



Title	協同による新しい生活文化の創造 -大島茂男 『生協の挑戦』 (労働旬報社, 1986年3月)を読んで-
Author(s)	吉田, 省三
Citation	経営と経済, 66(3), pp.353-361; 1986
Issue Date	1986-12
URL	http://hdl.handle.net/10069/28315
Right	

This document is downloaded at: 2019-02-17T00:19:48Z

《書 評》

協同による新しい生活文化の創造

— 大島茂男『生協の挑戦』

(労働旬報社, 1986年3月) を読んで—

吉 田 省 三

(1)

本書は、生協運動30年の体験をもつ大島茂男氏が、『くらしの革新—生協からの批判と挑戦—』(サイマル出版会, 1973年)の続編として、日本の生協運動の理論と実践における到達点を明らかにし課題を提起されたものである。

著者の言葉によれば、本書の課題は「すべての人間が主体性をもった協同連帯社会をつくる」(はじめに) ことにある。生協運動はとくに最近の10年間に安全な商品の供給を中心に発展してきた運動であり、供給活動は今後ももっとも重視しなければならない活動であるが、現在では生活文化の創造、くらしのなかから平和と民主主義を守っていく確実な力を育てること、だれもが安心して生きられる経済民主主義を実現することなどが、さらに発展させなければならない生協の運動の課題となるし日本の生協運動には、その資格と力量があるということが提起されている。

高度成長の終焉の時期にあたる1973年に書かれた『くらしの革命』では、政府と大企業の生産第一主義によって主導された高度成長と資本によって消費者に強制された浪費的な生活様式の批判が中心的なテーマであったが、表面的な批判に終わることなく、同時に一般的な高度成長批判の弱点をも指摘していた。例えば、生協運動が「よりよいものをより安く」というスローガンを掲げている次元にとどまっていたのでは、「よりよいものをより安く」(大量に買おう)」ということに繋がり、真に浪費的な生活様式を批判したことに

ならないばかりではなく、かえって大量消費を促進することになりかねないという問題を提起されていた。この浪費体系を消費者の生活様式をも含めて徹底的に批判する視点は今回の著書においてもさらに発展させられている。しかしそれだけに留まらず、本書では、「批判」ともに消費者の協同あるいは消費者と生産者の、協同組合間の協同によって、生活を見直し新しい生活様式をみずからの手でつくりあげていくという「提案」が一層具体的なかたちで述べられている。このことは、経済社会の構造変化と関わる消費者運動の自体の変化、生協運動の力量の発展と関連していると思われる。また生活文化の問題、教育問題、それとの関わりにおいて変革の主体形成、主体の発達論が展開されているのも特徴である。

本書は、①「現代生活」の読み方・とらえ方、②健康で風土にあった食生活を、③生活文化をつくる、④地域の教育力を強める、⑤生協運動が切り開いてきた力、⑥「くらしの改革」21世紀への展望、という構成になっている。以下順をおって本書の内容をみていくことにしよう。

(2)

現代日本社会の評価、とくに現代の豊さにたいしては、一方での「豊かな社会」の手放しの礼讃、他方で新しい貧困、覆い隠された貧困の蓄積というように見解が分岐している。消費生活に関しても、1984年に出された経済企画庁国民生活局『消費構造の変化の実態と今後の展望 — 「大衆消費」から「消費ルネサンス」へ — 』は、今後の消費の特質を、画一性を特徴とする大量生産、大量消費にもとづく「大衆消費」の時代から、個性化、多様化を特徴とし、人間性豊かな文化的、創造的活動を促進し、人間としての自覚、人間尊重に立脚した「消費ルネサンス」の時代への移行としてとらえている。また通産省『八〇年代通産政策ビジョン』では、「個性ある消費生活」として、同じ通産省の『八〇年代の流通産業ビジョン』では、消費者の「創造的消費者」あるいは「生活者」への変化を述べている。これらの政府文書に見られるように、市場の主導権が、メーカー・大企業から消費者へ移りつつあると

