# 季くらしと協同

2022 秋号 No.41



くらしと協同の研究所

# 協同のネットワークを地域でどう創るか

シンポジウム ……加賀美太記 1

開会挨拶 ……若林 靖永 2

解題 協同のネットワークを地域でどう創るか ……北川 太一 3

第1部 基調講演 「協同労働」の今日的意味と可能性 ー地域づくりの深化に向けてー・・・・・大高 研道 4

**第2部 実践報告**…… 15

実践報告 | 若者サポート、森づくりの取り組み -但馬地域における実践 - ……上村俊雄 15

実践報告 II 地域のネットワークづくりにどう取り組むか - 京丹後地域の実践を中心に - ……古村 伸宏 20

第3部 ディスカッション …… 28

分科会 …… 42

第1分科会 若年層と創る未来の協同社会

一産直・倫理的商品・組合員参加を事例に組合員のニーズを探る― ……辻村 英之 43

第2分科会 購買生協は高齢期の生活を支えられるか?

─生協 10 の基本ケアを合言葉にして─ ……川口 啓子 73

第3分科会 ロングセラーコープ商品から考える次のロングセラー ……下門 直人 108

資料 …… 125

投稿規定 …… 128

バックナンバー/編集後記 …… 129

# シンポジウム

# 2022年7月2日(土)

昨年の総会シンポジウムは「東日本大震災と協同組合」をテーマに開催しましたが、この中で示唆されたのは、地域における協同組合が孤立して活動するのではなく、多様な主体とかかわりあうことの重要性でした。コロナ禍に留まらず、今年もいくつもの自然災害が相次ぎ、また国内では少子化が急速に進むなど、改めて持続可能な地域を模索する必要性が高まっています。

こうした問題意識に基づいて、2022 年度は「協同のネットワークを地域でどう創るか」をテーマにシンポジウムを開催いたしました。

シンポジウムは3部に分かれ、第1部では大高研道先生(明治大学)に「協同労働 の今日的意味と可能性―地域づくりの深化に向けて―」と題して、労働者協同組合法 を素材に、協同労働という概念と地域の協同のネットワークについて、基調講演をい ただきました。第2部では大高講演を受けて、地域における協同のネットワークを、 協同労働や労働者協同組合という枠組みを活かして、どのように作っていくかを具体 的に考えるため、京都北部地域から2つの実践例をご報告いただいきました。上村敏 雄氏(企業組合労協センター但馬地域福祉事業所)からは「若者サポート、森づくり の取り組み―但馬地域における実践―」というテーマで、就労や引きこもりの支援等 の多彩な活動を展開する若者サポートステーションについてご報告いただきました。 次いで古村信宏氏(日本労働者協同組合連合会理事長)からは「地域のネットワーク づくりにどう取り組むか―京丹後地域の実践を中心に―」として、京丹後市における 行政とも連携したコミュニティづくりについてお話いただきました。最後の第3部で は、青木美紗先生(奈良女子大学)をコーディネーターに迎え、3名の登壇者および コメンテーターとして細川孝先生(龍谷大学)と東田一馬氏(京丹後市大宮地区つね よし百貨店代表)にもご登壇いただきました。コメンテーターからは、それぞれの視点 から各報告についてご意見をいたき、その上で全体でのディスカッションを行いました。

それぞれの詳細は本誌紙面にて確認いただければと思いますが、労働者協同組合という組織のあり方を一つのヒントにして、協同労働という文化や考え方、働き方のあり方を広げていくことが必要だという議論は、大変興味深くかつテーマにとっても重要なものだったと思います。

この10月から、いよいよ労働者協同組合法が施行されます。それ自体は喜ばしく、協同のあり方の新しい具体例となることでしょう。しかし、労働者協同組合も、地域生協や他の協同組合同様に、それ自体はあくまでも入れ物・枠組みです。その中身を充実させ、また理念に沿った内実にしていけるかどうかは、これまでと変わることなく、現場や地域での日々の実践にかかっています。本誌にまとめられたシンポジウムの内容が、そうした実践の励みやヒントになり、労働者協同組合や協同労働の発展という流れに掉さすものとなれば幸いです。 (『くらしと協同』編集長 加賀美太記)

#### ■□ 開会挨拶



#### **若林 靖永**(くらしと協同の研究所 理事長)

くらしと協同の研究所の理事長をしております若林靖永です。

まず個人的な事情ですが、この4月から、京都大学を退職して佛教大学社会学部公共 政策学科に異動いたしました。リフレッ シュした気持ちになり、毎日、楽しくやっ ています。

そんなことは、おいときまして、本当に 今日、皆さんとこんなふうにお会いできて、 とてもうれしく思っています。くらしと協 同の研究所にとって最も重要なメインイベ ントであり、そのときどきの暮らしや地域 や協同組合の問題を取り上げて、互いに学 んで、そして未来に向けて頑張ろうという ような場として取り組んできた、この総会 記念シンポジウム。コロナの状況のなかで、 この2年にあたってはオンラインというこ とで、こんなふうにリアルに集まるという ことができませんでした。コロナは現在ま た大きく増加傾向ですので、今夏どうなる か心配ではありますが、あまり心配しすぎ てオンライン開催とするのも、学びのリア ルの場の意義からするとどうか、というよ うに考え、主催者として、今回の総会記念 シンポジウムはリアルとオンラインのハイ ブリッド開催とすることを判断いたしまし た。本日は会場に50名ほど、オンライン で70名ほど、合計120名の方々が参加さ れています。ぜひ、リアルの場で学び合う ということを大事に味わってほしいと思い ます。昔はそれしか選択肢がありませんで したので、それが当たり前でしたけども。 やっぱり、なくなってこそわかるありがた み、リアルで学ぶこと、リアルで人と議論 し合うこと。リアルで感じることがこれか らの礎にもなるんだろうと思います。

今回の総会記念シンポジウムは第30回の総会です。くらしの協同の研究所も30年という長い歴史を持つようになっています。これまでのくらしと協同の研究所について振り返り、未来に向けてどう貢献していくか、考えていきたいと思います。

今日のテーマは、労働者協同組合です。 労働者協同組合のテーマは、協同組合運動 のなかでは、古くて新しいテーマです。国 際的にはさまざまな労働者協同組合が展開 されており、日本でもワーカーズコレク ティブなどの取り組みが各地ですすめられ てきました。しかしながら日本では各種の 協同組合それぞれの法制化が行われてい て、労働者協同組合に対応する法がないこ ともあり、さまざまな事業展開の障害、社 会的認知の課題がありました。そしてよう やくにして、地域社会での雇用創出等のた めに、労働者協同組合についての法制化が 成立しました。「協同労働」とはなにかと いうことそのものが実践的な問いでもあ り、労働者協同組合が、これからの21世 紀の社会を考えていく上で、協同組合運動 においてどういう意味があるのか、どうい うビジョンを切り拓くのか、本日は考える 機会になればと思います。各地域での労働 者協同組合の取り組みに学び、これからの 地域とか、これからの私たちの働き方とか、 これからの社会ということを展望していく 機会としてください。

#### ■ 解題

協同のネットワークを地域でどう創るか



#### 北川 太一 (摂南大学 教授)

ご紹介にあずかりました、運営委員長を 務めております摂南大学農学部の北川太一 です。第1部と第2部、進行役ということで、 よろしくお願いいたします。最初に、私の ほうから簡単に、本日のテーマの背景なり 主旨を確認しておきたいと思います。

今回は、「協同のネットワークを地域でどう創るか」というテーマを設定いたしました。この背景は、2つあります。1つは昨年の総会シンポジウムで、「東日本大震災と協同組合」をテーマにシンポジウムを行いました。そのときに確認できたことは、私たちが日々安心して暮らすことができる社会を実現するうえで、生協をはじめとする協同組合が役割を果たすためには、日ごろからの組織の枠組みを超えた連携が必要であって、さまざまな地域の仲間と関係性を創ることの重要性でした。

 ているのか、皆さんと考えたいと思います。 以上のような背景、主旨に則りまして本日 は、まず基調講演として、明治大学の大高 先生にお願いをし、そのあと地域の実践報 告としてお二方、企業組合労協センター事 業団但馬地域福祉事業所の上村さんと、日 本労働者協同組合連合会理事長の古村さん から、但馬地域および京丹後地域の実践報 告をしていただきます。今日はいろいろな ところからお越しいただいてると思います が、第3部のディスカッションも含めて、 それぞれの生協あるいは地域の現場を改め て見つめ直すきっかけにしていただき、協 同のネットワークを創るために私たちは何 ができるのだろうか。生協の組織のなか で、何ができるのか。あるいは生協組織の 外に向かって、どんな人たちと手を結ぶこ とができるのだろうか。そんなことを考え るきっかけになれば幸いです。

以上、簡単ですけれども、私からの主旨 説明ということにさせていただきます。本 日はどうぞ、よろしくお願いいたします。

## ■□ 第1部 基調講演

「協同労働」の今日的意味と可能性 -地域づくりの深化に向けて-



大高 研道 (明治大学)

皆さん、こんにちは。明治大学の大高です。現在、特別研究休暇期間中で、今回は国内留学先の北海道大学からやってきました。札幌では、まだ長袖にするか半袖にするかといった状況で、京都の暑さにはびっくりしています。コンクリでバーベキューができそうな感じですね。この時期に京都に来たのは初めてで、研究仲間から「気をつけろ」と言われた意味がやっとわかりました。

今日は、協同労働の今日的意味と可能性、 地域づくりの深化に向けて、というテーマ でお話をさせていただきます。当初、協同 労働や労協法の話を、ということだったの で、そのことが中心になりますが、地域の ネットワークや協同ネットワークも私の研 究テーマの一つですので、その点について もふれてみたいと思います。

簡単に自己紹介をさせていただきます。 私は北海道に生まれ、小学4年生のときに 山形県の日本海側にある鶴岡に引っ越しま した。両親はまだ鶴岡に住んでいます。鶴 は生協関係者ですとご存知の方もいらっ に活発な地域です。日本のロッチデールと も呼ばれた鶴岡生協は班の原型を作った生 協として非常に有名です。鶴岡生協は、本 当にいろいろな意味で地域に密着した生協 でした。たとえば、店舗を「くらしのセン ター」と呼んでいました。つまり、単なる

お店ではなくて、地域の暮らしの拠点とい う位置づけが明確にされていました。1階 は店舗で、2階では子育て文化活動など、 さまざまな組合員活動が行われていまし た。夏には中学生を対象にした「夏のつど い」という、学区を超えた市内の中学生が 2泊3日の合宿勉強会のようなものも企画・ 実施していました。キャンプファイヤー、 フォークダンス、地域や平和について語り 合う子育て文化教育活動です。私は中2の 時に実行委員になり、事前学習として生協 職員の方と8月6日に広島に行き平和行進 に参加し、被ばくされた方たちの語りを聞 き、改修前の平和記念資料館を訪問しまし た。必ずしも楽しい記憶ではなく、むしろ、 その後はしばらく夢でうなされ続け、今で もたまに当時のことを思い出すことがあり ます。そういう原体験があって、今、協同 組合の研究をしていますが、地域づくりや 平和運動が常に自身の研究の根底にあると 思っています。鶴岡生協は私が子ども時代 にはすでに山形県内の連邦制の共立社生協 になっていましたが、さまざまな教育文化 活動に力を入れていました。その記録はい ろいろとありますが、スライドの『子ども たちの明日に幸せの虹をⅡ-共立社鶴岡生 協・教育活動センター 20 年の歩み―』は、 私が大学院生だった頃に何人かが集まっ て、当時の学びについて語っています。と ても素敵な冊子です。

生協の研究を本格的に始めたのは、学部

生だった 1990 年頃です。90 年代は生協に とっては試練の時代でした。70年代頃の ヨーロッパでは生協が倒産したり、株式会 社化していきましたが、日本でも90年代 に経営難に陥り、倒産や合併が進み、研究 者として協同組合(生協)を研究対象とし てどう取り扱うか非常に悩みました。結 果、大学院の博士課程だけで10年間を費 やしました。現場の実践が変化していくな かで、研究者としての方向性も一緒に迷子 になってしまったわけです。そのような状 況のなかで、当時、北海道大学と姉妹提携 にあったイギリス北アイルランドにあるア ルスター大学 (University of Ulster) に交 換留学生として送っていただき、結局、そ のまま居ついて5年間イギリスに滞在しま した。2002年6月、サッカーの日韓ワー ルドカップが開催されている頃に帰国した のですが、まだ仕事がないものですから、 共立社生協で半年ほど研究員として雇って いただきました。山中洋元理事長の部屋に テーブルが置かれて、毎日2人で議論し、 いろいろな地域を回りました。班会や地域 総代会に出たり、平田牧場などの取引先も 一緒にまわりました。部長会議にも毎週出 席させてもらい、生協経営の現実について も学びました。半年間でしたが本当に貴重 な経験をさせていただきました。

共立社では、もう一つ重要な経験をさせていただきました。それは地域づくり協同組合設立にむけた挑戦です。鶴岡には医療生協もあるのですが、生協と医療生協の結びつきが強く、両者を中心にして協同組合や非営利団体と連携して地域づくり協同組合を作ろう、という構想に関わってきまづくた。その結果、2003年に「庄内まちづらり協同組合」ができました。この年に弘前の大学に着任し、2006年に埼玉の聖学院大学に転任し、そこでワーカーズと出会い

ます。

生協との関連ではもう一つ大事な出会い がありました。それがくらしと協同の研究 所です。2013年に会員になり、特に組合 員理事トップセミナーには毎年のように講 師として参加させていただきました。そこ では本当に圧倒されるような元気のいい女 性たちが、私が子ども時代に出会ったよう な組合員理事の方がたくさんいたんです ね。生協研究から少し遠ざかっていた中 で、2002年の共立社との再会があり、そ して、くらしと協同の研究所との出会いが あって、自分の研究の原点を思いださせて くれる貴重な機会になっています。2017 年に明治大学に転任してからは、トップセ ミナーの日程がいつも大学入試と重なって しまうので、しばらく参加できていないの ですが、ここでの経験は今でも貴重な財産 になっています。

2021年に協同総合研究所というワーカーズコープのシンクタンクの理事長に就任しました。前任の理事長が、後ほど登壇される古村さんですので、協同総研やワーカーズについての詳細は、古村さんに後ほどお聞きいただければと思います。その他には、明治大学で協同組合学を担当していることもあり、日本協同組合連携機構(JCA)、東海にある地域と協同の研究センター、全労済協会、労金協会、医療生協や大学生協など、基本的には協同組合全般と多様な関わりを持たさせてもらってます。

私の研究テーマを非常にシンプルに表現すると、人間らしい暮らしや働き方とは何なのか、それはいかにして実現できるのかを考えることです。政治経済学部に所属しているので、よく学生たちには「生活者」の立場から政治や経済のあり方を考える学問だと言っています。どうしても経済学というと、企業や国をどうするか、というス

タンスから考えてしまいがちですが、生活 者や暮らしの視点なしに経済を語ることを 危うさと経済の本質を考える事の大切ですが 協同組合を通してひたすら話続けていない。 実は、なぜこの言葉を使うようになったかというと、明治大学の場合は2年生の を半に3年生からのゼミを選ぶんですね。 そうすると、学生はなかなか協同組合学の そうすると、学生はなかなか協同組合学の イメージがわかない。そのことを本研究所 にもかかわりの深い関西大学の杉本さんに もかかわりの深い関西大学の杉本さんに ましたら、「生活者」という言葉を使ったら、 といがわれただきました。必ず何的 という代スをいただきました。必ず何的 というの人間は興味を持つはずだと。そしたら かの人間は異味を持つはました(笑)。

#### 労働者協同組合法と協同労働

では、本題に入らせていただきます。労 協法が成立して以来、いろいろなメディア から取材を受けました。去年の5月26日 に「クローズアップ現代プラス」に出演し たのですが、その後、メディアだけでなく、 ワーカーズに関心がある NPO 等の研究会 でもお話をする機会が増えました。ただ、 協同労働という働き方に共感できるけどや はりよく分からない、というような反応が けっこうあり、協同労働を説明することに、 いつも悩んできました。簡単には語れない。 ただ、わかりやすい言葉ほど気を付ける必 要があるとも感じています。言葉とは、腑 に落ちたような気になって満足するための ものではなく、自身の行動に文脈化され身 体化されて初めて獲得するものです。卑近 な例ですが、たとえば、「1年間で貯金が 倍になる方法」という本があったとしま す。もしそうだったら世の中の人全員が貧 困状態から脱出します。だけど、そんなこ とにはならないし、何よりも真の豊かさを 考えるきっかけにならない。逆に、言葉で はなかなか言い表せないけれども、それっ

てどういうことなんだろう、と考え続ける 対話と行動を諦めないことが、結論的な話 になってしまいますが、協同労働の大事な エッセンスです。

そのことを踏まえたうえで、あらためて、 なぜ多くの人びとが協同労働は分かるよう で分からないと感じるのか、という問いに アプローチしてみたいと思います。

労協法は第1条に、ほとんどのエッセンスが詰まっています。基本的に、今の社会の悲惨な現状について指摘し、基本原理は何か、目的は何か、という3つのことが書いてあります。これらを分節化してみると、こうなります。

まず、現状が最初に書いてあります。法 律のなかに今の世の中はひどい状況だと書 いてあるわけですね。法律としては、非常 に珍しい入り方になっています。そして基 本原理ですが、労働者自身が出資して、意 見反映して、自分で労働する。協同組合の 三位一体です。ただ労働者協同組合の場合 は、自分たちで出資するのは生協と一緒で すが、出資者が労働するという違いがあり ます。意見反映も原理は生協と同じですが、 ワーカーズコープでは経営への参加になり ます。ただ法律上は、そのように位置づけ ると全員が「経営者」になってしまう。全 員が経営者になっちゃうと、これは今回の 立法過程でも非常に大きな論点になりまし たが、労働者性が担保されなくなっちゃう んですね。例えば、雇用保険や社会保障な どが一切適用されなくなる。そういうこと で、最低1人を使用者にして、あとは労働 者という形を取らざるを得なかった。これ は、日本の労働関連法令の限界だと思いま す。全員が経営者で全員が労働者という協 同労働概念が日本にはないので、労働者= 被雇用労働者になっちゃうわけです。ただ

し、実質としては、この意見反映をどれだけ徹底するかが一番大事になります。組合員としてどれだけ主体者意識を持って行動して、経営に参画するかが一番問われおり、かつ法施行以降のもっとも重要な実践課題になると思います。

そして3つ目がその目的です。今回は、 この3つ目の目的に注目しながら、地域づ くりや生協との関連についてお話をしたい と思います。

労協法の目的は2つの段階に分けることができます。第1段階は二つあって、①多様な就労機会を創出するということと、②地域の需要に応じた事業を行うということです。これをもって、第二段階にあたりますが③持続可能な活力ある地域社会を実現する、という建付けになっています。そこで、これら3つに即して検討してみたいと思います。

労協法に対しては、多様な期待がありま す。特にコロナ禍下では、1番目の多様な 就労機会の創出にその期待が集中していま す。コロナ禍による大量失業に対してワー カーズ法人は受け皿になってくれるのか。 実際には、雇用の受け皿という観点からす れば、数としたら大企業のほうが圧倒的に パイが大きいわけですよね。だからワー カーズが、コロナの失業者を全部引き受け るなんてことは無理です。あるいは Uber Eats みたいな、いわゆる労働者性が担保 されてなくて個人事業主として扱われ、雇 用保険も社会保障もないギグワーカーと言 われているような人たちの働き方を改善し てくれるという期待もあります。中間搾取 の解消は、けっこう昔から言われてること ですし、ワーカーズがその実践のなかで挑 戦してきたことでもあります。ただ、これ らはあくまでも既存の市場経済の枠組みの なかでの期待なんですね。既存の市場経済 の矛盾、それに対して、なんとかしてほしいという思いへの期待は確かにあるし、わからなくもない。けれども、ここだけで労協法人や労協法の役割を考えてしまうと、やはり迷路に入ってしまうと思います。

たとえば、働く意味の空洞化という問題。 あるいは労働者の主体性がどんどん衰退し ていき、受け身の働き方になっている。そ のような側面も含めた働き方や働く意味を 考える試みという視点がとても大事だと思 います。

2番目の地域の多様な需要に応じた事業 の促進という目的に関してですが、厚労省 が事業の具体例を出しています。福祉関係 の仕事、第1次産業と地域づくり、困窮者 や若者支援などを念頭に置いているようで す。つまり、社会的困難を抱えた人たちを 含めた福祉分野での活用というのが一番大 きい。第1次産業に関しては、農業もそう ですが、第1次産業に限らないで中小企業 の事業承継とか、そういう後継者問題に対 応する枠組みにもなるかもしれません。た だ、私の考えですけれども、この法律は派 遣業以外なんでもできるんですね。ここの ところの意味をどう捉えるか。そして、地 域の多様な需要との関係をどう捉えるの か。捉え方次第で進んでいく方向性はかな り違うと思います。

私は、需要ないしはニーズという言葉を、助けを求める声と捉えています。とすると、これから仕事を起こしていく人たちがやりたいことだけをやるのではなくて、地域の助けを求める声にどれだけ本気で取り組むか否かによってスタンスは異なると思います。地域の「困った」を拾い上げる。そこのところは、とても大事な部分だと思っています。

また、孤立化が進み関係性が希薄化している社会では、「助けて」ってなかなか言

えないですよね。その意味では、物理的なサービスの提供を超えた、そこに限定されないような協同の領域を広げる可能性もあると思っています。

3番目の持続可能な地域社会の実現とい う目的ですが、福祉社会の実現を考えたと きに、これまでも既存の資本主義の限界に 対する指摘は数多くありました。内橋克人 さん、広井良典さん、斎藤幸平さんなど、 その著書のなかで、かなりの紙幅を割いて ワーカーズについて言及しています。その なかでも早い段階でワーカーズに注目した のは内橋さんでした。『共生の大地』とい う本のなかで、FEC(フード、エネルギー、 ケア)という言葉を使っていますけれども、 今風の言葉で言うと SDGs を地域から作り 上げていくことを主張されたわけです。最 近では、どの企業も SDGs を言っています が、単に社会貢献としての SDGs ではなく て、地域のなかから持続的な社会を作ると いうことを明確に提起している。このよう な思想が、ワーカーズの実践のなかにはあ ると思っています。斎藤幸平さんは、ワー カーズはコモンを取り戻し、経済を民主化 すると述べています。私なりの言葉にする と、社会のなかの一部だった経済が、市場 経済として社会から離れていったわけです ね。したがって、経済の民主化とは、経 済を社会に取り戻す試みとも言えますし、 もっとシンプルに言えば、社会の人間らし さを取り戻す、と考えたらいいと思います。

ところで、これだけ語っても、やはり分かるようで分からないという反応があるかもしれません。この点、もうちょっと深堀りしてみたいと思います。なんで労協(法)が必要なのか、という声は、ワーカーズという法人格でなくても先ほど見てきたような目的は達成できるのではないかという思いがあるからではないでしょうか。たとえ

ば就労の場だったら、別にワーカーズじゃ なくて一般企業だって作ってる。地域の ニーズに応えるっていうことだったら、地 域の中小企業や NPO でもやっている。あ るいは、持続可能な地域社会、SDGs なん て今はどこの企業でもやっています。また、 ワーカーズのような実践にコミットしてき た人のなかでも、たとえばワーカーズコレ クティブの場合だと、最賃以下の働き方を して、独自にコミュニティワークという概 念を作り出してきました。そのような実践 から見たら、コミュニティワークは協同労 働の範疇に入らないのか、といった疑問も 出てくるだろうし、法律の段階でもその点 への懸念は示されました。さらにもっと過 激になっていけば、本当に社会を変えるこ とができるのかという疑問もある。まあ、 ひっくり返してみれば、疑問というのは期 待の裏返しですので、そこのところで本当 の実現可能性を問うということですが、こ れらには、ちゃんと答えられなければ駄目 だと感じています。

そのためにも、改めて協同労働の基盤に どういう思想があるのかを考えることが必 要です。その際、次の2点に関しては前提 として共有するべきだと思います。1つは、 制度というのは実践を後押しする力になり ます。実際に、この間は労協連などの尽力 もあって、いろいろな自治体で、これを促 進する動きが進んでいます。ですから、そ れはそれとして、とても大事なことだと思 います。ところが、制度化すると、その制 度によって縛られることも十分にあるわけ ですね。ですから、その可能性を制約する ような契機にも制度はなり得るということ を、まず私たちは自覚しなければなりませ ん。最近、法務省の関係者と話をする機会 がありましたが、それぞれの役割分担があ るので良い悪いという話ではないのですけ れど、たとえば、移民の問題。日本は移民 を認めていないので、外国人技能実習生と いった制度を作っているわけですが、そう いう方たちが地域のなかで共生できるよう な社会を作っていきましょうと言う。行政 も多文化共生に向けて取り組んでいるわけ ですね。けれども結局、ベースにあるのは 何かと言えば、そのような外国人の方たち の生活を保護する、守る、あるいはルール からはみ出さないように管理監督すること が行政の役割になるわけです。制度ってそ ういうものなんです。実践者にはいろいろ な思いがあっても、それを伸ばしてあげる ことはしない。どちらかというと、その制 度の枠のなかで、ちゃんとやるっているか を見守る。

したがって、法律ができたからといって、協同労働の文化というものが社会に広がっていくということは、制度面では期待できない。むしろ、それを作り出していくのは私たち自身です。ですから、私たち自身、あるいはそれぞれの組織のなかで、協同的で対話的な行動を諦めずに続けていくことが肝要です。

くの人たちを巻き込むのかが問われています。

そのうえで、ワーカーズがどのような実践的な理念を持っていたのかについて、3 点お話をさせていただきます。

1つは、ワーカーズは、失業のない社会を求めてきました。ただし、単に就労機会の創出だけじゃなくて、やりがいを伴うりい仕事づくりを追求してきました。つました。つました。つました。つまました。つまました。つままが「雇われなです。その実践思想が「雇われなです。その実践思想が「雇われなです。を担合した。ここでのポインとでのおります。今回の法律の基本原理では、労働者の主体的参加・自己決定・民でのよります。その内実が、と思います。

少し補足しておくと、かといって、主体者になるというのは、実はそう簡単なことじゃないんですね。たとえば、私のゼミ生は協同組合学を学び、ワーカーズの調査等もしていますが、ほとんどがメガバンクとか大手企業に就職します。そういう状況のなかで、実は雇われる働き方のほうがいなかで、実は雇われる働き方のほうがいいっていう人もけっこういると思います。働く主体者意識を獲得するということは、そう簡単なことではない。これは、単に働く現場だけの問題じゃないんですね。

最近、北海道のローカル番組でしたが、 北大の学生とコラボした選挙についての討 論の様子を観ていたら、若者が提案した選 挙に行くための対策として一番多かったの が、SNSで投票できるようにするという ことでした。そして、2番目に多かったの が主権者教育だったんですね。主権者とし ての意識を若いうちに教育の段階でしっか りと学んでいくことが大事だ、という意見 でした。つまり、単に働く場所だけではな くて、子ども時代から学びのなかで主体者 や主権者になっていく、という意識を醸成 していくことが大事なんですね。逆に言う と、それがされていないっていうことなん です。パウロ・フレイレによれば、私たち ですの中に自己決定への恐れというものが ある。その恐れというのは、ちょっと複雑 な要因があるのですが、別の機会にお話し できればと思います。

役割の固定化も主体者意識の形成の障壁になっていると思います。生協の場合だったら消費者 - 労働者、ワーカーズだとサービスを提供する人 - される人、支援する人 - される人。そうなると、一方で、お金払っているときにはクレーになって、で、お金をもらっている限りにおいては、お金をもらっている関係になっている。で、おきく、みたいな関係になっている。 で、この非能動的・非主体的な意識と表現するのですが、それを力とは、この非能動のですが、それを力にくためにも役割を脱固定化していく、緩くしていくことが非常になります。

2つ目は、ニーズは地域における多様な暮らしの現実にある、ということです。その現実は暮らしの困難と言ってもよいか地域における多様な需要に応じた事業と記さりますが、市場経済的に利益になりますが、市場経済的に利益になくて、方なき声を聞く、見逃さないというこも協になるき声を聞いっても、経営を維持するためにはおい要です。けれども、利益がどりとはいうところは、やはとはおいるもの「困った」なんですね。そこのは、か出発点になるかどうかっていうのは、

大きく違うと思います。

そして、これも皆さん経験的に知ってい る、感じていると思いますけれども、1つ の困ったは、実はいろいろな困ったとつな がっているんですね。2015年に生活困窮 者自立支援法ができて、その前の3年間、 私はモデル事業の調査を行いましたが、生 活保護を受給されている方の場合、その背 後には自身の精神疾患だけではなくて、親 の介護であるとか、いろいろな課題を抱え ています。課題というのは、1つじゃなく て連鎖しているんですね。ですから1つの 問題に誠実に向き合うと、実はその背後に 多くの問題があって、問題の重層性と複雑 性にちゃんと目を向けるのが協同労働だと 思います。そういう意味では、課題を意識 化して共有していくための対話を深め、と もに行動することがとても大事になってき ます。このことは意見反映の内実をどれだ け自分たちなりの言葉で語れるか、実質化 していくか、というテーマともつながります。 3つ目になりますが、労協法でうたわれ ている雇用創出と地域の需要に応じた仕事 づくりを、このように捉えると、持続可能 な活力ある地域社会の実現の意味も、より クリアになってくると思います。ワーカー ズは、40年を超える歴史を持っているわ けですが、法人格がなく、NPO 法人や企 業組合など、いろいろな法人格を使ってき ました。そのなかで常に基底にあったもの は、困難な状況にある人々が幸せになれな い、あるいは暮らしの安心を感じられない 社会は健全な社会でも、持続可能な社会で もないという理解があったと思います。で すから、困りごとを見逃さずに、それをつ なげるチャンスにしてきましたし、困った を自分たちワーカーズのメンバーだけじゃ なくて、困難に直面している当事者、地域 の住民、そういう人たちとともに仕事起こ

しにつなげていったわけです。

簡単に小括をさせていただきます。まず、協同労働というのは、誰もが経営者になれる働き方とも言えますが、むしろ力働き方とも言えますが、むしろう働き方にあります。先ほどクローズアップ現代プラスのお話をしましたけれども、2013年にもワーカーズが特集されています。そのときのタイトルは「働くみんなが経営者」でした。私は少し違和感がありました。みなが経営者になれるんだったらかっこ葉んなが経営者になれるんだったらからまず、以下イア的には魅力的ますが、同労働実践の主眼はそこにはない。

また、多様性を認め合うのは非常に大変で難しいことですが、そこのところを諦めずに対話を続けて、ともに生きて、ともに働く社会を作り出すために挑戦する。そして、これだけ個別化が進んでいますので、コミュニティの媒介者として人と人をつなげる。そのような働き方が協同労働です。

加えて、もうちょっと広く世界、社会を 見ると、いろいろな課題とか、私たちの命 の生業っていうのは連関しているんです ね。その気づきを与えてくれる働き方だと 思います。たとえば、東日本大震災のとき に、埼玉でも水が出なかったり電気が止 まったりしました。それまでは電気のス イッチだけ、あるいは蛇口しか見ていな かった。でも、実はこの蛇口の先には、い ろいろな仕事や営みがあるわけです。さら に遡っていくと山に行くわけです。そうす ると最近、土砂崩れが多いのは山の管理を してくれる人がいなくなってきてる、そう いうことも関係していることが分かってく るわけです。恥ずかしながら、私は埼玉に いながら、自分たちの電力が東北から来て いることを知りませんでした。そのような 状況のなかで暮らしてきた。ですから、私たちの生活というのは、多くの生業によって成り立っている。そこの気づきを与えてくれるのが、協同労働です。別の言葉で言うと、失われた想像力をもう一度取り戻す、ということです。

#### 協同組合(生協)運動と協同労働の接点

では次に、生協や協同組合との関係につ いてお話させていただきます。先ほど協同 労働は分かるようで分からない、というお 話をしましたが、これをもし協同組合や生 協という言葉に置き換えたらどうなるで しょうか。たとえば、生協は分かるようで 分からない、と。生協でなくて一般スーパー でもいいんじゃないかって言われたら、皆 さんはどう説明しますか。最近、営利企業 でも CSR や SDGs とか、一生懸命アピー ルしていますよね。協同組合・生協と何が 違うの、協同組合や生協のような組織形態 が必要なのって聞かれたときに、皆さんは どのように答えますか。たぶんいろいろな 言葉で説明できると思いますが、相手が、 ストンと腑に落ちて、やっぱり生協が必要 だねって言ってくれると思いますか。

生協という呼び方自体も、法律上は消費者生活協同組合法ですよね。だったら普通は、略称するときは頭の消を使って、「消協」になりませんか。けれども、日本では生協と言う。海外では Consumer Co-op ですから、消費者が前面に出ている。日本ではなぜ生協と呼ぶようになったのか。そのことの意味も、しっかり考えるべきだと思います。私なりの理解では、個別化した消費者の協同ではなくて、地域の暮らしを守る生活者の協同を大切にしてきたからだと考えています。

冒頭で紹介した鶴岡生協の経験から、お 話をさせていただきたいと思います。1つ

は、出発点は常に地域の暮らしの現実とい うことです。1955年に鶴岡生協ができま した。設立趣意書には、「協同の力で地域 の暮らしを守り、創造していく」と記され ています。すなわち、経済だけじゃなくて、 文化や教育を含むさまざまな領域にわたる 地域生活全般へのまなざしが、ここにはあ りました。さらに1989年に「地域に総合 生活保障体制の確立を」という「21世紀 を展望する共立社の90年代構想」を出し ています。この生活保障というのは、たと えば、セーフティネットという言葉に置き 換えてもいいと思いますが、この言葉は もともとサーカスから来ているんですね。 サーカスの綱渡りをしている人たちの下に 張ってあるのがセーフティネットです。綱 渡りをしていて、足を踏み外して落ちたら 守ってくれるネットです。ただし、落ちた ときに守ってくれるという部分だけがセー フティネットの役割ではありません。実際 には、このネットを使わない状態が一番い いわけです。じゃあ、なぜここにあるの かっていうと、1つはたしかに落ちたとき なんですけれども、もう1つは、そのネッ トがあるからこそロープの上で自由に、そ して安心してパフォーマンスができるわけ ですね。できれば、このネットは使わなく てもいい。でも、これがあるからこそ、生 き生きと生活できる、生き生きと暮らせる わけです。それがセーフティネットの意味 であって、地域に生活保障体制をつくると いうのは、まさにそういうことなんですね。 だからこそ生協は店舗のことを「くらしの センター」と呼んだのだと思います。

もう1つは、事業の範囲でニーズを見ないということです。これは、鶴岡生協創立者の佐藤日出夫さんがよく言っていたことですが、活動や事業を規定するのは、事業形態や領域ではなくて組合員の暮らしの要

求だと。「もし、これは生協の問題とは違 います、とやっていたら、生協は自分たち の広範な生活を守ってくれるのだという意 識にはならなかったと思う。まして、自分 たちで自らの生活を守っていくのだという 関係にはならなかった」と述べています。 その含意は、1つは、生協で売っていない 商品があったら、あるいは生協で取り扱っ ていないサービスがあったとしても、いつ でも問題を持ち込めるような場所だという ことです。もう1つは、自分たちでできな かったら、地域の商店街とか中小企業とか、 いろいろなところに助けを求めて協力して いく。1組織で全部やることなんて無理だか ら多様な地域の人びとと協同する組織なん ですね。協同労働のエッセンスは、このよ うなところにも見出すことができます。

#### 協同労働と地域づくり

最後の地域づくりについて、時間があまりありませんので、3つぐらい、大事だと思うことについてお話させていただきます。

1つは地域づくりを考える上でも、これ からの社会を考える上でも、労働と生活の バランス論を超えた視座の必要性です。最 近はワークライフバランスという考え方が 浸透していますけれども、それを超えてい くということです。これまで私たちは、ど ちらかというと経済成長一辺倒で突っ走っ てきました。そういうなかで人間らしい生 活や働き方をちゃんと見てこなかった。協 同労働が社会に何を問いかけているのかと いうと、労働と生活を切り離さない生き 方、自分と他者の関係を切り離さない社会 です。そのなかで、真の意味での豊かさと は何かを考え実現するために対話して行動 していく。そこをやるかやらないかという ことへの覚悟が、今問われていると思いま す。そして、先ほどお話をしたように、こ

れを1つの組織のなかにとどめず、いろいろな協同の場で実現していくことが、とても大事になってくるわけです。ですから私は、ワーカーズだけで社会の問題をすべて解決するとは思ってませんし、あるいは協同組合だけで社会が変わるとは考えていません。そして、多様な協同を追求する基盤にあるのは、自分たちの実践の可能性だけでなく限界も知っているということです。

2つは、先ほどの法律との関係で言うと、 目的1の就労創出は労働問題、目的2の地 域の多様なニーズは福祉の問題、そして目 的3の持続可能な社会は既存の資本主義社 会の限界への気づきをベースにした共生社 会の構想ということになると思います。私 が危惧しているのは、これらの3つの側面 が分離されて語られ、どのように有機的に 結びつくのかが明確になっていないことで す。研究としても、実践としても。よって 総合的に捉えることが肝要です。協同労働 は働く者のためだけの福祉ではありませ ん。むしろ関わるすべての人のウェルビー イング。アマルティア・センは、良く生き るという意味で使っているのですが、その ような広い意味での福祉社会をどう実現し ていくか。協同労働はそこのところに大き なヒントを与えてくれるのではないか、と 思っています。

最後は、これは実践的に皆さんが日常的に感じていることだと思うのですが、困りごとっていうのは簡単にはなくならないんですね。一般的に、近代における「協同」は個別利害の共通性に基づいて生まれます。たとえば、安全な食品がほしいとか、環境問題であるとか、ジェンダー差別とか、共通の課題をもった人びとの集まりという認識があるわけですね。でも近代の合理主義的な考え方に基づくと、ある目的が達成される、別の表現をすれば、その課題が解

決されたら協同は解体するということもあ りうるんですね。もう協同はこれでおしま いってなってしまう。しかし、現実問題と して困りごとは簡単には解決しない。多く の場合、困りごとは困りごとであり続ける わけですね。それを抱えたまま、なんとか やっていくっていうのが、これまでのワー カーズを含む社会的な協同実践だったわけ です。このように考えると、協同労働の本 源的価値は、持続的な対話的協同の空間や 関係性が知や文化として地域に埋め込まれ ていくプロセスに内在しているといえま す。別の言い方をすると、常に問題を掘り 起こして、一過性のつながりではなく協同 を不断に再構成していく、そういう試みが 協同労働なのではないでしょうか。

本日のテーマ、地域の協同ネットワーク ということで、少しまとめさせていただき ます。繰り返しになりますけれども、まず は地域の暮らしの現実を常に出発点にす る。やはり地域を認識する契機は組合員・ 住民の暮らしの要求のなかにあるというこ とです。そして要求・ニーズを課題と捉え ると、様々なニーズが連関してることに気 づきます。そこで次なる課題が見えてきて 新たな活動や事業を生み出す。そして自分 たちだけではできなかったら地域内での連 携・連帯へと展開していく。その意味で は、これまで、私たちは協同組合の良さや 魅力を伝えることに力点をおいてきました が、自分たちのことを知ってもらうだけで なく、地域を知る実践へと転換していくこ とが、とても大事だと思います。

もう1つは、困りごとをつながるチャンスにしていくということです。今の社会は、ある意味で限界状況に置かれていると言ってもいいと思います。先ほどの地域を知る実践について、このような文脈のなかで考

えると、それは暮らしの限界状況を把握す ることに他ならない。知るプロセスは社会 問題を自分事化していくという意識の問題 でもあるのですが、それだけじゃないんで す。実際に、その意識を持ったところで終 わらせないで、行動することと一体的なも のになってこそ実際的な地域づくりに展開 していくわけです。「地域づくり」と言う 人は、もう既にそのときには地域に問題が あると感じている人です。私は、「地域を つくる という言葉に、すごく違和感があっ たのですが、よくよく考えてみると地域づ くりというのは、必ずその裏に何かがある。 それは何かといったら、地域が壊れていく という現実です。だからつくる/つくり直 す。それだったら、しっくりくるわけです ね。何か面白いことをやるだけが地域づく りではありません。地域づくりを語ってい る背景にある課題とセットで考えていくこ とがとても大事で、そこがフィットすると 自然に行動につながっていく。そういう意 味で、協同労働というのは、まさに困難を 中心に据えて、社会の連帯を作り出してい く地域づくりの主体の形成プロセスそのも のといえます。

そして、3つ目ですけれども、そのためにはコミュニティ単位、身近な単位での対話を深化させ、継続していくことがとても大事になってくると思います。

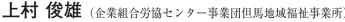
最後に、私自身、子ども時代から協同組合に接し、ワーカーズとも15年くらいの付き合いがあります。協同労働の実践の経験を見ると、ほんとに矛盾や葛藤だらけなんですね。ワーカーズは、地域の困りごとに、ほんとに誠実に対応されている。けれども、対応すればするほど、何がわかるかっていうと、困りごとは簡単にはなくならないっていうことです。そういうことを経験的に知っているわけです。しかし、私なり

に勝手に解釈すると、問題だらけだから協同労働であって、問題がなくなれば協同労働ではない、とも言えるのではないかと考えています。問題がなくなった状態とは何かと言えば、問題を可視化できていなうと言えば、問題を可視化できていなうことなんだと思います。だから「常に問題ででもして、そして行動した結果といえます。それは持続的な対話的協同でした。それは持続的な対話的協同の最大の特質だと思います。私は、そこに協同労働の可能性と希望を感じています。

ご清聴ありがとうございました。

## ■□ 第2部 実践報告 I

若者サポート、森づくりの取り組み - 但馬地域における実践 -





私たちが活動している地域は、京都府のなかでも北部の、京丹後市を中心としたエリアと、兵庫県の豊岡を拠点とする但馬エリアです。今日は、今に至る経過をお話しながら、なぜこのような実践を行ってきたのか、どういうところを目指しているのかをご説明しながら、協同労働の実践を少しでも感じていただけたら、ありがたいと思っております。

最初に、全体像をお示ししますが、もと もとは、若者の就労支援からスタートをし ています。そういうなかで、多くの若者た ちと出会ってきて、様々な方の困難や課題 を一緒に共有するなかで、様々な事業を展 開してきました。現在は、若者の就労支援 からスタートしつつも、障害のある方で生 活に困窮された方の居場所であったり活動 の拠点を作っていったり、そういった方た ちの働く場所として、山の仕事という活動 を行ったり、引きこもりの支援を行いなが ら、多様な事業を展開しています。

今に至る経過ですが、もともと 2009 年 に、若者の就労支援という形で厚生労働省 の事業の、若者サポートステーション豊岡 を開設し、但馬地域と呼ばれる兵庫県の北 部地域を活動の拠点にスタートしました。 その際に、経済圏域を共有する京都府の京 丹後市も対象エリアとして含めて、支援を 行ってきました。

この若者サポートステーションを開所するきっかけは、私たちの組織が地域の方と

協同で開催した、神戸市での協同集会で、 豊岡市のコウノトリの野生復帰の取り組み を話していただいた際に、豊岡市の方とも 関係ができて、そのなかでぜひ協同労働の 取り組みを豊岡でできたらいいなという話 で意気投合し、若者就労支援の事業所を置 いたという経過があります。

若者サポートステーションでは、働くこ とに自信が持てなかったり、いろいろな仕 事をやってみたけどなかなか続かない、と いった課題を感じて来所される方がおられ ます。もちろん、その人が自分の就職活動 に課題を感じて、相談されるのですが、当 然それにはいろいろな理由があります。た とえば、背景に、引きこもりであったり不 登校であったり、いじめの経験、発達障害 や精神障害など。さらに言うと企業での活 動のなかでの過重労働で潰れてしまった り、いろいろな社会課題があって、その方 自身の得意・不得意も当然ありますが、そ れを取り巻く社会環境にも課題がある。こ ういうことが、サポートステーションの活 動から見えてきました。

当初は、いろいろな職業訓練を開講し、 その方に資格を取っていただき、経験を積 んで、その方の力を伸ばして就職につなげ ていたのですが、それだけでは、なかなか 追いつかないという現実がある。そう感じ て、併せて、どう働く場を作って、地域の なかにそういう方が生きていける場所を 作っていくか、という視点で事業を行って きました。

1 つのアプローチとして、様々な制度も 活用しながら支援の幅を広げてきました。 たとえば、生活困窮者の自立相談支援事業 であったり、就労準備支援事業も、行って きています。活動するなかで、いろいろな 課題が新たに見えてくる部分もあります。 働きづらさを抱えた方が再び働くまでに、 時間をかけて準備をしたり、力をつけたり、 社会になじんだりする場所が、なかなか社 会には存在していません。また、そういう 方が仕事に就いても、社会的に孤立を抱え てしまっているような方であると、就職し たあとの悩みや困りごとを相談できる場所 がなくて、また今度、出会ったときには結 局、そこを辞めて帰ってくる。なかなか安 定しない。長期的な支援という部分で、やっ ぱり仲間とか居場所を作るのが、大事な視 点になるのかな、と感じていました。

そこで京丹後市とも、いろいろな形で連 携をしていました。農業や、山仕事、企業 と生活に困窮された方をつなぐという取り 組みをやっていましたけれど、これらをば らばらでやっていても、なかなか難しい と感じていました。これらの取り組みを 1 つにまとめた形で、仲間づくりをしていく 場所が作れないだろうか。そういうお話を 京丹後市として、仕組みを作りました。そ こでは、いわゆる、その方が支援を受ける だけではなくて、地域が抱えている課題を 生活困窮者と呼ばれている方が活動するこ とで、地域にとって貢献して、地域を支え る一員になれるという取り組みになってい く。なかなかすぐに一足飛びには行かな かったですけども、そういう思いで作って きています。それが、就労体験による居場 所づくりの事業ということで、市役所と一 緒に取り組んでいます。いろいろな形でつ ながりがなくなってしまった方と一緒に、

体験活動や、居場所のなかでの活動を通して、つながり、仲間を作っていって、新たに地域社会に戻っていくというような取り組みをしました。

そういう活動をしていくなかで、ひきこ もりの課題というのが大きく挙がってきま した。サポステで活動していても、生活困 窮者の支援を行っていても、感じたところ なんですけれども、なかなかどちらの事業 も実際に出てきてもらったあとの支援とい う形になるので、なかなか出てきていただ くまでのところっていうのがアプローチし きれていなかった。そこで、これについて は、京都府のひきこもりの相談窓口の事業 を受託して、アプローチをしていって支援 をしていく取り組みも行っています。最近 ですと、コロナ禍の影響もあって、なかな か生活が大変だという方もいる一方で、別 の意味で言うと緊急事態宣言なんかが発令 されると、飲食業界さんなんかは、事前に 仕入れてたものが使えなくなってしまっ て、それが逆に余ってしまうみたいなこと も発生していました。そこをつなげられな いか、ということで京都生協さん等にもお 世話になりながら、フードパントリーみた いな活動も行ってきています。そういう取 り組みに、協同労働を使って、地域づくり をやっていけないかっていうところで、研 修会も行っていますが、この辺りは、この あとの古村理事長にお話してもらうので少 し飛ばさせてもらいます。

