

協同組合の社会的認知の実際と生協運動の展望 —地域を「知る」実践へ—

大高 研道（聖学院大学政治経済学部教授）

はじめに

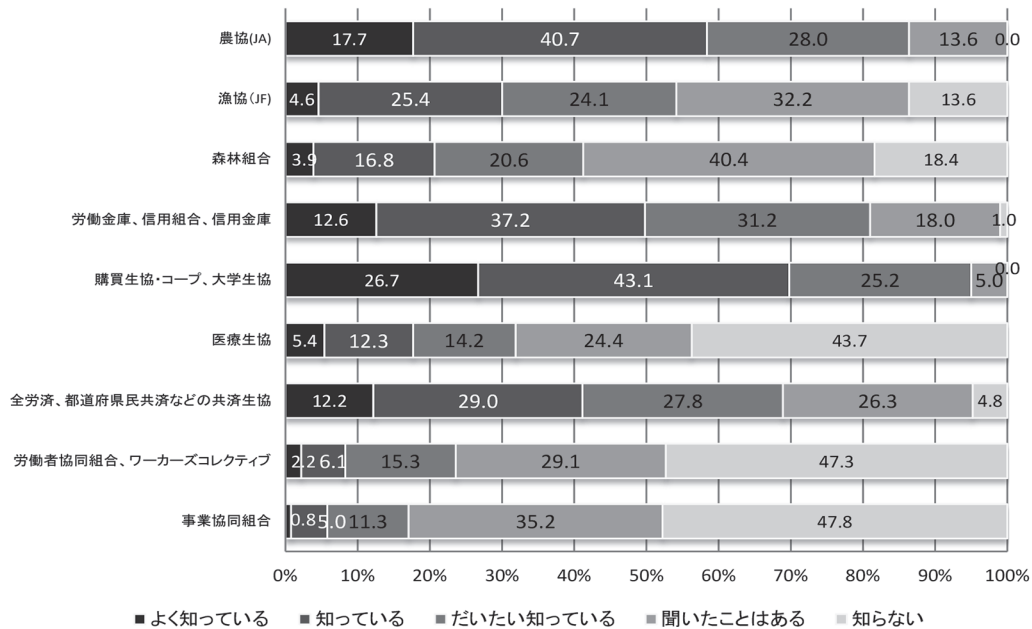
編集委員会からの要請は、これだけ多数の国民を組織し、なおかつ東日本大震災の被災地支援において少なからぬ奮闘の様子が伝えられているのにもかかわらず、なぜ世間一般の認知が広がらないのか、その実際と克服の方途について、私なりの観点から論じてほしいというものであった。はたして、その期待にどの程度こたえられるか、甚だ心もとないところではあるが、全労済協会「協同組合研究会」（座長：中川雄一郎明治大学教授）の研究調査活動の一環として実施した『協同組合と生活意識に関するアンケート調査結果』を題材に、知見のおよぶ範囲で与えられた課題について考えてみたい¹⁾。本考察の主たる対象は、アンケート調査有効回答数 3,821 のうち生協に加入・利用している回答者 904 名 (23.9%) である。その実際について、全体傾向との比較の視点も交えて検討を試みたい。

協同組合団体の認知度

最初に、いわゆる協同組合というカテゴリーに属する団体を皆さんはいくつ挙げる事が出来るだろうか。わが国には、ICA（国際協同組合同盟）加盟団体が組織する「日本協同組合連絡協議会（Japan Joint Committee of Co-operatives：JJC）」という協同組合の連携組織がある²⁾。それにかかわる各組織を業種ごとにおおまかに区分し、生協加入・利用者 904 名の各団体に対する認知度を示したのが〔図 1〕である。全般的に、その理解にはバラつきが見られ、農協、信用関連、生協、共済関連団体の認知度は比較的高いのに対し、医療生協、労働者協同組合／ワーカーズコレクティブ、事業協同組合では半数近くが「知らない」と答えている。信用関連や共済関連は、生協の 23.9% に次いで加入者割合が高かった団体であったことに鑑みると（16.5% および 21.6%）、その利用・消費を通してアクセス機会のある団体と考えられる。事業面での連携組織あるいは個のつながりに依拠した認知の広がり限定されているのが現状といえそうだ。

なお、アンケート全体結果との比較においては、その傾向に大きな違いは見られなかった³⁾。唯一、さすがに生協加入・利用者で生協を「知らない」回答者はいなかったが、「よく知っている」と回答したのが四分の一（26.7%）であったことの意味をどう考えるか？

