

季刊

くらしと協同

2020 春号 No.32

特集

サステイナブル・コミュニティ
= やさしく、しなやかに続く地域をつくる

争論

脱プラスチック社会は可能か

生協とプラスチック問題 ～いかに、どこまで、減らせるのか？
業界サイドは考える ～適材適所の使用とリサイクルの推進を

INDEX

サステイナブル・コミュニティ =やさしく、しなやかに続く地域をつくる

巻頭言

持続可能な地域をつくるために ……岡田 知弘 1

争論 脱プラスチック社会は可能か ……2

01 生協とプラスチック問題 ～いかに、どこまで、減らせるのか? ……風間 志信、小野 光司 3

02 業界サイドは考える～適材適所の使用とリサイクルの推進を ……岸村 小太郎 13

特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる …… 23

01 誰もが参加できる有機農業の生産・流通・消費の仕組みをつくる

～ (株) コープ有機佐伯昌昭氏に聞く ……岩橋 涼 24

02 買い物と交流の場をつくる

～ 買い物難民に「届ける」から一歩進んだ「拠点」づくり ……浜岡 政好 30

03 暮らしやすい住まいと多世代型コミュニティをつくる

～ コレクティブハウスかんかん森の実践 ……下門 正人 36

04 市民と地域の力で電力をつくる

～ 協同組合によるエネルギー供給と地産地消のエネルギーの現在 ……中山 琢夫 42

05 明日の暮らしを一緒につくる

～ 相次ぐ自然災害における共済の取り組みと今後 ……梶浦 孝弘 49

06 地域に根ざした生協をつくる ～ ホームパーティーを事例として ……加賀美 太記 56

07 住民の暮らしをトータルに支える地域をつくる

～ 社会福祉法人グリーンコープの取り組み ……久保 ゆりえ 61

公開講座収録

反緊縮の経済政策に対する疑問に答えます

— 国家の財政赤字は将来世代に負担を残すのか? — ……松尾 匡 68

書評

01 『プラットフォーム新時代 —ブロックチェーンか、協同組合か—』

齋藤 隼飛 著 ……宮崎 崇将 78

02 『1時間でよくわかる SDGs と協同組合』

一般社団法人日本協同組合連携機構 監修 ……酒向 美也子 80

投稿規程 …… 82

バックナンバー／編集後記 …… 83

持続可能な地域をつくるために

岡田 知弘 (京都橋大学)

今や日本は、持続可能性の危機に陥っている。毎年のように襲いかかる自然災害。街や村での地域産業の衰退と人口減少の加速。高齢化と社会的孤立化の広がり。社会的・空間的格差と貧困化の拡大。新型コロナウイルス感染症の広がりへの対応の遅れ。持続可能性の危機は、あらゆる局面に広がっているが、その根底には人々が生きる生活領域としての地域社会、それを支える地域経済の衰退・崩壊がある。

一般に、ある地域の経済や社会が持続するという事は、そこで一定量の再投資が繰り返され、地域内での雇用や所得、そして生活が再生産されていることを意味する。これを地域内再投資と呼ぶ。再投資主体には、企業や協同組合、NPO などに加えて、農家や地方自治体も含まれる。これらの地域内再投資力が質量ともに維持・拡大すれば、人々の生活を支える人口扶養力や担税力も維持され、その地域社会の持続的発展が可能になる。加えて、農林漁業が存在する地域では国土の保全効果も維持・向上することになる。逆に地域内再投資力が弱まれば、地域社会だけでなく、それがよって立つ国土が荒廃し災害発生リスクが高まり、回復力が弱まる。

現代日本の地域社会の持続可能性の危機は、災害や人口減少といった「自然法則」のように見える要因以上に、災害後の復興政策や企業の海外進出や農林水産物・中小企業製品の積極的輸入政策、非正規・低賃金労働を拡大した雇用政策、そして半強制的な市町村合併と地方交付税の大幅削減等

の人為的な政策的要因に起因している。

だとすれば、この政策的要因を改めることが第一に必要である。併せて、地域でできることもある。近年、中小企業振興基本条例を制定して、地方自治体が地域の企業、協同組合と積極的に連携して、地域経済全体の再生と住民生活の向上をめざす取り組みが急速に広がっている。これは、中小企業振興と地域づくりを一体的に把握し、自治体の責務だけではなく、中小企業、大企業、大学、住民の役割を定めるものであり、最近では、地域内経済循環、農工商連携、防災を目的に入れる自治体が増えている。

さらに、地域内経済循環、再生可能エネルギーを推進する自治体も出現した。条例を定めて、自然エネルギーと地域内経済循環を基本に生活・福祉・景観・環境政策を結合し、所得の域内循環と経営維持、地域社会、景観形成、環境保全の相互連関を図る自治体も現れている。年金を出発点にした資金循環と仕事おこし、福祉とつなぐ取組みも各地でなされている。

資金・所得の循環、物質・エネルギー循環、人と自然との循環から構成される地域内経済循環が形成されることで、一人ひとりの住民の生活の維持・向上を図ることができる。

これらの動きは、自治体と地域の経済主体の連携による産業自治、エネルギー自治の発展として大いに注目することができよう。ただし、そのためには、主権者である住民の持続的な学びと地域づくりへの積極的参加が必要不可欠である。

争論

脱プラスチック社会は可能か

1. 生協とプラスチック問題～いかに、どこまで、減らせるのか？

風間 志信、小野 光司

2. 業界サイドは考える～適材適所の使用とリサイクルの推進を

岸村 小太郎

いよいよというか、ようやくというか、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなど小売店でのレジ袋（プラスチック製買物袋）の有料化が7月から義務化される。日本の企業が1970年代前半に開発したというレジ袋は、あつというまに籐の買い物籠や紙袋を駆逐して買い物シーンを席捲したが、省資源やゴミ削減に敏感な生協はいち早くマイバッグ持参運動を展開し、レジ袋の使用量削減に努めてきた。今や多くの生協店舗で8割以上の消費者がマイバッグを持参するまでに、運動は成果を上げてきたのである。

7月からの有料化は、そうした生協と組合員による先駆的な努力の成果でもありともみなせるだろうが、最近また別の形で、環境問題においてプラスチックが問題視されている。海洋汚染に代表される、マイクロプラスチックの問題である。研磨剤に含まれる微小なプラスチックや、プラスチック製品が粉々に粉砕されることで生じた小さなプラスチック破片が、世界中の海を汚し、海洋生物の体内において濃縮されているのだという。

プラスチックの使用は悪だ、一刻も早くやめなければならない…。そんな声も上がる中で、ストローを紙製にしてプラスチック材料を忌避すると宣言した企業が脚光を浴びている。それでは、レジ袋の削減では一歩も二歩も世間・業界の先を進んでいた生協はどうだろうか。あまり目立った動きが見えないのではないかと感じる読者も多いかもしれない。

生活協同組合は、このプラスチック問題をどう捉え、その削減をどう図っているのか。そしてプラスチックの包装や容器を製造する側の業界は、この問題をどう受け止めているのか。レジ袋を製造して生活している人もいるのだから、そうした人々とともに問題を考えることも必要だろう。そんな問題意識を持って、日本生活協同組合連合会と日本プラスチック工業連盟にお話を伺った。

(本誌編集長 杉本貴志)

争論 脱プラスチック社会は可能か

生協とプラスチック問題 ～いかに、どこまで、減らせるのか？

風間 志信

日本生活協同組合連合会 職域生協事務局、前サステナビリティ推進部長

小野 光司

日本生活協同組合連合会 サステナビリティ推進グループ

聞き手：杉本 貴志（関西大学教授）



奥から風間氏、手前が小野氏

日本生協連の基本方針

【杉本】 プラスチックが悪の象徴のように取り上げられる世の中です。マイクロプラスチックからレジ袋まで、それらによる汚染がマスメディアに盛んに取り上げられています。日本生協連としてこの問題への基本方針を示す、まとまった文章などがありますか？

【風間】 「プラスチック包材へのコープ商品対応方針」をまとめてニュースリリースとして発表したものがあります（12ページ参照）。

私たちは、コープ商品というプライベートブランドを開発し、私たちの物流を通して各地の生協さんに買っていただくという、卸売りが主たる仕事になります。そこから、会員生協さんが組合員さんに小売りとして販売していくという関係になりますが、この方針はそのコープ商品についての考え方です。会員生協さんには独自の商品政策があり、その一部にこれが使われています。

方針の根幹は、国が昨年出したプラスチック資源循環戦略で盛り込まれている3Rと、リニューアブルを含めて4R、それとあまり異なるものではありません。3R

には順番があって、リデュース（削減）があり、リユース（再利用）があり、リサイクル（再資源化）がある。この順番が非常に重要で、この順で取り組むべきだということです。さらに最近の情勢としてリニューアブル、これは材質の置き換えなどで、たとえば植物性の原料にすることなどです。

【杉本】 このなかでは2030年を目標とされていますが、これは国の政策にあわせているということですか？

【風間】 基本的にはそうですが、日本生協連には、理事会の方針を定めるにあたって諮問をしてもらうための理事会付属の委員会があります。その中に環境サステナビリティ委員会というのがありまして、今、そこで環境・サステナビリティに関わる政策の整理をしています。まだ最終結論は出ていませんが、そこで「2030年の環境・サステナビリティ政策（仮称）」というものを作りつつありまして、来年2021年の総会で最終決定の予定です。

【杉本】 数値目標のなかには「マイクロプラスチックを使用しません」というのがありますが、これまでコープ商品でもマイク

ロプラスチックを使用するということがあったのでしょうか？

【小野】化粧品で以前は使っていたようです。スクラブ洗剤だと、プラスチックの小さな粒子で汚れを落とすというのが昔はありましたが、それを無くしました。今はセルロース系の物もありますし、業界全体でも、日本生協連のコープ商品でも、使っていません。今後もそういうものは使わないということです。

【杉本】 いままで2万トンのプラスチック包材を使っていたが、これを25% (5000トン以上) 削減しますと書かれています。具体的にどのように減らすことが考えられますか？

【小野】 まだ、検討している段階だと思います。削減と言ってもそんなに簡単ではなくて、軽くするとか端を無くすとかだけではなく、もっとドラスティックに変えないと、この目標は達成できないでしょう。

目標の立て方のグローバルスタンダードは、出来る範囲でというのではなく、高い目標を立てて変えていく流れだと思うので、日本生協連でも高い目標を立てたという事です。25%というのは相当厳しい目標です。

【風間】 一つの試みとして例示すると、「ただの炭酸水」という商品があります。これはコープ商品で一番売れている飲料ですが、ペットボトルを軽量化、薄くすることにより、それだけで495トン削減できました。こういうことを、強度がある程度保てるのが分かっている商品、特に売り上げの大きい商品でこつこつと行っていくということです。

表示は？ リターナブルは？

【杉本】 「あずみ野の水」でもラベルフィルムを本体から外して広く報道されましたね。別に本体にラベルが無くても、段ボールにちゃんと書かれていればいいじゃないかということで、水をまとめ買いする組合員としてもそれほど抵抗はないと思いますが、25%も削減するためには、一部生協では昔からやっているように、今までプラスチック容器だったものをガラスのリターナブル瓶にするとか、納豆のパックを紙にするとか、それなりに配送する生協職員にも、使用する消費者組合員にも、ある種の不便をかけるような方策も必要になるかと思うのですが。

【風間】 いろいろなやり方があると思います。その組み合わせでひとつひとつ目標を達成していきたいと思います。ただ、瓶は容易ではありません。一つは重いということです。これは運ぶ人たちにとって労働強化につながります。もう一つは、また使うためには洗わなければならないということです。一部の生協さんでは主力の調味料などでそれをやっていますが、洗うとなれば、水は使うわ、人手は使うわ、それを廻して行くための燃料や電気を使うわで、総合的に考えると必ずしも得策ではない場合もある。プラスチックの削減ということだけを見たら得策ですが、そういう事を総合的に考えないといけないかと思います。「あずみ野の水」のラベルのように、宅配で箱で買うのだから付けなくてもいいものは付けない、というのは抵抗なく受け入れられていると思います。

【杉本】 生協の場合は、半分は無店舗なので、必ずしも店舗に並べるようなラベルは必要

ないですよ。

【小野】 ラベルを半分にするとか、なくすというのは、機械を変えなくても出来る事なので、やれるところからやるということで「あずみ野の水」で始められたのだと思います。

【風間】 生協には商品の細かい仕様、包材の材質など、出来るだけ丁寧に表示しようとしてきた歴史があると思うんです。表示が大切だという考えがあったので、それを無くそうという発想はなかった。でも、やってみたら「良いじゃない」となって、これからこういうものが増えて行くと思いますし、容器も極限まで軽くなっていくと思います。NB商品でも、昔に比べて水にしてもお茶にしてもペコペコと軽くなってきていますよね。



ラベルのない水（あずみ野）

ストローはどうなるのか？

【杉本】 文書には、飲料ストローはプラスチック以外の素材に100%切り替えますとあります。いま、とにかくプラスチックのストローを使っているのは悪い奴だという風潮があるので、2030年、つまり10年後までにプラスチック・ストローはやめると

いっても、生協としてインパクトは小さいように思うのですが、この点では控えめな目標になっているのはなぜですか。

【風間】 ストローだけを単体で供給しているところは、それを即座に紙に切り替えるところがあったり、紙もプラスチックも両方用意して選べるようにしたりすることができます。しかしここで言っている「飲料等ストロー」というのは、それだけでなく、紙パックなどにくっついているストローも含んでいるのです。

これは、紙だと、たとえくっつけたとしても、破かずに剥がすのがむずかしいので、容易に紙化することが出来ないのです。では、紙容器にストローを添えるのをやめたらいいかという、あれは、小さい容器で容易に持ち運びが出来てすぐに飲めるというのが特徴の商品なので、ストローをなくしてしまうというのもあまり考えられない。とすれば、プラスチックと紙のちょうど中間的な機能を持っているけれどもプラスチックではないというものを、開発しないといけない。そしてそれをうまく紙容器のところに接着しないといけない。そういう技術的な問題が出てきます。

紙容器に充填する機械を世界的なメーカーがつくっているのですが、その技術力の発展にもかかっており、そのメーカーさんと一緒に、改良できないかとやっている状況です。世界的にすごく台数が多いので、少しずつ切り替わると思うのですが、その技術革新を待っているということです。そして、新しい充填機を飲料メーカーに導入してもらうか、改良するために費用を出してもらう必要が出てきます。うちが勝手に「はい、明日から変えます」って、言えないんですね。それで、これくらいの猶予期間が必要なのだと思います。

【杉本】 レジ袋削減のように、生協が世間より一歩も二歩も先を行くというようなことは、ストローを切り替える場合には難しいということですか。

【小野】 レジ袋などは、消費者に働きかけて進めていくことができたのですが、これは機械などの技術的ことが関係してくるので、素材開発その他、メーカーさんと協力してやっていくことであり、他より先んじてというのは難しいところがあります。

【風間】 私たちは工場も持っていませんから…。ただ、「組合員さんが求めていることだから、早くやって下さい」ということは、私たちも言っていると思います。

内袋をどうする？

【杉本】 そのほか、生協が事業をする上で、プラスチックが使われていて、その削減を考えないといけないというのはどういう場面でしょうか？ コープ商品以外で、どんな面で課題や改善点があげられるでしょうか？

【小野】 会員生協のところで最も多く使われているプラスチックが、内袋です。そこが一番やるべきところですが、これはなかなか難しく、「容器包装リサイクル法」という法律が出来て、その対象になっている事もあり、削減に取り組んできて袋を薄くするというのもやってきたのですが、その上でさらに減らすというのはなかなか難しいところですが、ターゲット自体ははっきりしていて、それをやらなければ、やった事にならないのですが、削減というのはダイレクトには難しく、再生プラス

チックや植物由来プラスチックなどに切り替えるというのが最初に来ることではないかと個人的には思っています。ただ、コストの関係もありますし、紙にもできないし、今の内袋は中身が見えるし、においもある程度防いでいるので、その代わりになるものを探すのがむずかしいのです。

【杉本】 生協の共同購入や個配といった無店舗事業では野菜や肉など注文した商品が薄い半透明の袋に入れられて組合員に届きますが、その内袋として使うプラスチックが一番多いので、その削減や代替品への転換が最大の課題であるということですね。あとはどうですか？ 配送に使う発泡スチロールなどは大きな問題ではないのですか？

【小野】 今のところは大きな問題はないと考えています。量的には多くないと推測していますし、発泡スチロール自体はリサイクルに廻しています。やはり量的にとにかく多いのは内袋です。大きく見た場合には、日本生協連ではコープ商品の容器包装が大きな削減のターゲットになって、会員生協のところでは、一番大きいのは内袋です。あとはトレイや惣菜に使っているパックなどではないかと思えます。会員生協さんのところで、プラスチックではなくて紙の容器というのが最近出てきているので、そちらを試しているところもあるようです。そのように代替する素材があれば試すことも出来ますが、それが無いとなかなか進まない。ですので、世の中の技術開発を待たないといけない部分もある。気候変動でいう電気自動車のようなものですね。生協だけが先んじて、というのはなかなか難しいなあというところですが。

情報発信、支援、交流

【杉本】 内袋が最大の問題で、今後もっと良い素材が開発されるのを待たなければならないということですが、次善の策としては、リサイクルではないかと思えます。この前も本研究所の会議で話していたのですが、多くの生協は配送時に内袋を回収しているのですが、ほとんどの人間はそのことを知らないという状況があるように思います。

【小野】 内袋自体はおよそどの生協も回収していますが、回収率はだいたい30%くらいです。ちなみに紙の商品案内の方は60%の回収があります。

【風間】 なぜ、内袋の方が30%でとどまっているのか？呼び掛けが足りないのか？ほかのプラスチックのごみと一緒に行政のゴミに出しているのか？うちの委員会でも内袋の回収率を上げようという話にはなっています。集めてしまえば、何らかの活用はされるので、もっと集めようよということは話しています。

【杉本】 そもそも昔は配送でも内袋なんてなかったわけですね。班にそのまま商品をまとめて持って、そこで組合員自身が仕分けをしていましたから。多少はあったかもしれませんが、ほとんど必要が無かった。個人別ピッキングや個配にして便利になった代償だと思うのですが、そういう歯車を元に戻すというのは、やはり無理なんでしょうか？

【風間】 配送時に商品が個人別に袋分けされているというのは、すごくメリットがあるんですよね。そのまま自分の分を選んで

終わりですから。それともう一つ、安全上の問題になりますが、数年前ににおい移りがあるということで、コープ商品のカップ麺が薬品くさいという苦情を受けるという問題がありました。これはお店でもありうる話です。ストックしている棚が近いだけでもあり得ます。ですので、今、各生協では、化粧品やにおいを発する洗剤みたいなものと食品とは完全に区分けするか、最低でも袋で分かっている。そのことを考えると、内袋は無くせないですね。裸ですべて入れるわけにはいかない。もともとの発泡スチロール自体が器用に分かれていて、しかも重くないような、そんな容器が出てくると内袋なしでいけるのかもしれませんが。

【杉本】 会員生協の側でも、配送時の容器や包装を改良するといった工夫を独自にいろいろされていると思うのですが、日本生協連はどういう立場にあるのですか？

【風間】 交流を推進するという立場です。環境・サステナビリティ委員会でもその様な話はしていますし、宅配事業の委員会、店舗事業の委員会などで、そういう事を、どうしていこう、最新の技術をこう取り組んで行こうとか、自動車ももっと環境に負荷の無い燃料にしようなど、いろいろ検討する場があります。

【杉本】 日本の生協は、各単協が主権を持っていて、中央（連合会）が言った通りの方向を一齐に向くというようにはなっていませんよね。環境問題についても、基本は会員生協の考え方があって、それを支援するというのが、日本生協連ということでしょうか？

【風間】 何処まで行っても、それはそうだ

と思います。しかし、各生協が全然違う方向を向いているかということ、こと環境問題については、皆さんほぼ同じ方向を向いています。したがって全国の生協の方針を決めるのが困難かということ、そうではないと思っています。ただ、数値目標となると、「全国生協の数字」というのは積み重ねでしかないわけで、そう容易なことではありません。

それでも CO₂ 削減や再生エネルギー開発については、全国生協の目標が既に作られています。生協は厚生労働省の管轄ですので、1年に1回、CO₂削減計画の進捗を報告できています。すごく大変なことなのですが、毎回、各生協さんがどこまで削減できたか、数値を集約して報告しています。ですので、プラスチックについても、コープ商品だけではなく、各生協さんの商品づくりやNB商品などの販売、ペットボトルの回収について、どれだけ行いましょうという目標を立てることは理屈の上では可能ですが、大変な作業になりますので、それができるかどうかは委員会で話をしています。方向はあまり変わらないけれども、数値目標となると難しいというところです。

【杉本】 CO₂削減については国際的な枠組みが有り、日本もそこに参加していて、だから生協も参加してもらわないと困るという「上」からの大きな枠組みがあるから出来たと思うのですが、プラスチック問題も、やがてそうなるのでしょうか？

【風間】 昨年、プラスチック資源循環戦略で国としての目標を立てていますので、おそらく業界団体ごとに数字を出させて、それを点検していくという、CO₂と同じような体制をとっていくと思います。

【杉本】 レジ袋については、生協は早くから削減や廃止に取り組み、多くの生協ではマイバッグの持参率が9割ほどになっていますし、地域によっては一般のスーパーを含めてそういう数字を達成しているところもあります。ところが、なかにはそこから今でもかなり遅れていて、持参率半分以下といったレベルの生協もあります。確かに単協の主権が大切だという立場に私も立ちますし、日本生協連があまりに指導的になるのも良くないと思いますが、こういう問題ではもう少し指導性を発揮してはどうかという指摘もあるのではないのでしょうか。

【風間】 指導という言葉は使いません。支援ですね。

【小野】 先生がおっしゃるように、生協は企業との比較や、会員生協内での比較というのが弱いと思います。一般的に、数値をとっていない場合もありますし、公表なども弱いと感じています。生協は他と比較することをしていない、自分たちがどのレベルにあるのかということ意識することが弱い、と私自身は思っています。

【風間】 今はまだ弱いですが、横に情報を流していくのは日本生協連の使命だと思っています。

政府と世論への発信

【杉本】 内部での生協同士、横への発信だけでなく、外部を含めた縦というか、「お上」への発信はどうですか？

【風間】 この間レジ袋有料義務化の運用方法が最終確定する前に、日本生協連名でレ

ジ袋の運用についての意見書を出しました。レジ袋の検討委員会というのがあり、パブリックコメント募集がありましたので、役員会の確認を経て公表しています。今回、最終的に国の運用がガイドラインという形で出されましたが、私たちの意見が反映されなかった一番大きな点として、素材によって有料化の例外が設けられたということがあります。有料化の対象から外していいという例外を設ける必要はないというのが私たちの意見だったのです。例外を設けると、それはゴミとして出されてしまいます。

それよりも全部有料化して、リデュースを大切にする、出さない、使わせない、という方向に持っていったほうが良いと思います。そうしないと、チェーンによっては、例外に該当するレジ袋を作って、そっちの方向で進めていく方向に行ってしまいますので、それは避けたかったのですが、いくつかの業界からの意見もあり、例外が設けられてしまいました。植物性であれ、なんであれ、ゴミで出てしまいますので、ぜひ、どこかの段階で例外はなくして欲しいと思います。今回のガイドラインに対する不満としてはそこが一番大きいと思います。

【杉本】 生協は今まで缶飲料の蓋を工夫するなど、環境問題で世間を一步リードしてきました。プラスチック問題でも、もう少し目立ったことをやってくれると嬉しいなと思います。先ほどのお話だと、技術的な問題があって、そういう工夫をする主体が生協から離れていっているということなんですね。

【風間】 ステーションタブも缶メーカーを巻き込んで実現してきたものだったんですね。

【小野】 あとは、やれるとすれば、回収したものをどのように商品に戻すか、それが出来ないようであれば海外等に出さない、ということです。それはもしかしたら事業的にもメリットがあるかもしれないので、進むかなとも思いますが、そこにも技術的な問題があります。たとえば、内袋は内袋に戻せたらいいと思うのですが、そこにシールが貼ってあるとリサイクルしにくいのです。

さらに最近、食品衛生法の中でポジティブリストというのができたようで、食品に接するプラスチックの規格が決められました。そうすると、リサイクルで内袋を内袋に戻すということに対して、またハードルが上がってしまいます。やはり技術的なところをクリアしないと先に進めないというのが私の感覚です。

連合会の使命とは？

【杉本】 連合会と会員生協の話に戻りますが、それぞれの会員生協は、マイバッグを持ってきてくださいと組合員に呼びかけたり、リサイクルのために一所懸命回収したりするところまでは出来ると思います。しかし、たとえば回収したものを再加工するようなことは、単協レベルではとても無理でしょう。おそらく単協の方々も、日本生協連がそういう点で各生協を支援して欲しいと期待すると思うのですがいかがでしょうか。

【風間】 商品としてリサイクルさせるのは私たちの責任だと考えています。実際、「生協さんが集めたペットボトルはきれいですね」とか「トレイも洗ってありますね」とか、

業界から期待されているところもあるんです。生協の組合員ではそれが常識ですので、原料・資源としてみた場合、自販機の脇から返ってくるものとは違って、生協のものは綺麗なのです。ですので、それがうまく回るようになればと思います。ただ、数字を見ると、悲しいかな、自販機からは大量に集まりますが、生協が集めているペットボトルは、リサイクルで回せるほどには量がないのです。もっといっぱい集めないと回らないと聞いています。ペットボトルからペットボトルに回す“ボトル to ボトル”が一番理想的なのですが、一部チェーンや飲料メーカーでそういうペット商品を出しましたと発表したところもありますが、まだ数少ないです。それは、それに必要な綺麗なペットボトルが手に入らないからです。それは裏返せば、ある程度汚くてもそこそこ綺麗なペットボトルが作れる技術が進歩してくれば、どんどん回るようになるということで、それに貢献したいと思います。

【杉本】 そのうち、「あずみ野の水」もボトル to ボトルで再生されたペットボトルになるかもしれないということですね。

【風間】 ただ、日本人は透明が好きですよ。あまり、色がついているものは使わない。少し色がくすんだものでも許容されるようにならないと、普及しないかもしれません。本当に綺麗なものをつくろうと思えば、本当に綺麗なペットボトルを手に入れる必要があります。私たちも今、チャレンジし始めているのは、ペットボトルから普通の包材を作るということで、そこからまず着手しています。それならペットボトルに多少劣化があっても大丈夫ですので、そういうところから始めています。

【杉本】 かつて赤くないウィナーソーセージなんて気持ち悪いと言っていた消費者も、生協のおかげでだいぶ意識が変わりました。ペットボトルは透明でないと気持ち悪いという消費者の意識も、慣れることですぐ変わるような気がします。ぜひ、そのあたりの広報を日本生協連にして頂ければと思います。

【小野】 すでに 1 割程度はペットボトル to ペットボトルが市場に出ているそうです。気にしないで飲んでいる物もあるようです。

これからの リサイクルのあり方は？

【風間】 日本のゴミ行政は非常に縦割り、地域割りになっていて、都道府県で一斉に同じやり方でゴミを集めたりはしていないそうです。それは各市町村のレベルでやっていて、そこに業者さんもつながっているという形です。これを大規模に集めて大規模に処理するというやり方に改めれば、新しい技術の投資もできますし、コストの面でもクリアされてくると思います。

しかし現在は、こういうゴミ処理をされている業者さんはまだ手作業でやっている部分も多く、零細な業者さんも多いので、そういう業界の構造についても行政が入って変えていかないと、回らないのだと思います。

そこでリサイクルは中国やベトナムでやったほうが良いとしてきたのがここ何年間かですが、その中国やアジアから、資源ゴミの輸入を断られるようになりました。そうすると集めても持って行く場がない、

国内では誰もそんなことをやってくれない、というようにだんだんできてきています。

【小野】 日本生協連ができることはそれほど多くはないですが、方針作りは出来ることだと思います。リサイクルにおいて、商品開発して売る側と、それをあとから回収する側との思いが別々と感じます。商品を開発する側・売る側は売ることを目的にしている、回収する側は集めて売って、いくら儲かったということに関心がある。そうではなく、回収したものをもう一度使うということを両方が意識しないとリサイクルはうまく回らないと思います。その考え方を示すのが日本生協連の仕事なのかもしれないと感じています。

【杉本】 私はいくつか複数の生協に入っているのですが、そのなかには市民生協と呼ばれる大手の生協もあり、それよりも小規模だけれども環境問題などに強いこだわりを持つ生協もあります。ところが、そうしたこだわりの生協のほうが、紙のカタログのリサイクル回収が進んでいません。まだリサイクルをしていない生協や、ようやく今度リサイクルに乗り出そうという生協があるのです。事業でも運動でも意識はとても高いところなので意外なのですが、やりたくても出来なかったのではないかと想像しています。小規模な生協では、回収や、そのあとにリサイクルに持っていくシステムをつくるのが容易ではない。そういうところを連合会が手助けすることが必要ではないかと思っています。