ちょっと、時代は戻ってしまいますが、ここからは、森林整備も含めた山の仕事であるとか、環境整備みたいなところにどう向かっていったのか、どういう意味があったのか、ということをお話します。2009年にサポステがスタートし、翌年に取り組んだ活動として、農山村の地域の担い手を育成するという文脈で、職業訓練を行いま

した。これは、1年間の訓練を2回、2年 間行っていましたが、味噌作りであったり、 郷土料理であったり、生業みたいなものを 地域の方々から教えていただき、私たちは 雪かきのボランティアとかも含めて、いろ いろな形で地域に貢献していきながら、地 域で働いていく人材を作っていく、という 取り組みを行いました。そういう経験も積 んで、みんな元気になってくるんですけ ど、なかなか、訓練という枠組みだと上手 く仕事を作るっていうところまではいけな くて、訓練が終わったあとの継続が難しい な、と感じていました。継続して地域で活 動していくとなると、何らかの仕事が必要 になる。少子高齢化が進む地域で、どう仕 事を作っていったらいいかを考えていまし た。そうしているところに、今まで使って いた職業訓練の枠組みが大きく変化をしま した。生きづらさを抱えた人たちが経験を する場所っていうのは、この訓練のなかで はちょっと作れないなという枠組みに変 わってしまったので、市役所に相談すると、 障害のある方が地域でいろいろな社会生活 を営むための支援をする、地域活動支援セ ンターという仕組みがある。そういう仕組 みを使ってひきこもりがちだったり、生き づらさを抱えている人たちの、いろいろな 経験の場所を作ればどうか、と教えていた だき、その結果「森の学校だんだん」とい う場所を運営しています。これは、障害の ある方の、いわゆる社会活動を支援する場 所ではあるのですが、そこで農業やコミュ ニティ喫茶を行って、地域の方と交流を深 める場としても機能しています。

そういうなかで、職業訓練の一環として 2012 年に新エネルギー環境コースという 訓練を行いました。これはその前年、2011 年に東日本大震災があって、エネルギーの あり方を改めて見つめ直す必要があると組 織のなかでも話が挙がりました。そうであるなら、まずはやっぱりそういう働き方、 仕事をどう作っていくかを職業訓練という 形で、地域で失業している人たちと一緒に 考える機会を作れたらどうかということ で、エネルギーのあり方を学ぶ職業訓練を、 県に提案をするという形で行いました。た だ、なかなか私たちだけが言っても県も納 得はしないので、市役所にも相談をして、 市にもそういう職業訓練は必要だということを推薦していただいた上でお話をして、 企画を提案しました。

そのなかでいろいろな学びを行いました が、特に訓練生の人たちが、これをやりた いと言ってくれたのが、木質バイオマスで す。山の仕事を学ぶなかで、山が荒れてい る現状とか、山が活用されていない現状も 感じていて、この山を次の世代に遺してい けるような、そんな山にしていく。そうい う取り組みを仕事にできないだろうかと 思ってくれていました。じゃあ実際に地元 はどう考えているだろうか、ということも 聞いてみると、現状についてはやっぱり良 いとは思ってはいないですけども、畑なん かは皆さん自分たちで管理できるという思 いを持っていただいている。しかし、山と なると、自分たちじゃどうしようもできな いと言われる。何か諦めみたいな、そんな 思いも感じながら、でも先祖から受け継い できた山だから、なんとかしたいという、 2つの思いを感じているという現状が見え てきました。

そうであるなら、私たちが仕事として、働く場を作っていくことはできないだろうかということで、訓練生が主体になって林業グループという形で、「Next Green 但馬」という取り組みを始めました。当時、訓練生が地域の方に、こういう取り組みをやるのでぜひ山を貸してください、とお願

いをして回ったのですが、今でも、「次世代に遺す山づくり」という思いを中心にして事業を展開しています。やっている内容は、間伐を行ったり、作業道作りを行ったり、あとは竹林なんか荒れている現状があるので、竹林の整備をいろいるな制度を入れるので、竹林の整備をいろな勧用しながら行ったり、できる範囲で危険木の伐採も請け負ったりしています。そ確保しておすることは難しいので、山からり、森林組合さんのように大きく山を確保しています。たとえば、地域のホテルにクラストコーナーを作っていただいて、活動の場所を広げています。

先ほども言った通り、次の世代に山を遺 していく、ということがもともとのスロー ガンで始めているので、山を整備するのは 大事にしています。ただ、次の世代の人た ちが、山が必要だとか、山が大事だと思っ ていただかないと、次の世代につながって いきません。そこで、森のなかでのイベン トを行って、山がいかに必要な存在である のかということを伝えています。したがっ て、私たちが考えている山の仕事というの は、当然、山を整備していくという取り組 みではあるのですが、それだけではなくて、 山をどう活用していくのか、もっと言うと 自然をどう活用していくのかというところ を、これからもどんどん外に発していく存 在でありたいと思っています。

そういう取り組みを行っているなかで、 女性の組合員が山で仕事をしていると、こ の山を使って子育てができたらいいな、み たいな、そんな意見が出ました。そういう 思いを、市長懇談等でお話をしたりしてい ると、すごく関心を持っていただいた方が 現れて、そういう方と一緒にいろいろな取 り組みを行っています。そういう経過も あって、現在週 2 回ぐらいの取り組みで はありますけども、山のなかでの子どもたちの保育の活動を行っています。どういう意味があるかっていうと、1 つはやっぱり、自然を大切に思ってもらうということですが、それだけではなくて、自然のなかで取り組むことで、子どもたち自身の主体性を大事にしていく。そして、大人はその子どもが育つ姿を見守っていくということ。当然、いろいろと危ないことはありますが、それを成長の糧だと考えて、そこはどきしながら見守っていく。そんな活動を行っています。

改めて、私の自己紹介をします。私は、もともと最初から職員だったわけではなくて、サポートステーションに通う利用者にした。私は、高校ではそれなりに真面目に勉強したのですが、大学になって環境になじめず、友達を作るのも上手くいかなくて、3年生のころから、まったく大学に通わない、みたいなことを続けていました。そんなこともあって、実家に呼び戻されました。病院に通い、お医者さんからサポートステーションがあるよと勧められて、利用するようになりました。

サポステの支援ですごく役立ったことってなんだったのかって言われると、なかない難しいんですけども、一番印象に残っているのは、勉強の日という取り組みで本とか持ち、みんなで本とか持ち、否登校の利用者がいて、その人の先生役をお願いされたりということで、ちょっとも関いながらも一生懸命に説明したり、みたいなことをしてると、やっぱり役割があれないなだとないうな、そこの楽しさっているありました。そういうなかで、事業に働きましょうと言われて、この大変な

道に進んできたという流れです。でも、私 は当時、電話恐怖症で電話に全然出られな いという状態だったので、ほんとにそんな 状態でいいんですかっていう、そんな話を してたんですけど、職場のみんなが支えて くれました。ここは、いわゆる協同労働と して、みんなが当事者として考えるという のが、すごく出ている部分かなと思います。 一般の企業ですと社長さんが、この人を受 け入れるよ、と言って受け入れるだけです。 サポステでも、社長さんはすごく理解ある んだけど、近くにいて働いてる人が全然そ の人に対する理解がないので、すごくきつ く当たられて帰ってきてしまうことがあり ます。私の場合、こういう人が入ってくる よっていうところを、そこにいる職員がみ んなで共有をして、支えていこうよって 思ってくれました。だからこそ、電話に私 は一切出ない、みたいな人間でしたけれど も、支えていただきながら電話の出方を教 えてもらったり、みたいなことでやってこ れたのかなと思います。もちろん順風満帆 ではなくて、いろいろな職業訓練をスタッ フと一緒に担当しましたけど、なかなか 上手くいかなかった経験もしているので、 やっぱり働く場所っていうのは自分たちが つくるものだと思っています。

よくこの話、するのですが、私は資源を活用することを大事に考えています。カウンセリングの世界で資源というのは、その資源に気が何かするっていうよりも、その資源に気がかせたりとか、そこで妨げになってるもりを一緒に考えていくというところになります。地域の資源というのは、課題と表には、やっぱり当番性というのが協同労働のとって、地域課題が当然いっぱいあります

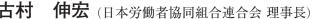
が、そこで当事者と呼ばれる人っていうの はいったい誰なのかっていうところは、いっちい誰なのかっていうところです。先ほども言は、 も考えているところです。先ほども言は、いじめがあったりとか、いわゆるブラッム 企業みたいな過重労働みたいなものがあって。 とか、いろいろな課題があって。その たりとか、いろいろな課題があって。 もっていすのはやっぱり、もっ と思っています。したがって、もっと地域 を知り、自分を知って、みんなで協いて を知り、うことが大事なのかなと思いなが ら事業を行っています。以上になります。 ありがとうございました。

【大高】今、どのくらいのメンバーがいらっ しゃるか、どんな感じの人たちがいるか、 ご紹介いただけますか。

【上村】メンバーとしては、だいたい全体で 20 名ぐらいの職員がいます。パートタイムの方もちょっといますけども、ほとんどが常勤で働いているというような形になります。どんな方って言われると、まあ一癖も二癖もあるような方々がいっぱいいて。日々、大変ながらやっております。

## ■□ 第2部 実践報告Ⅱ

地域のネットワークづくりにどう取り組むか - 京丹後地域の実践を中心に -





ご紹介いただきました労働者協同組合 ワーカーズコープの連合会におります、古 村と申します。よろしくお願いします。連 合会におりますので、実践報告とはかなり 落差があるなと思っていますが、私は京丹 後市出身ということもあって、京丹後市の 行政の方々とも関わってきた経過がありま すので、京丹後市の実践から考えているコ ミュニティづくりについて、話をさせてい ただきます。

まず、どういう問題意識で話をするかと いうことを申し上げておきます。それは、 コミュニティづくりをどう考えるか、コ ミュニティづくりを協同組合で行うことを どう考えるか、ということです。特に、労 働者協同組合法ができたということは、協 同組合全体にとって何らかの契機になり得 るだろうと思っています。そもそも協同組 合は、それ自身、単独で誕生してきたわけ ではなくて、社会や経済のあり方のなかか ら登場してきた、必要とされてきた組織で す。当然、今の社会や、今の時代、コロナ やウクライナのこともあります。多くの人 が、ものすごく大きな転換と言われていま す。そういう立場から考えると、私は今、 問いを立てる時代ではないかと思います。 私たちは、いろいろなことを常識として認 識してるつもりになっていますけれども、 そもそもということを、もう一度考え直す ということが大事ではないか。ちょっと格 好つけて難しく言うと、哲学する時代では

ないか、と感じています。もう少し砕いて 言うと、人間というのはいったいどういう 生き物なのか、ということや、人間はなぜ 社会を作ったのか、あるいはコミュニティ を必要としてきたのか。そのなかで、なぜ 人間は協同するのか。そして、協同組合な る組織を、なぜ作ってきたのかということ。 自分に引き付けて言うと、私は何のために 働いているのか、何で働くのか。あるいは 学ぶっていうのは、そもそもどういうこと なのか。暮らしというものは、いったい何 なのか。そして、何年か前にブームになり ましたけども、生きるというのはいったい どういうことなのか。こうした一つ一つを 根源的に振り返り、掘り下げてみたときに、 今の社会がどう見えるのか。今の自分のあ り方というものが、どう見えるのか。その なかで、らしさの探究。組織もそうですし、 私、というのもそうですし、人間というの もそうなんだけども、らしさっていったい 何なんでしょうか、っていうことを探究す る。これは、モデルがあって、それを模倣 していけば発展していくんだ、成功してい くんだという、そういうあり方ではない。 つまり、画一的な成功事例がたくさん世の 中に横展開されるのではなくて、その人、 その地、そのテーマにふさわしい、らしさ。 これは言いかえると、その人らしいスタイ ル、その地域らしいスタイル、ということ かもしれませんが、そういうふうに展開し ていかなければいけないと思っています。

これは、最近よく使われる多様性とい う考え方にもつながっていきますし、1人 1人、あるいは1つ1つの個性、というこ との重視ということにもなります。今日の テーマである労働者協同組合も、実は分 かったようで分かんない。大高先生も、何 度聞いても結局難しいって話がありました けれども、なぜ難しくしてるのか。たとえ ば、労働者協同組合は労働者の協同組合な んですね。ところが生協は、消費生活協同 組合ですよね。消費生活者ではないですよ ね。農業協同組合も、農業者協同組合では なくて、農業協同組合。なぜ労働者協同組 合だけが「者」なのか。私はわかりません。 あえて言うと、法律上は労働者がどういう 形で協同するのが労働者協同組合かと規定 してくるわけですが、やっぱり法律だけで 表現できない、法律を超えて考えていかな きゃいけない。おそらく、労働とは何か、 そして労働者が協同するっていうことと、 労働を協同化するっていうのは、よく似た 言葉なんだけど、私は決定的に違うような 気がしています。いずれにしても、そもそ もを考えることを、この労協法なり、私た ちの取り組みのなかから1つ1つ問いを立 てて取り組んでいます。

もう1つ、京大の藤原辰史さんと1年ほど 前に対談させてもらったときに、非常に強 烈に感じたことなんですけれども。やっえば り私たちの社会の発展というのは、絶えず 物事を作り出すというべクトルで動い理というのは、生命の原理や地球の原理というのは、作っては壊し作っては壊し言うと、壊れるというところから始まっこテそ協同を考えると、私たちは、コミュニティを協しすると、まず今のあり様をしまず今のあり様を一旦ほどいて編み直ったり、今のあり様を一旦ほどいます。と考えています。 ここからが、京丹後の話です。京都府の 北、人口5万人ぐらい、京都に海があるっ ていうことを、関東のほうに行けば行くほ ど知られてないと痛切に感じます。人口5 万人ちょっとと言いましたけれども、ご多 分に漏れず、2045年には3万人ちょっと まで減るという推定もされていて、併せで まで減るという構造的に進むかを捉えなが ら、人口減少や高齢化の課題を、地域のあ り方の課題と捉えて政策を展開しようとし ているという特徴がある。

そのなかで、京丹後市と労働者協同組合 が接点を持てた最大の共通テーマは、小規 模多機能自治という考え方でした。この小 規模多機能自治というのは、もう1度、地 域コミュニティを形成していこう、あるい は行政のあり方を変革していこうという、 自治体の方々が中心になってネットワーク 化をして推進している取り組みです。京都 府内の自治体は残念ながら、たぶん2か所 ぐらいだと思います。長岡京市と京丹後市 ぐらいしか入っていません。兵庫県は、神 戸市とか名だたる大きな自治体から小さな 自治体まで20ぐらい入っています。都道 府県で温度差がありますけども、要は、様々 な地域組織、たとえば自治会とか、消防団 とか、いろいろな地域組織があるわけです が、どこでも役員がほとんど同じで、もう 一緒にしてしまったほうがいいんじゃない か。統合していきましょうっていうのが大 きな考え方。もう1つは、古い伝統的な共 同体っていうのは世帯を単位に構成されて るわけですが、小規模多機能の考え方は、 これは協同組合とすごく親和性が高いと思 いますが、1世帯1票ではなくて、1人1 票という考え方で、みんなで地域を運営し ていきましょう、というマインドを目指し ている。京丹後市も、これを新たな地域コ

ミュニティというネーミングをしています。 京丹後市はもう一方で、コミュニティビ ジネス応援条例を平成26年に作っていま して、コミュニティをもう1回編み直して いくという作業と、それに事業もくっつけ てやりましょうということで、労働者協同 組合法の動きも受けて、地域課題の解決を 仕事にできる新しい選択肢を作っている。 これが唯一絶対っていうわけではありませ ん。新しい選択肢の1つとして、ワーカー ズコープを位置づけてみようということ。 それから、暮らしの現場から仕事を作り出 す。だから、暮らし発っていうことですね。 さっきの地域課題にも通じますけれども、 そういうことをやろうとしたときの、仕組 みの1つとして労働者協同組合を位置づけ て取り組みが始まってきた。

ここで、そもそもコミュニティっていうも のを、どう考えたらいいかということを挟 んでおきたいと思いますが、京大の広井良 典さんが、『コミュニティを問い直す』と いう本のなかで定義づけられていますが、 もう一方で、京大の総長をやられた山極壽 一先生が、5年くらい前に、来ていただい て講演をされたときに言われたことが、私 にとってはコミュニティを考えるときの ベースになっています。それは何かという と、もともと人類がアフリカで誕生して全 世界に広がってきたわけですけれども、人 間という生き物は他の動物に比べて圧倒的 に弱い生き物だったということですね。弱 いが故にコミュニティが必要だった。つま り、何か私たちはコミュニティというと、 イコール人間どうしの関係、人間どうしの コミュニケーションに重点がいくわけで す。それが上手くやれないからコミュ障と 言ってみたり、コミュニティのなかに存在 し得ない、みたいな議論になっていくわけ ですね。ところが、山極先生の話というの

は、外との関係、つまり外で人間を食べよ うとする動物がいる、あるいは自然環境で 瞬く間に人間の生存がおびやかされる。そ ういうことをどうやって回避するかを主要 な目的としてコミュニティは出来たと考え られます。つまり、内向きの同種の関係性 の話ではなくて、外に対する対抗的で防衛 的なあり方としてコミュニティを捉えてい る。一定の結びつきがなければそれは機能 しませんから、どこで結び目を持っていた かというと、ともに食べると、ともに育て る。この2つが、人間という生き物、人間 のコミュニティの最も典型的で最大の特 徴、とおっしゃっています。ということは、 私たちの協同、あるいは私たちの協同組合 というのも、どんな分野であっても、ある いはどんなテーマであったとしても、とも に食べる、ともに育てるという機能がビル トインされているかどうかが、けっこう大 事なことなんですね。そこにしっかりつな がっていっているという事実、実感がある かどうかっていうのは、きわめて大事なこ となのではないかと思います。

もう一方で、コミュニティの問題がどう して取沙汰されるかっていうことで言う と、まさにコミュニティが崩壊をしてきた 歴史ということだと思います。コミュニ ティと言っても、家庭もコミュニティです し、私の実感で言うと戦後の学校教育では、 学校という場所もかなりコミュニティ性を 持っていた。会社も同志的あるいは家族的 なコミュニティ性を持っていた。いろいろ な形で機能していたあらゆるコミュニティ が、一気に崩壊過程をたどってきた。しか も、同時並行ではなく時差を伴った。人口 の移動とか偏重ということ。これが持って る最大の意味は、人口構造、厳密に言うと、 子どもがいてお父さんお母さんがいて、お 祖父ちゃんお祖母ちゃんがいるという。こ

れが人間という生き物の最大の特徴なわけ ですけれども、その構造が人口移動によっ て崩れたっていうこと。それは人間のコ ミュニティに及ぼす影響が、すごく大き かったのではないかと思います。そうやっ てコミュニティが変遷していくのと、それ に対応する形で社会保障の制度は誕生して きた。やや大括りで言うと、これからのコ ミュニティや、これからの協同組合を考え ようとしたときに、少なくとも日本社会が どういう変遷を経て今日に至っているのか を考えると、私はこの150年、特に明治以 降の社会が、どういう基本コンセプトで作 られてきたか、ある意味そこから反転する ようなイメージを持って捉えておく必要が あるのはないか。特に、工業化、画一化、 都市化、この3つにほぼ収れんされると思 います。

先ほども言いましたが、支援型の組織や 目的型の組織、属性型の組織が地域のなか にあって、これを1つの地域運営組織にし ていきましょう、というのが小規模多機能 自治であり、新たな地域コミュニティづら りのベースにある考え方と言っていいだろ うと思います。これを労働者協同組合、あ るいは労働者協同組合が追求してきた働き るいは労働とどういう親和性を持ってる のかをお話しつつ、実践報告にしたいと思 います。

まず、似たような言葉をいろいろ使うので、使ってるほうも混乱するのですが、労働者協同組合というのは組織の形態を表しています。この特徴は何かというと、それを構成する人々イコール組合員ですけれども、組合員が協同の関係で職場コミュニティを創造するということと、良い仕事を実現する、これら2つを目的とする組織です。一方で、協同労働というのは何かというと、これは働き方、働く形態ですよね。

言い換えると、協同の関係を地域やコミュ ニティづくりに結んでいく。つまり、働く という行為を地域づくりやコミュニティづ くりに結んでいく、これが協同労働ではな いかと思っています。したがって、みんな の多様な働きを仕事にしていきましょう。 それでコミュニティや地域や社会をみんな で作っていきましょう、というコンセプト を掲げたのが労働者協同組合だと思いま す。労働者協同組合というと、労働者が協 力し合って一緒に働く、というイメージに 閉ざされがちですけれども、先ほどの大高 先生の話もそうですし、前回の学習会でも お話したように、持続可能で活力ある地域 社会であったり、多様な就労機会を地域の なかで作っていく、絶えず地域のなかに何 を起こすかを主要な目的として持った協同 組合という特徴があります。したがって、 これまでの協同組合と原理的に違うのは、 組合員の共益ということに重きがあるのか というと、共益はたしかに協力し合って働 くっていうことで重視されていますが、も う一方で、生み出す仕事は組合員のためと いうよりは、地域のため、持続可能性のた めということですから、きわめて公共性、 公益性が高い、共益と公益が掛け合わさっ ている特徴を持った協同組合の原理である と言えます。

さて、京丹後は昨年度、労働者協同組合に関する研修会をやったり相談会を行いました。取り組みとしてはすごく遅かったのですが、昨年10月にようやく1回目の研修会が行われて、2回目が12月、そして3回目は個別の相談会ということで2月というように、下期に集中しています。どういうふうにやったらいいか、という議論が前半あって、全戸にチラシを広報と一緒に配っていただいたのですが、その結果、

リアルが37人、オンラインが20人ですか ら、概ね60人ぐらい。これが5万人の町 で多いか少ないかっていうのは評価の分か れるところだと思いますけども、体感的に 言うと、結構人が集まったなという感じが しました。感想も、研修会全体の内容が、 よく分かった、分かった、で9割ぐらいだっ たり、あるいは協同労働への興味というと ころも8割は完全に超えた数字になってい たり。具体的に労働者協同組合の法人を作 るというのは少ないですけれども、それで も、この1回目の段階で4人の方が検討し たいとか、作りたいとか言っていただいた。 もう1つ言うと、移住してきた人とか、地 域おこし協力隊に入ってる人とかも参加さ れていた。そのなかには、むしろこの地域 にみんなが気づいていない、こういう魅力 がある、これを仕事にできないか、という 声も少数ですけどもあったりもして、分野 の入り口としても、相当多岐にわたってる なという印象を持ちました。

第2回では、小規模多機能自治のモデルに指定されてる地域の報告会をやって、それと併せて労働者協同組合の話をしてやりうことで、新コミュの推進大会としたが、82人の参加がありました。会場が1回目より狭く、会場から人が溢れります。アンケートの結果も、協同労働の地域づくりについて、参考になった、が多数を占めたり、協同労働の考え方についての興味も、1回目と同じく高かったり。労働者協同組合の設立は、1回目よりちょっと増えました。

これを受けて3回目、矢継ぎ早だったんですが、協同労働の個別相談会ということで、1回目、2回目いろいろ見聞きして、ぜひ立ち上げの相談に乗ってほしい、まだ立ち上げまで行かないけれども、ちょっと

今悩んでることを聞いてほしい、という相 談会を2日間行いました。相談会を通して 分かったことは、自分たちの住む地域課題 の大きさは、ほぼみんな実感してるわけで すよね。当然、課題解決していきたいとい うことですが、当然1人で出来ないものだ から、今いる仲間でやろうということと、 それ以上に仲間を増やしてやらないと、と いう思いが非常に強くあったということで すね。それから一部の人たちのなかに意見 として出たのは、先ほど世帯1票から1人 1票っていう原理の違いについて話をしま したが、そこにすごく反応した方もおられ ました。はっきり言うと、それは女性の方 たちです。女性の声、女性の力をもっと地 域づくりに生かすべきだということとダイ レクトに直結して、女性たちが立ち上がる 手段として、仕組みとして、協同労働を考 えてみたいということもありました。

一つ一つ紹介できないのですが、たとえ ばモデル地域の事例として、自治会が地区 で不動産を持っていて、それを貸し出して 収入にしたり、公園の維持管理を事業化し たり、みたいなことは既にやられていまし た。そこから出てたのは、女性や子どもを 含むアンケートでは役員会では出ていな かった、子どもというテーマが圧倒的に多 かった。それだけギャップがあるというこ とに気づいた。だから女性の声だとか、こ この場合は中学生までアンケートを取って るのですが、そういう女性や子どもたちの 声もしっかり地域づくりのなかで生かして 取り上げよう、ということです。特に行政 合併して、子どもたちは、車やバスで通っ ている。私なんか、小学校時代の最大の人 生の教訓は帰りの道草だと思っているので すが、そういう時間がすっかり奪われてい る。放課後の学びの場だとか、体験の場を自 治会の事業としてやれないかと感じました。

別のモデル地域のところですが、既に移 住者も入って、けっこう頑張って実績が出 始めているところがあります。これをもう ちょっと活性化・持続化していくために、 労働者協同組合の仕組みが使えないか。そ れから、耕作放棄された農地が全国にあり ますよね。それ自身も問題なんだけども、 草刈りが出来なくなるっていうこと。まっ たく逆のロジックなんですけど、草刈りが できないから農業ができない、という人た ちが相当おられるわけです。そこを何とか 自治会としてやれないか、ということで草 刈り隊を結成してやろうということもあり ました。草刈りから作っていくコミュニ ティづくりは、多くの人たちを巻き込み、 教育的な価値を付与したり、いろいろな可 能性がきっと出てくると思っています。

あとは、ほんとに頑張ってるおばちゃん たちのグループで、よくある話ですが、お ばさんは地域のおじさんたちから疎まれ るっていうケースですね。一定の事業成果 が出たりもしているので、さっきの例と同 じですけれども、これをどうやって、持続 可能にしていくかという課題もあります。 あと、このあとコメントされる東田さんの ところと関係がある話ですけれども、地域 の話というよりは、風力発電のことが地域 内でも議論に出ているなかで、やっぱり女 性が声を挙げにくい。じゃあ声を挙げるだ けじゃなくて、どう考えていったらいいの かということで、もっと山のことを知るた めの活動とか、そこにどうやって多くの人 たちが参加できるような仕掛けができる か、という講座をやってみたらどうかなど、 話をしていたところです。

唯一、移住者の方々の事例で、地域おこ し協力隊で移ってきた若者が、海がきれい で来たんだけれども、最近ほんとに海がひ どい状況。プラスチック、ペットボトルで すね。ほんとにひどい状況だということで、ボランティア活動として子どもたちにも呼び掛けて、けっこう大規模にやられてるんですけれども、拾ったペットボトルをプレもう1回くっつけ直して、いろいろなやしているのですが、なかなか継続性が見出でない。そこで、たとえば地元の高等学校の工業科があるところから一緒に運動にないました。

これからがいよいよ、本当に立ち上がる かどうかという正念場の1年なんですが、 人口5万3000人で、7グループ相談に来 ました。この数をどう見るかっていうこと ですが、私は、さっきから言ってるように、 多く来たな、と思ったのですが、それはあ くまでも印象なので、数字に置き換えてみ ます。日本の人口約1億2000万人に換算 すると、1万5000件来たっていうことに 匹敵するわけですよね。労協法が通って、 我々の本部への問い合わせが、今200件く らいです。ということは、まったくまだま だ知られていない。つまり全戸配布的な告 知をすれば、それぐらい潜在的に、全部立 ち上がるわけじゃありませんけれども、つ ながれる可能性があるということを感じま した。今年度ですけれども、見えてきた課 題ということで、とにかくまだまだ発信を しなきゃいけない。これがまず前提にある ということです。その上で、昨年と同じよ うなことをやっていくのですが、一番の大 きな違いは、今年度は同じように全体の研 修会、あるいは個別相談会もやるのです が、緩いオンラインのカフェを毎月1回ず つぐらいやりながら立ち上げを支援するこ とと、最大の違いは、立ち上がろうとする 団体に補助金を出すと京丹後市は決めまし

た。これは、広島市も同じような仕組みを7年前からやっているのですが、立ち上がる団体は当然、協同労働の原理で立ち上がりますので、まずみんながお金を出し合う、出資をする、いうことから出発します。その額と同額を市が補助する、という仕組みです。広島市の場合は、上限100万で一回限りですけど、京丹後市の場合は上限は30万ですけども3年間続けて出す、という仕組みです。

まとめますけれども、そういう形で、新のという大きな協同組で、大きないのツールの1つに労働者協同組で動産をないか、ということで1年や、たっと広げてみると、たっと広げてみないからないですると、たったが大きないが、自殺者が人口比が、もられている。ですね。そういう自殺ないからもしている。ですればというのは、今日ませんにもいる。というのもは紹介しませんが多いの問題があり、かつ問題があり、かの問題があり、かの問題があり、かの問題があり、かつ問題があり、かついる人が多い可能性の地域とも言えるだろう。

てるテーマがある。例えば、防災とか子育 てとかジェンダーですね。これらは、これらのコミュニティづくりのキーワーでのと思います。特に、子育ていいと思います。特に、子育したけれいた。 とも、決定的に子どもたちの学びや育ちしているり方を、そもそもから考え直していと思いますし、との中の1つの潮流になるうことは、世の中の1つの流れと協同、ットいると思いますし、どのようにコミットのようになっていると感じています。

最後になりますが、法律が出来ていろいるな可能性、まだまだ私たちも分かっていないことがたくさんあります。これからのネットワークづくり、ということで、思いるでお伝えできればと思いるでお伝えできればと思いまけれども、最初に申し上げた明治以来の時れども、反面教師としたネットワークを真剣になって編み出していかなうけない。そういう問題意識を持っておけない。そこに協同労働という仕組みが、どう連動できるかですね。

やや反省を込めて20世紀の社会運動、これは協同組合運動も含んでいるのできまが、それが持っていた限界とまではいまれていたではなりに反省しているのですが、反ばは高いでは意味がありません。そうとはでは意味がありません。そうととがあり方をどう作っているかでくるかっては超同の文化とというもしてというないということと、ほぼイコールであるでは協同ないのではあいということと、ほぼイコールであるでは協同ないのではあいということと、ほぼイコールであるでは協同を込めにはあるである。

ると言えるのではないか。それは、誰かが 作ってくれるわけではなくて、自分たちで 作るんだという、そこにもまた協同組合性 というものが重なってくると思います。こ のあたり、後ほど議論できればということ で、私の話は終わりにさせていただきます。 どうもありがとうございました。

# ■□ 第3部 ディスカッション

コーディネーター 青木 美紗 奈良女子大学

基調講演者 大高 研道 明治大学

実践報告者 古村 伸宏 日本労働者協同組合連合会 理事長

上村 俊雄 企業組合労協センター事業団 但馬地域福祉事業所

コメンテーター 細川 孝 龍谷大学

東田 一馬 京丹後市大宮地区 つねよし百貨店代表

【北川】それでは、予定の時間がまいりましたので第3部、全体的なディスカッションのほうに入りたいと思います。ここから最後までの進行は、本研究所の理事及び研究員を務めておられます奈良女子大学の青木先生のほうにお願いしています。では、よろしくお願いいたします。

【青木】皆さん、こんにちは。北川先生のほうからバトンをのけましてディコリョンのコーターを担きす、奈良女子大学の



青木です。よろしくお願いします。

労働者協同組合法が2020年12月に採択され、今年施行されるということで、協同労働について協同組合関係者で考えようということから、今回のシンポジウムの企画が始まりました。私自身も生活協同組合や農業協同組合のほうでいろいろ活動させていただいているのですが、そのなかで協同労働や労働者協同組合に関心があるという声を聞きます。ですけど、大高先生もおっしゃられたように、「わかるようでわからない」という反応が多いです。ですので、みんなでちゃんと協同労働っていうのが何

かっていうことを認識して、協同組合のなかで広げていくっていうことがすごく大事なんじゃないかなと考えているところです。

大高先生のほうからは協同労働につい て、基本原理である組合員の出資、利用(労 働)、運営について、また組合員自らが事 業に従事し当事者意識が必要だといった重 要なところを理論的にまとめていただいた と思います。それを踏まえまして、実際に どのような活動事例があるのかということ で、上村さんのほうからは若者サポートス テーションの事例について、具体的にどう いう形で展開してきたのかということ、働 く側は自分たちで生み出す場なんだと、そ ういう実感を得て当事者意識の重要性をお 話いただきました。2つ目の事例としまし ては、古村さんのほうから、今の社会を鑑 みながら、私たちがこれからどういうふう に地域コミュニティを創っていくことが必 要なのかという視点で、協同労働の重要性 をお話ししていただけたかと思います。

これらのお話を踏まえまして、コメンテーターのお二方に10分ずつ、各ご報告に対するコメントのほういただきます。まず1人目のコメンテーターとして、龍谷大学の細川孝先生にお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

【細川】龍谷大学の 細川と申します。よ あしくお願い ない本研究所の 企画委員を担当さい でいただいておりま す。私は大学を卒ま してから4年間労働



金庫連合会で勤務しておりましたので協同 組合に関心を持ち続けていますが、特に協 同組合のことに詳しいわけではありませ ん。むしろ、「多様な経営」というような 観点で現実の企業・経営を捉えていきたい というふうに思って研究しております。そ の点で、今日は貴重な機会を与えていただ いたというふうに思っています。個々のご 報告についてのコメントということではな くて、全体的な内容に対する発言として述 べさせていただきます。

基本的な立場は、労働者協同組合法という法律の制定はとても貴重だというふうに思います。それから、テーマにもなっている協同労働による地域づくり、これにもとても期待をしています。その上で2点の問題について、もう少し掘り下げてみたいという関心から述べさせていただきます。

1点目は、制度と実態の問題です。新 動度ができたとはもちろん重要 おのですが、協同労働はすでに様々な企いう なのですが、協同労働はすでにきたという。 おきでもやられてきたきえたという。 を考えると、法律の制定です。余談協同というなあということにすけどもないはです。 のまずが、協同社らしくない株式会に同組社 もあれば、学校法しているとというでするいたいずれていることが多いわけでいる はだいたいずれていることが多いわけでいる。 株式会社らしない株式会社にいるするは、 私はいい株式会社だというふうには 思っていますが。結局のところ経営のあり 様をどうするかということが大事であっ て、理念に相応しい経営のあり方をどう追 求するかということだというふうに思って います。このことは古村さんが事前に打ち 合わせのときにも強調されていて、問題意 識としては共有されていると思います。だ から、協同労働を具体的にどう実践してい くかというときには、まさしく経営の問題 があって、ここをもう少し掘り下げていた だけると、すっと腑に落ちるんじゃないの かなあと思うのです。協同労働がよくわか らないという疑問なりは、言い換えるとど ういう経営をするのかが見えにくいという 問題ではないのかなあと私は受け止めてお ります。

それから、2点目は地域づくりとの関わ りでの問題です。ちょっと別の話になりま すが、2010年に閣議決定された中小企業 憲章なんかでいくと、「国家の財産」とい うような表現で、中小企業が地域に非常に 大きな貢献を果たしているということを強 調されています。それから、協同組合に関 しても協同組合間協同ということで、様々 な形ですでに実践をされています。そうい うなかで、協同労働がこれから地域づくり でどういうふうな役割を果たしていくのか ということです。新しい法律のなかで地域 の課題解決を非常に重視されているという ことで、これはほんとに今回の法律の趣旨 に叶っている点だというふうに思います。 ただ、地域づくりっていうのは労働者協同 組合、あるいは協同労働だけでできるので はなくて、様々な主体が参加することでで きるものですから、そういう点からいくと、 これからどういうビジョンを描いているの かということです。今日のお話をお聞きし て、特に印象的だったのは、やはり京丹後 市の積極的な関わりということだと思いま

す。地域の課題解決を考えた場合に、やっぱり行政の役割というのは非常に大きいと 思いますから、何故、京丹後市がこれほど 積極的なのか、そこは是非、具体的にお答 えいただけたらなあと思います。また、そ れ以外のところで行政との関係が非常にう まくいっている事例や、今後展開できそう な事例あれば教えていただきたいと思います。

私はやっぱり、株式会社を含む多様な経済主体が協力関係を作っていく時代が到来していると思っています。そのなかで労働者協同組合、協同労働が一層価値を持つものとして存在するためのビジョンと言いますか、展望と言いますか、お三方にそれぞれの立場からお聞かせ願えたら有り難いかなあと思います。私からは以上です。

【青木】細川先生、ありがとうございました。 恐らく、今日参加してくださっている方々 でも、経営の部分がよくわからないので知 りたいなあっていうふうに思ってらっしゃ る方、結構おられるんじゃないかなあと思 うので、また東田さんのコメントを先にい ただいて、まとめて登壇者の方に回答お願 いします。そしたら東田さん、まずコメントお願いしてよろしいでしょうか?

【東田】つねよし百 貨店の東田と申しま す。法制度に関して は細川先生のほうに おっしゃっていただ いて、恐らく私のは と で は実践者の立場と いうことで皆さんと



共有できるようなお話ができればなと思っております。

つねよし百貨店というのは、先ほど古村さんも取り上げていた京丹後市という京都

の北部のもう海におっこちそうなところに ある、ほんとに小さな400人ぐらいの村に 1軒だけある日本で1番小さな百貨店とい うことで運営させていただいております。 元々常吉村にあったことから「つねよし百 貨店 | というのですが、人口800人以上い て賑わっていたところから20数年、百貨 店ができて25年経って、今、かなり寂し いところになってしまいました。地域に1 軒だけある百貨店ということで、生協が皆 さんから生協さん・生協さんって呼ばれる のと同じように、地域の皆さんに頼られて いて「百貨店さん」って呼ばれています。 なんでも頼れるからということで、地域の 方からはすごくありがたがっていただいて おります。

私自身は実は移住者で、百貨店のある常 吉に来て10数年しかまだたっていないの ですが、地域の人々の暮らしに寄り添って きた経験を踏まえて今日のお話を聞かして いただきました。まず、大高先生のお話で は協同労働という説明の中でちょっと感じ たこととしては、協同労働という形でみん なで継続していくことの難しさです。つね よし百貨店の前身に常吉村営百貨店って いう地域の皆さん33人の方々が出資者に なって地域の自分たちの困りごとは行政や 皆さんに頼るのではなく、自分たちの困り ごとは自分たちでなんとかしようというこ とで始められました。皆さんが一緒に頑張 るというところで15年間続けてきて、時 代の流れとともに解散して、そのあとを受 けて私のほうで小さなグループでチャレン ジつねよし百貨店実行委員会を作って継が していただいております。その中で、主体 者になって当事者意識を持ってやっていく というところは難しく、すごい悩みだなと 思っています。

それと、私が継承して10年になります

が、25年ほど続けられていることの要因 として、場所を持っているということがす ごく重要なんだなと思っています。その集 まる場所の有り難さみたいなのが、私のな かではテーマとなっています。また、多世 代の人たちが集まる多様性というのは、今 の百貨店を続けていくなかで成長のためと いうよりは、ずっと続けていく持続性のた めにはすごい大事なんだなと実感しており ます。地域づくりにおける百貨店の役割と いうことを考えた時に、やっぱり人だと 思っていて、地域の人が減っても、やっぱ りゴールはそこで暮らす人々の豊かな暮ら しをいかに百貨店は守るか、一緒に豊かな 暮らしを作っていけるのかという点で、協 同労働のお話で感じました。

居場所という役割について百貨店は、古 村さんのおっしゃったコミュニティーとい うすごく大きな役割を持っていると感じて います。そのコミュニティーってやっぱり 必要性があるからみんなが集まって来てく れる。お店として暮らしを支えるというと ころから、食べるっていうところの役割 があるからこそみんな集まって来てくれ る。やっぱりお年寄りの方とか、家にずっ といても誰も話さないで過ごすみたいな状 況だったなか、百貨店に行ったら誰かに会 えて、誰かと繋がれるっていうのは大きな 役割なのかなあと。食べるっていうことで あったり、楽しめるであったり、誰かに 会えるとか、そういったことがコミュニ ティーとは?を考える1つのヒントなの かなって思いました。

【青木】ありがとうございました。因みに、今、つねよし百貨店というのは、どういう感じで経営をされてるのかも教えていただけますか。

【東田】元々常吉村営百貨店っていうのは、 実は地域の方が出資されてた有限会社だったのが、そのあと15年たって代表の方が 病気で閉店したのですが、法人化できずに みなし法人の形でそのあと9年間やって、 みなし法人の形でそのあと9年間やって、 ました。コロナの感染対策が始まって、 なし法人って法人でも個人事業でもない たで、持続化給付金とかも対象外になった。 大打撃を受けました。人口も できてることもあり、去年、個人事業にか てきてることもあり、なので、有限会社が らみなし法人になって、今は個人事業で らみなして形です。

【青木】なるほど、わかりました。ありがくとうございます。では、細川先生からのほうがあったと思うので、そちらのほうからまず登壇者の方に回答していただ目を思います。1点目が、労働者協同、労働者協同、労働者協力ないと思います。1点目が、労働者協力ないと思います。1点目が、労働者協力ないがどうのがどうのがとり、理念に相応しい経営というのは、であるとすが必要なのか、その辺場の方で感じているのとならないます。

【上村】実態を作っ ていくのは、現場を 知合員がどう経営に 参加をしていくかが 大事で、これはやり ながら作っていなか が大きいです。なの ば、 私たちの場合は



基本的に、積極的に情報公開することを重視し、月に1回会議を行っています。そこではすべての数字を全組合員に共有して、

今の経営状況等がどうであるのかを、お互 い報告し合いながら確認します。それを受 けて、当然、次の事業をどうやっていく かっていうところも考えないといけないの で、今後の事業の方針とか、今の経営を受 けてどう考えるかを全員で話し合って事業 計画を作り、次の年度に向けて作成した事 業計画で事業を推進していくという流れを 作ります。たとえば地域課題に関わったと きに、解決するための仕事であるとか、仕 組みができないかと全員で提案もしながら 考えていきます。このようにして、全員が 経営に参加するという思いを共有していき ますが、実際は勿論すごく難しいですし、 一部の組合員が報告するみたいな感じのと ころがどうしても強くなりますが、それで も、みんなで参加して、みんなで数字を考 えて、みんなで経営するというのをずっと やり続けることが、制度の実態に沿わせて いくためには必要になると思って実践して います。

**【青木**】ありがとうございます。古村さん、何か補足ありますでしょうか?

【古村】要するに組合員が全員主人公なので、この組合の経営に関する情報はまずみんな知っている状態を絶対的に担保しましょうといいままを



やるとか、給料をいくらにするかとか、今年何を買うかとか、事業に関することは予算も含めて話し合いで全部決めましょうということです。これを全組合員経営と言って取り組んできました。もう一方で経営と言ったときに、外部からどのような経営と

して捉えられるのかというのも大事で、積 極的に地域からの資金調達というのも実は やっています。これを法律が施行されると ともに本格的に取り組まなければという思 いがあります。これまでは法制度がなかっ たので、お金も貸してくれませんし信用の 保証もないので、自力でやって、赤字のと きは増資してなんとか埋めてみたいなこと を繰り返してきました。しかも、事業で利 益上がったら分けずに、なるべく残してと いう経験を沢山やってきたんですけれど も、一方で地域で必要とされている仕事を 作ろうとすればするほど、それをやりたい と言う人たちが出資するだけじゃなくて、 それが地域に必要だっていう人たちにも協 賛金とか、いろんな仕組みを使って積極的 に拠出してもらうことになります。そのた めには、どういう事業をやるかって全部伝 える必要があります。こういうのを社会連 帯経営と呼んでやってるんですが、もう少 し労金さんとか信金さんといった協同組織 の金融機関と協同で地域での仕事を興して いき一緒に仕事ができる状況を新たに作っ ていくことに取り組む必要があると感じて います。しかも、まだあまり前例のないよ うな仕事を始めるときに、信金さんから形 は融資してもらうんだけども、一緒に経営 も考えてもらい、一緒に経営を成り立たせ るために協力し合うということをやろうと しています。

【青木】資金に関することも協同組合間協同を作っていくっていうことに考えてらっしゃるのかなというような印象を持ちました。大高先生、いかがでしょうか?

【大高】 理念を別の言葉にすると、たとえばつねよし百貨店の場合は十訓というものがあって、ワーカーズもワーカーズ原則を

独自に持ってるんですね。協同組合も国際 的な協同組合組織である ICA の協同組合 原則があります。実は、その原則を持って ることってすごく大事なことだと思うんで すよね。実践で悩んだり、迷路に入り込ん でしまったときにふと、原則や十訓をみて、 あっと気づいて、軌道修正とか、自分たち のやってることって実はここにもうすでに 書いてあるじゃないかって確認するような 経験を現場ではたくさんしていると思いま す。そういう意味では、理念というのは理 想とかユートピアではなくて、自分たちの 実践から生み出された言葉であり、かつそ の言葉(理念)が自分たちの行動を後押し してくれるという側面があります。そこが、 つねよし百貨店やワーカーズの実践のなか で大事な部分なのではないでしょうか。

法人格についてですが、私もどのような 形態でもよいと考えています。あまりこだ わっていません。地域づくりはいろいろな 団体が協力するべきですし、協同組合が社 会を全部変えていくみたいな協同組合主義 的な発想は持っていません。ただし、重要 なアクターであることは間違いないです。 では、その固有の役割は何なのかというと ころを、もう1度問い直してみる場がこの ような研究会だと思うんです。ワーカーズ に即せば、これまでは NPO 法人、企業組 合、任意団体の3つの組織形態を採用して きました。特に2003年に指定管理者制度 ができて、公共的なサービスを運営するた めに NPO の法人格をとりました。しかし、 NPO 法人は出資ができません。私は、主 体者意識を持つという意味で出資すること がすごく大事なことだと思っています。

ワーカーズのもう1つの特徴は、地域の 暮らしの現実と仕事を切り離さない経営で す。お金を儲けるというか、経営を安定さ せるということはとても大事なことなので すが、つねに地域の暮らしのニーズに応える仕事をどういうふうに起こしていくのかがベースにあります。どちらが先ということではないのですが、先ほどの思想・原則ともかかわりますが、常に立ち返る場所を確認することが大切で、その意味でも目的が第一条で明確に定められているこの法律ができたことの意義は大きく、新しい仕事おこしや地域づくりの可能性の広がりに期待しています。

【青木】ありがとうございます。あと、労働者協同組合についてよく出てくる質問として、組合員が多くなればなるほど合意形成が難しくなってしまうので、適正規模はどれぐらいなのかということがあります。 実際、現場でされてる方々からって、感覚的にどんな感じなんでしょうか?

