

■□ 第1分科会

これからの協同を探求する －若手研究者からみる協同の姿

片上 敏喜（日本大学生物資源科学部専任講師）



●はじめに：本分科会の主旨

本分科会では、くらしと協同の研究所における研究会「コーポラティブ・ラボ」メンバーの若手研究者の視点から、「これからの協同の姿」について、国内外の様々な取り組みや調査内容を通じて考えていきます。

ご存じの通り、2016年11月に協同組合が国際連合教育科学文化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に登録され、「協同組合の思想と実践」が注目されています。そうした背景から、協同組合や協同の価値を引き継いでいく次世代の目からみた「協同」や「協同組合の捉え方」、「協同組合への願いや希望」、「つなげていきたい考えや思い」、「協同組合と地域社会との関わり方」等について3名のご報告を通じて、考えていきたいと思えます。

●報告Ⅰ

地域からみる生協産直－紀ノ川農協の取り組みから

岩橋 涼（京都大学大学院博士後期課程）

本報告では、私が生協に関わるきっかけともなった、紀ノ川農業協同組合（以下、紀ノ川農協）の有機農業の取り組みに関する調査に基づいた内容をお話しさせていただきます。

生協産直は、生協ごとに多様な実践を含

みながら食品供給事業の重要な柱の一つとして位置付けられてきました。

産直事業でめざすものについては、2014年におこなわれた日本生協連による「生協の産直事業と食料・農業問題の取組みに関する調査」の報告書によると、「消費者と生産者の交流を深め、相互理解を高める」、「食料自給率の向上」、「安心・安全な食品の提供」、「持続可能な生産、環境に配慮した事業の推進」が多くの生協で挙げられています。今日の生協産直をめぐる論点は幅広いのですが、特に、農業との関わり、生協が農業の現場にどう向き合うかという点は重要だと考えます。本報告では、40年以上の産直の歴史をもつ紀ノ川農協の有機農業の取り組みに着目して考えていきたいと思えます。

1. 紀ノ川農協の概要と有機農業の取り組みについて

紀ノ川農協は、1976年に那賀町農民組合として結成され、産直が始まりました。その後、産直センターの設立を経て、1983年に紀ノ川農協となりました。紀ノ川農協は、和歌山県全域を対象とした「販売専門」農協であります。一般にJAと呼ばれる農協は「総合農協」として信用事業（貯金の受入れ、資金の貸出し等の業務）も行いますが、紀ノ川農協は農産物や農業に関わる資材の販売を専門にしている専門農協と呼

ばれます。

紀ノ川農協が対象とする地域は和歌山県全域ですが、設立地である紀の川市や紀ノ川流域の組合員が多い状況にあります。組合員数は、2017年度末で927名です。農産物の販売は生協産直が中心で、柑橘類、柿、キウイフルーツ、桃、トマト、玉ねぎ、キュウリといった様々な品目があります。また、直売所「ふうの丘」を運営しており、他にもNPOわかやま環境ネットワークとの共同事業による太陽光発電「てんとうむしプロジェクト」や、耕作放棄地の再生、就農・営農支援など様々な取り組みをおこなっています。

農産物の生産・販売について、紀ノ川農協では、生協産直を通じて農薬削減への取り組みを続けてきました。減農薬栽培だけでなく、2002年からキウイフルーツ、2012年から玉ねぎにおいて、有機農産物の認証である有機JAS認証を取得しています。また、一部の柑橘類、柿、南高梅、トマト、ピーマン、玉ねぎ、米においても、和歌山県特別栽培農産物（和歌山県産であって国が定めた「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」に基づき、節減対象農薬と化学肥料を慣行の50%以下に減らして栽培された農産物を特別栽培農産物として認証する制度）の認証を取得しています。

紀ノ川農協には、有機JAS認証を取得した農産物の部会として、「キウイフルーツ有機部会」と玉ねぎを中心につくる「有機部会」があります。2017年の時点で「キウイフルーツ有機部会」は16名、「有機部会」は5名の組合員が所属しています。なお、紀ノ川農協の生産者の皆さんは、多品目栽培をおこなっていて、たとえばキウイフルーツ有機部会の方が、他にも柿や梅、柑橘類を作っていて、品目ごとに出荷先を分けている方もいます。