【風間】 大きな生協さんや事業連合さんではリサイクルセンターというのを運営していることが多いですが、そういう施設を作

るということがその生協やそのグループではできなかったのでしょうか。

【杉本】 その生協で面白いと思ったのは、そこはこだわりのある生協なので、日本生協連の取扱商品の中でも独自の基準により扱えないものがあるのですが、通販カタログ事業は日本生協連のものも扱っており、その中で自分たちの基準に合わないものは注文できないようになっているのです。そういうカタログを使おうという側も、逆にそういう使い方を認める日本生協連も、両方ともに度量が大きくていいなと思っているのですが、環境問題でもそういう形で、乗れるところは乗りましょう、一緒にやりましょう、という姿勢があればいいなと外から見ていると思います。

【風間】 たとえば生活クラブさんとうちの連合会とで、再生エネルギーの開発については一緒に委員会をやったり、生活クラブは先進的なことをされているので、新しい太陽光発電施設の見学に行ったりもしています。こういうことは「いいとこ取り」でいいと思っています。

【資料】

ニュースリリース「日本生協連、プラスチック包材へのコープ商品対応方針を策定」(2019 年 6 月 14 日)
(全文収録)

CO-OP News Release

2019 年 6 月 14 日

日本生協連、プラスチック包材へのコープ商品対応方針を策定 ～2030年を目標に、環境負荷低減の取り組みを加速～



日本生活協同組合連合会(本部:東京都渋谷区 略称:日本生協連 代表理事会長:本田 英一)は、2018 年に策定した「日本生協連 SDGs 取り組み方針 2018」を踏まえ、この度、2030 年を目標年とするプラスチック包材へのコープ商品対応方針を策定しました。

日本生協連では、コープ商品で使用するプラスチック包材について「リデュース(使用量削減)」「リユース(繰り返し使用)」「リサイクル(再資源化・再生)」「バイオマス(植物由来素材利用)」の 4 つの視点で環境対応の取り組みを推進しています。

この度策定した「コープ商品のプラスチック包材 数値目標」は、環境負荷低減に向けた取り組みをさらに加速させるものです。

「コープ商品のプラスチック包材 数値目標 ～2030 年に向けて～」

1. コープ商品開発においてマイクロプラスチックを使用しません。
2. 2030 年までに、容器包材のプラスチック重量ベースで 2016 年対比 25%^{*1}(約 5,195 トン)削減します。
※1 2016 年度コープ商品の包材に使用されたプラスチック樹脂の重量は 20,783 トンです
3. 2030 年までに、再生プラスチックと植物由来素材プラスチックの活用を進め、使用率を合計で 50%に引き上げます。
4. 2030 年までに、飲料等ストローはプラスチック以外の素材に 100%切り替えます。

コープ商品のプラスチック包材に関するこれまでの主な取り組み

- 年間 3,700 万本以上の出荷量がある「CO・OP ただの炭酸水」のペットボトル本体を 2017 年 4 月に軽量化^{*2}したことにより、2019 年 3 月までの 2 年間でプラスチック使用量を 495 トン削減しました。 ※2 1本あたり 7g
- ペットボトルにラベルフィルムをつけないことで 1 ケースあたりのプラスチック使用量を 5.16g 削減した「CO・OP ラベルのない水(あずみ野)」を 2019 年 6 月 1 日に発売しました。詳細は 5 月 28 日発表のニュースリリースをご参照下さい。

日本生協連は、この度掲げた数値目標に向け、コープ商品のプラスチック包材の環境対応に積極的に取り組むことで、環境負荷の低減に努めてまいります。

<お問い合わせ先>

日本生協連 広報部

TEL: 03-5778-8106

争論 脱プラスチック社会は可能か

業界サイドは考える ～適材適所の使用とリサイクルの推進を

岸村 小太郎

日本プラスチック工業連盟 専務理事

聞き手：杉本 貴志（関西大学教授）



プラスチックとは何か

【杉本】 日本プラスチック工業連盟とは、どのような組織でしょうか。

【岸村】 1950年にプラスチック協会として発足しました。プラスチックは石油化学の一部ですが、日本で石油化学産業が始まったのは50年代半ばで、50年と言えはまだ石炭から塩ビやベークライトを生産していた時代ですが、当連盟（以下、プラ工連）の前身であるプラスチック協会はその頃にはできていたわけです。

普通の業界団体は、同じようなことをやっている企業が数社集まって設立する例が多いのですが、プラ工連の会員は、原料樹脂を生産する企業、それを買ってプラスチック製品に加工する企業、商社、関連団体（安全・衛生関係の試験を行なう団体等々）など114（団体会員48、企業66）です。団体会員は、さらにそれぞれの会員企業で構成されているので、その意味では日本のプラスチック業界を代表する団体ということになります。

実務を担う組織体制としては総務・環境部会と規格部会があります。規格部会は、国から委託費をいただいてISOやJISの規格をつくる事務局の仕事をしています。環境等の問題を扱うのが総務・環境部会で、広報委員会、国際関係委員会、化学物質管

理委員会、プラスチック資源循環委員会、環境委員会等があり、広報・啓発や環境問題等、幅広い活動に取り組んでいます。

広報活動では、プラスチックはどんなところに使われて、どんなふうに役立っているかを知ってもらうための冊子を何種類か作製しています。環境団体や消費者団体の方から「プラスチック製の容器包装も、ペットボトルのように単一素材でつくればリサイクルしやすいのに、なぜ複合素材を使うのか」とよく聞かれますが、このような疑問に答えるために「食品用プラスチック容器包装の利点」という冊子を作製し、複合素材の使用によって賞味期限を延ばし食品ロスを削減していることを分かりやすく説明しています。最近では中学校の理科で「身の回りの素材」としてプラスチックについて教えることになっていますが、理科の先生は必ずしも化学を専攻したとは限りませんし、化学専攻でも「プラスチックのことはよく知らない」との声を聞き、理科教師を支援することを目的に、関係団体と協力してプラスチック教育連絡会を立上げ、理科教師を対象にした工場見学会の開催や、子どもたちにプラスチックのことを正しく理解してもらうための副読本の作製なども行っています。

【杉本】 プラスチックといえば、私たち一般消費者はプラモデルや納豆の容器等を思

い浮かべますが、その定義は？

【岸村】 JIS の定義では「必須の構成成分として高重合体を含みかつ完成製品への加工のある段階で流れによって形を与え得る材料」とあり、厳密には成形品を指していますが、実際には合成樹脂と同義語で使っています。熱を加えた時の性質から、ポリエチレンやポリプロピレンのような熱可塑性樹脂（溶かして成型してリサイクルできる）と熱硬化性樹脂（加熱して成型した後、再加熱しても軟化しない）という 2 つのタイプがあります。

プラスチックの PR

【杉本】 そうした幅広いプラスチックが開発されることで私たちはその恩恵を受けていますが、しかし最近ではテレビのニュースやバラエティー番組を見ても、プラスチックを使っているだけで環境にもものすごく悪いかのように言われる風潮があります。それに対して連盟としては、基本的にどのように対応しようとお考えですか。

【岸村】 先ほどお話しした広報・啓発活動に加えて、昨年 5 月には同時期に発表された国の戦略とは別に、プラ工連としての「プラスチック資源循環戦略」を公表しました。戦略を策定中の一昨年 10 月には、「プラスチック最適利用社会の実現に向けて」のサブタイトルを付した「プラスチック資源循環戦略の基本的な考え方」を公表しました。このサブタイトルには、プラスチックを一方的に遠ざけるのではなく、その特性や利点を理解した上で、必要なところに上手に使い、使用後は適切に処理・有効利用していくという思いを込めています。

基本的な考え方の 5 項目のうち、1 番目は「プラスチックの多様かつ有用な機能を生かし、ライフサイクルの視点から環境負荷を削減することにより、環境配慮との両立を目指す」です。「プラスチックは便利だからそれでいいだろう」ではなくて、環境にも配慮した製品づくりを期待しています。

【杉本】 基本的にはリサイクルをもう少し進めようというお考えですか。

【岸村】 その通りですが、リサイクルに向きなもので無理にリサイクルしようというのではなく、リサイクルしやすい製品の開発や普及を期待しています。よく、「脱プラスチック」「減プラスチック」の文脈から、代替品の話が出ますが、もともとプラスチックは紙や木やガラスや陶器の代替品として普及してきました。プラスチックの使用による軽量化で輸送にかかる環境負荷が削減され、食品用容器包装への利用により賞味期限が伸びて食品ロスを削減する等の貢献をしてきました。そういうことを認識した上で、減らせるものは減らせればいいのですが、単に「代替品に戻そう」では、却って環境負荷を増やすことにもなります。

それと、プラスチックがいろいろなものを代替してきた時代は、まだ私たちの生活はそれほど豊かではなくて、消費量もそれほど多くなかったのですが、いまの生活のペースのままプラスチックから他の素材に変更した場合の、環境負荷はどうか。たとえば紙や木材に代替するとして、そんなに森林資源を伐採しても大丈夫でしょうか。さらに、たとえ天然素材でも、大量に廃棄され、それが海など自然界に排出された場合の環境負荷は小さくないはず。また、プラスチックよりは早く分解するにしても、紙もすぐに分解するわけで

はありません。

ですから、単に「脱プラ」「減プラ」ではなくて、何を減らすのが適切なのか、廃棄物をいかに減らすのかを考える必要があるのではないのでしょうか。もちろん、われわれ業界も、「消費者が求めるものを提供する」だけではなく、環境にいいものの提供・普及に努める必要があります。

【杉本】 プラスチックのいいところは耐久性だと思えますが、その反面、「ずっと残ってしまうからダメなのだ」と海洋汚染が指摘されます。生協は店舗や配送でリサイクル回収していますが、たとえば納豆の容器はリサイクルの対象外です。容器に残るネバネバがその理由だと思えますが、納豆容器のように、耐久性はそれほど必要なく、リサイクルにも不向きだという、プラスチックに向かない製品にまでプラスチックを使っているのが問題ではないのでしょうか。

【岸村】 確かに、納豆の容器は材料リサイクルに不向きですが、あの容器が納豆製造容器にもなっているなど、それなりの理由があってプラスチックが使用されています。必ずしも材料リサイクルにこだわるのではなく、材料リサイクルに向かないものは、ケミカルリサイクルや熱回収といった手法で有効利用して行くべきでしょう。ただ、今後はリサイクル適性も考慮した容器包装の開発・使用が求められるでしょう。

【杉本】 製造業者さんは、小さな業者さんも含めて、たとえばうちは納豆の容器専門というかたちでお仕事をされているのですか。

【岸村】 納豆の例でいえば、納豆の製造業者は容器メーカーから容器を仕入れています。また、納豆の製造業者が集まって組合

を作っているように、様々な食品の業界がそれぞれの組合を作っています。プラスチック容器包装リサイクル推進協議会では、自主目標を決めてプラスチック容器包装の削減に取り組んでいますが、これまで同協会に加盟していなかった業界にも働きかけて更なる削減に取り組んでいます。

いまのケミカルリサイクルは、ガス化や高炉原料化がメインですが、最近の使用済みプラスチックを化学原料に戻す新しいケミカルリサイクルの検討が始まり、プラ工連もこの技術に期待しています。できるだけ材料リサイクルに回せるものを増やしますが、納豆の容器など、食物残渣が付着して材料リサイクルに向かないものは化学原料に戻すことで、石油資源の使用量も削減できます。この新しいケミカルリサイクル技術については、NEDO（国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構）によるプロジェクトがスタートしており、プラ工連も推進委員として参画しています。

業界内での啓蒙活動

【杉本】 プラスチック工業の立場に立って、対外的に広報その他に取り組んでこられたというお話でしたが、逆に業界内部に対して対内的に啓蒙活動をするというのは今後の課題ですか。

【岸村】 すでに始めています。海洋プラスチック問題については、90年代に樹脂ペレットが全国の海岸や河川に散乱しているという指摘を環境団体から受けて、当時から啓発ポスターやマニュアルの作成と配布や対策の実施状況についてのアンケート調査等を通じ、業界に取組みを促してきました。

私がプラ工連に着任した2013年のこと

ですが、荒川流域のクリーンアップに取り組んでいる NPO 法人の方が来られて、「いまだに荒川にはペレットが落ちている」と言われました。「このご時世、まさかペレットなんて落ちていないだろう」と思いながらも荒川の現場に行ってみました。NPO の人たちが清掃した後だったので、一見きれいな状態でしたが、倒れている枯れ葦をどけてみるとかなりの量の樹脂ペレットが出てきて驚きました。この体験が、私が海洋プラスチック問題に積極的に取り組むことになったきっかけのひとつです。

樹脂ペレット漏出の原因ははっきりわかりませんが、樹脂メーカーは大手で、環境規制が厳しい石油化学コンビナートで生産しているので、たしかにきちんと管理されています。これらのコンビナートは沿岸地域に立地しているので、河川に樹脂ペレットが散乱する理由として、きっちりした排水処理設備がない、ごく小規模な町工場からの流出も考えられます。作業時にこぼれたペレットを掃除機等できっちり吸い取っていただければいいのですが、箒やモップで作業場の排水溝にでも掃き出してしまえば、河川に流出してしまいます。

あるいは、物流の過程でもペレット漏出は起こります。私が樹脂メーカーにいたときの経験ですが、樹脂ペレットを 20kg の紙袋で出荷した際に、運送業者が倉庫での積み替え作業時にフォークリフトの爪で紙袋に穴を開けてしまい、それがそのまま納品され、顧客からクレームを受けたことが何度かありました。いま考えると、そうした街中の倉庫でこぼれたペレットも排水溝に掃き出されていたのではないかと思います。これについては、経産省とも相談して、家族でやっているような小規模事業者にも活用してもらえるマニュアルを作って、経産省から物流業者も含め、樹脂ペレットを

扱う全国の事業者に対策をお願いしてもらおうと準備を進めています。

それと、比較的最近始めたのが「海洋プラスチック問題の解決に向けた宣言活動」です。これは従来の樹脂ペレットだけを対象にするのではなく、自社で扱うプラスチック原料や自社製品が海ごみにならないように努力する旨の宣言書に企業や団体のトップ、企業であれば代表取締役社長にサインしてもらい、トップダウンで取り組んでもらうものです。現時点で 54 社と 13 団体がサインしています。併せて、具体的な取り組みの事例を募集して、ホームページで公表しています。この宣言活動は、環境団体や環境省、経産省にも評価して頂いています。

この宣言活動への取り組みを始めたきっかけは、環境団体の話を聞いたり、河川や海岸の清掃活動に参加したり、プラスチック業界の国際会議を通じて、各国の業界団体が清掃活動や啓発活動を中心にこの問題に積極的に取り組んでいることを知ったことにあります。しかし当初は、「ペレット流出の問題は事業者にも責任があるが、ごみの問題は消費者と国の責任であり、業界が取り組む問題ではない」と批判されました。

宣言活動は、2016 年度の定時総会で承認された現在の 4 ヶ年計画 (2017 ~ 2020 年度) に盛り込まれています。プラ工連では 4 年毎に中期計画を策定し、これを毎年の事業計画に展開しています。計画の策定に際し、当初宣言活動を 1 番目に掲げたところ、「もっと順位を下げ、他の項目に紛れて目立たないようにすべき」との意見が出ましたが、もうそういうことを言う人はいなくなりました。

【杉本】 環境・安全がトップに来るのは、もう当たり前なのですね。ともすれば大企

業＝悪みたいなイメージがありますが、日本は中小零細企業が多いというのがひとつの問題でしょうか。

【岸村】「大企業＝悪」とは、ずいぶん極端なイメージですね（笑）。原料樹脂をつくるのは大企業ですが、それを使って加工製品を製造する企業には小さなところもかなりあります。先ほど、樹脂ペレット漏出防止活動のところでも触れたように、環境問題への取組みに関しては、大手ほどしっかり対策が取られています。

ペレットだけでなく使用済みプラスチックも含めて、自分たちがきちんと管理しなかったものが最終的にどうなっているかを、作る側から、売る側、使う人までを含んだみなさんに知ってもらうのがいちばん大事だと思っています。これは、宣言活動の狙いの一つでもあります。

ペットボトルとトレーのリサイクル

【杉本】環境問題では3Rといわれます。「リサイクル」の前の段階にあるべき「リユース」をプラスチック関係で推進する可能性はあるのでしょうか。

【岸村】安全・衛生性の面から「リユースは難しい」という声が多いです。ウォーターサーバーボトルのリターナブル容器のような例もありますが、一般に広げるのは難しそうです。かつて飲料水用ペットボトルのリユースも検討されたようですが、回収に係る環境負荷の問題で見送られています。最近、詰替型の洗剤やシャンプーが普及しています。厳密にはあれはリユースではないそうですが、容器のリユースと捉えて良いと思います。花王などのブランドオー

ナーが推進されていますが、この点は日本が進んでいます。

【杉本】 ペットボトルのリサイクルに関しては、何十年も前から「ペットボトル to ペットボトル」が言われていますが、あまり広がっていないという印象です。

【岸村】最近、少しずつ普及してきています。初めは「ごみから作られたものに飲料を入れるのは・・・」との抵抗があったようです。いまは実績もできたので、これから広がっていくと思います。

【杉本】 この面では、日本は進んでいるのですか。

【岸村】 進んでいます。ただ、ペットボトルのリサイクル率は海外に比べても高いのですが、回収率にはまだ改善の余地があります。プラ工連が昨年5月に公表したプラスチック資源循環戦略において、リサイクルに向いているペットボトルと発泡スチロールと白色トレーは100%回収（環境流出ゼロ）、100%有効活用を目指すとしています。「100%はあり得ない」との声もありますが、100%に近づける努力を常にしていくことが大切です。プラスチックの流出抑制の鍵でもあります。

【杉本】 いまの消費者、特に生協組合員などを見ると、100%回収はやればできるのではないかと思います。100%回収してしまった後は大丈夫なのですか。

【岸村】 先日タイで開催されたプラスチック業界の国際会議で100%回収の戦略を紹介したところ、インドネシアの業界団体から「100%回収は良いが、日本はそれをイ

インドネシアに輸出するのか？」との質問がありました。これに対し、「これまでは資源である廃プラスチックを中国に持って行かれていたが、中国による輸入禁止のおかげで、国内のリサイクラーがビジネスチャンスと捉え、国内でのリサイクルが進んでいる。また、廃プラスチックを求めて多くの中国のリサイクラーが日本に進出してきている。インドネシアへの輸出は減るはず」と答えました。

プラ工連が打ち出したプラスチック資源循環戦略では、材料リサイクルを進めるために「再生材の市場開拓」を一つの柱に挙げています。ただ、いまの容器包装をそのままリサイクルしても、あまりいい製品はできません。たとえば容器包装は印刷されているものがほとんどですが、様々な印刷インクが混ざった再生材は色が悪くなります。また、食品容器包装のように内容物の残渣が付着したものは材料リサイクルには向かないので、エネルギー回収など焼却処理に頼らざるを得ないのが現状です。私は講演会等で業界の方にはリサイクルしやすい製品の開発・使用を、そして消費者や環境団体の方にはリサイクルしやすい製品の購入をお願いしています。

例えば、白色の総菜トレーはリサイクルできますが、トレーに印刷してあるものはリサイクルには向きません。ただ、印刷することで商品価値を付けているので、簡単には印刷をやめられません。そこで、たとえば白色トレーの表面に印刷した薄いフィルムを貼り、使用後ははがせるようにする。それに近い製品はすでにありますが、その機能が消費者に認識されていないので、フィルムが付いたままで白色トレーのリサイクル工程に持ち込まれると、不適合物としてはじかれてしまいます。消費者も巻き込んで、使った後はフィルムをちゃんと剥がし

て、トレーはリサイクルに、そして食物残渣が付着したフィルムは熱回収に。そんなことをやっていけたらと考えています。

【杉本】 そういう働きかけは、たとえば消費者団体等に話をして、民間から盛り上げていこうということですか。

【岸村】 これは業界にも消費者団体にもよくお話ししていることですが、たとえば地域の消費者グループとメーカーでよりリサイクルしやすい製品や、より環境負荷の少ない製品を共同開発できないかと考えています。価格は少し高くなるでしょうし、プラスチックの出荷量が減る可能性もあります。しかし、「こんな製品ならば、少々高くても自分たちが積極的に購入する」という消費者による取り組みが広がればビジネスとして成り立つし、資源の使用削減になります。夢物語的なところもありますが、消費者団体の方とも協力して、そういうことをやれないかと思っています。

プラ工連では再生材を使った製品の開発を目指し、樹脂メーカーとリサイクラー、そしてユーザー企業によるワーキンググループを立ち上げていますが、いずれは消費者団体とメーカーによるワーキンググループを立ち上げられたらいいなと思っています。

レジ袋有料化問題を考える

【杉本】 政治が珍しく動いた例としてレジ袋の無料配布禁止がありますが、いまの動きをどのようにお考えになっていますか。

【岸村】 レジ袋の有料化義務化の方針は昨年5月に策定された国のプラスチック資源

循環戦略で定められましたが、私もこの戦略策定小委員会の委員として議論に加わっています。プラ工連の会員にはレジ袋を製造している団体もあるため、従来はレジ袋の有料化には反対してきました。しかし、戦略の素案に有料化の目的として「価値づけ」という言葉が明記されたことを評価し、私も賛成意見を述べています。

レジ袋やプラスチック製品は「無料・安価だから気軽に捨てる」のではなく、「価値のあるものだから、大事に使って、きちんとリサイクルに」という流れに変えるきっかけになることを期待しています。レジ袋について言えば、あれだけ薄くて強度があるものの開発にはメーカーも相当の原資を費やしてきたはずですが、それを無料で配るとするのは、メーカーにしわ寄せが来ます。本来もっと高い値段で買ってもらうべきです。価値のあるものだから、それ相応の値段で買っただいて、大事に使ってもらうべきです。

ただレジ袋の製造者は中小企業が多く、ただでさえ安価な輸入品に国内シェアを奪われて厳しい中、特に小規模の事業者は有料化による出荷量減少で事業を継続できなくなります。そのような小規模事業者へのケアが必要だと国のプラスチック資源循環戦略小委員会やレジ袋有料化検討小委員会でも繰り返し訴えてきました。

今回の有料化では、50ミクロン以上の厚みのあるものと生分解性プラスチック100%のものは対象外ですが、本来は対象外にすべきではないと考えています。たしかにヨーロッパでもこれらを対象外にしていますが、厚みがあるということは、それだけたくさんのプラスチックを使っていますし、生分解性プラスチックは高価な素材です。「価値づけ」という観点からは、これらも対象にすべきです。対象外を設ける

ことには、小規模製造者への配慮という一面もありますが、国が出した「プラスチック製買物袋の有料化のあり方について」に、中小企業・小規模事業者等への配慮として、「製造事業者への支援策を併せて検討する」と明記されているので、この支援策が実施された段階で、対象外品を見直していくのがあるべき姿だと思います。

【杉本】 ケアすると言っても、たとえば中小業者が容易に生分解性プラスチックに転換することはできるのですか。

【岸村】 もちろん成型条件等は調整する必要がありますが、同じ設備での製造は可能です。

【杉本】 大手が材料を中小に提供して、中小はレジ袋の形に加工するのだから、加工するところを守ることは意識とみんなの配慮さえあればできるということですね。

数日前も海で分解するレジ袋の開発に成功したというニュースを見ましたが、ああいうものをきちんと評価して、有料で流通するのが理想ですか。

【岸村】 そのとおりです。

【杉本】 小売店が仕入れて無料で渡してきたレジ袋を、今後は有料にするのだから、小売業者と生産者との間でその費用を折半する等の方向は考えていないのですか。

【岸村】 私も有料化の議論のときに、その費用が生産者側にもちゃんと還元されるべきと主張しています。それと、ロールタイプの薄いポリ袋ですね。あれは、店内で魚などを買って入れるのに必要だと思いますが、持参したマイバッグを汚したくないか

らと、多量に取っていく人もいます。無料だからと必要以上に持って行かないような歯止めが必要だと思います。

【杉本】 小売流通では宅配が店舗を上回るような勢いで増えつつあって、私が見る限り、プラスチック包装よりダンボール包装がやたら増えているような印象があります。あれは世間ではあまり問題にしません。環境的にはどうなのでしょう。

【岸村】 ダンボールは古紙を主原料にしているという点では環境に優しいのだと思います。ただ、紙だから環境に優しいとは単純に言えません。紙製品でも、大量に使用・廃棄すれば環境負荷になります。紙もカップ等の容器類の多くは、プラスチックでコーティングしたものが使われています。紙製品であっても、環境に流出しないようにしなければなりません。

最近、外食産業などが企業イメージをよくするために「プラスチック製のストローやカップは提供しません」と宣言していますが、店内で飲食する場合、きちんと回収すればプラスチック製であっても海洋ごみにはなりません。一方、屋外に持ち出して飲食する場合、紙製だからといって安易に廃棄されることがあってはいけません。

【杉本】 プラスチックが溢れる世の中ですが、これは永遠に続くものですか。技術革新によって、いままでのプラスチックとは違うかたちで、環境負荷の非常に小さいプラスチックという方向に進むのか、それとも、プラスチックには良さも問題点もあるので、もう少し棲み分けを追求するかたちでプラスチック削減の方向に向かうのか、お考えをお聞かせください。

【岸村】 プラスチックは適材適所で将来も使われていくでしょう。減プラスチックを訴える方たちも「ワンウェイの使い捨てのものは減らそう」との考えで、「プラスチック無しの生活はあり得ない」とプラスチックそのものを否定していません。

例えば、自動車や航空機等の輸送分野では、プラスチックの使用による軽量化で燃料消費が削減され、安全性も向上することからプラスチックの使用量が増えています。軽量化や安全性という点では、プラスチックはスポーツや医療の分野でも伸びています。一方、ワンウェイの分野でも薄肉化や軽量化により原料樹脂の使用量は減少しています。安全性・衛生性等の面からワンウェイが必要とされる分野もあります。使用後の処理方法を考慮した上で、適材適所で使っていくことが重要です。

環境にやさしいプラスチックは？

【杉本】 最近、マイクロプラスチックの問題がクローズアップされていますが、あんなに細かくなならないプラスチックはできないのでしょうか。

【岸村】 プラスチックは紫外線等で分解するので、これを抑制するために安定剤を添加しています。安定剤を多く添加すれば、それだけ分解は抑えられますが、プラスチックの代わりに安定剤が分解するので、時間が経てばプラスチックは分解します。分解しないプラスチックというのは難しいですね。ただ、河川敷で 20 年くらい前に製造されたペットボトルがそのままの形で見つかっています。原料樹脂のポリエチレンテレフタレートが紫外線劣化に強い化学構造をしているからだと思われます。劣化

しにくい新しいプラスチックの開発は不可能ではないと思います。

【杉本】 たとえばバクテリアがよく食べるようなプラスチックにどんどん変わっていくという方向にはならないのでしょうか。

【岸村】 生分解性プラスチックは価格が高いため、なかなか普及しません。それと、日本では生分解性を活かす機会がありません。欧米では生ごみは生分解性プラスチック製の袋に入れれば、そのままコンポスト施設に投入できます。しかし日本ではコンポスト施設がほとんどないため、生ごみも焼却処理せざるを得なく、生分解性の素材を使用するメリットがありません。また、「生分解性だから」と安易に廃棄・放置される懸念もあります。

生分解性プラスチックは環境中で分解していくので、耐久性が求められる用途には使えません。その使用が期待される用途としては、使用後の回収が難しい農業用分野等が考えられます。マルチフィルムや徐放性肥料のカプセル等ですね。

また、生分解性プラスチックにはリサイクルを阻害するという問題もあります。使用済みプラスチックを材料リサイクルする際に生分解性のものが混じっていると、そこから分解してしまうので、生分解性プラスチックだけを分別回収するシステムが必要になります。

消費者の意識と認識

【杉本】 そうすると、当たり前の話ですが、それぞれの素材に合った使い道をよく考えて、最適のものを使って、もしそれでダメになった場合は100%回収して、それを有

効利用する方法を考えるということですね。

【岸村】 そうです。プラスチックに限らず、製品開発をするときは、機能や品質とコストは懸命に追求するけれども後始末のことは考えていなかったのではないのでしょうか。正直なところ、私自身も使用後のことは「どこかで誰かがうまくやってくれている」くらいにしか考えていませんでした。これからは、使用後のことも考えた製品開発や売り方を考えていく必要があります。また、それを製品の機能や特徴にして欲しいと思います。

【杉本】 海洋プラスチックの半分は漁網等が占めているという話もありますから、漁業者などが海に捨てないように注意することも必要ですね。そして消費者もそういうことを考えて、消費行動をとらないといけなように思います。

