

争論 生協産直に未来はあるのか？

自分の頭で考える生協に期待

大木 茂

麻布大学獣医学部教授

聞き手：青木 美紗（奈良女子大学生活環境学部助教）、長壁 猛（くらしと協同の研究所事務局）

生協産直の始まりは 国民的な食料運動

【青木】先生は生協産直の変遷について文献を出されていますが、そもそも生協産直の研究を始めたのは、どのような経緯だったのでしょうか。

【大木】私は、生協は普通の小売業、企業だと理解しています。つまり、組織形態は組合員組織だけれども、事業で黒字を出さない限り生き残れないので、「生協」と名前がついているから、それだけですばらしいとは思っていないのです。生協の事業は、制約がいろいろあるなかで、少なくとも生協産直には独自の存在意義があると考え、80年代半ば頃に勉強し始めました。生協はともかくとして、少なくとも生協産直については希望が持てると思って、勉強を始めたわけです。

【青木】当時、先生がお持ちだった生協産直に対する希望とは、どのようなものだったのでしょうか。

【大木】その頃、日本生活協同組合連合会（以下「日生協」）が実施した第1～2回の生協産直調査を元日本女子大学教授の宮村光重先生がご担当されて、生協産直のことを「国民的な食料運動としての生協産直」

というような定義づけをされました。「国民的」だったかどうかははっきりしませんが、当時、「市民」という言葉は使っていなかったはずで、「大衆」という言葉を使っていたかもしれません。とにかく「国民的な食料運動」として生協産直が存在しているのではないか、というようなことをレポートで書かれていたわけです。

たしかにそうだろうと感動したのです。70年代に東京都をはじめとして革新自治体が増えるなかで、生協もずいぶん伸びて、その目玉として食料の取り扱いがあって、なかでも産直がとても注目されて伸びたと理解をしているので、その意味で、国民的な食料運動として生協産直が存立していくのであれば、とても意味があると思って、ずっと勉強してきたということです。

【青木】宮村先生がおっしゃっていた「国民的な食料運動」とは、具体的にはどういうものですか。

【大木】いまでいえば「食育」のような意味をたくさん含んでいると思います。高度経済成長によって人びとが農村から都市に集まってきて、急増する都市住民の食料をまかなうために、いろいろな仕組みをつくり、他方スーパーマーケットが伸びるなかで、食をめぐる多種多様な社会問題が登場したのです。それに対し、安全で確かな

ものを求める都市住民の主体的な運動として、産直が登場した面を最も重視しています。この意味での国民的食料運動に期待したわけです。安心して食料を手に入れるために、自分たちが組織をつくって、消費を組織化していく。そういうロジックに意味があると思ったのです。

【青木】安心して食料を入手するために消費を組織化することに意味があると考えた理由は何ですか。

【大木】高度経済成長期において、急速な都市化が進むなかで、社会的には食品添加物の問題や健康被害も起きていました。それに対して、国民がきちんとチェックし、そんなことが起きないように、消費者自身が学びながら、いいものを理解し、それらをきちんと提供してくれる相手を探しながら進めていく、という意味での産直に意味があると思ったんですね。

生協産直の変化

【青木】当時の生協産直は、安全なものを求める消費者たちが、組織を作って自分たちで勉強したり、生産者側に「こんなもの作ってください」とお願いに行って、作る側と使う側で話し合いながら進めるという形態が主流だったのかなと思います。現在も、当初の生協産直のような取り組みをされている生協もあると思いますが、多くの生協では時代の流れに合わせて変化しているように感じます。先生は、生協産直にどのような変化があったとお考えでしょうか。

【大木】いちばん大きな変化は、リーダー的な組合員がいなくなったことだと思います。

す。リーダーが育たなくて、産直開始当初の 70 年代に活動していた人がずっと引っ張っていて、その下の世代は、産直がどういうものなのか、あまり何も考えないで継続だけやってきた。それが最大の問題でしょう。いまの生協のトップ層は、生協産直に関しては、国民的な食料運動という視点に乏しいのかなと思います。いまは「協同組合」という言葉と「組合員の組織」ということで「組合員のくらしに寄り添うこと」に主眼がおかれており、今後はますますそういうふう生きていくだろうと思います。そのことに疑問があるわけではありません。

