

季刊

くらしと協同

2024 春号 No. 47

特集Ⅰ

国際協同組合年、再び

特集Ⅱ

生協に“魅せる”力はあるのか？

INDEX

国際協同組合年、再び ／生協に“魅せる”力はあるのか

巻頭言

過去半世紀・1世紀を顧望し来年の国際協同組合年を展望する ……林 薫平 1

特集Ⅰ 国際協同組合年、再び ……2

- 01 参加と交流を通じて、楽しくつながりを広げる
～OCoNoMi おおさかの取り組み～ ……加賀美 太記 3
- 02 協同組合に留まらないゆるやかなつながりを広げる
ー協同組合ネットいばらきの取り組み ……加賀美 太記 11

特集Ⅱ 生協に“魅せる”力はあるのか …… 19

- 01 生協の宅配ネットワークの強みをいかした小売他社との連携
～北海道の物流プラットフォームを目指すコープさっぽろ～ ……下門 直人 20
- 02 コープきんきにおける食品事業のデジタル活用
～「レシピ」に関連する取り組みを中心に～ ……岩橋 涼 26
- 03 暮らし課題解決の手段として
ーパルシステム連合会のカタログを事例にー ……秋山 貴彦・聞き手 岩男 望 32

くらしと協同をたずねて

- 01 美味しい笑顔を届ける仕事
ーフードコーディネーターとしての思いー ……横川 珠里 40
- 02 京都大学「花谷会館」を取り巻く歴史とその継承について ……安藤 悠太 44

書評

- 01 『帰ってきた生協の白石さん』白石 昌則 著 ……園田 華奈 52
- 02 『食卓の世界史』遠藤 雅司（音食紀行）著 ……吉川 弘晃 54

誌上掲載

- 供給の安定に向けた各国の取り組み
～農産物等一次産品をめぐる歴史的事例を中心に～ ……名和 洋人 56
(特別学習会 名和洋人氏講演(2024年1月27日開催)の再録)

研究所ニュース …… 67

バックナンバー／編集後記 …… 69

巻頭言

過去半世紀・1世紀を顧望し来年の国際協同組合年を展望する

林 薫平 (福島大学 食農学類)

来年(2025年)の国連の2回目の国際協同組合年に臨み、今年から既にわが国の協同組合や協同組織では意気揚々たるものがある。取り巻いている状況を考えると、気候変動や地震災害のリスクの高まり、安全保障・防衛問題の緊迫化、生活物資や生産資材の値上がり、また沖縄・福島・原発・万博など大きな国民規模の議論を必要とする問題群があり、それらは相互に絡まり合っていて、我々一人ひとりの個人や、協同組合や協同組織が何をすべきかと考えると難しい。

半世紀前を回顧すると、1974～75年は中東の危機に起因(便乗)した石油ショック、つまり大商社によるカルテル・価格吊り上げとその波及による生活必需品の高騰に対して、山形県の鶴岡と神奈川県川崎で生協組合員による灯油裁判の戦いが開始されたことが注目される。生活の危機から消費者の団結がなり、生活を守る全国運動につながっていった。

ちょうど同じ時期、同じく山形県の置賜地方の高島では、有吉佐和子氏の画期的な「複合汚染」の新聞連載が活写したように、農村を取り巻く化学資材の濫用や農外・村外への出稼ぎ急増という環境変化の中で星寛治氏を中心に青年たちが立ち上がり、村落の立て直しや自給と生活条件の回復、そして有機農業と生協との提携が開始された。同様に全国各地の農村で、農業のあり方の変革と都市の消費者との連帯が一斉に芽生え拡大した。

つまり、1974～75年は、混乱する国際情勢と、それに起因する国内の都市と

農村の問題が台頭してくる中で、各地域・各階層において協同組織・協同組合による自治と協同の対抗軸を形成しようとする試みが一挙に広がった時期として注目できる。その後、もちろんその動向は紆余曲折を辿るのだが。

さらに半世紀を遡ると、第一次世界大戦後の反動恐慌が燻っているところに1923年に関東大震災が発災し、震災手形問題が出たのが翌24年である。その後昭和に入り、世界恐慌が引き金となって農村の窮乏化が顕著になり、農村だけでなく世論が一気に対外強硬に傾いて満州への進出に突き進むまでわずか5年ほどである。(当時、東大農学部生だった近藤康男氏の卒業論文は「米価変動論」と題し、農産物の価格や農村問題を国際情勢と関連づけて分析した。その後、近藤氏は一国の農業経済や農村政策を国際的な資本の動きや政争の歴史背景から捉える必要性を見出し、すぐさま100年前のチューネンの「孤立国」の研究へと進んだ。)

今般の国際協同組合年で、我々は半世紀・1世紀を顧望して過去と現在を常に往還する視座を持つ必要がある。その中で、不変の生活の課題や農村の問題を一筋の命脈をもつものとして捉え、揺れ動き続けてきた国際情勢や世論との関連において考察し、そして激流の中の対抗の拠点であろうとして苦闘し、かつ幾度も力尽きてきた我々の協同組織・協同組合の歩みを跡づけ、今日何をなすべきかという問題への示唆を引き出していきいたいと思う。

特集 I

国際協同組合年、再び

2023年11月3日、国連は2025年を2回目の国際協同組合年とすることを総会で宣言した。国連が定めたテーマについて、各国が1年を通じて、市民への啓発などを進めるのが国際年であり、協同組合は2012年に次いで、再び国際年のテーマとして選択されたのである。

今回の国連決議は、協同組合が持続可能な開発目標に向けた実践と社会・経済開発全般に対して貢献していると評価して、そうした認知を広げることが提起している。また、協同組合の事業体としての成長やそのための支援の拡大、さらには各国の行政府との協議など、現代の世界において協同組合が果たしうる役割を高く評価し、そのための取り組みを求めている。

日本でも多くの協同組合にとって2024年は、再度迎える国際協同組合年において取り組むべき課題を検討し、そのための準備期間となるだろう。そのときには、2012年の国際協同組合年、そしてそれからの10余年を振り返ってみることを出発点とする必要がある。

振り返れば、2012年の国際協同組合年では、全国各地の協同組合や連帯組織が多岐にわたる企画を展開した。そのなかでも重要な到達点となったのが、各都道府県における協同組合間協同の組織や仕組みを確立したことである。それまで

は、同じ「協同組合」であっても、消費者と生産者という組合員の属性の違いなどの立ち位置や性格の違いから、十分な交流や協同がない地域も少なくなかった。しかし、国際協同組合年という世界的な潮流もあって、ある意味では非常にミクロな、国内の地域レベルの協同が促進され、全国各地に協同組合間協同のための組織と仕組みが次々と誕生したのである。その流れは2012年だけに留まることなく、現在でも続いている。

地域における協同組合間協同の拡大という到達が実現した理由はどのようなものか。2025年という次のチャンスに向けて、向き合うべき課題や課題解決につながるヒントについて考えるべく、今回は茨城県と大阪府の協同組合間協同の組織を取り上げた。

両者をはじめとした、2012年以降の活動は生協だけでない協同組合組織全体、さらには協同組合以外の非営利団体や企業組織とも連携するまでに広がりを見せている。そうした実践を通じて、協同組合が互いにつながり、力を合わせるものの可能性や、そのために必要な要素を考える機会となれば幸いである。

(本誌編集長 加賀美太記)

特集 I 国際協同組合年、再び

01

参加と交流を通じて、
楽しくつながりを広げる
OCoNoMi おおさかの取り組み

加賀美 太記 (阪南大学流通学部)



【加賀美】 まずは OCoNoMi おおさかについて、現在の参加団体から教えていただけますか。

【高橋】 現在は 12 団体が参加しています。協同組合だと、大阪高齢者生活協同組合、大阪府漁業協同組合連合会、大阪府森林組合、大阪府生活協同組合連合会、大阪府農業協同組合中央会、近畿労働金庫、こくみん共済 coop 大阪推進本部、生活協同組合おおさかパルコープ、労働者協同組合ワーカーズコープ・センター事業団関西事業本部です。

また、非営利セクターからは、一般社団法人の大阪労働者福祉協議会、社会福祉法人の大阪ボランティア協会、そして日本赤十字社大阪府支部も参加されています。

【中村】 大阪の特徴としては、日本赤十字とボランティア協会、それに近畿労金も入っているところだと思います。2020 年の設立時は 9 団体だったのですが、2022 年に JCA（日本協同組合連携機構）から提案のあった、地域について話し合う場（ラウンドテーブル）を作っていこう、そのために OCoNoMi の会員を増やしていこうということで、周りに声をかけ始めました。その結果、2023 年に新たにパルコープ、こくみん共済、高齢協の 3 つが加わって現在に至るという流れです。

大阪に連携の組織をつくる

【加賀美】 今、話にも出た設立についてですが、OCoNoMi おおさかは 2020 年に設立された、全国的にもかなり若い地域の連携組織です。設立までの具体的な経緯はどのようなものだったのでしょうか。

とくに前回の国際協同組合年付近の大阪府内での動きや、2020 年というタイミングで設立に至ったきっかけなどはあったのでしょうか。

【中村】 実は 2012 年の国際協同組合年のときは、協同組合や非営利セクターの連携は何もなかったんです。

【加賀美】 大阪府内で協同した国際協同組合年実行委員会とか、そういった組織や取り組みも特になかった…？

【中村】 ありませんでしたね。もちろん、それぞれの団体は国際協同組合年に取り組んでいました。たとえば、賀川豊彦のお孫さんを招いた記念講演会を開催していました。団体ごとに協同組合年には取り組んでいましたが、組織間の横の連携とかの、話は一切ありませんでした。なので、国際協同組合年後も、とくに大きな動きはありませんでした。そもそも、大阪にそうした連携組織が「ない」こと自体を知らなかったのですよ。

きっかけは何だったかという、JCA の立ち上げをした時に、47 都道府県のうち、連携組織がないところは 6～7 つで、大阪にもありませんよ、という話をお聞きしました。そこで、なぜ大阪には連携組織がないのかと、いろいろな方にお話しを聞いてみました。JA やその他の団体にも聞いてみましたが、みなさんまったく知らない、と。作ろうとしたことがあるということもなく、逆に作ったけどどうまくいかなかったという話もない。当時の事情、全然わかりませんでした。そこで、これを機会に作ってしまおうという勢いで、JCA の発足時に、大阪でも連携組織を作りますっていう決意表明というか、大阪で頑張ってみますという話をさせていただきました。そこから組織作り動き出して、それが発足のきっかけになりました。

それがちょうど 2018 年。10 月に近畿労金と生協連が共催で、JA 中央会、漁連、

森林組合が後援に入った「協同シンポジウム 2018in おおさか」が開催し、国連広報センター所長の根本かおるさんと日本協同組合学会会長の田中夏子さんを招いて、SDGs と協同組合の役割を学んで、協同組合や NPO の活動連携について意見交換を行いました。これをきっかけとなって、今後一緒に色々なことをやっていきましょう、という感じでスタートを切ったという流れです。

【加賀美】 そうなると OCoNoMi ができる前、たとえば、生協としては JA などのお付き合いはなかったんでしょうか。

【中村】 生協と JA・JF とは、事業的にはありましたが、顔が見える関係という感じではなかったですね。近畿労金とはお付き合いがありました。近畿労金が NPO とも繋がっている関係で、生協の組合員から近畿労金の学習会を入れてほしいなど、つながりは割とありました。

【高橋】 それでいったら、当時のワーカーズなんかもう全然縁遠い存在ですよ。

【中村】 そうだったかもしれませんね。地域レベルの連携組織を知ったことから、大阪でも作ろうということで、協同組合間での話し合いをスタートさせました。全国で連携組織には協同組合だけじゃなくて、色々なところが入っているよ、という話も聞いてきました。それで、ワーカーズや労福協にも一緒に何かできないですかねと声をかけました。

2019 年には各団体の代表者の懇談会をやりましょうということになり、各団体がどんなことをしているのかを話してもらいました。11 月に 3 度目の懇談会をした後

には飲み会もあって、そこで参加者同士が仲良くなったというのも大きかったですね。

翌年 2020 年の 1 月から 3 月にかけて、本当に連携組織を作っているのかということ共有する設立のための準備会議や規約・体制づくりを進めました。また、同じ時期に、今年も参加した、西日本最大級の国際協力のお祭りであるワン・ワールド・フェスティバルで、取っ掛かりとして何かやってみようと、セミナーの開催や活動紹介ブースを設けました。

その流れで、当初は 2020 年 4 月には設立するつもりでしたが、ちょうどコロナ禍に突入し、設立は 7 月に延びてしまいましたが、無事に設立の集いを開催することができました。

【加賀美】 JCA 発足のタイミング以降、かなりダイナミックに事態が動いたんですね。

【中村】 本当にそうですね。赤十字の参加も、決まったのは設立の直前でした。最初は、大阪で大きな地震とか災害があったためのために、平時から繋がりづくりをしましょうというおおさか災害支援ネットワークという組織がありますが、そこに生協とボランティア協会と赤十字が参加しました。協同組合や非営利セクターの連携組織ということは、災害のことも絡んでくるはずなので、赤十字にも声掛けしようとなりました。赤十字にお声掛けしたのは 5 月頃でしたから、本当に急遽決まりました。その声掛けも、赤十字と生協との間で、以前からつながりのあった関係者がおられたのが大きかったです。全国でも赤十字が連携組織に入っているとところはないと思います。

【加賀美】 ちなみに、OCoNoMi おおさかの設立において、設立目的はどのように共

有されたのでしょうか。

【中村】 基本的には、協同組合や非営利組織が繋がって、連携ができればいいなというところ。ガチガチではなく、ゆるやかに連携が進む組織になればいいというように。最初からガチッと決めて、この事業を成功させるためにやります！といったものではありませんでした。

【加賀美】 たとえば広報による協同組合のイメージ向上なども、明示的になっていたわけではなかった感じなんですか。

【中村】 広報面もそうですね。全然そこまではしていません。でも、何か企画があったときには広報するようにはしていますよ。マスメディアに取り上げてもらえる機会は、残念ながらなかなか少ないですが(笑)

ゆるやかだけど、 しっかりとつながる仕組み

【加賀美】 現在の OCoNoMi おおさかの組織の運営体制などはどのようになっているのでしょうか。

【中村】 まず、協議会の会長が森林組合です。他の県等で森林組合が会長・代表というところはないのではないのでしょうか。副会長が JA 中央会と近畿労金と生協連になっていまして、ワーカーズに監事をお願いしています。

運営の基本は幹事会です。全構成団体から幹事を選出してもらっています。この幹事会の世話役として JA 中央会、近畿労金、生協連の 3 者が会議の骨子について事前に

話し合いをしています。幹事会は2カ月に1回程度、去年は1カ月に1回ぐらいの頻度でしたが、割と頻繁に開催しています。

また、幹事会とは別に協議会には委員会というのを置いています。こちらも全ての構成団体が参加して、年に1回開催しています。この委員会では参加会員を増やす方針や、新たに参加した組織の確認などを行います。

【加賀美】 日常的に参加団体の会合を持たれて運営されているんですね。

【中村】 そうですね。対外的な代表事務局団体はJA中央会とし、実務面は生協連で役割分担になっています。幹事会委員会で運営しています。

【高橋】 幹事会への参加率も高く、欠席はほとんどないですよ。協同組合以外の日赤やボランティア協会、労福協も、日常的に幹事会に出てきていただいています。

【加賀美】 設立から4年が経ちましたが、この間、OCoNoMi おおさかが取り組まれている活動をご紹介しますか。

【高橋】 活動はいくつか行ってきていますが、イベントへの参加でいうと、先程のワン・ワールド・フェスティバルへは継続的に参加しており、つい先日も参加してきたばかりです。また、漁連の関係で魚庭(なにわ)の海づくり大会というのにも、OCoNoMi おおさかとして参加しています。2022年はOCoNoMiの構成団体の紹介パネルとたこ焼きの販売を行いました。また、OCoNoMiで市民向けに学習会を開催したり、関西大学でキャリアセミナーと寄付講座をおこなっています。今年からは



関西大学商学部寄付講座
(2022年9月～2023年1月 15回開催)

摂南大学でも開講する予定です。

若手職員合同研修も行っています。協同組合とはなんぞやというところを、せっかくなのでみんなで学ぼうという点が始まりです。そして、実際そこで学ぶ若手職員こそが、未来の協同組合のリーダーになるわけで、そうした若手を育てるとともに、お互いのつながりができるようなことにも取り組んでいます。今年度、この研修に参加したみんなでバーベキューもしましたよね。

【中村】 そうでしたね。高槻市に森林組合の森林観光センターがあり、そちらで風倒木被災地復興植樹とあわせて、先程の若手の研修に参加した職員や、OCoNoMi おおさかの幹事会のメンバーとが一緒にBQQをしました。



若手職員合同研修
(2023年2月24日開催 大阪赤十字会館)

【高橋】 楽しかったですね、みんなで食事するの。やっぱり自分ところの研修だと、どうしても限られた範囲の話になってしまうので、それこそ全然知らなかった森林組合や赤十字の活動を知れてよかったという声も含めて、研修はすごくよかったと感想を伺っています。ワーカーズでは、結構意識的に20代に参加してもらって、経験を積んでもらおうと考えています。

【中村】 実は当初 OCoNoMi おおさかでは年一回の委員会の後に毎年行っている国際協同組合年の記念講演会と、2月にあるワン・ワールド・フェスティバルの年2回の行事を予定していました。幹事会では、まずその2つを柱にして、そこに向けて話し合いが進めたらいいよねとしていました。

ところが、2022年の国際協同組合記念講演会のあとに、参加者全員でグループワークをしました。そのお題が、OCoNoMi おおさかでこんなことができれば楽しいよねと思うことをグループで話し合ってくださいというものでした。結構どのグループも盛り上がりまして。自分たちの組織以外のことですので、ある意味、自由にこういうことをやれたらいいよねと意見がどんどん出てきました。ただ、こんなに意見を出してもらったら、それは実現をしないといけないと、2022年度は色々取り組みました。先程のキャリアセミナーや若者研修も出た意見の一つで、協同組合に就職する人たちを増やす取り組みができればいいよねとか、若い職員があまり協同組合のことを知らないの、若手の研修と一緒にできたらいいね等の意見がもたっています。

ですので、幹事会は年3~4回程度で十分だろうと思っていましたが、この研修を実現するためには、幹事会しないと具体的

に話進まないため、2022年度は毎月のように幹事会をすることになり、ちょっと大変でしたね。とはいえ、楽しい企画もでき、セミナーなども増えてきたので、それなりの繋がりや連携もできてきたという手応えはありました。2023年度の国際協同組合年の記念講演会のあともグループワークをしました。そのときは新しく何かをしたいという話はしませんでした。これ以上企画が増えても、手が回らないので。

そこで、もっと事業的な、あるいは地域での繋がりができるような関係について話し合いを進めました。たとえば、漁連が冬は割と漁がないので手が空いている。逆に森林組合は冬が忙しい。そこにお手伝いに行ける関係ができればいいのでは、それぞれの実態に応じた意見が出てきました。ただ、そこにはコーディネーターというか、繋げるための仕組みが入らないと実現できないため、今後はもっと地域レベルでできるような話題を深掘していければと考えているのが現状です。

【加賀美】 2022年度のグループワークが活動を広げる契機にもなったように思いますが、その場には各団体の代表者やトップ層が来られていたのでしょうか。

【中村】 そんなことないです。各団体3~4名で、もちろん会長さんなどの偉い人もいますが、若手の人たちもいます。それでも、トップ同士が自由にそんな話ができるのも、面白いところです。コロナの影響で、わりとこじんまりだったのも大きかったかもしれないですね。

参加を通して築かれた 距離感を大切に

【加賀美】 設立されてから色々な活動を展開されてこられたわけですが、来年、2 度目の国際協同組合年を迎えることになりました。2025 年に向けて、改めてこれを目指したい、あるいはこんなことができたらいいな、ということについてお伺いできますか。

【中村】 正直なところ、まだまったくその話をしていません。ただ、地域でもうちょっと繋がれるような連携作りができたらいいなという思いはあります。たとえば、漁連と森林組合のつながりも、コーディネーターなしで、自分たちで連絡を取り合いやって行くことから始めるなど、事例がもっともっと増えて行けば、うちはこれやってみようか、という話につながるのではと考えています。

あるいは、OCoNoMi がハブになって、コロナのときに大学生への食の支援などを JA さんにもご協力いただいて実施してきました。現在では、食堂での支援に変えて、お米は JA に、しらすを漁連に提供いただいて、学生にも協同組合の関係性を知ってもらうという取組みを行いました。大阪産のお米がとれることを知らなかった、大阪でしらすが獲れることを知らなかったと言う学生がいました。大学でも、学生に協同組合のことを知ってもらう機会は今後もぜひ続けたいと思います。実際、生協では森林組合・JA・漁連に学生を連れて行って、色々体験をしました。すごく楽しめました。こうしたことは学生だけではなく、地域の人たちにも開いて、もっと森林組合のことを知る、漁連のことを知るということになれば、もっと違う関係が出来るのでは

ないかと思います。

【高橋】 今の OCoNoMi おおさかに関わって感じるのは、すごい、すごいなということ。個人的には、他の連携組織もこうなったらいいのになって感じるくらいです。とくに、距離感が近いというか、いい感じで近いという魅力的な関係性が、今の幹事会で作れているんですね。そこをどう広げていけるのかが大事かなと思います。それに、どうしても人事異動で入れ代わるじゃないですか。だから、人が入れ替わっても、今の関係性、雰囲気が保たれるようでありたいなあとは思っていますよね。

【加賀美】 国際協同組合年にむけてはこれからということですが、やはり今のいい距離感で付き合えてるという部分を大事にしながら進めていくということですね。こうした関係ができた点について、大阪特有の事情など、思い当たることはありますか？

【中村】 あんまり大阪特有の、というのはないと思います。たとえば、生協だけが張り切ってこうしよう、とグッと引っ張って進めることはなく、幹事会などの場面で、みんなで決めて行こうみたいなところはありますね。あくまで、こういうことをしたいんですけど、皆さんどうでしょうか？という感じです。

今では、それぞれの団体が色々提案もしてくれます。たとえば魚庭の海づくり大会には、漁連から OCoNoMi おおさかとして出ませんかとお話をいただきました。昨年はたこ焼きで参加しましたが、そのたこ焼き作りでみんな仲良くなりました。たこ焼き作りながら、色々話をしたり、結構売れたねと達成感を共有したことがあったのがすごい良かったと思います。今年