【岸村】 これだけ騒がれると皆さんの認識も変わってきましたが、数年前までは「プラスチックごみって外国から来るんだろう」という声をよく聞きました。確かに、以前は新聞等で「日本海側の漁港に中国・韓国からポリタンクや漁網が流れてきて迷惑している」という記事を見る程度で、私自身も「日本は被害者だ」程度の認識しか持っていませんでした。しかし、プラ工連に来て、環境団体の話を聞いたり、海や川の現場を見たりして認識が変わりました。河川敷に散乱しているごみは、間違いなく私たちの生活から出たものです。

自分ではポイ捨てとって思っていないくても、街中や公園のごみ箱があふれているからその横に置いていくとか、ペットボトルの回収ボックスにほかのごみが捨てられ、入りきらないボトルがその横に放置されたりす

ると、それが雨や風で流されて川や海のごみになることを、みなさんもちゃんと認識していただく必要があると思います。

プラ工連では 2016 年に全国の成人を対象にプラスチックのイメージに関するアンケート調査を実施しました。その中に「街でポイ捨てしたプラスチックごみが海ごみになると思いますか」との質問を入れました。その頃は既にマイクロプラスチック問題がテレビでも報道されるようになっていたので、ほとんどの人が「そう思う」と答えると思っていましたが、「そう思う」と答えたのは約 35% で、「どちらかといえばそう思う」と答えた人と合わせて漸く 50% 程度という結果でした。私たちの生活から出たものが海洋ごみになっていることを、作る側も使う側も認識することが大切です。

【杉本】 生協は早くからレジ袋を有料化しましたが、初めは生協組合員とはいえ「こんなものにお金を取るのか」と抵抗がありました。それがだんだんこなれてきたところであらためて社会全体で有料化ということになったのですが、お話を聴いて、そのほかの発泡スチロール等々についても今後はさらに啓発が必要だと思いました。

【岸村】 容器包装リサイクル法のもとプラスチック製の容器包装はリサイクルされていますが、リサイクルの対象が容器包装だけでいいのかという思いがあります。リサイクルに向いている製品なのに容器包装の定義に当てはまらないからと、焼却処理されているものもあります。もったいない話です。

容器包装リサイクル法において、容器包装を利用して商品を販売する事業者や、容器を製造・輸入する事業者はリサイクル費用を負担していますが、リサイクルしやす

い容器包装を使用した製品や、使用済み容器包装の自主回収を行っている事業者に対しては、負担金を減らす等のインセンティブを付けるべきだと思います。

【杉本】 いま中国は廃プラスチックの受け入れを拒否していますが、その分が日本のどこかにあふれているのでしょうか。

【岸村】 マスコミ等ではよく「日本国内にプラスチックごみがあふれている」と言われます。確かに、都会に近い廃棄物処理場は余裕がないようですが、遠隔地であれば受入れは可能とも聞いています、要は、運送にかかるコストの問題です。

また、先ほどもお話しするように、国内のものづくり系のリサイクラーは、「資源としての廃プラスチックが、ようやく自分たちのところに回ってくる」と、これをビジネスチャンスと捉えています。かつては、廃プラスチックは資源として国内でリサイクルされていました。しかし、中国が廃プラスチックの輸入を始めるようになると、国内のリサイクラーは飲み残しのペットボトルなどの汚れたものは除かなければ引き取らないのに対し、中国は何でも引き取ったため、そちらに安易に流れて行ったという背景があります。中国による輸入禁止後は、国内リサイクラーの生産量は伸びているようです。また、国内循環という点では賛否が分かれますが、自国でビジネスをできなくなった中国のリサイクラーが、廃プラスチックを求めて日本に進出してきています。彼らは、日本で廃プラスチックから再生樹脂を製造し、これを中国に輸出するのです。ですから、日本中にプラスチックごみがあふれることはありませんし、日本が海外にごみを押し付けてきたわけでもありません。

特集

サステイナブル・コミュニティ =やさしく、しなやかに続く地域をつくる

地震、台風、豪雨、熱波、停電、断水、そして新型コロナウイルスと、このところ日本列島は立て続けに大惨事に見舞われている。否、それは全世界共通の現象であるともいえるだろう。異常気象やテロリズムなど、大規模な天災と人災が人々の生活を根底から揺るがす事態が、世紀の転換とともに世界中のあちこちで日常的な光景になってしまったのである。

こうした危機に対して、強力なリーダーシップのもとで強靱な国土を作り上げて乗り切ろうという考え方もあるだろうが、そうした力技だけでは、一様ではないそれぞれのコミュニティとそこでの暮らしを守ることはできないだろう。どんなに災害に強いシステムをつくったとしても、予期せぬことが起こり、それが乗り越えられてしまう事態がいつか必ずやってくる。そんなときでも、ある程度は傷つきながらもしなやかにそれに対応

できるようなコミュニティがあるかないかで、人々の暮らしは大きく変わってくるのである。

政府が強権を発動することで市民生活を制限し、コロナウイルスの封じ込めを図っていた中国でも、流行地域では団地の自治会など住民組織が必需品の買い出しや分配を担い、自分たちの最低限度の生活をなんとか維持しようと苦闘したという。コミュニティがなければ、ウイルスとともに人間の生活も駆逐されてしまうのである。

本号の特集では、そうした問題意識から、持続可能な、人々にやさしく、しなやかな地域社会をいかにつくっていくか、食や農やエネルギー、買い物や住まいや生活保障、そして人々のつながりと生活協同組合に焦点を当てて考えてみたい。

(本誌編集長 杉本貴志)

- 1 誰もが参加できる有機農業の生産・流通・消費の仕組みをつくる
～(株)コープ有機 佐伯昌昭氏に聞く
- 2 買い物と交流の場をつくる～買い物難民に「届ける」から一歩進んだ「拠点」づくり
- 3 暮らしやすい住まいと多世代型コミュニティをつくる
～コレクティブハウスかんかん森の実践
- 4 市民と地域の力で電力をつくる～協同組合によるエネルギー供給と地産地消エネルギーの現在
- 5 明日の暮らしを一緒につくる～相次ぐ自然災害における共済の取り組みと今後
- 6 地域に根ざした生協をつくる～ホームパーティーを事例として
- 7 住民の暮らしをトータルに支える地域をつくる～社会福祉法人グリーンコープの取り組み

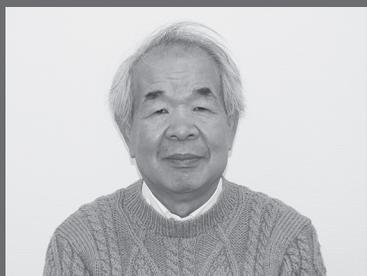
特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる

01

誰もが参加できる有機農業の生産・流通・消費の仕組みをつくる

（株）コープ有機 佐伯昌昭氏に聞く

岩橋 涼 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)



佐伯昌昭氏

農業従事者の減少と高齢化、耕作放棄地の増加など深刻な問題を抱える地域の農業に対し、食品供給事業をおこなう生協はどのように向き合っていくのか。産地・生産者との関わりについては、これまで生協産直の取り組みが中心であったが、食の生産と消費をつなぐ生協の役割は今後ますます重要になると思われる。

今回お話をうかがったのは、コープ自然派事業連合の子会社で、生鮮青果部門を担う株式会社コープ有機代表取締役専務の佐伯昌昭氏である。コープ自然派事業連合は、食品供給における方針の一つとして、国内の有機農業推進を掲げている。有機農業については、多くの生協が少数の品目で有機農産物を取り扱ってはいるものの、生協全体をみれば積極的に推進しているとはいえないのが現状である。また、有機農業は「安全・安心」という文脈で語られることが多い一方、農業の取り組みという視点からみれば、その実践は地域の環境と結びつくものである。有機農業に関心をもつ新規就農者が少なくないなか、生協が今後の産地・生産者との関係を考えるうえで、有機農業をめぐる方針は重要な課題の一つとなるのではないか。コープ自然派の有機農業をめぐる取り組みと、食品供給における生協がめざすべき方向性について、佐伯氏にお話をうかがった。

コープ自然派とコープ有機

【岩橋】コープ有機の設立は2016年ですが、それまではコープ自然派の職員でいらっしゃったのでしょうか。

【佐伯】私は小豆島出身で、生協に関わるようになったのは1993年。その前は、香川の高松で10年ほど無農薬・有機野菜の八百屋をしていた。すでに香川や徳島に大手の生協があり、すごく伸びていて、生協はいいなと思っていた。生協の共同購入は数が決まっているし、きちんと紹介もでき

るので有機農家とかこだわり農家には最高にいい仕組みだと思い、ぜひそれをやってみたかった。そのうち徳島、香川のこだわりの共同購入会が小さな生協になり、その連合組織として(株)コープ四国共同事業センターができた。農産の担当として働いたあと、しばらくして商品部長になった。その時に私がやったのが野菜の企画は「欠品・中止あり」ということだった。組合員に対して、有機や無農薬の野菜が注文通り届くなんてありえない、おかしいでしょと聞き直っていた。生協は注文があったものは必ず届けないといけないというのが基本の考え方だったのだが、あえてそれを無視した。八百屋の感覚からしたら当然のことだった。私は、今も「必ず届けない」という考えが生協を機能不全にしている原因の一つだと思っている。

関西圏へ広げるといふことで、兵庫での生協立ち上げにも関わった。コープ自然派は兵庫、大阪、四国のこだわり生協の連合会として2002年に生活協同組合連合会になる。その後はいろいろあって私は連合会を離れ、徳島を拠点に野菜の卸問屋をやることになった。4年ほど前に、小泉さん(前コープ自然派事業連合理事長)から青果の供給体制を立て直すために力になってほしいと話があり、子会社として(株)コープ有機になった。私は好きなようにやっていたの

だが、その仕組みがほしいということだったようだ。

コープ自然派の食のこだわり

【岩橋】 コープ自然派では、遺伝子組み換えや除草剤グリホサートの問題に取り組んでいますが、ご自身の問題意識として何かきっかけがあったのでしょうか。

【佐伯】 25年ほど前に、アメリカで開催されたオーガニックエキスポを視察、そこでカリフォルニア有機認証団体や遺伝子組換え反対団体などに会った。有機認証の規約を持ち帰り、大学の先生に翻訳してもらって配布した。遺伝子組み換え食品については、アメリカでは、出始めていた頃だった。グリーンコープも反対表明を出し、私もカタログにこういう食品が出ると危ないと特集した覚えがある。しばらくして、遺伝子組み換え反対のキャンペーンが活発になり、本格的に取り組みを始めた。

最近ようやく危険性を指摘する論文も続々出てきている。子どものアレルギーやアトピー、発達障害、心の病、慢性疾患、がん、学習障害など。遺伝子組み換え食品は私たちの健康に大きな影響を与えている。私は、生協こそが率先してこの問題に取り組むべきだと思っている。昨今どの生協も組合員の高齢化が問題となっているが、今こそ子育て世代の関心の高い、遺伝子組み換えやグリホサート、ネオニコチノイド系農薬の問題¹⁾を取り上げることが大事ではないだろうか。生協に限らず農協など協同組合として連帯し、反対の声をあげていく。遺伝子組み換え、ゲノム編集、グリホサートに限れば農協も同じテーブルにつけるし、生協が先頭を切ってやるべき問題だと思っている。もちろん生産農家も

コープ自然派事業連合

1991年に徳島県で共同購入会を母体とする生協が設立され、その後、四国・関西で設立された生協と事業面で提携を進める。2002年に事業連合設立。現在、会員生協は7生協。会員生協の組合員総数は、14.7万人(2019年3月時点)。組合員の平均年齢は48歳。商品事業については、生鮮青果部門の株式会社コープ有機のほか、食材セットは株式会社コープ食材が担う。

一緒になって。

コープ有機による農産物の仕入れ・販売の考え方

【岩橋】 コープ有機では農産物の仕入れはどのようにされているのですか。

【佐伯】 農家と直取引のほか、こだわり系の問屋との付き合いもある。集荷は、徳島では毎日、兵庫・熊本・長野(夏場)は週に2、3回集荷。昔からのつながりがある地場の産直問屋とも取引している。農産物については、帳合の問題が大きいと思っている。流通の構造をいうと、一般的な取り分は農家が20～30%、農協や市場など運送費などを含めて中間が40%、小売の生協やスーパーが25～40%となっている。私は、これはおかしい、だったら農家に50%、生協30%、問屋20%でやれば、皆もっと儲かるのではないかと考えた。

コープ自然派でのルールは、6:1:3。農家が6割、問屋・流通が1割、生協が3割。生協30%の内訳は、コープ自然派23%、コープ有機7%。私は7%のうち5%で運営しようと考えている。あとの2%は、いままでは「欠品・中止」対策だった。でも農家にとって一番困るのは余ったときなのだ。農家では働き手を継続的に雇うのがよいのだが、豊作だと単価が下がり収益が出ない。どうにかしたいと、余剰の野菜を買い取って組合員にタダで配ることを始めた。当初は混乱もしたが、現在は生産過剰な野菜をコープ自然派が買い取り、サポーターとして登録した組合員に届けて身近な人に分けてもらう「Oh! susowake」(おすそわけ)という仕組みになっている。

【岩橋】 小売業の多くは、生産者の立場に

たって、余剰分の対応まで考えることができていないと思います。一方で欠品や中止について、コープ有機ではどのように考えていらっしゃるのでしょうか。

【佐伯】 一昨年は中止率が27%にもなり大変だった。しかし、内部の調べでは、無農薬・有機農産物を注文する人は、欠品・中止があってもコープ自然派をやめない。それだけのこだわりがある。私たちはできるだけ注文には応えるよう努力する。しかしこだわりを無視してまで届けることはしない。

かつては欠品・中止で組合員がやめると言われていた。しかし、しっかりとこだわりを持った組合員にとってはそれがやめる理由にはならない。だから野菜の欠品・中止はあり得るとははっきりと伝えたほうがいいと私は考えている。手作り派にはしっかりとこだわりをもっている人が多い。コープ自然派のコアな組合員がそうだ。

【岩橋】 青果を別会社としてコープ有機が担うことにはどのような意味があるのでしょうか。

【佐伯】 農産物の取り扱いが専門職だと思う。農家と栽培から生産計画まで腹をわって話せるようになるには10年はかかる。担当がよく替わることで信頼関係も築けず結局数を確保するために全農や卸売会社に丸投げするというのが一般的な生協のやり方は問題だろう。コープ自然派は独自で産直農家やこだわり問屋ともつながってきた。物量が多くなるにつれ、やはりもっと専業ですべきと、コープ有機を設立するに至った。この発想が大事だと思う。コープ有機のバイヤーは2人だが、1人は以前農協で勤めていた。他で経験を積んだ人を即戦力として採用している。このことは功

を奏していると思う。

なぜ有機農業なのか

【岩橋】 国内の有機農業推進について、有機農業の拡大には生産者の育成が不可欠で、コープ自然派ではNPOとくしま有機農業サポートセンターの運営に力をいれていますが、技術的な面ではどういった特徴があるのでしょうか。

【佐伯】 私たちはNPOとくしま有機農業サポートセンターへ小祝政明氏（日本有機農業普及協会理事長、(株)ジャパンバイオファーム代表取締役会長他）を校長として迎えた。先生は、微生物やミネラルの働きを重視するBLOF理論という考え方を提唱している。最近解析技術の向上で腸内にどのような菌がいるかわかるようになったが、同じように土の中がみえるようになってきた。除草剤の主成分グリホサートはミネラルを吸着する働きがある。ミネラルがないと、微生物に大きなダメージを与える。健康な土＝健康な人。土が健康であれば農家の収量も増えるし、健康にも良い。有機農業者が増え、町ごと有機のにんじんを作ってくれるようになったら生協で買おうといった運動をすればいいと思っている。

小松島有機農業サポートセンター

「1000人の有機農業者を育てる」ことを目標にNPOとくしま有機農業サポートセンターが技術支援施設として2010年に設立。2019年9月までに127名が卒業している。

【岩橋】 1970年代初頭からの有機農業の展開をみると、有機農業者は「こだわり」が強く、多くの場合、地域の中では孤立していると言われてきました。なぜ有機農業は広がらなかったのでしょうか。また、その

状況は変化してきているのでしょうか。

【佐伯】 年配の有機農家は思想と哲学で有機農業をする。科学で有機農業をするという発想がなかった。そこが問題だったと思う。小祝先生が出てきて、はじめて科学的な面からのアプローチも可能になった。有機農業は理論が成立しないと取り組む人を増やせない。「再現性」があるかないかが問われる。小祝先生のBLOF理論で、ついにそれが可能になってきた。

最近自治体からも技術指導の要請があり、行政側も感度の良い人はやりたいという気持ちを持つようになってきた。あとは消費者だ。消費者、生協が有機農業に挑む生産者に応じて買い支える仕組みにしないといけない。いまはどちらかというと、生協側の腰が引けている。大手企業も動向を見極め積極的に動いている。あと何年かしたら状況は一変する。それに対応しなければ、生協は置いて行かれるだろう。

コープ有機では、毎年徳島でオーガニック・エコフェスタを開催している。有機農業の科学的な説明を消費者に伝えるためだ。お金はかかるが、農産物の栄養価コンテストも行い、生産者に自分の技術のレベルを客観的に確認してもらうことにも取り組んでいる。有機への関心をもち技術を磨く、そういう生産者を生協は育てるべきだと思う。

なぜ有機野菜を食べるのか。それはミネラルをしっかりとって健康になるため。遺伝子組み換え作物の栽培に使われる除草剤グリホサートは腸内フローラを壊している。有機野菜ならグリホサートを体内に取り込む心配がない。そういうことを伝え、ちゃんと食べることを意識することができれば、みんなで一緒に共通の話題として有機の話ができる。それってとても楽しい

じゃないですか。みんなで有機農業を盛り上げれば日本の農業も守れるし、環境もよくなるし、気候変動にも対応できる。もちろん子どももおとなも健康になる。こんないいことはない。

【岩橋】有機農業については、消費者は安心・安全という意識はあっても、なかなか環境への関心には結びついていないように感じます。

【佐伯】私もそこは感じている。環境問題と有機農業はなかなかリンクしなかったが、つまりは土壌の問題だ。空気中の炭素をどう土の中に戻すかということ。戻せば豊かな土壌になる。植物残さを土に戻し、植物繊維は微生物の住処になる。さらに微生物を活性化するためにはミネラルが必要だ。BLOF 理論による科学的な土壌分析によって、そのことを「共通の言語」として話ができたら、原因と結果がわかる。

【岩橋】土壌の問題と有機農業のつながりがわかると、安心・安全だけではなく、環境との関係性がみえてくるのですね。有機農産物と表示して販売するためには認証が必要ですが、コープ自然派では有機 JAS 認証の取得も重視されているのでしょうか。

【佐伯】いま、コープ自然派で有機・無農薬は青果物の 60% 以上を占めるようになったが、新しく組合員になってもらうときに「無農薬です」といってもわからない人もいる。有機 JAS 認証があれば説明しやすい。組織的には増やすべきだと思う。基準が明確になっていないと話が曖昧になる。まず有機 JAS 認証の中身を知ってもらい、なぜ有機農産物を勧めるのか、それから農薬や環境のこと、健康問題もふくめ

てトータルに伝えていくことが大事だ。

組合員（消費者）に どのように伝えるのか

【岩橋】農業や食の問題について、あまり関心が高くない人も含め、より多くの人に伝えるにはどうすればいいのでしょうか。

【佐伯】手作り派の話をしたが、コープ自然派の組合員には、2つの層がある。手作り派のこだわる層と簡単便利なく食材セット>を利用する層。こだわる層は購入量も多いコアな組合員。食材セットの利用者は働いている人、共働きが多い。今は食材セット利用者層が増えている。このことを生協職員はあらためて考えないといけない。

生協組織は急激な社会の変化に対応できていないのが現状だ。新しい組合員を獲得するにはそのニーズに合わせる必要がある。組合員参加の会議を開くのも、専業主婦が中心だったところは昼間でも可能だったが今はとても無理だ。夜しかない。でも、肝腎の職員が仕事は昼間という「常識」から変わっていない。一番大事な事は、どうすれば組合員自らが組合員を拡大してくれるようになるか、だ。食について学ぶ機会やイベントも昼間が多いのだが、夜に開催すればもっとたくさんの方がきてくれるのではないかと私は思う。もっと若い方たちにどうやったら出てきてもらえるか、参加して学んでもらえることが大事。フレックス制などを導入して職員が臨機応変な働き方をすればいいと思うのだが、どうも難しいようだ。いまの社会の変化はとてつもなく激しい。このままではいけない、組織を根本的に変えないと。

【岩橋】コープ自然派では、やはり子育て

世代を中心に組合員を増やしていくということなのでしょうか。

【佐伯】 組合員を増やすのに最もいいのは口コミ。組合員が組合員を増やすということを私たちはやらないと。生協はそれを応援しサポートするための組織。だから組合員の99%以上が女性で、職員がほとんど男性という構造はそもそもおかしい。利用する人たちが本当にほしいものを、ともに話し合い、考え、作り出さなければ。それは子どもを中心とした家族の健康、そのための食材。生協は子育て世代の支持を受けて大きくなってきたのに、そのことを忘れていたのではないかと。出発点にもどり、もっと運動化しないと先は明るくはないと思う。

【岩橋】 若い人はかつてのような「運動」には参加しないと言われていますが、どのようにお考えですか。

【佐伯】 危機感はみんなもっている。食に対してはものすごく敏感で、何をどうやっていいかわからないだけ。だから、そのことに対して生協が応えてあげる。一緒に声をあげていけるのはここですよ、というふうな。農薬を使っていない安全な野菜が子どもたちのためにほしいと声をあげましょうよ。本当は農家も農薬を使いたくないのだから。

経営となると、利益をあげることに論点がすりかわってしまう。Moms Across America のゼン・ハニーカットさん²⁾が、コストコに有機農産物に入れたという話がある。一緒に活動している数百人がコストコに「有機食品を取り扱って！」と一斉に電話し、向こうが根をあげた。お母さんが本気になったら何でもできる。

生協の財産は何よりも組合員だ。いまは

単なるお客さんとして組合員自身も職員も思っている。組合員にもっともっている力をだしてもらおう。組合員がいいと思う生協の商品には、こういう理念があってストーリーがある、その原点に帰ればほっといても成長すると思う。そのストーリーが農業や環境問題だと思っている。

インタビューを終えて

八百屋、卸問屋、生協と、長年にわたって農産物流通に関わってきた経験から、農業問題、有機農業、そして今日の生協のあり方まで思いを語っていただいた。個々の生協が抱える問題は多様であるが、食と農の問題に対し生協としてどのような方向性を示すのか。食に焦点を当てるならば、組合員である女性の働き方や子育てをめぐる変化も切り離して考えることはできない。あらためて生協の役割を考えさせられる取材となった。

注

- 1) ネオニコチノイドは、1990年代以降、ニコチンの構造をもとに販売された化合物で、ミツバチ大量死の原因とされる。その危険性から海外では使用禁止の動きも広がっている。コープ自然派では、ネオニコ排除に取り組む農産物に「ネオニコフリーマーク」を表示している。(詳細はコープ自然派ウェブサイト参照)。一方、小麦などで収穫前に使用される除草剤グリホサートも世界各国で規制が進みつつあるが日本では残留基準値が緩和されている。
- 2) Moms Across America は、3人の男の子の母親であるゼン・ハニーカット氏が、子どもたちのアレルギー症状などの原因を調べる中で、遺伝子組み換え食品や除草剤グリホサートなどの農薬の問題を知り、同様に問題意識を持つ母親と立ち上げた組織。現在では世界中にネットワークを持ち、様々な問題に取り組んでいる。

特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる

02

買い物と交流の場をつくる

「買い物難民に「届ける」から一歩進んだ「拠点」づくり

浜岡 政好 (佛教大学名誉教授)



つねよし百貨店 東田一馬氏

【浜岡】 前回訪問させて頂いたのは、確か、新装「つねよし百貨店」が再開して間もない 2012 年 12 月下旬でした。その時のインタビューを踏まえまとめられたものが庄司俊作さんの「小さな『百貨店』と村-常吉村営百貨店挑戦 15 年の歩みと今後の展望-」(『くらしと協同』2013 年春号) です。それから早 7 年たちました。再開された「つねよし百貨店」の現状とこれからのについての想いをうかがいたいと思います。

一度閉じた「常吉村営百貨店」を、再度ひらがなの「つねよし百貨店」として再開するのは、東田さんにとっては創業する以上の大変さがあったのではないかと思います。再開にあたっての新しいミッション、自分たちは何を引き継ぎながら何を新しく創ろうとしたのかお聞かせ願えればと思います。

【東田】 「村営百貨店」の 15 年間で、地域の人々の想いとしては「お店はあってほしい」でも「買い物は別」ということで、経営は厳しく、刷新が必要な状況にありました。

そこで一度閉じるという「ショック療法」も必要だろうと。商品も全部総ざらいして「村営百貨店」を一旦終わらせ、その後空っぽになったこの場所に椅子を並べ、地域の方と外の人も含めて 40 人以上が集まって「これからの百貨店」について話し合いました。

また、妻と二人で常吉地区の約 150 軒を一軒一軒訪ね「百貨店がなくなることをどう思われますか」と一人一人に聞いて回ったりもしました。

その時、私は「すぐにやります」という強い決意を持っていた訳ではありませんでしたが、それでも「本当に終わらせていいのか」という気持ちはずっとありました。

「常吉村営百貨店」という“のれん”は消えてしまうにはあまりにも惜しいものでした。地域の人に愛され、地域の中心となっていましたので。その地域のお年寄りに元気を与えたり、地域の人

の誇りになったり、子ども達の帰ってくる場所になったりという、精神的な部分は残さないといけないと思いました。

一方で、私は「田舎で働き隊」研修生の頃から百貨店の仕事を手伝っていて、中から見える無駄や非効率的な部分も見えてきました。そこで「地域の百貨店」という想いは受け継ぎながら、やり方を見直せばなんとかできるんじゃないかとも考えました。

【浜岡】 しかし新しい看板には「村営」は引き継いでいませんね。それは今までと運営の仕組みが変わりますということ意識して、あえてつけなかったのですか。

【東田】 そうですね。「村営」と加えると、大きい感じがするんですね。「村営百貨店」には34人の出資者がいて、その人達の支えでずっとやってきました。地域の人達からすれば、自分たちがお金出した「自分達の店」という想いが強くありました。「村営」にはそんな想いがこめられていましたが、私も妻も余所者なので、余所者がぼんと来て「村営」を引き継ぐなんて恐れ多いと。我々の中では引き継ぐ時に「ひらがな」にしたり、「村営」を外すことの意味は大きかったんです。買い物に来るお客様の大半は「おばちゃん、女性」なのに、村営百貨店のときお店の運営側は基本、村づくりに頑張る「おっちゃん、男性」が中心でした。そうなるとお店側の想いと別に、本来の買い物のお客様である女性が利用しづらい雰囲気もあって。なので女性を中心にしたいという想いから、「つねよし百貨店」の代表は妻がすることになりました。

【浜岡】 支え手が、それまでとは違ったものになることを意識しているんですね。

【東田】 女性目線を意識してと「経営も変わったんですよ」ということを地域の人に知ってもらう意味もありました。

村営百貨店が閉店になって、再開するからといってもう一度地域の人に出資をお願いするというのはありえない話でしたし、地域のお店に外部から資金を入れて再開するのはもっと違う話になります。このような背景から新しい「つねよし百貨店」は資本金ゼロでスタートしました。

【浜岡】 法人形態はどうなっていますか。

【東田】 村営百貨店がなくなったときに立ち上げた「チャレンジつねよし百貨店実行委員会」という組織が母体となります。形態は個人事業主です。「つねよし百貨店」は資本金ゼロで、什器など使えるものは引き継ぎました。8月に村営百貨店が閉店し、9月に再開を予定したため、地域の農家さんに協力してもらい、仕入れた新米を注文販売して売り上げたお金で商品を仕入れて経営を回していく、自転車操業でした。

これが1年目の姿で、それ以降も自転車操業は変わっていません。基本は在庫を増やさず、できるだけ商品を回転させて現金化するフロー経営を心がけています。

【浜岡】 しかし、「百貨店」という名称は引き継ぎましたよね。

【東田】 「百貨店」という名は、ユニークですし、すごくいいネーミングだと思っていました。店に置く品数は減りましたが、地域の人にとっての「百貨店」という役割は引き継ごうと思いました。

ロスをなくすために、店に肉、魚、惣菜などの生鮮品を常時置くのをやめ、毎日、注文をとって注文品だけを仕入れるように

しています。その意味では、地域の人にとって「欲しいものは何でもある」という「百貨店」の姿は受け継いでいます。さらに物を売るだけじゃなく、皆が集う場所であったり、何か困りごとがあればお手伝いに行くとか、見回りに行くとかを含めた、物を売るだけじゃない「百貨店」としての機能も引き継ぎました。