【上村】最初、私が組合に入ったときは、5、 6人ぐらいの規模でした。今は20人ぐら いになっていますが、意見がすぐにお互い 取りやすかったのはやはり、最初のころで はあります。しかし、先ほど東田さんから 多様性があるかどうかが持続性にとって大 事だっていう話があった通り、すぐにお互 い繋がりやすいですけど、意見が画一的に なりやすいのかなというのも同時に感じた ところがありました。今の大きさが適正っ て言ったらこれから成長しないでいいみた いな感じになるので、もっと多様性を増や していくほうがいいのかなとは思っていま す。ただ、福祉で障がい者等に関わる分野 から、山で木を切っていく林業みたいな業 種まで多岐にわたるので、お互いに経営報 告をし合っても、よくわからないみたいな ことも当然起こります。なかなか難しいと ころですが、もう少し大きいぐらいがいい のかなと思ってます。

【古村】まさにそういうことで、答えは一 筋縄で行かないんですけど、まず一人一人 が「みんなでやってるね」っていう実感が 持てるサイズというのは確かにあると思い ます。一般的に、だいたい 100 人から 150 人ぐらいしか仲間は覚えられないと言われ ますし。一方で労働者協同組合は事業をや らなきゃいけませんし、最低賃金も満たさ ないといけないっていう側面があるので、 設立は準則主義で簡単ですけど、経営は普 通の企業と同じように、あるいは、みんな で話し合ってやるから、より難しいという ふうにも言えるわけです。極端に言うと、 効率をあまり重視しないことが弱点なのか 長所なのかはまた微妙なところで、なんと も言えないんですが、一定のサイズがない と、組織としての黒字は難しいかなと…す べての事業が黒字となれば理想的ですけど も、地域課題を事業にするとなかなか黒字 にならないような事業も抱え込むことにな り、他の事業で黒字がないと全体に成り立 たないということになります。また、あん まり規模が小さいと多様性が薄れてしまう ので、いろんな人がいたほうが多様な見え 方があったり、いろんな可能性が生まれた りしますから、その意味で言うと、大きく なればなるほど豊かになっていくんじゃな いかっていうふうに思ってます。あとは、 一人一人が主体者としてそこにいる、いて いいというふうに思えるということなの で、当事者の意識にもかなり左右されるっ ていうことかなあと思います。

【青木】細川先生のほうから何か、追加はありますか?

【細川】先ほど月1回の会議というお話がありましたが、それは組合員としての立場なのか、あるいはそこに勤務する労働者と

しての立場の会議なのか教えていただけま すでしょうか?

【上村】組合員としての参加です。但馬の場合は組合員にはなってない方も1人いるのですが、そういう方はできるだけ参加できればというような感じにはなっていて、やはり組合員として組織運営をどうしていくのか、どう考えていくのかっていうところが強いかなとは思います。

【細川】ありがとうございます。あと、関連してなんですけども、法人単位での人数と事業所単位の人数っていう問題があると思うんですね。先ほど上村さんがおっしゃっていたようなことで事業内容がいくつかある場合、合意形成がそれはそれで難しいかと思うんですけど、その辺りはどういうふうに考えたらいいでしょうか?

【古村】おっしゃる通りで、まだ探求途上 なんですけど、上村君がいる組織は法人と いう単位で言うと、全国に事業所がある全 国法人なんですよね。なので、さっき話を したような事業所という最も基礎的なレベ ルの組織のところで、どこまで決定できる かというのは、全体のガバナンスのなかで どう位置づけるかってことで大きく左右さ れてくるというふうに思います。それは、 俯瞰して見ると、今のワーカーズはいわゆ る福祉とかケアの領域の仕事が多いので、 人が沢山住んでる地域でまず始まってるん ですよね。特に東京の実績が一番多くなっ ています。当然、東京の事業は比較的、対 自治体との仕事なんか黒字になりやすい一 方で、京丹後みたいなところで事業をやる と、利用者も少ないし採算も合わない。こ れを全体で成り立たせるために所得再分配 機能みたいなものが全国組織だから働いて

いるというふうにも言えます。だけど、全 国組織の中に埋没していると、一人一人が 地域をつくっていきましょうという主体性 が見えにくくなるという危険性もあるの で、その部分は法人をどう設計するかとい う問題でもあり、都道府県の単位でやろう という案も出ていて、いろいろこれから模 索していくことになるかなあというふうに 思います。で、もう1点、法律が制定され たことで一応監督するのは都道府県知事と なりますから、都道府県の側から見ると、 我が県の労協法人というふうに見るのか、 あくまでも本部が東京にあって、その出先 がたまたまあるって見るのかで、大きく異 なってくる可能性もあります。今後何年も かけて検討していくことになると思います。

【東田】すいません、規模だとか、質の担保のために多様性がすごい大事だっていうところはわかったんですが、つねよし百貨店はすごい小さい組織ながらも変形・編成してきた歴史があり、やはり時代背景や時間軸を関係するのかなと思います。特にです。地方では長くなってくると、関わっては長くなってくると、関わずでは長くなってくるの関係がギでいる人の顔が見えて、地域との関係がギでいる人のではる部分が出てきたりするっていうふうにあるべきと考えれるか、教えていただいてもいいですか?

【古村】おっしゃる話と、ちょっと私の問題意識が重なってるかどうかわからないんですけど、たとえば10人~15人の事業所が田舎の地域にあるとします。当然みんな平等で1人1票なんだけども、仕事やる上では役割分担するので、まとめ役の事業所長は誰にしましょうとなって一応決めるわけですよね。そして一旦決めると、その人

がずっと所長というパターン、結構あるん ですよね。つまり、フラットなんだけど、 パワーバランスはいつの間にか固定化して いくみたいなことが規模が小さい場合や選 択肢が少ないほどそうなってしまいがちで す。気づかないうちにすごく保守的になる 危険性も持ってるという気がしています。 ワーカーズコープの場合、意外と大事なこ とは法律の第1条の目的に、多様な就労機 会を創出するのが目的って書いてあるんで すよね。すなわち、10人で運営していれ ばそれで終わるんじゃなくて、11人、12 人、13人というふうに地域で多様にワー カーズコープで働く人たち、ワーカーズ コープを通じて働く機会を得る人たちを増 やしていかなきゃいけないということで す。そうなると、10人でやってる事業に 人が入ってくれば取り分が少なくなるわけ だから、一定何か仕事を増やすことになる し、そのときに全然違う仕事を広げて行く ならばメンバーの多様性が土台として重要 かなと…。ローカルなレベルでの持続性を 重視して、一方で多様な経済としての圏域 をちょっとずつ増やしていくというような ことは実際にやっていかなきゃいけないな あと思ってます。

【東田】すいません、ありがとうございます。 変化に対応していくことの重要性はよくわ かりました。

【青木】ありがとうございます。まだまだこの話が続きそうな気もしますけども、時間の都合もあるので、細川先生の2番目の質問のほうに移りたいと思います。京丹後のほうでは行政の前向きな関与があったっていうことですが、その背景と行政との関係性の構築をどういうふうにしてきたのか、この辺りはいかがでしょうか?

【上村】そうですね、行政との関係は一足 飛びに来たわけではないと思っていて、 2009年のときから関わりというのはずっ と続けてきました。その経過から生まれた もので、時間をかけて関係性を構築してき たことが積極性に繋がっていると思いま す。市役所だからこそ見えてくる地域の課 題はいっぱいあって、解決をしたいという 思いも持たれています。その部分に一緒に パートナーとして、といっても結局は委託 されるという形が多いですが、ときには私 たちのほうからいろんな事業を提案したり しながら、地域課題をどう解決していくの かを一緒に考えてきたという経過がありま す。あと、うちの場合は市長懇談みたいな 形で、トップである市長にどう伝えていく か、理解をしてもらいたいところも意識し ながらアプローチしてきました。現場レベ ルの話と同時に、よく出身者である古村さ んとかに来ていただいたりして、全国的な 観点としてどうこの地域の課題を解決して いくかという視点も入れてもらいつつ、将 来的なビジョンも一緒に共有してきたと 思っています。

【細川】最初のきっかけはなんだったのか 教えていただけますか。モデル地域とかそ ういう位置づけで始められたのか、古村さ んのご出身っていうことで関わり始められ たのか、その辺りはどうでしょうか?

【古村】モデルというのは、京丹後市がやってる小規模多機能自治のモデル地域の話で、労働者協同組合の事業モデルという意味じゃないんですけど。きっかけは端的に言うと、リーマンショックでした。生活困窮者と呼ばれる人たちが社会に急増する中で、国のモデル事業に京丹後市が手を挙げたんですね。その情報を知って、たまたま

出身地なので関西の人たちに、ちょっと1 回役所に行ってみたらというので繋がった のが最初のきっかけということなんです。 その困窮者のモデル事業の受託団体になっ たわけじゃなくて、京丹後市が一先ず直営 でやるという方法で、そのアドバイザーと してワーカーズコープが業務委託を受ける という形態でした。ワーカーズコープが全 国で若者サポートステーションとか、生活 保護受給者の自立支援だとか、かなり近い 仕事を全国的にたくさん実績として持って たって、アドバイスしてほしいっていう ことから始まり、2年たってプレイヤーに なってほしいっていう流れでした。

【青木】ありがとうございました。そしたら、 細川先生の3つ目の質問で、協同労働の意 義についてということでよろしいでしょうか?

【細川】今後どういうビジョンというのでしょうか、どういう展開をされようとしといるのかということをお聞きできればののかという面では行政も1つのもは行政もできる。公共という面でとう考えておらて、その関係をどう考えで地域のか。市役所は市役所レベルで地域のよく指しであるがであるがであるがである。今望はいうふうな形での展開・発展を見られているのかということ思うんですけど、どうはいるがというないと思います。

【上村】そうですね、これまでも大事にしてきたところではありますけど、私たちもプレイヤーの1人として関わっていくなかでいろんな方に出会い、その人たちからもいろんな地域課題も聞きますし、行政とも

連携してやっているので、行政の問題意識 みたいなものも当然聞いています。それら にどう対応していくかですが、結果的には その自治体の事業を受けるという形で事業 を展開はしていきますが、その手前の段階 として、私たちの課題意識みたいなところ を、こういう事業が必要ではないかとか、 こういう解決を一緒にできるのではないか みたいなところを提案してきました。当然、 それぞれの視点から見えるものが違うの で、そこをすり合わせるとしたら、一緒に 何かを実践していくということが1番わか りやすいのかなと思っています。協同する ことを大事にしていこうと思っています。 豊岡市ですと、自然をどう活用するかって いうのは強く意識されているので、それを 生かして地域の資源を使ってどう人々の成 長みたいなところに関わっていけるかみた いなところも合わせて考えていけたらいい なというふうには思っています。

【古村】労働者協同組合とその法律を使っ てということを前提に考えると、大きく2 つあります。1つは労働者協同組合を多く の人たちが作り出していくというのはどう いう意味があるかっていうことを、もう少 し我々なりに考えながら広げて行きたいな あと思っています。一言で言うと、自分た ちでやるというマインドを社会に広げてい くという意味があると思ってます。しかも、 1人でやるんじゃなくて、協力し合ってや る協同組合の仕組みを使ってやるというこ とです。で、必然性があると思うのは、多 くの労働現場と教育現場です。これらの現 場は没主体的な有り様というのがかなり極 度になってるんじゃないかなあと思うんで すね。人材派遣なんてまさにその最たるも んだと思いますし、子どもの学びの場に子 どもたちの主体的な学びを取り戻していく

ことも重要だと思います。もう1つは、労 働者協同組合の数が増えるのが最終目標で はなくて、協同労働を広げていくこと。協 同労働は労働者協同組合が仕組み上は1番 表現できる仕組みとは思いますけれども、 決して労働者協同組合の専有物じゃないで すし、NPO 法人とか企業組合で協同労働 をやろうとしてきました。ということは、 協同労働的に働くという文化を株式会社で あっても、社会福祉法人であっても社会に どう根付かせていくか。そこに労働者協同 組合の果たす役割はあるんじゃないかなあ というふうに思っています。そして本丸は 地域経済のあり方をいろんな経済主体と一 緒になって作る。本気になって多様な経済 主体が共通の価値観を持って、どういう地 域経済を回していくか。この話し合いから 始めていかなきゃいけないんじゃないかな というに思ってます。

【青木】ありがとうございます。そしたら 大高先生、研究者という立場からはいかが でしょうか?

【大高】協同組合に とって「協同」はも ちろん大事なのです が、それとセットで もう1つ大事な価値 が自助 (self-help)で す。日本の場合は、 政策的に自己責任と



くっつけられて自助が語られる傾向にありますが、本来、協同組合は自分たちでできることは自分たちでやるという相互自助 (mutual self-help) の精神をとても大切にしてきました。先ほどの教育の話もそうですが、自分のことは自分で決める、みんなのことはみんなで決めるという姿勢がとて

も大事です。もう1つは、先ほどの上村さ んの資源のお話しにも関わるのですが、資 源とは単に新たに作るものではなく、実は 地域に沢山眠っています。教育には引き出 すという意味があります。元々持っていた もの引き出していく。その意味では、地域 に眠っている資源を取り戻したり引き出す という機能も協同労働のなかには内包され ていると思います。そして、関西の現場の 方が協同労働によって優しい世界が生まれ ると言われていました。ちょっと抽象的で すが、そのような世界観が生まれる土壌に もなるような気がしています。最後に細川 先生がお話しされた行政や企業への影響で すが、行政や企業のなかにもこのような働 き方をしたいと思ってる人たちが沢山いる と思います。ですので、どのような法人形 態かにかかわらず協同労働という働き方や 価値が当たり前に受け入れられるような社 会になることが理想だと思います。

【青木】ありがとうございます。そしたら、多少お時間ありますので、暑いなかご参加いただいてる皆様からもし何か質問とかあればお聞きできるかなと思うんですけど、いかがでしょうか?

【浜岡】貴重なお話を、どうもありがとう ございました。これからどうなるのかなと 思いつつ聞いてたんですが、1つ、今日の 協同労働のところで、労働者協同組合と かっていうふうなお話が出たなか沢山出た まユニティっていう言葉はかなり沢山エー きて説明されてるんですが、アソシエー ションっていう言葉が殆ど使われていませんでした。つまり、協同労働とか労働者協 同組合っていうと、私なんかからするとす よージで捉えたり、その可能性を議論した りというように考えています。つまり、コラというように考えています。つまりといます。これととか、また、非自発的とか、また、非自発的とかで有ったりとかったりというな概念に近い形でイメージしく作りで、表退するコミュニティを新しく作りで、表退するコミュニティを新しく作りで、ないがそういうではとうな力を持つんじゃましたのは、なりなるような力を持つに対したがあります。と思いないます。

もう1つ、小規模多機能自治の可能性について、福祉である小規模多機能型なんとかとすごく混同しそうなんですが、なんとなく自治体の側の発信っていうイメージが強くて、ずっと強調されてる地域の人の自発性とか自主性とか、主体性とか、これをちゃんとうまく引き出すようなシステムなのかっていうのが多少気掛かりなんですね。

もう1つ、地縁性に基づくというところ で市民力というふうな組み立てになってる んですけども、この地縁性と協同組合、ま たは労働者協同組合の関係性をどう考える のかということです。地域でいろいろ生協 がやってるような活動を見ていますと、地 域の人たちが生協を支持していくときは、 必ずしも地縁性に全部組み込まれてないと いうところによさがあるように感じていま す。田舎へ行けばいくほどなんとなく、地 縁性のなかに入ると息苦しいというか、な かなかプライバシーが保てないとかいろん な面もあってだと思うんですけども、地縁 性でない繋がりとして協同組合や生協のよ さ見出している人ということもあるような 気がするんですが、地縁性との折り合いを、 どうつけていくのかという辺りについてお 話を聞けたらというふうに思います。以上です。

【青木】では、大高先生お願いします。

【大高】アソシエーションについては私 で、小規模多機能は古村さんでいきましょ か。一般的に地縁的なつながりをコミュニ ティ、個別利害の共通性に基づく協同をア ソシエーションと捉えていると理解してい ます。ワーカーズの実践は先生のおっしゃ る通りアソシエーション的なつながりを念 頭に置いています。マルクスのアソシエー ション概念も絡んでくると思うのですが ちょっと横に置いておきます。テンニース は、近代化の過程のなかでコミュニティか らアソシエーションへ移行していくという 進化論の考え方を提示しました。それに対 してマッキーバーは、アソシエーションの ベースにはコミュニティがあるというよう な議論をされていたと思います。ところ が、今の地域の現実がどうなってるかとい うと、実は地縁的なコミュニティがぼろぼ ろになっている。同時に高齢化がどんどん 進んでいくとやはり近隣的な環境のなかで 助け合うケアのシステムが必要になってく る。このような現実に鑑みると、実はアソ シエーション的な組織がその土地に根づい ていくという動きが今起きています。つま り、マッキーバーとは逆のような状況が生 まれてきている。協同労働というのは、こ のような時代のなかで、アソシエーション 的な繋がりが地域のなかに下りていくとい う側面も有しているのではないかなと感じ てます。

もう1つは、私は協同労働を"Associated work"と訳してきました。アソシエーションのワークということです。何を念頭に置いているかというと賃労働の対義語として

なんですね。しかし、協同労働はもう一歩 踏み込んで、アソシエーション的なつなが りの内実を問い直す試みだと考えるように なっています。即ち、今回も意見反映の内 実がすごく問われているという話題になり ましたが、実際にみんなで民主的に物事を 決定するのは、すごく難しい。そのような 観点からもアソシエーション、Associated work の中身そのものが問われている。換 言すれば、協同してるっていうだけでは、 もう通用しなくなっている時代というか、 次元にまでアソシエーションの実践が到達 している。よって、今後は協同を実質化 し、協同自体を文化として地域に定着させ るための民主的で対話的なワーク、デモク ラティック&ダイアロジックなワークの内 実をむしろ問わなければならないと考えて います。法律では、そのようなことはそれ ほど意識していないとは思いますが、制度 に縛られるのではなく、どう活用するかが 問われているという気持ちで労協法の今後 を見守っていただければと思います。

【古村】 細川先生がおっしゃったように、 小規模多機能自治っていうのは過分に自治 体主導という側面は強いと思います。しか も、広域合併を経てということなので、財 政的な理由っていうのがかなり横たわって ると思います。ただ、もう一方で、行政任 せにしてきた住民の側のあり様というもの をもう1度考え直していくきっかけにはな るんではないかと私自身は思っています。 一方でこれをきっかけに、自分たちで地域 を運営していく、経営していくっていうふ うになってくると、当然、行政任せにでき ないっていうマインドがでてくるわけです が、これも私は問題だなあと思ってるんで す。つまり、税金は自分たちが出してるわ けだから、自分たちが出し合った税金をど

う使うかっていうことについての、主権性 みたいなことまで踏み込んで行政と一緒に なって進めていくという姿勢がどうしても 必要になります。そうなると、行政と住民 だけではなくて、政治、つまり、議会とか 政治家というものの存在も、今みたいない い加減な状況ではなくて、うまく活用して 我々が考えている協同とか自治とかいうこ とを実質化していく材料にできたらなとい うことが私の思いですね。あと、地縁の話 については、まさに小規模多機能自治は進 めていけばいくほど閉鎖的な地域協同体を もう1回復活させる危険性を孕んでるなと 私も思っています。その意味で、基本とな る自治ということと、たとえば京丹後市で 言うと、中学校区ぐらいを単位として考え ていますが、それぞれが閉鎖的にそこの地 域内だけで考えるんじゃなくて、働くとい う行為はもっともっと越境させていけたら なと思っています。

【青木】ありがとうございました。ちょうど時間が来てしまいましたので、これで心ディスカッションのほうは閉じさせていただこうかなというふうに思います。お方の貴重なお話いただきまして、また、お二方から発表内容を深めるようなご質問いただきまして、非常に私自身も理解が深まったなというふうに思います。一応最まとめとということになっております。ないます。とても恐縮なんですけども、まとめのほうはさせていただきたいなと思います。

たくさんの重要な要素が各報告やディスカッションの中にありましたので、まとめることが難しいのですが、今回、協同労働を考える上で京都という1つの地域事例を取り上げて、なるべく聞いてくださる方に協同労働や労働者協同組合のイメージを持ってもらえるような構成にしたいなとい

う思いがありました。私自身も協同労働については、多少ですが勉強させてもららいてたんですけれども、今日のお話を伺いまして、なかなかこれといった「1+1=2」のような、明確な定義や方程式があるというないのでは恐らくないんだろうなと思ってんなっての現場や社会状況に合わせてみいいうなうに感じわってものなんだろうなというふうに感じわって地域や社会に関わってものなんだろうなというふうにもといく重要性や方法を教えてくれる、それが協同労働なんじゃないかなというふうにも感じました。

古村さんのお話のなかで、そもそも問い 直すことが重要だってことおっしゃられて たと思います。たとえば食品ロスの問題と かでも、出てしまった食品ロスをどう対処 しましょうということへの発想をお持ちの 方が多いんですけど、じゃあなんで食品口 スが出るのかっていう本質を問う人って結 構少ないなと私も思っています。他にも、 今回の新型コロナウイルス感染症とか、ウ クライナの戦争の話とかも、報道されてい ることに対して、どういうふうに対処して いくかを考えてることはあると思うんです けど、じゃあ、なんでそういう問題が社会 のなかで起こってるのかというその本質ま でを見抜こうとする姿勢っていうのがもの すごく欠けてるなと思っています。それは もしかすると、古村さんがおっしゃられて る主体性の欠如ということなのかも知れな いなっていうふうに感じてるんです。同様 に働くことに関しても、大学卒業して社会 に出るイコール、どこかに雇用されるとい うのが当たり前で、方程式みたいになって て、それしか選択肢がないのではないかと、 学生たちも半ば諦め状態みたいな状況もあ るんです。このような状況において、ほん とに今まで当然とされてきた方程式が正し

いのかと問い直す時期にきているとも考えられると思うのですが、協同労働っていうのは、その方程式を壊していくという役割もあるんじゃないかなっていうふうに思いました。このように既存の方程式を問い直すということはすなわち、社会問題の本質を見抜くという姿勢にも繋がってくるはずです。

それから、協同組合そのものの役割とし て、大高先生のほうからもいくつか重要な 要素をご指摘いただきました。それら要素 のほかにもう一つ大事だなと思ってること があります。それは協同組合というのは地 域の人たちによって作り上げるもので、仕 組み上、お金とか物とか人材とか情報とか が地域の中で循環するようになっていとい うことです。なんでこれが大事と思うかと 言いますと、昨今の社会問題はだいたい同 じような要因が根幹にはあるなあっていう ふうに私なんかは感じていて、その大きな 根幹の一つが、グローバル資本主義や新自 由主義という社会経済システムのなかに私 たちが完全に埋め込まれて、気づかぬうち にグローバル企業にお金が吸い取られてい るという状況があるからです。大企業をス ポンサーにもつメディアがイメージを作 り、無意識のうちに自分たちの行動がそれ に流されてしまっていて、気づけない思考 停止状態に入れられてしまってるのがある んじゃないかなってふうに感じてます。そ ういった社会のなかで、じゃあ、どうやっ て自分たちで、自分たちの手でいろんなも のを取り戻していくのか。且つ、大高先生 もおっしゃられたように、日本にある資 源ってものすごいいいものがあるんです ね。綺麗な山があって、水があって、沢山 生き物がいて、もうそこら中にドクダミと かヨモギとか薬草が生えていて、なんでこ んな素敵な資源に目を向けないんだろうと

いうそういう疑問がすごく湧いてくるんで す。ですので、そういったものをちゃんと 再評価して、うまく地域のなかである程度 お金や人材、情報を回していくようなこと が必要なんだろうなというふうに考えてい て、協同組合は仕組み上それができます し、協同労働っていうのは、その重要性や 方法のヒントを教えてくれる1つの大きな 手段でもあるんじゃないかなというふうに 改めて思いました。そして協同組合の本質 を協同労働から見直すということもきっと できるんだろうなと思います。拝金主義と いうか、お金にとりつかれた社会から協同 の文化、賀川豊彦が言った友愛っていうん ですかね、私はちょっと、この友愛という 概念がまだしっくり腑には落ちてないんで すけども、そこを再度見直すっていうこと がすごく大事なんじゃないかなというふう に感じました。それでは、不手際なとこも あったかと思いますけれども、貴重なディ スカッション時間をいただきまして、あり がとうございました。

一同(拍手)

昨年の総会シンポジウムに引き続き、本年度も総会シンポジウム2日目には3つの興味深い テーマの分科会を設けました。

第1分科会では、本研究所の基幹研究会の一つである次世代生協研究会から、「若年層と創る 未来の協同社会―産直・倫理的商品・組合員参加を事例に組合員のニーズを探る―」と題して、 研究会のメンバーからの研究報告とコメントをいただきました。

第2分科会「購買生協は高齢期の生活を支えられるか?―『生協10の基本ケア』を合言葉に して一「では、「生協10の基本ケア」を切り口に、生協そのものが提示しうるこれからの社会にとっ ての価値とは何かをグループディスカッションも含めて議論しています。

第3分科会は、この間継続して設けている生協と取引先シリーズの一環として、「ロングセラー コープ商品から考える次のロングセラー | をテーマに開催しました。昨年60周年を迎えたコー プ商品のなかには、多くのロングセラー商品が存在します。そうしたロングセラー商品を開発・ 生産している企業から報告をいただきました。

いずれの分科会も、対面とリモートを併用したハイブリッド形式で開催しましたが、開始直 前になって音響機器や回線等の複数のトラブルが相次ぎ、とくにリモート参加者にご迷惑をお かけしてしまいました。分科会の内容はいずれも充実したものであり、またリモートゆえに遠 方からも昨年に引き続いて多数ご参加いただけたという成果があったからこそ、一連の運営上 の不備は大きな反省点となりました。

今回、誌面という形にはなりますが、改めて報告や議論をご確認いただき、それぞれの現場 や研究でご活用いただければと思います。

(『くらしと協同』編集長 加賀美太記)

#### 分科会で報告・コメントをいただいた方々

第1分科会



鬼頭 弥生



松原 拓也



玉置 了



岩橋 涼



加賀美 太記



浮網 佳苗





山野 董



小田 史



浜岡 政好

第3分科会



寺岡 謙将



豊田 滋之



塩谷 元彦

### ■□ 第1分科会

若年層と創る未来の協同社会 一産直・倫理的商品・組合員参加を 事例に組合員のニーズを探る一

计村 英之 (京都大学)



## ■開会あいさつ・座長解題 コーディネーター 辻村 英之(京都大学)

【辻村】 第1分科会「若年層と創る未来の協同社会―産直・倫理的商品・組合員参加を事例に組合員のニーズを探る―」をはじめたいと思います。まず解題をさせていただきます。

協同社会・社会的連帯経済セクターの拡 張なしに、ポスト・グローバリゼーション /人口減少社会/ポスト・コロナの未来が 持続可能にならないことを、多くの論者が 述べています。そして言うまでもなく、そ の協同社会・社会的連帯経済セクターの主 役は協同組合です。それゆえ生協は、「一 般企業 | 同様の経済性を追求する取り組み よりも、「生協ならでは」の連帯性・社会 性の高い取り組みに力を入れ、協同社会・ 社会的連帯経済の拡張、すなわち未来の持 続可能な社会経済の促進に資することが重 要です。またそのことが、若年層をはじめ とする組合員のニーズを捉え、生協自身、 次世代生協へと発展していくと信じており ます(そのような仮説を持っております)。

そこで我々、次世代生協研究会「若年層と創る未来の協同社会に向けて」は、「生協ならでは」の連帯性、社会性の高い取り組みとして、「産直」「倫理的商品」「若年層をはじめとする組合員参加」の3つを研究対象としてきました。本日はその「産直」

研究の中から、「生協産直をめぐる生産者と消費者の意識とその世代間差異―米の産直事業を事例として―」(鬼頭報告)、「倫理的商品」研究の中から「持続可能な倫理的消費に関する研究」(玉置報告)、さらに「若年層をはじめとする組合員参加」研究の中から、「利用と活動を通じた若年組合員の参加と関係性の実態について」(加賀美報告)の3つの研究報告を聞き、それらから若年層のニーズを探ることで、未来の協同社会や次世代生協に発展していく道筋を見出すことができれば、と考えています。

分科会全体の解題は以上ですが、私が担当している研究「京都生協・産直米のフードシステムの変遷と課題―「産直」から「産消提携」への発展は可能か」を少しだけ紹介して、その直後の鬼頭報告の解題に代えたいと思います。

私は生協産直について、「産直」が「産 消提携」へと発展してはじめて、十分な社 会性・連帯性がそなわると考えています。 産直の基準は「3原則」(①生産地と生産 者が明確であること、②栽培、肥育方法が 明確であること、③組合員と生産者が交流 できること)から「5基準」(①組合員の 要求・要望を基本に、多面的な組合員参加 を推進する、②生産地、生産者、生産・流 通方法を明確にする、③記録・点検・検査 による検証システムを確立する、④生産者 との自立・対等を基礎としたパートナー シップを確立する、⑤持続可能な生産と、環境に配慮した事業を推進する)に発展しています。この「5基準」④⑤を満たせば、 産直は産消提携へと発展を果たすと考えています。

しかし、産消提携へ発展を果たす条件と して、「3 原則 | ③「組合員と生産者が交 流できること というより、実際に交流す ることが重要で、その交流により、生産者 と消費者の提携したい(支え合いたい)と いう気持ち・価値観が芽生えると考えてお ります。その気持ち・価値観を私は「産消 提携理念」、産消の交流を深めて(価格・ 品質をともに創り出すところまで交流を深 めて)「産消提携理念」が生み出されるメ カニズムを「共創メカニズム」と呼んでお ります(辻村英之「協同組合が結ぶ農と食 のコミュニティ一生産者と消費者が米を共 に創る」秋津元輝・佐藤洋一郎・竹之内裕 文『農と食の新しい倫理』2018年、昭和 堂 |)。

新たな「5基準」において、この重要な産消交流が消えてしまっているように思い、聞き取り調査をさせていただきましたが、「5基準」③の検証システムに基づくパートナーシップが確立されていれば、いつでも交流できるので、「3原則」③も満たす、との位置付けのようです。さらに「5基準」④「対等なパートナーシップ」は、「3原則」③「交流できる」を発展、具体化させたものであるとのことです。また「5基準」③は、「5基準」②⑤について記録・点検するものでもあります。

以上のように「5基準」③の検証システム、すなわち2007年に確立された「生協産直品質保証システム」[「適正農業規範」(栽培から出荷までの農業者の行動規範)の検証]が現在、「産直」商品と「通常」商品を分ける最重要な基準であることがわ

かります。

さて京都生協の「産直」米の中で、地元 農業者との交流を確認できるのは、「米の 頒布会(お米友の会)」の「産直米」だけ です。冷害での米の大凶作「平成米騒動」 (1993年)において、生協店舗で米を購入 できない、生協宅配においても抽選で当た らないと購入できないという事態が生じ、 「日本の米を持続的に安心して食べられる ようにして欲しい」という組合員の願い から、1996年に年間登録米「お米友の会」 (2020年より「お米頒布会」)がはじまり ました。

地元における交流拠点は綾部市小畑地 区です。95年の北支部まつりに産直牛乳 の生産者として、同地区の M 氏が参加し、 そこで米、しめ縄、焼き芋などを販売した のが交流のはじまりです。M氏はその後 も、北支部まつりに継続的に参加しました が、96年の衣笠店開店イベントにも同地 区のN氏と一緒に参加し、そこで北支部・ 衣笠店と綾部市小畑地区との交流を構築で きないか協議がなされました。そして同年、 田植・稲刈の交流会がはじまります。さら に2000年、交流を深めた組合員の要望を 受け、まずは産直米「にのくにコシヒカリ」 の共同購入がはじまります。2001年から は、「お米頒布会」の「京都産コース」の 1品になっております。

ところが、生産者の高齢化にともない、2019年に交流が停止してしまいました。2020年に小畑地区を産地指定することもなくなりました。現在、京都生協の「産直」米は、地元の交流拠点を失っているわけです。なんとか後継を見つけて欲しい、とお願いするところまでが私の話になります。

この「お米頒布会」の消費者(組合員) の年間登録の理由を探るというのが、この 後の鬼頭報告になります。鬼頭さん、報告 をお願いします。

■報告 I:生協産直をめぐる組合員の意識とその世代間差異—米の産直事業を事例として—

鬼頭 弥生(京都大学)

【鬼頭】ただいまご紹介に与りました、京都大学の鬼頭と申します。私からは「生協産直をめぐる組合員の意識とその世代間差異―米の産直事業を事例として―」というタイトルで報告させていただきます。

まず、この研究報告の問題意識と目的についてお話しします。現在、産直事業はいろいろな生協で行われていますが、他の小売業者との価格競争に曝されているとも言えます。

このようななかで、価格競争に陥ることなく、事業本来の理念のもとで継続・発展していくためには、生産者と生協組合員の双方が産直事業を理解し、評価し、そして相互の関係を構築していくことが不可欠と考えられます。

そこで今回は、そのあり方を検討するための足がかりという位置づけで、組合員の生協産直事業に対する認識を把握したいと考えました。この報告では、とくに京都生協の米の産直事業をとりあげ、生協産直事業に対する組合員の認識・態度の実態と、その世代間の差異を明らかにしたいと思います。

京都生協の産直事業をとりあげるという ことですが、先ほど辻村先生から少しご説 明がありました「産直基準」を背景とした 産直商品、とくにお米頒布会をとりあげ、 大きく2つの柱で報告をしたいと思います。

まず、お米頒布会の登録理由とは?とい

うことです。登録の理由とコース選択の理由を尋ねたのですが、とくに登録理由の分析を通して、事業のどういった側面を評価しているのか、世代ごとにどのような特徴があるのかをみていきたいと思います。

もう一つは、生協の産直商品に対するイメージについて、どのような認識があるのか、世代ごとにどのような特徴があるのかをみていきたいと思います。

京都生協の産直事業は、産直を通して大切にすることとして3点を挙げています。 「京都生協の産直の考え方」から、そのまま引用してご紹介します。

1つめは、日本の食・水・畜産業が持つ 多面的な価値を見直し、その再生と持続可 能な地域社会づくりにつなげ、食料自給を 高めるとりくみを大切にする。

2つめは、生産者と組合員が交流の中で 信頼を築き、生産・流通・消費のあり方に ついて協議することで商品力を引き上げる ような関係性を築くこと。

3つめは、こだわりのある商品づくりで 利用を広げる、ということです。

なお、この産直商品は、以下の4つの「産 直基準」に基づいて生産・管理された生鮮 食品です。

- ①栽培方法・飼育方法が仕様書で明らかに なっていること
- ②点検・検査による検証を生協職員が毎年 行っていること
- ③生協と生産者が毎年協議を行い、組合員 との交流が実施できること
- ④持続可能な生産と土壌への負荷軽減や資源循環型農業など環境に配慮した栽培を 推進していること

お米頒布会は、先ほど辻村先生からお話がありましたが、現在、京都生協の産直商

品を扱うお米の年間登録として実施しています。1993年の全国的な米不足をきっかけに、「お米を安定的に利用したい」という組合員さんの願いと、「安全でおいしいお米を届けたい」という生産者の願いを結んだ取り組みとして始まったとのことです。

先ほどカタログの一部を紹介していただきましたが、現在は、産地指定・品種、その組み合わせ(月ごとに産地・品種が異なるなど)で構成され、さまざまなコースから選択して、年間登録を行うものとなっています。

案内では、生産者の写真とともに、産地、 栽培方法、食味の特徴が説明されています。 その多くが産直米で、案内では産直マーク で表示し、産直商品の説明がなされていま す。そのうちの一部は特別栽培米、有機栽 培米となっています。

これらを対象にして、京都生協さんにご 協力いただいて、調査を行いました。

調査の実施時期は2021年11月末から12月末です。アンケートフォームのQRコードを掲載したチラシを、京都生協のカタログとともに配布していただくという形で配布していただき、回収数は766となっています。

調査項目はいくつもありますが、とくに 本日は今年度のお米頒布会の登録理由の結 果を紹介したいと思います。

それから、京都生協の組合員さんの別の対象者の方に、産直商品の意識調査を行いました。時期は同じく11月末から12月末で、京都生協の宅配の安定的な利用者に配布しました。回収数は335です。

この調査でもいろいろな項目を聞きましたが、本日は生協産直についてのイメージを、連想する語を挙げてもらうという形で

回答していただいた結果を紹介したいと思います。

まず、お米頒布会の登録組合員さんへの 意識調査の結果です。

回答者については、97%が女性ということで、自由記述の分析においては女性のデータだけを取り上げて、その分析結果をご報告したいと思います。

年齢構成についても確認したのですが、若年層の回答が比較的少なく、49歳以下の回答者は 12.5%、50代、60代、70代以上が 2割から 3割となっていました。そこで年代別にみていくときには、 $20\sim40$ 代を 1 グループとし、50代、60代、70代の 4 区分で比較したいと思います。

お米頒布会の登録理由の分析結果に入る前に、米の購入先と利用履歴を基本情報として見ていただきたいと思います。

お米頒布会の登録組合員さんへの調査なので、まず生協のお米頒布会を最近1年間の購入先として挙げている方が非常に多いのですが、その他としては生協宅配、生協店舗、生協以外の食品小売店となっています。また、回答してくださった方の約2割が、親戚や知り合いから譲り受けたお米を消費しているという状況です。

お米頒布会の利用履歴については、今回 が初めての方が約1割で、6回以上の方が 半数以上いるという状態です。

次に、このような方々から得られた、お 米頒布会への登録理由の自由記述について の分析です。今回は自由記述ですので、テ キストマイニングソフト KH Corder を用 いて、処理・分析をしました。

自由記述の中身については、まず品詞で 分けて形態素解析を行い、頻出語を確認し た上で、年代区分ごとに共起ネットワーク 分析をしました。これは、回答に表れる語 の共起関係(共に表れる関係)を分析する ことによって、どのような語がどのような 文脈で表れるのかという、回答の傾向を把 握するものです。これで世代間の比較を行 いました。共起関係の係数の詳細について は、本報告では省かせていただきます。こ れからお示しする図では、語の間にどのよ うなつながりの共起係数が意味を持っています。

お米頒布会への登録理由についての、20 代から40代の若年層の分析結果です。図 の見方を簡単にご説明しますと、色付きの 円で、その中に語が示されていますが、こ れらの円は出現した語を表していまして、 回答数が多いほど円が大きくなっていま す。円と円をつなぐ直線は、共起関係を示 していまして、直線上の数値が共起係数と いうもので、この値が大きいほど共に現れ る傾向があることを示しています。

たとえば黄緑色の部分は「配達してもらえるから助かる」「注文の手間が省ける」、右側の黄色と赤色の部分は「毎月決まっている」「配達員が持ってきてくれる」、左側の青色の部分は「買い忘れがない」、下のほうのピンク色は「定期的に届いて便利」「美味しい」など、利便性に関わる回答が非常に多いことがわかります。

ただ、右上のグリーンのところには、地 元農家に関わるような回答もみられます。 また、中央辺りに黄緑色の「安心」があり、 これがいろいろな語とつながっていること がわかります。

次に、50代女性ですが、やはり利便性 に関わる回答が多いことがわかります。左 側の赤色の「つながり」や黄色「定期的に 届いて便利」、上のほうの青色の「配達・ 担当者がすすめてくれた」といった回答も みられます。

若年層になかった50代の特徴としては、安定的に購入できることへの評価がみられます。左上から中央にかけての紫色には「安定して購入できる」「生協への信頼」「品質への信頼」がありますし、右から下のほうにかけての緑色の部分には「買い忘れや注文忘れがない」「以前は不足したことがあった」という回答があって、1993年の米不足の記憶があるのかなと思います。上のほうのオレンジ色の部分は、数としては少ないのですが、「地元農家を応援する」という理由もみられます。

次に、60代女性ですが、やはり利便性に関わる回答が多くなっています。黄緑色の部分の「重い荷物を持ってきてもらえる」、下のほうの緑色の「定期的に配達」「届いて便利」「美味しい」という辺りが、「生協、安心・安全」といった安全性や安心とも連結していることがわかります。

また、60代でも、安定的に購入できることへの評価や生協への信頼がみられます。赤色の部分の「価格が明確」「安定」、ピンク色の部分の「注文忘れがない」「確実に手に入る」などです。

60代になりますと、地元農家応援、生産者への信頼、栽培方法への言及といったところが少し増えてきます。左側の紫色の部分は「農家応援」ですし、その上の黄色の部分は栽培方法への言及をしながら、「生産者・品質への信頼」といった語がみえてきます。

次に、70代女性についてです。70代になりますと、先ほどとは少し傾向が変わり、利便性に関わる回答の頻度が低くなり

ます。たとえば「宅配」「買い忘れがない」 「毎年来る」「運んでもらえる」ということ は、高齢になるほど重要になるかと思われ ますが、回答としては少なくなります。

それに代わって出てくるのが、黄色や紫色の部分などの「生協への信頼」です。また、安定的に購入できることへの評価 (グリーンの部分) や農家の応援 (赤色) があり、「地元農家への応援」が「安定的な購入」につながるという連関もみられます。

みなさんにお配りした資料にはありませんが、お米頒布会へのコース選択基準も分析していますので、ごく簡単にご説明したいと思います。

先ほどはお米頒布会への登録理由でしたが、コース選択になりますと、頒布会に登録した上でのコース選択なので、商品の属性に関わる事項がより多く挙げられています。価格、産地、味、安全・安心、美味しさ等とともに、栽培方法に言及されることもあります。

ただ、どうしても商品に関する回答が多く、生産者のことにまで言及することは割合としては非常に少なくなっていることが見て取れました。

次に、産直商品の意識調査の結果についてご報告したいと思います。こちらも回答者の多くが女性でしたので、イメージの分析については女性のデータを報告したいと思います。

年代構成は表3のようになっていまして、こちらも20~40代、50代、60代、70代の4区分で比較を行いたいと思います。

こちらもテキストマイニングを行いまして、まず頻出語を抽出しました。それを年代別にみますと、どの年代も「安心」「安全」 「新鮮」が上位に来ていまして、商品の品 質に関するイメージになっています。

「美味しい」という語については、どの 年代も度数としては大きくありませんが、 年配になるほどあまり上位に上がってこな いことがわかります。

また、産地への言及も、数としては少ないですが、みられます。

生産者に言及することは50代以上でみられます。若年層の中には、「作り手」という言葉で回答した方も少しおられました。

栽培方法への言及は、60代以上である のですが、数としてはそこまで多くないと いう状況です。

「安心」という言葉と近い内容にはなり ますが、「信頼」という言葉も見て取れます。

これらを踏まえまして、この2つの調査 結果から全体的な傾向、世代間の差につい ての傾向をお話ししたいと思います。

まず、お米頒布会の登録理由から読み取ることができる認識と評価については、若い世代を中心に、全体として利便性を評価する傾向があると思われます。また、50代以上においては、安定的に購入できることへの評価と、生協への信頼がみえます。

ただ、利便性、安定的な購入は、お米頒布会ならではの特徴とは言えないので、その中でも隠れた理由があるのか、たまたま生協が選ばれているのか、その辺りはさらなる調査が必要ではないかと思います。

それから、各世代にわたり、部分的では ありますが、農家応援の意識がみられます。

産直商品についてのイメージは、全体に 安全・安心といったイメージが多く、これ は産直基準1、2からくるものかもしれな いと思われます。

若年世代では、産地への意識はみられま すが、生産者に関わるイメージはなかなか みられなくなっています。50代以上では、 生産者に関わるイメージが、全員ではない けれどもみられるという状況です。60代 以上の一部の人では、農薬使用の少なさや 有機といったイメージもみられます。

ただ、全体として、産直基準4については、主要なイメージとしては上がってこないという状況になっています。

これらを踏まえますと、若い世代の組合 員に対しては、生協産直の本質を考えても、 他の小売店との価格競争に陥らないために も、産直事業のなかで生産者への意識や生 産者との関係性構築に向けたコミュニケー ションが重要になってくるのではないかま 思います。一部では応援意識がみられます が、今回の調査で回答をいただいた方は組 合員さんの中でもとくに協力してくださる 方で、そういった組合員さんの中のさらに 一部の方に応援意識がみられるということ ですから、どのようにしていくかは検討が 必要かと思います。

全世代に対しては、産直商品の持続可能 な生産、環境への配慮の点を協議し、見直 しながら、より浸透させていくことも重要 になるのではないかと考えます。

駆け足になりましたが、私からの報告は以上です。ご清聴、ありがとうございました。

【辻村】では、ただいまの鬼頭報告に対するコメントを、松原さんより10分でお願いします。

#### ■報告Iのコメント 松原 拓也(三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング)

【松原】ご紹介に与りました、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティングの松原と申します。

先ほどの鬼頭先生のご報告に対して、私

の担当している研究テーマの視点も絡めながら、課題提起という形でコメントさせていただきたいと思います。

まず先ほどの報告のポイントの1点目として、組合員の生協産直事業に対する認識 把握の手がかりとして、お米頒布会の登録 理由とお米に限らない産直商品に対するイ メージについて、特に世代別の特徴に注目 して分析をおこなっていただきました。

この点については、世代別の特徴の背景をどう捉えるべきかを論点として挙げています。組合員の世代によって、生協との関わり方や生協自体への印象・位置づけがどう異なるのか、それが産直商品に対するイメージの違いにどう繋がっているのか、ぜひ議論できればと思います。

2点目は、登録理由に関する点です。お 米頒布会の登録理由に関しては、年代を問 わず、利便性や安定的な購入が評価する点 として多く挙げられていました。

ただ、利便性や安定的な購入は、お米頒布会の「産直」というより「年間登録商品」としての特徴が反映されたものと考えられるので、この点には留意が必要かなと思います。

また、考察でもまとめていただきましたが、若い世代も含めて「農家応援の意識」がみられるということは大きな特徴として考えてよいのではないかと思います。一方で、お米に限らない産直全体については、生産者に関わるイメージがみられなくなっています。お米頒布会が、生協の産直商品の中でも生産者との距離が近い特徴的な取り組みであることが、イメージの違いにつながっていると考えられます。

こうした特徴が私の研究にもつながると ころなのですが、年代による産直商品に対 するイメージの違いの背景として、時代に よって、産直商品自体の商品価値やイメージが変化してきたことによるものなのか、あるいは、組合員の属性やこれまでの組合 員活動等の経験が変化してきたのか、という点を深堀していくことも、今後の論点になってこようと思います。

加えて、考察の中で、「生産者とのコミュニケーション」というキーワードを挙げていただきましたが、この点については、私が過去に研究していた産直牛乳の取組の中でも着目されており、具体的にどう取り組むかが課題となっていました。組合員も入れ替わる中で、効果的なコミュニケーションをどう図ればいいのかという点は、今後も引き続き重要な論点になるところかなと思っています。