は OCoNoMi おおさかは食べ物以外の企画とのお話だったので、色々皆様からアイデアが出てきました。JA からはお米の量り売りで何グラム当てクイズや、近畿労金はお札の枚数何枚あるかゲームや、生協だったら商品をお買い物かごに取って、ピッタリ何グラムを目指すゲームなどの提案がありました。こういったブースである企画を幹事会で、アイデアを出し合いながら決めていく関係性が大事なのではないかと思っています。

【加賀美】 事務局が全部お膳立てしてやっていく形ではなく、やりたいものはあった上で、皆さんどうしましょうっていう、アイデア出しから、ある意味では参加してもらうことがお互いの距離感を縮めて、OCoNoMi に参加している感じに繋がっているのかもしれないね。

【高橋】 確かにそうですね、みんなで意見をしっかり言って、提案して決めて行ってるっていうのはその通りだと思います。

【中村】 まず意見を出すことも参加ですし、当日参加してみて、それがどうやったかという振り返りも幹事会ではすることで、この内容は良かったけど、こう工夫したほうがいいよねという話も出て来ます。すると、次回はそれを生かしましょうという流れになっていくので、全体として自分たちも参加して、振り返りをしてるみたいなのもいいかもしれないですね。

【加賀美】 海づくり大会やワン・ワールド・フェスティバルには、幹事会に参加されている方も当日ご参加されているんですか。

【中村】 もちろん、そうです。本人だけじゃ

なくて、誰かを連れてきますので、その場面場面で違うメンバーが顔を合わせて、またそこで関係性ができたりするのはいいところやなあと思います。

【加賀美】 今後の方向性として、単協などの会員の拡大のようなことは考えておられるのでしょうか。

【中村】 会員の拡大は考えていますが、単協の拡大というよりも、色々なところの参加の方が大事のような気もしています。

【高橋】 僕は協同組合で働いているので違いますが、まず協同組合って、社会から見たらほんの一部であって、そもそも協同組合のことを知らない人も多いと思うんですよ。だからこそ、協同組合に限らず、いろんな人に OCoNoMi に入ってもらって、知ってもらうのも大事だと思いますよね。とくにイベントで知ってもらおうというものもあるかもしれませんが、実際に会の中に入ってもらって、より知ってもらうのも大事だと思います。

【加賀美】 そういう意味では、愛称は OCoNoMi おおさかですが、正式名称が協同組合連絡協議会ではないという辺りも大事な気がしますね。必ずしも協同組合が集まって、協同組合でどうするって視点ではないというか。

【中村】 そうですね。この OCoNoMi の名称も、全体の名前が漢字ばかりで、生協連の会長も、よう読まん、もうやめいというくらいでしたから。それで愛称をつけようとなったんです。このときも、すごい議論しましたね。大阪の O から始まって、最後の I (愛) を込めて、までちゃん

と意味があるんですよ、OCoNoMi のなかにはね。

それによく言われるんですが、別にお好み焼きをもじった訳じゃないんですよ。先にその言葉を作ってから、ああ、大阪らしくオコノミでええなっていう話になったんです。しかも、お好みみたいに、色々な素材が混じり合った組織でも、しっかりまとまって行くっていう意味も入れられましたしね。

【加賀美】 大阪らしくというところにしっかりとオチが付きましたね。今後の活動の広がりも期待したいと思います。本日はありがとうございました。



左から中村夏美氏（大阪府生活協同組合連合会）・高橋弘幸（労働者協同組合ワーカーズコープ・センター事業団関西事業本部）・加賀美太記

特集 I 国際協同組合年、再び

02

協同組合に留まらないゆるやかなつながりを広げる
 — 協同組合ネットいばらきの取り組み

加賀美 太記 (阪南大学流通学部)



左から 鯉沼圭二氏 (JA 茨城県中央会)
 井坂寛氏 (茨城県生活協同組合連合会)
 加賀美太記

2012 年国際協同組合年をきっかけに

【加賀美】 前回の協同組合年では、全国各地で協同組合の連携の枠組みがいくつも立ち上がりました。協同組合ネットいばらきもこの時期に設立したと伺っていますが、誕生の経緯はどのようなものだったのでしょうか。

【井坂】 茨城では 2012 年以前から、茨城県協同組合間提携推進協議会という協同組合間連携の組織がありました。平成元年 7 月に、協同組合の社会的地位の向上や発展を目的に設立された提携推進協議会は、農協や生協、漁協、森林組合などが参加していました。2012 年の国際協同組合年を迎えるにあたって、2012 国際協同組合年茨城県実行委員会を立ち上げ、提携推進協議会の会員がそのまま実行委員会に入って活動を行いました。実行委員会では、協同組合の価値を県民に広く訴求する活動を展開して、これが協同組合間連携の強化のキッカケにつながりました。

【鯉沼】 実行委員会が行った活動は色々ありますが、一番の目玉となったのが二宮金次郎キャラバンです。農協の元祖と言われる二宮金次郎ゆかりの県内史跡を中心に、JA の本店や支店を二宮金次郎の格好に扮しながら歩いて巡り、協同組合を PR するという企画でした。これには延べ 1,400 人以上が参加して、県内各地を 230 キロぐらい歩いて回りました。最終日には、生協連が行っているピースアクションの会場に合流して、協同組合と平和のメッセージをアピールしました。他にも、協同組合シンポジウムや収穫祭、災害ボランティアなど、1 年間にわたって様々な取り組みを行いました。2012 年は、つくば市で竜巻の大きな被害が出たこともあり、生協や農協からたくさんの方にボランティア参加していただきました。

こういった取り組みを振り返ったとき、せっかく 1 年間やってきたこの流れを終わらせてしまう

のは、もったいないんじゃないか、という話になりました。実行委員が集まり、活動を総括したときに、もともとあった提携推進協議会を発展的に解散し、新たに協同組合ネットいばらきを作りましょう、となったのが設立の経緯です。

【井坂】 農協・漁協などは生産者の協同組合であり、生協は消費者を中心とした協同組合で、それぞれ持っている強みがあります。そうした強みを、協同組合同士がお互い近寄ることでもっと引き出し、協同組合全体が県内で発展できたらいいねというのが大元です。

ただ、組織も違えば経営も違いますから、がちりではなく、あくまでゆるく。違う組織同士がゆるくつながりながら、できるところは一緒にやりましょうという関係を、トップを含めた役職者が本音で話し合いながら、以前から作ってきたということが大きいです。とくに農協と生協のトップ同士、お互いに仲が良かったし気心が知れていた。だから一緒にやれるところには手をあげてもらって、一緒にやるということを大事にしながら続けています。これが強制的になってくると、続かないのではないかと思っています。

協同組合を超えて 広がるつながり

【加賀美】 現在、協同組合ネットいばらきに参加している団体を拝見すると（表①）、協同組合だけでなく、放送局などをはじめ、様々な団体が参加しているのは、全国的に見てもとてもユニークですね。

【鯉沼】 先程お話した通り、2012年の取り

組みについては、県民の皆様へのPRや協同組合間連携の強化には一定の効果があったと総括しました。特に、県民の皆様へのPRに関しては、協同組合の価値や理念を効果的にPRしていくためにはどうすればいいかを考えた時に、実行委員会のなかにNHK水戸放送局や茨城放送、茨城新聞というメディアの皆さんに入っていたかという風になったと聞いています。おかげさまで年間を通じて、取り組みのたびに積極的な情報発信が可能になりました。こうしたメディアの皆さんとは、もともと農協でもつながりがあったので、そこから声をかけていったのだと思います。

なお、団体ごとの役割としては、代表には茨城県生協連の会長を据えています。副代表がJA茨城県中央会と茨城沿海地区漁業協同組合連合会、茨城県森林組合連合会の会長になります。監査は茨城県酪農業協同組合連合会と茨城県畜産農業協同組合連合会の会長に担当していただいています。

メディアの3団体に関しては学識団体、委員という形で参加していただいております。活動の負担金は求めています。引き続き、広報活動の面で連携しているという形になります。

【加賀美】 事務局を担っているのは茨城県農業組合中央会なのでしょうか。

【鯉沼】 中央会が担当しています。聞いた話になりますが、当時、事務局だけでなく代表まで農協が担当してしまうと農協だけの活動になってしまうのでは、という懸念があり、代表は県生協連にお願いしたいということになったようです。この役割分担は変わらずに10年以上続いています。

【加賀美】 それにしても参加団体数がもの

すごく多いですね。なんとなくユニセフ協会は生協とのつながり何だろうなとイメージできますが、県サッカー協会は初めて見ました。

【鯉沼】 もともと推進機構に参加していたのは各組合の県域組織が中心でした。それが今の形になるときに、ネットいばらきには広く単協にも入ってもらおうということになりました。そのとき、一般会員団体が広がったという形ですね。

ちなみに県サッカー協会が加入したのは2022年と比較的最近です。これは、まず県サッカー協会がJAグループ茨城教育センターの建物に入っているというのがあります。加えて、JAいばらきスポーツパークという、人工芝の先進的なグラウンドを共同で整備していました。そうしたつながりもあって、これからさらにお互いの活動をPRしていくにあたり、県サッカー協会としても、協同組合ネットいばらきとしても、色々と協力できることがありそうなので、せっかくだから会員になってみてはどうですか、という話になりました。スポーツ振興についても協同組合は関わっていますので、そういった親和性もあるでしょうし、協同組合としてもサッカー協会を通じて若い世代とのつながりも期待できるという話でした。

そうしたこともあり、ここ10年で会員はどんどん増えています。たとえば2014年には、生活クラブ生協や鯉淵学園農業栄養専門学校が加わったり、その後も医療生協であったり、ワーカーズコープなども参加するようになっていきます。

多様な団体が参加する活動からの気づき

【加賀美】 様々な団体が参加する、ゆるやかなつながりというのが特徴のようですが、協同組合ネットいばらきとしての代表的な活動は、どのようなものがあるのでしょうか。

【鯉沼】 会員にも馴染みのある活動としては、2018年から参加している子ども応援プロジェクトがあります。こちらはフードバンク茨城と連携した、子育て世帯に対する食料支援です。具体的には、学校給食がお休みになる夏休みと冬休みの時期に、食に不安を抱える世帯に対して食料を支援する取り組みです。協同組合ネットいばらきでは、食料・寄付金・ボランティアの3つを会員団体から募集しています。団体からの返事を集約して、食料の寄付であれば回収してフードバンクに届けています。ボランティア参加の方には、当日の活動についての案内をして、寄付金についても後日集約して振り込むという形で進めています。

また、コロナ禍の影響で、大学生が飲食店等でアルバイトができなくなってしまう、だいぶ困窮しているという情報があったことから、彼らを支援できないかということで、大学生向けの食糧支援も始めました。こちらも協力いただける会員団体に食料の提供や寄付金を呼び掛け、大学生協経由で学生に配布しました。当時、食料支援を受けた学生が会員団体に就職したこともあります。学生支援は現在も継続して取り組んでおり、今年は大学生協の食堂で100円カレーのキャンペーンも行いました。

【井坂】 食料支援は継続して取り組んでき

たので、会員団体以外でも認知が広がっています。たとえば、茨城大学とコマツの共同研究事業で、機械を導入し省人化で生産するお米作りの研究がされていて、そこで取れたお米を提供してくれています。そのお米は大学生協だけでなく、地域のこども食堂等にも提供しようと県社会福祉協議会を通じて寄贈させてもらっています。そういう経験から、活動を長く続けていると、応援してくれる人たちは広がってきます。当初の設立目的であった協同組合の認知向上、社会的な貢献の役割が一層広がっているのを実感しています。

平和の取り組みでも、生協のピースアクション実行委員に入り協力して平和のイベントに取り組んできました。去年は地元にも軸足を置いて、若い人の視点から平和や戦争の記憶にアプローチをしました。というのも、ある学生と話したときに、確かに原爆は平和の取り組みの象徴だけれど、それは広島や長崎という遠いところの話と感じていると話があり、もっとリアルに身近なところでも戦争はあって、その戦争において自分たちは被害者であり加害者でもあるということをひも解いていくことで、平和を地元で学べることがあるのではという話になりました。そうした身近にあることを後世にしっかり伝えようと、去年は県内の戦跡を巡る学習 DVD の作成をしました。大学生に参加してもらい、シナリオから全て学生の若い視点で制作してもらいました。以前は映画上映会や平和の企画に参加した方による報告会といった、今までの価値観でしか平和の取り組みはできていなかったけれど、色々な人が集まることで、視点を変えた活動ができるようになってきています。一緒にやることで前進したという気がしています。

【鯉沼】 こういうと、協同組合ネットいばらきとして、様々な活動を行っているように見えますが、基本的には会員団体の取り組みを広げたり、こういうがあるので協力してくださいとお知らせしたり、という感じですよ。繰り返しになりますが、強制ではなく協力できる場所にしてもらうというような感じですよ。

【井坂】 会員団体は年間のだいたいのスケジュールを把握してくれていると思います。ですので、食の支援や平和の取り組みを軸に、プラスアルファで協同組合について学習・交流なども行っています。

後者は、実際に働いている職員側が県内の他の協同組合についてどれだけ知っているかということ、何をやっているのかについてはほぼ知らないわけです。私も地域生協の出身ですが、協同組合ネットいばらきに関わって色々な協同組合のことが分かりました。次の世代の人たち同士が繋がらないと、この活動は弱まってしまうので、そこを作るためにも協同組合について、学んだり、交流したり体験する機会をもって、お互いの協同組合を理解していくことをやっていかないといけないと考えています。

私も協同組合ネットいばらきに関わるようになって思うのですが、各団体のトップの皆さんは以前から当たり前のように交流されていて、一緒に釣りに行ったり、ゴルフに行ったりと、仕事一辺倒でなく、そうした関係性があるのでくだけた話も含めて、協力がしやすい関係になっているのが茨城の特徴かもしれません。

協同組合ネットいばらき設立 10 周年企画の後にも、参加者同士でパークゴルフを行っています。学習会だけではなく、交流しないと駄目だよねっていうことは根付いています。交流する企画があれば、別の協

同組合の方とも一緒になり、話をする時間ができて、名前も覚えます。

大きい使命を持ってというより、協同組合同士だから、何かつながったらいろんなことできるかもしれない、それはきっと地域の人にとって良いことだったり、プラスになることがあったりするかもしれないという構えです。大上段に構えると近寄りがたくなってしまいますので、誰でもウエルカム。一緒にやれるんだったら一緒にやりましょう、つながりましょうを大切にしています。

【加賀美】 ちなみに、ネットいばらきの運営はどのように行われているのでしょうか。

【鯉沼】 基本的に、幹事会で活動計画を協議して、総会で承認を得て動いています。幹事会は、幹事団体の方が集まり、年に3回開催しています。そこで活動の振り返りと次年度の計画を決めていくという流れです。また、委員による委員会があり、こちらは総会の前に、短く総会の内容を報告しています。

日常的な活動に際しては、事務局のある中央会と副幹事長、代表を担当する県生協連で相談して進めています。これも茨城の特徴ですが、茨城県生協連がJA会館の中にあるので、私が相談したいことがあったら、徒歩1分ぐらいで行けるといのはすごくありがたいですね（笑）

【井坂】 そういう意味では、うまく連携できている理由に地理的条件はありますね（笑）

10年続く寄付講座 『協同組合論』の到達

【加賀美】 他にも、協同組合ネット茨城の

面白い取り組みとして、茨城大学で協同組合論の寄付講座をもう10年以上開講しておられます。

【鯉沼】 協同組合論の寄付講座が始まったのも2012年です。国際協同組合年実行委員会のなかで、協同組合の社会的認知の向上を目指した取り組みの一環として、寄付講座を開設したのが始まりです。当時の茨城県生協連の佐藤洋一会長と茨城大学人文学部の学部長がつながっていたことがきっかけで始まったと聞いています。最初は、各協同組合の代表者等が、その地域の実態や協同組合の事業等を講義していました。協同組合の認知を広げるだけでなく、協同組合に興味を持っていただき、就職先の選択肢として考えてもらう、といったことも目的のひとつです。2012年からの受講者は、延べ1,200人以上になっています。

【井坂】 大学生が協同組合として認識しているのは、農協や漁協といったところがほとんどです。協同組合にも色々な団体があるということは知られていなくて、まずはそこを学生に知ってもらうことを目指しています。講義では、各協同組合の事業だけでなく、様々な社会貢献の取り組みについても時間を割いて紹介しています。というのも、学生が就職を考える際、やっぱり地域のために貢献したい、働きたいという志があります。行政だけが地域のために働いているのではなくて、事業をやりながら地域のために様々な活動をしている協同組合があることを認識してもらいたい。その上で将来の進路の選択肢として、協同組合があがってくることがあればと思います。

講義を行うと学生の理解は深まります。講義の感想で圧倒的に多いのは、「協同組合はこんなこともやっているんですか」とい

う驚きです。JA は野菜を作っているだけだと思っていたけれど、病院事業や金融・共済事業、食育活動も行っていることは知らなかったという学生は多くいます。実際を知ることで、就職先として協同組合を選ぶ学生も出てきます。

よく言われることですが、協同組合は組合員向け、内向きには宣伝やアピールをするけど、外に向けたアピールは弱いところがあります。であれば、未来を背負って立つ学生たちに協同組合をきちんと知ってもらうことは、協同組合に就職しなくても意味があります。授業で協同組合って聞いたなあと思い出して、何かあったときにじゃあ応援しようとか協力しようとか、組合員になろうとか、そういうきっかけに繋がれば、それは協同組合にとって大きいことだと思います。

ただ、担当の先生からは、あまりきれいごとばかり話さないでくれとくぎを刺されています。学生は夢だけを描いちゃうから、現実的な話もきちんとしてほしいと言われています。

【加賀美】 2023 年のシラバスを拝見すると、多くの団体が持ち回りで講義を行う形なんですね。

【井坂】 講義は、各組合の常務理事や部長のところもあります。基本は団体にお任せにしています。学生が一番に興味を示すのは、実際に現場で働いている若手職員の講義のときです。このときは他の講義と全然反応が違って、普段はなかなか質問が出ないことが多いですが、この時は積極的に皆さん一生懸命聞いています。それだけ真剣に自分の就職先のことを考えているのだと思います。

講義内容は、毎年担当の先生と打ち合わ

せをしてブラッシュアップしています。前年の授業を振り返って、もう少しここを補強しましょうとか、こういった内容に変えましょうと擦り合わせをさせてもらってから、ネットいばらきの方で各組合の講師と擦り合わせしていく形をとっています。

【加賀美】 生協や農協、労金・信金など以外にも、森林組合も講義に登壇されているのは珍しいですね。

【井坂】 今、林業では色々な機械を開発、導入されていて、森林組合の仕事の中身が変わってきています。若者も就職してくるそうです。そういう話のインパクトはとても学生には強いみたいです。え、林業ってこんなに進んでいるの。

そういう意味では、協同組合ネットいばらきの他団体の職員にも他の協同組合の体験学習をしてもらえたらと思います。今回は森林組合で体験学習をして、次は漁協でというように持ち回りで。コロナ前は企画をしていたのですが、立ち切れてしまっていますので、体験型学習を改めて少しずつ広げて、若手職員に交流してもらえればと思います。知り合う機会を通して、何かあったときに、電話 1 本でやりとりできる関係を築けたらと思います。



寄付講座「協同組合論」(茨城大学)

二度目の国際協同組合年に向けて

【加賀美】 来年、二度目の国際協同組合年を迎えることになりましたが、この10年を振り返って色々到達もあると思います。それを踏まえて、どのようなこと目指し、どう取り組みたいとお考えでしょうか。

【鯉沼】 展望としては、協同組合の枠を越えた連携ということで、今までもやっていますが、今後さらに様々な団体に声を掛けて、連携の輪を広げていけたらというのがあります。

もう1つが、やはり若い世代への継承ということです。高齢化や働き手の減少、社会のあり方が変わっていくなかで、協同組合の持つ価値を、職員含めて、次の世代に継承して行って、協同組合ネットいばらきが協同組合間の連携組織としての役割を続けていくのも大切だと思っています。具体的な活動までは未定ですが、来年度に検討していく予定です。

【井坂】 県生協連では組合員活動交流会を組合員理事対象に企画するのですが、そこで協同組合原則を学ぶ場を作ります。その場に協同組合ネットいばらきの団体の職員にも来てもらい、一緒に学習しましょうという取り組みをしようと考えています。2025年は国際協同組合年ということを共有して、みんなが一緒に何かできたらという流れのスタートにしたいと考えています。協同組合原則学習は撮影して動画配信もしたいと考えています。多くの職員にも見て学習してもらい、みんなが2025年国際協同組合年を考えるようにしていきます。

それと個人的にですが、協同組合ネットいばらきに参加していることを、組合員が

感じられるものが作れないだろうとも考えています。たとえば、水戸市内にはバルシステム茨城栃木やいばらきコープがありますが、組合員活動をするために会議室や組合員が集う会場がなかなか借りられないという課題があります。だけどJAにはきれいな施設があります。こうした施設を協同組合ネットいばらき加盟団体は貸し借りできるということは一つの可能性としてあるかと思っています。きれいな施設で会議や組合員が集えたら組合員は嬉しいと思います。組合員さんは苦勞して場所を探していますから、お互いが持っている施設を有効活用して連携できるような関係ができれば、組合員にも協同組合ネットいばらきの姿が見えてくると考えています。こうした見える形を意識することは必要かなと、個人的には思っています。

【加賀美】 協同組合ネットいばらき設立のもともとの狙いだった協同組合の認知拡大という点ではいかがでしょうか。

【井坂】 それぞれの協同組合は、分野に精通した専門的知識とスキルを持っています。それぞれ得意とするものがあり、協同組合ネットいばらきでそれらを整理して、団体毎にこんな学習ができます、教材提供ができますということを、県や自治体の教育委員会などに働きかけていくことを考えています。現在は大学で協同組合論や大学生と消費生活の授業をしています。地域生協やJAは小学校で食育授業を、労金は金融教育を小・中・高でやっています。こういう情報を1冊にまとめて提供できれば、またそこで新しいつながりが作れるので形にして提案できたらと思っています。