有機JAS認証を取得しているキウイフルーツについては、認証制度が開始する以前の1990年頃から、紀ノ川農協で無農薬栽培の取り組みを行ってきた経緯があります。そうした中で、有機JAS認証制度が始まった時に「有機として販売するために認証制度を活用できたらいいのではないか」ということで、既存のキウイフルーツ部会の中から希望者を募る形で、2002年に結成されました。

次いで玉ねぎについては、以前から和歌山県特別栽培農産物の認証を取得していましたが、「ワンランク上の玉ねぎを栽培し、紀ノ川農協をアピールしていきたい」という考えから、2012年に有機部会が結成されました。

2. 有機農業に取り組む生産者

続いて、2018年におこなった生産者への聞き取りの一部をお話させていただきます。キウイフルーツ有機部会に所属し、紀ノ川農協の理事をされているAさん（40歳代男性）に、「有機JAS認証取得を推進する立場として、どのように取り組みを進めましたか」とお聞きしたところ、農家は一人ひとり経営者であるとの考えから、価格差をつけて「ちょっとでもいいもの」をつくり、それが収入につながることで「生産者もついてくる」とおっしゃっていました。また、生産者には年配の方も多いのですが、有機JAS認証の取得にあたっては、資材管理や作業行程の記録などの作業負担を考慮して、部会で作成したガイドラインに沿って取り組めるようにしたとおっしゃっていました。

玉ねぎの有機部会に所属しているBさん（30歳代男性）に、有機JAS認証の取得理由についてお聞きすると、Bさんは、自分は栽培することに喜びを感じると述べ

た上で、「特裁（特別栽培農産物）のもう一個上のステップアップとしての有機」であるという考えから取り組みを始めたということでした。

また、有機部会の中心的存在であり、キウイフルーツと玉ねぎの両方で有機JAS認証を取得しているCさん（60歳代男性）に、有機農業に対する考えをお聞きしました。Cさんの経営においても、有機JAS認証を取得しているのは一部ですが、自分が有機に取り組むのは、こういうことができると地域に発信することであり、農業が低迷するなかで「百姓で食うていけるっていう方法を探していく」取り組みの一つであるとおっしゃっていました。有機農業そのものを目的とするのではなく、農業者として生きていくための方法を模索する中での、有機JAS認証の取得であるといえます。

3. 紀ノ川農協の有機農業の特徴

紀ノ川農協における有機農業については次のような特徴が挙げられます。一つは、経営の一部で有機JAS認証を取得しているということです。有機農業に取り組むといえば経営の全てが有機農業というイメージがあるかもしれませんが、キウイフルーツや玉ねぎといった一部の品目で認証を取得しています。全国的には他の品目で有機農業を实践されている方もいますが、調査でお話をうかがった生産者の多くは、有機はキウイフルーツだからできる、他の果樹には農薬が必要と話していました。また、有機以外の他の農産物で収入が確保できることにより、有機にもチャレンジできるとおっしゃる方もいて、リスク分散という考えにもつながっていると思います。

もう一つの特徴は、地域で取り組むことをめざす有機農業であるという点です。販

売に必要な量の確保の問題もありますが、地域で百姓として生活していく方法を探すとCさんがおっしゃっていたように、個人ではなく、グループ、地域としての取り組みを重視したものといえます。

こうした有機農業の取り組みを支える背景として、継続的な生協産直があります。安心・安全な農産物供給と結びついた農薬削減の取り組みがあったからこそ、無農薬栽培や認証取得の現在の取り組みにつながっているといえます。個々の生産者にとっても、生協産直という安定的な販路をもつ紀ノ川農協に農産物を出荷できることが、有機JAS認証を取得してみようという考えにつながるのだと思います。