いまは社会的な大きな食料問題に立ち向かっていくというような理念がない、あるいは、そういう問題を立てにくい状況にあるということです。だから、今の生協は、食料問題という点ではテーマを持っていないと思います。地域社会で高齢化が進行しているとか、買い物困難な人たちにどう対応するかという話はするけれども、食に関する課題設定ができないと思います。

【青木】そのように、生協のメイン事業でもあった食料問題から離れてきた背景には、どのようなものがあるのでしょうか。

【大木】そうってしまった最大の理由は、生協が食品小売業（スーパーマーケット）の事業にきちんと取り組んでこなかったことが大きいと思います。70 年代から 80 年代にかけてスーパーマーケット事業が行き詰まって、「これではいけない。スーパーマーケット事業をきちんとやろう。」ということになり、日生協は 80 年代後半から 90 年代にかけて、青果物の取り組みを一所懸命にやりました。しかし問題は、第 1 に青果だけ突出した取り組みであり、畜産は取り組まれませんでした。第 2 に、コス

ト意識から事業における主要な業務を外部化してしまったという問題がありました。第1の点についていうと品質向上は一所懸命にやって、青果物の品質を向上させて、小売業としての基本をできるようにしようと取り組んだのが90年代だと思いますが、いいかえれば、そこに止まってしまったという気がします。

第2の点については、生鮮品の事業に関していえば、自分たちで産地まで確認する余裕がなくなって、中間業者等におまかせするスタイルが定着しました。畜産は、早い時期からそうになっていて、自分たちで主体的に事業をコントロールできなくなってしまっています。ですので、もう「国民的な食料運動」とは言えないなという気がします。その意味で、生協産直には未来はないと言いたいです。

そのなかで消費者運動がなくなってしまったと思うんですね。つまり、組合員のニーズが、いつも「安全・安心」という言葉で、呪文のように言われるようになり、「じゃ、『安全・安心』さえ実現すればいいんですね。消費者は『安全・安心』というお墨付きをもらったものを消費できるようにすればいいんでしょ？」という感じになってしまって、プロセスを重視しなくなっていると思います。

たとえば、青果物についていえば、青果物の品質保証体系（GAP）については、あれで産地のことを理解できるのか。又、産地の発展をサポートできるのでしょうか、少し疑問です。

プロセスを重視するなら、素人の発想で商品に対して要望を出すなかで学ぶこともいろいろあるでしょうが、「安全・安心」と言ってしまうと、それが全部プロの手にゆだねられて、プロとして「トレーサビリティ」とか「安全性の検査数値によれば、

まったく安全」と言われたり、産地に行こうとしても「衛生問題があるから、だめですよ」と言われたりして、そして生協の幹部は組合員を押さえつけ組合員の学ぶ機会を奪ってきてしまった。こうして、みずからの手足を縛りながら、「安全・安心」を実現させて、流通業の競争に対抗してきたような気がしています。

だから、組合員のニーズも、近年は非常に陳腐なニーズしか出てこない。下手に大人びているし、ものわかりがいい。それでは何も生み出せないだろうと思います。

【長壁】 かつて国民的な運動や消費者運動、細かい問題などを、組合員と折り合いをつけながらやっていた日本の生協の転換点は、どの辺りなのでしょう。

【大木】 やっていたかどうかは別として、そうした側面が失われていくのは社会的にはバブルの崩壊辺りがひとつのポイントになるでしょう。「告発型の運動から提案型の運動に変える」と日生協は方針化しました。それ自体は悪くないけれども、告発もやらなければいけなかったのに、告発しなくなったことは大きな誤りです。告発型も重要なんですね。

【長壁】 以前は、食品添加物や残留農薬など食の安全に関して、学習会を基本に国への要求運動も活発にやられたように思いますが、2003年の食品衛生法が抜本改正されると、それ以降はあまりやられなくなったのではないのでしょうか。食の安全もグローバル化した社会にあって運動が立てにくいということもあるのかもしれませんが。そのような中で、2008年に冷凍ギョーザ事件が起こって、「品質保証が大事だ。管理しなければいけない」となりました。そ

こまで行くと組合員が関与するポジションがなくなってしまって、せいぜい組合員に生産地を見に行ってもらうぐらいで、それさえもいまはほとんどの生協がやらなくなっているのです、生協の場で組合員が「食の安全」について考える機会が少なくなっているのではないのでしょうか？

