生協 しってみよう ブック

日本生活協同組合連合会

はじめに

この本は、全国の生協で活動する組合員のためのハンドブックです。普段利用している生協、いろいろな出会いや活動の場である生協、そんな、みなさんのくらしの一部である生協について、あらためて、「そもそも・・・」「実は・・・」といった情報をまとめてあります。

小さなサイズで全体の内容も絞込み、1つのテーマを見開きに納めるなど、読みやすく工夫をしてあります。ちょっとした合間を見つけて、また、活動中「あれ？　そういえば・・・」というときに、手にとって開いてみてください。

巻末には、「わたしの生協」についての基本情報をまとめておくページもつくりました。生協ごとに配られる資料から、必要な項目を書き抜いておくと何かと役立つと思います。

日本各地にいろいろな生協があり、それぞれに楽しい活動がたくさん展開されています。活動の内容や進め方はちがっても、くらしを良くしたい・仲間をふやしたい・住みやすい地域にしたい・・・といった「思い」は共通です。そんな、全国の仲間たちのことも思い描きながら、このハンドブックを活用していただければ幸いです。

2014年8月29日

日本生活協同組合連合会
組織推進本部 組合員活動部

目次

第１章 生協って？

- 生協ってなに？ ／04
- 協同組合原則 ／06
- 生協の歴史～世界編～ ／08
- 生協誕生物語～ロッチデールの人々～ ／10
- 生協の歴史～日本編～ ／14
- 日本の生協の2020年ビジョン ／16

【生協マメ知識①】

第２章 生協のしくみ

- 法人としての生協 ／20
- 生協の運営のしくみ ／22
- 複数の生協が協力してつくる「連合会」 ／24

【生協マメ知識②】

第３章 生協の事業いろいろ

- コープ商品ってなに？ ／28
- 宅配事業（グループ宅配事業／個人宅配事業） ／30
- 店舗事業 ／32
- 共済事業 ／34
- 福祉事業 ／36
- 環境への配慮 ／38

【生協マメ知識③】

第４章 生協の活動いろいろ

- 組合員による様々な活動 ／42
- くらしのテーマいろいろ ／44
- 私たちの声を事業に ／48
- 地域社会の中の生協 ／50

【生協マメ知識④】

第５章 日本の生協のあゆみ

- 社会の動きと生協の動き・コープ商品の開発の歴史 ／54
- 生協しってみよう！シート ／58

表紙＆本文イラスト：鈴木智子

第1章

生協って？

そもそも「生協」ってなんでしょう?

名前の意味から歴史、世界的な広がりまで、

知っているようで知らない生協の基礎知

識をまとめました。

生協ってなに？

「生協」とは「生活協同組合」のこと

あなたが普段利用しているのは「○○生協」でしょうか、それとも「コープ○○」でしょうか。生協ごとの名前はいろいろですが、どれも同じ「生協＝生活協同組合」です。「コープ」というのは、「協同組合」の英語「Co-operative」の「Co-op」を日本語読みにしたものです。

自分たちの「ねがい」を、力をあわせることで実現

生協は、共通の「ねがい」を実現するために、消費者一人ひとりが協力してつくり、運営している組織です。「こんな商品がほしいな」「こういうサービスがあると便利だな」・・・そんなくらしの中で生まれるさまざまな「ねがい」を実現するために、自分たちでお金を出し合い、またそういう「ねがい」を意見として出し合いながら、さまざまな事業や活動を行っています。

生協の利用をはじめる時に、「出資金」を出したのを覚えていますか？ これは、生協という事業組織に対して、「私もお金を出して協力します、その代わり、私にも生協に対して意見を言う権利があります」という意味のお金です。皆さん一人ひとりが、「生協への出資者」であり、「生協のオーナー（所有者）」ということになりますね。

一人ひとりの力は小さいけれど、たくさんの人たちが協力し、お金を出し合うことで、立派に事業を行うことができます。自分たちがつくった組織ですから、自分たちの意見がよく通り、自分たちの

「ねがい」が実現しやすくなります。そんな事業や組織があれば、くらしももっと楽しく、便利になります。これが、生協という組織をつくること、そこに出資金を払って参加することの意味なのです。

生協は、実際に「こんな商品があったらいいな」というたくさんの人たちのねがいを集め、それまで世の中にはなかったような商品をつくったり、新しい社会のしくみをつくったりすることに役立ってきました。

くらしとともに変わっていく生協

生協はいつも、その時々のくらしとともにある、ということを大切にしています。時代とともにくらしが変化し、そのこととあいまって生協で取り上げるテーマも変わっていきます。

また、くらしは一人ひとり違っています。一人ひとり違うくらしの中から、共通する「ねがい」を見つけ出し、みんなに役立つようにしていくためには、いろんな人たちが生協にかかわること、ちょっとした「つぶやき」をたくさん拾い集めることも必要です。だから、生協はできるだけたくさんの人たちの「声」を聴くことを大切に考えているのです。

協同組合原則

世界の協同組合が考えた「たいせつなこと」

世界中の協同組合が集まってつくっているICA（International Co-operatives　Alliance＝国際協同組合同盟）という組織があります。ICAでは、「協同組合はどんなことを大切にするべきか」「協同組合はこれからの社会でどうあるべきか」といったことを議論し、1995年のICA総会で新しい協同組合原則を採択しました。これは、現在、世界中の様々な協同組合の指針となっており、日本の生協もこの原則に則って運営されています。

協同組合とは

【定義】

協同組合は、共同で所有し民主的に管理する事業体を通じ、共通の経済的・社会的・文化的ニーズと願いを満たすために自発的に手を結んだ人々の自治的な組織です。

大切にすること

【価値】

協同組合は、自助、自己責任、民主主義、平等、公正、そして連帯の価値を基礎とします。それぞれの創設者の伝統を受け継ぎ、協同組合の組合員は、正直、公開、社会的責任、そして他人への配慮という倫理的価値を信条とします。

協同組合として実践すること

【実践のための指針】

1．協同組合は、自発的な組織です。また、性別をはじめとした社会的・人種的・政治的・宗教的な差別なく、誰でも組合員になれます。

2．協同組合は、組合員がみんなで管理する組織で、組合員はその政策決定、意志決定に積極的に参加します。このとき、組合員は一人一票ずつ、平等の議決権をもっています。

3．組合員は、協同組合の資本にお金を出します（出資金）。剰余金がでた場合、出資金への配当は一定の割合に制限し、次のようなことに使います。◎協同組合発展のための準備金、◎利用高に応じた還元、◎組合員が承認するほかの活動の支援。

4．協同組合は、自治的な自助組織なので、政府や他の組織と取り決めをしたり、外部から資本を調達したりする場合でも、組合員による管理や協同組合の自主性を保つことを条件にします。

5．協同組合は、組合員や職員等がその発展に効果的に貢献できるように、教育訓練を実施します。また、一般の人々、特に若い人々やオピニオンリーダーに、協同組合運動について知らせます。

6．協同組合は、いろいろなレベルでお互いに協力し、協同組合運動を強化します。

7．協同組合は、組合員の合意をえながら、コミュニティの持続可能な発展のために活動します。

※詳しく知りたい方はこちらをご覧ください
→ http://jccu.coop/aboutus/coop/index2.html

生協の歴史～世界編～

世界最初の生協は19世紀にイギリスで生まれました

世界で最初に協同組合の試みが成功したのは、1844年に設立された「ロッチデール公正開拓者組合」という生協でした。このころ、世界に先駆けて産業革命が起こったイギリスでは、生産力が飛躍的にアップする一方、工場で働く人たちは、長時間の労働や低賃金、失業の不安など、厳しい生活を強いられていました。

織物工業の町であったロッチデールでは、ロバート・オウェンという人の考え方を参考に、苦しいくらしを、協同することで変えていこうと、労働者たちが話し合いを行いました。その結果、ごまかしのない商品を適正な価格で購入することを目的に、28人の労働者たちが１年間かけて１人１ポンドのお金をため、そのお金を元手に自分たち自身のお店をオープンしました。

現代の協同組合に通じる事業と運営のあり方

混ぜ物のない品質、正しい計量で測られた商品、値切りのない買い物、掛け値のない販売・・・ロッチデール公正開拓者組合の人々は、大きな利益をあげることよりも、正直で公正な取引を大切にしました。また、生協への利用を寄せ合い、組合員一人ひとりに生協の運営に関心を持ってもらうことなど、その運営のあり方についても、組合員どうしが話し合い、それまでの体験と知恵によって生協を適正に運営するルールがつくられていきました。性別や人種・宗教を問わず誰でも加入できること、組合員は一人一票で平等である