4. 生産者と生協産直

最後に、生協と農業の現場の関係について少し述べると、生協には、ここでの有機農業のような、農業者にとっての新たな取り組みを支援できる基盤があるのに十分に活かしていないのではという思いがあります。とくに有機農業については、若い農業者の関心が高いということが挙げられます。ただ、生協が有機農産物を取り扱うとき、その意味を、「安心・安全」から一歩進んで、農業者の考えや地域農業のあり方にどのようにつながるのかという視点で見直してみることが大切だと考えています。そういう視点で見ると、いままで生協に目を向けていなかった他の農業者との関わりも見えてくるのではと思います。例えば、紀ノ川農協の若手農家の方々は、有機農業の勉強会などの活動を通じて、紀ノ川農協の組合員ではない農家の方々とのつながりをもっています。こうしたネットワークに生協が関わることであれば、生協に関心をもってくれる若い農業者も増えるのではないのでしょうか。生協産直のこれまでの蓄

積を活かして、農業や販売の新しい取り組みにチャレンジできるということを、生協側から発信していくことも重要になるのではと思います。

●報告Ⅱ

市民が関わる小さな農業—ドイツ・カナダにおける事例を通じて

小林那奈子（奈良女子大学大学院博士前期課程）

本報告では、2018年8月から11月まで3カ月の間に約3週間ずつ、ドイツ北部にある首都ベルリン周辺の田舎にある4軒の農家への農業ボランティアと、2018年11月から2019年2月まで、カナダのバンクーバーの都市農園を対象として農業ボランティアへのフィールドワークを通じて得た経験から見えてきた協同の姿について報告させていただきます。

1. WWOOF（ウーフ）について

まず前段としまして、ドイツで農業ボランティアを行う際に利用しましたNGOのWWOOF（Working Weekends On Organic Farms）についてご説明します。

WWOOFは、有機農場における、「労働力」と「食事・宿」の交換の仕組みで、お金のやり取りは一切発生しません。概要としては、一日6～8時間働く代わりに、食事と宿をすべて無償で提供していただけるという交換の仕組みになっています。WWOOFは1971年にイングランドで、都市の住民が田舎と触れ合える機会を作ることが目的として開始され、現在では日本を含む世界60か国（2015年時点）で行われています。WWOOFを利用する際は、WWOOF専用ホームページを通じて登録を行い、各国にあるWWOOFのWEBサ

イトから農家と直接連絡を取り合います。

このようなWWOOFについて、私が訪れた農家を中心に、各農園の状況や活動内容、農園やWWOOFを始めた経緯等について報告させていただきます。

2. ドイツにおける農業ボランティア

【農家①】

ドイツで訪れた農家の1軒目は、サイクリング愛好者のためのゲストハウスを運営されている農家で、農園で収穫した有機野菜を料理に使用したカフェの経営も行っていました。こうした農園を始めたきっかけとしては、サイクリストに安全でおいしい食を提供したいという思いがあったそうです。

またWWOOFを始めたきっかけとしては、人手不足の解消、そして世界中のんびりとした農業を通じた国際交流の場として機能させたいという思いがあったそうです。こちらの農家はWWOOFを始めて10年になりますが、私が現地に訪れた時には、台湾の方が来ておられました。また日本の宿でも見るような訪れた人が一言ずつ記入するノートのようなものがありましたので、そのノートに記入した人数を数えてみると、約100人ほどの記入があり、内容を見ると、世界各国の方々に加えて、国内のドイツの各地からも訪れている様子がわかりました。

【農家②】

2軒目の農家では、有機野菜やフルーツの栽培、そしてドイツならではのビールの醸造を行っていました。こちらの農家はもともとベルリンの中心市街地にお住まいでしたが、移住してきたそうです。

農園を始めたきっかけとしては、都会暮らしに疲れたこと、さらに農業の将来を懸

念して田舎に移住してきたそうです。また WWOOF を始めたきっかけとしては、人手不足解消、そして国際交流の場として機能させることだったそうです。



ビールの原料のホップ栽培の様子



交流の風景

また移住の際に、こちらの農家の方々の子どもたちは、ベルリンの中心市街地の方が便利なので「田舎に引っ越しをしたくなかった」と話されていたようですが、ご両親側としては、WWOOF を通じて、多様な人びとを受け入れることによって、田舎暮らしの良さや価値を知ってほしいという

