

## ■□ 報告Ⅲ

# 地域を支える人を育てる ～事業と活動を通じた協同組合の可能性

加賀美 太記（本研究所研究委員 就実大学講師）



## はじめに

みなさん、こんにちは。ご紹介に預かりました就実大学経営学部の加賀美太記と申します。わたしは、もともと京都大学大学院の若林靖永先生の研究室に在籍しており、岡田先生にも大学院時代に講義等で大変お世話になりました。正直、お世話になった先生の前で話をするのは非常に緊張するのですが、今回は「若手として登壇してほしい」ということでしたので、微力ながらお話しさせていただきたいと思います。

わたしの研究分野の一つはマーケティングです。マーケティングを研究するときにはいくつかの視角があります。たとえば実際にマーケティングをおこなっている組織のマネジメントや具体的なマーケティング手法であるマーケティング・ミックス、あるいはマーケティングの対象となる顧客・消費者の分析などです。

そうした視点のひとつに、さまざまなマーケティング活動の結果として現れる「ブランド」の研究があります。ブランドにもいろいろな言い換えがありますが、個人的にはその企業「らしさ」、あるいは商品の「らしさ」といったようなものを表す考え方かなと捉えています。

これまで機関誌の『協う』や『くらしと協同』の編集委員として、多くの生協や協同組合、あるいは企業を訪問させてもらい

ましたが、最近はこの「らしさ」という視角から、これまで見てきたものを整理して、生協らしさ、あるいは協同組合らしさに対して、マーケティングからどんなことが言えるのか、といったことを意識している状況です。

そうした中、今回「地域再生と協同」というテーマをいただきましたので、協同組合・生協らしさという視角から、自分がこれまで調査してきた経験を踏まえつつ、何が言えるだろうかということを考えました。色々とアイデアはあったのですが、今回はひとまず、「人を育てる」という視角から考えたことをお話ししたいと思います。

ただ、時間も限られていますので、仮説検証や実証的な話、もしくは「こういうことがありますよ」といった事例紹介としてお話しするよりも、「こういう問題を考えることが、地域や地域における協同組合のことを考えるヒントになるのではないか」ということで、主に問題提起をしていきたいと思っています。

## 「地域」が示す範囲

はじめに報告において「地域」が示す範囲について若干コメントします。大学では、わたしは地域マーケティング論という科目も担当しています。そこで学生に「地域とは何か」という問いかけをします。彼らの

回答は、自分が住んでいる市町村、もしくは都道府県、場合によっては小学校区と幅広く、「地域」と一言で言っても、そのイメージは当然ながら人によって大きく違うことが分かります。

では、自分自身はどう捉えているのかというと、問題設定によって地域の意味する範囲は変わると考えています。たとえば専門であるマーケティングでいけば、地域の特産品のブランディングと言ったときの「地域」と、地域の地場産業と言ったときの「地域」とでは、その範囲は変わってきますし、そこで暮らしている人たちの福祉や教育の問題ということであれば、やはりその範囲が変わるでしょう。その意味で、空間的に「ここまでが『地域』である」とか「この範囲が『地域』だ」とは言えないと思っています。

ただ、個人的に大事だなと思っているのは、その地域にどれぐらいの人がいるのかということです。やはり顔と名前がある程度わかっていて、どんな人なのかがある程度わかっている、そうした社会集団としての範囲が、『協同』を考える際の地域の単位になるように思います。そう考えると、小学校区や集落というような範囲こそが、問題を整理していく際の立脚点になるように思います。

### 現在の地域の抱える問題をどう見るか

さて、そのうえで、現在の地域をめぐる問題点について整理します。先ほど、岡田先生も小池先生も言及されていましたが、政府が閣議決定した地域創生基本方針のポイントについてですが、政府は現在の地域をめぐる問題点として、主に次の2つのことを考えています。すなわち、①人が減っていること。その結果として、②経済が成長