こと、民主的な運営をすること、組合員が生協の経理財務の状況をよく知りその経営に関わること、出資に対する配当を制限すること、剰余金は利用高に応じて組合員に還元すること・・・こうした運営の工夫は、今でも協同組合のしくみやルールに生かされています。

国際的に広がる協同組合

ロッチデール公正開拓者組合の誕生とその成功は、イギリス各地に、そしてヨーロッパ全域に広がり、やがては世界各地に協同組合を誕生させ、その運動の普及へとつながりました。

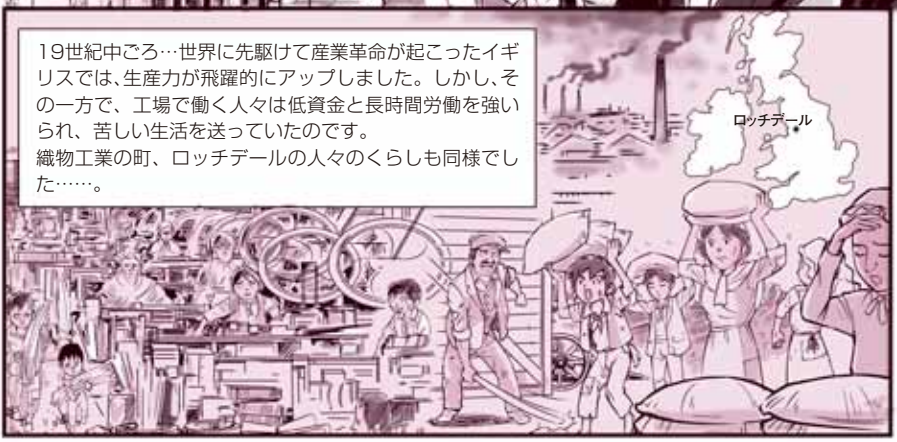
その中で、それぞれの協同組合の行う事業も、購買事業ばかりではなく共済や福祉、住宅、医療などの利用事業、そして生産、販売事業などと多様な協同事業が展開されるようになりました。

協同組合運動は20世紀に入って世界中に広がり、今日では、世界中で10億人もの人々が協同組合に加盟しています。

国際協同組合年（IYC）

2012年は、国連が定めた国際協同組合年（International Year of Co-operatives＝IYC）でした。IYCの目的（協同組合の社会的認知度の向上、協同組合の設立・発展の促進など）に向けて、全国や都道府県単位で、農協や生協、漁協、森林組合などによる実行委員会を設け、協同組合間協同の取り組みを進めました。各協同組合組織間の情報共有、マスコミやイベントを通じた情報発信、大学での協同組合論講座の新設など多くの成果を生むことができました。

生協誕生物語
～ロッチデールの人々～



商人たちの利潤のみの商売に反対する声を上げる人たちも出てきました。
まがいものではないキチンとした商品を、手に入れよう！
みんなで力を合わせればなんとかなるよ！
僕たちの生活も見直して、ツケ買いをやめるようにしよう
そんな彼らに影響を与えたのがロバート・オウェンという人の考え方でした。
Robert Owen
1771-1858
ロバート・オウェンは織維工場を経営する事業家でしたが、低所得の労働者階級の実情を目の当たりにし、社会を改革していかなければならないと考えるようになりました。
このままではいけない！
技術の進歩で物がたくさんつくられるようになったのに、一方でたくさんの人たちが食べものや着るものにもこと欠いている。この状況を変えるには、協同の力が必要である
オウェンの考え方に影響を受けた人々によって「ロッチデール公正開拓者組合」を作ろうという動きが生まれ、話し合いの結果、みんなでお金を出しあって自分たちのお店をもつ計画が立てられました。
自分たちで店をもてばだまされないぞ
みんなが関心があるのはよい品を安く手に入れることだよ
この考えに賛同した人は全部で28人、彼らはみな労働者でした。

彼らは1年間かかって、当時の1カ月分の収入に相当する1ポンドのお金を貯め、出資金として持ち寄りました。
生活を変えるためだ、つらいけどがんばろう！
俺は、お酒飲むのをがまんするぞ
1ポンド×28人分＝28ポンドの資金をもとに、1844年12月21日、ついに「ロッチデール公正開拓者組合」のお店がオープンしました。
28
28
28
お店はトードレーンという通りにある倉庫の1階を借りてオープンした簡素なものでした。
28 ポンドのお金は家賃と改装費用を差しひくと多くは残らず、設立当初は、小麦粉、バター、砂糖、オートミール、ロウソクの 5 品目しか並べることができませんでした。
品揃えは少ないけど確かなものばかりだよ
SUGAR
OATMEA
FLOU
混ぜ物のない品質、適正な量目、値切りのない買い物、掛け値のない販売。彼らは大きな利益を上げることよりも正直で公正な取引を大切にしました。
FLOUR
こういうことが大切だってみんなに訴えていこう！
組合に入ってくれる人が増えれば商品をもっと増やすこともできるしね

ロッチデール公正開拓者組合は着実に発展し、10年後には約900人もの組合員が加盟しました。
ツケをやめて現金払いにして堅実な経営を心がけました
確かな品を届けたことが評価されたんだ
また、1856年には次のような原則がまとめられました。（主なものを示します）
○ 取引は市価で行う
○ 品質のよいものを扱う
○ 目方や分量をごまかさない
○ 現金での販売（掛け売りをしない）
○ 組合員管理での組合員の平等
○ 剰余は購買高に応じて配分する
これらの原則は世界中の協同組合に、現在もその精神がひきつがれています。
CO-OP
ロッチデールでの成功が引き金となり、イギリス各地に協同組合が生まれ、その種はやがて全世界へと広がっていきました。
co-op
今日では、世界93カ国、10億人の人々が協同組合同盟に加盟しています。
CO-OP
日本へ「協同組合」の考え方やしくみが伝わったのは、明治になってからのこと。
現在、日本全国に生協があり、組合員は約2,700万人に上ります。

漫画：高梨としみつ

生協の歴史～日本編～

昔からの「助け合い」の形から近代的な協同組合へ

日本でも、古くから様々なかたちの助け合いがありましたが、「協同組合」という考え方やしくみが伝わったのは、明治になってからでした。大正時代には各地に「購買組合」「消費組合」が誕生します。これらの生協設立を指導・援助したのが、キリスト教伝導者・社会改革家として知られる賀川豊彦でした。

しかし、第二次世界大戦が始まり、生活物資の統制や社会生活の統制が強まる中で、組合は活動を続けることができなくなりました。こうした歴史の中で、協同組合は、平和こそが協同組合運動を自由に発展させるということを学びました。

戦後の物不足から生まれた生協

戦後、各地で生協の再生がとりくまれ1948年（昭和23年）には、「消費生活協同組合法（生協法）」も制定されました。戦後の食料不足の時代には、生活物資を協同して手に入れるために都市部を中心に町内会単位で生協が設立され、1950年代には労働運動の高まりに支えられて勤労者生協が設立されました。

高度経済成長期に大きく発展した生協

1960年代末から1970年代にかけて、高度経済成長のひずみがいろいろな形であらわれ、物価高や企業間の不正な協定による協調値

上げ、有害な食品添加物や農薬への不安、公害や洗剤問題など、くらしをめぐるさまざまな不安が噴出しました。そしてこうした不安を、自分たちの力で安心にかえようと、安全な食べ物を求める運動が各地で起こりました。その中から、安心して飲める牛乳、抗生物質を使わない鶏卵などの共同購入を目的として「市民生協」が設立されたのです。

1980年代を通して生協は大きく発展し、2012年度時点で、組合員数2,703万人、総事業高は3兆3,199億円となっています。

21世紀の時代にあわせた生協法の改正

2007年、制定以来はじめて、抜本的な生協法の改正が行われました。これは、戦後の物不足の中で生まれた生協が、高度経済成長期を通じて大きく発展してきたことを踏まえ、また今日の社会情勢との整合性も図りながら、これからの時代における生協の役割をみすえての改正です。

これまで都道府県域を越えて活動できなかった制限や、組合員以外への事業提供の制限を一部緩和し、共済事業の加入者を保護するための規定がもりこまれ、今日の生協の事業規模と社会的責任にふさわしい運営ルールの改訂などが行われました。

