

REPORT

地域福祉研究会 **報告書**

誰もが安心して暮らせる 地域づくり

～新たな一歩をふみだすために～



2010年9月

地域福祉研究会『報告書』刊行にあたって

「地域福祉研究会（以下、研究会）」は、日本生協連・芳賀専務理事の私的研究会として2009年9月に発足しました。

超高齢社会の到来と共に、「社会のセーフティネットの危機」とも言われるほど地域では生活基盤そのものが変わってきており、地域における個人と個人の関係性が変化してきています。たとえば、高齢者の一人暮らしによる「孤立」「孤独」があります。中山間地域や都市部において、高齢化による人口減少により、近所のたすけあいが成り立たなくなっている地域もあります。また、こうした地域では、身近な商店の閉鎖により、買い物行動も十分にできず、いわゆる「買い物難民」やフードデザート（食の砂漠化）現象が顕著になっています。

地域福祉問題は、今では「日常生活課題」です。地域福祉とは、簡潔に言うと「誰もが安心して、人間らしい暮らしを続けていけることができる地域づくり」ということです。今後ますます社会的ニーズが増大する分野であり、日常生活において地域で助け合う相互扶助の社会システムの構築が望まれています。

そうした問題意識を踏まえ、この研究会での論議は、「地域福祉に、生協がなぜ取り組むのか」ということから開始しました。生協は、他の非営利組織の団体（社協、NPOなど）や一般企業と比べると大きな特徴があります。その特徴とは、「非営利目的の組合員の相互扶助組織」と「経済事業体」としての両面の使命を持っており、組合員同士の共益を目的にしているということです。一般企業も社会的貢献の意味合いでさまざまな活動をしていますが、それは本業ではありません。

生協は、供給事業を持続させながら、地域の中で組合員の暮らしに根ざした社会的な活動に取り組んできており、供給事業と諸活動が表裏一体の関係にあります。地域の生活インフラへの貢献と協同の精神が地域社会から高い評価をいただいています。

当研究会には、同志社大学・上野谷先生と早稲田大学・加瀬先生のお二人の学識者に加え、地域生協のみならず、（福）生活クラブ・池田理事長および（福）協同福祉会・村城理事長の生協を出身母体とする社会福祉法人の方々にも委員として参加していただきました。これは、生協と地域福祉の関係をより幅広い視点からとらえなおし、現在の地域社会のおかれている状況をふまえ、地域生協としてどのような役割発揮を行うべきかを検討していく必要があると考えたからです。

当研究会では、地域社会の現状を確認し、生協の地域福祉にかかわる取り組み状況について整理をしました。そして、先進生協に視察を行い、地域福祉活動推進のポイントを学び、生協が果たすべき役割を5点にまとめました。

今後の地域の中で、生協のなすべき役割を検討していくにあたり、生協における先進的な取り組みを紹介し、合わせて水平展開をしていく一助に本報告書をご活用いただければ幸いです。孤立・貧困がすすむ地域社会の中で、住民相互の支えあいの仕組みづくりに、今すぐにでも着手しなければいけない状況も、地域によっては生まれてきています。

生協はいつの時代も、組合員の暮らしとともにあり、その暮らしの向上に全力をあげて取り組んできました。地域福祉は、組合員の暮らしの向上を目的とする生協において必然的に取り組む分野であると思います。

最後に、各回の会議において貴重なご報告・ご意見をいただきましたゲストスピーカーの皆様、視察にあたりご丁寧な説明と対応をしていただきました各生協の皆様、そして、毎回率直かつ真摯に議論いただきました委員の皆様へ深く感謝申し上げます。ありがとうございました。

2010年9月

「地域福祉研究会」委員会
委員長 高田 公喜
(生協ひろしま 常勤理事)

【目 次】

地域福祉研究会『報告書』刊行にあたって

『報告書』の全体構成

■第Ⅰ部■

【報告書】	5
はじめに	6
I 章 地域社会の現状	8
1 少子高齢化のさらなる進行	8
2 広がる所得格差、すすむ「貧困」	12
3 「日常の買物が不便」が困りごとの一位	15
4 地域のつながりの変化～深まる孤立	17
II 章 「生協の福祉ビジョン」の4つの視点からみた生協の取組み	23
III 章 先進生協に学ぶ地域福祉活動推進のポイント	36
1 地域福祉とは	36
2 地域福祉を推進していくための重点	37
IV 章 生協が果たすべき役割	39
1 あらためて、生協はなぜ地域福祉に取り組むのか	39
2 生協が果たすべき役割	40
3 人づくりと計画づくりが役割発揮の前提条件	48
おわりに	49

■第Ⅱ部■

【研究会報告を受けて】～今後、日本生協連が行うこと	51
---------------------------	----

■第Ⅲ部■

【補足資料】	53
・先進生協に学ぶ地域福祉活動のポイント	54
○みやぎ生協（介護ネットみやぎ含む）	56
○福井県民生協	59
○コープこうべ	62
○姫路医療生協	65
○生協しまね	68

・ 重点的役割①に関する生協の実践事例等..... 73

以下は、日本生協連出版部発行の『生協運営資料』に掲載されたものを転載したものです。
1⇒2010年1月号 (No251)、2～4⇒2010年3月 (No252)

1. 「すべての事業を福祉的視点で組み立てることが大事であると
考えています」(コープあいち)..... 74
2. 「『経営品質』活動を通して考える、組合員一人ひとりへのお役
立ちと地域における生協の役割」(福井県民生協)..... 77
3. 「地域に寄り添うことで生まれた取組み『学童保育のおやつ配達』
から考える生協の新たな価値創造」(エフコープ)..... 90
4. 「コープみやざきが考え、実践していることの中から問う！生協
としての方針、考え方について」(コープみやざき)..... 101

■第Ⅳ部■

【研究会について】..... 109

『報告書』の全体構成

はじめに

・厳しさを増す暮らしの中で、生協の事業・活動を地域福祉の視点から見直し、地域社会のためにやれること、やりたいことは何かを考える。

I 章. 地域社会の現状

- ・ 少子高齢化のさらなる進行
- ・ 広がる所得格差、すすむ「貧困」
- ・ 「日常の買物が不便」が困り事の一位
- ・ 地域のつながりの変化～深まる孤立

II 章. 「生協の福祉ビジョン」の4つの視点からみた生協の取組み

- I) 特色を活かした総合的なサポート力発揮
- II) ネットワーク強化による地域福祉づくり
- III) 組合員・地域住民が主人公となった新たな協同のあり方、参加の場づくり
- IV) 生協としての社会的役割発揮

III 章. 先進生協に学ぶ地域福祉活動推進のポイント

<地域福祉とは>

- ・ 誰もが安心して人間らしい暮らしを続けていくことができる地域づくり

<推進ポイント>

- 生協全体で理念が共有化され、トップの強いリーダーシップが存在すること。
- 自主的で多彩な活動を生み出す組織的な仕組みが生協内にしっかり位置づけてあること。
- 地域と組合員のニーズを事業化し、継続的に提供できる仕組みづくりをめざしていること。
- 他団体や行政とのネットワークを大切にしていること。

IV 章. 生協が果たすべき役割

- ① 事業（特に商品供給・食の分野）を通じて、組合員・地域住民の暮らしをしっかりと支えていく。
- ② 生協が積極的にネットワーク形成に関り、行政・社協・地域諸団体と協力しあえる場・仕組みを作りあげる。
- ③ 地域それぞれの実情にあわせた形で、かつ、組合員・地域住民が自発的に参画し、学ぶことのできる場を設定し、自己実現可能な機会・場面を提供する。
- ④ 地域に見える形で日常的な相談窓口機能を設置し、日常の様々な生活課題にネットワークを活用し対応する。
- ⑤ 地域課題へ具体的に取組む中から、国や行政に対し、制度化・施策化のための働きかけを行う。

※上記①～⑤の役割発揮のためには、「人づくり」と「計画づくり」が大変重要

おわりに 新たな一歩をふみだすために～地域福祉研究会からのよびかけ

- ・ 各生協が、上記「果たすべき役割①～⑤」を中心に、可能な部分から計画・実践する。
- ・ 上記の経験を全国で交流し、相互に学び合い、あらたな実践へ取組む。
- ・ はじめは各地での取組みを、それぞれの地域全体、そして生協全体へ広げていく。(点⇒面)

【第II部】研究会報告を受けて～今後、日本生協連が行うこと

□□□■第 I 部■□□□

【報告書】

はじめに

○深刻さを増す、貧困・孤立・子育ての大変さ・買物難民等々

日々のくらしは厳しさを増しており、将来の不安が増大しているのが私たちの実感です。日本生協連では毎月『くらしと家計簿』¹を発行していますが、その中の「今月のおたより」にも、くらしの厳しい様子が寄せられています。以下、寄せられたおたよりからいくつかみてみます。

「お茶飲み話にでるのは、物価のこと、息子たちの給与が減っていること…。子育ても大変で病気だと保育園に預けられず、実家の親が面倒をみている」

「夫の会社が9月に倒産した矢先に私まで失業。がんばって仕事を探していますが、3人の子どもを抱えてもできる仕事はなかなか見つからず…」

「夫は人員削減の分まで働かされて過重労働。下の子は春から幼稚園だが最低限の準備だけ。教育費は増えるし生活水準を下げての防衛しかない？」

「四国の娘は4人の子育て中。電気をこまめに消し、水道の栓を絞り、庭を畑にし野菜づくりをはじめた。私の子ども時代は戦中・戦後の食糧難時代。またこんな時代がこようとは」

「今回の雨はすごかった。近所のスーパーも冠水して休業したとか。すぐ近くなのに知らなかった。老人2人のくらしはもしもの時が案じられる」

「リストラされた息子が再就職。しかし今をときめく派遣社員。住宅ローンが払えなくなりその分援助しているが、これも個人年金がでるあと1年だけ」

物価高、所得減少、子育ての大変さ、格差社会の実感、地域の中での人々の孤立、買物難民…。こうした生活上の困難さ、くらしにくさに私たちはどう向き合っていけばいいのでしょうか。生協として、何に、そしてどのように取組めば、私たちが望む暮らしやすい地域になっていくのでしょうか。

この問いかけになんとか答えることはできないだろうか、との問題意識から地域福祉研究会の論議がはじまりました。

¹『くらしと家計簿』：日本生協連では、全国の60生協約1,900人の組合員の協力を得て毎月「全国生計費調査」を行っており、その調査結果を掲載している冊子。本ページ6名の声は、家計簿のデータの提出と同時に寄せられた組合員の声である。

○協同の力で、生活を守り、向上させていく

自分たちの生活を守り、向上させるために、互いの助け合いの組織として生まれたのが生協です。²地域の中のくらしの困りごとに生協として対応すべき、との考え方には誰もが賛成してもらえらると思えます。

しかし、生協はとかく「事業者」の一つとしてのみとらえられがちです。多くの組合員も生協との関係は、商品を購入する(あるいはその他の事業を利用する)だけのものとなっています。「生活を守り、向上させる互いの助け合い組織」としての生協の姿が地域の中では見えにくくなってきています。

戦後の食糧不足時代には、町内会単位で数多くの生協が誕生し、生活物資を協同で手に入れました。

高度経済成長期には、物価高や各社が協定を組み同種の商品の価格を不当に上げる価格カルテル、有害な食品添加物・農薬の使用、公害の発生等、くらしをめぐるさまざまな不安が噴出しました。こうした不安を自分たちの力で安心にかえるために、生協は食を中心にした商品開発・供給を軸にしながら、くらしの改善に向けた活動を展開してきました。

リーマンショックに端を発した世界同時不況は、今だに世界をおおっています。日本では、少子高齢化、所得格差の拡大、買物難民の発生や地域の中での人々の孤立がすすんでいます。

生協は、いつの時代も人々のくらしとともにありました。その時点での、生協のもつ力を最大限発揮しながら、人々のくらしの向上に取り組んできました。

今の私たちのくらしの困難さは、地域社会全体に目を向け、必要な取組みを他団体・行政とも一緒になって行っていかなければ、解決できない状況になってきています。³

ここで鍵となるのが地域福祉の視点、すなわち「誰もが安心して、人間らしいくらし⁴を、続けていくことができる地域づくり」の視点です。

生協は設立当初から、地域の中で、福祉的な活動を行い続けてきました。商品供給の面でも、たとえば共同購入の班では、単に商品の受取機能だけでなく、地域住民の交流・情報交換の役割を果たしてきました。

生協の事業・活動を、あらためて地域福祉の視点から見直し、これから生協が地域社会のためにやれること、やりたいことを考えてみたのが、この報告書です。

² 生協法第二条第2項には、生協が備えるべき要件として「組合員の生活の文化的経済的改善向上を図ることのみを目的とすること」と明示されている。

³ 地域社会への関りの必要性は世界の協同組合共通の課題となっており、1995年ICA世界大会にて、世界の協同組合の活動指針の中に「組合員によって承認された政策を通じてコミュニティの持続可能な発展のために活動する」として示された。

⁴ 「人間らしいくらし」とは「生協の21世紀ビジョン」で使っている用語で、モノだけではなく、心の豊かさや、すこやかさ、ゆとりがあるくらしを意味している。

I 章 地域社会の現状

1. 少子高齢化のさらなる進行

都心のベッドタウンとして栄えた地域も、現在は、高齢化が進み、危機感をもった米山孝平⁵さんが、住民同士の交流を活性化したいという思いで居場所（茶話やか広間）を始めた。

米山さんは、「家にひきこりがちな高齢者は、認知症になりやすい。“茶話やか広間”では、利用者が人とのコミュニケーションを図り、脳を活性化させることで現在の介護予防となっているだけでなく、ご近所の方に声をかけて集まったボランティアスタッフも将来の介護予防になっている。今後もどんどん参加者を増やし、地域住民自らの手でコミュニティを活性化させたい」と話す。⁶

地域福祉を考えていく場合、これから2025年までの15年間は非常に重要な時期となります。

2025年には、団塊の世代が75歳以上となり、高齢化率（65歳以上の人口が占める割合）は30.5%と約3人に1人が高齢者となります。15歳～64歳の人口と比べると65歳以上の人口は約半分となり、現役世代2人に対し1人の高齢者という比率になります（図表-1参照）。

社会全体で、財源も含めた社会保障制度のあり方を検討⁷し、設計していくとともに、地域全体での支えあいの仕組みづくりへの着手が必要です。

高齢者の健康面をみると、病気やけが等で実際の日常生活に支障をきたしている人は全体の4分の1であり、4分の3の人はとりたてて日常生活に支障はありません。⁸ 主観的にも、「自分は健康である」と考える高齢者は多く（全体の64.4%）、国際的にみても5カ国比較で一番となっています。⁹

高齢者が増えるということは、健康で元気な高齢者の絶対数も増えていくということです。地域の中での支えあいの仕組みづくりにおいては、元気な高齢者とともにもそのあり方を考え、一緒に組み立てていくことが必要です。

地域の中での支えあいの仕組みづくりは、一朝一夕でできるものではありません。地域の中で核となる人材が育ち、運営のノウハウが蓄積され、仕組みとしてまわしていく財源も確保されていなければなりません。

⁵ 特定非営利活動法人 流山ユー・アイネット代表。

⁶ 平成22年版『高齢社会白書』（P69）より抜粋引用。

⁷ ここでの「検討」とは、高齢者福祉だけでなく、子育て分野等も含めた総合的な観点からの検討を示す。（日本は、先進国＜OECD高所得国＞24カ国中、家族・子供向け公的支出の対GDP比は0.7%と下から3番目、対高齢者向け支援との比率は9.2%と最下位で、先進国のなかで、少子化対策がもっとも低いレベルにある。データ出所：OECD（2007）Social Expenditure Database。）

⁸ 平成21年版『高齢社会白書』（P25～27）の分析による。

⁹ 平成21年版『高齢社会白書』（P27）より。2位がアメリカで61.0%、フランス（53.5%）、韓国（43.2%）、ドイツ（32.9%）と続く。

2025年まで残り15年間。現在50歳の人も高齢者の仲間入りとなります。それぞれが自分自身の問題として、地域の中での支えあいの仕組みづくりに今から着手していく必要があります。

図表－1 我が国の高齢化の推移

	総人口 (千人)	0～14歳人口		15～64歳人口		65歳以上人口		高齢者の 支え
		(千人)	0～14歳の 割合 (%)	(千人)	総人口比 (%)	(千人)	総人口比 (%)	
昭和30(1955)年	90,077	30,123	33.4	55,168	61.2	4,786	5.3	11.5:1
昭和40(1965)年	99,209	25,529	25.7	67,444	68.0	6,236	6.3	10.8:1
昭和50(1975)年	111,940	27,221	24.3	75,854	67.8	8,865	7.9	8.6:1
昭和60(1985)年	121,049	26,033	21.5	82,548	68.2	12,468	10.3	6.6:1
平成 7(1995)年	125,570	20,014	15.9	87,295	69.5	18,261	14.5	4.8:1
平成17(2005)年	127,768	17,585	13.8	84,422	66.1	25,761	20.2	3.3:1
平成27(2015)年	125,430	14,841	11.8	76,808	61.2	33,781	26.9	2.3:1
平成37(2025)年	119,270	11,956	10.0	70,960	59.5	36,354	30.5	2.0:1
平成47(2035)年	110,679	10,512	9.5	62,918	56.8	37,249	33.7	1.7:1
平成57(2045)年	100,443	9,036	9.0	53,000	52.8	38,407	38.2	1.4:1

右欄は65歳以上1人に対して15～64歳（生産者人口）が何人になるかをあらわしたものの。たとえば、2025年では、65歳以上1人に対して15～64歳以上が2.0人であることを示している。

※平成2005年までは総務省統計局「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（中位推計（H18.12月））。※厚生労働省作成資料

認知症高齢者は、現在の200万人から2025年には300万人を超えます（図表－2参照）。「認知症になっても誰もが安心して暮らせるまちづくり」のために、地域全体での学習や見守り活動が必要になっています。

図表－2 「誰かが注意していれば自立できる状態」および「介護を必要とする状態」にある認知症高齢者の推計人数（単位：万人）

将来推計	2002	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045
日常生活自立度Ⅱ (A)以上	149	169	208	250	289	323	353	376	385	378
	6.3	6.7	7.2	7.6	8.4	9.3	10.2	10.7	10.6	10.4
日常生活自立度Ⅲ (B)以上	79	90	111	135	157	176	192	205	212	208
	3.4	3.6	3.9	4.1	4.5	5.1	5.5	5.8	5.8	5.7

※下段は65歳以上人口比（%）。※厚生労働省作成資料

A：日常生活自立度Ⅱとは、日常生活に支障をきたすような症状・行動や意思疎通の困難さが多少見られても誰かが注意していれば自立できる状態。

B：日常生活自立度Ⅲとは、日常生活に支障をきたすような症状・行動や意思疎通の困難さがときどき見られ、介護を必要とする状態。（BはAの中の内訳数）

今まで要介護高齢者を支えてきた家族状況も変化していきます。介護する家族の高齢化が進み、また核家族化・少子化の進行に伴い単独世帯が増加していきます。2025年には、高齢者の一人くらは高齢者人口の3分の1になり、2025年には670万世帯となります(図表-3参照)。

今までは、「夫婦と子ども」世帯を中心に社会の仕組みが考えられてきました(例えば住宅構造や店舗での商品の量目など)。これからは単独世帯が増加していきます。特に高齢者世帯ではその傾向が強く、2025年には、単独世帯が一番多い形態となります。

生協においても、事業や活動、組織運営の点で、こうした世帯構成の変化に対応していく必要があります。

単独世帯では、今まで家族がいればなんでもなかった日常生活でのちょっとしたこと(電球の取替えやごみだし等)が、当人ではできなくなっていく。こうした状況へ対応していく地域社会の中での支えあいが求められます。

また、この世帯構成の変化は、地域のつながりの希薄化にもつながっていきます。例えば、配偶者に先だたれ、近所づきあいもなくなっていく、最悪の場合には孤立死ともなってしまう(P20「地域のつながりの変化」参照)。

生協への加入をおすすめする際の地域住民への訪問活動、店舗や宅配事業への意見をだしてもらうための全戸訪問や意見募集、商品モニターや試食会への参加協力、地域単位やテーマ別での組合員活動の開催など、くらしのさまざまな場面で人があつまる場を、生協はつくってきました。これから単独世帯がふえてくるなかで、今まで以上に、地域の中での人と人とのつながりをつくるための意識的・積極的な働きかけが、生協には求められてきています。

図表-3 高齢者単独・夫婦世帯の増加

区 分	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年
一般世帯	4,906	5,029	5,060	5,044	4,984
世帯主が65歳以上	1,355	1,568	1,803	1,899	1,901
単独 (比率)	387 (28.6%)	466 (29.7%)	562 (31.2%)	631 (33.2%)	673 (35.4%)
夫婦のみ (比率)	465 (34.3%)	534 (34.1%)	599 (33.2%)	614 (32.3%)	594 (31.2%)
単独・夫婦計 (比率)	852 (62.9%)	1,000 (63.8%)	1,161 (64.4%)	1,245 (65.6%)	1,267 (66.6%)

(注) 比率は、世帯主が65歳以上の世帯に占める割合

出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計-平成20年3月推計-」

※厚生労働省作成資料

つぎに、少子化の状況を見てみます。

最近の出生数及び婚姻件数の傾向をみてみると、2009年の出生数は106万9,000人（対前年比約2万2,000人減）、死亡数は114万4,000人（対前年比約2,000人増）、自然増減数はマイナス7万5,000人と見込まれています。婚姻件数については、2009年は71万4,000組（対前年比約1万2,000組減）と見込まれ、婚姻率（人口千人に対する人数比）は5.7（前年は5.8）となっています。¹⁰

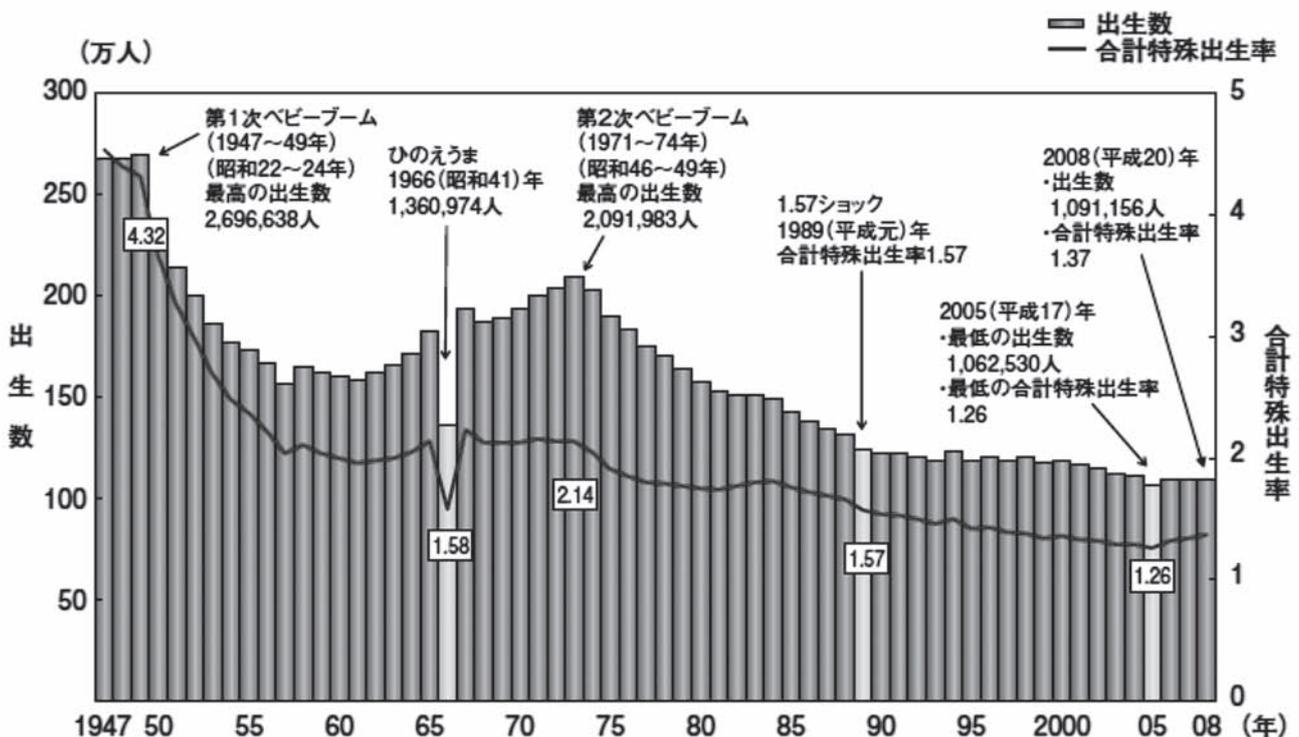
合計特殊出生率¹¹は、2008年の全国平均で1.37でした。ちなみに、合計特殊出生率が最も高いのは沖縄県（1.78）であり、最も低いのは東京都（1.09）となっています。

子育ては地域全体の課題となってきています。出産―育児のしやすい環境をととのえ、出生率をあげていくとともに、子育て世代への支援もさらに必要になってきています。

少子化の進行は、人口減少にも結びつきます。日本はすでに人口の減少期に入っています。これは、地域の購買力にも影響をあたえ、人口減少が大きな地域は、商業施設の縮小・撤退が起っています。

