

特集 協同の役割と可能性を再考する

01

沖縄の共同店・共同売店から考える 地域における協同の価値

眞喜志 敦（共同売店ファンクラブ）



眞喜志 敦氏

異例の実践賞受賞

2024 年 11 月、沖縄国際大学で開催された第 44 回日本協同組合学会で、奥共同店と共同売店ファンクラブの 2 団体が日本協同組合学会実践賞を受賞しました。

「協同組合の発展に寄与しうるような実践者に授与」されるこの賞は、2011 年の賞創設以来、農協や漁協、生協、ワーカーズコープに関する実践を行ってきた団体に贈られてきたものです。奥共同店の宮城文雄主任とともに私も共同売店ファンクラブとして表彰式に出席させていただきましたが、表彰状を頂く際、杉本貴志会長が「協同組合以外の団体が受賞するのは異例ですよ」とお話されたように、今回の受賞には特別な意味があったと思います。

沖縄や奄美の集落で運営されてきた共同売店は、日本の協同組合上の協同組合ではなく、ほとんどが法人格も持たずに一世紀余り営まれてきました。歴史的にも社会的にも位置づけの曖昧な存在でありながら、多くの研究者や実践者が「協同組合の発展に寄与する実践」と認めたということは、共同売店にとって、また協同組合自身にとっても大きな転機となるはずです。

私は協同組合の研究者ではありませんが、共同売店を 20 年近く応援してきた立場から協同組合との関わりについて考えてきました。この度『くらしと協同』第 50 号で共同売店を紹介する機会を頂いたことで、改めて沖縄の共同売店は何か、また共同売店を通して見えてくる協同組合のこれからと、現代における地域の協同のあり方について考えてみたいと思います。

本題の前に、私自身と共同売店ファンクラブについて少し触れておきます。私は沖縄島南部の生まれ育ちですが、両親は北部、やんばるの出身で、祖父母の暮らす集落に共同売店がありました。2003 年、幼い頃から親しんだ共同売店がなくなったことがきっかけで、歴史や各地の運営状況を調



鯉のぼりが舞うゴールデンウィークの奥共同店

べ始め、2004年ファンクラブとしての活動を始めました。ファンクラブといっても会員登録や会費などは特になく、これまでに出会った研究者や福祉関係者、まちづくり関連のNPOなど、一緒に共同売店を応援したいというメンバーが集まる緩やかなネットワークとして、マップや書籍の制作、写真展やバスツアーなどイベント開催、新聞や雑誌への寄稿の他、視察や調査研究への協力などを行ってきました。今年2月には、共同通信等が主催する地域再生大賞優秀賞も受賞しています。

辺境の集落で誕生

まず、共同売店の歴史や特徴について振り返ってみたいと思います。

今回、実践賞を受賞した奥共同店は、今年で設立118年目と沖縄の共同売店の中でも最も長い歴史を有します。沖縄各地に広がった多くの共同売店の経営モデル的存在であり、運営方法などにも影響を与えていると思われることから、共同売店の発祥、共同売店の第一号と呼ばれています。

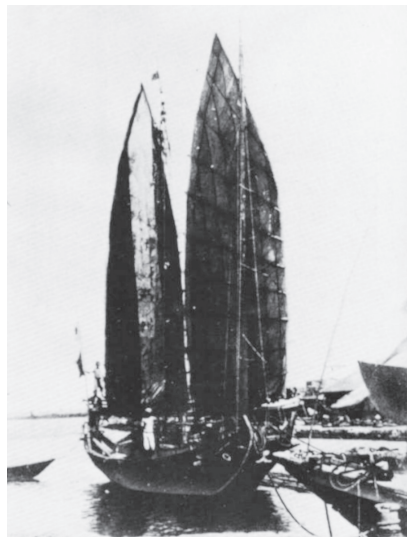
ちなみに「共同店」も「共同売店」も呼称が違うだけで、集落の住民が出資して設

立し、共同で運営するという基本的な仕組みはほぼ同じです。地域によって「協同店」「販売店」「購買店」の他、「スーパー」と改名した例もありますが、名前の最初に「集落名」が付く（奥共同店、田嘉里共同売店、前泊スーパーなど）ことも共通した特徴です。

