

争論 暮らしに寄り添うのか？暮らし方を示すのか？

「生命に寄り添う」ために必要なことは何か ～商品でなく、「食べもの」として

行岡 良治

生活協同組合連合会グリーンコープ連合顧問

聞き手：加賀美太記（就実大学経営学部講師）

「食べもの」が示す グリーンコープの理念

【加賀美】グリーンコープ連合では、自分たちの理念・方針と取り扱う商品との関係について、どのようなお考えをお持ちなのでしょう？

【行岡】20年ほど前、「グリーンコープは正義や大義を行おうとする集団・組織でない。グリーンコープは、生命と寄り添い、生命とともにあり続けたいと願う集団・組織である」と申し合わせたことがあります。それ以来、グリーンコープは、「くらし」でなく、「生命」に寄り添い、「生命」とともにあり続けたい、と考え続けてきました。そもそも、「くらし」に寄り添うということならば、スーパーマーケットがやっているじゃないか、と思います。しかし、「くらし」に寄り添うということで、どんどん合成洗剤をばらまかれたら、生命が悲鳴をあげます。そんなふうに、「くらしに寄り添う」という名分のもとに、実は生命が平然と踏みつけられている。これが現状ではないのでしょうか。

にもかかわらず、多くの生協はある意味、スーパーマーケットの二軍的な存在になっていて、しかも、出来れば二軍から一軍になりたいと思っているように見えます。もし、それが生協運動であるというのなら、われわれは生協運動であることをやめた

い。生協と言われるのも迷惑です。生協がスーパーにとってかわることに何の意味があるのでしょうか。私たちは、生命と寄り添い、生命とともにあり続けたいと願い、活動してきたのですから。

そうしたとき、「商品」というのは金儲けの道具だから、これをなんとかして「食べもの」に戻したいと強く考えました。ですから、PB（プライベート・ブランド）かNB（ナショナル・ブランド）かについては問いません。必ずしもPBである必要もない。NBであろうがPBであろうが、合成洗剤は扱わないし、子どもの身体に害になるようなものは取り扱わない。そうした、生命にどうやって寄り添うかを常に考え、とくに「食べもの」という捉え方を大切にしてきたのがグリーンコープです。

【加賀美】自分たちが取り扱っているのは「商品」ではなく、「食べもの」であるということですが、そうした考え方はどこから、どのように生まれたのでしょうか。

【行岡】はじめは『安心・安全』な『商品』と言っていたんです。ただ、1981年頃に武田桂二郎さんが「食べもの」という言葉を提示してくれたときに、はじめて自分たちは何をしているのかについて、本当に腑に落ちたのです。

つまり、子どもたちの健やかな身体のもとなるのが「食べもの」であり、その「食

べもの」を母親たちが手を取り合って、つくりだして、共同購入する。これは、供給形態が配送であるかどうかを問わない。店舗であれ、配送であれ、母親たちが力を合わせて生み出して、それを分け合う。その運動の上に事業が成り立っている。そういうものとしての「食べもの」に向き合いながら、取り扱うことが、私たちが日々やっていることなんだと。

だから、適切な言葉は「食べもの」しかないんですよ。「食べもの」という言葉が、われわれのしたいこと、していることをいちばん正確に表現するから、私たちは「食べもの運動」と言っているんです。したがって、いわゆる「商品政策」みたいな発想の仕方はしていません。

【加賀美】 具体的にグリーンコープが最初に取り組んだ「食べもの」は何ですか。

【行岡】 やはり牛乳でしょうね。ただ、牛乳もいちばん初めは成分無調整の超高温殺菌の紙パック牛乳です。最初は、超高温殺菌の意味を知らなかったのですが、それ以前にそもそも成分無調整の牛乳がなくなってしまっていたので、まずは成分無調整の牛乳を探しながら、共同購入を始めました。

共同購入も最初は御用聞きからで、注文書を一枚一枚、加入してくれた人のところへ届けていました。牛乳も、月水金、火木土、朝 7 時頃に 50CC のカブの両側や後ろにぶら下げて配達していました。

もっとも 70 年代前後に誕生した生協は、基本的にどこも同じでした。取り扱っていた品目も、ほとんど変わりません。だから、グリーンコープの前身生協がそれ以外の生協に比べて、とりわけ優れたものを共同購入していた、という事実はありません。

問われた商品への向き合い方

【加賀美】 「食べもの」という捉え方に現れているように、グリーンコープの考え方やあり様は多くの生協と異なるように思っています。現在のような違いが生じたきっかけは何だったのでしょうか。