思いがあるということでした。

【農家③】

3軒目の農家は、有機野菜の栽培・販売と鶏の飼育を行っていました。また、毎週土曜日にはお客様向けのカフェの営業や民泊も経営されていました。

農園を始めたきっかけは、ストレスで体調不良になり、自然に触れ合いながら生活したいという思いからだそうです。WWOOF を始めたきっかけとしては、人手不足の解消と都市の人びととの交流を目的としてということでした。仕事のストレスで体調不良になったけれども、都市の人びとと交流することによって刺激がほしいという点が、大変興味深い点かと思います。また収穫した野菜を近くのカフェで販売したりもされていました。



有機野菜の販売風景

こちらでは、オーストリアとドイツ南部からきた20代前半の女性と一緒に滞在していたのですが、こうした方々は、「社会に出て、働く前に田舎暮らしを経験してみたい。農業を知ってみたい」という思いから WWOOF に参加されていて、そういう思いが「都市の人などいろんな人と関わりたい」という農家の人びとの思いと一致し

て、WWOOF が行われているということを感じました。

【農家④】

4軒目の農家は、有機野菜の栽培と畜産（ガチョウ、鶏、羊）を行なっていました。200年前に建てられた家を買取り、ずっとリフォームを行いながら、それを生きがいにして暮らしているというご家族でした。

農園を始めたきっかけとしては、ご夫婦の奥さんが、もともと農業を専攻していて、田舎に移り住みたいと思っていたそうで、結婚を機に、旦那さんの故郷に移り住み、農業をスタートさせたということでした。WWOOF を始めたきっかけとしては、閉塞感のある田舎に住みながらも、都市の人びとと交流を行いたいということでした。【農家③】の方と重なる部分があるかと思いますが、田舎に移り住みたいと思って引越してきたけれども、都会の刺激的な生活も恋しくなるという心の葛藤を、会話の中で感じ取ることができました。

以上の4軒のWWOOFを行っている農家を回った経験から私が感じたのは、都会が苦手、疲れた、過疎地のこれからを心配



羊の畜産風景

して田舎へ移住した反面で、都会の刺激的な生活が恋しくなることがあるということです。そうした思いの中で、「田舎暮らしをしてみたい」「有機農業をしてみたい」というWWOOFを利用する方々を受け入れることが、日々の刺激となり、自分たちの生活に価値を見出すための役割を果たしているのだと思いました。

またドイツでは町の郊外や住宅地を歩いていると、小さな農園がとても多いことに気づきました。このような小さな農園は「クラインガルテン」といいますが、ドイツではクラインガルテンの協会があり、協会が農園を管理し、希望者は協会員になって区画を借りることができます。ドイツでは19世紀半ばにクラインガルテンに関する運動があり、そうした運動によってドイツ各地に広まりました。工業化が進む社会の中で、人びとが土に親しむことによって健康を回復すること、特に子どもたちに自然に触れ合う機会を与えることを目的とした社会運動で、まさに人びとが協同し、農業を通じて地域の問題を解決していこうとする姿が見られるのではないかと思います。

その他にもドイツでは自身の健康に加えて、環境保護や動物愛護に強い関心を持つ人が多いのかなという印象を受けました。またベルリンの街を歩いていると、オーガニックの食品のみを取り扱っているBIOマーケットをよく見かけました。オーガニックの基準はいろいろあると思いますが、オーガニックの食品そのものが本当にたくさんあり、ドイツの国民の人たちがこのような食品に簡単・気軽にアクセスできる土壤があるように思いました。

3. カナダにおける農業ボランティア

次にカナダのバンクーバーにおける都市

農園を対象とした農業ボランティアについて報告させていただきます。

なぜ私がカナダ・バンクーバーを選んだのかと申しますと、『シティ・ファーマー－世界の都市で始まる食料自給革命－』という本にカナダのバンクーバーが都市農業の先進地だと書かれており、行ってみたいと思い、訪れました。カナダでは、いくつかの農園を回りましたがその中から4か所、お話したいと思います。

まず初めに、カナダのNPO法人“City Farmer”に訪れました。同法人は、バンクーバーの都市農業について中心的な役割を担っているところともいわれています。所有しているのは、とても小さい農園ですが、政府と協同して作られたということをお聞きしました。活動としては、関心のある方に農園ツアーの案内やコンポストの研修を行うなど、バンクーバーの人びとが気軽に農業・菜園・食について学べる教育の場を提供しています。また中学校・高校・大学からボランティアを集めて、人びとの交流の場としても機能していました。

