

特集 サステイナブル・コミュニティ＝やさしく、しなやかに続く地域をつくる

06

地域に根ざした生協をつくる

～ホームパーティーを事例として

加賀美 太記（就実大学経営学部准教授）



取材にご協力いただいた岩崎秀人氏

1. はじめに

日本の生活協同組合の特徴として、まずあげられるのが無店舗（宅配）事業であり、その基礎単位としての「班」である。班は、地域の組合員が定期的集まる場となり、その場で商品や生協の方針、あるいは日々のよもやま話に花を咲かせることで、お互いのつながりを形成する機能を果たしてきた。班を通じて形成された組合員同士のつながりは、地域社会において人々の暮らしを支える役割の一端を担ってきた。

しかし、90年代以降、組合員を含めた人々の意識変化、さらに生協の規模拡大にともない、無店舗事業において、共同購入（班配）よりも個配の比重が高くなっていった。それにつれて、日本の生協の屋台骨であった班の縮小が進んだ。事業的には個配の伸長によってカバーすることができたが、協同組合の根幹となる組合員の参加の局面では、その基礎単位であり、かつ参加に積極的な組合員を再生産する仕組みとして機能してきた班の縮小から、多くの生協が困難を抱えるようになっていく。こうした状況から、多くの生協は班とは別の多種多様な取り組みを広げることで、組合員とのかかわりを強め、生協と組合員、そして組合員同士のつながりを再構築しようとしている。

本稿は、そうした問題意識に則り、「パーティー」という実践例から組合員のつながりづくりを検討する。ここでいう「パーティー」とは「生活圏で生協商品を囲んでスポットで集まっておしゃべりや交流を行う自主的な『場』」¹⁾をつくる企画を指している。このパーティーは、日本生協連が3年に一度実施している全国組合員活動調査の2018年版によれば、調査対象となった2017年時点で、少なくとも全国で20を超える生協が、このパーティーに類する企画を実施している²⁾。筆者らは、共同購入や班といった、日常の消費活動という比較的プライベートな部分を共有するの

はなく、より緩やかなつながりを見いだそうとするこの取り組みに注目して、2013年に調査研究を行った³⁾。筆者らの調査によれば、これまでのパーティーの目的は、①組合員のつながりづくり、②商品のトライアルを兼ねた事業貢献の2つを目的とするものが多く、とりわけ多くの生協では前者の位置づけでパーティーを運営していた。

2012年の調査研究では、実際に①の位置づけでパーティーに取り組んでいる複数の生協にインタビューを行い、その課題について検討を行った。しかし、②の事業貢献を目的とするパーティーも、組合員の拡大を通じて地域への関与を深める一つの契機であることは事実である。パーティーを拡大のきっかけとして、地域により深く浸透することで、地域に貢献する生協になることは可能であり、そのような実践に取り組む生協の実態を把握することもまた重要だと考える。

そこで今回は、そうした生協の一例として、「なのはな生活協同組合」と、同生協の「ホームパーティー」を取り上げて、組合員のつながりづくりや現状を整理してみたい。

2. なのはな生協の概要

まず、本稿で事例として取り上げる、なのはな生活協同組合（以下、なのはな生協）の概要を確認しよう。なのはな生協は、1974年8月に設立された市民クラブ生活協同組合を出発点とする地域購買生協である。2000年5月に、現在の名称である「なのはな生活協同組合」へと改称した。

現在の主な事業エリアは、千葉市や市川市などの千葉県中北西部、および足立区や

葛飾区といった東京都東部地域である。

事業種目は無店舗事業を中心に、共済・利用事業を営んでいる。なお、店舗事業は行っていない。中心となる無店舗事業を見てみると、共同購入が約2割、個配が約8割という比率になっている。個配は1995年に一部エリアで導入し、その翌年から全エリアへと拡大した。個配の利用は以降大きく伸長し、ここ10年は前述の比率で推移しているという。

2019年3月末時点の組合員数は12,847名、2018年度の総供給高は約18億4,000万円である。千葉県で事業を展開する生協は、なのはな生協の他に、コープみらいやパルシステム千葉等があり、それら数十万人規模の組合員を抱える生協に比べると、なのはな生協の規模は小さい。しかし、食の安全・安心に強くこだわる姿勢が評価され、近年、組合員数は増加傾向にあるという。実際、1996年8月、なのはな生協は設立間もない「まつの会（現在の「生協ネットワーク21」）」に参加するなど、食の安全・安心に対して、従来から独特の姿勢を貫いてきた。