地域社会において、買物難民（買物弱者）の問題をどう解決していくかが、大きな課題となっています（P15「『日常の買物が不便』が困りごとの一位」参照）。

図表－4 出生数及び合計特殊出生率の年次推移



(注) ※厚生労働省「人口動態統計」より（1947～1972年は沖縄県を含まない。）

¹⁰ 「平成21年人口動態統計の年間推計」より。

¹¹ 合計特殊出生率 = 「15～49歳までの女子の年齢別出生率を合計したもの」

2. 広がる所得格差、すすむ「貧困」

毎日暗いニュースばかりで、生活していくのが大変な世の中になってしまいました。そして、“格差社会”を実感せざるを得ない状況です。夫の会社は週3日もあればよいほうで、残りの日は休日です。ため息ばかりついて元気のない日もあります。

専門学校の長女は超節約生活で我慢してくれています。高2の次女は進路にかなり悩み中で、お金がなければ進学もできず、求人がなければ就職もできません。

田舎暮らしですがいよいよ車を1台にするか、携帯電話をやめるか…。我家の生活はそんなところまで来てしまいました。¹²

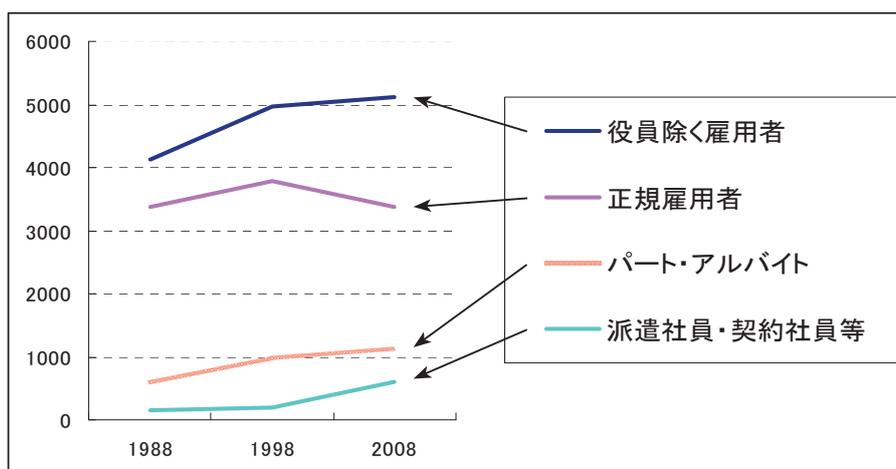
1980年代以降、正規職員の割合は低下してきています。特に、派遣社員・契約社員が増加しており、2008年度は594万人（1988年の3.8倍）で、全体に占める割合が11.6%になっています。（図表－5）

図表－6は、正規雇用者と非正規雇用者の年間収入分布です。20歳代では、正規雇用者と非正規雇用者の部分で、重なり合う（年収がほぼ変わらない）部分がありますが、その後は重なり合う部分はほとんどなくなります。

特に注目したいのが、中位にいる人の年収の推移です。正規職員では、50歳代まで年数に応じて年収があがっていくのに対し、非正規職員では、20代後半をピークに、逆にさがっていきます。すなわち、年齢が高まるにつれ、両者の所得格差は広がっていきます。

これは、非正規雇用者は、正規雇用者に比べて職業能力を開発する機会が少なく、職務の経験が給与に反映されることも少ないことがその理由として考えられます。結果、職務遂行能力の点でも差が広がり、非正規雇用者が正規雇用になる道がせまく、さらに年収の格差が広がっていくという状況にあります。

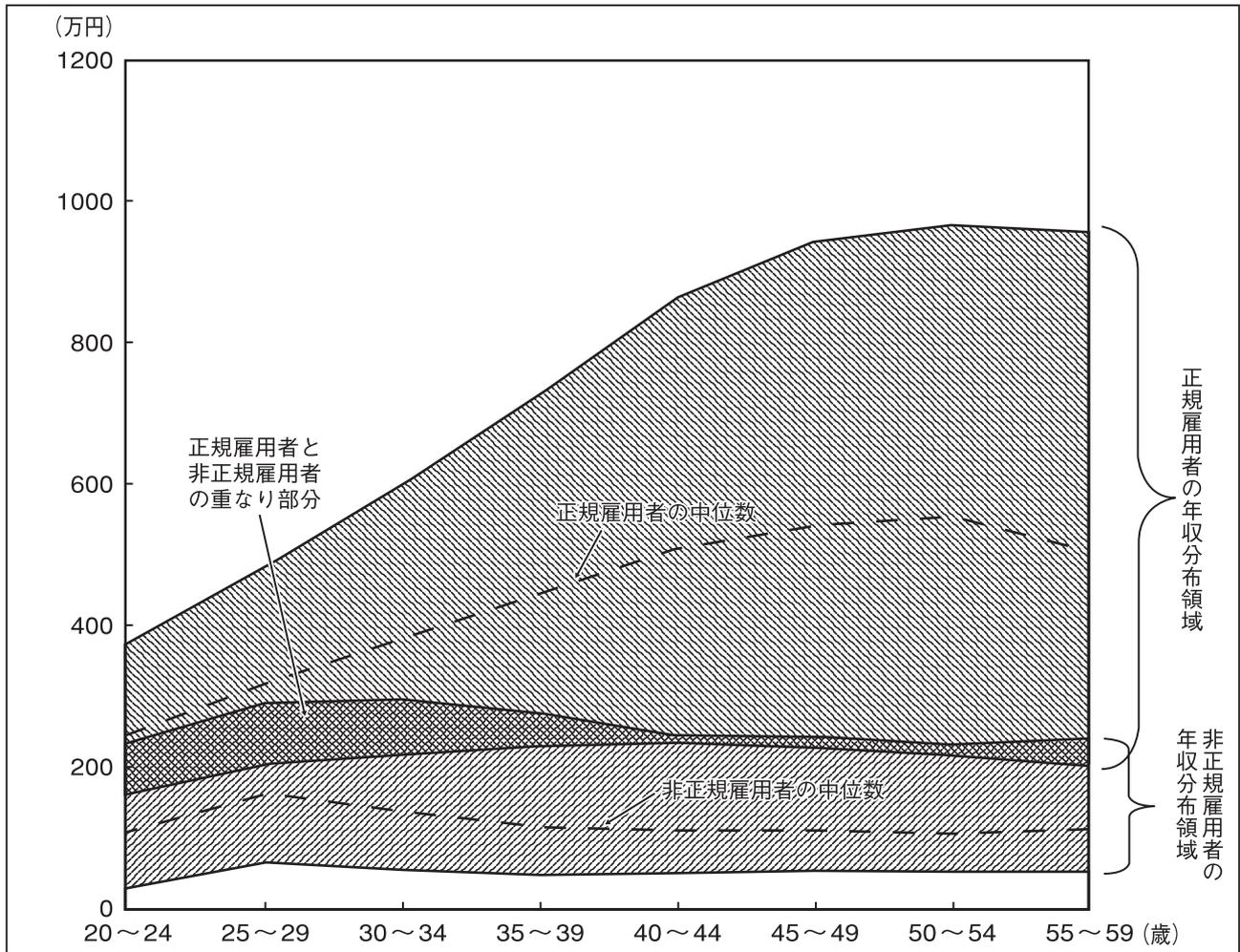
図表－5 雇用形態別雇用者数の推移（1988年－2008年）（単位：万人）



資料出所：『平成21年版 労働経済白書』（厚生労働省編）P21のデータより加工

¹² 「くらしと家計簿（今月のおたより）」（日本生協連発行：2009年5月号）より引用

図表－6 正規雇用者と非正規雇用者の年間収入分布



出所：『平成21年版 労働白書』（P171）より転載

図表－7 世帯類型別年間平均所得・平均可処分所得（2008年度）

	1世帯あたり		世帯人員一人あたり	
	平均所得金額 (万円)	平均可処分所得 (万円)	平均所得金額 (万円)	平均可処分所得 (万円)
総 数	556.2	443.3	207.1	171.2
高齢者世帯	298.9	255.3	192.4	165.2
母子世帯	243.2	205.7	93.6	79.1
その他世帯	637.2	510.0	211.3	174.2

出所：『平成20年 国民生活基礎調査』（P290）より転載

年収の格差については、母子家庭の年収の低さも大きな問題です。図表－7は、世帯類型別にみた年平均の所得金額です。

世帯人員一人あたりの可処分所得をみると、全体平均（総数）では、年171.2万円なのに対し、母子家庭では、その半分以下の79.1万円になっています。

政府は、2009年秋、全国民の中での低所得者の割合を示す「相対的貧困率」¹³が、2007年調査で15.7%だったと発表しました。

これは経済協力開発機構（OECD）がまとめた加盟30か国の中で（貧困率の高い方から）4位で、2004年のOECD調査の14.9%からさらに悪化しています。

こうした中、多重債務者やホームレス、低所得者が貧困から抜け出せなくなる状況への対応が社会の大きな課題となってきています。

広がる所得格差から生み出される貧困問題を、そのまま何もせずに放置することは、地域が荒れる要因ともなっています。多重債務などは、個人の責任ということで片づけられがちですが、負の連鎖を断ち切る支援をすることで、問題の解決につながる場合が数多くあります。

¹³ 相対的貧困率＝世帯数で調整した社会全体の一番標準的な世帯所得の50%未満の割合

3. 「日常の買物が不便」が困りごとの一位

山間部が中心になる私の地区では、組合員さんの年齢層はかなり高めになっています。買い物に出るにも、車のない方は最寄のスーパーまで、「しょいこ」をかついで1時間以上も歩いて買い物に行かれます。歩いて買い物にいけない方は、週に一度の移動販売に頼らざるを得ません。

でも、どうしても近くのスーパーや、移動販売ではまかなえないものもあります。重くて自分では運びきれないビールや焼酎のケース。かさばってしまうトイレットペーパーやティッシュペーパー。重いお米…。雪の降る冬場の買い物の大変さ。そんなところでの生協は、ほんとうに頼りにされているのを毎日の配達の中でひしひしと感じます。¹⁴

買物難民あるいは買物弱者という言葉が多く使われるようになってきています。

過疎地域はもとより、都市部でも、高台にある団地などで日常の買物に困難をきたす高齢者等が多くなってきました。

図表-8は、2001年と2005年に内閣府が行った高齢者を対象とした調査です。「日常生活において一番不便だと感じていることは？」という質問に対し、2001年では「医院や病院への通院に不便」が12.0%で一番多く、ついで「日常の買物」となっていましたが、2005年では「日常の買物」が16.6%でトップになりました。この数値を全国の60歳以上の高齢者人口に掛け合わせると、およそ600万人¹⁵の人が「日常の買物」に不便さを感じていることになります。

図表-9は、「買物難民等の状況にあると感じるか」との問いかけに対して、「そう思う」+「いずれはそうなると思う」が4割を超しており、特に農村部では6割近い人が今後の買物に不安をいただいている状況にあります。

「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」（経済産業省）では、特に農山村部と都市郊外の2類型で問題が深刻化しているとしており、以下の分析を行っています。（※以下の分析は「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」報告書より）

■農山村部

- ・過疎化進行で、近隣型の商圈施設が成立する人口に届かない地域が増加。
- ・高齢者が多く、食品の消費量が少なく、かつ車をもつ若い人は郊外型スーパーへ買物に行くため、商店がなりたつだけの需要確保が困難。
- ・今後の人口減少で需要動向がさらに厳しくなっていく。

■都市郊外型

- ・郊外型の団地やニュータウンは同世代の入居率が高く、団塊世代の退職で高齢化が急激にすすみ、対策が十分にとられていないことが多い。

¹⁴ 生協しまね『高齢組合員がより豊かにくらすために』報告書（2009年1月発行）P93「第24回通常総代会の発言から」より引用、一部要約。

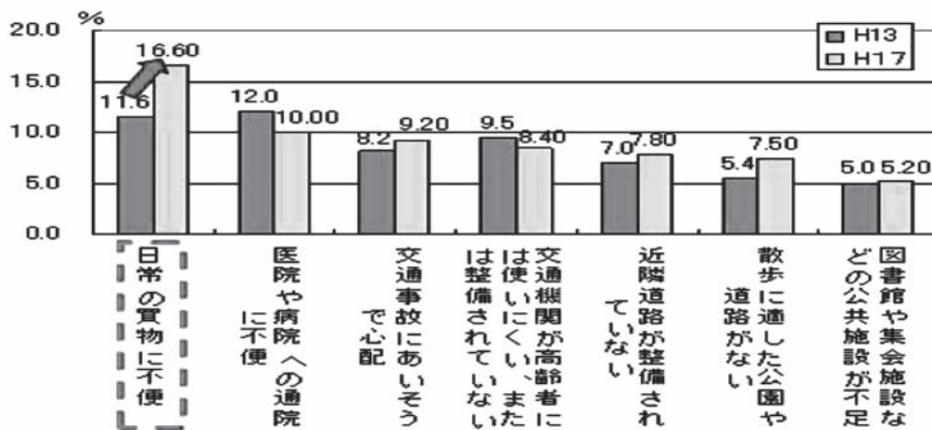
¹⁵ 経済産業省の推計による。

- ・特に坂の多い地域に造成されたエリアやエレベーターがない団地では深刻。
- ・解決策を考えるにあたり、商品をどう提供するかに加え、公共交通機関のあり方等、広範な視点からの検討が必要。

日常的に食料品等が調達できなければ、命の問題にも直結していきます。

地域の高齢者にとって、最大の課題ともなった買物のしにくさに対し、生協としてどうかかわっていくか。特に食料品を中心にした商品供給事業をメインに事業活動を展開してきた地域購買生協にとって、買物難民（買物弱者）への対応は、生協の存在意義をも問われる大きな課題といえます。

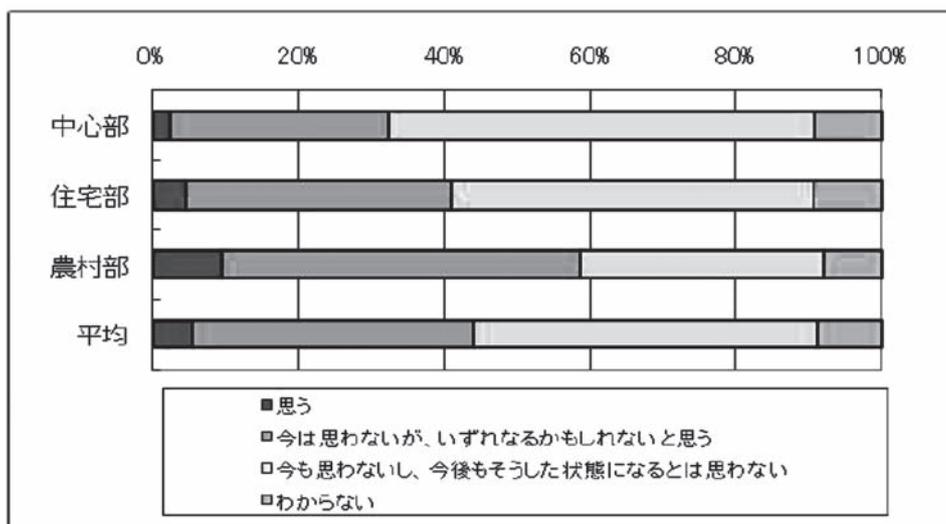
図表－8 全国の高齢者が生活環境において不便を感じる点



【出所】 内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」平成17年度

(注) 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」報告より転載

図表－9 「買物難民」「買物弱者」等の状態にあると思いますか。



出所：日本総合研究所WEBアンケート

(注) 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」報告より転載

4. 地域のつながりの変化～深まる孤立

このところ、サテ、ハテナと想うこと…。

かつて地域社会の中でごく当り前に交わされて世代を越えてのくらしの智慧の交換が、その交流が途絶えて久しく、顧みればお互い無用の無駄を重ねているのではと思えること多々です。

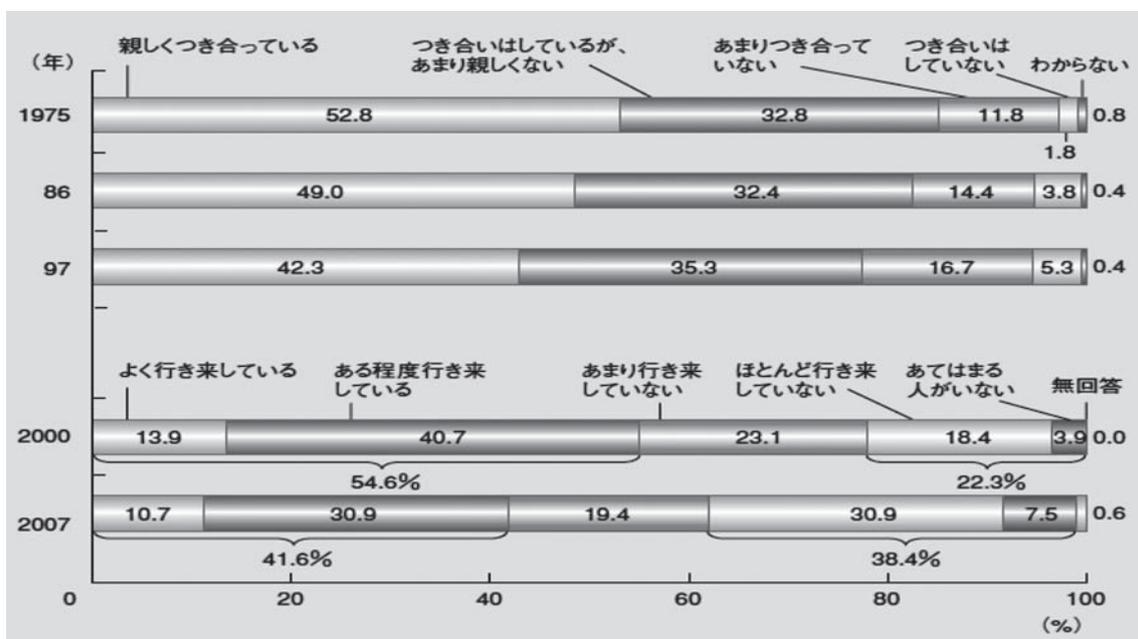
この不況下、貧しくならずケチる知恵、無いものを補う法、手抜きをしながら美味しくつくれる調理や家事、(こうした知恵を) 年長者はそのキャリアを通して山ほど持っていますし、衣類、車、電化製品、旅行にグルメのマル特情報はインターネット世代には逆にかないません。赤ちゃん用品のなかには介護に役立つ商品も多々あり、もっともっと世代を超えて友達したいものです。¹⁶

図表-10は、近所付き合いの程度の推移を示したものです。1975年～1997年と2000年～2007年の調査項目が違いますので、一概にはいえませんが、それでも、近所づきあいが年々薄れてきていることが、傾向として読み取れます。

2000年と2007年の比較をみると、「よく行き来している」+「ある程度行き来している」は54.6%と半数を超えていましたが、2007年では41.6%と4割近くまで減少しています。

このことは、主観的な意識でも同じ傾向であり、地域のつながりが10年前にくらべて弱くなっていると考えている人が約3割となっています。(図表-11)

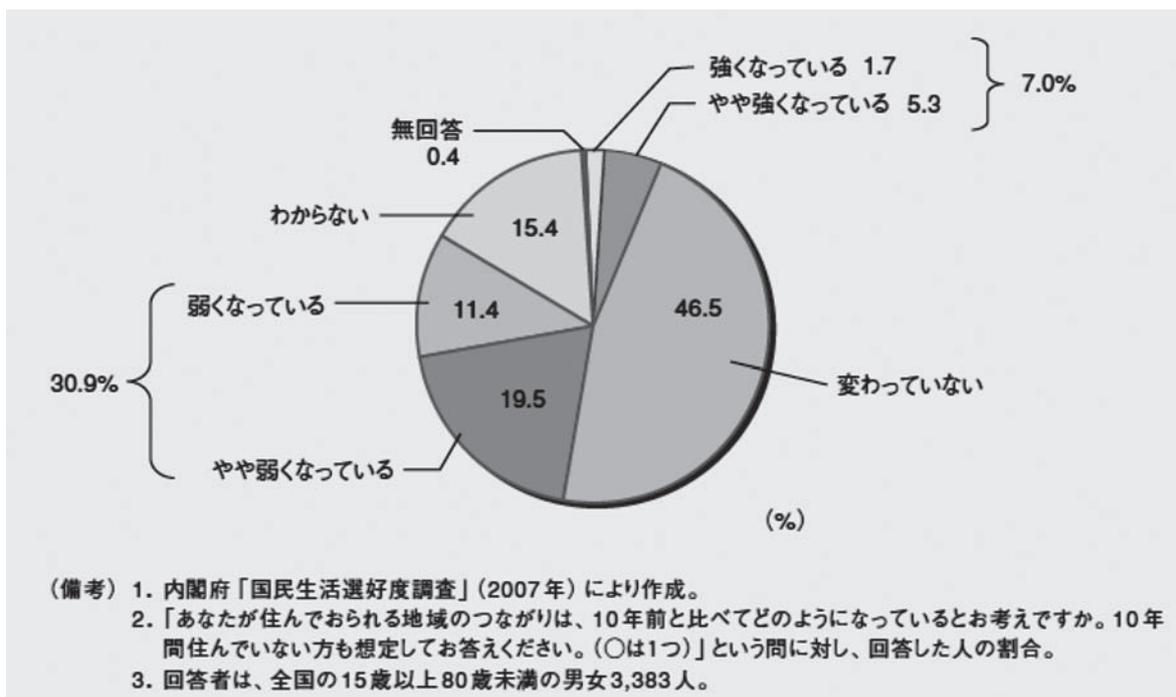
図表-10 近所付き合いの程度の推移



『国民生活白書（平成19年版）』（P78）より転載

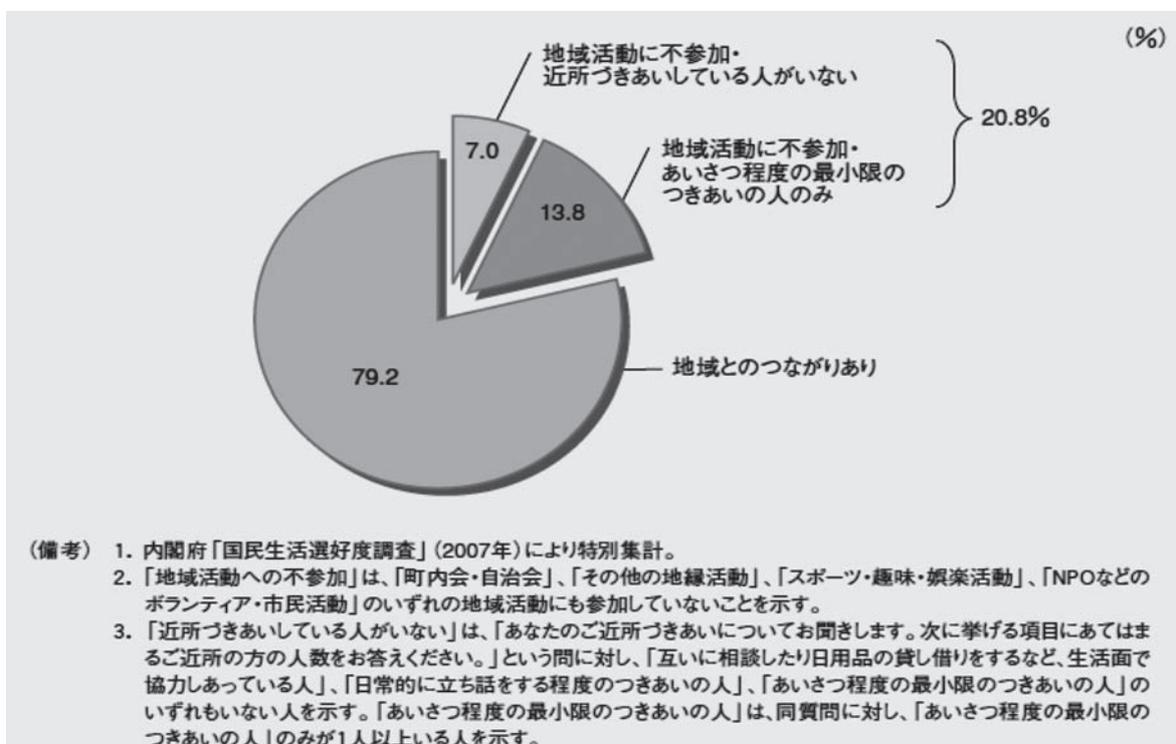
¹⁶ ちばコープ2009年度通常総代会資料「春の地域総代会議を終えて」掲載の総代の声

図表－11 10年前と比較した地域のつながり



『国民生活白書（平成19年版）』（P82）より転載

図表－12 地域活動および近所の付き合いの程度



『国民生活白書（平成19年版）』（P72）より転載

こうした地域のつながりの希薄化が進む中で、地域活動に参加せず、「挨拶程度の最小限の付き合いしかしていない人」は13.8%、「挨拶もせず近所付き合いがない人」が7.0%と、双方合わせ2割の人が、地域から孤立しているのが現状となっています（図表-12）。