【行岡】 やはり大きな転機は、72～73 年ごろに、コープセフターが合成洗剤だということを知らされたことです。

母親たちは子どもに少しでも安心なものを食べさせたいと常々考えていましたから、環境を汚せば結果として食べるものも悪くなるということを知っていました。だからこそ、川に合成洗剤の泡が浮いているのを見て心を痛めたわけで、そういう母親たちがつくったのが生協です。どこの川も汚れていたことを、それはいかんと思った母親たちがつくった生協が合成洗剤を売っているのか、というのが大問題になったんです。

そのときに、「くらしに寄り添う」といった論理で、「必要としている人たちがいるのであれば供給するんだ」と考えた生協と、悲鳴をあげて石鹸に切り換えていった生協とがあった。ただそれだけの違いですよ。それ以外の面では、どこもほとんど五十歩百歩で、同じようなものを共同購入していたというのが当時の風景だったように思います。

【加賀美】 当時、取り扱ったものや生協としての役割に対する考え方の違いが、それ以降の違いに結びついていったというわけですね。

【行岡】 ただ、グリーンコープが、決定的に変わっていくのは 81 年頃、先程の「食

べもの」という概念に出合ってからです。子どもたちのからだを形作るものが「食べもの」だということを、はっきり意識したことが、グリーンコープが大きく変わるきっかけでした。

次に決定的だったのは、83年のロングライフ牛乳問題です。ロングライフ牛乳とは超高温殺菌と無菌充填などを通じて、常温保存で数十日の消費期限を実現した牛乳です。言わば、牛乳の缶詰です。当時、これを広げようという流れが生協で起こっていました。

しかし、ぼくはその頃、摂氏65度30分で加熱殺菌するパスチャライズド処理という方法を知ったこともあり、これを自分たちでも実験してみました。処理温度を120度から90度に下げたのですが、ホエータンパクが牛乳中に残存しているかどうかを調べるテストでもまったく白濁せず、きちんと滅菌されていました。

よくよく理由を聞けば、高温殺菌もいきなり120度にあげるわけではないんですね。まず貯乳槽が85度で、そこにずっと滞留している。そこから120度にまで持っていく。これを「殺菌」というわけですが、殺菌には85度で十分だそうです。いまは72度で15秒ですが、そういう方法でも大丈夫だし、むしろそうでないと牛乳にこだわる意味がないということが、実際にやってみてわかりました。

その他にも、牛乳はすべて合乳ですから、グリーンコープ専用の貯乳タンクを設置しないと、酪農家がエサを変えても意味がないんです。そういうことも知っていく過程で、飼料を切り換えて、パスチャライズド殺菌をして、紙パックをビンにしていこうという取り組みが一步步始まりしました。だから、83年前後はグリーンコープの牛乳も他の生協の牛乳もなら変わらなかった

けれども、その後、ロングライフにしようとして動いていった生協と、そうでない牛乳をつくろうと動いていった生協とがあって、たとえ牛乳でも全然違うものになったわけです。

牛乳がきっかけだったわけですが、一事が万事で、ありとあらゆるものが全部変わっていくプロセスがこの頃から始まり、現在に至るまでずっと続いてきました。グリーンコープでは、牛乳が端的に示すように、本当にあらゆるものが変わった。あなたたちの言葉で言えば「商品」が変わっていったわけです。

でも、変えようといっても一朝一夕には変わりません。たとえば、牛にやるエサが問題でした。non-GMO（非遺伝子組み換え）のエサをやろうとすると、いちばん困るのは実は綿実です。綿は、食べものではありませんから、いちばん先にGM化するんです。しかし、油脂分を牛にやるという意味で、綿実はとても大切な飼料でした。しかし、不分別のnon-GMOの綿実が確保できないのです。それ以外の飼料はnon-GMOのエサに切り換えたのですが、綿実だけは代替のものが見つからなくて、油脂分が残っている大豆カスを使うことにしました。そうやってエサを変える。

また、エサを変えると、その農家がつくった原乳を全部そのための値段で買い入れないといけません。市中に回す分だけエサを変えるわけにいかないから、そうするんです。

そういうふうにして、基本的に「食べもの」といえるものしか取り扱わないことにしてきたから、グリーンコープのものは何でもおいしいですよ。だから、子どもがグリーンコープの野菜かそうでないかがわかる。ニンジンなんか、特にわかる。子どもが「このニンジン、グリーンコープと違う