しなくなること。この2つが現在の地域が抱える困難である、という捉え方をしています。

さらに、政府はこれを改善するために必要なこととして、次の3点を挙げています。ひとつは、地域からは人が減っている一方で、東京には人が集まりすぎているという「東京一極集中」の是正です。2つめには、人が減っているのは、若い世代が就労・結婚・子育てに対して希望を持てなくなったからだということを踏まえた、若い世代の就労・結婚・子育ての支援強化です。そして3つめが、そうした人たちが地域で暮らし続けていくために、それぞれの地域の特性に即した様々な課題を解決することです。こうした問題提起をしています。

この現実認識と問題提起そのものについては、わたしも異論はありません。ただ、暮らしの視点から考えてみると、別の言い方もできるように思います。

つまり、現在の地域が抱えている問題のひとつは働く場所・雇用の機会が少なくなっていることです。2つめには、若い人々に対する高等教育の機会が不足していることです。今、大学や高校で勉強しようと思ったら、県内の都市部や地域の大きな街、あるいは関西や東京に出ていかざるを得ないということを指しています。そして3つめには、その地域で暮らし続けるための医療の機会が十分ではないということです。このような問題があるからこそ地域から都市への人口流出が進み、また少子化が進むのだと考えることができます。

駆け足でお話ししましたが、地域には色々な問題が山積していることを感じられたと思いますが、そうした地域で起こっている問題をまとめると大きな意味で「ヒトの不足」であると言うことができるのではないのでしょうか。

この「ヒトの不足」あるいは「ヒトの危機」への対策は、簡単にいえば、「地域の課題を解決する多様なヒトの育成」となります。ここで「多様」と言ったのには理由があります。しばしば地域の課題を解決するとき、まず重要視されるのはキーパーソンとなる個人です。地域活性化や地域再生の成功例の多くには、そうした諸活動を進めるうえで決定的な役割を果たした個人が存在します。たとえば、神子原という地名の土地で作られたお米を、その土地名との由来を考えてローマ法王に進呈し、地域農産品のブランド化に成功したケースがあります。これは最近、「ナポレオンの村」というタイトルでドラマ化されましたが、これを進めたのは一人のバイタリティあふれる公務員だったそうです。あるいは、四国の徳島県の実地において日本料理に添えるつま用として季節の葉や花などを出荷する「葉っぱビジネス」として一躍有名になった株式会社「いろどり」のケースでも、これを推し進めたのは地元の農協に赴任してきた営農指導員の方でした。あるいは、地方においてミニ・コングロマリットともいえるべき企業を作り上げ、地方経済のリスクテイクとなり、地域で雇用を創出している若い中小企業の社長たちの重要性を説いた『ヤンキーの虎』という本が最近、出版されました。協同組合と関係の深い部分では、先ほど言及のあった山形の置賜自給圏構想などがありますが、ここでも元気のある個人が重要な役割を果たしています。

いずれの場合も、「地域経済の活性化を実現した」際には、地方行政の公務員や地方の中小企業の若手経営者といった、強いリーダーシップを持った人物がいたことで成功した、というように説明されることが少なくありません。しかし、たしかに彼らの存在は、そうした流れのなかで必要不可

欠なピースではありますが、あくまで両輪の片側なのです。決して目立つことはありませんが、リーダーシップを発揮する彼らのフォロワーとなり、地域の暮らしに即した課題と向き合う市井の人びともまた地域再生には必要不可欠な存在なのです。

その意味で、リーダーとなりうる人びとを育てるのと同時に、暮らしに根ざした課題と向き合う、より多くの人びとをどうやって育てていくのかということが、地域におけるヒトの課題を考える際の大切な論点となります。単純に、有能で積極的な企業家を生み育てればよいといった話ではありません。そして、こうした人々の育成を担うことが、つまり協同組合の事業と活動を通じて、組合員と職員にそうしたヒトに育ってもらうことが、協同組合の地域において果たすことのできる役割であるように思います。

次いで、歴史的なプロセスに触れながら、組合員と職員を育てるということについて、それぞれ順を追ってお話ししていきたいと思います。

## 運動を通じて人を育てる—組合員の学び

### 地域における組合員

最初は組合員についてです。先程、地域を支えるヒトを育てることが協同組合の可能性ではないか、といったことを述べましたが、振り返ったとき、本当に生協・協同組合はそうした取り組みを進めていたといえるのでしょうか。これについては、皆さんの方がわたしよりも遥かに良くご存知だと思いますが、まさに「そうだった」と言えると思います。