生産プロセスを重視する大切さ

【青木】最近はその科学的といいますか数値的な安全・安心を強化するために、さらに安全基準が厳しくなっているような気がします。数値では測れないものを学べるのが生協産直のように思いますが、このごろは、生協以外の小売店やスーパーマーケットでも、消費者を産地・生産者までつないだりしていますし、直売所も生産者と話せるような状態になっています。そういうなかで、生協は何ができるのでしょうか。

【大木】組合員がいる生協だからこそ、プロセスを重視する活動ができると思います。生協の産直でも、産地に行くのはごく一握りで、その一握りは理事やふだんから活動している人です。そして生協は、ふだんから活動している人を組織的に囲い込んでいます。この意味でも、組合員組織があるからできる、ということです。

スーパーマーケットも重要機能を外部化している点では変わらないので、生協と比べて特別優れているわけではないと思うので、生協がだめなだけではなくて、流通業が全体的にそれほど評価できないと思います。

消費者という点では、スーパーマーケットや有機農産物の宅配事業者も、組織化して産地とつないでいます。これは生協がひ

とつのかたちをつくって、それを他の流通業者がまねした側面があると思います。

ただ、それができているのは野菜とコメぐらいでしょう。野菜は、産地とつながることができて、直接、産地に行くこともできる。コメもできる。しかし、畜産はできていない。だから、たぶん畜産物の業者は、消費者は畜産のことを知らないから困ると捉えているはず。す。「おいしい」とか「まずい」とか「安全が云々」と言っても何も全然知らないじゃないか、という感じで対応してくるはず。その意味では、生協の組合員が畜産物の生産プロセスを知るような機会を設けてこなかったのも大きな失敗だろうと思います。

畜産物における生協産直

【青木】先生は、近年アニマルウェルフェアのご研究に従事されていますが、その背景には、畜産のプロセスが見えにくいことも関連しているのでしょうか。

【大木】日本は、最近格差が広がっているとはいえ、高級スーパーに行く人と路上で物乞いしている人が分かれるような社会ではなくて、中間層がまだマスとしてしっかり存在しているので、その中間の人たちがどう動くかによって社会全体が変わってくるような気がするんですね。だから、そういう中間の人たちがゴソッと参加できるような食の運動が構想できるといいだろう。なと、「アニマルウェルフェア」という言葉を手がかりに、そういうところに切り込めないかな、と思うわけです。

【青木】世界的にアニマルウェルフェアは、どの程度着目されているのでしょうか。西

欧的な考え方が、どのように日本やアジアに入ってくるのかは興味深いですが…。

【大木】 アニマルウェルフェアでは、「動物の5つの自由」の、飢えや渇きからの自由、疾病からの自由などとともに、正常行動発現の自由、つまり、どれだけ自由な行動を許容できるかということがポイントになります。欧米にはアニマルウェルフェアの法律があって、国際獣疫事務局（OIE）でもアニマルウェルフェアの基準ができてきています。世界的にそうなっているのだから、確実に日本にも入ってくるものなのです。台湾や中国はヨーロッパの動向をかなり意識しています。タイも、ヨーロッパに輸出するので、ヨーロッパ基準でやることに抵抗がないわけです。そういうことを考えたとき、日本では基本的に待ったなしなのに、なかなか進んでいないのが現状です。

【青木】 生協産直というと、当初は牛乳を初めとした畜産物が多かったように思いますが、青果物に重点を移しているように見えますが…

【大木】 最初は「本物の牛乳を飲みたい」というように、畜産物から始まった生協が多いし、卵も、「鶏の健康のために開放鶏舎がいい」とか、いろいろ言いましたが、いまはほとんど何もないですね。「開放鶏舎でなければいけません」とか「ケージ飼いは1段しかだめです」と言っていたのが、「養鶏産業が危機だから」と言って、「2段でも3段でもいい」という話になって、いまは「ウインドウレス（自然光を遮断して人工照明を効果的に行えるようにした飼育法）はだめです」と言っている生協はあるのでしょうか？「命をいただく」というこ

