

## 1980年代の「生協産直」：誰が何を求めていたか

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: 2017-03-01 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 日向, 祥子 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.14945/00010004">https://doi.org/10.14945/00010004</a>

## 論 説

## 1980年代の「生協産直」——誰が何を求めていたか——

日 向 祥 子

## I. 本稿の課題

本稿の課題は、1980年代における日本の「生協産直」事業について、同事業に参画した諸主体の“関心の在り様”という観点から接近することである。“諸主体”として、ここでは日本生活協同組合連合会（以下、日本生協連）、地域生協（運営層ないし職員）、生協組合員、農業生産者を念頭に置く。

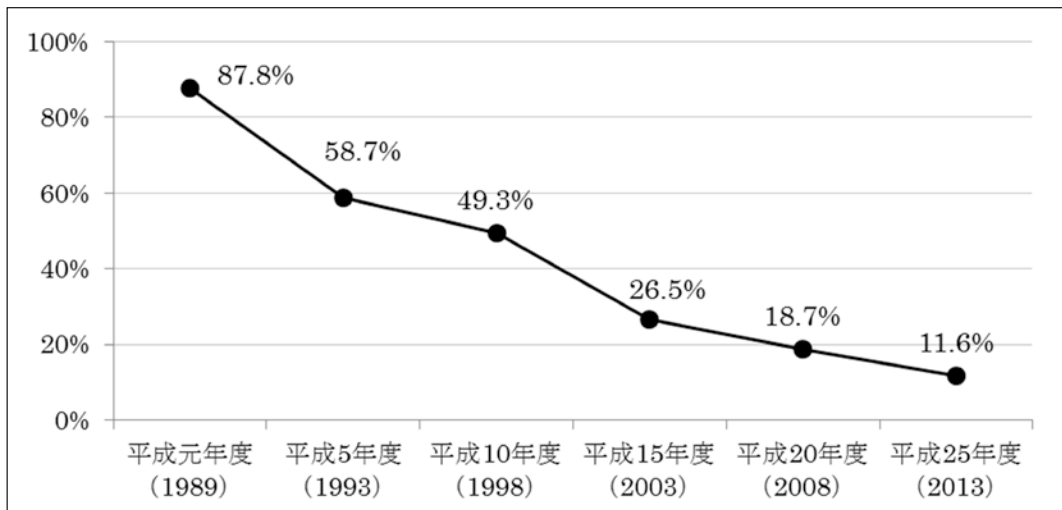
「生協産直」事業とは、理念的に<sup>(1)</sup>いえば“生産者（産地）および防除歴の明らかな青果物<sup>(2)</sup>を、中央卸売市場をバイパスして（＝産地直結）生協組合員に提供する事業”のことを指す。同事業は“市場取引”への異議申し立てとして企画され、1980年代に急成長をみた。ここに現れる“市場”という言葉は、巷間に溢れるものである反面、実際のところ、かなり曖昧に用いられるものでもある。例えば、“複数の経済主体が各単位の境界を越え、価格シグナルを主要な規定因に何らかの取引を行う”状態を指して“市場取引”というが、そこには必ずしも“目に見えるイチバ”があるわけではない。他方、“目に見えるイチバ”である中央卸売市場においても、近年、そこでのセリ取引の比重が極めて低いことは周知の事実であろう（図1）。前者は“取引を規定するメカニズム”という趣旨で、後者は“取引のプラットフォーム（場）”という趣旨で<sup>(3)</sup>、それぞれ“市場”という言葉を用いているようである<sup>(4)</sup>。1980年代の「生協産直」事業において“市場”の何が“克服すべき課題”とされたのか、同事業がどのような意味で“非-市場的”たりえたのか、それらは誰にとっての問題であったのか——。これらが本稿の立脚する問いである。

<sup>(1)</sup> 現実に即していうと、「産直」とされる取引には中央卸売市場を経由するものが含まれる場合もある。

<sup>(2)</sup> なお、「生協産直」には畜産物や水産物に関するものもある。

<sup>(3)</sup> 前者に関して、それが“経済主体の単位境界を越える”点を重視するならば、ここに“理念上の取引プラットフォーム”としての意味を看取することもできる。

<sup>(4)</sup> 他にも、“市場”には、例えば、競争による優勝劣敗状況を通して“各経済主体の効率性如何を報せるディスプレイ”としての意味が認められることもあろう。



(図1) 中央卸売市場における「青果」セリ売り比率(金額ベース)の推移

(典拠) 平成元年度～平成10年度については「図3. セリ売り比率の推移」農林水産省『食材の流通と変化』<http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/culture/syokuzai.html> (2016年12月16日取得), 平成15年度～25年度については「2. 中央卸売市場における取引(1)せり・入札取引の割合(金額ベース)」農林水産省『卸売市場データ集(平成27年度版)』(2016年6月, p. 39). なお, 直近確定データの平成26年度(2014)値は11.2%である.

## II. 前史——“市場取引”への不信

「生協産直」を含む産直取引が立ち現われてくる背景として, 以下, 本章では高度成長期への回顧を踏まえた同時代的な刊行物における“市場”の語られ方を確認してゆく.

### (1) 流通論の観点から

秋谷(1978)の整理によれば, 日本社会において“消費者”が既存の生鮮食品流通に対する疑問・批判を投げかけるようになったのは1960年代に入ってからのものであり, そこでは都市部における生鮮食品の消費者価格上昇を背景に, “市場取引”の価格決定方法や品質評価基準, 輸送・保管の在り方が問題とされ, 60年代後半以降「産直」という言葉が「市民権」を得るに至ったという<sup>5)</sup>. 端的に言えば「産直とは, 中央卸売市場を経由せずセリ取引を原則としない」ものとして模索された流通方式であった.

中央卸売市場は, 「出荷者である生産者・売り手側多数と, 仲卸人・買参人である買い手側多数との間に, 『自由』で『公正』な競争の場を保証する」理念の下, 京都での開設(1927年)を皮切

<sup>5)</sup> 秋谷重男『産地直結——流通の新しい担い手』(日経新書, 1978年) p. 9. 以下, 本節で鍵括弧による引用は同書第1章に拠る.

りに、「統制時代を別とすれば、戦前昭和期から……生鮮食品流通の要」として、「その強い集分荷力によって、……地方市場や場外市場に対しても大きな影響力をもち、全国の価格形成をリードしてきた」。元来、中央卸売市場体制は、大正期における生産者・小売業者双方の零細性と情報コストの高さを背景に、取引仲介業者＝問屋商人が情報の非対称性に基づく利益機会を享受していた状況に対し、米騒動（1918年）に繋がるような価格騰貴・思惑売買が問題視され、「卸売会社の収入源を一定の手数料に限定し」、彼らがもっていた「価格操作機能や需給調節機能を封じ」るものとして設計された「日本の商品取引の一大傑作」であった<sup>6)</sup>。しかし、1960年代以降になると、「国内国外のあらゆる産地から、……時期を問わず、多種多様な品を揃え」、「消費者に便利でバラエティーに富んだ買い物を約束する」その疑いなき利便性の反面、このシステムに対する不満も高まっていった。第一に、「一〇%の出荷減は三〇%の単価騰貴を呼びおこすし」、逆もまた然り、という価格の不安定性は「全国各地の生鮮食品の価格形成にも強い影響をあたえて、価格増幅を大きくする」ものでもあった。第二に、中央卸売市場は、「産地からの荷を引き受けて呈示し、セリ相場を設定する卸売業者」が、「仲卸人・買参人が決定し、支払うことになった価格のなかから、一定の手数料をとることで運営される」ため、卸売業者がセリを高価格水準へ誘導する<sup>7)</sup>誘因をもつ構造にあった。以上要するに、高度成長期以降の中央卸売市場取引を流通論の観点から評価すれば、そこで形成される価格の不安定性と下方硬直性<sup>8)</sup>とが問題にされつつあった<sup>9)</sup>ようである。

## (2) “消費者”の観点から

1967年、東都生協の前身にあたる「天然牛乳を安く飲む会」が誕生したが、その背景は次のように<sup>10)</sup>語られている。「政府のすすめる高度経済成長政策は、労働者（消費者）の賃金を名目で引

<sup>6)</sup> 秋谷は、「東南アジアをはじめ」とする「低開発地域」との比較の下に「公設の取引市場が整備・充実していないために、特定商人の借金からいつまでも抜け出せない貧しい生産者や、法外ともいえる中間利益の独占が横行」する状況に照らせば、「中央卸売市場制度は近代日本百年の歴史のなかで、誇ってよいもののひとつ」と評価している（前掲秋谷，p. 16）。