3. ホームパーティーの概要と特徴

(1) ホームパーティーとは

なのはな生協が取り組むパーティー企画が、「ホームパーティー」である。なのはな生協がホームパーティーに取り組み始めたのは、2011～12年頃であったという。きっかけとなったのは、前述の生協ネットワーク21であった。ネットワークのつながりから、自然派事業連合が取り組んでいた「プチパーティー」のことを学び、このプチパーティーを参考にして始めたのが



写真①ホームパーティーの様子

ホームパーティーである。

なのはな生協のホームパーティーも、生協が商品を提供し、商品を囲んで組合員等が集って交流するスポットの企画である（写真①）。しかし、食材を渡して、後は自由に参加者で交流してもらうだけの企画ではない。パーティーの当日、なのはな生協のスタッフは会場に出向いて商品を届けるだけでなく、準備や調理も担当し、さらに食事中にはパーティーに参加する非組合員に対して、なのはな生協の利用方法やカタログ、商品についての説明を行っている。このとき訪問する主なスタッフは、組織対策部門の拡大担当で、2名の男女ペアである。

以上の仕組みからわかるとおり、なのはな生協にとってホームパーティーは、組合員による非組合員の紹介、つまり仲間づくりの延長線上にあり、その主な目的は新規組合員の拡大にある。そのため、他生協のパーティーでは多く導入されている開催後の報告書の提出は必要とされていない。

組合員拡大の一環ということで、広報費を含めた予算がしっかりと計上されている。たとえば、なのはな生協のホームパーティーでは、現在3つのコースがあるが、各コースの食材の平均金額は1,500～2,500

円(約3人前)となっている(写真②)。パーティーの開催には組合員1名以上と非組合員1名以上が必要であり、組合員のみでは開催できない。また、参加者が多すぎても、生協の丁寧な説明ができないため、定員は合計5名程度までとされている。会場は組合員の自宅、もしくは非組合員の自宅となるが、公共施設の利用も可能であり、その際の費用はなのはな生協が負担することになっている。日時は月曜から土曜日が基本とされているが、例外的に祝日も開催は可能である。時間帯は相談に応じるとのことだが、10～13時からの開催が多いという。現在、ホームパーティーは年間100回程度が開催されており、多いときは週3回程度開催されているという。



写真②現在のホームパーティーの3コースの内容

(2) ホームパーティーの特徴

このように、なのはな生協は、パーティーを組合員拡大の1つのきっかけとして位置付けているわけだが、その背景には、パーティーに参加し、加入した組合員の定着率を高める効果がある。事実として、ホームパーティーをきっかけに加入した組合員は、チラシなどで加入した組合員よりも定着率が高くなる傾向があるという。通常、ホームパーティーは、準備・調理に1時間、食事と説明に1時間、片付けに1時間の約3時間をかけて行われる。実際の商品を利用して生協商品の良さを実感できるだけでなく、生協の利用方法や特徴についても、

じっくり時間をかけて説明ができる。こうした理由から、利用が継続しやすくなっていると思われる。また、パーティーを主催する組合員が、もともと生協を利用してくれそうな友人（＝非組合員）を選んでくれるのも、定着率の高さにつながっているのではないかという。

前述のとおり、準備や調理における組合員の負担は少ないが、一方で気軽な交流というよりも、仲間づくりという観点が強いことから、組合員にとってホームパーティーを開催するハードルは決して低くはない。しかし、ホームパーティーを主催する組合員の多くは、生協の利用金額も高く、様々な組合員活動に参加していたり、あるいは総代であったりと、生協へのコミットメントが高い人たちである。そのため、一定の頻度での開催が実現している。さらに、パーティーでの非組合員への生協の説明が、主催した組合員自身にとっても学びになり、より生協へのコミットメントが高まるという循環にもつながっているという。

4. 地域に根を下ろす 入り口として

ここまで整理してきたように、ホームパーティーは、非組合員になのはな生協を知ってもらい、組合員の拡大や利用を促進することが主な役割であった。そのため、企画を実施するのは、地域の組合員間のつながりを再構築することが目的ではない。むしろ、組合員活動やつながりの起点となる「加入」に焦点を当てているのがホームパーティーである。それでは、ホームパーティーは単なる拡大の活動であって、地域におけるつながりには寄与しないのかというと、決してそんなことはない。

