

■□ 第1会場

組合員のくらしを知ること・活かすこと ～「パーティ」を通じた取り組みの共有

加賀美 太記（就実大学専任講師）



テーマ別企画のねらい

2013年度、本テーマ別企画の報告者らは全労済協会の公募委託研究「大転換期の日本社会の展望」に取り組みました1)。「協同組合における人的なネットワーク・つながりづくりの取り組みであるおしゃべりパーティに注目し、その実態や可能性を検討すること」を具体的な研究課題と設定し、全国各地の生協に快くご協力を頂いた結果、多くの知見を得ることが出来ました。調査を通じて印象深かったのは、パーティに取り組む多くの生協が悩みを抱えつつも、知恵を出して問題を解決しようとする実態です。中でも、「生協らしさ」に繋がる組合員のくらしに基づいた多様な声を聞く機会として、パーティを活用する方法について、各生協で真剣な模索が続けられていました。

本テーマ別企画は、上述のおしゃべりパーティ研究の到達と、各生協のパーティに関わる独自の工夫を共有化し、パーティの活性化に貢献することを目的としました。報告およびフロア・ディスカッションの要旨は、次の通りです。

なお、報告の詳細については『くらしと協同』第6号および全労済の『公募研究シリーズ』にて詳細を掲載しています。紙幅の都合から、本稿では考察・論点提示に関わる箇所を中心にまとめています。

報告①

「おしゃべりパーティ」とは何か？ 何故、注目するのか？

（加賀美太記・就実大学専任講師）

1. 「おしゃべりパーティ」とは何か？

まず、私たちは「おしゃべりパーティ」とは「生協から商品提供を受けて組合員同士が交流する企画」と定義しました。こうした取り組みは、2000年代以降、とくに西日本を中心に広がりを見せており、組合員活動あるいは組合員同士の交流企画のひとつとして位置付けられます。

おしゃべりパーティの特徴は、大きく4つあります。第1の特徴は、商品を提供して交流してもらう際に、具体的なテーマを生協側で決めないことです。第2に、商品や生協の販売促進活動を打ち出さないことです。第3に、非組合員の参加も可能なことです。最後に、参加者がおしゃべりした内容を報告書として生協に提出し、生協側がその報告書を読み込んでいることです。以上から、直接的な事業貢献をではなく、社会的なミッションを重視する性格が強い企画と言えるでしょう。

2. なぜ、おしゃべりパーティに注目するのか？

＜コミュニティに対する社会的な注目＞

では、なぜ今こうした活動に注目するの

でしょうか。大きな理由は、コミュニティへの社会的な注目が強まっているからです。格差社会や無縁社会とも言われる厳しい環境の中で、「絆」や「つながり」といった「社会的な紐帯」に対して、実践的にも学問的にも関心が高まっています。たとえば社会学の領域では、ソーシャルキャピタル（社会関係資本）論や社会ネットワーク理論と呼ばれる、人と人とのつながりに焦点をあてた研究が増えています。それ以外にも、定常型社会を目指そうという議論、消費者の意識変化を論じた研究からも、つながりは注目を集めています。

こうした中、自らの意志で加盟・加入した組合員によって民主的に運営されている協同組合、特に生活協同組合においてどのような取り組みが現れているのかという点が、このパーティに注目する第1の理由です。

<日本型生協と班とおしゃべりパーティ>

ここで一度、話を生協の方へ移します。私たちは、社会的なつながりが生協においてどのように実現していたのかを議論する際、班の取り組みに注目すべきだと考えました。

日本型生協の核心的な特徴のひとつは、共同購入事業の班です。班は主体的な組合員を再生産・育成する場として機能し、また組合員のボランティアによる事業への貢献（仕分けを組合員自身で行うなど）をもたらし、女性が社会に関わる経路として社会的意義も持っていました。批判もありますが、班は多岐に渡る役割を担った組織・制度であったと考えています。

しかし近年、女性の社会進出と専業主婦層の縮小、少子化と高齢化、民間流通企業の成長などを背景として、班組織が停滞しつつあります。結果、組合員が「私たちの生協」という素朴な感覚を持ちにくくなっ

てきているのではないのでしょうか。そのため、班がこれまで担っていた機能や役割を維持していく方策が、いずれの生協にとっても大きな課題になっています。

そうした中で、これまでの「居住型」の結集とは異なり、個人の興味や関心に応じた「テーマ型」など、組合員結集そのものの形を変化させる取り組みが現れています。そのひとつとして、組合員の自主性を重んじ、交流の場・機会を提供することを主眼においた「パーティ」という活動が広がりを見せています。これが、パーティに着目する第二の理由です。

