

1990年代における生協産直：「全国生協産直調査」 に基づく検討

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学人文社会科学部 公開日: 2019-03-22 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 高倉, 博樹 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00026326

論 説

1990年代における生協産直：「全国生協産直調査」 に基づく検討

高 倉 博 樹

I. 本稿の課題

本稿の目的は、1990年代における日本の「生協産直」事業の在り様が、1980年代と比較して変化したのか、変化したとすればどのような点においてかを明らかにすることにある。

「生協産直」事業は、「消費者」と「生産者」という、潜在的には利害の相反するプレイヤーを取引パートナーとして組織化し、一般の中央卸売市場経由の青果流通とは異なる取引の在り方を模索・構築したものである。この動きは、結果的に、現在みられる通り、大手小売事業者や外食（中食）業者にまで浸透してゆき、青果流通の在り方を大きく変えていくこととなった。

「生協産直」の考え方は、全国の各生協によってそれぞれ異なるが、一般的には1980年代以降に多くの生協で取り入れられている「産直三原則」が基準となる。これによれば、「① 生産地と生産者が明確であること、② 栽培、飼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」⁽¹⁾、これら三つが「生協産直」の要件となる。近年では、日本生活協同組合連合会（以下、日本生協連）の産直事業委員会が、あるべき生協産直の要件として「生協産直基準（5基準）」⁽²⁾を提唱しているが、本稿の主たる分析対象は90年代であるため、基本的には上記「産直三原則」を念頭に考察を進めるものとする。

青果に関する「生協産直」事業は、“中央卸売市場を介した流通”への農業生産者による反発と、生鮮食品の“安全・安心”を求める生協の関心とが接合したことにより1970年代頃から広がり始め、80年代に大きな発展を迎えた⁽³⁾。日向（2017）は、80年代の「生協産直」事業について、同事業に参画した各プレイヤーの“関心の在り様”という観点からアプローチし、異なる利害に立った各プレイヤーのもつ同事業への関心のズレを明らかにすることで、順調に急拡大したかのよう

⁽¹⁾ 日本生協連HP、「『生協産直』のご紹介」(<https://jccu.coop/activity/sanchoku/introduce.html>)を参照。

⁽²⁾ ① 組合員の要求・要望を基本に、多面的な組合員参加を推進する、② 生産地、生産者、生産・流通方法を明確にする、③ 記録・点検・検査による検証システムを確立する、④ 生産者との自立・対等を基礎としたパートナーシップを確立する、⑤ 持続可能な生産と、環境に配慮した事業を推進する、がこれにあたる。前掲日本生協連HP「『生協産直』のご紹介」。

⁽³⁾ 「生協産直」それ自体は、1960年代に牛乳や卵を対象に始まり、徐々に青果をも対象とするようになった。

に見える80年代の“生協産直市場”が「微妙なバランスのうえに成立していた」と結論付けている⁽⁴⁾。本稿の課題は、1990年代の「生協産直」事業の展開において、各プレイヤー間のこうした「微妙なバランス」にはたして変化が生じたのかを、主に「全国生協産直調査」（以下、「全国産直調査」）を素材として検討することである。

Ⅱ. 1980年代における「生協産直」の特徴—日向（2017）⁽⁵⁾による考察

日向は、生協産直事業が急成長をみた1980年代に視点を定め、①産直への取組みの初期を回顧するような文献に拠って、高度成長期以降の消費者（生協組合員）、農業生産者の問題意識を探るとともに、②1980年代に入って日本生協連の主導の下に実施された「全国産直調査」に拠って、事業の急拡大期における各プレイヤーの関心の在り様とその変容を検証した。各プレイヤーとは、(i)農業生産者、(ii)地域生協（運営層ないし職員）、(iii)日本生協連、(iv)生協組合員であり、それぞれの同事業に向けた関心の在り様は、次のように整理される。

(i)農業生産者

農業生産者は、中央卸売市場でのセリ取引に規定される“価格の不安定性”と、農協経由の集出荷において要求される厳しい防除基準ゆえの“農薬多投問題”に大きな不満を抱いていた。したがって、農協経由の中央卸売市場における取引を脱し、「生協産直」の相対取引に依拠することで、“価格決定への関与”と“低農薬栽培”，さらには“(生協という)安定的な販路の確保”を実現し、農家経営の安定化を図ることを志向していた。

(ii)地域生協（運営層ないし職員）

地域生協では、当時不振であった店舗事業⁽⁶⁾に代わって（無店舗事業としての）“共同購入”が伸びつつあり、“安全・安心”，“生産者との相互理解”というブランド価値をもつ産直事業が、共同購入事業にマッチするものとして着目された。換言すれば、各地域生協の運営層は、生協組合員に訴求する“商品戦略”の文脈——端的には、当時の組合員の支持を集めた“安全性”・“生産者との相互理解”という観点——から産直に注目していた。

(iii)日本生協連

80年代は、全国の小売業者から生協規制の要望が生じており、これに対抗しようとする日本生協連は、「生協の社会的存在意義ないし生協事業の正当性をアピールする観点から、生協活動が

⁽⁴⁾ 日向祥子（2017）「1980年代の『生協産直』—誰が何を求めていたか—」『静岡大学経済研究』, 21(4), p. 61.

⁽⁵⁾ 前掲日向（2017）。

⁽⁶⁾ 後掲の図2によれば店舗供給高は伸びているが、店舗運営の未熟さや商品力不足などにより、採算上は苦戦する店舗が多かった。

……むしろ地域的課題に貢献しうるものであることや、単なる商業行為を超えた意義深い啓蒙上の価値を有することを謳おう⁽⁷⁾とし、その文脈上に「生協産直」を位置付けようとした。

(iv)生協組合員

80年代の生協事業の急成長を牽引したのは、地域ごとに“専業主婦”を組織した班による共同購入事業であった。“専業主婦”は社会との接点が希薄化しがちであり、生協活動を通じて積極的に社会との接点を見出そうとするいわば“高感度な組合員”にとって、生協産直品は“安全・安心”、“生産者との相互理解”といった“格別の価値をもつ財”として受け止められた。その一方で、その他の組合員、例えば生協活動に熱中しているわけでもなく、単に近所付き合いの流れで生協に加入したにすぎないような、いわば“低感度な組合員”にとっては、生協産直品は必ずしも“格別な価値をもつ財”ではなく、買い物の不便さ⁽⁸⁾を補う程度のものと捉えられていた。

このように、各プレイヤーが「生協産直」に寄せる期待は全く同じものではなく、いわば“同床異夢”的な状況であったと言える。日向はこの状況が、1980年代を通じた事業規模拡大のなかで、既に危うさを露呈させつつあったと指摘する。すなわち、農業生産者にとっては、“収量と契約数量のミスマッチ”や、低農薬栽培に付随する「ホールドアップ」⁽⁹⁾が問題になっていったし、生協運営層・職員は、“構造的な必要量確保の困難さ（産地開拓の難しさ）”と“短期的な欠品リスク”に悩むようになった。他方で、生協組合員自体が増大してゆくなかで、“欠品リスク”や“品揃えの制約”、“割高感”、“品質の不揃い”といった点に不満を抱きうる“低感度組合員”層の動向も、無視しえないものとなりつつあった。

Ⅲ. 1990年代の生協を取り巻く環境変化

生協の事業高は1980年代に急成長を遂げたが、90年代におけるバブル崩壊後の長引く不況は、生協の事業経営に暗い影を落とした。

90年代初頭の生協事業は、80年代からの好調な伸長が続いており、また、組合員数の拡大も80年代後半の伸びを上回っていた（図1）。その流れに乗るかのようには、生協陣営は店舗事業の本格的な取り組みを進めた⁽¹⁰⁾。さらに、90年代前半には全農・単位農協との協同組合間提携が進めら

⁽⁷⁾ 前掲日向（2017），p. 49より引用。

⁽⁸⁾ 高度成長期以降に新たに開発された団地や住宅地では、エリア居住者の増加に見合う買い物インフラの整備が遅れがちであった。

⁽⁹⁾ 低農薬栽培による青果は、農協経由の流通ルート利用に堪える防除基準を満たさないため、「生協産直」事業に向けた低農薬栽培の取り組みは、一種の関係特権的投資としての意味を持っていた。前掲日向（2017），p. 56。

⁽¹⁰⁾ 日本生協連が「90年代構想」と第5次中期計画で“店舗事業重視”を謳い、また90年10月には店舗事業に取り組む全国の拠点生協によって日本生協店舗近代化機構（コモ・ジャパン）が設立されるなど、この時期は出店推進の機運が高まっていた。斎藤嘉璋（2007）『（改訂新版）現代日本生協運動小史』コープ出版，p. 196。