ここまでいくつか論点を挙げて参りましたが、私の研究では、産直商品の商品価値やイメージ、あるいは生産者との関係づくりにも影響する視点として、青果物を対象に、流通形態に着目した調査・分析を行っています。本研究の進捗報告も少し絡めながら、今後の産直取引に関する問題提起として整理させていただきます。

生協の産直青果物の流通形態は、ひとつは直接取引型(よくイメージされる産直の形態。生協が産地から商品を直接仕入れる。産地は農協もあれば個別の生産者もある)があります。それに対して、市場利用型ということで、産直基準を満たす産地から卸売市場を経由して仕入れているケースもあります。

市場利用型の場合は、産地として産直基準を満たしていることはしっかり確認されていますが、商品の規格自体は他のスーパー等の小売店に流通しているものと共通で、「生協と一緒に商品開発を行っている」

というわけではありません。

生協によって、産直青果物の取引形態のあり方は異なるので一概には言えませんが、市場利用型の産直を中心に拡大されてきた生協では、産直商品の規格・品質が他の小売店の商品と変わらないなかで、産直商品の特徴・意義を組合員に訴求しづらくなっていることが課題として浮かび上がってきています。

昨今、組合員の購買行動や市場環境の多様化が進んでいます。青果物 EC の拡大など、様々な形態でより生産者との距離が近い、特徴的な商品を購入できるようになるなかで、生協産直として、改めて何を特徴として打ち出していくか、大きな分かれ目になってきているのではないかと思います。

例として、冒頭産直の大きな特徴として 挙げていただいた「交流」についていえば、 市場利用型産直でも基準としては「交流で きる」ことを満たしていますが、生協への 出荷比率が数%といった産地とどこまで 充実したコミュニケーションが図れるか、 というと現実的には難しいことが想像され ます。

市場経由型を中心に取り組まれている生協の流通形態の変遷の一例としては、直接取引型の産直からスタートしていますが、より安定的・効率的に取引ができる市場利用型を拡大・維持していく中で、直接取引に関しては縮小しているのが現状です。

流通形態の視点から青果物産直を捉えると、次世代に向けて産直商品をどのように 広げていくかを考えたときに、生産者の意識や生産者との関係性の構築が難しくなっていることが理解できます。そのなかで、産直の特徴・意義をどこに見出すかを考えたときに、改めて直接取引型の産直(より生産者とつながりが生みやすい)に価値を

求めて拡大していくのか、あるいは引き続き市場利用型を中心に進めていくのか、どちらかを選ぶという議論ではないですが、流通形態をどうアレンジしていくかが大きな課題になってくるということを、今後の問題提起とさせていただきたいと思います。

コメントとしては以上です。ありがとう ございました。

【辻村】ありがとうございます。会場・Zoomのみなさんからの質問とそれに対する回答は、最後の総合討論でさせていただこうと思っています。これから10分程度で、ただいまの松原さんのコメントに対する回答を、鬼頭さんにお願いしたい思います。

とくに私は最初に解題として、連帯性や 社会性の高さが若年層のニーズを捉えると いう仮説を述べました。ところが鬼頭さん の調査によると、若年層のニーズについて、 「地元農家の応援」という連帯性の高いも のもありますが、「利便性の重視」という、 私の仮説とは違う結果もみられる。そこで 鬼頭さんは、生産者との関係性構築に向け たコミュニケーションが重要であると提起 されました。

それに対して松原さんは、実際にどのようにコミュニケーションを図ればよいのかということや、世代間の差異の背景、頒布会の産直米は産直商品の価値・特徴(交流できることを含む)を確保できるのか、などのコメントを述べられました。

わかる範囲で構いませんので、鬼頭さん、 回答をお願いします。

【鬼頭】コメントをいただきまして、ありがとうございました。いただいた論点に沿って、お話ししたいと思います。

まず産直商品に対する認識・評価の共通 項と差異の背景についてですが、世代間の 差異に関しては、50代以上で「安定的に購入できる」というような言葉が増えるという点で、「宅配で便利」プラス「安定的に購入できる」というところに、1993年の米不足を経験しているかどうかという、世代による経験の違いが反映されているのかなと思います。

ただ、それ以外の部分に関しては、とくに若年層で利便性に関わる語が多いとか、生産者への言及が50代以上で増えてくるという辺りに関しては、どうだろうかといろいろ考えていました。今回の報告ではご紹介しなかったのですが、この調査のなかでは食に関する価値観、たとえば簡便性志向か、経済性志向か、環境志向か、社会性(生産者支援など)志向かがわかるような項目を聞いておりました。世代ごとにどのような志向を持った人がどれぐらいいるのかをみていきますと、どちらかといえば若い世代に簡便性・経済性の志向の人が他の世代よりも若干多いような傾向があります。

ただ、それはそういう志向性を持っているのか、あるいは各世代の置かれた経済的な状況がそうしているのか、その辺りはよく考える必要があるかと思います。

留意しておきたいのは、世代ごとに差があると言っても、世代の中での個人差もかなりあると言えることです。そのため、評価を決めている要因として世代以外に何があるのかということも考慮しながら、どういった人により働きかけを行うべきなのかなど、その辺りは考えることができるのかなと思います。

次にいただいた論点は、時代によって産 直商品の商品価値・イメージが変わってき たのか、あるいは属性や経験などの特性が 変わってきたのかということです。

経験などの特性については先ほどお話し

しましたが、産直商品の商品価値・イメージが変わってきたのかどうかに関しては、現在、Eコマースなどいろいろなプラットフォームができているなかで、利便性に特化したところや、もう少し生産者とのつなとがりを生み出せるような事業をしているところなど、いろいろなものがどんどん出でにきています。かつては生協の産直は非常に特徴を持つものとしてありましたが、いろなものが出てくるなかで、少し見えにくくなっている面もあるのかなと思います。

最後に、生産者の意識・関係性構築に向 けたコミュニケーションに関して、とくに お米頒布会に関しては関係性を構築しやす いといいますか、とくに特徴的な事業とい う位置づけで整理してくださいました。たし かにコミュニケーションも必要と言いまし たが、本当はできるだけ多くの組合員さん に知ってもらうということでマスのコミュ ニケーションが良いのかもしれません。た だ、それで情報提供をするとなると、受け 取る側はみずから考えるところまでになか なか至らないということがあります。消費 者行動などの研究で、ある人や地域が置か れた状況について統計的に示すよりも個人 の情報など具体的な情報を示したほうが、 より理解が深まって行動に結びつくという 研究結果もあります。

そういったことを戦略的に使うことが良いのかどうかという問題はありますが、個人個人のつながりなど、人と人との関係性を持ったうえでの知識が行動に結びつくことは間違いないと思いますので、それが対面コミュニケーションなのか、現在のようにいろいろなツールが発達した段階で代わりになるコミュニケーション、若年層が参加しやすいコミュニケーション、たとえば対面

でなくても SNS を利用したコミュニケーションなど、いろいろな方法が考えられるかもしれないとは思います。

この場で答えを申し上げることはできませんが、人と人とのつながりをより重視したコミュニケーションが重要ではないかと、私個人としては思っています。

【辻村】鬼頭さん、ありがとうございました。 以上で報告 I を終わりまして、引き続き報 告 II を玉置さん、お願いします。

#### ■報告 I: 持続可能な倫理的消費に関する 研究 玉置 了(近畿大学)

【玉置】近畿大学の玉置と申します。私からは「持続可能な倫理的消費に関する研究」というテーマでお話しいたします。他の先生方と違い、世代間の違いや若年層の特徴を明らかにするまでには至っていませんが、これからの生協にとって非常に重要になると思われるような2つの視点から研究を進めています。

1つめは、いまや一般的になりました倫 理的消費、あるいはエシカル消費です。エ シカル消費については、あらためてこの場 で説明する必要はないかと思いますが、さ まざまな社会的課題の解決につながる消費 です。ただ、このエシカル消費は、よく考 えると、生協であれ企業であれ、組織が何 かしらの商品を販売・提供するだけでなく、 消費者がそれを購買しなければ社会課題の 解決につながらないわけです。つまり、エ シカル消費は取引が成立しないと社会課題 の解決につながらないわけで、持続可能性 が不確実・不安定な社会課題の解決方法と いえるわけです。ですから、生協がエシカ ル消費を推進するにあたっては、単に商品 を企画して提供するだけでなく、継続的に

消費者が購入しようと思うような仕組みづくりや、生産者やバイヤー、それを販売する職員といった売り手にも継続的に商品を提供しようと思わせるような仕組みづくり、マネジメントが必要になります。つまり、生協という組織と組合員個人の両者にベネフィットを与えるマネジメントが必要ではないかと思うわけです。

この研究で注目するのがエシカルなブラ ンディングです。ブランドという言葉につ いて、誤解がないように少し説明すると、 「ブランド」と言えば「高級な」とか「高 価な」というイメージを持たれるかもしれ ませんが、この研究ではそういう意味は まったくありません。単純に、個別の製品 や売り手を識別させ、差別化するための名 前・ロゴ・デザイン・用語・音など、専門 用語で「ブランド要素」と呼んでいるもの です。今日の報告では、ならコープで地産 地消を進めるために、JA 奈良県と協力し て 2009 年から「食べる"なら"大和」と いうブランドを奈良県産の食品・加工食品 に付けて、店舗やカタログで提供をしてい る取り組み(それをここではエシカルなブ ランドと呼びます)を取り上げます。エシ カルブランドといっても、単純にマークを 付けるだけでは意味がないと思います。そ れが消費者・組合員のマインドに根付くこ とによって組織・売り手・商品のエシカル な存在意義が明確になり、生協のエシカル な存在意義が明確になります。あるいは、 これは高級なブランドなど、いろいろなブ ランドにも共通して言えることですが、こ うしたブランドの付いた商品を所有したり 身に付けたりすることは、自分はこういう 人間なのだと表現する、つまり自分自身の 生き方を実感したり表現したりする手段に なります。ですから、エシカルなブランド を消費するというのは、自分自身を「エシ

カルな生き方をしている人間なのだ」と実感させる手段になると考えられるわけです。

もう1つ注目したのが、いわゆるデータ の活用です。「ビッグデータ」という言葉 が出現してしばらく経ちますが、生協は ビッグデータが注目される以前から、共同 購入等で組合員番号と購買履歴がひも付い たデータを持っていたかと思います。他に も、いろいろな生協がホームページを持っ ていたり、最近では SNS を開設していた りします。そういった Web やソーシャル データで組合員のどのような情報を収集し ているかということもデータのひとつで しょうし、インスタグラムやツイッターで 「生協 | 「コープ | 等で検索すると、組合員 さんが日頃どのような商品を購入している かという情報も言葉・写真・動画で得るこ とができます。このような組合員さんの行 動データが非常に簡単に手に入る時代で す。そういうなかで、次世代生協研究会と して、共同購入の購買履歴 (ID-POS デー タ)を活用した研究をしてみようと考えま した。今回、ならコープさんにご協力いた だき、「食べる"なら"大和」を利用する 組合員さんの背後にはどのような意識があ るのかということを分析しました。この研 究では、利用行動のデータだけでなくアン ケートも組み合わせて分析しました。行動 データは、どういう商品を買っているかは リアルにわかりますが、なぜその商品を 買ったのかという購買行動の背後にある意 識までは捉えることが出来ません。そこで アンケート等の他の手段と関連させること によって分析をしてみようというのが、こ の研究で取り組んだ内容です。私は、この 研究会が始まる前の 2017 年に組合員さん に対するアンケート調査を実施していまし た。そして、この研究会の研究テーマとし てエシカル消費について研究するにあた

り, アンケートを実施する前後3年間(2016 年8月から2019年8月まで)のデータを ならコープさんに提供頂き、「食べる"な ら"大和一の購買履歴を用いて、奈良県産 の食品に対するエシカルなブランドの購買 要因を分析することとしました。このよう な行動データを使うのは、とくにエシカル 消費の場合、有益だと考えています。とい うのも、態度と行動のギャップと言われる のですが、やはり人はアンケートで聞かれ たときによく見せたいと思うのです。「倫 理的な商品を買いたいと思いますか」とア ンケートで聞くと、やっぱり人は社会的に いいことをしたいと思うものですからアン ケートではそう答えるのですが、実際に買 うとなると、他の食品のほうが安いという こともあったりするので、そういった態度 と行動のギャップを解消する上でも、行動 データを用いた分析は有益な方法といえま す。調査内容をもう少し具体的に説明し ておくと、分析対象となる組合員さんは 2017年の682名です。その682名の組合 員さんの利用を 2016 年 8 月から 2019 年 8 月までみると144万件ぐらいの商品利用が あって、そこから「食べる"なら"大和」 の商品利用と、奈良県産でも「食べる"な ら"大和」のロゴが付かない商品の利用を 調べてみました。商品カタログでは、同じ 奈良県産でもコープきんきを介して仕入れ た奈良県産の食品には「食べる"なら"大和」 のロゴが付かず、一方で、ならコープが独 自に企画した食品にはカタログ上で「食べ る"なら"大和」と表記されるようです。 そこに着目して、同じ奈良県産でも、エシ カルなロゴが付くのと付かないのとで意識 や効果にどのような違いがあるのかを検証 することにしました。また、今回は野菜の みを対象にして、加工食品、お米、果物は 除外しました。なお、アンケートの回答時

には、教育・研究に用いるという点で、組合員さんから利用履歴の使用について同意をいただいています。分析にあたっては、組合員番号は削除して、調査上の個別番号に置き換えて、個人情報を削除した上で、私(玉置)のみが分析に従事していることを申し添えておきます。

次にアンケートで調査した項目です。ま ず注目したのは、組合員さんの社会的責任 という意識です。これは、CSRのような 企業の社会的責任ではなく、消費者の社会 的責任、つまり一市民・消費者として今後 の社会の動向が気になるとか、自分の行動 が社会にどのような影響を与えるのかが気 になるとか、そういった質問項目で社会的 責任の強さをアンケートでお聞きしまし た。もうひとつは、購買時に自身のライフ スタイルとの一致をどの程度意識するかを お聞きしました。これはエシカル商品に限 らず、おそらくみなさんも物を買うときに、 すべての買い物でそういう行動をするわけ ではないと思いますが、自分自身のイメー ジと一致するものを求めたり、 自分と商品 や作り手との間に、生き方や価値観、イメー ジの一致を求める傾向があると思います。 そのような購買におけるライフスタイルの 一致の思考をエシカル消費に限らず、消費 全般に求める程度をお聞きしました。

このアンケートと実際の購買点数をもとに、社会的責任と「食べる"なら"大和」と、単純にカタログに「奈良県産」と小さく書かれるのみでブランド化されていない地元食品とで比較しました。このように社会的責任と「食べる"なら"大和」(あるいは「食べる"なら"大和」以外の奈良県産)の購買点数という、2つだけの変数で分析したときは、社会的責任と「食べる"なら"大和」(あるいは奈良県産のブランディングされていない地元食品)に明確な関係がみ

られ、消費者・組合員さんの社会的責任の 強さが奈良県産の野菜の購入を促している という結果が確認されました。

ただ、実際に社会的責任そのものが奈良 県産野菜の購買を促しているのか。「自分 は社会的責任感の強い人間だしとか「エシ カルな生活をしている人間だしという実感 を得るアイテムとして、エシカルなブラン ド、あるいは地元産の食品を買っているの ではないか。そのような意図でライフスタ イルとの一致を変数として加えた分析をし たところ、「食べる"なら"大和 | であれ、 ブランディングされていない地元食品であ れ、社会的責任の高い組合員さんは、購買 においてライフスタイルと一致した購買を するという志向が強く見られ、さらに「食 べる"なら"大和 | やブランディングされ ていない奈良県の野菜を多く利用している という結果が見られました。つまり、エシ カルなライフスタイルを自分自身で表現し たり実感するアイテムのひとつとして奈良 県産野菜を購入しているということができ ます。

次に、もう少し深掘りした分析を行いま した。先ほどのように言ってしまうと、エ シカルな消費が、ものすごく利己的な、自 分志向の消費に見えるのではないかという ような視点がありますが、そうでは無いと いうことを確認するために、 共感という概 念に着目しました、個人が、他人の状況や 感情に対して同期的反応をする傾向を「共 感性」といいます。この共感という個人特 性が社会的責任を生んでいるのではない か。つまりその社会的責任の背後には、そ ういった利他的な側面があるのではない か。それを調べることで、エシカル消費が 自分のライフスタイルの表現だけでなく、 他者の状況や感情に対する共感性も生まれ ているのではないか。それを検証してみま

した。もうひとつは、ここまでの結果はエシカルブランドの意義があまり明確にならなかったのですが、エシカルブランディングされた奈良県産の食品(「食べる"なら"大和」の食品)の購買は、エシカルブランディングされていない奈良県産食品と比べたとき、どのような違いがあるのかということで、ならコープに対してどのような評価の違いが生まれるのかということを、ならコープに対する倫理性の評価という面から検証しました。

分析の結果. 共感性が社会的責任の意識 を生んでいるということ、 先の分析と同じ く社会的責任はライフスタイルの一致志向 を生んでいることが確認されました。さら に、ライフスタイルの一致した購買志向は 本当に若干ではあるけれども、ライフスタ イルの一致志向が強まるほど「食べる"な ら"大和」というブランディングされた地 元野菜への購買を高めていることがわかり ました。もうひとつ明確な結果として現れ たのは、「食べる"なら"大和 | の野菜を 買っている組合員さんのほうが、ならコー プに対する倫理性の評価を高めており、そ れに対して、いくら奈良県産の野菜を買っ てもブランディングされていない野菜の購 買の場合は、ならコープへの倫理的な評価 にはつながらないという結果がみられまし た。エシカルブランディングは、ならコー プの倫理性の評価の源泉になっていると言 えるわけで、エシカルブランドの生協に対 するメリットのひとつと言っていい結果が 得られました。また、組合員さんにとって も、エシカルブランドが自分のライフスタ イルを実感する手段のひとつとなると言え るわけです。つまりエシカルブランドは生 協にも組合員さん自身にも、それぞれの自 己の表現や存在を支えるやくわりを果たす という意味で両者に大きなベネフィットを

与えているということができます。

最後に、このような結果を踏まえて、実 践的な課題やこれからできることを3点ほ ど提起しようと思います。1つは、エシカ ルブランディングするかどうかにかかわら ず、地元食品、ローカルフードの消費の背 後には、単に消費者の向社会的な意識だけ でなく、ライフスタイルの一致といった自 己志向の意識もミックスされて消費されて いるということです。このことから、さら にエシカル消費まで広げて考えると、エシ カル商品の購入を促進するためには、単純 に向社会性や利他性といった意識だけでな く、消費者・組合員の自己志向的な意識も 認識をした仕組みづくりが必要ではないか ということです。そして、エシカルなブラ ンディングは、 さらにエシカル消費を促進 させるということです。ただ、単純にブラ ンドと言っても、自分のためだけでなく、 そのブランドの意味、自分の住む地域や誰 かのためになるといった意味もブランド の意味に含めることが大事だと思います。 「食べる"なら"大和」の場合、地産地消 の呼びかけをネーミングそのものにしてお り、その意味が組合員さんにものすごく伝 わりやすいのだと思います。2つめにライ フスタイルという視点から捉えると、今回 の対象は地元食品だけですが、エシカル消 費には、地域活性化だけでなく様々な社会 課題の解決をめざしたものがあります。エ シカル消費をライフスタイルという視点か ら捉えることで、ローカルフード、あるい は地元食品だけでなく、フェアトレードや オーガニックなど、いろいろなエシカル消 費を、消費者のライフスタイルを表現・構 築するという1つの軸でくくることができ ます。ライフスタイルの視点からエシカル 商品を訴求することでエシカル市場の活性 化につながるのではないかと思います。3 つめに、エシカルブランドは、売り手・買 い手の存在意義に関わるメリットをもたら すという点で、より持続可能な取引を実現 するのではないかと、この結果からは言え るのですが、ただ、どうなんだろうかとい う思いも実はあります。最後にちゃぶ台を ひっくり返すような言い方になるかもしれ ませんが、ライフスタイルとかファッショ ン性を追求しすぎると、流行に左右される ようなことがあるかもしれません。関心が 強い間はいいのですが、それが冷めると、 すぐに別のエシカルで無いファッションへ 離れていってしまうこともあるかもしれま せん。自分を他人と差別化するための手段 としてエシカル消費を位置づけてしまう と、ファッションとして成立しているとき はエシカル消費がどんどん活性化するけれ ども、それが自己表現の手段としてあまり 影響しなくなってしまうと、急速に市場が しぼんでしまう可能性も否定できません。 あるいは、共感や社会的責任もエシカル消 費のひとつの要因であると説明しました が、それが進みすぎてしまうとネガティブ な側面も出てきて、以前募金詐欺でもあっ たように実態の無い困窮を訴えて人の共感 を得て商品をうりつけたりすることもあり ます。また共感が強すぎるとその対象だけ に目がいってしまい、他の社会課題に目が 向かないということもあります。このよう な、共感は社会を良くない方向に持ってい くという議論もなされています。

今回は、社会的意識やライフスタイルの 視点からエシカルなブランディングをする ことはローカルフードやエシカル消費の活 性化に重要な役割を果たすという結果がみ られましたが、本当にそうなのかなという 意識もある反面、今後はそういう視点も含 めて、より持続可能なエシカル消費に必要 なものは何かという検討を進めていきたい と思っています。

【辻村】玉置さん、ありがとうございました。 では岩橋さん、コメントをお願いします。

## ■報告 II のコメント 岩橋 涼 (名古屋文理大学)

【岩橋】名古屋文理大学の岩橋と申します。 玉置先生のご報告について、私自身の研究 内容も織り交ぜながら、コメントと質問を させていただきたいと思います。

先生のご報告はエシカルなブランディングの効果や購買要因について、意識調査と購買履歴のデータを組み合わせて分析・検証されたものでした。ご報告でもありましたように、エシカル消費ではとくに態度と行動のギャップがあると言われていますので、意識調査を行動データと組み合わせて分析された点は今回のご研究の大きな特徴だと思います。

私は産直に関する研究をしていまして、 野菜の選択・購入基準等に関する組合員さんへのグループインタビューを実施したことがあります。これは意識調査にはなりますが、その経験を踏まえて何点かコメントと質問をさせていただきます。

まず、地元野菜の購入について、倫理的 基準に関して言えば、地域の生産者を応援 したい、地域経済の活性化に貢献したいと いった思いや、輸送エネルギーを考えてより近くのものを選びたい、というような地 とがあると思います。その「地元」の地理 的範囲をあらためて考えてみると、今回は 奈良県という県の範囲でしたが、組合員を んの立場からみたときに「地元」という可 がいるいるあると思います。これはブラ とがあると思います。これはブランディングというより選択の背景に関わる 問題になりますが、「地元」については、 よりローカルな範囲も含めて捉えることが 重要だと思います。

また、どこで生産されたかだけでなく、 どのように栽培されたかという栽培方法 も、エシカル消費では一つの要素になるオー といます。この点に関連して、たとえばオー ガニックはエシカル消費の中でもよく取り 上げられますが、今回の「食べるなら 和」のように、マークを見たときに奈良県 産ということがわかりやすいブランディングとは少し異なるのかなと思います。 ガニックを含む減農薬栽培などについる 場合、そのマークの意味など、ある程度の 知識が必要なブランディングになるといえ ます。

そこで玉置先生にお聞きしたいのですが、エシカルなブランディングにおける知識や学習の役割の重要性はどれくらいあるのでしょうか。今回のようなわかりやすいもの以外に、マークの意味を知らないと選べないようなブランディングもあると思いますので、そのあたりをお聞きしたいと思います。

次に、ライフスタイルに一致した購買志間に関して、最後のスライドで先生がおとれていたように、地元食品を選がといったように、たとえばオーガニックな生活を現ったが、たってはといったがるのではと感でした。生ならいったのではと感じません。生ながなカーがというではないのまずなどにエシカル消費をありますが、カタログなどにエシカル高品がけているのを表が合ったと記げているな要素が含ますが、たとえばオーガニックなフスタイフスタイフスタイフスタイフスタイフスタイフスタイフスタイルをできませばない。

提案するほうがわかりやすいような印象があって、そういう方針を採っている生協もあります。ライフスタイルを表現するというか、消費につながりやすいかどうかを考えたときに、エシカル消費全体のコーナーを設けるやり方か、よりテーマを絞って「こういう商品があります」と紹介するやり方か、どちらが戦略としていいのか、何かお考えがあれば教えていただきたいです。

そして、全体に関わることになりますが、 エシカル消費というとファッションなどい ろいろなものが含まれます。毎日購入する 食品ならでは特徴について、先生のこれま でのご研究で何かあれば教えていただけれ ばと思います。

以上の質問に関連して、あらためて野菜 の選択に関するグループインタビューの調 **査経験からお話しますと、はじめに述べた** 「地元」に関連して、大阪府の北部に居住 されている組合員さんが対象だったのです が、産地の選択基準を聞いたところ、カタ ログで大阪南部で生産されたものを「地元 大阪のタマネギ」と宣伝されていても、あ まり地元と感じないとの発言がありまし た。これは地元というとき、普段からスー パーの地産地消コーナーで市内の農家が生 産したものを買っている方からすると、カ タログに大阪府内産と書かれていても地元 という気がしないところからきているのか なと思います。今回のご報告の視点とは異 なりますが、生協でも地元の食品をより消 費してもらうことを考えるとき、やはり店 舗などでの取り組みは重要だと思います。 また、栽培方法については、有機 JAS マー クだけでなく、化学合成農薬や化学肥料の 使用を3割減とか5割減といった栽培方法 による独自マークを設定されている生協も あり、調査では有機 JASより独自マーク が選択の手がかりの一つとなっていまし

た。これは有機の取り扱い量が少ないこと も関係しますが、選択の手がかりといった ときに、やはり組合員がそのマークを知っ ているかどうかという問題は大きいように 思います。

時間が来ましたので、最後に一つだけ。 野菜の選択では、旬、メニューや献立、家 族人数や子どもがいるかどうかといった家 族構成によっても変わりますし、各家庭の 食生活のあり方と深く結びついています。 エシカルなブランディングによる食品は、 そういった食生活に取り込めるものかどう か、野菜の場合はとくに普段の食生活にな じむものかどうかが継続的な利用には重要 だと思います。

【辻村】岩橋さん、ありがとうございました。多くの質問がありましたが、特にエシカルブランディングについて、産地だけでなく、生産者や栽培方法に関するエシカルの場合、説明にかなりの工夫がいるのではないかという質問と、エシカル商品全体として売るのと細かく分けるのと、どちらがいいのかという質問の2点について、玉置さんの回答をお願いします。

【玉置】岩橋先生、コメントをありがとうございました。私の報告も補足していただいたようで、感謝しております。エシカルブランドやローカルフードに対する効果を見るにあたっては、「食べる"なら"大和」がすごく明確だったということがあります。私は奈良県の人間でもないですし、がやはり「大和」という括りは奈良県全体の括りをイメージさせます。大阪の場合ですと、和泉、河内、摂津という旧国名のロが離れると違う国という意識を持つかもしれ

ませんが、「大和」というネーミングを明確に入れたことが「地元」という意識を明確に組合員さんに与えているのではないかと思っています。

生産者や栽培方法までという点について は、「食べる"なら"大和」の場合はシン プルに「地産地消を進めましょう」という エシカルなコミットメントを込めているわ けで、もちろん、なかには、ならコープに しかないとか、こだわった栽培方法を採っ ている野菜も「食べる"なら"大和 | の商 品に含まれていますが、そういうものだけ でなく、シンプルに「地産地消」を推し進 めるブランドとして生産者や栽培方法は限 定せずに展開されています。そういった意 味でも、ブランディングする上で非常にわ かりやすいというか、「奈良県産のものを 食べましょう」という一つの運動として、 わかりやすいブランディングをしているわ けで、そこに栽培方法までメッセージとし て含めてしまうと、ひょっとして違う方向 になったり、わかりにくいブランドになる かもしれませんね。

エシカルなライフスタイルに一致した購 買志向とエシカルブランドの利用という点 については、最後のところで少しふれまし たがエシカル消費をライフスタイルいう括 りでみることの利点魅力として、地元の食 品だけでなく、岩橋先生が挙げられたオー ガニックなどもひとつのカテゴリーとして 取り扱うことによって、エシカルなライフ スタイルを送っているという実感を消費者 に与えることができ、販売を促進できると 思います。ただ、エシカルなライフスタ イルを送っている実感を強く与える商品 と、そうでない商品があります。たとえ ば「エコ」というのは、一昔前はものすご くエシカルな感じがしましたが、最近のよ うに、ほとんどの人が環境を意識し始める

と、自分自身にそういう生活を強く実感さ せるような手段にならなくなっていると思 います。本日の研究結果の報告も、5年前 のアンケート結果ですから、5年前はこの ように思っておられたかもしれませんが、 ひょっとすると現在は変わっている可能性 があります。そうすると、「エシカルなラ イフスタイル」という括り自体は今後もし ばらく続くと思いますが、地域活性化だけ でなく、世界の平和、マイノリティ、貧困 など、多様な関心が出てきていると思いま す。エシカルとしては同じだけれども、ラ イフスタイルという視点から見たときにそ れを実感させるような製品になっているか どうかは注意深く見ていかなければいけな いと思っています。もちろん関心がなく なったらエシカル商品として展開しなくて 良いのかと言えば、そうではありませんが。 お答えになっているかどうかわかりません が、以上です。

【辻村】玉置さん、ありがとうございました。 では第Ⅲ報告を、加賀美さん、お願いします。

# ■報告Ⅲ:利用と活動を通じた若年組合員の参加と関係性の実態について加賀美太記(阪南大学)

【加賀美】ご紹介に与りました、阪南大学の加賀美と申します。よろしくお願いいたします。私からは、「利用と活動を通じた若年組合員の参加と関係性の実態について」というテーマでお話をさせていただきます。鬼頭先生と玉置先生のように、実証まで進めていませんので、今回は問題意識や先行研究の紹介、および古いデータからにはなりますが、「今後このようなことを考えていく必要があるのではないか」といったことをお話ししたいと思います。

まず問題意識、問題の背景について、ご く簡単にふれておきます。2011年の東日 本大震災や 2008 年のリーマン・ショック を踏まえて、絆や人間関係の大事さなどが 注目を集めてきました。また、実践と学問 の領域からも、こうした社会的な関係性を どう捉えるのか、どう評価するのかが問題 になってきました。学問の分野では、パッ トナムが提起したソーシャル・キャピタ ル(社会関係資本)の重要性や、社会ネッ トワーク理論、あるいは、GAFA などに 代表されるデジタル・プラットフォームを どのように活用すべきか、またプラット フォームへの集中による問題が議論されて います。現実の世界では、どちらかといえ ばマーケティング的な要素も大きいと思い ますが、たとえば定常型社会、シェア消費 やコト消費、近年ではシェアリング・エコ ノミーなど、さまざまな形でつながりや関 係性に注目する動きが現れています。

そうしたなかで、古くからつながりを基 礎としてきたのが協同組合です。1995年 の協同組合原則でも、「第7原則:コミュ ニティへの関与」で、つながりに言及して きたように、生活(消費)協同組合は、消 費生活の向上を主な目的としながら消費者 同士がつながりを紡ぐ、協同を紡ぐことが 基本とされてきました。

歴史を振り返ると、日本の生協において、 つながりは非常に大きな役割を果たしてき ました。班別共同購入という仕組みを通じ て、つながりが担保されたこと、あるいは さまざまな形で組合員活動がつながりをつ くってきたことを、これまでの先行研究は 指摘しています。

とくに先行研究では、とりわけ班に注目 しています。先行研究で指摘された「班」 の役割は、大きくは次の5つです。

1つは、班を通じて生協に参加する窓口

がつくられ、班が生協に組合員が実際に関 わるルートとして機能していたというこ と。2番目に、生協・組合員・職員の具体 像(たとえば京都生協はどういうところな のか、ならコープはどういうところなの か、コープしがはどういう人たちが働いて いるのか等のイメージ)を、班を通じて獲 得したこと。3番目に、そうしたなかで主 体的な組合員、とりわけ総代やエリア委員 といった役職に就く組合員を再生産する仕 組みになっていたこと。4番目に、職員が 非常に密接に組合員とコミュニケーション をとり、組合員の声を聞くことができたこ と。最後に、組合員に一部の流通労働を任 せることで費用削減を実現し、事業的な貢 献を果たしたこと。こうした点を評価して いると思います。

重要な役割を持っていた共同購入班です が、ご承知の通り、90年代後半から「個配」 の伸長に比して「班」が停滞気味だという ことは、いずれの生協でも共通しています。 ただし、報道やインタビューからは、班 がなくなっているというよりは、新しくつ くられる班が減っているのが実態のように も感じています。たとえば、直近の個配と 班配の比率では、2020年の段階で個配が 約76%を占めていますが、地方では班別 共同購入の比率が5割ぐらいある生協もあ ると伺っています。つまり、その意味では、 班配が個配に取って代わられるというより は、新しい人たちが個配を主に利用すると いう流れがあり、大きな問題は、新たに入っ てきた人たちを、班を経由せずに生協の協 同にどのように巻き込んでいくのか、ある いは関わってもらうのか、というところに あるのだろうと思います。

そうしたなかで、組合員活動に対する危 機感を背景に、「このままで大丈夫か」と いうことは先行研究でも問題提起されており、日本生協連も2006年、2010年、2014年、 そして今年4月に、組合員参加に関わる提言を相次いで出しています。

この辺りをまとめると、生協は事業面において、班が維持しにくい社会環境への移り変わりに対して、個配という新しい事業モデル(こちらも登場して25年近く経ちますが)を導入することで対応してきましたが、運動的な部分、たとえば班の代替や、さまざまなサークル的な部分、日常の交流などについては、未解決のままではないかと捉えています。

その意味では、班が仲介していた組合員 同士、あるいは組合員と生協、組合員と職 員のつながりをどう維持していくかが、い ま考えるべき論点なのではないでしょうか。

事業面で昔の班のように、利用を通じながら組合員の関係性を築くような工夫も多くの生協がされていると思いますが、全体としては組合員活動の面で、すなわち班に代わる仕組みを活動としてつくったらどうか、という方向で動いているのではないかと思っています。

もちろん、事業面にも関わってもらわねばということは問題意識としてあって、日本生協連も先ほど挙げた提言のポイントとして、事業プロセスに関わってもらうことも大事にすべきであり、それと同時に組合員の関心に基づく活動に参加してもらい、さらに意思決定や機関運営に参加してもらうといったように、参加を促進・支援する機能を生協としてトータルに強化することが必要だ、ということを述べていると思います。

また、こうした組合員の関心に基づく活動については、近年、杉本貴志先生や道場親信先生が、個人の興味・関心や条件に応

じたテーマ型、組合員の結集の形を変更する形(生活クラブ生協の「コミュニティ」制度)などに着目しており、実践や研究の必要性を問題提起されていました。

では、続いて、実際の組合員活動はどういう状況なのか、どういうところに注目すべきなのか、ということについてお話いたします。

まず、コロナ禍が始まる前の、組合員活動の状況についてです。以前、ある研究会で「組合員活動の実態を正確に捉えるのは非常に難しい」という話になったことがあります。全国の生協の組合員活動はそれぞれいろいろであり、統計・定量的にそれをどう整理すればいいのかは「よく分からない」という話をしていたこともあります。

そうしたこともありますが、日本生協連 の組合員活動部では、組合員活動に際よる 加入してもらう行事保険の加入人数にはかますが、だいた数は、凸凹はありますが、だいたの数 160万人ぐらいで推移しています。ことした。 全をみると、組合員活動が停滞してると、組合員活動が停滞しているとはありません。 とはありません。 とはありません。 とはありません。 とはありません。 というと、 とはありません。 というとなかというのが増えているというのが現けですると、 ですが、活動へのおけでいるというのが現 状なのだろうと思います。

問題は、この横ばいの状況をどう上昇に 転じさせるか、あるいは横ばいの状況の中 にあっても、その内容をいかに深掘りして、 より強い関係性に変えていくのか、という ところにあるような気がしています。

こうした組合員活動については、 i : 定 期的に開催される会議(コープ委員会、運 営委員会等)、ii: テーマ別や地域で分けたエリア委員会やテーマ別懇談会等、iii: 自主的な活動(子育てひろば、産地巡り、サークル等)、IV: 自主的な活動でかつスポット的な取り組み(つどい、おしゃべりパーティー等)がある、というふうに類型化して整理されています。

個人的には、IV:自主的な活動・商品を 囲むスポットでの交流に、入り口としての 重要性があるのではないかと考えており、 この間継続的に勉強をしてきました。後で もお話ししますが、とりわけ現代の若いん たちは関係性について非常に緩やかな、 まり全面的にコミットするような関係性で はなく、もう少し緩やかなつながりを好 傾向が強いのです。これを踏まえると、IV のような形が入り口として意味があるのか なと思っています。

次いで、組合員活動の実施状況を以前行ったアンケートから紹介させていただきますと、やはり一番多いのは産地や工場などの見学です。また、注目していると述べたおしゃべり会やおしゃべりパーティー等のスポット的な取り組みについては、全国の生協にアンケートしたところ、回答数は多くありませんが、20弱の生協が実施しているということでした。

パーティーそのものは、2010年代から 複数の生協が取り入れている事例で、IVの スポット的な組合員活動の代表例と言える と思います。内容は皆さまもご存じだと思 いますので、ポイントだけ紹介しますと、 「生協は商品を低価格か無償で提供するの で、それを素材に参加者で自由に交流して ください」というような形です。

2020年以降はコロナ禍のもとで、調べている限り、どこも実施は出来ていませんが、コロナ禍直前の開催状況を見ると、主

に西日本側の生協で多く、実施生協全体で みると年間で12万回ほど開催されている ことがわかりました。

おしゃべりパーティーは、先ほど言いましたように、生協から無料で商品提供を受け、組合員同士が交流する企画です。

他の取り組みとの比較という視点で、特徴は何かと考えると、1つは交流において「これについて話し合ってください」と具体的なテーマを決めないこと、2つめは販売促進の面はあまり大きく打ち出さないことです。配った商品を次の機会に買ってもらうことは、あまり目的としていないという点は、非常にユニークかと思います。

3つめに、非組合員の参加も可能ということで、けっして組合員だけのつながり強化や組合員だけのつどいになっているわけではないということも、おもしろいところだと思います。

4番目に、参加者が報告書としてパーティーの内容をまとめて提出して、生協側がその報告書を読み込むことを大事にしているところです。この読み込みを通じて職員が組合員のことを理解したり、生協そのものについて理解を深めたりする上で、重要な機会になっているのではないかという指摘もあります。

その意味では、生協自身が問題視しているのは、交流や組合員の人間関係に重点があるのであって、事業貢献というよりも、社会的ミッションを重視する活動としてポイントを置いている点が大事なのだと思います。

資料11ページは、2014年に実施した調査で、各生協に「おしゃべりパーティーの意義を何だと考えますか?」という問いに5点尺度で回答してもらったものです。同

時に「実際はどうですか?」と実施後の評価について聞いています。評価点が意義点を上回っている場合は「実際にやってみて、とくにこれがよかった」ということになり、意義点が上回っている場合は「この点が大事だと思っているけれども、実際にはもっと頑張れたのではないか」ということを表現しいます。

これを見ると、評価が意義を上回っているのが「班運営の活性化」「商品供給高の拡大」「組合員の拡大」についてです。逆に「組合員ニーズの把握」「生協への愛着向上」「交流の促進」は、意義を評価が下回る状況です。

これをどう読み解くかは、まだ整理できていない部分で、今後も考えていきたいと思いますが、評価はすべて3点を上回っており、この活動自体は「やってみたら、よかったのではないか」というふうに評価する生協が多いということが見てとれるかと思います。

そのうえで、生協の「パーティー」への 期待についてまとめますと、「コミュニケー ションの機会の創出」「事業への貢献」「組 合員のコミットメントの向上」に関わる活 動として、これを積極的に位置づけて取り 組んでいるようです。その意味では、パー ティーは主に運動面(「交流」と「生協へ の関与の窓口」)として期待されているの かなと思います。

事業面への貢献の期待、あるいは制度 化、ビルトインを考えてみると、班に比べ てそこまで高いわけではありません。組合 員ニーズやくらし方の把握につながるので はないか、という期待もありますが、当然、 無償で商品提供するケースがほとんどです ので、実施にはコストがかかります。流通 労働を組合員が代替することで、コスト低 減にも繋がっていた班とは、おそらく意味 が異なるだろうと考えています。

ただ、職員教育などへの活用の可能性は あるでしょうし、新規の組合員の開拓の可 能性につながる部分もあると思っています。

個人的には、地域における社会関係資本 の構築や形成に寄与しているのではないか という仮説を持っていますが、これはこれ から定量調査をしようと思っているところ です。

ここからは、2013年12月にコープしが様で、おしゃべりパーティーに参加したことがある組合員を対象に取らせていただいたアンケートの結果になります。調査当時は、若年層など年代別には分けず分析をしました。今回は20代から40代の若年層について、いくつかデータを抜き出して再整理しましたので、少し古くはなりますが、ご紹介しようと思います。

この調査では、いくつかの人間関係について「どの程度満足していますか?」という質問をしています。総じて満足度は高いのですが、組合員との関係を見ると、「満足」「やや満足」「どちらでもない」「やや不満」「不満」の選択肢のうち、「どちらでもない」が一番多くなっています。ちなみに班員との関係は「満足」が一番高くなっています。もちろん、「該当する人がいない」という回答も多いので、一概に言い切れるわけではないのですが、班に入っている場合、組合員との関係性にもかなり納得がある、よい関係が築けていると感じる若い人が多いと言えると思います。

また、「組合員の人と普段から行き来していますか?」という質問に対しては、「よく行き来している」「ある程度行き来している」という人がわりあい多く出てきてい

ると思います。一番多かった「あてはまる 人がいない」という回答は、個配利用や班 員に知り合いの組合員がいないというケー スだと思います。

また、若い人が地域との関係性をどうしているのかということで、「地域の活動(町内会、地域のお祭りなど)に参加していますか」という質問もしているという回答が出ています。ものすごくコミットしている層はほとんどいないけれど、地域の活動にまったく参加していないわけでもない。この辺りについて、班は地縁的関係が非常に強い仕組みですので、そこを通じて何らかの貢献ができる可能性もあるのかなと思っています。

また、若年層におけるつながりに関する 意識ということで、最近の人間関係につい て聞いたところ、「どちらかというと難し くなった」という回答が多いという実態が あります。この辺りについても、どう貢献 できるかということは今後も考えておくべ き点かなと思います。

さらに、組合員や家族など、さまざまな 関係性で、どういう形のつながりが望まし いかを聞いたのが資料 16 ページの図です。 いま、どう付き合っているのかではなく て、どういう形がいいのか?という問いか けですが、組合員の友人との関係性につい ては「形式的付き合い」か「部分的付き合 い」が非常に多く、「全面的に付き合いた いわけではないけど、ちゃんとつながって おきたい」という関心が見てとれます。

こうして見ると、他の世代と違う、何か 強い傾向や特徴があるわけではありません が、おそらく一般にイメージされている若 年層世代の感覚が、アンケートからも、あ る程度裏付けされていると思います。

最後に、若年層の利用実態に関する調査 や先行研究(つながりというよりは、利用 の実態について議論しているもの)を3つ ほど紹介します。

1つは宮崎達郎先生の研究で、生協宅配について若年層に対して行った調査です。生協宅配の認知度は約6割、利用度も約25%と、食への関心が高い消費者については生協も獲得できているだろうとおっしゃっています。ただ一方で、若年層からは商品の品揃えや価格についてあまり高く評価されていない。品揃えと価格が若年層向けの弱点ではないかということも指摘されています。

また、2020年に鶴田健先生が書かれた 論文でも、近いことが言われています。た とえば、若年層にフィットするコープ商品 が少ない。30代以下の組合員向けのコー プ商品がないことが生協への愛着を弱しているのではないか。もっと若年層向ける でいるのではないか。もっと若年層向ける 層ほどコストパフォーマンスとブランド価 値との相関が強い、信頼性と購買意思との 間に相関は見られない(信頼があろうがな かろうが買うものは買う、というような消 費行動が見てとれる)といったことが述べ られています。

桜井政成先生たちはパルシステムを対象 に調査を行っています。とくに若年層に 絞った調査ではありませんが、パルシステ ムの利用者は比較的若い世代が多いという ことで、参考に持ってきました。

こちら非常にユニークというか、おもし ろいと思ったのですが、実は個配中心の都 市部の生協でも、定量的に分析してみると、 組合員活動への参加を通じてソーシャル・ キャピタルが醸成されていて、市民参加や 地域活動の活性化に生協が貢献しているこ とが示唆されています。

さらに中身を見てみると、生協商品やサービスに『役立ち感』を強く感じている人ほど、生協活動の役立ち感も強いと感じている。それが活動参加率の高さにつながっていて、組合員活動に積極的に参加していない層の活動参加を促すためには、役立ち感を活動参加につなげる仕組みが重要だろうというようなことが述べられています。

最後に、今後考えておくべき論点は何か ということで簡単にコメントすると、1つ は若年層、あるいは現代に望ましいつなが り方とは何ぞや?ということです。組合員 は何を望んでいるのか、どんなつながり方 を望んでいるのか、ということを今後しっ かり考える必要があるだろうと思いま提供し それを支えるような仕組みを、いま提供し さいるものがそれに合致するようなものな のか、ということを評価する。それが2つ めです。

3つめに、若年層に限らないことですが、 組合員のつながりをステップアップさせる ために何を考えればいいのか、ということ も大事だと思っています。

つまり、「利用するだけ」から「参加もする」になり、さらに「能動的に参加する」というステップを考えたときに、その各段階を登るきっかけは何なのか、ということを丁寧に考えていくことが必要だということです。そこをしっかりと見て進めていくことができれば、「愛着が高まれば利用も高まる」という研究もありますので、事業面にも大きくプラスすると考えられます。

引き続き、今後そうしたことを研究してい きたいと思っています。

以上で私からの報告を終了いたします。 ありがとうございました。

【辻村】加賀美さん、ありがとうございます。 それでは浮網さん、コメントをお願いします。

#### ■報告Ⅲのコメント 浮網 佳苗(日本学 術振興会特別研究員)

【浮網】日本学術振興会特別研究員の浮網と申します。加賀美先生のご報告について、 私自身が研究しているイギリスの生協にも 言及しながらコメントできればと思っております。

先生のご報告では、班の活動や共同購入の機会が減少する中で、新たに取り組まれてきた交流自体を目的とした、おしゃべりパーティーを事例に、若者の参加意識や人とのつながりをめぐる現状、利用の状況などが示されました。人付き合いに消極的だと考えられてきた20代、30代の若い世代であっても、つながりを求めており、ゆるくつながった、安心できる居場所が身近にあることが重要であると感じます。

全労済協会が実施した最新の協同組合に関する意識調査においても、協同組合に対して肯定的なイメージを抱いている世代の割合が、60代に次いで20代に多いという結果が出ています(『勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書2020年版』、101頁)。若者の間で協同的な実践の重要性が以前に比べて認識されつつあると捉えることができます。そのなかで、おしゃべりパーティーのような、つながりづくりの場が頻繁に提供されていることに、生協の可能性を改めて感じることができました。