【浜岡】 あえて「百貨店」を標榜しているのは、物を売っているだけではなく、何かプラスアルファを発信する場所というイメージを大切にしたいということですかね。

【東田】 そうです。楽しいっていうのも大切ですね。店を 1/4 に縮小し、残りをフリースペースにしました。そこを自由に使うということで、コンサートやったり映画やったり。自ら企画をするだけじゃなくて、最近では発達障害の当事者の人が自分たちの居場所づくりで貸してもらえないかと来られたり、今は定期的にゲーム会を開くようになったりとか、なんでもありで使ってもらえる場所になっています。

【浜岡】 地域の人たちがこの場を使って自分たちの地域を面白いものにしようとするための空間という役割を果たしていると。

【東田】 村営百貨店を始めた頃、地域の人口は 800 人程。それが今は 400 人ぐらいに減ったんですが、その 1 割ぐらいが子どもなんです。子ども達がいる限り、ここで育て、大きくなった時に「百貨店でお泊り会やったよ」、「ここでかくれんぼやったよね」と、百貨店が楽しい記憶に残る場所であって欲しいというのが願いなんです。

【浜岡】 百貨店の運営については、「チャレ

ンジ! つねよし百貨店 10 訓」(①成長しない、②競争しない、③効率化しない、④奉仕しない、⑤レバレッジしない、⑥ストックしない、⑦すべてにオープンに、多様に、⑧役目がある限り、⑨未来のために、⑩ Always Happy) を定めていますね。このなかには地域が変わって、必要とされない事態が来るかもしれない、その時は辞めるというルールが盛り込まれています。これは事業の継続を前提にしたビジネスモデルではありませんね。

【東田】 「十訓」は、お店をやる中で見えてきたことを「戒めて忘れないようにしなければならぬ、危ないぞ」を集めたものなんです。役目を終えれば、ここも終えるというのは、続けるうちに、百貨店を続けることが目的になるのは危険だなと思い、常に毎年、その時ごとに役目を持ってやることを意識しておけということです。

【浜岡】 人口減や環境問題を考えると、無理やり需要を作り出さないで成長モデルそのものが成り立たない中で、逆に地域の暮らしへの寄り添い方を具体的なお店に当てはめてみると、こういう「十訓」になるのかなと思いました。

【東田】 村営百貨店に関わり始めた頃、イギリスの思想家、サティシュ・クマールさんの講演の中で聞いたシューマッハの「成長の限界」の話から、地域のモデルは都市部とは別の前提を置かなければいけないんじゃないかと感じたのです。それが「十訓」のスタートでした。東京から常吉に来て、それまでの仕事の仕方と全く違いすぎる中、少しずつ消化する過程で「十訓」が生まれたのかなって気がします。

【浜岡】この「十訓」の4番目の「奉仕しない」はどういう経過からですか。

【東田】これは、商売=お金儲けが悪いのではなく、儲けすぎる必要がないという考えがベースにあります。大阪で商売をやっていた父親を見て育ち、商売ごとは好きなんです。

百貨店をやっていると「地域のために頑張ってますよね」って言われるんです。でも自分はそんな奉仕精神ではなく、ただ商売として仕事をやることを楽しんでいるだけです。それが自然だし、普通だと思います。だから奉仕のための商売になっちゃだめだっていう自分への戒めです。

【浜岡】この「十訓」のうち8番目の「役目がある限り」と、9番目の「未来のために」は、どこかで繋がっていると思います。具体的にどんな形でこの8番目と9番目を考えておられるのでしょうか。

【東田】8番目は前に話した通り、百貨店を続けることは目的じゃなくて手段だということを忘れないようにするための戒めで、9番目の「未来のために」が百貨店を続ける目的なんだと想います。

そもそも百貨店がどうこう以前に、自分が生きてる目的は、未来のために、子どもたちに何を残さないといけないかだと思っています。

【浜岡】10番目は「Always Happy」ですが。

【東田】”常””吉”で「Always Happy」いつもハッピーになって、最後にオチみたいなものです。(笑)

【浜岡】8番目の「役目」ですが、お店は「物」

を売ったり買ったりするレベルでは縮小するかもしれないですが、逆に、必要性は高まるかもしれませんね。

【東田】「村営百貨店」を閉めたのは経営が難しくなってきたのが理由でした。ただ、その役目として、「困っているお年寄りにとって無くてもいいか」とか、「子ども達が戻ってくる場所や、みんなが集う場所が無くなっていいか」という役目を考えた時にはどうしても必要な場所でした。

【浜岡】人が集える場所としてのお店が、9番の「未来のために」に繋がっていくような役目ってどういうことですか。

【東田】一番大切なのは子どもたちの未来で、子どもたちが巣立つときに、みんなで遊んだ百貨店が「常吉」の記憶としてどう残ってくれるかが、この一番の役目なんです。その意味合いがなくなれば、もしかしたら役目を終えたと思うかもしれません。

【浜岡】ところで人口減と超高齢化の中でお店のこれからをどう考えておられますか。少なくとも10年後の「つねよし百貨店」はどうイメージしておられますか。

【東田】10年後なんて想像つかないし、わかるなら逆に教えて欲しいです。(笑)

同じようにやっていたら、多分回らなくなるのは「村営百貨店」と同じだと思うので、変わってかないといけないとは思っていますが。

なぜ「十訓」があるかというのと、その変わり方を、成長を求めるでもなく、立ち退くでもなく、環境の変化のなかで模索していかないといけないと思うからなんです。この場所を学びの場として、今後も広げる

ことはできると思いますが、お店部分の 10 年先は正直答えが見えていません。

【浜岡】「十訓」の最後の Always Happy は、300 人になっても 300 人の人達がハッピーな暮らし方ができるような地域とか、生活の支え方とかをどう作れるかという描きかたになると思うのですが。その時に、この百貨店はどのようなポジショニングになるのでしょうか。

【東田】400 人が 300 人になっても、百貨店はそんなに変わらなくて、地域の人と「お互い様」の関柄なんです。百貨店は地域の困っている人を助けるし、百貨店が困っている時には地域の人から助けてもらっています。それがうまく回るところなので。人口が減るからといって、大きくモデルが変わることはありません。でも、生活していくのに必要な収入はやはり考えておかないといけないかな。

【浜岡】それは当然そうなりますよね。

【東田】そういう意味では「つねよし百貨店」に変わった時に、変化に打たれ強くするため、固定費をなるべく減らし、変動の影響を受けにくいモデルに変換しました。在庫を減らして、ストックからフロー中心にとか、損益よりもキャッシュフローを意識した経営にしようとか。お店自体は単純なモデルで、物を仕入れて、それに“売る”という労力の部分を対価に乗せて商品を販売するというだけです。借り入れもないので、固定費部分を縮小させれば、現金が回れば、小さなビジネスでも持続可能になります。

【浜岡】人口減少しても、この「十訓」のような精神でやると、それなりに持ちこた

えられるということですね。

【浜岡】「常吉村営百貨店」と「つねよし百貨店」の 30 年近い取り組みを通じて、先の「要望書」などに込められた地域にふさわしい「お店のあり方」という想いを受け止める声は、地域の中にどれだけ広がったのでしょうか。地域で生きて行くための力みたいなのが、地域の人々に受け止められて、それが広がっていけばいいなと思っているのですが。

【東田】わたしもそう思っていますが、残念ながらそこまでの手ごたえになっていません。「芽生えが出るとうれしいな」っていう気持ちでやっています。私は「地域の百貨店」というのは、すごくいいモデルだと思っています。ここで育った子ども達が、いずれどこか別の場所でやってくれてもいいし、他の地域から来た人が、それをいいなと思って、自分たちの地域で継承してもらってもいいし。この百貨店自身も、我々が引退するときに、もし残したいと思ってくれる人がいれば、継いでくれればいいなと思ってやっています。

【浜岡】ところで、全国で過疎化が進み、人口減とか高齢化でお店がなくなった地域が沢山あります。この常吉モデルはどこまで一般化できるかを伺いたいのですが。

【東田】私は、できると思っています。一般化できるかどうかは、人の問題とお金の問題があると思います。まず人の問題では、地域のリーダーであった大木さんと違い、私は余所者だし、そんな人を引っ張るリーダータイプじゃないんです。それでも地域の百貨店をできているのは、あまり物事を気にしない「鈍感力」、それぐらいの能力

があればできるんじゃないかと思います。そういう意味ではハードルは低い。

あとお金の問題では、意識して資本金0円で百貨店を始めました。地域に、こういう居抜きで使える場所さえあれば、資本金がなくても自転車操業でも回せるものです。固定費を抑えさえすれば、すごく儲かりはしないけれど持続できるというのは証明出来たと思います。そういう意味ではハードルが低くて一般化できるモデルだと思います。

ただし、今までの考え方に縛られると多分できないだろうと思います。まず事業計画を立て、どう資金を集め、いかにチーム組織を作って、何年分の収支計画を作るといったやり方にこだわってしまうと難しいだろうなと思います。そこが一般化しづらい理由じゃないでしょうか。

【浜岡】 最後にもう一つお聴きします。東田さんは、もう10年以上、「十訓」に基づいて、「小さな百貨店」をやってこられました。生活協同組合がこういう形での「百貨店」から何が学べるか、ずっと気になっています。生協について感じていることをお聴かせ下さい。

【東田】 生協はわかりませんが、大きくなると、やはり経営とそもそもの想いがどうしても乖離してしまうのは拭えないだろうなと思います。そのため「つねよし百貨店」には「十訓」があるんですけども。

ここの「百貨店」が理想としているモデルは沖縄の共同売店なんです。地域ありきで、お店、暮らしを支えるってところで、経営形態にとらわれずに、小さくユニットとしてやってるっていうのがうまくいく理由というか、秘密があるのかなと思っています。

だから生協さんも、もしかするとそういう組織というよりはユニットの地域から出た何かみたいなものの方が、生協の思想と言うか助けあいみたいなものと合うのではないのでしょうか。

私はここに来るまで、ずっとIT系の業界にいたのですが、その時も実は遠く離れた人同士をバーチャルで繋げるとか繋がるとかを基本テーマでやっていたんです。

けれど、ここに来て、遠く離れた人を繋げなくても、小さなコミュニティで、身近な人同士、子どもたちやおばあちゃんたちとリアルに繋がってるほうが断然面白いと気づきました。

【浜岡】 確かにね。そういうリアルな繋がり方ができるのがね。

【東田】 この百貨店をやってきて一番面白いのは、地域の人たちが、お客さんであり、出荷してもらえる生産者であり、困った時助けてくれるサポーターであり、ファンである、といったいろんな役割を担ってくれているところなんです。

経営の合理性という点では、経営者と株主と従業員がそれぞれ独立する形が当然のように経済学では語られますが、そもそも株主も経営者も労働者も顧客も全部一緒の方が本来が一番理想的なんじゃないかということ、この「百貨店」で学びました。

地域の人が困っていれば助けるし、百貨店が困っていたら助けてもらうし、お客さんにもなってもらえる。「お互い様」が当たり前のように実行されていて、一つの「共同体」としての実感があるのです。それがモデルとしてあると思います。

【浜岡】 本日は、長々とお話を聞かせていただきありがとうございました。

特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる

03

暮らしやすい住まいと多世代型コミュニティをつくる
〜コレクティブハウスかんかん森の実践

下門直人 (同志社大学商学部)



坂元良江氏 (左) 藤原敬一氏 (右)

はじめに

2017年3月に多摩センター(東京・多摩ニュータウン)の三越が閉店した。高度経済成長期に日本各地の郊外に形成されたニュータウンやその時期に建設された団地の多くは、現在では高齢化とそれによる年配者の単身世帯の増加、建物の老朽化による魅力の低下などの問題を抱える。さらに都心回帰や職住近接の流れによって若年世帯の多くは郊外に居住するという選択をしなくなりつつある。多摩センター三越の閉店もそうした問題が背景の一つにある。

それらのニュータウンや団地の特徴の一つは、同質的な生活パターンをもつ均質な世代・世帯によってコミュニティが形成されてきた点にある。戦後に一気に増加した人口に対処するために形成された団地やニュータウンは当時においては合理性をもつ住まいのあり方であったと考えられるが、現代においてはそれが様々な課題の要因となってきた。その一つは居住者の同質性に起因し全体として同時に進む高齢化などに代表されるコミュニティの維持困難である。一方、こうした郊外型の住宅事情に対して都市部では家賃が相対的に高いにもかかわらず部屋が狭いなどの難点を抱える。

こうした現代の住宅やそこで暮らす人々のコミュニティの問題に対して一つのヒントを与えてくれるのが、本稿で取り上げるコレクティブハウスかんかん森である。以下ではかんかん森の事例を通じて、「住まい」と「コミュニティ」について考えてみたい。なお本稿の内容はかんかん森居住者の藤原敬一さん、坂元良江さん、入居者の方々へのインタビューならびにかんかん森から提供された資料にもとづく。

コレクティブハウスかんかん森

コレクティブハウスかんかん森は東京・日暮里に2003年6月に誕生した日本で初めてのコレクティブハウスである。

コレクティブハウスとは北欧に起源をもち、「個人のプライバシーを尊重した住まいがありつつ、豊かな共有スペースを持ち、時には一緒に食事をしたり、季節の行事を楽しんだり、子育てなどをシェアする暮らし（コレクティブハウスかんかん森 居住者組合森の風編（2014）、p.2）」を実現することを目的とした住まいのかたちである。

具体的に、住民は一般的な賃貸住宅部分に住みながら、それとは別に共有スペースとしてのキッチンやリビング、ランドリールーム、子どもの遊び場などが併設されておりそれらを自由に利用できる。また管理人がいないため自主管理・自主運営を基本とし、居住者が一緒に食事をづくり全体で食べるコモンミールという取り組みや様々な行事などを通じて居住者間の交流が図られる。そのため、必要以上に住民同士の接点がない一般的なマンションや、企業が管理していたり水回りが共有されプライベート空間が制限されていたりするシェアハウスでは経験することのできない居住者によるコミュニティが形成される。これがコレクティブハウスの最大の特徴である。

コレクティブハウスかんかん森も同様の特徴を有している。かんかん森は日暮里コミュニティという12階建ての建物の一部（2・3階部分）をコレクティブハウスとして使用し、供給戸数は28戸、住戸タイプは1ルームと1LDK、2DKの3つ（71,000円～153,000円）があり、現在はすべて入居している。そして都心に立地しながらも160㎡を超える非常に広い共有スペースが

用意され、一般的な所得水準では到底借りることができない広さの吹き抜けのリビングルームやキッチンスペース、また家庭菜園をおこなったりDIYの作業をしたりするテラスなどが併設されている。



かんかん森が入居する日暮里コミュニティ



開放的な吹き抜けの共有リビングルーム

かんかん森の入居者の構成は単身世帯が17世帯、夫婦や家族などの2人以上の世帯が11世帯、大人38人、子ども11人となっている（2019年8月10日時点）。そのうち夫婦や家族世帯のすべてが共働きであり、二人とも正社員として働いていることが多い。また入居者は20代から80代まで各世代がおり、かんかん森には多様な世

帯や世代が入居している。

ではなぜ日本では珍しい多世代を強調したかんかん森が誕生できたのだろうか。

日本における コレクティブハウスの実践 ～かんかん森の誕生～

日本においてコレクティブハウスを紹介したのは元日本女子大学教授の小谷部育子氏である。小谷部氏は 1980 年代後半にスウェーデンで広がっていたコレクティブハウスを日本に紹介し、さらにその考え方や暮らし方を根付かせるため研究会や NPO 法人を立ち上げるなど研究面のみならず実践面においても大きく貢献した人物である。

小谷部氏がコレクティブハウスを日本に広めたいと考えた背景には、女性の社会進出による共働き世帯の増加やバブル経済下において変化する暮らしに対する疑問があった。バブル経済において都市部を中心に地上げや土地価格の急上昇が進み、とりわけ都心部においては家賃の高さや部屋の狭さなど住環境の問題が生じていた。さらに女性の社会進出が徐々に進み、共働きであっても子育てや介護に過度に悩まされることなく暮らせる住みやすい住環境が求められていた。そうした現状の改善を図り、働く女性を含むすべての人間が自己実現を果たしながら暮らしやすい住環境を築きたいという思いが小谷部氏の日本でのコレクティブハウスづくりの原点となっている(コレクティブハウスかんかん森 居住者組合森の風編 (2014)、pp.128-129)。

コレクティブハウスを広めるために、小谷部氏は仲間とともに 1993 年に ALCC (Alternative Living & Challenge City) という研究会を立ち上げ、その後実際にコレ

クティブハウスをつくろうという話になり、2002 年に NPO 法人コレクティブハウジング社を設立した。このコレクティブハウジング社がはじめてコーディネートしたコレクティブハウスがかんかん森である。

小谷部氏の活動に加え、かんかん森が実現した理由としてかんかん森が入居する日暮里コミュニティの運営者である生活科学運営(株式会社 生活科学運営)の当時の社長、高橋氏の協力が大きい。多世代型の住宅や有料老人ホームを運営していた高橋氏がコレクティブハウスに共感を示し、それがきっかけとなり日暮里コミュニティの 2 階、3 階部分にかんかん森がつくられることになった。さらに日暮里コミュニティの建設と重なっていたため、かんかん森の入居予定者は建物の設計にも関与でき、彼らの要望が最大限聞き入れられた間取りが実現された。

したがって、こうしたコレクティブハウスに対する共感の輪の広がりが居住者によるコミュニティの形成や住みやすさの追求を可能にし、たとえば都心部の一般的なマンションでは考えられない広さと開放感のリビングルームやキッチンを実現させている。そして最初の入居者は当然のこと、その後の入居者においても小谷部氏が目指したコレクティブハウスの理念や価値観が受け継がれながら現在のかんかん森での暮らしが築かれている。

ではかんかん森での実際の暮らしはどのようなものなのだろうか。

かんかん森での暮らし

(1) 民主的な運営と定例会

コレクティブハウスであるかんかん森は一般的な賃貸住宅や分譲マンションとは異

なり、管理会社や管理人が介在しないため、居住者たちが自主的に建物（かんかん森が入居する2・3階部分）や共有部分の管理及び運営をしなければならない。その管理・運営は入居者の全員が加入する「居住者組合森の風」によって担われる仕組みとなっている。その内容は、世帯ではなく個人を基礎単位としたすべての居住者が管理・運営の方法やあり方を決める意思決定の場に参加し、実際の運営に必要な係やグループと呼ばれる役割を担い、さらに後述するコモンミールの食事当番を担当することが求められるというものである。

日常的な管理・運営業務についての報告や相談、そして日々の暮らしのなかで問題が生じたり議論すべきことがあったりすれば毎月開催される定例会にて議論される。また毎年6月には総会が開催され、そこで役員や運営上の規則やルールが決定される。これらの定例会と総会は居住者の全員参加が基本とされる。つまり、かんかん森では全員参加が基本の管理・運営がなされ、その基礎となる意思決定は民主的な手続きによってなされている。

かんかん森でのこうした居住者主体の民主的な運営は丁寧におこなわれており、その最大の特徴は居住者全員が納得するまで議論をおこない、決して多数決では決定しないという点にある。そのため共有スペースに関する決定をおこなうときや、かんかん森での課題や問題が見つかったときなどは全員が納得するまで議論が続けられる。そして1回の定例会で結論が出なければ次の定例会に持ち越されるということもある。

例えば、共有リビングに置かれている高級ソファのカバーの買い替えに8万円ほど必要になったとき、意見がなかなかまとまらず結果的に3年ほど定例会での議論を続けたというエピソードがある。その時は

一方で、「せっかく初期の入居者が揃えてくれたソファなのだから高価であってもソファカバーを買い替えたい」という意見が出されたり、他方で「昔と違って今はニトリなどで低価格で家具を購入できるのだから、8万円の費用がかかるのなら新しいソファを購入したほうがいいのではないか」という意見が出されたりし、結論が出ないまま3年ほど定例会で議論が続けられた。そして最終的には買い替えることとなった。

(2) 係とグループ活動による自主管理

居住者は定例会や総会で決定された内容に基づいて実際にかんかん森の管理や運営をおこなうため何かしらの「係」に所属しなければならない。係はかんかん森での日常生活を送るうえで必要不可欠な管理の仕事であり、一人一人が最低でも一つの係を担わなければならない。現在存在する係は、①対外コミュニケーション、②コモンミール、③ハウスマンテナンス、④ガーデニング、⑤会計の5つである（表1参照）。

また係とは別に「グループ」という役割がある。グループは子育て世帯やシニアの世帯、生協の利用者など個別の目的によって組織され、居住者のうち該当者や希望者が参加することになっている。

つまり、共有スペースや全世帯にかかわることについては係として全員が仕事を担い、一部の世帯にかかわることについてはグループを組織することで対応している。これら係やグループとその仕事内容は一人当たりの負担が不公平にならないよう適宜修正が加えられ、総会でその年度の係とグループの内容や担当者が決定される。

したがって、かんかん森では民主的な自主管理及び組織運営が実践されており、それは居住者同士の日々の密なコミュニケー

ションや定例会での時間をかけた丁寧な議論が土台となっていると考えられる。そしてそのコミュニケーションは次にみるコモンミールや季節ごとの様々な行事によって促されている。

表 1 係とグループの仕事内容

係	
対外コミュニケーション	居住者 ML 管理、名簿作成、一般／入居希望者見学会対応、入居者募集のための PR など
コモンミール	コモンミールの管理、コモンミールの代金徴収、ストック・備品管理など
ハウスマンテナンス	おそうじパーティーの実施、備品管理・一覧作成、コモンスペースのインテリア案の提案、ゲストルームの管理など
ガーデニング	菜園テラス、コモンテラス、木工テラスの整備、植栽管理
会計	会計記録の作成、森の風関係の振込・支払
グループ	
森の親	キッズスペースの管理、子育て環境プランの整備
シニア	高齢期の住まい方の検討・ルール作り
図書	図書スペースの図書管理
共同購入	生活クラブの共同購入の運営
ペット	ペットを飼うルールの検討など

出所：かんかん森の紹介資料より作成。

多世代間の交流とコミュニティの形成

(1) コモンミールと多様な年間行事

かんかん森での暮らしにおいて最も重要な行事の一つはコモンミールである。コモンミールは居住者が交代で夕食をつくり、希望者みんなで食事をとるという取り組みである。かんかん森では週に 2 回ほど実施されており、大勢がそろいやすい土曜や日曜に多く開催される。食べる食べないは自由だけれど居住者であれば必ず調理担当を

することになっており、都合のつく日に 3～4 人ほどで調理する。調理担当は一人当たり 1 食 400 円から 500 円という制約のなかメニューの決定や材料の買い出しをおこなう。事前準備があるためコモンミールへの参加は予約制となっており当日朝までに夕食を食べることを共有のボードに知らせる決まりになっている。

かんかん森には大人と子どもを合わせて 49 人の居住者がいるため、少なくとも毎食 30 人前後の食事を一度のつくることになる。それだけの量の調理をおこなうことは大変であるが、当日の午後から担当者同士がおしゃべりしながらであったり、料理のベテランに若い世代が教わったりしながらつくり始める。このコモンミールのおもしろさは居住者が一緒に「食事をとる」ということにとどまらず「食事をつくる」ところから共同でおこなう点にある。

コモンミールはコレクティブハウスの特有の取り組みとしてかんかん森の設立時から続いており、居住者のなかにはこのために料理が上手になったと言う人もいる。また食事後に大人たちがお酒を嗜みながら談笑が続くということもある。

さらにコモンミール以外にも居住者が参加する行事が数多く存在する。たとえば入居や退去時の歓送迎会やお正月の餅つき大会、6 月の創立記念パーティー、秋のお祭りやハロウィーン、味噌づくり、クリスマスなど季節を感じられる催しが定期的に開催される。

コモンミールを通じて一緒に食事をつくるという苦労やみんなに「おいしい」と言ってもらえた時の達成感、そして年間を通じた様々な行事が居住者同士の絆を深めることにつながり、かんかん森の世代を横断したコミュニケーションの促進、そしてコミュニティ形成の基礎と



コモンミールの準備の様子



コモンミールの様子

なっているように思われる。

(2) かんかん森での子育て

現在のかんかん森は一人暮らしから子育て世代、シニア世代が入居する多世代型の構成となっているが、これは入居者たちの努力の結果である。

かんかん森では過去に一度、入居者がシニア世代に偏り子どもがほとんどいない時代があった。その時に入居者募集の方針が定例会などを通じて議論され、最終的に子どものいる多世代型のコレクティブハウスをつくっていくということが改めて確認された。さらに入居者が子育てしやすい環境をいかにしてつくるかということを議論し、子ども1人につき5,000円割引くという家賃設定や居住者同士で子育てを支えられるような環境を整えていった。例えば、仕事の都合で急に保育園や幼稚園のお迎え

に行けなくなったときの代わりや小学校から帰ってきた子どもの遊び相手を気軽に他の居住者にお願いできる環境を整え、共働きであっても子育てがしやすい暮らしを実現している。

おわりに

かんかん森は現代の日本においても数少ない「多世代」を強調したコレクティブハウスとして誕生した。その後もコレクティブハウスの特徴である自主管理・運営やコモンミールなどを大事にしながら居住者の努力の積み重ねにより、当初の理念である多世代型コレクティブハウスを実現し続けている。そしてこの多世代であることがかんかん森の魅力の一つとなり、居住者の入れ替わりがあってもコレクティブハウスの仕組みや居住者同士のコミュニケーションが維持され、かんかん森コミュニティが形成されていると考えられる。

最後に、かんかん森には子育てにおける助け合いなど生協の「おたがいさま」に類似した取り組みもみられた。それゆえ協同を通じて生活をつくる生協がおたがいさまや助け合いなどに価値をおいた住まい方をトータルコーディネートしてみたらおもしろいことができるのではないだろうか。

<参考文献>

- 上野勝代 (2007) 「都市コミュニティの再生—共生をめざす住まい方」『協う』第100号、くらしと協同の研究所。
- コレクティブハウスかんかん森 居住者組合森の風編 (2014) 『これが、コレクティブハウスだ!—コレクティブハウスかんかん森の12年』ドメス出版。
- 名和洋人 (2004) 「かんかん森に見る都市コミュニティの再構築」『協う』第84号、くらしと協同の研究所。

04

市民と地域ので電力をつくる

協同組合によるエネルギー供給と地産地消のエネルギーの現在

中山 琢夫 (京都大学・特定講師)



中山琢夫氏

1. はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災、福島第一原子力発電所の過酷事故から9年が過ぎた。この間、実質的に日本における再生可能エネルギー(再エネ)発電は、太陽光発電を中心に大きく成長した。2012年に導入された再エネの固定価格買取制度(FIT)は、その量的拡大に大きなインパクトを与えたことは間違いない。

それまで大規模集中型発電所が中心だった日本に、分散型発電所の新規導入が相次いだ。地域に賦存する再エネ資源利用が進むことで、エネルギーを地産地消するという新たな価値が社会的な関心事となってきた。太陽光発電の導入費用は年ごとに着実に低下し、2019年のFITによる買取価格は、電力会社から電力を購入するよりも安くなるというレベルにまで成長した。

究極の地産地消エネルギーは、オンサイトの100%自家消費ということになるだろう。例えば、家屋や工場の屋根上に太陽光発電パネルを載せ、さらに蓄電池を設置することで、日が照らない時間帯の消費電力も自家消費できるようになれば、完全自立型の地産地消が達成されるが、その導入コストはまだ高い。当面の間は、公共的な送配電系統から電力を出し入れする方が経済的である。

一方、2016年4月の電力小売全面自由化によって、それまでの一般電気事業者(電力会社)以外の小売電気事業者と契約して、公共的な送配電網からの電力を売買することができるようになった。その後、様々な事業者が参入することによって、多くのメニューが開発されている。

日本生活協同組合連合会(日本生協連)は、1990年代から地球温暖化防止のための活動をはじめ、原子力発電にも頼らない持続可能な社会づくりを進めている。2012年には「エネルギー政策の転換を目指して」という提言書を公表し、この連合会自体も、再エネの拡大を目指して(株)地球クラブを設立し、発電・小売事業に参入した。

2. 協同組合による発電事業

再エネの普及導入先進国のドイツでは、2000年代後半から2010年代前半にかけて、エネルギー事業そのものを目的としたエネルギー協同組合が数多く設立された。エネルギー協同組合の出資者の多くは私個人であり、こうした市民出資の発電事業は、エネルギー事業の民主化と呼ばれた（中山、2017）。

ドイツのエネルギー協同組合が成功しているのであれば、日本にもそのアイデアを輸入すればよいではないか、という発想が浮かんできてくる。ところが、今日の日本ではドイツと違って、地域の住民が再エネ事業を目的とする協同組合を、新たに独自に設立することが容易ではなかった。