次にご紹介するのは、“Sole Food Street Farm”です。ここは、カナダで最も貧しくて長期的な依存症や精神疾患の人びとが住んでいる地域に2008年に創立されたもので、バンクーバーで試みられている最大の都市農園です。農園の運営は、慈善家や銀行、様々な財団からの助成金によって行われており、社会的企業として位置付けられるといえます。農園では麻薬中毒者だった方、精神疾患を抱える方がいて、そういう人たちが野菜を育てて、バンクーバーのマーケットで販売することを通じて、雇用を創出する場づくりを行っています。

次の農園は“Strathcona Community Gardens”で、緑の少ない住宅地の中心部にあります。住宅地に住んでいる人たちが、

住宅地においても農業に関われる環境がほしいということで、この農園を設立しました。現在、50家族ほどが農園と関わっていますが、野菜と育てる場のみならず、メンバー同士の交流の場として、コミュニケーションをとる場としても機能しているそうです。



“Sole Food Street Farm”の農園風景

最後にご紹介するのは“UBC Farm”です。UBCはバンクーバーの州立総合大学のことで、“UBC Farm”は24ヘクタールもの大きな農園です。もともとは大学生や教員が地球環境にやさしい食料システムを追究することを目的に設立したのですが、現在はバンクーバー市民など、いろいろな人びとをボランティアとして募って、ファーマーズマーケットや人と人とのつながりを深める野菜のワークショップなども開催されています。

以上はバンクーバーで私が回ってきた農園の一部ですが、現地のフィールドワークを通じて得た情報から、なぜバンクーバーでこのような形で都市農園が広がったのかということを考えると、都市化による環境汚染、貧困層の増大、またカナダはアメリカに近いのでアメリカの食文化の影響による肥満や太りすぎ、麻薬中毒者の増加が

社会問題化し、そこに危機感を覚えた地域住民や政府が都市農園を開設・サポートし、それが都市農園の拡大につながったといえると思います。

一方でこのような課題があっても、そこに危機感を覚え、実際に動き出すということは難しいところかとは思いますが、バンクーバーでは、様々な思いや要因が重なって、こうした農園が広まっていったのではないかと考えます。

またバンクーバーの多くのお店にベジタリアン、ヴィーガンメニューが存在し、自身の健康に加えて、環境保護や動物愛護への強い関心があることを感じました。これは、ドイツでも同じことを感じたのですが、クリスマスの時期には無料でホットココアやクッキーが配られたりして、とてもチャリティが盛んです。そうした背景について少し調べてみると、例えば、カナダの中高では卒業のためにボランティアが必修単位となっていることがわかりました。こうした教育面からの取り組みも、様々な活動につながっているのではないかと思います。

4. フィールドワークから見えてきた協同の姿について

最後に、海外での農業ボランティアを通じて見えてきた協同の姿についてお話できればと思います。

まずドイツのWWOOFでの経験ですが、「心の安らぎがほしい」「田舎暮らしをしてみたい」「自分探しをしたい」という思いを持った都市の住民と、「人手不足」「生活に刺激がほしい」「都市の人と関わりたい」という農家の人びとが、農業を通じて協同することによって、お互いのより良い日々に向けて取り組んでいる姿が見えてきました。

一方、カナダの事例では、地域が抱える環境汚染や貧困層の増大、肥満、自然破壊、麻薬中毒などの課題に対して、市民や行政の人たちが、農業を通じて協同することによって、地域課題の解決に向けて取り組んでいる姿を見ました。

今回、私が見てきたのはカナダ・ドイツのほんの一側面にすぎないと思います。しかし、そこには確かに、小さな農業を通じて協同する人びとの姿を見ることができました。現在、日本でも市民農園など、小さな農業が増加していると思います。そのひとつひとつは小さな取り組みかもしれませんが、市民や民間企業、地方自治体が協同して小さな行動を積み重ねていくことによって、より良い社会の実現に向かっていくのではないかと思います。