れるとともに、各地に生協間の事業連合が設立され、共同購入や店舗事業での県域を越えたり一
 ジョナルな連携、共同化が進められていった¹¹⁾。しかし、不況の影響から、94年に全国生協の総
 事業高が60年代以降初めて前年割れとなり（図1）、経営不振による倒産や生協トップの不祥事と
 いった問題が顕在化するようになる¹²⁾。90年代後半に入ると、生協の経営環境はますます厳しさ
 を増し、大規模生協においても資金問題を抱える事例が生じた¹³⁾。この時期、生協の事業におい
 て黒字であったのは専ら共済事業であり、これを除く購買事業のみでは生協の3分の1が赤字と
 推測されるほどであった。

確かに、店舗と共同購入の供給高は、90年代中頃から停滞し、特に共同購入供給高は、80年代
 の急成長とは対照的に、かなりの減少を余儀なくされた（図2）。90年代においては、かつてのよ
 うに“共同購入によって店舗の赤字をカバーする”ことが不可能となっていたのである¹⁴⁾。「生協
 産直」が依拠していた共同購入事業のこの低迷には、第一に、“不況下における他業態との競争激
 化”，これと関連して第二に、“生協組合員の動向”が大きく関係している。

第一の点として、不況による消費低迷の中で価格競争の傾向が強まったことの他に、スーパー
 など他業態による生協産直モデルの模倣が進行し、もはや産直品が“商品戦略”上の優位性を保
 証するものではなくなったことが考えられる。第二の点として、購買生協の組合員数自体は増加
 していたが、班組合員数は90年代半ば以降停滞し、後半になると徐々に減少していったことの影
 響が大きい（図2）。共働き世帯が増加し、また買い物インフラが整備されてゆくに伴い、班での
 仕分けといった共同作業を負担に感じる組合員が増えつつあり、休眠組合員の増加や脱退、その
 結果としての班の解散が進行していったのである。これに加えて、“組合員一人当たり月利用額”
 の低下傾向という問題もあった（図3）。一般的には一世帯に一人の組合員（そのほとんどは妻）
 であると考えられるため、その場合の“組合員一人当たり月利用額”は、生協商品に対する組合
 員世帯の需要を意味する。70年代ならびに成長期の80年代において生協を支えた組合員の高齢化

¹¹⁾ 例えば、90年には首都圏コープ、生活クラブ、ユーコープによる3事業連合が設立認可され、95年までに東関東5生協によるコープネット、九州のグリーンコープ（25生協）とコープ九州（8生協）、東海5生協の東海コープ、東北3生協のコープ東北サンネット、北陸6生協のコープ北陸といった各事業連合が設立された。しかしこれらは、発足間もなく、加盟生協の経営状況悪化により、機能・運営の見直しを迫られることになった。前掲齋藤（2007）、p. 197。

¹²⁾ 東京の練馬生協と下馬生協、秋田の由利生協、大分の津久見生協などが経営破綻した。いずれも力量不足のなかでの出店やトップの独断といった経営上・運営上の問題が原因とされている。前掲齋藤（2007）、pp. 205-206。

¹³⁾ 1996年に釧路市民生協、翌97年に道央市民生協が事業欠損を決算操作で隠蔽するなどにより経営破綻の危機を迎え、隣接する全国2番手のコープさっぽろにも危機が波及することが危惧された。倒産が現実となれば全国生協への影響も計り知れないことから、日本生協連は北海道3生協への再建支援を進め、さらに、生協を取り巻く厳しい状況に備えるため、加盟生協の協力のもとに「全国生協連帯基金」を創設した。この基金からはその後、秋田北生協、コープふくしま、さが市民生協、高崎市民生協などが支援を受けている。前掲齋藤（2007）、pp. 206-207。

¹⁴⁾ 本稿脚注(6)も参照せよ。

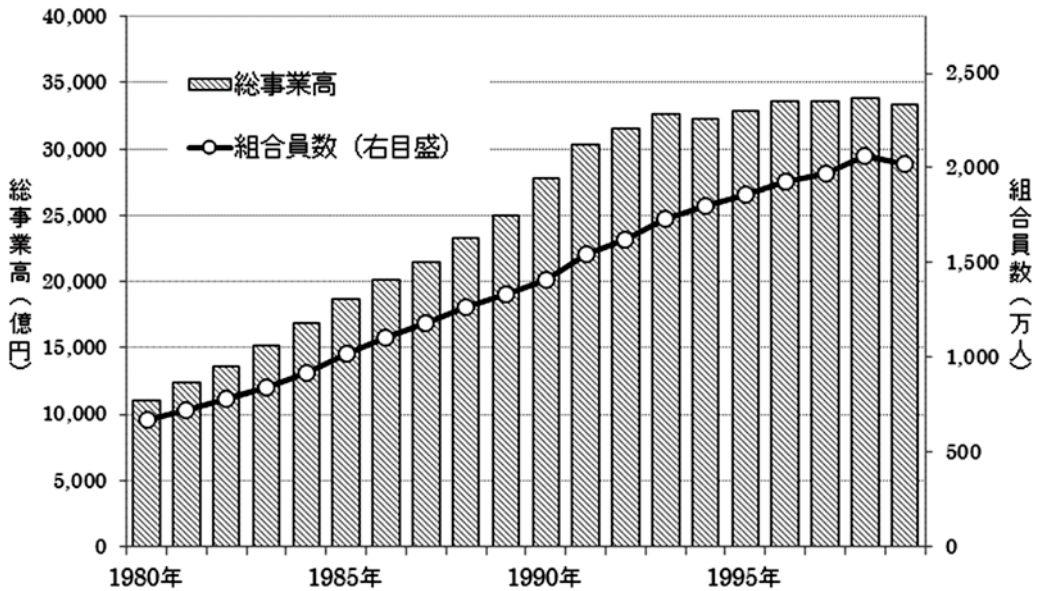


図1 日生協会生協の総事業高および組合員数の推移

(典拠)「1. 会員生協総合概況 (1971年～99年)」日生協創立50周年記念歴史編纂委員会 (2001)『現代日本生協運動史・資料集 (第3巻資料・データ編)』日生協, pp. 731-732

(注) 「総事業高」および「組合員数」はともに購買生協, 医療生協, 共済・住宅生協の計。

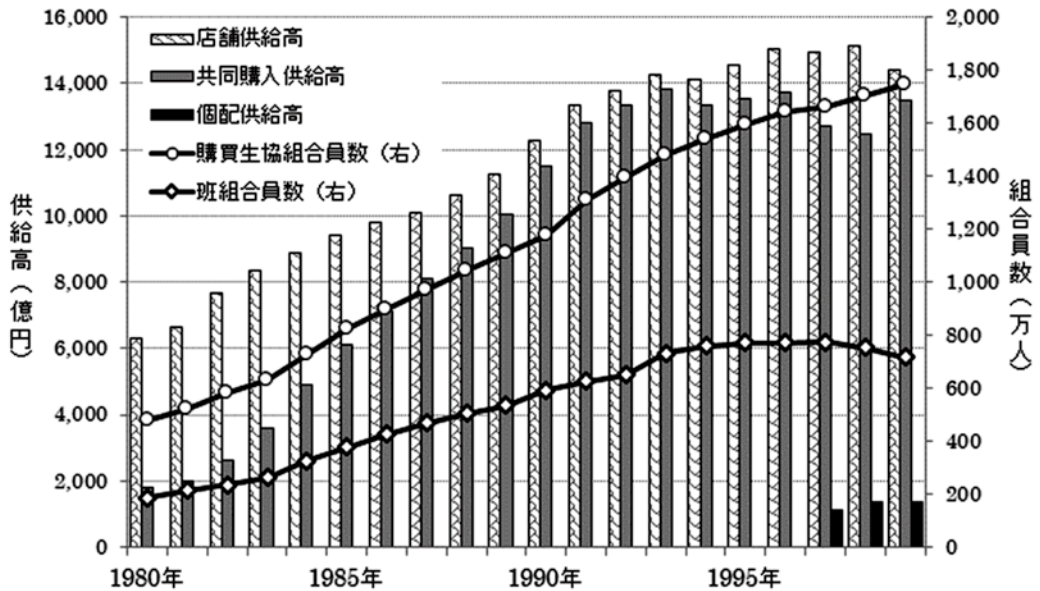


図2 日生協会生協の供給高および班組合員数の推移

(典拠)「1. 会員生協総合概況 (1971年～99年)」日生協創立50周年記念歴史編纂委員会 (2001)『現代日本生協運動史・資料集 (第3巻資料・データ編)』日生協, pp. 732-733