とについて教育をしてこなかったと言われても仕方ないのではないのでしょうか。

求められる消費者教育とは

【長壁】 生協によっては、組合員参加の産直ツアーと位置づけて鶏肉加工場を見学します。生きた鶏が、ラインにのって鶏肉としてパック詰めされるまでの一連の工程がみられます。その間には鶏がと殺されるシーンまで立ち会うことになるので事前に説明しますが見学を辞退する人は少ない。親子で参加する組合員もいます。見学の後、その敷地内でみんなで焼き鳥を食べる、そのときに、食べながら命の重みを実感するわけです。鶏は小さいので、そういうことが可能かなと思います。

そのときに鶏卵の強制換羽のお話をききました。「鶏は450日ぐらいまでは卵を産み続けるが、その日数を過ぎると卵を産まなくなる。その鶏をもう一度産ませるようにするために真っ暗にして、2週間ほど水を飲まらず、餌を与えないでいると自ら羽を抜いて、羽が抜けた後にまた生えてきて、再び卵を産むようになる。一般流通されている卵には、そういうものもある」と。そのような話から生協の鶏卵の違いを知ることができました。

しかし、牛の場合は、加工場止まりで、とうていと殺までは組合員に見せることができない。牛や豚の畜産物の生産プロセスをどこまで見せるか。牛や豚を飼育している姿は見せますが、鶏のようにと殺までは見せることはない。その間のプロセスが抜けて、一気に枝肉になった状態からパック詰めに行ってしまう。畜産物はすべてを見ることはなかなか難しいですね。

【青木】畜産物は青果物のように見学できないような事情もあって難しい面もあるように思うのですが、消費者にはどういう教育が必要だと思いますか。

【大木】鶏卵における強制換羽はウェルフェア上、国際的には認められないものといっているのですが、どのように生産されているかを知ることができる教育が大変重要です。ですが、と蓄プロセスはショッキングなだけに、見るその前後の多面的な教育は欠かせません。

アニマルウェルフェアの勉強していて、業界の人に話を聞くと、消費者がどう考えるかがいちばん重要なんだと言います。業界の人たちは活動家の人たちを「アクティビスト」と言ったりしますが、「いわゆる『活動家』が言うことについては、その科学性を検討するような姿勢が必要です。ただし業界の人たちは「消費者がそれを選んでいるんだから、いいんじゃないの。消費者はいまの肉で文句ないでしょ？高くなったら買わないでしょ？」という話を、オブラートに包んでよくします。

結局、「消費者が選んでるんだから、いいんじゃないですか」という感じなのですが、しかし、みんな本当に生産プロセスの実際を知って選んでいるのでしょうか。卵は、多くの場合はケージで飼われていて、しかもウインドウレスですから、それでもいいのでしょうか。大部分の人はいいと言うでしょう。しかし、ちょっと受け入れがたいという人も出てくるのではないのでしょうか？

イギリスは、フリーレンジといって、放し飼いが、わりあい多いんです。しかし、必ずしも放し飼いが健康にいいとか死亡率が低いのではなく、放し飼いにするとケンカしたりして、羽つつきが出たり、死亡率

が高くなったりします。どっちが生産にとって効率がいいか、どっちが鶏にとって幸せなのか、という両方を考えると、判断は難しいし、個人の価値感によると思います。「ケージのほうが羽つつきや死亡率は低いから、いいんじゃないですか」という意見もあれば、「自由に行動して死亡率が高くなるのだから、ある意味しょうがないんじゃない」という意見もある。イギリスは、そういう議論の水準です。

ところが、日本ではそういう議論が全然ない。日本の消費者は畜産物をけっこう食べていて、生産額の3割を占めます。ヨーロッパはもっと高いから議論ももっとされているのですが、日本では、3割を占めている畜産物について、あまりにも消費者が理解していないというか、わかろうとしない。そこは問題だろうと思っています。

そういうことを畜産産直でちゃんとやってきていれば、もう少し違ったかなという気はしますが、畜産物の扱いは難しいからプロにゆだねてしまって、プロにゆだねることが事業成功の秘訣だということで、まかせてしまったから、生協の担当者もわからないわけです。そうすると、知識や経験の少ない担当者は生産地や業者と交渉できないから、いくら組合員組織だといっても、あまり意味がない。そういう背景があると思います。