協同組合はこれまで、日本型生協の特徴とされる「班」を中心として、組合員同士が、あるいは組合員と職員が学び合う構造が組

織の中にビルトインされていたといわれます。そして、そのなかで学んだ組合員は生協や協同組合の内部、もしくは協同組合の外部でも広く活躍してきたからです。自治会やボランティア、あるいはNPOなどで頑張っている人が、実は生協でも頑張っていた人だったということは少なくありませんし、皆さんの周りの方にもそうした人たちがいらっしゃるのではないのでしょうか。その意味で、生協あるいは協同組合は、「学び」を通じて地域で活躍するヒトを育ててきた、と言えるでしょう。

### 組合員のくらしの変化と生協の対応

ただし、組合員の暮らしが変化することによって、そうした学びの機会が少しずつ減っている、弱まっているのも事実です。実際、生協を利用したい、あるいは利用しているけれども、生協には「関わりたくない」、もしくは「関われない」という人たちが徐々に増えてきています。

たとえば、NHKの放送文化研究所が定点観測している「日本人の意識調査」という調査があります。この中に「隣近所との望ましい付き合い方」という項目があるのですが、その推移を見ると、「部分的な付き合い」という中間的な回答が一貫して50%ぐらいの割合を占めています。残り半分が別の意見となるわけですが、その部分で生じている大きな変化が、「全面的な付き合い」の減少と「形式的な付き合い」の増加です。「全面的な付き合い」というのは、困ったときにはいつでも相談できるような関係を意味するのですが、隣近所との付き合いとしてそうした関係が望ましいと考える人たちはどんどん減少してきた一方で、会えば挨拶はするし、場合によっては交流するけれども、基本的に距離を置いた「形式的な付き合い」が望ましいと考え

る人たちが増えてきているのです。つまり、隣近所で勉強し合い、困ったときには相談する関係性を好まない人が増えているわけです。この調査の母集団は一般的な消費者ですが、当然ながら生協の組合員だからそんなことはない、と言い切るわけにもいきません。組合員数が伸びていく中で、生協組合員は特別な存在ではなくなっているからです。

また、戦後の日本の生協が躍進するきっかけとなった主婦組合員の該当者である、だいたい40代までの女性の就業率も、基本的にはこの間（1973～2008年）一貫して上昇傾向にあることが、総務省の調査からはみてとれます。

組合員の変化をまとめると、組合員活動を支えた女性の社会進出が進み多忙化するとともに、一般的な人間関係の煩わしさを避ける傾向が強くなっているということができるでしょう。

こうした変化を受けて、生協の事業としては、個配へのシフトが進んできました。いわゆる「班」が事業的には比重を小さくしてきたわけです。また、以前は「班」が担っていた組合員の運動についても、その在り方が多様化してきました。いわゆるテーマ型、コミュニティ型、おしゃべりパーティ、助け合いの会、おたがいさま等々といったように、組合員同士の関係の在り方が広がっているということです。

このような個配へのシフトと組合員運動の多様化は、学びや教育といった仕組みを組織の在り方として構造化していた生協の「らしさ」に対して非常に大きなインパクトを与えているように思います。

### 生協は地域に主体的に関わる人をどう育てるか

ただ、そうはいつてもやはり生協をセブ

ンイレブンやイオンといった営利企業などと区別するポイントの一つが「教育」であることは間違いありません。ロッチデール原則にもある通り、「教育」は協同組合という組織の「らしさ」を体現する一つの重要な要素であると考えています。

そのように考えた場合、組合員に対する教育や学び合いといった要素を、個配へのシフトや組合員運動の多様化といった変化のなかで、どうやって担保していくのが大切な論点になります。