<協同の契機づくりとしてのパーティ>

さらに、私たちはパーティがコミュニティに関与するきっかけになるのではないかと、とも考えました。協同組合原則の第7則でコミュニティへの関与が述べられていますが、パーティはこの点にも寄与するということです。

また、社会的な紐帯の喪失が問題視される中で、個人・家族を軸としてつながりを再構築する意味、あるいは緩やかな紐帯が持つ可能性にまで言及できればと思います。昨年度から研究を始めた次第です。

報告②

「おしゃべりパーティ」の実践例の検討

（青木美紗・奈良女子大学助教）

1. ララコープ～試行錯誤によって

創られた「ララパーティー」

「ララパーティー」は、生協から無料で提供される食材セットを囲んで、テーマを設定せずに、核となる組合員を中心に近所の方や職場の方、家族の方など3名以上でパーティを開催してもらう形になっていま

す。非組合員の参加も可能です。開催場所は自宅や職場、公共施設などです。パーティを開催した後に、核となる組合員は参加者や会話の内容、生協への要望、提供された食品セットへの感想などを書いた報告書を提出することが求められます。

ララパーティーの始まりは、1999年に班に商品普及するためのツールとして開催された「ワイワイ産直料理パーティー」です。2000年春には、仲間づくりのきっかけとすることを第1の目的としてパーティが開催され、2年後の02年春には仲間づくりのお誘いを必須とし、必ず非組合員の方を招くことを強調されていたそうです。しかし、そのことが非常に大きな壁となったため、同年秋、かなり大胆にお誘いという敷居をなくされました。この時から仲間づくりをひとまず横に置いて、コミュニケーションツールとしてのパーティと位置づけられ、03年秋に「ララパーティー」として始まったというのが全体の経緯です。

ララコープでは、2011年から、職員の意識向上や組合員の声への理解向上を目的として、「読み込み会」の感想をまとめる振り返りシートを職員が記入するようになりました。1回の読み込み会に90分かけており、そのうち最初の30分で1人約100枚の報告書を読み込んだ上で、それぞれが感じたことをシートにまとめていきます。かなり時間をかけて組合員の声を読み取っておられる印象を受けました。読み込み会をする理由・目的のひとつは、理事と職員の意思疎通をしっかりと行うことです。なお、パーティをさらに深めていくにあたっては、職員と組合員理事・組合員の意思統一が必要ではないかと感じました。

2. コープしが～組合員の声を聞く

ツールとしての「ぱくぱくパーティー」

コープしがでは「ぱくぱくパーティー」という名称で実施されています。生協から無料で提供される商品セットを囲み、テーマを設定しないで開催する。参加者は核となる組合員と近所や職場の人、家族も非組合員もOKで、3名以上で開催するという形態です。場所は自宅、職場、店舗、公共施設などで、同じく核となる組合員が参加者や会話の内容、生協への要望などを書いた報告書（ぱくぱくメモ）を提出します。

ぱくぱくパーティーは、1995年に始まった「食を楽しむ会」として、グループ単位での開催を原則とした企画が端緒です。当初は組合員拡大が一番の目的だったそうです。その後2006年に「おしゃべりパーティー」という名前でパーティが発足しました。ここで、組合員の声を理事会がきっちり汲み上げることを企画の目的としており、この段階で組合員拡大から1歩離れたこととなります。08年には愛着ある名称でより多くの組合員さんに親しみを持ってもらおうと、「ぱくぱくパーティー」と名を変えました。12年に、さらにパーティの目的を見直して「組合員のくらしの様子（背景）を知り、思いや願いの声を聞き皆で話しあい事業や活動につなげること」「商品をきっかけにコミュニティとコミュニケーションを生み出し人と人とのつながりを広げること」とし、現在に至っています。

報告書は「ぱくぱくメモ」という名称で、まず配送職員が目を通した後、地区事務局で職員が報告書をスキャンして集約し、冊子にまとめます。その際、パソコン入力せず、組合員の手書きの紙面をすべてそのままスキャンし、メモそのものの様子や雰囲気そのまま読み込み会に伝えておられます。その後、理事協議会や所属長会議でワー