しかしながら、第二次世界大戦前には、日本でも協同組合方式の発電事業が盛んに行われていた。この時期、都市部では多数の民間会社が中心的な役割を担っていたが、需要密度が低く、営業効率の悪い農山村部における電力供給には、民間会社は消極的であった。こうした農山村部において、町村営電気事業や電気利用組合が、多く組織されている。

当時の電気利用組合は、産業組合の一種として組織された。そのほとんどは水力発電を行うものであったが、受電を目的とするものもあった。電気利用組合は、1928年には158、1937年には244あった（西野、2008）。その後、太平洋戦争のための「配電統制令」（1941）によって日発・九配電体制に統合され、戦後もその形をやや変えた大手電力会社の地域独占による垂直統合体制が主流となっている。

一方で、戦後になっても農山村地域には電気が供給されていない場所が残っていた。「農山漁村電気導入促進法」（1952）は、

農協や土地改良区などの農林漁業団体が実施する発電事業に対して、政策融資等で支援を行った。このとき、多くの小水力発電所が開設され、この法律によって整備された小水力発電所は60カ所のぼる（石田、2013）。

これらの小水力発電所は中国地方に多く、2011年の時点で53施設があり、そのうち37施設がJAの運営である。こうした小水力発電所は、老朽化が進んでおり、存続が危ぶまれるものが少なくない。こうした貴重な地域資源を朽ちさせるのは実にもったいない。

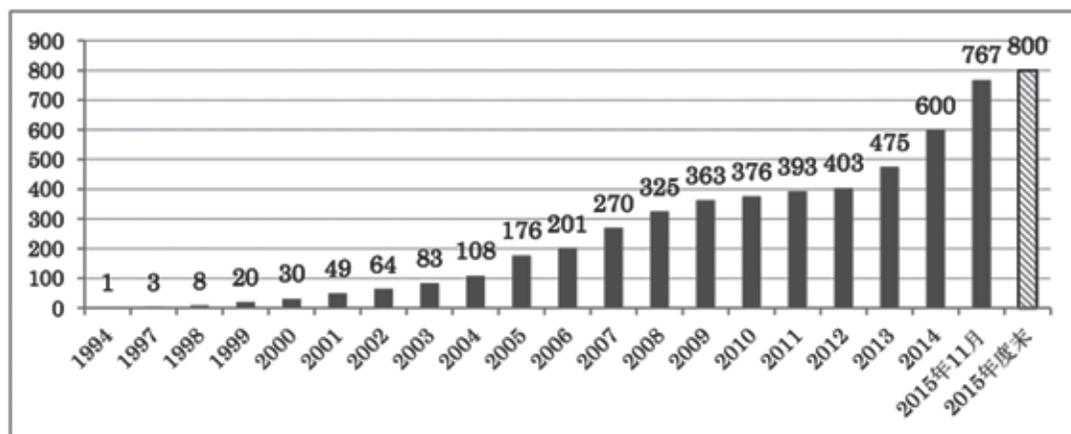
3. 市民・地域共同発電所

さて、今日の日本では、ドイツのエネルギー協同組合に対応するものとして、市民・地域共同発電所の取組が上げられるだろう。市民エネルギー発電所では、市民や地域主体が共同で再エネの発電設備の建設・運営を行う。そのために必要となる資金を、寄付や出資などの形で共同出資する。そこで得られた売電収入は、出資者や地域に配当・還元される（豊田、2016）。

市民・地域共同発電所は1993年に宮崎県で始まり、1998年に滋賀県で2例目となる取組が生まれて以降、全国に広まってきたと言われている。図1は、市民・共同発電所の設置数の推移を示している。再エネのFITが施行される2012年以前にも、390基以上の市民・地域共同発電所が設置されている。2012年のFITの施行後には、採算性が確保されたことから一気に導入が促進され、2015年度末には2012年の約2倍の発電所が設置された。

市民・地域共同発電所は、以下の4点から定義される。第一に、市民や地域主体か

図 1 市民・地域共同発電所数の推移



出所) 豊田 (2016)

らの資金が、一定の割合を占めていること、第二に、その建設や運営にあたり、市民や地域主体が意思決定に関わっていること、第三に、収益の一定の部分が、何らかの方法で市民や地域に還元されるなどの地域貢献があること、第四に、温暖化やエネルギーなどの社会課題または、地域課題の解決に寄与することを目指した取組であることである。この内のいくつかを満たすものを、市民・地域共同発電所として定義している(豊田、2016)。

市民・地域共同発電所に取り組む団体は、もともとは市民団体を中心に数を増やしてきた。それは、地域協議会や自治体、地縁組織(自治会や同窓会)が基になる。さらに、会社組織による取組が見られるようになった。このような主体の多様化は、資金調達手法の多様化と関連しており、そのために、新たな会社組織を設立する必要性が高まったことを意味している。

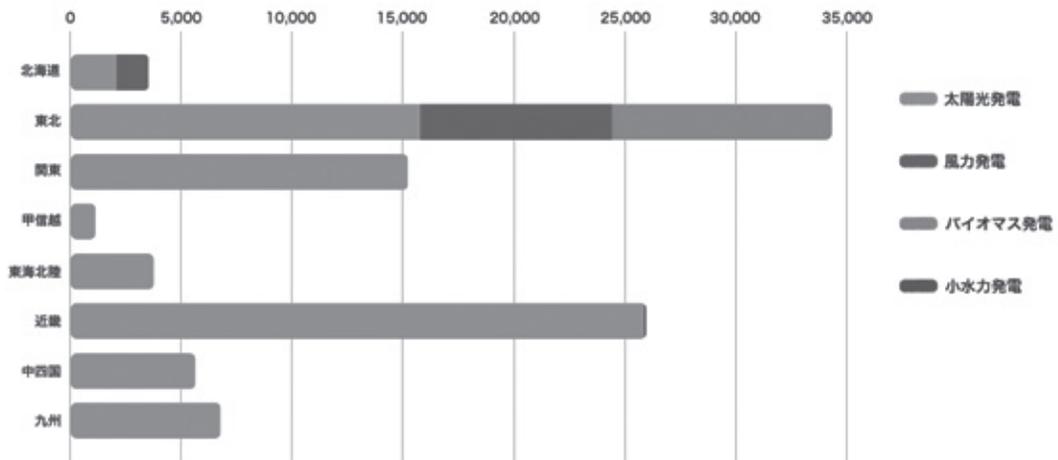
FIT 開始直後から、市民・地域共同発電所の多くが取り組む太陽光発電の規模もまた、拡大傾向にある。それまで 10kW 程度のものがほとんどであったのに対し、制度開始後は、全量売電の対象となる 10kW

以上のものが一般的となった。最近では市民・地域共同発電所でも、メガソーラークラスの設備も珍しくなくなった。一方、一件あたりの kW 規模の拡大だけでなく、近隣地域内に複数の太陽光発電所を纏めて導入するケースが増えている。

FIT によって収益性が確保されたことで、再エネは、疲弊する地域経済や社会の活性化に寄与するものとして認識されるようになってきた。こうした関心の高まりとともに、市民・地域協働発電所の普及を支援する制度・政策を設ける自治体も増えてきた。自治体もまた、東日本大震災以降は、災害に強いまちづくりをどう進めるのか、地域エネルギー供給をどのように担っていくのか、という課題に対する手段として、再エネの地産地消に注目している。

日本では、協同組合方式での再エネ事業は困難であると言われるが、生協等の組織と連携・協働した、市民・地域共同発電所の取組が進展している。とりわけ、日本生協連は、再エネの普及・拡大を、直接的・間接的に、積極的に推進している。また、発電事業だけでなく、2016年4月の電力小売全面自由化に合わせ、新電力会社の設

図2 生協の再エネ発電設備容量 (kW)



出所) 日本生協連 HP

立を進めている。以下、日本における生活協同組合による、発電・小売事業を概観したい。

4. 生協による新たな取り組み

4.1. 生協の発電事業

ここからは、上記市民・共同発電所のうち、とりわけ生協による取り組みに焦点をあててみたい。日本生協連では、「創って、使って、広げていくこと」を柱としながら、再エネの利用だけでなく、発電所の開発も積極的に展開している。

日本生協連では、「生協の電力事業に関する提言」を踏まえて、2020年までに100MW規模の再エネ発電所を開発しようとしている。店舗や宅配センターなどを活用した太陽光発電、自治体や市民電力、産直産地などの地域ネットワークを活かして、太陽光発電を中心に、風力・水力・バイオマス・地熱発電やこれらの発電所からの小売事業を全国的に展開している。2019年3月の時点で、全国348カ所で設備容量

97,114kWの発電設備が稼働している(図2)。

全国的に、生協グループでは太陽光発電に積極的に取り組んでいることがわかるが、風況のよい北海道、東北地方では風力発電も盛んに導入されており、また東北地方ではバイオマス発電も導入されている。風力発電やバイオマス発電は、出力が大きくできる一方で、初期の投資額も大きくなるとともに、調査や手続き、金融、法律、技術的な専門知識も必要になる。そのハードルを越えるために、生協間でネットワークを構築し、参加する生協が使用する電力、供給(小売)する電力を再エネ化していることは、大変興味深い。

1999年、生活クラブ生協・北海道のメンバーが中心となって「北海道グリーンファンド」がNPO法人として設立される。同法人は、市民参加型の風車建設を呼びかけ、全国の市民から小口の出資を集める市民出資を開発する。日本で最初の市民風車「はまかぜ」ちゃん(990kW)は、2001年に浜頓別町に建設された。こうした市民風車のノウハウは、北海道内に留まらず、青

表 1 生協組合員向け電力小売事業に参入 / 参入予定の生協一覧 (2018 年 3 月末時点)

生協名・グループ名	事業の状況	開始時期	電力小売事業者		商標
			事業者名	生協との契約関係	
生活協同組合コープさっぽろ	開始済み	2016年6月	(株) トドック電力	取次	○コープのでんき トドック電力
青森県民生協・青森県庁生協	開始済み	2017年6月	青森県民エナジー (株)	取次	コープのでんき あおりの県民でんき
コープ東北サンネット事業連合	開始済み	2017年11月	(株) コープでんき東北	取次	COCOENE (ココエネ)
	開始済み	2018年1月	(株) 地球クラブ	取次	
生活クラブ連合会	開始済み	2016年6月	(株) 生活クラブエナジー	媒介	生活クラブでんき
バルシステム連合会	開始済み	2016年10月	(株) バルシステム電力	取次	バルシステムでんき
デリ事業連合	開始済み	2018年10月	いばらきコープ生活協同組合	自生協	コープデリでんき
	開始済み	2018年10月	(株) 地球クラブ	取次	
	開始済み	2018年10月	とちぎコープ生活協同組合	自生協	
	開始済み	2018年10月	(株) 地球クラブ	取次	
	開始済み	2018年10月	生活協同組合コープぐんま	自生協	
	開始済み	2018年10月	(株) 地球クラブ	取次	
	開始済み	2017年9月	生活協同組合コープみらい	自生協	
開始済み	2017年9月	(株) 地球クラブ	取次		
生活協同組合コープしが	開始済み	2016年11月	生活協同組合コープしが	自生協	コープでんき
京都生活協同組合	開始済み	2017年4月	京都生活協同組合	自生協	コープでんき
大阪いずみ市民生活協同組合	開始済み	2016年4月	大阪いずみ市民生活協同組合	自生協	コープでんき
グリーンコープ連合	開始済み	2016年10月	(一社) グリーン・市民電力	取次	グリーンコープ電気
生活協同組合コープこうべ	開始済み	2017年4月	生活協同組合コープこうべ	自生協	コープでんき
市民生活協同組合ならコープ	開始済み	2017年4月	(株) CWS	取次	ならコープでんき
エココープ生活協同組合	開始済み	2018年10月	コープ電力株式会社	取次	コープでんき
生活協同組合コープおきなわ	開始済み	2018年10月	おきなわコープエナジー (株)	媒介	コープでんき

※日本生協連把握分

※地球クラブは日本生協連の子会社。コープデリ連合及びコープ東北も出資参画
出所) 日本生活共同組合連合会 (2019)

森県や秋田県をはじめ、全国に広がっている。同 NPO 法人の発展形としての株式会社市民風力発電が手がける風力発電所は、北海道・東北・関東・北陸で 23 カ所、約 60MW に及ぶ (HP (株) 市民風力発電)。

一方、バイオマス発電に関しては、みやぎ生協・生協コープ青森・青森県生協が出資する津軽バイオマスエナジー平川発電所 (6 MW) が 2015 年に、日本生協連といわて生協・みやぎ生協・コープ東北サンネット事業連合会が出資する野田バイオマス発電所 (14MW) が 2016 年に、みやぎ生協・いわて生協が出資する花巻バイオマスエナジー花巻発電所 (6.25MW) が 2017 年に、

みやぎ生協・いわて生協が出資する大仙バイオマスエナジー協和発電所 (7 MW) が 2019 年に、それぞれ運転を開始している (いわて生協・みやぎ生協 HP)。

4.2. 生協の電力小売事業

2016 年 4 月に、電力小売が全面自由化された。これを受け、いくつかの生協も組合員向けの電力小売事業を開始している。表 1 は、2018 年 3 月末の時点で 14 の生協・事業連合グループが参入している。完全自由化のもとで、消費者 (最終需要家) と契約して電力を届ける小売事業者は当然、激しい競争にさらされる。しかしながら、そ

の後も電力小売を取り扱う生協の数は増えている（2018年9月のいばらきコープ・とちぎコープ・コープぐんま、2019年10月のコープながのなど）。

日本生活協同組合連合会（2017）等で、2030年、2050年の温室効果ガス削減目標の目指すべき水準や削減シナリオを明確にし、さらに、原発に頼らない社会を目指すことを明らかにしている生協・事業連合が提供する電力メニューは、顧客がそれを容易に理解できるように、再エネ比率を明示することが多い。

たとえば、自らもRE100に加盟し、2040年までに事業活動で消費する電力を100%再エネにすると宣言しているコープさっぽろが取り次ぐエネコープ（トドック電力）では、北海道全域を対象に「FIT電気メニュー」と「ベーシック電気メニュー」の二つのメニューを提供する。

「FIT電気メニュー」は、北海道産の再生可能エネルギーで発電されたFIT電気を100%使用するメニューで、北海道電力の同様メニューより安く設定されている。一方「ベーシック電気メニュー」は、提携事業者から卸供給を受ける電気を販売しているメニューで、89%は火力発電由来となるが、「FIT電気メニュー」よりもさらに安く設定している。

東京・東北・中部エリアで電力小売を行っているパルシステムでんきでは、2018年度の実績値で78.8%再エネ電気を消費者（需要家）に供給している。その電源構成だけでなく、発電産地も明確にすることで、電気の産直運動も進めている。消費者（需要家）が支払う電気代は、大手電力会社と同額であるものの、大手電力会社の基本料金にあたる部分に、「発電産地応援金」を含めている。再エネ発電所のさらなる普及促進や、地域市民・生産者による発電所新

設件数の拡大、地域経済の発展を目的とした仕組みである。

5. おわりに

生活協同組合は、日本でも数ある協同組合のうちの一つであり、消費者である市民一人一人がお金（出資金）を出し合い会員となり、協同で運営・利用する組織である。ドイツでは、エネルギー協同組合による再エネ発電が有名になったが、日本では、生活協同組合が積極的に再エネの発電・小売に積極的に取り組んでいるといっても過言ではないだろう。

そもそも、市民（消費者）が出資する生活協同組合が再エネを前向きに捉えるということは、日本におけるこうした市民（消費者）が、再エネの導入・普及を望んでいる証であると言えるだろう。

日本生活協同組合連合会（2017）では、2030年環境目標を実現するための5つ目の提言として、「地域とともに持続可能な社会をつくる動きを作り出していくこと」を掲げている。この中で、自治体との連携によるエネルギーの地産地消を推奨する。

ここでは、公益的な目標の下に地方自治体がエネルギー事業に出資する海外事例を指摘する。分散型のエネルギー事業を中心に展開しつつも上下水道、公共交通、公共施設維持などの公共サービスを提供する公益事業体と生協が連携することで、エネルギーを軸としながら、幅広く地域・コミュニティづくりの取り組みとして発展させる可能性を展望している。

自らの取り組みと合わせながら、社会に対して地球温暖化対策の推進や、再エネの普及促進を働きかけ、政府に対しても再エネ政策の促進を求めていけるような、民主

的なボトムアップ主体としての生活協同組合の活動展開に、今後も注目していきたい。

参考文献

石田信隆 (2013) 「注目すべき協同組合 - 地域のための最良の選択」寺西俊一・石田信隆・山下英俊編著『ドイツに学ぶ 地域からのエネルギー転換：再生可能エネルギーと地域の自立』家の光協会、101-133 頁

豊田陽介 (2016) 「市民・地域主体による再生可能エネルギー普及の取組「市民・地域共同発電所」の動向と展望」『サステナビリティ研究』(法政大学)、第 6 号、87-100 頁。

中山琢夫 (2017) 「ドイツと日本におけるエネルギー協同組合 / 会社の比較研究」『生協総研賞・第 13 回助成事業研究論文集』56-70 頁

西野寿章 (2008) 「戦前における電気利用組合の地域的展開 (1)」『産業研究』(高崎経済大学附属研究所紀要) 第 44 巻第 1 号、63-76 頁。

日本生活協同組合連合会 (2019) 「生協における地球温暖化対策の取り組み」2018 年度厚生労働省・低炭素社会実行計画・フォローアップ会議

<https://www.mhlw.go.jp/content/12602000/000596205.pdf>

日本生活協同組合連合会 (2017) 「2030 環境目標検討委員会報告 協同の力で、地球温暖化対策を進めるために」

<https://jccu.coop/jccu/data/pdf/2030Environmentalgoals.pdf>

いわて生協 HP 「社会活動・環境活動>事業での取り組み」

<https://www.iwate.coop/kankyoutorikumi/>

エネコープ HP

<https://enecoop.sapporo.coop>

株式会社市民風力発電 HP

<http://www.cwp-wind.jp>

日本生協連 HP 「再生可能エネルギー拡大の取り組み」

<https://jccu.coop/activity/eco/ecocampaign.html>

パルシステムでんき HP

<https://www.pal.or.jp/denki/structure/>

みやぎ生協 HP「みやぎ生協のエネルギー事業」、

https://www.miyagi.coop/member/kankyou/renewable_energy/



小田原メガソーラー市民発電所 (第 1 期)
ほうとくエネルギー (株)HP



野田バイオパワー木質発電施設
コープデリでんき HP

特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる

05

明日のくらしを一緒につくる

〜相次ぐ自然災害における共済の取り組みと今後

梶浦孝弘（元日本コープ共済生活協同組合連合会執行委員）



梶浦孝弘氏

コープ共済連とは

日本コープ共済生活協同組合連合会（以下、コープ共済連）は、CO・OP 共済を取り扱う生協と日本生活協同組合連合会（以下、日本生協連）が共同で設立した共済事業だけを専門に行う生協連合会です。共済は、病気やけがで入院した時などに支払いを受けられるだけでなく、「自分の掛金が誰かの役に立つ」という、生協が大切にしている「人と人との助け合い」を事業という形で具現化したものです。

CO・OP 共済事業の歴史を簡単に紹介しましょう。1979年にこくみん共済 coop<全労済>と提携した火災共済などの受託事業としてスタートしたCO・OP 共済は、1984年から日本生協連を契約引受団体とする元受事業として、CO・OP 共済《たすけあい》を開始しました。《たすけあい》は、1990年に生命共済金額350万円に拡大して新《たすけあい》としてのスタートを切り、会員生協との共同引受方式による事業実施と相まって、1990年代以降のCO・OP 共済事業躍進の大きな力となりました。2000年から10年満期の定期生命共済であるCO・OP 共済《あいぷらす》を開始。2008年の生協法改正により生協における購買事業と共済事業の兼業ができなくなり、共済事業を専門とするコープ共済連を設立しました。2011年にはCO・OP 共済《ずっとあい》終身生命・終身医療を開始し、一生涯の保障をCO・OP 共済で備えていただくことのできるラインナップが整いました。こくみん共済 coop<全労済>から受託したCO・OP 生命共済《あいあい》、CO・OP 生命共済《新あいあい》、CO・OP 火災共済と、合わせて7種類の共済を全国の151（2019年3月20日現在、こくみん共済 coop<全労済>、日本生協連を除く）の生協とコープ共済連の共同事業として進めています。

CO・OP 共済と災害対応の歴史

CO・OP 共済の元受共済は生命・医療を中心とした商品ですが、主力商品である《たすけあい》には一部のコースを除いて住宅災害共済金を付帯しており、水害等によって住宅に一定以上の被害があった場合には保障の対象となります。この他に、地震、噴火または津波を原因として罹災した CO・OP 共済《たすけあい》、《あいぷらす》、《あいあい》、《ずっとあい》の契約者の世帯に対しては、異常災害見舞金規則により被害の程度に応じた見舞金をお支払いしています。

CO・OP 共済の異常災害に対する取り組みの歴史の始まりは、1990 年代前半に遡ります。1991 年に島原雲仙普賢岳の大火砕流による災害が発生し、《たすけあい》では地震、噴火、津波による被害は共済金支払対象外であるものの、「なんとかして少額のお見舞金だけでもお渡しできないか」といった論議が会員生協との間で行われ、コープながさき（現：ララコープ）の加入者 4 人へ特別にお見舞金をお渡ししたのです。

1993 年には「異常災害見舞金規程」（当時）を設定、この制度を実施するための異常災害見舞金積立金の積み立てを開始しました。また、93 年 8 月に発生した「平成 5 年 8 月豪雨（鹿児島集中豪雨）」では日本生協連と現地のコープかごしまが協力して被害を受けた組合員宅を訪問し、現場での請求受付を実施しました。これが現在まで続く《たすけあい》住宅災害共済金の支払いに関する事務手続きを整備する契機となるとともに、その後の三陸沖地震、阪神・淡路大震災、近年では東日本大震災、熊本地震等における共済のご契約者訪問活動の出発点となりました。

阪神・淡路大震災の発災後には、被害規模の大きさなどから日本生協連共済本部（当時）と全国の会員生協の共同による支援活動が必要と判断され、全国の CO・OP 共済実施生協へ要員派遣要請を行い、コープこうべ共済センターを拠点に全国の生協からの支援チームによる支援活動が行われました。1995 年 1 月 22 日以降、同年 4 月 28 日に現地での支援活動が収束するまでに、全国 44 生協から 631 人、2 団体から 39 人、日本生協連から 395 人の計 1,065 人（延べ）がこの活動に参加しました。

私もこの支援活動に参加し、自転車で数時間かけ使用可能な鉄道駅から電車に乗って親戚の家に身を寄せている組合員を訪問し、見舞金の給付手続きにお伺いしたことが思い出されます。手を取り「わざわざ遠くからありがとう。ありがとう。」と涙された時は、一緒に泣いていました。ライフラインが止まった街の寒さは尋常ではなく、支援活動から戻ってしばらくの間気温に体が反応する寒冷蕁麻疹という体調不良に悩まされましたが、被災された方々に比べれば大したことではありませんでした。阪神・淡路大震災において CO・OP 共済が果たした活動は、生協における共済事業の持つ役割の重要性を全国の仲間と再認識することとなり、その後の共済推進の大きなエネルギーとなったことは間違いありません。

そして、2011 年には東日本大震災が発生しました。コープ共済連では、3 月 11 日に当時コープ共済連本部のあった千葉県浦安市に全国災害対策本部を、同年 3 月 18 日には宮城県仙台市のみやぎ生協黒松店内のコープ共済連 北海道・東北地区推進部に、東北地区の現地対策本部を設置しました。被災地生協とコープ共済連では、被害に遭われた CO・OP 共済のご契約者に



東日本大震災後の訪問活動の様子

全国の組合員さんからのお見舞いの気持ちをお伝えし、共済金・異常災害見舞金のご案内をするため、全国の生協の職員にも参加いただきながら訪問活動を行いました。支援要請に応えた全国 64 生協から協力の意思表示、286 名の職員の参加を得て訪問活動が行われ、全体では 8 県 12 生協、のべ約 2,800 人での活動となりました。

2016 年にも熊本で大きな震災が発生しました。現地は土砂災害の影響で訪問活動が難しい状況となっており、安全が確保された同年 7 月初旬に、5 日間で 267 軒（計画 200 軒）を訪問しました。同年 10 月末までに、異常災害見舞金を 8,396 件、2 億 104 万円をお支払いしています。また、熊本地震の際には東日本大震災の際の経験を活かし、コープ共済連 共済金支払事務部門において異常災害見舞金の支払い事務や再度の訪問希望に対して専門チームを立ち上げて対応にあたることができました。

近年では、台風・大雨による水害も深刻です。2018 年には西日本を中心に全国的な広い範囲に被害を出した西日本豪雨災害が発生し、コープ共済連でも新聞によるお知らせやお見舞い、被災地の生協と協力した訪問活動を実施し、2019 年 3 月末までに 1885 件、2 億 4363 万円の住宅災害共済金をお支払いしました。翌 2019 年にも相

次ぐ台風と大雨による被害が広範囲に発生し、現在も被災地では大変なご苦労が続いています。CO・OP 共済ではご契約者へのお知らせを継続し、最後のお一人まで共済金をお届けするべく対応を続けています。

共済の意義を身を持って体験する

大きな災害が発生し、被災地支援を行う度に被災者に寄り添うことの難しさを考えさせられます。被災された多くの人々は、自分自身よりも悲惨な被災者に思いを馳せて、自分を責めておられます。また、残された家族や身近な人々のために自分を犠牲にして奮闘し身体を壊す方も少なくありません。そして、それらの苦難を乗り越えていくのです。その時に大きな力となるのが、皆で身を寄せ合い、心と力を合わせてともに助け合うつながりであることを実感してきました。正に生協の理念・使命の本質がそこにあると感じます。

被害の大きかった地域を訪問した職員からは、安否確認を行う中で「子どもの前で弱音は吐けないが、つらい気持ちを聞いてもらって少し心が楽になった」「他県から来てもらったと聞いて、ひとりではないと力が出た」「わざわざ山奥まで訪ねてきてくれて本当に驚いた」など、直接対面しなければ得られない、あたたかな交流の報告が多数寄せられます。一方で、被災された方々の苦境を目の当たりにして、何かもつと役に立てることはないのかとの思いや、被災された家屋があっても共済に加入されていないからお役に立てないという現実直面し、悔しさを抱えて戻ってくる職員も少なくありません。配送担当者や店舗職員からは「一度は加入を断られたけれど、どうしようひと声をかけなかったのだろ

う」という反省の弁が聞こえてきます。それ自体は悲しいことですが、その想いは訪問活動に参加した方々が元の所属へと戻ってからも消えることはなく、生きた教訓として組織全体に共有されました。その証拠に、阪神・淡路大震災の後の関西地区においても、東日本大震災後の東北地区においても、共済加入の輪は更に大きな広がりを見せました。

大規模な災害が発生する都度、生協は被災者支援・被災地復興に向け即座に立ち上がり、支援活動を行ってきました。共済においては、こうした訪問活動に参加する中で、多くの人々が共済事業の大切な役割を身をもって体験し、共済を広めることが組合員へのお役立ちにつながるという確信も深まっています。生協は人と人とが協同し、その力でより良いくらしを目指す組織です。その原点に立ち返り、発災後の緊急支援のみならず、大災害を忘れない、風化させないための取り組みが、これからも求められていると感じます。

一緒につくる 明日のくらし (学生総合共済共同引受の取り組み)

加入者が少額ずつの掛金を負担して将来の経済的損失に備えるという共済の仕組み自体は、保険商品と同じではありません。保険商品においては、同質のリスクをもつ多数の人々が集団（保険団体）を形成し、均等な負担をするのが基本です。リスクが異なる場合には負担も異なるのが公平と考えられており、その仕組みには逆選択を抑える効果もあり、合理的な側面もあります。そして、金融商品の普及、保険業界内の競争の激化、グローバル経済の成熟化に伴って、リスク細分化はますます顕著になって

きています。

しかし、細分化が進めばリスクの高い人ほど高額な保険料を支払う必要があり、高い保険料が支払えない人は無保障となり、保障の準備においても格差が拡大してしまいます。共済は保険ではありません。共済がその独自性を担保しうるのは、相互扶助を目的とする協同組合という組織を運営母体としていること、そしてその思想を商品にも反映させてこそです。相互扶助を目的とするために、CO・OP 共済の主力商品である《たすけあい》が年齢を問わず一律の掛金設定となっているように、構成員ヘリスクを平等に配分しよう、という考えが共済制度の根幹を支えています。

こうした制度を維持拡大するためには、少子高齢化による人口減少社会を乗り越え、よりよい制度を創り、老若男女が助け合う共済加入の輪が広がる未来を創っていくことが必要です。