●報告Ⅲ

倫理的消費の源流－19～20世紀転換期のイギリスにおける生協の女性組合員に注目して－

浮網佳苗(京都大学大学院文学研究科講師)

本報告では、ロッチデール公正先駆者組合に始まり、生協運動を世界で最初に成功させたイギリスの19世紀から20世紀転換期における生協の倫理的消費の取り組みについて、特に女性組合員の活動に注目して報告させていただきます。

まず大きな視点として、今日の消費社会は本当に多種多様な商品が提供され、私たちはそれらを自由に選択できるという豊かさを謳歌していますが、その背後には生産現場の疲弊、経済の地域間格差、資源開発と廃棄物排出による環境への負荷増大といった環境問題などの深刻な状況があります。

こうしたことを踏まえまして、本日の報告では、消費社会の出発点にあたる世紀転

換期のイギリスに立ち戻って、生協の取り組み、特に女性組合員による倫理的消費の活動を概観します。それによって、消費社会における生協の役割について考えてみたいと思います。

1. 19世紀後半のイギリス社会と生協

報告の前に、前提となるイギリスについて簡単にご説明します。イギリスの正式名称「グレートブリテンおよび北アイルランド連合王国」が示す通り、現在のイギリスはイングランド、ウェールズ、スコットランドの3地域と北アイルランドから構成されています。当時も、植民地のアイルランドを除いて、イギリス本国はこの3地域から構成されていました。

本報告では、こうしたイギリスにおいて、ロッチデール公正先駆者組合など、19世紀半ば以降に生協運動が盛んになったイングランドのマンチェスターを中心とする地域を対象としてお話をさせていただきます。

まず当時のイギリスの消費社会が抱えた問題と、その問題に生協がいかに関わったかということについて確認します。19世紀の産業革命によって、イギリスでは階級社会が明確に形成されます。一番上は上流階級で、貴族や地主など、働かなくてもいい身分の人たちで、真ん中の中産階級が会社をつくった経営者、つまり資本家から構成されます。そして、国民の大多数が企業や工場・店舗で働く労働者に分類されます。その中でも生協の組合員の多くは、生活にそれなりの余裕がある上層労働者に属し、平均的な労働者の所得よりも少し多めに稼いでいました。

産業革命の経済的繁栄によって、19世紀末以降、消費社会が到来します。しかし、企業は利益第一で、消費者もできるだけ安い商品を求める中で、様々な問題が生じる

のですが、その中でも特に重要なのが食の危険性や商品の質の低下でした。偽装表示が行われ、添加物をふんだんに使用した食品や有害な化学物質を使用した日用品が市場に蔓延していました。さらに労働の問題も深刻で、安い商品を提供するために、労働者は低賃金で長時間働かされることになり、これが労働者の貧困を誘発し、イギリスでは大きな社会問題となっていました。

こうした問題の改善において主導的役割を果たしたのが生協でした。添加物を排除して、質の良い食材を用いた食品の販売を行い、偽装表示も徹底的に無くそうとしました。労働に関しても、生協の工場や店舗で働く従業員の労働時間の短縮、賃金の向上、さらには職場の衛生環境の改善など、従業員の待遇を良くすることを積極的に進めていきました。このような生協の取り組みが進められた背景には、女性組合員の地道な活動がありました。当時、生協の店舗を利用していた顧客の大半は女性で、彼女たちは消費者としていかに行動すべきか、ということに対して非常に意識が高かったといえます。

また当時の消費社会を代表する企業として、現在のユニリーバの前身にあたる、石



当時のイギリスの生協店舗の風景

餡を製造していたリーバや、チョコレートで有名なキャドバリー、百貨店のハロッズ、大手スーパーのマックス & スペンサー、紅茶のリプトンなどが挙げられますが、生協は、こうした名だたる企業と同等以上の資本を持っていました。このことから、当時の生協が急成長を遂げて、イギリスの人びとにとって重要な存在になっていったことがわかるのではないかと思います。

2. 女性組合員と消費

当時の女性組合員は、生協内外での女性の地位向上をめざして、女性協同組合ギルドという組織を1883年に結成していました。メンバーのほとんどは主婦でしたが、当時のイギリスの女性組織としては最大規模を誇る大きな組織として位置付けられます。彼女たちは消費者として自分たちが果たす役割や影響に自覚的で、こうした組織が中心となって、倫理的消費の源流ともいえる取り組みが進められていきます。