図 1 以下の団体を知っていますか（対生協加入・利用者）



出所) 全労済協会『協同組合と生活意識に関するアンケート調査結果』2012 年。

「協同組合」としての認知度

次に、これらの団体が「協同組合」であることを理解している割合はどのくらいだろうか。[表 1] は、各種団体の「協同組合」としての認知度を加入・利用団体別にクロス集計したものである。まず、回答者全体(TOTAL)では、生協を協同組合と認知している割合は 48.4%と、半数にも達しなかった。縦軸の網掛け箇所は、生協に対する加入団体別の認知度である

表 1 次の団体のうち、協同組合だと思われるものは、どれですか。あてはまるものすべてを選んでください。(表頭＝協同組合だと思われる団体／表側＝加入・利用団体別)

	(%)								
加入・利用団体別	農協 JA	漁協 JF	森林組合	労働金庫、信用組合、信用金庫	購買生協・コープ、大学生協	医療生協	全労済、都道府県民共済などの共済生協	ワーカーズ・コレクティブ	労働者協同組合、ワーカーズ・コレクティブ
TOTAL	72.8	62.6	33.1	14.3	48.4	30.1	34.6	50.4	59.7
農協 (JA)	82.0	68.6	34.6	14.7	48.1	28.9	31.4	44.0	53.6
漁協 (JF)	73.7	73.7	21.1	15.8	31.6	21.1	26.3	31.6	36.8
森林組合	83.3	70.8	41.7	12.5	25.0	20.8	29.2	25.0	37.5
労働金庫、信用組合、信用金庫	76.8	68.8	34.8	15.7	48.9	32.3	35.6	54.6	64.9
購買生協・コープ、大学生協	74.1	66.7	34.4	15.5	60.1	33.5	38.9	55.0	63.3
医療生協	78.7	72.3	38.3	16.0	61.7	63.8	41.5	48.9	63.8
全労済、都道府県民共済などの共済生協	73.7	66.8	35.8	13.8	49.6	29.5	41.0	51.6	64.1
労働者協同組合、ワーカーズ・コレクティブ	73.3	66.7	31.1	13.3	60.0	44.4	35.6	60.0	64.4
事業協同組合	80.5	70.7	43.9	22.0	41.5	24.4	31.7	41.5	70.7
加入しているものはない	70.9	59.0	32.1	13.8	43.9	28.9	32.0	49.1	57.0

出所) 前出、全労済協会 (2012)。

注) 母数は、図 1 の設問でいずれの団体も「知らない」と回答した 31 名を除いた 3,790 名。

が、(購買)生協、医療生協、労働者協同組合／ワーカーズコレクティブの加入者以外では半数を下回っており、生協加入・利用者も60.1%にとどまった。組合員が、自ら加入している組織のことを十分に理解していない実態がきわめて鮮明になったといえよう。

もう一つ指摘すべき重要な点は、他業種協同組合に対する認識の低さである。横軸の太線囲み部分は、生協組合員が他業種協同組合を「協同組合」としてどの程度認知しているのかをみたものである。全体平均(TOTAL)と比較すると若干高めの傾向を示したものの、必ずしもその理解度が高いとはいえない。自己完結型の「協同組織」の姿が浮かび上がってくる。

協同組合とは？

では、そもそも「協同組合」はどのようなものとして理解されているのか。[表2]は、おもに公共／民間および営利／非営利といった組織的枠組みからの整理であるが、もっとも多かったのが「民間の営利団体のひとつ」(43.5%)であった。その数値は、生協加入・利用者に限定すれば46.5%とさらに高くなる。組合員の半数近くが「営利団体」であると捉えている現実をそのまま受け入れ、市場適応を重視するか、今一步その原点に立ち返るのか？

表2 「協同組合」はどのような団体だと思いますか。(生協加入・利用者／全体)

	生協加入・利用者 (%)	全体(%)
行政機関のひとつである	2.5	3.6
半官半民の団体である	10.1	14.7
民間の営利団体のひとつである	46.5	43.5
民間の営利を目的としない団体である	39.5	36.2
その他	1.4	1.9

出所) 前出、全労済協会(2012)。

一方、[表3]が示すように、組合員が出資金を出し合う協同組合の運営スタイルについては8割強が理解していた(全体81.2%／生協加入・利用者87.9%)。行政・自治体や民間の投資家が出資し運営しているものと回答した約2割への理解を促すだけでなく、出資金のあり方や出資時(入口段階)での説明・学習が実際の局面では重要になってくるだろう。

