ別学習会」(42生協)、「コープまつりなどの祭事」(42生協)が、実施率で8割を超える結果となった。

本調査の焦点である「おしゃべりパーティ」を実施している生協は全体の4割、20生協に留まる。上記の企画群と比しても全国的に普及した取り組みであるとは言い難い(図1)。

次に、「おしゃべりパーティ」を実施していない生協について、パーティの認知と今後の開催意向について質問した。

「おしゃべりパーティを知っている」との回答が65.5%(19生協)と過半数を超えた。しかし、今後のパーティの実施につい

ては「開催を検討している」という回答が27.6%(8生協)に留まる(表2、表3)。以上から、「おしゃべりパーティ」という企画は全国的に広く知られつつある一方で、実際に企画を開催している生協はいまだ限定的な状況にあると言えよう。

## (3) おしゃべりパーティの実態

(3)以降では、「おしゃべりパーティ」を実施していると回答した20生協の回答を基にして、現在の「おしゃべりパーティ」の概要を確認する。

表2 おしゃべり会・パーティの認知状況

項目	回答数	%
1. 知っている	19	65.5%
2. 知らない	10	34.5%

N=29

表3 おしゃべり会・パーティの開催の意向

項目	回答数	%
1. 開催を検討している	8	27.6%
2. 開催を検討していない	21	72.4%

N=29

①2012年度の開催実績

はじめにパーティの開催実績を整理しよう。2012年の実績値は、述べ参加人数239,873人（20生協）、実施グループ数53,410グループ（20生協）、平均参加者数4.49人（参加人数をグループ数で割った平均値）となった。

2009年に生協総研が実施した『組合員活動実態調査』によれば、おしゃべりパーティやおしゃべり会など、「商品を囲んで組合員同士が交流する取り組み」を23生協が実施しており、合計397,566人が参加している<sup>3)</sup>。調査範囲や回答数などを考慮すると、今回の調査と2009年の調査を単純に比較することはできない。ただし、今回の調査では多数の組合員を抱える比較的規模の大きな生協からの回答が少なかったこともあり、こうした事情を勘案すると、パーティの開催数や参加者数は急伸びしていないが、全体としては横ばい傾向にあるという予測も可能である<sup>4)</sup>。

②パーティの導入時期と実施のきっかけ

次は、パーティを導入した時期ときっかけについてである。導入した時期については、2000年代以降、とくに2005年以降との回答が65%（13生協）を占める。パーティは比較的近年になって導入されたケースが多いことが伺える（表4）。

パーティを実施するに至ったきっかけについては自由記述の設問とした。導入に際して生協内で議論があったかどうかについては、別の項目として設けたが、内容が関

表4 パーティを導入した時期

時期	回答数	%
1990年代	2	10.0%
2000～2004年	5	25.0%
2005～2009年	7	35.0%
2010～2013年	6	30.0%

N=20

表5 パーティのスタートにあたっての議論の有無

項目	回答数	%
1. あった	5	27.8%
2. なかった	8	44.4%
3. 分からない	5	27.8%

N=18

係するため、ここで整理する。

まず、パーティを導入したきっかけとしては、班会の代わり、あるいは班活動の延長線上に位置づけて実施し始めたとの回答が11生協でもっとも多く、全体の過半数を超えた。子育て世代の交流を促進するとの回答が3生協で続いており、その他に組合員ネットワークの拡大や組合員の生協への愛着向上などがあげられている。

導入にあたっての議論の有無については、「なかった」が44.4%（8生協）ともっとも多く、「あった」との回答は5生協に留まる（表5）。議論が「あった」とする5生協からは、「理事会」「総代会」「所属長会議」などで議論が生じたとの回答であった。議論の内容は、「対象範囲が狭く、本当に拡大につながるのか」「ただ商品を食べる終わりのバラマキにならないか」「班活動費からの転換について組合員の理解が得られないのではないか」「組合員の声がかちんと反映されるのか」などであった。

以上から、「おしゃべりパーティ」に期待されたのは、班会が担っていた組合員間のネットワークやつながりを築く場としての役目であったと考えられる。しかし、企画の実践にあたり、そうした目的が本当に実現できるかどうか、また組合員の声に応えられるかどうかについて、組合員や職員の双方から疑問の声が出ていたことも事実のようである。

こうした「おしゃべりパーティ」に期待された役割や目的をどのように実現していくのか、またそれをどのように評価してい

くのかといった、導入に際しての議論の内容は、後述するように実践上の大きな課題であり続けている。これらをどのように解決していくかが「おしゃべりパーティ」の実施にあたっての焦点の一つである。

### ③おしゃべりパーティの実情

開催頻度についてみると、「年に1回程度」と「年に2回程度」の2項目で7割が占められる。その他に、毎月の定期開催などが見られたが、全体としては年に1~2回程度、時期を決めて集中的に企画・立案し

表6 パーティの開催頻度

項目	回答数	%
1. 年に1回程度	6	30.0%
2. 年に2回程度	8	40.0%
3. 年に3回程度	0	0.0%
4. 時期は限定せず、組合員の求めに応じて随時開催	1	5.0%
5. その他	5	25.0%

N=20

て実施される状況にある(表6)。

これまでの実践報告や研究を通じて、「おしゃべりパーティ」特徴の一つとされていた参加範囲、すなわち「家族のみの開催」と「非組合員の参加」については、結果が分かれた。

まず、「家族のみの開催」は、75% (15生協) が「できない」と回答しており、「できる」との回答は4生協に過ぎなかった。「非組合員の参加」については「できる」が85% (17生協) に達しており、「条件付きでできる」と合わせると9割を越える(表7、8)。

この結果からは、パーティを通じて、既

表7 参加範囲①家族のみの開催

項目	回答数	%
1. できる	4	20.0%
2. できない	15	75.0%
3. 条件付きでできる	1	5.0%

N=20

表8 参加範囲②非組合員の参加

項目	回答数	%
1. できる	17	85.0%
2. できない	1	5.0%
3. 条件付きでできる	1	5.0%
N.A	1	5.0%

N=20

存の関係性の維持・強化が図られているだけでなく、新しい関係性の構築もまた重要な目標とされていると考えられる。家族開催を是とする生協においては、既存の関係性の中に、家族関係を含めて位置付けているものと考えられる。

パーティの開催日時の傾向についても調査を行った(表9.10.11)。まず、開催回数の多い曜日では、「平日」が52.8%と過半数を超えた。週末や祝祭日などは、むしろ避けられる傾向にあることが見て取れる。また、開催時間帯についても「午前」が40% (8生協) と比較的高くなっている(もっとも多いのは「分からない」の50%である)。平均的な開催時間については、「分からない」が45% (9生協) ともっとも多くなっており、その他の項目に大きな差は見られない。

表9 開催日時の傾向① 曜日

項目	回答数	%
1. 平日	11	52.4%
2. 週末(土日)	1	4.8%
3. 祝祭日	0	0.0%
4. 特に目立った特徴はない	2	9.5%
5. 分からない	6	28.6%
N.A	1	4.8%

N=21 (複数回答有)

表10 開催日時の傾向② 時間帯

項目	回答数	%
1. 午前	8	40.0%
2. 午後	1	5.0%
3. 夕方以降	0	0.0%
4. 特に目立った特徴はない	0	0.0%
5. 分からない	10	50.0%
N.A	1	5.0%

N=20

表11 開催日時の傾向② 開催時間

項目	回答数	%
1. 1時間程度	3	15%
2. 1～3時間程度	5	25%
3. 3時間～半日	2	10%
4. 一日中	0	0%
5. 分からない	9	45%
N.A	1	5%

N=20

以上の回答を踏まえると、多くのパーティは平日の午前中で終わる形式で開催されていると推測される。筆者らが実施した複数生協へのヒアリング調査でも、子育て世代や主婦の参加を考慮した場合、週末などよりも平日、加えて子どもが保育園・幼稚園や学校から帰宅する午後よりも午前の方が集まりやすいという事情があり、妥当な結果となったと言えよう<sup>5)</sup>。

しかし、こうした日程的な特徴は、平日働きに出ている人たちや男性などに働きかけるには不都合な面もある。非組合員とのつながりという意図から考えると、想定されている非組合員も、組合員と同様のライフスタイルにありつつも、生協に加入していない人たちであることが伺える。