クショッブを開催するなどして、かなり時間をかけて組合員のくらしを分析されています。

課題としては、メモの内容が熟読され議論され、実際に事業に活用されているのですが、組合員さんにお話をうかがうと、集約された自分たちの声がどのように活用されているのかが伝わっていないということでした。声が事業に生かされていても、そこが組合員にフィードバックされていなければ、せっかく報告書を書いても、これが何の役に立っているのか分からず、提出が億劫になるのではないのでしょうか。ここはひとつの大きな課題ではないかと思いました。

3. 共立社～「班」発祥の地における「おしゃべりの会」

共立社のパーティは、名称を「おしゃべりの会」といい、1か所の会につき1セットの食品が提供されて、テーマを設定せずに会話をして下さいというものです。参加者は核となる組合員と近所・職場の人3名以上で、非組合員もOKですが家族開催はできません。場所は自宅や職場などで、核となる組合員が参加者による会話の内容や生協への要望を書いた報告書を提出する点も同じです。開催時期は年に1～2回でしたが、2013年度から通年開催になっています。「おしゃべりの会」は、もともと組合員によって積極的に企画・開催されてきた班会の開催が、1990年前後くらいから非常に厳しくなったことがきっかけで発足しました。共立社でも班会が積極的に行われていた時は、職員が班会に同席するなどして組合員の声をどんどん吸い上げておられたそうですが、そういった活動がまったくできない状態に陥り、班会に代わって組合員の声を拾い上げる方法を模索されていまし

た。そんな折、2007年9月とちぎコープのパーティの視察をヒントに、08年1月から実施に至ったという経緯です。ここから組合員の生の声を聞き出すことが、共立社のおしゃべりの会の第1目的になっていることが分かります。

報告書への対応ですが、まず地域責任者の方が上がってきた報告書の内容をパソコンに入力されて、組合員の声の背景や、その声に対する改善方法などを責任者それぞれの視点でまとめられます。それが組織部で集約され、最後に各部署あるいは地域理事会で議論され事業に活かしておられます。課題としては、広報活動を広げていくことが重要とのことでした。また、上がってきた組合員の声をどのようにフィードバックするかについては一番悩みどころとのことでした。

4. 生協しまね～新たな「つながり」づくりをめざす生協しまね

生協しまねの「おしゃべりパーティー」は、生協が試供品セットを無料で提供し、テーマを設定しないで会話をしてもらいものです。参加者は核となる組合員と近所・職場の人、家族、非組合員もOKで3名以上で開催です。場所は職場が比較的多く、職場の仲間で開催される頻度が高いとおっしゃっていました。核となる組合員には、参加者や会話の内容、生協への要望を書いた「おしゃべりシート」を提出してもらいます。

生協しまねでも1984年の設立時は班が重要な役割を担っていましたが、90年代後半から班会や班長会を積極的に開催することが非常に困難になっていきます。2001年に「想いを形に～共に創る豊かなくらし」という「生協しまねビジョン」を策定されました。「1人ひとりのくらしを見ること

から生協を考え作っていく」という方針を打ち出し、班についても再考する姿勢を取られました。こうした班のつながりのあり方を考えていた際、他生協のパーティの取り組みを知り、07年から「おしゃべりパーティー」を開催したとのことでした。

生協しまねでは、パーティを「組合員の地域でのつながりや交流を活性化させるためのひとつの方法」と位置づけ、希薄になった交流やつながりを促進させる。同時に、そうしたことを通して、広く地域に生協への理解を深めてもらうことも目的とされています。

報告書の読み込み会には「おしゃべりパーティーチーム」の理事・職員4名程度が参加し、重要な個所に線を引いて組合員の暮らしについて議論します。組合員への報告は機関誌を使われています。パーティ開催者から送られてきた写真とともに、報告書に書かれたパーティの楽しい様子が掲載されています。

課題としては、パーティの開催率が配達担当職員の働きかけ度合いによって大きく異なることで、職員の理解を上げることが重要課題であると考えておられるそうです。

5. コープおきなわ～生協の「参加の場」としての「ゆんたくパーティー」

「ゆんたく」とは「おしゃべり」という意味の沖縄の言葉です。生協が無料で提供する商品を囲み、具体的なテーマを設定せずにおしゃべりをする。参加者は組合員と近所・職場の人で、次が他の生協と少し違うのですが、組合員が最低2名以上の3名以上で、家族開催は不可となっています。場所は自宅、職場など組合員個人のほか、支所やステーション単位でも開催されています。組合員は「ゆんたくメモ」を提出することとなっています。