[表4]では加入条件の有無について聞いた。生協加入・利用者が「だれでも加入できる」と回答した割合(74%)は、全体平均(61.9%)と比べても高い。利用・消費型の協同組合の場合は、誰でも加入できると考えている傾向がうかがえる。それでも約四分の一(24.9%)が「特定の人しか加入できない」と答えているのは、協同組合理解の欠如もあるが、現実問題として排除されている層の存在も否定できない。国民すべての包摂をめざす必要

表 3 「協同組合」はどのように運営されていると思いますか。(加入・利用団体別)

	行政機関や自治体が出資し運営している	民間の投資家が出資し運営している	加入している組合員が出資し運営している	その他
TOTAL	8.0	9.4	81.2	1.3
農協 (JA)	6.0	11.1	81.6	1.3
漁協 (JF)	15.8	10.5	68.4	5.3
森林組合	12.5	12.5	75.0	0.0
労働金庫、信用組合、信用金庫	5.4	7.2	85.5	1.9
購買生協・コープ、大学生協	4.1	7.0	87.9	1.0
医療生協	6.4	7.4	86.2	0.0
全労済、都道府県民共済などの共済生協	4.6	7.2	86.7	1.5
労働者協同組合、ワーカーズ・コレクティブ	8.9	13.3	77.8	0.0
事業協同組合	7.3	9.8	82.9	0.0
加入しているものはない	11.1	10.3	77.2	1.4

出所) 前出、全労済協会 (2012)。

表 4 「協同組合」には、だれでも加入できると思いますか。

	生協加入・利用者(%)	全体(%)
だれでも加入できると思う	74.0	61.9
特定の人しか加入できないと思う	24.9	36.7
その他	1.1	1.3

出所) 前出、全労済協会 (2012)。

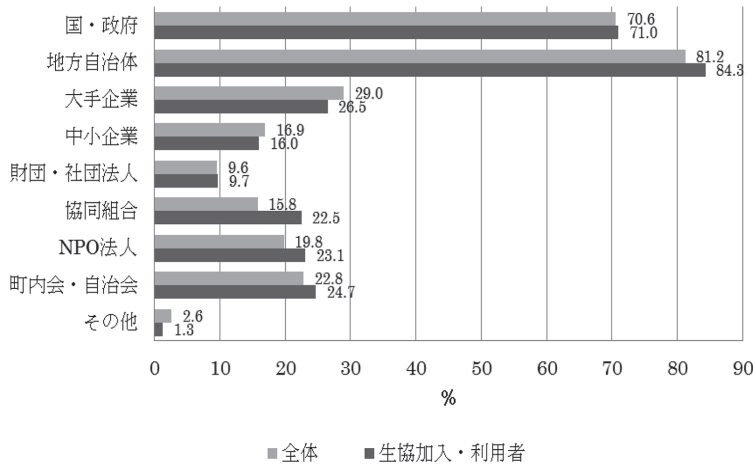
はないが、その理念に合致した人びとが周辺化されている可能性には敏感であるべきであろう。

協同組合への期待

本書を手取る読者の中には、長年協同組合運動にかかわり、その発展の可能性の模索に情熱を傾けている方も多いであろう。協同組合人・生協人としてのアイデンティティをもつ私たちにとっては、その歴史的蓄積に加え、震災復興での奮闘に鑑み、その存在感は確固としたものとしてある。しかし、我われが想像する以上に、国民一般の認識とのギャップは大きい。

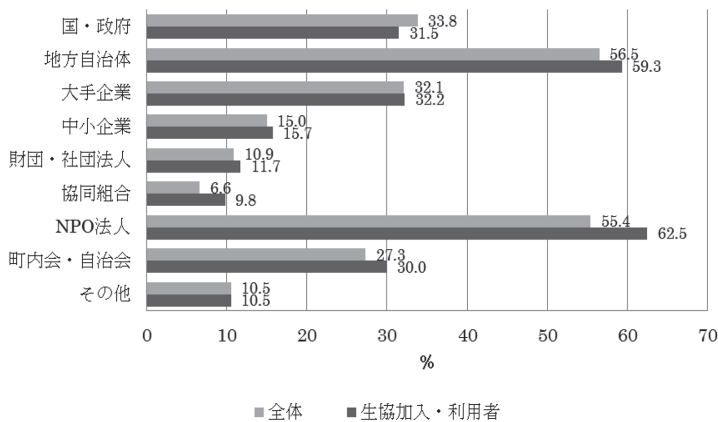
〔図 2〕は、社会問題解決や暮らしの向上に重要な役割を發揮すると思うものを 3 つ選んでもらった結果である。全般的に、地方自治体と国・政府を選ぶ回答者が多数を占め、残りが一枠を争う形になった。生協加入・利用者の選択もほぼ同様の傾向を示し、最大