日本の生協の2020年ビジョン

人口減少や少子高齢化、地球環境問題、食料・農業問題など、現在私たちの周りにはさまざまな問題があります。これらの問題は、私たちの世代だけでなく、子どもたち世代へと大きく影響を及ぼします。

全国の生協で働く仲間、組合員・消費者のみなさんと一緒に10年後の生協のありたい姿を描いた、「日本の生協の2020年ビジョン」が2011年に策定されました。

いま、なぜビジョンなのか

私たちは今、あらためて人間らしいくらしの創造と持続可能な社会の実現に向けて、新しい社会の枠組みや経済の構造を創り上げていかなければなりません。新たな社会づくりには、協同組合の価値・仕組みの有効性を発揮し、社会の中で協同組合が積極的な役割を果たしていくことが期待されています。

変化が激しい時代だからこそ、先を見通したビジョンが必要です。生協のめざすもの、果たすべき社会的役割を明らかにして挑戦していきます。

ビジョン（10年後のありたい姿）

『私たちは、人と人とがつながり、笑顔があふれ、信頼が広がる新しい社会の実現を目指します』

私たちは、協同組合のアイデンティティに関するICA声明と生協の21世紀理念「自立した市民の協同の力で 人間らしいくらしの創造と 持続可能な社会の実現を」を生協の事業・活動に貫きます。

私たちは、安心・信頼を育む協同の社会システムとして、協同して助け合い、分かち合う協同組合の価値を広げます。地域の誰もが参加できる生協をめざして生涯を通じて利用できる事業・サービスを創り上げ、2020年にはそれぞれの地域で過半数世帯の参加をめざします。平和で持続可能な社会の実現に向けて、積極的な役割を果たします。失われつつある人と人のつながりを新たに紡ぎ、くらしに笑顔があふれ、一人ひとりが人間としての尊厳と個性を大切に、信頼して助け合う消費者市民社会の実現をめざします。

私たちは、地域の行政との連携、協同組合間の提携、消費者団体やNPO・NGOなどとのさまざまなネットワークを広げながら、地域社会づくりに積極的に参加します。

アクションプラン

ビジョンの実現に向けて、行動課題を5つのアクションプランとしてとりまとめました。

※詳しく知りたい方は、こちらをご覧ください。

http://jccu.coop/aboutus/vision/#2020vision

生協マメ知識1

■生協のシンボルマーク「虹の旗」

生協の集まりなどにはよく「虹の旗」が使われます。これは、第一次世界大戦が終わったばかりの1924年に、国際協同組合同盟（ICA）大会で協同組合のシンボルとして決められて以来のことです。フランスの経済学者シャルル・ジードが聖書の「ノアの箱舟」の一節から発想して提案したもので、協同組合が目指す平和と協同のシンボルとして「虹」を用いたものです。現在では世界の国々で「虹の旗」が協同組合のシンボルとなっています。

■賀川豊彦

1888年に神戸に生まれた賀川豊彦は、若い頃からキリスト教伝導、貧民救済の活動にとりくみました。さらに、人々が助け合うためのしくみである消費組合・信用組合などの設立を指導し、1921年にはコープこうべの前身である神戸購買組合を設立しました。戦後もいち早く生協運動の再建を指導し、1951年には日本生活協同組合連合会初代会長に就任し、日本の生協運動発展に尽くしました。

■協同組合のいろいろ

グローバルコープマーク

協同組合は、人と人の結びつきによる非営利の協同組織です。協同組合にはさまざまな種類があります。生協（生活協同組合）をはじめ農業協同組合や漁業協同組合、森林組合などが日本での代表的な協同組合です。

世界には、さらに多種多様な協同組合があります。世界各国の協同組合がつくっている国際組織がICA（国際協同組合同盟）です。ICAには、世界93カ国から農林漁業、消費者、信用、保険など、あらゆる分野の全国協同組合組織が加盟しており、参加組合員数は10億人を超えます。また、国連においても認知された世界最大のNGO（非政府組織）でもあります。

第2章

生協のしくみ

生協は、「組合員の組織」として独特のしくみをもっています。生協の活動に関わっているとよく耳にする生協の運営に関わる知識をまとめました。

法人としての生協

生協は「生協法人」という組織です

一定の人の集まりで、継続して運営されている場合、それらは広い意味での「組織」です。組織の中には、同窓会や子育てサークルのように法律の裏付けのない組織もあります。この場合は、団体名義での契約や登記はできません。これに対して、法律の既定によって設立された団体を「法人」といいます。

法人には、学校法人、社会福祉法人、会社法人、特定非営利活動法人（NPO法人）などがあり、それぞれに根拠となる法律が制定されています。生協の場合は、「消費生活協同組合法」という法律に則って設立され、都道府県による認可を受けてはじめて「生協」として活動することができます。生協は、「消費生活協同組合法」によって法的な立場を認められた法人、ということになります。

生協法にみる生協法人の特徴

「消費生活協同組合法（以下、生協法と述べます）」は、1948年に制定されました。生協法は国際的に確認されている「協同組合原則」（6ページ）を生かしてつくられています。簡単に、生協法の特徴的な内容を紹介します。

●国民生活の向上を目的に！

生協法の目的は「国民の自発的な生活協同組織の発達を図り、もって国民生活の安定と生活文化の向上を期すること」です。

●組合員への最大奉仕と非営利の精神

「最大奉仕の原則」といって、組合員のための事業を行うことが生協の事業のもっとも大切な目的であること、「非営利の精神」といって、事業剰余を生むことだけを目的としてはならないことが規定されています。「非営利」という言葉は、生協の経営を安定的に営むために事業剰余を生んではならないということではなく、事業剰余が生まれた場合には出資配当には制限を設けること、組合員の意志でその使い道を決めること（内部留保、利用割戻しなど）、ということです。

●事業の機会均等と組合員の権利

組合員は誰でも、生協を利用する権利があること、原則として組合員以外の利用は認められないことが定められています。ただし一定の条件のもとでは、組合員以外の利用も認められています。

生協は組合員の組織

生協に加入する時には、出資金を出します。出資金は、サービスを受ける権利を買う「会費」とは違って、生協の共同所有者になること、生協の運営に対して意見を言う権利があること、そして生協の事業やサービスを利用できること、と３つの形で生協とのかかわりを生み出すのです。これが「生協は組合員の組織」ということであり、他の事業体や団体などとの大きな違いになっています。

生協の運営のしくみ

組織としての生協の意思決定と執行を行う「生協の機関」

生協は組合員によって構成されていますが、組織としての意思をもち、活動を行っています。そのため、生協として何かを決定し、その決定にしたがって生協の運営と事業をおこなっていくための人や会議体が必要になります。そうした人や会議体のことを「機関」と呼びます。つまり、「生協の機関」とは、生協の活動上必要な機能を担う生協内部のしくみや組織のことなのです。

「機関会議」とは、「機関」として定められた会議の場のこと、「機関運営」とは、各機関がきちんとその役割を果たすよう運営することを指します。

3つの「法定機関」

法人の意思決定や執行、監査などの役割を担うために、法人の内部におかれる会議体や役割（人）のことを「機関」といいます。生協の運営も、こうした「機関」を通じて行われ、法人としての対外的な責任もその「機関」に生じます。生協法では、3つの機関が定められています。

- **「総（代）会」**：生協の意思を決定するための機関で、組合員の意思決定の最高機関です。通常年１回開催し、その年の予算や年間の事業・活動方針、役員の選出などについて話し合い、確認します。
- **「理事会・代表理事」**：総代会で決定されたことに基づいて業務を執行するための機関です。理事会は、生協としての重要な事項の意思決定をするとともに、代表理事による業務執行の状況を監

視・監督します。代表理事は、理事会での決定にしたがって、生協を代表して業務を執行します。

●**「監事」**：生協の財産状況や、理事の業務執行が法律にのっとって、かつ適正に行われているかどうかを監査するための機関です。

このうち、理事と監事のことを生協法では「役員」と呼んでいます。

組合員を代表する「総代」

総代会での議決権を持つ組合員の代表が「総代」です。総代は生協ごとに決められた定数の範囲で組合員の中から選ばれます。組合員の代表として生協の方針や予算、役員を決める総代はとても大切な役割です。

総代を選ぶときには、そのことを広く組合員に公示（お知らせ）しなければなりませんし、総代になった人は氏名を公開することになっています。これは、総代が組合員の代表であることを保障するための手続きなのです。