(注) 「班組合員数」は購買生協, 医療生協, 共済・住宅生協の計。ただし, この大部分は購買生協, とりわけ地域生協のもの判断できる。

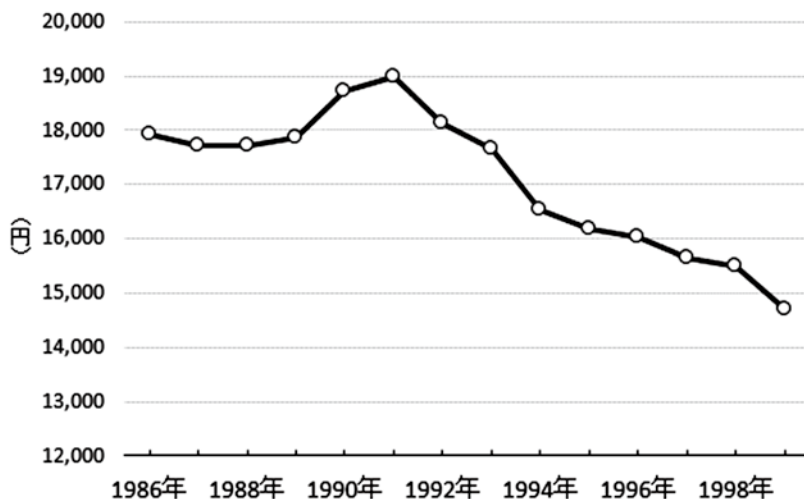


図3 組合員一人当たり月利用額の推移

(典拠) 日本生協連『生協の経営統計』95年度～99年度版のそれぞれp. 19, p. 21, p. 23, p. 23, p. 23

は、子供が巣立つことによる世帯規模の縮小へと導き、そのため、“組合員一人当たりの月利用額”は減少していったと考えられるのである。その一方で、90年代においては、新加入の組合員世帯に占める共働き世帯の割合は高まりつつあった⁶⁵⁾。彼らの多くは、上述のとおり、共同作業の負担を伴う共同購入ではなく、一般スーパーでの購入か“個配”を選好したのであろう。ちょうどこの時期から、このような組合員のニーズに沿う形で“個配”を取り入れる生協が増えていった。

1990年代は、食の安全にかかわる意識や規制の在り方にも動きがみられた。90年代前半はWTO体制への移行期であり、農畜産物の市場開放⁶⁶⁾と、それらの安全等にかかわる諸基準が国際的に「平準化」するプロセスとが進行し、日本国内において食の安全に関する危機意識が高まったのである。国内の対応としては、95年の食品衛生法改正により、天然添加物の指定制度が導入され、「生協産直」に直接かかわるものとしては、農薬残留基準の見直しが進められた。こうした政府の動きに対して、生協陣営も日本生協連を中心として具体的な改善策を提起していった⁶⁷⁾。90年代後半においては、遺伝子組み換え食品、環境ホルモン、ダイオキシン、BSEといった食の安全・

⁶⁵⁾ むろん、古くからの組合員世帯についても、子育ての一段落した主婦が仕事に復帰することで「共働き世帯」となることが考えられる。

⁶⁶⁾ 日本においては95年に、コメ輸入の部分開放と、食糧管理法の廃止に伴う新食糧法の施行がなされた。

⁶⁷⁾ 生協の食品添加物に関する取り組みについては次のものが詳しい。内堀伸建(2010)「食品添加物に関する日本生協連の取り組み」食の安全安心シンポジウム資料(<http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/4383/00060476/nisseikyou.pdf>)。

安心にかかわる未経験の問題が連続し、生協は組合員の学習会を進めるとともに、とりわけ遺伝子組み換え食品の表示を求める運動を展開していった。このように、90年代は、食の“安全・安心”への関心が、従来よりもいっそう具体的で、かつ科学的根拠に立脚した安全性の保証を要求するものへと変容していった時代であった。

IV. 「全国産直調査」に基づく検討

ここからは、1990年代における「生協産直」事業がどう展開していったかを、日向（2017）による1980年代の生協産直事業の検証と、前章で記した生協を取り巻く90年代の環境変化を踏まえつつ、日本生協連による「全国産直調査」を主たる素材として検討していく。「全国産直調査」は、生協産直事業の拡大・発展過程において生じてきた諸問題の把握と、食糧問題や食の安全性確保に関する生協の取り組み方針の明確化のために、1983年以降、4年おきに実施されてきた調査である。本稿において対象とするのは、90年代に実施された「全国産直調査」に関する『報告書』⁹⁸、つまり、1991年実施の『第3回調査』、95年実施の『第4回調査』、99年実施の『第5回調査』である。なお、本調査における回答主体は、各单位生協ないし事業連合の職員（総括的な記入担当者ないし各商品部門担当者）であるとされる。

分析に入る前に、各回の調査および集計の方法には、以下の点で若干の違いがあることを断っておかねばならない。第一に、『第3回調査』では、日本生協連加盟のほぼ全ての地域生協⁹⁹を対象にアンケートが実施されたが（回収率：50.4%）、『第4回調査』および『第5回調査』においては総事業高が上位にある地域生協に限定して調査が行われた（回収率：第4回83.3%、第5回78.1%）という点である¹⁰⁰。それゆえ、『第3回調査』とそれ以降の調査は、完全に連続的なものではなく、また、『第4回調査』および『第5回調査』の回答生協数は、『第3回調査』の回答生協

⁹⁸ 日本生活協同組合連合会事業企画室編（1992）『「第3回全国生協産直調査」報告書—生協産直、新たな可能性（以下、『第3回調査』ないし「91年調査」と略）』コープ出版、日本生活協同組合連合会編（1996）『競争力をもちはじめた生協産直—第4回全国生協産直調査報告書（以下、『第4回調査』ないし「95年調査」と略）』コープ出版、同（2000）『組合員の期待に応える生協農産産直—第5回全国生協産直調査報告書（以下、『第5回調査』ないし「99年調査」と略）』コープ出版。

⁹⁹ より正確には、「地域生協および居住地職域生協」であり、『生協の経営統計』（日本生協連）の区分によれば、地域組合員が全組合員の70%以上の生協が「地域生協」、30%以上70%未満の生協が「居住地職域生協」とされる。「全国産直調査」では便宜的にこれら二つをまとめて「地域生協」と記載しているため、本章の記述もその例に倣うものとする。

¹⁰⁰ 『第3回調査』では、日本生協連加盟の会員生協である購買生協のうち、地域生協および居住地職域生協が調査対象とされた（なお、事業連合および複数生協共同の商品部に対しては、当該生協から指示があった場合にのみ、調査対象とされた）。それに対し、『第4回調査』では、日本生協連加盟の会員生協である購買生協のうち、調査前年度の総事業高が上位50に入る生協、およびそこに含まれない10県の総事業高1位生協の合計60生協と、12の事業連合が調査対象とされた（『第5回調査』では総事業高の上位60生協と、そこに含まれない5県の総事業高1位生協の合計65生協、ならびに10事業連合）。

数よりもかなり少ない²¹⁾という点に留意しなければならない。ただし、『第4回調査』および『第5回調査』は、事業高ベースで全国購買生協の70%以上を捕捉しており、購買生協の動向をかなり正確に把握しうるものとなっている。

第二に、『第3回調査』の各設問における「無回答」の集計方法が、『第4回調査』および『第5回調査』のそれと異なっているという点である。「無回答」とは本来、“設問の対象生協全体の中で当該設問に回答しなかった生協数”であるにもかかわらず、『第3回調査』においてのみ、“当該設問の対象ではない（つまり、そもそも回答することができない）生協数”も含んだ値が記載されている（具体的には、「回答時点では農産産直に取り組んでいない生協」の数）。したがって、『第3回調査』の各設問に関する集計結果の算出に当たっては、「無回答」生協から「回答時点では農産産直に取り組んでいない生協」を控除するという補正を行った²²⁾。

第三に、『第3回調査』および『第5回調査』では、各設問の集計において単位生協と事業連合は区別されていないが、『第4回調査』では、事業連合に加わっている単位生協に関して当該生協の回答と事業連合の回答が二重にカウントされることを回避するため、単位生協と事業連合が別々に集計されている、という点である。そのため、下記の分析において、『第4回調査』については単位生協のみの回答結果を参照することとし、単位生協および事業連合を合計した結果は、二重カウントが紛れている可能性があることを考慮し、参考として併記するにとどめる（[]で表記）。なお、『第5回調査』においては、設問ごとに二重カウントを排除するためのチェックがなされていたことを断っておく²³⁾。