図2 次のうち、今後、社会の問題の解決や暮らしの向上に重要な役割を発揮すると思うものを3つ選んでください。



出所) 前出、全労済協会 (2012)。

図3 東日本大震災での支援・復興で、どの組織・団体の活動が印象に残りましたか。3つ選んでください。



出所) 前出、全労済協会 (2012)。

の特徴は、協同組合に期待する割合の伸びが顕著であった点である。逆に言えば、その差に協同組合関係者と国民一般の認識のギャップが現れているともいえる。

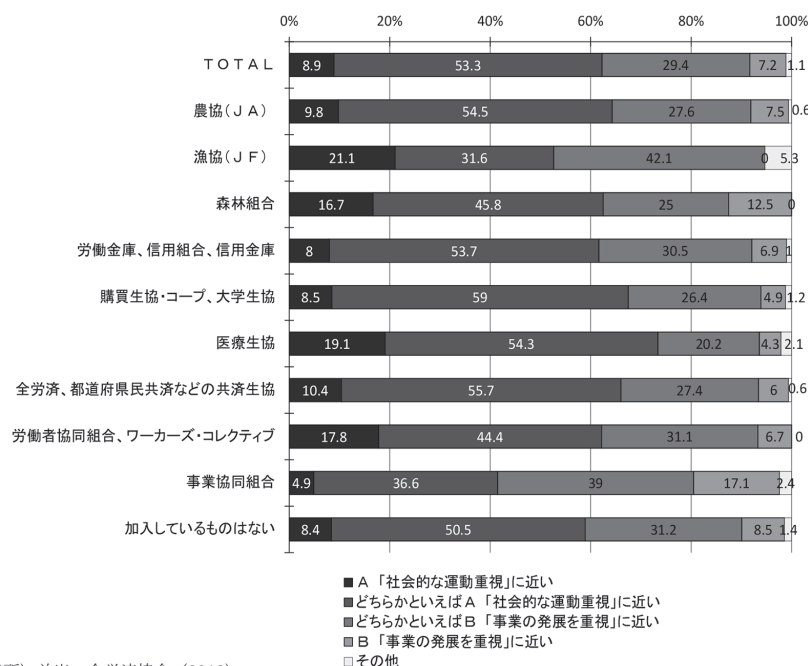
さらに、[図3]では東日本大震災での支援・復興で印象に残った組織を3つ挙げてもらったが、「協同組合」は、全体で6.6%と最下位であった。先の[図2]では拮抗したNPO法人が半数を超える回答を得たことと比べると、実際の活躍の如何は別としても、その印象が希薄であったことは否めない。生協加入・利用者の中でさえ最下位(9.8%)であったことは、やはり、「協同組合」としての存在の意味が問われる事態に直面していると考えらるべきであろう。

協同組合アンケート調査の示唆 ―まとめにかえて―

協同組合は何のために存在しているのか? その答えは、職員を含めた組合員の多様性の中にあることに鑑みれば、処方箋的な提言は効がないことは言うまでもない。しかし、アンケート分析からは、その方向性を考えるうえで、いくつかの示唆を得ることができる。

[図4]は、協同組合の目指す方向性として「運動重視」か「事業重視」のどちらを志向するかという点について聞いた。「どちらかといえばA/orB」型に集中する傾向にある

図4 協同組合は「A 助け合いや社会貢献活動などの社会的な運動を重視すべき」という考え方と、「B 市場のニーズに対応した事業の発展に専念すべき」という考え方があります。あなたのお考えにもっとも近いものを1つ選んでください（加入・利用団体別）。