<sup>7)</sup> 「卸売会社は中央市場でのセリ価格が軟化したり、高価格水準がたちそうにない品目については、産地に電話連絡してトラック止めをしたり、餌や加工用にまわすほうが得策だと誘導したり、作付け転換をすすめたり」していたという（前掲秋谷，p. 21）。

<sup>8)</sup> 但し、生産者から産地集荷団体（集荷業者、農協）、卸売市場の卸売人・仲卸人・買参人を経て小売、消費者へという青果流通の重層性を踏まえれば、中央卸売市場で形成される価格にしばしばみられるようになったとされる“下方硬直性”が、農業生産者の再生産可能水準を十分に償う水準のものであったか否かは、また別の問題であろう。

<sup>9)</sup> これらの問題が、なぜ高度成長期以降に顕在化したかということ自体、別途検討を要するものである。この点について、秋谷の議論は必ずしも明示的ではないが、彼は、①1960年代以降の都市部における生鮮食品の消費者価格上昇が、消費者によって“中央卸売市場体制に起因する問題”と受け止められたこと、②都市部の消費者による購買行動が、高級食品や“嗜好品（例えば桃、スイカなど）”に対して大きな変動をみせること、③とりわけ魚介類に顕著な生鮮食品の耐久化（冷蔵・冷凍技術の向上）、これらによる影響を示唆している。中央卸売市場にかかる“限界”が認識されるようになった文脈には、高度成長期に人々の食生活が豊かになっていったことや、保存・輸送にかかる技術発展が関わっているようである。

き上げはしたものの、インフレが進行するなど、物価はそれ以上に高騰して、消費者のくらしは決して楽な方向に向ってはいませんでした<sup>10)</sup>。「また、水俣病、富山イタイイタイ病、四日市ぜんそく、カネミ油症事件など、公害による被害も社会的にクローズアップされました」。「そんな折、1967年4月から180ccの牛乳が1本18円から20円に値上げされようとしていました。子をもつお母さんたちは大弱り、何とか安い牛乳を飲む方法はないか、と考えました」。「『守る会』会則の前文は、第一に、農業は国の基幹産業として位置づけられるべきである、と明示」。「第二に、それ（工業優先・農業切りすて：引用者註）は牛乳のみならず、国民の『胃袋』を外国（とくにアメリカ）に売り渡すことになり国の独立をも危うくする、と主張」。「第三に、当時各乳業メーカーは競って脱脂粉乳にバターを混ぜ、それに水を加えた還元乳を……直営の販売店を通じて売るやり方をとっていましたが、値段は法外に高く」。「『ホンモノの安全でおいしい牛乳を安く飲みたい』と願う消費者にとって、まともな牛乳を自前の工場で作っている生産者から直接手に入れる以外道はなく」――。

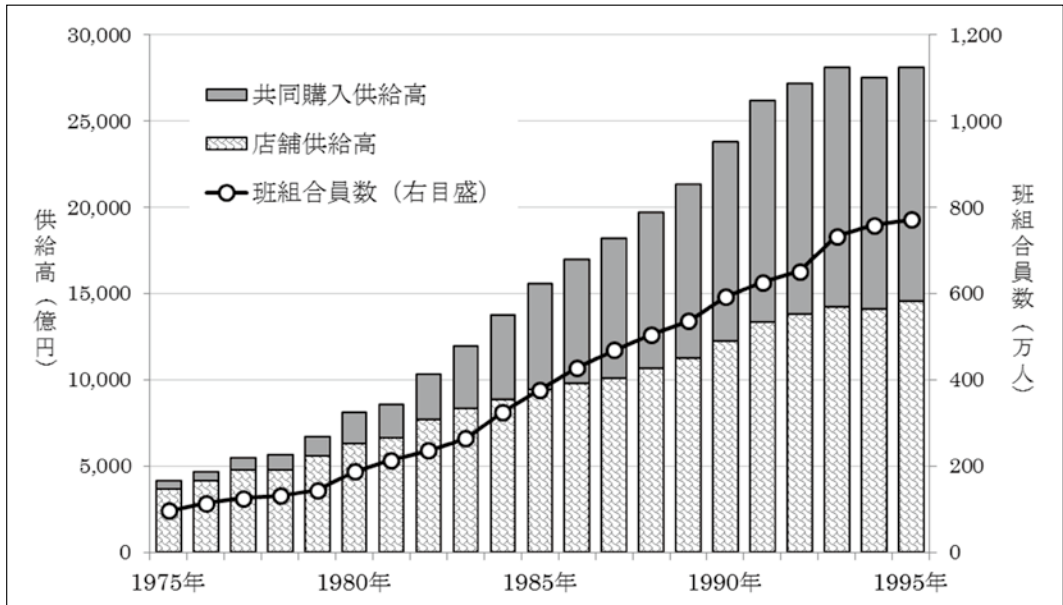
ここからは以下の点が看取される。すなわち、牛乳にかかる「産直」の契機が、①物価上昇に対する生活防衛、②流通資本や寡占メーカーによる流通支配への不信、③公害に対する恐怖心、④生産者と消費者の協同による良品の確保、⑤国内農業保護（自給率維持）、これらに求められていることである。①・②は前節にみた“中央卸売市場不信”にも接続しうる問題提起であるが、③・④・⑤は、潜在的には<sup>11)</sup>、市場取引の匿名性に関わる性格をもつように思われる。そこでは、特定の財に格別の価値を認め、こうした財にかかる市場での探索コストを省くことに“直結”論の根拠が置かれている。東都生協にかぎらず、多くの生協で「産直」の起点が牛乳の共同購入にあることはよく知られているが、そこでは、大量生産・大量消費型社会の広がりとともに、こうした“特定の財に格別の価値を認め、それを選び取る”ことが困難になってゆく状況への懸念が一定の意味をもっていた。

他方で、周知のように、高度成長期は“専業主婦”という（伝統的な家族形態に照らせば極めて特異な）歴史的産物を生み出した。日本における生協の事業活動は1980年代に急成長をみたが、それを牽引したのは共同購入事業であり、これを支えたのは地域ごとに“専業主婦”を組織した班であった（図2）。上記の「天然牛乳を安く飲む会」にかかる文脈でも「子をもつお母さんたち」の主体性が強調されているが、以下に示す生活クラブ生協のエピソード<sup>12)</sup>は、“専業主婦”に

<sup>10)</sup> 以下、本段落中、鍵括弧に拠る引用は、東都生協15年史編纂委員会『協同のこころ』（東都生活協同組合、1988年）pp. 10-12（下線は引用者）による。

<sup>11)</sup> 一般には、高度成長期に実質賃金は上昇したはずであるが、単婚小家族の形成や耐久消費財の普及により、家計の“負担感”が高まっていったとしても不思議はない。

<sup>12)</sup> ここで引用される牛乳「産直」の場合には具体的な少数の乳業メーカーが想定されており、これを匿名性の問題に帰することは固より必ずしも適切ではない。しかし、後の青果「産直」に継承されてゆく問題意識という意味では、これを“作り手を選ぶことができない”ことに対する不満と解釈してもよからう。



(図2) 日生協会員生協の事業拡大

(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『現代日本生協運動史・資料集(第3巻資料・データ編)』(日生協, 2001年) pp. 732-733

(注1)「班組合員数」は購買生協, 医療生協, 共済・住宅生協の計。但し, この大部分は購買生協, とりわけ地域生協のものと判断できる。

(注2) 生協の興隆を生協数で把握することは, 生協同士の合併を通じた大型化の影響により困難であるため, ここでは生協の中心事業である購買事業の伸びを共同購入と店舗に分けて示すこととした。

よるアイデンティティ形成の, ひとつの在り様をよく物語る。「生活クラブ生協は, 一九六五年六月に東京・世田谷で, ……少数の主婦たちの『家庭に埋没する女から社会に関わる主体として生きよう』という呼びかけで始まった」。「生産者との提携による消費材<sup>14)</sup>は, 従来の商業的流通ルートの大量消費をねらった添加物や余計な付加価値を排して〈素性の確かな消費材の生産〉を呼びかけている」。「それはつねに製品, 包装材のいずれも自然の生態系を破壊するようなものか否かを生活クラブ生協組合員の日で点検し, いかに便利なものであっても排除してきた」。「生協活動には, (1)自分が出資して, (2)それを利用して, (3)自ら運営する, という三原則があります。つまり生産・流通における主人公に私たちがなっていくための三原則がそれなんです。ところが自分

<sup>13)</sup> 以下, 本段落中, 鍵括弧に拠る引用は, 高杉晋吾『主婦が変われば社会が変わる——ルポ・生活クラブ生協』(海鳴社, 1988年) pp. 3-8 (下線は引用者)による。