これは解決することが難しい問題ですが、ヒントがないわけでもありません。たとえば、個配が組合員を運動から遠ざけるかということ、必ずしもそうとは言えないという調査結果があります。どういうことかということ、実は個配のほうが共同購入よりも一人ひとりの組合員まできちんと情報が届くので、組合員の参加が高まるということのようです。あるいは、2013年にわたしを含めた3名の研究者が実施した、おしゃべりパーティに対する満足度調査の結果を見ても、半分近い人たちはパーティに対して「満足」と回答しています。つまり、パーティという関係のかたちに肯定的な人が多く、必ずしも人間関係全般を忌避しているわけではないことが分かります。さらに言えば、この調査では5割近い組合員がアンケートに協力してくれましたが、一般の調査では2割行けばいいところで、場合によっては1割を切ることもざらです。ここからは、生協に関わりたい、あるいは関わってもいいよという組合員意識を見て取ることができます。つまり、新しい時代環境や人間関係を前提としたとき、生協に関わりたいと思っている人たち、あるいは関わったら面白そうだと感じる人たちが一定数いることが、これらから示唆されるわけです。問題の難しさは、そうした人たちをどう

やって次のステップ、すなわち学びを深める場面に導いていくのか、より深く積極的に生協に関わってもらうのか、という点にあります。当然、生協も事業体ですので経営資源には限界があります。しかし、限られた資源のなかでも、どう教育の機会を作っていくのか、あるいは学び合っていくのか。その内容と仕組みを考えることが、地域において「ヒト」という視角から生協が役割を果たすためにも求められているように思います。

## 事業と運動を通じて人を育てる 一職員の学び

### 協同組合に構造化されていた学び

さて、こうした組合員の学びを深めていくプロセスにおいては、当然、主体的な組合員が主人公となるわけではありますが、同時に先導者として、あるいは一緒に学んでいく主体として、職員の存在も欠かすことはできません。

では職員の学びはこれまでどうだったのでしょうか。生協では、たとえばコープ商品の開発や組合員の拡大といった、様々な組合員への関与を通じて、組合員の声を聴き、あるいは声を聴きだす力、声にならない声に気づく感性などを育むといったかたちで、職員を育てあげる機会が提供されてきたように思います。たとえば、『くらしと協同』の2016年夏号では、地域生協の設立に果たした大学生協の役割を検討した原稿を執筆しました。その取材の過程で、職員同士の相互交流や学びあい、励ましあいが生協の新しい仕組みを生み出し、その発展を導いたといった趣旨のお話を伺いました。ここからは、協同組合陣営としての連帯が、職員の学びを促進し、主体的に動けるヒトを育てていたということが出来る

と思います。そして職員は協同組合の「外」では、一地域人として暮らしているわけですから、そうした主体となった生協人が地域でもご活躍されたというのは、地域における協同組合の大きな役割だったと思います。

### 労働者の価値観調査からの問いかけ

ただ、だからといって、協同組合では必ず職員が学んで成長していたと言ってしまうと、ちょっと語弊があります。そうした面は確かにあったと思いますが、無条件に信じ込むのではなく、本当だろうかと問い直すことも必要です。わたしを含め、研究者は「なぜ?」「どうして?」「本当に?」「それでいいの?」みたいな問いかけを発するのが仕事であるという、ある意味とても面倒くさい存在ではありますが、そうした問いが生じざるを得ない調査結果が、いくつかあるというのも事実です。

というのも、これまで述べてきた協同組合における職員の学びですが、学びの中身を拡大すれば、協同組合に限った話ではなくなります。営利企業の従業員もまた、会社には愛着を持ち、まじめに仕事に取り組む中で、つまりビジネスを通じて主体性や課題意識など、何かしらを「学んでいた」といえるでしょう。ところが、労働者の意識調査によれば、そうした一般的イメージと実際の日本人の就労意識は大きくかけ離れているようなのです。

たとえば、1990年代前半に行なわれた日本とアメリカにおける就労意識の比較調査があります。かなり丁寧な研究で、今でも引用されることが多いのですが、非常に面白い結果が出ています。

まず、会社への愛着を訪ねる設問において、「この会社には愛着を感じない」という回答が多かったのは、アメリカではなく日

本でした。一般的に日本の労働者は、愛社精神が高く、企業理念を内面化していることが多いと言われますが、じつはアメリカのほうが会社には愛着を感じる人が多かったわけです。