【加賀美】 教育という切り口から協同組合

の認知を広げるというのは、大事な取り組みになりそうですね。本日はありがとうございました。2025 年に向けた取り組みにも大いに期待しています。

表① 協同組合ネットいばらき 会員一覧

茨城県学校生活協同組合	
よつ葉生活協同組合	
生活クラブ生活協同組合	
鯉淵学園農業栄養専門学校	
全国労働者共済生活協同組合連合会 茨城推進本部	
中央労働金庫茨城県本部	
茨城県水産加工業協同組合連合会	
常総生活協同組合	
茨城保険生活協同組合	
労働者協同組合ワークスコープセンター事業団	
公益財団法人茨城県サッカー協会	
茨城県ユニセフ協会	
水戸農業協同組合	
常陸農業協同組合	
日立市多賀農業協同組合	
茨城旭村農業協同組合	
ほこた農業協同組合	
なめがたしおさい農業協同組合	
稲敷農業協同組合	
茨城みなみ農業協同組合	
水郷つくば農業協同組合	
つくば市農業協同組合	
やさと農業協同組合	
新ひたち野農業協同組合	
北つくば農業協同組合	
常総ひかり農業協同組合	
茨城むつみ農業協同組合	
岩井農業協同組合	
茨城県農業協同組合中央会	幹事
茨城県信用農業協同組合連合会	幹事
茨城県厚生農業協同組合連合会	幹事
全国農業協同組合連合会茨城県本部	幹事
全国共済農業協同組合連合会茨城県本部	幹事
茨城沿海地区漁業協同組合連合会	幹事
茨城県森林組合連合会	幹事
茨城県酪農農業協同組合連合会	幹事
茨城県畜産農業協同組合連合会	幹事
茨城県生活協同組合連合会	幹事
いばらきコープ生活協同組合	幹事
生活協同組合パルシステム茨城 栃木	幹事
茨城県労働者福祉協議会	幹事
共栄火災海上保険株式会社	幹事
茨城県消費者団体連絡会	幹事
日本放送協会 水戸放送局	学識等・委員
茨城新聞社	学識等・委員
株式会社 茨城放送	学識等・委員

特集Ⅱ

生協に“魅せる”力はあるのか

くらしと協同の研究所が毎年開催している企画の一つが、組合員理事トップセミナーである。このセミナーは、組合員理事が全国各地から集まり、自分たちの目線でテーマを設定し、学びを深めるユニークな企画である。前々回 2022 年のテーマは「これまでのつながり、そしてこれからのつながりを考える～生協ファンを広げるには～」であり、筆者はそこで生協という組織がファンを拡大していくために必要なことは何かという点について講演を行った。その際、参加者からの感想で印象深かったのが、生協は情報を広げる力が弱い、あるいは情報発信が内向きなのではないか、という声であった。組合員理事になって、実際に生協にかかわろうというコアなファンを生むほどの魅力ある商品や事業、仕組みがあるにもかかわらず、それらが十分に社会全般に情報として届いていないのではないか、というのが組合員理事の感じている問題であった。

こうした生協側の問題だけでなく、情報化著しい現代社会において、伝えたい情報を的確に対象に届けるハードルは極めて高い。一昔前であれば、流行りの歌やドラマなどは、テレビやラジオを流し見・流し聞きしながらでも十分認知できていただろう。ところが、YouTube や TikTok といったユーザー自らがコンテ

ンツを作成できるメディアや、ネットフリックスなどの動画配信サイトが拡大したことで、私たちは隣の人と見ているコンテンツや聞いている曲が全く重なり合わない時代を迎えている。しかも、仮に伝えたい対象に情報を到達させたとしても、膨大に流通する情報がそれを容易に押し流してしまうようになっている。魅力を的確に消費者に届け、理解してもらうための努力が求められるのが現代という時代の特徴である。

そうしたとき、果たして生協に「魅力を伝える力」はあるのだろうか。あるいは、今どのような取り組みを進めているのだろうか。今回は、そうした問題意識から、生協が取り組む「魅力」を伝えるための様々な実践について取り上げた。小売事業者との連携やレシピという生協にとって欠かせない情報の発信、あるいは無店舗事業の中核となるカタログの多様化など、生協は「魅せる」ための努力を惜しんではないし、とてもユニークな実践も進めている。

本稿で取り上げる事例を通じて、生協という組織の底力を感じるとともに、各生協が更なるアイデアを発揮し、自分たちの「魅力」を発信することを期待したい。

(本誌編集長 加賀美太記)

特集Ⅱ 生協に“魅せる”力はあるのか

01

生協の宅配ネットワークの強みをいかした小売他社との連携
〜北海道の物流プラットフォームを目指すコープさっぽろ〜

下門直人 (京都橘大学経営学部)



コープさっぽろでの取材の様子。
左から 森ゆかり氏 (組織本部広報部) 宍戸琴美氏 (宅配事業本部企画部) 下門直人

はじめに

2024年4月からトラックドライバーの時間外労働の上限規制 (年間 960 時間) が適用されることに起因し、昨今、「物流の 2024 年問題」に関するニュースが頻繁に取り上げられている。例えば、これまでと同様の商品配送が困難となり、店舗に行けば欠品なく常に商品が陳列されているという当たり前の光景が変わるかもしれないという報道もなされている。

これは宅配事業と店舗事業を柱とする生協の事業にとっても無関係ではなく、むしろ業務に深刻な影響が出てくる可能性もある。当然ながら各生協でもこの問題に対処すべく対応しているが、なかでもコープさっぽろは早くから物流の自前化を図り、さらに北海道全域に広がる物流・宅配ネットワークを活用してファミリーマートや成城石井、無印良品など他の小売企業の商品の販売・宅配までおこなっている。

そこで本稿では、組合員のよりよい暮らしを実現するため、生協の強みである宅配ネットワークを活用しながら、他社商品の販売を積極的に進めているコープさっぽろの取り組みを紹介する。

なお、本稿の内容は、コープさっぽろへの取材に基づいている。

コープさっぽろの概況

コープさっぽろは、世帯数が約 247 万世帯の北海道において、約 200 万人の組合員を組織 (組合員組織率 80%) する国内の大規模生協の一つである。2022 年度 (2022 年 3 月 21 日～2023 年 3 月 20 日) の事業高は、3,140 億円 (店舗事業: 1,912 億円、宅配事業: 1,119 億円、共済事業: 22 億円、その他: 87 億円) であり、北海道全域で事業を展開している。

北海道の主要な小売事業者の一つとして、コー

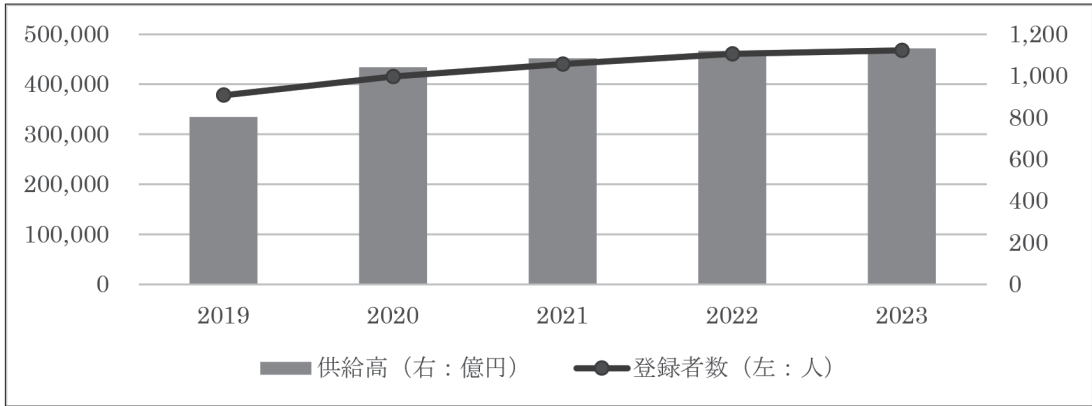


図1 コープさっぽろトドック（宅配事業）の供給高と登録者数
出所：コープさっぽろ CSR レポート 2023 及び取材調査より作成。

プさっぽろは、店舗事業では109店舗を出店し、宅配事業では42カ所のセンターと9カ所のデポを通じて北海道全域に配送している。広大な北海道においてその全域をカバーする宅配ネットワークはコープさっぽろの強みでもあり、本稿で取り上げるファミマル（ファミリーマートのPB商品）や成城石井、無印良品などの他社商品の販売チャネルとしても活用されている。

コロナ後の宅配事業

コープさっぽろの宅配事業はトドックという名称で展開され、その登録者数は新型コロナウイルス感染症の影響がおさまって以降も増加傾向にあり、全国的な生協の宅配事業の動向とは異なる動きをみせるユニークな事例となっている。全国的には、生協宅配事業の多くは外出自粛や自由に買い物ができない日々が続いた2020年に大きく伸びたが、その影響が落ち着くにしたがいその反動による利用者の減少が生じた。

しかし、コープさっぽろは新型コロナウイルスの影響が落ち着いて以降もトドックの利用登録者数と宅配事業の供給高を伸

ばし続けている。具体的に確認すると、トドックの利用登録者数と宅配事業供給高は、コロナ前の2019年に37万8,413世帯（803億円）であったのが、2020年41万5,487世帯（1,041億円）、2021年44万59世帯（1,085億円）、2022年46万512世帯（1,119億円）、2023年46万8,000世帯（1,132億円）と毎年伸びていることがわかる（図1参照）。

ではなぜ、コープさっぽろは生協の宅配事業の全国的な動向に反して、コロナ後においても登録者数を継続的に伸ばすことができているのだろうか。

コープさっぽろの宅配事業部門ではトドックの利用登録者を毎年2万人増加させることを目標とし、約1,000人の営業部隊が51エリアに分けられた北海道全域で活動している。当然ながらこうした組織活動による効果も大きいと思われる。しかし、それ以外にも組合員がトドックの魅力を感じているからこそ利用者を増やし続けることができているのではないだろうか。

以下では、この点についてコープさっぽろの宅配事業の実践を踏まえながら考えてみたい。

生協の宅配で届く無印良品

コープさっぽろはトドックにおいて、2021年に「ファミラル（ファミリーマートのPB商品）」の取り扱いを開始し、さらに2022年には「成城石井」と「無印良品」の商品を取り扱い始めるなど、生協の宅配事業として他の小売企業のPB商品を取り扱うという非常にユニークな取り組みを始めている。

これらの他社商品の注文と配達の仕事は、コープさっぽろの通常の宅配利用の方法と同じである。つまり、通常のカatalogと別途配布される各社専用のチラシから注文をおこない、他のコープ商品とともに週一回の配達時に配達される。またそれらの商品配送にかかる費用はトドックのシステム手数料220円のみであり、組合員が別途費用を負担する必要はない。

具体的には、ファミリーマートのファミラルは、B4サイズのチラシに7～8品目の商品が掲載され、隔週ペースで注文・配達される。ファミリーマートは他の大手コンビニエンスストアに比べ北海道に店舗が少なく、ファミリーマートにとってトドックでの販売は北海道内での貴重な販路となっている。

成城石井の商品は、冷凍ピザやオリジナルケーキ、スモークサーモンなど、成城石井の人気商品を中心に20品目程度を取り扱っている。

無印良品の商品の取扱いは2022年3月からスタートしている。当初は120品目からスタートしたが、現在では270品目にまで増加している。その中身は、レトルトカレーやパスタ、菓子等の食品や、洗濯・キッチン用品等の日用品、スキンケア商品など無印良品の人気商品がバランスよく取り揃えられている。その一方、アパレル商

品については流行の変化が激しいため取り扱いが難しく、直角靴下などの一部の売れ筋商品のみ扱っている。組合員はこれらの商品を3ヵ月間利用できる保存版カタログから注文できるようになっている（写真1）。

コープさっぽろの組合員は北海道のどのエリアに居住していてもトドックを利用することでこれらの商品を購入することができる。つまり、店舗にアクセスすることが難しいエリアの組合員であってもトドックを利用することで、そのシステム手数料のみで気軽に他社の商品（一部）を購入することができる仕組みが構築されている。

その一方、ファミリーマートや成城石井、無印良品にとっては、北海道全域に届くコープさっぽろの宅配ネットワークは北海道における貴重な販売チャネルとなっている。



写真1：無印良品の保存版カタログ。

若年層にも支持される 生協とは？

コープさっぽろが宅配事業において他の小売企業の商品を扱うことは、一見すると、コープさっぽろの競合となりえる小売企業を利する行為にもみえる。さらに言えば、コープさっぽろが扱っているコープ商品や Scroll 商品などの既存商品とのカニバリゼーションを引き起こす可能性も考えられる。では、こうしたコープさっぽろの取り組みはどのような意義があるのだろうか。

コープさっぽろは、全国の生協が抱える問題と同様の問題、すなわち既存組合員の高齢化にともなう組合員の年齢構成の問題を抱えている。言い換えれば、コープさっぽろでも若年層組合員の獲得が経営課題になっている。

こうした状況を改善するきっかけの一つとなっているのがトドックでの他社商品の販売である。とりわけ、無印良品の取り扱いを始めたことは若い世代に対する高い宣伝効果を持ち、組合員勧誘をおこなう営業部隊の宣伝材料としても効果を発揮しているという。実際に、トドックで無印良品の商品が購入できることを知ると、若い世帯を中心に関心を示してくれたり、新規加入のきっかけになったりしている。また、無印良品の商品購入者の約40%はスマートフォンアプリから購入しており、普段からアプリ注文の傾向が高い若年層から支持されていることが伺える。

コープさっぽろと無印良品の連携は実際にはトドックでの連携以前から始められており、店舗事業ではすでに無印良品がテナントとして入居するコープさっぽろの店舗が6店舗営業している。現在、無印良品は北海道内で20店舗展開しているが、そのうち6店舗はコープさっぽろの店舗にテナ

ントとして入居している（写真2）。

コープさっぽろが無印良品と連携するようになった背景には両社の経営方針が関わっている。コープさっぽろと無印良品を運営する株式会社良品計画はともに地域貢献を掲げ、事業を通じて地域社会のために何ができるかを模索していた。そのような共通した方針をもつ両社のトップ同士の話し合いの結果、トドックを活用した無印良品の商品販売が実現した。

それは、一方のコープさっぽろにとっては、自社が構築してきた北海道全域をカバーする宅配ネットワークや物流網が組合員の暮らしをより良くすることにつながり、他方の無印良品にとっては、単体で北海道全域に店舗網を築くことが困難ななか、コープさっぽろの宅配ネットワークを活用することで北海道全域をカバーできる販売チャネルの確立につながっている。

特に、無印良品の店舗がない地方に住む組合員や北海道民にとって、無印良品の商品は購入したくともなかなか購入できない商品である。そうした人々にとっては、トドックのシステム利用料のみの負担でいつでも好きな時に買える、という気軽さは大きなメリットになっている。

こうした他の小売企業の商品、とりわけ若年層が関心を持つ商品を生協の宅配ネットワークを活用して販売するという今までにない取り組みが、若年層組合員の新規獲得のきっかけにもなっているのではないだろうか。



写真 2：2 階に無印良品が入居するコープさっぽろそうえん店。2 階に設けられている休憩スペースでは、勉強する高校生の姿もみられた。

に加え、近年は組合員の満足度を高めるため他社商品の宅配も受け入れ始めている。それを可能にしている理由として、コープさっぽろが物流・宅配をサードパーティーに依存せずに自前化を図っていることが挙げられる。その一つの成果は、現在、コープさっぽろの物流拠点として運営されている関連会社北海道ロジサービス（2013 年事業開始）である。その物流センターは自動化や効率化を積極的に取り入れた最新鋭の大型施設であり、コープさっぽろの店舗事業（109 店舗）と宅配事業（センター 42 ヲ所、デポ 9 ヲ所）の全ての物流を支えている（写真 3）。

つまり、コープさっぽろは生協の事業の一つの柱である宅配事業を支える物流機能の自前化を進めると同時に強化することで、他社商品の配送網としても活用できる環境を整えている。言い換えれば、宅配という生協の強みをさらに強化することで小売他社にとっても魅力的な配送ネットワークを築き、それを土台とし、他社商品の配送も受託する北海道の物流プラットフォームを目指している。



写真 3：北海道ロジサービスの物流センターの様子。（コープさっぽろ提供）

北海道の物流 プラットフォームを目指して

物流危機が社会問題として取り上げられるなか、コープさっぽろは通常の宅配事業

おわりに ～地域の暮らしを支えるために 生協に何ができるか？～

コープさっぽろでは生協の強みである宅配事業を活用することで通常の配達商品に加え、ファミマルや成城石井、無印良品といった他社商品のラインナップを増やしてきた。そしてそれが結果として若年層の新規組合員の獲得や組合員の満足度を高めることにつながっていることをみてきた。

こうした他の小売企業との連携、特に無印良品との連携については、関東や東北の生協の宅配事業でも取り扱われていたり、リニューアル後の京都生協コープ二条駅店のテナントとして入居していたりと、コープさっぽろ以外の生協でも取り組まれ始めている。

ただ、他業種の企業や同業（小売）他社との連携を通じた新たな取り組みの展開やそのスピード感という点では、コープさっぽろは一步先んじているように思われる。例えば、移動販売事業でも興味深い取り組みを始めている。コープさっぽろは苫小牧信用金庫と連携し、2022年11月からATMを搭載したコープさっぽろの移動販売車「おまかせ便カケル」を1台運行している（写真4）。都市部でもコストの問題から銀行のATMが姿を消しつつあるが、地方や過疎地ではATMへのアクセスはさらに困難になっている。そうした状況は北海道でも同様であり、その問題への対処として始められた。移動販売車のATM利用者は多い日で1日10～15人、少ない日は7～8人であるが、利用者の多くはお金を引き出し、その場で買い物をしてきているという。

これらのコープさっぽろの取り組みは、宅配事業という生協の中核事業の強みをい

かしながら、それを生協や地域が抱える課題解決に落とし込む新しい可能性の一つを示してくれているのではないだろうか。言い換えれば、コープさっぽろの事例からは、これからの時代の若年層や高齢者の暮らしのニーズに応えるためには、これまでとは毛色の異なる事業者との連携も視野に入れながら、単協ごとの既存事業に落とし込んでいくことが必要とされていることが示されているように思われる。



写真4：苫小牧信金のATMを搭載した移動販売車「おまかせ便カケル」。(コープさっぽろ提供)

<謝辞>

本稿の執筆にあたり、快く取材に応じてくださったコープさっぽろの宍戸琴美様（宅配事業本部企画部）、小林恵莉様（組織本部広報部）、森ゆかり様（組織本部広報部）には心より感謝申し上げます。

特集Ⅱ 生協に“魅せる”力はあるのか

02

コープきんきにおける食品事業のデジタル活用 「レシピ」に関連する取り組みを中心に

岩橋 涼 (名古屋文理大学健康生活学部)

はじめに

現在、多くの生協においてインターネットやアプリを通じた注文の仕組みが導入されている。たとえば、コープきんき事業連合（以下、コープきんき）の会員生協では、「eフレンズ」というサイトを通じて組合員が商品を注文することができる。ただし、コープきんきではアプリを含むインターネット注文は全体の約3割（2022年度末）で、紙の注文用紙も多くの組合員に利用されている。

ところで、近年各生協が取り組んでいるデジタル活用は、注文が紙のやりとりからインターネットで可能になったというような、アナログからデジタルへの移行という側面だけではない。利便性だけでなく、情報発信や組合員とのコミュニケーションなど多方面から取り組みが進められている。しかし、SNSを含めたさまざまなツールがあるなかで、それらをどのように活かすかは模索が続いている状況といえる。

デジタル活用は、特集テーマの“魅せる”力に関わる重要な課題の一つである。とくにデジタル媒体を積極的に利用している若年層の組合員へのアプローチとして有効な手段である。今回は、「レシピ」という視点からデジタル活用のあり方をみていく。生協の商品供給では、カタログやウェブサイト、SNSなどで、取り扱い商品を使用したレシピ紹介がしばしばおこなわれている。これらの取り組みは、調理が必要な食材を多く取り扱う生協にとって、商品利用との関連性も強く重要な意味をもつと考えられる。本稿では、「レシピ」に関連する取り組みを中心にコープきんきのデジタル活用のあり方について、マーケティング企画部マーケティンググループの浜巖敦子氏とインターネット事業グループの堀田愛氏への取材とともに紹介する。

コープきんきのレシピ紹介の方法と検索サイト

コープきんきでは、紙媒体の商品案内カタログを利用する組合員に配布される「Kitchen Memo キッチン*メモ」（以下、「キッチンメモ」）という情報誌がある。「キッチンメモ」の詳細は後述するが、ここでは毎回3品レシピが掲載されている。カタログだけでなく、ウェブサイトやコープきんき公式のInstagramなどでも紹介され、材料の切り方から完成までの短い動画を閲覧することもできる。

また、コープきんきは「eフレンズぱくぱく献立くん」というレシピ検索サイトを提供している。ただし、この「eフレンズぱくぱく献立くん」は、もともとコープきんきが立ち上げたサイトではなく、制作するアインズ株式会社が2000年頃から独自に運営していた「ぱくぱく献立くん」というサイトがオリジナルである。アインズ株式会社からの提案で2009年からコープきんきに導入された。「ぱくぱく献立くん」には、材料別の検索ができるだけでなく、和風、洋風、中華・エスニック、時短、離乳食、除去食・病態食といったカテゴリーがあり、現在も随時レシピは追加されている。「eフレンズぱくぱく献立くん」は、「ぱくぱく献立くん」と連動しつつコープきんき仕様で運営されており、通常のレシピのほかに、「キッチンメモ」のレシピなどが動画つきで公開されている。

かつて「eフレンズぱくぱく献立くん」にはレシピページから使用食材を注文できる機能があった。しかし、このレシピサイトでは、たとえば豚肉やキャベツといった食材から検索することは多くても、レシピをみて食材を注文し、1週間後に作るという行動にはなりにくいとの判断から、2021

年のインターネット注文サイトのリニューアル時にその機能は削除された。組合員からの要望があれば再検討するという考えだが、今のところ要望はきていないとのことである。また、「eフレンズぱくぱく献立くん」は、もともとeフレンズ利用者、つまり生協組合員のみが利用できるサイトであったが、2023年のリニューアル時に誰でも利用できる公開サイトとなっている。

「キッチンメモ」のレシピ

「キッチンメモ」は表紙、中面（見開き）、裏面で構成され、毎回裏面にレシピが3品紹介される。レシピは「キッチンメモ」制作会社のフードコーディネーターとの打ち合わせによって決まる。毎回テーマが設定されており、3月のひな祭りや、5月のこどもの日といった季節の行事に合わせたテーマもあれば、もやしという食材に焦点をあてて「もやしでシャキうま！おかず」（2024年2月3回）といったテーマもある。3品は主食、主菜、副菜などの分類が考慮されており、さらに使用頻度の低い調味料や生協で取り扱いのない商品は避けるといった、組合員の購入のしやすさも意識されている。料理写真とレシピの横には、一部の使用食材の写真と注文番号が通常の商品カタログと同じように掲載されている。このレシピ紹介の制作にあたっては、スチール撮影と動画撮影がおこなわれている。これらが、前述の「eフレンズぱくぱく献立くん」やコープきんき公式Instagramで利用されるという仕組みである。なお、検索サイトである「eフレンズぱくぱく献立くん」では、「カタログ〇月△回掲載」というかたちでまとめられてお

り、過去のレシピを検索することも可能である。

また、インターネット注文の e フレンズ上では、「今週のレシピ動画」として「キッチンメモ」の 3 品が取り上げられており、レシピ動画を閲覧することができる。使用食材の商品注文ページにもアクセスでき、必要な食材を選んで注文することが可能である。紙の場合は、スペースの制約があるため、使用食材は 2 つほどしか掲載できな

いが、ここではより多くの商品を注文できる仕組みになっている。

さらに、コープきんきのコーポレートサイト (<https://www.kinki.coop>) においても、今週のレシピとして掲載されている。ここで紹介されているレシピは、クリックすれば「e フレンズばくばく献立くん」に遷移するようになっている。

このように、レシピがさまざまな手段で紹介され、組合員だけでなく、広報活動の一環として広く公開されている。

The image shows a screenshot of a recipe video player. At the top, it says '今週のレシピ動画' (This week's recipe video) and '春色おうちごはん' (Spring Color Ouchigohan). Below that, it says 'もうすぐ春です。野菜の旨みが味わえる。美味しいレシピありますよ！' (Spring is just around the corner. You can taste the deliciousness of vegetables. We have delicious recipes!). The main title is '春野菜が楽しめる 豚バラと新たまのトマトすき煮' (Enjoy spring vegetables: Pork belly and new tomatoes tomato sukiyaki). Below the title, it says '調理時間 約20分' (Cooking time: approx. 20 minutes). The video player shows a plate of the dish. Below the video, it lists the main ingredients: '豚バラ切落し肉・新玉ねぎ・スナップえんどう・ミニトマト・油・生姜・酒・砂糖・しょうゆ' (Pork belly cut-off meat, new onions, snap peas, mini tomatoes, oil, ginger, sake, sugar, soy sauce). At the bottom, it says '詳しいレシピはこちら' (Detailed recipe is here) and '商品はこちら' (Product is here).