生協の畜産の見学というと、だいたい酪農家に行って、牛舎でえさを食べるところを見学するのが多いけれど、それだけでは足りません。

鶏インフルエンザや口蹄疫やもろもろの家畜の感染症の問題などがあって大変ですが、それでもやっぱり考えなければいけないのではないかな。その意味では、今の生協は事業者としても組合員活動でも弱さがあって、先行きは明るくないと思っています。

消費者が関わる部分をどんどん狭めながら、「安全・安心」という言葉に逃げていくことに疑問を感じています。それに加えて組織に根本的な問題があるのではないかと考えています。すなわち、生協の組織がかなり硬直化して、ガバナンスが老朽化していることです。これはいろいろなところに影響が出るので、産直事業だけを切り離して議論できないと思います。

自分の頭で考える生協に期待

【青木】 硬直化というのは、新しいアイデアが通らないというようなことですか。

【大木】 そうではなくアイデアが出ないことです。そして、いまの体制を継続させようとする点のみに執着する点です。お役所は社会的ニーズに応えなければいけないけれども、生協は独立してできるから、どうなのか…。組合員支配の仕組みが完成しており、経営陣に都合のいい人を組合員理事にして経営問題について組合員は口を出せないようにしている。職員は、理事会対応や組合員理事対応や組合員活動対応で時間をとられて、事業に時間を割くことができず、事業そのものは素人のレベルになってしまう。組合員理事がいるからこそ生協の個性を発揮できる可能性があるのに、そういうふうに使おうとはしていないのです。

これからは、巨大化する生協よりも、小さなところで自分の頭で考えて自分で行動する生協・組織に注目したほうがおもしろいのではないかと気がしています。昔は、「国民的な食料運動」をやるには規模がある程度ないとだめだから、大規模化していく生協に注目していたのですが、今はそういうことをうまくコントロールする人

がいないのだから無理だと思います。

そういう小さなものを横にネットワークするような機能を、くらしと協同の研究所などが果たせるようになるといいのかなと思います。自分と意見の違う人をうまくネットワーク化するには、かなりの能力や知恵が必要で、それができなければいけないのだろーと思います。

スーパーマーケットにしても、小さくておもしろいスーパーがいくつかあります。そういうスーパーは、だいたい生協の産地交流を真似ています。その意味では、「生協」が果たした歴史的意義は大きいのですが、生協で括るのは意味がないし、エネルギーをロスすると思います。生協といってもピンからキリまであり、時間に限りがあるので、「もう生協はいいんじゃないかな」と考えています（笑）。1年半ぐらい前に、そう思いました。

要するに、「これをやるんだ」という使命感はなくて、今の生協組織は、「つぶさないためには、こうする」ですから、組織維持のためにやるわけです。生き残ることは大切だから、それでもいいけれども、少なくともかつて私が魅力に感じた生協ではないと思いました。

消費者サイドからの食料運動

【青木】 生産者と消費者の距離が特に大きくなっている畜産に焦点を当ててお話いただきましたが、先生が期待されるような生協産直の姿はどのようなもののでしょうか。

【大木】 食料運動を構想できないのかと思います。「安全・安心」という切り口を緻密に追求していくことが消費者運動として固有にやるべき課題ではなかろうと思いま

す。むしろ行政のテーマでしょう。生協がというよりも、だれかが消費者運動をちゃんとやってほしい。私は消費者運動が必要だと思うのです。

もうひとついえば、近年の生協産直は、消費者運動ではなくなって、生産者の主張を支える運動になってしまっている感じがします。「農業を守れ」なんて、消費者が声高に言う必要はあまりない。かつてある生協の常務だった方は、80年代に「守るべき農業はどこにあるんだ」と言って、大顰蹙を買ったことがあります。「守るべき農業はどこにあるんだ」という議論はもっと突き詰めて考えていいと思います。彼は横浜をベースにしたから、「横浜は都市農業が消えて、農家は転用で儲かっている。それなのに農業を守れと言うのはしっくりこない」ということを言いましたが、そういう議論は大事だろうと思います。