(1) 「産直」を行う目的（表1）

日向によれば、「産直」を行う目的に関しての1980年代の特徴は、次の三点に要約しうる。①「生協産直」事業において、(少なくとも生協担当者側の) 価格面への関心がかなり後退しているということ、②産直青果が“安全性”や“生産者との相互理解”を差別化要因とした“生協独自の商品戦略”上に位置付けられていたこと、③当時の厳しい生協批判に対抗しようとした日本生協連は、「生協産直」のもちうる“社会に対する啓蒙的価値”を調査アンケートの選択肢に列挙した²⁴⁾が、各単位生協レベルの反応はあまり芳しくなかったこと、である。

²¹⁾ 『第3回調査』の調査票発送生協数は234、回答生協数は118生協（事業連合を含む）であったのに対し、『第4回調査』と『第5回調査』の発送生協数はそれぞれ72と75、回答生協数は60生協と50生協（事業連合を含む）であった。

²²⁾ こうした処理を行わないと、複数回答の設問において各生協が平均的にいくつの選択肢を選んだかを示す「平均選択数」の値が、当該設問で設定された「回答数上限」（例えば、「三つまで」など）を超えてしまう。詳細は、前掲日向（2017）の脚注(30)を参照せよ。

²³⁾ 『第3回調査』において二重カウントのチェックがなされたかどうかは、不明である。

²⁴⁾ 「地域の産業やくらしに対する組合員の関心醸成」、「風土に合った食生活の確立」、「市場流通に対する牽制」、「流

90年代において、こうした特徴に変化は現れたのだろうか。

①については、表1から、価格に関する選択肢（ア、イ）への反応が、80年代と同様に総じて低いことがわかる。ただし、91年には“適正な価格(ア)”よりも低順位であった“価格の安定(イ)”が、それ以降、その相対的順位を上げる傾向にあることは注目に値する⁸⁵⁾。青果はその財の性質上、気象条件に左右されてしばしば（小さくない）価格変動を余儀なくされ、そのことは、かつて農家経営の不安定性をもたらす要因であった。中央卸売市場を経由していたのでは回避できないこうした状況を打開するための活路として、70-80年代における農業生産者は「生協産直市場」に期待を寄せていったのだった⁸⁶⁾。“価格の安定(イ)”の相対的順位の高まりは、「生協産直市場」のもつ価格の安定化（≠価格の低廉化）作用が、90年代に入って、農業生産者の側だけでなく生協側でもメリットとして認知されてきたことを反映しているのかもしれない。そして、おそらくその背景には、前章で述べた生協を取り巻く厳しい経営環境があったのであろう。

②に関しては、90年代を通じて、“安全性(a)”，“生産者との交流(b)”，“鮮度(c)”，“地域農業の振興(d)”の4項目が上位5位に入っており，“安全性”や“生産者との相互理解”といった価値が産直青果に欠くことのできないキーワードとなっている点は、80年代と相違ない。異なる点は、“生協独自の商品戦略(e)”が95年調査と99年調査において上位5位から漏れたことである。これは、大手スーパーなどの他業態による産直の模倣が広がり始めたことにより、産直が生協“のみ”の青果供給形態ではなくなりつつあったことを示唆している⁸⁷⁾。換言すれば、“産直”という供給形態は、“付加価値を与える差別化要因”から“競争上の必要条件”へと移行し始めたといえよう。もう一つ注意しなければならないのは、“生産者との交流(b)”の順位が90年代末に低下したことである⁸⁸⁾（91年：2位（84%）→95年：2位（67%）→99年：4位（31%⁸⁹⁾）。“生産者との相互理解”という価値よりも、“安全性”，“鮮度”といった商品レベルにかかわる価値が相対的に高く評価されているが、この傾向は、他業態との競争が激しくなったことに加えて、当時の購買生協組合員数の増大とも無関係ではない（前掲図2参照）。“相互理解”に対してより高い価値を置く、いわば

通の民主的再編”，“環境問題への関心醸成”と総括しうる一連の選択肢」（前掲日向（2017），p. 48の脚注83）より引用）がこれに該当する。

⁸⁵⁾ (イ)の回答率は95年の33%から99年には14%まで落ちているが、これは回答数上限が5から3に減少した影響が大きいと思われる。また、99年の(ア)と(イ)は同順位であるが、このことは、90年代を通じた(イ)の相対的順位の上昇傾向を否定するものではない。

⁸⁶⁾ 前掲日向（2017），p. 41およびp. 44を参照。なお、日向・高倉（2017）は、“生協産直市場”が、生協側と生産者側との間でなされた“共感に基づく、一定の妥協を伴った継続的な商談”を通じて、価格の安定化に寄与したことを明らかにしている。日向祥子・高倉博樹（2017）「市場の組織化としての生協産直—1980年代の事業成長をめぐって—」『生協総研賞・第13回助成事業研究論文集』pp. 71-89。

⁸⁷⁾ 90年代初期に書かれたものであるが、次の文献は、生協以外の業態の産直事例に詳しい。森祐二（1992）『リポート 青果物の市場外流通』家の光協会。

⁸⁸⁾ この点は、後述する「生協産直の多様化」とも関連すると思われる（→本稿IV章(4)①を参照）。

⁸⁹⁾ ただし、この年の回答率については、選択数上限が5から3へ減少したことの影響を考慮しなければならない。

(表1) 産直を行う目的

	1991年	1995年	1999年
第1位	(a) より安全な商品を組合員に提供するため (96%)	(a) より安全な商品を組合員に供給する (90%) [88%]	(a) 安全な商品の供給 (47%)
第2位	(b) 生産者との交流を通じて双方の理解を深めるため (84%)	(b) 生産者との交流を通じて双方の理解を深める (67%) [62%]	(c) 新鮮な商品の供給 (43%)
第3位	(c) 新鮮な商品を確保するため (54%)	(g) 【新】有機・減農薬農産物等を供給する (44%) [47%]	(h) 【新】素性の明らかな商品の供給 (41%)
第4位	(d) 地域の農業振興に寄与するため (38%)	(c) 新鮮な商品を組合員に供給する (42%) [42%]	(b) 生産者との交流 (31%)
第5位	(e) 生協仕様に基づく商品を実現するため (37%)	(d) 地域の農業振興に寄与する (35%) [33%]	(d) 地域農業の振興 (29%)
	(f) 日本の農業のあり方を考え、農業を守るため (37%)		
価格について	第7位 (ア) 適正で納得のいく価格を実現するため (31%)	第6位 (イ) 価格の安定を図る (33%) [32%]	第9位 (ア) 適正な価格の実現 (14%)
	第11位【新】 (イ) 価格の安定をはかるため (12%)	第9位 (ア) 適正で納得のいく価格を実現する (25%) [27%]	第9位 (イ) 価格の安定化 (14%)
量について	第12位【新】 必要量を確保するため (11%)	第15位 組合員に必要な量を供給する (10%) [10%]	——
対象生協数	90	52 [60]	49
選択肢の数	14	16	11
回答数上限	5	5	3
平均選択数	4.8	4.9 [4.9]	2.9

(典拠) 「問1 : 『産直』を行う主な目的」(『第3回調査』p. 63), 「表2-12: 青果物事業における『産直』の目的と役割」(『第4回調査』p. 60), 「Q15: 産直の目的と役割」(『第5回調査』p. 74)

(注1) 1991年と1999年は地域生協と事業連合の合計値を用いたが、1995年は地域生協のみの値を用い、地域生協と事業連合の合計値を用いた計算結果は鍵括弧をつけて併記した(以下、同様)。

(注2) 表中【新】は、当該年の調査で新設された選択肢を指す(以下、同様)。

(注3) 表中「選択肢の数」は、「その他」を除いた残(以下、同様)。

(注4) 表中「平均選択数」とは、“(「その他」を除いた)全選択肢に対する延べ回答数”を“対象生協数から無回答生協数を除いた数”で除した値(以下、同様)。なお、この点については本文脚注②参照。

(注5) 表中のパーセンテージは、本アンケート項目に回答した生協総数に対し、各当該選択肢を選択した生協の割合。複数回答のため、列方向の和は必ずしも100にはならない。

(注6) 表中、(a)-(h)および(ア)-(イ)の記号は、引用の便宜上付したものである(以下、同様)。

“高感度な組合員”よりも、それ以外の“低感度な組合員”の増加のほうがはるかに大きかったと考えられるからである。生協運営層の関心は、こうした組合員の動向に反応して、“商品レベルの向上”という側面にシフトしたのではないだろうか。

③については、“社会に対する啓蒙的価値”を示す選択肢の多くが、80年代と同様に低順位であった。日本生協連と各单位生協の産直をめぐる関心の在り様には、90年代になっても依然としてズレがあったと考えられる。