地域のつながりの希薄化の進行は以下のような地域の課題を生み出しています。

その多くは、以前は地域社会のつながりの中である程度防いでいたものであり、逆にいえば、こうした問題が顕在化してきていることが、地域の中で人々の孤立状況が進行していることを示しているといえます。

また、従来は、地域のコミュニティの力であまり大きな問題にならずに済んでいたことでも、つながりの希薄化によって深刻な状況になっている（なっていく）ということもできます。

<つながりの希薄化による地域の課題>

- ・ 自然災害発生時や防犯に対する地域の安全性の急激な低下。
- ・ 高齢者、認知症、障がい者の消費者被害の拡大。
- ・ 孤立死（圧倒的に男性一人暮らし）の増加。
- ・ 高齢者虐待、児童虐待の深刻化。

○自然災害発生時や防犯に対する地域の安全性の急激な低下

ふだん地域から孤立している人、あるいは、孤立させられている人（障がい者、外国人等）が多ければ多いほど、自然災害発生時に高い危険にさらされる人の数は増え、状況は深刻なものになっていきます。

実際の住民への意識調査でも「地域が災害に対して安全」と考える人は、1984年は35.0%だったのが、2002年では25.2%に減少しています¹⁷（内閣府「防災に関する世論調査」より）。

治安の面でも、地域のつながりの希薄化は深刻です。

地域の警察官への意識調査によれば、94.9%の警官が、「地域の安全は警察だけでは確保できない」と回答しており、必要なものとして「地域住民一人ひとりの自衛方策」（78.3%）に加え、「地域住民、ボランティアの防犯活動」（51.6%）と回答しています（警察庁『地域警察官意識調査』<2004年>より）。

住民自身も、ここ10年間で治安が悪くなったと思う人が46.6%、やや悪くなったと思う人が37.7%と、両方あわせると84.3%が悪化したと感じています。そしてその理由として49.0%の人が、「地域社会の連帯意識が希薄となったから」をあげています（内閣府『治安に関する世論調査』<2006年>より）。

○高齢者、認知症、障がい者の消費者被害の拡大

振り込め詐欺や悪質な訪問販売など、高齢者・認知症・障がい者が受ける消費者被害が拡大しています。特に一人ぐらしの高齢者がねらわれやすく、しかも何度も被害にあう場

¹⁷ 比較年度の1984年と2002年の間には、1995年の阪神・淡路大震災が起きている。この震災の印象が数値結果に部分的に反映している可能性も考えられる。

合があります。また、認知症高齢者の場合、被害にあっていること自体を自覚できない場合もあります。

振り込め詐欺・恐喝事件の2009年の発生件数は3,057件であり、被害者中、65歳以上の割合は70.1%となっています。消費トラブルの被害も依然として多く、70歳以上の消費生活センターに寄せられた相談件数は、近年では横ばい傾向が続いているものの、依然として10万件を超えています。寄せられた相談について販売方法・手口をみると、2009年度においては、家庭訪販が21.5%、次いで電話勧誘が10.3%となっています。（平成22年版『高齢白書』より）

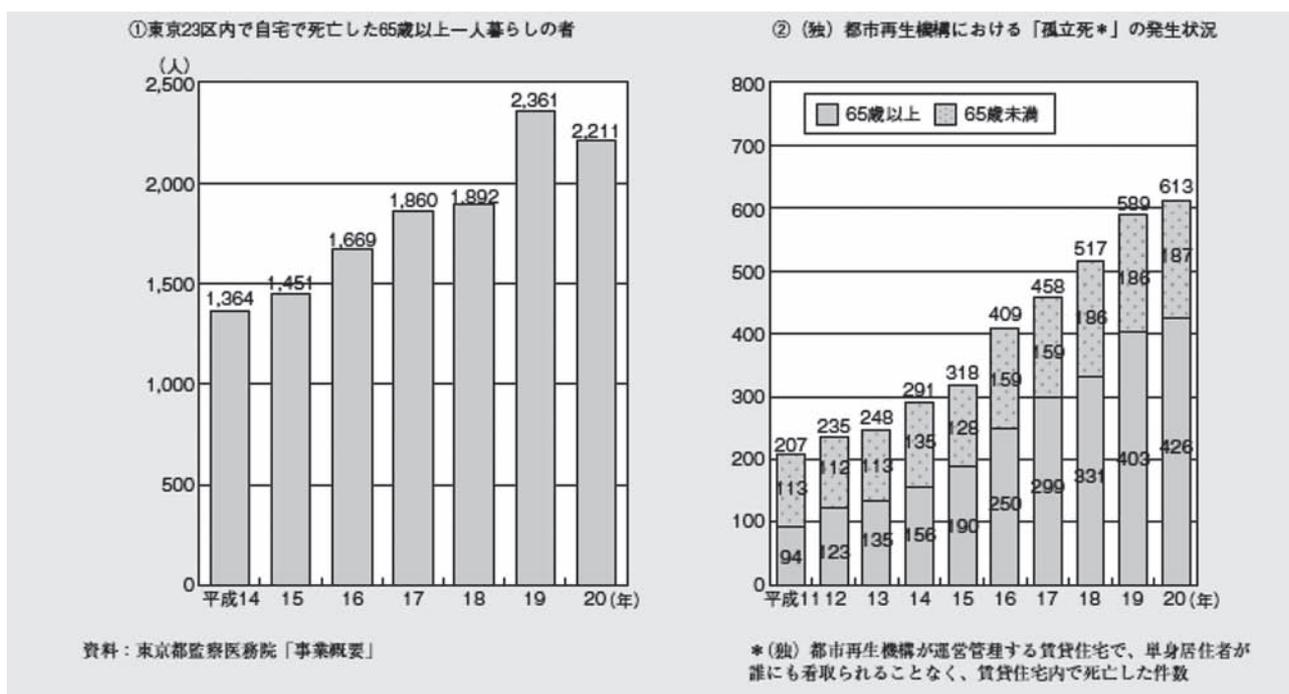
消費者被害は、身近に相談できる人がいれば防げる場合が多々あります。また、定期的な訪問などで日常生活に変化があればすぐわかるような仕組みも必要です。

○孤立死（圧倒的に男性一人暮らし）の増加

本章の「1. 少子高齢化のさらなる進行」でみたように、世帯構成が変化してきており、今後、独居世帯が一番多い世帯類型となります。

こうした中で孤立死がふえてきています。図表-13は、東京都と（独）都市再生機構が調査したものです。左が東京都23区内における一人暮らしの65才以上の自宅での死亡者数で、2008年（平成20年）は2002年（平成14年）と比べ1.6倍に増加（東京都監察医務院の公表データ）しており、この中に含まれる孤立死も増加していると推測されます。右は、単身の居住者が誰にも看取られることなく（独）都市再生機構の賃貸住宅内（約76万戸）で死亡したケース（自殺や他殺を除く）は、2008年（平成20年）度は1999年（平成11年）と比べ約3倍に増加しています。（『高齢者社会白書（平成22年版）』より）

図表-13 ふえる孤立死



『高齢者社会白書（平成22年版）』（P58）より転載

高齢の独居者が一番恐れているのがこの孤立死です。

孤立死は圧倒的に男性が多く、地域社会とのつながりをまったくもたずに定年退職した男性が、家族の死別等で一人暮らしになると、自宅にとじこもりがちになり、孤立を深めていく状況がうかびあがってきます。

地域で見守りネットワーク等で、定期的な声かけや地域行事への参加を呼びかけたり、生活のうえで困っていることがあれば本人がそれを発信していったりすることも必要になっていきます。

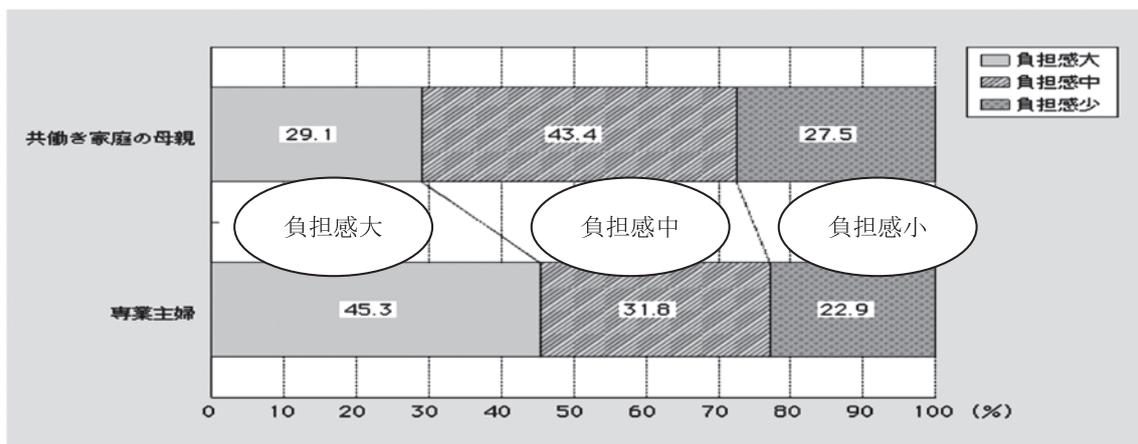
○高齢者虐待、児童虐待の深刻化

高齢者虐待・児童虐待も深刻な問題です。

高齢者虐待では、隣近所の気づきが問題発見につながります。2008年度に1,800市町村（特別区を含む）で受付けた、高齢者虐待に関する相談・通報件数は21,692件と前年度比で8.6%増加しました。性別で見ると女性が全体の約8割を占めており、年齢階級別では「80～84歳」が24.0%と最も多くなっています。なお、虐待の加害者は、「息子」が40.2%と最も多く、ついで「夫」17.3%、「娘」15.1%となっています。（内閣府『治安に関する世論調査（平成18年）』より）

児童虐待の背景には、子育て家庭が親族や友人・地域の人々から孤立している状況があります。子育てに対する負担感は、いわゆる専業主婦の方が共働き世帯の妻よりも感じている人が多いという調査結果があります（図表-14参照）。夫や他の家族、あるいは外部からの支援が得られないまま、子育ての大きな負担感を感じている母親の姿がうかがえます。

図表-14 子育ての負担感の状況



出所：(財) こども未来財団「子育てに関する意識調査事業調査報告書」（2000年度）

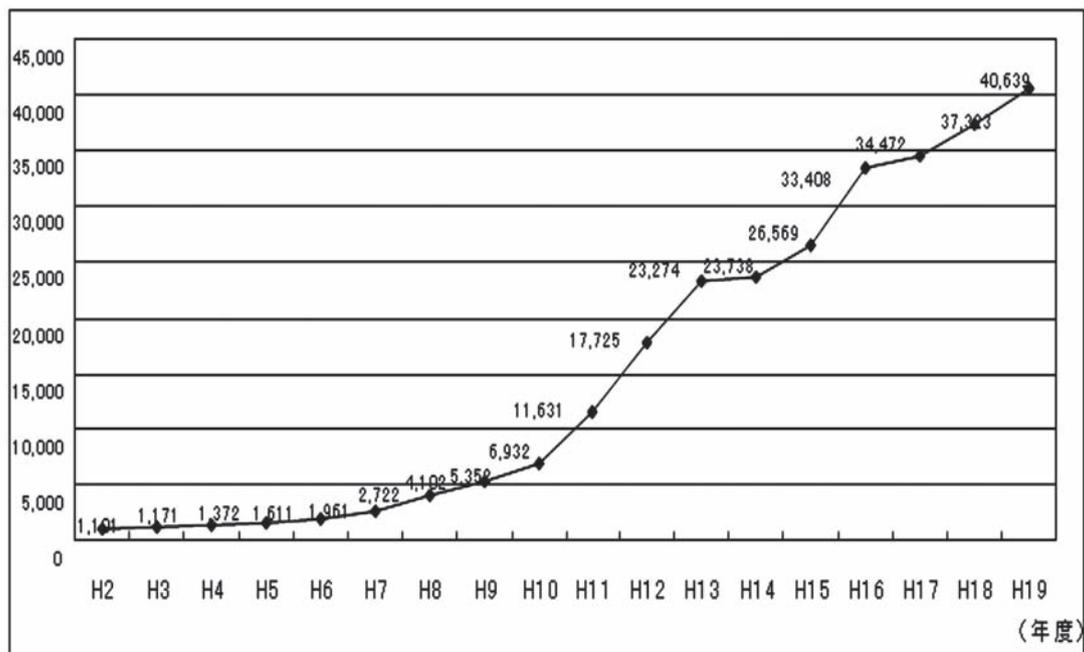
全国の児童相談所における児童虐待に関する相談対応件数は年々増加しており、2009年度は44,210件となっています。（厚生労働省調査）

児童虐待の要因にはさまざまありますが、近年の児童虐待増加の背景としては、経済状況の悪化による各世帯の家計窮迫と育児不安の高まりなどの影響も考えられます。東京都調査によると、虐待者の就労状況では家事専業・無職者が5割近くになっています。子ど

もの虐待防止センター調査による子育て協力者の有無と虐待傾向をみると、協力者がいる母親に比べ、協力者がいない母親では虐待傾向の割合が高くなっています。（『厚生労働白書（平成15年版）』より）

子どもの生命が奪われるなど重大な児童虐待事件も跡を絶たず、社会全体で早急に取り組むべき重要な課題となっています。

図表－15 児童相談所における児童虐待相談対応件数の推移



出所：厚生労働省政策レポート「児童虐待の現状とこれに対する取組」より

深まる地域の中での人々の孤立、そしてそこから生じてきているさまざまな課題へは、行政をはじめとし、地域の中の各組織・団体、そしてなにより地域にすむ人々が、役割を適切に分担し、相互に協力し合うことでしか、対応できません。

「人間らしい暮らしの創造と持続可能な社会」を実現していくために、生協としても地域の諸課題に対応していく力強い取組みが求められています。

Ⅱ章 「生協の福祉ビジョン」の4つの視点からみた生協の取組み

2007年、日本生協連では、「生協の福祉ビジョン」¹⁸を策定しました。その中で「生協福祉の今後の発展方向」に関し4つの基本視点をあげました。

- I. 生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮
- II. 地域ネットワーク強化による地域福祉づくり
- III. 組合員・地域住民が主人公となった新たな協同のあり方、参加の場づくり
- IV. 生協としての社会的役割発揮

この4つの基本視点にそって生協の地域福祉にかかわる現在の取組み状況についてみてみます。

I) 生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮

生協が他の事業者・諸団体と違う点は、事業と活動があること、くらし全般にかかわっていること、主体的に参加する組合員組織があるということです。地域福祉の点でも、これらの特徴・強みを活かし、組合員の積極的な参加のもと、くらしの全般に対し、各事業・活動を通じて、生協のもつインフラを活用して、そしてこれらを総合して、生活課題に応じていくことが求められます。

①必要としている人へ商品を提供するための取組み

○買物に不自由している高齢者、障がい者、子育て家庭の支援のために、配達手数料の割引制度を設けている生協は全国で73あります。¹⁹

○くらしの場に商品を直接届ける宅配事業は、特に、買物の不便な中山間地や都市部でも高台にある住宅地の組合員に喜ばれており、買物に不自由している方にとっては「命綱」²⁰ともいふべき役割を果たしています。

- ・みやぎ生協：生協の責務とし、県内どこでも、牛乳1本、灯油1缶でも組合員の要望があれば配達対応をしている。
- ・福井県民生協：日常の買い物に行くことが不便な地域の方々に「移動店舗」サービスの取組みを開始した（2010年7月時点で8台）。宅配では得られない店舗で買物をする楽しさに応えるため、移動店舗車を走らせている。

¹⁸ 2006年度、福祉政策推進委員会にて策定されたもの。生協の福祉（活動・事業）が発展していくための課題提起を行っている。

¹⁹ 『2009年版』全国宅配事業概要調査（日本生協連）より。

²⁰ 生協しまねの2006年から2008年にかけて行った聞き取り調査（65歳以上の高齢者を対象に実施）の宅配事業に対する評価結果による。

- ・コープかごしま：中山間地域および県内25の離島全てに宅配事業を実施している。
- ・コープみやぎき：共同購入事業を地域の中で福祉的役割を担うものとし、止めることはできない事業と捉え、「事業継続が大命題」としている。(巻末補足資料参照)
- ・コープあいち：世帯数32世帯の買物困難地区へ宅配事業を2010年7月から開始。当地域に住む人から商品配達の依頼があり、行政や他商業者とも調整を行い始まった。共同購入2班、JSS（組合員サポーター宅へ商品を届け、そのサポーターが個別に配達）2班の計24世帯が組合員となっている。配送コスト的には厳しいが、生協以外に届ける事業者はおらず、生協がなすべき役割と判断、配送を開始した。
- ・コープぎふ：店舗施設が撤退し、生活必需品の入手が不便な状況になった（最寄の店舗まで車で1時間半等）地域への配送を行っている。（豪雪地帯である白川郷平瀬地区や高山市高根町等）
- ・わかやま市民生協：和歌山県は山間部が多いが、県内全域に対して配送。山間部の村へも個配を行っている。

○店舗までの交通手段がない人への買物バスの運行や、店舗の商品を近隣の高齢者・障がい者等の自宅まで配達する買物代行の取組みが行われています。

また、過疎地域への生鮮品を中心とした移動店舗の取組みもはじまっており、そのなかで、一部行政との連携も行われています。

- ・コープさっぽろ：2009年2月、赤平市の病院に隣接する場所に新店をオープンし、市民の要望を受けて「あかびらお買い物バス」の運行をスタートした。この無料バスは病院や近隣の公共施設へいく人も利用できる。
- ・コープあきた：1972年より「買い物バス」の運行を開始した。組合員の足代わりとしての無料送迎買物バスは、組合員の念願のサービスで、現在は2台のバスで月平均約1,700人の組合員が利用している。
- ・みやぎ生協：高齢者・家族の介護・産前産後・子育て中などで買い物に不自由を感じている方を対象にした買物代行サービス「ふれあい便」を実施。月会費1カ月千円で週2回の配達。現在146名が利用。
- ・さいたまコープ：9店舗で店舗からおおよそ2km～3kmの範囲に住む人を対象に、注文を電話・FAXで受け、1回200円で配達するサービス「あったまる便」をおこなっている。現在、月4,000人程度の利用がある。

②食に関する組合員ニーズに対し、事業化によって対応を開始した取組み

○生協は食を中心に事業を展開しています。バランスのとれた食生活のための商品開発（食事バランス弁当²¹等）、レシピ提案や食育のアイデア提供等を行っています。こうした取組みに加え、新たに弁当配達事業などのように、食の分野における組合員

²¹ 食事バランス弁当：望ましい食事の取り方や量を分かりやすく示した「食事バランスガイド」にしたがった冷凍食品を日本生協連が開発。栄養をバランスよく設定し、1食398円という手軽さもあり、2007年9月の発売以降、200万パックの供給となっている。

ニーズへ事業化で対応する取組みもはじまりました。

- ・コープやまぐち：高齢者に限らず、食事の準備が困難な方などの人も対象として「コープの夕食宅配」事業を開始。お弁当コースとおかずコースの2種類あり、月～金の夕方に配達する（1食あたり500円前後での設定）。本事業を開始するにあたり出資金を100円にし、幅広く利用希望者を募った。結果、今まで生協組合員にならなかった（なれなかった）高齢者の世帯も生協に加入して利用を開始し、組合員の「掘り起こし」、そして他の商品の購買へもつながっている。
- ・生協ひろしま：高齢や障がいなどのため食事作りや買い物が困難な方に利用していただくために、「配食（夕食宅配）事業」を2009年6月からスタートしている。
- ・大阪いずみ市民生協：2009年11月に「コープの夕食宅配」をスタート。1日当たり3,000食を超える利用となっている。利用者の4割が単身独居の高齢者であり行政の「地域の見守り活動」との連携も考えている。
- ・ならコープ：2010年4月に「ならコープ夕食宅配」をスタート。手渡しを基本としているため、ひとり暮らしの高齢者の安否確認もでき、離れて暮らすご家族からも期待されている。
- ・エフコープ：「学童保育のおやつ」に保護者や指導員が悩んでいることを知った職員が、店舗の商品を利用した「おやつ配達」の仕組みを新たにつくり出した。大変好評で、現在5行政区まで広がっている。（詳細は巻末補足資料参照）

③供給事業のインフラを活用しての見守り活動の取組み

○日常的に地域を走り、個人宅まで商品を届ける宅配事業の仕組みは、配達する職員との間や荷分けの場での組合員同士のコミュニケーションがあります。宅配事業の職員による地域の見守りや安否確認の活動がはじまっており、商品を配達しているときに組合員が倒れていて救急車をよんだり必要措置を配達担当者が行ったりした事例は、コープとうきょうやエフコープなどで実際に生まれています。

- ・こうち生協：2007年、高知県・高知県民生委員児童委員協議会の3者で、「宅配事業の職員が商品を届けた際に何か異変を感じたら、地域の民生委員に連絡する」協定を結んでいる。
- ・鳥取県生協：2010年5月、鳥取県生協は中山間集落の見守り活動を支援する協定を県や県内全市町村と結んだ。配達など業務中に発見した地域の異常を市町村に通報する。
- ・東北サンネット事業連合・コープしが：東北サンネット事業連合では、離れて暮らす家族からの希望があれば、商品配達時の様子を家族あてに、利用者に会ったかどうかのメールを送るサービスをスタート。コープしがでもはじまった。
- ・子どもを犯罪から守る「子供110番」活動が全国に広がっている（70生協）。配送トラックに「子供110番パトロール中」などのステッカーを貼り付けたり、配送センターや店舗などを「子供110番ひなんじょ」として登録したりするなどして、地域社会の安全を守る活動に協力している。（2008年5月調べ）

○店舗の施設を活用して、日を決めての福祉相談コーナーの設置や店舗の集会所を利用した食事サービスやふれあいサロン活動も日常的に行われています。さらに、コープこうべやみやぎ生協では店内に地域包括支援センターの事務所を設置し、日常の買い物の中で、気軽に相談できる場を設定しています。

④組合員による地域のなかでの支えあいの取組み

○組合員相互の、家事援助を中心にしたくらしの支えあい「くらしの助け合い活動」²²は、1983年にはじまり、活動開始から26年の歴史をもっています。その歴史のなかで、家事援助として高齢者の生活に入り込んでいるからこそわかる生活課題の把握が行われ、それが、食事会・配食活動やふれあいサロン活動の立ち上げにもつながりました。

○「食事会・配食活動」²³は、月1～2回程度の開催です。この活動は一人ぐらしの高齢者にとっては、人との交流を図ることができる場となっています。「ふれあいサロン」²⁴は地域の中の居場所づくりです。高齢者のみならず閉じこもりがちな子育て中の母親なども気軽に立ち寄れる場となっています。

○「子育てひろば」²⁵（＝主に月に1～2回程度、生協の施設や公共施設を利用して乳幼児と親が自由に集い、のんびりと過ごせる場）の活動が広がっています。核家族世代の母親にとって、ほっと一息つける安らぎの場であり、他の母親や「ひろば」運営の担当者（スタッフ）との情報交換やちょっとした相談ごとをもちかけることのできる場所でもあります。このやりとりの中で、担当者が子育て中の母親のくらしの問題点・課題を見つけていく場所にもなっています。

○子育て支援については、自治体の認可を受け保育園を運営している生協もあります。また、継続した活動が行政の信頼を得ることができ、行政の委託事業として常設型のひろば²⁶を開設するなどの広がりも生まれています。

²² 2008年度は65生協で取組まれ、2万8,000人の参加、活動時間は延べ121万時間となっている。

²³ 2008年度のお食事会・配食活動は、28生協、開催175箇所、開催・配食回数2,191回、年間調理食数は76,132食、参加者5,900人、係わったボランティア4,850人となっている。医療生協では地域の組合員グループ（支部）単位で食事会が多く開催されている（100生協1,000ヶ所以上）。

²⁴ ふれあいサロンは地域住民が気楽にたちよれる居場所づくりの活動。2008年度の「ふれあいサロン」の開催は、21生協、127グループ、開催数1,401回、参加者は12,346人となっている。医療生協では地域の組合員グループ（支部）単位でサロンがすすんでいる（70生協500ヶ所以上）。

²⁵ 「子育てひろば活動」は、2008年度、全国53生協390カ所で開催され、延べ18万人以上の親子が利用した。「ひろば」を支える運営担当者（スタッフ）は2,200人以上となっている。（常設型子育てひろばも含む）。医療生協では産後一定期間「赤ちゃん同窓会」などの企画で乳幼児と親を支援するとりくみがすすんでいる。また、診療所をはじめとした事業所の施設を利用した「子育てひろば」や幼児や小学生低学年を対象にした子ども保健大学が多くの生協でとりくまれている。

²⁶ 児童福祉法に基づく地域子育て支援拠点事業による常設型の子育てひろばは、5生協13箇所になった。

<常設型ひろば>

- ・大阪いずみ市民生協：店舗の集会室を使い14カ所で「子育てひろば」を開催。2009年6月から行政の委託事業として常設型の「ひろば」を開設した。
- ・ちばコープ：千葉県館山市から指定管理者として、子育て支援施設「館山市元気な広場」の運営を受託している。（千葉市・市川市からも）
- ・生活クラブ生協（東京）：「子育て広場ぶらんこ」を運営している。
- ・福井県民生協：自治体の事業受託で店舗併設での「ひろば」を運営。
- ・コープいしかわ：地域のNPOに生協の施設を貸出し「ひろば」運営を委託している。