なのはな生協における組合員活動は、主にエリア会を単位としてグループ活動等を行っている。そのため、地域におけるつながりといった際には、このエリア会の活性化が重要となる。しかし、主な組合員である女性の就業率が向上することで、昼間の活動が難しくなっている。また、これまでのエリアが、長年の活動の蓄積の結果として固定的になってきたことも活動を難しくしていた。こうした実態を踏まえて、原点に立ち返ろうと、2019年に10エリアだったものを、2020年4月から6エリアに再編するといった取り組みを進めている。こうした取り組みを通じて、生協に参加する組合員、すなわち組合員理事や総代になってくれる組合員を再生産することが、現在のなのはな生協の問題意識である。

そうした諸活動を踏まえて、あるいはその土台となるのが組合員の拡大である。ホームパーティーは、積極的な組合員の再生産の取り組みとセットで位置づけられることで、組合員の拡大によって地域における組織率を高め、積極的に生協に関わろうとする、あるいは関わることでできる組合員そのものの拡大に貢献する。すなわち、ホームパーティーは組合員同士の既存のつながりの再構築や強化というよりも、新しい組合員を迎え、より深くその地域に根を下ろすための活動であり、これまではなかった新しいつながりを構築することに力点を置いた活動なのである。

5. おわりに

なのはな生協のように、しっかりと事業を営み、地域に根差そうとする姿勢は、地震や異常気象などの災害が多発し、今後数十年の間に首都直下地震や東南海沖トラフ

地震といった甚大な被害をもたらす災害の発生が予見されている現代において、とても重要な姿勢である。なぜなら、地域に暮らす人々の「濃い」つながりでなくとも、生協の利用や参加を通じた緩やかなつながりは、大きな問題が生じたときに一つのセーフティーネットとなりうるからである。規模や地域の実情によって変わってくるだろうが、なのはな生協の実践を通じて、生協が地域に根を下ろすこと、そのためにどのように拡大していくかを考えることも、今後ますます必要になってくるのではないだろうか。

本稿の執筆にあたっては、なのはな生協の代表理事・専務理事の岩崎秀人氏に調査にご協力いただいた。末尾になるが、深くお礼申し上げる。また、本研究は科研費（19K13899）の助成を受けたものである。

注)

- 1) 日本生活協同組合連合会組合員活動部（2018）『2017 年度全国組合員活動実態調査（2018 年度実施）報告書』6 頁。
- 2) 同上。
- 3) このときの調査研究の成果は、加賀美太記他（2014）『「おしゃべりパーティ」によるコミュニティの再建：協同組合の「絆」づくりの試み』全国勤労者福祉・共済振興協会を参照されたい。

なのはな生協



ホームパーティー Home Party

私の生協をもっともっと身近な人に知ってもらいたいそんなあなたにおすすめのイベントです。

3-5月限定企画
丸大豆醤油を
3-5月に開催していたので、
参加者全員に
プレゼント!

食材・調味料は、なのはな生協がご用意!
当日の準備や調理もスタッフにお任せください。
美味しさの秘密・商品の特色・おすすめ情報など
分かりやすくご説明します。

費用 **¥0** 費用のご負担はありません
会期 組合員さんのご自宅 またはお友達のご自宅
※公共施設のご利用も可能です。なのはな生協が負担いたします。
※別途エリア内の方で各約2名〜3名まで
日時 月曜〜土曜（祝日もOK）
開催時間はご相談ください
定員 組合員さん1名以上と非組合員1名以上
※別途エリア内の方で各約2名〜3名まで

ホームパーティーお申込書

姓名 組合番号 お名前
開催希望日 第1希望: 第2希望: 第3希望: 参加人数 (組合員) 名、(非組合員) 名
ご希望のコース (お選びください)
● Aコース/ 飲茶と季節の煮し野菜
● Bコース/ 選べるパスタと季節のサラダ
(キヤベツはじょうこ/ トマト/ オイルサーフィン)
● Cコース/ 季節の野菜たっぷり鉄板焼き

お電話に
お問い合わせ
ください

0120-910-871
TEL 043-216-7087
nanohana@nanohana-coop.or.jp

ホームパーティーの案内チラシ