最後に、上記で考察対象とされたなかった選択肢のうち、上位5位から漏れたものについて、若干触れておこう。まず、90年代において“必要量確保”が低順位にあることが確認される（91年：12位（11%）、95年：15位（10%）、99年：該当選択肢なし）。80年代の生協産直事業においては、“構造的な必要量確保の困難さ”と“短期的な欠品リスク”が大きな課題であったことはすでに述べたが（Ⅱ章）、この基本的な構造は90年代においても継続しており、“物量確保”は「生協産直」の主たる目的とはなりえなかった、ということである。次に、（表中には記載のない）“協同組合間提携の促進”という選択肢の回答率に触れておきたい。この選択肢を置くこと自体、産直を“提携”の手段と見なすかのようなものであるが、それでも、91年調査の18%（第10位）から、95年調査では33%（第6位）へと回答率がかなり上昇している。前章でも述べたように、90年代前半は農協との協同組合間提携や生協間での県域を越えた事業連合の設立などが進められた時期であるため、こうした動きを反映した結果であると考えられる。

（2）安全性の追求（表2）

前節でみたように、80年代同様、90年代においても、“安全性”が産直の主要目的に含まれていた。これについてさらに検討していこう。ただし、99年調査では「安全性についてどのようなことを中心に追求しているか」という設問がなかったため、表2は91年調査および95年調査の結果だけを示している。

まず、“無農薬・減農薬を原則にしている(f)”（傍点は筆者）という選択肢から考えていきたい。80年代にまで遡ってみれば、その回答率は低下傾向を示し（83年：28%→87年：19%→91年：8%）⁶⁰、95年調査では選択肢そのものがなくなっている。80年代から90年代初頭にかけて、産直事業においてかなり厳格な無農薬・減農薬の取り組みを志向した生協も一定数存在したが、他の生協においては、その徹底を生産者に要求しうる状況にはなかったのであろう⁶¹。しかも、回答率の低下

⁶⁰ 「表2-11: (産直取引上の問題点) 農薬・肥飼料の安全性への対処」(日本生協連・食糧問題調査委員会(1984)『生協の食料品・産直の取組みと食糧問題に関する調査報告書』p.34), 「表33: 栽培方法(農法)に対する対処とその実効性の確保」(日本生協連・食糧問題調査委員会(1988)『「第2回全国産直調査」報告書[Ⅰ]—生協の産直・提携の取り組み実態』p.50), 「問25: 『産直』青果者の安全性の追求点」(『第3回調査』p.72)による。

⁶¹ 日向(2017)によれば、1980年代においては、無農薬・低農薬の徹底を生協側から生産者に要求しうる状況に

(表2) 安全性の追求点

	1991年	1995年
第1位	(a)【新】「出どころ確か」「肥培管理」等の明確化(74%)	(b,c)より安全な栽培方法(有機栽培・減農薬栽培含む)(75%) [73%]
第2位	(b)農薬使用を減らす方向でいる(63%)	(a)肥培管理等栽培方法の明確化(73%) [73%]
第3位	(c)【新】有機栽培等のより安全な栽培方法(59%)	(e)鮮度・おいしさ(62%) [58%]
第4位	(d)使用する農薬や肥料の種類や回数・量・時期等を契約時に決めている(38%)	(d)禁止農薬・使用登録農薬等の設定(29%) [30%]
		(i)【新】集出荷及び生協のデリバリーにおける品質管理(29%) [30%]
第5位	(e)【新】朝どりや完熟・もぎたて等の新鮮・おいしさ(21%)	——
第6位	(f)無農薬・有機栽培を原則にしている(8%)	——
第7位	(g)安全性の追求にはまだ取り組めていない(2%)	——
第8位	(h)別にこだわってはいない(0%)	——
対象生協数	90	52 [60]
選択肢の数	8	5
回答数上限	3	3
平均選択数	2.7	2.7 [2.7]

(典拠)「問25:『産直』青果物の安全性の追求点」(『第3回調査』p.72),「表2-8:青果物産直商品の安全性追求」(『第4回調査』p.64)

が意味するのは、徹底を求めていた生協数の減少傾向である。その背景にあるのはおそらく、需要者たる生協組合員数の拡大である。すでに指摘したとおり、産直青果はそもそも“構造的な供給不足”状況にあったのであり、生協側の産地拡大の努力がなされたとはいえ、“無農薬・減農薬の徹底された産直青果”を、ますます拡大する需要に応じるよう十分に確保することなど望みえなかったのである。95年調査でこの選択肢そのものがなくなったのは、90年代に入って“無農薬・減農薬の徹底”がますます現実的な選択肢ではなくなり、より条件の緩和された対応(選択肢a, b, c, d)によって“安全性”の追求がなされたからと解すべきであろう⁸²⁾。ただし、使用農薬の基準に関連する選択肢(d)の表現が、“使用する農薬や肥料の種類や回数・量・時期等を契約時に決めている”(91年調査)から“禁止農薬・使用登録農薬等の設定”(95年調査、傍点は筆者)へと変化

はなく、まずは「事実を情報として把握」し、そのうえで“可能なかぎりの低農薬化を進める”ということが現実的であった(p.51)。

⁸²⁾ 選択肢(c)は「有機野菜等」や「有機栽培・減農薬栽培含む」という条件緩和の表現があるため、これらを選択肢“無農薬・減農薬を原則とする”と同一視することはできない。

している点には注意を払いたい。前者は、「生産者と生協担当者との間の対等な合議によるもの」と考えられるが、後者は、「(生協による) 事後的なチェックを可能とする、より明確で客観的な基準設定」との印象を与えるのである。この点については、次節「安全性対策の実効性」において改めて検討を加えることにする。

次に、“安全性の追求点”という問いには一見馴染みにくいと思われる“新鮮・おいしさ(e)”という選択肢⁸³について検討しよう。日向によれば、91年調査で新設されたこの選択肢がある程度の回答率(21%)を得ていることから、一定範囲の生協においては、「商品戦略上の関心」という観点から“新鮮な青果の調達”が重視されるようになりつつあった可能性が指摘されている⁸⁴。表2において、95年調査におけるその回答率が、91年調査の約3倍(62%)にまで伸びていることは興味深い。これは、(後に検討することになる)「組合員からの苦情」に対して、生協運営層がより積極的に対応しようとする姿勢の表れと解することができる。前節において、90年代の「生協産直」は、“付加価値を与える差別化要因”から“(他業態との)競争上の必要条件”へと移行し始めたこと述べたが、他業態との競争において、“安全・安心”だけではなく“鮮度・おいしさ”という点も、各生協は追求せねばならなくなったのである。こうした商品レベルの向上が、90年代において現実的に対応可能なものとして浮上してきた背景には、これを可能にする技術革新があったことを忘れてはならない。80年代には困難であったコールドチェーンの導入は、90年代において普及し始めたのだった。95年調査で新設された“集出荷及び生協のデリバリーにおける品質管理(i)”という選択肢は、29%の回答率を得ており、この選択肢が設けられたこと自体が、集出荷・輸送時の新たな技術の導入を前提としているのである。各単位生協が、いわゆる安全にかかわる要素についてある程度の自信をつけるなかで、商品レベルの底上げという方向へ関心が移行しつつあり、しかも、技術的にもその追求可能性が開けてきたがゆえに、“鮮度・おいしさ”が現実的な目標としてより意識されるようになったと考えられる。

(3) 安全性対策の実効性(表3)

1980年代において、各生協は、使用する農薬や肥料の量・回数を契約時に決めておくなど、安全の含意に積極的に関与しようとする一方で、その実効性は生産者に対する信頼に依拠していたが、年を経るにつれて、生協側による事後的な監視を強めるようになりつつあった。表3を検討すれば、こうした傾向は90年代に入ってますます強まったことがわかる。

まず、平均選択数が年を追うごとに増加している(91年:1.4→95年:2.5→99年:7)。99年調

⁸³ この選択肢を“安全性の追求”に含めるためには、設問の意図を、“傷んでいない=腐っていないので身体にとって安全”と捉え直す必要がある。

⁸⁴ 日向(2017), pp. 50-51。

(表3) 安全性対策の実効性

	1991年	1995年	1999年
第1位	(a) 仕様書を作成して文書で確認している (43%)	(a) 仕様書を作成して文書で確認している (79%) [77%]	(e) 【新】生協が産地に出向き圃場の確認と生育状況をチェックする (88%)
第2位	(b) 生産者から(定期的)に報告又は記録を提出してもらう (42%)	(b) 生産者から定期的に報告又は記録を提出してもらう (52%) [53%]	(a) 仕様書通りの生産の徹底 (72%)
		(d) 農薬残留等を生協などの検査センター等で点検する (52%) [53%]	(f) 【新】農薬使用基準の徹底 (72%)
第3位	(c) 生産者に任せている (24%)	——	——
第4位	(d) 【新】農薬残留等を検査室(センター等)で点検する (23%)	(e) 生協側から定期的に点検する (44%) [40%]	(d) 生協による残留農薬検査 (62%)
第5位	(e) 生協側から定期的に点検する (7%)	(c) 生産者に任せている (27%) [23%]	(g) 【新】圃場の見回り (54%)
対象生協数	90	52 [60]	50
選択肢の数	5	5	15
回答数上限	(指定なし)	(指定なし)	(指定なし)
平均選択数	1.4	2.5 [2.5]	7