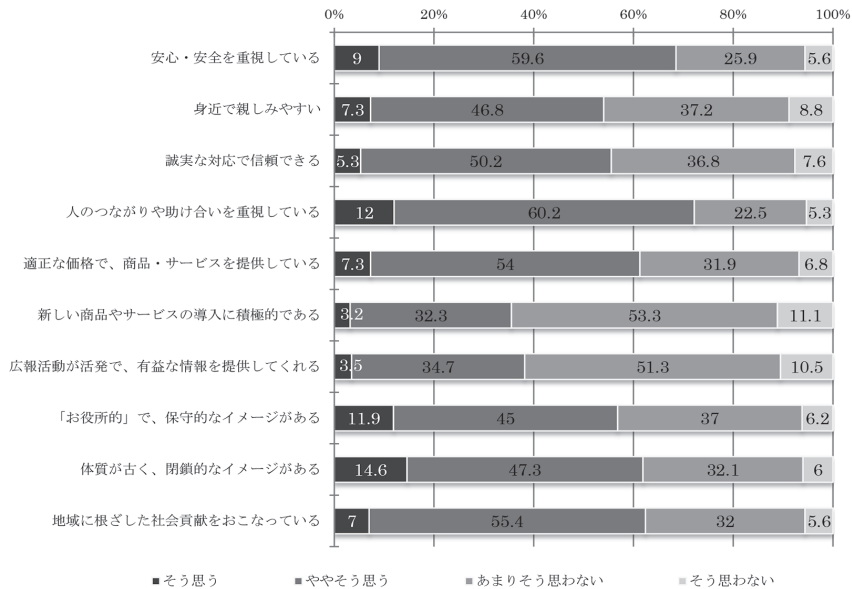
出所）前出、全労済協会（2012）。

が、総体的にみると「A 運動重視型」が多数派であることが分かる。生協も同様の傾向を示し、「A に近い」と「どちらかといえばA に近い」を合わせたA型が7割弱（67.5%）を占めている。つまり、単なる消費行動を超えた何らかの「意味」を求めていることを示している。生協はとくに、全体平均よりもA型が多かったが、はっきりと「A に近い」と回答した割合はそれほど高くない（8.5%）。よって、その志向に対して明確なビジョンを提示しえていないともいえる。

さらに、[図5]は協同組合についてのイメージである。積極的・消極的設問が混在しているという構造上の問題はあるが、安全・安心を重視、身近で親しみやすい、適正な価格・サービスの提供、新しいサービス導入に積極的など、多面的な角度から協同組合に対する印象を尋ねた結果、全体として互酬的な側面にかかわる項目への支持が多いという特徴を見出すことができる。たとえば、もっとも肯定的な回答が多かった「人のつながりや助け合いを重視している」では、「そう思う」（12.0%）と「ややそう思う」（60.2%）を合わせると7割強にまで達した。図示していないが、生協加入・利用者の回答に限定すると、その割合はさらに高くなり、「そう思う」（17.9%）、「ややそう思う」（65.5%）を合わせると83.4%になる（「あまりそう思わない」と「そう思わない」は、それぞれ14.3%、2.3%）。

これらの知見を踏まえ、協同組合の認知度向上の方途を考えたとき、我われに求められるものは何か。私は、そのためには、協同の再発見を協同的に探究するプロセスを積み上

図5 「協同組合」について、どのようなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものを1つずつ選んでください。



出所) 前出、全労済協会 (2012)。

げていくしかないと考えている。求められるのは、合理的選択アプローチに乗った消費者を想定した事業展開でも、事業の余力で展開する「運動」でもない。事業と運動を有機的に結び付け、矛盾や対立を排除しない対話的・協同的空間の形成にこそ、協同への認知の拡がりの可能性が拓かれていると思われる。

その鍵となるのが、暮らしのニーズを基盤とした、地域のリアリティからの組み立てであろう。活動を規定するのは事業形態や事業領域ではない。「組合員のくらしの要求」である。よって、自分たちの事業の範囲からではなく、暮らしの現実を基盤としたアプローチが決定的に重要となる。そして、それを実行するためには、必然的に地域に出ていかざるを得ない。それは地域の人びとに認知してもらう（「知ってもらう」）実践から「地域を知る」実践への転換を意味する。そうすると、まさに「かかわりのコーディネーター」としての職員の役割が問われることになる。まずは、地域にある協同組合の仲間探し、仲間づくりから始めてみてはいかがだろうか。

- 1) アンケート調査結果の詳細は、全労済協会『協同組合と生活意識に関するアンケート調査』[2012年]を参照のこと。なお、同調査結果を生協に焦点化して考察した拙稿「協同組合」は国民にどのように認知されているのか―『協同組合と生活意識に関するアンケート調査』からみる現代協同組合像』『生活協同組合研究』Vol.443 (2012年12月) も併せて参照のこと。
- 2) 家の光協会編『協同組合の役割と未来』(2011年)は、わが国の協同組合の全体像を理解するうえで格好の教材である。併せて参照のこと。
- 3) 生協加入・利用者以外の回答者を含めた各種団体の認知度については、前掲、全労済協会 [2012] 18頁を参照のこと。