それぞれの生協のあり方を定める「定款（ていかん）」

生協法の範囲内で、それぞれの生協のあり方を具体的に定めているのが「定款」です。定款の変更や改廃は総代会で議決し、その都度都道府県知事に届け出ます。定款には以下のようなことが定められています。

●**生協全体について**（設立の目的、名称、事業、区域など）

●**組合員について**（組合員の資格、出資一口金額など）

●**役員について**（定数、選挙、任期、理事の議決事項など）

●**総代会について**（総代の定数、選挙、総代会の議決事項など）

複数の生協が協力してつくる「連合会」

生協はそれぞれが独立した「法人」

全国にはいろいろな生協がありますが、「○○コープ」と「○○生協」とはそれぞれが別の組織（正確には「法人」）です。生協はもともとが地域の人々が手を結んだ組織ですので、地域ごと（現在ではほぼ都道府県単位）に生協がつくられています。

複数の生協が協力するためのしくみ

地域ごとにつくられ、地域に根ざして活動している生協ですが、一方で、商品の開発や仕入れ、物流のしくみなどは、小さな単位ではできなかったり、効率が悪かったりします。そこで、複数の生協が協力するためのしくみとして、「連合（会）」という組織がつくられています。

●都道府県連（都道府県生協連の略）

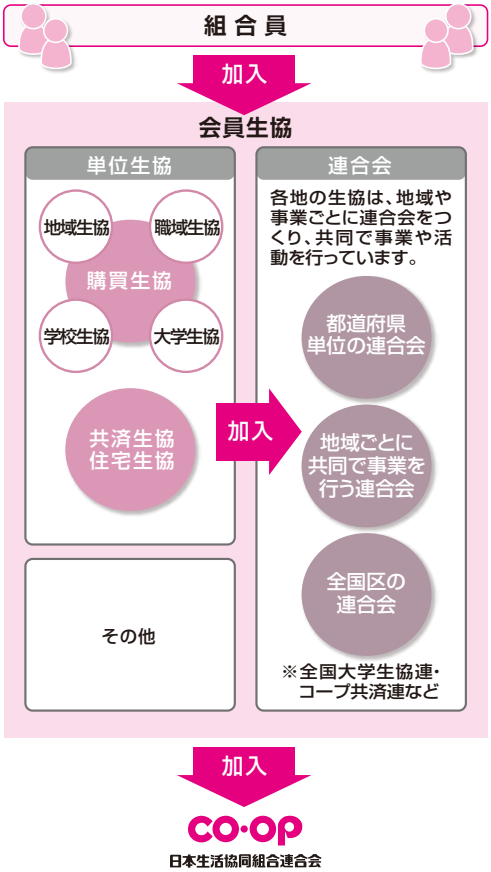
都道府県内にある生協（地域購買生協、大学生協、職域生協、医療生協など）の連絡・交流組織や行政に対応する窓口として都道府県ごとにも生協連が作られています。通常「県連」などの略称で呼ばれています。

●事業連合

いくつかの生協が共同して行う事業（商品の開発や仕入れ、店舗の運営、宅配カタログの制作など。内容は事業連合ごとに異なります）を進めるための組織です。2014年6月現在、全国に12の事業連合があります（事業連合に入っていない生協もあります）。

●**日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連）**

全国の生協が協力して設立・運営しているのが日本生協連です。全国の生協で取り扱う商品の開発と卸売り事業のほか、カタログ事業なども行っています。また、全国の生協で行われている諸活動の支援や交流の促進、生協全体の利益を代表しての渉外広報活動なども行っています。



2008年には、共済事業のみを行う日本コープ共済生活協同組合連合会（略称：コープ共済連）が、2010年には、医療・福祉事業を主に行う日本医療福祉生活協同組合連合会（略称：医療福祉生協連）が設立されました。

生協マメ知識2

■生協のいろいろ

「生協法」に則って設立され、認可されると「生協」として事業を行うことができます。地域をベースとして活動する「(地域) 購買生協」のほかにも、大学内で食堂や購買事業を行う「大学生協」、職場内で事業を行う「職域生協」、医療サービスを提供する「医療生協」などもあります。

■通常総代会と地区総代会議

生協の年間方針や予算、役員を決めるのが「通常総代会」(単に「総代会」ともいいます) です。法律上は年に1回以上通常総代会を開催すればよいことになっていますが、通常総代会は総代全員が集まりますので、実質的な議論を行うことは難しいのが実情です。そのため、ほとんどの生協では、通常総代会以外に総代が集まって意見交換をする場を設けています。こうした場は、「地区総代会議」や「総代懇談会」などの名称で開催されています。

■理事会の構成

理事会の構成は生協ごとに違いますが、大まかにいって、職員集団を管理し執行の責任を負う常勤理事と、常勤理事の業務執行を組合員や外部の視点でチェックする非常勤理事 (組合員理事や有識者理事など) とで構成されます。

第3章

生協の事業いろいろ

生協では私たちのふだんのくらしを支える様々な事業を行っています。それぞれの事業の特徴や内容について大まかに説明します。

コープ商品ってなに？

コープのオリジナル商品が「コープ商品」

「コープ商品」は、生協が独自に開発した商品で、生協でしか買うことのできない商品です。いわば生協のオリジナルブランド商品、ということになります。これに対して、一般のメーカーが製造・販売している商品のことを「ナショナルブランド商品（NB商品）」といいます。流通事業者などが独自につくった商品のことを「プライベートブランド商品（PB商品）」といいますから、「コープ商品」は、生協のプライベートブランド商品、ということもできますね。

コープ商品はどこが開発しているの？

ひとくちに「コープ商品」といっても、どこが開発しているか、によって取り扱いなどが違います。表示やマークで確認してみてください。

- みなさんが加入されている生協（○○コープ、○○生協）が開発・販売している商品。原則として開発した生協でしか購入できません。
- 近隣の生協が共同出資して設立・運営している「○○事業連合」が開発・販売している商品。事業連合に加入している生協で取り扱っています。
- 全国組織である日本生協連が開発・販売している商品。全国の生協で取り扱いが可能ですが、取り扱うかどうかはそれぞれの生協が判断します。

日本生協連コープ商品のマーク

一部に自社工場で生産しているものもありますが、多くのコープ商品は一般の工場でつくられています。「仕様書」といって、どのような商品をつくるのかを詳細に記した計画書をつくり、それにそって生産してもらいます（「委託生産」といいます）。そして、仕様書通りに生産されているかどうかを生協がチェックします。

くらしの声から生まれ、世の中にも影響を与えてきたコープ商品

自分たちが望む商品を、自分たちでつくり、自分たちで利用しよう、と始まったのがコープ商品です。日本生協連のコープ商品開発の歴史は1960年代にさかのぼります。

大手メーカーの独占価格に対抗した低価格商品や、添加物の削減、くらしの中の「あったらいいね」という声からつくられた商品などが生まれ、コープ商品がヒットしたのをきっかけに、一般のメーカーでも商品化される、ということも度々ありました。

2008年１月の「CO·OP手作り餃子」重大中毒事故を契機に、日本生協連では「品質保証体系の再構築」に取り組んできました。現在、コープ商品は、原材料の段階から、組合員にお届けするまでの工程を適切に管理することで商品事故を削減しています。

コープ商品はたくさんの組合員の声から生まれ、組合員の声によって見直しが行われています。試食会やモニター、商品を囲む組合員の集まりなどは、もちろんですが、商品の購入（利用）も含めた幅広い「参加」がよりよいコープ商品をつくることにつながっています。

宅配事業（グループ宅配事業／個人宅配事業）

日本の生協が生み出した独特の事業スタイル

宅配事業（グループ宅配、個人宅配）は、多くの生協で取り入れられている事業の方法（「業態」といいます）で、実は世界の生協の中でも日本独特の方法として注目されている事業形態です。

呼び方は生協によって違っていて、生協設立当時、牛乳や卵などをみんなで購入してわけあった、という経験から名づけられた「共同購入」という呼び方、お店（店舗）での供給に対して「無店舗事業」という呼び方、一般的になじみやすい名称として「宅配事業」といった呼び方などが使われています。しくみとしてはどこもほぼ同じで、日本全体では約1,100万世帯が利用、年間の利用高は約1.6兆円です（2012年度末）。

利用形態は、班・グループでの利用／個人での利用／ステーション（指定の受け取り場所での受け取り）などがあります。

進化するしくみ

初めのころは、手書きで班ごとに集計や集金をし、届いた商品も班の中で分けあいをしていましたので、そのころの利用者の方からは、「係になるとたいへんだった」「金額があわなくて苦労した」「でも、その苦労でみんな仲よくなれた」というお話を聞くことがあります。