事業面に関しては、個配が若い世代の利

用の増加につながっていることは、新たな世代のニーズに対する工夫の表れである一方、ご報告の中で指摘があったように、商品の品揃えや価格など若年層に適した商品の少なさが生協へのロイヤリティ低下につながっている課題があることは、若年層を惹きつけるための工夫の余地が依然としてあるのだろうと思います。

私自身は19世紀から20世紀におけるイ ギリスの生協を研究していますが、若年層 をめぐる課題やつながりを紡ぎだす役割は 過去のイギリスにおいても同様に見られ、 それらの重要性が強調されていました。生 協はつながりを提供する場として機能し、 茶会や勉強会、工場見学といった様々な交 流イベントを通じて、地域の住民はコミュ ニケーションをとることができたのです。 とくに20世紀になると、若者の参加の重 要性が一層高まり、彼らに関わりたいと 思ってもらえるような工夫がなされていま した。その代表例が教育です。経済や協同 組合の仕組みなどを学べる座学から、芸術 やスポーツを通じた組合員同士の交流、地 域コミュニティでのボランティア活動まで 幅広い学びが提供されていました。また、 10歳以下の幼児を含む若い世代を対象と した交流会も盛んに開催されており、幼い 頃から生協に慣れ親しんでもらうことで、 参加を当たり前にし、生協への愛着が高ま ることが期待されたのです。

事業面でも、若者の関心を高めようと、 彼らの目を引くような華やかな広告を展 開したり、店舗の内装や外観をスタイリッ シュに変えたりする工夫を行っていました。

このように、時代や地域は異なっても、 生協の果たしうる役割や若者をめぐる議論 には類似性があり、協同組合の実践を考え るうえで重要かつ普遍的な観点が含まれて います。 そこで、ご報告内容に関して、組合員、 とくに若い組合員の視点から以下の点について伺います。一つ目は、おしゃべりパー ティーに参加した人たちの参加動機や会話 内容、生協に対する意見やイメージについて教えてください。

二つ目はおしゃべりパーティーの参加の しやすさに関して伺います。テーマを決め ず、自由におしゃべりができることは関与 のハードルを下げ、気軽な参加につながっ ているのではないかと考えられます。ただ、 ご報告のなかで若年層のつながりに関する 意識について、地域の活動に年に数回参加 する人と全く参加しない人の合計が8割近 くに上ることが示されていることから、つ ながりや人との交流の重要性を認識しつつ も、実際に行動する若者は少ないのではな いかと思います。過去のイギリスにおいて も、組合員の参加率の低さが問題となって おり、現在に至るまで生協にとって悩まし い課題であり続けています。一方で、個配 中心の都市部でも、組合員活動への積極的 な参加が認められるという研究もあるよう なので、おしゃべりパーティーに関して も、若い人も含めて組合員活動の入り口と して、これまで参加できなかった人たちの 参加につながっている側面があるのだとし たら、それは告知の仕方の工夫や、参加に 消極的な人でも関わりやすいような仕掛け がなされているということでしょうか。

最後に、こうした交流会の参加者は女性が多いと思いますが、孤独問題ではむしろ男性が深刻だといわれ、とくに最近では若い男性の孤独も指摘されています。生協は、おしゃべりパーティーに限らず交流会全般において、男性の参加を意識していたり、男性の参加を促進する工夫を行ったりしているのでしょうか。ご存じのことがあれば教えていただければと思います。

私からのコメントは以上です。ありがと うございました。

【辻村】浮網さん、ありがとうございます。 たくさん質問をもらいましたが、時間が限 られており、おしゃべりパーティーに参加 するきっかけや告知についてと、若い男性 の参加を増やす工夫などを中心に、加賀美 さんから回答をお願いします。

【加賀美】浮網先生、コメントをありがとうございました。若い人が、なぜパーティーに参加しているのか、どういうきっかけで参加しているのか、という形で分析はしていませんので、あくまで仮説になりますが、パーティーの場合は商品が無償で提供されますので、言い方は悪いですが「タダだ!」と言って、とりあえず参加した人が割合としては多かったという傾向があります。

そういうことを踏まえると、あまり重く 考えず、気軽に交流の機会として利用でき るというところが入り口になっていて、若 い人たちも実際にやってみているのでない かと考えています。その辺り、次にアンケー トを取るときには検討したいと思います。

また、告知をどのようにしているのかということに関しても、店舗の掲示、紙媒体で配送に同封するのが当時の基本的な方法です。告知や広報をどう現代にアレンジにて発信するのかは難しい課題だと思いとで発信するのかは難しい課題だと思いした。 さらに言えば、以前にヒアリングと言っと協では「コストの問題が大きい」ということはいる方と出しですので、「やってもらったいけど、やってもらう人たちが増えるとといけど、やってもらう人たちが増えることをお話しされていたように思います。

若い男性向けの取り組みについては、今

のところは直接に存じ上げません。

ただ、この点に関してどう考えるのか。 浮網先生とは少し意見が違うかもしれませんが、「若年層向けのコープ商品がないから若年層が入ってこない」という考え方を 突き詰めると、マーケティング的にはター ゲット別・セグメント別の商品を展開する ことによってシェアを伸ばしていくという 考え方につながります。しかし、本当にそれでいいのだろうかという気もしています。

というのは、高齢者にも若い人にも魅力 的に映る、トータルな全世代向けの商品は 本当に開発できないのだろうか、という疑 間があるからです。ボリュームが大きい高 齢者のセグメントと、少子化によって人数 が減ってしまっているけれども消費性向が 高い若年層向けのセグメントを分けて商品 開発をするのはもちろん大事です。経営的 にはだいぶ無茶を言うようですが、一方で、 その2つのセグメントにまたがるような、 たとえば先ほどのご報告にあった産直やエ シカルという形で、かつ価格が安く、持続 可能性が高い商品を、マス・ターゲットを 設定することで実現するというようなこと も考えておく必要があるのではないか、と 思っています。差異化や差別化だけでな く、むしろセグメントをトータルに捉えて ボリュームを獲得し、世代を超えて評価さ れるモノをつくる取り組みも、一方で考え ておかなければいけないのではないかとい うことを、問題意識として持っています。

若い男性向けの具体的な事例等は紹介できませんが、そこを切り口に、こういう論点もあるのではないかということで、回答代わりにさせていただければと思います。ありがとうございました。

【辻村】加賀美さん、ありがとうございます。 それでは総合討論です。会場・Zoomの皆 さんから質問をお受けする時間と位置付けており、とくに論点を設定しておりません。 Zoomでご参加の方は、Zoomのチャットで質問していただければ、私が読める状態です。よろしくお願いします。

【生活協同組合ユーコープ曽具理事長】加賀美先生に、質問と情報提供も兼ねてということで申しますと、どちらかといえば、おしゃべりパーティーはかなり古いなという感じです。いま一番関心があるのは、ここ2年、コロナによってリアルで集まることがまったくできなくなったもとで組合員活動がどうなっているのか、全国の生協ではそれが話題になっています。

そのなかで、実態はすごく分かれています。というのは、実際に集まれなくなって組合員の活動が停滞したという生協と、Webでの活動がやむを得ない部分も含めて10年くらい先取りして進んで、組合員の活動が大きく広がったという生協に分かれるのです。

ユーコープの実態でいうと、Webでの 企画に変わることによって組合員の活動人 数は大きく広がりました。おそらく3倍く らいになったと思います。

その意味で、今後はそこでつながった人たちが総代になったり、場合によっては組合員理事になるなど、組合員の関わり方をどのようにつくっていけるかが課題になると思いますが、その辺りのWebでのつながりの可能性をどのように考えていらっしゃるのかを質問したいと思っています。

それと、私どもの経験で言うと、そのことも含めて総代の懇談会なども全部 Web に変わった影響もあって、総代になる方の年齢が若くなりました。利用の実態と総代の年齢構成がおおよそ等しくなりました。10年ぐらい前までは、総代はどちらかと

いえば年齢の高い人で、若い人は総代にならないということがあったのですが、中身を聞いてみると、末子がまだ小学校に入っていなくて、「Webで2、3時間なら参加できるけど、遠くまで行くとか、実際に集まるのは参加できない」というような人たちが総代になる例が非常に増えてきました。

そういったことも含めて、Webでのつながりとリアルなつながりは、今後どのようになっていくのか、どういう可能性があるのか、ということについてお考えをお聞きしたいと思います。

【辻村】ありがとうございます。加賀美さんへのご質問です。回答をお願いします。

【加賀美】ご質問、ありがとうございました。 リアルからオンラインへの転換で伸びた生 協もあれば厳しい生協もあるという情報提 供、ありがとうございます。

たしかに、コロナ禍のもとで組合員活動がどう進んだのか、どういう課題があるのか、ということはいろいろ調べて勉強していますが、まだ自分の中でまとまりがついておりません。それもあって、今回はほとんどふれずに報告させていただきました。

若い世代がオンラインを活用して、積極的に組合員活動に参加できるようになっていることは、非常に評価すべきポイントだと思います。昨日、研究所の理事会で、オンライン化で総代の平均年齢がだいぶ若返ったという話を聞いて、「なるほど」と思った部分もあります。

また、ご質問いただいたのは、オンラインで参加した人が、理事や総代になる段階までどうやって進んでいくのかということですが、まさに私の関心もそこにあります。パーティーやオンラインの産地見学会に参加した人が、どうしたら「次は自分が組合

員活動をやる側に回ろう」とか「そういう 場を守ろう。もっと拡大しよう」というと ころに進んでいくのかということを、質的 な調査やインタビューをしながら、もう少 し掘り下げて研究してみたいと思っています。

ただ、他の研究から示唆されていることを見ると、おそらく2つポイントがあると思っています。1つは桜井先生の論文にあったようなケースで、結局、生協の役立ち具合、自分の生活にとって重要性が高いと感じている人ほど、そのハードルを乗りと感じている人ほど、そのハードルを乗りされるということです。これを考えると、やはり商品の魅力やサービスの魅力を高というになるということです。はり高んとは増えうるだろうということです。

もう一つは、そうは言っても、それだけだと劇的には増えないでしょうから、生協からの働きかけの工夫と焦点の明確化が必要だと思っています。以前研究した際には、職員の関わりの重要性が確認されています。職員が「総代や理事がありますよ」という形で、どれだけ働きかけられるか、情報提供できるかが、かなりのカギになるのではないかと思っています。

その辺りは今後深めたいと思います。今 回はお話ししていただいて、ありがとうご ざいました。

【辻村】加賀美さん、ありがとうございます。 引き続き、ご質問やご意見をお願いします。 ご質問がないようなので、先ほど残した議 論をもう少し続けたいと思います。

鬼頭さんから生産者の関係性構築に向けたコミュニケーションの重要性が言われ、さらに加賀美さんが、組合員活動への参加を通じてソーシャル・キャピタルが構築されていることを実証した研究が紹介されま

した。先ほど、どのようにコミュニケーションを持てばよいのかという議論をはじめましたが、たとえば私が最初に強調したような、産直における産消の田植え・稲刈りなどにおける交流までいかなくても、おしゃべりパーティーのような場に生産者を呼んで交流することで、産消のお互いの理解が十分深まるのかなど、具体的なコミューケーションのあり方について、鬼頭さんからご意見をいただければと思います。

【鬼頭】ご質問、ありがとうございます。 先ほどの議論の続きということですが、まず、対面で生産者と組合員が会って、かつ 生産者の方が実際に生産しておられる現場 で、組合員の方に実際に生産の活動に参加 してもらい交流をもつという方法があると 思います。そうすることで実際の生産者の 活動を理解するコミュニケーションができ ると思います。

ただ、それが理想だと思いますが、組合 員の方々へのアンケート結果を見ています と、たとえば生産者の方を支援するという 回答もある中で、利便性に関わる回答も多 くみられます。そのような状況を見ると、 先ほど述べた理想的な交流会を開催したと きに、おそらく一部の方が参加して、その 方たちがリピーターという形になるのでは ないかと思います。もちろん、そこでの信 頼性構築は非常に重要だとは思います。

ただ、コミュニケーションは目的によっていろいろなタイプがあるかと思いますが、合意形成をするためのコミュニケーションなら、グループの中の代表の人だけが参加するということで目的は達成されると思います。しかし、関係性構築のためのコミュニケーションということが、今回、生協の産直事業や交流会にお

【辻村】鬼頭さん、ありがとうございます。 先ほどもご意見をいただいたように思いますが、コロナ禍においても生協は産消の 交流を止めず、Zoomで継続されたと聞い ております。しかし対面で交流するのと Zoomで交流するのは、関係性構築の成果 が異なるように思うのです。いかがでしょうか?

【鬼頭】対面と Zoom のコミュニケーショとの違いをどのように考えるかということでしたち自身がこのすが、私たち自身がこのが、オンラ自身いますが、もと見知されると思いは信頼性が構築されているといると思いは信頼性がかいたが、機能すると思いは高くとかが、機能すると思いと話していることとのののでは、ないとのではなかが、オンラインとはを構築のついというではなかないます。やはり出かけているににいます。やはり出かけているではなかと、新しい関係性はなかした。

なか構築できないな、という話をしている のですが、それは交流会でも同様のことが いえると思います。

何もしないとか、情報として受け取るというよりは、オンラインの交流会はあったほうがより良いと思います。しかし、対面での交流には代えられないと考えています。

【辻村】鬼頭さん、ありがとうございます。 この話題をさらに深めていただくのでもいいですし、それ以外の質問でもかまいませんが、ございませんでしょうか。

なければ、加賀美さんに質問したいです。 報告の中で、おしゃべりパーティーは地元 農産物の販売促進にもなる、というような 話がありましたが、それは生産者を呼んで 交流できるというような、生産者と消費者 を結ぶ取り組みがあることで、地元農産物 の販売促進につながるという意味でしょうか。

【加賀美】スライド11枚目の「生協におけるパーティーの位置づけ」の地産地消の評価のところだと思いますが、基本的にパーティーは生協から3点ほどの商品を無償で提供して、それぞれの組合員さんが声をかけて周りの人を集めて交流するという仕組みです。現場に生産者の方が来て交流するという形ではありません。

ただ、提供する商品の中に「地元産の○が入ってます」とか「地元の○○を使った商品です」という形で、地産地消の促進というか、その地域の生産者を応援するようなことを図っている生協がある、ということなのだと思います。

【辻村】もう1つ、質問させてください。 先ほど、「若者はゆるやかなつながりのほうを好む」というような説明をされたので、 実際に産地を訪問し田植えなどして生産者 と深く交流するというものよりも、たとえばおしゃべりパーティーに生産者に来てもらって講演を聞くというような、ゆるやかなつながりの方が、若者の場合、関係性構築にはつながるということでしょうか。

【加賀美】そうですね。ただ、ゆるやかなとのながりというのは結局、何だろうかしれるところがあります。相談がしやすいとところがあります。相談がしているということなのか、それとないうことなが高いとなが高いとなが高いであるとはが高いのか、そうしたつなが高いなも今回は抽象度の高にもなんにするといますし、一般論にもなんに好ていると思っていますし、どう感じているのかを分でで、どうともしていると思っています。と現時点では手つかずなの課題とさせてください。

【辻村】加賀美さん、ありがとうございます。 時間の制約があり、これで最後にしたい のですが、玉置さんの研究成果である「倫 理的消費を促進する共感性」について、認 知的共感性と情動的共感性の違いを教えて いただくとともに、どのような機会があれ ばそれらの共感性が構築されるのか、研究 対象にされてないことを聞いてしまって申 し訳ないのですが、何かわかっていること があれば教えてください。

【玉置】今回の調査で共感は、個人の特性として相手の状況や感情を自分事として捉えるかどうか、といった特性の強さを測っています。認知的と情動的というのは、共感といっても相手の感情や状況を頭で理解するか、それも感情として理解するかで違いがありますので、その2つの視点から捉

えないと共感性をきちんと捉えられないの 視点から測定しています。ただ、共感をという意味として捉える、共感をとして捉える、 の間に、個人的特性としあれて、共える、 の意味で共感を捉えることもあれてくいますが、こういをはは影響してや気になる。 を見ていますが、コマーシャルやでしばいるようが、こういますが、こういを見ているというようなますが、は、 を含め別の研究では、特性というより、 になるの別の研究では、特性というより、 になるの別の研究では、特性を見たり、 を含め別のでいる状況や感情を見たり、 を含め別でいる状況や感情を見たり、 を含め利他的な行動を生み出すというような研究もされています。

【辻村】玉置さん、ありがとうございます。 もう質問はないようなので、もう一人の コーディネーターである山野さんから総括 コメントをいただきます。

## ■総括コメント コーディネーター 山野 薫(近畿大学)

【山野】 それでは最後に、総括コメントを させていただきます。

本日の3つの報告は、いずれも内容の濃いものでしたが、まとめとしてそれぞれの報告内容の肝になっていた言葉を一言で抜き出してみたいと思います。やや乱暴な方法、かつ、重厚な報告を行っていただいた登壇者の方には失礼になりますことをお許しください。

1つ目の鬼頭報告では、タイトルにも入っている「産直」という言葉になると思います。2つ目の玉置報告では、「エシカル」が重要な言葉となっていましたが、そのエシカルの土台になっていたのは「地元産の消費」です。3つ目の加賀美報告については、「組合員活動」。または「つながり」と

言い換えることもできるかもしれません。

実は、各報告のなかでこれらの言葉が意 味していたことは、最近になって言われは じめたものではなく、生協が日本、あるい はイギリスで活動を始めた頃から言われ続 けてきたことと共通しています。組合員の くらしを充実させるための要素として従来 から生協が目指してきたものですが、長い 年月を経る間に形や表現が若干変化して、 今に至っています。形や表現が変わってき た理由はやはり、その間に外部・内部環境 の両方に変化があり、それらに対応するた めです。もちろん、形が変化してはいけな いというわけではありませんし、様々な「求 め | に応じて柔軟に変化できるというのは 強い組織の要件でもありますので、ここは 否定しません。

では生協の外部環境や内部環境とは、具体的にどのようなことなのかを少し挙げてみますと、まずは社会の状況全般があります。先ほど話題に出ました新型コロナも、これに含まれます。他にも、これも本日の議論の中に出てきた、組合員の性質があります。さらには、本日はほとんど話題になりませんでしたが、組織そのものがどうかとか、職員がどうか、というような論点もあると思います。

このように、地域生協は環境や時代に合わせて変化が求められ、様々なことに対応してきましたが、「その地域を支えるのに不可欠な存在である」という点は不変だと私は考えています。鬼頭報告や玉置報告では、大前提として、食の消費と供給において生産者・消費者をつなぐ役割を果たしていますし、加賀美報告では、人と人がつないますし、加賀美報告では、人と人がつないますというプラットフォームのようなにおいて生協がプラットフォームのような役割を果たしていました。いずれも、前面に出ることはないけれど、その地域を支える

ための重要な役割です。

ただ、座長解題でも少し触れられていましたが、直近の新型コロナウイルスの拡大や、ポスト・グローバリゼーションなどを経て、生協の役割はさらに形が変わることを求められていて、しかも、その変化のスピードがかなり急激になっているのが現状だと解釈しています。

ですから、生協の根幹はあまり変わっていないけれども、生協の周辺は急速に変化していて、その中で連帯性や社会性をどのような形で維持することができるか、どのような言葉や商品でそれらを表現することができるかが、生協にとって今後の課題となっていくのだろうと考えています。

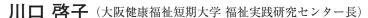
この分科会は、研究所の基幹研究会である次世代生協研究会が担当しましたが、当研究会では、本日浮き彫りになった論点も含めて、引き続き、議論を行っていきたいと思います。

私からのコメントは以上です。ありがと うございました。

【辻村】山野さん、ありがとうございます。これで第1分科会「若年層と創る未来の協同社会」を終了させていただきます。参加者の皆さま、最後までご清聴いただき、また質問やコメントもいただいて、ありがとうございました。

# ■□ 第2分科会

購買生協は高齢期の生活を支えられるか? 一生協10の基本ケアを合言葉にして一





# ■解題 超高齢社会の再認識ーピークはこれから

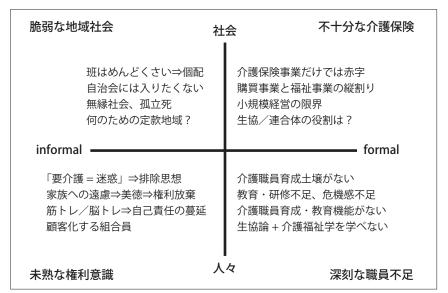
第二分科会では、「購買生協」を主語に しながら「生協 10 の基本ケアを合言葉に」 というサブタイトルのもと、高齢期の生活 を支える生協について考えてみることにし ました。

### 【超高齢社会の不安の4領域】

超高齢社会にはどのような不安があるのか、4領域に整理してみました(図表 1)。 縦軸は「社会と人々」、横軸は「フォーマルとインフォーマル」です。 「右上:社会/フォーマル」の不安材料には、使いにくい介護保険制度があります。介護保険サービスを使うには、本人の申請、行政による認定が必要です。利用料は1割負担。近い将来2割に引き上げられるでしょう。

また、「介護のお世話にはなりたくない」 と、ぎりぎりまで介護保険を使わない人が います。結果、重度化を招く場合もありま す。この領域では、介護保険を早期に利用 し、介護予防をしながら介護保険を使いや すく育てるという視点で考えてください。 「右下:人々/フォーマル」の領域では、

図表 1 超高齢社会における不安の 4 領域



(筆者作成)

介護職員の不足が大きな不安材料です。生協もご多分に漏れず。「学生の85%は将来の仕事に介護を選ばない」という調査結果もあります。

現在、介護事業所に働く職員でも離職率 が高いと言われます。さしあたっては、現 任職員の定着と育成が重要な課題ではない でしょうか。職員が長く気持ちよく働きつ づけられる事業所、職場づくりの視点が必 要になります。

「左上:社会/インフォーマル」の領域には、近所づきあいが鬱陶しい、無縁社会、セルフネグレクト、孤立死など、脆弱な地域社会が浮かび上がります。生協の定款地域はどうでしょうか。班より個配があたりまえの今、地域で生協らしいつながりの再構築が求められています。

「右下:人々/インフォーマル」では、 自己責任、家族責任の蔓延が大きな不安材料です。高齢者と介護をめぐっては謙遜や遠慮が美徳となり、「要介護=迷惑」や「ボケたら施設に入るから」というような認識が根強く残ります。ですが、要介護者は中途障害者です。「要介護=迷惑」という考えは、障害者への潜在的な差別意識の表れとも言えます。また、「ボケたら施設に」は「自宅で最期まで」の本心を隠した権利放棄ではないでしょうか。

このまま放置すれば、自己責任の断絶社 会になるのではないかという不安を覚えま す。この領域は、私たちに権利意識のアッ プデートを提起しています。

### 【超高齢社会は、実は若者の課題】

日本の人口は、2008年1億2808万人をピークに、減少に入りました。その後の動態から、今、4つの画期が確認できます(図表2)。高齢者介護の問題は、現在よりも近い将来こそ、もっと深刻になるでしょう。

現在、日本人の平均寿命は男性 81.41 歳、女性 87.45 歳です。健康づくりに勤しんで PPK (ピンピンコロリ) をめざす人も多いのですが、健康寿命が延びれば平均寿命も延びます。その差は、約 10 年です。

0歳の平均余命がいわゆる平均寿命ですので、自分の年齢から平均余命を考えて人生設計をしなくてはなりません。平均寿命を超えた90歳でも、男性約4年、女性約6年の人生があります。PPKばかりを主張していると、そのための健康づくりが自己責任になりかねません。それは避けたい。ですから、「PPKにこだわらず、皆で仲良く歳をとりましょう」という社会を築きませんか。

誰だって歳をとります。気力も体力も衰えます。衰えに気づく力も衰えます。そんなとき、第三者から見て自分には介護が必要なのかどうか、そういうことに気づいて手を差し伸べてくれるご近所の人づきあいがあれば・・・と思います。このようなつながりが、年をとっても、要介護になっても、安心して生きることができる人と人のつながり、地域社会のインフラになります。障害を持つ方々をはじめ、社会的弱者・マイノリティを受け入れる基盤にもなるはず

図表 2 人口動態にみる 4 つの画期

2025 年	団塊の世代が後期高齢者になる	要介護高齢者がじわじわ増加
2035 年	団塊の世代が 85 歳を迎える	85 歳以上が 1000 万人超 (50% 超が要介護)
2042年	高齢者人口のピーク 3935 万人	現在、働き盛りの 40 歳代が高齢期
2065年	高齢化率がピーク 38.8%	現在、20歳代の若者が高齢期を迎える

(厚生労働省 HP 人口動態調査)

です。生協はそんな社会をめざしていると思います。

ところで、親の介護は済みましたか。親の介護は済んだものの「私の介護は誰がする?」という問題が浮上してきませんか。 内閣府の調査では、国民の7割が、外部(介護職員など家族以外)のサービスを受けて自宅で最期までくらしたいと言います。この望みは叶うのでしょうか。

## 【家族介護の限界】

図表3にあるように、介護職員の不足は 深刻です。なかでも、ヘルパーの不足が最 も深刻で、有効求人倍率は15倍にもなり ます。そんな状況ですから、家族介護はま だまだ続きます。結局、「主な介護者の6 割が同居の家族」です。定年直後は夫婦で 持ちつ持たれつ、やがて片方が亡くなり、 ひとりぐらし。そのうち子どもも老いて、 100歳の親と75歳の子どもという親子の 老々介護も珍しくなくなるでしょう。

図表 3 将来必要とされる介護職員数と不足数

西暦	必要とされる介護職員数	不足数
2023 年	233 万人	22 万人
2025年	432 万人	32 万人
2040年	280 万人	69 万人

(厚生労働省介護人材確保に向けた取り組み)

家族介護による虐待の件数も、年々増え ています(図表4)。私たちは、障害を持 つ人たちや身体能力の衰えた高齢者に対し て、普段の暮らしでどのように介助すれば いいか、何も学んでいません。ですから、 介助の仕方がわからず、知識もスキルもな く、どうしようもなくなって追い込まれていきます。

図表 4 家族による虐待相談等の推移

西暦	西暦 相談・通報件数 虐待判断件数		
2010年	25315 件	16668 件	
2011年	25636 件	16599 件	
2012年	23843 件	15202 件	
2013年	25310 件	15731 件	
2014年	25791 件	15739 件	
2015年	26688 件	15976 件	
2016年	27940 件	16384 件	
2017年	30040 件	17078 件	
2018年	32231 件	17249 件	
2019年	34057 件	16928 件	
2020年	35774件	17281 件	
前年比	1717件 (5%) 増	353件 (2.1%) 増	

(厚生労働省虐待防止法に基づく対応状況調査)

では、誰が虐待するのでしょう。息子が4割、夫が2割です(図表5)。これまでの男性社会の働き方が、今のくらしの疲弊を物語っていませんか。誰もがくらしのために働いてきたのに、いつの間にかくらしを犠牲にして働くことを常態化してしまいました。働き詰めの毎日では、子どもの成長も親の衰えもご近所づきあいも見えなくなってしまいます。

ワーク・ライフ・バランスも叫ばれて久しいのですが、単なる時間のバランスだけでは解決できない状況が虐待件数の増加から見えるような気がします。行き過ぎると、介護殺人になります。介護殺人加害者の7割が男性であると言われますが、コロナ禍では女性の加害者も増加しつつあるようです。

図表 5 被虐待者から見た虐待者の続柄

続柄	息子	夫	娘	息子の配偶者	妻	孫	兄弟姉妹	娘の配偶者	その他
%	40.3	19.6	17.1	5.2	5.1	4.2	1.9	1.8	4.7

(厚生労働省虐待防止法に基づく対応状況調査)

一方、虐待されなかったとしても、殺されなかったとしても、私たちはどういう死に方をするのでしょうか。オムツを巻かれ、管につながれ、口を開いて、舌の先がひび割れ、寝たきりのまま亡くなるケース。これは、決して少なくありません。このような死に方を望みますか。

図表6の右の女性は点滴を受けています。これが朝昼晩の食事です。生協が安全・安心だけを提供するのであれば、この姿は 究極の「食の安全・安心」です。栄養バランス、カロリー計算、衛生管理に時間管理 まで。もちろん、これを肯定するわけでは ありません。ただ、この写真を見ながら生命・くらし・人生という時空間に想いを馳せると、「安全・安心な食材提供」だけではなく・・・という問題意識が掘り起こされます。

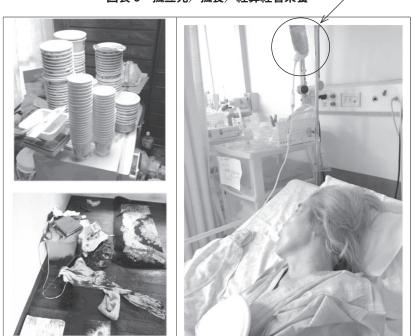
図表6の左上、お弁当の空箱やカップ麺

の容器が積み上げられた写真からは、人とのつながりを感じさせない食生活が伺えます。孤立死の現場に残された食の痕跡です。お弁当の空箱は夕食サポートかもしれませんし、カップ麺の容器はCO-OP ヌードルかもしれません。左下は、セルフネグレクトによる孤立死。遺体が腐敗し、体液が染み出た床です。

こうした写真を見ると、「食の安全・安心」からさらに踏み込んで、本当にくらしを支えるという生協の事業と運動を考えなければなりません。孤立死は、ある意味「自宅で最期まで」を全うした死ですが、他方で「くらしをどのように支えるか」という課題を浮き彫りにしたように思います。

図表 6 孤立死/孤食/経鼻経管栄養

三度の食事



(株式会社メモリーズ提供/筆者撮影)

図表 7 死亡場所別の割合

	自宅死	病院死	高齢者施設
1951年	82.5%	11.6%	_
1975 年	46.3%	48.3%	_
2017年		72.9%	11.6%

(厚生労働省介護人材確保に向けた取り組み)

ところで、私たちの圧倒的多数は病院で 亡くなります。

1951年、日本人の8割が自宅で亡くなり、病院死はわずか1割ちょっと。それが、1975年には自宅死と病院死が逆転します。病院死のピークは82.4%でした。最近になって病院死は減りましたが、高齢者施設で亡くなる人が増えています。自宅死もやや増加しました。

実は、生まれる場所の統計をとると同様の傾向になります。高度経済成長期を境に、自宅出産と病院出産が逆転します。戦後、私たちは医療の恩恵を多く受けてきました。一方、くらしのなかのできごとだった「亡くなる・生まれる」が、くらしの場から見えにくくなってしまいました。

今日、病院死は減る傾向にありますが、 その分、施設死が増えています。施設死ならいいのでしょうか。施設入所の多くは、 家族にとっての問題解決です。本人はそれでよかったのでしょうか。施設内孤独死(孤立死)かもしれません。

### 【ひとりぐらしと地域と生協】

ひとりぐらしは、確実に増えつつあります。生涯未婚率も上がり、男性は4人に1人が未婚と言われています。単身世帯率も老若男女合わせて38.0%。あと10年もすれば、単身世帯が50%を超える予想、ソロ社会の到来です。人と人とのつながりはどうなるのでしょうか。生協が地域でくらしを支える社会資源になり得るのでしょう

か。そう簡単に解が見つかるとは思いませんが、今、何となく気づいていることが解 決への糸口になるかもしれません。

配達先の高齢者。買い物の仕方や量に、何か微妙な変化がありませんか。ひとりぐらしで何万円も買い物していませんか。先週の配達分が玄関に積みあがったままになっていませんか。1週間に1回、配達日になるとコールセンターに電話をかける高齢組合員もいます。「あれがたりない」「返品したい」「まちがって買った」・・・。配達に来てくれた職員と一言、二言話す以外、1週間、誰とも話をしない組合員もいます。そういう状態がじわじわと増えていないでしょうか。

「生協 10 の基本ケア」に第6章「座って会話をする」があります。会話には相手がいます。人と話すことの重要性がそこにあります。コールセンターとのやりとりも配達する職員との会話も、「生協 10 の基本ケア」という視点からみると大きな意味を持っています。人と人とのつながりは、類的存在と言われる人間の本来的な姿です。ですから、つながりの場(居場所/たまり場/小さな事業拠点・・・)づくりは、生協の事業と運動にとっても必然性がある取り組みです。

定款地域内のさまざまな組織や団体とつ ながる生協も多々あります。

島根の凇北台地域包括ケア会議には、地域の諸団体とともに、生協しまね、松江保健生協も関わっています。よどがわ保健生協とよどがわ市民生協がたまり場を共同で活用しようと動きはじめました。広島県生協連では、生協ひろしま、広島医療生協、広島中央保健生協を中心に、介護事業所の職員が一緒に勉強しています。大阪府生活協同組合連合会とくらしと協同の研究所は、講座「生協10の基本ケア」を開催し

ました。

地元の社会福祉協議会と懇談を重ねる生協も増えました。フードバンク、子ども食堂、見守り協定など、地域の求めに応じてできることから取り組む、というスタイルがつくられつつあります。

そうしたさまざまな地域資源のひとつとして、「生協 10 の基本ケア」も位置づけていきましょう。

日本生活協同組合連合会は、全国コープ福祉事業連帯機構を立ち上げました。「生協 10 の基本ケア」を広める取り組み一ブランド化プロジェクトは、生協福祉事業の後押しになるでしょう。

「生協 10 の基本ケア」は、介護職員だけのスキルではありません。介護する側と介護される側双方が共有すべき知識・言語、くらしの動作です。この共有それ自体が、双方の負担軽減になり、介護予防にも重度化予防にも役立ちます。「老い」を学び、高齢期のくらしを知り、自立した生活を継続する備えです。ですから「生協 10 の基本ケア」を福祉事業部だけにとどまらせては本当にもったいないのです。

たとえば、高齢を理由に生協を脱退する人もいますが、高齢だからこそ、「生協 10 の基本ケア」を活用した利用継続・促進を考えたいと思います。高齢の親を抱える中高年だからこそ、「生協 10 の基本ケア」をくらしに活かしてもらいたいと思います。職員も組合員も、やがては老いることを前提に「生協 10 の基本ケア」を知り、活用しましょう。

## [Basic Literacy for Human Rights]

「生協 10 の基本ケア」を広めようと思う 強い動機のひとつに、組合員の数がありま す。日本生協連 3,000 万人、医療福祉生協 連 300 万人、JCA で 1 億 500 万人、ICA まで加えたら10億人という規模です。この多くの組合員に、「生協10の基本ケア」を普及するなら、日本中、世界中の介護の局面が変わります。「生協10の基本ケア」は互いの尊厳を護り合う立ち居振る舞いでもあるからです。

「生協 10 の基本ケア」を文字にすると、図表8のようにたったこれだけです。でも、そこに人と人がくらしを守りう不可欠なエッセンスが詰めこまれています。互いの人権を尊重し民主主義を守り実践すると同時に自分が命・くらし・人生の主権者として主体性を発揮する一そういった立ち居振る舞い、Basic Literacy for Human Rightsになりうると考えています。大袈裟でしょうか。

図表 8 生協 10 の基本ケア

1.	換気をする	6. 座って会話をする
2.	床に足をつけて座る	7. 町内におでかけをする
3.	トイレに座る	8. 夢中になれることをする
4.	あたたかい食事をする	9. ケア会議をする
5.	家庭浴に入る	10. ターミナルケアをする

それでは、小田先生から詳しく紹介して もらいます。発想を飛ばし、イメージを広 げながら、「生協に入っていて良かった」 という未来を考えていきたいと思います。

# ■組合員も職員も知っておきたい「生協 10の基本ケア」-くらしに活かして介護 予防も

小田 史 (大阪健康福祉短期大学教授)

講師の小田先生は、介護福祉士養成課程において「生活支援技術」というケアスキルを長年教授してきました。このケアスキルを教授できる教員は、全国的にも希少です。国立大学や多くの私立大学には介護福祉士養成課

程がなく、したがってケアスキルの教員もいません。

現存する介護福祉士養成校(短大・専門学校)は閉鎖が相次ぎ、それに伴ってケアスキルの教員も減りました。そうした現状にあって、ケアスキルの教員を組織することは、生協にとっても、研究所にとっても非常に重要な課題です。

「10の基本ケア」は社会福祉法人協同福祉会が、(介護を必要とする) 高齢者の自立支援を軸にしたケアの具体的な方法を10項目にまとめたものです。実際にケアを受けた高齢者の生活が変化する、それが実践のなかで証明されたことから、全国の生協でこのケアの方法を学ぼうという動きが始まりました。それが「生協10の基本ケア」です。

「生協 10 の基本ケア」の柱となっているのは「尊厳を護る」、「自立を支援する」、「在宅を支援する」です。今日は「あすなら10 の基本ケア」、「生協 10 の基本ケア」に沿って、たとえ介護が必要になっても自分らしく尊厳を保ち生き続けることを可能にする介護の基本についてお話したいと思います。

「10 の基本ケア」は、文字通り 10 個の 内容になっています。 まず、1~5。ここでのケアの目的は、介護を必要とする人の日常生活の土台を築くためのものです。病院で治療を優先したがために、疾患そのものは回復していても、筋力は衰え立てない、おむつがはずせなくなっている。奪われた力をとりもどす、普通のくらしを取り戻す、そのための環境整備と生活リハビリを中心としたケアになります。順番での実施、これは「あすなら10の基本ケア」のツボです。順番を飛ばす、入れ替えるはしません。個人の持っている力を1つづつ順番に回復させていくことに意味があるとしているからです。

6~8は、生活全般における自立と意思 決定の支援のためのケアです。人とのつな がり、地域とのつながりを大事に楽しく生 きる、9~10のケア会議やターミナルケ アではその人個人の生き方、死に方を自分 で決めていく、支援を受けながらも、自分 自身が主役ということを重視したケアに なっています。

介護を必要とする人は年々すごい勢いで増えている、そんなイメージがあると思います。数字をみるとやはり75歳以上では、約4人に1人が要介護状態にあるという感じです。

表1は、要支援1から要介護5まで、生

# 「10の基本ケア」介護の基本を整理する

ケアの目的→

- 1. 換気をする
- 2. 床に足をつけて座る
- 3. トイレに座る
- 4. あたたかい食事をする
- 5. 家庭浴に入る

日常生活の土台を 築く

1~5 順番に実践することに意味がある

# 「10の基本ケア」介護の基本を整理する

- 6. 座って会話をする
- 7. 町内におでかけをする
- 8. 夢中になれることをする
- 9. ケア会議をする

ケア会議には、専門家・利用者・家族も 参加する。家族のための会議になら ないようにする

10. ターミナルケアをする 施設入所をせず自宅で最期を迎えるため の生活再建に取り組む ケアの目的→

6~8

人間らしく豊かに 地域の中で生きていく

 $9 \sim 10$ 

生き方、死に方は 自分で決める 意思決定の支援

支援や要介護の状態の原因となる転倒によ る骨折は下肢筋力の維持、向上を図ること でリスクが軽減されます。

### [1. 換気をする]

最初は、「換気をする」か ら始まっています。換気を することで、光や風、季節 を肌身で感じることができ ます。また室内に新鮮な空 気を通し、よどんだ空気で 生活しないことが大切です。 また、感染症や脱水・熱中 症などから介護を受ける人 の健康を護るという視点が含

まれています。

感染症の予防では換気は欠かせないもの です。厚生労働省の換気基準では、30分 に1回、数分間の換気を勧めています。あ

すなら苑では寒い時期、こたつに入っ

いても、手洗いルール、嘔吐物の処理ルー

〈表 1〉 日常生活能力の低下 起き上がりや立ち上がり 足腰の力の低下が始まり

要支援2/ 要支援1 要介護2 要介護3 要介護4 要介護5 要介護1 ・起き上がり 立ち上がり この力が初めに低下する 下 ・片足での立位 L て ・歩行 身体を洗う 爪切り 金銭の管理 調理など い < ・排泄の動作 衣服の着脱 口腔ケアなど н · 移動動作 座位保持 常 生 ・寝返り 活 食事摂取 の ・認知機能の低下 カ

て温かいお茶を飲んでいる ときに窓を開け、空気の流 れを意識した換気を行い、 温度、湿度を確認し記録し ています。ただ窓を開ける だけではなく、空気の流れ が起きているかが大事なの です。熱中症予防では、水 分補給をこまめに行います。 インフルエンザやノロウイ ルスなどの感染症対策にお

介護は、人生において決して特別なこ

とではなく、誰もが当事者 になる可能性を持っている ものです。介護をする立場、 受ける立場、どちらにせよ もっと身近なこととして、 正しい知識を持っておくこ とは、生きていくうえで重 要だと言えましょう。

ではここから「10の基本 ケア | の内容を1つずつ順 番に紹介していきます。

あすなら苑 換気の目的 ~健康を保つ 環境を整える~

・**感染症の予防** 室内の湿度 温度を保つ 室温 外気との差を7°C以内に 湿度 約50~60% 40%以上を保つように 冬場は暖房で空気が乾燥しやすい



- ・臭いがこもるのを防ぐ 新鮮な空気を取り入れる 30分に1回 数分 ナイチンゲール 「看護覚え書」 看護の第一の原則は屋内の空気を屋外の空気と同じく清浄に保つこと
- ・脱水、熱中症を防ぐ 発熱 だるさ 皮膚の乾燥 意識喪失 命にかかわることも…
- ・手洗い、うがいなど基本的な感染予防策
- ・室内の掃除 消毒など 環境の整備





換気効率の悪い例

#### 安静に寝たままでいると

筋肉量は

1日→1~3% 1週間→10~15% 3~5週間 約50% 低下する

廃用症候群(はいようしょうこうぐん) 関節の拘縮、臓器の動き、心臓や肺の 機能、皮膚、認知機能など 全身の機能が低下する

急性期のリハビリ(医療 病院で行う)

生活リハビリ(自宅で継続的に行う)



「10ケア」

ルを決めるなど的確な対策を実施し、感染 症を広げない工夫をしています。

### [2. 床に足をつけて座る]

2つめは「床に足をつけて座る」です。 日常生活に必要な筋肉を衰えさせないため に、あすなら苑では個人の身体に働きかけ ていきます。

急性期の治療で安静が続りない。 と、全身に影響が起症候の と、これを廃用性症候の と呼びます。ベッド上にの 生活が長く続けば、床に足がななも珍しいことも がななも珍しいことで えるりません。そこにくとこの からリハビリのスタートで

す。ベッドから起き上がる、正しい姿勢で座る。生活のなかで繰り返し行う基本動作「立つ」「座る」は排泄、食事、入浴、外出など人が目的を持って移動することを支えています。自らの意思で移動する力を維持することが自立したくらしにつながっていきます。

身体にあったイス 足が床に着くイス 下腿 (ひざから下) の長さ-1cm

・34cm 36cm 38cm 40cm あすなら苑では4種類を準備・テーブルは肘より少し低め

自分の身体にあったイスやテーブルの準備

座位姿勢の維持や立ち上がりを楽にしてくれる

低い椅子に座り足底に体重をかける 尖足を治す 麻痺側の下肢にも負荷を



立ち上がりの動作 **重心の前への移動+重心の上への移動** 

・頭の位置を考える→前かがみを促す 手を前につく

支持基底面積(体重を支える面積)が広くなり安定する 体重を4か所に分散できるので、下肢筋力を補うことができる

手すり 引っ張り立ちは危ない

重心移動ができていないと不安定 腕の筋力で身体を引っ張りあげている 手すりは健側で持つ→離すと患側に倒れる 転倒・骨折の危険が高い



立ち上がるときの姿勢も、 前かがみになって膝より内 側に足を引き、ゆっくりと 重心を移動させながら立ち 上がります。この立ち上が りの動作が安定することに よって、次の段階「トイレ に座る」へと進んでいくことができます。

### 〔3. トイレに座る〕

3つめは「トイレに座る」です。「10の基本ケア」では排泄が先、食事が後になっています。「食べて、出す」食事と排泄は切り離せない関係があります。あえて排泄を先にしているのは、おむつを使わずトイレで排泄できる、便秘や下痢に苦しむことなくすっきりと排泄できる、だからこそ美味しく食事ができるという考え方に基づいています。

写真は、トイレに設置されているファン レストテーブルで、このテーブルを支えに 前かがみになったり、お尻を持ち上げたり します。あすなら苑では、加齢に伴う排泄 機能の低下は避けられない、しかし安易に おむつ使用はしないことを徹底して実践し ています。これは人としての尊厳を保持す るという重要な意味を持っています。肌に 長時間、排泄物が密着した状態が続けば、 皮膚感覚は低下し、尿意や便意があいまい になります。

介護者中心の視点ではでは、おむつは必要悪。失禁があれば介護負担軽減のためにおむつ使用はやむを得ないのだという考え方からどうしても離れることが難しくなります。

あすなら苑では、あくまで介護を受ける本人を中心に、快適な生活は気持ちのよい排便・排尿から始まるという考えのもと、布パンツとパットでおむつを止め、排泄のタイミングに合わせたトイレ誘導を行います。

また、歩行が難しくてポートとなりでます。 を全な移動、移乗動作すまのというでは、 をでます。これでは使わずられるとはでがない。 ではななときるののではないでがないでがないでがないでがいる。 がいるとりないではないでがないではないでがいた。 がいるというではいいがいたがではいいがいます。 ではいいがいます。 ではいいがいます。



オムツ使用のデメリット

### ・皮膚トラブルが起こりすい

尿や便が、刺激や蒸れの原因になり、かぶれなどの皮膚トラブルが起こりやすい おむつかぶれ **尿路感染症にもなりやすい** 

#### ・座位の姿勢が不安定になる

オムツの厚みで股が閉じにくくなる お尻が前にずれやすくなり姿勢が崩れる

#### ・尿意や便意が失われる → 皮膚は第3の脳

尿や便が皮膚についた感覚になれてしまうと、尿意や便意があいまいになる

#### ・臭いの問題

尿からアンモニアが発生し臭う 便はお尻に付着するので拭ききれずにいると臭う

#### ・ゴミの問題

使い捨てでありゴミの量が増える 尿便を吸収したオムツは重く、捨てる負担も大きい。

#### ・自尊心を損なうことにつながる

オムツのなかに排泄する行為そのもの、陰部を他人に見せなければならない精神的なストレス

### [4. あたたかい食事をする]

たという実績も報告されています。

#### あすなら苑 食事のケア

あたたかい食事を美味しくたべる 食器にもこだわる

「作り立て」「いい匂い」のする食事を、親しい人と楽しく食べる 外食で社会性を取り戻す

#### 自分の役割を持ってもらう

厨房をやめ、クックチルドに 味噌汁とごはんは食堂で調理 利用者や地域の人が一緒におかずを作ることも 地元の新鮮な旬の野菜を食べる

### 誤嚥性肺炎の予防 低栄養の予防

床に足底がつくイスで安定した座位を保持する

テーブルに肘をつくために、配膳プレートは使わない

肘の高さより低いテーブル→食事の時、自然に前かがみになれる 器の中身が見える テーブルと身体の間は拳1個分あける $\rightarrow$ こぼしてもテーブルにおちる エプロンがいらない 食前の口腔体操 しっかりと目覚めてからの食事 口腔ケア