ここもやはり班活動継続の難しさが要因となっており、パーティが発足したという経緯をもちます。班に属さない組合員が増加する中、2000年に班会制度が変更されました。班活動費から商品への支給に変わり、呼称も「ゆんたく班会」となりました。これがパーティの前身です。その後、班に属さない組合員がさらに増加したことを受けて、07年に、多様化し、くらしぶりも変化した組合員の生協への参加・関与を高めるべく、「ゆんたく班会」から「ゆんたくパーティー」へと変更されました。パーティの位置づけは「組合員が生協運動へ主体的に参加・参画するための中間機関」であり、パーティの目的は「組合員が生協に関わる場」であることを強調されています。

課題としては、開催数の伸び悩みや新規参加組合員の減少のほか、報告書の提出率が低い、組合員に記入を促すことが非常に難しくなっている、職員の意識面の問題といった点があげられます。また、パーティの活用方法も色々と模索されています。

6. コープかごしま～組合員とのコミュニケーションツールとしての「コープパーティー」

コープかごしまでは「コープパーティー」という名称で開催されています。生協が無料で提供するパーティセットを囲み、テーマを設定せずおしゃべりをする、ここまでは同じですが、生協に関する情報を掲載した「コープパーティー」開催資料を人数分、毎回、提供されている点が特徴です。参加者は組合員と近所・職場の人、そしてここも違うのですが、組合員が最低3名以上入らないと不可という、少し厳しい基準になっています。家族開催も不可です。場所は自宅や職場です。「コープパーティーおしゃべりメモ」を最後に提出することが求

められています。

先ほど特徴として申し上げた同封する情報誌には、生協強化月間や仲間づくり、ひろばの組合員お勧め商品など、生協に関する情報が掲載されています。報告書の項目は、パーティの話題、意見・要望や試食の感想など、毎回、変えておられましたが、2012年以降は同じ内容に落ち着いてきたようです。

パーティ発足にあたっては、ここも班からの声が一番大きな着眼点になりました。組合員の声をピラミッド型の組織体制の中で汲み取っていたのですが、共働き世帯や個配・店舗利用者の増加で、それが難しくなりました。組合員のくらしや生協への意見・要望を聞く新たな方法の模索が続く中、2005年に組織改革が行われ、「班」から「個」へと方針を転換されました。班会の機能を継続し、組合員同士が生協やくらしについて意見を出し合い、情報交換する場の必要性から、06年から年1回秋にコープパーティーが開催されることになりました。先ほど言いましたように「組合員同士のコミュニケーションを豊かにするための場」であり、「生協に関する情報をより多くの組合員・非組合員（地域の人）に知ってもらうこと」を目的とし、「パーティを通じて地域で組合員が助け合い、協同を実現すること」を目標としています。

コープかごしまのすごいところは、報告書の回収率が90%に達していることです。配送職員がセットを提供する時に「報告書の提出をお願いします」とかなり念を押して言うておられるそうで、ここでも職員と組合員のコミュニケーションが密にとれていることを実感しました。報告書は複写式になっており、1枚は各事業所に置いて現場の配送担当者が仕事に活かしておられます。もう1枚は本部の事業部で確認された

後、組織支援本部コープパーティー担当者を經由して、品質保証本部組合員の声事務局で入力を行い、全体として取りまとめ理事や全職員に情報公開するという形をとられています。

2012年からコープパーティー開催資料に組合員の声で実現した事業を掲載することで、しっかりフィードバックされている点が非常に高い評価を得ています。組合員にとっては、自分たちの意見がきっちり汲み取られて反映されているところに安心感を覚え、信頼が構築されて、参加が広がっているようです。さらに報告書の提出者には、パーティ開催や声を出してもらったことに対するお礼の返事を出されるなど、組合員活動に参加してくれる組合員を増やす努力を重ねておられます。

コープかごしまがその段階に至れた背景には、「事業が見えない価値か」という選択がありました。コープかごしまの場合は、パーティの意義について、理事や職員で繰り返し議論されたそうです。その中で、理事と職員がともに組合員から提出された報告書を読み返すことで、コープパーティーの可視化できない「暗黙知」といわれる効果を、コープかごしま内で評価し合うことができたといいます。これが、非常に大きかったのではないかと思います。その評価を確認した上で、数値目標を設定せずに事業を進めるに至っているそうです。こういった考えのもと、組合員だけが元気を得るのではなく、非組合員も含めて地域でのつながりやコミュニケーションの向上に貢献することが、事業成立の目的と今はとらえておられ、「これでいくぞ!」という勢いを感じました。