その意味では、ある研究者たちが「輸入すれば牛肉が安くなるから、消費者の得でしょ？」と言うのに反発する前に（私も品のない主張だと思い反発しますが）、「確かにそれはそうだ。安くなることはありがたい」と言っただけで、「だけど、いろいろ心配事もある」ということで国の枠組みから根本的な反対論をのべていくべきだろうと思います。しかし現実には近視眼的に TPP についても、生産者団体の主張から、生協産直は自由な発想を妨げられているという気がしました。

産直でつながっている生産者の権限が強くなるという問題は、80年代初頭からあったわけで、そこに生協は充分取り組めていなくて、その対策として、主要機能を外部化してクッションをもうけた面もあるくらいだと思います。「つくってくれて、ありがとう」が進んで、つくってくれる人たちの主張を代弁する感じもあった。だから、

米を輸入して安くなるから消費者利益が増えるという全く部分的なことを大げさに言う議論ではなく、真に消費者サイドに立った議論が、本当の消費者運動としての食料運動の構築が必要だと思う。

消費者運動が下火になっていて、告発型の運動をしないようになったのがいけないと思います。告発型だからこそできることは、いっぱいあります。消費者としては告発せざるを得ない事柄は山ほどあるのだから、それをしっかりやらなければなりません。

産直をどう見るか

【大木】 最近、多くのスーパーや百貨店などの小売業者が、売るためにいろいろなことを考えています。卵も、平飼卵を売るにはどうするかなど、考えています。

このような状況において、生協は、事業として十分に鍛えられていないという気がします。私は、スーパーに対抗して意味ある経済的な民主主義を実現するためには、消費者運動をやるべきだと思うのです。生協がこれから消費者運動をやるには、いまの生協の枠組みでは、がんじがらめになっているから難しい、ガバナンスが最大のネックです。

そして、生協の商務担当が、自分の手に負えなくて問屋やメーカーに需給調整などをお願いしているから、確かなことが言えなくなっていることもネックです。

【青木】 生協産直が最も盛んだったときは、公害や農薬の問題が目の前で起こって、消費者自身もその危険性に気づけたと思いますが、いまは「安全・安心」が当たり前のようであって、それを信じきっている風潮

があるので、いろいろな表示がされていて
も価格だけを見るとという人が多い状況に
なっていると思います。

社会が複雑になるにつれて、利便性と引
きかえに、情報の格差が以前よりかなり大
きくなってしまったのではないかと感じて
います。だからこそ、消費者が本当に安全・
安心なのかというところに突っ込んでいく
ようなきっかけ、そしてじっくり議論する
機会が必要な時期であるような気がします。

【注】

アニマルウェルフェアとは…

アニマルウェルフェアという概念や言葉
は、西洋が発祥であり、「動物福祉」や「家
畜福祉」と和訳される場合があるが、日本
語では「福祉」が社会保障を指す言葉とし
ても使用されていることから、本来の「幸
福」や「良く生きること」という概念が欠
落し、誤解を生ずるおそれがあるため、家
畜（産業動物）を対象にする場合、農林水
産省では「快適性に配慮した家畜の飼養管
理」と定義している。

1976年に欧州において、農業目的で飼
育される動物の保護のための欧州協定が締
結され、「5つの自由」を中心に"Animal
Welfare"の概念が普及した。「5つの自由」
とは、①飢餓と渇きからの自由、②苦痛、
傷害又は疾病からの自由、③恐怖及び苦悩
からの自由、④物理的、熱の不快さからの
自由、⑤正常な行動ができる自由である。

この背景には、消費者に畜産物を安く、
安定的に供給するため、薬剤を用いた集約
的な畜産が推進されてきたが、食の安全へ
の問題が頻発したことにより、環境や家畜
に優しい畜産に変えようという流れになっ
たことがある。

日本においては、2007年から2010年に
かけて、6つの畜種別に科学的知見を踏ま

え、「アニマルウェルフェアの考え方に対
応した飼養管理指針」を畜産技術協会で策
定し、具体的なアニマルウェルフェアの評
価方法や指標を提案している。また、同
協会では2014年度に蓄種毎の生産者アン
ケートを行い実態解明と対応の検討が行わ
れるようである。

【参考資料】

農林水産省ホームページ (http://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/animal_welfare.html)、2014年9月4日閲覧。

独立行政法人家畜改良センター茨城牧場
ホームページ (<http://www.nlbc.go.jp/ibaraki/index.htm>)、2014年9月4日閲覧。