○こうした「くらしの助け合い活動」をはじめとする組合員活動がベースとなり、次の⑤の福祉事業を展開していくために不可欠な人材の育成や地域社会での福祉の活動に対する生協への信頼も形成していくことができました。

⑤福祉事業をつうじての「くらしの安心を創造する」²⁷ための取組み

○生協は事業者であると同時に、消費者組織という側面をもちます。生協は2000年の介護保険制度の立ち上げ時から、介護保険事業に取り組んできています。この介護保険事業においても、消費者、すなわち介護保険事業での利用者からの意見を常にききながら、事業者としての運営に役立てるとともに、必要な制度要求などを行政・国に対しておこなってきました。

○生協の介護保険事業を含む福祉事業は、上記でふれたように、くらしの助け合い活動との関係性も深く、事業立ち上げにあたっては、くらしの助け合いの会の人材が大きな力となりました。くらしの助け合いの会の家事援助活動の長い歴史も重要な財産で、その基本的な考え方（「地域社会の中で、その人がその人なりにくらししていくための自立生活支援」を、「困ったときはお互い様」の精神で行う）は、生協の福祉事業をすすめていく場合の基本ともなっています。

○介護保険事業の他にも、福祉関連事業（介護保険で「自立」と認定された方への家事援助サービスや介護サービス、外出介助・同行サービス、見守りサービス等）を行っています。また、生活クラブ生協（東京）などでは「保育園」（「生活クラブ保育園ぼむ」）の運営もはじまっています。

<補足>

※総合的なサポート力を発揮していくためには、生協職員の人材育成や活動分野の

²⁷ 生協は、2003年、介護保険事業を中心とした福祉事業を、購買事業、共済事業に次ぐ「くらしの安心を創造するための第3の事業」として位置づけた。2009年度、地域購買生協で実施する事業高は129億円（業界上位10位程度）となっている。医療生協は2009年度事業高484億円で、地域購買生協を母体とした社会福祉等、いわゆる生協系というくくりで考えると事業高は600億円を超え、民間事業者では、ニチイ学館に次ぐ第2位の事業高となる。

財源確保が前提になります。以下、補足的にこの2点につきふれておきます。

◎生協職員の人材育成の取組み

○店舗で、あるいは宅配事業で、それぞれの組合員に応じた、応対・サービス提供・商品供給を行うことができる職員育成のため、知識、心構えなどについて、生協全体で研修体系を組み、それにもとづく人材育成がはじまっています。

・コープこうべ：店長・センター長を対象にした『ユニバーサル・サービス研修』を開始した。今後の時代で支持され信頼される生協として、組合員の地域一番の対応を目指すことがその目的で、ユニバーサル・サービス＝「共感的理解」に基づく対応、と定義している。

○認知症に対する正しい知識をもち、認知症の方々とともに安心してらせる地域社会をめざして「認知症サポーター養成講座」へ取組む生協が広がっています。²⁸ ユーコープ事業連合、みやぎ生協、エフコープ、コープかごしまなどでは、生協全体で取組むことを決め、店舗や共同購入の職員全員が認知症サポーターになることをめざしています。

◎組合員全体で活動財源を分担する取組み

○組合員による活動をすすめていくためには、持続的な活動を推進する財源が必要となります。多くの生協では、教育文化費などの費目で拠出していますが、この財源を、組合員全体で分担する仕組みづくりも行われています。

・生活クラブ生協（東京）：「生活クラブが地域福祉政策にもとづいて行なう事業の創設、推進および運営に活用する」ことを目的として組合員が毎月20円を積み立てる「エコロファンド」の仕組みがスタート。2009年度末までのファンド総額は約3,400万円で、執行額は約790万円となっている。

²⁸ 「認知症サポーター養成講座」への取組み生協数は地域購買生協で39生協7連合、認知症サポーターは約1.5万人、サポーター養成講座の講師となるキャラバンメイトは720人（地域生協479人、医療生協241人）となっている。

II) 地域ネットワーク強化による地域福祉づくり

生協の取組みだけでは、現在の組合員のくらしの幅広いニーズに対応することはできません。誰もが安心してくらせる地域をつくりあげていくためには、各課題におけるネットワークの構築が欠かせません。生協は、行政・諸団体と連携・協力し、地域住民のニーズに対応していくことが求められています。

①行政・諸団体とすすめる子育て支援や減災の取組み

○生協では、上記の子育て支援や減災等の各テーマにもとづき、行政・諸団体と連携した活動を展開しています。(子育て支援に関しては前項の常設型ひろばに関する記述部分を参照)

○阪神・淡路大震災の教訓から、全国の生協では地方自治体との「緊急時における物資供給等の協定」をすすめており、生活道路を知り尽くした宅配事業の配送網を活用して、いざというときのライフラインを支える取組みを広げています。²⁹

・コープこうべ：神戸市社会福祉協議会と兵庫県社会福祉協議会の3者間で、阪神淡路大震災を契機に生まれたボランティア活動者・団体同士の連携を普及するとともに、市民福祉社会形成に向けた機運の高まりを拓けることを目的に、1999年1月に「市民福祉社会への協働憲章」を締結した。

○地震や台風などの自然災害の発生に備えた活動がはじまっています。ワークショップ「コープぼうさい塾/わがまち減災Mapシミュレーション」³⁰は、2007年に行った内閣府との活動を発展させたもので、ワークショップを共に行う中から、行政や地域の自治会、学校などと協同した減災の取組みも生まれています。なお、同活動は国連の「国際防災戦略」³¹発行の「民間企業による防災優良事例集2008」にも紹介されました。

○生協の取組み内容を積極的に行政へ伝えることで、行政との関係を深め、あらたな活動展開へつながっている例もあります。

・大阪いずみ市民生協やちばコープでは、子育て支援の広場事業をきっかけに、CSR報告書をもって自治体まわりをし、定期的なコミュニケーションをとりはじめている。

²⁹ 2009年7月時点で、都道府県単位での協定数は48、市町村単位での協定数は287となっている。

³⁰ 減災活動の「コープぼうさい塾/わがまち減災Mapシミュレーション」は、2008年度、全国30生協130会場で取組まれ、2,300名の参加となっている。なお、減災活動については、医療生協でも、一定規模以上の病院がある医療生協では消防と合同で大規模災害を想定したトリアージ訓練を定期的で開催している。

³¹ 国連の国際防災戦略（ISDR）は国連総会によって2000年に設立されたプログラムで、自然災害やそれに関連する事故災害および環境上の現象から生じた人的、社会的、経済的、環境的損失を減少させるための活動にグローバルな枠組みを与えるという目的をもつ。

コープやまぐちでは、行政懇談会（首長と年一度、地域担当理事が交流）等から山口市のプレママ（妊婦）支援につながっている。

②福祉分野でネットワークを活用しての組合員ニーズへ対応していく取組み

○社会福祉協議会と生協の助け合いの会活動がつながり、地域で協働している生協は43%、社協の各種委員会に入っているのは19%、社会福祉協議会の会員は21%となっています。³² 介護保険事業に取り組まれている生協は、地域包括支援センターとの協力関係ができ、地域住民や自治体との信頼関係の構築につながっています。

○より幅広い相談内容に対応すべく、生協が核になって恒常的に地域の中でネットワークを展開しているエリアや、県内の関係団体すべてに呼びかけ、政策提言を中心としたグループを結成、活動しているところもあります。

- ・コープあいち：NPO法人「あいちあんきネット」を立ち上げた。支援を求める方にNPO法人の利用会員になってもらい、その人の希望に応じた人生設計を織り込んだ「くらしと人権を守る総合支援契約（仮称）」を締結、この総合契約により、各人の希望に応じて、ホームロイヤー³³支援、施設や病院に入る際の身元保証人引受、任意後見制度³⁴や随時生活支援等を必要に応じて発動できるようにしている。
- ・介護ネットみやぎ：みやぎ生協の社会保障を考える学習会組織から発展。県下全域により呼びかけ、現在21団体が加盟し、制度要求や介護サービスの質の向上へ向けた活動を展開している。（巻末補足資料参照）

○地域のNPO団体等がつくっているネットワークに加盟し、組合員からの問い合わせ・要望に対応している生協もはじまっています。

- ・コープこうべ：福祉系NPO団体のネットワーク組織である「ひょうごん福祉ネット」（サービス提供15団体）に正式会員として加盟している。組合員からの問い合わせに対し、ネットワークを通じて対応することができ、生活支援の幅が大きく広がった。

³² 2008年度11月に行ったアンケート調査、48生協回答結果より。

³³ 個人や家庭の法律問題の相談相手となる弁護士。

³⁴ まだ判断能力が十分にあるときに、加齢による老人性認知病等で判断能力が低下する場合に備えて、信頼できる人（任意後見人）との間で自分の生活、療養看護、財産管理についてどういう保護をしてもらうのかをあらかじめ契約をしておくという制度。

③医療生協との双方の強みを活かした「まちづくり」をすすめる取組み

○地域購買生協と医療生協のそれぞれの強みを活かした「まちづくり」がすすめられています。それぞれの組合員組織や購買事業と医療事業のインフラを活用し、地域の見守り活動や、いざというときには、医療や介護を安心して受けられる体制づくりは、地域社会のなかで、非常に大きな役割を発揮していくことができます。

- ・東京都生協連：医療生協、地域購買生協に「福祉のまちづくり」を提起し、杉並区・練馬区・北区の3箇所をモデル地域と設定。杉並区では、「安心ネットワークづくり」「見守りネットワークづくり」「たまり場づくり」等に今後取組む。大きな施設をつくらなくても、身近なところに友人や知り合いがいて必要なときに声をかけ、助け合えば自分のまちでくらせる。「いざというときには医療や介護サービスを安心して受けられる。そのために、地域購買生協と医療生協が何ができるか」の取組みが始まった。同取組みは、社会福祉協議会や行政にも働きかけて、地域全体のネットワークですすめていく予定となっている。
- ・生協共立社：医療生協、高齢者生協などとまちづくりをめざしての「庄内まちづくり協同組合」を設立し、地域住民の立場から制度を捉え、ケア付き協同住宅、小規模多機能施設、介護予防事業などを総合的に展開している。

④他の協同組合（農協、漁協、森林組合等）と連携してのまちづくりの取組み

○他の協同組合（農協、漁協、森林組合等）と連携しながらの、まちづくりへの取組みもはじまっています。

- ・神奈川県生協連と神奈川県農業協同組合中央会が“思いやりのある街づくり”をめざして、協同で「かながわふくし活動MAP」を作成した。

Ⅲ) 組合員が主人公となった協同のあり方、参加の場づくり

生協は、生協の21世紀理念として「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」を掲げています。この理念は、世界的な経済の混迷状況にある今、さらにその重要性をましています。

人と人との関係が希薄化し、地域コミュニティの力が弱まった今の時代において、地域における取り組みやその中で生まれる人と人との関係や協同で、地域コミュニティの新たな活力を生み出していくことが求められています。

①くらしの助け合い活動のさらなる発展・展開の取組み

○くらしの助け合い活動は従来型の活動形態に加え、あらたな「生活サポート活動」³⁵の形態での活動も広がっています。これは寄せられるニーズを全ていったんは受け入れ、応援できる方を探すという仕組みで、生活の多様なニーズへより広く対応できることをめざしています。従来型のくらしの助け合いの活動とあわせ、多様な形でのくらしの支えあいが始まっています。

②ワーカーズ・NPOの立ち上げ支援、ネットワークづくりへの取組み

○生協がNPOの立ち上げをサポート・支援し、そのNPOが地域住民・生活者のニーズに応じて活動するスタイル、あるいはワーカーズとしての法人を組織し、地域ニーズに対応しているところもあります。

- ・コープこうべ：地域の課題を解決するために、仕事の視点で非営利の活動を組み立てようとしている組合員の仕事おこし、NPO化を支援するための部署をもっており、その部署で、立ち上げの相談を受けたり、情報提供やネットワークづくりの支援を行ったりしている。
- ・みやぎ生協：2007年にNPO支援方針をかかげ、NPOに関する学習会の開催や、NPOを立ち上げたい人に対する相談・支援活動（中間支援組織の紹介等）を行っている。
- ・パルシステム東京：「NPOサポートセンター」を立ち上げ、1998年にNPOえんに業務委託を行った。以降、「NPOを支援するNPO」として、NPO活動を支援する取組みを行っている。

³⁵ 会員制はとらず、組合員なら誰でも参加でき、活動する人はサポーターとして登録し、生協が支援を求めている方につなぐ形となる。登録サポーターが7,600人、年間サポート時間が66,600時間となっている（2008年度活動実態調査より）。取組み生協は、とちぎコープ・ちばコープ・コープながの・コープぎふ・コープしが・京都生協・生協しまね、等。

③生協ではできない事業を社会福祉法人設立³⁶で対応していく取組み

○特別養護老人ホーム等、生協では対応できない事業を行うために、組合員と一緒に（設立のための組合員募金の取組み等）、社会福祉法人を立ち上げ、幅広い組合員のニーズに対応する取組みも行われています。

④助成金や基金等による地域福祉活動を支援する取組み

○生協では、地域福祉向上のために、福祉ボランティア活動や子育て支援、障がい者支援などを行っている団体や個人への資金援助や企画への参加、社会福祉法人の設立支援を行っています。地域の団体を資金的に支援することは、単に助成先に対する資金援助だけではなく、援助する側にとっても、助成先の活動を通じて地域の課題を深く知ることにもつながります。

○NPOなどの市民事業者を対象に、運転資金、つなぎ資金、設備投資など、事業資金を提供する取組みもはじまっています。

・生活クラブ生協の構想から生まれた「東京コミュニティパワーバンク」は、市民から出資を募り、社会的に必要と思われる事業に融資していく仕組みをつくりだしている。

³⁶ 生協の資金援助や設立支援により、全国で11の社会福祉法人がある。(社)こ〜ぶ福祉会(みやぎ生協)、(社)ふれあいコープ(とちぎコープ)、(社)生活クラブ(生活クラブ生協・千葉)、(社)ぱる(ドゥコープ)、(社)悠遊(生活クラブ生協・東京)、(社)いきいき福祉会・(社)藤雪会(生活クラブ生協・神奈川)、(社)コープ共生会(新潟総合生協)、(社)協同福祉会(ならコープ)、(社)協同の苑(コープこうべ)、(社)グリーンコープ(グリーンコープ)

IV) 生協としての社会的役割発揮

組合員のくらはしは生協だけでなりたっている訳ではなく、地域全体がよくなっていくことで、組合員のくらのしの向上が実現します。事業や活動を展開するなかで得られたニーズや意見を、消費者・利用者の立場で国や行政、制度に対して声を上げていきます。

①相談窓口を設置して、組合員・地域住民の困りごとに対応していく取組み

○地域の専門家・諸団体と連携しながら、組合員へのくらのしの相談窓口を設ける事例も生まれています。

- ・コープあいち：くらしの中でのさまざまな困りごとに対応する「くらのしの相談室」を設け、相談対応や専門的な相談窓口紹介を行っている。弁護士・税理士・家裁相談員と連携し、無料相談会（法律相談・税金相談・家庭内トラブル相談）も行っている。
- ・福井県民生協：消費者問題や食生活・介護・子育て・ライフプランなど、くらしにまつわる相談についてのアドバイスや、より詳しく相談にのっていただける機関をご紹介する電話相談サービス『くらのしの相談ダイヤル』を、(社)ふくい・くらのしの研究所と連携して2005年9月より設けている。

②自分たちの要望を出し合い、ボトムアップで提案・提言を行う取組み

○身近な生活課題を中心にすえて、自分たち自身で取組むワークショップ「ふくしdeまちづくり」³⁷活動が行われています。自分の思いを出し合い関心のある事項について調べ、考え、提案・提言を行政などに行っています。

③消費者トラブルにあわない力を高めていくための取組み

○消費者トラブルにあわない、あったとしてもうまく対応できる力や情報を読み解く力、自ら判断する力などの「消費者力」を高めることをめざし、消費者問題に関する学習活動³⁸や、消費者行政についての情報提供などがすすめられています。

④消費生活審議会へ参加する取組み

○全国の生協では44都道府県で消費生活審議会へ参加するなど、行政について消費者の立場から提言し、地域力向上に寄与する役割を果たしています。

³⁷ 2006年から取組まれており、生協数は14生協、2県連となっている。医療生協でも組合員が地域の組合員グループ（支部）単位でカメラを持って地域を歩き、気が付いたことを地図に記載する“まちなみマップ”づくりや住民の要求を書き込んだ“夢マップ”づくりをすすめている。

³⁸ 2009年度（12月末現在）、全国14生協で26企画が開催され、のべ参加人数は約3,500人。

⑤障がい者雇用を促進する取組み

○障がい者の更なる雇用推進に取組む生協が増えてきています。店舗内業務や宅配事業の配送センター等での雇用促進や能力開発センターと併設した別会社化での雇用や他団体と共同しての雇用拡大に取り組んでいます。

- ・別会社化の例は、コープこうべ（兵庫県および7市1町と一緒に出資し1986年に阪神友愛食品株式会社を設立、2008年度の「大阪府ハートフル企業顕彰制度ランプのともしび大賞」を受賞）、コープさっぽろ（札幌市、北広島市などの地方自治体や、北海道内に本社を置く主要な金融機関や企業と出資し、「北海道はまなす食品株式会社」を設立、納豆の製造販売が主要事業）、生協ひろしま（雇用が進んでいない知的障がい者を雇用する会社として100%出資の子会社「株式会社ハートコープひろしま」を2007年11月に設立、農産センター内で手作業による農産品の検品や袋詰め作業が主）等がある。
- ・東都生協：障害者団体のきょうされんと共同事業として障害者の社会就労センター「リサイクル洗びんセンター」を1994年に設立、運営している。
- ・コープおきなわ：2010年2月、コープこくば店内に、障害福祉サービス事業所「アトリエ種子」がベーカリー出店した。社会的自立をめざす、精神・知的・身体障がい者の方々が職員とともに、接客やレジ、パンづくりに奮闘している。行政・各企業・支援団体が連携し、従来の枠組みを越え、地域に障がい者の働く場を産み出した。

⑥貧困・格差問題に対する取組み

○貧困対策としてのフードバンクの取組みや、多重債務問題に対応するため、生活資金の貸付やくらしの相談事業に取組む生協が増えてきています。

- ・信用生活協同組合：岩手県内で20年前から活動を展開しており単なる債務の肩代わりではなく、相談業務を重視し、県内市町村・弁護士とも連携して解決策を図ることで効果をあげている。年間に4,000件の多重債務問題を処理。2010年5月に信用生協が隣接県での事業を行うことを可能とする生協法の省令改正が施行され、八戸市でも相談と貸付事業を行うことになった。
- ・グリーンコープ生協ふくおか：生活再生相談室では2008年4月から福岡県と共同で多重債務などを受け、貸付も行っている。グリーンコープの多重債務問題の取組みは、山口・熊本・大分・長崎にも広がっている。
- ・一般社団法人 生活サポート基金：生活クラブ生協・パルシステム連合会などにより設立され、多重債務者や生活困窮者への生活相談事業、生活再生を目的とした貸付事業などを行っている。
- ・コープみやぎき：商品の長期未納金者ゼロへの取組みの中で、サラ金取り立てで困っている人への弁護士紹介や生活困窮者への社会的扶助の紹介など、地域のセーフティネットの役割を実践している。（巻末参考資料参照）
- ・生協ひろしま、コープおきなわでは、商品管理基準を超えた賞味期限内の商品を、フードバンクに提供する活動に取り組んでいる。

Ⅲ章 先進生協に学ぶ地域福祉活動推進のポイント

1. 地域福祉とは

地域福祉とは何でしょうか。

地域福祉研究会の論議も手探りのなかではじまりました。そして定義および対象範囲について一定整理をしたのが以下となります。

<地域福祉>

- ・地域福祉とは、誰もが安心して人間らしい暮らしを続けていくことができる地域づくりである。
- ・地域に住む人たち自身が、それぞれの生活の課題を地域の共通のものとし、援助が必要な人への継続的な働きかけ（サービス提供）を可能とする仕組みを、当事者（援助が必要な人）を中核としながらつくりあげるものである。
- ・上記仕組みを主体的に担える人材を育成し、あわせて地域社会の中での相互の協力関係を組織化していく活動である。

<対象範囲>

- ・地域福祉を考えていく場合の対象範囲も、年齢や障害の有無・属性などで限定するのではなく、地域住民全体とし、さまざまなくらしの場面で起こり得る、幅広い生活課題をその対象とする。³⁹

上記視点をおさえたうえで、地域福祉研究会では、みやぎ生協（介護ネットみやぎ含む）・福井県民生協・姫路医療生協・コープこうべ・生協しまねの5つの生協へ視察を行いました。

各生協への視察により、地域福祉を推進していくにあたっての重点が明確になりました。

各生協の具体的な内容は詳細巻末補足資料に掲載していますが、共通項目として4つのポイントを取り出すことができました。

以下、それぞれ具体的にみてみます。

³⁹ 「生協の福祉ビジョン」では、「(誰もが) その人らしく安心して生きられる地域づくり」を掲げ、地域での共助関係を築きながら、共に生き、支えあう社会を実現することが必要と示している。

2. 地域福祉を推進していくための重点

■地域福祉推進の重点ポイント①

生協全体で理念が共有化され、トップの強いリーダーシップが存在すること。

※下記のポイント1・2・3は、巻末補足資料での「地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！」のポイント番号と連動しているものです。

◇福井県民生協

- ◎ポイント1 理念が明確に示され、その理念（ありたい姿）が職員および組合員に位置づいている。
- ◎ポイント2 地域福祉活動を含む事業ネットワークの展開戦略が明確に示され、シナジー効果が発揮されている。

◇姫路医療生協

- ◎ポイント1 経営の中心に介護事業を位置づけ、介護と医療の連携で姫路市内で介護サービス提供シェアを拡大している。

◇生協しまね

- ◎ポイント3 高齢者組合員のくらしの課題＝「福祉的課題」というより「地域やくらし」から生協を創る全体としての課題としている。

■地域福祉推進の重点ポイント②

自主的で、多彩な活動を生み出す組織的な仕組みが生協内にしっかり位置づけてあること。

◇コープこうべ

- ◎ポイント1 多彩なネットワークの枠組みで全体をフォローしている。
- ◎ポイント2 自主的な活動を支える「コープ活動サポートセンター」があり、組合員・職員の学習の風土が根付いている。

◇みやぎ生協

- ◎ポイント1 こ～ぷ委員会の設置・活動が、多彩な活動を生み出すインキュベーター（孵化器）となっている。

◇生協しまね

- ◎ポイント1 「ねばならない」でなく、やりたい人が創る「おたがいさま」活動を展開している。

■地域福祉推進の重点ポイント③

地域と組合員のニーズを事業化し、継続的に提供できる仕組みづくりをめざしていること。

◇姫路医療生協

- ◎ポイント3 組合員が介護事業をまちづくりの課題として捉えることで重層的に事業活動を支えている。

◇みやぎ生協

- ◎ポイント2 こ～ぶ福祉会で地域包括支援センターを受託。地域を知り、地域の相談窓口として機能している。デイサービスでのボランティア活動で、助け合いの会コーディネーターの役割もある。

◇コープこうべ

- ◎ポイント3 店舗内の地域包括支援センターは、利用しやすく、地域の総合的な窓口として機能している。

■地域福祉推進の重点ポイント④

他団体や行政とのネットワークを大切にしていること。

◇介護ネットみやぎ

- ◎ポイント3 県下によびかけ制度要求と質の高い介護サービス実現のネットワークを構築！ ～宮城県下の利用者には、心強い味方となっている。

◇姫路医療生協

- ◎ポイント2 地域の中のポジションを明確にし、行政と連携しながら利用者を拡大し介護事業で確実に剰余を生み出す経営を行っている。

◇生協しまね

- ◎ポイント2 地域ネットワークづくりにむけた「地域づくり研究会（略称）」を発足させている。

◇福井県民生協

- ◎ポイント3 生協独自の地域福祉活動の実績が評価され、行政からの委託事業に発展し、さらに多くの住民にサービスを提供できるようになっている。

IV章 生協が果たすべき役割

1. あらためて、生協はなぜ地域福祉に取り組むのか

事業と活動がともにあり、組合員の主体的な参加があることが生協の特徴であり、強みです。

「はじめに」でふれたように、生協は、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活動する、組合員の相互扶助組織です。この点において、一般企業が社会貢献的な意味合いで（＝本業とは別の意味合いで）地域福祉にかかわっていくのとは、生協の場合は本質的に異なるものと考えます。

嶋田啓一郎⁴⁰は、以下のように述べています。

「生協法にも示されているように、私たちの活動は供給活動に限定されることなく、その充実に伴い、人的及び財的に実力が整った程度に応じて、その地域の組合員・職員及び地域社会の実態に即した福祉・文化の諸活動を進めていくこととなります。生協の供給事業と表裏一体の関係にある、この課題こそが譲ることのできない本質です」（『生協と福祉の思想』1993年発行:コープ出版）