<sup>14)</sup> 「一般の商品のもつ商品価値を否定する意味で, 生活クラブ生協では商品といわず『消費材』という(前掲高杉, p. 14)」。

は何もしないでサービスを受けることになれた現代人は、この三原則を嫌います」。「でも組合員が運営を嫌うことを認めていれば、サービスを受けるだけのいわゆる消費者と同じになります」。「無添加消費材や有機栽培の野菜等は大量流通の一般商品に対して対抗力が弱いので、一定量の恒常的需要を生産者に保証し、価格、品質などを維持する必要がある」。「地域の人間関係がバラバラに壊されているのをいかに協同性に束ねるのか、ということが班活動の本質です」。「ともに労働することを通して、親しい友人が身のまわりにでき、子どものこと、家庭のことにとどまらないいろいろな話もでき、自分の労働の結果、産地と自分の地域の結びつきもはっきりと知ることができるし、家庭の中にあっては自分の働きで夫や子どもたちに食べさせたり着させたりする消費材の内容についても誇らしく話題にすることができる」――。

ここには、「社会」との接点が希薄化しがちな“専業主婦”が、「何もしないでサービスを受ける」・「いわゆる消費者」とみられることを潔しとせず、地域コミュニティを足掛かりに、価値ある“専門性”をもつ“主体的存在”として“社会”に位置づくことを目指す意識<sup>65)</sup>が看取されよう。「生産者と消費者の直結」には、こうした彼女らの自己実現に関わる意義が付与される側面もあつたのである。

### (3) 農業生産者の観点から

農業生産者は、地元農協への無条件委託を通じ、セリ取引のプライステイカーに位置付けられるなかで「価格形成にタッチできない生産者の立場を改善したいと考えた<sup>66)</sup>」。彼らは「朝から晩まで働いても農業ではメシが食えない<sup>67)</sup>」状況に疑問と憤りを覚え、「そもそも、農家のあずかり知らぬところで勝手に価格が決まってしまう市場流通の仕組みも、もとをただせば生産と流通、消費が分断されていることに問題がある<sup>68)</sup>」と認識するようになった。彼らは、「産直」を通じて“生産者が価格交渉に主体性を発揮できるようになること”を期待したといえよう。

他方で無視しえないのは、「生産者も農薬や化学肥料はあまり使いたくない。だが、農協がそんなこと（ママ）したら物は出来ないというやり取りでずっと来て<sup>69)</sup>」いたという経緯である。生産者組合員による農薬購入が農協共同購入事業に一定の位置を占める点は措くとしても、選果機処理で農産物に傷がつくと腐りの原因となるため、既存の大量流通ルートに依拠するかぎり、減

<sup>65)</sup> 裏を返せば、こうした意識が高らかに表明されること自体、「主婦」という存在が「何もしないでサービスを受ける」に過ぎないものと受け止められうる社会状況（それが妥当な理解であったか否かは別として）が存したことを物語るともいえよう。

<sup>66)</sup> 山本明文『生協産直、再生への条件――「ホンモノ」と「顔の見える関係」を求めた30年』（コープ出版、2005年）p. 58。

<sup>67)</sup> 同上。なお、このエピソードは1975年当時の状況にかかるといえる。

<sup>68)</sup> 同上。

<sup>69)</sup> 前掲山本、p. 43。

農薬の取組みが制約されることは事実であった。公害が社会問題化する時代状況にあつて、農業生産者自身が「減農薬志向」をもつようになっていた反面、それを可能にするには、農協への無条件委託構造に拠らない、新たな流通チャンネルを拓く必要があり、その意味からも「産直」は有望な方向性と受け止められたのである。

但し、こうした新たな流通チャンネルを構築するには、従来「卸・荷受人や仲卸人が演じている機能を誰がとって替わるのか<sup>20)</sup>」、端的には集荷・分荷機能や需給調整機能を誰が負うかという問題があった。「生協産直」に携わった生産者団体では、「注文数の生産者への割当ての連絡で毎日手間がかかってしまい、職員の通常業務が困難になってしまう<sup>21)</sup>」状況が現出したし、「注文に合わせて計画生産していくものの中には、生産量と注文数が天候や栽培方法によってうまく合わない事がではじめ<sup>22)</sup>」るようになり、「生協の組合員さんの注文に応えるようにがんばっていきましよう<sup>23)</sup>」と自らを鼓舞するなかに「担当している職員は一週間の内で生協への出荷がない日が一番精神的に楽だと<sup>24)</sup>」いう本音が漏れることもあった。

また、生産者自身が農薬への危機感を抱いていたとはいえ、品目や地域的条件下では、これを一挙に全廃するようなことは現実的でなく、消費者からの要求が先鋭化するなかで、次のような苛立ちの声もあがるようになっていった。「私は学校で虫下しというものを年に二、三回飲まされた経験があります。農薬の入手がままならない時代に防除をしない野菜を食べるから、どうしてもおなかに虫がわいたり有害なカビが体内に入ったりした、それを駆除するために薬を飲んだのです。現在そういうことは学校で行われていません。なぜかという、そういう有毒な虫なりカビは農薬で絶やしているからです。したがって、これからの中では、食べてから駆除するのか、駆除してから食べるのかという選択をせざるを得ないのではないだろうか、そういった点についても消費者と十分に論議を交わしてみたいと考えております<sup>25)</sup>」。

#### (4) 小括

高度成長期には、都市部における生鮮食品の消費者価格上昇や、公害の社会問題化、“専業主婦”の“誕生”といった状況を背景に、中央卸売市場を介した大量流通に対して、価格の不安定性と下方硬直性、“自分にとって格別の価値をもつ特定の財を選び取る（選び取ってもらう）こと”の困難さ、“社会”との接点を希薄化させる“専業主婦”の主体性埋没、農薬多投型農業の蔓延といっ

<sup>20)</sup> 前掲秋谷, p. 27.

<sup>21)</sup> 『産直はじめてものがたり』(八郷町農業協同組合野菜・果物産直協議会, 1991年) p. 30.

<sup>22)</sup> 前掲『産直はじめてものがたり』pp. 31-32.

<sup>23)</sup> 前掲『産直はじめてものがたり』p. 32.

<sup>24)</sup> 同上.

<sup>25)</sup> 『21世紀をめざした生協産直』『生協運営資料』158 (1994年7月) p. 71 (1994年2月, 第10回全国産直研究交流会のパネルディスカッションにおける富良野農協販売部長・岩崎充男氏の発言).



た課題が認識されるようになっていった。「生協産直」は、こうした課題の克服に寄与するものとして期待を集めてゆくようになったといえる。

### Ⅲ. 「全国産直調査」が示すもの

高度成長期に関する前章の議論を踏まえ、1980年代に至って、実際の「生協産直」事業がどう展開していったか、日本生協連・食糧問題調査委員会による「全国産直調査」を足掛かりに検証してゆこう。「全国産直調査」は、「いわゆる『産直』が、おしなべてどこの生協でも広がりを見せており、生協組合員の期待とともに、生産者側の関心と積極的対応をひきおこしている」反面、「この潮流が大きくなっていく過程で、また、たくさんの問題や障害が生じてきており、打開策がさまざまに模索されている」状況を背景に、「日本の生協運動にとっては、食料品の取扱い、食糧問題にたいする取組み上の政策と方針をいちだんと明確にする必要がある」という観点から、1983年以降、4年置きに取り組まれるようになったものである<sup>99</sup>。本調査に関しては、日本生協連・食糧問題調査委員会自身による『報告書』が刊行されており<sup>100</sup>、それを引用した論者もある<sup>101</sup>が、これらは、各々の発表時点における「生協産直」事業推進上の示唆を重視した、同時代的な問題意識に規定される傾向を有している。ここで改めて、前章の議論と関わらせつつ、「全国産直調査」結果に歴史的な検討を加えてみよう。対象とするのは、1983年実施の『第1回調査』、87年実施の『第2回調査』、91年実施の『第3回調査』である<sup>102</sup>。なお、本調査における回答主体は、各単位生協の職員（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。

#### (1) 「産直」を行なう目的(表1)<sup>103</sup>

表1は、三つの重要なことを示唆している。第一に、全体としてみれば、価格にまつわる選択肢(ア、イ、ウ)への反応が総じて低い。他方、「選択肢の数」および「回答数上限」が増大して

<sup>99</sup> 日本生協連・食糧問題調査委員会『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(以下、『第1回調査』と略)』(日本生活協同組合連合会, 1984年) pp. 10-11。なお、同調査は結果的に4年ごとに取り組まれることとなったが、『第1回調査』の時点では、必ずしも調査の継続性は保証されていなかった。このことは、1983年に実施した調査にかかる刊行物(上記『第1回調査』のほか、日本生協連・食糧問題調査委員会『産直—生協の実践—』1984年10月)においても“第1回調査”との表現が用いられていないことに窺える。