## ④パーティの支援の形と活用方法

パーティの開催にあたって、生協がどのような支援を行っているのかについては、「企画用に特定のセットを用意する」が40%（8生協）と最も多くなっており、同数で「その他」が並ぶ。その他の中身は、「セット」と「値引き」のいずれかを選択する、人数に応じて現金を支給するなど、各生協で独自の支援形態が築かれている（表12）。なお、提供されるセットの内容は、主に「お菓子」や「飲料」、「調理済み食品」といった準備に時間のかからない商品が多く挙げられている。

商品の無料提供や現金の支給といった形で支援されているパーティだが、各種のコストが生じる以上、これを活用しなければならない。次に、各生協がどのようにパーティを活用しているのかに目を向けてみよう。

まず報告書・感想文の提出については、75%（15生協）が「パーティを開催したら必ず報告書を提出する」と回答している（表13）。こうして回収された報告書の活用方法についての自由記述を設けたところ、

表12 支援の形態

項目	回答数	%
1. 企画用に特定のセットを用意する	8	40.0%
2. 商品は提供せず現金を支給する	1	5.0%
3. 商品は提供しないが、商品の値引きを行う	1	5.0%
4. 特に援助はしない	1	5.0%
5. その他	8	40.0%
N.A	1	5.0%

N=20

表13 報告書・感想文提出の有無

項目	回答数	%
1. パーティを開催したら必ず報告書を提出する	15	75.0%
2. 報告書の提出は任意	2	10.0%
3. 報告書は必要ない	0	0.0%
4. その他	2	10.0%
N.A	1	5.0%

N=20

理事会や常勤役員会、組合員活動担当部署、もしくは事業部門も含めるなど、該当する範囲は各生協で異なるが、読み込みと分析が行われている。しかし、報告書の提出率は各生協で幅があり、回収率が5割に満たない生協もあった。分析にあたっては、時間や予算に制限がある、分析の焦点をどこに絞るのか明確にできないといった課題がある。回答からは、こうした課題に対して各生協が手探りの努力を続けている様子が見受けられる。

パーティを通じて人々の声を集め、活用していく術を整理し、生協間で積極的に共有していくことが、事業や組合員活動にとっても有益であると思われる。

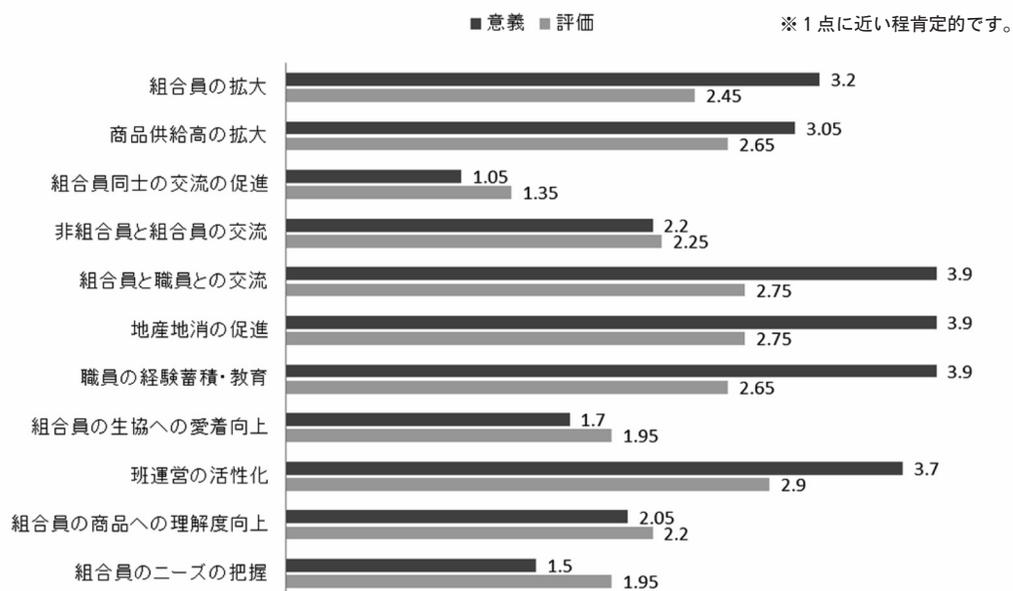
#### ⑤パーティの意義と影響

パーティの意義と評価については、各項目について5点尺度で回答していただいた。意義については、1点から順に「重視する」「やや重視する」「普通」「やや重視しない」

「重視しない」とした。評価については、同じく1点から順に「よい影響があった」「やや良い影響があった」「とくに影響はなかった」「やや悪い影響があった」「悪い影響があった」とした。回答をもとに、各項目の平均値を算出してグラフ化したものが図2である。1点に近い程、肯定的な回答が多かったことになる。

意義についてみると、最も重視されているのは「組合員同士の交流の促進」(1.05)である。これに、「組合員のニーズの把握」(1.5)、「組合員の生協への愛着の向上」(1.7)と続く。ここからはおしゃべりパーティの意義において、既存の組合員と彼ら同士のつながりを重視する傾向が見受けられる。逆に、「組合員と職員の交流」「地産地消の促進」「職員の経験蓄積・教育」(3.9)はパーティの意義として、重視されていないことが伺える。また「班運営の活性化」(3.7)や「組合員の拡大」(3.2)、「商品供給高の拡大」(3.05)などもあまり重視され

図2 パーティの意義と評価



ていない。ここからはパーティの主たる目的が交流そのものにおかれ、そうした交流を通じて生協を好きになってもらうこと、事業的には報告書・感想文から組合員のニーズを把握するといった、比較的緩やかなものとして設定されるケースが多いと考えられる。

影響の方を見てみると、「よい影響があった」と肯定的に評価されている項目は「組合員同士の交流の促進」(1.35)、「組合員の生協への愛着向上」「組合員のニーズの把握」(1.95)であった。これらの結果から、重視された目的に応じて、パーティが良い影響をもたらしたと評価されている実態が確認できよう。

なお、今回は単純平均を用いての分析としたが、意義において重視される項目は生協ごとで大きく異なっており、十分に実情を把握したとは言い難い。今後、サンプル数を増やした上で、改めて重視するポイントの傾向を分析する必要があるだろう。

## 本調査を振り返って

今回の調査は、統一的な調査が行われていなかった「おしゃべりパーティ」に注目し、全国的な実施状況と概要を掴まえることを目的とした。結果、筆者らが当初想定していたよりも「おしゃべりパーティ」の認知は広がっていたが、取り組みとして普及するには至っていない状況にあった。一方で、今回の調査で確認されただけでもパーティの参加者は20万人を超え、非組合員も多数含まれていた。この事実は、生協にとって、非組合員を含めた人々のくらしに関わる声を集める、またとない機会になりうることを示唆している。

ただし、実践においては多くの困難を抱

えている事実も明らかになった。たとえば、パーティの開催を検討している生協からは、予算や対費用効果、取り組みの成果をどのような形で組合員に還元するのかといった点が議論になっているとの回答があった。実施している生協でも「報告書の提出率が低い」「参加が一部のグループに留まり、なかなか拡大できていない」「経費をどうするか」「報告書の読み込みのスキルアップが必要」「組合員活動部署と事業部署のどちらが主体なのかが曖昧であり、両者の一体化をどのように図るか」といった悩みがあるとの回答が寄せられた。

今後は、こうした困難を実践の場でどのように乗り越えているのか、その具体的な工夫や取り組みについて、ヒアリング調査を通じて深めていく必要があるだろう。また、今回は生協組織への調査としたために、組合員がパーティをどのように受け止めているのかについては十分に把握できていない。今後、パーティに関わる組合員の問題意識や実感などを広く調査する必要があると考えられる。以上について、引き続き研究を深めていきたい。

- 1) 本調査は全労済協会2012年度公募委託調査研究「絆の広がる社会づくり～大転換期の日本社会の展望～」の研究助成(研究課題「おしゃべりパーティ」によるコミュニティの再建～協同組合の「絆」づくりの試み～)を受けて実施された。
- 2) 日本生活協同組合連合会(2009)『生協名鑑2010年版』コープ出版。
- 3) 山内寛(2010)「組合員組織の今日的な到達点—2009年度全国組合員活動実態調査より—」『生活協同組合研究』408号、40-46ページ。
- 4) 残念ながら今回の調査では回答をいただけなかったが、総代会議案書にはパーティを開催していると記載されている生協が複数存在する。こうした総代会議案書などに基づく資料調査の結果とアンケートの結果を総合すると、2009年の調査とほぼ同数、もしくはそれを若干だが上回る。
- 5) 生協しまね、ヒアリング調査(2013年8月9日)及びコープしが、ヒアリング調査(2013年8月26日)。