1980年代に、現在も使われているOCR（手書き文字を読み取る装置）による注文や新しい商品仕分けのシステムなどが導入され、代金も個人口座からの引き落としになりました。

最近では、インターネットを使った注文のしくみが普及し、スマートフォンでの注文も可能になるなど、より使いやすくするための改善も行われています。

配食事業（夕食宅配）

生協の配食事業では、高齢者や一人暮らしの方など、食事づくりに困っている方へお弁当やおかずを届けています。全国で48生協が実施し、登録利用者は24.7万人、1日当たり約7万食を配達しています（2014年5月末現在）。

地域の見守り活動

一人暮らしの組合員や地域の高齢者にお会いする機会が多いという宅配事業の特徴を生かし、各生協では自治体などと「地域の見守り協定」の締結を進めています。協定の内容は、担当者が配達の際に異変に気づいた場合、事前に取り決めた連絡先に速やかに連絡を行うというものです。2014年5月現在、79生協が21都道府県・539市区町村・16社協と協定を締結しています。

店舗事業

生協の店舗は全国に約980店

生協の店舗は、全国で約980店あります（2013年度末）。店舗の数は生協によって異なり、店舗をたくさん展開している生協もあれば、ほとんど（あるいは全く）店舗を持たず、グループ宅配や個人宅配だけ、という生協もあります。

店舗をつくるには、土地や建物などの投資が必要ですし、オープンしてからも一定の品揃えや人員配置が必要ですから、全体として経費がかかることになります。

生協の店舗事業の課題

個人商店がまだまだ残っていた1980年代までは、スーパーマーケットもそれほど大きくなく、売場面積300坪程度の店舗でもそれなりに利用されていました。しかし、現在ではライフスタイルも変化して、一つの店舗で必要なものがすべてそろう規模（大体800坪程度の広さが必要といわれています）の店舗が求められるようになってきました。

求められる店舗は大規模化していますが、それだけ経費もかかるわけで、その経費に見合うだけ利用されるような魅力のある店舗づくりが必要になっています。

生協全体としては、店舗をつくり運営する力はまだまだ十分ではなく、店舗を展開する生協では力を入れなければいけない課題となっています。

地域の組合員に支持され、より多くの人に利用してもらえるような店舗をつくり、日々のくらしに役立ててもらうことが求められます。

「買い物弱者」を支援する移動販売車

過疎化や高齢化などによる「買い物弱者」問題は、近年都市部でも深刻化しています。

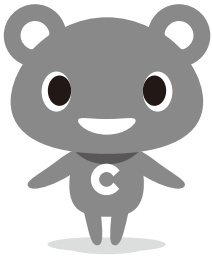
各地の生協では、店舗を拠点に、冷凍・冷蔵ケースを設置した車に商品を積んで地域を回る移動販売車を運行しています。25生協が120台を導入しています（2014年4月20現在）。

共済事業

「共済」は助け合いの制度

「共済」とは、病気やケガ、災害などの際の経済的な負担を、組合員がお互いに助け合って保障しあうことを制度化したものです。加入者は毎月一定の「掛け金」を出し合います。保障が必要となった場合には、皆が出し合ったお金の中から、規定に応じて共済金をお支払いします。

全国の生協が協力して運営する「CO・OP共済」



CO・OP共済のキャラクター、コーすけです。
コープの「コー」と、たすけあいの「すけ」で、「コーすけ」。
一人前を夢見てがんばるクマの生協職員です。

現在多くの生協で行っている共済事業は、日本コープ共済生活協同組合連合会（略称：コープ共済連）が実施する「CO・OP共済」です。

CO・OP共済は、1984年に、組合員どうしがくらしを助け合う目的で生まれました。はじまりは、コーヒー1杯分の掛金（300円）で「死亡10万円、入院見舞金2万円」の小さな保障でした。以後、「もっとくらしに必要な保障を」という組合員の願いに応えて、CO・OP共済は加入者の輪を広げ、充実した保障を実現してきています。2013年度末で、取り扱い生協は150、加入者は全国で約810万人となっています。

CO・OP共済の特徴的なコースとして、女性がかかりやすい病気による入院を手厚く保障する「女性コース」、子どもの病気やケガの保障が充実している「ジュニア18コース」などがあります。

特に「ジュニア18コース」は、病気入院、ケガ通院ともに１日目からと、子どもに多い短期の入院や通院を保障するなど、くらしのニーズにあった内容になっています。2011年には、組合員さんからのたくさんの声によって、終身共済が誕生しました。

CO·OP共済は、生協の宅配時や店舗で、加入することができます。万一の際の共済金請求は、コールセンターや一部の店舗の共済カウンターでも受け付けしています。また、共済金請求時は、組合員どうしのお見舞いの気持ちを伝えるため、組合員が作った折鶴を送っており、共済金を請求した加入者の方からは、感謝の声が多数寄せられています。このように身近なところで加入や共済金の手続きができることや折鶴の取り組みのほか、共済金請求手続きの簡便さ・スピーディーな対応なども、加入者から高く評価されています。

組合員が育てるCO·OP共済

CO·OP共済は、組合員の声を事業にいかす取り組みに努め、日本最大級の顧客満足度調査である（公財）日本生産性本部内・サービス産業生産性協議会が発表した「2013年度JCSI（日本版顧客満足度指数）調査」において、CO·OP共済が、生命保険（共済）業界の顧客満足度において第1位をいただきました。

組合員の声は、宅配や店舗だけでなく、コールセンター、各種アンケート、ホームページなど様々なところでおうかがいしています。これからも寄せられた声を、商品の改善やサービスの見直しに生かしていきます。

福祉事業

介護保険事業の展開

全国の生協では、主に同じ地域で暮らす高齢者の生活支援や障がい者支援を組合員どうしのたすけあい活動をベースに進めてきました。2000年には介護保険制度が創設され、利用者（要支援･要介護）は自分の状況に合わせて介護サービスを選択できるようになりました。生協では、フォーマルサービス（介護保険制度）とインフォーマルサービス（たすけあい活動等）を連携させ、利用者本位のサービス展開を進めています。

介護保険制度は、3年に1度、介護報酬単価が改定されます。特に訪問介護事業（ホームヘルパーによるサービス）は報酬単価が低いため、ヘルパー等の人材不足が課題です。超高齢化社会が急速に進行する中、福祉事業の担い手の確保や事業として継続していける経営基盤づくりが課題となっています。

くらしの助け合い活動

生協ならではの地域福祉活動に「くらしの助け合いの会」があります。

「くらしの助け合いの会」は、高齢化が社会的な課題となった1980年代後半から、地域の中で、ちょっとしたくらしの手助けをしあうしくみとして広がってきた活動です。会の主旨に賛同し、会員となった組合員どうしが、有償で家事の援助などを行うもので、高齢者や障がい者の生活を支える役割を担っています。

また、産前産後の家事・育児援助や子育てのお手伝いなど、子育て層に向けた活動も広がっています。

知っていますか？　介護保険制度の言葉

●**ケアプランニング（居宅介護支援事業）：**

ケアマネージャーが本人の状態像を把握し家族の意見などを聞いた上で、利用者の自立に向けたサービス内容やスケジュールを計画することです。

●**ホームヘルプサービス（訪問介護事業）：**

ホームヘルパーが家庭を訪問して、入浴、排せつ、食事の介助や、家事などの手助けを行い、利用者の生活の自立を支援します。

●**福祉用具貸与事業：**

介護福祉用具（ベッド、車いす等）をレンタル（お貸し）する事業です。

●**デイサービス（通所介護事業）：**

デイサービスセンターで、食事、入浴の提供や、日常動作訓練などを行う事業です。

●**ショートステイ（短期入所生活介護）：**

在宅で介護を受けている人が、一時的に入所して、日常の世話を受けるサービスです。

環境への配慮

環境問題へのとりくみの歴史

生協の環境保全のとりくみは1970年代の水環境問題や「買い物袋持参（レジ袋削減）」運動などから始まり、1990年前後の地球環境問題への関心の高まりとともに広がりました。その中では、事業を行う際にも普段の生活を営む上でも、環境への影響を与えずにはいられない、という立場から、できるだけ環境に配慮した事業のあり方やくらしのあり方をめざすことが強く意識されてきました。

