

特集

新たな時代の、新たな流通 生協は何に、どう対応すべきなのか？

大昔の人類は、他の野生動物と同じく、自分たちが必要とするものは自分たち自身で獲得し、あるいは生産し、それを消費していたのであろう。「自給自足」の経済である。

ところが人間は賢いから、やがてそれを他の集団と交換することを覚える。「物々交換」によって、自分たちだけでは手に入らないものを入手できるようになっただろう。山に住む人々であっても、海の恵みである水産物を口にすることが可能となるのである。

しかし物々交換では、腐りやすい海の幸がいつも都合よく山の幸と交換できるとは限らない。そこで子安貝の貝殻が登場する。いまから3000年以上前、人類はついに「貨幣」を発明した。子安貝であればいつでも、何とでも交換することができるというルールを作ることで、交換経済は飛躍的に発展する。やがて子安貝は金属硬貨に代わり、社会的分業が進んで「商業」が成立、人々は自分が消費するものの大半を商人から手に入れるようになった。

19世紀から20世紀にかけて、商業は消費者たちを巻き込み、さまざまな流通形態を生み出していく。19世紀前半、英国の消費者たちは自分たち自身の店

舗「生活協同組合」を生み出し、世紀の後半にはロッチデールという街で複数の支店を展開する。これは「チェーンストア」システムの嚆矢であるといっていだらう。20世紀初めに、アメリカの商人はセルフサービス形態の店舗を考案した。「スーパーマーケット」の誕生である。日本の消費者も負けてはいない。20世紀後半、店舗を持たずに安心・安全な食を消費者に届ける画期的システム「共同購入」という無店舗の「宅配」事業が生協により編み出される。

そしていま、貨幣経済がキャッシュレス経済に大きく変わろうとしている。それは同時に、高齢化社会、高齢社会、超高齢社会でもある。また社会的分業が極限まで進み、消費者の視野からまったく離れたところで、誰も知れない人々によって食料が生み出され、貨幣だけを媒介にしてそれが食卓まで運ばれるという状況をもう一度見直そうという思いを、多くの人々が抱き始めた社会でもある。そんな社会における新たな流通のあり方、新たな店舗の形、新たな宅配業態とはいかなるものなのだろうか。本号では、まずは供給側の視点で、さまざまな可能性を考える事例を提供したい。

(本誌編集長 杉本貴志)