<sup>100</sup> 前掲『第1回調査』(日本生協連, 1984年)および日本生協連・食糧問題調査委員会『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(以下、『第2回調査』と略)』(日本生協連, 1988年)、同『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』と略)』(コープ出版, 1992年)、日本生協連『1860万人の生協産直—巨大ネットワークへの胎動—』(コープ出版, 1996年)など。

<sup>101</sup> 岡部守『共同購入と産直』(日本経済評論社, 1988年)、大木茂『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位論文, 1995年3月)など。

<sup>102</sup> いずれの調査も、報告書が刊行されたのは調査実施の翌年である。

<sup>103</sup> 各生協で「産直」を行う目的を問うたもの。なお、第3回(1991年9月実施)につき、出典である『第3回調

(表1) 産直を行なう目的

	1983年	1987年	1991年
第1位	(a) 商品の安全性を確保するため (54%)	(a) 商品の安全性を確保するため (83%)	(a) より安全な商品を組合員に提供するため(96%)
第2位	(b) 市場を通じるよりも鮮度が良いものを得るため (37%)	(e) 生産者との交流を通じて双方の理解を深めることができるから(77%)	(e) 生産者との交流を通じて双方の理解を深めるため (84%)
	(c) 商品力の強化を図れるから (37%)		
第3位	——	(b) 新鮮な商品を確保するため (57%)	(b) 新鮮な商品を確保するため (54%)
第4位	(d) 生産段階に組合員の意志が反映できるから (35%)	(c, d) 生協商品の独自性が発揮できる (41%)	(g) 地域の農業振興に寄与するため (38%)
第5位	(e) 生産者との交流が図れるから (32%)	(f) 日本の農漁業のあり方を考え、農漁業を守るうえで大事だから(39%)	(f) 日本の農業のあり方を考え、農業を守るため (37%)
			(c, d) 生協仕様に基づく商品を実現するため(37%)
価格に関わる側面	第10位 (ア) 価格形成に組合員の意志が反映できるから (4%)	第10位【新】 (イ) 適正で納得のいく価格を実現できるから(15%)	第7位 (イ) 適正で納得のいく価格を実現するため (31%)
	——	第14位 (ア) 価格形成に組合員の意志が反映できるから (8%)	第11位【新】 (ウ) 価格の安定をはかるため (12%)
選択肢の数	10	16	14
回答数上限	3	5	5
平均選択数	2.9	4.7	4.8

(典拠)「表2-5: 産直を行なう目的」(『第1回調査』p. 29), 「表3: 産直を行なう目的」(『第2回調査』p. 17), 「問1: 『産直』を行う主な目的」(『第3回調査』p. 63)

(注1) 地域生協計(店舗型, 併用型, 共同購入型の合計)の数値を用いた(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, “全選択肢に対する延べ回答数”を“集計生協数から無回答生協数を除いた数”で除した値。なお, この点については本文註30参照(以下, 同様)。

(注4) 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5) 表中, (a)-(g) および (ア)-(ウ) の記号は, 引用の便宜上付したものである(以下, 同様)。

査」中の「問2」表(p. 63)では, 「無回答」27が「集計生協全体」90に対する30.0%と記載されており, その表記に従うと, 「本質問の対象となる生協のうち27生協が無回答」の意となるため, 「ある選択肢に対する最大の回答

いったにも拘わらず、第二に、上位5件のうち4件は一貫して同趣旨<sup>61)</sup>の回答が占めており、第三に、その裏面として、新設選択肢への支持が低い。

第一の点について、既述のように、高度成長期に「産直」モデルの原型（牛乳）が形成された段階では“より安く”ということが重要なテーマのひとつであったが、1980年代の「生協産直」事業においては、（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みてよからう。

第二の点について、80年代の「生協産直」事業では、“安全性(a)”，“鮮度ないし確保(b)”，“独自の商品戦略(c, d)”，“生産者との交流(e)”という四つの意義が常に重視されていた。前章の議論と関わらせれば、産地との“直結”により、生協組合員へ“格別の価値をもつ特定の財”を提供することが“生協独自の商品戦略”上に位置付けられ、そこでは、とりわけ“安全性”や“生産者との相互理解”が差別化の焦点となっていたといえよう。“安全性”というキーワードは「生協産直」事業が農業生産者の抱いていた減農薬志向に応える意味をももちえたことを、また“相互理解”というキーワードは、“専業主婦”の求める“社会”との紐帯を実感させる可能性を、それぞれ示唆している。

第三の点について、選択肢の新設はアンケート作成主体の問題意識（日本生協連）を反映するとみるべきだが、第2回以降のそれは、概ね“価格に関わるもの<sup>62)</sup>”，または“社会に対する啓蒙的意義に関わるもの<sup>63)</sup>”に大別される。価格の側面については第一の点として既述したが、社会への啓蒙的意義に関していえば、80年代半ばには全国の小売商から生協規制の要望が生じていたこと、とりわけ、そこでは生協の事業展開について「地域の実情を無視した出店が相次<sup>64)</sup>」いでい

---

生協数は63（=90-27）とならねばならない。しかし、実際には、86生協が選んだ選択肢、76生協が選んだ選択肢が存在している。そもそも第1回・第2回の調査に比べ、無回答27はあまりに多い印象を受けるものでもある。第3回調査票を返送した生協118のうち、「農産産直に取り組んでいる生協」が90、「回答時点では農産産直に取り組んでいない生協」が28存在する（同報告書に所収の「アンケート回答生協一覧の表記による）ことから、ここでいう「無回答」は、「農産産直に取り組んでいない生協」数28を含み込んだものと理解したほうがよからう。以下、全ての表について1991年における回答比率は、こうした観点から補整の上、算出している（「無回答」生協数から28を控除。こうした処理を行わないと、表中の「平均選択数」が過大に表れる。実際、「産直を行なう目的」に関しては、「5つまで選んで、○印を付けてください」という指示に対して、補正処理前には1生協あたり平均6.8件の選択を行ったことになり、不自然に思われる）。「産直を行なう目的（表1）」においては、「無回答の生協数」が「農産産直に取り組んでいない生協」数の28を下回る（27）が、その差は1に過ぎないことから、「まだ取り組んでいないが、取り組みを考えている生協」または「かつて取り組んでいたが、今は取り組んでいない生協」のうち1生協が本設問に回答を為したと解釈し、本設問に関しては「無回答0」と看做し処理した。

<sup>61)</sup> “安全性”を意味する(a)，“鮮度ないし確保”を意味する(b)，“独自の商品戦略”を意味する(c)ないし(d)，“生産者との交流”を意味する(e)。なお，“(b)鮮度ないし確保”に関しては、第2回および第3回の選択肢が、第1回と異なり「新鮮な商品を確保するため（下線引用者）」とされたことから、アンケート回答者が「物量確保」の含意に反応した可能性があると考えている。

<sup>62)</sup> “適正で納得のいく価格”や“価格の安定”がこれに該当する。

<sup>63)</sup> “地域の産業や暮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がこれに該当する。

るとのレトリックが用いられていたことが示唆的である。このような生協批判を受けて、1985年の日本生協連第35回総会では「生協規制に対抗する取り組みとも関連して、『くらしと商品の見直し活動』の提起がなされ<sup>65)</sup>」,「この提起は、地域・地域で生協と農協・漁協等との提携を進め、風土に合った健康な食生活の在り方を追求する動きの一環として、産直を位置づけ<sup>66)</sup>」,「こうした取り組みによって、地域視点を生協運動に取り入れる方向が広がりはじめ, 1986年の第36回総会において、『地域に根ざした活動』が重要課題として提起されるに至り、その中での産直・提携の役割は、きわめて大きなものと評価されてきた<sup>67)</sup>」とされる。日本生協連としては、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“地域の敵”ではなく、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としていたが、本アンケート結果をみるかぎり、“陣営内”に属する各単位生協職員のレベルでさえ、そうしたレトリックに対する反応は必ずしも芳しくはなかったのである。“社会に対する啓蒙的意義”は、“専業主婦の自己実現願望”を汲むものとしても位置付けうるはずであるが、彼女らの願望は、さしあたり、既述の“生産者との相互理解”(“自分”と“相手”との関係)に回収され、より広く“社会”への影響力(“自分”と“世の中”との関係)を行使する方向性へ発展することには、さほどの期待が寄せられていなかったのかもしれない。