生活協同組合によるコミュニティへのアプローチ  
—「パーティ」の取組みから—

片上 敏喜 (奈良女子大学社会連携センター)



当研究所「おしゃべりパーティ研究交流会」

## はじめに

日本における生活協同組合（以下、生協）の特徴の一つが班組織である。班を共同購入事業に導入することで生協は事業を成長させるとともに、組合員の組織づくりや活動を広げてきた。しかしながら近年、こうした日本型生協モデルともいわれる班組織の縮小が指摘されている。例えば、山内（2010）による「2009年度全国組合員活動実態調査」の報告においても、共同購入を実施する班の組織率が低下していることが読み取れる。こうした背景には様々な要因が考えられるが、その一つとして女性のライフスタイルの変化が挙げられている。杉本（2011）が、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、班を基礎としていた存在が脅かされるようになったというように、班を支えていた基盤の維持が難しくなったことが班組織へ影響を与えているといえる。そして、その影響は無店舗事業と組合員同士のコミュニティ形成に関与してきた。班組織の縮小は、班を基軸とする生協の無店舗事業に大きな影響を与えてきたといえるであろう。しかしながら、事業の側面からに関しては個別に商品を仕分けし、個々の組合員宅に直接配送する個配事業を進めていくことによって、ある程度の解決が図られてきたといえる。一方、班組織の縮小による組合員同士のコミュニティ形成に関する問題については、摸索が続いている状況にあるといえる。そうした中で現在、班に代わる取組みの可能性として注目されているのが、非組合員も対象として行われている「パーティ」である。

本稿では、「生協が組合員のみならず、非組合員も含めて行われるパーティ」の取組みについて、その意義をこれまでのパー

ティに関わる研究を考察していきながら検討していくことを目的としたい。

## 組合員同士のコミュニティへのアプローチ

コミュニティは、「構成員相互の交流があり、それらの間に共通の目標・関心事等の絆が存在し、一定の地理的範囲を伴う事を一般的要件とする存在」(松原1978)や「一定の地理的範囲の中で、メンバー間で共通の関心が存在し、相互に交流が行われている集団」(パーソンズ,T 1974)といわれるように、一定の範囲内における人と人との結びつきを表す。従来の班を単位とした組合員同士のコミュニティにおいては、こうした人と人との結びつきからなる生協職員と組合員の直接のコミュニケーション、組合員間の口コミ効果のマーケティング、組合員の学習などがすすめられてきた。その中で「班会」や「班長」から始まる学習・運動の組合員組織が確立し、組合員リーダーが育ってきたといえる(若林 2010)。しかしながら、上記でも述べたように班組織が縮小していくとともに、班による組合員同士からなるコミュニティの維持そのものが難しくなっている。こうした問題に対して杉本(2011)は、従来の班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ていく方法を提示している。そして、こうした方法に対する生協側の関わり方として「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関わらない」方法や、生協が「資金的・人的なサポートを手厚くしていく」方法を示し、具体的なアプローチ例として、ララコープやコープしがの

「パーティー」を挙げ、その展開の可能性を述べている。

パーティとは、地域によって名称は異なるが「ララパーティー」や「おしゃべりパーティー」等と呼ばれ、その内容はテーマ活動(商品・環境・平和など)や商品開発・販促企画(試食会・商品への意見収集)、班活動等とは異なり、あらかじめ決められた食品セットメニューを選択し、その食品を囲んで参加メンバー同士でおしゃべりをする活動である。こうしたパーティは、①具体的なテーマを決めない、②販促を大きく打ち出さない、③非組合員の参加が可能、④参加者がおしゃべりの内容を報告書として提出し、生協側がその報告書を読み込む、といった点を特徴とする取組みとして捉えられる。

これらの特徴からみる注目点は、いずれの特徴も直接的には生協に帰結しないということにある。例えば、班組織を生協の「事業の側面」から見た時、これまで地域に組織された組合員の班を活用することで、コスト的に有利な条件が作られていた。具体的には、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業務を、班の組合員が無償に近い形で担われてきた(杉本 2011)。ゆえに、班組織の活力の多寡は、生協の事業面に直結する。しかしながら「パーティ」という取組みは、上記①～④の点からみても生協の事業面には「直接的には関与しない取組み」であるといえる。

## 協同の契機づくりとしてのパーティ

周知の通り、協同組合とは、「人々が自主的に結びついた自律の団体」と「共同で

所有し、民主的に管理する事業体」という「運動体」と「経営体」の二つの側面を持っている(北川2008)。協同組合には「共通の理念」(運動目的)があり、その実現のために「事業」という経済的行為が行われている。協同組合における事業とは、共通の理念を実現することを目的として行われる「アプローチ」であり、その対象は組合員となる。協同組合は、例えば株式会社のように、出資と利用と運営の関係が個々に独立し、経済的な利潤の極大化を目的とするアプローチではなく、「人と人との結びつきやつながり」に基づいた組織を成立させる。具体的には、一人一票制の原則をもって、出資額の多寡にかかわらず同じ一票の権利をもっていることと、組合員が出資者、事業利用者、運営の参画者といった側面を同時に有するという、二つのアプローチを選択していることによって成り立たせているといえる(北川2008)。

ここでは、組合員の思いや期待に意識を傾け、つなげていくことで「共通の理念」を紡ぎだし、「事業」によって実現されていくのであるが、このような協同組合における動きは、組合員同士を超えたコミュニティ形成へ寄与しにくいという前提があった。それは、一部で員外利用が認められているとはいえ、「組合員制」の原則のもと、あくまで組合員を対象に、組合員の共通の利益のために事業を運営しなくてはならないからである。

しかしながら、現実的に隣近所で作る班という集まりが成り立たせていくことが難しくなっている現在の状況において、個々の組合員同士「のみ」で、協同組合としての内実が維持していくことができるであろうか。1995年、国際協同組合同盟は「協同組合原則」を改訂し、第7原則「コミュニティへの関与」を定めている。それは生協

は組合員だけではなく、対象地域のコミュニティに対しても責任を持つべきだという宣言である。つまり、組合員はもともと地域というコミュニティの一員であるため、生協が広くコミュニティへ関与すること一非組合員を対象とした「パーティ」などは、組合員の協同の契機づくりに寄与していくと考えられるのである。

## パーティによる コミュニティ形成

くらしと協同の研究所主催で開催された「第3回おしゃべりパーティ研究交流会(2009年11月14日開催)」、「第4回おしゃべりパーティ研究交流会(2012年3月10日開催)」の両研究交流会では、各生協(参加生協:生活協同組合しまね、生活協同組合ララコープ、生活協同組合コープしが、京都生活協同組合、生活協同組合おおさかパルコープ)からの取組報告をもとに、大学研究者も交えて多角的にパーティについて議論し、今日的意味や生協が取り組む意義を深めている。

その中で浜岡政好(当時くらしと協同の研究所研究委員・佛教大学教授)は、以前は「班」が組合員活動の中心であったが、「班」の維持が困難となり組合員と組合員以外の地域の人々がつながりにくいようになってきた。そのため「生協の商品を食べること」+「おしゃべりすること」を基盤に、多様なつながりをつくることが注目を浴びると述べている。またパーティを契機に友人関係となり、後にその関係性が続く傾向が出ていることの述べ、パーティが定期的集まれる機会になっていることを指摘している。

加えて、①コミュニティへの貢献、ソー

シャルキャピタルの経験の蓄積、安全・安心の社会づくりへのつながり、②生協の事業や活動への影響としての職員・組合員・地域住民とのインターフェースの役割、③生協の事業面での供給・拡大へのひろがりへの貢献として、パーティに参加するだけでなく、パーティ後に提出される報告書を通じて、企画、振り返りの作業を行うことで、商品の問題を考え、組合員組織の拡大など地域における生協の存在感を高めていく契機となることについて述べている。