さて、会社の価値観と自分の価値観との関係についての設問でも、「わたしの価値観と会社の価値観はまったく同じだ。自分の価値観と会社の価値観は一致している」と考えている人は、アメリカのほうが圧倒的に多くて、むしろ日本は自分の価値観と会社の価値観は合わない考える人が多いという結果になりました。

さらに、「いまの仕事にどれほど満足していますか」という満足度調査でも、日本のほうが「満足していない」と答えた人が多く、アメリカでは逆に「満足している」と肯定した人のほうが多いことがわかります。

また、「あなたの友人が、この会社であなたのような仕事をしたいと希望したら、あなたは勧めますか」という設問に対しては、日本は「勧めません」という人のほうが多いです。友だちが自分と同じ仕事に就きたいと言ってきたら、日本は「いや、やめておけ。大変だぞ」と言う人が多いけれども、アメリカは、じつに6割近い人が「それはいい。ほくと一緒に働こう」と言うといった結果が出ています。

他にも、「いま、あなたが知っていることを入職時に知っていると、もう一度、この会社でいまの仕事に就きますか」と質問したところ、「絶対に就かない」と答えた人は日本のほうが多く、「就くとも。ぜひ、いまと同じ仕事をしたい」と言った人はアメリカのほうが多くなっています。

最後に、「いまの仕事は、入職時の志望と比較して合格点をつけますか」という質問に対しては、日本では6割近い人が「入

職時に希望していた仕事とのギャップが大きく、今の仕事に合格点はつけられない」と否定する一方で、アメリカでは反対に肯定する人が多くなっています。

このように見ていくと、日本人の労働者は、思ったより自分の会社が好きではないし、自分の会社の価値観と自分の生き方は合っていないと感じていて、それでもなお働いているという現状が見えてきます。

ただ、この調査は90年代前半のもので、いまはどうなのかという疑問が出てきます。残念ながら、丁寧な学術的調査が見当たりませんので、今度はシンクタンクとコンサルタント会社の調査を見てみたいと思います。

たとえば、2012年に国別の従業員について、その企業に対して「エンゲージ」、つまり関わっているのか、参画しているのかということを比較した調査があります。この調査で日本は、先進国中で最下位となりました。働いている会社に「参画している。関わっている」と考えている人は実に7%にとどまります。

同じように企業にどれだけ関わっているのかということを、アジア地域内で比較した別の調査を見ると、「関わっている。ぼちぼち関わっている」という人たちの割合にはあまり地域差がありません。ところが、「積極的に関わらないようにしている。距離をとっている」と答えた人が、日本では他国に比べて抜きんで多く、実に3割近くいるという結果が出ています。

さらに、今回はデータを持ってきませんでしたが、「世界価値観調査」の「あなたは働く目的は？」という質問について、日本は「金のために働く」という回答の割合が先進国中最上位になっています。

こういうデータは、とりわけ営利企業を母集団にしているのので、「協同組合にも当

てはまる」と言ってしまうといいかどうかについては、議論の余地が多く残されています。しかし、ここから示唆される内容について、「協同組合だから大丈夫」と無視することもまた問題でしょう。果たして協同組合職員の意識の実態はどうだったのか？

今はどうなのか？「協同組合だから大丈夫」と、どこまでいえるのか？

これらは今でも繰り返し真摯に問い直されるべき質問でしょう。また仮に、協同組合の職員はしっかり学んでいたとしても、次に現代においてどうアレンジするのかという問題が新たに浮かび上がってきます。協同組合の職員がどのように積極的に学び、コミットメントを高めるような仕組みをつくれるか。これは大きな課題ではないでしょうか。

## 職員の学びの出発点としての理念とマネジメント

こうした課題を考える際に大事になることは、協同組合における職員の学びの出発点としての理念、つまり「協同や連帯の組織としてのらしさ」にあると思います。それぞれの協同組合によって違いはあるでしょうが、協同組合としてのアイデンティティは何か、そこにおける教育や学びの意味が個々の職員の中にきちんと落とし込まれている場合にはじめて、日々の仕事の中で学びを深めることができるようになると思います。