奥共同店があるのは、沖縄島北部のやんばろと呼ばれる地域の中でも北端近くに位置する国頭村の奥という集落です。高速道やバイパスが整備された今日でも、那覇から車で3時間ほどかかる、文字通り「奥」のような地です。

設立されたのは明治末期の1906（明治39）年。誕生の背景には、寄留商人と呼ばれる外来資本の進出がありました。

1879年の琉球処分後、沖縄の政治経済は、進出してきた本土資本に押さえられていました。近代化の波は辺境の集落にも押し寄せ、各地に「町屋」と呼ばれる外来の商人の店ができました。彼らは、当時、経済の中心地だった那覇や与那原との交易に欠かせない「山原船」と呼ばれる帆船を所有し、林産物や雑貨などの販売の利益を独占。集落の人の中には「町屋未進」と呼



かつて沖縄の交易を担った山原船

ばれる借金を抱え、奴隷のような扱いを受ける者も現れはじめました。それらの寄留商人の台頭に脅威を感じた人々が、集落の生活を守るため、地元の人が以前から経営していた商店を集落に譲り、集落の共同で運営し始めました。それが奥共同店です。

奥共同店は山原船を所有し、集落の山から生産される薪の出荷や日用品の購買を共同で行うことで大きな利益を上げ、わずか三年で銀行からの借入金も返済。また、その利益を元に納税組合や奨学金の設立、茶業の振興など集落の発展を進めました。それらの業績は当時の県知事からも表彰されるなど、奥共同店の成功は広く知られるようになり、奥に倣って各地の集落で共同売店が設立されていきます。

大正に入ると本島北部から中部、周辺離島へと広がり、戦後も配給所を経るなどして本島南部、八重山地域で数多く設立されます。特に戦火により甚大な被害を受けた戦後の復興期には、各地の共同売店が中心となって製材や発電などの社会インフラの整備等にも大きな役割を果たしました。特に本島北部地域では「共同売店のない集落はない」と言われたほど、やんばるの暮らしを語る上で欠かせない存在でした。戦前戦後を通じ、かつて共同売店が設立されたことのある集落は、沖縄県内にのべ 200 ケ



昭和 30 年頃の奥共同店と集落の様子

所に上ると思われます。

はっきりした調査はありませんが、交通網の発達や農村部の人口減少を受けて 1960 年代頃をピークに減少し始めたと思われる、1980 年頃の沖縄国際大学が中心となった調査では 116 店の運営が確認されています。ファンクラブによる 2006 年の調査では約 80 店、2024 年現在は 50 店ほどと、その数は減り続けています。



製作中の共同売店マップ最新版

小さいままであり続ける

共同売店は、その「小ささ」が大きな特徴といえます。市町村より小さい字（行政上は区、部落とも呼ばれる）、または、さらに小さな小字や班の単位で運営されていることがあります。集落の人口は数十人から多くても数百人ほどで、10 軒に満たない集落で運営されている例もあります。商圏の範囲も小さく、ほぼ徒歩圏に収まります。幹線道路に面して立地している店はドライブ客など外部の利用者が多いものの、

基本的に集落の人が生活に必要なものを得るための店であり、その点で近年増加している農産物直売所なども異なります。この地域密着の伝統は、どの売店も設立当初からほとんど変わっていません。

もう一つの特徴は、コミュニティの自治との密接な関わりです。基本的には集落の全員（人工株）か全戸が株主となりますが、任意の有志によるところもあります。運営は組合員の中から選ばれた役員を中心に行われるのですが、そのメンバーは集落組織の役員とほぼ重なっています。組織上は、集落の自治組織（いわゆる町内会）と共同売店組合とは別組織であることがほとんどですが、集落自身が筆頭株主となっていたり、共同売店の組合長や責任者が集落の理事を兼任することが規約に定められているなど、集落組織とほぼ一体といえるでしょう。