だろう」と言うのですから。

生産現場との関わりと グリーンコープの考える責任

【加賀美】 現場に入り、苦労しながら、ひとつひとつ変えていったのがグリーンコープの取り組みというわけですね。

変化の過程では、牛乳の例のように、生産者の方々と「こういうかたちでやりたい」と色々と話し合いがあったかと思うのですが、そうした生産する側の人たちの関わりで苦労されたことはありますか？

【行岡】 苦労というか、牛乳についていえば、協同組合はひどいね。たとえば酪連は、関西で原乳を売るとき値段が決まっています。北海道から持ってきた値段と、九州から持ってきた値段が折り合わない、関西では原乳が売れないんです。地域でキロ 10 円違いますし、15 円ぐらい違ったこともある。いまま北海道から敦賀に持ってきて、京都に持ちあげて、つくっています。それと競合しないといけないから、関西ではその値段で売っている。

けれど、グリーンコープのエリア内のどの組合員が注文したのかはデータが全部出るのだから、その分については、地域の値段プラスオンに、と言っても改めてもらえない。しかも、農家には安い価格で平均化した額を払っている。だから、グリーンコープは酪農家にとって、高く買ってくれるお客さんですよ。それが一元集荷・多元販売です。こんなことをするのが協同組合だと思うと、許せないという思いも強くなります。そんなことはいっぱいありますよ。

ただ、生産者に対して、ぼくらはちゃん

と約束を守ります。ですから、グリーンコープの産直生産者は全員、後継者がいます。日本の農業者の平均年齢は 65 歳を超えていますが、うちが提携している生産者は、平均年齢が 40 歳ぐらいです。だいたい前の話だけど、平均よりもだいぶ若返っているのは間違いない。とくに、だいたい若い人が跡を継いでいるから、アベレージが低くなっている。もう少ししたら、もっと若くなるのではないのでしょうか。

事実、農業は楽しいことだと思うんですよ。生き物を育てて、手をかけてやった分だけ、ちゃんと報いてくれるわけだから。それが経済的に成り立つのであれば、誰だって農業を続けていいよ、と思っている。だからこそ、畜産についても、野菜・青果についても、そんなふうに若返りの傾向が見えてきていますね。

とはいえ、いくつか悩んでいることもあります。たとえば「××のキュウリを取り扱います」ということで、注文を取ったとして、そこのキュウリが十分にできなければ欠配になります。これまでは、代わりに別の産地のものを持っていかないうにしてきたけれども、一方では、その日の献立の予定が立たないという問題があります。また、有機・無農薬でやっている生産者と、減農薬でやっている生産者がいたとき、減農薬でやっている生産者の分を確保できなかったら欠配・未配になるけど、有機でやっている生産者や集団の分はある、となったから、供給との関係でどちらを優先するのかという問題もある。それらをどうしようかと、いま真剣に相談しているところです。

悩んでいるのは、そんなことばかりです。先ほどの代わりの産地からの対応の例でも、欠品の場合は「これは市場から仕入れた野菜である」と、ちゃんと袋に明示して、その分を届けるというやり方を考えて

はどうかという話もなくはありません。その場合、値段をどう付けるかとか、技術的な問題とか、いろいろ難しい問題があるけど、そうしたほうが、有機・無農薬の生産者の方々も安心してつくれるようにならないだろうか、という点も含めて考えたいと思っています。あるいは減農薬でやっている人たちにも、足りなければ市場からちゃんと仕入れるから、未配・欠配を心配せずに、思い切って有機・無農薬に踏み込んでくださいと言える。

いずれは市場から仕入れるものをなくしていくが、その途中プロセスとして市場機能を利用するという考えはあってもいいのではないかな。そういう話をしてみたいと思っていますが、生産者が何とおっしゃるかはまだわからないですね。

とにかく、嘘はつかない、ということを徹底しています。野菜がなければ、「できなかった」と言うことにしないと。ひとつ嘘ついたら、2つめの嘘は平気になってしまいますからね。だから、産直の野菜が足りなかったら、「足りませんでした」というチラシを配ります。キュウリの代わりにお詫びのチラシが入っているというやり方で、この間一貫してやってきました。嘘だけはついてはいけないというので徹底しています。

【加賀美】 事業との関係で悩みはあるけれど、グリーンコープにとって生産者や組合員に嘘をつかない、ちゃんと約束を守るということを徹底してきたと。

【行岡】 それと、何かあれば、必ずグリーンコープが記者会見してお詫びをします。なぜならグリーンコープが販売者であるからです。だから製造者に絶対にものを言わせないし、同席させることもない。われわ