## (2) 安全性対策(表2)

前節で指摘した四つの主要目的のうち、同じ「全国産直調査」に詳しく採り上げられている“安全性”の問題について、さらに検証してゆこう<sup>68)</sup>。1983年調査では、回答数制限が無いなかで、各生協は一つないし二つの選択肢を選んでいる(平均選択数1.4)が、この時点で3割近くに上った「(b)無農薬・有機栽培を原則にしている」との回答は、第2回に2割弱、第3回では本表から漏れるまでに順位を落として8%となっている<sup>69)</sup>。農業生産者側も減農薬志向を有していたとはいえ、前章で彼らの“苛立ち”が確認されたように、無農薬・有機栽培の徹底に及ぶことが必ずしも容易でなかったことを踏まえれば、生協側もラディカルな要求を為しうる状況には無かったのであ

<sup>65)</sup> 「大店法改正等全国小売商推進会議の生協規制の要望書(1984年12月)」(日生協創立50周年記念歴史編纂委員会『現代日本生協運動史・資料集(第2巻・資料編)』日本生協連, 2001年, p. 121より引用)。なお、下線は引用者による。

<sup>66)</sup> 『第2回調査』p. 2。なお、下線は引用者による(以下、同様)。

<sup>67)</sup> 同上。

<sup>68)</sup> 同上。

<sup>69)</sup> 同じく「産直の目的」として重視されていた産地との交流については、第2回・第3回調査でその内容を問うアンケート項目があるが、そこでは、“生産者名の記載(生産者カード)”, “組合員による産地見学(交流, 援農)”, “生産者による生協活動への関与(学習会, 店頭販売)”, “生協まつりや農協まつりに相互に協賛しあう”といったかたちの交流が、多くの生協で企画されていたことが確認される。

<sup>70)</sup> 1991年における第3位選択肢は「有機栽培等」と条件を緩和し、「より安全な農法」という文脈での回答を誘う状態になっているため、これを(b)と同一視することは適切でない。

(表2) 安全性対策

	1983年	1987年	1991年
第1位	(a) 使用する農薬や肥飼料の種類や回数, 量の基本を契約時に決めている (87%)	(d) 【新】 農薬の使用回数を減らす方向でいる (53%)	(e) 【新】 「出どころ確か」, 「肥培管理」 等の明確化 (74%)
第2位	(b) 無農薬・有機栽培を原則にしている (28%)	(a) 使用する農薬や肥料の回数, 量, 時期等を契約時に決めている(51%)	(d) 農薬使用を減らす方向でいる (63%)
第3位	(c) 別にこだわっていない (1%)	(b) 無農薬・有機栽培を原則にしている (19%)	(f) 【新】 有機栽培等のより安全な栽培方法 (59%)
第4位	—	—	(a) 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%)
第5位	—	—	(g) 【新】 朝どりや完熟・もぎたて等の新鮮・おいしさ (21%)
選択肢の数	3	4	8
回答数上限	(指定なし)	(指定なし)	3
平均選択数	1.4	1.3	2.7

(典拠) 「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」(『第1回調査』 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」(『第2回調査』 p. 50), 「問25: 『産直』 青果者の安全性の追求点」(『第3回調査』 p. 72)

(注1) 「別にこだわっていない」という選択肢(c)は, 第1回調査(回答生協1) だけでなく第2回・第3回調査にも継続するが, 両年における回答生協はゼロである。

ろう。1980年代当時であっては, 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 (a, d, e, f) し, それだけでも, 当時の社会慣行に照らせば一定の前進であった。このことを以て“安全性対策が不十分”と断じるのは, 同時代的な社会状況および現実認識を無視し, その後の“結果的な事実経過”を過去へ一方的に投影する“過剰な批判”を意味することともなろう。

興味深いのは, 1991年調査の『産直』青果物の安全性について, 貴生協ではどんなことを中心に追求していますか, 次の中から3つまで選んで, ○印を付けてください(波線ママ)」という問い掛け文に対し, 回答選択肢として「(g)朝どりや完熟・もぎたて等の新鮮・おいしさ」が設けられ, なおかつ, これが, 同年には表中に上らない「(b)無農薬・有機栽培を原則にしている (8%)」より有意に高い回答率 (21%) を得ていることである。当該選択肢の設定自体が“安全性”を問

う文脈としては奇異に映るが、「3つまで」(つまり必ずしも三つを挙げる必要は無い)という指定にも拘わらず、表中に当該選択肢より上位を占める4選択肢のいづれかを否定してまで1枠分をこれに充てた回答生協が2割を超えていることになる。設問の意図を忖度すれば、ここでの“安全”は“傷んでいない=腐っていないので身体にとって安全”ということであろう<sup>40)</sup>が、一定範囲の生協にとっては、前節にみた商品戦略上の関心という観点から、“農薬・化学肥料問題”以上に“新鮮な青果の調達”が重視されるようになりつつあったのかもしれない。

これらの回答結果を踏まえると、青果の「産直」が定着・拡大してゆくなかで、完全な“無農薬・有機栽培”を追求しえない以上、安全性対策の基準をどこに求めることが“科学的”あるいは“良心的”であるのか、真剣に検討されるがゆえに、問題がより複雑に受け止められ、そうした“複雑な問題”に対する妥協点として、限定的な姿勢を示す選択肢の比重が高まった可能性があるように思われる。ともかくも、回答生協側に立てば、1991年段階に至ってもなお、農薬使用や施肥に関して、産地に立ち入った要求を為す<sup>41)</sup>ことが必ずしも現実的でない状況が続いていた(あるいは、むしろその困難さ、問題の複雑さが高まっていった)ことは、ここに確認できたとみてよかろう。

### (3) 安全性対策の実効性(表3)

各生協が一つないし二つの選択肢を選んでいる(平均選択数1.2~1.4)なかで、仕様書の作成(e)という、形式的に一段階成熟した内容を含み込みつつも、1980年代を通じて、“生産者側からの申告が主要な手段であり続けた”ことが確認される。しかしながら、同時に、生協側の点検に拠るスタイル(c, d, f)が、相対的順位は低いながらウェイトを高めていることも、併せて理解されよう。前節を踏まえるならば、1983年時点の“契約時に細かな合意を形成しておく(前掲表2中のa)こととセットに、その実効性は専ら生産者に委ねていた(表3中のa, b)”状況から、年を経るにつれて“安全性志向の在り方自体を生産者側に委ねる傾向を強める(前掲表2におけるaの比重低下)こととセットに、生協側による事後的な監視を強める(表3におけるc, d, fの比重増大)”ように変わっていったこと、換言すれば、当初の“安全の含意に積極的に関与しようとする一方で、その達成については信頼に依拠していた”関係から、“安全要求手続の簡略化と対を成す、客観的チェック体制へ”という変化の潜行を看取しうる。

既述のように、「産直事業の目的」として“安全性”はますます重要性を高めていた(前掲表1

<sup>40)</sup> 逆にいえば、当時、生協組合員からのクレームの中心を成していた“傷み”、“腐り”(後述)は相当レベルのものであった可能性があるということかもしれない。

<sup>41)</sup> 防除・施肥基準を“契約時に決めている(表2中のa)”という選択肢を中立的に捉えれば、これは生協と生産者との合議によるものと解釈されよう。

(表3) 安全性対策の実効性

	1983年	1987年	1991年
第1位	(a) 生産者から(定期的に)報告を受ける(46%)	(a) 生産者から(定期的に)報告を受ける(55%)	(e) 仕様書を作成して文書で確認している(43%)
第2位	(b) 生産者にまかせている(34%)	(e)【新】仕様書を作成して文書で確認している(53%)	(a) 生産者から(定期的に)報告又は記録を提出してもらう(42%)
第3位	(c) 生協側から定期的に点検する(8%)	(b) 生産者にまかせている(16%)	(b) 生産者に任せている(24%)
第4位	(d) 商品テスト等で点検する(3%)	(c) 生協側から定期的に点検する(11%)	(f)【新】農薬残留等を検査室(センター等)で点検する(23%)
第5位	—	(d) 商品テスト等で点検する(8%)	(c) 生協側から定期的に点検する(7%)
選択肢の数	4	5	5
回答数上限	(指定なし)	(指定なし)	(指定なし)
平均選択数	1.2	1.4	1.4

(典拠)「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」(『第1回調査』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」(『第2回調査』p. 50), 「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)

中、54%→83%→96%)し、当時の“消費者”ないし“専業主婦”は“格別の価値をもつ特定の財を選び取る”観点から“安全性”に、あるいは“社会との紐帯を実感する”観点から“生産者との相互理解”に、それぞれ「産直」の価値を見出しうる状況にあったが、その背景では、生協の共同購入事業が急成長するなかで“安全の含意”が曖昧になってゆく(場合によっては緩和される)とともに、生協と産地との関係が“ともに作り上げる、対話を前提とした紳士協定的な信頼に基づくもの”から“客観的に形式化されるもの”へ変容しつつあったとみることもできるかもしれない。