運営方法には主に3つあります。伝統的な組合組織による「主任制」と、戦後増えてきた「請負」、そしてここ20年ほど見られるようになってきた「区直営」です。

「主任制」の場合、主任と呼ばれる人が経営責任者（店長）となります。区長や理事などと一緒に選挙により選ばれ、集落から給与を受け取る「公務員」です。現在では主任制を残す地域は少なくなっています。

「請負制」は、競争入札によって経営を個人に委託する方法で、現在多くの店がこの仕組みを取っています。一定以上の儲けは請負者のものになりますが、家賃や行事毎の寄付などの形で利益が地域に還元されています。個人とはいえ何でも自由にできる訳ではなく、定休日や営業時間など日常の業務をはじめ、請負者の選定、備品の購入や建て替えなど重要な案件に関しても、役員会や総会を通じて集落の意向が反映される仕組みになっています。

「区直営」は、請負でも担い手が見つからない場合に、組合を解散し、店舗や備品などの資産を区（集落）に移すことで人件費や管理費を減らす方法です。2005年、東村の川田共同組合が解散し、区直営の「川田区売店」として再開した例がよく知られていますが、国頭村楚洲、安田、大宜味村田嘉里など、その後も増える傾向にあります。

もう一つ大きな特徴は、事業の幅広さでしょう。現在は共同購入のみの店が多いですが、かつては生活物資の共同購入と農林産物の加工、共同出荷を基本に、実に多くの事業を行ってきました。奥共同店では、製材、精米、発電、製茶、酒造、ガソリンスタンドなど産業の振興から、預金、資金貸付、病気見舞いや学事奨励金など、信用事業や福利厚生にまで及びます。他の集落でも、運輸、バス、製粉、ブロック製造、ムシロ工場、屠畜など、それぞれの地域の産業に即した事業が行われました。また、テレビの共同アンテナ、浴場、理髪、親子ラジオ、電話の取り次ぎ、郵便物の預かり、部落放送、野菜などの委託販売、現金の貸し付け、掛け売り、商品の宅配など、生活の細部にまで及び、現在も継続されているものもあります。



奥共同店に併設されているガソリンスタンド

これらの事業は、現代で言えば、地域の課題を解決するためのコミュニティビジネスにあたるもので、市民ファンド、マイクロファイナンス、地域通貨などの様々な要素の萌芽が見られます。共同売店は、いわばそれら地域経営ツールの基盤となる「コミュニティ総合企業体」(中村誠司、2005 年)の役割を果たしてきました。このような事業の幅広さと、地域の課題やニーズに応える柔軟性は、個別法で規定される現在の日本の協同組合よりも、「信用、購買、販売、利用(生産)」を兼業でき、「生産組合」と「消費組合」の両方が認められた戦前の産業組合を思わせます。また、集落コミュニティに密着し、利益を還元する形態は、イギリスのコミュニティ利益協同組合やコミュニティ利益会社に近いとの指摘もなされています(林和孝、2012)。

現存する日本最古の生協

このように、奥共同店が、日本に現存する消費生活組合的な組織としては最古であることを考えれば、協同組合学会から表彰されるのも当然だと思いますが、残念ながらその事実は一般にはほとんど知られていません。

一般に「日本最古の生協」と言われるのは「コープこうべ」や「コープくまもと」です。コープこうべの前身は神戸購買組合と灘購買組合で、1921 年設立です。コープくまもとの前身が水光社(日本窒素肥料の消費組合)で 1920 年設立。また、現在は閉店していますが、栃木県日光市の足尾銅山で設立された「購買組合三養会深沢売店」は、1908(明治 41)年の設立とされています。奥共同店は深沢売店より 2 年、熊本の水光社より 14 年も早く誕生してい

ます。いずれにせよ、日本に産業組合法ができてわずか 6 年後に、辺境の小さな集落で生まれた組織が、今なお同じ地で同じように運営を続けているということは、もっと驚いていい事実だと思います。