#### 摂食・嚥下の障害 高齢者に起こりやすい その原因

加齢による 身体機能の低下

- 唾液の減少→飲み込みやすい食塊にまとめられない
- 噛む力の低下→飲み込みやすい大きさまで噛み砕けない
- 反射神経の衰え→気管へのフタが間に合わない
- 筋力の減少→タイミングよくゴックンができない

他にも

脳卒中、神経疾患、認知症の後遺症や症状 薬の副作用

→ 口や喉の周りの筋肉の働きが低下 嚥下反射のタイミングが ずれる

高齢者は食事量の減少や 栄養バランスの偏りによっ て低栄養になりやすい特徴 があり、これも全身に影響 を及ぼします。

温かい食事を美味しく食 べること、それが健康な身 体づくりには欠かせません。

### [5. 家庭浴に入る]

5つめは「家庭浴に入る」 です。

あすなら苑では、日常的 に「トイレに座る | 「あたた かい食事をする | ことをせ ず、いきなり「家庭浴に入る」 のは無謀だとしています。1 ~4までのケアのなかで回 復してきた日常生活動作が あってこその入浴なのです。

機械浴は使用せず、1対1 で個浴に入りますが、その

ときのケアの手順を標準化し、誰が介助を 4つめは「温かい食事をする」です。お 行っても安全な介助動作となるよう工夫が

いしく、楽しく、安全に、 食べることが大事です。誤 嚥しやすくなったから、胃 ろうで栄養を摂取するとい うのは、安全を最優先とす る医療を中心とした選択肢 です。安全を意識しつつ、 おいしく・楽しくを実現す るために、あくまでも経口 摂取にこだわっています。 胃ろうだった人も「10の基 本ケア に沿ってケアを続 けた結果、経口摂取にもどっ

# 低栄養とは

エネルギー・たんぱく質が欠乏し健康な体を維持するために必要な栄養素が足りない状態

全身に様々な影響がある

- ・認知機能の低下
- 気力がなくなる
- ・免疫力の低下
- ・筋力の低下
- ・骨量の減少



一般的に

肥満による死亡よりも、やせによる死亡の方が多い

# 5. 家庭浴に入る 湯船につかる

座った姿勢で湯船に入る **気持ちいい~! 入浴頻度が多いと要介護リスクが減少する** 

週1~2回 1% 週3~6回 0.9% **週7回 毎日入浴で0.71%** (千葉大学研究チームによるデータ)



ADL: 日常生活動作 13

あすなら苑のお風呂 細かな設計の工夫



- ・片側1.5メートル 車イスも入れる
- ・移乗台 身体を洗う時のイスにもなる 幅60×奥行40×高さ40 移乗時は介助者も隣に座る
- ・浴槽の縁は7cm つかめる 腕をのせることができるので安心
- · 浴槽 内寸90 cm × 60 cm
- ・浴槽は底に足がつく深さ 50 cm10 cm埋め込み床から40cmの高さ
- ・浴槽は壁から20cm離れている 出入りの時、頭を傾けてもぶつけない

なされています。また、ハード面でもあす なら苑仕様の浴槽と移乗台を準備していま す。

入浴が楽しみという人は多いですし、湯 船につかるという入浴の頻度が高いほど要

介護状態になりにくいというデータもあります。しないら、日本人は他国に比べ高齢者の風呂場での選死が多い。2018年、家庭浴槽での溺死者は5398人で、現在も増加傾向で推移し、引力でき、入でき、の一方で、体力を消耗しやすく、ヒート

ショックや転倒の予防など 安全への配慮も欠かせません。

### [6. 座って会話をする]

6つめからは、豊かなく らしをつくるためのケアと なっています。「座って会話 する」ここには認知症ケア の基本がつまっています。

型認知症です。

認知症の症状は、中核症状と BPSD(認知症の行動・心理症状)の2つに分類され

# 6. 座って会話をする

- ・話す・声を出す・笑う=介護予防につながる
- •ひとりじゃない=相互ケア
- ・認知症の人も安心して過ごせる環境 居場所づくり



地域ぐるみで 孤立しない社会づくり

考え方:いつもの暮らしが大切 15

# あすなら苑の認知症ケアは**居場所づくり**

基本ケア1~5で 安定した生活の基盤をつくることが重要 順番が大事

- ・「管理・監視する」「お世話する」ではない日常的に行っている習慣を継続できるように工夫 役割を持つ料理をする お茶を入れる →自立支援
- ・環境をできるだけ変えることなく生活できるような工夫 **なじみの関係**でお茶を飲んですごせる **安心できる**
- ・生活音にも配慮 雑音に聞こえると落ち着けない原因に…

## BPSD 認知症の行動・心理症状

周辺症状ともいう

behavioral and psychological symptoms of dementia

#### 中核症状+

環境要因→物理的 人的 社会的 落ち着けない 変ゆてきない 孤独 身体要因→身体的な不快感 痛み 痒み 空腹 満腹 便秘など 心理要因→不安 焦り ストレス どうしたらいいいかわからない

中核症状と様々な要因が結びつくことで、心理症状や行動症状が起こる

陰性症状:不安、抑うつなど

陽性症状:興奮 妄想 介護拒否 など 介護を困難にする直接的な原因となりやすい

→個人差が大きく、症状も一定ではない 性格やライフスタイルなどとも関連 要因を取り除くことで改善することも多い

ます。中核症状は、認知症であれば程度の 差はありつつも症状が出現し、やがて進行 していくという特徴があります。

BPSD は中核症状と背景要因(環境・身体・心理)が結びつくことで、さまざまな

心理症状や行動症状を引き起こすものです。認知症の介護 を困難にする直接的な原因と なりやすいのが特徴です。

ここで必要なのは、認知症の人が抱える生活の困難さを (生活障害)本人の視点で正確 に理解することです。認知症 の人が何を求め、何に困って いるのか、その気持ちや願い を本人の立場で考えることが

必要です。そこを理解しようという姿勢こそが、「本人本位の介護」につながっていきます。

認知症になると生活のなかでできなくなることが増えていきますが、その反面「感情は生きている」。自分に向けられた感情の全てを感じ取っていると言われるほどです。 あすなら苑の認

知症ケアでは、スタッフの人間力を育てることを大事にしています。認知症の人が安心できる居場所づくり、「座って話をする」はその大事な一歩なのです。

#### このように感じてしまう時は、

介護者の視点であることを自覚する

- 「何をしているのかわからない??」 疑問 ものを集める 食べ物でないものを口に入れる
- 「どうしてこんなことするの!」 怒り 苛立ち ものを盗られたという 風呂に入らない
- 「何度も同じこと繰り返さないで」 困惑 悩み 止めても何度も立ち上がる 勝手に出ていってしまう

認知症の人の視点に置き換えてみることが理解への第一歩

18

### [7. 町内におでかけをする]

を引き出すことがエネルギーとなり、相乗

# 7. 町内におでかけをする

行き交う人との相互ケア、セルフケア

ご近所を行き交うことだって、立派な介護予防



← 鳥取医療生協の シャンシャン祭り おばあちゃんの銀座 →→



商店街に、イス・テーブル、そしてトイレ・・

7つめは「町内におでかけする」。介護が必要になっても社会とつながり続け、社会性を取り戻す、維持するためのケアです。あすなら苑では「10の基本ケア」に取り組むにあたって、施設行事のあり方を見直

しました。施設内行事では、 楽しい時間は過ごせるが社 会性は取り戻せない。施設 内から町内へ出ようという ことで、最低1週間に1回、 意識的に外出する計画をケ アプランに組み込みました。 そうすることで、外出、買 でものを再び役割とで あったものを接することを 目指したのです。

それは、個々人の自立意 識の回復「人間力回復」に つながるものとなっていま す。在宅復帰に向けての日々 のリハビリは決して楽なも のではありません。だから こそ楽しい外出をし、また がんばろう、もっともっと、 という生活のなかでの意欲 効果をもたらすのです。また、本人を支える家族や職員にとっても、楽しんでいる本人の姿や言葉を記憶、記録することができます。

地域ぐるみで介護が必要な人を支える。そのような町づくりも課題となっています。

## [8. 夢中になれることをする]

8つめは「夢中になれることをする」です。レクリエー

ションをくらしのなかに明確に位置づけ、 日常的に楽しめる環境をつくることも、意 欲・生きがいを引き出すことにつながる重 要な支援です。

お金や時間や手間がかかる非日常の活動

# 8. 夢中になれることをする

家族と職場以外に5人の友を!

囲碁でもカラオケでも生け花でも 組合員活動でも! 生活の中に「楽しい時間」を!





私が人生の主人公 20

# 加齢によっておこるフレイル(虚弱)

健康と要介護の間の状態 フレイルの予防で健康寿命を延ばす

からだのフレイル→筋肉量の低下 運動機能が低下 食欲がない 口腔機能の衰え

こころのフレイル→意欲の低下 記憶力の低下 集中できない



社会・環境のフレイル→人や社会とつながれない 孤独

# 9. ケア会議をする

### - 「私が主役」の自立支援、在宅支援

- 介護サービスの単なる組み合わせを 考える会議ではない
- ・家族のための会議でもない
- 「迷惑をかけたくない」「お世話になるのは気が引ける」ではなく、**自分の本当の気持ちを置き去りにしない**
- 自分の人生を最期までサポートする ケアプランのための会議



私が人生の主人公

介護予防という視点で、

今、注目されているのが、健康と要介護の間の状態=フレイルです。フレイルに至る要因として、身体的要素(からだのフレイル)、精神的要素(こころのフレイル)、社会的要素(社会・環境のフレイル)があります。

人間が持っている体力・生理機能の最大の能力と、通常使用している能力の差を予備能力といいます。 人間の身体は、普段の生活においてその能力のすべてを発揮しているわけではありません。高齢になると、高齢者の多くは日常生活に必要な体力は保持していても、予備能力に余力がなく、すぐに状況が悪化しやすい特徴があります。

今、このフレイルの状態の早期発見と予防の取り組みがさかんに行われています。フレイル状態であるかどうかについては、東京大学高齢社会総合研究機構・飯島勝矢氏およびフレイル界発がで、まなどが気軽に使えるツールとして活用されています。

ア会議とは、ケアマネージャーが本人及び 家族、医療、介護、福祉の各専門職を招集し、 介護保険サービスを導入するにあたって本 人の意欲や希望を反映し、生活の質を高め るケアの提供を目的に行われるものです。

ケアを行うにあたって、必要な相互の情報共有やケアプラン(介護サービス計画)のチェックを行います。本人、家族、専門職の意見交換、連携によりケアの視点や可能性を広げます。本来はそういう目的がありながらも、実際は家族の意向重視に偏っていたり、要介護度に応じて介護保険の枠内でどのようにサービスがつかえるか、という調整の場のみになっているのが現状です。

## あすなら安心ケアシステム

24時間365日の「安心ケア」を提供する「大規模多機能型ケア」 一人の「長寿の人」の元気なときから亡くなるまで一貫して人間関係を持つ「チームケア」 ケアプランセンターや各施設で無料で相談が受けられる

訪問介護看護で「テレビ電話」を設置 24時間365日見守る デイサービスでの生活リハビリ(休んだ時は自宅や病院を訪問) 訪問介護看護が充実

在宅復帰を目指す ショートステイ・小規模多機能型ケア 特養 グループホーム サ高住など多様な住まいの場の提供

https://asunaraen.or.jp/facility/service1.html 協同福祉会HPより



#### [9. ケア会議をする]

9つめは、「ケア会議をする」です。ケ

あすなら苑は、「あすならケアプラン」 と銘打って、1度知り合ったお年寄りとそ

の家族をサポートし、天寿を全うされるま でかかわっていく、という方針のものでケ アプランをつくっています。本人、家族が ケア会議に参加することでお互いの信頼関 係を深め、全職員がかかわるチームで本人 を中心としたケアプランをつくり、それに 基づくケアを実施していきます。ここでは、 本人が意欲や希望を持てる、伝えることが できる環境が保障されている―それを実現 可能にしているのが「あすなら安心ケアシ ステム というハード面の行き届いた整備 です。

協同福祉会内では、特別養護老人ホーム

はあすなら苑1か所のみです。あとは認知 症グループホーム、小規模多 機能型居宅介護、看護小規模 多機能型居宅介護など、介護 を必要とする人のニーズに沿 い、なおかつ希望に応じて在 宅復帰も視野にいれた施設整

#### [10. ターミナルケアをする]

備を進めています。

「10の基本ケア」の最後は 「ターミナルケアをする」で す。尊厳を護る、自立を支援

する、在宅を支援する、そのケアの柱を以 て、希望すれば自宅で最期を迎えられるよ

う体制を整えています。

自分自身が最期を迎えたいと思う場所は どこか?

日本財団が調査を行った結果(2021年 3月)では、「自宅」と答えた人が58.8%、 次いで医療施設が33.9%でした。およそ6 割の人が、在宅での看取りを希望している ことがわかります。住み慣れた自宅で最期 のときを過ごすこと、それは多くの人の願 いでありながらも、実際は、病院あるいは 高齢者施設、サービス付き高齢者向け住宅 など、自身が望むように死を迎えることは 難しい現状があります。

## ACP

Advance Care Planning 

#### アドバンスケアプランニング

人生の最期をどのように過ごしたいか どんな医療やケアを受けたいのか

元気なうちに考え、家族や医療従事者・ケアチームと 話し合って、共有しておく 取り組み

# 「人生会議 |

厚生労働省 「人生の最終段階における医療の決定プロセスに関するガイドライン第4版」2018年

# 10. ターミナルケアをする

#### 「自宅で最期まで」一希望ではなく権利



- 自分が住んでいた家に最期まで住むというの は当然の権利
- ・自宅で最期を迎えられるよう、自身の尊厳を 護り、自立を支援し、在宅を支援する-これが 「生協10の基本ケアト
- 高齢期を迎える前から考えていても早すぎる ことはない

### 人とつながり、自分の意思を皆に伝える

私が人生の主人公 24

近年では、人生の最期をどのように過 ごしたいか、どんな医療や ケアを受けたいのか、元気 なうちに考え、家族や医療 従事者・ケアチームと話し 合って、共有しておく取り 組 み ACP (Advance Care Planning、「人生会議」と訳 される)が、厚生労働省「人 生の最終段階における医療 の決定プロセスに関するガ イドライン第4版 | (2018年) として発表され、注目されています。

神戸大学のチームによる ACP のツールでは、書き込み式のシートを順番に埋めていくことで、自分自身の考えをまとめ、他者と話し合い、伝える準備ができるように開発されています。

ここでは、自らの死についての判断を他 人任せにしない、自立した個人としての意 思表明、意思決定の過程を大切にしている 点が重要となります。

\*\*\*

本日は「10の基本ケア」、それぞれの意味とポイントとなるところをお伝えしました。「10の基本ケア」は、介護を必要とする人のくらしの再構築を可能にするケアです。その人が持っている力を見極める、先を予測するという科学的根拠に基づくケアです。生活機能の維持・向上につながる日常生活のすべてをリハビリの機会とする生活リハビリが軸にあることで、その人の生きる意欲を引き出す支援となっています。

また、最期のときまで、住み慣れた地域 (家)でくらすことを可能にする地域づく りも併せて、尊厳を護り、自立を支援し、 在宅を支援するというケアの柱となる考え のもと、介護を受ける本人を主人公にする、 というケアを実現させています。

何よりも、協同福祉会あすなら苑が示したお手本、「あすなら 10 の基本ケア」の効果はすでに実証済みです。自分も家族も…安心して生きる、安心して死ねる、そんな地域・場所をつくる核が「生協 10 の基本ケア」ではないでしょうか?

あすなら苑の実践、「あすなら 10 の基本ケア」を「生協 10 の基本ケア」として全国に広げていくことができれば、介護の未来は明るい-皆がそう思える社会こそ、真に安心できる社会なのだと思うのです。

### ■グループディスカッション

5グループ (リモート4、会場1) に分かれて、ディスカッションをしました。その報告内容を箇条書きで紹介します。すべての皆さんの貴重なご意見を十分に紹介しきれませんが、これらの意見からさまざまなテーマを見出し、生協の事業と運動に活かしてほしいと思います。

- ・基本ケアは8時間、という説明の意味を 尋ねました。当然、ケアは24時間必要 ですが、かかわる人は8時間ぐらいまで、 ということでした。1日の労働時間とい うような感じで、抱え込まないことと理 解しました。
- 購買事業の生協として、どう福祉事業を 広げていくかという点について、どのよ うに地域に広げるか、どうやって職員を 集めるか、その苦労大きいようです。
- 職員向けの学習として、認知症サポーターの研修は多くなっているようです。 さらに、福祉事業のビデオを撮影して、 共同購入をはじめ生協職員全体にも見て もらうという取組もあるようです。
- 「生協 10 の基本ケア」を通じて、人が 人に安心して暮らせる世界をつくるとい うことの大切さが、じわじわと湧いてき ました。
- 「生協 10 の基本ケア」は、生協だから 学ぶということ以上に、自分の生活に生 かせるという発想の転換ができるように 思いました。
- 高齢化が進むなか、地域に必要な生活課題、特に高齢者の生活の課題、介護が必要な人の課題がありますが、地域包括と連携するなど、その地域ならではの特徴を活かした地域づくり、そこに生協の組合員/生協で働く人たちがどのようにコミットしていくのかが問われているように思います。

- 「介護に不可欠なのは、愛情より根性より知識」と言われたように、自分のなかでストンと理解でき、人にも伝えていけるような、そういうわかりやすさが定着のきっかけになるのではないかなと思います。
- ・人とのつながりが難しくなっている世のなかで、それをどのようにつくり上げていくのか、そういうところ悩みながらも少しずつ取り組むことができる、生協はそういう可能性を生協は持っていると言えます。
- ・「生協 10 の基本ケア」は医療生協の職員も学んでいるのですが、本日のお話から、これは組合員の生活にもっと活かせる内容なのではないかというのが、大きな気づきでした。たとえば、元気なうちから「夢中になれることをする」であったり、「町内にお出かけをする」という習慣がある方は、高齢期でも元気です。そうしたことを、生協らしく組合員と職員がともに学んで協同するという、それが「生協 10 の基本ケア」ではないでしょうか。もっと活用したいと思います。
- ・3年前に、講座「生協10の基本ケア」を受けて、介護される人の尊厳を守ることの大切さに共感しました。ぜひ、これを組合員活動に広げたいと思って、自信を持って組合員活動で話をしました。それでも、介護される人の尊厳を守ることの大切さには共感していただけるのですが、一方、介護する人の尊厳はどうなるのか、という問題提起を受けました。3年前はうまく説明できなかったのですが、今日、「生協10の基本ケア」を介護する人・介護される人の互いの共通言語・共通動作に、という話があり、そこを掘り下げていくのがこれからの課題かと思いました。

- ・まずは職員対象に研修を行い、考え方を 広める取り組みをしている生協もありま す。これまでの介護が「してあげる介護」 だったのではないか。そこから、できる ことを尊重する「引き算の介護」をして いくことで、結果、介護する人も介護さ れる人も尊厳を保ち、双方の負担を減ら すこともできると伺い、納得しました。
- •自分の親が遠方にいると、なかなか直接 的に介護することができません。そのよ うな状況で、「生協 10 の基本ケア」の浸 透を伴った地域づくりがあればと思いま す。地域の人どうしがお互いに助け合え るような地域づくり一これが大事だろう と本当に思いました。
- ・コロナ禍にあって組合員の集まりがなかなか持てず、介護や「生協 10 の基本ケア」について交流することが十分にできていないという悩みがあります。そのなかで、組合員からは「生協 10 の基本ケア」について「全く知らなかった」「初めて聞いた」という声が寄せられました。さらに、「組合員の声をもっと拾ってほしい」という意見も出されました。
- 「生協 10 の基本ケア」をもっと広めたいと思います。特に、第 10 章「ターミナルケアをする」というところ、一人ひとりの望む幸せなエンディングのための考え方であり、技法だろうという、そういう幸せなエンディングを強調することで、「生協 10 の基本ケア」の浸透が深まるのではないかと思います。
- ・購買事業として、あるいは商品の開発やお届において何ができるのだろうという話になりました。職員の学習も必要ですし、組合員に向けても発信しないといけません。そのうえで、生協の役割です。商品を売るだけにとどまらず、「生協10の基本ケア」のように見えないサービス

をどのように伝えていくのかが、大事な ことかと思います。

・私はこの話を聞きながら、人と人とのつながりを大事にすることが一番ではないかと思いました。班機能も、まだまだしっかりしています。そのなかでお互いさまや助け合いが息づいている話も聞き、お互いさまの心、小さな絆、こうしたつながりの大切さに、「生協10の基本ケア」を活かしていけたらと思います。

# ■なぜ、生協が福祉事業に取り組むのか 一原点に立ち返って 浜岡政好(佛教大学名誉教授)

講師の浜岡先生は、長年、佛教大学で幅広く社会福祉の領域において教鞭をとってこられました。専門は社会学、労働・生活研究です。生協と福祉を語れる数少ない研究者です。くらしと協同の研究所では、2014年から2017にかけて、「くらし福祉研究会」の座長をされ、生協が福祉にかかわる在り方を幅広く追究していただきました。今日、あらためて生協と福祉のかかわりを問い直し、くらしを守る、協同する、支えるといった生協の原点に収斂し、理論的な整理とともに事業と運動の方向性を示していただきました。

#### はじめに

今日、多くの購買生協や医療福祉生協が福祉事業(介護事業等)に取り組んでいる。したがって、今更、"なぜ、生協が福祉事業に取り組むのか"などという問いを発するのかといぶかる人もいるかもしれない。しかし、生協の福祉事業の現況はこうした問いかけによって事業の質と量の見直しを迫られる状況に直面していると思われる。そのことを端的に示しているのが、2021年11月に日本生協連の福祉事業・事業連帯強化検討委員会から出された『「委員会

中間まとめ-委員会からの提言-」事業連帯により福祉介護事業の抜本的強化を』であり、それを受けての「日本生協連対応方針報告」である。

この提言は「新しい事業連帯組織」の創 設を提起したものであるが、その理由とし てあげられているのは、①「介護業界は大 変動の時代に |、②「生協福祉事業が危機 的状況にあり、早急に事業の立て直しを図 ることが求められている 、③「介護業界 でも有効な『規模拡大の効果』|の3点で ある。ここでの事業の危機的状況とは、「福 祉事業を展開する 45 生協の 2020 年度経常 剰余率は平均▲4.75%と昨年よりも1.2ポ イント近く悪化ししたこと、「損益状況は 二極化しており、安定して黒字を継続する 生協と経常剰余率が2桁を超える大幅な赤 字を継続する生協に | 分化していること、 また、「20生協以上が年間事業収入2億円 未満と小規模事業となっており、大きな赤 字の常態化と合わせ、地域での存在が問わ れる状況」にあることなどである。

しかし、生協の福祉事業における危機、 または苦戦は2000年の介護保険制度誕生 以降、長期にわたって続いている。この 20年来の生協陣営の介護・福祉における 到達状況は厚労省「介護サービス施設・事 業所調査の概況」(2020年) から伺うこと ができる。生協を含む協同組合セクターの シェアは最も高いものでも夜間対応型訪 問介護の3.9%、続いて定期巡回・随時対 応型訪問介護看護 3.7%、複合型サービス 2.9%、小規模多機能型居宅介護 2.2%、訪 問介護 2.0%、居宅介護支援事業所 2.0% な どとなっている。これは医療福祉生協を含 む数値で購買生協に限定すればさらに低く なる。同期間における営利法人や社会福祉 法人の動向と比べれば、協同組合の可能性 が発揮できたとは言いにくい現況となって

いる。

何故、危機・苦戦なのか。もちろん事業 規模の零細性は影響しているであろうが、 それは他の法人形態でも言えることであ り、それだけとは思われない。したがって、 危機をもたらしているものを明らかにする ために、そもそも論に立ち返って生協の福 祉事業を検討する必要がありはしないか。

#### 1. 生協と福祉事業についての2つの原点

生協と福祉事業との関係に何を原点にし て検討するかであるが、1つは生協と福祉 との関係を理念や理論のレベルから把握す ることである。それはこれまで購買事業や 医療事業をメインにしてきた生協が多いこ ともあって、福祉の分野を重要ではあって も生協にとって「本業」として受け止める 意識が希薄なように見えるからである。改 めて生協のミッションに立ち返って、生協 と福祉の関係を位置づけ直すことが必要に なっている。2つ目の原点は、特に購買生 協が事業として福祉に関わり始めた2000 年前後の時期における、福祉事業の捉え方 がどうであったかということである。その ことをくらしと協同の研究所の「福祉プロ ジェクト」などを素材に検討することにす る。

# 1) 福祉と生活協同組合はどのような関係 にあるのか?

「福祉」という言葉は「社会的に弱い立場にある人びとや恵まれない人びとに対する援助」と慣用的に使われてきたが、その対象には「子ども、高齢者、障害者、貧しい人」などが念頭に置かれてきた。そしてこれらの人びとには「傷つきやすい状態」(パルネラビリティ)にあり、社会のなかで「少数派」(マイノリティ)に属しているという共通点があるとされている。(武

川正吾『福祉社会』有斐閣、2001年)

確かに社会の1時点での断面を見れば、 「傷つきやすい状態」にある人びとは「少 数派しかもしれないが、人の生涯という面 から見れば、「傷つきやすい状態」は何ら かの形で全ての人に生じる状態であり、生 命や生活の再生産過程における通常の姿な のである。こうした「傷つきやすい状態」 に置かれた人びとに対する援助は、近代以 前の社会では血縁・地縁等の共同体による 相互扶助や慈恵として行われてきたが、近 代社会においては共同体の変容や国民国家 の成立等を受けて、それまでの共同体型の 援助はそのウエイトを減らすとともに、互 助の形も友愛訪問や労働者共済など協同組 合型へと代わり、他方で行政による公共 サービスとしての援助がウエイトを増して きた。こうして今日の社会福祉が誕生して きたのである。

このように福祉という営みは原理的にみ ても、歴史的にみても、生活における「傷 つきやすい状態 | に対する社会的・共同的 対応であり、したがって、福祉とその担い 手としての協同組合との親和性は高いとい うことができる。しかし、戦後の日本の生 協の取り組みのなかにはあまり福祉が登場 していない。「生活」という包括的な言葉 を冠した協同組合ではあるが、内容的には 生活財や生活サービスの「消費」や「購買」 に主力をおいており、「福祉」は視野に入っ てきにくかったものと思われる。この点で は同じ「傷つきやすい状態」への社会的・ 共同的対応であっても、「医療」領域では 早くから協同組合による供給が取り組まれ ており、対照的である。

福祉が生協の射程に入ってこなかったのは、日本における生活の「社会化」のあり方を反映している。「傷つきやすい状態」に対するケアは性別役割分業という形

で「専業主婦」などの女性に押しつけられ、社会的課題として公共政策化することが遅れたのである。1980年代に入って、生活財だけでなく、生活サービスの商品化や生活サービスの公共化が進展するなかで、「消費」や「購買」という生協の視野からも福祉が見え始めた。とはいえ、その時点では福祉は「消費」や「購入」する形では存在していなかったこともあり、「消費」者、「購買」者の生協らしい、良い福祉サービスを消費したい、購入したい、利用したいという役割もあまり発揮されていない。

共働き化が進み、高齢化が進展するなか で、地域住民や組合員の「傷つきやすい状 態 | はいっそう強まり、それへの対応を行 政に求めるだけでなく、住民自身が共同で 必要なサービスを供給する動きが広がっ た。地域住民による無認可の「共同保育 所」づくりや「共同作業所」づくりなどで ある。これらは生協の福祉供給事業へとは 向かわず、社会福祉法人としての認可へと 向かった。そして実際に生協が福祉サービ スの供給に関わるのは、生協の事業として ではなく、「コープくらしの助け合いの会」 など家事援助などのホームヘルプサービス を組合員の相互扶助「活動」の一環として 展開し始めてからである。ここではまだ福 祉サービスの供給は、組合員の供給「活動」 であって、専門の職員による供給「事業」 ではなかった。

ところで生協の組合員として、つまり、「消費者」「購買者」「利用者」として福祉サービスに関与すると言うこととサービス供給者、すなわち事業として生産、労働、販売の担い手として福祉サービスに関与すると言うことの違いは何であろうか。「消費者」「購買者」「利用者」の側から見える福祉サービスは、それが提供された場合には、サービスの善し悪しや適不適などがほぼリアル

タイムで当事者本人やその家族には分かる ということである。それは福祉におけるケ アという営みがどのような形態で行われた としても、つまり、家庭内のケアでも、仕 事として行われるケアでも、ケアの提供者 の労働過程が同時に利用者にとっての消費 過程となるからである。

利用者の生命と生活の再生産過程=消費 過程における「傷つきやすい状態」の修復 は、ケア労働の質と量のあり方が直接的に 規定している。したがって、利用者にとっ てはケア提供者の労働過程が生活の質を決 めるものとして最大の関心事となり、結果 として提供されるケア労働(個人・集団・ 事業者・行政) に対する最も根源的な評価 者となる。とはいえ、こうした福祉サービ スに対する「消費者|「購買者|「利用者| としての機能は現実には必ずしも発揮され ていない。それはサービス提供体制の不備 や遅れ、利用者のサービス供給システムに 対する情報の不十分さなどによって、福祉 サービスへのアクセスが多くの利用者から 遠ざけられた状態にあるからである。その ため直接利用した当事者以外には福祉サー ビスの評価が共有されにくいのである。

以上のような福祉という社会的営みの特徴、そしてその担い手としての生活協同組合が購買者、利用者の組織であるという特徴をふまえれば、組合員組織が当事者性を発揮する状況を作り出すことが求められていることが分かる。組合員が求める福祉、ケアとは何かを組合員が主体的に考え、作り出す過程がケアの質的・量的改善の推進力となるとともに、事業としての生協の福祉の利用者を増やしていく過程ともなる。

他方、事業者、供給者サイドから見た福祉サービスの見え方にはどんな特徴があるであろうか。事業として福祉サービスを提供しようとすると、現実の社会制度や政策

を前提にしての事業を組み立てることにな る。多くの場合、制度や政策は人びとの「傷 つきやすい状態 | の一部にしか対応してお らず包括性、多様性に乏しい。そのため、 利用者や組合員の側からは絶えず現行の制 度・政策への改善要望がでてくることにな る。しかし、事業者としての裁量で制度・ 政策の運用を行える余地は少なく、設計さ れた制度の下で事業体としての最適の成果 を得ようとする傾向になる。ビジネスライ クに振る舞うことが求められるということ である。例えば、介護報酬等として制度化 されているニーズ以外はないものとして扱 われたり、要介護認定で「自立」と判定さ れれば、「傷つきやすい状態」にはないも のと見なされる。つまり現行の制度の対象 から外されて、放置されることに余り対応 しようとしないなどの態度である。

こうした傾向は営利事業体だけでなく協 同組合を含む非営利の事業体でも生じう る。所与の制度の下で成果をあげるために 経営資源を効率的に運用しようという誘因 が働くからである。しかし、協同組合など 非営利事業体の場合には、地域住民や組合 員などの利用者との距離の近さやその一部 を組織の内部に含んでいることなどもあっ て、利用者の包括的で多様な福祉ニーズに 向き合って制度・政策の改善に向けての ソーシャル・アクション等に取り組むなど して事業者、供給者サイドが陥りやすい傾 向に一定の歯止めをかけている。この点で は非営利事業体の福祉供給事業は営利事業 体に比べれば、コストのかかる事業運営に なっているかもしれない。とはいえこうし た取り組みは長期的にみればケアの質的・ 量的改善の推進力としての、またエンド ユーザーとしての組合員という存在をもつ生 協の供給事業の最大の「強み」と言えよう。

# 2) 生協の事業としての原点となった新た な介護保険制度の受け止め方と「第三 の事業」

介護保険制度において、生協は初めて福祉サービスの供給事業者として社会的に承認された。その意味で生協の福祉の供給事業者としての原点は、2000年の介護保険制度の開始とその介護保険制度を運営するための「社会福祉基礎構造改革」にあったということができる。それまでの福祉サービスの供給は公的責任として自治体などの行政直営か、または措置制度によって公と同等と見なされた社会福祉法人などが担っていた。それを大きく転換させたのが社会保障制度審議会の「95年勧告」であった。

「勧告」ではサービス提供は営利企業を 含む民間の役割とされ、「サービスの供給 が多様化すれば、国民の選択の幅を広げ、 国民のニーズに合ったサービスが利用可 能」になるとされた。また介護保険制度を 提唱し、その実現に向けて「介護人材の確 保とサービス供給体制の整備 | が喫緊の課 題となっており、そのためには住民参加型 組織やシルバー産業など「様々な民間部門 によっても積極的に行われるべき」として 福祉への営利企業の門戸開放を推奨した。 この「勧告」を受けて、介護保険制度が創 設され、その運用のために前記の「社会福 祉基礎構造改革」によって福祉のあり方が 「商品」モデル、「市場」モデルへと抜本的 に転換されたのである。

こうした政策の流れのなかで生協は福祉 事業に加わることになった。その時期の生 協など協同組合の福祉事業への期待の大き さは、1996年7月に開催された「協同組 合福祉フォーラム」記録集における高村勣 氏(コープこうべ名誉理事長顧問)の「公 的介護保険制度の施行と相俟って、地域の 組合員の中で介護を必要とする人たちだけ でなく、その家族をも含めて、老人の人間 関係の豊富化に寄与するネットワーキング を生協のいろいろな領域に拡充している とができれば、生協は、まさに地域を を民間自主組織として大きな信頼を獲得すら るようになろうし、さらには、ひたで 経済の発展だけを指向してきたことで とれたコミュニティの再建にも寄与ことが になろう」という言葉からも伺うことが になろう。(『福祉コミュニティを築く - 協同組 合福祉の可能性』中央法規、1997年12月)

さらに介護保険実施直前に開催されたく らしと協同の研究所の「介護保険を超えて 生協に何ができるか | (1999.11.23) と銘打っ た福祉シンポジウムでの論議から介護保険 制度の下での介護事業に生協がどのように 向き合うべきと考えていたかをみることに する。そのシンポジウムで北昌司氏(当時、 日生協・組織推進本部福祉事務局長)は次 のような報告をしている。生協が介護保険 制度上位置づけられ、行政の影響を非常に 受けるようになったこと、そのなかで組合 員活動から事業へとシフト化してきている こと、したがって生協が制度について要望 していくためには、財政問題を含めた社会 保障政策への考え方をしっかりもつ必要が あること、また「ニチイ学館」のような全 国展開型の企業の戦略が目立っていること などが指摘されている。

そして生協については「危機のなかで第 三の事業は確立できるか」として、コープ かながわの中での「本体事業が危ない中で 福祉に手を出していいのか」、「本体事業と いうのは店舗や共同購入だけなのか、福祉 は枝葉の事業なのか」という理事会での議 論を紹介して、「時代の変遷と同時に、相 互扶助組織である生協が、『福祉』を本体 事業にしていくべきだ」という結論なった としている。北氏自身も「政策的な位置づ けを福祉事業についてきっちりする、つまり、購買、共済に次ぐ第三の事業として確立していくぐらいの位置づけがいるのではないかと思っています」と述べている。

このシンポジウムでは筆者も「介護保険下での生協の福祉」(浜岡政好)という報告しているが、そこでは事業として知事業としておりませいる。といるポジションはかな埋めでは、在宅介護サービスの不足の穴埋の穴埋の穴埋ので位置づけのサービスや「自立者」向けのサービスや「自立者」向けのサービスをはいることなどから事業への担いる。したがって生協域のいるになりは「地保にならないるとしてがって生協域といるになりは「地保にないる」となどをあげている。

これに対して川口清史氏(当時、立命館 大学・くらしと協同の研究所副所長)は福 祉と生協という視点からもっと踏み込んだ 積極的な提案をしている。1つは「参加と 事業」という視点から、生協は事業と活動 の二つを結合できる条件をもっており、「購 買事業以上に組合員の事業参加が可能です し、福祉事業そのものが組合員の参加に よって成り立つ、組合員の参加こそが事業 として展開できる条件である、福祉はそう いう分野ではないか」と指摘している。第 2に、生協は、「利用者の組織という原点 にたった事業」でなければいけないこと、 この「利用者の側の論理で事業が組み立て られるというのが、非常に大きな福祉のあ り方自身を問い直す根拠になる」としてい る。第3に、福祉分野に取り組むことで、「新 しい質で組合員参加が生協の中に広がって いく」可能性を指摘している。

そして第4として、福祉事業の採算については「総合生協であることを生かして、

福祉単体でどうかではなく、福祉事業で出てくる様々な情報やノウハウを、生活を守る取り組み全体として生協の事業にどう生かしていくか、という発想が求められている」としている。規模のメリットではなく、福祉と共済などの関連分野の連携という「範囲の経済」の重要性である。そして第5に、生協が介護保険のような公的システムのなかに入っていくことで、「社会的なポジションが根本的に変わ」り、行政や地域に対する社会的発信力の高まりが期待されている。

このシンポジウムは介護保険制度の施行前夜における事業として参入準備中の生協陣営の雰囲気をよく表している。新しく創設された介護保険による介護サービス「市場」に生協陣営は積極的に参入しようとしたのである。1990年代後半の購買生協における事業的危機が背景にあっただけに、事業としての期待値も大きかったのである。

# 3) 福祉との関係でみれば、介護保険制度 にはどのような問題があるか?

しかし、今から考えると、論点として見 過ごされたこともあった。それは福祉事業 が単なる生活ニーズの充足ではなく、「傷 つきやすい状態」への援助であること、す なわち生活問題に対する社会的事業である という視点である。福祉とはいかなる社会 的営みかという視点からすれば、介護保険 の「市場規模が42兆円」、介護保険以外 での「市場規模が45兆円」という受け止 め方には強い違和感が生じたはずである。 しかし、筆者を含めてシンポジウム参加者 にその気配はあまり感じられない。

それは多くの人びとが高齢化への対応として介護の「社会化」が喫緊の課題となっており、それに対処するにはそれまでの公的対応では間に合わないこと、したがって

「民間」の多様な担い手による「供給主体の多元化」と「市場」競争によって介護の量の確保と質の改善が進むというロジックを受け入れていたからであると思われる。その結果、介護の「社会化」の中味が問われず、「公-民」という枠組みで福祉を割った。という枠組みで福祉にされ、参入する「民」のなかでの「営利ー非営利」という違いがもつ福祉にとっての決定的ともいえる重要性が看過されることになった。医療においては現在も営ってとになった。医療においては現在も営力ともいえる重要性が看過され、また「自由診療」にも制限があるのに、福祉分野におるいては介護保険制度を先導者として規制においては介護保険制度を先導者として規制にあるのは実に奇妙ではある。

いずれにしても福祉事業の性質からしてこの分野への参入は非営利事業体に限定に れるべきという主張を協同組合陣営は展開できなかった。それは営利事業体と同じ、 で競争してきた購買事業の延長線に、 をであろう。しかし、福祉事業においている。 営利事業体と同じようにはふるまえないかられている。 は新自由主義的な営利企業との「イークォール・フッティング」という枠組みに ととなったのである。

## 4) くらしと協同の研究所での介護保険制 度をめぐる論争

くらしと協同の研究所は生協と福祉のあり方について、90年代後半以降、特に介護保険にどのように関わるかについて「福祉プロジェクト」を設けるなどして、議論を組織してきた。前記の福祉シンポジウムだけでなく、先進的な事例の調査活動を行うなどして、その成果を『協う』(研究所機関誌)に発表している。そこでの研究者

や生協の実践家たちの生協と福祉についての大まかな傾向は、生協が相互扶助活動として住民参加型といわれる福祉活動に取り組むことについてはおおむね肯定的に評価されていると思われる。また創設される介護保険制度についてもいろいろな問題があるとの認識でも共通している。しかし、問題があるとしても介護保険制度の下での介護事業に参入すべきかどうかについては評価が分かれていた。

1998年に出された厚生省の『生協のあ り方検討会報告書』に対するくらしと協同 の研究所研究委員会での議論をみても、介 護保険制度を「自助」「共助」「公助」の組 み合わせによる社会福祉システムとして、 「共助」を担う生協にとって大きなメリッ トがあると肯定的にとらえる人がいる一方 で、厚生省の福祉政策の一翼に生協が公的 に位置づけられたのは事実だが、医療施設 の取り組みの実態をみずに生協が事業とし て乗り出すのは危険だとネガティブにとら える人もいる。このように事業として見通 しをもって介護保険事業を進めたというよ り、かなり経営的な不安を抱えての参入で あったことが分かる。(「日本の福祉システ ム転換への先導者になりうるか『生協のあ り方検討会報告書を考える』」『協う』47号、 1998年10月)

こうした生協と介護保険との関わり方、とりわけ生協の介護保険制度への事業としての参入をめぐっては、この後に『協う』の誌上で平尾 - 川口論争が展開されている。平尾良治氏(滋賀文化短期大学)の川口氏への問いかけは、「自助」「共助」「公助」の組み合わせによる社会福祉システムとしての介護保険はおかしい、それに生協が事業として参入するのは妥当なのか、また参入するにしても生協の事業や運動の力量からして今の時点では「時期尚早」ではない

か、というものであった。(平尾良治「いま行政との『パートナーシップ』が必要か」 (『協う』48号、1998年12月号)

これに答えて川口氏は次のように反論し ている。介護保険は「制度としての欠陥を 多くもちながらも、介護の社会化を公的に おこなうという意味で画期的な制度であ る」、「現在の政治状況の下では、まず介護 の社会化を公的制度として確立することが 重要だ」として、「介護保険が施行され、 現実に多くの人がその制度の下にあると き、『批判の目』を持たない社会福祉法人 や医療法人、営利会社にそれを任せておい てよいのか |、「生協や協同組合、NPO が 公的福祉の担い手になることは、福祉制度 にとっても、協同組合にとっても大きな意 味を持つ」と評価している。川口清史「福 祉社会へどう足を踏み出すかー平尾さんの 批判から考える」(『協う』 55 号、1999 年 12 月号)

論点は「共助」=相互扶助と「公助」= 介護保険制度との関係をどう捉えるかと設 定されているが、相互扶助活動を「公助」 としての介護保険制度に組み込むことと、 相互扶助活動の担い手としての生協を公共 的なサービスの事業主体とすることは分け て考える必要がある。そして互助活動では なく事業として福祉事業に生協が関与する ことについては基本的に問題はない。しか し、公的制度の中に相互扶助を組み込むこ とについては今でも大きな問題であり続け ている。それは財政上の理由などから介護 保険制度本体が対象を限定しながら、介護 保険の法定サービスの周辺に「総合事業」 など相互扶助活動を紐付けてきているから である。それは「共助」活動の仕事化、ま たは仕事の「共助」活動化をもたらし、互 助活動も福祉の仕事のどちらも損なうことに なる。

ところで介護保険制度については別の論 点もあった。それは営利企業との「イー クォール・フッティング という新自由主 義に親和的な基本的枠組みをもった介護保 険制度が日本の福祉に何をもたらすかとい うことである。介護保険移行後の20余年 の現在、高齢者、障害者、子どもなど「傷 つきやすい状態 | にある人びとへの援助は 縮小し、また営利企業との「イークォール・ フッティング | 型福祉へと変容している。 その結果、政策的には、今日、「傷つきや すい状態 | にあっても全世代的に「活躍 | が促される「自助」社会へと誘われてきて いる。生協と福祉との関連では、介護保険 のこの間の歩みを振り返りながら、改めて 営利企業との「イークォール・フッティン グ という形での「介護の社会化」が妥当 であったのか、このシステムをこれからも このまま継続させてよいかを考える時期に きている。

この点では早い時期に鈴木勉氏(当時、 佛教大学)が示唆的な問題提起をしている。 (「福祉の共同性と協同組合の福祉事業」『協 う』95号、2006年6月)その提言で、「潜 在能力の発達としての福祉」という福祉観 からすれば、「介護保険制度は潜在能力の 発達に不適合」とした上で、「介護保険サー ビスの事業者でもあり、ユーザー組織でも ある生協が、利用者の人権と非営利事業者 の安定的な運営を統一する立場」から、① 保険料等の引き上げではなく、公費負担割 合を介護保険制定以前の水準に戻すこと、 ②応益性を撤廃すること、③介護の「市場 化」は福祉の非営利原則を崩したことから、 むしろ「公共性」を維持すべきこと、④営 利事業者の参入を認めている介護保険制度 の枠組み自体の再検討を行うことなどを要 望している。

また現行の介護保険制度の枠組みに則っ

た福祉事業のビジネスモデルだけでよい のかという問いを出し、「生協とケアワー カー | との関係や利用者の「お客様 | 扱い からの脱却の必要性など、イタリアの社会 的協同組合の事例を紹介しながら、生協ら しい介護事業組織の模索を呼びかけてい る。しかし、その後も介護保険事業計画の 見直しの時期に、事業者として要望はなさ れているとしても、制度のあり方について 生協陣営から抜本的な見直しの論議が出た という話は聞かない。営利企業の福祉分野 への参入は、介護保険制度だけでなく、障 害者分野、保育分野にも広がってきている。 介護保険制度が行き詰まりを見せている現 在、改めてケアの問題とその制度化のあり 方、そこでの生協の役割を検討してみる必 要があると思われる。

# 2. 生協の「本業」としての福祉事業を実現するために

# 1)福祉事業を「本業」することの意味は何か

まず、生協における「本業」とは何かで あるが、この言葉は、通常「その人が生計 を立てている主たる職業」や「副業ではな い本来の職業」という意味で用いられてい る。これを生協の事業に当てはめれば、そ の事業によって生協という事業体が成り 立っているということでは、購買事業とし ての共同購入がそれにあたると考えられ る。店舗事業も経営的には厳しい状況に あったが、購買事業としてくくることで事 業として維持されており、本業化の途上に あったとも言える。また購買事業とセット で展開された共済事業は経営的には好調 で、購買事業を補うものとして受け止めら れていた。こうした生協の事業認識の上に、 「購買、共済に次ぐ第三の事業」としての

福祉事業という発想が生まれたのである。

確かに「くらしの助け合いの会」など相 互扶助としての福祉については一定の実績 はあったが、事業として福祉サービスを提 供することについては、別組織として社会 福祉法人を運営している数少ない生協を除 いて余り経験はなかった。事業として福祉 サービスを提供することと組合員の相互扶 助活動とは全く性質が異なるが、多くの生 協は相互扶助としての福祉活動の延長線上 に介護事業を構築しようとしていたかのよ に介護事業を構築しようとしていたかのよ に、その本業を担う職員の確保や育成、職 員組織の組み立て方、施設の整備、利用者 の開拓や確保など独自の準備が必要であった。