ただ、理念は念仏や題目とは違いますので、ただ唱えているだけでは不十分です。繰り返しになりますが、個々の職員の意識の中に落とし込み、また実際の行動の中にも落とし込んでいかなければなりません。つまり、「理念は大事だぞ」「理念通りにするんだ」というだけでは不十分であり、理念を活かすために、理念を体現する具体的

な行動や仕組みを積極的に評価するといった、マネジメントが重要になってきます。かつての生協はこの部分がとてもうまく機能していたということもあり、職員がただ職員として働くだけでなく、仕事の中で学びを深めて行けたと思います。だからこそ、今の環境にあった新しいかたちをどう作り上げるかが、非常に大きな課題になっていると思います。

## おわりに

以上、駆け足で、協同組合と人を育てることに関わって、いくつか問題提起をさせていただきました。おわりに、本日のテーマでもある、協同組合の地域における役割と期待について、もう少し絞って発言しようと思います。

皆さんもよくご存じのICAの協同組合原則（1995年）の第5原則と第7原則は、教育とコミュニティについて言及している部分です。この理念を協同組合がどのように捉えるかによって、地域における協同組合の役割や期待も変わってくるのかなと思います。

というのは、内山先生もおっしゃっていましたが、協同組合＝地域の課題解決の主体という必然性はないからです。逆にいえば、セブンイレブンやイオン、あるいは社会的企業といった存在が地域における課題の解決に向き合い、それを実現するようになったとき、果たして協同組合は地域において必要とされるのでしょうか。多くの企業がただ営利を追求するだけでなく、社会的な貢献も求められていると自覚し、狭い範囲ではありますが、そうした取り組みにも手を伸ばしている今だからこそ、地域において協同組合は何をなすべきなのか、どういう立ち位置を目指すべきなのか、という

ことをより真剣に考えなければいけないと思います。

そうした問いかけに関わって、2点ほどお話ししたいと思います。

ひとつは、地域の問題を解決する際の協同の役割としては、まず教育があると思うのはこれまで述べてきたとおりですが、そこには生協の中における労働を通じた職員の学び、あるいは組合員の成長だけではなく、協同としてより広く見た場合、さらに多様な学びがあるように思います。

たとえば、わたしは最近、中小企業団体中央会や同友会などに入っている、30～40代の若い中小企業の経営者と話をする機会が度々ありまして、彼らと色々な話をしています。そこで感じるのは、彼らが参加する、協同組合的な同業者たちの集まりのなかで学び合うことに対して、貪欲な姿勢を見せているなということです。言い換えれば、事業組合などにみられるような生協以外の協同組合という場を活用しているという一つの事例だといえるでしょう。

したがって、報告では生協の話に近づけてお話ししましたが、協同組合という場合、そうした場を使って、それこそ「ヤンキーの虎」同士の勉強会みたいなかたちで、お互いに学び合う機会が設けられるというのは、地域における「協同」のひとつの可能性ではないでしょうか。生協で働いているとか、組合員運動といった枠だけにとらわれることなく、協同組合あるいは協同というかたちで、お互いに地域をどうするのかを考えること自体はいろいろ可能性がある、ということを自覚しておくことが必要かなと思います。

とりわけ、そういう若くて、地域のミニ・コングロマリットみたいなものを形成している人たちは、一般的には「儲かる場所」だったら、どこへでも出ていって、リスク

をとって商売する」みたいなイメージですが、彼らと話をしていると、「金儲けだけじゃなくて、うちの住んでこの場所で商売して、生きていかないと、われわれはやっていけないんだから、地域をなんとかしないといけないよね」という強い問題意識と、そのためにも「学びたい」という意欲を持っていることを感じます。この部分をもう少しうまく地域全体に波及できるような仕組みが必要なのかな、というのがひとつめです。

2つめに、学生など若い人たちについて考えると、経験上、協同で雇用や仕事というのがありますが、一方では、主体として主権者としてどのように生きていくのかを学ぶ場としても、協同組合は歴史的にも役割を果たしてきたし、いまでもそういう可能性はあるかなと思っています。