ただし、奥共同店は日本の協同組合法上の協同組合ではありません。明治政府が「産業組合法」を制定したのは 1900(明治 33)年。奥共同店の設立はその 6 年後であり、県や村当局の指導を通じて産業組合の影響を受けたと考えられますが、奥の人々は当時の明治政府や沖縄縣が普及を勧めた「産業組合」ではなく、法人格のない任意の組織として設立し、その後も独自の道を歩んできました。

産業組合は当時、農村の発展に大きな役割を果たしていますが、沖縄では、中央集権的な系統組織や、監督官を置くなどの官僚主導的性格に馴染みにくかったこと、助成に依存しがちな傾向があったと言われ、多くが中途解散しています。

実は奥共同店も、設立から 8 年後の 1914(大正 3)年、村当局の強い奨励を受け「無限責任奥販売購買信用組合」に組織変更したものの、わずか 2 年足らずで負債を抱え解散しています。これは、「産業組合が『上から押し付け』であり、奥部落住民皆の手で作り、経営するみんなの店でなくなったところに、その本質的要因がある」(宮城能彦、2009 年)とされていますが、1916(大正 5)年に再び共同店として復活して以後は、再び隆盛を迎え、自立的運営を貫いて今日に至っています。

奥共同店がある国頭村では、奥の失敗例もあってか独自の組織を貫いた共同売店が多く、隣りの大宜味村では国策に翻弄され、ほとんどの共同売店が産業組合に変わり、戦後 1950 年代には、部落ごとの農協に組織替えしています。しかし 1960 年代には

共 同 店 の 移 り 変 わ り					
	昭和 四二	共同組合 共同会 関係事項			
	一九四五	明徳堂			
	一九二七	共同商店再建(青年會中心)			
	一九三六	共同商店在産業組合小規模購入			
	一九三七	産業組合設立一級小規模購入			
	五	本連かきろ、店舗建造			
	一八	大宮味町農事組合設立一日り支所に			
	一九四二	不審村の農事組合設立日改称			
	一九四五	アール物資の配給所になる			
	一九五四	共和信託農業協同組合設立			
	一九五五	喜和信託信用協同組合設立			
	一九六四	このクリエーターで建造			
	五九	(組合長と父親殿 石巻山首樹木)			
		以後四年に上る(一九六五年現在)			
	一九六六	大宮特産品協同組合設立			
	四一	各社製品を分配			
		各社製品は共同組合設立(事業事は共同店界)			
	一九七二	共同商店経営組合商品部を調剤納入			
	一九七五	管理運営組合組合員			
	平成七	組合会が決定一年に隔年並行運送			
	二〇六七	九月十八日解任事務予定			
	二〇七八	三月新築共同商店屋額見祝			

喜如嘉共同店の変遷（字誌メモより）

農協の合理化により合併、広域化するようになり、1966（昭和41）年に村農協ができると、各集落の人々は再び共同売店を復活させています。農協はその後「地域離れ」を進めており、今も全国の農協スーパー（A コープ）が合併や閉店を続けていることを考えると、共同売店があくまで地域コミュニティに密着し、採算が取れない状況にあっても営業を続けている点は、協同組合のあり方を考える上でも重要でしょう。



まだ「農協」の跡が残る羽地中部共同売店

戦後、全国各地で雨後の筍のように現れた「買い出し生協」(町内会生協)も、配給所を経て復活した共同売店と似ていますが、配給制が終わり食糧難が過ぎるとともにほとんど消えました。その後、現れた都

市型生協も、統合が進み、連合組織に組み込まれていく中で、共同売店のような地域性や自立性は失われています。

奄美に見られる「地域商店」も、ほぼ共同売店と同じ歴史を辿ってきました。ただ、沖縄の共同売店と違って奄美ではほとんどの地域商店が法人化されています。例えば大和村の大棚商店は1914（大正3）年、産業組合として設立され、1961（昭和36）年に株式会社となっています。これは、1953（昭和28）年の日本復帰後、酒類販売業免許等の取得の際に、行政指導が徹底されたことによるものと思われます。一方、沖縄では、復帰以後も法人化が進むことなく、曖昧な存在のまま黙認されるように今日まで続いてきました。その理由としては、地理的に中央政府から離れていたこと、また戦前の旧慣温存政策や、戦後も長い米軍統治下にあって本土の協同組合法が広がらなかったという歴史的経緯もあるとは思いますが、やはり奥共同店というモデルがあったことも大きな要因だと思います。