レシピ動画の紹介

e フレンズの「今週のレシピ動画」では「キッチンメモ」のレシピが紹介される。「商品はこちら」から使用食材の注文が可能となっている。(e フレンズウェブサイト 2024 年 2 月 27 日アクセス)


献立の提案

～「3日分の献立おまかせセット」～

家庭での食事や料理については、毎日の献立を考えることに負担を感じている人は少なくない。コープきんきでは、2019 年から「3日分の献立おまかせセット」を開始した^{*}。このサービスは、1 週間のうち 3 日分の主菜・副菜の材料と紙のレシピがセットで届くものである。調理はレシピにしたがって進め、量は注文時に 2 人分か 3 人分かを選ぶことができる。2 日目以降に冷凍食品を使用する場合などには、レシピに翌日の下準備として「国産豚小間切れ〇〇g を冷蔵庫に移して解凍しておく」といった指示も記載されている。

この「3日分の献立おまかせセット」は、関東の生協での取り組みを参考に、コープきんきで検討を重ねて始まったものである。検討のなかでは、実際にサービスを利用する対象として、小さな子どもがいる 30 代前半の女性で、日々の献立を考えることにストレスを抱えている組合員が想定され、忙しいなかでも時短で作れることが重視されている。

レシピは委託先を通して、フードコー



2人分 **3月2回**

今週のレシピは
フードスタイリスト
河合 朝日香さん



3日分の献立 (おまかせ) セット

ハッシュタグ「#3日分の献立セット」をつけて、SNS投稿してみよう。

	品名	1日目	2日目	3日目	使用量
冷凍	境港でつったあじフライ	4枚			全量
	大瓶ワサ ぶるもち水餃子		12個		12個
	国産鶏小骨切れ			200g	200g
	国産鶏小骨切れ			(※いずみ生協は わかやま生協は 240g)	(※いずみ生協は わかやま生協は 240g)
冷蔵	千切りキャベツ (※いずみ生協・わかやま生協はコールスロー)	1袋			全量
	しいたけ	1/2袋	1/2袋		全量
	絹厚あげ	1個		2個	全量
常温	国産野菜 ごま沢庵	1/2袋		1/2袋	全量
	きゅうり	1/2本	1本	1/2本	全量
	白ねぎ	1/4	1/4	1/2	全量
青果	水菜	1/3袋	1/3袋	1/3袋	全量
	人参	1/4本	1/4本	1/2本	1本
	トマト	1個	1個		2個
	ピーマン			1/2袋	1/2袋
常温	シーチキンフレーク	1缶	1缶	2缶	

ご自宅で用意する調味料

- ・こしょう ・ごま油 ・しょうゆ ・みそ ・みりん ・ウスターソース
- ・オリーブオイル ・ケチャップ ・サラダ油 ・ブラックペッパー
- ・かつお節 ・やまぶし ・和風だし(の素) ・塩 ・片栗粉 ・砂糖
- ・酒 ・酢 ・ごま(お好み) ・ラー油(お好み)

ご自宅で用意する食材
※(1個)

お忘れん!



今回の
レシピを
詳細してねよ



スマホで
レシピを
CHECK!

メニュー

14

15

1日目

601kcal
(1人分)

パリッとタルタルの あじフライ

厚揚げとしいたけの
菜チンつま煮

①メインはごま沢庵を入れることで、さっぱりとした味わいのタルタルソースが簡単に作れます。沢庵の食感もいアクセント!

段取りメモ

メインの①、③、サブの②で食材の下準備→サブを仕上げる→メインを仕上げ

【「パリッとタルタルのあじフライ」】

材料

- 境港でつったあじフライ 4枚
- 国産野菜 ごま沢庵 1/2袋
- ママト 1個
- 千切りキャベツ (※いずみ生協・わかやま生協はコールスロー)
- きゅうり 1/2本
- 水菜 1/3袋
- サラダ油 適量
- マヨネーズ 大さじ4
- 酢 小さじ1
- 砂糖 小さじ1/2
- 塩 ひとつまみ

作り方

- ごま沢庵は汁気を切って粗く刻み、Aと混ぜる。
- きゅうりは幅3mmの斜めうす切りにし、トマトは幅3cmのくし切りにする。水菜は長さを3cmに切ってキャベツと混ぜる。全て皿に盛り付ける。
- 鍋にサラダ油を中火で熱し、凍ったままのあじフライを包材通りに揚げる。②の皿に盛り付けて①をかける。

油の温度の測り方
塩をひとつまみ入れて音で温度を測ります。
・160度→入れてから少く待たせ「ジャンク」
・170度→入れてから少し時間を置いて「パリッパチ」
・180度→入れてすぐに「パリッパチ」

【厚揚げとしいたけの菜チンつま煮】

材料

- 絹厚あげ 1個
- しいたけ 1/2袋
- 人参 1/4本
- 白ねぎ 1/4
- 水 150ml
- しょうゆ 大さじ2
- みりん 大さじ2
- 酒 大さじ2
- 砂糖 小さじ1
- 和風だしの素 小さじ1/2

作り方

- 人参は小さめのひと口大に切り、しいたけは半分切る。白ねぎは幅1cmの斜め切りにする。厚揚げは4等分に切る。
- 耐熱容器にA、①を入れてラップをし、電子レンジ(600W)で8分加熱する。ラップをしたまま蒸らして粗熱をとる。

※白ねぎの使用量はお届けの量を1とした表記。

「3日分の献立おまかせセット」のレシピ
商品と一緒に届けられるレシピ (2024年3月2回の1日目)。

ディネーターや料理人等によって考案されている。1人に固定ではなく、複数人が考案者となっていることで、いろいろなレシピを楽しむことができるサービスとなっている。

「3日分の献立おまかせセット」の材料は全量使い切るものも多いが、一部のみ使用する場合もある。eフレンズで注文する際には、使用食材をすべて注文する方法のほかに、材料で手持ちのものがあったり苦手なものがある場合は、注文から外すことも可能である。

レシピは紙で届くことになっているが、サービス開始前の検討では、スマホで見たら良いのではという意見もあったという。しかし、料理中に画面が消えたり、スマホ

を触ることになってしまうという問題を考えると、やはり紙は必要との判断に至った。レシピの紙にはQRコードが載せられているため、スマホでチェックしたい場合はそちらを利用することも可能である。さらに、「eフレンズばくばく献立くん」では、この「3日分の献立おまかせセット」の過去のレシピを閲覧することもできる。

※2024年2月の取材時点で、「3日分の献立おまかせセット」は、コープしが、京都生協、いずみ市民生協、わかやま市民生協で実施されている。

デジタルの活かし方

生協においてウェブサイトや SNS の活用は様々な場面で進められているが、それぞれどのような目的があるのだろうか。たとえば、コープきんき公式の Instagram は、組合員に限らず広く一般へのお知らせという位置づけであり、ちょっとみて楽しい、役立つ情報を提供することが意識されている。SNS の活用は、発信する情報を入り口として生協に興味をもってほしいというねらいがある。

紙媒体との使い分けも重要なポイントである。前述の「3 日分の献立おまかせセット」では、紙のレシピが届くことになっているが、過去のレシピはまとめて「e フレンズぱくぱく献立くん」にデータが蓄積されている。紙のレシピの必要性を考慮しつつ、デジタルのよさを活かす工夫がおこなわれている。

e フレンズは、当初、カタログをウェブカタログにするなど、紙媒体からインターネット注文を可能にすること、利便性を向上させることを目的に整備が進められてきた。しかし、紙には紙ならではの見せ方があり、ウェブサイトやアプリはそれとは異なる見せ方を考える必要があるとして、取り組みは徐々に変化している。コープきんきでは、2018 年から若年層向けのアプリとして「ニコリエ」をリリースした。注文ツールであるとともに、商品の特集に加えて生活に役立つ情報や企画など、ターゲットの若年層向けのコンテンツが盛り込まれている。このような取り組みは当初はニコリエのみであったが、現在は e フレンズのウェブサイトにも広げられている。

デジタルならではの仕組みは注文方法でも取り入れられている。たとえば、生協では紙媒体のカタログの場合、その企画回でし

か注文できないが、インターネットの場合は、先どり注文という形でかごに入れておくことができる。また、昨年例では、バレンタインデーで好評だったチョコレート商品を開発する際、アソートの食べたい味を組合員に投票してもらうという企画が実施された。数量制限のある商品のため、投票者には先行販売で買うことができるようになるなど、組合員とのコミュニケーションの要素も取り入れた企画が可能となっている。

おわりに

本稿では、コープきんきのデジタル活用の取り組みを「レシピ」に焦点をあてつつ紹介してきた。生協のデジタル活用は、紙からネット注文へ、という段階を超えて広がりを見せており、組合員だけでなく、一般の人が利用できるものとして広報活動という点でも意味をもつ。ただし、デジタル媒体の利用や情報探索のあり方は、人によってさまざまである。今回注目した「レシピ」についても、ウェブサイトや SNS、アプリ等、情報を入手できる手段は数多く存在する。生協の場合、商品利用との関わりをふまえた上で、目的を明確にしたデジタル活用をめざすことが今後ますます重要になるだろう。

本稿は、コープきんきのデジタル活用の一部を取り上げたにすぎないが、生協のデジタル活用の取り組みについては、仕組み作りとともに、実際に組合員（これから組合員になる人も含めて）と接する職員の役割も大きいのではないかと思う。職員はこのような取り組みの存在や、その活用法を知らない人に対して伝えていくことが可能であり、利用した感想や要望を聞けるかも

しれない。商品の注文という側面だけでない、デジタル活用のあり方には様々な可能性がある。今後も注目していきたい。



コープきんき公式 Instagram の投稿
(スクリーンショット)



コープきんきのアプリ「ニコリエ」より
(スクリーンショット)



@COOPKINKI_OFFICIAL

コープきんき公式 Instagram の QR コード



左から岩橋涼、浜野敦子氏（コープきんきマーケティング企画部）、堀田愛氏（コープきんきインターネット事業グループ）

特集Ⅱ 生協に“魅せる”力はあるのか

03

暮らし課題解決の手段として — パルシステム連合会のカタログを事例に —

聞き手 岩男 望 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)

秋山 貴彦 (パルシステム連合会)



秋山 貴彦氏

はじめに

生協は、自らが取り扱う商品をいかに組合員に魅せるのか。その手段のひとつがカタログである。パルシステム連合会では、組合員のニーズに合わせた複数のカタログを提供している。3種類のメインカタログ『コトコト』『Kinari (きなり)』『きなりセレクト』(P33 図1 参照)、4種類のオプションカタログ (P34 図2 参照)、その他カタログ (P34 図3 参照)。このカタログ体系には、どのような背景や思いがあるのだろうか。パルシステム連合会・商品企画部長の秋山貴彦氏にお話をうかがった。

メインカタログ

【岩男】メインカタログについて、それぞれコンセプトを教えてくださいませんか。

【秋山氏】『コトコト』は主に子育て層向けの媒体で、子どもたちと親との暮らしに向けたものです。ただ、昔は家族4人を想定していましたが、今は3人の世帯のほうが多くなってきており、暮らしの形態が当初からどんどん変わってきているかなという状況になっています。

『Kinari』は、子育てを終了された方、また、夫婦2人の暮らしというところを媒体の特徴として、「暮らしを楽しむ」とか、「食をゆっくり楽しむ」ことができるような世帯に向けて展開している媒体です。

さらに、『きなりセレクト』は、OCR用紙(注:機械で読み取りを行う記入用紙)を媒体風にして、カタログに直接数量を記入して注文できる形になっています(P35 図4 参照)。年配になられた方でも買い物をしやすく、また、カタログを読んで「これが欲しい」と思ったものを直接記入することができるため、わずらわしさのないものに



図1 メインカタログ3種 (提供いただいた資料より作成)

なっています。

【岩男】 それぞれどのくらいの割合の組合員が利用しているのでしょうか。

【秋山氏】 2024年1月5回の利用実績の割合は、『コトコト』が61%、『Kinari』が34%、『きなりセレクト』が1%未満、『タバソダ』(後述の、アプリ専用モデル)が4%となっています。

オプションカタログ

【岩男】 続いて、オプションカタログについても教えてください。

【秋山氏】 もともとメインカタログは、『コトコト』『Kinari』と『yumyum (ヤムヤム)』の3つの媒体でスタートしました。『yumyum』は、赤ちゃんや就学前の子どもたち、より小さなお子さまのいる暮らしをサポートする媒体としてスタートして、今は隔週発行のオプションカタログとしてやっています。

『ふれーんべいじ』は、アレルギーが気になる方へということで、卵と乳製品などアレルギー食品を不使用な原材料の商品、コンタミも含めて不使用な商品を取り扱っています。

『ケア・さぼーと』は、介護の必要な方向けの商品を扱う媒体で、柔らかい食品だとか、大人用おむつなどの品ぞろえがあり



yum yum (ヤムヤム)
隔週発行
赤ちゃんや就学前の子どもを育てている方へ
食品から日用雑貨まで子育てファミリーをサポート
● 便利な食材、雑貨が勢ぞろい
● レシピ、子育て情報も充実



ぶれーんべいじ
隔週発行
食物アレルギーが気になる方へ
食物アレルギーに配慮した商品がそろう
● 商品はすべて卵・乳製品不使用
● アレルゲン、原材料の表示付き



ケア・さぼーと
4週に1回発行
介護をしている方やアクティブシニアへ
“やわらか食”などの介護食や介護用品をご用意
● 食品約30品目を掲載
● おむつなどの介護用品も



Link Ring Love (リンク・リング・ラブ)
4週に1回発行
犬や猫とくらす方へ
犬や猫との毎日を安心して送るための情報をお届け
● 飼育マナーや犬猫をとりまく問題を紹介
● 重たいフードや雑貨も

図2 オプションカタログ
(提供いただいた資料・ホームページより作成)

ます。

『Link Ring Love(リンク・リング・ラブ)』は、犬や猫といったペットのための商品、たとえば猫砂とか、餌などの品揃えをしているという媒体です。

ニーズに合わせた魅せかたの工夫

【岩男】それぞれの媒体における魅せかたの工夫はありますか。

【秋山氏】子育て世帯向けの『コトコト』

ecore(エコレ)：有機野菜がもっと身近に
有機とエコ・チャレンジの青果を、色鮮やかに迫力のある写真とともに紹介します。有機に初めて触れる方にもおすすめです。

産直365：産直産地の今を伝える
毎回テーマを定め、産直産地の取り組みを深掘り。
生産者の365日を見つめ、組合員の365日もいっしょに紡いでいきます。

わたしのorganic(オーガニック)：有機原料の加工品と出会う
有機の原料で作った加工品にスポットライトを当てました。
オーガニック好きも、試したことのない人も、お気に入りが見つかります。

食楽広場：有名店の味や地方の名産品
「いつものくらしにプラス1のお楽しみ!」がコンセプト。お取り寄せや、デパ地下を巡るようにお買い物を楽しめます。

Caica(かいか)：チケット・カルチャー・旅行の情報が充実
パルシステムだけの貸切公演や割引など、おトクな情報が満載です。

スクエア：住まいやくらしに関することならお任せ
リフォームやシロアリ防駆除といった「家」にまつわるお悩みや、エアコン掃除・ふとんの立立て直しといった「くらし」に関する困りごとを解決します。

つ・む・ぐ：ものと私がつむぐ暮らし
国産の原料や文化、伝統・技の継承を大切に、作り手や産地の物語をていねいに紹介。愛着をもって長く使い続けたいモノとの出合いを提案します。

ギフトカタログ：感謝の気持ちを込めて
季節の挨拶や感謝を伝えたい日に向けた、特別なカタログです。
【母の日・父の日ギフト】【夏のギフト】【冬のギフト】

パルクラス
くらしをもっと快適にする生活用品

素肌時間
スキンケア・メイクなどの化粧品

キッチン+プラス
調理を助けるキッチン雑貨

図3 その他カタログ
(提供いただいた資料より作成)

では、より写真のほうで見せたりだとか、イラストを多くしたりだとか、そういった形で進めています。

『Kinari』のほうは記事をより深く、掘り下げた内容を出すようにしています。また、より年配の方が多く、言葉遣いなどの表現方法にも配慮しています。また、子どもがいらっしやらない方もいらっしやるといことで、子どもに関する情報はあまり出さないようにしています。

さらに、同じ商品であっても、媒体によって写真も変えることもあります。たとえば『Kinari』のほうに少し重厚感ある写真にするなど、イメージとしてはそういうような形で撮っています。



図4 きなりセレクト (ホームページ画像より作成)

【岩男】 写真や文章にまで配慮されているのですね。子育て世帯向けの『コトコト』で、写真やイラストに力を入れてらっしゃるのは、時間のなさを考慮してということでしょうか。

【秋山氏】 そうですね。『コトコト』世帯では、『Kinari』世帯よりもカタログを見ることに当てる時間が少なく、平均で15分ぐらいとなっています。そのため、気になったところだけ読むというような方が多くなっているという状況です。

カタログの種類が増加した経緯

【岩男】 ここまで多様なカタログを提供するようになった経緯を教えてください。

【秋山氏】 個人宅配を本格的に事業に導入することに、最初に取り組んだのがバルシステムでした。そのときに共同購入と個人宅配でカタログを作り分ける必要性がありました。個人宅配専用のカタログとして、『pal*mart』を1996年に創刊しています。

その次のステップとして、ライフステージに合わせた提案をしていくことが事業的に課題だと捉えて取り組んできました。そのなかで『おれーんぺいじ』や、『yumyum』の前身であった『For Baby』を作りました

た。よりその人その人のライフステージに合わせた、暮らしの課題に合わせた媒体の提案をしていこうということで、最終的に、『Kinari』と『yumyum』と、『コトコト』の前身になる『my kitchen』という3媒体となりました。その後、ウェブカタログ等のアプリは2014年に、高齢者に向けたきなりセレクトは2015年に開始しました。

基本的には暮らし課題解決事業というのがわれわれの役割だと認識しているので、暮らしの課題に合わせたライフステージ別の提案をしましょうということで媒体が多くなっていったという流れです。

暮らしの実態を知り、ニーズをくみ取る

【岩男】 組合員のニーズをくみ取るために、どのようなことをされているのでしょうか。

【秋山氏】 「くらしの定点調査」や、アンケートを頻繁に行い、それによって組合員さんの暮らしの実態を知ることと、あとヒアリングで実際に組合員さんの声を聞かせていただいて、それを事業としてどのようにしていくべきかを考えています。

【岩男】 くらしの定点調査とは、どのような調査なのでしょう。

【秋山氏】 2,000人規模で調査をしています。3年に1回、中期計画を作る際の調査として始めたものです。その都度、無作為抽出で選んだ方を対象に行っています。年齢や家族構成、年収などといった項目で全体の状態を確認して、それを踏まえて、今後必要になることを考えます。

年齢層についてみると、組合員の高齢化

が進んでいます。2021年度調査では、平均年齢53.6歳で、ボリュームゾーンは50代です。

くらしの定点調査では追えない、深掘りしたい点については、別途ヒアリングやアンケート調査を行うという流れをとっています。

ウェブサイト・アプリでの注文

【岩男】 紙カタログでの注文以外に、インターネット注文も可能ですよね。インターネット注文でも、紙カタログの商品と全く同じものが注文できるのですか。

【秋山氏】 そうですね、『コトコト』と『Kinari』と合わせて注文できるようになっています。利用状況では、インターネット注文と、OCR用紙での注文とがおおよそ半分ずつです。だいぶインターネットでの注文が進んできているなという認識をしています。

インターネット注文については、注文サイトを利用する方法と、アプリを利用する方法があります。今後、紙カタログはいらなくなる方がどんどん増えてくるだろうとは思いますが、現状では、紙カタログを見てインターネットで注文される方が多いです。しかし、この先5年10年経った時に、そのような利用形態は縮小されると考えられますので、それに向けた最適なスペックを構築することが求められます。