しかし、全体としては準備不足で福祉事業がスタートしている。介護保険から6年たった時点での組合員の「購買生協の介護福祉事業」に対する認知度はわずか30.2%と低く(2005年度大阪府生協連「生協組合員の活動実態調査」)、「全国の生協の中に『福祉事業は第3の事業だ』ときちんと評価していただける土壌があるかといえば、2005年度の損益で言うと47生協中、4~5生協しか黒字になっていないのが現状であり、組合員の中でさえ認知度が低いという現実」となっていた。(「生協ひろしまの福祉事業は、どのように発展したか」高田公喜氏へのインタビュー『協う』95号、2006年6月)

こうした構造的な準備不足を解消し、生協の福祉事業を「本業」とするには、まずは、生協にとっての相互扶助活動と福祉事業の位置と意味の整理が必要である。福祉という概念には「自助」的な対応や「共助」という互助的な対応や「公助」という公共的な対応まで含まれている。しかし、同じ福祉という言葉が用いられても、「自助」「共助」と「公助」=社会福祉とでは全く性質

が異なっている。この区別が重要なのである。互助的な福祉は「公助」 = 社会福祉にはならない。それは「公助」 = 社会福祉は社会権的人権保障のシステムであり、人びとの社会的ミニマムとして社会がその成員に必ず保障しなければならない取り組みという性質を持っているからである。

生協が活動や事業として展開する福祉 = ケアについては、おおきく①生活の「自助・ 共助 | 部分への関与…「助け合い活動 | な ど相互扶助、共済活動など、②生活の「公 助 | 部分への関与…介護保険、社会福祉な ど「社会権 | 保障の公的制度への参入、③ 生活の「公助」の範囲外での関与…自由に 展開する「福祉を創る」事業への取り組み の3つが考えられる。このうち①は組合員 のボランタリーな活動への支援であり、互 助的な事業体であるという組織の性格から して当然の望ましい取り組みと位置づける ことができるが、事業の維持に必要な費用 を稼ぎ出すという意味での「本業」とはな らない。したがって、ここで「本業」と位 置づけるとすると、②や③の福祉事業とい うことになる。

# 2) 介護保険制度の下での非営利事業体の 不振をどう見るか

しかし、「社会福祉事業の主たる担い手」とされてきた社会福祉法人も生協と同様に介護保険制度下での事業経営は厳しい。介護保険制度の事業規模はこの20年間で拡大してきているが、営利法人等の参入が規制されている第一種の福祉事業を除いて、社会福祉法人のウエイトは下がってきている。こうした状況がもたらされているのは社会福祉法人の経営努力の不足という問題ではない。それは介護保険制度がもつ「準市場」という新自由主義に親和的な仕組みや独特な社会保険方式と密接に関わっている。

介護保険制度は利用者と供給業者との契 約に基づいて、「応益」負担という利用料 と引き替えに福祉サービスを手に入れる仕 組みであるが、それまで社会権的人権保障 として社会福祉を担ってきた社会福祉法人 にも、介護保険の下で擬制的な「福祉とい うサービス商品 | の提供者・販売者として 振る舞うことが求められるようになった。 社会福祉法人の苦境は営利法人のように福 祉サービス商品の提供者としてビジネスラ イクに振る舞えなかったと言うことでもあ る。社会福祉法人のミッションからすれ ば、当然の違和感であろう。そして株主で はなく、組合員や地域住民の福祉への期待 を担っている民間の非営利事業体であると いうことでは生協も同様の状況にある。

介護保険の問題は上記のような営利企業との「イークォール・フッティング」由来の難点だけではない。介護費用の半分が高齢者を含む保険料によって賄われるという財源方式も制度維持に大きな困難をもたらしている。それは高齢者の年金所得が年々削減される一方で、要介護高齢者の増大により介護費用は増大し、高齢者の保険料負担の限界を突破しつつあるからである。こ

うした保険料の増大に対する不満は保険料にリンクしている介護報酬の抑制に結びつけられてきた。こうして社会福祉労働者の処遇は低劣なままに放置され続けるという状況をもたらしている。介護労働者の慢性的不足の進行である。このように介護保険制度は保険料負担の側のからも介護労働の担い手の側の事情からも壁にぶつかっているのである。

2000年の開始以来、介護保険制度は高 齢化で国民の介護の必要性が増大するのに 合わせて、制度をめまぐるしく改定して、 介護保険の対象を増やさないために予防重 視を打ち出したり、少ない介護資源を中・ 重度の要介護者に限定したり、費用負担を 引き上げたりして、その対象を絞ってきた。 近年では「我が事・丸ごと地域共生社会| の名目で、介護保険の対象からはじき出し た「傷つきやすい状態」にある人びとを「自 助」(「商品」として「市場」で購入する「福 祉一) や「共助」(相互扶助) に委ねようと している。このように介護保険制度を先頭 に新自由主義的な産業政策の色彩を濃くし つつある社会福祉の下で、生協は事業とし て、しかも「本業」として福祉事業に関わっ ているという状況認識はしっかりしておく 必要がある。

このように介護保険制度は営利企業との「イークォール・フッティング」として制度設計されており、生協においても実となるに優越的価値をおくことに優越的価値をおくな対した事業と同じ行動様式をとなったは営利企業と同じ行動様式をうなとなった。それは利益の出そうな事業はとになる。それは利益の出そうな事業とした事業展開であり、施設を備などはせずに、その下で最も利益につるがる利用者の選別であり、また規模のよがる利用者の選別である。ここでは社会権リットの追求などである。ここでは社会権

的人権保障として「公助」としての社会福祉に関わっているという受け止め方は後景に退くことになる。しかし、このような福祉事業のあり方は果たして生協に求められている福祉なのであろうか。

### 3)「本業」として福祉事業のスタンス

日生協「2030 ビジョン・福祉分野中期 方針」では、「誰もが安心して自分らしる くらし続けることのできる地域づくりへ貢献する」、「利用者の尊厳を護り、自立支援 サービスの提供で、その人らしい在宅生活 の継続を支える」という方針を掲げている。 ここでの福祉分野は「自助」や「共助」(互助) の福祉活動を含み、必ずしも「公助」としての社会福祉に向けた方針ではないが、「誰もが安心して…住み続けられる地域づくり」などの方針に照らしてみても、すでにみてきたような排除性を強めている介護保険の現状が公的福祉としては容認できない状況にあることは明らかである。

では、生協は事業としての公的福祉にどのようなスタンスで関わるべきなのであろうか。まずは事業として現行介護保険制度のもつ排除性を抑制することで組合員や利用者、地域住民の困難を緩和させ、その尊厳を守り、誰もが地域で暮らし続けられるような地域づくりを強めることである。これについてはさまざまな生協での既に行われている多くの取り組みなどから福祉「本業論」の具体像を読み取りことができるのではないか。

例えば、筆者がお話を聞かせていただいた生協等の事例でも、購買事業と福祉事業、生活支援事業をミックスして、全生涯支援型事業を構想、展開中の福井県民生協の取り組みや購買生協と医療生協との連携を強めている広島県生協連の取り組み、福祉事業の「本業」化をいち早く進めたコープあ

いちの取り組み、介護事業の位置を高めて きたひめじ医療生協の取り組み、そして社 会福祉法人「協同福祉会」との連携を進化 させているならコープの取り組みなど多く の事例がある。

そしてもう一つ事業として介護保険に関 わる場合に欠かせないのは、大きな欠陥の ある現行の介護保険制度を社会権的人権保 障のシステムへと抜本的に改革するための 研究やソーシャル・アクションを強め、そ の必要性についての社会的合意を形成する ことである。生協が事業として現行の介護 保険に関わっていく場合に、非営利の事業 体であることを意識してこうしたスタンス をとることが重要になっている。それは営 利企業の参入を強力に推進してきた国と財 界は、現行の介護保険のような介護システ ムしかないとの前提で、制度の持続性を大 義名分にした、前記のような排除性を強め、 介護労働者を劣悪な処遇に放置し続けてい るなかで、組合員や利用者、地域住民、そ して介護労働者にオルタナティブを示す必 要があるからである。

介護保険に対するオルタナティブの模索 はすでに始まっている。例えば、岡崎祐司・ 福祉国家構想研究会編『老後不安社会から の転換—介護保険から高齢者ケア保障へ』 (大月書店、2017年) や伊藤周平『社会保 障入門』(筑摩書房、2018年) などでは介 護保険制度危機を打開するための抜本的改 革の必要性が提起されている。こうした研 究のレベルだけでなく、非営利事業体の運 動や事業のレベルでも、昨今の介護保険に みられる排除性の強化など「権利としての 社会福祉」と相容れない動向に対する対抗 運動が広がっている。利用者や地域住民に 依拠して設立され、運営されてきた社会福 祉法人の全国組織化の動き(「一般社団法 人『社会福祉経営全国会議』の設立、2020 年)などである。また医療福祉生協でも「医療生協の介護」を掲げて「介護を受ける権利を守り発展させる運動」に取り組んでいる。

つまり、生協が「本業」として福祉事業 に関わる場合には、現行の制度によって事 業を運営するだけではなく組合員や利用者 等の必要に応えられない現行制度の問題点 を、一気に抜本的に転換させるには至らな くとも、絶えず制度を改革するための、研 究や社会運動が欠かせないと言うことであ る。したがって「本業」として事業展開に はこの2つの役割を担うことのできる福祉事 業スタッフが欠かせないことを示している。

# 4)「本業」としての福祉事業のポイント は職員問題

社会福祉はすでにふれてきたように「傷 つきやすい状態 | にある人が抱えている生 活問題を解消させるための公共的な対人 サービスである。この利用者の生活問題の 解消過程は同時に福祉サービス提供者の労 働過程でもあると言うことである。もちろ んこの労働過程は一定の施設設備の中で行 われたり、機器を用いて行われたりするが、 福祉事業のサービスの質を決めるのは、施 設設備や道具ではなく、サービス提供者の 量と質が決定的な重要性をもっている。そ のために、福祉事業においては介護保険以 前からサービスの水準を維持するために、 施設基準とともに人の配置基準や資格の保 持が細かく規定され、規定通りに運用され ているかが管理されてきた。

このことは生協の「本業」とされてきた 購買事業とは職員の位置が全く異なるとい うことを示している。購買事業における職 員は、組合員や利用者に提供する商品を企 画したり、販売したり、届けたりする位置 にあり、職員の労働過程がそのまま組合員 や利用者の直接的な消費や享受になるわけ ではない。組合員や利用者が消費し、享受するのは商品だということである。この商品の位置にあるのが、福祉事業の場合には福祉職員の労働過程ということになる。そのため福祉事業のケアの質を規定するのは、配置される職員の量と質ということになる。福祉事業においては配置される職員の量と質の最低基準はあらかじめ決められている。そして質を担保しているのは公的な資格ということである。

この公的福祉のケアを担保する職員労働 についての量と質の最低基準は、実際には 介護労働者の確保が難しいなかでかなりス カスカの状態になっている。必要な職員を 正職員で充当するのではなく、非正規労働 者を「常勤換算」という手法を使って職員 数を満たしているとして基準をクリアさせ ている。また介護労働者の質を担保する資 格も介護職としての国家資格である介護福 祉士だけでなく、その受験資格である実務 者研修修了者や初任者研修者など養成課程 の異なるものも混在・併存させており、さ らに介護助手まで付け加えられようとして いる。そしてこれらの違いが処遇の格差を 付随させており、介護職の職業としての成 立を危うくさせている。

このように介護職員の労働過程の状況は 事業として提供する介護サービスの質を左 右するものであり、「利用者の尊厳を護り、 …その人らしい在宅生活の継続を支える」 とすれば、まず、介護職員の労働環境を整 える必要がある。生協が「本業」として福 祉事業を展開しようとすれば、職員問題へ の対応が最も重要な課題であることが分か る。つまり、購買事業で言えば、「商品」 にあたる位置にある職員の労働過程をしっ かり組み立てなければ、事業が成立しない ということである。

だがこの職員問題は生協だけでなく、事

業として福祉事業を行っている事業体の多 くが直面している課題でもある。それは計 でにみてきたように介護保険の制度設計を のものに難点があり、専門的介護者の慢性で のものに難点があり、専門的な「人手不足」対策としている。 そして「人手不足」対策野を広げる れている素人層への担い手の裾野を立せる、 戦略がさらに「人手不足」を促進させる。 戦略がさらに「人手不足」をにした現行のる として展開するには、こうした現行わる 関題の対して長いなければならないという のかないる。

生協の「本業」としての福祉事業のポイントが職員問題だということに、生協グループもやっと気づいてきたと思わせる動きが「一般社団法人全国コープ福祉事業連帯機構」の設立(2022年6月17日)である。この会員生協と生協有縁の社会福祉法人と生協の連合会を結集した新組織は、主な事業として、①「生協10の基本ケア」のブランド化、②介護・福祉人材確保・定着と教育のしくみづくり、③経営ノウハウの蓄積と共有・経営サポート強化の3つを掲げている。

そして具体的な取り組みとして、①では介護職員向け学習会の開催、教育体系の構築、各法人の推進リーダーのネットワークづくりなどが、②では「国内介護人材確保生協の魅力発信プロジェクト」の発足や「生協の介護・福祉」の認知度向上、ファンづくり、会員法人の人材確保につながる総合的な採用ポータルサイトの開設などがあげられている。

職員問題との関連で、この「生協 10 の基本ケア」のブランド化の意味するものは何であろうか。それは第1に、生協独自のケアの質の最低基準を設定し、それによっ

て介護職員の労働過程が均質化できるということである。現状の労働過程は職員の質を担保する公的資格や経験がバラバラであり、集団的・組織的ケアを展開するにあたって、ネックとなっている。複数の階層的公的資格の併存のもとで、「生協10の基本ケア」を職員集団全体の基準としてオリジナルブランド化すれば、職員集団としてのケア力の向上につながり、提供するケアの水準を安定化することができる。

そして第2に、そのオリジナルブランド が生協ブランドであることによって、福祉 職員の生協職員化が促されるとことであ る。これまで購買生協の職員調査をすれば、 福祉職員の多くは生協の職員であることへ のアイデンティティではなく、福祉の担い 手であることにアイデンティティを感じて いる傾向がみられた。それは生協と福祉の 仕事を結びつけるチャンネルがほとんどな かったからであろう。それは生協が事業と しての社会福祉を展開することの意味や実 際の仕事内容と生協との関連も見えず、生 協であろうと、社会福祉法人であろうと、 医療法人であろうと、また株式会社であろ うと法人形態と自分たちの仕事とはあまり 関係がないと思わせていたからだと思われ る。しかし、労働過程の生協ブランド化は 福祉職員の仕事が生協の仕事そのものであ ることを可視化させ、生協の職員であるこ との自覚を促すことになる。

# 5) 生協の福祉事業の担い手をどう養成するか

こうした生協の福祉労働のブランド化と あわせて、今後の「介護・福祉人材確保・ 定着と教育のしくみづくり」を進めるにあ たって、検討しておくべき課題がある。そ れは福祉職員の専門性とは何かという問題 である。一般には、専門とは特定の分野に おいて高度な知見やスキルを持っていることを指し、専門の職業は多くの場合に国家資格などによって担保されている。介護職では介護福祉士が唯一の国家資格となっており、その専門性は①「介護過程の展開による根拠に基づいた介護実践」、②「指導・育成」、③「環境の整備、多職種連携」となっている。(日本介護福祉士会)しかし、介護福祉士は看護師などと違って「名称独占」の国家資格なので、前述のように、介護福祉士資格がなくても介護職場で働くことができるのである。

このように介護職場では医療系に比べれ ば、未資格者の専門的業務への関与につい ての厳格さは緩くなっているが、それでも 介護職が専門性として目指しているものは 前記の日本介護福祉士会の定義のようなも のであろう。特に③については、「利用者 の心身その他の状況に応じて、福祉サービ ス等が総合的かつ適切に提供されるよう、 物的・人的・制度的等、様々な環境整備を 行うとともに、福祉サービス関係者等との 連携を保たなければならない」との説明が 付けられている。①、②のように利用者に 直接向き合った仕事だけでなく、環境を整 える仕事やそのため多職種連携も専門性の なかに入れられているが、この課題を実行 しようとするとさまざまなソーシャル・ア クションが欠かせなくなる。

医療職や介護職などライセンス職員の多い医療福祉生協などを調査すると、専門職としての仕事のなかに自分たちの仕事の前提になっている制度・政策を改革したり、新たな制度・政策を創設するためのソーシャル・アクションなどは含まれていないと専門性の範囲を狭く理解している職員が少なからずいることが分かる。そうした活動が本来の仕事以外の負担を強いるもの、専門性の発揮を妨げるものと受け止めてい

るのである。しかし、福祉の専門職のコアな部分にはアドボカシー(advocacy)活動などソーシャル・アクションが含まれている。それは今の制度の下で介護サービスの質を維持しようとすれば、職員の配置基準や処遇の前提となる介護報酬等の公定価格への日常的な働きかけが不可欠になっていることからも分かる。また仕事を通して関わっている利用者や組合員、地域住民の権利擁護や主張の代弁などは専門職の重要な使命ともいえる。

こうした福祉職員の専門性をめぐる議論 は、介護福祉をめぐっては少し微妙である。 それは介護労働の場では、その専門性を維 持したり、高めたりする以前に担い手の絶 対的不足が慢性的に続いており、介護に未 経験者でも受け入れるなど人数あわせに追 われている現実があるからである。目の前 の日常的業務に対応するだけで精一杯で、 制度の現状を改善したり、オルタナティブ を提示し、地域住民の合意を作り出すソー シャル・アクションのような活動を専門性 に含めて介護職員に求めることはハードル が高すぎると受け止められるかもしれな い。しかし現状を変える活動をしなければ、 介護労働者の厳しい現実は変わらないし、 専門家としての力を発揮しにくい状況が続 くことになる。

専門性の範囲を限定的に受けとめる傾向は、福祉職員だけの傾向ではなく、前述のように看護師等の医療系職員の場合も似た状況にあり、これは今の専門職養成教育の状況を反映していると思われる。したがって、国家資格が求めている介護福祉士像に欠けている、ソーシャル・アクションなど制度の改善や創設する専門能力を身につけた介護職員を養成するには、入職後の教育過程を想定するしかない。その意味では、前記の「全国コープ福祉事業連帯機構」が

行う「介護職員向け学習会」や「教育体系」を通じて「生協 10 の基本ケア」とともに、ソーシャル・アクション力を身につけた職員が養成されることを期待したい。また生協が求める介護職の専門性を広げていくためには、養成教育機関への働きかけを強める必要があるし、将来的には独自の養成教育機関の設置が必要となるかもしれない。

#### おわりに

最後に福祉事業において生協の「強み」 はどう発揮されるのかについて述べること にする。この 20 余年間、生協は介護保険 制度の下で福祉事業を展開してきたが生協 の「強み」は発揮されたであろうか。今日 の生協福祉事業が直面している「危機的状 況」は生協の「強み」が余り発揮されたと は言えないことを示している。

では生協の福祉事業における「強み」とは一体何であろうか。それはまず生協という購買者、利用者の協同組織が福祉サービスを供給していることの「強み」である。これについてはすでに紹介したように川口清史氏が「利用者の側の論理で事業が組み立てられる」ことで、「福祉のあり方自身を問い直す」ことができるのではと期待していたことである。また「参加と事業」という視点から、「購買事業以上に組合員の参加が可能」で、「組合員の参加こそが事業として展開できる条件」とまで言っていた。

こうした川口氏が指摘した生協の「強み」は介護保険制度スタート後にはあまり追求されたようには見えない。それは現実の介護保険制度が財政事情等から公的規制を強め、絶えずサービスの供給不足状況が続いており、「利用者の側の論理」が働くようなシステムではなかったからである。利用者=組合員は自分の欲しいサービスを選び

ようがなかった。そのため「利用者の側の 論理」で事業を運営するメリットをあまり 生かすことができなかった。また専門家の 仕事である事業としての介護の場に、素人 である組合員が関与することにためらいが あったのかもしれない。

今は状況が一変している。介護保険制度 の仕組みは大きく変わっていないが、生協 や地域の状況は超高齢化の進展で大きく様 変わりしている。組合員の高齢化が進んだ だけでなく、生協の組織率も上昇し、生協 の事業や活動も全地域住民を対象としたも のへと変化してきている。そのため利用者 ー組合員をうちに抱えている事業組織の を を を されを顕在的なメリットにするにはさ まざまな仕掛けや仕組みが必要となろう。

例えば、「組合員の事業参加」を可能に する多様なチャンネルをつくり、生協の介 護労働の実態を組合員に知らせたり、組合 員の福祉学習を支援したり、また組合員に 介護への要望を受け止めたサービスを開発 したり、組合員=利用者の目線での事業運 営を行うことなどである。組合員の潜在的 な介護への要望を利用者として顕在化させ るには、「生協 10 の基本ケア」組合員学習 は大きな意味をもっている。自分たちが望 んでいる介護の形を組合員として共有し、 福祉事業や活動に主体的に参加する契機を 作り出すからである。

次に、生協の「強み」としてあげられる のは、同じ協同組織の内部にサービスの生 産者(福祉職員)と利用者(組合員)が共 にいることである。これは組合員と職員と の連携・協働が進めやすいというメリット をもっている。公的な諸資格(ナショナル・ ブランド) に基づいて行われる職員の労働 過程は、組合員と協同・連携する中で、時 間をかけて生協化、カスタマイズ化が促さ れるが、「生協10の基本ケア」を職員も組 合員も共に身につければ、組合員と職員と の連携・協働はさらに進めやすくなる。こ の組合員と職員との連携・協働のメリット は、生協の介護の質を一層向上させるだけ でなく、職員の専門能力や組合員の福祉理 解を高めることである。

また組合員・利用者の生活を重視する生 協の福祉であることは、絶えず組合員の生 活そのものである総合的で包括的な必要性 への対応が求められることを意味してい る。これが総合生協を生み出してきたので あるが、この総合生協と福祉事業の関連は 採算性の視点で「範囲の経済」のメリット として考えられてきた。しかし、供給サイ ドでの「範囲の経済」という視点だけでな く、組合員=利用者の生活の総合性・包括 性が供給サイドのもつ専門性による縦割り やパターナリズムに対する牽制機能を持っ ていることに改めて注意を払う必要があ る。これによって福祉のあり方に刷新を迫 るだけではなく、福祉と福祉以外の生活支 援をリンクさせる役割を果たすことができ るのである。福祉がなければ生きられない が、福祉だけでは生きられない。これをつ なぐ「強み」を生協の福祉はもっているの である。

さてこうした生協の「強み」を実際の福 祉事業にどのように活かしていくのか。す ぐできそうないくつかのことにふれて稿を 閉じることにする。1つは、組合員の事業 への参加を促すための仕組みを拡充するこ とである。例えば、医療福祉生協における 理事会レベルでの「事業所利用委員会」の ような機能を充実させて、単なる「顧客」 のクレーム処理に終わらせないで事業の改 善や制度・政策の改革に結びつけることで ある。そのためには、組合員や利用者、地 域住民への社会福祉情報の公開などを通じ て福祉リテラシーを絶えず更新する必要が ある。その一環として「生協10の基本ケア」 を組合員、職員、地域住民で共有すること からはじめてはどうだろうか。

2つは、「くらしの助け合いの会」など の相互扶助と福祉事業との協力・連携の課 題である。介護保険制度が始まって以来、 相互扶助の領域は組合員、福祉事業は職員 の領域として棲み分けが進み、全体として の生協の福祉に対するポテンシャルは落ち てきているように思われる。組合員の福祉 への理解や意欲があってはじめて、互助で あれ、事業であれ生協の福祉は成り立つの である。組合員の福祉力をエンパワーする こと、例えば、互助型の福祉の担い手の組 合員と事業型の福祉の担い手の職員が協 力・連携して、共同で組合員や利用者の要 望をくみ上げ、福祉の学習会等を組織する など生協の福祉の底上げを図る活動などが 必要ではないだろうか。またこれによって 組合員と職員の相互理解も深まると思われる。

3つは、地域の生活インフラとしての生協という「強み」を活かした福祉事業や活動のすすめである。生協は地域の生活インフラとして一定の役割を担ってきている

が、福祉事業を含めて生協の社会資源を地域包括ケアの視点から位置づけ直し、同じ日常生活圏域における他の社会資源となる。また生協関下ワークをつくることである。また生協関面もあり、その点の自覚も必要である。した地域の生活インフラの担い手である。した地域の生活インフラの担い手職員が自分の暮らしている地域、職場のあることのである。結局、生協のもつ「強み」を活かすかどうかは学習・教育にかかってとになる。

#### ■質疑・感想

- 「生協の強みをどう活かすのか」という 提起を重く受け止めました。私が携わっ ていた生協でも十分に活かせていたよう には思えないからです。特に福祉事業の 場合は、組合員以外にもサービス提供で きるということもあり、逆に組合員の意 見を福祉事業に取り入れてくという視点 が弱かったのではないかと思いました。 浜岡先生にこういう形で整理していただ き、生協の課題があらためて明らかに なったと思います。
- ・本日、再認識したのは、やはり組合員があってこその生協であることす。活かしきれないというモヤモヤ感もありますが、組合員の発信からはじまって、ものが言えるだけの事業を仕上げていくことができる―それが生協なのではないかと思いました。これから、まさに一歩踏み込むことが期待されます。これまでのさまざまな取り組みの連携をいろんな形で発展させていくには、生協の強みを活かす以外にないと、強く強く感じています。
- 超高齢社会になって、今は右往左往している状態ですが、「でも、生協があるは

ず」、そのことをすごく大切にしたいと 思います。その根底にあるのが、組合員 の生活そのものですので、生活者はどう いうことを考えているのか、このテーマ を忘れず、みんなと話し合いながら、活 動を、地域づくりをがんばっていきたい と思います。その成果もお話ししたいし、 各地の生協の取り組みも共有したい。ま た、そんな機会があればと、強く願って います。

#### ■まとめにかえて

「生協 10 の基本ケア」を少しかじった程度の報告になりましたが、浜岡先生がまとめられたように、生協の強み、生協にしかないものを大切にしたいと思います。

介護大手のニチイ学館、SOMPOケア、ベネッセなどにとって、喉から手が出るほど欲しいのが組合員です。組合員をどう活かしていくのか、どのような強みにするのか一このことなしに生協の存在はありえません。6月にはコープ福祉事業連携機構も発足しました。まずは「生協10の基本ケア」という言葉だけでも広め、関心を持ってほしいと思います。

そして、理事の学習会に、総代懇談会の 話題に、組合員活動に、広報に、配達の仕 方に、職員の声かけに、商品のひとつひと つに、「生協 10 の基本ケア」という視点か ら具体化すべきことを見つけてください。

私たちは今、ようやくそのスタート地点に来たところです。ぜひ、「生協に入っていてよかった」を実現していきましょう。

これで、第二分科会を終わります。あり がとうございました。

# ■□ 第3分科会

ロングセラーコープ商品から考える 次のロングセラー

下門 直人 (京都橘大学)



# ■座長解題:時代のニーズを満たしてきた コープ商品の歴史

皆さま、おはようございます。第3分科会「ロングセラー」を始めさせていただきます。第3分科会では、ロングセラーとなったコープ商品の開発・改善に携わる取引先企業様からご報告をいただきます。そのように関わるなかでロングセラーにとで、組合員と生協の担当者、取引先企業がどのように関わるなかでロングセラーに追じて、よりなるの時代において組合員や社会が求めるコープ商品とは何なのかを考えるきっかけとなる企画にしたいと思います。

まず、ご報告を頂く前に、ロングセラーとなったコープ商品の特徴についてそれらが登場した時代背景を踏まえつつ簡単に振り返りたいと思います。コープ商品の歴史については日本生活協同組合連合会の「コープ商品 60 周年」特設ウェブサイトにまとめられていますので、ご関心がございましたらそちらもご参照ください。

日本では1948年に消費生活協同組合法が施行され、1951年に日本生活協同組合連合会、1958年に全日本事業生活協同組合連合会が設立されました。1950年代を通じて事業連合化の基礎が築かれ、その後1960年代に入りますとコープ商品が徐々に生み出されてくるようになりました。

1960年代は、コープ商品第1号である

「CO-OP 生協バター」が誕生し、その後、「CO-OP みかん缶」や「テトロンシャツ」、 衣料用洗剤の「CO-OP ソフト」、「CO-OP セフター」などが登場してきました。そしてちょうどこの時代、1964年に京都洛北生協の設立発起人会が発足し、翌年から事業が開始されています。1960年代に誕生してきたコープ商品を特徴づけるとしますと、建値制と呼ばれる大手メーカーの管理価格への対抗という側面が強かったと考えられます。

1970年代に入りますと、全国的に市民 生協が設立され、それと同時に組合員数も 急速に増加していきました。この時期に奈 良市民生活協同組合やおおさかパルコープ なども設立されています。市民生協の勃興 期にあたるかと思います。市民生協の成長 を背景として、新たなコープ商品も続々と 誕生しています。この時代のコープ商品の 特徴は、消費者の食品の安心・安全への不 安に応えた商品が登場したことだと思いま す。具体的には、サリチル酸不使用の日本 酒「虹の宴(1970年)」や「CO-OP 無漂 白小麦粉 (1971年)」、「CO-OP 無漂白か ずのこ (1973 年)」、「CO-OP 無着色たら こ(1973 年)」、発泡剤抜きの歯磨き「CO-OP ノンフォーム (1976 年)」など、食品 への添加物や着色料等への不安から誕生し たコープ商品が数多く誕生しました。

また本日ご報告いただく、カネソ22様

の「CO・OP 味パック」もこの時期に当時 の埼玉中央市民生協で「CO-OP 純天然だ し」という名称で発売されました。

この1970年代は第1次オイルショック、第2次オイルショックにより、それまでの高度経済成長が終わり日本経済にとって大きな転機となりました。そうした時代背景のなか、当時の流通王手のダイエーが「ノーブランド商品」や「セービング」という低価格を売りにしたPBを発売し、PBブームを引き起こしました。ただ、コープ商品と異なりダイエーのPBは経済が上向くと同時に衰退していきます。

1970 年代の特徴としましては、日本経済が高度経済成長から低成長の時代に向かうなかでダイエーなどの流通業者は低価格をセールスポイントとした PB 商品を積極的に投入しました。しかし、それらはコープ商品と異なり価格のみを訴求していたことから景気の回復とともに衰退する傾向にありました。

1980年代は、コープ商品のなかから多 くのヒット商品やロングセラー商品が生ま れています。例えば、昨年の分科会でご報 告いただいた「ミックスキャロット」の誕 生は1981年、そして本日ご報告いただく、 さとの雪様の「にがり充てんとうふ」と丸 富製紙様の「コアノンロール(芯なしロー ル)」は1982年に発売されました。これら の CO-OP 商品は組合員の声から誕生した 商品として今でも多くの組合員に利用され ています。さらに 1985 年には全国の生協 組合員が1,000万人を超えました。したがっ て、1980年代は生協の組織拡大を背景に 組合員の声に応えた CO-OP 商品の開発が 加速した時代として特徴づけられ、この時 期に数多くのヒット商品やロングセラーと なる CO-OP 商品が誕生しました。

1990年代に入りますと、日本はバブル

経済の崩壊によって長期不況に突入してい きます。そうしたなか生協にとって特徴 的な出来事としては、個人宅配が始まり、 各地で事業連合化が進められていきまし た。またこの時期(1993年)に県内4生 協の合併によりコープしがが誕生していま す。そして1994年に「良品・低価格コー プシリーズ | が開発され、1998年に全国 の生協組合員数が2,000万人を超えるまで になります。また、環境問題への関心の高 まりから生協では環境統一マークが制定さ れ商品のシリーズ化が進められました。さ らに生協が先駆的にステイオンタブの飲料 缶の量産を始めたり、再生紙 100%使用の ティッシュペーパー「CO-OP グリーンキー パー」が発売されたりしました。

2000 年代以降については整理が難しいのですが、日本は経済的には不況の長期化や雇用の不安定化、日本企業のグローバル化の深化、そして社会的には単身者世帯の増加等による世帯の多様化など様々な面で多様化ということが指摘された時代なのではないかと思います。そして生協やCO-OP 商品にとっては、日本社会が大きく変化する中で、それに対応することが求められ続けた時代なのではないかと思います。

この時期のコープ商品の特徴を挙げるとすると、テーマ別商品開発がスタートしたことではないでしょうか。例えば、2006年に「新・コープ商品政策」に基づき「CO-OP産地」、「CO-OP健康」、「CO-OP美味」シリーズが開発されました。さらに2015年にコープ商品ブランドの大幅な刷新が行われました。パッケージのリニューアルをはじめコープ商品のレギュラー商品を「健康配慮」や「国産素材」などに細分化し、サブブランドとして特定のニーズに特化した「CO-OPクオリティ」、そして2021年には「CO-OPサステナブル」が

新たに加えられました。こうしたコープ商品のテーマ別商品開発やサブブランド開発はコープ商品のブランド拡張として捉えられ、それは社会の変化を背景に多様化する組合員のニーズに応える手段としての役割が期待されたのではないでしょうか。

またこの時期の生協にとっての大きな事件として 2008 年の中国製冷凍ギョーザ事件があるかと思います。この事件は一般的にはコープ商品の品質管理の問題として考えれていますが、もう少し踏み込んで考えてみますと、この時期は経済のグロースを表したとといるのサプライチェが、も考して提えられるのではないかと考しておいます。言い換えますと、急速に進してがかます。一ンのグローバル化に対し、などであるが対応できなかったことによって生間題のように思います。

以上のことを簡単に整理しますと、1960 年代から80年代頃までは多少の修正を加 えながらも日本社会は「豊かな社会=大量 生産・大量消費」を前提とした成長期(高 度経済成長期・低成長期)を経験してきま した。そして、その時代の生協やコープ商 品は、大手メーカーの独占・寡占価格への 対抗や食の安心・安全への不安などある程 度まとまりのある社会的なニーズを組合員 の声として集約し、それに応えることで組 織拡大を実現させ、ヒット商品やロングセ ラー商品を生み出してきました。それに対 して 1990 年代以降、とりわけ 2000 年代に 入ると日本社会は長期不況やグローバル化 等により大きく変貌し、組合員のニーズも 多様化する中で生協はコープ商品のブラン ド拡張を図ることで対応しようとしてきま した。

第3分科会では、こうしたコープ商品の 歴史を踏まえ、今後も組合員に愛され続け、 新たなロングセラーとなりうるコープ商品 とはどのような商品か、ということについ て皆さまと一緒に考えていきたいと思いま す。そしてこれまで長年にわたって組合員 に愛され利用され続けているコープ商品を 開発されてこられたメーカー様のご報告を 通してそのヒントを探っていきたいと思い ます。

第1報告は、家庭からごみの減量を目指した「芯なしロール」を開発された丸富製紙様、第2報告は、ティーパックだしを家庭に普及させた「味パック」を開発されたカネソ22様、そして第3報告は、とうふ業界にイノベーションを引き起こした「にがり充填とうふ」を開発されたさとの雪食品様からご報告をいただきます。

報告 I:「家庭からゴミの減量を目指した 『芯なしロール』」

寺岡 謙将(丸富製紙株式会社 西日本事業本部)

#### コープ商品取り扱いの歴史

初めに会社概要を説明させていただきます。弊社はトイレットペーパーの総合メーカーでして、当社商品の約9割がトイレットペーパーです。残りの1割はローションティッシュやキッチンペーパー、タオルペーパーなどを生産しております。グループ全体の月当たりの生産重量が約1万2,000トンでして、日本全国の月平均のトイレットペーパー生産量が約9万3,000トンですので弊社のシェアは約13パーセントになります。1977年に、当時は難しいと言われていた牛乳パックを原料としたトイレットペーパーを作った初めての会社として、現在でも全国で約40%の牛乳パッ

クを回収しております。報告のテーマとなっている芯なしのトイレットペーパーは1982年に開発いたしました。その後 ISOを取得し、2016年に再生紙とパルプを原料とした超ロングタイプのトイレットペーパーを開発いたしました。また 2019年と2021年にパルプ工場を増設し、2021年に環境配慮商品として今までのポリパッケージに代わって紙パッケージの包装に入れた商品と、ホワイトシルエットという白のトイレットペーパーに白インクを載せた透かし模様の風合いが出るトイレットペーパーを開発いたしました。

次に、弊社の歴史についてですが、丸富 製紙は1955年に静岡県で設立し、まずダ ブルのトイレットペーパーから製造販売を 開始しました。そして牛乳パックを再利用 した国内初のメーカーとなり、1982年に 芯なしのトイレットペーパーを開発、コー プこうべさまとの間でコアノンロールの製 造・販売を開始しました。翌年からは日本 生協連さまにてコープブランドとしてコア ノンロールを全国供給させていただいてお ります。当時は、全国供給は弊社のみでス タートしたのですが、ご使用される組合員 がどんどん増えるにつれ弊社の生産能力で は足りなくなり、現在では北海道から九州 にかけて7社がコアノンブランドを生産し ております。そのなかで弊社は、西日本地 区ではコープきんきさまとコープこうべさ まの PB「コープス」の細芯タイプを作ら せていただいております。

また 2015 年に芯なしの超長尺タイプの商品を開発し、まず 2016 年にコープこうべさまで「めっちゃ長いトイレットペーパー」、そして 2018 年にコープきんきさまで「めっちゃ巻いてるトイレロール」を発売いたしました。またコープデリさまではパルプ商品の「たっぷり長巻き」を発売

し、その後、未晒し原料の長尺タイプのトイレットペーパーを作り、さらに 2022 年度から牛乳パックのペーパータオルを作らせていただいております。また、昨年、未晒し原料の茶色いトイレットペーパーについては紙包材にリニューアルしました。

# トイレットペーパーの規格とコアノンロー ルの歴史

トイレットペーパーの原料は、再生紙とパルプ、ブレンドの大きく3つに分類されます。再生紙は、古紙の中で原料として類を含む牛乳パック類を入って表話、コピー用紙、などです。パルプはピュアパルプ100パーセントの商品とす。これがトイレットペーパーの原料になります。ブレンド車をいうのは、各メーカーによるパルプモ生紙の中では、あまず、より品質が良く、何という位置付けの商品となります。

規格に関しまして、シングル、ダブル、 そして弊社では一部で3枚重ねを生産して おります。余談ですが、シングルは関西地 区で非常に人気でしてシェアとしては60 ~70%、それに対して関東地区では逆に ダブルが60~70%となっており文化の違 いがあります。3枚重ねは日本では根付い ていませんが、韓国等の海外では3、4枚 重ねが存在します。次に、芯については有 芯ロールと芯なしロールの2種類になりま す。有芯ロールはわざわざ芯をボール紙で 作り、そこに紙を巻き付けて生産するタイ プのもので、市販されている製品のほとん どが有芯ロールではないでしょうか。芯な しロールは、名前のごとく芯がないロール でして、さらに細芯タイプと太芯タイプの 2種類に分類されます。色についてはベー シックな白が8~9割を占めるのではない かと思われますが、他にピンク色などの染 料を含めたカラーロールや、プリントロー ル、花柄・キャラクターロールなどがあり ます。弊社ではミッフィーとハローキティ、 ガチャピンのキャラクターロールを生産し ておりまして、プリントの印鑑のようなも のを作り、それをジャンボロールに転写し ております。長さについては、短いタイプ の価格訴求品ですと、ダブルの短いもので 23、24メートル程度となり、長尺タイプ ですと、例えば弊社が作っている最長商品 は300メートルですのでいろいろな長さの 商品がございます。最後に、香りについて はトイレットペーパーの芯の部分に香りを つけるのですが、香りの種類は作れば作る ほどありますので、無限に作ることが可能 です。

続いて、芯なしロールの説明をしたいと 思います。名前の通り、芯のないロールで、 発売当初からあまり変わっていない形状で す。専用芯棒を細い穴に入れ、トイレット ペーパーホルダーにセットしていただくか たちでご使用いただいており、現在でも同 じ仕様で使われております。発売の経緯と しましては、主婦の方から「芯がなく、紙 管のごみが出ないトイレットペーパーで、 さらに取替え頻度の少ないロールはない か」という要望があり、コープこうべ(当時、 灘生協)さまからオファーを受け、1982 年に細芯タイプの芯なしロールが誕生いた しました。翌年、日本生協連さま向けのコ アノンブランドを立ち上げ、発売を開始い たしました。芯なしロールの進化という点 では、生産設備の能力や生産技術の向上に より、有芯の2倍の長さで通常130メート ルのトイレットペーパーを製造していたの ですが、180メートルぐらいまで製造でき

るようになりました。

しかし、このように進化してきた細芯で すが、住宅事情の変化によって課題が出て きました。新築の住宅のトイレにはワン タッチホルダーが備え付けられていること が多く、有芯の芯が太い商品については下 からスポッと入れれば簡単に取り付けられ るのですが、これまで長さと芯がないこと を訴求してきたコアノンロールの細芯タイ プでは非常に使いづらい状況となってしま いました。その課題の対応としましては、 ワンタッチホルダーに対応すべく、芯を太 くし、その芯を太くしたところに水を噴霧 し、トイレットペーパーで芯のようなもの を作ったトイレットペーパーを開発しまし た。この太芯芯なしは弊社ではコアノンブ ランドとして生産しておりませんが、これ がワンタッチコアノンと言われる商品で、 最近まで主流な商品として使用されており ました。その他の進化と言いますと、専用 芯棒のいらないワンタッチタイプの芯なし ロールタイプでカラーロールやプリント ロール、香り付きのものなどラインナップ を増やしてまいりました。また太芯タイプ の商品としては 130 メートルから 200 メー トルまで存在します。

# 組合員のニーズに応え続ける芯なしロール の進化

先ほど述べましたように、住宅事情の変化に対応して作ったワンタッチタイプの芯なしロールですが、数年前よりトイレットペーパー市場の商品全体が増量・大容量を押し出してきており、芯ありの長巻タイプが増えてきました。それらは1.5 倍巻ですと90メートル、2 倍巻きですと100メートルで、通常のどこでも買える商品の多くが100メートル程度となりますと、芯なしロールの訴求力である長さのメリットが

出せない状況になってきております。130 メートルではあまり長くない商品になって しまい、さらに長い商品の開発が必要とな りました。

この問題に対しては、これまで以上に長 く巻くことで解決するのですが、そうなる と今度はロール径がどんどん太くなりホル ダーに入らなくなります。他の課題として、 直径 120 ミリ以下で巻くためには薄くしな ければならないのですが、コアノンロール を使われた方はわかると思いますが、けっ こうテンションをかけながら巻くのでカチ カチに巻いてあります。ですので、あまり 薄くするとちぎれて作ることができませ ん。さらに、250メートル以上の商品とな りますとトイレットペーパー生産の最終工 程でスムーズにカットすることができない という問題が発生しました。トイレット ペーパーの生産は、まず平均して重量1ト ンから2トン程度、長さ2万メートルか ら3万メートルの大きなジャンボ原紙を作 り、次に商品ごとの長さに合わせた小巻き ロールにしていき、最後にそれを金太郎飴 みたいにカットすることでトイレットペー パーとなります。トイレットペーパーの長 さを長くするほど、この最終工程のカット が難しくなります。

この問題にどのように対処したかと言いますと、まず、商品開発にあたり生協さまとの相談で目標としたことが、「そこそこ薄く、そこそこ不らかく、存こそこ強い」ということでした。紙というものは薄ければ柔らかく、厚ければ硬くなります。そしてすべての項目に「そこそこ」が付いておりましたので、それを私が商談から帰って工場に伝える際には非常に苦労しました。具体的には、目標としたことをすべて数値的に伝えなければならないのでが、紙の規格のうち、紙の厚さと

ぐれやすさ、白色度、引っ張り強度については数値で表せるのですが、どうしても柔らかさだけは数値で表せず、そこは人間の感覚になってしまうところでしたので、その点は大変苦労しました。そうした経緯を経て、何カ月もかかりながら目標とした品質をクリアできるロールを作り上げました。

そして最終工程のカットについては、大 きなジャンボロールをポンポン切るという 通常の方法では硬くて切れませんので、先 にトイレットペーパー1つ分の幅に切って から、個別に巻く方法を採用することでこ の問題を解決いたしました。こうして完成 した商品が今コープきんきさまで展開して いる「めっちゃ巻いてるトイレロール」と いう商品です。他にもコープこうべさん の「めっちゃ長いトイレットペーパー」や コープデリさんと開発したパルプの超長尺 の商品があります。超長尺の芯なしロール の特徴としましては、紙菅のゴミが出ない という従来の芯なしロールのメリットを踏 襲しつつ、それ以上のメリットとして保管 スペースがさらに小さくなったことと、運 搬するトラックの台数が少なくてすむとい う点で CO。削減にも貢献しております。

最後にまとめとして、芯なしロールは細芯から住宅事情の変化に応じてワンタテスとして市場トレンドに合わせて超長ットへと進化してまいりました。トイレアンを進化してまいりました。トイレアンをでして、それ以外ですと柔らかさや、シーでして、それ以外ですと柔らかさや、シーでは1ロール当たりの長さとなっております。また日本生協連さまなどとの商談では、昨今の共働きの事情などを踏まえ、家事」がかに楽にしていくかという「楽家事」がットペーパーは家事と直結することはないで

すが、生活をいかに楽に過ごすかというこ とはとても大切なコンセプトなのではない かと思っております。超長尺の芯なしを使 用する理由として当然取替頻度が少ないこ とや保管スペースが小さいこと、その逆に 買わない理由としては、1ロール当たりが 高いこと、そして普段買うお店に置いてい ないということが挙げられます。結果とし て、ロングセラー商品という位置付けをい ただいている芯なしロールですが、これま での間、時代によって生じてきた様々な ハードルや課題に対して上手く対応しクリ アすることができたために、今日のように 幅広く使用される商品に育ったのではない かと思っております。今後も、組合員さま のニーズをいち早く察知し、より良い商品 の開発には努力してまいりますので、今後 ともよろしくお願いいたします。

報告Ⅱ:「ティーパックだしを家庭に普及 させた『味パック』」 豊田 滋之(株式会社カネソ 22)

#### 会社の歴史

本日はティーパックだしを家庭に普及ささせた味パックについて発表させていただきます。まず CO・OP 味パックは 1975 年に発売され、今年で 47 年目の商品となります。3 年後には 50 周年の記念の年を迎えますが、今からいろいるな企画を打ちたいと夢を膨らませているところです。で商品と夢を膨らませているところです。で商品に成長できたかと一言で言いますと、に成長できたかと一言で言いますと、によいつお節、サバ節などの魚原料と、素材の持つ良さを大切に守り、余分な味付けいなりというシンプルさではないかと思っており