7. 事例の考察

6事例からは、ララコープとコープしが

では試食会からパーティを展開されており、それ以外の生協では厳しくなってきた班活動の代替という位置づけでスタートしたという経緯の違いが見て取れました。

また、各生協によってパーティの名称は異なりますが、「生協が無料の食材を提供して非組合員も含めておしゃべりを楽しむ機会を持ってもらい、生協への要望や組合員のくらしに関する報告書の提出を求める」という一連の流れは共通で、普遍性があります。

他方、食材の内容や家族開催の可否、予算については、事業の中でパーティをどうとらえるかによって異なります。

パーティの開催目的は、組合員の拡大を狙うもの、組合員や地域の人のつながりを強化することでコミュニティを豊かにしようとするもの、組合員からくらしや生協への意見・要望を聞くためのもの、もしくはこれら全部を含めているもの、あるいは融合したものなどがありました。そして、組合員のくらしや生協についての生の声を報告書から読み取って、商品開発や次年度事業に生かしている点も大きな特徴だと言えます。

なお、多くの生協で見られたパーティの課題は、数値としての結果が見えにくい中で、どのように事業を継続させていくのか、参加者数を増やしていくのか、報告書の内容をどのようにフィードバックしていくかというものでした。

報告③

おしゃべりパーティ 実態調査の結果

(加賀美太記・就実大学専任講師)

本調査は、パーティの全体的な把握のた

め、生協および組合員に対して行ったものです。

生協に対しては、総代会文書の分析とアンケート調査を行ない、組合員については、コープしがのご協力の下、コープ委員6名へのヒアリングと組合員1000名へのアンケートを行いました。データを含めた調査の詳細は、『くらしと協同』第6号および全労済の『公募調査研究シリーズ(近刊)』にて掲載されていますので、紙幅の都合上、論点に関わる部分のみをまとめさせていただきます。

I. 全国地域購買生協における

「おしゃべりパーティ」の実施状況

1. 購買生協の総代会文書ベースの調査

2. 全国地域購買生協アンケート調査

・文書ベース調査とアンケート調査から、おしゃべりパーティが全国的な取り組みとして普及するに至ってはいないことが明らかになった。

・パーティの目的は、報告②で確認されたとおり、組合員の声を聞くことから始まり、地域コミュニティへの関与まで多岐に渡る。しかし、アンケート調査からは、とくに重視されているのは組合員同士の交流の促進であり、直接事業につなげる、あるいはコミュニティ形成に貢献するといった意図は弱い様子が伺えた。

II. 「おしゃべりパーティ」と

組合員の受け止め

1. おしゃべりパーティをめぐる言説～

コープしが組合員へのインタビュー調査から・ヒアリングからは、組合員にとってのパーティが、主に既存の関係性を深める位置づけで受け止められている様子が確認された。
・また、報告書の利用状況の認知が進んでおらず、報告書の意義と活用方法の発信が

急務であることが確認された。

2. おしゃべりパーティに関する

アンケート調査の結果

・アンケート調査からは、以下のような特徴が明らかになった。

- ①組合員のつながりに対する要求は、家族を除いた関係性において緩やかなものを志向するようになってきている。また、組合員同士という関係性は、親類縁者や隣近所といった関係性よりも重視されていない。
- ②パーティの実態について、認知度としては不十分なことが明らかになった。参加者の傾向では、既存の関係性に基づいて開催されている様子が確認できた。非組合員の参加は一定数あるが、多数を占めるには至っていない。
- ③組合員はパーティを、交流の機会として捉える傾向が強く、企画に対しては基本的に満足している。コミュニティや組合員の拡大といった視点からの理解は弱い。
- ④パーティを通じて、生協や生協商品への愛着が高まったという効果が確認された。

3. インタビュー調査と

アンケート調査から見える課題

これらの調査から、パーティの課題が見えてきます。

まずパーティの発展のためには、パーティ前後の組合員への働きかけが必須だということです。組合員の認知と満足度を高めるためには、提出された報告書がどのように活用されているのかなど、パーティに関わる情報を積極的に分かり易く発信することが求められていると考えられます。