【岩男】 アプリについても詳しく教えてください。

【秋山氏】 ウェブ上で紙媒体をめくっていくような形（ウェブカタログ）で注文でき

るアプリが当初からあります。それ以外に、カテゴリ検索や特集から商品を選ぶことができるパルシステムアプリがあります。それ以外に、紙カタログを全く配らず注文したい時だけお伺いする利用形式の『タベソダ』というモデルがあります。

そのほかに、『まめパル』というアプリもあります。届いた食材の管理ができ、これらの食材でレシピを検索できるというものになっています。

【岩男】 インターネットやアプリでの注文でも、オプションカタログのように、カテゴリ別に商品を探ることができるのでしょうか。

【秋山氏】 アプリや注文サイトだと、カテゴリやテーマ別のタブから選ぶことができます。「オーガニック」「お弁当」「離乳食」などがあります。離乳食では、月齢ごとに見ることができます。

カタログについての組合員の反応

【岩男】 カタログについて、組合員さんからはどのような声があるのでしょうか。

【秋山氏】 毎週、買い物アンケートを行って感想をいただいています。300人弱ぐらいの方からインターネット上で返していただけなのですが、おおむね好評です。ただ、アンケートに答えてくれる方々ということで、良い声をいただける方が多いのかなとも思うので、それだけで判断するのは怖いなとは思っています。いただいている声としては、「おいしそうな写真でした」とか、「これを作ってみたいと思います」とか、「ちょうどこんなことに困ってしまし

た」といった声はいただいておりますね。

単なる買い物ツールを超えた役割

【岩男】 パルシステムが考える、自分たちのカタログの特徴はどのような点でしょうか。

【秋山氏】 パルシステムのカタログは、単なるお買い物のためのツールではありません。組合員一人ひとりのくらしの課題に応える情報を伝達するための大切な手段です。

商品のおいしさだとか、仕様内容などを記事として書くことが普通の食品のカタログだと思います。しかし当会では、暮らしの課題に対する提案をすることを重視しています。商品の状態やスペックだけじゃなく、この商品が「暮らしに対してこういうふうに役立つんですよ」、「こういう役割を持つんですよ」、「社会に対してこういう影響があるんですよ」というようなことを踏まえて記事を作ることを心掛けています。「おいしいですよ」だけじゃなく、商品が暮らしにどう関わるかを提案できるよう、ちゃんと気を付けて作りましょうということですね。

暮らしの課題に答える情報を伝えることが、毎週の暮らしに役立つものだと思うので、そのための媒体であることが必要だと思っています。紙カタログもひとつの媒体ですが、インターネットも含めて、情報媒体全体としてそのことを大切に取り組んでいます。

【岩男】 組合員のニーズに合わせた必要な情報を、媒体にかかわらず発信されているのですね。

【秋山氏】 また、カタログや注文サイトとは別に、『だいどこログ』というレシピサイトを持っています。パルシステムの利用者じゃない方もサイトとして見られるので、今、毎週平均 50 万人ぐらいが見に来ています。生協が毎週新しいレシピを提案しているので、その都度『だいどこログ』のほうにアップしていくような流れになっています。レシピの内容は、ちゃんと監修をしていただいた内容なので信頼を持っていただけるものかと思います。

レシピで使われる食材については、注文サイトと連携しており、その商品をレシピサイトから注文できるようになっています。

また、「子育て 123」というサイトでは、離乳食レシピなどの記事を掲載しています。また、「クッコ」という、子どもと一緒に料理しようというサイトもウェブ上の動線にあって、希望者には紙のレシピも提供しています。

今後の展開と課題

【岩男】 インターネット注文も増えている状況ということですが、社会状況の変化も踏まえて、今後の展開や課題について教えてくださいませんか。

【秋山氏】 2022 年にパルシステムアプリをリリースして、それを基本としてほかに 3 つのアプリがあります。それを集約していきたいなどは思っています。アプリの登録はずっと減ることなく増え続けていますので、それを踏まえると、大学生や Z 世代と呼ばれる人たちは本当に紙を見て注文するという感覚がないのだと感じます。そういう人たちが大人になって思い出してくれたときに対応できる生協でありたいと思

いますので、そこに向けて新しいやり方を今後作りたいなと思っています。

インターネット注文については、先んじて導入してきましたが、今はどんどん追い抜かれてしまっているというのが今の生協業界だと思っています。サイトで注文しやすくすることや、カタログを見ない方にもきちんと暮らし課題解決も含めた提案ができるようにすることが、今の課題かなと思っています。インターネット注文だと「商品を選ぶ」という作業になりやすいという点がどうしてもあるので、商品を選んでもらうだけでなく、暮らし課題の解決に貢献することが、生協のお役立ちの 1 つかなと思っていますので、そこに向けたアクションが必要かなという課題を持っています。

また、注文サイト上に先ほどお話ししたような子育てを応援する情報などがありますが、普通の買い物動線と少し流れがずれてしまっているので、本来の買い物動線上にウェブ上のサービスも展開していくような、そういったことが今後求められるのだろうなと思っています。

媒体の変化と紙カタログのニーズ

【秋山氏】 世の中ではもう食品の宅配というのはスタンダードになりつつあり、この先共働きが増えていく状況にあります。また、生協を支えて、多く利用いただいている団塊の世代の方々が後期高齢者になっていく時代になって、暮らし方が一気に変わる状況になってくるのかなと思っています。さらに、世の中の的にも、紙のコストの上昇や資源の状況も踏まえると、紙の媒体という案内が本当に適切なのか？という時代に入ってくるのかなと思っています。一

番今かかっているコストは紙代なので、次第に紙媒体が減って紙代が削減できればインターネットでの開発コストを吸収できるのではないかと考えています。

ただ、紙媒体は最終的になくならないというふうには思っています。例えば「レシピは紙で見たいです」という声もアンケートであがってきています。また、お子さんがいて、在宅でゆっくり紙のカタログを見ることができ環境になったときに、無料の紙媒体があるとそれはそれでインセンティブとして認識されることもあると思います。コスト的には、紙削減することによってインターネット注文のほうに注力することで回収できるようにしないと、事業として成り立たないと思いますし、端境期するときには少し足が出る可能性はあるかなと思いますけども、基本的には紙を減らしつつ続けていきたいなと思っています。

今後、インターネット注文の仕方など新しく構築していく際に、今のところからもう1歩、2歩進んだ提案にしないでほしいと思っています。そのなかで、買い物だけのツールではなく、きちんと暮らし課題解決、社会への情報発信として何ができるのか、どういう形がいいのか、ということ課題としていますし、急いで構築しないといけないと認識しています。

取材を終えて

組合員のニーズに応じるために、写真や文章といった点にまで気を配られてカタログが作られており、その背景には組合員のニーズを丁寧にくみ取る調査がある。また、時代の変化に応じて、単に商品を選ぶ作業となりがちであるというインターネット注文の課題や、各世代のニーズの変化への対

応が必要だと認識されている。

今回の取材を通して、生協が考えるカタログの意義、つまり、単なる商品の提示だけでなく、暮らしの課題解決や社会課題解決をめざすものであるということを改めて学ぶ機会となった。生協の「魅せる力」は、商品を選んでもらうためだけでなく、そのような役割を果たすために活かされているものだと言えるだろう。

〈謝辞〉

本稿の執筆にあたり、快く取材に応じてくださり、併せて資料の提供等のご協力をいただきましたパルシステム連合会の秋山氏に深く感謝申し上げます。

くらしと協同をたずねて 1

美味しい笑顔を届ける仕事 ーフードコーディネーターとしての思いー

横川 珠里 (日本大学大学院 生物資源科学研究科 博士前期課程)

はじめに

フードコーディネーターとは、食に関するさまざまな場において、複雑な条件を調整し、それぞれの要求に沿って満足できる状

況を演出することであるが、その範囲はきわめて広い。食事する場である食卓や食堂、食品を販売する場のスーパーやデパ地下、食に関する情報を発信するイベントやテレビ、広告などの企画、また知識や技術を伝

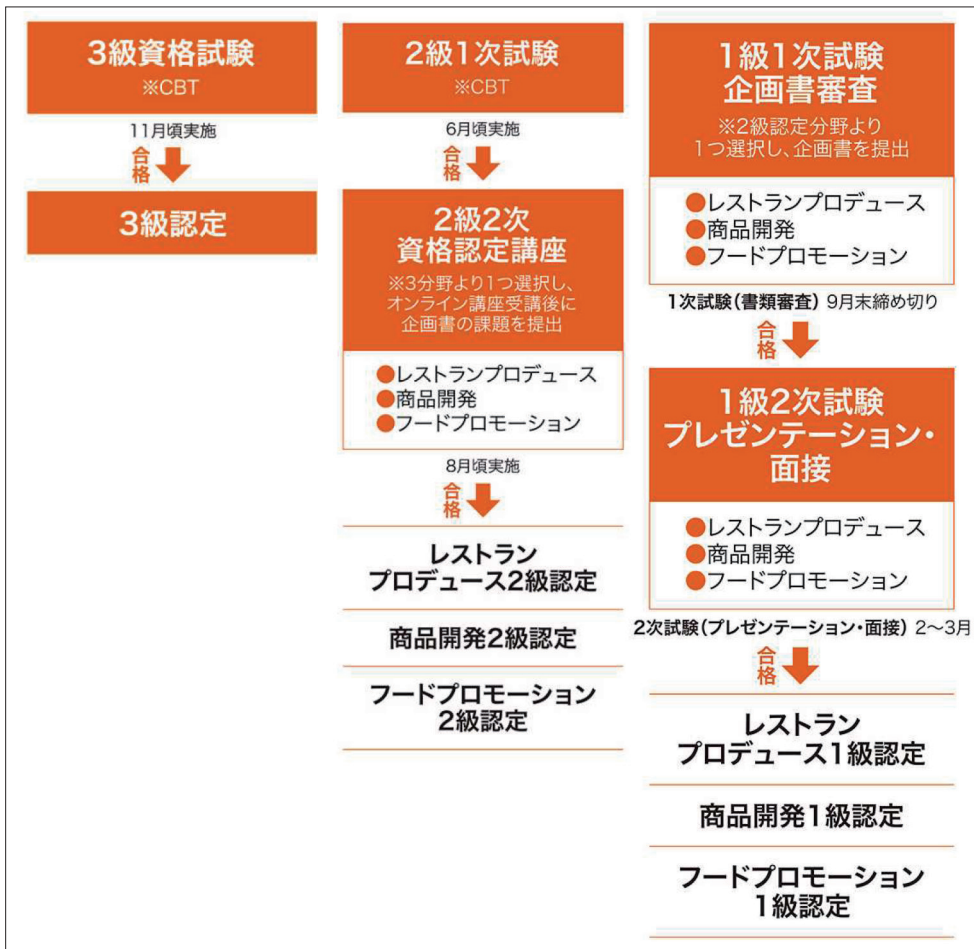


図1 フードコーディネーター協会 資格試験制度の仕組み (2023年度) より引用。

達する食育、さらには店舗経営なども視野に含まれる¹⁾。

本稿では、フードコーディネーターの仕事内容をはじめ、食を魅せるうえで大切にしていること、現在の日本の食生活に対する思いを日本フードコーディネーター協会副理事長の沢 亜紀氏への取材を通じて代弁したい。

フードコーディネーターの資格

フードコーディネーターの資格は図1の通り、1級～3級に分類されている。

○3級

「食」に関する全般の知識が必要とされる。

○2級

総合的な知識に加え、2次認定では、①レストランプロデュース、②商品開発、③フードプロモーションの3分野から1つを選択して受験となる。それぞれの分野における専門知識が必要とされる。「レストランプロデュース」では、オープン前の店舗の内装やメニュー内容、販売促進だけでなく、オープン後の経営の見直しや改装、従業員の教育まで行う。いわばレストランに対する総合プロデューサーという立場である。「商品開発」では、企業の商品や地方自治体の特産品の商品開発、メニュー開発の手伝いを行う。「フードプロモーション」では、前者で提案した商品、メニューの販売促進、商品を知ってもらい、購入しても

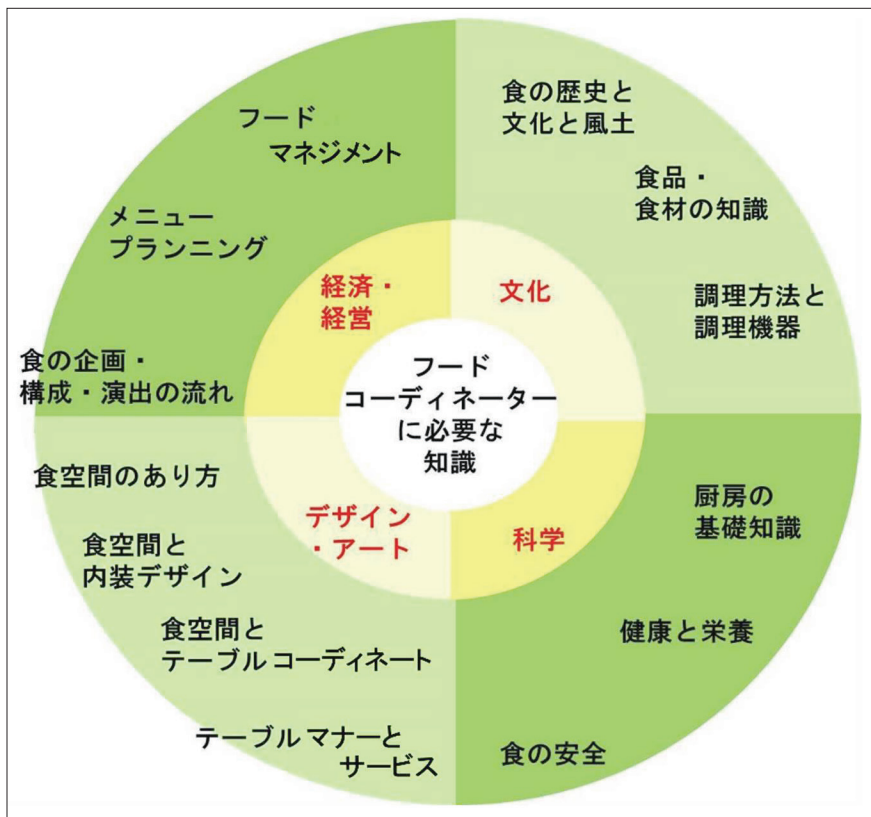


図2 フードコーディネーターに必要な知識・技術

らうための道筋を立てる。食情報の表層だけでなく、食を探求して掘り下げ、その本質を捉えて食のストーリーを組み立てながら消費者に魅力あるものとして伝えていくマーケティング要素が重要である。

○ 1 級

2 級で取得した分野で、受験となるが、企画書・提案書を作成できることが重要となる。フードコーディネーターの仕事内容は多岐にわたり、パーツでの仕事も多いが、その際、マーケティングを学び、企画・提案まで行うことができれば仕事の面を大きく増やし、フードプロデューサーのような立場で仕事をトータルで行うことができる。フードコーディネーターの資格取得は、食に関わる仕事の分野で、何らかの軸足を持っている人がそこにプラスすることで、さらに、仕事の幅と奥行きを広げることが可能になる。

一方で、さらに、1 級に必要とされるスキルは、知識だけでなく、現場での実践が重要で、一つひとつの実践の中で反省し、次に活かしていくことが重要である。そして、世の中の流れ、トレンドに常にアンテナを張り、消費者の気持ちをキャッチするために、マーケティング的な視野を磨いていくことも大切である。感性だけではない、説得力のある理由を合わせ持って企画・提案する能力が求められる。

生活者に感動を与える 「美味しさ」の表現

これはトレンドや生活者のその時々々のマインドを理解していないとできないことである。さらに、クライアント・依頼主の要望、企業や商品のコンセプトを理解することも重要である。魅せる商品や企業の方向

性・イメージ、魅力や特徴を掘り下げ、探求、洞察していくことでその商品や食材の本質を魅せることができる。知識をインプットするだけでなく、それをアウトプットすることで魅せる力を磨いていく。商品を実際に手に取って喜んでいただけた時、嬉しい笑顔、美味しい笑顔を最後に自分がキャッチした時に、やりがいを感じるができる。

食の感動、 食べることの楽しさに気づくこと

現在の日本人の食生活において、「食べることの本質にもっと興味を持ってもらいたい。」と沢氏は訴える。フードコーディネーターとして、生活者が美味しいと感じる感動をどのように提案して伝えていくか、ということを前提に、生活者一人ひとりが、食べるということ、食材を大切に、その食材に向き合う時間をより持ってもらいたい。女性の社会進出や単身世帯が増加する中で、食の欧米化、簡便化も進んでいる。便利なものを活用しつつも、季節の旬や行事を食を通して楽しむことを忘れないでほしい。小さな食の感動、食べることの楽しさ、その楽しさに気づかせてあげることもフードコーディネーターという食のプロデューサーの仕事の一つでもあると沢氏は語る。

おわりに

「食」は人をシンプルに幸せにできる魔法を持っている。どんなに落ち込んでいても美味しいものを食べると元気になる。食べることの喜びや感動、意味を思い出し、ポジティブに生きるための糧にしてもらおう

ことのお手伝いがフードコーディネーターの大切な使命のひとつである。生活者にその思いを伝えるためには、魅せる力が必要不可欠となる。日本や世界の流行に常にアンテナを張り、魅せる商品や食材についての情報収集を幅広く、深く行うことで、魅せる力は磨かれるだろう。人は食べなければ生きていけない。しかし、食べることを義務とするのではなく、その食材一つひとつが持つ魅力や美味、その背景を伝えていくことで生活者の興味を引き出し、感動を与え、そしてその感動を共有していくことで持続可能性に繋がっていくのではないだろうか。そして、簡便化された商品やAIも活用しつつ、農業体験のような原点もバランスよく組み合わせていく、柔軟性のある食生活で、より豊かで楽しい未来の食を創造してほしい。

この度のインタビューに応じてくださり、フードコーディネーターの仕事内容等についてお話いただいた、日本フードコーディネーター協会副理事長の沢 亜紀氏に

深く感謝申し上げます。

【注】

- 1 (公社) 日本フードスペシャリスト協会編『フードコーディネーター論』建帛社、2019年。



日本フードコーディネーター協会副理事長の沢 亜紀氏

くらしと協同をたずねて？

京都大学「花谷会館」を取り巻く歴史と その継承について

安藤 悠太 (京都大学大学院地球環境学堂 特定助教)

はじめに

京都大学吉田キャンパスの正門を抜けてすぐ右手の、自動車と連絡バスの入構門の先に、砂利が敷き詰められた空き地がある(写真1)。吉田神社の参道でもある東一条通のすぐ隣のこの敷地には、2021年8月まで「花谷会館」があった。花谷会館は木造2階建ての延べ約160㎡の小さな建物で



写真1 花谷会館の跡地 (2024年2月撮影)



写真2 在りし日の花谷会館 (2012年撮影)

あり、2016年9月まで長らく京都大学生協同組合の本部事務所として使われていた(写真2)。しかし、建物の老朽化が激しく耐震基準を満たしていなかったため、空き家状態が5年近く続いた後に取り壊されてしまった。取り壊し時点で築74年を迎えていた花谷会館は、実は歴史的な意味を持つ建物であった。その歴史は、建設された1947年よりさらに遡ること2年、広島への原子爆弾投下にまで連なる。

本稿は、花谷会館が京都大学で辿ってきた歴史を概観すべく、その由来を簡単にまとめると同時に、京都大学生協同組合によりどのように使用されてきたのかを記したものである。本稿が、取り壊した後、いまだに具体化されていない花谷会館の歴史を継承する方法を探る一助となることを望む。

花谷暉一らの不慮の死

花谷会館の「花谷」という名前は、京都帝国大学理学部の荒勝文策研究室に所属していた、大学院生の花谷暉一氏に由来する(写真3)。荒勝文策教授は、加速器を用いた原子核の実験的研究を日本で最初に始めた人物であった。1943年に荒勝研究室の大学院生となった花谷暉一氏は、第二次世界大戦中、ウランに中性子を衝突させ、核分裂したウランから放出される中性子を測定するために、検出装置や手法の開

発を行っていた。同時に、海軍からの要請により、荒勝研究室は天然ウランからウラン235を分離抽出するための遠心分離器の設計や、核分裂連鎖反応の臨界値の計算などにも取り組んだ。この戦時研究は核分裂(fission)の頭文字をとって「F研究」と呼ばれた。

そして、1945年8月6日8時15分、広島に原子爆弾が投下された。原爆の恐るべき威力を前に、荒勝教授と陸海軍は調査団を組織し、花谷暉一氏を含む7名の理学部班と、4名の医学部班の計11名が、10日に広島を訪れ、その惨状に衝撃を受けつつ、土を採取して京都へ持ち帰りβ線の測定を行った。その後、荒勝教授は、第2次調査団のデータと合わせて、新型爆弾が原子爆弾であると科学的に断定した。8月28日には、第1次調査団に参加し広島で被爆者の調査を行っていた医学部の杉山繁輝教授を中心として、血液学や解剖学の研究者を含む全学的な診療調査班の派遣が決定された。医学部から募られた有志の診療調査班は、9月3日に宮島の対岸の大野浦にあ

る陸軍病院に到着し、到着以来十数日で2000名もの被爆者を診察し、当時は未知だった放射線障害についても報告した。

一方、9月12日には、文部省の学術研究会議が原子爆弾災害調査研究特別委員会を発足させ、荒勝教授と医学部の菊池武彦教授に参加を要請した。そこで、荒勝研究室から花谷暉一氏を含む6名で第3次調査団が組織され、残留放射能の調査を行い復興に役立てるため、大野浦陸軍病院に合流して研究と治療に当たることとなった。理学部の6名は、9月15日に京都を出発し、16日の夕方に強い雨の降る大野浦に到着した。翌17日も強い雨が続き、夜には激しい豪雨となった。この雨こそが、1945年9月17日に終戦直後の西日本を襲った大型台風である枕崎台風による記録的豪雨であった。しかし、上陸地点の枕崎測候所で記録された62.7m/sもの最大瞬間風速と916hPaという最低気圧は、通信線の途絶により中央气象台には届かなかった。広島市の江波山にある広島气象台では、台員による懸命の観測が行われていたが、原爆の被害により市民に天気予報や防災情報を伝える術を失っていた。風雨がさらに強まっていた大野浦陸軍病院では、夜10時頃に停電が起きた後、突如、山津波(土石流)が発生した。この山津波により、陸軍病院



写真3 花谷暉一氏の写真
(京都大学生生活協同組合に保管)