また中川順子（当時 くらしと協同の研究所研究委員・立命館大学教授）は、つながりが希薄化している現代社会の状況を鑑み、「社会的に排除されない感覚」として、「とにかくしゃべれた、しゃべれた人の間に自分がいた」という自分がそこにおいて、みんなが自分の話を聞いてくれる、みんなの話も聞けた、という相互性のような感覚の重要性を指摘している。そこでは「集まること自体」に楽しみを見出していることや、「生協」という言葉を出さずに個人の活動としてパーティを行うことができる条件—非組合員の参加を認めている点など—があることから、個人の背後にある関係性を切り離して、個人と個人が寄り合って楽しめる場を作ることができるということに、パーティが地域のコミュニティ形成に寄与できるという点が指摘される。つまり、パーティが義務や責任（勧誘など）から若干の距離を取って離れることができる状態を通じて、個人として「つながり」に寄与する役割が担われていると考えられるのである。

## パーティの内実と展開について

ここまで述べてきたように、パーティに

注目する意義については、先行研究や資料からも読み取れることがわかる。また本号の「おしゃべりパーティとは何か、実践例からの接近」からの報告でも述べられているように、パーティが行われている各生協に伺い、実際の活動状況やパーティを行う背景、またパーティを主催している生協側の関係者の「声」を直接聞く時、パーティという取組みそのものには、「各地域ならではのモチベーション」があり、かつ、その内実もバラエティに富んでいることがわかる。こうした生協のパーティが広くコミュニティに関与していくために重要なことは、上記でも述べた各地域ならではのモチベーションとバラエティさを多義的であるとみて、そこに「融通」や「柔軟性」を持たせながら、各生協ならではのパーティを行っていくことができる基盤を整備していくことにあると考えられる。今後は上記の点を加味しながら、現状において不足しているパーティにおける実態把握の追究を進め、より詳細なパーティ開催までのプロセスと、パーティ後の経過に焦点をあてたヒアリング調査を現場で行い、その内実と展開を明らかにしていきたい。

### 【参考資料・文献】

- 山内寛（2010）「組合員組織の今日的な到達点—2009年度全国組合員活動実態調査より—」『生活協同組合研究』2010年1月号，Vol.408，生協総合研究所。  
 杉本貴志（2011）「班からパーティーへ—組合員の「拠点」はどうあったか—」『協う』124号 くらしと協同の研究所，pp.2—3。  
 松原治郎（1978）『コミュニティの社会学』東京大学出版会。  
 パーソンズ，T著・佐藤勉訳（1974）『社会体系論』青木書店。  
 若林靖永（2010）「生協商品事業の再構築」『現代生協論の探求—新たなステップをめざして』コープ出版，p268。  
 北川太一（2008）『新時代の地域協同組合』家の光協会，pp.18-23。  
 くらしと協同の研究所（2009）『第3回おしゃべりパーティ研究交流会資料』くらしと協同の研究所所蔵資料。  
 くらしと協同の研究所（2012）『第4回おしゃべりパーティ研究交流会資料』くらしと協同の研究所所蔵資料。

くらしと協同を  
訪ねて

## 協同の力で商店街と街の復興を — 気仙沼復興商店街「南町紫市場」の力闘 —

浜岡 政好  
(佛教大学名誉教授)



気仙沼復興商店街

2013年9月、東日本大震災から2年半近くたったが、被災地の三陸海岸の多くはやっと瓦礫の撤去が終わった程度で、まだ本格的な街の復興には至っていない。しかし、そうした中でも被災地においては、地域の内外の支援を受けながら、協同の力による街の復興がたくましく進められている。今回は「気仙沼 人情商店街」としてNHKスペシャルでも取り上げられた気仙沼市南町の復興商店街「南町紫市場」を訪ね、被災後の避難生活の状況や仮設店舗による商店街の再開、今後の本設の商店街開設に向けての取り組みなどについて、この取り組みの中心を担ってこられた南町柏崎青年会長で、復興商店街副理事長の坂本正人さんとこの復興商店街の理事長で、市場で「あさひ寿司」を営んでおられる村上力男さんから話をうかがった。



坂本正人さん  
(復興商店街副理事長)



村上力男さん  
(復興商店街理事長)

### 大災害を生き抜く コミュニティの協同力

復興商店街「南町紫市場」のある気仙沼市の「内湾」地区と呼ばれる魚町・南町は、「船主や廻船問屋の事業所が建ち並ぶ『屋

号通り』や『昭和モダン』と呼ばれる港町  
 繁華街の雰囲気を与える町並みが形成され、「  
 気仙沼の顔、中心市街地として、また気  
 仙沼らしい港町文化の発信地」であった。  
 しかし、このたびの巨大津波で気仙沼湾の  
 最奥部にあるこの「内湾」地区は壊滅的な  
 被害を受けることになった。南町の商店街  
 は、1番街商店街、夢通り商店街、銀座通  
 り商店街など大小7つの商店街からなっ  
 ており全部で160店舗ぐらいたったが、こ  
 の津波ではほぼ消失した。

気仙沼市全体では約1300人近くの死者・  
 行方不明者を出したが、この地域（南町1  
 区～4区、柏崎）ではいち早く高台にある  
 紫神社の紫会館（自治会館）に避難し、被  
 害を最小に食い止めることができた。街の  
 背後にある神社は石段が町中から続いてお  
 り、逃げやすかったということもあるが、  
 日頃から避難訓練が行われており、またこ  
 の神社が祭礼や子どもたちの遊び場として、  
 地域の人びとにとってはなじみの場所であ  
 ったことも避難を容易にしたといわれている。

この自治会館に地域の人が多い時には150  
 名ぐらいは避難していた。津波の第一波が  
 商店街を押し流すのを見たとき、みんなも  
 うここでは商売はできないなと思った。そ  
 して8ヶ月間に渡る避難生活が始まったが、  
 最初の1ヶ月間は孤立して神社の「紫会館



南町自治会避難所記録集より



三陸新報 2011年 5月13日

避難所」で集団生活をおくることになった。  
 避難者の中に南町1区～3区の自治会長さ  
 さんがいたこともあり、この3人の会長さん  
 と神社の祭りの担い手である「南町柏崎青  
 年会」長の坂本さん、それに地区ボランテ  
 ィア協会長を中心に、自治会を母体とする  
 「自律的避難所運営」が行われた。神社か  
 ら下に降りて、瓦礫の中からいろいろなモ  
 ノを探したり、家に残ったモノを集めてく  
 るような生活をしていた。このとき「自律  
 的避難所運営」の実戦部隊として、飲料水  
 や食糧を調達したり、ガソリンを調達する  
 など組織的に活動したのが、この地域の青  
 年団の連合体である「南町柏崎青年会」  
 （約120名参加）であった。

この地域ではまだ5つの自治会ごとに青  
 年会組織が維持され、紫神社の祭礼（カボ  
 チャ祭り）では、青年会はカボチャ祭りの  
 カボチャ人形作りや紫まんじゅうの販売、  
 神輿担ぎなど中心的役割を担っていたので  
 ある。祭りを通しての青年会と地域住民と  
 のふれあいが既にあり、話はしたことがな  
 くても顔を見たことがあるという関係であ  
 ったこともあり、震災後の避難所生活にお  
 いても住民間の地域のコミュニケーションは  
 とれていた。だから何をしても話を



震災前のかぼちゃ祭りで作成したかぼちゃの人形  
(今年も9/14~15 紫神社にて祭り開催)

まとめやすく、何もないところから話をもっていっても、じゃやってみるかということになった。こうして青年会の行動力と自治会の主導により避難生活に必要なモノと避難者を支える環境や仕組みを自前で徐々に整えていったのである。こうしたコミュニティの協同力が大災害のもたらした困難を乗り越える大きな力となっただけでなく、その後の商店街の復興や新しいまちづくりの推進力にもなってきたものと思われる。

## 商店街の再興に向けた 仮設商店街「南町紫市場」の試み

被災後1ヶ月ぐらいした頃から、気仙沼でも幹線道路が通れるようになり始め、被災の程度が少なかった市役所方面では、ぼつぼつ家の前にテーブルを出して弁当や野菜を売るなど商売を始める者も出だした。避難所では情報を共有するために毎日夜8時からミーティングをしていたが、こういう状況を見るにつけ、もう一度南町で商売ができないかの声が出てきた。青年会を中心に何もしないのではとだめになる、ここで何か商売がしたい、何かやってみるかという話になった。たまたま坂本さんの奥さ