「生協が組合員同士の相互扶助組織であるならば、組合員だけを対象とした活動に限定すべきである」という意見もあります。従来からある「組合員のための福祉か、地域のための福祉か」という議論です。

生協の目的は、もちろん組合員のくらしの向上にあります。しかし、組合員は地域でくらしを営んでおり、地域社会全体がよくならなければ組合員のくらしの向上はありえません。

生協は、地域の中でくらす組合員とともに、地域に住むそれぞれの人の生活に関心を持ち、地域のあり方について意見を持ち、そして地域の課題を協同の力で解決していくことにより、組合員の豊かなくらしの実現と生協組織の成長をはかっていくことができます。

賀川豊彦⁴¹は、協同組合に関し次のように述べています。

「現代の協同組合の基本原則の一つはそのサービスをコミュニティ全体へ広げることである。真の協同組合とは、その活動の広がりにおいて、全コミュニティ的なものである」（『友愛の政治経済学』、2009年発行：日本生協連出版部）

⁴⁰ しまだ・けいいちろう：1909年12月5日生まれ。人権重視の社会福祉理論をとнаえ、灘（なだ）生活協同組合理事として理論と実践の両面から協同組合の運営にたずさわった。

⁴¹ かがわ・とよひこ：1888年7月10日生まれ。大正・昭和期のキリスト教社会運動家、社会改良家。多方面の活躍をし、生活協同組合運動でも、神戸購買組合の設立や日本生活協同組合同盟（後の日本生協連）の結成と初代会長への就任等、大変大きな貢献を果たした。

2. 生協が果たすべき役割

(1) 生協の総合的なサポート力を発揮できているか

「生協の福祉ビジョン」では、「(誰もが) その人らしく安心して生きられる地域づくり」を掲げ、地域での共助関係を築きながら、共に生き、支えあう社会を実現することが必要であると示しています。

少子高齢化がすすみ、所得格差が拡大し、「貧困」が広がっています。地域の中の一番の困りごとは買物の不便さになっています。地域のつながりが希薄になり、孤立が深まっています。自然災害や防犯に対する地域の安全性の急激な低下、高齢者などの消費者被害の拡大、孤立死や虐待が深刻化しています。

こうした状況に対し、「生協の福祉ビジョン」の基本視点にある「生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮」ができているのでしょうか？

Ⅱ章で各生協の取組み内容を示していますが、事業と活動との連携、あるいは店舗事業や宅配事業のインフラと組合員組織との連携といった点では、まだまだ生協が持っている力を活かしきれていないというのが実態です。⁴²

たとえば、交通手段がない人へ店舗までの買物バスを運行していますが（Ⅱ章・Ⅰ－①「商品供給の取組み」）、そのバスに組合員ボランティア（Ⅱ章・Ⅰ－④「組合員による支えあいの取組み」）が乗り込んで、バスの乗り降りや店舗内での買物の手助けができれば、バスを使って買物できる人がさらに広がります。

あるいは、夕食宅配がはじまった地域では（Ⅱ章・Ⅰ－②「食のニーズに事業化で対応」）、その地域の組合員組織と連携をし、夕食配達時に、該当地域の組合員活動の様子を知らせたり、高齢者でも気軽に参加できる活動への呼びかけを行ったりすれば、利用する人の生活の幅を組合員活動の面からも広げていくことができます。

上記はほんの一例にすぎません。生協のもつさまざまな力を統合し、その総合力を発揮することができれば、生協が地域の中でもっと大きな役割を果たしていくことができるし、それが生協の価値・存在意義を高めていくことにもなります。

逆にいえば、生協としての役割・存在意義を示すことができなければ、生協の存続自体が難しいものになるのではないのでしょうか。

「事業は事業、活動は活動」ということではなく、生協の総合力を発揮していくためには、Ⅲ章で示しているように、理念の共有化とトップの力強いリーダーシップが不可欠となります。

⁴² もちろん、総合的なサポート力を意識し、発揮している生協もある。巻末補足資料を参照。

(2) 「生協の福祉ビジョン」の4つの視点と5つの重点的役割

生協の果たすべき具体的な役割について、「生協の福祉ビジョン」の4つの枠組みで考えてみます。

I) 生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮

- ①事業（特に商品供給・食の分野）を通じて、組合員・地域住民の暮らしをしっかりと支えていく。

II) 地域ネットワーク強化による地域福祉づくり

- ②生協が積極的にネットワーク形成に関り、行政・社協・地域諸団体と協力しあえる場・仕組みを作りあげる。

III) 組合員・地域住民が主人公となった新たな協同のあり方、参加の場づくり

- ③地域それぞれの実情にあわせた形で、かつ、組合員・地域住民が自発的に参画し、学ぶことのできる場を設定し、自己実現可能な機会・場面を提供する。

IV) 生協としての社会的役割発揮

- ④地域に見える形で日常的な相談窓口機能を設置し、日常の様々な生活課題にネットワークを活用し対応する。
- ⑤地域課題へ具体的に取組む中から、国や行政に対し、制度化・施策化のための働きかけを行う。

「I：総合的なサポート力発揮」は、前項の（1）での到達点（＝まだまだ不十分で、いろんな場面での事業と活動との連携、あるいは店舗事業や宅配事業のインフラと組合員組織との連携が必要）をふまえながら、総合的なサポート力を発揮していくための重点として、商品供給・食の分野を軸にした展開をあげています。

組合員がおかれている地域社会の状況をおさえ、組合員ニーズを正しく把握し、生協側の都合ではなく、組合員の暮らしの立場にたつての事業展開が必要になってきています。

そして、その事業展開にあたり、「II：ネットワーク強化」・「III：協同・参加の場づくり」・「IV：社会的役割発揮」の各項目との連動が不可欠になります。

I) 生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮

【重点的役割－①】

○事業（特に商品供給・食の分野）を通じて、組合員・地域住民の暮らしをしっかりと支えていく。

生協は日常的に事業を展開しています。この事業を通じて、組合員の暮らしの困りごと、ニーズにどう対応していくかが一番重要なポイントとなります。

- ・過疎地拡大や都市部での買物難民（買物弱者）増加の中で、店舗や宅配事業での商品供給そのものが、商品を必要とする人にもれなく対応できているか。
- ・日常の組合員とのかかわりの中で、事業を通じた生活の支えとともに、支援を必要とするべき組合員のサインをキャッチし適切な対応ができているか。
- ・高齢化や一人暮らし世帯増加の中で、開発商品・取扱商品が組合員の必要性に合ったものになっているか。
- ・生協の強みである食に関する取組み（食事会、夕食宅配等々）で、地域に住む人々へ貢献していけることはもっとないか。
- ・生協の事業インフラを活用した地域貢献がもっとできないか。

I章でみたように、地域に住む高齢者の今の最大の困りごとは、日常の買物に対する不便さにあります。各自治体においても、看過できない問題として、たとえば高齢者のみの世帯が宅配や買物代行サービスを利用する場合に1回100円を助成するといった制度を設けている自治体もあります。しかし、当初は宅配や買物代行サービスを行っていたが採算にあわずに撤退していく企業や、補助金が打ち切られると請け負っていた企業の取組みが終了するといった状況も多くあります。

地域購買生協は、商品供給事業を展開し、組合員の生活を支えてきました。買物支援の点でも、高齢者・障がい者・子育て家庭を対象とした手数料割引制度や買物代行、買物バスの運行を行ってきました。最近では新たに移動店舗の取組みもはじまっています。

こうして積み重ねてきた経験やインフラを、今後どう活かしていくことができるか。どう地域の組合員・住民の命をつなぎ、暮らしを支えていくことができるのか。そのために、職員・組合員一人ひとりがどんな工夫をし、そしてどのような具体的行動を行っていけばよいのかを考え、実行していかなければなりません。

買物難民は地域全体の課題となっています。行政・諸団体とも一緒になって地域社会の商品流通の基盤整備をどうすすめていくのかの視点も重要です。

組合員・地域住民にとり、商品の購入が途絶えることは、命にもかかわってきます。事業（特に商品供給・食の分野）を通じて、組合員・地域住民の暮らしを生協としてしっかりと支えていく決意を、ともに持ちたいと思います。

事業活動そのものを通じての役割発揮の場面も多々あります。

店舗内で、陳列してあるスナックの袋をあけて突然食べ始めたりする組合員は、ひょっとしたら認知症のはじまりかもしれません。生協は組合員の日常生活を商品の供給を通じて支えています。その日常的なつながりのなかで、支援を必要とする小さなサインを見逃さず、必要な対応を行っていくことができれば、地域のセーフティネットの一翼を担うことができます。

これは個々の職員レベルで対応できるものではありません。全ての職員が同じ心構えをもち、それぞれの組合員の立場・状況に応じたサービス提供ができ、必要に応じて個々の気づいた点の集約と適切な対応を組織全体として行うことが必要です。

第Ⅰ章で世帯構成の変化をみてみました。生協でも、支所単位でみるとすでに組合員の半分近くが65歳以上というところもでてきています。開発商品・取扱商品が組合員の必要性にあったものになっているか、店舗の設備や配達の仕組みは適切か、等の点検・改善が求められてきています。

さらに生協の最大の強みである食の取組みで、たとえば第Ⅱ章で示した夕食宅配などのように、事業化することで、安定的にサービスを提供し続けていくことも、利用者にとっては大きな安心感につながります。

食は命の根幹を支えるものです。組合員・地域住民の要望をつかみ、それを事業化し、継続した形で暮らしを支え続けていくことが大切な取組みになってきています。

生協の事業インフラを活用した事例は、第Ⅱ章で示したように、店舗での相談コーナーや宅配事業での地域の見守り活動等、多くの生協で取組みがはじまっています。店舗や宅配事業の配送網、組合員組織や情報発信力は、地域にとり大きな資源です。地域住民や行政、諸団体と一緒に考えていくことで、さらに、有効な地域貢献の仕組みや活用方法が産み出されていきます。

特に、第Ⅱ章でもふれたように、同じ協同組合である医療生協との連携強化は、今後、介護や医療のケアが必要な人が増えていくなかで大変重要です。

双方の組合員組織や購買事業と医療事業の特色を活かした見守り活動や地域のなかでの医療や介護のサービス提供体制づくりは、地域社会のなかで、協同組合としての、大きな役割を発揮することが可能となります。

◆例えばこんな取組みは…

日常業務の中からそれぞれの職員の「気づき」をもちより、店舗内や支所内で共有化していきます。

例えば「○○さん、一人ぐらしなのに○○商品の注文が毎週かなり多い。認知症のはじまりでなければよいのだが」等。

こうした気づきから、生活上の困りごとを掘り起こし、そしてそれに組織的に各職員・組合員が対応する取組みを「心あたたまる組合員満足度向上（heart full customer satisfaction）」と称して実施してみたいかでしょうか。

II) 地域ネットワーク強化による地域福祉づくり

【重点的役割－②】

○生協が積極的にネットワーク形成に関わり、行政・社協・地域諸団体等と協力し合える場・仕組みを作りあげる。

ネットワーク構築により、たとえば、行政と連携しながらの過疎地への宅配事業の展開や、くらしの助け合い活動において地域NPOと生活支援ネットワークをつくり、総合的な対応を行っていくことなどができます。

この連携活動により、各組織間同士の相互理解が深まり、その関係性の強さが地域のセーフティネットの強さとなっていきます。

地域の中での課題の解決にあたっては、地域住民が主体的にかかわっていくべきものです。

しかし地域住民の関与だけで解決できるものではありません。生協やNPO等のように広いエリアで目的別に活動している組織の気づき・行動が組み合わせられていくことで、より豊かで効果的な活動が生み出されます。

たとえば、地域に認知症の初期で徘徊がはじまった一人くらしの高齢者がいたとします。「あの人の行動、少しおかしい」と気づき、民生委員に知らせ、親戚・縁者に連絡をする。これは地域住民の気づきであり、行動です。

この情報が、生協や社協で構成されている地区の福祉ネットワークにも入ったとします。町内会とその地域に配達している職員やコンビニの店員、新聞配達のアパート等と情報を共有化し、可能な部分での見守りの情報ネットワークを組む。社協は、町内会に働きかけ、認知症サポーター養成講座を開く。さらには地域包括支援センターや行政に働きかけ、一人くらしの認知症の方に対する見守りの仕組みを施策化する。

このように、地縁組織・生協・NPO・社協・行政・地域事業者等がネットワークの中で役割・特徴を発揮することで、個々の組織だけでは生み出せない成果が生まれてきます。各組織の力量の総和（足し算）ではなく、相乗効果（掛け算）をめざすことがネットワーク形成の目的となります。

生協の、たとえば共同購入の班は「地縁型組織」です。一方、環境活動のように、活動地域を広くとりテーマをもって展開する「テーマ型組織」でもあります。

職員の日常の業務のなかで、あるいは組合員組織を通じて、地域の課題の把握・対応が生協には求められるとともに、テーマ型組織としての社会的役割発揮が重要です。

同時に、両面の要素をもつ生協だからこそ、地域の中でのネットワークづくりで積極的な役割を担っていくことが可能であるし、地域社会から、そして他団体からも、そうした役割発揮が強く求められています。

Ⅲ) 組合員・地域住民が主人公となった新たな協同のあり方、参加の場づくり

【重点的役割－③】

○地域それぞれの実情にあわせた形で、かつ、組合員・地域住民が自発的に参画し、学ぶことのできる場を設定し、自己実現可能な機会・場面を提供する。

組合員は単なるサービスの利用者ではありません。生協組織の主体者であり、自らが地域課題への対応者となりうる潜在的な力を秘めています。

たとえば、くらしの助け合い活動があります。コープこうべではじまった、高齢者を対象とする家事援助活動は、またたく間に全国にひろがりました。助け合い活動自体が広がったと同時に、高齢者の家庭に入ることで新たなニーズもわかり、そこから食事会・配食活動、ふれあいサロン活動が生み出されてきました。現在でもしっかり地域に根をはった活動となっており、さらに幅広い必要性に対応する生活サポート型の活動も生み出されています。

Ⅲ章で、「自主的で、多彩な活動を生み出す組織的な仕組みが生協内にしっかり位置づけてあること」が地域福祉活動推進の重点ポイントの一つであると述べました。

各活動は、組合員が主体的に関っていくものですが、それを生み出していくためには組合員自身が学び・気づいていくことが重要であり、そのためには、生協としてしっかりと組織的な仕組みと継続的なサポート体制をつくり、組合員の活動拠点を具体的に設定していく必要があります。

その場合、日常生活圏域の単位を意識した配置が必要です。地域福祉の活動の多くは、町内会・学区単位で、行政施策は市町村単位で行われます。地域諸団体や福祉資源とのネットワークを視野に入れての拠点配置が重要になってきます。

既存の組合員組織や事業、活動を地域福祉の視点からとらえなおし、組合員・地域住民が積極的に参画できる場にはできないかの検討も重要です。

生協は、従来から、商品供給を軸にしてのコミュニケーションの場をつくってきました。たとえば、共同購入の班での商品仕分け時はコミュニケーションの場であり、商品を互いに預かったりする助け合いの場でした。

商品の試食会や商品開発時の会合では、いろんなくらしの話が広がっていきました。

こうしたコミュニケーションの場は、孤立がすすむ現在では、あらためて大きな意味をもつようになっています。

たとえば、個配の時に、利用者とのコミュニケーションをもっととる方法はないでしょうか。あるいは、最近ではじまった移動店舗のまわりで、もっと地域の人をも巻き込んだ交流の場をもつことはできないでしょうか。

生協の強み・特色である人と人との交流の場づくりを、さらに積極的に推進していく必要があります。

IV) 生協としての社会的役割発揮

【重点的役割－④】

○地域に見える形で日常的な相談窓口機能を設置し、日常のさまざまな生活課題に、ネットワークを活用し対応する。

地域購買生協の加入世帯率は全国平均で34.2%（2008年度）と、地域住民の3分の1が加入するという状況になっています。この組合員組織を核にして、あるいは相談窓口を設置して、地域情報の集約や生協からの情報発信（例えば消費者被害にあわないようにするための注意喚起など）、地域諸団体・行政と一緒にあった対応が、生協の役割として求められています。

第I章でみたように、地域の中での人々の孤立が進む中で、消費者トラブルが増加しており、特に高齢者を対象にしたものが巧妙かつ悪質化しています。

事業・活動を通じた生協全体での消費者被害防止の情報発信、特に一人ぐらし高齢者への個別注意喚起等の対応の仕組みをつくることが求められています。

相談窓口では、制度に関するもの、そうでないもの等、いろんな相談を受付けることのできる人の配置が必要になってきます。⁴³

行政との連携で、地域包括支援センターや、そのブランチ（窓口）機能を生協の店舗内等に設置することも、地域住民にとり、とても有意義なものになります。⁴⁴

相談機能という点では、例えば「子育て広場」などでも、母親の悩みを受け止め適切なアドバイスを行っています。

また、単に情報を受付けるだけでなく、日々地域で活動している組合員や職員からの地域の情報も集めることが重要になっていきます。それら情報を集約・分析し、生協として、あるいは地域全体としての対応の必要性を判断します。

そして自生協で解決できる課題は自ら対応する。地域全体での課題は、行政・地域諸団体とのネットワークの中で、解決策の検討と対応が求められます。

◆相談担当者には…

相談担当者を誰にするかもポイントになります。もちろん、生協内部で育成計画を組むことも必要ですが、生協組織全体をみると、例えば、くらしの助け合いの会の元コーディネーターの方とか、元組合員理事の方とか、あるいは定年退職した職員の方、等、十分な経験と知識を蓄えた方も多くいます。こうした方々に協力いただくことも、生協の総合力といえます。

⁴³ 相談窓口機能の設置にあたっては、はじめから全ての店舗や宅配事業の支所に人員を配置することは難しい。生協内に、相談を受付ける担当（部署）をつくり、店舗にある組合員対応コーナーや電話受付で対応している人が、相談を受付けたときにその担当（部署）へつないでいく仕組みをつくるという組立て方もある。

⁴⁴ コープこうべ、みやぎ生協は店舗内に地域包括支援センターを設置している。

【重点的役割－⑤】

○地域課題へ具体的に取組むなかから、必要に応じて、国や行政に対し、制度化・施策化のための働きかけを行う。

「重点的役割－②」の項で、近所の高齢者を見て「あの人の行動、少しおかしい」と気づき、民生委員等に知らせる行動を例として示しました。

こうした気づきの度合いは、地域住民の知識の深さ（例えば認知症に関する知識等）に比例し、豊かな知識と相手への思いやり（共感）があれば、より適切な行動をとることができます。そのためにも、町内会・自治会単位での日常的な交流や学習の積み重ねが大切になります。

第Ⅲ章で、地域福祉の2番目のポイントとして、「地域に住む人たち自身が、それぞれの生活の課題を地域の共通のものとする」と述べました。

そのためには、自らのくらしの課題を出し合い、個々の課題に共通する状況・要因を把握し、地域全体の課題とし、必要な場合は、地方自治体に働きかけ、対応策を組んでいく必要があります。

こうした地域住民自身からのボトムアップによる行政等への働きかけは大変重要であり、そのための手段として地域単位でのワークショップや組合員集会などの取組みを、生協として働きかけ、実施していくことが求められています。

◆ふくし de まちづくり

地域の中で、住民・行政が一緒になって地域福祉を考えるワークショップは多数ありますが、日本生協連の「ふくし de まちづくり」もその一つです。自分たちの願いをベースに、10年先のあるべき姿を具体的に描き、自分ができること、生協（あるいは町内会等）ができること、行政ができることを、考え、そして実行にうつしていくプログラムです。

さらに、生協は事業・活動にさまざまな分野で取り組んでいます。こうした実際の活動の中で得た知識や気づきと、地域住民自身の気づきを集約・分析し、具体的な対応行動を地縁レベル～国レベルの各レベルで連携させながら行うことが重要です。

あわせて、取組みの中から必要に応じ施策化・制度化のための働きかけを、国や行政に行っていくことが必要となります。

こうした地域福祉への取組みを進めていくことが、生協の21世紀理念である「自立した市民の力で、人間らしいくらしの創造と、持続可能な社会」を実現していくものと考えます。

3. 人づくりと計画づくりが役割発揮の前提条件

(1) 人づくりが全ての基本

生協の果たしていくべき役割として前項で5つにまとめました。しかし、その任務を担うことができる人材がいなければ何事もはじまりません。

人材育成というとスキル習得に向かいがちですが、地域福祉の観点からみると、まずは「気づく力」を身につけることが重要です。

相手がどういう状態にあるのかに気づく。何をしてほしいのかに気づく。そうした中から、相手の立場・気持ちに寄り添い、必要に応じた行動なり、役割なりを果たしていくことが必要です。

そのためには、日常業務・活動の中でのそれぞれの職員・組合員の「気づき」を持ち寄る場があり、店舗内や支所内、あるいは地域ごとの組合員組織で共有化していける仕組みづくりが必要です。

そして、地域福祉を推進していくために、たとえば認知症に関する知識や対応技術を身につけたり、地域社会のおかれている現状を学んだりすることで、あらたな気づきが生まれ、行動の質があがっていきます。

こうした人づくりが土台にあつてこそ、前項の生協が果たすべき役割の①～⑤を具体的な実践に移していくことができます。

特に、重点的役割②の「ネットワーク構築での積極的役割発揮」においては、核となる人材の養成が欠かせません。地域情報の収集、地域課題の発見、必要な情報の発信と他団体へのつなぎ等を身につけていくための教育が必要となってきます。

組織と組織とのネットワークとはいっても、結局はその組織の中の人と人との関係づくりです。生協として、中長期的な視点での人材育成と組織内配置が、豊かなネットワークづくりには不可欠です。

(2) 全ての生協で理念にもとづく計画づくりを

福祉に関する中期的な計画をつくる生協が増えてきています。

地域社会の中での、生協の役割をさらに一歩推し進めていくためには、生協組織全体での計画づくりが欠かせません。

すでに計画をつくられている生協はその計画内容の進捗状況の確認を、まだ計画がない生協は、トップを先頭に、職員・組合員それぞれが主体的に参画しながら計画をつくりあげていくことが必要です。

そのためには、生協理念をあらためて組合員・職員全員が確認することが重要です。組織創立の理念・アイデンティティを忘れた組織は必ず崩れていきます。生協理念を知る共通のブックレット等をつくり、組織全体で学ぶことが大切です。

自らの生協の理念を今一度生協全体で共有し、地域組合員・住民の生活上の課題をしっかりみすえ、数年後の到達イメージを明確に描きつつ、具体的な行動計画が示されていてこそ、生協組合員・職員の力がそこから生み出され、それら実践の積み重ねにより、住み良い社会の実現へ近づいていきます。

おわりに ～新たな一歩をふみだすために（地域福祉研究会からのよびかけ）

今回の地域福祉研究会では、きわめて率直に意見交換を行いました。

以下、3つの項目内の「 」の意見は研究会にて各委員からだされたものです。

○組合員のニーズ変化に対応し、事業を中心にすえて展開していく

「生協は、組合員の経済的・社会的・文化的な要求を事業を通じて実現していく組織。組合員ニーズが環境変化の中でかわってきた。そのニーズの変化に生協は対応できているのか」

I章で、地域社会の少子高齢化・所得格差の現状をおさえ、地域コミュニティの力が弱まってくる中で、深まる孤立と地域の課題についてみてきました。

特に、地域住民にとり最大の困りごとが「買物のしにくさ」であること、食を中心にした供給活動を本業としてきた地域購買生協にとり、この課題にどう取り組むのかが非常に重要になってきていることを確認しました。

こうした「買物のしにくさ」への対応をはじめとし、さまざまな地域住民のくらしの課題への対応においては、事業を中心にすえての展開が最も重要だということ、あらためておさえておきます。

○事業・活動をくらしへの貢献の観点で見直し、総合的なサポート力を発揮する

「生協の多くは、事業は事業、活動は活動。総合力が発揮できていない」

「助け合い活動と介護事業がうまく繋がらず、購買事業もリンクしてこなかった」

「人口が減っていく中で、パイが縮小し、事業は大変になる。生協は新しい役割を果たせない、次がない」

IV章で、「生協の特色を活かした総合的なサポート力の発揮」の点はまだまだ不十分なこと、生協が総合力を発揮し地域の中で役割を果たしていくことができれば生協の存在意義を高めていくことにもなること、逆に役割を果たすことができなければ存続自体が難しいものになること、そして、総合力発揮のためには「理念の共有化とトップの力強いリーダーシップが不可欠」とおさえました。

生協は、組合員の力をはじめとし、まだまだ潜在的な能力があると考えます。

商品部・事業部・組合員活動部…、さまざまな部署がそれぞれ事業・活動を展開していますが、いったん、それらの部署の機能・役割を、組合員のくらしへの貢献という観点で横断的に整理してみる。あるいは、生協の事業・活動に対し、地域の組合員や職員が意見を出し、そして力を発揮できるような組織運営にする。環境が変化し、組合員ニーズがかわってくるなかで、総合的なサポート力を発揮していくためには、従来のやり方・発想を見直し、自己変革を行っていくことが必要ではないでしょうか。

