

特集 “CO-OP” と「商品」の現在地

03

こうち生協の地域密着型商品政策とその意義

福田 善乙（高知短期大学名誉教授）



福田善乙氏

1 こうち生協の現況

こうち生協は、1985年11月18日食の安全・安心を求めて集まった2,013人の組合員で発足したもので、今年設立30周年を迎える。

こうち生協がめざしている基本理念は「健康と子どもたちの未来のために」ということで、6つの項目をあげている。

それは、①人間らしい豊かなくらしの創造、よりよい環境と平和をめざすこと、②地域住民のくらしと健康を守り、住みよい地域社会をつくること、③協同の輪を広げ、県民の多数が参加する組織をめざすこと、④地場生産者と手を取り合い、安心・安全なコープ商品の開発をすすめること、⑤地域のさまざまな団体・商工業者のみなさんとともに「協力・協同」を強め、明るいまちづくりの取り組みをすすめること、⑥継続発展できる経営基盤の確立と人材育成をめざすこと、をあげている。

こうち生協の現況は、西岡雅行理事長のもとに、2014年度末でみると、出資金36億4400万円、組合員数9万2917人、供給高99億8300万円となっている。2015年は創立30周年を迎えている。

2 こうち生協の商品政策

こうち生協の商品に対する基本的な考え方は「安全・安心な商品」を組合員に届けるために、①組合員とその家族の健康を守る食生活の取り組みの支援、②安全性や環境への配慮を大切にした商品の取り扱い、地域の生産と結びついた産直・地産地消をすすめること、③カタログや広報を通じ、安心して利用するための商品情報の提供や提案をすすめること、の3点をあげている。そして、日本生活協同組合連合会が開発した「コープ商品」、こうち生協・コープえひめ、とくしま生協の3生協でつくる「コープしこく」が開発した

「コーププラン商品」を提供している。

また、こうち生協の協同購入・個人宅配の取り扱いカタログ「リプレ」の食品は「コープしこく事業連帯機構」で企画・制作し、雑貨品関係は中国・四国の9生協でつくる「生活協同組合連合会コープ中国四国事業連合：コープCS ネット」が企画・制作している。

この「コープ商品」や「コーププラン商品」は共同で開発した商品を提供するものであり、価格競争に打ち勝つためにコストダウンを図るには有効なことである。しかし、広域化して事業すると、どうしても地域との結びつきが弱くなる。

特に、高知独自の商品開発は難しい。それは、高知県内の企業は中小零細企業や個人経営・家族経営が多く、生産量が少ないからである。

3 こうち生協の 地域との結びつき

こうち生協はこれまでも地域と結びつく商品開発と地域発展への努力をしている。

(1) 「こうち生協やまももの会」との連携

「こうち生協やまももの会」とは、こうち生協のコープ商品メーカーや商品の取引先・生産地などが集まった業者の会であり、こうち生協のパートナーであり、1996年に設立されている。

このやまももの会の会則の第1条は「この会は、共同互助の精神に基づき、会員相互の研修と親睦を図るとともに、こうち生活協同組合との連携を通じ、平和と暮らしを守る生協運動の発展と会員事業発展に資することを目的とする」と規定している。

このやまももの会の会員は2015年6月

現在143社にのぼっており、こうち生協の商品調達のパートナーとしての役割を果たしている。

しかし、やまももの会のメンバーをみると、食品関連でみても、(株)小谷穀粉、久保田食品(株)、(株)けんかま、(株)高知アイス、渋谷食品(株)、ひまわり乳業(株)、明神水産(株)、(株)依光蒲鉾老舗など高知県では中堅企業が中心に入っている。

(2) 「(株)協同プロセスこうち」

「(株)協同プロセスこうち」は、1992年11月こうち生協と全農高知県本部が協同出資して設立したものである。そこは衛生管理が徹底した加工製造工場であり、こうち生協は取り扱っている県内産・産直を中心とした食肉(牛、豚、鶏)をこの工場で計量、パックして組合員に提供している。