#### (4) 「産直」における問題点

##### ① 生協側担当者の認識(表4)

生協側担当者が認識していた「産直」上の問題点として、三回の調査を通じ、一貫して5位以内に上る項目は、“必要量を確保しにくい(b: 40%→47%→52%)”および“予定日における入荷不足(c: 32%→37%→29%)”の二つである。前者は構造的な需要超過状態、後者はスポット的な欠品問題<sup>40)</sup>の発生を、それぞれ指すのであろう。ここには、共同購入組合員の増大につれて、総

(表4) 生協側担当者が認識していた産直上の問題点

	1983年	1987年	1991年
第1位	(a) 価格決定方法がむづかしい (62%)	(b) 必要量を確保しにくい (47%) (f)【新】組合員の多様な要求に対応できない(47%)	(b) 必要量が確保しにくい (52%)
第2位	(b) 必要量を確保しにくい (40%)	—	(c) 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%)
第3位	(c) 予定日に入荷しないことがある (32%)	(g)【新】当初予定した品質と違うことがよくある (44%)	(h) 品揃えを充実することが難しい (28%)
第4位	(d) 取引相手を見つけたり、拡大するのが困難である (31%)	(a) 価格決定にあたって相手の要求と生協の要望があわない (37%) (c) 予定日に入荷しないことや契約したものが届かないことなどがよくある (37%)	(i)「産直」独自の物流を作るのが難しい (23%)
第5位	(e) クレーム発生時の処理がむづかしい (28%)	—	(e) リスク問題の解決が難しい (22%) (f) 組合員の多様な要求に対応できない (22%)
選択肢の数	11	15	14
回答数上限	5	5	3
平均選択数	3.4	4.3	2.7

(典拠)「表2-7：産直取引上の問題点」(『第1回調査』p. 30)、「表5：産直を行なうなかでの問題点」(『第2回調査』p. 19)、「問4：『産直』を行う中で生じる主な問題点」(『第3回調査』p. 64)

(注1) 1991年の「(h) 品揃えを充実することが難しい」は、1983年に「品揃えの点で相手側の要望と合わない (25%・第6位)」、1987年に「品揃えを充実することがなかなかできない (28%・第8位)」として選択肢に上っており、同趣旨のものとして初出ではない。

(注2) 1991年の「(i)『産直』独自の物流を作るのが難しい」は、1987年に「産直独自の物流を作るのが難しい (36%・第6位)」として選択肢に上っており、同趣旨のものとして初出ではない。

<sup>40</sup> 共同購入の場合、生協組合員はカタログを見て注文し、その1週間後に品物を受け取る。カタログは印刷によるため、組合員に配布する2ヶ月ほど前には各商品の規格と価格が決定されねばならない。つまり、生協パイヤーと産地との間で取引条件(規格・価格)が確定してから実際の商品配達までには2ヶ月以上のタイムラグが存在する。組合員の注文行動は、注文時点(配送の1週間前)における市価の影響を受けるし、仮にこの注文量を相当程度コントロールしえたとしても、取引確定後の2ヶ月間に急な天候異変が生じて収量見込みが狂うこともある。こうしたなかで、1980年代当時は生協組合員の注文に対する欠品が常態化していたとされる。



体的な物量調達（契約産地の確保）と“適時・適量調達”が深刻な問題となっていったことが示唆される。

他方で興味深いのは、“価格決定方法の困難さ”を指摘するaが、第1回時点の62%（第1位）という水準から、第2回調査で37%（第4位）、第3回調査で17%（第8位）と低下してゆくのに対し、“品揃え充実の困難さ”を指摘するhは、第1回25%、第2回28%、第3回28%と一定の水準を保ち続けている点である。価格決定については、農業生産者が自らの主体性発揮を望む点であった。中央卸売市場の価格形成機能に拠ることができなくなった以上、農業生産者－生協間の取引価格決定方法は別途構築される必要が生じたが、それは1980年代初頭には大変な難題と認識されていた。その後、「産直」への取組みが本格化するなかで、農業生産者との取引関係継続に基づく価格決定ノウハウの蓄積を通じ、少なくとも生協担当者側は、徐々にこの点にかかる自信を深めていったのであろう。これを“代替的な価格決定方法の定着”とみてよいとするならば、農業生産者にとっても“自らが価格決定の場に立つ”足場が整っていったと解釈しうる。他方、品揃え（アイテム数）充実の困難という点も、価格決定と同様、中央卸売市場の排除に起因する問題である。売り手と買い手が相対で取引関係を構築する“生協産直市場”には、中央卸売市場のような多数性を前提とする自発的集荷機能が無い。この点について、1970年代半ばより東都生協との間にタマゴの「産直」取引を開始した八郷町農協では、1985年に同生協による養鶏場視察を受け入れた際、集荷場内に野菜名を書いた厚紙を掲げていたところ、「厚紙に書かれてあった野菜の名前を見て『八郷町には東都生協にはないしいたげや豆類がある。ぜひ生協に送ってこないか』との要望がだされ<sup>43)</sup>」たことを契機に、シイタケ、サヤエンドウ、ソラマメの「産直」が開始され、やがて小松菜、チンゲンサイ、大根など、取扱品目が拡大していったという。取引産地の開拓や取扱アイテムの拡大が、このような“偶発的な出会い”に依存する段階では、「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、現実的でなかったのである。

## ② 農業生産者の認識

「全国産直調査」には、生協職員の耳に届く範囲<sup>44)</sup>の“生産者の声”を問う項目も存在する。「生協産直」事業そのものに関する生産者の悩みを示す表5からは、実際の収量と契約数量のミスマッチに苦慮する生産者の姿<sup>45)</sup>が窺える（a, f）。農産物という財の特性上、収量の予測・コントロー

<sup>43)</sup> 前掲『産直はじめてものがたり』p. 11.

<sup>44)</sup> 本調査は生協担当職員が回答するものである。

<sup>45)</sup> 第1回（1983年）の回答結果については、選択肢a・fの表現が極めて強く、かつ限定的であるために、選択数を引き下げた可能性もある。

(表5) 生協に寄せられる生産者の声①

	1983年	1987年	1991年
第1位	(a) 生産量が多いときに生協側で全て引き取ってほしい(40%)	(a) 注文量より生産量が多かった時の対応が難しい(67%)	(a) 注文量よりも生産量が多かったときの対応が難しい(57%)
第2位	(b) 価格の設定にあたり消費者は生産者の実情を理解してくれない(34%)	(f) 天候などによる生産量の多寡についての理解が得られない(35%)	(f) 天候などによる生産量の過不足についての理解が得られない(36%)
第3位	(c) 栽培方法(農薬や肥料など)についての消費者の理解がなかなか得られない(22%)	—	(h) 注文量に生産が追いつかない(34%)
	(d) 生協が大きくなっても取引を続けてほしい(22%)		
第4位	—	(g) 【新】市場出荷に比べて配送が大変(29%)	(e) 生協は限られた品種や規格のものしか扱ってくれない(24%)
			(g) 市場出荷に比べて配送が大変(24%)
第5位	(e) 生協は限られた品目や規格しか引き取ってくれない(12%)	(c) 栽培方法や生産方法(農薬・肥料・飼料・抗生物質・食品添加物等々)などの注文が細かすぎる(28%)	—
	(f) 天候不順などのときに価格補填などの措置をとってほしい(12%)	(d) 生協が大きくなっても取引を続けてほしい(28%)	
選択肢の数	11	16	11
回答数上限	3	5	3
平均選択数	2.6	3.7	2.5

(典拠)「表2-11: 生産者から出される産直取引の問題点」(『第1回調査』p. 35), 「表7①: 生産者から出される産直の問題点—生協に直接かかわる問題」(『第2回調査』p. 21), 「問5(1): 生産者(団体)から寄せられる問題」(『第3回調査』p. 65)

(注) 1991年の「(h) 注文量に生産が追いつかない」は、1983年にも選択肢に上っており(27%・第6位)、初出ではない。

ルには固より限界が大きい。この問題は、一方では、生協側担当者が強く意識する“適時・適量調達の難しさ”(前掲表4中のc)に対応するものでもあるが、他方では、農業生産者の場合、こうした欠品リスクのみならず、余剰農産物の扱いも重大な関心事とならざるをえなかった。既述