リサイクル

生協のリサイクル活動は、もともと組合員の自発的な運動から始まりました。組合員や社会の意識が高まるにつれ、事業者の責任として、供給した商品の容器包装を回収し、リサイクルする生協が増えてきました。生協のリサイクルのとりくみは社会にも大きな影響を与え、1997年には「容器包装リサイクル法」が施行され、今では社会全体として容器包装をリサイクルすることがルールとなっています。

マイバッグ運動

生協では1970年代から「マイバッグ運動」（買い物袋を持って買い物に行こうという運動）を組合員活動と事業が一体となってとりくんできました。全国の生協ではレジ袋の削減のために、組合員の理解を得ながら様々な形でレジ袋の削減を進めています。

環境のことを考えた商品

▲上段左から、エコマーク・MSC・FSC・有機JAS・MEL・レインフォレストアライアンス
※このほかに「特別栽培農産物」があります

生協では、社会的に認められた環境認証をコープ商品の「環境配慮基準」として採用しています。第三者による認証で客観性をもつことと、環境に配慮した商品を広く普及することを目的としていることから、現在、生協の独自基準は設定していません。2014年現在、左のような認証を採用しています。

▲カーボンフットプリント・マーク

また、消費者に環境に関する情報を提供する一つの方法として、商品の生産から廃棄までを通した二酸化炭素の排出量を表示する取り組みも行っています。これは「カーボンフットプリント（炭素の足跡）」という方法で、左のようにあらわされます。

気候変動を防ぐために～温暖化防止の取り組み

CO_2などの温室効果ガスが増え、気候変動が起きつつあります。すでに、気候変動は避けられず、自然や社会への影響を少なくするためには、大幅な温室効果ガスの削減が必要だといわれています。

生協では、省エネ型の店舗への転換や、エコドライブなどによる配送トラックの燃料使用量の削減などに取り組んできました。2020年に2005年度比で15%の温室効果ガス削減を目標として、事業の効率化や省エネをすすめています。

生協マメ知識3

■商品検査センター

コープ商品の安全性や品質を確保する一環として、日本生協連には「商品検査センター」が設けられています。商品検査センターでは、コープ商品に関わる様々な検査を行っています。検査は、開発時だけでなく、開発後やリニューアル時にも行われ、成分検査・微生物検査・残留農薬検査・食品添加物検査・GMO（遺伝子組み換え）検査など多岐にわたります。生協ごとに独自の検査施設を設けている場合もあります。

■食品安全基本法と食品の安全を守るしくみ（リスクアナリシス）

生協をはじめとする多くの消費者団体の運動で、2003年に食品安全基本法が制定されました。この法律により、「リスクアナリシス」の考え方による食品安全行政が始まりました。

リスクアナリシスとは、どのくらいの確率でどの程度、健康への影響が起きるかを科学的に評価し（リスク評価）、リスク評価の結果をふまえてリスクを低減するための適切な政策・措置を決定・実施し（リスク管理）、その過程で消費者・事業者などを含む関係者がそれぞれの立場から相互に情報や意見を交換すること（リスクコミュニケーション）を通じて、食品に関わるリスクを許容できるレベルに管理するという考え方とその枠組みのことです。

現在、食品安全委員会がリスク評価を行い、厚生労働省・農林水産省・消費者庁・環境省がリスク管理を行い、その過程でリスクコミュニケーションを行うというしくみになっています。

食品安全基本法では、「消費者の役割」として、「施策について意見を表明するよう努めることによって、食品の安全性の確保に積極的な役割を果たす」とされ、消費者の参画も位置づけられました。

第4章

生協の活動いろいろ

生協の大きな特徴である、さまざまな組合員の活動。活動のテーマごとに、活動の歴史と意味について簡単に説明します。

組合員による様々な活動

一人ひとりのくらしからはじまる

生協では、組合員一人ひとりが、自分のくらしの中から関心をもって様々な活動を進め、くらしの願いを実現することを応援しています。活動の中には、長くとりくまれている活動も最近始まったばかりの活動もありますが、いずれにしても「くらしをよくする」「人々のつながりをつくる」「地域をよくする」という目的は共通しています。生協の活動は、くらしから始まり、くらしに戻ってくるものである、といえるのではないでしょうか。

仲間をふやす、よびかける

「活動」といっても特別なことではありません。人と人とのつながりや、「お互いさま」といった助け合いの気持ちを大切にすることが生協の特徴です。生協の活動では、一人ではなく、あるいは今いる仲間だけではなく、一緒に考えたり行動したりする仲間を増やすことも大切にしています。

生協ではそうした活動を応援するために、場所の提供・活動費用の援助・広報活動の支援・ネットワークづくりなどを行っています。

地域のネットワークづくり

生協での活動は、くらしの中からの第一歩という点や、くらしに密着したことをテーマにしている点に特徴があります。中には、より専

門的な活動をするため、生協の活動グループがNPO法人やワーカーズコレクティブ（＊）をつくるという事例も生まれています。活動の場としては、生協以外にも様々な市民団体や消費者団体、NPO等があります。生協では、地域の行政や様々な団体とのネットワークを広げ、安心してくらせる地域社会づくりに積極的に参加することを大切にしています。

また、地域に根ざした活動のほか、全国の生協が協力して大きな運動やキャンペーン、全国の生協が交流しながら活動をすすめる活動もあります。特に、私たちのくらしに共通して深く関わるテーマや、生協が組織として大切にしてきたテーマについては、地域での活動を促進するための応援が様々に行われています。

（＊）地域に必要な機能を事業化し、資金・労力・知恵を全員で出し合い、全員が経営に責任を持つという方式で運営する非営利の事業体のこと。保育、子育て支援、配食サービス、介護関連事業、リサイクルなどの事業がよく行われています。

くらしのテーマいろいろ　1

くらしや社会にあわせて変わっていくテーマ

くらしや社会の変化につれて、また地域の事情によって、様々な活動テーマがありますが、ここでは、多くの生協で共通してとりくまれているテーマについて、簡単に説明します。

「たべる、たいせつ」

「食べること」「食生活」は、多くの生協がその設立当初からとりくんできたテーマです。生協では食をめぐる様々な活動を「たべる、たいせつ」という言葉で表しています。全国の生協で、料理教室、産地・工場見学、食品表示の学習会、農業体験教室など様々な活動が行なわれています。

※各地の生協のとりくみ情報は　http://tabetai.coop/

食品の安全を求めて

生協では、食品の安全を確保するための社会的なしくみづくりを求めて、行政への働きかけも行っています。

1970～80年代には、食品添加物や農薬等の規制の強化を中心に訴えてきました。1999年には食品の安全を確保するための社会的なしくみづくりを求めたキャンペーンを展開し、1,373万人の署名を集めました。このキャンペーンは、最終的に2003年の食品衛生法の改正・食品安全基本法の制定などに結びつきました。その後も、食品安全委員会への意見提出や地方自治体での食品安全行政のとりくみチェックなど、継続してとりくみを進めています。

※食品の安全についてのとりくみ情報は　http://jccu.coop/food-safety/

消費者問題

2006年には、消費者の権利を守るためのしくみとして、消費者団体が被害者の代わりに訴訟を起こせる「消費者団体訴訟制度」が成立し、生協では、この制度を活用できる適格消費者団体の設立にも積極的に関わっています。2009年には、消費者行政の司令塔として消費者庁が、消費者行政の監視組織として消費者委員会が、それぞれ発足しました。これを機に、地方消費者行政の「集中育成・強化期間」（2009～2011年度）、消費者教育推進法の施行（2012年）、消費者裁判手続特例法の成立（2013年）など、消費者行政の充実・強化が進んでいます。

家　計

物価高の時代に、自分のくらしの記録を自分でつくり、見直すことから始まった家計活動。日本生協連は全国のデータを集計して分析しています（「全国生計費調査」には毎年約1,800人が参加）。また、くらしの保障やお金について考える「ライフプランニング活動」や、家計やくらしを前向きに考えるきっかけを提供する「くらし設計ワークショップ」の活動なども行われています。

社会保障を考える

年金や社会保障、税金などのしくみは、国全体の大きな制度ですが、同時に私たちの身近なくらしにも大いに関係があります。生協は、これらのテーマについて学び考え合う活動を進めています。

※消費者問題、家計、社会保障のとりくみ情報は
http://jccu.coop/kurashi/

くらしのテーマいろいろ　2

環　境

1992年の地球サミットの前後から、私たちのくらしが地球に大きな負担をかけていることが知られるようになり、環境に配慮したくらしのあり方を考え、実践するとりくみが広がりました。くらしと環境問題の関係を学ぶ、くらし方の見直し、身近な環境を調べる活動、自然とふれあう活動などです。「マイバッグ運動」も各地で展開され、生協だけではなく行政や他の流通事業者にも影響を与えています。