ちなみに、沖縄の集落で外来商人の「町屋」による経済的支配があったように、かつてフィリピンやハワイなどアジア太平洋地域でも、独占的商人資本が経営するバナナやさとうきび、パイナップル等のプランテーション農場で、労働者からの利益を吸



株式会社となった大棚商店（奄美大和村）

い上げる仕組みとしての「商店」が重要な役割を果たしています。日本では南大東島を企業統治し、独自の通貨「大東島紙幣」を発行したことで知られる玉置商会が同様の機能を持っていたと言えます。

近代史の中での共同売店は、急速に押し寄せた資本主義化の波から、ローカルな経済圏を守る防波堤のような役割を果たしてきました。外来資本から地域を守ったことは、結果的に見れば、森林資源の適正利用を通じて貴重な固有種を多く有するヤンバルの自然を守り、地場の農産物や製品の消費を通じて産業を育み、また多様な祭祀や方言など伝統文化の継承、コミュニティの自治の維持にも大きく寄与しています。

高齢者の命綱

現在、共同売店が果たしている役割の中で最も注目されているものは、高齢者福祉に関するものです。車を運転できない高齢者にとって、食品や日用品を手に入れるための商店が歩ける範囲にあるかどうかは、切実な問題となっています。本島の北部や離島地域では、たとえ元気であっても共同売店がなくなったために、住み慣れた土地を離れざるを得ないという高齢者も少なくありません。

商店という機能は水道や電気と同じ社会インフラであり、共同売店はその地におけるライフラインとなっています。また地域密着の店ならではの機能、日常的なコミュニケーションや情報交換の場としての役割も重要だと言われています。コミュニティの絆が深まるだけでなく、高齢者に対する見守り、健康チェック、安否確認などが自然に行われ、介護予防や生活支援、自立支援にもつながっています。買い物弱者対策

として経済産業省も勧めているネットスーパー、移動販売、買い物代行などには、このようなコミュニティの維持や住民主体をエンパワーメントするという視点が欠けており、むしろ住民が集う場を奪い、コミュニティの弱体化をさらに進めることが懸念されています。

単に「物を届けば事足りる」というのであれば、それは文字通り「難民に救援物資を届ける」だけの事業です。買い物という行為は単にお金と商品を交換するではありません。買い物とは出会いや交流、社会参加の契機であり、文化的で娯楽性も持つ人間的な行為なのです。

一方で、ここ数年、農協スーパーの撤退後に住民が出資して商店を設立する例が全国各地で相次いでいます。京都府京丹後市の常吉村営百貨店（現・つねよし百貨店）、広島県安芸高田市の川根振興協議会による「万屋」、高知県四万十市の「大宮産業」などは、まさに「現代版共同売店」と言えます。宮城県丸森町の「なんでもや」は、残念ながら 2019 年に閉店していますが、沖縄の共同売店を直接手本にして設立されており、このような例は今後ますます増えるものと思われます。

また、イギリスでは 1990 年代から、ブランケット財団が中心となって住民主体の



ウナガミの日の田港共同売店（大宜味村）

コミュニティショップの設立を支援する活動が広がっており、これまでに700店の設立や運営をサポートしてきています。今後、日本でも同様の動きを期待しています。

田舎の「野良」協同組合

2012年の国際協同組合年の前後から、沖縄の共同売店に「協同の源流」を見出そうとする動きが見られるようになってきました。JAの『家の光』や生活クラブ生協の『生活と自治』など協同組合関連の雑誌で取り上げられたり、コープ九州のリーダー研修でもお話をさせていただくなど、協同組合の源流として脚光を浴びはじめました。今回の実践賞受賞もこの流れの上にあるものと思います。