んが震災前にコロッケ屋をやっており、その移動販売の機材が無事だったのでそれを使ってコロッケ屋をやろうということになった。コロッケだけではということでもたまたま東京から下着を仕入れることができるという話もあり、コロッケと下着の青空市場を開こうということになった。

早速、市役所と交渉して市役所の前の空き地を借りて4月中旬から2店舗で青空市場を始めた。このとき一緒に商売を始めた仲間は7名であった。避難所には他にも商売をやっていた者は多くいたが、避難所でモノをもらって生活している者が商売して良いのかという声もあり参加をためらったのである。コロッケは材料を仕入れるために、中古車から分けてもらったガソリンで岩手県の一関まで行ったが、当初、1週間に2~3回程度営業しようとしていたが、実際に青空市を始めてみると毎日開けなければならないほどのものすごく売れた。ためらっていた避難所の店主たちもこの様子を見て、青空市場に参加し始め、あっという間に11店舗になった。しかし、雨が降ると青空市場では営業できなくなるので、仮設でもいいから店舗がほしいということになった。

そして商工会議所や市役所と相談して、5月上旬には中小企業基盤機構を活用して仮設店舗を建設できるようにエントリーした。最初の計画では4棟の平屋建て20店舗ぐらいの規模の仮設店舗が構想されていた。これがこの商店街ができるきっかけとなったのである。中小企業基盤機構の仮設施設整備事業というのは、自治体の土地に機構が建物を建てて、それを自治体に貸し出し、それを自治体が事業者に貸し出すという仕組みであるが、気仙沼市には仮設住宅等の建設もあって肝心の市有地がない。そこで坂本さんたちが自分たちで土地を見つける

ことになった。やっと使わなくなった銀行の建物を見つけ、ビルを解体して平地にしたら銀行が土地を貸すことに難色を示すなどいろいろ苦労もあった。結局、他の土地を借りるなどして土地は確保し、がれきを撤去して、中小企業基盤機構に相談したら、住宅の基礎部分の撤去は機構はやらないということなので、NPOにお願いして基礎の撤去費用が出してもらったことになった。

当初の計画では「気仙沼復興商店街」のオープンが9月のお祭り頃を予定していたが、こうした難題との格闘や機構の制度運営の規則等もあり、建物の完成は11月末、内装等を整えて、営業開始は暮れも押し迫ったクリスマス伊ブということになった。このように仮設商店街の完成が大幅に遅れてしまったのは、被災者支援の制度が被災者のおかれた状況とミスマッチしたからであり、また建物の完成後でない、店舗の内装に取りかかってはいけないという指導など制度の官僚主義的な運用の結果であると思われる。いずれにせよ、「南町柏崎青年会」の協同の力とNPO等の支援もあって、悪戦苦闘の末に、最終的には52店舗（現在はさらに増えて54店舗）で仮設商店街のオープンにこぎ着けることができた。

しかし、仮設店舗での営業開始が遅れることで店主たちの生活はいっそう厳しいものとなった。特に、この地域に居住してなくて、南町でテナントとして飲食店などの商売をしてきた女性の店主たちには義援金は出ないし、アルバイトの仕事もないなかで苦しい生活を強いることとなった。こうした店主たちの苦境を少しでも軽減しようということで、「南町柏崎青年会」は店舗開設に必要な冷蔵庫、テーブル、椅子機器等は無償で用意し、また内装費用等も負担し、店主には共益費のみを負担してもらったことになった。共益費も大きな店舗

で1万円以内、小さな店舗で5千円以内と低額にして、店主に負担をかけないやり方にした。オープンまで時間はかかってしまったが、「南町柏崎青年会」のメンバーたちはこうした方法は間違っていなかったと自負している。

仮設商店街の開設や開設後の商店街の運営等を担うために、自治会や青年会の組織とは別に、「南町柏崎青年会」のメンバーが中心となってNPO法人「気仙沼復興商店街」を立ち上げ、そのNPO法人が仮設商店街の開設にあたっての実務や運営等を担当することにした。このようにして南町のコミュニティの協同組織をベースにして、新たに特定の事業や活動を担うための協同組織が作られたのである。このNPO組織が横につながって、他のNPO組織からの支援を受けるなど、仮設商店街開設に当たっての様々な困難を打開してきたことは既に見た通りである。このNPO法人立ち上げにあたって、法人名に「南町」や慣れ親しんだ「紫」という名称を入れたかったが、認められず泣く泣くあきらめられたらしい。しかし、やっと復興商店街の愛称にアイデンティティである「南町」と「紫」の2字を盛り込むことができたのである。

さて、地域の人びとや店主たちの期待を担ってオープンした復興商店街は「ほぼ、当初の見込みどおり」の賑わいがあり、上々の滑り出しをした。この南町地域にはほとんど人が住んでいない。住宅も商店街も被災して住民の7割はいなくなった。商圈内には気仙沼市内で2番目に大きな仮設住宅もあるが、この仮設商店街はいずれにせよ、住民も店主もここに通って利用する商店街である。当初は仮設住宅など比較的近くに住む住民も顧客として期待していたが、いざオープンしてみると仮設住宅から買い物に来ない。冬季だから出にくいのか、仮

設住宅が坂の上にあるので来にくいのか、などいろいろ分析してみたが、春になっても仮設住宅からはお客が来なかった。震災後1年たって、近くにも大型店が出店するなど被災地の買い物環境も大きく変化してきており、仮設住宅の被災者も震災前と同様にクルマで郊外のスーパーなどを利用しているものと推測した。

当初の方針では炊き出しなどイベント的なものは行わない方針であったが、仮設住宅の住民等を意識して、炊き出しなどを行うことにした。実際に炊き出しをすると、多くの仮設住宅の人びとが顔を見せてくれるようになった。しかし、今の仮設商店街のお客の中心は、観光バスでの復興ツアーのお客、県外からのボランティア関係者、そして復旧工事関係者など地域外の人びとである。こうしたお客の構成に対応できるように、仮設商店街の店舗は平日に交替で休みを取るようになっており、土曜、日曜は店を閉めていない。また地域の人びとにも、地域外の人びとにもこの仮設商店街をアピールし、賑わいを創り出すために、月に1回はイベントを実施してきている。

この仮設商店街の大きな特徴は、前述のように共益費やイベント費用など店舗の維持や商店街全体の活動のための店主の負担を徹底して押さえて、その分お客さんへの商品やサービスを安く提供していることである。そうした努力もあって、現在がこの商店街の全店で震災前より確実に売上げが上がっている。この間の利用は確かに「復興特需」という面もあったが、こうした動きが一過性にならないように、全店共通のポイントカードの発行や観光客に商品券を購入してもらって地元ホテルのレストランで使ってもらうなど今後につながる取り組みにも力を入れている。「南町紫市場」の開設から1年8ヶ月の歩みは、東日本大

震災後にスタートした仮設商店街の多くの苦境が伝えられているなかで、一つの希望ともいえるものである。

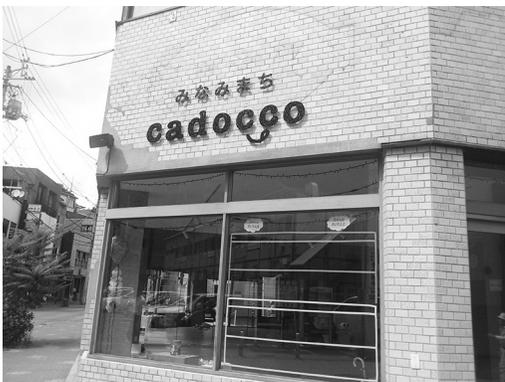
## 街の再建と商店街の再生

この仮設商店街は、最初の契約では2年間限定だったが、復興計画の確定が遅れるなかで3年間に延長された。今後の課題は、これからのまちづくりとそのなかでの本設の商店街の再生である。気仙沼市の南町を含む「内湾」地区のまちづくりや商店街の活性化は、繁栄していた地域が震災で打撃を受け、それを以前のように再生しようというものではない。南町の商店街は魚市場が南部の弁天町に移転して以降、斜陽化し、震災前から既に昼間はシャッター通りになっていた。南町1丁目～3丁目の人口も、1975年と比較すると2011年の被災前で3分の1に減少している。商店が減少するだけでなく、住民も激減していたのである。また住民の買い物行動もクルマで郊外の大型店などに買い物に行くというスタイルに変化していた。こうして商店街の店舗の多くは土曜、日曜になるとシャッターを閉め、シャッターが閉まっているからまた余計に人が来なくなるという悪循環に陥っていた。