※生協の環境へのとりくみ情報は　http://jccu.coop/eco/

平　和

生協では「平和とよりよき生活のために」というスローガンをかかげ、身近なところから平和について考え学習する取り組みを進めています。地元在住の被爆者や戦争体験者から当時の話を聴いたり、その話を記録に残したり、戦争に関する写真や資料を展示したり、地域の戦跡を訪ねたり・・・特に、次の社会を担うこどもたちに、平和へのねがいを引き継いでほしいとの思いから、親子で平和を考えるイベントが多くとりくまれています。核兵器の廃絶を訴えるとりくみも幅広く実施されています。毎年8月には、広島・長崎で全国の活動を交流するための大きな集いも行っています。

※平和活動の情報は　http://jccu.coop/peace/

ユニセフ（UNICEF）

ユニセフ（国連児童基金）の活動に生協が協力するようになったのは、1979年の国際児童年からです。生協を通してユニセフに協力する募金金額は年間約2億5千万円。日本国内のユ

ニセフ募金の約1.5%となっています。

※ユニセフ支援活動の情報は　http://jccu.coop/unicef/

福　祉

高齢化が進む中で、高齢者福祉を対象とした活動が広がりました。多くの生協でとりくまれているのが「くらしの助け合いの会」活動です。「助け合いの会」に、利用会員と活動会員（援助会員・奉仕会員）が登録し、コーディネーターがその橋渡しをします（賛助会員として、会の財政的な支援をする制度もあります）。活動は、家事援助や簡単な介助など、高齢者や障がい者、産前産後など、ちょっとした手助けでくらしを支えることです。その他にも、地域の高齢者が一緒にテーブルを囲んでふれあいの時間を過ごす「お食事会」や、お弁当をつくって地域の高齢者宅に届ける「配食活動」、参加したい人が自由に参加しふれあえる場づくり「ふれあいサロン」などもあります。

子育て

子どもが育てにくい、育ちにくい社会になったといわれます。地域のつながりを大切にする生協らしい活動として、子育て支援にとりくむ生協がふえています。

子育て中の親子が自由に参加できる居場所である「子育てひろば」や「ベビーマッサージ」、「離乳食学習会」など、多くの生協が親子を対象にした企画を行なっています。また、長期の休み期間に行なわれる小学生を対象とした企画や若者を対象とした企画など、幅広い年齢を対象としてとりくみも行なわれています。

※子育てに関するとりくみ情報は　http://ikuji.coop/

私たちの声を事業に

生協の事業は組合員の声から生まれる

生協の事業や商品は、組合員の「○○だったらいいな」「もっと○○だと便利なのに」といった声から生まれてきました。社会的なテーマではなく、くらしの中での情報交換や生協の事業・商品について、組合員どうしが意見交換し、話し合う機会も、組合員の活動として大切にされています。

くらしのおしゃべりをたくさん

生協ごとにしくみや場のつくり方は違いますが、くらしの中でのちょっとした関心事や情報交換をする「おしゃべり」の場づくりは、生協にとって大切な「組合員活動」です。班や知り合い同士の小さなグループでの「おしゃべり会」、地域の委員会での話題づくりの場、生協商品を囲んでの試食会のような気軽に参加できる場が多くの生協で工夫されています。くらしが多様になり、誰もが満足する大ヒット商品が生まれにくくなっているといわれています。それだけに、こうした何気ないくらしのできごとを交流し、お互いに学びあったり、発見しあったりする場はこれからとても大切になってきます。

また、こうしたおしゃべりの場以外にも、商品の開発・改善の際のモニター制度、商品の使い方や改善についての研究活動、商品政策についての意見交換会や政策検討委員会など、さまざまなレベルで組合員が商品・事業にかかわる機会がつくられています。

生産者と消費者をつなぐ産直活動

生産者と消費者を、もの（農産物など）と人のつながりとでつなぐのが「産直」の活動です。生協では、生産者とのつながりを大切にした産直商品を取り扱っていますが、それだけではなく、生産の現場の見学や、生産者を招いての学習会も各地で開催されています。

組合員（消費者）にとっては、商品がどのようにつくられているのかを知り、商品を選んだり使ったりする際の参考にすることができますし、生産者にとっては、実際に使う人たちのくらしや声に触れることで、よりよい商品づくりのきっかけにもなります。さらには、生産者としての思いや苦労、利用している人のくらしぶりを、生産者と消費者が分かち合うことで、お互いが生産と消費のつながりを感じる機会にもなっています。

産地との交流の企画は、地域の委員会などが主催者になることが多いようです。みなさんの生協でも、こうした企画についてのメニュー提供や応援制度が工夫されていることと思います。生産者と消費者の交流や生産の現場を知る活動は、個人ではなかなか経験のできない貴重な体験機会として、近年とても人気のある活動でもあります。

地域社会の中の生協

地域づくり・まちづくりにも積極的な役割を

生協は組合員の組織ですから、「組合員のために」を第一に考えて様々な事業や活動を行います。しかし、これは「組合員のためだけに」ということではありません。生協の組合員であることは、地域の中でそれほど特別なことではなく、むしろ、「組合員のねがい」は地域にくらす全ての人たちのねがいと共通したものであると考えるのが自然です。協同組合原則（6ページ参照）には、「協同組合は、コミュニティの持続可能な発展のために活動します（コミュニティへの関与）」と述べられていますが、これは、生協の様々な事業や活動は、地域社会やそこにくらす人たちに役立つものであることをめざす、ということだともいえるでしょう。

私たちの様々な活動の中でも、「組合員でなければ参加できない」「生協だけでやらないといけない」ということはほとんどありません。組合員でない方にも参加を呼びかけたり、生協のグループとして地域の行事などに参加したりして、地域社会を元気に、楽しくすることに積極的に関わっていけるといいですね。

まちづくり

身近な地域に関心を持つことで、地域の課題や特徴が見えてきます。

「子育て」「福祉」「環境」「平和」「防災・減災」など、地域の課題は様々です。その違いにより、住んでいる人たちのニーズや願いも違ってきます。実際にまち歩きをしたり、行政の窓口に行って情報を集めたり、地域の人たちの口コミ情報を集めたりして、調べたことをまとめるうちに、地域の課題が見えてきます。住みよいまちづくりのためにできることを、みんなで考え合いましょう。

地域のネットワークを生かして

地域の中には、生協以外にも「くらしをよくしたい」「私たちの住むまちをよくしたい」と活動している人や団体がたくさんあります。地域の中の課題や問題は、生協だけの力では解決できません。行政や各種の市民活動団体・グループとネットワークしながら、活動をすすめていきましょう。これまでも、各地で消費者問題、福祉、子育て、まちづくり、文化活動、国際活動などいろいろな分野でのつながりが生まれています。

生協マメ知識4

■消費者の権利

アメリカのケネディ大統領が1962年の演説の中で、①安全を求める権利、②情報を知らされる権利、③選択する権利、④意見を反映させる権利、を消費者の4つの権利として挙げました。その後フォード大統領が、⑤消費者教育を受ける権利を加え、さらに国際的な消費者団体である国際消費者機構(CI)がこれらに「健康と環境への権利」などを加え、8つの権利と5つの責任として整理し、世界各国でこの考え方が受け入れられています。日本では、2004年に成立した消費者基本法の基本理念に反映されています。さらに詳しく知りたい方はこちらをご覧下さい。http://no-trouble.coop/

■消費者基本法

1968年に制定された「消費者保護基本法」が大きく改正され、2004年に「消費者基本法」となりました。この改正では「消費者の権利」が明確にされるとともに、消費者が「保護される立場」から「権利をもつ自立した立場」として位置づけられることになりました。

■全国消費者団体連絡会（全国消団連）

「消費者の権利の確立とくらしを守り向上をめざすため全国の消費者組織の協力と連絡をはかり、消費者運動を促進すること」を目的として、消費者団体・労働組合・生協などによって1956年に設立されました。2013年には一般社団法人となり、現在では、全国規模の消費者団体・組織、地方の消費者連絡組織など40以上の組織が加入するネットワーク組織として、交流、調査・研究・提言、情報収集・提供、普及・啓発などの事業を行っています。生協では、日本生協連が正会員として加入しているほか、地方消費者組織を通して各地の生協もネットワークの一員となっています。