CO・OP 共済では保障提供の側面から超少子高齢社会の日本が直面している社会問題解決に挑んでいます。その具体化として、コープ共済連と全国大学生協共済生活協同組合連合会（以下、大学生協共済連）は、両連合会の会員である地域生協・大学生協の組合員（学生の保護者・学生）のニーズに基づき、「若年層のくらしの保障拡充」を図ることを目的に学生総合共済を共同で実施することを検討しています。

安価な掛金で十分な保障を若年層に提供するとともに、保障の大切さを若い時期から学び合う機会を提供し、経済的にも厳しい環境にある若年層およびその保護者の切実な要望に応えることが、その第一の目的です。利用者となる学生から見ると、卒業し社会人になっても安価で充実した保障を一貫して受けることができるメリットがあります。

少子高齢化社会の到来により国内の事業環境は厳しいものとなり、加えて民間保険会社のように海外で保障事業を展開することができない協同組合グループは、新たな協同組合間協同により組合員同士の助け合いの輪を広げ、さらに強固な制度としていく必要に迫られています。学生総合共済を共同引受とすることによって、大学生協の組合員（学生）だけでなく地域生協の組合員（親）の声を反映した商品改定が可能となることや、人口構造が変化していても、持続可能な共済事業運営を図ることにつながると考えています。

さらには、連帯強化を進めることで、購買や共済だけでなく、地域の子育て支援や介護・障がい者支援等の活動について地域生協と大学生協の組合員同士の繋がりによる助け合い・支え合いが深まることで地域への貢献も高まります。具体的には、現在コープ共済連で行っている「地域ささえあい助成」や「健康づくり支援企画」において、経済的に塾に行けない子どもの学びの場の講師や地域の健康づくり活動のインストラクターを大学生が担っている事例もあります。そうした取り組みを通じて、さらなる活動の飛躍を期待しています。

更に、大学生協との協同組合間協同で学生向けのよりよい保障制度として「学生総合共済」の共同引受を開始した後、「ジュニア20コース」の満期年齢延長（20歳→30歳）を行うと同時に学生総合共済から引き続き30歳まで保障を継続できる新社会人コースの開発を計画しています。そして、30歳～65歳までの「《たすけあい》新コース」を開発し、女性向けの制度をよりよい内容とし男性も含め安心して選ぶことのできる制度にし、その後《あいふらす》で85歳まで、《ずっとあい》の制度も活用して終身の保障を準備することで人生100

年時代の一生涯を共済制度で対応可能となるように会員生協と議論しています。

学生総合共済の取り扱い開始によって若年層への加入は一定の成果を得ると確信していますが、その先の未来として、若い方々の相互扶助への自主的な参加、共済運動・生協運動への参画を募り、未来の生協人を育てていく志も大切にしています。

生協のめざすものは、あるべき論や正解の押し付けではなく、組合員自らがやりたい姿を考え、自主的・主体的に個人や集団で学んでいく中で生まれてくる、と考えています。このあり様は食育や環境問題など生協の他の事業にも貫かれていますし、共済においても、ライフプランニング活動が代表するように、組合員の自発的な学び合いの文化が脈々と受け継がれ息づいています。

「自立した市民の協同の力で、人間らしいくらしの創造と、持続可能な社会の実現を」という生協の21世紀理念を具体化するために、共済を通じて若い方々に協同組合の意義を体験していただくことが、CO-OP共済に課せられたもう一つの重要な使命と捉えています。

協同組合間協同への期待

経済がますますグローバル化する昨今では、貧富の格差や社会的孤立などが世界共通の課題です。国内では、人口減少や少子高齢化、地場産業の衰退、地方の活力低下、就労に困難を抱える若者の増加などが深刻な問題になっています。

このような様々な問題に、各協同組合もそれぞれの専門とする事業で奮闘していますが、単独の生協の取り組みには限界もあります。そこで、協同組合が連携を強化し、

地域で果たす役割・機能の可能性を広げるため、2018年に日本協同組合連携機構(JCA)が始動しました。さらに、2019年12月には日本政府のSDGs(持続可能な開発目標)実施指針が改定され、「協同組合」が明記されました。国連において採決された2030アジェンダでも、国際社会においては「協同組合」がSDGsの実現に不可欠な組織であり、かつ目標達成のため行動していくパートナーとして明確に位置づけられ、その役割が高く評価されています。

しかし、日本では協同組合の法律が縦割り(農協は農水省、生協は厚労省など)となっていることも影響し、JCAが誕生したと言っても、日本の協同組合を代表して主張する状況には至っておらず、政府をはじめ日本社会における協同組合の役割への理解や認識は決して高くありません。

そのような状況の中で、JCAに結集する各団体が様々な働きかけを行ったことも功を奏し、日本においてもSDGs実施指針に「協同組合をはじめ、地域の住民が共助の精神で参加する公共的な活動を担う民間主体が、各地域に山積する課題の解決に向けて、自立と共生を基本とする人間らしい社会を築き、地域の絆を再生し、SDGsへ貢献していくことが期待されている。」と明記されたことは、日本の協同組合の今後の発展における大きな光です。

この行動指針を多くの協同組合関係者と共有しながら、さらに各協同組合が奮闘していくことが求められています。その要としてのJCAには大きな役割を期待しています。地域単位で人・モノ・お金がつながり循環し、小さな収支が成り立つ新しい地域コミュニティ経済の創出を目指す、協同研究の場ともなり得るでしょう。そして、多くの関係組織と知恵を出し合い、今までにない協同組合間協同に取り組み、共済事

業が購買事業・福祉事業とともにポスト資本主義となる協同・相互扶助をベースとしたコミュニティ経済創出の一助になりたいと考えます。

まとめにかえて

日本は、歴史的に大災害を繰り返し乗り越えてきました。何もかも失った後、分け隔てなく力を寄せ合って生き抜くことを通じて、皆で力を寄せ合うことの大切さを実感してきた国民性、歴史や文化があります。故に災害時の略奪等が起きない国として海外から賞賛されているのではないのでしょうか。協力・協同することは、皆が幸せになる生き方・社会であることを、日本の歴史が証明している側面があります。

格差が拡大し、人々がつながり助け合うことの意味・意義をしっかり考えることが大切になっています。今回の特集のテーマ「サステイナブル・コミュニティ＝やさしく、しなやかに続く地域をつくる」について、NHK番組の「プロフェッショナル仕事の流儀」で取り上げられた奥田和志氏(学生の頃からホームレス支援に取り組んでいる方)の言葉が思い起こされます。

『ハウスレス＝家が無い(経済的貧困)、ホームレス＝絆が無い(社会的孤立)、ホームレスの人々にハウスができて問題も解決しない。人には絆が必要だから。家はあっても、心の拠り所となる家がない子どもたちがいる。子どもの貧困問題は、その親の貧困問題。虐待事件もそう。親を責める・子どもを親から引き離すだけでは解決しない。なぜなら、自分がして貰っていないことは、親になったからといって直ぐにできるわけではないから。愛情の連鎖から隔絶された人々は愛し方がわからない。子どもに愛し方を

伝えなければ連鎖は終わらない。本当の親でなくともいい、誰かが、地域や社会が愛し方を伝えること（社会的相続）が必要だ。自己責任論、迷惑をかけるのが「悪」だという風潮がある。違う。互いに迷惑を掛け合い助け合うのが、地域であり社会であり一緒に暮らすということだ。「助けて」と言おう。「助けて」といえた日が助かった日となる。』（2018年10月11日に開催された、警固中学校校区三校連絡協議会での奥田氏の講演より）



東日本大震災後の避難所での活動の様子

「助けて」と言える「助け合う」社会づくりに向けて生協運動・共済運動を発展させたいものです。近年では、IoTやAI化による第4次産業革命が進行し、労働環境にも大きな変化が起きています。規制緩和と大企業減税による社会資本の再配分において貧困と格差が、グローバル経済の進行により対立と分断が進行し、自国の経済空洞化や環境・平和が脅かされる社会不安が増大する中で、競い合いにより社会が豊かになるという自由主義・資本主義の経済発展の理屈には行き詰まりを感じます。人と人のつながりや協力の力で平等・公正・公平を考えながら価格以上の価値を生み出し、地域の暮らしをより良いものにすることが、社会や地球の存続を考える上で大切だと、どこかで皆が気づき始めています。

今後、生協への期待は、高まらざるを得ないのだと思います。そして、共済運動とくに被災地支援活動は、生協運動の本質を体感する場でもあり、苦しい辛い場面でもあるが明日への確信とエネルギーを得る場でもあります。それを力に共済事業の更なる発展に皆さんと力を合わせていきたいと考えています。

06

地域に根ざした生協をつくる

〜ホームパーティーを事例として

加賀美 太記 (就実大学経営学部准教授)



取材にご協力いただいた岩崎秀人氏

1. はじめに

日本の生活協同組合の特徴として、まずあげられるのが無店舗（宅配）事業であり、その基礎単位としての「班」である。班は、地域の組合員が定期的集まる場となり、その場で商品や生協の方針、あるいは日々のよもやま話に花を咲かせることで、お互いのつながりを形成する機能を果たしてきた。班を通じて形成された組合員同士のつながりは、地域社会において人々の暮らしを支える役割の一端を担ってきた。

しかし、90年代以降、組合員を含めた人々の意識変化、さらに生協の規模拡大にともない、無店舗事業において、共同購入（班配）よりも個配の比重が高くなっていった。それにつれて、日本の生協の屋台骨であった班の縮小が進んだ。事業的には個配の伸長によってカバーすることができたが、協同組合の根幹となる組合員の参加の局面では、その基礎単位であり、かつ参加に積極的な組合員を再生産する仕組みとして機能してきた班の縮小から、多くの生協が困難を抱えるようになっていく。こうした状況から、多くの生協は班とは別の多種多様な取り組みを広げることで、組合員とのかかわりを強め、生協と組合員、そして組合員同士のつながりを再構築しようとしている。

本稿は、そうした問題意識に則り、「パーティー」という実践例から組合員のつながりづくりを検討する。ここでいう「パーティー」とは「生活圏で生協商品を囲んでスポットで集まっておしゃべりや交流を行う自主的な『場』」¹⁾をつくる企画を指している。このパーティーは、日本生協連が3年に一度実施している全国組合員活動調査の2018年版によれば、調査対象となった2017年時点で、少なくとも全国で20を超える生協が、このパーティーに類する企画を実施している²⁾。筆者らは、共同購入や班といった、日常の消費活動という比較的プライベートな部分を共有するの

はなく、より緩やかなつながりを見いだそうとするこの取り組みに注目して、2013年に調査研究を行った³⁾。筆者らの調査によれば、これまでのパーティーの目的は、①組合員のつながりづくり、②商品のトライアルを兼ねた事業貢献の2つを目的とするものが多く、とりわけ多くの生協では前者の位置づけでパーティーを運営していた。

2012年の調査研究では、実際に①の位置づけでパーティーに取り組んでいる複数の生協にインタビューを行い、その課題について検討を行った。しかし、②の事業貢献を目的とするパーティーも、組合員の拡大を通じて地域への関与を深める一つの契機であることは事実である。パーティーを拡大のきっかけとして、地域により深く浸透することで、地域に貢献する生協になることは可能であり、そのような実践に取り組む生協の実態を把握することもまた重要だと考える。

そこで今回は、そうした生協の一例として、「なのはな生活協同組合」と、同生協の「ホームパーティー」を取り上げて、組合員のつながりづくりや現状を整理してみたい。

2. なのはな生協の概要

まず、本稿で事例として取り上げる、なのはな生活協同組合（以下、なのはな生協）の概要を確認しよう。なのはな生協は、1974年8月に設立された市民クラブ生活協同組合を出発点とする地域購買生協である。2000年5月に、現在の名称である「なのはな生活協同組合」へと改称した。

現在の主な事業エリアは、千葉市や市川市などの千葉県中北西部、および足立区や

葛飾区といった東京都東部地域である。事業種目は無店舗事業を中心に、共済・利用事業を営んでいる。なお、店舗事業は行っていない。中心となる無店舗事業を見てみると、共同購入が約2割、個配が約8割という比率になっている。個配は1995年に一部エリアで導入し、その翌年から全エリアへと拡大した。個配の利用は以降大きく伸長し、ここ10年は前述の比率で推移しているという。

2019年3月末時点の組合員数は12,847名、2018年度の総供給高は約18億4,000万円である。千葉県で事業を展開する生協は、なのはな生協の他に、コープみらいやパルシステム千葉等があり、それら数十万人規模の組合員を抱える生協に比べると、なのはな生協の規模は小さい。しかし、食の安全・安心に強くこだわる姿勢が評価され、近年、組合員数は増加傾向にあるという。実際、1996年8月、なのはな生協は設立間もない「まつの会（現在の「生協ネットワーク21」）」に参加するなど、食の安全・安心に対して、従来から独特の姿勢を貫いてきた。

3. ホームパーティーの概要と特徴

(1) ホームパーティーとは

なのはな生協が取り組むパーティー企画が、「ホームパーティー」である。なのはな生協がホームパーティーに取り組み始めたのは、2011～12年頃であったという。きっかけとなったのは、前述の生協ネットワーク21であった。ネットワークのつながりから、自然派事業連合が取り組んでいた「プチパーティー」のことを学び、このプチパーティーを参考にして始めたのが



写真①ホームパーティーの様子

ホームパーティーである。

なのはな生協のホームパーティーも、生協が商品を提供し、商品を囲んで組合員等が集って交流するスポットの企画である(写真①)。しかし、食材を渡して、後は自由に参加者で交流してもらっただけの企画ではない。パーティーの当日、なのはな生協のスタッフは会場に向いて商品を届けるだけでなく、準備や調理も担当し、さらに食事中にはパーティーに参加する非組合員に対して、なのはな生協の利用方法やカタログ、商品についての説明を行っている。このとき訪問する主なスタッフは、組織対策部門の拡大担当で、2名の男女ペアである。

以上の仕組みからわかるとおり、なのはな生協にとってホームパーティーは、組合員による非組合員の紹介、つまり仲間づくりの延長線上にあり、その主な目的は新規組合員の拡大にある。そのため、他生協のパーティーでは多く導入されている開催後の報告書の提出は必要とされていない。

組合員拡大の一環ということで、広報費を含めた予算がしっかりと計上されている。たとえば、なのはな生協のホームパーティーでは、現在3つのコースがあるが、各コースの食材の平均金額は1,500～2,500

円(約3人前)となっている(写真②)。パーティーの開催には組合員1名以上と非組合員1名以上が必要であり、組合員のみでは開催できない。また、参加者が多すぎても、生協の丁寧な説明ができないため、定員は合計5名程度までとされている。会場は組合員の自宅、もしくは非組合員の自宅となるが、公共施設の利用も可能であり、その際の費用はなのはな生協が負担することになっている。日時は月曜から土曜日が基本とされているが、例外的に祝日も開催は可能である。時間帯は相談に応じるとのことだが、10～13時からの開催が多いという。現在、ホームパーティーは年間100回程度が開催されており、多いときは週3回程度開催されているという。



写真②現在のホームパーティーの3コースの内容

(2) ホームパーティーの特徴

このように、なのはな生協は、パーティーを組合員拡大の1つのきっかけとして位置付けているわけだが、その背景には、パーティーに参加し、加入した組合員の定着率を高める効果がある。事実として、ホームパーティーをきっかけに加入した組合員は、チラシなどで加入した組合員よりも定着率が高くなる傾向があるという。通常、ホームパーティーは、準備・調理に1時間、食事と説明に1時間、片付けに1時間の約3時間をかけて行われる。実際の商品を利用して生協商品の良さを実感できるだけでなく、生協の利用方法や特徴についても、

じっくり時間をかけて説明ができる。こうした理由から、利用が継続しやすくなっていると思われる。また、パーティーを主催する組合員が、もともと生協を利用してくれそうな友人（=非組合員）を選んでくれるのも、定着率の高さにつながっているのではないかという。

前述のとおり、準備や調理における組合員の負担は少ないが、一方で気軽な交流というよりも、仲間づくりという観点が強いことから、組合員にとってホームパーティーを開催するハードルは決して低くはない。しかし、ホームパーティーを主催する組合員の多くは、生協の利用金額も高く、様々な組合員活動に参加していたり、あるいは総代であったりと、生協へのコミットメントが高い人たちである。そのため、一定の頻度での開催が実現している。さらに、パーティーでの非組合員への生協の説明が、主催した組合員自身にとっても学びになり、より生協へのコミットメントが高まるという循環にもつながっているという。

4. 地域に根を下ろす 入り口として

ここまで整理してきたように、ホームパーティーは、非組合員になのはな生協を知ってもらい、組合員の拡大や利用を促進することが主な役割であった。そのため、企画を実施するのは、地域の組合員間のつながりを再構築することが目的ではない。むしろ、組合員活動やつながりの起点となる「加入」に焦点を当てているのがホームパーティーである。それでは、ホームパーティーは単なる拡大の活動であって、地域におけるつながりには寄与しないのかというと、決してそんなことはない。

なのはな生協における組合員活動は、主にエリア会を単位としてグループ活動等を行っている。そのため、地域におけるつながりといった際には、このエリア会の活性化が重要となる。しかし、主な組合員である女性の就業率が向上することで、昼間の活動が難しくなっている。また、これまでのエリアが、長年の活動の蓄積の結果として固定的になってきたことも活動を難しくしていた。こうした実態を踏まえて、原点に立ち返ろうと、2019年に10エリアだったものを、2020年4月から6エリアに再編するといった取り組みを進めている。こうした取り組みを通じて、生協に参加する組合員、すなわち組合員理事や総代になってくれる組合員を再生産することが、現在のなのはな生協の問題意識である。

そうした諸活動を踏まえて、あるいはその土台となるのが組合員の拡大である。ホームパーティーは、積極的な組合員の再生産の取り組みとセットで位置づけられることで、組合員の拡大によって地域における組織率を高め、積極的に生協に関わろうとする、あるいは関わることのできる組合員そのものの拡大に貢献する。すなわち、ホームパーティーは組合員同士の既存のつながりの再構築や強化というよりも、新しい組合員を迎え、より深くその地域に根を下ろすための活動であり、これまではなかった新しいつながりを構築することに力点を置いた活動なのである。

5. おわりに

なのはな生協のように、しっかりと事業を営み、地域に根差そうとする姿勢は、地震や異常気象などの災害が多発し、今後数十年の間に首都直下地震や東南海沖トラフ

地震といった甚大な被害をもたらす災害の発生が予見されている現代において、とても重要な姿勢である。なぜなら、地域に暮らす人々の「濃い」つながりでなくとも、生協の利用や参加を通じた緩やかなつながりは、大きな問題が生じたときに一つのセーフティーネットとなりうるからである。規模や地域の実情によって変わってくるだろうが、なのはな生協の実践を通じて、生協が地域に根を下ろすこと、そのためにどのように拡大していくかを考えることも、今後ますます必要になってくるのではないだろうか。

本稿の執筆にあたっては、なのはな生協の代表理事・専務理事の岩崎秀人氏に調査にご協力いただいた。末尾になるが、深くお礼申し上げる。また、本研究は科研費(19K13899)の助成を受けたものである。

注)

- 1) 日本生活協同組合連合会組合員活動部 (2018) 『2017 年度全国組合員活動実態調査 (2018 年度実施) 報告書』 6 頁。
- 2) 同上。
- 3) このときの調査研究の成果は、加賀美太記他 (2014) 『「おしゃべりパーティ」によるコミュニティの再建：協同組合の「絆」づくりの試み』 全国勤労者福祉・共済振興協会を参照されたい。

なのはな生協の Home Party

私の生協をもっともっと身近な人知ってもらいたいそんなあなたにおすすめのイベントです。

食材・調味料は、なのはな生協がご用意！当日の準備や調理もスタッフにお任せください。美味しさの秘密・商品の特色・おすすめ情報など分かりやすくご説明します。

費用 **¥0** 費用のご負担はありません

会期 組合員さんのご自宅 またはお友達のご自宅
※公共施設のご利用も可能です。その際別途会場料などは、なのはな生協が負担いたします。

日割 月曜～土曜 (祝日もOK) 開催時間はご相談ください

定員 組合員さん1名以上と非組合員1名以上

※開催ご希望日の10日以上前にお申し込みください。先約状況等によりご希望に添えない場合があります。

ホームパーティーお申込書

姓名 組合番号 お名前

開催希望日 第1希望: 第2希望: 第3希望: 参加人数 (組合員) 名、(非組合員) 名

ご希望のコース (お選びください)

- Aコース/ 飲茶と季節の蒸し野菜
- Bコース/ 選べるパスタと季節のサラダ (牛やベタじやこ / トマト / オイルサーティン)
- Cコース/ 季節の野菜たっぷり鉄板焼き

お申し込みは、お電話かこちらから

0120-910-871 (フリーダイヤル) 043-216-7087 (TEL)

nanohana@nanohana-coop.or.jp

ホームパーティーの案内チラシ

特集 サステイナブル・コミュニティ=やさしく、しなやかに続く地域をつくる

07

住民のくらしをトータルに支える地域をつくる

社会福祉法人グリーンコープの取り組み

久保ゆりえ (明治大学商学部兼任講師)



金羽良成氏

はじめに

社会福祉法人グリーンコープは、「共に生きる」という基本理念に基づき、九州7県と山口県、広島県を活動エリアとし幅広い福祉事業を展開している。具体的な事業内容には、高齢者の在宅生活支援（訪問介護、通所介護、居宅介護支援、小規模多機能等の施設介護、福祉生活用品事業、配食サービス等）、障がい者支援（障がい者共同生活介護等）、子育て支援（認可保育所、企業主導型保育所、幼保連携型認定こども園、子育てサポートセンター等）、地域生活支援事業（自立相談支援や家計改善支援等の生活再生事業、生活困窮者のための無料低額宿泊所の運営や就労訓練等）がある。

多様な事業や活動を通じて「共に生きる」地域社会づくりに取り組んでいるが、それは何のためか。基本理念によれば、「人と人が助けあい、支えあい、暮らしに寄り添うため」、「人と人が生命（いのち）そのものに価値があることを大切にするため」、そして「支援する、される関係ではなく、必要な支援を必要な人に提供するため」である。

昨今は自然災害や感染症といった自然の脅威、人と人とのつながりの希薄化、家族形態や働き方の変化、経済格差の広がり、そして若者や子どもたちの健全な成長を脅かす複雑な社会問題の数々がある。人々が今現在くらしにまつわる問題を抱えているか否かに関わらず、互いに支え合い、全ての人が平等に持ついのちの価値を大切にし、おたがいさまの気持ちをもって柔軟に必要なサービスを提供し合う…このような目的をもって地域社会づくりに取り組んでいるグリーンコープの実践は、本特集「やさしく、しなやかに続く地域をつくる」に対して非常に示唆的なものである。社会福祉法人グリーンコープ専務理事の金羽良成さんにお話をうかがった。

グリーンコープの 福祉事業のはじまり

社会福祉法人グリーンコープは、グリーンコープ生協とその組合員らが組織したワーカーズ・コレクティブ(以下、ワーコレ)のイニシアティブによって2003年に設立された。ワーコレとは、働く組合員が出資・経営にも参加する(グリーンコープは労働者の協同ではなく労働の協同と考えているため「ワーカーズ・コレクティブ」は「労働協同組合」と表現しています)労働者協同組合のことである。グリーンコープの組合員を中心に集まった人々が、ワーコレの組合員として出資をし、在宅介護や生活支援の事業を立ち上げ、民主的運営に基づいて事業を発展させてきた。

母体であるグリーンコープ生協は、1988年に九州・山口の25の地域生協が集まって結成された。「4つの共生」(自然と人の共生、人と人の共生、女と男の共生、南と北の共生)を基本理念としている。1992年には事業連合も誕生し、グリーンコープとして統一商品の開発や店舗・共同購入事業を推進してきた。現在は、九州・中国・関西の15の会員生協が加盟し、総組合員は約41万6千世帯である。総供給高は566.2億円(うち共同購入529.1億円、店舗37.1億円)、組合員数415,712世帯、出資金総額248.9億円である(2018年度)。

グリーンコープは、事業連合結成後の中期計画基本構想「夢ヲかたちに」(1993年採択)を作成するにあたり、組合員アンケートを行った。「グリーンコープになってよかった」と思えるような事業や活動を展開するための意識調査である。アンケートでは、組合員の地域福祉への関心の高さが際立っていた。当時の組合員は40代後半の団塊の世代が多く、高齢者介護は、15年

後に自分が必要とするサービスであるという点で身近な問題であった。それだけでなく、当時の女性組合員は専業主婦が多く、自身と夫の親をあわせて4人の高齢者の介護を担わなければならないという深刻な問題でもあった。

そこで、1994年のグリーンコープの福祉政策案には福祉用品の取り扱い、相談窓口の設置、そして在宅支援や担い手の育成が盛り込まれた。特に高齢者の在宅生活を支えるための訪問介護や生活支援といった取り組みは、女性組合員が普段から行っている家事のスキルが活かせるだけでなく、地域での支え合いを促すというグリーンコープの理念にマッチしていた。1995年に家事支援の取り組みからグリーンコープ初のワーカーズが立ち上げられたのをきっかけに、福祉事業を行うワーコレがグリーンコープの中に広がっていった¹⁾。

2000年の介護保険制度施行に際しては、法人格をもたないワーコレに代わり、グリーンコープの各会員生協が福祉事業部を設けるかたちで生協として制度事業に参入していった。介護サービスは員外利用も可能としていたが、生協の協同組合としての性格上、組合員としてのメリットが感じられなくなる等の矛盾も当然のことながら存在する。そこで、組合員であるか否かに関わらず地域全体を利益享受の対象とできる社会福祉法人として福祉事業を進めていくという選択が採られた。2003年に社会福祉法人「煌(きらめき)」が設立され、これが2008年に現在の社会福祉法人グリーンコープへと改称された²⁾。

地域での様々な出会いが 多彩な事業展開のきっかけに

今回インタビューをお受け頂いた金羽さんは、福祉事業が始まる前は、グリーンコープくまもと生協で配送から商品の企画・開発の仕事をしていた。当時ご自身が子育てや父親の介護をしていたこともあり、将来的に重要になる福祉事業に関心を持ったという。生協の福祉事業部の職員として、ワーコレ組合員の活動をバックアップし、地域で福祉サービスを必要としている人々のための受け皿をつくることをご自身の役割と考えた。

福祉事業に携わる中で、地域のなかで思いを同じくする様々な人々や団体との出会いがあり、その出会いがグリーンコープの福祉事業を幅広く豊かなものにしてきたという。例えば、我が国における生活困窮者自立支援の先駆けでもある北九州のNPO法人抱撲³⁾から、グリーンコープ福岡の福祉活動組合員基金（後述）への助成申請があった。もともとグリーンコープ福岡では多重債務の問題と生活再生事業に取り組んでいたこともあり⁴⁾、NPO法人抱撲への視察をきっかけに、グリーンコープでも2010年に抱撲館福岡というホームレスやその他の生活困窮者のための無料宿泊施設を開設した。これに加え、同年からファイバーリサイクル事業も開始された。これは古着（服、バッグ、靴等）の寄付を通じてパキスタンの教育支援を行うものである⁵⁾。ファイバーリサイクルの事業所もワーコレによって運営されているが、ワーコレ組合員とともに抱撲館の入居者等の就労困難者も働いており、社会生活への復帰の足掛かりになっている。抱撲館では入居者の希望に基づき、共同墓地もつくった。

近年著しく成長している保育事業も、地

域の人々とのつながりのなかで発展してきた。例えば2018年に開園した「嬉野りすの森保育園」（佐賀県）は、もとは佐賀県で最も大きな浄土宗のお寺が経営していたものである。「グリーンコープになら任せられる」と考えた住職からの依頼で、無償で譲り受けたのだ。2012年にグリーンコープが初めて福岡市東区に認可保育所「松島りすの森保育園」を開園した同時期には福岡女子大学の敷地内で、同大学の同窓会が運営していた幼稚園があったが、大学の改革で閉園の危機にさらされていた。幼稚園存続運動の活動家たちから「グリーンコープさん、幼稚園の存続に協力してくれませんか」との話があった。そこで大学外に新たな用地を確保し、2013年に学校法人を立ち上げ、「香椎照葉幼稚園」をつくった。

金羽さんは、「地域と向き合えば向き合うほど、制度からこぼれ落ちる方がたくさんいらっしゃるの、出会った人たちとの関係を大切にしていたらこんなふうになってしまったというのが現実ですね」と語る。

いのちとくらしをトータルに支える

グリーンコープは、生協として始めた様々な福祉事業を随時、社会福祉法人に移管している。グリーンコープ設立30周年の2018年には、会員生協や連合会に加え、社会福祉法人グリーンコープや学校法人グリーンコープ、そしてグリーンコープの電気事業等を含めて一般社団法人グリーンコープ共同体が設立された。ここには福祉委員会が所属し、「福祉のフの字もわからない」という人も含めた組合員が任期4年で委員となり、福祉事業の方向性を議論している。また、グリーンコープ共同体の理事会では、「オールグリーンコープ」とし