とらえることは私には根拠があることとは思えないが、メーカー・大企業のマーケティング戦略の変化——「商品提案から生活提案へ」「消費者中心志向のマーケティング」等の消費不況に直面した市場の深耕戦略——を反映したものととらえることができる。

これらの諸見解にたいして、現代の消費生活をどうみるかについての著者の中心的な観点は浪費性の深化という視点である。「人間は生きるためになにをほんとうに必要とし、なにを必要としないのかという視点から、現状の消費生活を分析」(27ページ)し、GNPの拡大によっても、生活の基本部分が改善されずに至っていること、消費者信用の拡大によって将来の所得を食い潰すという浪費性が強まっていること、また大人の世界だけではなく子どもの世界にも浪費性が波及し子どもの欲求、発達を歪めているという。

著者は、現代生活の内包する危機の深刻さを、①環境の悪化 ②飢え ③戦争の3点に整理する。本書における著者のメッセージの一つは、核戦争の危機や、生態系の破壊をもたらすに至っている今日の事態が、消費者が自ら選択したものではないとはいえ、根底では、消費者の生活様式と繋がりをもっていること、したがって、消費者が主体的に自らのライフスタイルを革新し新しい生活様式を選択するのであれば、人間の生存の危機から脱出できる展望があるということである。

(3)

著者は、最初に日本の農漁業の危機の深さとその進行を述べるが、このことが消費者の食生活における変化と相互に関連しているという。現代の食生活の特徴を著者は、①食品の多様化、洋風化、②みせかけの高級化と高価格化、③インスタント化、加工品化、④外食化、孤食化の4点に整理する。この変化は、消費者の自主的な選択というよりも、加工資本、市場資本、外食産業等の販売戦略、コマーシャルによってすすめられたという側面も無視できないが、同時に日本の農漁業の危機を加速促進している消費者の責任についても言及する。例えば消費者が、乳酸飲料から牛乳へ、無果汁のカンジュー

スから果物や果物ジュースへ支出を転換しなければ、日本の農漁業は守れないというように、消費者の食生活の見直しと確立とに結びつけて問題を実践的に提起している。

産消提携という言葉で表現されている生産者と消費者の新しい結合は本書のキーワードとでもいうべき重要な位置を占めている。日本の農漁業を守り自給率を向上させる運動，“健康をめざして、風土にあった食生活を”定着させる運動と、その一貫としての産消提携運動は、着実な効果を生みつつあるというのが著者の結論である。「産消提携」とは、市場外流通のすべてを産直と呼ぶとらえ方（例えば、秋谷重男『産地直結・流通の新しい担い手』日経新書、1978年）に対置してそれと新しい型の産直を区別するために使われている。

著者は、従来型の「産直」の弱点を次の3点において指摘する。①生産－流通－消費の全過程のうち流通面だけしか対象としていないこと、②生産者と消費者の人間的な結びつき、責任のとりあいという要素を念頭においていないこと、③「健康をめざして風土にあった食生活を」定着させ、日本の食糧自給率を高め、農漁業を守っていくという大衆運動の視点をまったく欠いていること。

そして新しい型の産直＝産消提携を次のように特徴づけている。産消提携は、「たんなる物の売り買いではなく、生産者と消費者が、人間として生きる道の共通の理念で結ばれ、心を通わせあい、おたがいに責任をとりあう人間関係」（90ページ）である。

大島氏は、『くらしの革命』においても、産直における団体間の関係を強調していた。産消提携を個人の間ではなく、団体間のルールに従った結合であるとする著者の考え方は現在においてはほぼ合意をえられるのではないだろうか。また本書では、産消提携の先進例として京都生協における「産直三原則」（①生産地と生産者が明確であること、②栽培・肥育方法が明確であること、③組合員と生産者が交流できること）や、千葉県三芳村の実践が紹介されている。