倫理的消費の取り組みとしては、まず商品の質の向上が挙げられます。先述したように、当時の社会には、品質の悪い食品が出回っており、食品添加物も躊躇なく使われている状況で、牛乳に水を混ぜたり、コーヒーに小麦粉を混ぜ、量をごまかしたり、小麦粉に白くするための漂白剤を投入するなど、食の安全が脅威にさらされているような状況でした。こうした状況について女性組合員は、日々の食材を購入する主婦の立場として非常に問題視し、無添加食品を生協で取り扱うことを進めていきました。また、食品だけでなく日用品についても、有害物質を使用していない商品の取り扱いを経営陣に提案しました。例えば、マッチには有害な化学物質が使用されていることが多く、マッチを利用するときにその煙を吸ってしまうことで、人体に悪影響を与え

ていました。

3. 女性組合員による倫理的消費の実践

そこで女性組合員はそのような影響について問題提起し、そうした声を受けて生協は、有害物質を使っていない企業のマッチを買い付けるようになりました。また陶器についても、無害な成分のみでできたものを生協が取り扱うように働きかけた結果、生協ブランドのジャムの容器は無害な物質のみでできた陶器が用いられていました。また試供品においても、各地の女性協同組合ギルドのメンバーがまず使用し、その感想や改善点について経営陣に意見することも行なっていました。



当時の生協における女性組合員

また宣伝活動にも力を入れていて、品質の良い生協ブランドの商品を組合員に知ってもらうために、料理教室やお茶会などを開いたり、チラシを作成・配布したり、店舗での陳列を工夫して、手にとってもらいやすくしたりするなどして、商品のPRに積極的に関わっていました。加えて、今まで仕入れていた一般企業の商品をやめて、生協ブランドの商品のみを取り扱うように働きかけることもしていました。また重要なこととして組合員への教育があります。商品の質といっても、添加物に対する知識や化学物質の有毒性は、特に労働者にとっ

ては、勉強しないとわからない場合が多いです。組合員の中には、質の悪いものだとか知らずに、安いといった理由だけで生協以外のお店で購入する者もありました。生協は、こうした組合員の教育に苦勞していたのですが、女性組合員は勉強会や展示会を開催し、組合員が商品の質について知る機会を提供して、人びとの消費行動の改善につなげることに貢献しました。

また彼女たちは生協の工場にも実際に訪れて、製造ライン、衛生面、従業員の待遇などをチェックして、生協の商品が適切につくられたものであることを自分たちの目で確認することも行っていました。

加えて、労働条件の改善についても積極的に取り組んでいました。当時の生協の店舗では、働く店員の長時間労働が問題となっていました。そこで消費者が遅い時間に店舗を利用しないようにすれば、早くに閉店することができ、店員も早く帰れるということで、女性たちはまず組合員に対して、午前中や昼間などの早い時間帯に買い物を済ませるように呼びかけました。また同時に、各地の店舗にも閉店時間を早めるように要請を行いました。

こうした取り組みによって、徐々に店舗の閉店時間が早くなり、取り組む前までは夜9時に閉めていたところが夜8時に閉店になるなど、少しずつ営業時間が短縮されて、労働時間も短くなっていきました。

さらに外部の業者から仕入れる場合、賃金や労働時間、衛生環境などの適正な労働条件のもとで製造された商品を積極的に取り扱うことを進めていきました。また、販売されている商品が正当な労働条件のもとでつくられたものであるということを消費者が判断できるように、そのことを記したラベルが貼られた商品を仕入れることも進めていきました。

こうした取り組みは、国内の労働者にとどまらず、国外の労働者にも向けられ、奴隷的労働条件の下で製造された商品の輸入を停止するといったことも積極的に行われました。一例としてココアについて述べると、ココアはもともとアフリカで製造されていたものを輸入していたのですが、現地の劣悪な労働環境が明るみになったことで、20世紀初頭には生協の工場での生産に切り替えました。当時の生協のココアの広告は、生協のロンドンの工場で、適正な労働条件の下でつくられたものであることが明記されており、組合員は労働者にも配慮した商品を買うことができました。