写真4 被災後の大野浦陸軍病院
(京都大学大学文書館所蔵)

は崩壊し (写真 4)、理学部班から花谷暉一氏を含む 3 名と、医学部班から 8 名が犠牲となった。この京都大学原子爆弾災害総合研究調査班の遭難の知らせが京都に届いたのは 20 日になってからであり、10 月 11 日に時計台 2 階の大講堂にて大学葬が行われた。

花谷暉一氏の遺族であり兄の花谷正明氏は、24 歳で亡くなった弟の死を悼み、京都大学の学生の福利厚生のために多額の寄付を行い、その資金を用いて 1947 年に時計台の東側に建てられたのが、花谷会館であった (写真 5)。

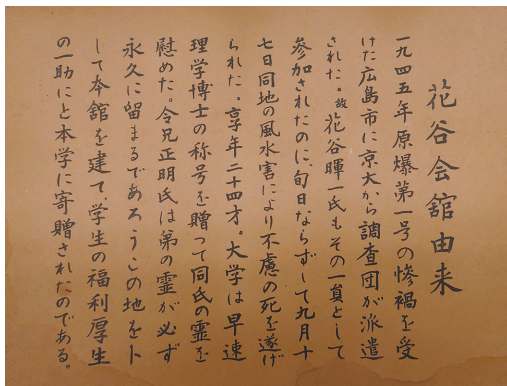


写真 5 花谷会館の由来
(京大大学生生活協同組合に保管)

京大生協の設立と花谷喫茶

戦後、京都大学では物資の配給や斡旋を行う生活協同組合が同時多発的に作られた。その中で、1947 年に西部構内の食堂で火災が起きた際に、京都大学同学会 (学生自治会) の厚生に関わる下部組織をまとめて学生の協同組合を設立する動きがあり、1948 年 5 月に 4 つほどの団体が合流する形で、学生生活協同組合が設立された。この学生生活協同組合が、今の京大大学生生活協同組合の設立に繋がる団体の一つであり、京大生協が花谷会館を使用するきっかけとなる。

同年 1948 年の秋には京都大学で学園祭が開かれることになり、学生生活協同組合は、学園祭の期間中に喫茶店を開くために大学の厚生課から花谷会館を借りることになった。当時、花谷会館は学生の休養施設として使われており、喫茶店などといった特定の目的のためには貸さないとの方針があったようだが、厚生課に掛け合い期限付きで借りることに成功し、喫茶店としての営業を行った。今では考えにくいことだが、学生生活協同組合が学園祭後も無断で継続して借用していたところ、厚生課から呼び出され、交渉の末引き続きの使用が認められたようだ。この花谷会館の喫茶部により、学生生活協同組合は多少の収入が得られるようになった。その後すぐに、学生だけの協同組合ではなく、京大厚生会や職員組合厚生部と合併して大学協同組合を設立する必要があるということになり、1949 年 3 月の職員組合大会で合併の許可が下り、5 月 25 日に京大大学生生活協同組合の設立総会が行われた。

京大生協の設立に伴い、花谷会館も引き



写真 6 花谷喫茶の外観
(年代不明・京都大学大学文書館所蔵)

退する際に訪れる場所となっていたため、50 年近くにわたって多くの京大生が訪れたはずである (写真 9)。

花谷会館の 2 階は、北側外の階段を上がると両側に扉があり、東側の小部屋と西側の部屋の二手に分かれる間取りとなっていた。1970 年代には、東側の小部屋は組織担当職員の部屋として、西側の部屋は組織部 (後の学生委員会) の部屋「ボックス」として使用されていた。このボックスは、1969 年の学生運動以前は、西部講堂横のサークルボックス棟の最奥にあったが、学生運動後に花谷会館に移ってきたそ

うだ。その後の用途の細かな変化は追えていないが、2000 年代以降は、東側の小部屋は POP 室、西側の部屋は引き続き学生委員会のボックスとして使われた。2012 年から学生委員の一員だった筆者にとっても、2 階西側のボックスは頻繁に出入りしていた思い出深い部屋である。入口の木造の階段の段の中央部分がすり減っていたこと (写真 10)、部屋の中には歴代の学生委員が残した大量の物品が溢れており (写真 11)、床には今にも踏み抜きそうな凹みがあったことなど、歴史と共に老朽化を感じる雰囲気だった。このボックスも、多くの



写真 8 花谷会館 1 階の内観 (2016 年撮影)



写真 9 花谷会館 1 階の内観 (2012 年撮影)



写真 10 花谷会館北側外の階段 (2016 年撮影)



写真 11 花谷会館 2 階のボックスの様子 (2015 年 6 月撮影)

学生委員にとって、青春を謳歌した場所の一つであったに違いない。

一方、花谷会館1階の裏手（東一条通側）には、2000年以降「京大理容室」があったことも、京大生にはよく知られていた。元々、花谷会館1階のこの場所は増築された部屋であり、京大生協が経営するクリーニング屋が置かれていた。しかし、2000年に行われた時計台工事に伴い、時計台地下にあった京大理容室が移転してきて以来、2016年まで花谷会館で営業が行われていた。この京大理容室は、京大生協の店舗ではないが、1600円でカットができるなど割安だったため、福利厚生という点で類似点が多い。京大生以外にも、教員や職員にも利用者が多かったようであり、花谷会館と言えば理容室という人も少なくない。

花谷会館1階の京大生協本部には、花谷暉一氏の写真（写真3）と、花谷会館の由来が書かれた額（写真5）が飾られていた。実は、花谷会館が取り壊される30年前の1991年には、一時的ではあったが、枕崎台風や原子爆弾災害総合研究調査班の遭難について記録する資料館として、花谷会館を建て替えるという機運が高まったとの新聞記事が出されたことがある。結果的に具体化しなかった計画ではあったが、発端となったのは、原子爆弾災害総合研究調査班の遭難に関して医学部関係者を中心に行われていた活動であった。

遭難記念碑と慰霊の集い

京都大学原子爆弾災害総合研究調査班の遭難の地（広島県佐伯郡大野町：現廿日市市宮浜温泉）には、1970年9月20日に除幕された「京大原爆災害調査班遭難記念碑」がある（写真12）。これは、調査班の一員



写真12 京大原爆災害調査班遭難記念碑の一部外観（2022年8月撮影）

であり難を逃れた医学部の菊池武彦教授らにより、25年にわたる準備の末、1970年6月に具体化した事業により建立されたものである。京都と広島を中心に世話人代表らが、遭難の現地かその近辺に記念碑を建てることを目指し、多くの調整と交渉を行ったと記録されている。土地については、紆余曲折を経ながらも大野町が公園とする予定だった傾斜地が使用できることになった。記念碑の設計は、京都大学工学部建築学教室の増田友也教授と前田忠直氏らにより行われ、約2000㎡の土地に、4枚の大きな鉄筋コンクリートの三角形の塀がそびえたつ造形となった。現地にある2005年9月付の碑には、「この碑の垂直的な力強い造形は、大地から天に向けた舞い上がる人間の復活を象徴し「追悼と恒久平和への祈りを表している」と書かれている（P50写真13）。記念碑本体に埋め込まれた銅板には、京都大学の前田敏男総長による碑文と犠牲者11名の名前が刻まれており（P50写真14）、銅板の傍らには京都から運ばれたクスノキが植えられている。

特筆すべきは、1970年9月22日に慰霊祭が行われて以来、「慰霊の集い」が2023年に至るまで毎年（新型コロナウイルスの影響により2021年のみ中止）開かれてき



写真 13 記念碑の由来を示す碑 (2022 年 8 月撮影)



写真 14 記念碑に埋め込まれた銅板 (2022 年 8 月撮影)

たことである。これまで、9月17日に近い休日(2004年より前は敬老の日の9月15日、それ以降は直近の土曜日)を選んで開催され、5年に一度の式典形式の年には、京都大学医学部長や芝蘭会広島支部長に加えて総長や理学部長なども列席してきた。このように「慰霊の集い」が途切れなかったという事実は、調査班の遭難の歴史を風化させず、平和の希求を再認識するために、医学部関係者をはじめとして脈々と継承されてきたことを示すものである。これに加え、京大や京都府立医科大学の医師などからなる「核戦争防止・核兵器廃絶を訴える京都医師の会」により、当時の調査班の治療記録などがまとめられ、『医師たちのヒロシマ』として1991年に出版された。この出版に伴って、先述の花谷会館の

再建と資料館建設の機運が一時高まったが、実現には至らなかった。

おわりに

ここまで、花谷会館が京都大学で迎ってきた歴史を概観するため、荒勝研究室のF研究、京都大学原子爆弾災害総合研究調査班の大野浦陸軍病院での遭難、京都大学生活協同組合の設立と花谷会館の使用、京大原爆災害調査班遭難記念碑と慰霊の集いについて、簡単に記載してきた。花谷会館はこれらの歴史を背負いながら、京都大学吉田キャンパスの一等地に、戦後から現代まであり続けた建物であったと言える。しかし、2021年に取り壊される際に複数の報道があったにもかかわらず、このような歴史的経緯はほとんど認知されていなかった。実際、戦後70年の節目の2015年9月12日に開かれた「慰霊の集い」でも、花谷会館の由来については参加者にもほとんど知られていなかったと京大生協の中島達弥専務理事が振り返っている。この年の「慰霊の集い」は、京大生協本部が花谷会館から移転することが決まっていたため、例年献花をしていた京大生協理事長に加えて、専務理事、学生委員会委員長、教職員委員会委員長、『らいふすてーじ』(京大生協の機関紙)編集長も参列し追悼したものであった。これまで、花谷会館と「慰霊の集い」はそれぞれ別々に、京大において原爆と枕崎台風による惨禍を語り継いできた。このことは非常に貴重で感嘆すべきことであるが、戦後から80年もの時が流れた今、相互にその重要性を確認しあうことも求められるのだろう。

花谷会館は、京大生協関係者にとってはあまりに身近であり、少し立ち寄るだけの

人にとっては単に古い建物として映るような、日常的な存在だったと言える。したがって、花谷会館に関わった人全員が、その深い歴史に思いを馳せていたわけではないということも事実である。しかしながら、京大の中に、身近に、原爆と枕崎台風という1945年の広島を襲った2つの惨禍に連なっており、戦争と平和、学術研究や大学の在り方、大学生協の歩みなどを、多層的に振り返ることのできる建物が存在していたことは、重要で記憶に留めるべき事柄であろう。その物理的象徴としての花谷会館はすでになく、記憶としての花谷会館も年々薄らいでいく一方である。特に、花谷会館を取り巻く記憶を継承しようとする営みは今のところなく、戦後80年近くに渡る歴史が失われてしまいかねない。

「学生の福利厚生の一助に」と寄贈された建物が花谷会館であった。建てられて1年余りでややなし崩し的に喫茶となり、以降2016年まで京大生協により遺族の思いに沿って大切に使われた。2021年の取り壊しから早3年が経過しようとしているが、大学による跡地の利用方法は未定であると考えられ、まれに自動車が駐車されているのみである。花谷会館は、原爆や枕崎台風の惨禍に連なる歴史的な文脈を持つ一方で、直接的にこれらの歴史を伝える遺構ではない。むしろ、戦後80年に渡って使用される中で、間接的にソフト面から歴史を継承してきた存在であったのではないか。資料館や記念碑という形式での継承は重要であるが、花谷の名を冠するのであれば、何らかの形で、学生の福利厚生の一助となるような展開も望ましい。なんとしても、花谷会館にこれまで積み込み込んできたであろう、学生たちの思い出や息づかいが残るような、歴史や平和の重みを感じられる取り組みを行っていききたいものである。

<参考文献と謝辞>

本稿は、様々な資料の記述を基に執筆したものである。また、所属や肩書などはすべて当時のものとなっている。荒勝文策教授や花谷暉一氏が行った原子核物理学の学術的な詳細と価値については、政池名著『荒勝文策と原子核物理学の黎明』（2018年）に詳しい。また、NHK黒崎博監督『映画太陽の子』（2021年）では、荒勝研究室をモデルとして、戦時下の原爆研究の苦悩と葛藤のストーリーが描かれている。原爆と枕崎台風の惨禍に見舞われた広島气象台については、柳田邦男著『空白の天気図』（2011年）にて鬼気迫るノンフィクションとして読むことができる。京大生協の設立の経緯については、京都大学生協同組合発行『京大生協三十周年記念 草創の頃』（1982年）で語られている。遭難記念碑と慰霊の集いについては、芝蘭会広島支部・京都大学発行『京都大学原子爆弾災害総合研究調査班遭難「記念碑建立・慰霊の集い」のあゆみ』（2011年）に、関連資料と共に詳しくまとめられている。その他、京都大学生協同組合が所蔵している資料、京都大学文書館が所蔵している資料、過去の複数の新聞社の記事、京都大学新聞の記事など、多数の資料を参考にした。

本稿の執筆にあたって、元京都大学生協同組合専務理事の小塚和行さんには、インタビューを通して多くの情報を教えていただいたとともに、資料収集においてお世話になりました。また、その他の京大生協職員やその関係者、京都大学医学研究科事務部の方々にも、資料収集などにおいてご協力いただきました。お礼を申し上げます。なお、もしも花谷会館にまつわる記録や写真などをお持ちの方がおられる場合、安藤(ando.yuta.q34@kyoto-u.jp)までお寄せいただけますと非常に嬉しいです。

書評01

白石 昌則 著

『帰ってきた生協の白石さん』

講談社 / 2023 年 4 月刊 / 136 ページ / 1200 円 + 税
ISBN 978-4-065-29035-4

評者：園田 華奈

日本大学大学院 生物資源科学研究科 博士前期課程



あの「白石さん」が帰ってきた！

「生協の白石さん」というワードを聞いたことがある、本を読んだことがある、という人は多いのではないだろうか。本書「帰ってきた生協の白石さん」は、2005 年、大学生協に対するご意見ご要望の投函に対し、返答を掲示する「ひとことカード」のやり取りを紹介した書籍「生協の白石さん」の続編である。当時は、東京農工大学生協職員だった白石さん（白石昌則さん：現在、日本生活協同組合連合会職員）。学生がやりとりをブログで紹介したところ、真面目かつユーモアあふれる回答で反響を呼び書籍化、ベストセラーとなった。

本書「帰ってきた生協の白石さん」でも、白石さんが質問？や要望？やお悩み？を受け取り、回答していく。構成としては、「令和の大学生からの質問 47」「平成の大学生（現 40 代）からの質問 57」コラムが 4 つ。平成の大学生「（現 40 代）」というのがポイントである。それはなぜか。2005 年、白石さんが大学生協で質問を受けていた「当時の」大学生だからである。令和（現在）の大学生と酸いも甘いも経験した平成の大学生（現 40 代）では、質問の雰囲気は全く異なる。

質問？や要望？やお悩み？と思わず「？」を付けてしまうのには理由がある。質問とも、要望ともいえぬような、果たしてそれは悩みなのか？と考える半ば大喜利のようなものも多いからである。例えば、令和の大学生からで

あれば、「入れると宿題が終わるファイルを入荷してほしい」「学食にロコモコが無くて困っている」等、ぎりぎり生協への要望？ととれるようなものや、「人間の魂の行き着く先を教えてください。」「授業中にメタバース空間に行ってしまう」等、哲学に片足を突っ込んだような質問もある。また、「バンドのボーカルに入っただけませんか？」というような「それ、白石さんに聞いてどうするんだ。」と思わずツッコミを入れたいくなるようなものまでさまざまである。その中でもに評者が面白いと思ったものは、『USB』は『指で差し込める媒体』の略称なのか、という問いに返して自身の「略語ジョーク」を返していたものだ。「帰宅部部長のことを『Go Home Quickly』の英訳から「GHQ」と省略し、『家っさー』として仕えていた」という返答である。

白石さんは昭和 44 年 6 月 9 日生まれという記載があるので、現在 50 代である。なぜ、年代の違う令和の大学生にここまで機知に富んだ返答が出来るのだろうか。その理由は 4 つあるコラムのうち、「寮生活への感謝」という白石さんの学生時代を記したコラムにヒントがあるように思う。このコラムでは、白石さんがかつて学生生活をしてきた男子寮での日々を振り返っている。寮といっても食事などのサービスがあるわけではない、単に住まうための自治寮である。今でこそ最重要視されるプライバシーなどは一切なく、個室はおろか、「誰からの電

話であるか」すらも、もれなく寮生にシェアされる。そのため、男子寮という特性ゆえだろうが、『『おでんわ』(女性からの入電)が十回を超えると、先輩方から簀巻きにされる不要不急のキャンペーンが発生する』というような文章がまた笑いを誘う。「個」の空間が皆無な寮での共同生活は苦手な人間と接することが不可避であろうと思う。実際に白石さんも「同じ寮でなければ関わらなかったであろう、うまいこと触れ合いを避けていた方達と接すると心穏やかでないこともあった」と振り返っている。しかし「避けていた方達」と触れ合った経験が、令和の若者に「家っさー」と返せる白石さんの面白さを形作っているように思える。

隔たりのない自治学生寮という、人と、多様な価値観と触れ合わざるを得ない状況で、「人に対する食わず嫌いが幾ばくか払しょくされた」「多種多様な若かりし人間の感性に触れられた」としている白石さんと、最初の本が出版されたときにそれを聞いて驚くでも案ずるでもなく、「上手いことやりがったな」「ずるいぞ、俺の方がもっと面白く書ける」と反応するかつての仲間達には全く老いを感じない。自治寮では自らスポーツ大会にバンド演奏会、女装コンテスト、はたまた駅伝など、様々なイベントが目白押しだったようで、仲間たちの反応を見ると本書の出版もそんな充実した日々の延長であるかのような感覚に襲われる。そんな暖かな感覚も束の間、「令和の大学生」からの「エビフライが喋る LINE スタンプしかもっていないのですが、仕事がうまくいくだろうか」という質問に「現状で『足る足る』』ということで収めてほしい」と返す。

「寮生活への感謝」とは打って変わって「コロナ禍直後の学び対応」と題のついた2つ目のコラムでは、白石さんがコロナ禍に直面したオンラインテストでの苦労が記される。これまで大喜利のようなやり取りを見てきたが、白石さんの社会人としての一面が垣間見えたような気が

がした。読者の記憶にも新しいであろうコロナ禍での出来事に触れた後、「平成の大学生(現40代)」との応答が幕を開ける。

「平成の大学生(現40代)」からは、「営業成績が頭打ちなので励ましてほしい」「肩が上げづらい」「娘から呼ばれなくなった」等、令和を生きる現代の大学生とは違い、お悩みが多い。そして、それらは否応なしに自身と他者、生活への接地感を催させる。白石さんのアドバイスや返答も「楽天カードマンに扮すればいい」「私は家族に頭が上がらないです」というようにウィットに富みつつ現実性を帯びてくる。中には学生さながらの抽象的な投稿もあるが、全体的を俯瞰すると本書にも書いてあるように社会にもまれ、他者を、または他者から見た自己を気にすることを余儀なくされている人々が見える。しかし、彼らに悲壯感とは思議と感しない。「何歳になってもモテたい」「不倫は文化だ」なんてページもあるせいかもしれないが、明確な言語化は難しい。ぜひ、この独特な空気に触れてみてほしい。

後半の2つのコラム「失礼な高橋さん」「背中を押してくれたもの」については、約18年前に最初の本が販売されたころに出会った高橋さんとの思い出と再会、転職に対する葛藤やその準備等、現在の白石さんに近づいてくる印象を受ける。本書では、白石さんの返答だけでなく、白石さんを構成する要素に触れることもできるのではないだろうか。

白石さんを知っている人も知らない人も、読書をよくする人もそうでない人も、ユーモアあふれる白石さんワールドに引き込まれることは間違いのない。手に取る際はぜひ、目次からどのような質問?等が繰り返されているか確認して見てほしい。一体、白石さんがどのような返答をしているか、楽しみながら読み進めることができるだろう。

書評 02

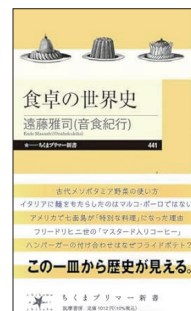
遠藤 雅司 (音食紀行) 著

『食卓の世界史』

筑摩書房 / 2023 年 11 月刊 / 272 ページ / 920 円 + 税
ISBN 978-4-480-68465-3

評者：吉川 弘晃

明星大学国際教育センター特任講師 / 総合研究大学院大学文化科学研究科博士後期課程



歴史は人間がつくる。人間は食べねば生きられない。ゆえに歴史とは食に規定される。この粗雑な三段論法をつくる唯物論は、評者のような歴史学徒にとって、パン（物質）かバラ（精神）かの二項対立をめぐる「豊かさ」論よりも馴染みやすい。過去の人間の行為が織りなす世界の動きを究める歴史学において、〈食〉とは経済とか文化とかでバラバラに分析されるものではなく、様々な要素や出来事が重なる生の現場として丸ごと捉えられるものだからだ。

その意味で、「食卓」を舞台に「世界史」を一望するという本書の試みは興味深い。「それぞれの食卓には、それぞれの環境、歴史と伝統、さらには食べる人間の個性が表れているはずだ」（7頁）。評者にとって「食の歴史」は厳密には専門外である以上、個々の事実の学術的な検証や評価は難しいが、それでも文化交渉史に携わる端くれである。以下、近年の研究動向との関わり、全体の構成や歴史叙述（おはなし）の形式といった若干の論点から本書を論じる。

近年、歴史を対象とする学問分野では〈食〉の研究は盛りを迎えている。それらは膨大でかつ多種多様であるが、こと歴史学に限って言えば、所謂「グローバル・ヒストリー」の世界的な流行に関係している。その定義は論者によって異なるが、多様な主体が国境を越えて働く（互いに関わり合う）様子を長期的に捉えて叙述する、というのが平均的な理解だろう。そうした観点で書かれた「食の歴史」において

多くの場合、食材や燃料、肥料といった「モノ」が主役を演じるが、専門家を越えた広範な読み手にとっては大きな問題が発生する。ある商品の動き、生産・流通・消費の過程をいかに細かく実証しても、それだけでは魅力的な「人間の物語」にはならないのではないか。そこでは「ヒト」は「モノ」同士の媒介物、『資本論』の筋立てよろしく、良くて「労働力」という商品の担い手にすぎないのだから。