というのも、ぼくは立命館大学に学部生として4年間、びわこ・くさつキャンパスにいました。2000年の入学ですから、もう15年ぐらい経ちますが、今でも学園祭の時期に大学に行くことがたまにあるのですが、様子を見ると、だんだん学園祭の規模が小さくなっているんですね。昔はキャンパス全域に出店が出ていたのに、いまはキャンパスの半分ぐらいになってしまっています。むろん、学生数の変動も大きいのですが、ちょっと気になるレベルです。

そういう状況を見ると、地域において不可欠な「自治」というものを、学生が経験する機会がものすごく減っているのが現状ではないかと思っています。たとえば、いま勤務する大学で、イベントをさせるということで学生を集めて、議論して、何かを決定させようとしたときに、平気で数週間かかります。即断即決が必ずしもいいわけではありませんし、民主的な意思決定は大切です。ただ、明らかにすでに議論も尽くし

て、意見の一致を見ている部分についても決定することなく、延々と議論を続けるんですね。正直、最初は「なぜ、この子たちはひとつのことを決めるのに3日も4日もかけて議論して、しかも決められないだろうか」と疑問に思いましたが、よく考えれば、そもそもそうした経験を積んでいないのです。ただ、彼らもいずれは社会人になり、職場だけでなく、行政や政治における意思決定の過程に関わっていくことになります。そのためにも「自治」という形での訓練は不可欠だと思うのですが、その訓練の機会が不足しているように思うわけです。

その視角からは、協同組合は職員としても、あるいは組合員としても、民主主義や民主的な意思決定の過程を経験する大事な機会になるように思います。この部分を、学生や若い人たちに理解してもらうのは大変ですが、彼らがそれを経験することには大きな意味のとも思います。そういう部分も、地域における問題という点では、協同の可能性なのかなと思います

その際、自分の経験に引き付けて話をしますと、若者側からしても協同組合には可能性を感じているんだな、ということがあります。というのも、わたしの大学で大学生協を設立することになり、先週の金曜日、6月17日に創立総会を行いました。1400名の署名と1000近い議決で成立したのですが、この過程でかなり積極的に学生が関わってくれたのです。

関わってくれた学生たちも、最初は「協同組合って何?」と言っていました。なぜ、その人たちが「協同組合をやってもいい」とか「協同組合をつくろう」ということになったのかというと、彼らいわく、「協同組合の仕組みのなかで最も魅力的だったのは、ちゃんと自分たちの声を聴いてくれる、あるいは自分たちが関わったという実感が

持てるところにある」と言っていたのです。

つまり、ちゃんとした関与の道筋をつけてあげれば、若い人たちは関わってくれるし、そこで学んで、主体的に動いてくれるんだということがわかりました。やはり、きちんと学ぶとか関われるというところを、どう生協が担保していくのかということとは大切なだろうと思います。

また、今年から協同組合論という3年生対象の講義を担当してまして、きょうは第1回目の授業の感想文で印象深いものをいくつか持ってきました。

たとえば「コープは、名前は知っているけど、利用したことはなかった」「協同組合を身近に感じたことは、正直あまりありませんでした」「岡山なので、コープの宅配の緑のトラック（グリーンコープ）は、引越のトラックだと思っていました」とか（笑）、「母が生協ひろしまで働いているので、母の仕事を知ることができるよい機会になった」といった感想が出ています。

このような、高校を卒業した直後の若者や成人したばかりの学生を前提にすると、まだ協同組合・生協は知られていません。わたしの勤務する大学は中国地方の小規模私大ですので、岡山県と広島県、香川県出身学生がほとんどです。岡山県内では、おかやまコープが30%程度の組織率となっており、店舗もかなり頑張っています。あるいは農協のAコープもかなり大きな店舗をいくつも出しています。それにも関わらず、あまり知られていない。つまり、きちんと関われる仕組みや学べる部分も含めて、認知度を高めていくことが、生協に求められる具体的な課題かなと感じています。

以上、時間も短くて、駆け足になってしまいましたが、地域で人を育てることについての協同組合の可能性についてお話しさ

せていただきました。ご清聴、ありがとうございました。