このように、女性組合員が中心となって、積極的に生協の倫理的消費の推進を行ったわけですが、こうしたことに取り組めた要因としては、取り組みを行った女性組合員が日常から店舗を利用し、生活の現場を通じて問題を的確に捉えていたからではないかと思います。

4. 倫理的消費と生協

しかしながら戦後、イギリスの生協は、大手小売との熾烈な競争にさらされて、経営方針も倫理的消費からは離れ、いかに安い商品を消費者に提供するかを重視するようになります。そうした中で1960～70年代に、生協が所有するスリランカのお茶農園での劣悪な労働環境が明るみになります。加えて同時期には、南アフリカのアパルトヘイトに反対して、南アフリカの製品をボイコットするという運動がイギリス国内で起こっていたのですが、生協はあまり関わらない姿勢を貫いていました。しかし、そうしたイギリスの生協の無関心な姿勢に、組合員や各地の生協からは批判が出てくることになり、1980年代以降、倫理の立場をより明確にとるようになっていき

ます。1989年には民間の非営利組織から“Ethical Consumer”という倫理的消費行動の指針提示を詳細に記した雑誌が創刊され、生協も協力し、1992年には協同組合銀行が倫理の方針を表明して、イギリスで最初の倫理的銀行となります。そこでは、劣悪な労働を強いている企業や、温暖化や環境、動物愛護に配慮していない企業、発展途上国の紛争の資金源となっているビジネスなど、倫理に反する事業を行なっている組織への融資は一切しないと、宣言されています。生協も、倫理の方針を明確にして以降、国内ではフェアトレード商品の取り扱いが最も多くなり、生協がフェアトレードにおいて中心的役割を果たしていきます。このように、イギリスをはじめとして、ヨーロッパでは倫理的消費への関心が再び高まっているといえます。

本報告で述べてきたように、現在のイギリスにおける生協の倫理的消費の取り組みは、現代になって出てきたものではなく、19世紀後半以降から続く地道な実践の積み重ねの上にあるということがわかります。生協のフェアトレードをはじめとする倫理的消費の実践は、長い歴史の中で培われてきたものになります。現在の私たちの消費行動も、流行や一過性ではない、社会に対する深い理解のもとでなされることを働きかけていくことが大事だと考えています。

●本分科会の総括

青木美紗（奈良女子大学講師）

本日は3名の報告を通じて、若手研究者が「協同」をどう感じているのかということ、各報告者の現地調査や詳細な資料分析からご発表いただきました。それぞれの発表から共通点として見えたことは、食べものや農業を通して人がつながることで、

社会をより良い方向に向けていこうとする市民たちの協同の姿かと思います。

今回、若手研究者に協同組合や協同の価値について事例を通じて報告いただきましたが、一般的に、多くの人が協同組合や協同について学ぶ機会が少ないのではないかと、いうことを様々な場で感じます。例えば私自身、大学で教鞭を取っている立場として学生に接して思うことは、協同組合が身近にあるにもかかわらず知らなさすぎることがあります。しかし「生協はこういった組織で、このような取り組みを行っていて、社会的にこのように貢献している」といったことを、しっかりと学生に伝えれば届くという実感はあるので、様々な場において、伝えていくことが大切ではないかと思っています。

また伝える・発信ということでは、若年層は本当に「映える」ものが大好きです。私個人としましてはあまり「インスタ映え」は好きではありませんが、きっかけづくりとしての「映え」は良いかと思っています。でも、今流行りのタピオカみたいに、映えるだけ映えて、中身そのものやプラスチック容器、ストローが捨てられているといった「映える裏に映えないものがある」、というのはよくありません。もし生協が映えるというツールを活用するのであれば「映えるものの裏にも映えるものがある」というメッセージを伝えていくことが大事になります。

生協の活動を知ってもらえる情報提供や場づくりは、様々な形で行えることができると思いますので、本分科会にお越し頂いた方々が持っておられるいろいろな立場から、お互いにできることを行えば、まさに協同が実現するのではないかと思います。