しかし、これまで沖縄の共同売店は、「協同組合的な組織」とは言われるものの、地元沖縄に於いてさえ、法的根拠のない、田舎の、価値の低い、モグリの、「野良協同組合」のような存在と思われてきました。かつて言語や芸能を含め多くの地方文化がそのような扱いを受けてきているように、共同売店も劣ったもののようになられてきました。

共同売店と協同組合の関係について重要な示唆を与えて頂いたのは、林和孝さんの「コミュニティに埋め込まれた協同組合」(2012年『まちと暮らし研究』No.15)でした。この時の奥の調査に私も協力させて頂いたのですが、近代的協同組合の祖、イギリスのロッチデール先駆者組合の原則と奥共同店の規約を比較し、多くの共通点があることを指摘されています。

ただし、沖縄の生協の組合員さんの勉強会などで、ロッチデールやコープこうべについて学ぶことはあっても、地元沖縄の共

同売店にはほとんど関心を持たれていないのが現実でしょう。ぜひ多くの方に知っていただきたいことは、スーパーもコンビニも成り立たない、農協でさえ逃げ出すような辺境の過疎地で、100年以上生き残ってきたのが共同売店だということです。言い換えると、これらの地域に限って言えば、日本の法律上の協同組合は役に立たず、辺境で生まれた「野良協同組合」が地域を支えたのです。

共同売店というオルタナティブな協同組合が沖縄で受け継がれてきたことは、これからの協同組合のあり方にも新しい可能性をもたらすということを知ってほしいと思います。

沖縄発「協同組合間ゆいまーる」

最後に、今回の日本協同組合学会のシンポジウムでも「協同組合間協同」という言葉が何度も出てきました。一方、共同売店が残る地域では、生協の共同購入のトラックやJAの移動販売車が「買い物支援」のため走り回っています。もちろん全国フランチャイズの移動販売事業も沖縄に進出しており、各自治体の買い物支援事業が行わ



移動販売車で商品を買う人々

れている中、今年新たに郵便局と国内最大手の小売チェーンが手を組み「買い物支援マーケット」に参入しようとしています。

せっかく地域のために始めた支援のはずですが、人口が少なく提供されるサービスも少ない地域では、すぐに支援同士が競合し、少ないパイを奪い合うことになってしまいます。県内の移動販売事業は基本的に、地元自治会に希望を確認し、共同売店のない集落に来るような配慮がなされていますが、狭い地域ですので、隣の集落の共同売店の売上にも影響してしまう現状があります。しかも、私も何度か移動販売車に同行してあちこちの集落を回りましたが、事業の採算的には赤字であり、人手不足で配達員も確保も厳しいとのことでした。

確かにそれらの事業は利益のためではなく「地域貢献」として行われているのですが、地域の持続や発展を考えた時、一方的な支援は相手の主体性を奪い、かえって弱体化させる危険があります。都市部から商品を運び消費者まで届ける移動販売は、いわば被災地や難民キャンプへの配給のようなものであり、非常時の最終手段に留めるべきものです。

それならば、J Aや生協がバラバラに地域支援を行うのではなく、共同売店も含め同じ協同組合同士として協同し、共同売店と共存する形での支援をすることはできないでしょうか？例えば、購買事業における員外利用規制の例外として、J Aと生協が協力して共同売店に商品を提供することができれば、沖縄ならではの協同組合間協同が実現できると思います。互いに地域を支える存在として、協同組合同士が沖縄から全国へ「協同組合間ゆいまーる」を発信できることを願っております。

参考文献

- 中村誠司『今、なぜ共同店か』奥共同店 100 周年フォーラム、2005 年
宮城能彦『共同売店：ふるさとを守るための沖縄の知恵』沖縄大学地域研究所、2009 年
林和孝「コミュニティに埋め込まれた協同組合」『まちと暮らし研究』No.15、2012 年