てこれまで展開してきた複数の事業を整備し始めている段階にある。

グリーンコープ共同体としての視点で総括していくと、つきつめれば「ゆりかごから墓場まで」改め、「生まれるまえから亡くなった後まで」徹底的に人々に寄り添うような、トータルな活動展開が求められているという。例えば、組合員からは「納骨堂がほしい」という要望もある。家族のあり方が変化している現代において、永代供養のお墓はともすれば無縁仏になってしまうからである。

医療面に事業を拡げることも検討されている。在宅介護をしていると、ターミナルケアに関わる場面も多くなる。当然、関係する医療法人や医療従事者との連携や関係づくりもしているが、グリーンコープの考え方を徹底できるような医療を提供してもらえない場合もある。

同様に、子どもの保育・教育についても、既存事業者との連携よりはむしろグリーンコープ独自で拡充していくべき事業や活動もある。例えば、就学困難になっている子どもの居場所づくりがある。グリーンコープの子育て関連事業は、生協組合員のための託児事業から始まった。現在ではベビーシッター／キッズシッターやマザリング（産後3カ月までの乳児の世話や母親のサポート）にも取り組んでいるが、母親のエンパワーメントができるような家庭でのサポート事業はいっそう拡充していく必要がある。これは特に郊外等、シングルマザーの多い地域に顕著である。

また、グリーンコープの保育園や幼稚園では、子どもの自主性や個性を尊重した保育・教育が重視されるが、小学校にあがれば一律の教育カリキュラムに組み込まれていく。不登校等、就学困難を抱える子どもたちが既に社会問題化しているが、こうし

た問題に対しては、フリースクールやオルタナティブスクールを拡充していく必要がある。

子どもたちが抱える不登校等の問題は、その親や家庭が抱える問題を反映していることも多い。そのためグリーンコープでは、イギリスで始まった家庭訪問型子育て支援を行っている「ホームスタートジャパン」⁶⁾ という団体とも連携しながら、子どもだけでなく親たちにも寄り添ったサポートを進めおり、これは自治体からも評価され委託事業も行い始めている。このように、様々なサービスを組み合わせながら、地域全体が安全・安心・安定して暮らしていけることを目指している。



グリーンコープ 名島りすの森こども園

事業の発展を支えた要因

金羽さんは様々な活動の場面で地域のNPO等へのマネジメント面でのアドバイス等も行っており、彼個人の能力が地域の問題を発見し、関係者をつなげ、事業が発展させられてきたという側面は非常に大きいように見える。しかしながら、これほどの幅広い事業展開は、個人の力量だけで賄えるものではないだろう。では、どのような要因がグリーンコープの福祉事業の発展を支えたのであろうか。筆者なりにポイント

トを整理すると、次の3つが浮かび上がってくる。

(1) ワーコレと生協の組織体制の柔軟性

先述の通り、グリーンコープの福祉事業は、生協としてではなく基本的にワーコレによって展開されてきた。特に高齢者ケアや障がい者ケアは、トップダウンで事業を進めていくのではなく、利用者のニーズに対して働く組合員の出来る範囲をワーコレ方式を通じて見極めながら進めているという。しかしながら、保育園や幼稚園は公的な制度との兼ね合いで、ワーコレの自立性を厳密に保つことが難しい。保育園の運営に際して収益を「分配する」というかたちはとれない等の問題があるからである。そのため、新卒を含めた職員を雇い入れるかたちも取り入れている。

ワーコレ方式で福祉事業を展開している生協には、先駆者として生活クラブ神奈川がある。生活クラブ神奈川の場合、ワーコレの独立性を重視しており、生協の事業とは切り離されるかたちで自立した経営がなされる。これに対しグリーンコープの場合には、社会福祉法人の職員3000人のうち、ワーコレ組合員は2000人であり、それ以外はワーコレ組合員にはなっていない被雇用者である。反対に、ワーコレの中には社会福祉法人で行っている事業の他にも自前の居場所づくり（サロン等）も行っているものもある。

グリーンコープは、グリーンコープ全体をワーコレ方式に変えていくという方針を掲げてはいるが、公的な制度との兼ね合いは儘ならない。筆者なりの理解で言えば、ワーコレの厳密な意味での自律性には一定の曖昧さを残しているが、それは、あくまでも地域づくりという目的に重きを置いたことの結果ではないかと考える。明確な目

的意識は結果として福祉事業を財政的にも比較的安定したかたちで発展させてきた。設立当初はワーカーズの推薦がなければ社会福祉法人の職員になれない等のルールをつくっていたが、厳密な意味でのワーコレでは運営できない事業領域もあるため、現在は緩やかにしているという。

(2) 基金の創設

グリーンコープがワーコレ方式で高齢者の在宅支援を始めた当初、「福祉活動組合員基金」というものが設置された。通称「100円基金」と呼ばれている。生協の共同購入や店舗での買い物をした組合員が毎月100円を福祉活動のために寄付するというものである。100円基金で集まったお金の1割は、地域のNPO等への助成金として使われている。このようにして、地域で志を同じくする団体とのつながりが広がっている。

100円基金は、1996年にグリーンコープ生協ふくおかで設置されたものが最初で、今では9つの生協で設置されている（2013年4月現在⁷⁾）。あくまでも自由意志での寄付であり、強制されるものではない。しかし、他の生協がそうであるように、福祉事業は赤字経営となりやすいものであり、100円基金は特に福祉事業の立ち上げから成長期にかけて貴重な財源となった。

基金は、財政面でグリーンコープの福祉事業を支えているだけではない。組合員はたった100円であっても自分のお金を出すことで、そのお金がどのように地域に役立ったのかに関心をもつようになる。これに加え、100円基金を設置している生協のほとんどは「基金運用委員会」を設け、組合員たちが組合員の目線で「100円の使い道」の決定に参加できるようにしている。金羽さんは、「100円基金をつくれたこと

によって、グリーンコープは、狭い意味での購買生協から地域そのものを支えていく生協に変わったのではないかと思います」と語る。基金の使い道を知ることは、その背景にある社会問題と問題を抱える人々を知ることでもある。購買生協の組合員が「安心・安全な食べ物」に限定されない様々な地域の問題を知った上で、納得して福祉事業を進めてきたのである。

(3) 次世代に引き継がれる理念

こうした基金を形式的に設置することは、どの生協でも出来るはずである。しかし実際にそこでお金が集まるか、また、地域福祉をこれほどまでに多様に展開することに対する組合員の納得が得られるのか、という、それは容易なことではないだろう。なぜグリーンコープにはこれが実現できたのか。インタビュー中に繰り返しかかかっていくと、それはグリーンコープ組合員の親に育てられた子の世代が、グリーンコープの理念に賛同し、主体的に参加しているからではないかという結論に行きついた。組合員の人数だけをカウントしては見えてこないかもしれないが、グリーンコープの理念への共感の輪は、親から子の世代へと広がっていたのである。「グリーンコープは私たちのもの」という所有と参加の意識をもった若い世代を含めた組合員が、福祉事業の拡大にも積極的になっていたのである。

さらに言えば、保育事業などは一般的には人手不足と言われることも多いが、グリーンコープの保育事業には「生まれたときからグリーンコープです」という新卒の職員も多いという。また、カンパを募る時にもグリーンコープで育った子の世代がグリーンコープの取り組みに理解を示してくれるため、若い世代の協力も仰げる。これ

に加え、金羽さんが地域の様々なアクター（行政職員、学校の先生、大学等）と話をしている。「私もグリーンコープです」という人々に会うと、組織の垣根なく地域のための活動を展開していくことが容易になるという。グリーンコープの理念に共感する人々を、世代を超えて地道に集めてきたこと、これも福祉事業発展の一つの大きな要因になっていたようである。

おわりに：誰もが安心して暮らせる地域とは…

最後に、社会福祉法人グリーンコープの「共に生きる」という理念について、金羽さんにうかがった。いわく、「『自立』の反対は『依存』ではなくて『孤立』だと思います。自立というのは、いろいろなかたちでうまく依存できることであり、人との関係がなくなっていくことがいちばんの問題だと思います。地域のなかで孤立した人を生み出さないような取り組みが基本かなと思っています。『自立』とか『自己責任』とか言いますが、私たちの言っている『共に生きる』の根幹は『お互い様』と『対等』です。まず人と人は、平等とかではなくて、大人と子どもであっても、すべて対等である。ただ、対等だけだと、個人が強く求められるけれども、それまで健康だった人もいつ病気になるかわからないから、そのときはおたがいさまですよ、と。だから、『お互い様』と『対等』が、私たちが考える『共に生きる』ということです」。

暮らしにまつわる問題を既存の福祉制度の枠組みの中で解決できるなら、それは幸運なことである。しかしながら、既存の制度では解決しきれないような複雑な問題を、多くの人々が抱えているのが現状であ

る。その時に人々が卑屈になって、制度や国・自治体そのものへの批判・否定、あるいは周囲にある他者への妬みといったかたちになっていくのは悲しいことである。むしろいま必要とされているのは、恥を捨てて周囲の人に助けを求めるといった個人の大胆な行動の改革なのかと、今回のインタビューを通じて改めて痛感した。

グリーンコープの福祉は、「地域で生きていくこと」に対する人々の考え方に対する大きな影響力を発揮している。安心して住み続けられる地域は自分でつくっていくものなのだという考え方を、協同組合の参加の仕組みを通じて実感できるような場を創り出している。そしてそうした場を、親の世代を通じて子の世代にも継承していく。これは、「やさしく、しなやかな地域」をつくるための一つの長期的な戦略たりうものではないだろうか。

参考 Web サイト

グリーンコープ生活協同組合連合会ホームページ「グリーンコープとは」<https://www.greencoop.or.jp/cooperative/>（最終取得日 2020 年 3 月 8 日）

社会福祉法人グリーンコープ youtube 動画「社会福祉法人グリーンコープの生い立ちとワーカーズ」<https://www.youtube.com/watch?v=nNBdxokOGtw>（最終取得日 2020 年 3 月 8 日）

注)

- 1) グリーンコープから生まれたワーコレは、現在 70 以上ある。そのうち、福祉事業に関わるものは 27 である。本誌では以前、グリーンコープ福岡の店舗事業を営むワーコレが取り上げられており、そちらも参照されたい。加賀美太記(2014)「組合員が営む『私たち』の店ーワーカーズ遊とグリーンコープ生協ふくおかー」『くらしと協同』2014 年夏号、第 9 号。
- 2) 全国各地の生協では、例えば生活クラブ神奈川・千葉やならコープ等も社会福祉法人を立ち上げ、

第一種社会福祉事業（特別養護老人ホームの経営等）を行っている。グリーンコープの場合、第二種社会福祉事業（訪問介護等）のみを行う社会福祉法人であり、これは珍しい事例でもある。

- 3) NPO 法人抱撲（ほうぼく）ー抱撲 Web サイト <https://www.houboku.net/>
- 4) 山口浩平(2011)「シリーズ・地域社会と生協の連携⑨議論を重ねて多重債務問題に取り組むーグリーンコープ・生活再生相談室の現状ー」『生活協同組合研究』2011 年 1 月号、通号 420、pp.70-75 などを参照。
- 5) この事業は、もとは生活クラブ千葉が行っている事業にグリーンコープが団体として参加していたものであった。グリーンコープの場合、組合員からの古着の寄付が多く集まる傾向にあったため、生活クラブ千葉とは切り離して 2010 年より独自事業となった。
- 6) ホームスタートジャパン Web サイト <https://www.homestartjapan.org/>
- 7) グリーンコープ生活協同組合連合会 Web サイト>グリーンコープの福祉>福祉の財源 <https://www.greencoop.or.jp/welfare/welfare-resources/>（最終取得日 2020 年 3 月 8 日）

2019.11.23 公開講座

反緊縮の経済政策に対する疑問に答えます —国家の財政赤字は将来世代に負担を残すのか?—

松尾 匡 (立命館大学経済学部教授)

はじめに

今の日本は新自由主義が拡大し、長期不況、貧困が生じています。それは一部の事ではなく全体に広がっています。みんな苦しい状況になってきています。この流れはごく一部の富裕層、グローバルに展開する企業を支配する人たちにより世の中が変えられてきたことによります。7月のシンポジウムでは各方面の方に来ていただき、現場の状況とそれぞれの取り組みについてお話しいただきました。皆さんの取り組みは偉大かつ重要な事ではありますが、それぞれがばらばらにやっているだけでは新しい展開は出来ないと思います。お互いが共有し合うことによって、マクロな取組につなげていかなければなりません。それはやはり政治を変えること、一部の人間にとって都合の良いシステムから圧倒的多数の庶民のための仕組みに変えていかなければなりません。

ブレイディみかこさんはロンドンの底辺地区で託児に携わっておられました。そういう地域での労働者の取り組みなどを発信されている方です。最近出版されたエッセイ集の中で、社会問題に取り組む上でミクロの視点は焼き鳥の肉、マクロは串であると言っています。肉がバラバラでは駄目で、串だけでもダメです。ミクロとマクロがお互い支え合っていくことが必要だという事です。まさに7月のシンポジウムはこのよ

うな内容でした。

安倍政権は、国民の大半が反対するような政策をずっと続けて来ましたが、にもかかわらず内閣支持率は高く、選挙をすれば安倍自民党が勝つという結果になっています。その要因は経済政策にあると考えます。野党側の経済政策が有権者にアピールできていないことによるものだと考えます。生活の苦しさは蔓延しているわけです。そういう人々の何とかしてくれという思いを野党がくみ取れていなかったのです。

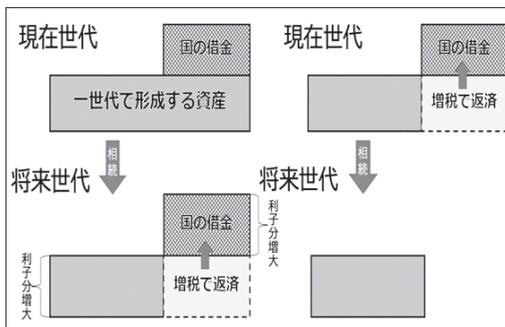
人々に響く経済政策をださなければいけません。それが「反緊縮経済政策」と言われるもので、アメリカのサンダースさんやイギリス労働党のコービンさん、スペインの政党ポデモスなどが主張してきた政策です。先日の参議院選挙ではやっと共産党や国民民主党、れいわ新撰組などが財政支出を表に出す反緊縮的な政策を打ち出し方をし、若者も含め苦しい人たちの支持を得ました。れいわ新撰組はマスコミがほとんど取り上げませんでしたが、SNSで拡散し、山本太郎党首が街頭演説をすると1000人とか2000人の人が集まりました。

これまで野党が反緊縮を言えなかったのは、日本の抱えている財政赤字があるからです。日本は大きな借金を抱えているので、これ以上の社会保障、福祉の充実を訴えても現実的ではないと考えていたからです。そのことをふまえて、本日は、反緊縮=財政支出を行う政策が本当にできるのかとい

疑問にお答えする形ですすめていきます。

Q1 今増税して国の借金を返さなければ将来世代に負担を残す？

最も多い意見として世の中に流布しているのは「将来世代の負担を減らすために、財政赤字をなくす」という事です。そのために消費税を上げました。生協関係も世帯利用高の減少など大きな影響を受けています。消費税が初めて導入された頃は生協も大きな反対運動を行ってきましたが、最近あまりそういう声は聞かれません。やはり国が大きな借金を抱えているので将来世代に負担を残せないという論調が強いからだと思います。しかしこの論議はおかしいのです。以下、増税派に都合がいいように、増税しても消費が減らない前提をおいて見ていきます。



仮に現在世代が形成した資産が100兆円、国の借金が40兆円だとします。一世代後に資産・借金に利子が付いたとします。

図の左側は国の借金を今返さず、将来世代に持ち越した場合です。この場合利子が10%として、将来世代に残す資産は110兆円です。借金は44兆円になります。この場合将来世代に残るのは66兆円です。

右側は現在世代が国の借金を返す場合です。現在世代が借金を返すと、結果的に将

来世代に残るのは、利子がついて66兆円になり、どちらも同じ金額になります。まったく変わらないのです。ということで、今増税しても、将来増税しても将来世代の負担は同じだと言うことができます。これが経済学の常識です。この議論は将来世代の人口が減少しても成り立ちます。一人あたりの借金は増えますが、受け継ぐ資産も増えるからです。インフレがあっても変わりません。

狐につままれた話に思えますが、それは消費が減らない前提をおいているからです。個人の家庭レベルでは、親の借金を子供に引き継ぐなんてよくないということで、子どもに借金を残さないために親は消費をきりつめて返済していきます。この場合であれば将来の子供の負担は減ります。ところが、国家レベルでは、消費を減らすとこうなります。

消費増税する⇒消費が減る⇒不況になる⇒不安定雇用・失業が増えるという図式になり、失業した人たちは結婚や出産を断念することになります。子どもがいたらその子は進学をあきらめなければなりません。さらに不況ですから、企業は設備投資をしなくなります。そうすると機械とか工場も古くなりますし、新しい技術者も生まれません。そのようにして将来の生産力が減少します。結局このことが将来世代に負担を残してしまいます。

現在の経済指標でもそのことが言えます。前回の消費増税時は各指標がプラス傾向だったのが、増税後マイナスになっていきました。今回はそもそも景気が崩れている状況での増税なのです。すでに、

- ・輸出はマイナスだった。
- ・鉱工業生産指数もマイナス局面だった。
- ・商業販売額もマイナス局面だった。
- ・消費者態度指数も下落していた。

- ・街角景気(先行き判断)も下落局面だった。
- ・景気動向指数も下落が続いていた。
- ・有効求人人数前年同月比もマイナス傾向。

このように、明らかに景気は崩れかけていました。米中の貿易戦争がどうなるのか、ブレグジットがスムーズにいくのかという先行き不安な時期に消費増税がなされました。実際、増税月の消費や小売の落ち込みは、前回は上回っています。政府のポイント還元も 2020 年 6 月で終了します。東京オリンピックもあり、特需が見込まれますが、ポイント還元終了後ほどなくオリンピックも終わります。そのさきはどのようなのだろうかということです。将来世代に負担を残さないどころか将来世代を残させません。

Q2 国の借金が増えると円の信頼が下がってどこかで円が暴落する？

この間、いろいろな方とお話をする中で、究極的な不安はこれではないかと思っています。これは大丈夫です。むしろ自然に任せれば、長期的に円高の傾向になります。

日本の企業は海外に進出しています。そしてこれらの企業が日本に送金してくる利潤が年々増加しています。送金してくるのは外貨ですから、日本で運用するならば円に換えなければなりません。これは外貨売り、円買いになるので円高になります。

このように日本経済は長期的に円高進行の圧力がかかっているのです。さらに中期的にみると、将来、金融緩和の出口にきた時に多少とも金利があがるでしょうから、円で運用したほうが得だということで円買いが発生し円高圧力になります。何かあると円高になるのが日本経済です。

リーマンショックが起こったときも、世界中から資金が押し寄せてきて円高になり

ました。これによって日本経済は奈落の底に落ちて行ったのはご承知の通りです。リーマンショックはサブプライムローンがきっかけで生じました。このことで日本の金融機関は全く痛んでいなかったのですが、結果的には日本が先進国の中で一番ひどい目にあつたのです。東日本大震災が起こったときも円高になりました。壊れた建物にかけた保険が送金されてきます。外国の保険会社もありますからそれだけで円高になります。2016 年に上海株が暴落したとき、ブレグジット投票結果が出たとき、すぐさま円高になりました。世界経済が荒れると円高になります。

そうは言っても、もし円が下落したらどうなるでしょうか。まず輸出が増えます。輸出金額は間違いなく増加します。さらに海外からの観光客が増加します。そうすると外貨が流入してくるので円高の方向に作用します。それが見込まれるので、必ずどこかで円を買う動きが出てきます。円が暴落したら大変だ！という話もありますが、それは 1997 年のアジア通貨危機の事が記憶にあるのかもしれない。その時はまずタイから資金が逃げ出しました。その結果タイの通貨パーツは急落し、翌 98 年には急落前の半分の価値にまで下がりました。まさに国家が破産するのではないかと思われがちですが、しかし、98 年のタイ国家としての対外経常収支は 142 億ドルの黒字でした。97 年に韓国の通貨危機がありました。翌年は 400 億ドルもの黒字でした。

これらは当たり前の話であります。経常収支と資本の流出・流入は表裏の関係です。経常収支が黒字と言うのは資金の流出であり、経常収支が赤字と言うのは資金の流入なのです(ただし、この資金の流出入には、当局の為替介入や救済資金・援助金なども

含む)。日本からキャピタルフライト（資金流出）して経常収支は大赤字！と言う人たちもいますが、これはあり得ないのです。

このメカニズムは、変動相場制のもとでは、①資金の流出→通貨価値下落→輸出額増→経常収支黒字へ②資金の流入→通貨価値上昇→輸出額減→経常収支赤字へというようにもたらされます。つまり今の日本では資金が流出することにより、円安となり景気拡大要因になります。

逆に固定相場制をとっている国では、為替レートを維持しなければならないので、資本逃避による通貨下落を抑えるために、中央銀行は外貨売り・自国通貨買いをしなければいけません。つまり世の中に出回っている自国通貨を吸収することになり、金融引き締めと同じになります。金融引き締めとは景気が良すぎて加熱しすぎた時に実施して抑える役目がありますが、この場合は景気が悪い時でもやらなければならない。そうすると金利が高騰し、設備投資が下落して大不況に落ち込みます。常にそうやって通貨危機が起こってきました。通貨危機はほぼこの図式です。

この外貨売り、自国通貨買いをずっとやり続けると、外貨が尽きてしまいます。そうすると介入ができなくなります。投機筋、ヘッジファンドはそうなるだろうと見越します。彼らはその国の通貨で借金して外貨に換えておきます。将来その国の通貨が下落した時に外貨をその国の通貨に替えて借金を返します。その時に大きな利鞘がでるので大儲けします。逆にその国の通貨が下落するという予想がはずれても固定相場なので大損はしないのです。

【資金移動のメカニズム】

固定相場制

①資金流出→自国通貨を外貨に換える動き→自国通貨下落圧力→中央銀行は外貨売り・自国通貨買いで為替相場維持→金融引き締めと同じ効果→不況促進

②資金流入→外貨を自国通貨に換える動き→自国通貨上昇圧力→中央銀行は外貨買い・自国通貨売りで為替相場維持→金融緩和と同じ効果→好況促進

変動相場制

①資金流出→自国通貨を外貨に換える動き→自国通貨下落→輸出増→景気にはプラス

例：円キャリートレード。資金流出→円安→景気回復。

②資金流入→外貨を自国通貨に換える動き→自国通貨上昇→輸出減→景気にはマイナス

例：リーマンショックのとき。資金流入→円高→大不況。

しかしそうは言っても、急激な円安が起こると輸入インフレで困るのではないかという意見もあります。これについては、筆者が産業連関表で試算してみたところ、円の価値がたとえ半分になったとしても、生計費は12%上るだけ、ハイパーインフレにはなりません。また、日本の外貨準備高は2019年9月末現在1兆2550億ドルもあり世界第2位です。急激な円安の進行を抑えようと思ったらこの外貨をつかっていくだけでも抑えられます。ただ、円買い介入をしますと金利も上昇します。それを抑えるためには、外国為替特別会計が保有する外

債を国債に入れ替える介入をすればよい。そうすれば国債を買うのですから金利は上昇しません。

このように、円暴落は予想しうる将来ありえませんが、もしもおこるとしたら次のような流れでしょう。

まず円高が進行したとします。そのことにより輸出不況になり製造業・農業が激安輸入品に圧迫され国内生産衰退、企業の海外移転、雇用空洞化が生じます。さらに、消費税不況、緊縮財政で国内需要低迷、科学技術予算削減、少子化、教育断念、技能の継承断念、設備投資が低迷していきます。輸出が伸びないと自動車メーカーなどの大企業にそんなに被害があるかと思われるかもしれませんが、その裾野には部品や新技術を開発する多くの中小メーカーがあってこの人たちが大きな影響をうけます。

その果てには、一旦資金流出がおこり円安になりますと、本来なら輸出が伸びるはずですが、すでに国内に生産力が無くなり生産が増やせない。輸出額は伸びず、輸入物価が上がる被害を受け、円下落に歯止めがかからず暴落という図式です。

だから円を暴落させないためには、①今は円高を抑える（お金を絞らない）②消費税を下げ国内需要を拡大する③緊縮政策をやめて、教育や子育て支援、科学技術、技術の伝承のための財政拡大が必要です。

Q3 国の借金が増えると国債が暴落する？

国債は満期まで持つと、必ず政府から額面のお金がもらえます。それが株と違うところです。国債価格が下落しても満期には必ず額面価格で支払われます。つまり下落した時に買っておけばすぐ儲かるということです。ですから国債が下落すれば必ず

どこかで買いがはいります。国債がとめどもなく暴落するという事はないのです。

日本の徴税能力に疑いを挟む人はいません。究極的にはお金をつくって額面を返すことができます。国債の保険料（CDS）があります。2019年11月6日時点の日本の値は21.6bpとなっています（つまり保険料率が0.216%ということ）。イギリス国債が28.1bp、スペイン国債が35.1bpなので日本は低い方です。危険と言われるのは400bpを超えたときです。市場関係者は日本の国債を安全と見ているわけです。

格付け会社が国債の格付けを下げると大騒ぎします。そもそもグローバル資本は緊縮政策で儲かるのです。格付けが低くなったとって、支出削減して法人税などを下げさせたり、福祉・医療・教育などの公的サービスを削減させる一方で民営化ビジネスの機会をつくらせる。さらに景気を抑制して賃金を抑えさせます。これでグローバル資本は儲かるわけです。その手先が格付け会社です。

格付け引き下げは、労働者・庶民のための政策をとる政権への恫喝として機能してきました。そんなものに右顧左眄する論者は誰の味方か！ 信頼してはいけません。

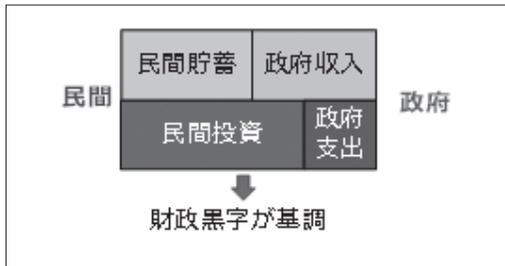
Q4 どうしてこんなに国の借金が溜まっているのに問題が起こらないのでしょうか。

それは日本経済が必要としているからです。これは考えたら当たりまえの話です。

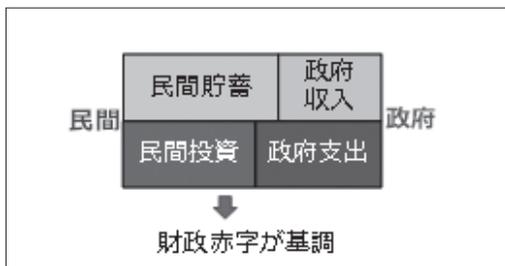
誰かが借りたら、誰かが貸しているわけです。誰かが貸したら誰かが借りているわけです。表裏の話です。

ここでは、世の中を「民間」と「政府」にわけて考えてみます。「民間」が借りている時には「政府」が貸しているわけです。たとえば高度成長時代で見ると、この

時代は「民間」の投資意欲が旺盛ですから、「民間」は貯蓄以上の投資超過になります。その裏では「政府」は逆に支出が少なく、「民間」への貸し出しが多くなり収入が支出よりも多くなります。これが財政黒字です。



それに対して、高度成長期が終わると安定成長期に入ってきます。民間企業の投資が落ち着きますので、民間貯蓄が多くなります。さらに「民間」は高齢化に備えて貯蓄超過になります。そうすると「政府」は政府支出が多くなります。これが財政赤字です。どうしてもそうなるのです。



「もう市場が成長しない時代になったのだから、設備投資が停滞することは必然だ。」そして一方で同じ方が「財政赤字が拡大しているのは大変だ。削減すべきだ。」と言っているケースがあります。しかしこれまで説明してきたようにこの2つの論調は両立しないのです。

高度成長期に財政黒字はそれでよかったのです。企業が借金をしてどんどん設備投資をしていき生産力があがりました。他方で実質消費も旺盛に伸びたのです。

しかし今や成熟した先進国で、設備投資が伸びない中で国家財政黒字にするという事は、民間がそれだけ借金をするという事です。設備投資が伸びないのに、民間が借金をしている背景には例えば投機をやっているという事があります。いわゆるバブルです。現にクリントン政権時代の1990年代後半にアメリカは財政黒字になりましたが、その後バブル崩壊しました。

設備投資が停滞しているのに、増税や財政削減で赤字財政を解消するとどうなるのか。それは人々の所得が減って民間貯蓄も減少するという事です。すなわち、大不況です。

そもそもお金とは何か。世の中に出回っているお金の大半は預金です。私たちも公共料金の引き落としなどを預金から落としています。普通の家庭でもそうですから、会社同士の決済も現金が動くのではなく預金でのやりとりです。預金はどうやってつくられるかというと、銀行からの借金からつくられます。銀行が企業にお金を貸し付けます。そうすると、融資先の企業の預金口座に金額を書き込むわけです。無から書き込んでできるのです。他の顧客から預かったお金をまた貸ししているわけではないのです。こうやって書き込まれた預金が仕入れ先への支払いや従業員の給料に使われて世の中に出回るのでした。

政府が銀行に国債のお金を返したら、納税者の預金が減る分世の中からお金が消えるということになります。世の中に出回っているお金の大半は預金ですが、その裏は民間企業に対する貸付や政府に対する貸付である国債という事です。この国債の一部は日銀が買って準備預金になっています。

というわけで、経済が成熟し、設備投資が落ち着いて貸し付けが減るとお金が出回らなくなり世の中が不況になります。そう

いう場合は政府が借金をしてお金をつくるしかないのです。このことによって完全雇用を維持できることになります。

脱成長論を主張している皆さんはこの現実を認めなければいけない。国が借金することによって世の中が維持されるということを認めなければいけない。

国債の満期が来た時に借り換えをして量を維持しなければなりません。出回るお金の購買力が世の中全体の財やサービスの供給能力以内なら、国債のおカネは返すべきではないということです。銀行は、お金を返してもらっても、国債が消えて利子がもらえなくなるだけで、何のメリットもありません(おカネが手に入るわけではない)。利子をとれるかぎり借り換えに応じます。これは優良企業が借金を借り換えするのと同じ理屈です。

心配なら、日銀が国債を買い取ればよいのです。今、国債の 43.5% は、日銀が持っています(494 兆円)。日銀の持つ国債は期限が来たら借り換えし続けます。これは中央銀行の原則です。なぜなら世の中にお金を出しているという事の裏に日銀の国債があるからです。だから国債発行を「おカネを借りる」と考えないほうがいいのです。「おカネを作る」のです。国債は民間銀行の作るお金の裏付けになっているのです。

Q5 国債が出すぎると、将来金利があがったとき困らない?