これはこうち生協組合員が地元産食肉を食べたいという要求とJA高知の地元産食肉を提供したいという要求が一致したものであり、双方にとってプラスになる協同事業である。

「(株)協同プロセスこうち」は資本金2400万円で、代表取締役社長は下元俊和(こうち生協専務理事)であり、従業員数は18名(社員5名、臨時社員13名)である(2015年6月現在)。

4 こうち生協の新しい 取り組みの必要性

こうち生協のこれまでの商品活動は安全・安心であると同時にコスト競争に打ち勝つために、日本生協連の「コープ商品」、コープしこくの「コーププラン商品」、雑貨品はコープCSネットの商品を中心に提供している。

そうするとどうしても地域との結びつきが弱くなってしまう。「コープラン商品」にするためには四国の生協組合員の需要に応ずるだけのロット（量）が必要になってくる。「リプレ」にあげる商品は一定の量を生産する企業との取引にならざるを得ない。

しかし、高知県の生産者・事業者は小規模な個人経営・家族経営の自営業が多くて、事業連合の「リプレ」にあがらないのである。

そのために、こうち生協が独自に取り扱う方法が必要になる。高知県下には小さな零細な企業だけれども、おいしく素敵な商品を生産する個人経営・家族経営の生産者・業者がいる。この小ロットだけれどもすぐれた商品を組合員に適正価格で提供すること、そのことによって地域の小さいけれどもすぐれた経営を守り、維持すること、それにより過疎化がすすむ中山間地域に元気を与えることが求められているのである。

そこで、最も地域の状態に精通しているのは、生協の配送している職員であり、配送のかたわら各市町村・地域で評判になっている商品や産物の情報を把握し、それをもとに生協が取り上げて組合員に提供することになったのである。

5 こうち生協の新しい取り組みの展開

こうち生協は2010年から生協の支所内でスポットとして地域の特産品を組合員に提供していたが、それを2011年9月からこうち生協全体で定期的に始めるようになり、2012年4月から毎月提供することになったのである。

そのために、こうち生協独自のリプレ＝

「こうち版リプレ」を発行し、それで注文を取るようにしている。また、こうち生協が毎週発行する「あなたとわたしをつなぐ情報機関紙」＝『ひまわり』に取り扱う生産者・業者の紹介をしている。さらに夏・冬に行われるギフト期には「こうち版ギフト」を発行し、高知県産品の商品を積極的に提供している。この「こうち版ギフト」は2013年から始めている。

こうち生協のこの取り組みは小規模生産者にとっては『注文生産』になるものであり、商品数量を計画的に生産することになり、身の丈にあった形で生産できると好評である。

また、こうち生協は2011年から高知県下34市町村を訪問し、防災や地域見回りの話し合いや協定制定をしているが、こうち生協の地域の特産品取り組みが話題にて、共通認識ができ、スムーズに事が運ぶ



2015年2月4回こうち版リプレ

状態になっているといわれる。

さて、「こうち版リブレ」は 4 ページ建てになっているが、その第 1 面全体を 1 つの店舗のコンセプトを前面に掲げ、商品をアピールすることを特徴としているが、それが非常に印象的な「リブレ」になっている。

たとえば、2015 年 2 月の「こうち版リブレ」の一面は「Berry 農園山本」(いの町吾北)を取り上げているが、一面イチゴで構成し、「味・色・香り・ともに濃厚な吾北のいちご」としてアピールしている。それとともに、「Berry 農園山本」のイチゴを活用した「高知アイス」(吾川郡いの町)の「農家のいちごアイス」、「風工房」(中土佐町久礼)の「いちごシフォンロール」、「手作りいちごゼリー」を同時掲載し、地域の生産者間のコラボも紹介している。