震災前からのこの街の課題と商店街の問題を解決するような新たな取り組みが始まっている。それは被災以降のこの地域における共通の体験と協同の取り組みを踏まえた、街と商店街の未来への取り組みである。現在、この地域は区画整理事業に入っており、そのなかで店主の意向は以前のように街のなかに店舗がばらばらと点在するのではなく、みんなでまとまって移転し、新たな本設の商店街を作りたいというものである。そのために商店街型のグループ補助という

制度ができたので、それに応募して全体として南町の1角にまとまって移転し、新商店街を形成しようとする計画である。このあたりの地域は危険区域であるため再建する建物は堅牢で、かつ1階は非住居空間、2階、3階以上が住居空間と決められており、この条件を充たして自力再建できる商店主が少ないこともあり、このグループ補助を活用し、計画を成功させることが決定的に重要になっている。

再建した街や商店街の姿は、美しい「内湾」の景観を生かした観光に磨きをかけ、水産業の振興が商店街の活性化につながるような水産観光都市の形である。もちろん人が住む街、安心して住み続けられる街にすることが大前提であり、そのためには地域内に復興公営住宅を呼び込むだけでなく、福祉や教育の施策が充実したまちづくりも重要課題として意識されている。新商店街の魅力を増すために、寿司屋横丁の構想や元の商店主や他地域の商店主などからも多様な参加者を呼び込みたいとしている。この点で仮設商店街における「cadocco（かどっこ）」（被災した薬局の建物を改修して集会スペースとし、子どもたちの活動の場として活用されている）と名付けられた地域の集会スペースの建設と運営の経験は、



「集まる」・「つくる」・「楽しむ」フリースペース  
cadocco（かどっこ）

この商店街の人のびとにとってこの種の活動支援が商店街の活性化に結びつくという確信になっており、新商店街でもこの経験が生かされることになると思われる。

まちづくりと商店街の将来ということでは後継者問題がある。後継者のいない仮設店舗の店主のうちには仮設商店街が終われば商売をやめる人もいる。やめる店主にはベテランの店主も少なくないので商店街にとっては大きな損失となると受け止められている。しかし、ここ南町の商店は老舗が多いこともあってか、既に若い世代が跡を継いで後継者がいるお店も少なくない。青年会が活動力を維持してきている背景にはこうしたこともあると思われる。その意味では商店街の将来にとって明るい材料といえる。そして「南町柏崎青年会」を中心とした被災後の困難を青年たちの協同の力で乗り越えてきた経験は、この街と商店街の未来にとってより明るい確かな材料になると思われる。

今後のまちづくりに関わって、今、「内湾」地区では内湾地区復興まちづくり協議会などで浸水した土地のかさ上げ対策と防潮堤問題が協議されており、特に防潮堤の高さをめぐって県と地元関係者との間で熾烈な意見の対立が生じており、区画整理事業など復興事業の進展が遅れている。「内湾」地区は親水性が高く、これまで防潮堤がなかったが、今回の津波による浸水被害を受けて、地域の盛り土かさ上げと5.2mの防潮堤建設計画が県より出されてきている。「津波・高潮に無防備な港町」から「暮らしを守る市街地」へというわけである。これに対して地元ではウォーターフロントの景観が台無しになる高い防潮堤はいらぬ、それより避難道路の整備などが優先されるべきではないかななどの意見が根強くあり、その調整が困難になっている。

県の防潮堤の高さへの見解が強固ななかで、南町を含む「内湾」住民の間でも意見が分かれており、合意形成に時間がかかるなかで、復興が遅々として進まないことへの焦りの感情なども出てき始めているようにも見える。被災生活の困難が長引くなかでの復興のスピードアップへの切実な要望と、復興したまちの将来像をめぐる住民の合意形成の難しさが防潮堤問題として象徴的に現れており、簡単には決着がつかない状況となっている。南町のまちづくりや商店街の将来像とも密接に関連するだけでなく、復興のタイムテーブルとも関わるだけに、地域の人びとは固唾をのんでこの決着の行方を見守っている。

仮設商店街は、今は、外からのお客さんで賑わっているか、これがいつまで続くかはわからない。今の賑わいが続いているうちに観光客など地域外に過度に依存するのではなく、「南町の住民が戻ってきて、この商店街を活性化していただきたい」というまちづくりの夢を現実化すべく、仮設商店街から本設の商店街の再生へと必死の取り組みを進めている。とはいえ、「内湾」地区全体の大きな構図が確定されないままに、南町のまちづくりや商店街の再生事業を、一定の時間的制約のなかで進めなければならないことに、坂本さんたちにも一抹の不安があるようにも見える。

最後に、気仙沼復興商店街「南町紫市場」など、東日本大震災の被災地への支援をされている、本誌読者の皆さんに坂本さんから被災地支援への感謝と今後への期待の言伝があった。気仙沼もその他の被災地域も、まだやっとながれきが片付けられただけで、復興にはほど遠い状況にある。こうした状況を見に、ぜひ何度でも気仙沼や被災地を訪れてほしい。被災地域を訪問することが、被災地域の人びとがまだ自分たちは見捨て

られていないというメッセージにもなる。大震災の被災を風化させないためにもぜひ復興への被災地の取り組みを直接見てほしいということであった。実際に、私たちが「南町紫市場」を訪問しているときにも、秋田県からのバスツアーのお客で、狭い商店街は人であふれていた。



2013年8月22日 取材の日に、秋田から観光バスがきていた

（今回の取材には、みやぎ生協専務理事スタッフの五十嵐桂樹さんと気仙沼市在住の元みやぎ生協理事、青空エコカフェ代表の菊池ひろ子さんに同道していただきました。ありがとうございました。）



津波に負けずに残った個人宅の門

## 気仙沼復興商店街「南町紫市場」



### 南町紫市場までのアクセス

・JR 気仙沼駅から徒歩で約 20分



#### JR

・一ノ関駅(快速列車) ▶ 気仙沼駅(約 75分)

#### 自動車

・仙台 → 東北自動車道 一ノ関 IC ▶ 国道 284 (約 130分)  
 ・仙台 → 三陸自動車道 登米東 IC ▶ 国道 346 (約 125分)

#### 高速バス

・池袋 → 気仙沼市役所前(約 7 時間)  
 ・仙台 → 気仙沼市役所前(約 3 時間)



気仙沼復興商店街  
 〒988-0015 宮城県気仙沼市浜見山 1-1  
 TEL : 090-8612-6031  
<http://kesennumafs.com>

888 気仙沼復興商店街



ガイドマップ



### 南町紫市場お店MAP

全国最大規模54店舗の仮設商店街に是非お立ち寄り下さい。

- 食事・喫茶・お酒
- 商業
- 生活関連サービス
- 教育・カルチャー

↑ 市役所方面

54 cadocco

2F 45 山田洋行 事務所

8 待 夢

29 ひまわり 食品

64

1F 30 村助魚店

9 フリーグラム

10 餅 子

YOROZUYA

1F 31 探本八豆屋

13 マンボ

14 まるきん

48 コマツ

32 KARUTA

47 リラクゼーション 完結

33 産

1F 20 一 禮

38 ナンバー フル

39 オントラ

40 電山精肉店

35 サイトウ

36 豊原印刷

37 花 久

18 コロクダ

19 フジヤ

2F 15 American Drats Bar A.