(典拠) 「問26：安全性の実効性をどう図っているか」(『第3回調査』p. 72), 「表2-19：青果物の産直商品の安全性の確認」(『第4回調査』p. 65), 「Q27：産直青果物の安全性を確保するために生協と産地側とで確認している事項」(『第5回調査』p. 90)

査において選択肢の数が3倍に増えたこと(95年：5→99年：15)の影響は考慮せねばならないが、この設問には回答数上限が設けられていないことを踏まえれば、平均選択数のこの増加は、生協陣営の安全性対策への取り組み姿勢の強まりを反映しているとみてよい。また、99年調査においては、“農薬使用基準の徹底(f)”, “仕様書通りの生産の徹底(a)”, “化学肥料使用基準の徹底”(表中にない選択肢)というように、かなり強い表現が使われていることも注目に値する。さらに、“生産者に任せている(c)”の順位が91年の第3位から95年の第5位へと低下し、99年には選択肢にすら上らなくなっている一方で、生協側からの「客観的チェック体制の整備」に該当しうる選択肢(表中のd, e, f)の回答率がかなり高まっている。とりわけ、99年調査において選択肢の数が3倍にまで増えたのは、本調査を実施した日本生協連が、それだけの具体的な実効性確保の方法について各単位生協から情報を得ていたからだと考えられる。それゆえ、生協による「客観的チェック体制の整備」は、90年代半ば以降に著しく進捗したと解釈しうるであろう。Ⅲ章で述べたように、農薬残留基準の見直しが行われるなど、食の安全・安心に関する基準の明確化が進んだのは、確かにこの時期であった。

(4) 「産直」における問題点

ここでは、「産直」における問題点について、生協側担当者と生協組合員のそれぞれの認識を検討していく。生産者の認識については、95年調査および99年調査において該当する設問がなかったため、本稿において直接的に検討することは叶わない。

① 生協側担当者の認識（表4）

日向によれば、80年代において生協側担当者が認識していた「産直」上の問題点は、以下の二点に要約しうる。第一に、共同購入組合員の増大を背景とする“構造的な必要量確保の困難さ”と“短期的な欠品リスク”が大きな課題であった。第二に、80年代初頭にみられた“価格決定方法が困難である”という認識は、産直取引継続に基づく価格決定ノウハウの蓄積を通じ、緩やかに緩和されていったが、他方で、“品揃え充実が困難である”という認識は、解消されないままであった。

そもそも、「生協産直市場」は、中央卸売市場をバイパスするがゆえに、その価格形成機能と自発的集荷機能に代わる方法を確立せねばならなかった。産直取引の経験が積み重ねられる中で、代替的な価格決定方法は構築されつつあったが、取引産地の開拓による必要量確保や取り扱いアイテム数の拡大は、中央卸売市場に多くを依拠する他のスーパーや一般小売店に及ばなかったのである。

90年代における生協側担当者の認識はどうであろうか。表4によれば、1990年代においても、“必要量の確保(a)”は一貫して5位以内に入っている。ただし、順位と回答率は低下傾向を示していることに注意せねばならない（91年：1位[52%]→95年：2位[50%]→99年：5位[37%]）⁶⁹。ここから、産直青果の物量確保問題、つまり構造的な超過需要問題は依然として存在していたものの、90年代後半においてやや緩和しつつあったとみてよいのかもしれない。その要因としてはまず、Ⅲ章で述べた90年代後半における“班組合員数の減少”と“組合員一人当たりの月利用額の減少”が大きいためであろう（前掲図2、図3参照）。これにより、産直青果の需要圧力は幾分緩和されたと考えられる。次に、「生協産直の多様化」⁶⁹が90年代に本格化したことが挙げられよう。80年代半ば以降、各生協は組合員規模拡大に対応するため、交流のある生産者グループとの相対取引のみに拠るのではなく、全農・経済連および卸売市場を利用する方策を採り始めた。これらの“直結”ではないルートによる調達品は、産直三原則の「組合員と生産者が交流できること」とい

⁶⁹ 「産直」の目的に関する検討において、「必要量確保」は産直の目的たりえなかった」と指摘したが、言うまでもなくそれは、「必要量確保」が産直における問題点として認識されている」とことと矛盾しない。

⁶⁹ 大木茂（1995）「生協組織の大型化と産直事業の展開—1980年代における青果物産直を中心に—」（東京農工大学大学院連合農学研究科学学位論文），p. 67より引用。

(表4) 生協側担当者が認識していた産直上の問題点

	1991年	1995年	1999年
第1位	(a) 必要量が確保しにくい (52%)	(f) リスク問題の解決が難しい (67%) [67%]	(g) 品質の安定化 (80%)
第2位	(b) 予定日に入荷しなかったり、契約したものが届かないことなどがある (29%)	(a) 必要量が確保しにくい (50%) [50%]	(b) 計画的で安定的な供給確保 (51%)
第3位	(c) 品揃えを充実することが難しい (28%)	(c) 品揃えを充実することが難しい (44%) [42%] (g) 当初予定した品質と違うことがある (44%) [43%]	(h) 価格決定をめぐる合意 (45%)
第4位	(d) 「産直」独自の物流を作るのが難しい (23%)	——	(l) 有機・特別栽培等の農法への対応 (39%)
第5位	(e) 組合員の多様な要求に対応できない (22%) (f) 【新】リスク問題の解決が難しい (22%)	(h) 価格決定が困難 (42%) [38%]	(a) 必要量の確保 (37%)
第6位	——	(b) 予定日に入荷しなかったり契約したものが届かないことがある (40%) [38%]	(f) リスクの分担 (33%)
第7位	(g) 当初予定した品質と違うことがある (20%)	(d) 物流の効率化をはかるのが難しい (31%) [28%] (e) 組合員の多様な要求に対応できない (31%) [30%]	(e) 組合員の多様な要求への対応 (29%)
第8位	(h) 価格決定が困難 (17%)	——	(m) 商品管理体制の整備 (27%)
第9位	(i) 取引相手を見つけたり、拡大するのが困難 (14%)	(k) 産地の切り替えが難しい (19%) [17%]	(d) 物流の効率化 (20%) (n) 【新】仕様書通りの生産の徹底 (20%) (i) 産直相手の新規開拓 (20%) (o) 農協や生産者団体の協力 (20%)
第10位	(j) 生産量が多すぎて対応できない (10%)	(i) 取引相手を見つけたり拡大するのが困難 (17%) [15%]	——
対象生協数	90	52 [60]	49
選択肢の数	14	15	18
回答数上限	3	5	5
平均選択数	2.7	4.2 [4.2]	4.8

(典拠) 「問4：『産直』を行う中で生じる主な問題点」(『第3回調査』p. 64), 「表2-13：青果物事業での『産直』の問題点」(『第4回調査』p. 60), 「Q14：青果物事業での『産直』の課題」(『第5回調査』p. 73)

う要件を満たさないが、これを「産直品」に位置付けることにより、超過需要問題に対応しようとしたのである⁶⁷⁾。こうした方策は、90年代において本格化していったとされている。最後に、90年代を通じて進められた各生協による取引産地の開拓や生協間の提携⁶⁸⁾、物流システムの改善⁶⁹⁾などもまた、一定の成果をあげたものと考えられよう。

次に、90年代の“価格決定に関する認識”について見ていく。“価格決定が困難(h)”は91年調査において第8位(17%)へと低下したが⁴⁰⁾、95年調査では第5位(42%)、99年調査では第3位(45%)と、再び上位に浮上している。最も単純に考えられる理由は、回答数上限が91年調査の3から95年調査および99年調査では5に増えたことであろう⁴¹⁾。ただし、選択肢の数が15以上あるなかで上位5位に入っていることは無視できない。日向(2017)の指摘するように、「生協産直市場」での価格決定ノウハウの定着は確かに進んでいたが、その一方で、90年代には生協-生産者間の関係性が、80年代のそれとは違ったものに変化したのではないだろうか。80年代の「生協産直市場」においては、生協側が“組合員への値頃売価”を、生産者側が“生産原価”を取引価格の“参照水準”に定めつつ、「取引の継続それ自体がお互いにとって意味がある」⁴²⁾という認識を共有しながら(ときには損失覚悟の譲歩を伴った)交渉を行うことにより、“価格の安定化”をある程度達成しえたのだ⁴³⁾。このような生協-生産者間の関係性の土台を仮に“連帯意識”と呼ぶならば、90年代には、不況下での厳しい価格交渉⁴⁴⁾、取引継続に伴うマンネリ化、あるいは担当者の交代などが、“連帯意識”の希薄化をもたらし、生協側担当者の不満を顕在化させたのかもしれない。このことと並行して、生産者のなかには、(リスク分散の観点から)生協以外の取引先、つまりスーパーや量販店との取引を拡大していったものもあった。これもまた、これまでの産直における価格決定の在り方に影響を与えた可能性があるだろう。