また、情報機関紙『ひまわり』では「元気な！高知の生産者・業者紹介」として各企業を担う人たちのエピソードを紹介しながら、ストーリー性をもった形で地域の素材の活かし方やこだわり、その努力を伝えている。2015 年 8 月段階で 42 の生産者・業者が紹介されている。

それでは、こうち生協は地場の産品を取り上げるのに、なにを基準にしたのか。

西岡雅行理事長はつぎの点をあげている。

- ①地域＝市町村の宝物になっている産物であること。
- ②特に地域＝地元で起業したものを応援すること。
- ③地域に埋もれていた伝統的な産物を応援すること。

それは同時にこれまで地域の人たちが大切にしていたものを応援することであり、伝統あるものやこれから商品として作りだすものを世の中に出すことに重点が置か

れている。それは一生懸命に生産を営んでいる人を励ますとともに、地域の素敵なものを得たいという組合員の要望に応えようとするものである。

また、生協で働く人たちが配送するなかで地域の宝物を見いだして「リブレ」に登場することになり、職員の働く意欲を高めることになるのである。

共同購入事業グループ商品事業チームの西森秀起さんや山崎義計さんが話している様子を見ると、目が輝いているのが印象的である。

まさに、生協の組合員さんと職員さんと地域の産物をつくっている人たちの関係は Win—Win の関係になっており、これからの生協のあり方の一つを示しているといえよう。

地域の「小さな拠点＝店舗（生産者・業者）」が地域の元気をつくりだすことになり、お互いのつながり・結びつき・支えあいの輪が広がっている。

6 小さいが元気な高知の生産者・業者の姿

それでは、どんな人たちのどんな特産物が「こうち版リブレ」にあがっているのか。2011 年 3 月から 2015 年 8 月まで情報機関紙『ひまわり』に紹介された元気な高知の生産者・業者」は 42 社にのぼっているが、そのなかから少し紹介しよう。

(1) 梶原町松原地区の森のパン工房「シェ・ムワ」

梶原町は高知県のなかでも山奥の地域にある町であり、雲が下に見えるということで、「雲の上のまちづくり」として知られたところである。かつ 2050 年までに町内

で使用されるエネルギーは町内で賄おうと、太陽光発電・風力発電・小水力発電・バイオマス発電など自然再生エネルギー開発に積極的に取り組んでいる町である。地域資源利用によるエネルギー自給率100%超を目指している。

この梶原町のなかでもまちはずれにある松原地区に「シェ・ムワ」はある。「シェ・ムワ」はご主人の木下武さん、妻の協子さん、娘の純さんの3人家族で経営するパン屋である。



「シェ・ムワ」オーナー木下武さん家族

「シェ・ムワ」は木下武さんが2001年、東京からUターンして故郷へ帰ってきてオープンしたものである。木下さんはいわゆる「限界集落」になっている郷里のために自分にできることはないのかを考え、東京で13年間パン職人として働いていた経験を生かし、地域を元気にしたいとして開業したものである。

この「シェ・ムワ」はフランス語で「我が家」という意味だそうで、松原地区の人たちが集まる場になることを願って、店内にはコーヒーやお茶が飲めるミニ喫茶コーナーも設けている。

「シェ・ムワ」のパンはまず第1に、安心・安全でおいしいパンということにこだ

わり、材料の小麦は国内産を主体として、天日塩、三温糖、油脂は北海道の四ツ葉バター、無添加のマーガリンとショートニングを使用している。パン作りに大切な水も松原地区の湧水を利用するという念の入れようであり、「ここだから作ることができるシェ・ムワのパン」をつくっている。もう一つのこだわりはパンの焼き方で、高温短時間でキュツと焼くやり方をしている。毎日50種類程のパンを焼き、梶原町の幼稚園・小学校・中学校の給食にも提供されており、梶原町の人たちにとってはなくてはならないパン屋さんである。