著者は、産消提携の運動における弱点 ― 消費者運動内の意見の違いと対

立について次のような提案をしている。畜産での放し飼いの絶対化，有精卵信仰，化学肥料や農薬の全面的否定，有機農業や自然農法の絶対視などの運動に見られるような自己の運動を絶対化し，他の人びとの運動を過少評価するか，ときには非難さえするという事例があるが，「これらの運動のにない手の弱点というかたちで矮小化することは誤りであって，それらの人びとの情熱を包容するだけの，より包括的な運動の提起こそ望まれている」（88ページ）として個別的な運動を包括するような運動の提起するという意見は説得的である。

（４）

著者は，三木清の生活文化論を入口として現代の生活文化のあり方を発展させるべきであるという。そのために石けん問題にたいする生協のとりくみと運動を紹介している。生協の「よりよい石けん・洗剤」を求める運動は，①洗剤の改善改良→②洗濯のしたかについての研究→③洗剤から出発した水と環境を守る運動→④くらしのあり方全般を見直す活動という発展の過程で「洗剤という一つの商品を通じて，水と環境からみずからの生きかたを考えるまでの総合的発展をとげてきた」（110ページ）が，「資本の論理だけなら洗剤を多く売ること，そのために洗剤を多く使うことが全面にでがちであるが，生活の協同体である生協では，少なく使用すること自体が大きな課題になりうる」（111ページ）という指摘は，環境問題にたいする資本主義的企業の限界と生協の優位性を明瞭に示している。環境を汚染しないために石けんを「より少なく消費する」ということは，販売（供給）の拡大それ自体が自己目的とならない生協運動だからこそ考えられることである。ここでは個別商品の見直しから始まって，生活のすべての局面の見直しに発展するという消費者の発達の法則性ともいうべきものが具体的に描かれており，「同じ商品であっても，どういう社会的関係に置かれるのかによって，果たす役割が異なってくる」（121ページ）ということを見事に示している。

産消提携の場合とおなじように洗剤問題においても，消費者運動内での意

見のちがいが見られ、運動の前進にたいする障害となっているが、著者は、洗剤問題に対する日生協の見解と実践を紹介しながら、おたがいの相互理解・共同行動を強め、一致点を拡大するという消費者運動の基本姿勢として提案している。

(5)

生協運動における協同によって生活の場を人間の諸能力を発達させる場にするを、本書の著者は提唱する。もとより教育の重視は協同組合運動の原則であるが、この国の生協運動も、組合員にたいする教育だけではなく地域の教育力を高めることや子どもにたいする教育が重視されるようになるまでその力量をつけてきた。また、従来の消費者教育というのは、商品知識の獲得を中心とした「賢い消費者」を育てる教育に代表されるが、生協の班活動、運営委員会の活動が、たんなる消費者教育にとどまらないで、資本に操作される生活ではなく生活の場での主体性の確立をめざすとき、それは民主的人格形成とおおきな関わりをもつようになる。著者が、生協運動においてとりわけ消費者、組合員の自立と主体性を重視するのは、自立と主体性をもつものだけが真の連帯をつることができるからであるという。

(6)

現在、生協規制の側からの生協に対する非難の一つは、生協が大規模化し、他の営利を目的とする企業と同様の企業になったという非難である。また生協が大規模化することによって民主的運営が維持しえなくなったという非難もある。

著者はこの問題にたいして次のように答えている。たんなる規模の拡大、事業高の拡大をもって、生協の強化拡大とするのはあやまりであって、つぎの基準で評価されるべきである。その基準は、①組合員の要求がどれだけ実現されたか、②組合員の量的拡大と質的強化、③生協全体としてどれだけ、

平和と人間尊重、民主主義と協同連帯がつかぬかれたか、ということである。このような基準から判断しなければ、生協の事業といえども、結果的に株式会社となら変わらないという誤りをおかすことになるし実際にその例はある。