16 Dining Bar HARU

1F 17 あさひ軒

34 本朝屋酒店

1F 1 カフココン

2 2F ステールハート

3 Hope

4 n (エヌ)

5 K

27 新海船

28 ミドリメント

6 エール

7 特急寿司

26 みなみ浜市 員店

28 丸入商店

12 世 界

エースポード方面

● 紫神社



くらしと協同の本

阿部真大著

『地方にこもる若者たち  
— 都会と田舎の間に出現した新しい社会 —』

【Book Data】

発行 朝日新聞出版 2013年6月 213ページ

価格 760円+税

ISBN: 978-4-02-273506-5



評者：福田 善乙（高知短期大学名誉教授 ㈱四銀地域経済研究所客員研究員）

本書は岡山県での集中的な調査・東日本大震災に関する調査とJポップなど歌の内容変化に着目し、地域と若者の変容を分析し、「現在の地域社会と若者論」を展開し、未来への方向性を示唆しようとしたものである。

本書の内容を簡単にみていこう。現在篇「地方にこもる若者たち」（第1章～第3章）は余暇・人間関係・仕事の三分野で若者の状態を分析している。若者と余暇では、「モータライゼーション」と「大規模ショッピングモール」の登場で「地方都市」こそ若者の「理想的な生活の場」になったと整理する。若者と人間関係ではここでもモータライゼーションで煩わしさが排除され、若者にとって地方都市が魅力的となる。同時に、人間関係の希薄化による「不安感」は別の形で新しい関係の可能性を示唆する。若者と仕事では、仕事の満足度は著しく低いが、若者の多くは「仕事のやりがい」（精神面）、「親との同居」（金銭面）でカバーしているという。

歴史篇「Jポップを通して見る若者の変容」（第4章）ではJポップの歌の内容変化を通して、若者の「自分らしさ」のつくられ方の変容を追っている。このなかで、「地元」はモータライゼーションの「完遂」で「世界から自分たちを守ってくれる楽しい地元」になる。「地元」は「大人の世界」

から「若者の世界」になる。しかし、それは同時に公共性の喪失をもたらす。

未来篇「地元を開く新しい公共性」（第5章、第6章）では、「ポスト地元の時代」にむけ、アーティストは「他者との出会いのなかで試行錯誤する自分らしさ」の「モード」を示す。同時に喪失した「公共性」を取り戻すために「新しい公共性」を提示する。

そして、多様性の時代への対応として、抵抗→同化→分離→総合の4つの段階があり、「大人」は「同化」の段階にあるのに対して、「若者」は「分離」から「総合」へ進化しており、「大人」は「若者」に学ぶ必要がある、という。

この著書に対して、「書評」というよりも気付いた点を述べていきたい。

第一に、著者自身も若者（20代～30代）の一人であるが、若者の状態分析について若者の発展の芽を大切に視点になっていることである。題名になっている「地方にこもる若者たち」は、一般的には内向きになっている若者のマイナスイメージが強いが、この「こもる」の意味を「内にこもりつつ外に開いていく」＝「新しい生き方」と位置づけ、プラスイメージに転化させている。この視点は大切である。

第二に、具体的な調査の結果とその意味を明

らかにするために、若者たちが生きている時代の歌の分析から若者論を展開しているが、その手法について学ぶ点は大きい。また、著書のなかに5つのコラムが入っているが、それが事態を説明するのに解りやすい例示となっている。特に、最後の「ジャイアント・キリング」の事例は「ギャル的なマネジメント」を理解する好例となっている。

第三に、同時に疑問に考える点がある。その一つが、「地域」のとらえ方である。「都会」「田舎」「地方」「大都市」「地方都市」「地元」などいろいろな表現をしており、その関係性が解りづらい。「地域」の基礎単位や範囲を整理する必要があるのではないか。私自身は「地域」とは「そこに住んでいる人たちが民主的に話し合い、お互いに人間として豊かになっていく場(空間的領域)」と位置づけている。そして、範囲は都市地域と農村地域は異なるのであり、都市では一般的に生産(労働・仕事)の場と生活の場が離れているので、「居住地域」と「職域」の両方を統一的に把握することが必要である。

著書では主として「居住地域」における若者を見ており、若者の消費生活の変容の分析が中心となっている。第3章の「若者と仕事」で一定の分析はしているが少ない。地方都市の若者を考える場合も「職域」の分析は大切な視点となる。

第四に、範囲を都会と地方と田舎に区別し、そのなかで「地方(都市)」の若者の分析をして、若者論を構築しているが、若者論を普遍化するためには、それぞれの地域の若者を分析する共通の視点が必要である。私流に言えば、自分(足元)から世界をみる視点である。簡単に言えば、私(自分)→市町村→都道府県→日本→世界という視点。すなわち、私がいるから市町村がある、市町村があるから都道府県がある、都道府県があるから日本がある、日本があるから世界がある、と自分から世界へ開いていく視点である。私はこれを「足元(自分)から世界

を串刺しにみる視点」と呼んでいる。このような視点が必要ではないだろうか。

第五に、「若者(たち)と大人(たち)」、「郊外の大規模ショッピングモールと商店街(市街地)」、「都会と田舎」「女性と男性」「ギャル的なマネジメントとヤンキー的なマネジメント」と型に分類して分析している点である。変容していく姿を理解しやすい点もあるが、分析が型にはまって、画一的・固定的になる可能性がある。多様性と流動性のある分析を加味する必要がある。例えば、大規模ショッピングモールは現在スクラップアンドビルドを通じて盛衰しているし、商店街も努力して活性化しているところもあるからである。

第六に、地域や若者が変容していく要因としてモータライゼーションが一つの基軸になっている点である。これは的を得てるが、もう一つテレビ・携帯電話・パソコン・インターネットなど情報通信手段の変化による地域や若者の生き方の変化を考えていく必要があるように思う。

第七に、これからの時代を切り拓くキーワードとして「新しい公共」(旧来の血縁や地縁に依らない新しい人的ネットワーク)の構築を提示しているが、その内容についてはまだ十分に展開していない。今後の課題といえるだろう。

第八に、著書で「…かもしれない」という表現が比較的多く使われている点である。いろいろな側面に配慮して使用していると思うが、逆に論旨があいまいになり、解りづらくなっているように思う。物事を断定できないときは、この表現を使いがちであるが、論旨を明確にするためには、なるべく避けることが必要ではないだろうか。

以上、私が気になった点を中心に述べさせていただいた。全体として若者たちの実像に迫ろうとする姿勢と分析手法には大きな刺激を受けた。「おわりに」で「本格的な統計調査は今後の課題としたい」といわれているので、更なる成果に期待している。

## くらしと協同の本

### 社団法人全日本冠婚葬祭互助協会編 『無縁社会から有縁社会へ』

#### 【Book Data】

発行 水曜社 2012年7月 116ページ

価格 800円+税

ISBN : 978-4880652900



評者：元橋 利恵 (大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程)

2010年1月、NHKスペシャル「無縁社会～"無縁死"3万2千人の衝撃～」というタイトルで特集番組が放送され、「無縁社会」という言葉と実態が大きな反響を呼んだ。誰にも知られず引き取り手もないまま亡くなっていく人の増加がクローズアップされ、背景としてかつて日本社会を紡いできた「地縁」「血縁」といった地域や家族・親類との絆あるいは会社との絆である「社縁」が失われ、希薄になってしまったという問題が差し迫ったものとして語られるようになっていく。日本社会はどうすれば「無縁社会」から「有縁社会」に転換していけるのか。

本書は、2012年に社団法人全日本冠婚葬祭互助協会（以下、互助会）の主催で行われた座談会の記録をもとに補筆を加えた内容となっている。座談会はコミュニケーションや消費・生活・働く女性に関わる事業や行政に携わる佐々木かをり氏を司会として、牧師を本業としホームレス支援に携わる奥田知志氏、宗教哲学・民族学・思想史研究者の鎌田東二氏、宗教学者の島蘭進氏、家族社会学者の山田昌弘氏、そして冠婚葬祭互助会の経営者の一条真也氏といった6名の各分野の専門家を迎えて進行されている。

本書の特長のひとつは、「無縁社会」という表象に対する各分野の専門家からの経験や洞察

に基づいた分析にある。もうひとつは、社会を「無縁社会」から「有縁社会」というものへ転換していこうという際の契機として、互助会をはじめとした様々な「縁」をつなごうとする人びとの草の根的な活動に焦点をあてている点である。その前提には、すべての人には「つながりあう」「支え合う」「助け合う」という「本能」があり、「社会」が「無縁」になるという「無縁社会」は実質的にはあり得ないとした「無縁社会」を前提とした議論への違和感がある。

本書でも語られる「無縁社会」といわれる現象が起きた背景には、社会や経済の問題と「人の心の問題」が、時間的ずれがありつつも関連する形で噴出し、徐々に人々の実感に結びついたということがある。日本における野宿者が急増したのはアジア通貨危機のあった1997年から98年にかけてであり、同年には自殺者が年間3万人を突破している。そのため「無縁社会」というものが広く実感されるようになったのは98年頃であるといわれる。そもそも、「無縁」や「孤立」がそれまでとは一線を画して社会的に認知されるきっかけとなったのは、95年の阪神・淡路大震災とオウム真理教の事件といわれる。阪神・淡路大震災では若年で比較的恵まれた住居に入居した人よりも、年配の孤立しがちな人