この地域の評判を聞いて、こうち生協は「こうち販りプレ」に取りあげ、組合員に提供することになったのである。

「シェ・ムワ」は家族経営であり、量的にはたくさんつくれないので、こうち生協のように注文生産であれば計画的につくるようになり、「シェ・ムワ」にとってもプラスが大きい。

「わざわざ行きたい森のパン屋さん」と言われる「シェ・ムワ」とこうち生協のコラボは大きな意味を持つ。生協の組合員さんにとっては、めったに食べられないおいしいパンが食べられるし、「シェ・ムワ」にとっても生協の注文生産で経営の安定を図れるようになり、両者にとってプラスである。

(2) 高知県最西端の大月町弘見にある 和菓子専門店「有田有為堂」(有田 豊実)と宿毛市にある洋菓子専門店「タ ン・プル・タン」(有田裕彦)

有田豊実さんと有田裕彦さんは親子であり、ともに地元の素材にこだわったお菓子づくりに励んでいる。

父の有田豊実さんの先代が1923年頃に大月町弘見で始めている。当時弘見地区に



有田豊實・裕彦さん親子

はお菓子屋さんがなかったが、山の幸・海の幸をもとに行商に来る人が帰りにお菓子を買ってくれることから、菓子作りを始めている。

弘見地区には秋に山いっぱいにおいしい柿がなり、その柿を素材に試行錯誤してつくったのが、現在の「ひろみ柿羊羹」である。

この柿羊羹も作り始めて 100 年近くになっている。

一方、息子の有田裕彦さんは東京で 4 年間修業し、1985 年弘見に帰ってきてお菓子作りを始める。そして、宿毛市からのお客さんが増えたことと結婚を契機に宿毛市に店舗をだしたのが、「タン・プル・タン」で 1995 年のことである。そして、2012 年からしっとりと柔らかいカステラ生地生クリームと小豆をサンドした「足摺黄金糖生かすてら」をだしている。

これは土佐清水市の足摺黄金糖組合から提供される「黄金糖」を活用したものであり、姫路の菓子祭コンテストで会長賞を得

ている。

「タン・プル・タン」とはフランス語でお菓子づくりの専門用語であるとのことであるが、英語ではフィフティ×フィフティ＝半分×半分という意味で、お客さんと店が半分半分という意味で「作ってくれありがとう」「買ってくれてありがとう」ということから名づけたとのことである。

「ひろみ柿羊羹」も「足摺黄金糖生かすてら」も地元の素材にこだわったお菓子作りをしており、地域の人たちに愛されて持続しており、それをこうち生協がサポートすることになったのである。特に「タン・プル・タン」の「高知スフレ」と「足摺黄金糖生かすてら」は「こうち版リプレ」のみの販売になっており、こうち生協の役割は大きい。

(3) 「こうち版リプレ」の特徴ある商品

こうち生協の「こうち版リプレ」しか取り扱っていない商品としては、中土佐町久礼の「風工房」のこうち生協オリジナル「苺シフォンロール」や高知市の「永野旭堂本店」の「ニコニコほうしパン」(2 個入り)などがある。

また、こうち生協との結びつきのなかで、新しく生まれた商品としては宿毛市の「菱田ベーカリー」の「ようかんパン」があり、復活した商品としては「永野旭堂本店」の「チョコマーブルパン」がある。

また、「こうち版リプレ」(とさりぶ)(2015 年 7 月)では「高知のアイス祭り」として、田野町の「松崎冷菓工業」、四万十町の「あぐり窪川」、佐川町の「横畠冷菓」、いの町の「高知アイス」、中土佐町の「風工房」、南国市の「久保田食品」、本山町の「さめうらフーズ」のそれぞれ特徴のある高知県のアイスを大集合させている。

この「こうち版リプレ」に登録している

生産者・業者は2015年8月現在134社にのぼっている。

7 こうち生協の新しい 取り組みの意味するもの

高知県の人口は1985年をピークに減少に転じ、1990年には全国ではじめて、社会増減のマイナスに加えて、自然増減がマイナスになり、全国に15年先行して人口の絶対的減少の時代に入っている。将来人口も2010年76.4万人から2040年には53.7万人まで減少することが予測されている。