ます。

まず初めにカネソ22の説明をさせてい ただきます。創業は明治15年、広島県福 山市で海産物問屋としてスタートしており ます。創業者の豊田宗平は三重県桑名市の 出身で、桑名の桑を土で耕す鍬とかけ、そ れに宗平の「そ」をつけてカネソという屋 号でスタートしました。大正5年に花かつ お削り節の製造を開始しているのですが、 そのいきさつは、大正2年に同じ福山市で 海産物問屋を営んでいた安部商店さんが業 界で初めて削り節の加工を始められたこと です。ちょうどこの時期に瀬戸内海でイワ シやサバの原料が豊富に獲れ、本当に捨て るほどあったらしいのですが、その原料を 削ることに目をつけた安部さんが初めて加 工を開始し、その3年後の大正5年に当社 が始めました。したがいまして、当社は業 界で2番目に古いメーカーになります。戦 時中は福山にも空襲があり工場が全焼した のですが、昭和22年に工場を再開させ、 昭和24年に製造部門を分離し豊田水産加 工株式会社を設立しております。その後、 昭和37年に業界で初めてティーパック式 のだし「味パック」を発売しております。 昭和55年に岡山の笠岡市に第2工場を設 立し、福山の本社工場が住宅地の中にあっ たため手狭になったことや、においの問題 もありましたので、徐々に笠岡工場へ移転 していき、平成元年にすべての移転が完了 し現在のかたちとなっております。

平成7年に社名を「株式会社カネソ22」に変更しました。その理由は、当社は乾物の魚を原料として加工しているメーカーなのですが、豊田水産加工という社名ですと生の魚を原料として取り扱うイメージが強く、その問い合わせが非常に多かったため変更となりました。初めは創業からの屋号のカネソを使うことで決まっていたのです

が、カネソだけでは物足りないということで、現会長(当時の社長)が22世紀まで会社が継続して成長していくという気持ちを込めて語尾に22を付けたという経緯がございます。その後、平成28年に創業100周年を迎え、私が代表取締役に就任しております。ですので、今年が創業106年の老舗のだしメーカーということになります。

次に、カネソ22の商品について説明さ せていただきます。商品群は大きく3つに 分けられ、①味パック、②削り節・花かつ お、③粉末スープの3部門で日々の業務を 行っております。続いて、CO-OP商品に ついてですが、「CO-OP 味パック合わせだ し一が一番の主力商品でありロングセラー 商品になります。原料はイワシ、アジ、カ ツオ、サバ、昆布、シイタケの6種のだし 素材をブレンドしております。他には、主 原料にカツオを使い、サバ、イワシ、昆 布、シイタケの5種のだし素材を配合した 「CO-OP 味パックカツオ合わせだし」や、 2017年に発売した、カツオ、イワシ、昆布、 シイタケのだし素材に、食塩や粉末しょう ゆを加えたタイプのだしパックなどがござ います。近年、味付けが苦手な方が増えお り、こうした味付けのだしパックも市場で 伸びております。あともう1アイテムが粉 末のうどんスープになります。こちらはお 湯 250cc に商品 1 袋を溶かし、そこに茹で たうどんを入れれば簡単にうどんが出来る という商品になります。粉末のだしの素の ような感じで使っていただくこともできます。

# 「CO-OP 味パック」の開発と原料へのこだわり

味パックは昭和36年から開発を開始しております。当時は機械も資材もなかった時代で、製造機械の製作から着手しました。 鉄工の経験がある職人を1名採用し、夜遅 くまで努力を重ね、たった7ヵ月で機械を 完成させました。だしを入れるパックは、 現在ではヒートロンペーパーという熱で簡単に接着する資材を使い簡単に生産できる のですが、こういう資材が全くない時ではおいて、前会長が紙とポリプロピレンを おいて、前会長が紙とポリプロピレンを 時に供給してそれらを重ねてティーパック を作る機械を開発しました。当時は今みたいな麦茶のティーパックも何もないはかなり 両期的なことだったと思います。

昭和36年、前会長豊田正市のアメリカ 在住の友人と間での「アメリカでは紅茶も コーヒーもパックが大流行しており、日本 国内でも調味料は近代化されたインスタン トが喜ばれるようになる」という会話をヒ ントに味パックを開発しました。発売当時 は商品が珍しすぎてなかなか売れずに本当 に苦労されたらしいのですが、やがて東京 の大学生協の食堂で採用されました。そし てこれがきっかけとなり昭和45年に埼玉 中央市民生協で市販用商品を採用いただ き、その後に全国の生協への供給がスター トしました。昭和50年には埼玉中央市民 生協で「コープ純天然だし」という商品名 で発売され、それが1978年に日本生協連 の「CO·OP 味パック」へと継承されてお ります。開発者の豊田正市は味パックが ヒット商品になると自信を持っておりまし た。その理由は味パックの4つの特徴にあ りました。すなわち、①味の良いニボシを 便利で手軽に使えること、②粉末化するた めニボシのうまみが完全にだしに出るこ と、③完全乾燥により変質の防止ができ衛 生的であること、④生産ラインを自動化し、 効率よく製造することで、消費者に低価格 で届けることができること、の4つです。

生協さまとの関係の歴史について申しますと、1970年にカネソブランドの味パッ

クが埼玉中央市民生協との間で取引開始させていただき、この味パックが順調に販売できたため 1975 年に CO-OP 商品として初めて PB 化させていただきました。この同年の 75 年に関西地域で京都生協さまとも取引を開始させていただき、それ以来かなり古い、長いお付き合いをさせていただいております。弊社会長もよく言うのですが、味パック工場の大部分は京都生協さまに建ててもらったようなものだと非常に感謝の気持ちを持っております。

日本生協連の CO-OP ブランドになるこ とで全国に広まり、1980年から1990年前 半にかけて CO・OP 味パックは全国の組合 員さまに非常に強いご支持をいただき、売 上も毎年どんどん伸ばしていきました。当 時工場で働かれていた方の話しを聞くと、 お盆から年末にかけて毎日残業の繰り返 しで本当に忙しかったそうです。しかし、 1990年後半ぐらいから徐々に売上が落ち てきております。原因としましては、顆粒 や粉末だしの調味料市場の拡大、だし入り みそ、だし入り醤油など、だし入りの商品 が増えていること、また、家族の人数も減 り、お惣菜で済ますなど、だしを取る調理 機会の減少が一番大きな原因かと思ってお ります。また、以前は共同購入の班活動の 中で「この商品いいよ」と口コミで広がっ ていたということがよくございましたが、 現在は個配の時代ということで口コミで広が るというような事例をなかなか聞かなくなっ たのも1つの要因かなと思っております。

続いて、CO-OP 味パックの原料について説明をさせていただきます。味パックの原料の魚種は、一番配合比率が高いのがにほしのイワシになります。次に、にぼしのアジ、かつお節、サバ節、昆布をチップ状にしております。あとシイタケですね。この6種のだし素材を使用しておりま

す。開発からのこだわりとしては酸化防腐 剤 BHA を使わないで商品化したことが特 徴です。様々な原料をブレンドする理由ですが、カツオやイワシに含まれるイノシン酸、昆布に含まれるグルタミン酸、シイタケに含まれるグアニル酸など、多様なうまみ成分が互いに作用してうまみの相乗効果によって単独ではでない、複雑で豊かなうまみを作り出すために配合を考えております。

商品の品質管理について説明させていた だきますと、当社は1998年からHACCP を導入し、コンサルタント会社と毎月1回 メンバーと一緒に会議を行い、日々の改善 活動を行っております。検査項目について はまず原料検査があります。検査項目のな かで特に時間をかけている工程が原料入荷 時のランク付けの検査になります。たくさ んのロットの原料を仕入れるなかで、天産 物ならではの若干のばらつきがあります。 脂肪分・水分・見た目の色などからAか らDのランク付けを行い、製造時に味の ばらつきを最小限に抑えるようにブレンド する製造指示書を作成し、現場に送るよう にしております。次に工程内の検査につい ては仕掛品の粉末原料の検査を1日2回、 水分測定と目視確認を行います。あまりふ わふわしていると充填が非常に難しいの で、その点をチェックしております。包装 工程では、午前・午後の1日2回、品質管 理担当が現場を回って検品を行います。例 えば、小袋で言えば、きちんと圧着されて 粉漏れがないか、充填後の外袋に賞味期限 の印字がされているか、鮮明度に問題ない か、またシールの圧着部分に問題ないかと いうところを見て歩いていきます。製品完 成後についても、1日2回、水分・脂肪分・ 官能検査を行います。それ以外には、週2 回エキス分・塩分の測定、週3回一般生菌・ 大腸菌群・黄色ブドウ球菌の検査、週1回

サルモネラ検査を実施しています。外部機関に委託している検査項目としましては、月に1回BHA、BHT、重金属の検査を行っております。

#### 今後に向けた取り組み

最後に、これからの取り組みについてご報告させていただきます。CO-OP 味パック、この商品を組合員の皆さまに PR していくことはもちろんなのですが、いろんな集会などで和食にとっていかにおだしが大切かということを伝えていきながら、そのなかで味パックを選んでいただければと思っております。

具体的には、1つ目として、現在、日本 食の基本となるだしについての普及活動を 行っております。そこでは、かつお節・に ばしイワシ・昆布・椎茸など、それぞれの だし素材の特性についての情報発信を行っ ており、和食の持つ素晴らしい食文化の基 本にはおだしが大切ですよということを伝 えていきたいと思っております。

2つ目に、だし汁と健康食の結び付きについてです。だしのうまみを利かせることで、減塩食でもおいしい食事を作れることができます。ぜいたくにだしを取っていただくことで味付けを薄くしてもおいしい食事ができ、減塩につながっていきます。ですのでそういった食生活を送っていただくことで脳卒中や高血圧の予防につながるような、そういった食生活をお勧めしていきたいと思っております。

3つ目が、子どもの味覚に必要な部分になりますが、10歳頃までの味の記憶はその後の味覚の基礎となります。食育活動を通じて、お母さまたちにだしの大切さを伝えていきたいと思っております。アミノ酸が使われている顆粒だしと素材のみの味パックのおだしとでは、味覚の形成で大人

になるまでに大きな違いが出てくるのではないかと思っております。味パックで育った私は非常に敏感な舌を持っていると勝手に思っているのですが、味音痴にならないためにも、ぜひ CO・OP 味パックをどんどん皆さんに使っていただければなと思っております。

最後になりますが、京都生協さまは組合 員の皆さまと店舗などでの学習会や虹の フェスティバルなどでコープ商品の普及活 動、啓発活動に熱心に取り組まれていると いう印象がございます。今はコロナ禍で活 動が難しい時期ですが、またコロナが落ち 着きましたら、ぜひ私や営業スタッフを呼 んでいただきまして、どんどん CO・OP 味 パックを PR していきたいと思っておりま すので、ぜひよろしくお願いいたします。

報告Ⅲ:「業界にイノベーションを引き起こした『にがり充てんとうふ』」 塩谷 元彦(さとの雪食品株式会社 大阪 営業部)

本日はコープの「にがり充てんとうふ」 の共同開発から 40 周年を迎えるにあたり まして、その歴史や取り組みなどについて ご報告させていただきたいと思います。

まず、さとの雪食品は四国化工機株式会社のグループ会社になります。四国化工機は徳島県に本社を置き、牛乳などの液体食品を容器に充填する機械を製造しているメーカーです。例えば、牛乳を牛乳パックに詰める、ヨーグルトをヨーグルト容器に詰める、そのような液体食品を充填する機械を製造しています。四国化工機にはその機械事業の他、食品用包装資材部門の包装資材事業、そして大豆加工食品製造部門の食品事業の3事業があります。その内、食

品事業部が豆腐の製造を担い、さとの雪食品はその豆腐を販売する販売会社となります。国内拠点としては、徳島に機械工場があり、豆腐を製造する食品工場は徳島県阿南市と静岡県御殿場市にあります。

四国化工機の充填機で製造された商品群は牛乳やボトル充填、ペットボトル飲料、ヨーグルト類やデザートカップ、変わり種としてはカップラーメンやカレールウです。様々なタイプの充填機械を製造している四国化工機はグループ会社を含め日本、世界の各地に拠点を持ち、機械事業・包装資材事業・食品事業の3事業を通じた総合的技術力を持って「世界の食文化の向上に貢献する」を理念として掲げています。

# 「にがり充てんとうふ」の開発と生産技術

「にがり充てんとうふ」の開発の経緯についてお話しさせていただきます。さとの雪食品が創業して10年程度経過したおり、京都生協さまから、「にがりを使用した昔ながらのおいしいお豆腐を組合員さんにお届けしたい」との開発のご要望をいただきました。ご要望のポイントはまず絹ごしタイプの豆腐であること、凝固剤は昔なが量にがり100%であること、安定して大量に製造できること、当時の物流と共同購入の仕組みの中で衛生的に賞味期間が1週間もつこと。さらには組合員の皆様にお買い求めいただきやすい価格であること、これらが開発のご要望内容でした。

豆腐は豆乳に凝固剤を加えて固めるのですが、その凝固剤にもいろいろ種類があります。その一つで「にがり」として一般的に知られている塩化マグネシウムは豆腐の美味しさを最も引き出す凝固剤ですが、それを使って豆腐を大量につくるのは非常に難しいというのが業界での共通認識でした。実際、当時は「にがり」を100%使用

した豆腐の大量製造技術は確立されておりませんでした。それは「にがり」が豆乳と反応するとすぐ固まる性質があり、さらには豆乳の原料である大豆が収穫された場所や時期によって性質がバラバラであるため、同じ凝固剤を常に同じ量を一定して加えればよいというものでないからです。町の豆腐屋さんのように豆乳の状態を見ながら日々技術的な職人技で調整することが必要でした。そのため、いかに安定して大量に、おいしく作ることができるか?を開発チームはかなりの時間とコストをかけて解決策を見つけ出さなければなりませんでした。

豆腐職人の経験と勘で行っていた繊細な 「にがり」添加の調整を科学的に解明し、 商品化に結び付けることが重要なポイント となりました。既存の製造設備を活用しな がら豆乳の攪拌、にがり添加のテストを繰 り返しましたが、やはり添加するとすぐ固 まってしまい、きれいな豆腐に仕上がりま せんでした。そのようなテストを繰り返す 中、豆乳の温度が低いときにがりを添加す ると凝固スピードがゆっくりになるという ことを見つけ、それが技術的なブレークス ルーとなりました。温かい豆乳に凝固剤を 入れて固めるというのがこれまでの一般的 な豆腐の作り方でしたが、我々は逆に冷た い豆乳に凝固剤を加えてゆっくりゆっくり 反応させながら熱を加えて固めるという技 術を確立しました。そこまでには少なくと も8カ月かかりましたが、ようやく連続製 造に向けた道筋をつくることが出来ました。

次の課題は毎日異なる豆乳の性質への対応でした。どのような性質の豆乳でも製造ラインで安定した豆腐をつくるためのにがり添加方法を検討しました。これには点滴の技術を応用し、ぽたっ、ぽたっとにがりを添加する技術を採用し、予めその豆乳がしっかりと固まるにがりの量を数値で把握

してから添加することにしました。

こうした開発プロセスを経て1982年4月に開発されたのがにがり充てんとうふです。まず豆腐の容器の中をパッククリーナーできれいにし、そこに直接、にがりと混合した冷却豆乳を入れます。それをフィルムシールでふたをして、加熱によってゆっくり凝固させることで「にがり充てんとうふ」を製造しています。

#### 時代に応じた細やかなリニューアル

1982年に発売された「にがり充てんと うふしは歴史があり、京都生協の組合員 さんはよくご存じだと思います。発売当 時、この商品は国産大豆50%と外国産大 豆50%でしたが、時代に応じて小さなリ ニューアルを積み重ねてきました。コープ 商品になる時に国産大豆100%に変わり、 容器の厚さがちょっと薄くなりました。こ れは組合員さんで若い方やご年配の方で手 がおぼつかなくなってきた方などから「手 の上で豆腐を切るのが怖い という声や 開 封が難しい」という声をいただいたことを 受け、容器を薄くしてまな板の上に載せて 切ることができるようにした時代もありま した。その次に、個食化・少量化へと時代 が進むとそれに対応するため小さい2個 パックに変え、現在に至ります。

発売以来38年間、いろいろなリニュー アルをしながら、多くの組合員さんに召し 上がりご愛顧をいただいている「充てんと うふ」ですが、現在の2個パックになって 時間も経ち、新しい組合員さんからいう 持がまだまだいただけていないなという ともありまして、更なるリニューかし、 要だということになりました。しかし、で さまに愛されているでとする ので、あまり大きな変化になり 過ぎるといる ので、あま見が出てきます。 長年のご愛顧 いただいている組合員さんにも引き続きご 支持いただけるようなリニューアル内容と いたしました。

原料大豆をこれまでの国産大豆 100%から北海道産大豆 100%へと変更いたしました。企地を指定することでこれまで以上に安心・安全に召し上がっていただきたいり思いがありました。北海道産大豆は糖質度が高く、甘みが強い特長を持つ一から関連が高く、皮が低いため豆腐は柔の食まで、たんぱく度が低いため豆腐はでいただなのですが、それを今までの食きがちなのですが、それを今までによるようにしました。

この「にがり充てんとうふ」のこだわりは「水」にもあります。豆腐作りには水が非常に重要で、当商品を製造する阿南工場では四国山系の軟水を使用しております。続いて、我々が「一丁づくり製法」とよんでいる製法では四国化工機が作った豆腐製造機を使い、全く人手に触れずに完全自動で製造しているのが特長です。

「にがり充てんとうふ」が組合員さんに で支持いただいている1つの理由だと我い が思っています点が消泡剤を使って製造中でいます点が消泡剤を使に製造中でいます。一般的に豆腐を作る際に製造すた 発生する豆乳に含まれる酸素の泡を消すれる が使われますが、我かの考え方の根底に「使わなくて済む添るなは極力使いたくない」ということがあるため、技術で泡発生を抑えています。とで設まを取り除くことができます。これも我ののポイントです。

食品用包装資材部門をもつ四国化工機で は豆腐の容器にもこだわっております。2 回分パックの「にがり充てんとうふ」では 真ん中できれいに分かれることはもちろ ん、開け口が分かりやすいように赤色で記 載しており、賞味期間が16日間ある個食 タイプ、小分けタイプ商品はとてもご好評 いただいております。

豆腐への異物混入を防止するため金属 探知機だけでなく X 線検査装置も導入し、 より高感度で安定的な異物検出で安全な豆 腐を組合員さんにお届けできるような品質 体制を整えております。

#### 今後の取り組みについて

現在、コナ禍ということもあり、組合 員さんと直接交が非常に少都といるとのではは京都に少なな生協なな生協なな生協なとの。 方にたくさんではいただくたないたがりとそれのではでないただくたとないただくないながりとそれのがりとではないでではないたがりとではかっておりますが、ではかいたは、まずが、ではかいでは、まずが、ではかいでは、まずが、ではかいでは、まずが、ではかいでは、まずが、でいるが、ないでは、ないでは、ないと思っております。

カネソさんのお話でもありましたが、この「にがり充てんとうふ」について組合員さんから、「おじいさんおばあさん、お父さんお母さん、お子さんの3世代食べているよ」と言われることが非常に多い商品です。これは正直、メーカー冥利に尽きるといいますか、とてもうれしいお言葉です。またそれと同時に、大きな責任を持ってやらないかんと、我々従業員は考えております。

最後になりますが、これからも時代に 合ったリニューアルを繰り返しながら、 もっともっと組合員さんにいい商品をお届 けしていきたいと思っております。また学習会にもおいでください。最近はウェブでの学習会も行っておりますので、ぜひご興味ございましたら、さとの雪にご一報ください。ぜひよろしくお願い致します。ご清聴ありがとうございました。

#### ■質疑応答

当日は多数のご質問をいただき、ご報告者にご回答いただきました。すべてを掲載することはできませんので、一部をご紹介します。

質問1:丸富製紙さまへの質問です。全国で40パーセントの牛乳パックを回収し、再利用されているとのことですが、家庭から工場に集める仕組みを構築することは最初は大変だったと思うのですが、そのストーリーを聞かせていただけますか。

# 【丸富製紙 寺岡氏】

回収の始まりは、山梨県の婦人会が、子 供の教育の一環とし、牛乳パックの再利用 を考えたことから始まります。当社は、当 時より、牛乳パックメーカーから、産業古 紙を回収し利用していたため、婦人会より、 当社に相談があり、その婦人会の働きで、 牛乳パック回収が始まりました。

現在は、当社が、近隣の学校の牛乳パックを回収、牛乳パックメーカーからの産業 古紙を購入、その他、古紙問屋さんが集め られた牛乳パックを購入しております。

質問2:味パックのカネソ22さまに2つ質問です。一つは、商品を開発された当初と比べると、一人暮らしや単身世帯が圧倒的に増えているなかで、たとえば、1食だけみそ汁を作るとか、自分1人分だけ作るシチュエーションも増えていると思うの

ですが、味パック1袋の容量の問題は変化してきているのでしょうか。

またもう一つは、原料の魚や昆布の調達は、海の状況が変化、例えば以前は日本近海で漁獲できたものが獲れなくなってきているような状況でのご苦労などはありますでしょうか。

# 【カネソ 22 豊田氏】

まず1点目の量目についてですが、現 行の「CO・OP 合わせだし味パック」は 10.5g の仕様になってから既に 30 年以上経 つと思うのですが、発売当時に想定されて いた家族構成は4人、5人でした。そのよ うな時代背景のなかでの商品構成になって いましたので、家族の人数が2人、3人へ と減少するなかで、グラム数を減らせない かというお話が以前ございまして、一度2 ~3人用として7.5gを追加配置して発売 させていただいた経緯がございます。実際 に、8年ほど前にコープきんきさまから話 をいただき、月一企画で採用いただいたの ですが、なかなか点数が出ずに2年ほどで 廃番になったという経緯がございます。他 にも同様のニーズがあると組合員さまとの 学習会で直接言われたり、バイヤーさまか らご意見をいただいたりして商品を作った のですが、結局なかなかご注文がいただけ なかったという経緯がございます。

2つ目の原料調達についてですが、天産品ですので長い目で見ればかなりばらつきがございまして、にぼしイワシですと20年前と比べると平均単価が上がってきておりますので、そうしたなかで値上げもさせていただいております。昔は40袋入り商品の規格を30袋に変更させていただくなど規格変更のなかでグラム単価を上げさせていただいているのですが、毎年状況が異なっている状況です。今、ちょうどにぼし

イワシが漁期に入り、6月頃から各県で漁が始まり、初めは脂部分の少ない良質な姿にぼしが獲れ、それが終わりかけると今度は少し脂が乗って、ちょうど味パックの原料に適したものが獲れるようになります。今年の秋にちょっと脂の乗った味パックに適したイワシが果たしてどれほど獲れるかは今の時点でも分かっておりません。当社にかなり大きな冷蔵庫がありますので、仕おり、この秋が不漁でも今年1年は何とかなり、この秋が不漁でも今年1年は何とかなるような状況にはしております。ただ、半年先も読めないという海の難しさはございます。

質問3: さとの雪食品さまへの質問です。 味などの点で、充填豆腐が普通の豆腐より も劣る点はあるのでしょうか。

# 【さとの雪食品 塩谷氏】

豆腐の味についてですが、実は充填豆腐というのは、豆腐メーカーからすると非常に作りやすい豆腐になります。と言いますのは、容器ににがりと豆乳を入れて固めて作るので非常に大量生産がしやすいためです。よく非常に安価な豆腐を見かけると思うのですが、それらの多くは充填豆腐だと思います。こうした理由から充填豆腐は、あまりおいしくないというイメージをお持ちの方はたくさんいらっしゃいます。

充填豆腐と普通の絹ごし・木綿豆腐との 違いとしましては、普通の豆腐は容器に水 が入っていてそこに浮いているものが絹ご し・木綿豆腐になり、容器にびっしり隙間 なく入っているのが充填豆腐です。水に浮 いている普通の豆腐は、旨味が水に逃げて しまいますのでさっぱりする傾向にありま す。その反対に、充填豆腐は容器の中にす べて詰まっていますので豆腐の旨味が逃げ ず、本当は充填豆腐はおいしいです。学習 会でよく組合員さんから「おいしい豆腐は どれですかしと聞かれると、そのときはい つも、さとの雪ですと言っております。あ るいは、組合員さん自身が豆腐をどのよう に食べられるかということで選ばれたらい いと思いますとお答えしています。たとえ ば、今日は煮物にしたいという方は味染み の良い木綿を使われるといいと思います し、今日は暑いので口当たりがさっぱりし た豆腐を食べたいという時には、絹ごし豆 腐を選ばれるといいと思います。また、今 日は豆腐というよりも大豆が食べたいとい うような気持ちのときは充填豆腐を選ばれ たらいいと思います。皆さまが今日はどの ように豆腐を食べたいのかを思いながら選 んでいただくことも豆腐を選ぶ楽しみの1 つになると思います。

質問4:ロングセラー商品といえども、時代のニーズに合わせたリニューアルをされていることと思いますが、これまでどのくらいの必要性や頻度でされてきましたか。また、リニューアルの際、やはり組合員の声が重視されているのでしょうか。

#### 【丸富製紙 寺岡氏】

リニューアルの頻度に関しましては明確な期間というのはありません。それよりも市場のニーズの変化に伴って商品の付加価値や使っていただく際の便利さを再検討し、リニューアルを進めております。ですので、芯なしロール及びコアノンロールに関しましては、具体的な回数、何年に1度というような明確なリニューアルの頻度というのはございません。

組合員さんの声に関しましては、コープ きんきさんの新商品「めっちゃ巻いてるト イレロール」では弊社が250・300メート

ルまで巻けるシングルを製造したのです が、コープきんきさんから、組合員さんの お声として、「わざわざ 250 メートルマッ クスまで巻かず、しっかり風合いを維持し た200メートルで止めて品質や使用感を大 切にしてほしい というものを教えていた だき、それを参考に商品の開発をしており ます。また商品名に関しましても大阪弁の 「めっちゃ」を使いまして、より馴染みの ある商品名にしようということで作らせて もらっています。おそらくメーカーが作る と、すごい長いロールとか、とても長いロー ルとなってしまうところを、組合員さん のご意見をいただきまして馴染みやすい、 「めっちゃ」をつけて商品開発をしてまい りました。

## 【さとの雪食品 塩谷氏】

にがり充てんとうふは、発売1982年か ら5回のリニューアルをしてきました。豆 腐の原材料は大豆と水とにがりという非常 にシンプルなものですので、当初は外国産 大豆と国産大豆50パーセントずつだった ものを、国産大豆比率を60パーセントに 増やし、その後国産大豆100パーセントへ と変更するリニューアルを繰り返してき ました。国産大豆100パーセント、にが り 100 パーセントで豆腐を作りますと、そ の次の一手が正直難しいところでした。そ うしたなか組合員さんからのお声で、使い 勝手を改善したリニューアルもさせていた だきました。また、時代の孤食化ニーズが 高まるなかで、「1丁の豆腐を食べるのは ちょっと多いよね」というお声をいただ き、そういった声を反映させ、現在の2個 パックの商品へとリニューアルしました。 そして2020年6月のリニューアルが産地 をもっと明確にしようということで実施 したのが国産大豆100%から北海道産大豆

100%への変更です。これまでのリニューアルでなかなか行き着いてしまったという感じなのですが、今後も組合員さんが日々感じられていることを少しずつ取り入れ、さらに良い商品へと継続的にリニューアルしていきたいと思っております。

# 【カネソ 22 豊田氏】

CO·OP 味パックは発売して47年になりますが、過去に何度か使用原料の配合をリニューアルしました。最近で言えば、消費税の増税の際に、組価は変えずにいくという方針を立て、原料のにぼしとかつお節ではにぼしのほうが安い原料になりますので、味を比べながら支障がない程度でにぼしの配合比率をちょっと上げ消費増税分を吸収して売価を変えないというようなリニューアルをしたこともあります。

また、1990年後半頃から売上が徐々に 下がってきましたので、なんとか歯止めを かけようと 2016 年に日本生協連とけっこ う突っ込んでリニューアルの話をしまし た。その際、組合員さんへのアンケートか ら、だし文化として東はかつお節、西はに ぼしイワシということが強く出てきて、嗜 好が違うので1つの商品でカバーするのは なかなか難しいというご意見もありまし た。東日本では、にぼしの持つ生臭さの部 分にひっかかる方が多くおられたので、イ ワシでもかつお節と同じように木を燻した 焙乾工程で乾燥させるイワシ節というもの を配合し、にぼしの生臭さを抑える配合を 考えました。それを今度は西日本でも提案 したのですが、西日本の組合員の皆さまは やはりその味はあまり気に入らないという ことで、現行のままがいいというご意見が ありました。そこで2016年からは関東か ら北は東仕様、東海から西は西仕様という ことで、2つに分けて製造しております。

もと味パックの売上が一番大きいの は、だんとつできんきさんにきさんにないて九州エリアなんだとでって九州エリアないであるとででなって大きな売上の落ちるといって大きな売上の番の目的しているというであれてのでするとなっている。東リニューを表表れででするとなっている。東のではありまずをにはあかっているではあかっているではあかっているがでいるがあります。 ともと味パックの売上が一番にあるといったはです。東日本の方が売上の番の目的してがというであります。 をようなおい世界でいるながい世界ではあかでするとないができたという歴史があります。

質問5:生産者として、商品を購入する際に組合員の皆さんに大事にしてもらえたらうれしい点や、こうした観点を持って購入してもらえるとモチベーションにつながる、というようなことなどがございましたら教えていただけませんでしょうか。

#### 【丸富製紙 寺岡氏】

コープさんの商品は市場の価格最安値ではないうことがトイレット 例えばトイレット 例えばトイレット 例えばアなどでは 12 ロール 198 円 ルッグストアなどでは 12 ロール 198 円 れメートのうびっくりするような価格を弊社 りつかっていますが、それらアノン 商品にないのでは若干のといるでは若干格に負けているでして、付きるとます。ただ、低格にしているのがでして、付きるとはでありて、大大で、しているであり、 エコとのカリンユニセフ企画であれとしての本がであると共同で開発すると共同で開発すると共同で開発するとははず、満足いただける商品に

仕上げております。ぜひとも価格だけで選ばずに、商品の付加価値のところをしっかりと考えていただいて購入していただければ、作っていて良かったと思いますので、今後もよろしくお願いいたします。

#### 【さとの雪 塩谷氏】

コープ商品すべてに共通すると思いますが、私どもの商品もこだわりを持っており、例えば、にがり 100 パーセントで豆腐を作ることや消泡剤は使わないなど、こだわりを詰めた商品となっております。そのこだわりをワンポイントで分かりやすくいで書いております。また、先ほどりし上げたように、豆腐を食べる際に、その上げたように、豆腐を食べる際に、そのしたがら楽しんで豆腐を選えながら楽しんで豆腐を選んでいただけたのが、さとの雪ですといいなと思っております。

#### 【カネソ 22 豊田氏】

CO-OP 味パックは非常にコープらしい 商品だと思っております。魚原料をシンプ ルに加工して配合しており、それはやはり 食塩やアミノ酸などが入っている粉末だし などに比べて本当に身体に良い商品となっ ております。例えば、同じ 10.5g では花か つおやにぼしでは弱いだし感になると思い ますが、味パックのように6種類の原料 をブレンドすることで 10.5g でも濃いだし が出る仕様になっております。だしを使う 際、溶ける粉末だしの方が便利かもしれま せんが、味パックならではのよさとしては 天然素材 100 パーセントという部分になり ますので、ぜひ今後も組合員の皆さまに商 品を知っていただき、使っていただきたい と思っております。

#### ■まとめ

本日ご報告いただいた内容を踏まえ、簡単にまとめさせていただきます。本日、長いただいだいがれのメーカー様も、ご報告いただいだいずれのメーカー様も、ずれの声を媒介としながら長い時間をかれて生協と信頼関係を築かれてきたことが、が見い価格を巡ってとを意識しながらも、はい価格をいうことを意識しながらも、で価格に拘泥せず、その時代においてあられる価値も追求してきたことが、本日に対られる価値も追求してきたことが、本日に対方にだいたロングセラーコープ商品に共通する点だったのではないかと思います。

その背景には、コープ商品の開発においてメーカーと生協の両者が、組合員の声を真摯に聞くことで時代の少し先を読み、人々が感じているちょっとした不安や不満、違和感を解消し、組合員の暮らしをより豊かにしたいという行動理念を一致させる努力をし続けてきたことがあるように思います。また、それと同時にコープ商品の開発を通じて、生協と取引メーカーは互いが互いの成長の条件になるような関係を築けてきたこともロングセラー商品誕生の基礎にあるのではないでしょうか。

本日は、貴重なご報告をいだきコープ商品について改めて考える機会となりました。本日の議論を踏まえ、「これからの時代に必要とされるコープ商品とは何か」、という論点については生協にとっても重要な問題であり、今後もさらに深く考えていく必要があると思います。

# 本案内

# くらしと協同の研究所

# 2022 年総会記念シンポジウムのご案内

- ◆日 程 7月2日(土) 13:00~17:10 シンポジウム 終了後 第30回総会 7月3日(日) 9:30~12:30 分科会
- ◆会 場 京都テルサ (リモート参加と会場参加との同時開催)

※コロナ感染状況によっては全面リモートに切り替えます。

# 「協同のネットワークを地域でどう創るか」

#### (開催趣旨)

今回のテーマ設定には、二つの背景があります。一つは、昨年の総会記念シンポジウム「東日本大震災と協同組合」での議論です。現地とかかわりの深い研究者と東北各地の協同組合関係者から、被災地域の現状や今後の展望について報告をいただきましたが、そこから明らかになったのは、安心して暮らすことができる社会をつくるうえで生協をはじめとする協同組合が役割を果たすためには、日頃からの組織の枠組みを超えた連携が大切であり、地域の仲間との関係性をつくる方法の必要性でした。まさに、協同組合原則の一つである「コミュニティへの関与」(第 7 原則)を具体的にどう実践するかが問われています。

二つは、一昨年 12 月に労働者協同組合法が成立し、本年 10 月に施行されることです。森林組合法以来 42 年ぶりの協同組合に関する法律ということで注目されていますが、この法律は協同のネットワークづくりを進めていくうえで重要な内容を謳っています。それは、協同労働(組合員が出資し、意見を反映しながら、自らが事業に従事する)の考え方を通して地域のさまざまな課題を解決し、「持続可能で活力ある地域社会の実現」(第1条)をはかろうとしている点です。

シンポジウムでは、まず、協同労働の今日的意義をどう理解し、地域のつながりづくりに結びつけていくのかについて、研究者から基調講演をいただきます。次に、兵庫県但馬地域と京都府京丹後地域における実践について報告していただき、ディスカッションを行います。事例は特定の地域を取り上げますが、参加者の皆さんが自身の地域を改めて見つめ直し、協同のネットワークづくりに向けて多様な仲間と手をつなぎながら、ともに考え、ともにできることに気づく機会になればと期待しています。

研究所運営委員長 北川 太一 (摂南大学)

# 主催:くらしと協同の研究所

〒604-0857 京都市中京区烏丸通二条上ル蒔絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F TEL:075-256-3335 FAX:075-211-5037 E-mail: kki@ma1.seikyou.ne.jp(1 は数字)

# 7月2日(土) 13:00~17:10 シンポジウム:京都テルサ東館 3F 大会議室

○ 開会あいさつ 13:00~13:10

第1部 基調講演 13:10~14:20

「協同労働の今日的意味と可能性-地域づくりの深化に向けて-」 大高 研道 氏(明治大学)

第2部 実践報告 14:30~15:50

報告 1: 「若者サポート、森づくりの取り組みー但馬地域における実践ー」

上村 俊雄 氏

(企業組合労協センター事業団 但馬地域福祉事業所)

報告 2: 「地域のネットワークづくりにどう取り組むかー京丹後地域の実践を中心にー」 古村 伸宏 氏(日本労働者協同組合連合会 理事長)

第3部 ディスカッション 16:00~17:00

コーディネーター 青木 美紗 氏 (奈良女子大学)

登壇者: 上記報告者

コメンテーター

細川 孝 氏 (龍谷大学)

東田 一馬 氏(京丹後市大宮地区 つねよし百貨店代表)

コーディネーター まとめ 17:00~17:10

※総会 17:30~18:00

# 7月3日(日)9:30~12:30 分科会 : 京都テルサ

#### 第1分科会 「若年層と創る未来の協同社会

#### ―産直・倫理的商品・組合員参加を事例に組合員のニーズを探る―」

ポスト・グローバリゼーション/ポスト・コロナの未来は、協同社会・社会的連帯経済セクターの拡張なしに持続可能なものになり得ません。同セクターを構成する生協はそれゆえ、一般企業同様の経済性追求よりも連帯性・社会性の高い「生協ならでは」の取り組みを重視し、持続可能な未来を創出する主役となることで、若年組合員のニーズをとらえて、次世代生協への発展を果たすと考えます。

本分科会は、「産直」「倫理的商品」「組合員参加」の3つの連帯性・社会性の高い「生協ならでは」の取り組みを分析対象とし、若年層をはじめとする組合員のニーズを探ることで、未来の協同社会・次世代生協に発展する道筋を見出そうとするものです。

コーディネーター 辻村 英之 氏(京都大学) 山野 薫 氏(近畿大学)

報告 I : 生協産直をめぐる組合員の意識とその世代間差異―米の産直事業を事例として―

鬼頭 弥生 氏(京都大学)

コメント 松原 拓也 氏(三菱UFJリサーチ&コンサルティング)

報告Ⅱ:持続可能な倫理的消費に関する研究 玉置 了 氏(近畿大学)

コメント 岩橋 涼 氏(名古屋文理大学)

報告Ⅲ:利用と活動を通じた若年組合員の参加と関係性の実態について 加賀美 太記 氏(阪南大学)

コメント 浮網 佳苗 氏(日本学術振興会特別研究員)

#### 第2分科会 「購買生協は高齢期の生活を支えられるか?」

#### - 「生協 10 の基本ケア」を合言葉にして -

この分科会では、あえて「購買生協」を主語に「生協 10 の基本ケア」をクロスして考えます。 「生協 10 の基本ケア」は、生協福祉事業部だけにかかわる言葉ではありません。そこには「尊厳を護る・自立を支援する・在宅を支援する」という、人として矜持すべき考え方がベースにあります。その上で、普段のくらしに生かすスキルが備わっています。決して福祉事業部だけのものではありません。生協が次世代にどのような価値観を残すのか、そうした本質に迫るものが潜んでいます。

ともすると、「購買事業が本業だから」、「福祉事業は赤字」という縦割り的な感覚に傾斜しがちですが、「生協 10 の基本ケア」を合言葉に双方の事業が互いにかかわりあい、くらしを支える生協のより確かな将来を展望できるのではないでしょうか。

「生協に入っていてよかった」。この言葉が次世代に受け継がれるよう、活発に交流したいと思います。

コーディネーター 川口 啓子 氏 (大阪健康福祉短期大学)

解 題:超高齢社会の再認識 - ピークはこれから

報告 I:組合員も職員も知っておきたい「生協 10 の基本ケア」 - くらしに活かして介護予防も

小田 史 氏 (大阪健康福祉短期大学)

交流:「生協10の基本ケア」から発想を飛ばしつつ、生協の事業や活動を考えてみます

グループディスカッション

報告Ⅱ:なぜ、生協が福祉事業に取り組むのか - 原点に立ち返って

浜岡 政好 氏 (佛教大学名誉教授)

#### 第3分科会 「ロングセラーコープ商品から考える次のロングセラー」

生協は、組合員の声(生活)に寄り添うことを基本としながら、同時に時代や社会の変化を敏感に読み解くことを通じて、これまでに先駆的な商品をコープ商品として生み出してきました。さらにその中からは数十年にわたり組合員に利用され続けているロングセラーに育ったコープ商品も数多くあります。

現在では多くの企業がマーケティングの一環として、商品開発・改良に顧客の意見を取り入れることを当然のようにおこなっています。しかし、生協はそれらに先駆けて長年にわたり商品の使用者である組合員の声を聴き、その声に応えることを愚直に繰り返すことを通じて様々なロングセラーコープ商品を誕生させてきました。そしてその実現には、生協からの困難な要求や課題に対して真摯に向き合い、生協とともに一つ一つ問題解決を図ってくれるパートナーである取引先企業の存在が欠かせません。

第3分科会では、ロングセラーとなったコープ商品の開発・改善に関わる取引先企業からご報告をいただきます。その上で、組合員と生協の担当者、取引先企業がどのように関わるなかでロングセラーにまで成長したのかを解き明かし、皆様とこれからの時代において組合員や社会から求められるコープ商品とは何なのかを考えるきっかけとなる企画にしたいと思います。

コーディネーター 下門 直人 氏 (京都橘大学)

報告 I:「ティーパックだしを家庭に普及させた『味パック』」

豊田 滋之 氏 株式会社カネソ22

報告Ⅱ:「業界にイノベーションを引き起こした『にがり充てんとうふ』」

福永 寿章 氏 さとの雪食品株式会社 大阪営業部

報告皿:「家庭からゴミの減量を目指した『芯なしロール』」

寺岡 謙将 氏 丸富製紙株式会社 西日本事業本部

# 投稿

- 1. 本誌は、くらしと協同に関する調査研究などの成果を掲載する。
- 2. 本誌への投稿は、上記の領域に関わる「研究論文」「研究ノート」「調査資料」 「事例報告」等とする。 ただし審査により区分を変更することがある。 なお、原稿は掲載時に、他誌に未発表であることを厳守する。
  - (1) 原稿の字数制限は以下の通りとする。
    - ① 論文 20.000 字以内
    - ② その他 原則として 14,000 字以内
  - (2) 原稿の体裁
    - ① A 4 用紙に横書き、40 字×35 行で印字する。
    - ② 年号は原則として西暦を、また頁は「ページ」(カタカナ)を使用する。
    - ③ 英字の略字については原則として半角とするが、全角を使用したい場合はそのことを明確にし、同じ略字の場合に半角または全角を統一して使用する。
    - ④ 注は文末脚注とし、本文中の注は上付で、通し番号とする。
  - (3) 図表は上記の原稿の分量にふくまれるものとする。 なお、 グラフを Excel 等 のソフトで作成している場合は、そのグラフの作成に使った元データも添付する。 また、図版の場合はなるべく鮮明なものを別に添付する。
  - (4)原稿には「表紙」を付け、表紙にタイトル、執筆者名、所属機関および連絡先 (現住所、電話番号、E-mail)を明記する。 原稿本文には執筆者名、所属機関 を記さない。
  - (5) 原稿提出の際は、プリントアウトした原稿4部と原稿データをおさめたCD 等とを両方提出する。 提出するデータは「MS-Word(バージョン2000以降)」とし、グラフなどのデータファイルがある場合、それもCD等の中に添付する。 写真を使用する場合は、MS-Word内に枠で場所を示し、写真データはipg形式で別途添附する。
- 3. 投稿された原稿は、研究所事務局が受領し、編集委員会が指定する複数の審査員の査読を得て、その結果を基に、編集委員会において掲載の可否、区分、掲載号を決定する。 審査の過程において、投稿者に原稿の加筆・修正をもとめることがある。
- 4. 原稿送付先はくらしと協同の研究所事務局とする。
- 5. 提出された原稿ならびに CD 等は原則として返却しない。
- 6. 原稿料は支払わない。
- 7. 著者に本誌5部と抜刷30部を無料で進呈する。
- 8. 本規定にない事項については、適宜編集委員会で判断し対応する。
- 9. 『くらしと協同』に掲載される原稿については、著作権のうち、複製権、翻訳・翻 案権、公衆送信・伝達権を研究所に譲渡する。 なお、著作者自身による複製(出版を含む)、翻訳・翻案、公衆送信・伝達については、これを許諾する。

#### (付則)

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

#### (くらしと協同の研究所事務局)

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

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

#### 季刊号

# ∜くらしと協同

# **2022 夏号(第 40 号)** 2022.06.25 発行

#### 娃隼

個性を認め合える社会とは **総論** 

基本的人権と向き合う



### 2022 春号(第 39 号)

2022.03.25 発行

#### 特集

コロナに克つ II ~つながりを紡ぎ続ける

#### 座談会

大学生のいまーオンラインと大学



\*\* E 個性を認め合える社会とは

#### 2021 (第 38 号)

2021.12.25 発行

#### 特集

発電を通じた地域活性化への挑戦 総論

エネルギー問題を自分事として考える



#### 2021 (第 37 号)

2021.09.25 発行

#### 特集

2021 年総会記念シンポジウム 東日本大震災と協同組合 ーこれまでとこれからの 10 年を見据えてー



生協入門

# 2021 (第 36 号)

2021.06.25 発行

#### 特集

生協入門



#### 2021 (第 35 号)

2021.03.25 発行

#### 特集

手ざわりある情報技術の使い方 ※論

AI を多面的に考える



#### 2020 (第 34 号)

2020.12.25 発行

#### 特集

コロナに克つ~つながりと協同の 新たな地平へ

#### 座談会

コロナ禍のもとでのくらしと生協



#### 2020 (第 33 号)

2020.09.25 発行

#### 特集

くらしと協同をたずねて

研究紹介

地域フードシステムを育む協同組合の可能性 食や農を「つなぐ」アプローチとしての ツーリズム







今回の総会シンポジウムは、人数制限こそ設けながらも、本格的な対面開催を再開することができ、やはり対面から得られるものは大きいことを再確認する機会となりました。1日目のテーマの地域におけるネットワークも、そして研究所の各種活動も、リモートと対面の特性を最大限に発揮した新しい在り方で進める必要性を感じています。(太)



# 季刊 くらしと協同 2022 秋号 (第41号) 2022 年9月25日発行

編集企画 | 『くらしと協同』編集委員会 電 話 | 075-256-3335 編集長 | 加賀美太記 FAX | 075-211-5037

付 所 │ 京都市中京区島丸通二条 L る蒔絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F (〒604-0857)



# 表紙紋様 「菊菱入り変わり七宝」

七宝というと、金属面の凹みに鉱物色材を埋め込んで焼成した七宝焼きのことを指すが、紡錘状のものが結合したこの七宝文と七宝焼きは特別関係がありません。七宝文の間に入っている菊の花は、菊菱といい、菊の花を菱形に図案化したもので、菱形の中に菊の花を詰めたものを総称して菊菱文といいます。古くから用いられ、さまざまな文様と組み合わせて使われることもあります。文字通り菊花が菱形にデザインされたものです。七宝文様は同じ大きさの円または楕円を1/4ずつ重ねた模様で「輪違いつなぎ」「曲輪(くるわ)つなぎ」とも呼ばれます。この(菊菱入り変わり七宝)柄の七宝は少しアレンジされた七宝で、より細やかな性格を持つものであります。

「七宝」は仏教用語で、金・銀・水晶・珊瑚・瑠璃(るり)・瑪瑙(めのう)・硨磲(しゃこ)の7つの宝のことです。 「七宝文」は、多くの輪がつながって四方に広がる様子から、江戸時代の頃に「四方」→「しほう」→「しっぽう」となまって「七宝」の字が当てられるようになったと言われています。 「円満」「調和」など人間関係の豊かさを願う柄です。

田内隆司/京小紋画像提供(田内設計事務所)