○各地域の点での取組みを、面での展開へひろげていく

「地域福祉へ取組む意義はどの生協でもわかっている。しかし、実際には、その取組みを十分な広がりをもってすすめている生協は少ない」

Ⅱ章で、各地の取組み状況をみてみました。いろんな分野で、組合員のくらしと真摯に向き合い、協同の力で課題解決に向き合っている実践事例は多数あります。それぞれの活動に取組む組合員や職員は一生懸命がんばっており、多くの分野で地域社会への貢献がなされてきました。

そして今、くらしの困難さがさらにその深刻さを増してきているなかで、社会的にも大きな存在になってきた生協にとり、地域社会で果たすべき役割・責任は、一段と大きなものになってきています。

こうした役割・責任を果たしていくためには、現在、各地域で、各生協で取組まれている点での活動を、相互の学びあいや実践交流を通じてさらに展開させ、地域の中で面の広がり⁴⁵にしていくことが求められています。

そのために、――

生協は、人づくりと理念にもとづく計画づくりに着手する。

生協の組合員・職員は、第Ⅳ章の重点的役割を中心に、自分の仕事・活動のかかわりの中から、できること、やりたいこと、やらなければならないことを考え、実行する。

実行したことを、地域の中でもちより、生協内でもちより、そして、全国でもちよる。

全国で、生協内で、地域内で、それぞれの地域の経験・ノウハウ・想いを共有化することで、あらたな発見・役割が見つかる。

その発見・役割を、それぞれがもちかえり、ふたたび実践に取組む。……

確かに、私たちのくらしの困難さは厳しさをましています。

けれど同時に、この困難さを克服できる力が生協にはあると私たちは信じます。

「誰もが安心して暮らせる地域づくり」のために、新たな一步を、ともにふみだしましょう。

⁴⁵ ここでいう「広がり」とは、個々の取組みや携わる人々、各組織が連携・協力しあうことによって相乗効果が生み出され、互いの支えあいの仕組み・行動が地域の中で広くいきわたっていくことを意味している。

□□□■ 第Ⅱ部 ■□□□

【研究会報告を受けて】

研究会報告を受けて～日本生協連が行うこと

今回の地域福祉研究会報告を受け、2010年度下期から、日本生協連として下記A～Cを重点として、取組めます。

○下記に取組む前提として

- ・本研究会報告書を全国の会員生協、および関係組織・諸団体に届け、報告会等を通じて内容の共有化をはかります。(2010年下期)

A. 「全国生協地域福祉交流会（仮称）」の開催（2011年3月開催予定）

- ・各生協の地域福祉に関する取組み事例（事業を軸にした取組み含む）を、ワーカーズやNPO、ボランティアなども含め、広く経験交流・共有化する場をもち、対外的・対内的に、生協の取組み内容の「見える化」をはかっていきます。そして、下記サイクルを生み出し、生協全体の地域福祉への取組みを推進していきます。

※「先進事例からの学び・気づき」⇒「自生協で計画化」⇒「地域で実践」⇒「経験・取組みの交流」⇒「各生協事例からの学び・気づき」等を繰り返す。

B. モデル事業実施と成果内容の全国的展開

- ・会員生協と協同で地域福祉のモデル事業に取組み、その成果を全国に普及していきます。具体的には以下の2種類で推進していきます。

（1）会員生協との共同事業としてのモデル事業実施（検討中）

※地域福祉課題へのモデル的な取組みを、会員生協と共同で取組み、その結果内容を水平展開していく。2011年度からの実施を目指し、テーマ・組立て等の詳細を今後検討し、確定していく。

（2）「地域の新たな支えあい基金」モデル事業実施（2010年度下期～）

※中央共同募金会が実施する標記事業に日本生協連も幹事団体として参加。下記内容につき他団体と協力して推進を図っていく。

<モデル事業の内容>

- ・生活のしづらさを抱える人々のニーズをもれなく発見し、必要な支援につなげるために、地域のさまざまな人あるいは組織・団体による新しい協働の仕組みづくり（＝地域の課題発見、見守り、支援の仕組みづくり）を行う。

C. 各地域でのネットワークづくり・人材育成支援

- ・全国組織（全国社会福祉協議会・さわやか福祉財団・全国農業協同組合中央会等）との連携をすすめながら、各地域でのネットワークづくりの支援や人材育成事業（全国社会福祉協議会主催の「地域支援・生活支援サービス推進研修会」の活用や元組合員理事や元助け合いコーディネーターの潜在能力を活かすための研修等）を積極的に推進していきます。

□□□■ 第Ⅲ部 ■□□□

【補足資料】－①

■ 先進生協に学ぶ地域福祉活動のポイント

※地域福祉研究会では、先進生協への視察を行い、地域福祉の視点から学ぶべき点を3つにまとめました。

- みやぎ生協（介護ネットみやぎ含む）
- 福井県民生協
- コープこうべ
- 姫路医療生協
- 生協しまね

補足資料：先進生協に学ぶ地域福祉活動のポイント

みやぎ生協 & 介護ネット みやぎ	◎ポイント1（みやぎ生協） こ～ぷ委員会の設置・活動が、多彩な活動を生み出すインキュベーター（孵化器）となっている。
	◎ポイント2（みやぎ生協） こ～ぷ福祉会で地域包括支援センターを受託。地域を知り、地域の相談窓口として機能している。デイサービスでのボランティア活動で、助け合いの会コーディネーターの役割もある。
	◎ポイント3（介護ネットみやぎ） 県下によびかけ制度要求と質の高い介護サービス実現のネットワークを構築！ ～宮城県下の利用者には、心強い味方となっている。
福井県民生協	◎ポイント1 理念が明確に示され、その理念（ありたい姿）が職員および組合員に位置づいている。
	◎ポイント2 地域福祉活動を含む事業ネットワークの戦略展開が明確に示され、シナジー効果が発揮されている。
	◎ポイント3 生協独自の地域福祉活動の実績が評価され、行政からの委託事業に発展し、さらに多くの住民にサービスを提供できるようになっている。
コープこうべ	◎ポイント1 多彩なネットワークの枠組みで全体をフォローしている。
	◎ポイント2 自主的な活動を支える「コープ活動サポートセンター」があり、組合員・職員の学習の風土が根付いている。
	◎ポイント3 店舗内の地域包括支援センターは、利用者しやすく、地域の総合的な窓口として機能している。
姫路医療生協	◎ポイント1 経営の中心に介護事業を位置づけ、介護と医療の連携で姫路市内での介護サービス提供シェアを拡大している。
	◎ポイント2 地域の中のポジションを明確にし、行政と連携しながら利用者を拡大し介護事業で確実に剰余を生み出す経営を行っている。

	<p>◎ポイント3 組合員が介護事業をまちづくりの課題として捉えることで重層的に事業活動を支えている。</p>
生協しまね	<p>◎ポイント1 「ねばならない」でなく、やりたい人が創る「おたがいさま」活動を展開している。</p>
	<p>◎ポイント2 地域ネットワークづくりにむけた「地域づくり研究会（略称）」を発足させている。</p>
	<p>◎ポイント3 高齢者組合員のくらしの課題＝「福祉的課題」というより「地域やくらし」から生協を創る全体としての課題としている。</p>

みやぎ生協 & 介護ネットみやぎ

地域福祉の視点から学ぶ3つのポイント！

◎ポイント1（みやぎ生協）

こ～ぷ委員会の設置・活動が、多彩な活動を生み出すインキュベーター（孵化器）となっている。

◎ポイント2（みやぎ生協）

こ～ぷ福祉会で地域包括支援センターを受託。地域を知り、地域の相談窓口として機能している。デイサービスでのボランティア活動で、助け合いの会コーディネーターの役割もある。

◎ポイント3（介護ネットみやぎ）

県下によびかけ制度要求と質の高い介護サービス実現のネットワークを構築！
～宮城県下の利用者には、心強い味方となっている。

みやぎ生協

1. 基礎データ

(1) 事業に関する数値（08年度実績）

	供給高	登録組合員数	備考
店舗事業	75,369,000（千円）	—	店舗数 48 店舗
無店舗事業（班配）	12,167,641（千円）	113,297人	班数 40354班
無店舗事業（個配）	11,099,841（千円）	50,729人	
その他	2,263,000（千円）		
総計	102,989,738（千円）	602,920人	
加入率*	67%	総世帯数	900,109世帯

*加入率；加入世帯数/活動エリア世帯数×100

介護ネットみやぎ

事業に関する数値（08年度実績）

科目	事業高
会費収入	1,364（千円）
事業収入	14,451（千円）
雑収入	159（千円）
総計	15,974（千円）

※事業収入＝「情報の公表」に関する調査事業の収入

◎ポイント1

こ～ぷ委員会の設置・活動が、多彩な活動を生み出すインキュベーター（孵化器）となっている。

みやぎ生協のメンバー（組合員）活動の中核を担っているのが、こ～ぷ委員会です。宮城県下を概ね小学校区単位で区切り、357委員会（こ～ぷ委員3093名）となっています。年10回の委員会開催、年2回のこ～ぷのつどいの開催等を行っており、委員会の活動は生協からの提案に基づいて討議や学習を行う部分と、委員会として自主的に行う部分があります。（2009年3月21日時点）

委員会には、理事長・副理事長を除く全職員がそれぞれの受け持ち委員会を決めて対応しており、委員会活動のサポートにあたっています。

そして3～10のこ～ぷ委員会で「エリア」を形成し、同エリア内の自主的なグループ・サークル活動のコーディネーターと一緒にしながら、エリアリーダーを中心に、各エリアで独自の子育て応援や福祉活動などの活動が展開されています。（エリアは店舗の商圈を中心に分けられており、県下64エリアとなっています。）

みやぎ生協では、地域福祉づくりのために、大勢のメンバー（組合員）がボランティアとして^{おおぜいの}協同を発展させ、生きがいのある自己実現をすすめていく運動（「福祉ネットワーク1万人運動」）を展開していましたが、当初目的の参加メンバー（組合員）数がすでに1万人を超えたため、「福祉ネットワークみんなの運動」（注）とレベルアップをし、2010年度では参加4万人をめざす運動となっています。

（注）「福祉ネットワークみんなの運動」の具体的な内容は、「こ～ぷくらしの助け合い活動」・「こ～ぷふれあい便（買物代行サービス）」・「子育て広場開催」・「NPO支援」等。

◎ポイント2

こ～ぷ福祉会で地域包括支援センターを受託。地域を知り、地域の相談窓口として機能している。デイサービスでのボランティア活動で、助け合いの会コーディネーターの役割もある。

みやぎ生協では、生協の福祉の理念を介護保険事業で実践するために、1999年に社会福祉法人「こ～ぷ福祉会」を設立し、現在では、居宅系のサービスを中心にした4つの事業所を展開しています。

その中の一つ、「こ～ぷのお家 桜ヶ丘」では、仙台市からの委託事業で、地域包括支援センターを開設しています。桜ヶ丘中学校区を担当区域として、高齢者が地域で安心して生活できるように、町内会単位での介護予防教室や保健・福祉・医療全般に関する相談への対応、権利擁護の活動などを行っています。また、担当圏域ケア会議のテーマを「高齢者虐待構築ネットワーク」とし、民児協連絡会と合同開催をして高齢者虐待について関心を高め、日常の見守り・声かけ・支援などが有機的に行われるような地域づくりを目指しています。

地域包括支援センターには、地域住民から様々な依頼が寄せられ、それらの依頼内容から、該当地域の抱えている課題・問題点が鮮明になります。そうした地域の課題に対して、

生協の総合力でどのように対応していくかの視点もこれから重要になっていきます。

また、こーぷ福祉会の特徴の一つとして大勢のボランティアがかかわっている点もあげられます。そしてこうしたボランティアと施設のマッチングなどを行っているのがくらしの助け合いの会のコーディネーターの経験をもつ方々です。助け合い活動のコーディネーター経験は、地域の社会資源として大きなものがあります。

◎ポイント3

県下によびかけ制度要求と質の高い介護サービス実現のネットワークを構築！～宮城県下の利用者には、心強い味方となっている。

みやぎ生協で社会保障に関する学習を行っていたメンバーが、介護保険制度が始まる時に、自分たちの求める制度を実現していくためには、生協単体では力が弱いと判断し、宮城県下で介護保険制度に関連すると思われるNPO・社会福祉法人・社会福祉協議会等、全てに声かけを行い、趣旨に賛同した各団体とのネットワーク組織「介護サービス非営利団体ネットワークみやぎ」（略称：介護ネットみやぎ）を1999年に立ち上げました。2005年にはNPO法人となり、介護ネットみやぎの構成は、設立当初15法人から、現在は21法人150事業所までに広がっています。

介護ネットみやぎは、制度充実の社会的活動と質の高い介護サービス提供を支援する事業に取り組んできました。

制度充実に関しては、設立当初より国へ対する要望書等をあげており、「介護保険制度政策立案チーム」を中心に、介護保険制度をよりよくする活動を進めています。

質の高い介護サービス提供の点では、研修実施に加え、ホームヘルプサービス満足度調査（2001年度）、居宅介護支援サービス評価（2002年度）、宮城県のモデル評価事業受託（2003年度～2005年度）し、評価調査員の人材育成とノウハウの蓄積を図り、「情報の公表」調査事業を展開しています。

福井県民生協

※詳細は補足資料②－2 参照

地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！

◎ポイント1

理念が明確に示され、その理念（ありたい姿）が職員および組合員に位置づいている。

◎ポイント2

事業ネットワークの戦略展開が明確に示され、シナジー効果が発揮されている。

◎ポイント3：

生協独自の地域福祉活動の実績が評価され、行政からの委託事業に発展し、さらに多くの住民にサービスを提供できるようになっている。

【福井県の特徴】

福井県の女性就業率は全国1位の51.6%であり、子育て支援に積極的な施策を実施している。

福井県民生協の概要（08年度）

事業内容	施設状況（09年10月末）
①商品供給事業 （無店舗・店舗・移動店舗）	本部センター : 1箇所 無店舗配送センター : 4箇所
②高齢者介護事業	店舗 : 6箇所
③子育て支援事業	高齢者施設 : 7箇所
④共済事業	子育て支援施設 : 5箇所

09年度事業・経営見通し

	単位	2004年度 実績	2008年度 実績	2009年度 見通し	前年対比(%)
県民加入率	%	40.0%	45.4%	46.7%	102.8
組合員数	人	107,624	125,059	128,000	102.3
総事業高	百万円	17,450	19,381	19,913	102.7
供給事業	百万円	16,875	18,275	18,929	103.5
□無店舗事業		11,956	11,876	11,657	98.1
（共同購入）		(5,237)	(4,477)	(3,649)	(81.5)
（個配）		(6,958)	(7,399)	(8,008)	(108.2)
□店舗事業		4,919	6,399	7,272	113.6
共済事業		342	618	266	43.0
福祉事業		157	487	624	128.1
経常剰余金	百万円	440	247	170	68.8
経常剰余率	%	2.5	1.27	0.85	66.9
総資産	億円	115.0	137.4	137.2	99.8
出資金	億円	59.9	72.1	73.9	102.4

◎ポイント1

理念が明確に示されその理念（ありたい姿）が職員および組合員に位置づいている。

「組合員の満足と地域社会のために『食と福祉と助け合い』の事業と活動のネットワークによるシナジー効果を発揮し健康長寿で安全・安心な福井づくりに、組合員と職員の協同の力で高い志を持って挑戦しつづける。」という理念（ありたい姿）が職員・組合員に位置づいている。

生協の事業と活動を進めるにあたり、より高い組合員の満足度向上や地域社会へのお役立ちを実現するために、2001年度から「経営品質活動」をスタートさせた。

例：2007年度「日本経営品質賞」を受賞し、社会的にも評価されている。（注）

（注）受賞理由：理念に基づく経営の浸透、傾聴の姿勢の徹底、組織全体で考える風土に基づく創発、組合員を巻き込んだ迅速な活動

◎ポイント2

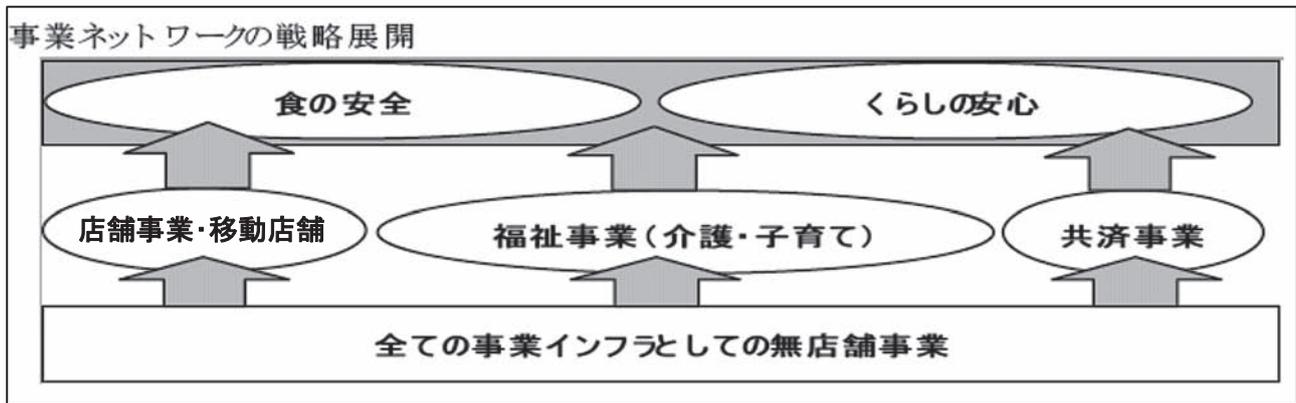
地域福祉活動を含む事業ネットワークの戦略展開が明確に示され、シナジー効果が発揮されている。

福祉の取り組みが独自にあるのではなく、「食分野」「福祉分野」「助け合い分野」における生協の取り組みそのものの中に、福祉の視点が貫かれており、その戦略として事業ネットワークが位置づけられている。

無店舗組織率30%を基盤に店舗事業の展開による併用利用による食の貢献、さらに供給事業で培った組合員との信頼関係をベースにさまざまな高齢者自立支援活動との連携で生涯組合員価値を追及している。

例：各店舗に子育て支援事業（施設）を展開することで、子育て層が店舗利用に繋がっているだけでなく、若年者層の生協への加入窓口としての機能を持ち、次世代組合員づくりに繋がる。

第8次中期計画（2010～2014）では、3分野ごとにおける事業ネットワークの推進が明記されている。



①3分野毎における事業ネットワークの推進

	食分野	福祉分野		助け合い分野
考え方	3つの事業ネットワークの推進	<介護福祉>7つの事業ネットワークの推進	<子育て支援>4つの事業ネットワークの推進	3つの事業ネットワークの推進
事業	1. 無店舗事業 2. 店舗事業 ・買物代行 ・買物バス 3. 移動店舗事業	1. 訪問介護事業 2. 居宅介護事業 3. 通所デイサービス事業 4. 予防デイサービス事業 5. 認知症デイサービス事業 6. 小規模多機能事業 7. グループホーム事業	1. ひろば事業 2. 一時預かり事業 3. 曜日別保育事業 4. ベビーシッターサービス事業	1. 女性対象共済事業 2. 子供対象共済事業 3. 終身共済事業

◎ポイント3

生協独自の地域福祉活動の実績が評価され、行政からの委託事業に発展し、さらに多くの住民にサービスを提供できるようになっている。

食の安全安心だけでなく組合員のくらしをトータルにサポートすることで、組合員へのお役立ち度を更に高めることが県民生協の使命として、福祉事業は組合員と、地域に対するくらし（生活）をサポートする役割を担っている。

組合員・地域のニーズを事業化し、生協の経営ノウハウによって経常剰余黒字を目指している。

事業ネットワークによるトータルな事業戦略の構築と、さらにくらしの助け合いの会、関連会社によるサービスとの融合をはかり、両事業とも『安心を提供する』ことを焦点化している。

こうした生協の活動が評価され、行政からの委託事業に発展し、さらに多くの住民にサービスを提供できるようになった。

例：移動店舗の展開、高齢者介護事業の展開

コープこうべ

地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！

◎ポイント1

多彩なネットワークの枠組みで全体をフォローしている。

◎ポイント2

自主的な活動を支える「コープ活動サポートセンター」があり、組合員・職員の学習の風土が根付いている。

◎ポイント3:

店舗内の地域包括支援センターは、利用者しやすく、地域の総合的な窓口として機能している。

【コープこうべの概要】(2009.12末現在)

組合員数	1,405,869人	職員数(出向者含む)	
出資金	432.6億円	正職員数	2,910人
組織率	61.6%		男2,156人、 女754人
個人宅配・協同購入・店舗ふれんず		契約職員	472人
個人宅配訪問件数	158,567件		男276人 女151人
協同購入グループ数	63,330グループ (214,533軒)	時間給者	7,027人
店舗ふれんず数	11,378ふれんず (77,368人)		男1,046人 女6,981人
供給高(2009年度予算)	2643.7億円		11,364人
組合員一人当り利用高	15,274円		男3,478人
組合員一人当り出資金	30,772円		女7,886人
出資金3万円以上構成比	19.1%	事業所数	
本部1 / 地区本部6			
店舗	146	シーア1、コープデイズ4、コープ86、コープミニ53、コープリビング1、スポーツコースト1	
協同購入センター	19	ひまわりセンター2	商品センター1、他

※組織率65%、食品のシェア20%超(北区)

◎ポイント1

多彩なネットワークの枠組みで全体をフォローしている。

コープこうべは、3つの枠組みで全体をフォローしている。①エリア全体、行政区ごとのネットワーク、②個別の団体に理事参加・会員参加という形のネットワーク、③組合員によるNPO法人や任意団体とのネットワークである。

行政とは「緊急物資協定」を締結し、兵庫県全県に広がっている。社会福祉協議会とは、1999年に兵庫県社会福祉協議会、神戸市社会福祉協議会と「市民福祉社会への協働憲章」を調印し、年2回トップによる会合を開催している。また、近年は行政とのレジ袋削減の「マイバッグ協定」を締結し、持参率は90%を超えている。

社会的貢献事業として、1991年から「コープこうべ虹の賞」（開始時は「生活文化・福祉賞」）として、組合員に限らずさまざまな市民活動の推進を支援し、毎年100件、個人団体に賞状、賞金を贈呈している。他、財団法人、PHD協会、NPO法人海外災害援助市民センター（CODE）、神戸YMCA、NPO法人こども環境活動支援協会（LEAF）、ユニセフ兵庫県支部、コープともしびボランティア振興財団とのネットワークを形成している。

個別グループとのネットワークは、2007年度よりコープこうべ内に窓口を開き支援を開始している。現在14グループが登録し、活動している。生協では取り組んでいなかった活動（ひきこもり・不登校の親と子の会、障がい児を持つ親の会、コミュニティビジネスなど）への接近も進めている。

◎ポイント2

自主的な活動を支える「コープ活動サポートセンター」があり、組合員・職員の学習の風土が根付いている。

組合員活動をサポートする「コープ活動サポートセンター」は「組合員が自主的に参加する「コープサークル」や「コープくらぶ」のさまざまな活動をサポートしている。テーマごとの縦割りではなく、食や子育て、環境、福祉など幅広くサポートしている。くらしの助け合いの会のコーディネーターも配置され、地区ごとの活動もサポートしている。

生協の基盤は、1982年から28年間継続している生協の事業所〔最寄の店舗や協同購入センターの集会室〕を使った組合員の学習の場「レインボースクール」は、地区ごとに店長が主催し、月1回、6ヶ月の学習会を開催している。年間約2,600人の受講者が生協のコープ委員や地域で活動する人材として誕生している。2009年度は、103学級（事業所）で開催した。（1ヶ所平均25～26人）

職員には、「ユニバーサルサービス」を目指した人づくりの推進として学習会を実施し、155名の「サービスアテンダント」有資格者を全店舗に配属することを目指している。

さらに、2010年からは、店長・センター長全員を対象とした「ユニバーサルサービス研修」を実施している。これは、現在の接遇レベルのもう一段階上をめざし、地域一番での対応で「生協らしさ」を打出していこうとするもので、主に接遇（店舗内での高齢者組合員への対応方法等）と売り場（誰もが取りやすい棚にする等）を重点に行う。また、認知

症の学習会もあわせて設定していく。2010年には、「コープこうべ・大阪北生協のユニバーサルサービス」の基準をまとめ、2011年から実践の予定となっている。

◎ポイント3

店舗内の地域包括支援センターは、利用者しやすく、地域の総合的な窓口として機能している。

くらしの助け合いの会の活動をベースに展開した福祉介護事業は、年間8.6億円の事業高になっている。そのうち訪問介護事業が75%の構成比になっている。

コープこうべの特筆すべき点は、神戸市から委託された地域包括支援センターを生協の店舗内に配置していることである。看護師（保健師）、主任ケアマネジャー、社会福祉士に加え、地域見守り推進委員を配置している。公的福祉機能とコープこうべの福祉活動や事業に新たな展開を見ることが出来る。日常の買い物をする場の店舗に地域包括支援センターがあることは地域住民にとっても利用・相談しやすくなり、他の地域包括支援センターより相談が多い。地域包括支援センターを核にした地域と結びつきを深めている。「高齢者のくらしの問題」についての早期発見、買い物のアクセスの問題、ゴミだしの問題、閉じこもり問題、一人暮らしの安否確認や民生委員を通じての自治会との連携など、地域の暮らしのニーズの発見につながっている。