高齢化も全国から10年先行しており、少子化も加速化している。

これは高知県の経済規模が縮小していくことを示している。高知県の小売業をみても、事業所数は1982年の1万6,102のピークから2011年8,563に半減しており、商品販売額は1997年の9,107億円をピークに減少し、2011年6,336億円へ減少している。

このように、高知県の市場規模が減少しているなかで、こうち生協のあり方が問われているのである。この市場規模縮小時代に地域生協としての役割をはたすべき取り組みが、こうち生協の「こうち版リブレ」や「こうち版ギフト」の作成である。

こうち生協が高知県の大多数を占める小規模な経営を支え、その小規模な経営が「小さな拠点」となって地域の元気のもとになるという関係＝支えあい関係をつくろうとしているのである。生協の組合員にとっても普通では手に入らない商品がこの支えあいのなかで得られるのである。

いわば、「生協・組合員よし」「店舗（生産者・業者）よし」「地域（社会）よし」の「三方よし」の状態を生みだしている。

このこうち生協の地域の宝物を大切にす

る活動は、時代を考える視点からみても、新しい展開を示している。それは、従来型価値観・くらし・生き方から新しい価値観・くらし・生き方への転換である。

第1に、これまでの大量生産・大量販売・大量消費・大量廃棄型の生産・くらしから自然・環境保全型身の丈に合った生産・くらしへの転換である。

第2に、これまでのコストダウン至上主義の経済的効率中心の生産・くらしから長期的・総合的視点からの人間的・社会的効率中心の生産・くらしへの転換である。

第3に、これまでの勝ち負けを決める生存「競争」中心の生産・くらしから人間の相互発達をすすめる「競争」＝「協創」中心の生産・くらしへの転換である。

第4に、画一性・単一性中心の基準・ものさしにもとづく生産・くらしから多様性・総合性を大切にした基準・ものさしにもとづく生産・くらしへの転換である。

こうち生協の新しい取り組みはこの時代の転換の萌芽を示すものといえよう。

8 こうち生協の新しい 取り組みの課題

こうち生協は新しい取り組みをしているが、その課題はなにか。

第1に、こうち生協は地域の宝物（高知の元気な生産者・業者）を現在134社まで拡大しているが、高知全体からみればまだまだ少数である。これを全県下的に広げて高知県全体の元気になるようにしていくことである。

そのために、この地域の宝物を見つけだすのはこれまで主として配送に従事する人が担当していたが、これからはこうち生協全体で見つけだしていくことが必要になっ

ている。そのなかで、こうち生協と地域の人たちとの結びつき・つながり・支えあいも本格的なものとなろう。

第2に、地域で頑張る生産者や事業者はそれぞれの地域で頑張っているが、お互いのコラボは十分ではない。そこでこうち生協が仲立ちになり、それぞれの生産者・事業者のつながりをつけることが大切になっていることである。

第3に、こうち生協は地域にある生産者・事業者や商品の紹介を共同購入・個配の段階で終わっている。すなわち、「こうち版リブレ」はこうち生協の店舗組合員には配布されていないのである。

それゆえ、「こうち版リブレ」を店舗組合員に紹介していくことである。そのなかで、小規模で量的に制約された生産者・事業者も拡大できる条件が広がるのである。

地域で頑張る生産者や事業者も身の丈に合った形で規模拡大する必要がある、それにこうち生協も貢献することになる。そして、こうち生協全体と地域で頑張る生産者・事業者とのWin—Winの関係も広がっていくであろう。

このなかで、こうち生協と頑張る生産者・事業者と地域社会がともに元気になっていくであろう。

このようなこうち生協の取り組みは生協の新しい発展方向性を示しているともいえるよう。