さらに、地域コミュニティへの貢献についての再考です。現在、生協のパーティの位置づけ（組合員同士の交流促進）と組合員の受け止め（既存の関係における交流）との間にギャップはありません。反面、パー

ティを通じた新しい関係構築や地域コミュニティへの貢献については、双方で重視されていない様子が伺えます。既存の関係性を重視するということは高いリピート志向に繋がっていますが、他方で新規性の低下からパーティの拡大・普及を制限しているとも考えられます。パーティを発展させていくためには、パーティの意義や役割・可能性をより広い社会的な視点から位置づけ直して、組合員や職員を含めた生協全体で共有化する作業が必要になるのではないのでしょうか。

フロアからの発言の概要

以上3つの報告を踏まえて、フロア・ディスカッションと質疑応答を行い、複数の発言を頂きました。発言全体を取りまとめた要旨は、次の通りです。

- ①パーティの意義として、組合員の声を聞きとることにあるという点は共通している。ただし、その部分がもっとも難しい。時間的にも予算的にも制約がある中で、どのように効率的かつ実のある読み解きが出来るか。この点、各生協の工夫を共有化して、全体で発展させていく必要があるのではないか。
- ②組合員の声を汲み上げ、整理するだけでは不十分である。声を生協の事業や活動に、具体的に反映していくことがパーティの発展には求められている。
- ③そうした前提として、パーティの意義や重要性を職員全体に浸透させていく取り組みが必要である。実際、職員が働きかけを強めた生協では、パーティ開催数の上昇傾向が見られる。また、就労環境が厳しい中で職員が取り組みやすい、仕組みやシステムのようなものを作ることも求められているのではないだろうか。

④組合員に関しては、声を聞くという意味でも、パーティの参加者を拡大することが必要不可欠である。その際、パーティに関する多様な意見を前提とし、そうした意見を聴く努力をしながら、家族開催や商品の無料提供、非組合員の参加といった条件について理解を深めてもらうことが欠かせない。あるいは、京都生協が始めたように「有料化」というパーティのフレームワークの変更なども考慮に入れつつ、検討するべきではないだろうか。

⑤緩やかな関係性を志向する今日の組合員像も理解はできるが、他方で生協には組合員同士をつなぐ社会的な役割もあるのではないか。パーティなどの取り組みを工夫することで、組合員同士の関係性を深めてもらうことも課題ではないだろうか。

⑥パーティの意義やその特徴は分かったが、班との違いはどこにあるのか。共通性はどこで、違いはどこか。また、パーティは生協の運営にどのような影響を及ぼしたのか。経過として、班の問題がパーティへとつながったことは分かるが、両者の差異は明確化しないといけないのではないか。

テーマ別企画を振り返って

今回のテーマ別企画は、2013年に行ったおしゃべりパーティの研究成果を、実践の現場におられる方々や研究所に関わる先生方と共有すべく開催させて頂きました。しかし、実際にはそれに留まらず、今後考えるべき多くの論点を示唆して頂き、心から感謝しております。

会場からのご発言にもありましたが、今日の情勢を鑑みると、組合員を生協の活動や事業にどう巻き込んでいくか、組合員の声を聞くことの大切さなどが、改めて確認

できたように思います。また、どの生協においても、この課題に真剣に取り組んでいる様子が伺えました。本テーマ別企画が参加された皆様に、何かしらのヒントを提供できたとすれば幸いです。

他方、今後の研究課題も明らかになりました。ひとつは、班とパーティの関係をどのように捉えるのか、という点です。パーティが班の問題意識を継承しているのは事実ですが、その差異と共通性を十分に明らかに出来ませんでした。この点を深めつつ、さらには、組合員活動という極めて射程の広い領域をどのように解きほぐしていくのか。困難な研究課題ではありますが、ぜひ取り組んでいきたいと考えています。

また、各地の風土性や組織背景を反映した分析が出来ていない面も課題です。パーティという取り組みが異なる組織に共通して広がっている。この点に「生協らしさ」があるようにも思います。研究に協力してもらった院生が、「生協って本当に多種多様なんですね」と言っていたのが印象に残っていますが、そうした多様性と「生協らしさ」が併存している。この「らしさ」を考えることも、とても大事な論点ではないでしょうか。

以上のような課題を、実践の現場と交流しながら、ぜひ深めていきたいと思っています。

1) 本研究は、報告者である加賀美・青木と片上敏喜（奈良女子大学社会連携センター特任助教）の3名で実施したものである。