このような行政との信頼関係が、現在神戸北区の高齢化した市営住宅の見守り拠点委託事業として、コープこうべへの打診につながっている。店舗内の地域包括支援センター設置は、生協と行政の連携の形として全国的に検討されるべきと感じた。

姫路医療生協

地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！

◎ポイント1

経営の中心に介護事業を位置づけ、介護と医療の連携で姫路市内での介護サービス提供シェアを拡大している。

◎ポイント2

地域の中のポジションを明確にし、行政と連携しながら利用者を拡大し介護事業で確実に剰余を生み出す経営を行っている。

◎ポイント3:

組合員が介護事業をまちづくりの課題として捉えることで重層的に事業活動を支えている。

【姫路市の概要】

兵庫県内第二位の商工業と人口を擁する都市であり、中核市に指定されている。観光事業では、国宝であり世界遺産でもある姫路城や、西の比叡山と呼ばれる書写山圓教寺、三大荒神興の一つ灘のけんか祭りなどの播州の秋祭りが有名で、国内は勿論、海外からの観光客も多い。中播磨県民局のエリアにあり、播磨地方の中心都市としての性格も持つ。人口は53万人。

【姫路医療生協の概要、経営状況など】2009年12月現在

[創立] 1974年 [組合員数] 20,659人

[出資金] 3億4,542万円

[年間事業高] 25億4,100万円 (2008年度)

[職員数] 531人 正職員141人 パート390人 (うちヘルパー134人)

[支部数] 31支部 [班数] 284班

[事業利用委員会] 6事業利用委員会

[事業所]

※医療 (3事業所)

病院 (56床・内科一般) 1、医科診療所 1、歯科診療所 1

※介護事業所 (24事業所)

居宅介護支援事業所 5、地域包括支援センター 1、訪問看護ステーション 4、ヘルパーステーション 5、訪問入浴 1、福祉用具レンタル 1、デイケア 1、デイサービス 3、ショートステイ 1、小規模多機能施設 2

[姫路医療生協の理念]

“人と人とのささえあいで すこやかに生きる”

[姫路医療生協の事業経営戦略]

在宅医療と介護事業（訪問・通所系）で特化し、利用者を中心とした介護と医療の連携で安心・安全のサービスを提供する。

【地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！】

◎ポイント1

経営の中心に介護事業を位置づけ、介護と医療の連携で姫路市内での介護サービス提供シェアを拡大している。

姫路医療生協には56床の病院があるが、2000年を前後して生協の長期計画作成時に医療中心の事業活動から介護と医療の連携を重視した事業活動に大きく転換している。「当院の内科一般56床は、在宅医療と介護事業を支える役割を持つ。急性期病院の後方支援機能」との位置づけである。

聞き取りを行った荻野俊夫理事長からは「本気で介護事業にとりくんできた。医療生協は医療の片手間、地域購買生協は購買の片手間で介護事業をやっているのではないか」という指摘があった。介護事業を経営の中心に位置づけたことが姫路市内のシェア獲得に貢献しているといえる。姫路医療生協の姫路市内主なサービス提供のシェアはケアプラン約10%、訪問介護約10%、小規模多機能約30%（2010年度中）、訪問看護・訪問入浴20%以上である。

◎ポイント2

地域の中のポジションを明確にし、行政と連携しながら利用者を拡大し介護事業で確実に剰余を生み出す経営を行っている。

明文化されている経営戦略「在宅医療と介護事業（訪問・通所系）で特化し、利用者を中心とした介護と医療の連携で安心・安全のサービスを提供する」に基づき、他法人の事業所との連携を広げている（病院は他法人を含め8つの介護事業所と嘱託医・協力病院契約を行っている）。

また、タウンミーティング（地域の医療とケアのネットワーク）の開催に積極的にかかわっている。姫路医療生協の医療・介護事業は急性期・回復期ではなく維持期を担うことが社会的に認知されている。

行政との連携も事業を通じてすすんでいる。5つの居宅介護支援事業所は、特定事業所加算Ⅰ（1事業所）と特定事業所加算Ⅱ（4事業所）を取得済み。行政も困ったら、姫路医療生協に相談という流れができている。姫路市から地域包括支援センター1事業所、小規模多機能施設2事業所の指定を受け、事業を展開している。結果介護事業収入は医療事業収入とほぼ同じとなり、経常剰余は医療を大きく上回っている（2008年度医療事業経常剰余1,031万円／介護事業経常剰余5,548万円）。

2010年度は新たに3つ目、4つ目の小規模多機能施設を開設予定である。

◎ポイント3

組合員が介護事業をまちづくりの課題として捉えることで重層的に事業活動を支えている。

介護事業への組合員参画は小学校区を単位にした支部がまちづくりの課題として捉えてとりくんでいる。地域の介護力・保健力の向上を目標に、地域の中に安心・安全のネットワークをつくるとりくみである。まちのヘルスマスター講座、介護講座、支部の呼びかけで開催する認知症サポーター養成講座、くらしの助け合いの会「はなちゃん」のとりくみなどが行われている。

介護事業所には地域単位で対応した事業所利用委員会（地域担当理事と事業所職員とで構成）があり、利用者の声を事業所に届けるとともに、サービス改善や利用者確保のとりくみを行っている。

新規事業を立ち上げる際には組合員・職員による全戸訪問が行われる。組合員は「くらしの中の困りごと」を聞き、生協への期待や要望を聞いてまわる。現在準備がすすんでいる福祉介護センター“さろお”（小規模多機能施設、通所介護併設）の建設予定地域では1月24日（日）に訪問行動が行われた。55人（組合員27人、職員28人）で457軒を訪問し192軒の方と対話をしている。オープンまで毎月行う予定のこの行動を通して、地域に医療生協の風を吹かせ、新しい組合員を迎え、“さろお”の利用者を確保していく。“さろお”も組合員と職員の協同でオープン当日から利用率100%実現に挑戦中である。

生協しまね

地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！

◎ポイント1

「ねばならない」でなく、やりたい人が創る「おたがいさま」活動を展開している。

◎ポイント2

地域ネットワークづくりに向けた「地域づくり研究会（略称）」を発足させている。

◎ポイント3

高齢者組合員のくしの課題＝「福祉的課題」というより「地域やくらし」から生協を創る全体としての課題としている。

【島根県の人口動向】

島根県人口は、1955年をピークとし、80万人前後で推移する時期を経て、昭和61年から減少傾向が続き、2005年（国勢調査）には74万2千人・26万2千世帯（減少率は2.5%で全国4位）。高齢化率は1990年の18.2%から2005年には27.1%に増加し、全国に先駆けて4人に1人が高齢者という状況になっている（高齢化率は全国1位）。このうち、75歳以上人口が、平成16年以降65歳～74歳人口を上回っており、今後も増加が見込まれる。

【生協しまねの概要、経営状況など】2009年3月現在

〔創立〕1984年 〔組合員数〕58,937人 〔出資金〕20億円

〔年間事業高〕81億円（2008年度） 〔活動エリア〕隠岐郡を除く島根県一円

〔事業所数〕7支所・商品センター・本部

【おたがいさまの理念と概況】

◎理念

「安心して子育てができ

年をとっても安心してすごせる 住んでいてたのしくなる地域づくり」

◎2008年度の「おたがいさま」の概況 (08, 4月～09, 3月)

	2009年3月実績			2009年度累計（4月～当月）			応援者登録数
	応援時間（時間）	延べ応援者数（名）	延べ利用者数（件）	応援時間（時間）	延べ応援者数（名）	延べ利用者数（件）	
いずも	656.0	422	399	6,500.0	4,225	4,041	280
まつえ	545.5	269	262	6,519.0	2,947	2,794	373
雲南	248.5	177	162	2,832.0	1,953	1,715	236
大田	743.5	133	66	2,501.0	752	380	131
合計	2,193.5	1,001	889	18,352.0	9,877	8,930	1,020

【地域福祉活動の視点から学ぶ3つのポイント！】

◎ポイント1

「ねばならない」でなく、やりたい人が創る「おたがいさま」活動を展開している

生協しまねでは、組合員どうしの助け合いシステム“おたがいさま”を2002年から立ち上げました。

生活の場面で困ったことが起きたときに気軽に“おたがいさま”の事務局へ連絡をし、“おたがいさま”の事務局は手伝ってくれる人（応援者）を探し、連絡し、利用者と応援者をつないでいきます。

生協しまねの“おたがいさま”の大きな特徴の一つに、「当事者性」ということがあげられます。

“おたがいさま”は、地域単位で発足がなされ、2002年の「いずも」を皮切りに、まつえ（2004年）、雲南（2005年）、そして2009年立ち上げの大田と現在4つの地域で活動が展開されています。

立ち上げにあたっては、その地域に住む組合員の、「私の地域にも“おたがいさま”があったらいいな」が出発点となります。大田地区でもそうした組合員があつまり準備活動に3年かけ、地域とのつながりを広げながら大田という地域にあった“おたがいさま”をつくりあげました。

おたがいさまは、各地域の組合員、コーディネーター、理事が運営委員会にメンバーとして参加し、その運営委員会をベースに活動が展開されています。

各地域のおたがいさまでは、運営財源の部分も含め（注）自立的な組織（「小さな生協」とよばれている）として生協本体との関係を保ち、生協の事業活動とも協力しあいながら活動を推進しています。

（注）生協本体からは、各おたがいさまに対し、定額の支援と事務室やコピー機などの施設使用の支援、組合員への連絡書類配布の協力などの手助けをおこなっている。各おたがいさまでは、この定額の支援に加え、利用者からの利用料やバザーなどからの収益金を収入とし、その収入をみながらコーディネーターの活動料などを決めている。

各おたがいさまでは、地域へのお祭りに参加したり、講座活動を開いたりするなど、地域とも積極的にかかわりをもっています。

そして2009年からは、「利用者は組合員」という制限枠をはずし、誰でもが利用出来るようになりました（大田では、応援者も組合員の枠を外す）。地域の団体との連携がさらにすすみ、そのつながりが、広がりにつながっていくことをめざしています。

◎ポイント2

地域ネットワークづくりにむけた「地域づくり研究会（略称）」を発足させている。

ポイントの1で、2009年から利用についての組合員枠がなくなると述べましたが、そのきっかけになったのが、おたがいさま松江と松江市内にある淞北台団地との出会いでした。

おたがいさま松江の活動を地域に紹介していく中で、「淞北台いきいきライフを推進する会（注）」を知り、同会の高橋会長から、団地の状況や「いきいきライフ」の活動の目的や内容を詳しく聞きました。

（注）（団地住民の自主的組織。自治会にかわり高齢者の福祉事業を推進する役割をもつ。

淞北台は、1970年代に当時の勤労者向けとして島根県住宅供給公社が建設した住宅団地で、600世帯・約1400名が住んでいます。中心年代の人々が70歳代となり、また団地自体が、市街地とはいえ高台にあることも環境要因となり、日常の買い物をサポートするしくみの必要性や介護保険の対象に入らない高齢住民の困りごとへの対応策が大きな課題となっています。団地でも、住民互助体制を目的とした助けあいのしくみづくりを考えましたが、コーディネーター体制づくりや援助する方への作業中の事故補償問題などに目途が立ちませんでした。

おたがいさま松江では、淞北台で活動ができないか話し合いを重ね、最終的には、おたがいさまの目的・理念にたちもどり、その目的に合致した活動として、地域住民の要望に沿うために、組合員の枠をやめ、2009年度4月より自治会、いきいきライフ、おたがいさまの間で連携をとりながらのサポート体制を整えました。

結果、淞北台に関わっている他団体の方たちとも、福祉ネットワークが出来、おたがいさまで出来ない応援（援助活動）も、他の団体と連携をとる事で、一人ひとりのくらしの状況にあった手助けが出来るようになっていきます。

まずは自分たちの活動を地域に知らせていこうとした意思と行動、その中で知った地域の実情と具体的な住民ニーズの発見と想いの共有化、そしてそのニーズと組織理念とを照らし合わせる組織風土と理念に活動を合致させていくために規則変更する勇気が、一つの淞北台をめぐるネットワークとして結実しました。

生協しまねでは、地域ネットワークづくりにむけた、「地域づくり研究会（略称）」を、2009年度に発足させました。

これは、松江保健生協との連携・協力関係の中で、生活協同組合の果たす役割や課題を明らかにすることはもとより、「地域の協同」のあり方を明確にし、「誰もが安心して住み続けられる地域づくり」に寄与することを目的としています。

具体的には、高齢者住宅・介護事業所等での“おたがいさま”との連携、淞北台での組合員を交えた「豊かな食生活づくり」にむけた交流会開催が決まり、買物サポートを含めた検討がスタートしました。

◎ポイント3

高齢者組合員のくしの課題＝「福祉的課題」というより「地域や暮らし」から生協を創る全体としての課題としている。

生協しまねでは、2009年1月、「高齢組合員がより豊にさせるために」と題して、高齢組合員のくらしに関する調査結果報告が行われました。この調査は、2006年～2008年に、65歳以上の高齢者組合員を対象に実施されたものです。

調査背景には、島根県がかかえる地域経済課題や高齢化率全国1位といった環境状況があり、同時にこのことは、生協しまねにとっての今後の事業展開を考えていくうえでも「猶予ならざる事業環境としてたちはだかりつつあった」（同報告書より）との認識があります。

現在、生協しまねの高齢者組合員の利用率および利用金額は、全体の17%であり、支所によっては26%のところもあります。今後の高齢化率の進行を考えると、高齢者の利用の動向が生協の全体の利用動向に与える影響は大きくなっていくことは間違いありません。

高齢者の暮らしにどう向き合い、どのような商品を、どういう形で供給し、組合員の生活をどうささえていくかは、「福祉的課題」として別にあるものではなくではなく、「地域や暮らし」からどんな生協を創るのかといった中心的な課題のひとつとして位置づける必要があります。

ポイント2で示した、淞北台での買物サポートをどうしていくかの検討は、1つのモデルケースとしても大きな意味をもつものです。

生協商品の利用しやすさ、利用の広がりをどう実現していくか、高齢社会に対応した仕組みの改善やあらたな「配達・利用サポート機能」をどう考えていくか等々、今後、さらに具体的な検討が課題となってきています。

～安心して子育てができ、年をとっても安心して暮らせる、住んでいて楽しくなる地域づくり～ をめざして

1、"おたがいさま いずも" から "おたがいさま 大田" へ広がり
(つくりたい人がつくる流れ)

○応援時間 500時間/年 → 13000時間/年

○登録者数 107人→944人、一人あたりの年間利用時数 4.7時間→13.8時間

○応援内容の広がり

○財政運営の原則と工夫

- ・運営費は1時間あたり200円を利用者からもらう
- ・バザーやおたがいさま講座などで賛助金を集める
- ・収入に見合う支出をする

○くらしのおしゃべり会で、「これから」をさがす

2、やりながら見つけた「おたがいさま」の『運営原理』

① やりたいから、やりたい人が創る世界 ↔ ねばならない<自己犠牲的>世界

- 顔が見える範囲
- 支所ごとに

- 理事会決定
- 職員事務局配置
- 全県的

② いつでも、だれでも ↔ 会費制 会員制

- 出入り自由に生協らしく

③ 困ったら、みんなで考える場がある ↔ ・基準・枠組み・役割分担

- とりあえずやってみる

⇒やってみてどうだったか ⇒振り返ってまた考える

- 何が起きてても大丈夫！

- 整備・照らし合わせ

④ 関わっている人たちが、自分たちで決める ↔ 理事会や関わっていない人たちで決める

- 自立・自律（おたがいさま運営委員会）

⑤ より豊かになることをささえ合う地域づくり ↔ 『福祉』

- 「困りごと」は、当事者が決める

- 共感的に受けとめる

- 利用者と応援者（人與人）をつなぐことに徹する

- 「困りごと」は第三者が決める

- 限定的

□□□■ 第Ⅲ部 ■□□□

【補足資料】－②

■重点的役割①に関する関連資料

※第Ⅳ章の「生協が果たすべき役割」の重点的役割①に関する関連資料です。
(1は日本生協連出版部発行の『生協運営資料』No.251、2～4は、『生協運営資料』No.252からの転載です。)

1. 「すべての事業を福祉的視点で組み立てることが大事であると考えています」(コープあいち)
2. 「『経営品質』活動を通して考える、組合員一人ひとりへのお役立ちと地域における生協の役割」(福井県民生協)
3. 「地域に寄り添うことで生まれた取組み『学童保育のおやつ配達』から考える生協の新たな価値創造」(エフコープ)
4. 「コープみやざきが考え、実践していることの中から問う！
生協としての方針、考え方について」(コープみやざき)

「すべての事業を 福祉的視点で組み立てる ことが大事である と考えています」



名古屋勤労市民生協 理事長 てらもと やすみ
寺本康美氏

本年3月21日付で、みかわ市民生協（本部・豊橋市）と合併し、「コープあいち」として新たなスタートを予定している名古屋勤労市民生協（略称：めいきん生協）。合併に向けての準備状況と両生協の長所を生かした今後の事業・活動の方向性について、理事長の寺本康美氏にお聞きした。

約20万人の組合員から合併に向けたお声をいただき その約96%から賛同の意が得られました

—合併に向けた準備状況はいかがでしょう？

東海エリアでは3県4生協が東海コープ事業連合（以下、東海コープ）※に結集し、共同運営をしてきましたので、もともと統合度は高い状況がありました。今回の合併は、そのうちの愛知県内の2生協が1つになるということですので、それで何かが大きく変わるということではありません。しかし両生協が合併することで、愛知県全域に対して責任を持つ生協が誕生する意義と必要性は大きいと考え、数年前から合併に向けた話し合いを行ってきました。

また昨年8月～9月にかけて、両生協約38万人の組合員に対し、合併へ向けての「声を集める取り組み」を行ないました。この取り組みでは、ご利用を休んでいる組合員を含め、多くの組合員さんにお会いして生協をしっかりと伝えするとともに、お声をいただくことを目指しました。結果として約20万人からお声をいただき、その約96%から賛同の意が得られました。

昨年10月20日と21日には、それぞれの生協の臨時総代会で議決いただき、ご承認いただきました。これにより本年3月21日には、組合員数約38万人、事業高560億円の新生「コープあいち」が誕生する運びとなりました。

※ 両生協のほかにコープぎふ、コープみえが加盟。会員総組合員数71万人、同総事業高1,029億円（08年度）。

—「声を集める取り組み」でいただいた不安や反対意見には、どのようなものがありましたでしょうか？

合併に対する不安や反対意見は、ごく少数でした。そのほとんどは、「組織が大きくなっても、組合員の声にきめ細かく対応することができるのか？」というものでした。確かに現在より規模は大きくなりますが、県域を越えるわけではありませんし、もともと両生協とも地域の組合員の声をしっかり受け止める組織運営を追求してきました。そのことを説明し、ご理解を求めてまいりました。

また前述の声を集める際には、これからの生協に期待することなどの記入欄を設けましたが、両生協で約3万人から具体的な声をいただきました。これを新しい生協の一番大切な基礎資料とし、これからの中期計画を作成していこうと考えています。

—新生「コープあいち」として、当面の事業課題は？

事業面では、中心となる宅配事業は東海コープで統一していますので、合併に向けて見直しの必要はありません。ただし、その加入率は全国平均と比べてもまだまだ低い状況です。早く全国レベルに追いつくよう、組合員拡大と利用定着に力を入れていきたいと考えています。

店舗事業は生鮮部門で若干商品構成が異なっていますが、合併に向けて大きな障害になるとは考えてはいません。しかし、両生協合わせても、現在、SMと呼べるものは1店舗しかなく、古い小型店が19店舗もあって大きな赤字を抱えています。合併を機に小型店を順次、標準的な店舗へと置き換えを進め、赤字体質からの脱却と組合員さんに日常的にご利用いただける店づくりを進めていきたいと考えています。

もちろん、「食の安全・安心」は大切にしていきます。特に、生産者との顔の見える関係や信頼関係の強化を第一に掲げており、県内JAや既存の生産者の皆さんとの提携も深めています。09年度からこの方針に基づき、愛知県産品の食の安全・安心にも力を入れる、「愛知をたべよう」キャンペーンに取り組んでおり、地域食材を利用した加工食品を22品開発しています。合併後は、これをさらに広げていきます。

今後、生協としての特徴をどう際立たせていくか？

コープあいちでは、福祉的視点で組み立て直したい

—両生協では、福祉事業や地域ネットワークづくりに力を入れてこれたとお聞きしています。

合併を機に経営数値を改善するという事業課題はもちろんありますが、私としてはむしろ愛知県内での「コープあいち」の社会的ポジションを高めていきたいと考えています。それが今後の可能性を広げるという意味で、とても大きなことであると思います。

例えば、両生協の強みである、福祉事業と地域ネットワークをさらに強化していくことは、社会的ポジションを高めることにつながると考えています。とりわけ、みかわ市民生協の福祉事業は地域で高い支持を得ており、事業規模としても全国1位で黒字経営です。そのノウハウを、早急にめいきん生協でも取り入れたいと思います。

一方、めいきん生協では、くらしをサポートする地域のネットワークづくりに力を入れ

てきました。06年からは「安心してらせるネットワークのつどい」を開催し、ネットワークの輪を確実に広げてきました。これは、地域の中でいろいろな人たちと結びつかないと、地域の人びとが求めているさまざまな問題や課題に応えることはできないからです。生協には、それをどうつなぐかという役割があると思います。もちろん、生協の事業でつなぐということもありますが、それで出来ることは限定されています。生協はネットワークの結び目となることや、場を提供するということで、地域に果たす役割をもっと大きくできると考えています。合併を機に、愛知県全域に「くらしたすけあいのネットワーク」を広げて、「その結び目として生協があり、組合員がいる」という形をつくりたいと考えています。



——生協が地域の中で果たすべき役割として、今後さらに福祉面に力を入れられるということでしょうか？

実は、08年度から生協合併後に生協が地域の中で果たすべき役割について考える委員会を設置し、検討を重ねてきました。09年5月には、「愛知の新しい生協でつくる協同組合福祉、福祉政策案」という答申を委員会からいただきました。この答申をふまえて、事業や活動のあり方を見直していこうと考えています。

協同組合福祉とは、狭い意味の福祉事業・活動を言うのではなく、生協のあり方そのものにかかわる考え方をまとめたものです。もともと生協は相互扶助組織ですので、すべての事業を福祉的視点で組み立てることが大事であると考えています。この答申は、コープあいちで私たちが目指す基本理念となる考え方を、あらためて整理したものであり、この視点で既存の事業を見直していくことにしています。

例えば、宅配事業ではネットスーパーなど新たな業態が広がる中で、生協としての特徴をどう際立たせていくかが課題としてあります。高齢化が急速に進む中で、安否確認もその1つだと思いますが、宅配事業を利用されることで「一人ぼっちではない」と実感できる利用の仕組みや実態をつくりたいと考えています。

先ほども申しましたが、協同組合福祉という考え方をすべての事業や活動に貫いていくことが、コープあいちの生きる道であり、方向性ではないかと考えています。

——今後は、東海コープの中心生協としての役割も高まりますね。

はい。これまでも両生協は東海コープの一員として、各生協と連帯して事業運営を進めてきましたが、今回の合併により事業連合内での役割は一段と高まると考えています。

08年度から東海コープでは「共通ビジョンづくり」を進め、昨年度にメインタイトルとして「未来につながる安心生活」、サブタイトルとして「東海の自然と、人と人のつながりを大切にします」を定めました。その具体的な中身については、現在、各生協で検討を進めているところです。東海コープの中心的な役割を担うコープあいちでも、この共通ビジョンを大切にしながら、それをより良く追求していきます。そして、その良い事例を他の生協と共有していけるようにしたいと考えています。

「経営品質」活動を通して考える、 組合員一人ひとりへのお役立ちと 地域における生協の役割

10年以上にわたり「経営品質」^{※1}活動に取り組み、数多くの賞を受賞している福井県民生協。その取り組みの中から、組合員一人ひとりの暮らしのお役立ちを目指した「事業ネットワーク」や「ステップアップ還元」などが生まれている。また、組合員や地域、役職員の参加による「食と福祉と助け合い」の事業や活動にも力を入れている。これらの取り組みで目指していることについて、理事長の藤川武夫氏にお聞きした。

“理念やミッションの実現度の高い組織” を目指して、「経営品質」に取り組む

最初に、なぜ福井県民生協（以下、県民生協）が「経営品質」^{※1}の取り組みを始めたのかということから、お話しさせていただきたいと思います。私たち県民生協では、「理念やミッションの実現度の高い組織を目指していきたい」ということを十数年前から考えていました。では、“組織の理念を実現する度合いが高い組織、その成熟度をどう測るか”と考えたときに、経営品質に至ることになりました。しかし直接のきっかけは、2000年から02年の事業の大きな停滞、危機でした。事業的な行き詰まりから、われわれは「何かを考えているべき時ではない、行動に移すべきだ」との思いから経営品質に取り組むことにしました。