れが販売責任者として記者会見しますので、新聞にも「グリーンコープが…」と出ます。それでもグリーンコープは、絶対グリーンコープが記者会見をします。常日頃からそうした態度だから、中国製冷凍ギョーザ中毒事件のときは、NHKが「グリーンコープが生協ということで十把一からげにされるのはかわいそうだから」と、「グリーンコープは売っていません」と、わざわざ報道してくれました。

他所もせめて販売責任ぐらいは負ってくれないかと思います。販売責任も負わずに、組合員に何か責任を負っているというのは出まかせです。

【加賀美】 ギョーザ事件では、これまでの生協が目指した方向や実際の行動、あるいは責任といったものが広く社会に問われた機会だったわけですね。

【行岡】 日本生協連はあのとき、中国産のものについて全部洗い出すと言いました。日本生協連が取り扱っている中国産のものすべてについて、それがどんなものを調査して、結果を明らかにすると言ったわけです。だけど、そんなことは絶対にできないということを、日本生協連やその商品を売っている生協は知っているはずですよ。

なぜなら、コープ商品の仕様書には「不特定」というものがあるからです。これは「今日は青森産、明日は中国産でも構わない」という仕様です。たとえば不特定のリンゴの場合、ジャガイモを使ったらアウトだけど、リンゴであればいい。リンゴの産地を特定しなくて構わないという商品仕様です。言い換えれば、あるときは中国産、今日は青森産でいいわけだから、とにかく安いところから仕入れていい、ということになります。

産地を特定したらスーパーと競合できなくなるから、リンゴを使っていればOKという商品仕様書でコープ商品をつくっているわけなんだろうが、その場合、中国産を使っていたかどうかを把握することはできないはずだ。したがって、取り扱っている中国産をすべて洗い出し、その結果をすべて明らかにするという事は到底できないことだと考えざるを得ません。

グリーンコープの場合は、まったく違って、何に何が使われているか、全部わかるんです。

たとえば、ごま油そのものは国産のごまを使っていますが、それだけでなく、ごま油としてグリーンコープが供給しているものについても、産地は必ず分かるようになっていきます。調理加工品の場合、具材を炒める際にごま油を使いますが、そのときは「中国産ではないごま油を使ってください」と言えない部分があります。そういう場合には、原料が中国産のごま油をつかっていることもありますけれど、そうした事実、原料のごまの産地はどこなのかは全部わかっています。

そして、そういうことも含めてグリーンコープは、全部を組合員にオープンにします。「このチャンポンに使っているごま油のごまは中国産です」というふうに。ギョーザ事件後にまとめたところ、グリーンコープでは中国産の原料が300ぐらいありました。そうすると組合員は、「えーっ?! そんなにあるんですか」となりますが、公開しているからこそ、自分たちで責任が持てるんです。現在は、そうした部分も一つ一つ切り替えていっていますが、その情報も公開しています。

【加賀美】 現状、商品仕様や基準がそれぞれで異なっている、ということですね。

【行岡】 1983～85年頃は、まだコープ商品とグリーンコープが取り扱っている商品の差異はほとんどありませんでした。産直品については、ややグリーンコープのほうが進んでいましたが、雑貨やロットが大きいものについては、コープ商品のほうが内容面でも優れているかもしれないと思うものもありました。でも、いまは中身が相当違います。

以前、供給が落ちて困っていたときに、コープ商品フェアでも打って、コープ商品を取り扱えないだろうかと検討してみたら、本当に取り扱えるものがなかったということがあります。経営対策として、「北海道フェア」みたいに「コープ商品フェア」を打って、カタログをつくって、売上を稼ごうと思ったのですが、どうしてもうちの基準を満たさず扱えない。結局、ほんの少ししか取り扱える商品がないから、フェアは取りやめにしました。

それくらい、今のコープ商品とグリーンコープの商品は、中身が大きく違います。ほくたちからすると、現在のコープ商品はスーパーや量販店の商品とあまり変わりません。ですから、コープ商品について「安心・安全」と言われると困ってしまいます。おかげで、「安心・安全」という言葉を使いにくくなった。スーパーの商品と同じコープ商品が「安心・安全」ならば、ほくたちが「安心・安全」と言っても、同じことを意味することになってしまう。言葉というのはそういうものですから。