第5章

日本の生協のあゆみ

日本の生協のあゆみを社会の動きとともにまとめました。あなたの人生を重ね合わせながら、生協のあゆみをとらえるための参考にしてください。

社会の動きと生協の動き・コープ商品の

1950　1960

社会の動き

■1946年
・食糧メーデー

■1948年
・不良マッチ退治主婦大会

■1954年
・黄変米配給反対運動

■1955年
・森永ヒ素ミルク事件

■1956年
・水俣病が確認される

■1958年
・インスタントラーメン発売

■1962年
・ケネディ「消費者4つの権利」宣言
・レイチェル・カーソン『沈黙の春』出版

■1964年
・主婦連「粉末ジュース」表示告発

■1965年
・2ドア冷凍冷蔵庫発売

■1966年
・物価メーデー

■1968年
・カネミ油症事件
・レトルト食品発売

行政の動き

●1947年
・食品衛生法公布

●1948年
・生協法成立

●1957年
・経済企画庁「国民生活白書」発表

●1960年
・国際消費者機構結成

●1961年
・OECDに消費者政策委員会設置

●1967年
・公害対策基本法公布

●1968年
・消費者保護基本法公布

●1969年
・人工甘味料チクロ使用禁止

生協の動き

◆1940年代
戦後復興の中、全国各地で生協が再建・設立

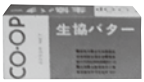
◆1951年～
・日本生活協同組合連合会(日本生協連)設立

◆1964年～
・各地で大学生協の支援による生協の再建・設立がすすむ

◆1968年～
・共同購入がはじまる

主なCO・OP商品

◎1960年
・生協連コープ商品第1号
コープ生協バター



◎1966年
・衣類用洗剤
コープソフト

◎1967年～
・各地の生協でコープ牛乳、コープ醤油などを開発

◎1969年
・生分解性のより高い高級アルコール系衣料用洗剤
コープセフター

開発の歴史

1970　1980　1985

■1970年
・カラーテレビ買い控え運動（二重価格問題）
・光化学スモッグ発生
・公害メーデー

■1971年
・ハンバーガーチェーン日本上陸
・カップラーメン発売

■1973年
・第一次オイルショック

■1974年
・灯油裁判始まる

■1975年
・ベトナム戦争終結

■1978年
・第二次オイルショック

■1979年
・米国スリーマイル島原発事故

■1982年
・国際消費者機構「消費者8つの権利」、「世界消費者権利の日」提唱
・「オゾンホール」が南極で見つかる

●1970年
・農薬に登録保留基準導入。残留性が高く毒性が強い農薬の禁止・制限
・国民生活センター設立

●1971年
・環境庁発足

●1976年
・訪問販売法公布

●1979年
・「琵琶湖富栄養化防止条例」制定

●1983年
・食品添加物11品目新規指定

◆1972年
・日本生協連商品試験室開設

◆1973年
・日本生協連総会で「コープ商品政策」決定

◆1976年
・日本生協連商品検査センター開設

◆1980年代
・共同購入のシステム整備がすすむ

◆1983年
・「食品添加物の総量規制」を掲げる総会決議

◆1984年
・CO・OP共済《たすけあい》スタート

◎1970年
・サリチル酸不使用清酒　虹の宴

◎1971年
・コープカラーテレビ
・コープ無漂白小麦粉

◎1972年
・発色剤を使わない「無塩せき」
コープハム・ウインナー

◎1973年
・コープ無着色たらこ
・コープ無漂白かずのこ

◎1978年
・安心できる手頃な価格
コープ基礎化粧品

◎1979年
・イタリア生協連との提携
コープイタリアスパゲティ

◎1981年
・野菜果汁飲料のパイオニア
コープミックスキャロット

◎1983年
・牛乳パック古紙使用
コープコアノンロール

1985　1990

社会の動き

■1980年代後半～
・バブル経済
・生協規制の動きが強まる

■1985年
・国際婦人年

■1986年
・チェルノブイリ原発事故

■1991年
・牛肉・オレンジ輸入自由化
・バブル経済が崩壊

■1992年
・国連環境開発会議（地球サミット）

■1993年
・冷夏による米不作で緊急輸入

■1995年
・阪神・淡路大震災

■1996年
・イギリスでBSE（牛海綿状脳症）発生

■1997年
・ダイオキシン社会問題化
・遺伝子組換え食品への関心の高まり

■1999年
・東海村JCO臨界事故故発生

行政の動き

●1985年
・男女雇用機会均等法成立

●1988年
・食品添加物全面表示義務づけ

●1989年
・消費税導入

●1992年
・有機農産物表示ガイドライン通達

●1994年
・製造物責任法（PL法）成立

●1995年
・容器包装リサイクル法成立

●1998年
・地球温暖化対策推進法成立

●1999年
・情報公開法成立

生協の動き

◆1985年
・全国の組合員数が1000万人に

◆個人宅配始まる

◆1992年
・ICA第30回東京大会開催

◆1995年
・ICA100周年記念大会（「協同組合の定義・価値・原則」採択）

◆1997年
・「遺伝子組換え食品表示ガイドライン」とりまとめ
・全国の組合員数2000万に

主なCO・OP商品

◎1990年
・缶飲料にステイオンタブ導入

◎1995年
・国内農産物を原料にした加工食品「日本の野菜シリーズ」

社会の動きと生協の動き・コープ商品の開発の歴史

2000　　2010

■2001年
・国内初のBSE牛確認
・米国で「同時多発テロ」

■2002年
・BSEと食品の偽装表示が問題化

■2005年
・気候変動に関する国際連合枠組条約の京都議定書発効

■2007年
・食品偽装事件多発

■2008年
・中国製冷凍ギョーザ中毒事件
・リーマンショック

■2011年
・東日本大震災
・東京電力福島第一原発事故
・振り込め詐欺・架空請求などの消費者被害多発

●2000年
・介護保険制度施行

●2002年
・アレルギー表示・遺伝子組換え表示義務化

●2003年
・食品安全基本法成立、食品衛生法抜本改正

●2004年
・消費者保護基本法を消費者基本法に改正

●2005年
・食育基本法制定

●2007年
・改正生協法成立

●2009年
・消費者庁設立

●2012年
・消費者教育推進法制定
・集団的消費者被害回復に係る訴訟制度成立

●2013年
・食品表示法成立

◆2000年
・「食品衛生法を改正しよう!全国組合員集会」

◆2001年
・「あらたな生協産直基準」提起
・「たべるたいせつ」キャンペーン

◆2008年
・コープ共済連創立
・日本生協連・コープ商品の品質保証体系の再構築計画の取り組み開始

◆2010年
・医療福祉生協連設立

◆2011年
・「日本の生協の2020年ビジョン」策定

◎2004年
・「クォリティコープシリーズ」（のちに「コープ美味しさシリーズ」）

◎2010年
・「コープベーシック」シリーズ発売

◎2014年
・「ラブコープ」キャンペーン

生協しってみよう！シート

1　正式名称

● ロゴマークの意味

ロゴマーク

● ホームページアドレス

2　わたしの生協のスローガン・キャッチフレーズなど

わたしの生協について、基本的な事柄をまとめておきましょう。
なにかと便利ですよ!

3 設立された年

年

● 設立のエピソード

4 これまでの主なできごと

年

年

年

5 だいたいのようす

● 組合員数

● 出資金　円

● 年間事業高　円

● 店舗数　店舗　● センター(支所)数　センター

● 役　員

理事長(または会長)の名前

専務理事の名前

理事会　合計　名

うち組合員理事は　名

監　事　名

● 総代数　名

6 わたしの活動エリアのようす

● 活動エリアの名前

● 活動エリア内の市町村名

● 活動エリア内について

組合員数　名

店舗数　店舗

配送センター(支所)数　センター

総代数　名

7 組合員活動の話題

● 今年の組合員活動の話題といえば…

その1

その2

その3

8 聞きたい！ 知りたい！ ときの問い合わせ先は

● 商品や事業について

窓口名　　TEL

窓口名　　TEL

窓口名　　TEL

● 組合員活動について

窓口名　　TEL

窓口名　　TEL

窓口名　　TEL

発 行　2014年8月29日（第4版）
日本生活協同組合連合会　組合員活動部
〒150-8913
東京都渋谷区渋谷3-29-8 コーププラザ
TEL.03-5778-8124　FAX.03-5778-8125

生協名

氏名