が被った損害の大きさが象徴的であった。その後の仮設住宅でも「孤独死」など「無縁社会」の被害が集中的にみられた。1990年代後半に顕著になってきた「人の心の問題」の例として家族がある。90年代には「あえて」フリーターという働き方を選択し独身でいたという人が多かったとされるが、2000年代にはいり新自由主義の傾向がさらに進んで非正規雇用問題が深刻になると、「正社員になりたくてもなれない」というフリーターが増加した。そのなかで、「結婚をしない」という意識についても、00年代では結婚して人並みの生活に足るお金を稼げないから結婚できない、収入が安定している相手が見つからないから結婚できないという意識へと変化している。

本書では、「無縁社会」にかかわる日本社会の問題として、正規社員の人と非正規社員の人の、結婚している人と独身の人というように、異なる境遇にいる人同士のつながりが切れていることが指摘される。それは、人々が「縁」を確認する場の希求が絶えてしまったというわけではない。人々のニーズを中心にして「縁」をコーディネートするということが今求められているのである。

そこで本書では、かつては地縁集団や血縁集団でまかなってきた結婚式や葬式を、安価で手軽にあげられるシステムに置き換える機能を果たした互助会のほか、多様な「縁」にまつわる活動への言及がなされている。例えば、互助会について、一面ではかつての「縁」を希薄にする一因となったと評価しつつも、反面では人びとの「助け合い」「支え合い」の精神を基盤とした「縁」のインフラとしての役割が期待されると述べられている。また、一条氏の主催する「隣人祭り」は、地域の隣人たちが食べ物や飲み物をもち寄って集い、食事をしながら語り合う会であり、ヨーロッパを中心に世界30か国以上、1000万人もの人々が参加するイベントである。一条氏はどんな人でも地球上に住んでいる

限り血縁がない方でも地縁はある、と「隣人祭り」の普遍性を説く。「地縁」と同じく誰しもおとずれる「死」を考えてお互いに連帯するという取り組みもある。島藺氏からは、独身ないし単身者の女性を中心に共同で死の準備をする組織である「もやいの会」や、がんになった人やその関係者同士がウォーキングリレーを続け亡くなった仲間を追悼する会である「リレー・フォー・ライフ」が紹介される。

本書では以上のような現状を踏まえ、有縁社会の再生に向けた取り組みの可能性として主に3つの点に言及している。1つめは、上でも挙げたような様々な「縁」をつなぐ活動のサポートである。それは地域の民生委員やPTA、NPO・NGOなど様々なものが想定される。2つめは、自分の問題を開示しシェアするという「自分のことをわかちあう」という意識の促進である。自分のなかにある一見ネガティブなものを「縁」に変えていくというところに可能性がある。そして3つめは、困窮者ほど沈黙させられるという傾向に対する、「パーソナル・サポート」という仕事の重要性である。「パーソナル・サポート」とはまさに他人の「隣人」となるという活動である。奥田氏は、それは全く新しい専門をつくるということではなく、既存にある縁をコーディネートすることによって可能であると述べ、お寺や神社の地域住民との繋がりや役割に注目している。すなわち既存のケアの仕事をする多様なグループが協力体制をつくるのが重要となってくるのである。

縁とは、自分の問題を開示し他人の問題に回答するというケアの相互作用に他ならない。有縁社会への転換は失われたものを「取り戻す」ものではなく、今ある相互作用のルールから始められるものであり、始まっているものではないのだろうか。その意味で本書における既存の縁のコーディネートという視点は、「無縁社会」のみならずとも何らかの社会の転換を論じる上で重要な示唆を与えるものと思われる。

投	稿
規	定

1. 本誌は、くらしと協同に関する調査研究などの成果を掲載する。
2. 本誌への投稿は、上記の領域を中心とした論文、研究ノート等とする。なお、原稿は掲載時に、他誌に未発表であることを厳守する。
  - (1) 原稿の字数制限は以下の通りとする。
    - ① 論文 20,000字以内
    - ② 研究ノート 14,000字以内
  - (2) 原稿の体裁
    - ① B5横書き、ワープロ(40字×35行:15ページ以内)を完成原稿とする。
    - ② 年号は原則として西暦を、また頁は「ページ」(カタカナ)を使用する。
    - ③ 英字の略字については原則として半角とするが、全角を使用したい場合はそのことを明確にし、同じ略字の場合に半角または全角を統一して使用する。
    - ④ 注は文末脚注とし、本文中の注は上付で、通し番号とする。
  - (3) 図表は上記の原稿の分量にふくまれるものとする。なお、グラフをExcel等のソフトで作成している場合は、そのグラフの作成に使った元データも添付する。また、図版の場合はなるべく鮮明なものを別に添付する。
  - (4) 原稿には「表紙」を付け、表紙にタイトル、執筆者名、所属機関および連絡先(現住所、電話番号、E-mail)を明記する。原稿本文には執筆者名、所属機関を記さない。
  - (5) 原稿提出の際は、プリントアウトした原稿4部と原稿データをおさめたCD等とを両方提出する。提出するデータは「MS-Word(バージョン2000以降)」とし、グラフなどのデータファイルがある場合、それもCD等の中に添付する。写真を使用する場合は、MS-Word内に枠で場所を示し、写真データはjpg形式で別途添付する。
3. 投稿された論文、研究ノートを査読の対象とする。原稿は到着後に編集委員会が受付し、編集委員会が指定する複数の審査委員の査読を経た後、採否および掲載時期について編集委員会が決定する。
4. 原稿送付先はくらしと協同の研究所事務局とする。
5. 提出された原稿ならびにCD等は原則として返却しない。
6. 原稿料は支払わない。
7. 著者に本誌5部と抜刷30部を無料で進呈する。
8. 本規定にない事項については、適宜編集委員会で判断し対応する。
9. 『くらしと協同』に掲載される原稿については、著作権のうち、複製権、翻訳・翻案権、公衆送信・伝達権を研究所に譲渡する。なお、著作者自身による複製(出版を含む)、翻訳・翻案、公衆送信・伝達については、これを許諾する。

(付則)

1. 本規定は2012年6月25日から実施する。

(くらしと協同の研究所事務局)

〒604-0851 京都市中京区夷川通烏丸東入ル西九軒町291 せいきょう会館2F

TEL: 075-256-3335

E-mail: kki@ma1.seikyou.ne.jp

※詳細はホームページ (<http://kurashitokyodo.jp>) をご覧ください。

- 創刊号 2012.6.25発行  
〔争論「協同」を語る〕「震災からの復興に協同組合は有効なのか」
- 第2号 2012.9.25発行  
〔特集〕生協の合併 是か、非か。  
〔争論「協同」を語る〕「協同の利益で生活防衛を」「事業と組織の適正規模とは？」
- 第3号 2012.12.25発行  
〔特集〕国際協同組合年なう。「協同組合の10年」を見据えて  
〔争論〕生協・協同組合における「共益」と「公益」
- 第4号 2013.3.25発行  
〔特集〕地域に愛される店とは  
〔争論〕生協は「店舗」をどう考えるのか？
- 第5号 2013.6.25発行  
〔特集〕文化事業、助成か自立か  
〔争論〕生協と「文化」

---

**編集後記** 本号の特集「パーティって何？」は、すべて若手の研究者によって企画・調査・執筆されました。生協組合員の平均年齢が53歳を超えているという現状は、事業やつながりづくりにおいて、生協が若年層のニーズを満たすことに成功していないことを示すものですが、生協研究や研究所の運営においても、同様の指摘ができるでしょう。本誌の編集でも、「世代交代」や「老若協同」が今後の大きな課題です。あたたかく、きびしい批評をお待ちしています。次号は、地域に立脚したさまざまな「小さな協同」についての特集を予定しています。(志)

---

季刊 **くらしと協同**

**2013年秋号(第6号)**

2013年 9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：的場信樹

京都市中京区夷川通烏丸東入西九軒町291

せいきょう会館 2F (〒604-0851)

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 2013年秋号(第6号)

編集・発行：くらしと協同の研究所

発行日：2013年9月25日

ISSN 2187-1280