の「生協産直」にかかる安全性対策を想起すれば、同事業向けに作付けされた農産物が、地元農協経由の流通ルート利用に堪える防除基準を満たしていない（過少）こともありえよう。取引先生協との間に目指される減農薬の度合いや生産者（団体）の規模、取扱品目（貯蔵可能性）にもよるが、場合によっては、「生協産直」事業における減農薬栽培への取組みが、一種の関係特殊的投資としての意味をもったかもしれない。この点において、生協との取引継続を望む声（d：83年22%→87年28%→91年23%）の存在は示唆的である。局所的な需給アンバランスを価格調整によって裁定する中央卸売市場からの“跳躍”は、少数かつ固有の取引関係のうちに人為的需給調整を為すことの困難さを突き付け、時にはそこにホールドアップ問題も潜在するような状況をもたらした<sup>44)</sup>といえよう。

この他に、それぞれ一度かぎりと限定的ながら、農業生産者が抱える農家経営上の悩み（≠「産直」に関する悩み）と、彼らが「生協産直」に寄せるポジティブな評価について問うたものがある（表6）。双方の年次は異なるが、農家経営上の悩みは様々あるうち、「生協産直」が“安定”や“計画”、“需要に関する情報獲得”、“脱・農薬多

（表6）生協に寄せられる生産者の声②

生産者自身が抱える問題（1987年）	後継者問題についての悩み	63%
	農畜水産物の輸入自由化に不安がある	49%
	経営の安定を図れる作物がなかなかみつからない	46%
	生産者として経営が成り立たない	29%
	米価・畜産物価格等の問題	25%
	販売先の確保がむづかしい	19%
	農協・漁協の協力が得られない	11%
	税金問題に対する悩み	8%
	補助金が削減されて、必要な資金が得られない	5%
	低利の借入や融資がなかなか受けられない	3%
選択肢の数	10	
回答数上限	3	
平均選択数	2.6	
生産者による好評価（1991年）	消費者の声を聞くことができた	88%
	安全な農産物を作ることの大切さを知った	41%
	経営の安定を図ることができた	40%
	販路が安定した	37%
	取扱い規格に幅があるので、省力化できた	27%
	作付けが計画化され、無駄が少なくなった	13%
	農村に活気ができた	6%
	後継者問題に役立った	4%
	農業の将来が見通せるようになった	4%
	農協活動が活発になった	1%
積極的に評価できるものはない	1%	
選択肢の数	11	
回答数上限	3	
平均選択数	2.6	

（典拠）「表7②：生産者から出される産直の問題点—生産者自身がかかえる問題」（『第2回調査』p. 23）および「問5(2)：生産者（団体）自身が評価していることがら」（『第3回調査』p. 65）

<sup>44)</sup> なお、生協側の認識する問題点を問うた質問項目には価格決定について言及する選択肢があった（表4中のa）が、生産者が提起する問題点を問う本項目には、そもそも価格面にまつわる選択肢自体が限定的である。すなわち、第1回（1983年）における「価格の設定にあたり消費者は生産者の実情を理解してくれない（34%・第2位）」および同「天候不順などのときに価格補填などの措置をとってほしい（12%・第5位）」、第2回（1987年）における「市場価格に比べて安すぎる（7%・第13位）」、これら3件である。通時比較が叶わないことに加え、“価格補填要求”や“安すぎる”など極めて強い表現が用いられていることもあり、農業生産者が有していた“農産物価格形成の在り方に対する不満”に対して「生協産直」がどれほど応えるものだったかを、ここから判断することは難しい。

投経営”といった側面から一定の寄与を為すものであったと理解してよからう。

### ③ 生協組合員の認識<sup>47)</sup> (表7)

組合員から寄せられる苦情は“価格の高さ(b)”と“取扱品目の少なさ(f)”を除けば、専ら“品質面に关わるもの”とみてよい。前掲表1で相対的に軽視されているかにもえた価格面の問題は、生協組合員の関心事でなかったわけではなく、当時の「生協産直」は何らかの意味で“割高”と認識されることがあった(b)。また、前掲表4で生協側担当者が困難さを表明していた“品揃えの充実”は、組合員にとっても不満の対象となりえた(f)。“品質面に关わる苦情”には、「生協産直」青果の商品化レベルの低さ<sup>48)</sup>を反映するように思われるもの(d, e)もあるが、等階級が細かく設定され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が示唆される点(a)は興味深い。他方、組合員による好評価に目を転じると、そこでは“安全・安心な商品の入手(ア)”, “新鮮ないし旬の商品の入手(イ)”, “生産者との交流(ウ)”といった点を中心を占めている。

生産者との交流(ウ)が評価される一方で、規格や品質のバラつきに対する苦情が寄せられることは、ある意味では、生協組合員が求めた“生産者との相互理解”の底の浅さを物語るかもしれない<sup>49)</sup>が、相互理解を重視する組合員と苦情を呈する組合員が、同一人物である保証は無い。それどころか、表7は生協に届く組合員の苦情／評価のうち“それぞれにおいて主なもの”を示すに過ぎないため、“安全・安心な商品が手に入る(ア)：9割”に該当する“組合員の声”が“荷いたみの指摘(d)：2－3割”に該当するそれより、件数において上回っている保証すら無いのである。

生協の提唱する“安全・安心”の焦点が、1960年代における牛乳という限定的な財から、石鹼をはじめとする各種コープ商品の展開を経たうえで、青果の領域にまで拡張されたのが1980年代半ばであったという歴史的展開は、恐らく重要である。加えて、取扱アイテム数の限界が生協職員と組合員の双方から指摘されていたことを踏まえれば、当時の生協組合員による青果購入は、生協利用のみでは完結せず、他の購買チャンネル（スーパー、八百屋）による補完を要した可能性が高からう。つまり、これらの調査段階（1983年、1987年、1991年）で、人々は“つい最近まで、あるいは現在進行形で、青果に関しては一般小売店で購入したものを当たり前のように食べていた（食べている）状態”にあると想定されるのである。そうした仮定の下に“生協組合員による苦情・評価”の在り様を総合して考えると、この時点で、（普段はスーパーや八百屋で購入した青

<sup>47)</sup> 本項目も、組合員から生協担当職員へ寄せられる「声」として、生協側担当者が回答したものである。

<sup>48)</sup> 1980年代当時、生協では一般にコールドチェーン化が進んでいなかった。

<sup>49)</sup> 但し、当時の生協共同購入が班形態に拠っていたことを踏まえれば、班単位で届く青果を各組合員に分配するうえで、サイズの違いが摩擦の種になることを“無理解”に帰する評価は、必ずしも適切ではなからう。

(表7) 生協に寄せられる組合員の声

		1983年	1987年	1991年
苦情に属するもの	第1位	(a) 規格が不ぞろいである (43%)	(b) 価格が高い (51%)	——
	第2位	(b) 価格が高い (38%)	(f) 【新】 取扱い品目が少ない (47%)	——
	第3位	(c) 味のバラツキが多い (35%)	(a) 規格が不揃いである (37%)	——
	第4位	(d) 荷いたみがある (22%)	(e) 鮮度のバラつきが多い (33%)	——
		(e) 鮮度のバラツキが多い (22%)		
	第5位	——	(d) 荷いたみがある (31%)	——
	選択肢の数	9	12	——
	回答数上限	3	3	——
平均選択数	2.8	2.9	——	
好評価に属するもの	第1位	——	(ア) 安全・安心な商品が手に入る (92%)	(ア) 安全・安心なものが手に入る (91%)
	第2位	——	(イ) 新鮮な商品が手に入る (55%)	(ウ) 生産者との交流ができる (63%)
	第3位	——	(ウ) 生産者との交流ができる (48%)	(イ) 新鮮・旬のものが手に入る (41%)
	第4位	——	(エ) 味の良い商品が手に入る (41%)	(エ) 味の良いものが手に入る (28%)
	第5位	——	(オ) 生協らしい活動がすすめられた (27%)	(カ) 【新】 生協ならではの商品が手に入る (23%)
	選択肢の数	——	10	8
	回答数上限	——	3	3
	平均選択数	——	3.0	2.9

(典拠) 「表2-13: 産直に対して組合員から寄せられる苦情」(『第1回調査』 p. 36), 「表8: 産直に対して寄せられる組合員の評価」および「表9: 産直に対して寄せられる組合員の苦情」(『第2回調査』 p. 24), 「問6(1): 『産直』に対して寄せられる組合員の評価」(『第3回調査』 p. 65)