本書は、各章で有名な英雄・偉人たちを「語り手」として登場させることで、以上の問題に対処している。例えば第2章では、同時代史料の食に関する引用から始まり、背景となるマケドニア史の概説を経て、アレクサンドロス大王の食に対する態度や趣味、人格を逸話から浮き彫りにしつつ、彼が楽しんだであろう料理の原料やレシピを政治・経済・文化・宗教の各面から検証することで、大王と部下・兵士たちの祝宴（食卓）を立体的かつ鮮やかに再演している。18人の語り手の半数以上が政治支配者から成る本書の姿勢は、結局は「英雄史観」だの、「下からの視点」に欠けるだのといった研究者からの批判を予想できる。だが実際には、本書の主役はあくまでヒトの行為やモノの動きが構成する〈食〉であり、個々の英雄・偉人たちは物語を回す「語り手」に過ぎない。章によっては彼らは役目を終えて、さっさと退場することすらある。チンギス・ハンや楊貴妃のような世界帝国の頂点に立つ者でさえ、その食卓の一品一品

をもたらす名もなき民衆や有象無象の商品たちの上で浮動する一演者に過ぎないという本書の「おはなし」の構えが垣間見える。著者は英雄か民衆か、ヒトかモノかという対立を越えて、それらすべての流れを食卓という渦に巻き込んで総合的に叙述しようとしている。

舞台と配役が整った。あとは脚本だ。演劇の出来を決めるのは、序幕・中幕・終幕とその場面転換、歴史叙述では時代区分である。こと「世界史」の場合、各時代を適切に象徴する空間を適宜、変えることも必要だ。「本書を通読していただければ古代から中世を経て近世に移り変わる食の変遷を一望できます」(8頁)とあるが、逆に言えば、「近代」を扱う部分は少なめだ。高校教科書に代表される日本の「世界史」は、現在の「世界の一体化」がいかにか形成されたかを問うため、19世紀以降の西欧主導の世界資本主義の拡散に多くの頁を割きがちである。これに対して本書の問いは、「東西の融合」が現在の様々な食文化をいかに発展させてきたかである。前者では主権国家が分立し、同質的な「国民」が競争単位と見なされていく過程、近代的な「国民国家」建設が重要であるが、逆に後者で問題となるのは、複数の「民族」がある理念の下で共存し、多元的な生活様式が混合してゆく過程、つまり前近代的な「帝国」経営の方にある。実際に本書では、バビロニア、ローマ、唐から、オスマン、スペイン、イギリスに至るまで多くの「帝国」が存在感を発揮している。

本書のダイナミズムをなす食卓史の転換は、帝国と帝国のはざままで生じる。まず、古代から中世への転換空間として9世紀の地中海が選ばれる(第6章)。西ローマ帝国の消滅後、地中海を隔ててゲルマン諸国家群、イスラーム王朝群が形成され、ビザンツ帝国はローマを継いで1000年に渡って活動する。ローマ以来のブドウや豚・羊肉などの食材はビザンツで継承されるが、フランク王国は新しい食材を導入する。例えばビザンツではオリーブオイルを使い続け

たが、その生産地(地中海沿岸)からの供給ルートが細くなったヨーロッパ北西部ではラードやバターが主流となる。こうして帝国のはざままで、食文化の継承と分化が同時に進む。

次に、中世から近世への転換空間は15世紀の大西洋で生じる(第9・10章)。コロンブスの新大陸到達後、アジア・ヨーロッパとアメリカ大陸のあいだで多くのヒト・モノ・情報(病原菌を含む)がやり取りされた(コロンブス交換)。食料で言えば、新大陸からはトウモロコシ、カカオ、インゲン豆などが、旧大陸からは小麦、サトウキビ、玉ねぎ、豚肉などが相互に交渉する。今度は食文化の継承、そして融合が同時に進むが、地中海に目を転じると、それはオスマン帝国でも同様であった(第11章、トルコ遊牧民・ビザンツ帝国・アラブおよびペルシャ帝国の遺産継承と三者の融合)。

全体として本書は新たな研究情勢を踏まえ、また史料批判や通説をめぐる議論を挟みつつ、新鮮かつ奥行きのある「世界史」の物語を届けてくれた。巻末の監修者一覧には多くの歴史研究者が名を連ねる。これは学界外でアウトリーチ活動(曰く、音楽と料理を通じた時代旅行と世界旅行)を長年、続けてきた著者が、様々な専門領域を結集させる力量をもつ証であろう。

最後に「食の歴史」では「学界」よりも「在野」の方でこそ多くの業績が重ねられてきたことを強調したい。例えば、夭折したジャーナリスト・黒岩比佐子が明治の日本の西洋世界との出逢いを人物の逸話を交えて活写した『歴史のかげにグルメあり』(2008年、文藝春秋社)は本書と並べて読むと面白い。民俗学方面では「ものと人間の文化史」シリーズ(法政大学出版局、1968年～)、近年だと「近代食文化研究会」による成果が目立つ。「トップ・ジャーナル」論文や注釈が多いお堅い「モノグラフ」だけが、先行研究ではない。制度に守られた研究者の方こそ、精神的な腹ぺこ感を忘れちゃならない。本書は評者にそう思わせるような一冊である。

くらしと協同の研究所主催
特別学習会 名和洋人氏講演 (2024 年 1 月 27 日)
(誌上掲載)

基調講演

供給の安定に向けた各国の取り組み
～農産物等一次産品をめぐる歴史的事例を中心に～

名和 洋人

名城大学経済学部 教授・当研究所研究員



ただいまご紹介にあずかりました、名和と申します。名城大学に勤めております。15 年ほど前まで、研究所の院生事務局員として活動させていただき、たいへんお世話になりました。きょうは特別学習会で話題提供の機会をいただきまして、関係者のみなさま、誠にありがとうございます。

それではさっそく、「供給の安定に向けた各国の取り組み」というテーマでお話をさせていただきます。サブタイトルとして「農産物などの一次産品をめぐる歴史的な事例を中心に」を追加しまして、こういったところを中心にすすめていきたいと思えます。

なお、先ほど下門先生から「アメリカを中心に」というご紹介があり、私も最初はその方向で本日の報告内容を組み立てようとしていたのですが、途中からイギリスの事例が重要ということがわかりましたので、そのあたりも追加してお話しすることになります。イギリスの話は私の専門から離れますが、むしろ学習会の話題としてはふさわしいかなと思えました。どうぞよろしくお願いたします。

まず私の研究の経歴ですが、地域開発、水資源開発、農業政策、エネルギー政策を、特にアメリカを対象に歴史的な視点をふま

えて研究してきました。2000 年から 2009 年の大学院生時代は京都におりまして、それ以降、20 年以上にわたって、こういった研究をしています。

生活協同組合の活動をされている皆さんにどのような話題を提供すべきか考えたのですが、農産物などの一次産品の供給についてはお話しできるかなと思ひまして、このテーマを取り上げさせていただいた次第です。

一次産品に関してアメリカは、日本と比較して供給力がきわめて大きいという点で異なります。ただ、アメリカといっても 21 世紀に入った直後の時期の原油自給率は約 4 割ですので、そういった点については分析すべき課題があり、参考になる事例があります。さらに農産物の面から言いますと、日本の一次産品の輸入依存を理解するうえでイギリスの例を把握することは有意義ではなからうかと、今回の準備の途中で考えるに至りましたので、その例もできるだけお話しさせていただこうと思っています。したがって、本日の学習会で取り上げる各国の取り組みは、主に 1970～80 年代のアメリカのエネルギー政策と 1930～40 年代のイギリスの農業・食料政

策の2つになります。

イギリスは島国であり、1930年代のイギリス本国の食料自給率はおおよそ約4割で、現在の日本を考えるうえで参考となると思われました。その時期に貿易収支や経常収支上の問題が深刻になっていたという点では、現在の日本の状況とも近いので、イギリスを取り上げることにした次第です。もっとも、これは私の研究というより、先行研究の紹介というかたちになりますが、お聞きいただければ嬉しいです。ということで70～80年代のアメリカのエネルギー政策については、かつて私が書籍などに書かせていただいた内容ですが、後半のイギリスの例は他の先生の研究の紹介になると思います。

最近、気になったニュースとして一昨日(2024年1月25日)の日経速報ニュースアーカイブの「大豆ミール再び最高値1-3月期、干ばつ懸念、円安で」という記事がありました。「飼料の原料になる国産大豆ミールの価格が再び最高値を更新し(中略-名和)、1-3月期の大口取引価格が1トンあたり107,200円で、前四半期に比べ4.1%高い。ブラジルの干ばつ懸念(中略-名和)、為替の円安や、海上輸送の混乱も影響した。畜産農家の営農費用を押し上げる要因になる。(中略-名和)飼料高は畜産農家の大きな負担となる。食肉の小売価格にコスト上昇分が転嫁される可能性がある」といったような報道でした。

この状態が続いて最悪の事態に至るとどうなるかを想定したのが農林水産省です。日経速報アーカイブの昨年6月12日付の報道では、「輸入がないと仮定し、荒廃農地などをフル活用して、コムと小麦を中心とした国内生産だけで自給する場合、供給できる熱量は1人1日あたり1755キロカ

ロリー、イモ中心なら2418キロカロリー」と報道されました。イモに頼れば、体重維持可能な2169キロカロリーを上回るということです。そして、いま農水省が「農政の憲法」と呼ぶ「食料・農業・農村基本法」の改正や新法の制定に向けた議論に入っています。ウクライナ危機以降、リスクは食料輸入だけではないようです。日本は肥料や飼料も海外に依存しているので、農水省もそれらを懸念しつつ注視し続けているのかなと思います。

似たような報道は昨年9月頃に比較的多くありました。たとえばイモ中心の食生活ならならどうなのかということで、「国内生産のみで2368キロカロリーになると試算。輸入に頼らずともまかなえる。イモは生育に比較的手がかからないとされ、カロリーも高い。戦中・戦後の食糧難の時代は貴重な栄養源だった」という新聞報道がありました(2023年9月17日 日経速報ニュースアーカイブ)。こうした報道を受けて、メディアなどでは「イモを食う時代か!」といったような発言もあったと記憶しています。食料の備蓄に関しては、たとえば「中国は14億人を1年半食べさせるだけの備蓄を確保しようと、世界中から食料を買い集めている」(同)が、それに対して「日本は1カ月半の備蓄しかない」(同)といった報道が、昨年来、特にウクライナ危機以降だと思いますが、比較的多くなってきたかなと思います。

エネルギーに関しても、状況は似たようなものと思います。気候変動問題に対応するという観点からも、今後は供給確保で難しい面も出てくる、との指摘も見られるようになりました。そういった観点から、一次産品をどう確保するかは今後も常に見ていかなければいけない問題であり、日本で生活するうえでは気になるところかなと思

います。

ということで、最初にアメリカのエネルギー政策についてお話ししていきたいと思っています。問題意識はいまお話ししたとおりですが、ケーススタディに入りたいと思います。まず 1970 年代のエネルギー危機についてお話しします。そのうえでエネルギー政策、それらの柱となる 75 年の自動車燃費改善政策、輸入依存度低下の方針を掲げた 77 年の国家エネルギー計画、第 2 次石油危機以降の石油消費の抑制といったことをお話ししたうえで、それらの成果を示したいと思います。

日本でもトイレットペーパー買い占め騒動などがあったことはよく知られていますが、日本やアメリカの経済において 70 年代の石油危機は非常に大きな打撃でした。日本への打撃は、世界的に見ればむしろ小さかったほうで、アメリカやヨーロッパの混乱は日本の比ではなかったと言われています。アメリカや日本などの非社会主義圏、すなわち資本主義国の石油消費量が急増しつつあった 1973 年に第 4 次中東戦争が勃発して、アラブ産油国はイスラエル支持国に対して石油禁輸を実施するなどしました。アメリカ向けの輸出を停止したほか、原油価格を 4 倍に上げるなどです。戦争をきっかけにして、第 1 次石油危機が発生したのです。日本国内でも狂乱物価に苦しみました。世界的に 70 年代はインフレの時代で、インフレだけでなく景気も悪かったので、スタグフレーションの時代でもありました。特にアメリカは深刻な状況に陥ったと言われています。

これに対してアメリカは、国外からの原油輸入は以前に比べて難しくなったなかで、国内でなんとかしようという話に

なり、75 年に自動車の燃費改善政策を始めます。まず法律をつくりました。1975 年エネルギー政策および保全法 (EPCA : Energy policy and Conservation Act of 1975) が成立しました。この法律で何を決めたかということ、企業別平均燃費 (CAFE : Corporate Average Fuel Economy) です。これを定めることで各企業が販売する車の平均燃費を「これ以上にしなさい」と政府が半ば一方的に定める政策です。

この政策により、80 年代半ばまでにアメリカ国内を走行する自動車の平均燃費は大幅に向上しました。もともとアメリカにおける自動車の燃費はよくなかったのですが、10 年間で乗用車で 13.5mpg (mpg=miles per gallon) から 23.0mpg へと、約 1.8 倍に上昇しています。日本では「リッター 10 キロ (あるいは 20 キロ)」などと表現しますが、アメリカは、距離は mile、石油は gallon で表示しますので、1gallon で何 miles 走れるかという単位で燃費を把握します。小型トラックについても 11.6mpg から 17.5mpg へと、約 1.5 倍に燃費が向上しました。外国からの原油輸入が難しければ国内で出来ることでなんとかするしかない、という政策ですね。

他にも、アメリカは 77 年に「国家エネルギー計画」を発表し、原油輸入依存度低下に資する 4 方針を発表しています。

1 つ目は、産業用あるいは電力用の燃料となっていた石油とガスを、国内に豊富な石炭などで代替するという対策です。アメリカは、石油とガスは輸入していましたが石炭は輸出するほど国内に資源が豊富でしたので、そのための新規の設備投資をして、石炭によって産業用・電力用の燃料を賄おうというものです。これは、アメリカの貿易収支や経常収支の観点からも、意義ある対策と位置づけられました。

2つ目は、熱効率の改善、たとえば自動車では燃費、です。自動車に限りませんが、熱効率の改善によるエネルギー需要の抑制・縮小をめざしました。

3つ目は、国内エネルギー資源のさらなる開発です。国内の石炭、ガス、石油を開発し、生産量の増大の方針として示しました。

4つ目は、近年注目をあつめる再生可能エネルギーです。意外にも、すでに1970年代後半に開発促進の方針を、アメリカの政府レベルでは打ち出していました。特に当時は民主党政権で、民主党は共和党に比べて環境問題に積極的に取り組む政党ですが、再生可能エネルギー資源の開発・利用基盤を確立する方針を示していきます。以上のように外国からの原油輸入量が減ればこれをやるしかない、ということを実行可能な限り進めました。

1979年から80年にかけて第2次石油危機も起こりますが、石油危機が2回も起こると石油消費を抑制しなければいけないというトレンドが広まっていきます。アメリカでの省エネ気運は、70年代後半から80年代にかけて盛り上がったのです。

その背景にあるのは、1960年代以降、産油国が原油を直接販売するようになって、それが増えてきたということです。メジャーと呼ばれた国際石油資本（アメリカならシェブロン、イギリスならBP、オランダならシェル、フランスならトタル、など）の原油加工シェアが相対的に減少してきたのがこの頃の動きです。他方で、サウジアラビアやイランといった中東の産油国の直接販売が増えていきました。こうした変化のなかで、70年代の石油危機も発生することになりました。こうしたなかでOPECの値上げが、第一次、第二次石油危

機と大きく2回ありました。第二次石油危機の状況をみますと、78年の12.7ドルが82年度末には32.0ドルへ上昇するという一方で、これがインフレ、スタグフレーションの基礎要件として世界経済に打撃を与えることになりました。

アメリカの財政収支を見ると、70年代頃までは財源にも比較的余裕があったのですが、80年前後から財源不足が深刻化します。そのため第2次石油危機の際に燃料費補助は、ほとんど出来なかったようです。そういうことがあって、省エネ対策が企業レベルあるいは個人レベルで必要になっていきます。個人レベルでできることは限られていますが、たとえばアメリカ車ではなく日本車を買うといった選択が行われるようになりました。

石油危機下の70～80年代のアメリカにおける主な対応策は、簡潔にまとめると①国内資源での代替、②エネルギー効率、燃費効率の改善、この2点にあったと言えるでしょう。国内資源での代替には再生可能エネルギーの開発も含めることができるでしょう。

アメリカのように、一次産品に恵まれた国においても、輸入依存になっているなかで輸入途絶に陥った場合は対応策を採らざるを得ないのです。こうして経済の混乱と景気低迷が70年代のアメリカを襲ったことは比較的よく知られていることかと思えます。

ただ、アメリカの場合、エネルギー政策の成果もみられています。まず77年の「国家エネルギー計画」の4方針は、程度の差はあれど、それなりに実現したと言われています。まず熱効率の改善として、アメリカにおいて企業努力がなされたことをあげべきでしょう。さらに、そのほかにも日

本車がアメリカで普及したことの影響が相当あったように見受けられます。日本車の燃費のよさは、当時から知られていたようです。

国内資源開発としては、シェール技術の成立をあげることが出来ます。技術自体は 20 世紀から 21 世紀へ転換する頃に確立していたようですが、アメリカ国内で広く普及したのは 2010 年代です。技術があっても、そこに資本投入がないとなかなか難しいということもあります。

再生可能エネルギーについても、アメリカは 70 年代頃から取り組んでいます。先行したのはバイオエタノールで、風力や太陽光はその後です。2017 年頃になると、風力や太陽光の発電コストが下がって、急速に普及する条件が整ってきました。「化石燃料と比べて、コスト的にどうか」という観点は普及に際しては決定的です。風力・太陽光は近年、コストの面で化石燃料と比較しても競争力があるのです。先行したバイオエタノールは、政府が農産物余剰対策とあわせて利用推進政策を導入しました。その際に各州政府が、再生可能エネルギー調達基準 (RPS :Renewable Portfolio Standard) を定めることで、普及が進んできました。ただ、バイオエタノールが普及するということは、飼料穀物としても利用していたトウモロコシの争奪戦にもつながります。

さらにアメリカのエネルギー政策の成果として、エネルギー調達先の分散も含めてよいと思います。シェールオイル普及前の時期までに、中東、アフリカ、北米、南米、などに分散して、それぞれ 2 割前後ぐらいずつにするということもしています。この点で、日本は中東からの原油の輸入が現在 9 割以上を占めています。調達先の分散とは程遠い、きわめて高い依存率と言ってよ

いでしょう。アメリカは 70 年代に痛い思いをしていますので、この辺りのリスク管理はかなりやってきたのかなと思います。

エネルギーは輸送・物流の観点で重要で、特に個配の場合にエネルギーコストはかなり重要なと思いますが、それはいまお話ししたとおりです。続きまして、農業・食料についても見ていきたいと思います。

供給の安定をあえて政府としてやらなければいけない時というのは、供給が難しい場合かと思っています。エネルギーについては、70 年代はエネルギーの供給が非常に不安定だったので、アメリカに限らず、各国が何らかのことをしなければならぬ時代でした。他方で農業・食料に関しては、1930-40 年代のイギリスの例については、お話しすべき論点があると思います。

この論点について、主に 7 項目ご紹介したいと思います。まず (ア) 1930 年代後半のイギリスの総食料需要のうち、国内生産は 42% であったということ、次に (イ) 1930 年代以降の政府介入強化とそれによる国内農業生産増加についてです。さらに (ウ) 1930 年代後半の国際情勢緊迫化 (ナチスドイツが東ヨーロッパに軍事侵攻) の中で、イギリスは戦時を想定して食料供給方法の検討を開始したことです。その具体的内容として、(エ) 第二次世界大戦時のイギリス国内農業政策のターゲットが何か、ということ。そのうえで (オ) こうした政策の成果についても示したいと思います。すなわち①食料輸入の減少、②主要作物生産量の推移、③畜産物の生産量の推移、④イギリス農業のカロリー生産量の推移、⑤第二次世界大戦期に食生活が(肉や牛乳、鶏卵といった畜産物を中心とした食生活からパンやジャガイモの消費量が多い食生活へ) 変化したこと、といった成果

を紹介します。

ただ、戦争が終わったら供給上の不安が解消されたかという、実はそうではなかったというのが最も重要なところですよ。ですので、(カ) 1945年以降の第二次大戦後の復興過程でもイギリス国内で農業生産拡大をせざるを得なかったのはなぜか、また(キ) こうした一連の動向にアメリカがどう対応したか、についてもお話ししたいと思います。では、以上の7項目について詳しく見ていきます。

まず、1930年代後半のイギリスの総食料需要のうち、国内生産は42%に過ぎなかった、との記録が残っています。これはカロリーベースでの算出なのか否か、その算出基準が私の手元になく少々厳密性を欠く数字ですが、当時のイギリスは、おおむね現在の日本の食料自給率と同じような状態にあったと言っていると思います。小麦や小麦粉は88%を輸入していましたし、食肉も54%が輸入でした。

当時のイギリスの人口は世界人口の3%に過ぎなかったようですが、そうした国がどれほどの輸入をしていたかという、ベーコンとハムの世界輸出量の99%はイギリスが輸入していました。そのほか、世界の輸出のうち、羊肉類の96%、卵の62%、牛肉の59%、チーズの46%、羊毛の32%、小麦・小麦粉の28%の販売市場はイギリスでした。イギリスは食料輸入を拡大しすぎて自給率が低かったのです。それが42%ということで、現在の日本と比肩しうる水準です。

なぜ、これほど1930年代のイギリスの自給率が低かったかと言いますと、競争力の高い外国や新大陸（北米、南米、オセアニア）から安価な穀物と冷蔵肉が輸入されてきたからです。そういう技術や船舶が当

時すでに存在したということです。また何よりも1931年のイギリスは唯一、関税保護のない、世界最大の農産物の自由貿易地域だったことに、その理由を求められます。

どうしてそうなったかという、これに先立つ100年前ころまでは、イギリス国内農業を守ろうという政策、つまり安価な穀物輸入を制限する法律もあったのですが、19世紀前半にそうした政策を撤廃していったのです。それによって国内農業が衰退し続けてしまった、というのが19世紀のイギリスです。

他方でイギリスは、いまでもアメリカのウォールストリートに匹敵するシティという金融街があるように、もともと金融業が強く、つまり国際的な競争力をもつ産業にも恵まれて、「農産物を輸入しても大丈夫だ」という判断のうえで100年近くを過ごしていたわけです。このように、国際的にみて競争力のある金融業や製造業があれば国内で不足する財を、イギリスが輸入することは問題なく可能、と考える自由貿易の時代が長く続いていました。こうした状況の下で、イギリスは大量の農産物を輸入し続けていました。結果として、世界中の過剰農産物の輸出先としてイギリスは位置づけられてしまいました。まさに近年の日本もこれと似たような状況だったかなと思います。