生命に寄り添い続けるために

【加賀美】 グリーンコープの考えが一貫していることがよくわかりました。

一方、組合員を含めた日本の消費者の生

活スタイルや世帯類型が、近年、急速に多様化していますが、そうした変化をどのように受けとめ、対応しようとしているのでしょうか。

【行岡】 少子化や年代別の生活実態の違いについては、基本的に対応していくべきだということを、みんなで検討しています。ただ、基本的には理事さんたちが組合員ですから、結局、理事さんたちのあり方の問題だと思うんです。理事である前に、ひとりの母親である、ひとりの女性である、ひとりの人間である。そういう者としてどうするか、どう考えるか、ということを中心にできるかどうか。つまり、ひとりの母親として、ひとりの女性として、ひとりの人間として、是非・善悪を判断することが許されるかどうかです。「あなたは職員の雇用の責任を負い、生協の経営に責任を負う理事として是非・善悪を判断しろ」というものを背負って存在する理事なのか、そうではない理事なのかということは、生協のあり方を最も根本的に規定すると思います。

そうでなければ、どうして牛乳をロングライフにすることに組合員理事が賛成するんですか。母親でも、女性でも、人間でもない理事であるから、ロングライフ牛乳にすることに賛成できるのだと、ぼくは思うんですね。であるから中国産のギョーザも売れるし、であるからコープ商品仕様書も「不特定」となる。そのうえ、にもかかわらず「安心・安全」だと言ってしまう。そういう生協になっている。人間ではないんです。「理事」なんです。理事さんたちが人間としての心を失えば、生協はどんな存在にでもなれるし、になってしまう。

また、大家族が小家族になっていくといった生活の変化に合わせて規格を小さくするといった変化には最大限工夫しなが

ら、応接できるようにすべきだと思います。それには事業の規模をもっと大きくしないと難しかったりしますが、できうる限りのことはしようという方向で努力をしていると思います。もっと大きければ、カタログを年代別にするとか、いろいろできるだろうけど、グリーンコープも小さな生協ですから。

だからこそ、我々は大きくなるべきであると思います。生協が大きくなったら変質するとか、そんなことはありません。生協が変質するかどうかは、理事さんたちが人間でない理事になるかどうかにかかっています。理事さんが、人間でもない理事になってしまったら変質します。規模がどれだけ大きかろうと、理事さんたちがいつまでも母親であり続け、女性であり続け、人間であり続けるという理事会がつくられる限りにおいて、本質的には変質することはない。そう考えています。

【加賀美】 理事さんが、ひとりの生活している人間として理事会に関わる、というあり方を持続させるための努力や工夫、難しさはあると思いますか。

【行岡】 それはありません。理事というのは、ひとりの母親であって、ひとりの女性であって、ひとりの人間です。そうした人間として是非・善悪を判断してもらう。そのことを揺らぐ明確に貫くならば、「それなら私も理事ができる。そうでなければ私に理事は務まりません」となるのが一般的です。とくに工夫など必要ないんです。徹底できるかどうかだけです。

問題は、理事さんたちが、ひとりの人間として是非・善悪を判断すると生協の経営が傾くことがある、という強迫観念が支配的なことです。ところが、実は理事さんがひとりの人間としての立場で是非・善悪を

判断するほうが、経営は強固になるんですよ。この社会では、人間を操作対象として見るのが経営であるという、間違った経営思想が支配的なんです。だから、経営学などの論理では、常に「組合員を対象としてどのように操作するか」というふうに論じるでしょう。ぼくらは、組合員を対象とは見なさない。客体ではなく主体だと見なします。すなわち、組合員はグリーンコープの主権者であり、主権者である組合員に情報を開示し、判断材料を常に届けて、そこで形成される意見・判断をグリーンコープの具体的なふるまいのなかにどのように実現していくかを考えるわけです。

「人間を対象として見て、いかに人間を操作するかが経営である」というのに対して、組合員を主体としてみて、生協として困っている問題を包み隠さず明らかにして、それを通して一緒に問題を解決していくほうが、経営も強固になる。これは事実です。「理事さんたちは、母親として、女性として、人間として判断してくれ」というふうに理事会が存在していたほうが、経営も強化されるんです。そして、ロングライフ牛乳など売らずに、「食べもの」を「食べもの」であり続けさせることができますと思います。なぜ、わざわざ牛乳を缶詰化するのか。そんなことを、なぜ生協が旗を振って、するのか。結局、ロングライフ牛乳はアイテムのひとつに終わりましたが、当時は日本中の牛乳をロングライフ化するというとも言われていました。そんなふうに食べものを悪くしていく。その先頭に生協が立つ。そうした事態にならないためにも、理事さんに一人の人間として判断してもらうことを貫く必要があるのです。