金利を上げるのはインフレ抑制のためです。将来貸付が増えて、目標を超えたインフレになった時に、抑制するために金利を上げます。金利上昇→設備投資減(+円高で輸出減)→総需要抑制→インフレ抑制という流れです。

そうしたとき心配する人もいるのは次の

2点です。まず、金利上昇で国債価格が下落すると、国債をたくさん持っている民間の銀行や日銀は損をするのではないか。これについては、銀行や日銀が国債価格下落で困ることはありません。それはなぜかと言うと、銀行は満期まで国債を持ち額面通りのお金は必ずもらえるからです。日銀も民間銀行も満期の額面で帳簿をつけていいのです。だから損はしません。

また、金利が上がると国債の利払いのための国家財政負担が増えて財政破たんするのではないかという疑問もあります。まず国債の借り換えのうち大半は、日銀が持っている短期国債です。ですので、利払いが増えても日銀が儲かった時は国に返す(国庫納付金) ことになっていますので問題ありません。民間保有の国債は、昔の、金利がはるかに高かったころ発行された長期債なので、多少金利が上がっても、しばらくは借り換えで、かえって利払いが減ります。

さらに、金利を上げるのは、貸付が増えてインフレになっているときですから、インフレで名目所得が増えるので税収も増えています。そのときは好況だから実質所得も増えるので、なおさら税収は増えます。それでもいよいよ足りなければ、国債以外の利子に課税すればよいのです。金利が上がるほど税収が増えるし、資産の国債へのシフトで国債金利上昇を抑えられます。

それでも心配なら、デフレ気味のうちになるべく日銀が国債を買い取っておけばよいと考えます。歯止めのインフレ目標に達するまでは、国債を民間に出すのではなく、日銀の作ったお金で直接に政府支出する財政ファイナンスを行えばよいのではと考えています。ただこれは現在法律で禁止されていますので法改正が必要ですが。

Q6 ハイパーインフレにならないの？

そんなことをしたらハイパーインフレになるのではないか言う方もおられますが、中央銀行の作った資金で財政支出しても悪性インフレにはなりません。悪性インフレになるのは、財の需要に供給が追いつかない時です。失業のある間（生産資源が確保できる間）は、需要が拡大して物価が上がっても、供給が追いついてマイルドなものにとどまります。

戦前の大不況時（1920年代後半）のアメリカでは、1932年の量的緩和の開始以来、中央銀行の出したお金（マネタリーベース＝準備預金＋現金）は終戦までの13年で5倍近くになりました。これで、ニューディール政策も、第二次世界大戦もまかさないましたが、悪性インフレにはなりません。生産能力があったからです。

ハイパーインフレはつねに生産能力が不足するときにおきました。第一次大戦後のドイツ、第二次大戦後の日本、ソ連崩壊時などです。今の日銀がGDPに匹敵する国債を持っているということは、GDPに匹敵する量のおカネを民間から吸収できるということです。仮にどんなハイパーインフレがきても、一転、デフレ恐慌に変える能力があるのです。

会場質疑

Q そもそも緊縮財政とは何ですか？

【松尾】 要するに政府がお金を出さない政策をとることです。社会保障や医療、教育などいろんな面でお金を出さない。また中央銀行がお金を出さないという金融引き締めも同時に行われます。これは日本をはじめとする先進国で進行しています。新自由主義という考え方の元にずっとそういうこ

とをやってきました。

民主党政権や安倍政権も基本は緊縮です。民主党は初めは子供手当政策などを打ち出しましたが、予算が無いという事でしりすぼみになりました。事業仕分けを行いました。いろいろな事業の予算を別に回すという財政支出をしない前提の内容でした。東日本大震災と言う未曾有の災害時にも復興予算を十分出しませんでした。

安倍政権では日銀がお金をたくさん作りましたので、円安になり、輸出産業が息を吹き返しました。財政出動も行い、反緊縮的な色合いもありました。支持率を上げるには見事な作戦だったと思います。しかし、それも1年目だけでその後は財政出動を行っていません。

例えば社会保障は高齢化がすすみ必要になってくるわけですが、これがずっと抑制され続けています。医療費、科学技術なども減らされてきました。

日銀がせっかくなつくったお金はというと準備預金と言う形で銀行に溜め込まれているだけで、世の中に出回っていません。

会場質疑

Q 消費税含め何のために税金を取るの？

【松尾】 なぜ税金があるのかですが、人々の購買力を削って、総需要を国の生産能力の範囲内に抑えることで、インフレを抑えるためにあります。

仮に生産能力が100として、80しか総需要が無い場合ですと、20の分は失業が出るので、国が雇用対策などで財政出動し、総需要を100に近づけていくことが必要になります。しかし、完全雇用になっても財政出動を続けるとインフレになります。そこで増税して人々の購買力を奪いインフレを抑える必要があるということです。国の

収支尻を合わせるのが目的ではありません。インフレが管理できれば良いのです。

総需要が生産能力に満たない時は、通貨発行で財政をまかなっても何も問題はありません。

ではどこに税金をかけるのかです。消費税、法人税、累進課税の所得税などがありますが、課税によって労働配分の変更が起こることを考えることが必要です。

例えば、「消費税増税して福祉に使う」と言うのは 消費財需要減、消費財生産減 → 消費財生産のための雇用減となり、福祉支出増 → 福祉部門の労働需要増で必要になる分の労働が消費財部門で浮くということを意味します。労働人口減の中、設備投資財を作るための労働配分はもっと減らして、介護などに回せばよいと思います。だから設備投資が減るように、法人税を増税すべきなのです。ぜいたく品（サービス）への労働配分を減らすために、物品税をかけたたり、所得税の累進強化を行う。二酸化炭素排出が多い産業への労働配分を減らすために、炭素税をかける。リニア、カジノ、万博は「予算の無駄遣い」だからではなく「労働配分の無駄遣い」だからやめるべきだと考えます。

会場質疑

Q 税金は国の収入の基本であり、予算の裏付けであると思っていました。国家財政の均衡も必要だと認識してきましたが…？

【松尾】 税金は収入の裏付けであり、収入の範囲内で支出をしましょう、というのが一般的な考えかと思います。家計や企業会計ではその通りです。それと国とは違います。国はお金をつくることのできるのです、収入が制約になってはいないのです。

ではなぜ税金が収入の裏付けになって

きたのかということです。歴史的にみると、お金は元々金属でした。たとえば金（GOLD）が通貨の場合は国も金の収入の範囲でしか支出できなかったのです。ただし、その後、混ぜ物の通貨が出てきたりして、国が好きなだけ使ったこともありました。

江戸時代の日本では儒教的な考え方が強くて「そういう混ぜ物はだめだ」と言って元の金にもどしたとたんにデフレになり景気が悪くなったということもありました。

他方、インフレという現象をきちんと計測する事がそう簡単ではなかったわけです。それなので、インフレが高くなってきたから財政支出を抑えます、税金を上げますという調整も機敏にできなかったと思われる。

そういう中では、景気が悪い時に借金をして財政支出をし、景気が良い時に税金を上げて借金を返すというように、長い目で見れば国の収入と支出を均衡させるというルールでやっておけば、過度なインフレにならずに景気を安定させることもおおむね上手くやれてきたのだと思います。

しかし現在はそれが上手いかない時代になってきました。それは世の中が成熟してしまって、高度成長期のように設備投資が旺盛に進むとか、新しい製品が開発されるというような状況ではありません。もっと長い目で見れば、完全雇用したとしても労働者が増えませんが、設備投資をしても貼り付ける労働者がいなくなります。したがって資金の借入れもしなくなります。

そうなると国の収入と支出を均衡させるということと、景気の行き過ぎを抑えたり失業が増えるのをやめさせたりして安定させるという2つのことの間ズレが生じてきているのです。そういう時代になったと思います。だから財政赤字が増えるように

なつたと考えます。

以前は国の収支の均衡を守っておけば経済はうまくいっていたのに、むりやり収支を合わせようとすると経済がこわれてしまう時代になったと考えています。ですから国家財政の収支均衡（プライマリーバランス）は意味のないことだと考えています。重要なことはインフレ管理することです。あまりお金が出回るとインフレになりますからそこを管理して増税するというしくみが大事です。現在日本はGDPの2倍ほどの借金をしていますが今のところインフレの気配はありません。

民間が持っている国債と日銀が持っている国債がGDPの2倍ということはその裏ではそれだけのお金が出ているという事です。それ以外にも銀行からの民間への貸付もありますが、こちらはそれほど増えていません。

ということで、世の中に出回っているお金が日本の生産能力を上回っておらずインフレになっていないのです。

現状を変えていくための経済政策

①福祉や医療や教育や子育て支援、防災、グリーンニューディールなどに潤沢に政府支出する。

②インフレ目標（歯止めのためのルール）

目標インフレ率に達するまでは、中央銀行は政府支出の財源を出し続けてよい。目標インフレ率に達したらやめて、お金の発行を引き締める。（過熱した経済を上から金融引締めで抑えるのは経験上簡単）

最低賃金・生活保護給付・基礎的な年金・診療報酬単価・介護報酬単価などを、インフレ目標+ α の率で必ず上昇させていくス

ケジュールを公定する。今実施すれば、人々も借金目減り予想から需要が喚起される。最低賃金が当面払えない中小企業には、日銀マネーを原資に融資する。

③好況になりインフレ圧力が高まってきた場合にもそれを抑えるのに十分な総需要抑制効果を持つような、高い法人税や累進の強い所得税の税制にする。

④（③の制度のもとで）インフレ目標に達しない間は、日銀による財政ファイナンス（または、それと同じことだが、日銀が国債を買い切る量的緩和のもとでの赤字財政支出）によって、一律給付金や設備投資補助金を支給し、インフレに合わせて縮小・停止する。

■この報告は、2019年11月23日にコープ御所南ビル会議室で行った松尾匡氏の公開講座をまとめたものです。ご紹介できなかったスライドは下記よりご覧いただけます。

<https://rosemark.jp/siryou/>

書評01

齋藤 隼飛 編

『プラットフォーム新時代 ーブロックチェーンか、協同組合かー』

社会評論社 / 2019 年 10 月刊 / 160 ページ / 900 円 + 税
ISBN 978-4-784-54145-4

評者：宮崎 崇将
追手門学院大学経営学部 准教授



「Uber Eats」の緑色のロゴが入ったバッグが街中の自然な風景になって久しい。フードデリバリーサービス「Uber Eats」のビジネスモデルは消費者、飲食店、宅配業者をマッチングするプラットフォームを提供することで対価を得るというものである。こうしたプラットフォームを活用したギグワークはすき間時間を有効活用し、「自由な働き方」ができるということで注目されている。

しかし、このプラットフォームビジネスが日常になるにつれてその負の側面も顕在化している。ケン・ローチ監督の映画「家族を想うとき」では、個人事業主で個人ドライバーの主人公が仕事と家族の間で苦悩する姿が描かれている。このように、今プラットフォームビジネスのあり方が問われていると言える。そのような中で、本書は、プラットフォームに注目し、現代のプラットフォーム資本主義の現状と問題点、そのオルタナティブとしてのプラットフォーム協同組合の可能性を論じている。

まず、本書の内容を簡単にみていく。本書は3章構成になっている。

「第1章 プラットフォーム協同組合の現在と未来」では、2つの論考が紹介されている。最初のヤルト・チャンドラ氏（香港理工大学准教授）の「プラットフォーム協同組合」では、新しいテクノロジーがプラットフォーム資本主義を生み出しているが、それは「労働者に対する不公正」と「伝統的なサービス産業へ

の脅威の上に成り立っている」（本書18ページ）ものであり、依然として労働者は分配において弱い立場にある。チャンドラ氏は、このプラットフォーム資本主義のオルタナティブが「Fairbnb」（オランダ）などのプラットフォーム協同組合であるという。プラットフォーム協同組合とは「多数の人間と組織を集め、参加者が所有者となるオンラインの協同組合」（16ページ）であり、そこでは、「コモンズの論理」と「ビジネスの論理」の2つの論理に基づき運営されることで参加者により公正に分配されることになる。プラットフォーム協同組合への期待は高まる一方で、「多くの国では一般的に、協同組合のシステムが十分に確立していない」など運営者にとっての5つの課題と政策の支援の必要性などを挙げている。

2本目の伊藤富雄氏（コワーキング協同組合代理理事）の「コワーキングの精神とプラットフォーム協同組合の展望」では、コワーキングスペースについてコワーキング概念の歴史からひもといた上で、自身で実際に立ち上げたプラットフォーム協同組合「JOB BOARD」の経験や、海外の先行事例「Enspirall」から、海外ではLoomioやCobudgetなど意思決定や資金の調達・管理にウェブツールが活用されているのに対して、プラットフォーム協同組合の不可欠の要件として協働するためのシステムを自前で持っているなど5つの要素を挙げた上で、日本では法整備と資金調達の方法などが大きな課

題であると指摘している。

「第2章 プラットフォームの現場で」は章タイトル通りプラットフォームで実際に働く若者に対するインタビュー記事が2本掲載されている。1つは民泊で清掃の仕事に携わる女性の話で、2つ目は「Uber Eats」の配達パートナーになった大学生のインタビューである。仕事内容や給与、労働条件などが当事者の言葉で語られている。

「第3章 ブロックチェーンはプラットフォームをどう変えるか」は、松尾匡氏（立命館大学経済学部教授）と渡辺草太氏（法政大学経営学部生）との対談を掲載している。大学教授と学部生の対談という点でも珍しいが、さらに学部生である渡辺氏ではなく松尾氏が聞き手を担い、渡辺氏が関心をもって取り組んでいるブロックチェーンやビットコインの仕組みなどについてクリプト・アナキズムやトークン・エコノミー、ODEMなど最先端の技術を用いたビジネスに関連する論点について話し合っている。最後に、松尾氏がマルクスの貨幣論に触れた上で、ブロックチェーンのようなテクノロジーを組み込んだ社会システムの展望を示している。

さらに、第2章と第3章の後半に海外の民泊プラットフォーム協同組合「Fairbnb」と分散型教育プラットフォーム「ODEM」に対するインタビューが掲載されている。

ここまで述べてきたように本書の中で研究者によって執筆されたものは第1章のチャンドラ氏の1本だけで、第3章の松尾氏の対談を含めても2本だけである。大半は、プラットフォーム協同組合の運営者やプラットフォームサービスに携わる若者によるものである。これが本書の大きな特長である。プラットフォームに実際携わる人の声を直接取り上げることで現状を直接的で、生々しく伝えている。

たとえば、現場で働く若者の声を取り上げた第2章では、一般的なホテルの清掃業務が「絶

対に皺1つ残しちゃいけない、髪の毛一本残っていたらクレームが来る」(64ページ)など様々な面で制約や規則があるのに対し、民泊ではそこまで神経質にならなくてもよく、かなり自由に働くことができるといった既存のビジネスと比較した時の長所がある一方で、給与は「それ一本で生活していくには厳しいところ」(65ページ)があるなどデメリットも語られている。「Uber Eats」の配達パートナーへのインタビューでは、仕事を始めたきっかけやビジネスの仕組みなどがエピソードを交えて紹介されている。さらに社会学を学ぶ学生の目線から「Uber Eats」の中にある権力関係について分析が試みられている。

また、プラットフォーム協同組合について、海外の事例が紹介されており、理念やコンセプト、仕組みなどが紹介されており、今後実際に運営を考える際に示唆を与えている。

しかし、プラットフォーム協同組合がなぜプラットフォーム資本主義よりも優れているのかについて十分に検討されていなかった。チャンドラ氏が既存の協同組合を論じる流れの中で「協同組合が真に効果的で、より公正・公平な組織化の手段なのだとすれば、なぜ私たちは経済に貢献するほどの影響力を持つまでに成長する協同組合を目にしないだろうか」(15ページ)と述べているが、これはそのままプラットフォーム協同組合に当てはまる論点である。具体的にどのような点でプラットフォーム協同組合はより効果的で効率的に財やサービスが提供できるのか、などさらに検討が求められる。

しかし、上で述べた不十分さも大きくはプラットフォーム協同組合自体がまだ少数で、成長途上にあるという現実による点が大きいと考えられる。最初に述べたように今はプラットフォームビジネスのあり方が問われている時代である。本書はそうした中で現場の声をきき、問題の所在を理解させてくれるのに適した本であるといえるだろう。

書評 02

一般社団法人 日本協同組合連携機構 監修

『1時間でもよくわかる SDGs と協同組合』

家の光協会 / 2019 年 11 月刊 / 80 ページ / 660 円 + 税
ISBN 978-4-2595-2198-1

評者：酒向 美也子
京都生活協同組合



「本書は、SDGs を協同組合に引き寄せて読み解いた、国内初の入門書です。また、何章からでもお読みいただけるように構成しています。」この一文が本書 2 ページからの「はじめに」に記載されています。

つまり本書は SDGs の入門書ですが、協同組合という組織の理念、あり様を通して SDGs を読み解こうとしているので、特に協同組合の関係者にとって親しみを感じる入門書になっていると思います。また、「章単位」でまとまっているので、「どの章から読んでもいいですよ」としているところも特徴と言えます。さらに、「SD じい (仙人)」「クミちゃん (5 歳の女の子)」「Ai (アイ：未来ロボット)」などのキャラクターが親しみやすいタッチのイラストで登場し、各章を案内してくれます。SDGs についての説明が視覚的でわかりやすく、クイズやセルフチェックコーナーもあって、終わりまで楽しみながら読みすすめられる工夫がされている点も優秀だと感じました。

全体は四章で構成されています。「第 1 章 SDGs ってそもそもなに?」「第 2 章 協同組合は SDGs 達成のために何ができる?」「第 3 章 自分たちの SDGs 宣言をつくろう」「第 4 章 協同組合は SDGs をどう実践している?」など、SDGs の基本から始まって実践までがコンパクトにまとめられているので、タイトルにあるとおり 1 時間以内で読むことができました。

例えば「SDGs のことをざっくり知りたいが、今は 30 分しか時間がない!」という時などは、とりあえず「第 1 章 SDGs ってそもそもなに?」だけ読めば、SDGs の読み方 (エスディーゼズと読む) から始まって、誕生の経過、17 の目標、169 個のターゲットなど、それぞれが持つ意味などについて、SDGs の大枠が理解できます。

「SDGs は何となくわかったけれど、具体的にはどうやって取り組んでいけばいいんだろう?」という時には、「第 3 章 自分たちの SDGs 宣言をつくろう」が役立ちます。この章では、SDGs 度のセルフチェックやワークショップの開催などがわかりやすく掲載されているので、「個人や家族でできること」「仲間やグループでできること」が具体的に取るようになっていきます。また、3 章の最後のページには、「SDGs を経営に組み入れるためにチャレンジしたいこと」と題して、企業や団体で SDGs を経営に取りこんでいくことも案内されています。SDGs の取り組みに向けて、最初の一步を踏み出すことを後押ししてくれるのが第 3 章です。

しかし、冒頭でお伝えしたように、「SDGs を協同組合に引き寄せて」という点が本書の特徴の 1 つです。その点では「第 2 章 協同組合は SDGs 達成のために何ができる?」「第 4 章 協同組合は SDGs をどう実践している?」も、

ぜひじっくり読んでいただきたいなと思います。個人的に特におすすめしたいのが「第2章 協同組合はSDGs達成のために何ができる？」です。

この章では、まずSDGsと協同組合の親和性が述べられています。「一人は万人のために、万人は一人のために」という協同組合の理念と、「誰一人取り残さない」というSDGsが掲げる理念は、見るからに似ており、重なりあっていることが感じられます。また、世界の協同組合のルールである「協同組合原則」を見ると、「第6原則 協同組合間協同」「第7原則 コミュニティへの関与(地域社会への配慮)」では、パートナーシップ、地域社会の持続可能な発展を重要視するSDGsの基本的な考え方がすでに盛り込まれていることがわかります。

「協同」とは、「複数の個人や団体が心や力をあわせて同じ目的、共通の利益を守るために事にあたること(大辞林第三版)」です。協同組合は、同じ目的、共通の利益のために、個人や様々な団体が心と力をあわせ、地域社会に配慮しながら、平和で持続可能な地域社会の実現をめざす組織と言えます。第2章を読むと、協同組合はこれまでも、SDGsが課題とするテーマの解決に向け、取り組みを継続してきたことが実感できます。あらためて「協同組合っていいね」と言いたくなるのが第2章です。

第4章では、協同組合のSDGs実践事例が紹介されています。個人や様々な団体が心と力をあわせ、地域社会に配慮しながら、平和で持続可能な社会・世界の実現に向けてどのような実践が行われているのかを垣間見ることができます。

掲載されている8つの事例は、どれも素晴らしい取り組みなのですが、ここでは「助け合い」の事例として紹介されている生活協同組合しまねの「おたがいさま」の取り組みに触れたいと思います。「おたがいさま」は、くらしの中で直面する「困った」「手助けがほしい」「こんな

ことができたなら……」などの声に対し、「応援したい」「助けてあげたい」と考える人をつなぎ、互いに支え合う有償の助け合いシステムです。生協しまねの「おたがいさま」では、困っている人の思いに共感し、それに答える人を「つなぐ」ことを大切にしながら、組合員以外にも利用を開放して、医療生協、JA、社会福祉協議会などとの連携を広げてこられました。組合員だけでなく、誰でも利用できる支え合いのしくみを構築し、困りごとの解決をすすめていこうという活動は、「誰1人取り残さない」ことを掲げるSDGsの実践事例として、とても腑に落ちます。そして、このような活動に関わって、人と人を「つなぐ」ことを大切に取り組みされている方たちは、協同組合という組織の有り様に深く共感されているのだろうなと感じました。

私たちを取り巻く環境を振り返ると、近年は国内外で異常気象による自然災害、ゲリラ豪雨等が頻発し、気候変動は深刻さを増して猛スピードで進行していることを実感します。また、地球環境だけでなく、経済格差の広がり、不満や不安の増大なども肌身で感じる場所です。SDGsが短期間に広がりを見せた背景には、このような状況から、「地球はもう後がないのではないか」「このままではビジネスにも深刻な影響が出てくるのではないか」という危惧を強めた人たちや、事業者が増えたことがあると思っています。

SDGsは自分ごととしてとらえることが最初の一步であり、そこから目標達成に向けた行動を起こす人が増えていくことが大切だと思いますが、本書はその最初の一步を踏み出すきっかけづくりに役立つ1冊だと感じました。そして、SDGsがめざす世界の実現に向けて取り組んでいる協同組合に参加する人が増え、世界中に協同組合が大きく広がること自体が、SDGsへの貢献につながると確信できる1冊でもあります。

投	稿
規	定

1. 本誌は、くらしと協同に関する調査研究などの成果を掲載する。
2. 本誌への投稿は、上記の領域に関わる「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 等を両方提出する。提出するデータは「MS-Word (バージョン 2000 以降)」とし、グラフなどのデータファイルがある場合、それも CD 等の中に添付する。写真を使用する場合は、MS-Word 内に枠で場所を示し、写真データは jpg 形式で別途添付する。
3. 投稿された原稿は、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時絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F
TEL: 075-256-3335
E-mail:kki@ma1.seikyone.jp

季刊号



2019 冬号 (第 31 号)
2019.12.25 発行

特集
多様な立場から考える食の科学技術
ーゲノム編集技術に着目してー
総論
科学技術とどのように向き合うか



2019 秋号 (第 30 号)
2019.09.25 発行

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？
争論
キャッシュレス社会考



2019 夏号 (第 29 号)
2019.06.25 発行

特集
「公」から住民主体による「民」への取り組み
総論
民営化とは？市場経済と公共性から考える



2019 春号 (第 28 号)
2019.03.25 発行

特集
創り、支え、広げる「わたしたち」のくらし
争論
現代社会、そして生協にとっての民主主義とは？



2018 冬号 (第 27 号)
2018.12.25 発行

特集
事業体と持続可能社会への模索
争論
人口減少社会にどう立ち向かうのか



2018 秋号 (第 26 号)
2018.09.25 発行

特集
協同組合間協同、そしてその「先」
争論
協同組合間協同の新段階

増刊号



2019 年 9 月増刊号
2019.09.25 発行

第 27 回総会記念シンポジウム特集
“見えない”格差・困窮・貧困と
日本経済を考える
ー働き、学び、育て、暮らす現場の視点からー



2018 年 9 月増刊号
2018.09.25 発行

第 26 回総会記念シンポジウム特集
現代のくらしにおいて、
わたしたちには何ができるのか？
ー『無印良品』のあり方と
仕組みから考えるー

編集後記

新型コロナウイルスが国内外で猛威を奮っています。買い物で外出するのにも億劫とならざるを得ない状況のなか、これまであまり利用がなかった組合員を含めて、「生協に入っていてよかった」という声が聞かれますが、3月中旬現在、最早そんなことを言っていられないような一段と深刻な状況になりつつあるようにも思います。地域のコミュニティを遥かに越えて人と物が移動する世の中の便利さと怖さとを、あらためて思わずにはいられません。(志)

季刊 **くらしと協同** 2020 春号 (第 32 号) 2020 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	杉本貴志	F A X	075-211-5037
発行所	くらしと協同の研究所	E-mail	kki@ma1.seikyone.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蒔絵屋町 258 コープ御所南ビル 4F (〒604-0857)		



小紋撰趣

表紙紋様 「さくらの紋様」流水地に小桜散し

日本では、古来「花」といえば「梅」でありました。平安時代になり、貴族が桜を愛好するようになり、桜が梅に取って代わり、日本の花として定着しました。満開に咲き誇る姿から散る姿まで、その多様な美しさは古来より日本人に愛されてきました。文様として庶民に広まったのは、江戸時代になってからです。この図柄は、「流水に小桜散し」という小紋柄で、小川のせせらぎに、桜の花びらを散らしたように流れていく姿を表現しています。

実は、桜(さくら)の語源は、“さ”は「田(稲)の神」を意味し、“くら”は「蔵、倉」など、坐居するところを意味します。つまり、「桜」は田(稲)の神様の「依代(よりしろ)」です。このように、桜の文様は五穀豊穰を表した吉祥文様です。

流水文の流水は小川を表しています。「流水文様」とは、最も古い文様の一つで、弥生時代の銅鐸にもこの流水文が描かれています。水が流れる様子を形どり、数条の平行線をS字型などで幾何学的に表現し、ゆるやかな曲線で小川の流れを表し、ゆらゆらと桜の花びらが、流れる様子を表しています。

穏やかな小川の流れに、小桜の桜の花びらが、散りばめられて流れてゆく姿を想像して見てください。

うらかな春の一景を感じ、心温まりませんか?

今年的一年、穏やかで、豊かな一年でありますように!

田内隆司/京小紋画像提供(田内設計事務所)