「品揃え」の側面はどうであったか。“品揃え充実の困難さ(c)”は、91年調査、95年調査ともに第3位(それぞれ28%、44%)であったが、99年調査では最下位(2%：表外)となっている。

⁶⁷⁾ この間の経緯および具体的事例については、前掲大木(1995)、pp. 66-81、ならびに前掲日向・高倉(2017)、p. 79を参照せよ。

⁶⁸⁾ 必要量が確保できない場合に、提携生協から商品を融通してもらうというもの。

⁶⁹⁾ “物流の効率化(d)”の順位が低下していること、また99年調査では青果の物流について詳細を尋ねる設問が増えていること(問18~問21、『第5回調査』pp. 80-85)、これらは、物流システムが改善されていったことを物語っている。

⁴⁰⁾ 83年は第1位(62%)、87年は第4位(37%)であった。前掲日向(2017)、p. 53参照。

⁴¹⁾ ちなみに、第1回調査(83年)と第2回調査(87年)においては、回答数上限が5であった。

⁴²⁾ 産直取引は、生協側にはより合理的な販売計画を、生産者側には通年の作付け計画を可能にした。

⁴³⁾ 取引価格が“値頃売価”を下回れば生協にはマージンが入り、“生産原価”を上回れば生産者側に利益が生じる。「値頃売価 ≥ 取引価格 ≥ 生産原価」であればよいが、そうでない場合には、どちらかが損失覚悟で譲歩しなければならない。ただし、その場合でも、取引価格の振れ幅は、セリ価格のそれよりも小さいものとなり、価格の安定性がもたらされた。前掲日向・高倉(2017)、pp. 73-75を参照せよ。

⁴⁴⁾ 不況下にあった90年代の生協産直は、市場価格への鞘寄せを志向しつつあったと考えられる。

『生協産直』がスーパーや一般小売店に匹敵するほどのアイテム数を、ますます増大する組合員への供給に足る規模で取り揃えることは、現実的ではなかった⁴⁶⁾という状況は、80年代から90年代半ば頃までは続いていたようであるが、99年調査の結果によれば、90年代後半にこの状況は大きく変化したと考えられる。すなわち、生協は産地開拓や「生協産直の多様化」、さらに生協間の提携等を進めることにより、90年代末には、おそらく他業態に比して見劣りしない程度の取扱アイテムを実現することができたのであろう⁴⁶⁾。

最後に、“リスク問題(f)”という選択肢について検討しておこう。“リスク問題”という表現はきわめて曖昧であるが、99年調査においては“リスクの分担”という表現になっていることから、少なくとも本調査を実施した日本生協連側では、「産直取引において何か問題が発生した際に、その費用を生協と生産者との間でどのように分担するのか」ということが意図されているようである。その問題の代表的なものは、欠品問題、市況における価格変動問題、豊作による売れ残り問題などであろう。回答する各生協が、“リスク問題”という表現を日本生協連の意図するように解釈したという保証はないし、上述の問題（欠品、市場価格の変動、売れ残り）は、他の選択肢⁴⁷⁾として挙げられてもいる。しかし、それらの問題を“リスク問題”という表現に落とし込んで回答した生協が多いと仮定すれば、“リスク問題”が91年調査において第5位（22%）、99年調査において第6位（33%）であるにもかかわらず、95年調査においてのみ第1位（67%）となっている点は注目に値する。なぜなら、リスクの分担の在り方が“課題”として捉えられたということは、生協と生産者のあいだの關係に、ある種の歪みが生じていたことを示唆すると考えられるからである。確かに、生協の総事業高は1994年に前年割れを起こしていたのであり、95年調査において“リスク問題”が強く意識された背景には、生産者との交渉において譲歩することを躊躇させるほどの厳しい経営環境があったと考えられるのである。

② 生協組合員の認識（表5）

生協組合員の生協産直に対する“認識”を問うには、肯定的評価と否定的評価（苦情）をともに検討する必要があるが、95年調査および99年調査には「組合員の肯定的評価」を問う設問がないため、ここでは「組合員の苦情」に関する調査結果のみを検討する。

上位にあるものの多くが専ら“品質面に关わるもの（a, c, d, k, l）”となっている点は、80年代とほぼ同じである。ただし、“荷痛みに関する問題(d)”が依然として苦情の対象となっている一方

⁴⁶⁾ 日向（2017），p. 54。

⁴⁶⁾ “取引相手の拡大が困難(i)”の順位は、確かに90年代を通じて低下している（91年：9位→95年：10位→99年：12位[表外]）。

⁴⁷⁾ b, h, jの選択肢がこれらに相当する。

(表5) 生協に寄せられる組合員の苦情

	1995年	1999年
第1位	(a) 鮮度のばらつきが多い (75%) [75%]	(k)【新】品質のばらつき (51%)
第2位	(b) 価格が安くない (64%) [62%]	(d) 傷・腐敗などの痛み (43%)
第3位	(c) 規格が不揃い (52%) [48%]	(l)【新】鮮度の低下 (39%)
第4位	(d) 荷いたみが多い (50%) [50%]	(c) サイズ・外観のばらつき (33%)
第5位	(e) 取扱いアイテムが限られている (33%) [30%]	(f, j) 欠品や欲しい量入手できない (31%)
第6位	(f)【新】欠品が多い (29%) [30%]	(b) 価格が不適正 (24%)
第7位	(g)【新】イメージしていたものと違うことが多い (25%) [23%]	(m)【新】商品に関する情報提供が不十分 (14%)
第8位	(h) おいしくない (19%) [18%]	(h) 味が悪い (12%)
第9位	(i) 従来のような産地交流が少なくなった (15%) [15%]	(n)【新】売り場で目立たない (10%)
第10位	(j) ほしい量が手に入りにくい(14%) [15%]	(e) 品揃えが不十分 (種類が少ない) (8%)
		(o)【新】表示が不十分 (8%)
		(p) 有機・特別栽培農産物が少ない (8%)
対象生協数	52 [60]	49
選択肢の数	15	18
回答数上限	5	3
平均選択数	4.1 [4.1]	2.9

(典拠)「表2-14：『産直』青果物の組合員から寄せられる苦情で特に多いもの」(『第4回調査』p. 61), 「Q11-3：青果物供給についての組合員からの苦情(産直品の場合)」(『第5回調査』p. 68)

(注)『第3回調査』で組合員による苦情を尋ねる項目(問6-(2))は、品目ごとに主なクレーム内容を探る体裁となっており、直接の対照が叶わない。

で、“鮮度に関する問題(a, l)”は、95年調査から99年調査にかけて第1位から第3位へとやや低下している。(a)と(l)を同一の選択肢とみることはできないものの、既述のとおり、コールドチェーンの導入が進んだことによって、鮮度問題はある程度改善されたのかもしれない。“規格=サイズ・外観(c)”についての不満は95年調査から99年調査にかけて若干緩和しているが、それでも依然として上位に位置する。90年代においても、「等階級が細かく設定されている中央卸売市場をバイパスし、大小込みの配送となることについて、必ずしも組合員の理解を得られていないこと」⁴⁸⁾が示唆される。

80年代と大きく異なる傾向を示しているのは、“価格に関する問題(b)”および“品揃えの問題(e)”である。

“価格に関する問題(b)”の順位は、95年調査の第2位(64%)から99年調査では第6位(24%)

⁴⁸⁾ 前掲日向(2017), p. 57より引用。

へとかなり低下している⁴⁹。この数字を素直に受け止めれば、おそらく、他の業態と比較して“割高”と思われていた産直青果の価格を、ある程度抑えることに成功したのであろう。それが可能となった要因としては、既にみたように組合員の需要圧力がやや落ち着いたということが考えられるが、他方で、前項でも指摘したように、不況下における他業態との競争激化を背景として、生産者との価格交渉における生協側の要求が、従来よりも厳しくなった可能性が考えられる。仮にそうだとすれば、それは生協－生産者間の“連帯意識”の希薄化を示唆するものと言えよう。

