

くらしと協同の本

辻村英之著

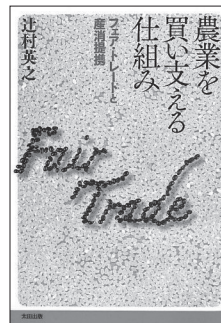
『農業を買い支える仕組み  
フェア・トレードと産消提携』

【BookData】

発行 太田出版 2013 年 6 月 264 ページ

値段 2,000 円 + 税

ISBN : 978-4-77-831357-9



評者：北川 太一（福井県立大学教授）

「食べて支える」「買って支える」

日本の農林水産業の状況が厳しくなる中で、近年、とりわけ、東日本大震災で被害を受けた農山漁村の復興に向けて、農と食、むらとまち、生産者と消費者とがつながり、「食べて支える」、「買って支える」ことで、この難局を克服することの重要性が強調されている。

「地元学」の提唱者であり、早くから東北各地の農山漁村を訪ね歩いてきた結城登英雄氏も、「都市の人間が月 3000 円程度を浜の漁師に渡して魚を買う仕組みを作れないか…（中略）…都市の人々とつながれば浜は元気になる…（中略）…漁港の復旧、流通ルートの整備、冷凍倉庫の再建など、様々な課題が立ちはだかっているが、漁師は必ず立ち上がる。その姿を追っていけば、お金の多寡では測れない本当の復興の力が見えるはずだ」（『読売新聞』2011 年 9 月 24 日付）と述べ、食べ支え、買い支えの意義と必要性を説く。

そこで次ぎに問われるべき課題は、このことを単なる運動論に終わらせるのではなく、経済・社会的システムとして構築すること、生協をはじめとする協同組合が長年取り組んできた産直・産消提携や協同組合間協同に関わる資源・ノウハウをいかにして活かしていくかである。

著者は、これまでに『コーヒーと南北問題』、『南部アフリカの農村協同組合』、『おいしいコーヒーの経済論 「キリマンジャロ」の苦い真実』等を著し、早くからアフリカの協同組合やコーヒーをはじめとするフェア・トレードの問題について、フィールド調査を重視した実証的な手法で研究を展開してきた。さらに近年では、生協による産消提携に関する調査も手がけながら、有機農業運動やフードシステム、さらには CSA（Community Supported Agriculture：コミュニティが支える農業）の問題に意欲的に取り組んでいる。グローバルとローカル、農業と食料、生産者と消費者、農協と生協、農業経済学と農業経営学など、日本の農林水産業の将来方向を展望していくうえでは欠かせない複眼的視座を有する研究者の一人である。

本書の視角と梗概

「はじめに—『国内フェア・トレード』としての産消提携』」では、著者の分析視角が示される。現代においては、巨大アグリビジネス企業が席卷する状況乗り越えて、消費者が市民運動を通じて農業・食料企業にその公正化を促す社会運動論的な展開が不可欠であること、そのうえで、画一的な合理的人間モデルではなく私的な効用最大化の追求と社会制度・社会的価値

値観の達成とに生活目標を置くことが混成する人間モデルに立脚しながら、「顔の見える関係」から経済的取引をベースとした「支え合い関係」の構築が不可欠であることを指摘する。

本書の内容は、二つに分かれる。第1部「国際フェア・トレードと産消提携」では、まず、フェア・トレードの定義、価格形成、役割、論点（フェア・トレードの類型、普及の課題）を整理する。そのうえで、著者が20年にわたってフィールドを調査し、プロジェクトやスタディツアーを通して市民の参画を促しながら取り組まれてきたタンザニア（ルカニ村）におけるフェア・トレードの実践が紹介される。

そこでは、村民の「大家族」の繁栄と子孫への継承を基底にした教育優先の倫理観、すなわち経済性のみにとどまらない伝統的な環境倫理観を析出しながら、こうした倫理観にフェア・トレードが有する倫理観を重なり合わせることの有用性が強調される。フレンドシップに基づく支援か、フェア・トレードとしてのビジネス（高価な買付け先の優先）かで悩む村民の心情、著者が中心となった粘り強いスタディツアーの実施と日本で開催された交流会のようすがリアルに描かれている。これらを通して改めて、理念を確認し共感し合うことの重要性和それによって構築されるより深い人間関係の大切さを感じ取ることができる。

第2部「国内フェア・トレードと産消提携」では、日本の取り組みが紹介されるが、特に、著者のフィールドである山形県・遊佐町農協（JA庄内みどり遊佐町支店）と生活クラブ生協との「共同開発米」を中心とした産消提携の事例が取りあげられる。

そこでは、産消提携による関係者の結びつきを血縁・地縁による伝統的な共同体ではなく、社会的目標や理念で結びついた「志縁」でつながる新たな社会的共同体として位置づけ、点から線（農協と生協との提携関係の確立）、線から面（提携関係に参加する農家・農地の増加）、

面から立体（提携関係の目的の多様化）という提携関係の深化の過程を明らかにしている。

さらに、産消提携がCSAとして一層深化していくための三つの「モノサシ」（①価格水準・保障、②代金確定・支払時期、③全量買取か返品かといった数量の限定度）を設定し、上述の事例の他に京都生協（さくらこめたまご）やコープしが（グリーンサポート、一株トマトほか）等諸事例の評価を行う。これらのモノサシによって、産消提携の取り組みの客観的位置づけを知ることができる。

### 市場の原理と組織の原理

行き過ぎた市場原理主義が蔓延る中で、生協をはじめとする協同組合の事業は厳しい競争に直面している。実際、それに追随しようとするあまり、組合員を単なる顧客としてみなし、ライバル企業の低価格路線・安売り競争の土俵に乗ろうとする（実際に乗ってきた）協同組合も少なからずある。

しかし、著者も指摘するように（本書15頁）、「事業」とは本来社会経済的な性格を有するものであり、経営者が「企業」（出資者による資本結合）としての私経済的な側面にのみ従属している限りは、事業も企業的な目標に吸収されてしまう。多元的な目標と理念を重ね合わせながらお互いを尊重し合うこと、農業の持つ多面的な役割を理解しながら「せめて費やした労働分くらいは報わりたい」という農業者のささやかな願いに応える価格を、関係者の徹底的な話し合いによって発見する努力が重要である。価格発見という市場経済的な目的に対して情報を開示し合い、データに基づいた徹底的な話し合いという組織経済的なプロセスを大切にすることこそが協同組合らしい事業のあり方であると、本書を一読して改めて教えられた。

運動体と経営体、企業間競争と組合員のくらしや地域社会に根ざすこととの両立で悩む生協関係者にとっても、示唆に富む好著である。