近年、生協の共同購入を「研究」したスーパー等の流通資本が、注文・配送等いわゆるハイテクを利用して無店舗販売としての宅配販売を行う事例が多く見られる。生協の共同購入をこの商業資本の行う無店舗販売としての宅配販売から区別する点は、消費者自身が自分たちで商品を開発し供給することにあり、消費者の自主性がどれだけ貫かれたか、消費者の参加がどれだけ保障され消費者自身の主体形成に役だったかということである。著者はこの観点から、共同購入と共働きの急増にたいしても、次のように述べている。「共働き層を個々に分断された消費者のまま、たんに顧客としてのみ扱う安易な解決策」は誤りであって、「組合員をたんなる顧客化してしまうという方向をとりつづけるならば、それはデパートやスーパーのすすめる無店舗販売となら変わらないものとなり、究極的には、生協運動の原点を見失うことになりかねない。」(201ページ)。

安全性を重視するという場合でも、協同という観点を見失って、そのみを個別にとりあげるならば、「安全性」という品質自体がすでに資本による商品差別化の対象となっている(農文協文化部『管理される野菜－商品流通と品質主義－』農文協、1985年)ことは注意すべきである。

(7)

大島氏は、消費者が現代の生活様式をきびしく批判することこそ助けあい、簡素な生活、手作り創造的な生活を基本とする新しい生活文化をつくるための出発点となると主張する。さらに協同組合は、生活主体の形成とともに、統治能力をもった主体の形成も担っているという。協同組合は、各種協同組合の連帯によって、協同連帯社会についての生活分野での具体的イメージを国民に示す必要があると考えている。それは、「新しい社会の統治主体にな

るものは、既存の経済運営より、より生活に役立つ、すぐれた統治能力を示さなければならない。」(235ページ)からであり、「しかし、いままでの社会の変革主体が、変革のあとに混乱がくるのではなく、真に人間を大切にする民主的な生活文化をきづくことができるのだ、という展望を明示しないでは、変革の主体者とはなりえない。」(236ページ)からである。統治能力をもついわば「主権者としての消費者」とでもいうべき新しい消費者像が、変革の課題とかかわって提起されている。

(8)

私の専門とする経済法学では、生活協同組合をはじめとする協同組合を、消費者、中小零細事業者等の経済的弱者を組織化することによって、大企業にたいする対抗力、有効な競争単位として経済法秩序の中に位置づけてきた。しかし、本書において紹介されているように、1980年代における生活協同組合の運動は、単なる競争単位というだけの位置づけでは不十分であることはいうまでもない。

かつては多くの政府文書に見られるように政府も、— 実際に助成が行われたがどうかは別にしても — 協同組合を社会的対抗力として評価し、発展を助成する立場にたっていた。しかし、現在の生協規制に見られるように、このような前提自体が否定されようとしている。いわゆる「生協規制」の問題が重大化してきている。1985年12月、自民党は「生協問題に関する特別委員会」を設け生協法改正案を検討し、また政府も、1986年2月12日には、厚生省は「生協のあり方に関する懇談会」(座長宮崎勇元経済企画庁事務次官)を設け、本年12月までに結論を得るべく検討を始めていると伝えられている(柳定春『許すな!生協規制』芽ばえ社、1986年)。

イタリア共和国憲法の45条は、「相互扶助の性格を有し、私的投機の目的を有しない協同組合の社会的機能を尊重する。」と規定し、法律によって協同組合の発達を促進し、助成することを定めている。日本国憲法においては協同組合は、イタリア共和国憲法におけるように憲法の規定に直接に根拠を

もたないとはいえ、「国民の自発的な生活協同組織の発達を図り、もつて国民生活の安定と生活文化の向上を期する」という生活協同組合法の規定は、日本国憲法25条の生存権の規定を具体化するものであり、生協は日本の経済民主主義を発展させるうえで欠くことのできない構成要素である。わが国の民主主義的再生において重要な位置を占めると考えられる生活協同組合を営利事業と同様に規制の対象にするということは許されてはならない。