“品揃えの問題(e)”は、80年代においては上位に入っていた。この傾向は95年調査においても継続していたが（第5位：33%）、99年調査においては第10位にまで順位を落とし、その回答率は8%にすぎない。前項で見たように、品揃え拡大の努力（産地拡大、「生協産直の多様化」、生協間の提携など）は、組合員の不満を緩和するほどの成果を挙げたといえよう。

V. 総括と展望

ここまでの議論の主要な点を整理すれば、表6のようになる。“低価格の実現”および“物量確保”という側面が「生協産直」の目的に位置付けられてはいなかったということから、「生協産直」はそれらを達成しうる手段とは認識されていなかった、ということができる。この点は、“割高感”、“構造的な必要量確保の困難さ”、“短期的な欠品リスク”、“品揃えの困難”が産直の問題点として認識されていたという事実からも、おのずと明らかである。そうした状況は、90年代に至っても基本的に妥当したが、80年代から全く変化がなかったわけではない。「生協産直市場」のもつ“価格安定化（≠価格低廉化）”の機能は、90年代になると（当初から“価格の不安定性”回避を望んだ生産者側のみならず）生協側にもメリットとして認知されるようになった可能性が高い。また、“物量確保”の側面については、班組合員数と一人当たり月利用額の減少による“需要圧力の低下”という状況があったにせよ、産地開拓、生協産直の多様化、生協間の提携、物流システムの改善などの努力により、90年代後半において一定の前進をみせ、とりわけ“取扱いアイテム”の拡大は大きな成果を収めたのである。

とはいえ、80年代から90年代にかけて、より明確な変化を示したのは、「生協産直」の“商品特性”と、その機軸を成す“安全性対策”の在り方であった。「農業生産者による低農薬栽培に支えられた“安全性”という価値、相対取引による匿名性排除に支えられた“生産者との相互理解”という価値、これらを謳いうる“生協産直ブランド”⁵⁰は、80年代において、他業態が供給する青

⁴⁹ ただし、回答率の低下に関しては、回答数上限が5から3へ減少したことの影響を考慮する必要がある。

⁵⁰ 前掲日向（2017）、p. 59より引用。

(表6) 80年代から90年代にかけての「生協産直」の変容

		1980年代	1990年代
産直の目的	価格	・“低価格の実現”は目的ではない	・“低価格の実現”は目的ではない ・“価格安定化”機能の認知
	物量	・“必要量確保”は目的たりえない	(80年代と同じ)
	商品特性	・付加価値をもたらす差別化要因(安全性・相互理解)	・競争上の必要条件(←他業態による模倣、低感度組合員の増加)
	啓蒙的価値	・アピールしたい日本生協連とそれほどでもない各単位生協との間の認識のズレ	(80年代と同じ)
安全性追求		・可能な範囲での低農薬化(“徹底”は困難) ・“鮮度”への関心が浮上(←商品戦略)	・可能な範囲での低農薬化(80年代と同じ) ・“鮮度”重視の傾向(←商品戦略、技術的可能性)
安全性対策の実効性		・“信頼”から“客観的チェック体制”への緩やかな移行	・“客観的チェック体制”整備の加速
産直の問題点	運営層職員	・“構造的な必要量確保の困難さ” ・“短期的な欠品リスク” ・“品揃えの困難” ・ただし“価格決定の困難さ”は緩和傾向	・“構造的な必要量確保の困難さ”は90年代後半に緩和 ・“品揃えの困難”は90年代後半に緩和 ・“価格決定の困難さ”が再浮上 ・“リスクの分担問題”
	組合員	・“品質面の問題” ・“割高感” ・“品揃え不十分” (※高感度層と低感度層の認識の相違)	・“品質面の問題(80年代と同様)”(ただし“鮮度の問題”は90年代後半に改善) ・“割高感”は90年代末に改善 ・“品揃え不十分”は90年代末に改善 (※低感度層の増加)

(典拠) 本稿の内容に即して筆者作成。

果との明確な差別化要因であった。しかし、90年代になると、他業態による産直モデルの模倣や、こうしたブランド価値にさほど感応しない“低感度組合員の一層の増加”といった要因により、産直という供給形態は、“競争上の必要条件”へと移行したのである。“生協産直ブランド”の優位性の低下は、バブル崩壊後の長引く不況という状況も相まって、“品揃えの不十分さ”、“鮮度問題”、“割高感”という、他業態に劣る欠点を改善する努力へと生協を駆り立てたことが想像できる。その努力は、90年代末に至って、生協組合員の不満を緩和しうるほどの成果を収めたといえよう。しかしながら、産直品の“割高感”解消という生協側の努力は、生産者側との価格交渉におけるシビアな要求にもつながりかねず、両者間の“連帯意識”に少なからぬ影響を与えたとも考えられる。

安全性追求の方向性として“可能な範囲での低農薬化”が現実的な選択肢であったことは、90年代においても変わりなかったが、安全性対策の実効性を担保する方法としては、“農業生産者への信頼に依拠していた状況”から“事後的な客観的チェック体制”への移行が、90年代において

一層加速したのだった。“安全要求手続きの簡略化・形式化”ともいうべきこの変化もまた、生協と生産者との間の“連帯意識”に一定の影響を与えたであろう。

以上をまとめると、“割高感”，“物量不足”，“品揃えの不十分さ”といった諸問題を改善するための生協陣営による努力は，90年代に一定の成果を上げたのであり，この点は評価されてよからう。他方で，生協－生産者間の関係性に一定の変化が見られたことは見逃せまい。こうした変化が，プレイヤー間の「微妙なバランス」の土台を侵食する方向へ作用していたのだとすれば，“「生協産直」は80年代を通じた事業規模拡大のなかで既に危うさを露呈しつつあった”との日向（2017）の指摘は，的を射たものと受け止めねばならない。

中央卸売市場と対比した場合，“生協産直市場”は，「第一に，財の供給主体と需要主体をともに限定した“会員制市場”としての性格をもち，第二に，それは指定仕様に基づいて受注生産される準オーダーメイド品の取引市場であり，第三に，セリ取引を排した当事者間交渉による価格決定のメカニズムを有すると理解され……，その決定的な特徴は，非匿名性と少数性，メンバーシップによる調整メカニズムという点に求め」⁶⁰られる。90年代における“生協産直市場”はしかし，これらの観点からしても変容したと総括できよう。第一に，員外利用が規制されているがゆえに相変わらず“会員制市場”であるとはいえ，他業態による類似のサービスが出てきたり，「産直の多様化」によって“生産者との相互理解”に高い価値を置く姿勢が弱まったりしたことにより，“会員制”であることの意味は低下したと考えられる。第二に，生協が生産者に特定の仕様を求めていたにせよ，安全性の“客観的チェック体制”の整備に伴って他の取引先にも同じ基準を適用するのが一般的になったことにより，各生協の組合員にとっては準オーダーメイド品という性格が薄れていった。以上の二点はまさに，“生協産直ブランド”の優位性低下を意味し，そしてその根底には，本稿で指摘した“生協－生産者間の関係性の変化”が潜在していたと考えられる。第三に，セリ取引は排したが，市場価格一般においてもセリによる価格形成が縮小しつつあり，さらに90年代の「生協産直」が市場価格への鞘寄せを志向しつつあった流れを踏まえれば，“メンバーシップによる独自の価格形成メカニズム”という価値も空洞化しつつあったと捉えられよう。農業生産者の視点に立てば，「生協産直」のそもそもの出発点は，価格決定に関与することへの期待にあったが，90年代の「生協産直」は“生協と生産者の対等な当事者間交渉に基づく価格決定メカニズム”としての魅力を減じつつあったといえるのかもしれない。以上の指摘が的外れではないとすれば，生協産直事業を継続させようとする限り，生協陣営はその“独自性”を再考してゆく努力を求められ続けることになるだろう。

最後に，本稿における考察の限界について述べておかなければならない。本稿の目的に照らせ

⁶⁰ 前掲日向（2017），p. 61より引用。

ば、「生協産直」の重要なプレイヤーである農業生産者の認識を検討することが望まれるが、90年代の「全国産直調査」のうち二つ（『第4回調査』および『第5回調査』）には該当する設問がなかったため、それは叶わなかった。また、既述のとおり「全国産直調査」の回答主体は専ら単位生協ないし事業連合の職員であるため、生協組合員の苦情に関するデータは、あくまで生協側担当者の認識に基づくのである。以上の点は、農業生産者・生協組合員を直接の対象とした調査を検討することによって改善の余地があるだろう。今後の課題としたい。

※本研究はJSPS科研費JP17H02505の助成を受けたものです。