しかし、1930年代以降は経済環境が変わってきます。イギリスはそうした変化に注意を払い、対応策を少しずつ導入していききました。つぎに、30年代以降のイギリスの政府介入拡大と国内農業生産の増加についてお話しします。

きっかけは1929年のニューヨーク株市場の大暴落と、それに伴う世界的な景気低迷です。当時、世界全体で貿易額がスパ

イラル的に急減してしまいました。こうした状況の中でイギリスは、自由貿易政策は今後継続困難であると判断して、これを放棄します。最近もアメリカのトランプ前大統領が「自由貿易はしない」と宣言したりするなど、少し気になる動きはあるところですが、イギリスは 1930 年代に入って、長年続いた自由貿易政策を完全に放棄しました。

では、どうしたのかというと、当時はまだ植民地がある時代でしたので、イギリス帝国（イギリス本国とオーストラリア・カナダなどの自治領、インドなどの植民地）内部で貿易の際に相互に優遇する国内特惠関税制度を導入しました。他国もこれに追随したため、世界的にブロック経済が各地で出現して、自由貿易が成立しない時代に入ったのが 1930 年代です。ちなみに現在、世界貿易機関つまり WTO (World Trade Organization) という組織がありますが、事実上の機能不全状態に陥っていると言われています。現状で自由貿易が円滑に進められているかといえば極めて怪しい状況です。今日の視点でも当時の動きは注目すべきと思います。

イギリス政府は 1931 年以降、輸入規制を開始します。同時に、国内生産量をコントロールし始めます。1930 年代初頭はまだ平時ですから農家に強制はできません。が、国内生産量の増産を促すような政策は採用できます。1932 年になると、イギリスは小麦法を制定します。その内容は輸入小麦に対する課徴金、これは事実上、輸入関税と同様の働きをすると理解して良いと思いますが、これを財源に国内の小麦生産に補助金を支出するという政策です。輸入小麦と国産小麦の競争条件をこの頃から政策的に変え始めます。輸入小麦を国産小麦

に置き換える政策と言えるでしょう。イギリス国内の生産農家はこれに反応し、3 年間で 50 万 ha の小麦栽培面積が 75.6 万 ha へと約 1.5 倍に増えました。ただ、小麦粉の国内需要の 88% を輸入していた状況を完全に覆すまでには至らない、というのは明らかです。ただ、トレンドが確実に変わってきた、というのが 1930 年代の前半です。この状況は、1930 年代の後半になると新たな段階に進みます。国際情勢が緊迫化する中で、イギリスは戦時を想定して食料の供給方法の検討を開始する必要性が出てきたからです。具体的に何をイギリスは選んだかということ、本日のポイントとなるところですが、牧草地を耕地転換するという手段を選択します。耕地は牧草地の 5～6 倍の人口を養えることが、過去の研究からわかっていたからです。

たとえば面積 0.4ha で生産可能なカロリー量は、食肉なら 12 万、酪農なら 45 万、小麦なら 200 万、ジャガイモなら 410 万カロリーということが当時の調査と研究から知られていました。「それならば小麦、できればジャガイモだよ。ただ、イモばかりの食事は少々つらいよね」というのが当時の状況でした。

いずれにしても政府は、農家に動いてもらう必要があったので、補助金を出すことにします。戦争が始まる直前の 1939 年の春、牧草地の耕地化（すき起こし）に高額補助金を出すようになりました。1ha あたり 4.93 ポンドの補助金でしたが、すき起こしコストの 2 倍水準ですので農家にとっては極めて魅力的です。農家は少しでもやる気があれば、すき起こし、つまり牧草地の耕地化に協力していきます。なお、同年の 9 月以降は開戦しますので、それ以降は耕地化（すき起こし）は強制となりました。

こうした取り組みは、第二次大戦中の

1939年から45年にかけて続けました。すき起こし運動によって耕地面積は486万haから729万haへと約50%増加し、放牧地が680万haから445万haへと約35%減少したのです。これにより、おおむね国家目標を達成したとの評価がなされています。

以上のような土地利用面での変更をベースとして、イギリスの国内農業の目標も、「炭水化物を豊富に含む品目を生産する」、あわせて「かさばったり腐敗しやすいもので、かつ不足しがちの海運能力に負担をかける作物を国内で生産する」といったものになりました。つまり低カロリーの食料は生産しないという方針をかなり徹底します。

そのほか価格政策も重要でした。食糧担当大臣が、農産物を高い特定価格で直接買い入れて、それを安く小売するといったこともイギリス政府は推進しました。その差額は財政から補填していました。これは、食料品の小売価格が高くなると物価上昇圧力となって、インフレに悪影響を及ぼすからです。農産物の価格が小売レベルで高いということは、労働者の賃金を上げざるを得なくなるからです。製造業でも、その他の産業でも労働者の賃金コストは製品の最終価格を左右しかねないのです。

以上のように導入された政策の成果について、これからお話ししたいと思います。

1つめに、食料輸入を、2200万トンから1100万トンへ減らすことに成功し、船舶輸送需要も削減できました。イギリスと言っても4つの地域に分かれますが、イングランドとウェールズについての調査結果によると、戦時期イギリスの国内の農産物生産量は9～10割増加したようです。開戦前の1939年と比較すると、44年の国

内生産量は小麦が90%増、ジャガイモが87%増で、倍増に近くなっています。なお、化学肥料の投入も収量増に貢献しています。収量をおよそ10%増やしたと評価されています。

ただ、これらの変化には懸念すべき点もありました。同時期に農産物の品質低下がかなり見られたとされています。どの程度の品質低下があったかは、私の手元に資料がないのでお話しできませんが、相当の品質の低下があった、あるいはコストの上昇もあったと指摘されています。自由貿易に伴うメリットが失われたとも言えるでしょう。

他方で、炭水化物の生産が増えた帰結として、畜産物の生産は減らざるを得ませんでした。1939年から1944年にかけて、牛乳4%減、牛肉8%減、羊肉28%減を記録しました。さらに同期間に、豚肉は65%、鶏肉は46%の減少が生じました。なぜ、とりわけ豚肉と鶏肉が減ったかというと、1930年代まで輸入飼料に依存した営農が行われていたのが理由と言えます。牛や羊は国内の牧草地を利用できるので、そこまで減らなかったと考えられます。

イギリス国内のカロリー生産量は、第二次大戦期は畜産をある程度あきらめることで91%増加しました。ただし炭水化物です。第一次大戦期もイギリスはかなり厳しかったのですが、このときのカロリー生産量の変化は24%増でした。第一次大戦期の反省を第二次大戦期に生かしたという見解もあります。第二次大戦期には、畜産物を中心とした食生活を、パンやジャガイモの消費量が多い食生活に、大きく変えざるを得なかったということです。

こうしたイギリスの動きに対して、同盟国のアメリカ、さらにイギリス連邦を構成する諸国（つまりイギリスの自治領や植民

地)はどう対応し、どう動いたかという点は興味深いです。ドイツは当時、大西洋で通商破壊作戦を採用していたので、アメリカからイギリスに向かった輸送船はドイツの潜水艦に多数沈められてしまいました。その中には当然、農産物もありました。いずれにしても輸送にかかわる船舶量をできるだけ減らした方が良いというのが連合国であるイギリスやアメリカの立場です。

そこでアメリカやイギリス連邦構成諸国は、イギリス向けの輸出商品を変えました。飼料穀物は、輸送に際し船舶量を多大に必要とするためです。そこで飼料穀物は送らないが、そうするとイギリス国内の住民が蛋白質不足に苦しむのは明らかだから、ここを同盟国で支援してやろうということになりました。例えばアメリカは、スパム缶やコーンビーフ缶などの加工肉、乾燥卵などをイギリス向けに送りました。イギリスは蛋白質をこうやって確保したのです。

イギリスは、なんとか第二次大戦を乗り切りますが、実は大戦後も厳しい状況でした。戦時期にさえ採用しなかった小麦粉やパンの配給制は、なんと大戦終結後に始まりました。なぜ配給制の採用が戦時中ではなく戦後だったのかということは、とても重要です。第二次大戦に勝利することがほぼ判明していた1944年の段階で、イギリスの政治家として著名なベヴァリッジは、イギリスの農業について「さまざまな長所を持ちながら長らく不当に無視されてきた産業とみなすべきである。諸外国における製造業の漸進的な成長からみて(つまりイギリスの製造業の国際競争力が諸外国に比べて劣後しつつあるなかで-名和)、また輸入の大半を外貨輸出で決済することが必要であることから、イギリスの海外への食料依存を小さくすることが望まれる」

と発言しています。

つまり、農業以外の産業の国際的な競争力の有無が重要ということです。現在の日本において国際的な競争力を備える商品のナンバーワンはおそらく自動車だと思います。かつて日本は電機産業などの競争力も世界的に高かったのですが、電機のそれはかなり失われてしまったのが現状と思います。似たような状況は当時のイギリスにもあって、競争力のある産品に限られている状況の中で、外貨不足で輸入できないならイギリス国内で農業をするしかない、という主旨の発言をしたわけです。

第二次大戦後は、世界的に食料不足が発生し、国際貿易も混乱して、ヨーロッパでは飢餓も発生しているなかで、イギリスの通貨たるポンドは、基軸通貨の地位を喪失していました。第一次大戦があった1910年代までは、ポンドが基軸通貨の地位にあったので外貨不足は問題として表面化しにくかったようですが、40年代の第二次大戦以降は、ポンドではなくドルが基軸通貨の地位につきました。多額の外貨、おそらく多額のドルを必要とする食料調達は、資金面で困難になり、国内で農業生産をせざるを得なかった見るべきでしょう。

つまり、外貨を獲得できるかどうかが決定的に重要で、むしろこの不足は戦時中の輸入途絶を凌駕するほどの重要問題であったということです。しかも、このような外貨不足問題は、いまの日本においても、国際競争力のある産業が限られつつある中で、次第に大きな問題になっているように見えます。そのほか、船舶不足により輸送面の問題があったということで、国内農業への期待が、こちらの点でも高まりました。

もちろん、アメリカは、こうしたイギリスの状況を見ていたわけですが、1930年

代から供給量を管理する政策を開始し、第二次大戦期は大胆な増産政策を採ります。農産物に事実上の最低価格を設定して、そこで政府が買い上げるという政策です。買い上げ価格を高くすれば農家は増産しますが、他方でこの政策について事実上の計画経済ではないかという批判も強まりました。その是非はともかく、結果としては生産拡大になりました。

この政策は1954年頃まで20年ぐらいの期間は、かなり強力に行われました。1950年代前半まで、中国あるいは朝鮮半島での内戦がつづき、また西欧やアジアの復興も途上で、農産物需要が高かったためです。このようなかたちでアメリカは、日本を含む非社会主義圏の資本主義経済体制の友好国を支援すべく増産政策を一定期間延長し継続したのです。

全体をまとめたいと思います。

まず、(ア) 供給の安定を目指すために国内資源の最大活用を重視し、再開発もしていました。

次に、(イ) 遠方での国際秩序の混乱が、一次産品の供給に影響していた点は無視できません。第二次大戦後の東アジア情勢(1940年代後半の中国国共内戦、1950年代前半の朝鮮戦争)もイギリスに影響したと考えるべきでしょう。近年も、2022年以降のウクライナ情勢や2023年以降の中東情勢が、世界中の一次産品供給に影響しています。

それから、(ウ) 経常収支、少し狭く言うならば貿易収支の動向が重要で、あわせて為替レートの論点も考慮しないとならないのですが、外貨の獲得は可能か?ということです。それを別の言葉で言い換えるならば、国際的に競争力のある輸出品はあるか?ということ。イギリスは当時、競

争力のある輸出品を急速に失いつつありました。植民地はあったけれども、第二次大戦後はそれら植民地をも失っていきます。特にインドの独立は、イギリスにとって相当大きなダメージを与えたと指摘されています。

また、(エ) 船舶不足等の海運上の問題が実は重要であること、さらに考えるべきは、(オ) 自給化に伴う品質の変化です。たとえば第二次大戦期のイギリスは、蛋白源を十分に摂るために缶詰を利用せざるを得なかったことです。同時期には、穀物の品質も低下したという報告がありました。

最後に、今後関係しそうな他の課題についてもお話ししたいと思います。

(ア) かつてのイギリスは、なんとか確保できていたようですが、機械、肥料、農薬など投入資材の調達可能性があるかということです。関連しますが、農業技術の教育と普及の問題も今後詳しく調べる必要があると思います。(イ) 農業労働力不足の問題も検討すべき点と思われます。(ウ) 最近の問題となりますが、トウモロコシなどは、エネルギー(バイオエタノール)としての需要と飼料穀物としての需要のいずれを重視すべきか、という点については究明すべき点が多いと思われます。(エ) 供給品目や品質の変化が1940年代に生じましたが、当時のイギリスの小売業、あるいは生活協同組合はどのように対応したのかという点を把握しなければなりません。イギリスは、ロッチデール原則の起源の国ですので、当時も生協は活発に活動していたと思いますが、変化にどのように対応したのか、機会があれば調べてみたいと思っています。

以上、雑駁な話になって申し訳ありませんが、終わりとさせていただきます。参考

文献を挙げておきます。どうもありがとうございました。
ございました。

【参考文献】

John Martin(2002) 溝手 芳計, 佐藤 加寿子, 村田 和
賀代, 村田 武, 山口 和宏
(訳)『現代イギリス農業の成立と農政』筑波書房

1 次案内

くらしと協同の研究所

2024 年総会記念シンポジウムのご案内

- ◆日 程 7月6日(土) 13:00~17:20 シンポジウム 会場参加とリモート参加の開催
7月7日(日) 9:30~12:30 分科会 リモート開催(一部会場参加対応。詳細は 2 次案内に掲載)
- ◆会 場 京都府立総合社会福祉会館 ハートピア京都
- ◆申込み締切: 2 次案内でお知らせします。

生協・協同組合における人づくり

－若者に協同の価値をどう伝え、魅力ある職場をどう作るか－

(開催趣旨)

少子・高齢化にもともなう労働人口の減少や雇用のミスマッチ、仕事や働くことに対する考え方の多様化等の理由により、企業における人材不足が深刻化しています。計画どおりに採用者を確保できない状況や、“1年1割、3年3割”とも言われる新卒採用者の高い離職率が指摘され、これらは生協においても同様の事態だと思われます。

その一方で、「協同」に関心を持ち期待を寄せる若者も増えています。SNS を駆使して情報を収集・発信し、ネット上でのつながりを作る「Z 世代」と括られがちですが、やりがいをもって働きたい、地域に貢献する仕事がしたい、人と人とのコミュニケーションを大切にしたいと考える若者も存在します。

本シンポジウムでは、生協が持続的な経営を実現し、協同組合としての役割を發揮するためには、どのような人づくりを行えばよいのか。人づくりを、採用の前段階における若者へのアプローチから、採用後の定着に向けた人材育成と魅力ある職場づくりに至るプロセスとして捉えます。若者の自立に関する実践と政策を研究する教育学の専門家による基調講演、大学と協同組合との連携による「協同の人材育成」をめざすインターンシップの取り組み、魅力ある職場づくりや人事労務政策の転換にチャレンジする生協の実践報告、さらには、人を育てることを大切にして地域で必要とされることをめざす中小企業の経営者や生協の若手職員によるコメントも交えながら、皆さんとともに考えます。多数のご参加をお待ちしています。

本研究所 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@kurashitokyodo.jp *メールアドレスが変わりました

7月6日(土) 13:00~17:20 シンポジウム

○ 開会あいさつ 13:00~13:10

第1部 基調講演 13:10~14:10

「若者が育つ社会をどう作るかー協同を学び、体感することへの期待ー」(仮題)
南出 吉祥氏(岐阜大学)

第2部 実践報告 14:20~15:50

報告1「『協同を学ぶ』インターンシップ つながりインターンシップ@協同の取り組み」
石澤 香哉子氏(一般財団法人地域開発研究所・研究員)

報告2「若者に魅力ある職場をどう作るか①」

甲斐 信喜氏(生活協同組合おおさかパルコープ 常務理事)

報告3「若者に魅力ある職場をどう作るか②」

森 健氏(エフコープ生協協同組合人事部 部長)

第3部 ディスカッション 16:00~17:10

コーディネーター 細川 孝氏(龍谷大学・当研究所企画委員)

コメンテーター 田中 陽一氏(京都エレベータ株式会社 代表取締役)

吉田 博信氏(京都生活協同組合 店舗運営部マネジャー)

まとめ 17:10~17:20

※第32回総会 17:40~18:10

7月7日(日) 9:30~12:30 分科会

第1分科会

「次世代生協研究会報告会」

第2分科会

「地域の生産者や食品メーカーとの共存のため、生協は何ができるのか？」

季刊号



2023 冬号 (第 46 号)

2023.12.25 発行

特集

生活の中の化学物質を問う

総論

化学物質との向き合い方を考える



2023 秋号 (第 45 号)

2023.09.25 発行

特集

2023 年総会記念シンポジウム

現代社会における食の価値を考える

—生活協同組合だからこそできる価値の
伝え方、活かし方とは—



2023 夏号 (第 44 号)

2023.06.25 発行

特集

生協産直は酪農の危機を救えるのか？

総論

揺らぐ日本の食の生産・表示そして安全



2023 春号 (第 43 号)

2023.03.25 発行

特集

協同の力を生かした「子育て」の支え方

総論

「子」と「親」を支えるために何が必要か？



2022 冬号 (第 42 号)

2022.12.25 発行

特集

くらしに寄りそった情報伝達とは

総論

メディアとの付き合い方を考える



2022 秋号 (第 41 号)

2022.09.25 発行

特集

2022 年総会記念シンポジウム

協同のネットワークを地域でどう創るか

〈ご意見、ご感想もお聞かせください！〉

研究所へのご意見ご要望、「くらしと協同」のご感想やご意見をお聞かせください。
編集部一同、お待ちしております。

パソコンからは <https://forms.gle/6aZV1secMk7C5gDE9> へ

スマホやタブレットからは、右記の QR コードを読み取ってご利用ください。



編 集 後 記

「消費者にとって魅力的な店舗は？」という問いは、流通研究ではとても重要な問いです。たとえば品揃えの数。多ければいいのか、ある程度絞った方がよいのか。たとえば店の広さ。広ければいいのか、狭くてもいいのか。実際のところ、魅力は千差万別、1つだけに絞れるものではありません。ただ、それを伝えようとする際に、発信する側が何を魅力と感じ、何を「魅せたい」と思っているのかは決定的に重要です。それは組織の価値観ともかかわる部分であり、生協が「魅せたい」と思うものについて、しっかりと考える必要性を感じる機会となりました。(太)

季刊 くらしと協同 2024 春号 (第 47 号) 2024 年 3 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

F A X | 075-211-5037

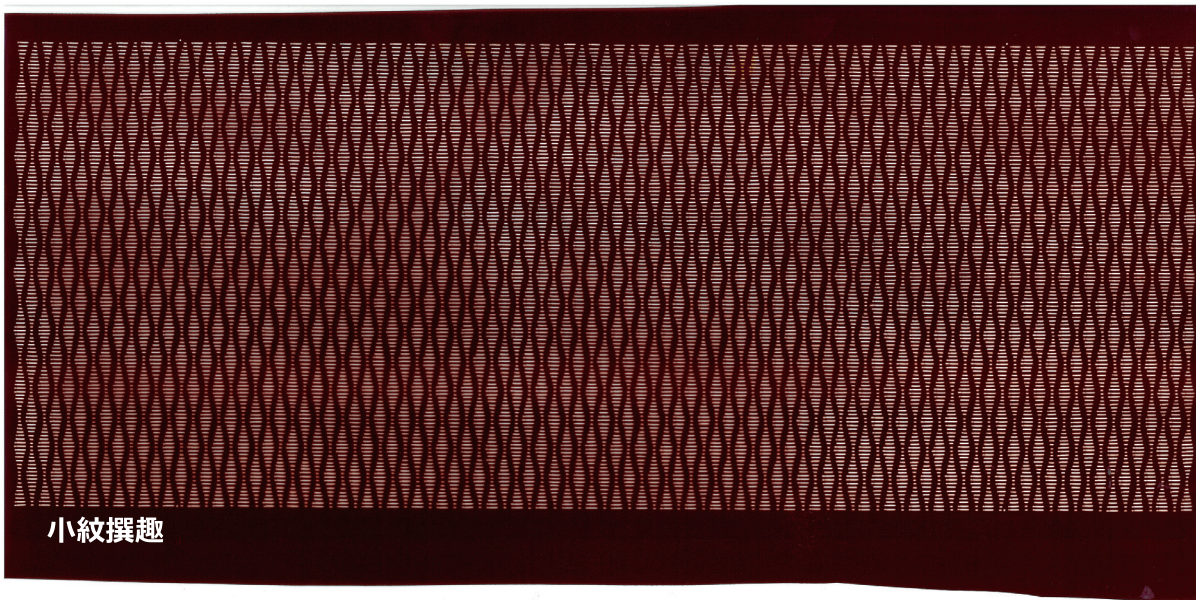
発行所 | くらしと協同の研究所

E-mail | kki@kurashitokyodo.jp

理事長 | 若林靖永

U R L | <http://kurashitokyodo.jp>

住所 | 京都市中京区烏丸通二条上る時絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F (〒604-0857)



小紋撰趣

表紙紋様 「横縞変わり立杵」(ヨコジマカワリタテワク)

幾何学的な柄である「縞」柄とは、いわゆるストライプが縞のことです。縦に入る柄を「縞」、横に入る柄を「横縞」といいます。高度な技術を要する縞模様は、江戸時代の粋を代表する模様で、島を語源としており、室町時代から大流行しました。それまで日本にあったシンプルな縞模様は「筋」と呼ばれていました。縞模様の中でも特に細かいストライプ柄を「万筋」と言います。

「横縞変わり立杵」という名のついたこの柄は、立杵を曲線で表す縦縞文様であるが、その間を見れば細かい横縞で埋め尽くされています。大変手の込んだ図柄で、縦の直線を変形させ、離れて見れば曲線の模様のように見え、接近して見て、曲線の中に横縞が描かれていることが判る。

京小紋の特徴である遠方で見れば一色、近くで見れば多色と云う技法を表した図柄であります。

田内隆司/京小紋画像提供(田内設計事務所)