(注1) 『第1回調査』には、組合員による好評価を尋ねる質問項目が無い。

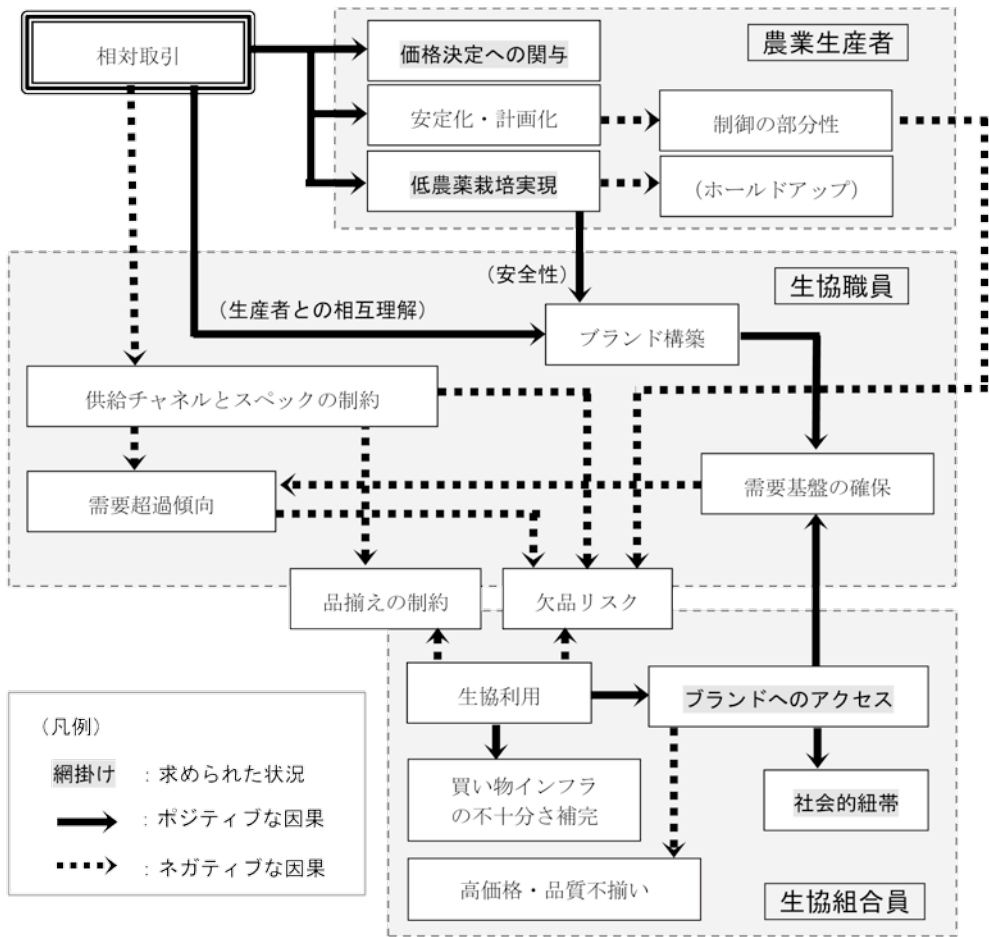
(注2) 『第3回調査』で組合員による苦情を尋ねる項目(問6-(2))は、品目ごとに主なクレーム内容を尋ねる体裁となっており、直接の対照が叶わないが、苦情の内容自体は第1回・第2回と概ね同様である。

果を食べているにも拘わらず) 敢えて「生協産直」青果に“安全・安心”を強く期待している消費者は、恐らく、「産直」の取り組みがもつ“生協運動上の価値”を高く評価する傾向をもつ“高感度層”であった可能性が高く、そうしたコアな組合員にとっては、「生協産直」品が“格別の価値”を認められていたとみる蓋然性が高い一方で、他の組合員にとっては、何らかの理由により生協で青果を購入してはいるものの、“生協で調達する青果は、スーパー(八百屋)で買うものに

比べると高い”，“生協を利用すると，スーパーで青果を購入するときには問題にならない荷いたみやアイテム数の限界がある”という側面のほうが，より注意を惹いたかもしれない。周知のように，高度成長期以降，都市部への急激な単婚小家族世帯流入がみられた一方，新たに開発される団地や住宅地においては，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。また，1980年代における生協の事業拡大は専ら共同購入部門に拠り，共同購入は地域で組織される班に拠っていたこと（前掲図2）を考慮すれば，生協加入の動機が“近所付き合い”の延長上に置かれたことも少なくなかったものと思われる。青果は日常的に利用されるものであり，重量や嵩も大きい。買い物の不便さを補い，近所付き合いにも関わるものとして共同購入を利用するような組合員にとっては，「生協産直」による青果は必ずしも“格別な価値をもつ財”ではなく，スーパー（八百屋）で購入するものと“代替的な財”に過ぎなかったかもしれない。そうであるがゆえに，一見“生産者との相互理解”とは対極的な性格の苦情が，しばしば寄せられることになったのではなからうか。

#### IV. 考察

ここまでの議論を模式的に整理すれば図3のようになる。農業生産者は，価格決定への関与と低農薬栽培の実現を求めていたが，中央卸売市場経由の取引を脱し「生協産直」の相対取引に依拠することで，これらを達成するとともに，安定的な販路を確保して農家経営の安定化・計画化に繋げた。但し，計画的な受注生産とはいえ，農産物という財の特性上，収量の制御は部分的とならざるをえず，収量と契約数量のミスマッチに苦慮する面はあったし，低農薬栽培によるデリケートな農産物は既存の大量流通チャネルになじまないため，「生協産直」を前提とした低農薬栽培へのコミットメントにはホールドアップ問題も潜在していたと考えられる。生協は，消費者＝生協組合員の願望，すなわち“格別の価値をもつ特定の財”へのアクセスと，場合によっては“社会的紐帯”の実感に対する願望を基盤に「産直」事業を展開し，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”を構築した。「産直」品がこうしたブランド価値を認められるかぎりにおいて，生協は需要基盤を確保しえたが，その一方で，共同購入型組合員の増大とともに“生協産直市場”は需要超過傾向を呈するようになり，特定のスペック（防除状況）を満たす農産物供給主体の探索・確保に困難を抱える閉鎖的な“産直市場”にあって，構造的な必要量確保の困難さと短期的な欠品リスクの問題が認識されるようになった。また，“産直市場”の少数性は，他の流通業態に対する品揃え面での劣位をも規定した。裏を返せば，生協組合員は「生協産直」事業を通じ“安全性”や“生産者との相互理解”といったブランド価値



(図3) “生協産直市場” がもたらしたものの①

(典拠) 本稿の内容に即して筆者作成.

を享受しえた一方で、欠品リスクや品揃えの制約に対する理解を求められることがあったし、供給主体の限られる「産直品」は、場合によっては“割高感”や“品質の不揃い”を感じさせるものでもあった。そもそも品揃えに制約のある「産直品」は、生協組合員の青果購入行動において補完的な位置に止まるものであった可能性が高い。逆説的ではあるが、こうした補完的な位置付けゆえに、「産直」品は“買物インフラの制約を緩和する”という意義を認められうる状況にあり、そこに欠品リスクへの寛容さも生じた。しかし、その反面、他業態から調達する青果との間に代替性が認識される場合には、既述のような「産直品」への不満が顕在化する可能性もあったといえよう。

以上のように構築された“生協産直市場”を中央卸売市場と対比すれば、前者は、第一に、財

の供給主体と需要主体をとともに限定した“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ものであったと理解される。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られよう。こうして“生協産直市場”は、中央卸売市場とは異なった“安定性”と、その裏面である“硬直性”とを備えるに至ったが（表8）、諸主体の見出す“安定性”と“硬直性”には各々にとっての含意があり、ここに中小小売事業者による生協批判や、日本生協連による“生協の社会的存在意義アピール”といった文脈も絡み合っていた。異なる利害に立った諸主体の協同に基づく“生協産直市場”の急拡大は、かくも微妙なバランスのうえに成立していたのである。

（表8）“生協産直市場”がもたらしたものの②

		安定性	硬直性
農業生産者		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 価格決定への関与</li> <li>- 経営安定化（計画化）</li> <li>- 低農薬栽培の実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 流通チャネル制約</li> <li>- 収量コントロールの限界</li> <li>- 特定スペックへの拘束</li> </ul>
生協	職員	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ブランド構築（安全，相互理解）</li> <li>- 需要基盤の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 供給制約（チャネル，スペック，アイテム）</li> <li>- 欠品リスク（組員離れ）</li> </ul>
	高感度組員	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ブランドへのアクセス（安全，相互理解）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- アイテム数の制約</li> <li>- 欠品リスク（献立）</li> </ul>
	低感度組員	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 買い物チャネルの補完</li> <li>- 近所付き合い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- アイテム数の制約</li> <li>- 欠品リスク（献立）</li> <li>- 品質のばらつき</li> <li>- 高価格</li> </ul>

（典拠） 本稿の内容に即して筆者作成。