現在の到達点についてお話しさせていただきたいと思います。09年3月末時点での県民加入率は45.4%と、ほぼ半数となっています（資料1）。09年度は県民生協の第7次中期5カ年計画（05～09年）の最終年となりますが、この間に3店舗を出店し、計6店舗となりました。しかも、この5年間で店舗事業では極めて大きな変化を生み出すことができました。6店の商圏内加入率を調べてみると全体で6割を超えており、1次商圏では72%、2次商圏でも58%と、地域の中でドミナントが出来始めたことが大きな特徴となっています。



福井県民生協 理事長
ふじかわ たけお
藤川 武夫氏

※1 一般的には、「顧客視点で経営全体を運営し、自己革新を通じて新しい価値を創出し続けるための取り組み」をいう。

資料1 第7次中計戦略的到達点数値

項目	年次	全体			第1地区			第2地区			第3地区					
1.組合員(人)	04	107,624			55,138			27,596			24,699					
	08	125,059			69,529			29,662			25,656					
	対比	116.2%			126.1%			107.5%			103.9%					
2.地域浸透度(県民加入率)(%)	04	40.0			35.3			46.2			46.4					
	08	45.4			43.2			49.1			47.8					
	対比	113.5%			122.4%			106.3%			103.0%					
3.ハーツ商圏地域浸透度(%)	09	全体	1次	2次	店名	全体	1次	2次	店名	全体	1次	2次	店名	全体	1次	2次
		63.3	72.3	58.5	H羽水	67.2	88.3	58.6	Hさばえ	80.8	84.3	79.1	Hつるが	66.0	71.1	64.0
					Hはるえ	64.2	64.4	64.1	Hたけ	55.4	73.5	43.1				
					H学園	49.8	59.6	45.0								
4.コア組合員利用人数(人)	06	19,295			9,900			4,342			5,053					
	08	19,967			10,631			4,391			4,945					
	対比	103.5%			107.4%			101.0%			97.9%					
5.コア組合員利用人数構成比(%)	06	22.3			21.9			21.3			24.3					
	08	22.4			21.5			22.1			25.1					
	対比	100.4%			98.1%			103.8%			103.3%					
6.コア組合員供給高(万円)	06	985,878.6			494,328.0			228,724.9			262,825.6					
	08	964,818.1			507,233.1			212,138.7			245,446.3					
	対比	97.9%			102.6%			92.7%			93.4%					
7.コア組合員供給高構成比(%)	06	59.4			57.9			59.8			61.9					
	08	59.5			58.1			59.5			63.9					
	対比	100.2%			100.3%			99.5%			103.2%					
8.組合員利用割戻し還元※(万円)	04	6,408.2			3,205.9			1,530.1			1,672.1					
	08	13,335.8			7,049.1			2,940.9			3,345.8					
	対比	208.1%			219.9%			192.2%			200.1%					
9.運営参加(人)	04	5,206			2,384			981			1,711					
	08	5,819			2,461			1,313			1,929					
	対比	111.8%			103.2%			133.8%			112.7%					
10.活動参加(人)	04	18,545			8,458			4,624			10,635					
	08	65,444			36,757			5,720			22,917					
	対比	352.9%			434.6%			123.7%			215.9%					

※組合員利用割戻し還元＝利用割戻し＋ステップアップ還元

<第7次中期計画組合員活動分野別推移>

	主な具体的取り組み	04年度	06年度	08年度	04年度比	評価
食の安全	食の安全学習交流・商品学習・料理教室・産地交流活動・工場見学など	4,521	4,552	6,000	132.7%	○
環境リサイクル	エコライフ活動・環境映画会・自然エネルギー親子対県教室など	701	313	7,963	1135.9%	◎
福祉ボランティア	デイボランティア・助け合いの会交流会	1,190	1,091	1,154	97.0%	△
子育て支援	広場活動・子育て支援活動	3,796	7,918	27,614	727.4%	◎
その他	平和・健康・ライフプラン・生活文化等	5,659	6,274	5,178	91.5%	△
	エリア祭り・つど試食会・イベント等	2,678	12,418	17,535	654.8%	◎
合計		18,545	32,566	65,444	352.9%	◎

(2) 中期計画別内部留保額

	第5次中計(95～99)	第6次中計(00～04)	第7次中計(05～09)	備考
内部留保	5.89億円	9.14億円	6.05億円※	※4年分

資料提供：福井県民生協

もう一つの指標、事業高では08年度末で197億4,000万円と、全国の中では中規模生協となります。しかし、私どもが地域の中で「食の分野」「高齢者介護」「子育て支援」で果たしている役割としては、ある程度のポジションを占めることができたと考えています。県内シェアで言えば、「食の分野」では7%強を占め、県内に本社のあるローカル企業としては最大になっています。また、「高齢者介護」でも、施設を全県展開しているのは県民生協だけです。高齢者支援事業でも福井市内では10%を超えており、県全体でも2%を占めています。「子育て支援」にいたっては、県内No.1のシェアを占めており、行政からも高い評価を頂いています。

また、県民生協が県内で高く評価されているものとして、12年前に設立した、(社)ふくいぐらしの研究所があります。現在、県内の約半分の世帯に当たる組合員と本部の2階にあるコールセンターとは直結しており、このインフラを利用して、消費者支援のための「ぐらしの相談ダイヤル活動」を行なっています。この活動は、県からとても高い評価をいただいております。この運用を行なっているのが、ふくいぐらしの研究所です。県の消費生活センターとも直結しています。

環境の取り組みでも、地域の事業者にも先駆けて、07年10月から3号店・ハーツつるがにて「レジ袋の有料化」をスタートしています。09年9月からは、6店の出店地域で全市レベルでの「レジ袋の有料化」がスタートしており、その活動をリードするものとして県からも高い評価をいただいております。

このような役割を私たちが地域の中で果たしてこられたのも、経営品質活動を行なう中で、いろいろな気づきを得たことが大きかったと考えています。

人口減少、少子高齢化が加速するなど、 地域社会が大きく変化してきている

少しだけ福井県の現状についてお話しさせていただきたいと思います。私は、「4つの波」と言っているのですが、「人口減少」「少子高齢化」「IT化」そして「グローバル化」が福井県では非常に進んできていると考えています。とりわけ、前段の2つの流れについては02年頃から顕著になってきており、県内のある市では既に高齢化率が35%を超えています。また私は、県全体が縮小期に入ってきたと感じるとともに、これまで地域社会をつないできたきずなが崩壊状態になりつつあると感じています。

これは私どもの経営品質の中で強く打ち出した視点となりますが、

福井県は女性の就労率、共働き率が全国第1位ということがあります。そこで、「福井県で働く女性の応援」というテーマを大きく取り上げています。そのテーマを掘り下げるために大きな役割を果たしたのが、生協の第一線で働く女性職員たちでした。まさに経営品質をここまで到達させてくれたのも彼女たちの存在であったと感謝しています。

それとともに大きな問題として浮き上がってきたのが、過疎化の拡大です。生鮮食料品などの買い物に行くのに、歩いて2時間というような「限界集落」が県内で急速に増えつつあります。少子高齢化が進む中で、子どもや障がい者、高齢者の方々のノーマライゼーションをどのようにつくっていくかが、生協のあり方として求められているように感じています。おそらく20年代に入ると、高齢者と子どもで県内人口の過半数を占めるようになり、地域社会のスタンダード、機軸になっていくと思います。そこに焦点を当てた取り組みが生協にも必要になってくると考えています。

組合員さんの視点で事業を考え、 “事業はつながっている”という発想に立つ

経営品質に取り組む直接のきっかけは、先にも申しましたように00年から02年まで、3年間で供給高が13~14%落ち込むという、大きな危機に直面したことがあります。このような状況をなんとかしようとして、01年に経営品質の活動をスタートさせました。

私はこの年に理事長に就任し、まず行なったことが2つあります。その1つが理事会の中に地域の専門性を持った方々、特に経営者の方に入っていたことでした。このとき、理事会に占める有識者比率を4割以上と大幅に増やし現在に至っています。もう1つは、事業が落ち込んでいましたので、常勤役員の評価・報酬をはっきりさせたいということがありました。当時、パート職から部長職までは成果給型の給与体系が導入されていたにもかかわらず、常勤役員には導入されていませんでした。そこで、常勤役員についても成果連動の賃金に改め、業績に責任を負うようにしました。

事業への取り組み方で転機となったのは、03年の、3号店ハーツつるが（敦賀市）の出店でした。実は、目標としていた1日当たりの来店客数1,800~2,000人に対して1,200人ほどしか来店していただかず、大失敗でした。このような状況が約8カ月間続く中で、ある無店舗事業の配達パート職員から、「ハーツつるがに来店されている組合員さんの多くは、無店舗事業のヘビーユーザーですよ」との情報をもたらされました。そこで気付かされたことは、「結局、組

合員さんは生協の無店舗事業、店舗事業、共済をバラバラに見てはいない。自分の暮らしに合わせて、それぞれの事業を利用されている」ということでした。しかし生協では、「自分は無店舗の担当者」「自分は店舗の担当者」……と、すべて縦割り発想で動いていました。そこで、組合員さんの視点で事業を考え、“事業はつながっている”という発想に立つことにしました。これが、経営品質活動で評価いただきました「創発^{そうはつ}」というものです。そして、「組織横断的に情報を共有し、物事を考える」というプロセスができてきました。

そこで組合員さんに対して、無店舗・店舗合わせて対応を始めました。その第一弾が、ハーツつるがでの来店客数を増やす取り組みでした。無店舗事業の担当者が地域の組合員一人ひとりに、「なぜ、ハーツつるがをご利用いただけないのでしょうか？」と聞いて回り、その答えを店舗に伝え、店舗の担当者がその対応や改善に努めました。その結果、年度末には事業予算に近いところまで回復し、2年目から直接剰余で黒字、3年目には経常剰余で黒字となり、現在では県民生協の旗艦店となっています。

04年には1号店と2号店の近隣に、相次いで競合のスーパーセンターが出店しました。しかし事前にハーツつるがと同じ取り組みを行なったところ、出店の影響を受けなかつただけでなく、店舗事業で過去最高となる事業高を達成し、経常剰余も4.5億円を計上することができました。実際、来店者数も2けた以上伸び、利用高も増え、組合員にも喜ばれるこの取り組みは、私たちの組織にとって非常に有効なマネジメントであることを確信できました。

生協への信頼をより高める 「ステップアップ還元」をスタート

そのことが評価され、05年の「福井県経営品質賞」の知事賞をいただくことになりました。しかしこれは、「創発」のプロセスの横展開段階にすぎません。06年には無店舗と店舗、共済へと、事業ネットワークを広げていきました。それとともに組合員さんの年間利用高が増えていきました。そこで、新たに「ステップアップ還元」^{※2}という仕組みを始めることにしました。これにより生協の利用高の高い組合員の信頼をより高めることができました。つまり、部門横断的な組合員コミュニケーションの成果として、経営品質という「協創の成果」として生まれたのが、「ステップアップ還元」となります。

このことにより、私たちは07年に「日本経営品質賞」を頂くこと

※2 無店舗、店舗、灯油などの合計利用高に応じて、従来の利用割戻しにプラスして利用還元する制度。詳細については、本誌No.248（09.7月）号、「特集」参照。

ができました。これまで縦割りの発想しかしてこなかったところに、横の発想で「創発」をしながら、「協創の成果」を一つひとつつくり出すことを、今日まで続けてきています。08年秋以降、景気が急速に悪化していますが、09年の上半期で言えば、年間利用高が30万以上40万円以下となる「ステップ30」組合員の利用高は前年対比103%、さらに、「ステップ50以上」組合員では106%と伸長しています。つまり、生協のヘビーユーザー、私どもでは「コア組合員」と呼んでいます。その方々との結びつきを強めることで、事業を伸ばすことができている。

現在、日本ではデフレが進行しており、事業者の皆さんは「厳しい」と言われます。もちろん福井県もこんな田舎ですから、経済状況は都会以上に厳しい状況にあります。しかし、組合員との関係で言えば、すべてが厳しいわけではないのです。つまり、「どの組合員さんとどういう信頼関係をつくり上げていくかが大切」だと私たちは考えています。なお県民生協は、03年度以降ずっと増収ですし、09年度も間違いなく増収となる見込みです。

2008年、「3つのショック」を契機に 新たな取り組みをスタート

08年度、私たちは「3つのショック」に遭いました。

1つ目は、08年1月に起きた冷凍ギョーザ事件です。この事件で一番問題だったのは何かというと、「現場に情報が届かないこと」でした。ほとんどの情報はマスコミを通して伝えられ、現場担当者たちは組合員からの質問に何も答えられないという状況でした。そこで08年6月から、メイト（パート職員）を含む全職員に商品にかかわる情報を携帯配信（資料2）するようにし、10月からは組合員にも配信しています。

携帯配信が始まると、現場で組合員の質問に対してすぐに答えられるので職員は元気付けられたようです。組合員も、職員がその場で答えてくれることで、少しずつ信頼感も高まったようです。ですから10月に組合員への携帯配信がスタートする際には、組合員の半数、6万人くらいは携帯配信を登録していただけるのではないかと考えていたのですが、ふたを開けてみたら現在でも8,300人台です。これこそ真実で、「安心を求められている方と安全を求められている方は違う」ということです。

先に述べましたように、組合員一人ひとりのニーズが違うように、安心のニーズと安全のニーズは違うということです。たぶん、携帯配信に登録された方は、まず情報を得ることで安心したいと考えら



メール配信サービス マイページ が新しくなりました!

ご意見を受けて、マイページに新しい機能を追加しました!

「商品トラブルが発生した際に、正確な情報が迅速にほしい」というご要望に応え導入した携帯メール配信サービス『マイページ』のサービスが新しくなりました。食の安全・安心情報だけでなく、くらしにお役立ちできる情報を提供しています。まだ登録されていない方は、ぜひご登録をお願いします!!

共同購入の注文履歴メール

注文いただいた2日後に、注文明細をメールでお知らせします。

便利

何を注文したか携帯で確認できるので、便利/ハーツで買い物するときに同じものを買わなくなったわ。

ハーツのお買い得情報

本日のお買い得情報や、ハーツのクーポンをメールで配信します。

お得

住んでる場所ではハーツのチラシが新聞折込みされないから助かっています。2週間に1回届くクーポンもお得です。

食の安全・安心情報

商品事故の際に、利用された方に自主回収などの案内をメールで配信します。

安心

問題があるとメールやサイトで確認できるので、ニュースで商品事故が流れても、不安にならなくなりました。

さらに追加

レシピ集



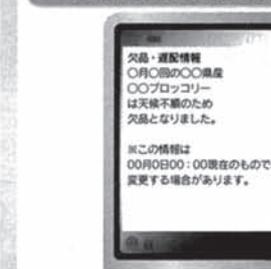
定番メニューや旬な食材を使ったメニューなど200種類のレシピサイトです。献立に困ったときのヒントにしてください。

ハーツきつず情報



ハーツきつずからのお知らせや各施設のイベント情報サイトです。小児救急休日当番医サイトへのリンクもあります。

共同購入の欠品お知らせ



注文いただいた商品(農産品など)が欠品になる場合、お届け前の日曜日にメールでお知らせします。

マイページは、ここで紹介した機能以外にも、いろんな情報が確認できる便利なサイトです。ぜひご登録ください。他にも『こんな機能があつたらいいな』『こんなことを知らせて欲しいわ』など、ぜひご要望をお聞かせください。



携帯メール配信サービスの登録はこちらまで!



fukui@coopmypage.jp

携帯電話・パソコンで登録の方は右記のアドレスに空メールを送信してください。管理者から登録用のメールが届きます。画面に従って登録してください。



●管理者から返信が無い場合は、迷惑メール対策がされています。coopmypage.jp のドメイン許可指定を行ってください。

ご自分で登録が難しい場合は、配送担当者やハーツサービスコーナーにお問い合わせください。

2009CRMベストプラクティス賞 特別賞(大星賞)受賞

組合員コミュニケーション進化モデル

マイページでの組合員への情報提供や、この間取り組んできたステップアップ還元制度やコールセンターの活用が評価され、組合員コミュニケーション進化モデルとして表彰されました。組合員とのより良い関係づくりの取り組みが、大手有名企業と肩を並べて受賞できたことを嬉しく思います。



11月19日 表彰式(東京)

れている人であると思います。しかも調べてみると、登録された方は利用も出資金も多く、なおかつ活動や運営参加も多い、という組合員が多いことが分かりました。

2つ目は、リーマンショックによる景気悪化に、生協としていかに組合員の家計支援を行なうかという問題でした。先ほども申しましたように私どものような小さな生協では、出来ることは限られています。そこで生協への支持が高いコア組合員に対して、年末に店舗利用商品をすべて1割引とするクーポン券を配布しました。すると、年末商戦で供給を大きく伸ばすことができました。この結果を受け、年度末にも同様に実施し、大成功しました。このことから分かったことは、「家計支援というのは、単に安い商品売ることではない」ということです。すべての組合員に対応できればよいのですが、まず、できるところから、しっかりと信頼関係をつくっていくことに努めています。

3つ目は、改正生協法の施行による共済事業の分離です。これには予想していたよりも経常剰余が大きく減少するなど、経営数値面で大きな影響を受けることになりました。しかし一方で、供給事業の透明性を高めること、共済事業に対する組合員の安心感を高めることにつながったと思っています。

ギョーザ事件では、「食の安全・安心のシステム」を、どうつくり上げていくかが問題となりました。しかし、組合員の暮らしを考えれば、そのほかにも、「暮らしの安全・安心」や、さらには「生協経営の安全・安心」をどうつくり上げていくべきなのかについても考える必要があります。つまり、単に「食の安全・安心」だけを追っただけでは、組合員との信頼関係はつukれないということです。これが、08年の「3つのショック」から得た結論です。

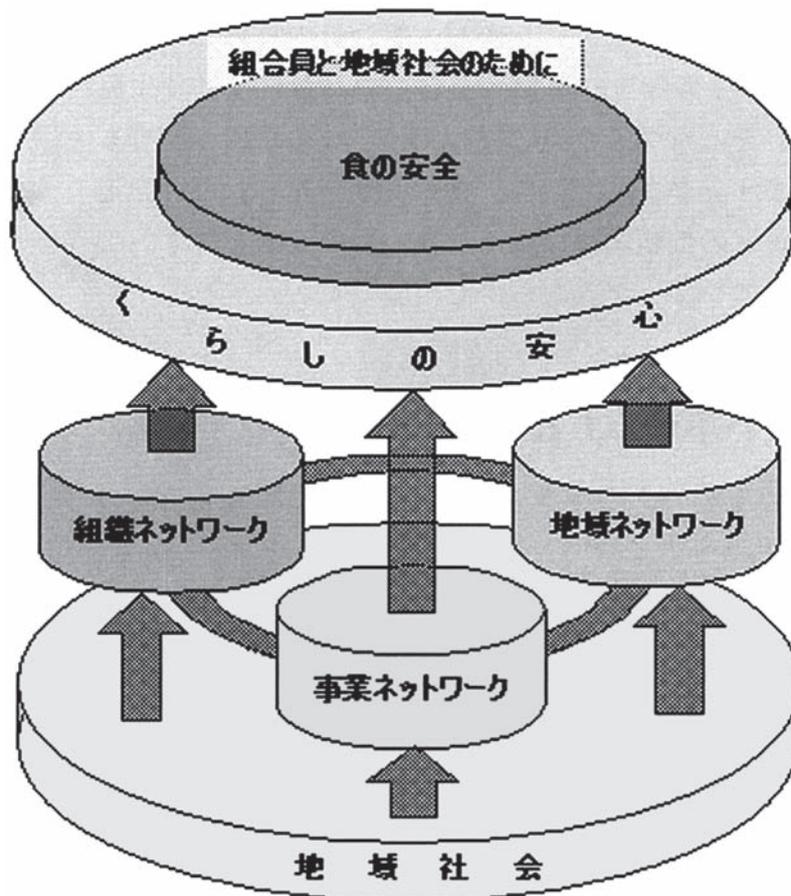
地域社会の中で生協が 「信頼のプラットフォーム」となりたい

地域社会の中での生協のあるべき姿を考えたとき、「地域社会の中で信頼のプラットフォームになりたい」と考えています。「安心」という問題を私なりに考えますと、「起こってしまったリスクは、その拡大をできるだけ抑える」そして、「再発は絶対に起こさない」、さらに「未然に防ぐ」。この3つのリスクヘッジシステムを構築しなければ、安心という境地には立てないと思います。私たちはこのことを目指していますが、そこに至るプロセスで重要なのが信頼関係です。これをいかに高めていくかに注力すべきであると考えています。

事業ネットワークにより、6店舗を中心に組織率を高めることができました。それとともに、組合員活動ネットワークも中計期間中に300%以上も拡大することができました（前出、資料1）。さらに、この2つのネットワークを支えている地域ネットワークも600%以上拡大しています。そういう意味では、事業ネットワークの展開は、地域の住民の活動量を増やすことにつながり、地域ネットワークを深めています。そうなってくると、私たちは「食」と「福祉」、「助け合い」のネットワークを柱としながら、さらに地域の皆さんとともに、地域課題に対する「解決能力」を高めていくことが求められていると考えています（資料3）。

その具体的な例として、丹南エリア（越前市・鯖江市）にはハーツたけふとハーツさばえがありますが、たけふ店近くには高齢者福祉施設があり、地域の包括支援サブセンターの役目を担っていますし、また両店には子育て支援センターもあります。つまり、店舗と無店舗で地域の食をまかなうとともに、高齢者福祉や子育て、そして助け合いという、ネットワークの強い地域を組合員組織と地域の

資料3 事業ネットワークを軸とした3ネットワークの地域ソリューション



人々のネットワークでつくり上げています。このように、私たち生協が事業ネットワーク活動の中で、「相談能力」「解決能力」「斡旋能力」を向上させ、あらゆる生活の要素の安全と安心の問題を一つずつ解決することが出来始めたと考えています。その典型的なエリアが、丹南エリアの2店舗を中心に出来てきています。

社会が縮小する中、「事業ネットワーク」で地域とのかかわりを、より深めていきたい

また、食の問題について言えば、福井県では大手スーパーの撤退や過疎化に伴ない、買い物が困難な方が増えてきています。その支援のために、県民生協では移動店舗「ハーツ便」(資料4)という形で新たな事業をスタートさせています。

現在、日本ではかつて経験したことがない、社会の縮小が始まっています。これは、従来の日本社会の価値前提の根幹であった、規模拡大の転換点にあるともいえます。ところがマスコミをはじめ、企業の多くはいまだに拡大基調です。私は生協が組合員との関係性を無視し、規模拡大だけを追い求めているのは道を誤るのではないかと危惧しています。市場の流れがどうであれ、「自分たちは組合員との信頼関係を強めて、存続し続けていく」ということを発信し、そのメッセージを受け止めていただける組合員づくりを進めていかなければ、生協の存続は難しいのではないかと思います。

県民生協が果たすべき役割やあり方は、地域の組合員の暮らしや地域自体の変化の中で、質的にも量的にも高めていくことが求められてきていると感じています。ですから職員はますます事業の垣根を無くし、地域の組合員としっかり向き合い、その人のニーズは何なのかを感じ取り、事業ネットワークで、より高い価値を提供していくことが重要であると考えています。

また、地域の中でコミュニケーションを深めていくからには、組合員だけでなく、地域の皆さんを含め、ステークホルダーとのかかわりも重視していかなければならないと思います。そうでなければ、縮小していく社会の中で、地域の皆さんから支持は得られません。

私たちは、他の流通業と店舗対店舗の競争はしません。常に事業ネットワークとして、店舗を中心に、福祉もある、子育てもある、助け合いもある、もちろん無店舗事業もあると、このような形で組合員や地域に提案をしていきます。これにより、隣に競合店があっても生協の店舗に来ていただける組合員さん、とりわけ多くのコア組合員から高い信頼と支持をいただけるものと考えています。

資料4 移動店舗「ハーツ便」

総代会議 ご意見・ご質問ランキング **NO.1**

組合員への新しいサービスの提供

移動店舗「ハーツ便」



今回の総代会議で、十月からスタートした移動店舗「ハーツ便」を紹介させていただきます。総代のみなさんから数多くのご意見、ご質問をいただきました。

ハーツ便は組合員への新しいサービスの提供として現在、奥越・丹南・嶺南エリア約百四十ヶ所(一週間に約千人以上)の方にご利用いただいています。近くに店がなくて買物に不自由をしている方、子どもさんが小さくて買物に出かけるのが大変な方等、ご利用の理由は様々ですが、ハーツ便が商品の販売だけでなく、地域の方々の交流の場になり、心のふれあいの場となるよう願っています。

種類も豊富です!

総代さんからの質問

- Q①** 事前に登録してなくても、利用できますか?
- A①** 近隣の組合員のみなさんは自由にご利用いただけます。たまたま「ハーツ便」の停留を見かけた場合でも、お気軽にお立ち寄りください!
※まだ生協に加入されていない方は、その場で加入することができます。
- Q②** 取り扱い商品について教えてください
- A②** コープ商品や、野菜、お肉、お魚などの生鮮品を中心に日用雑貨品などの品揃えをしています。また、事前にご注文いただければ、ご希望の商品(お弁当やオードブルなども可)をご用意いたします。
- Q③** 「ハーツ便」を利用した場合、年間の還元対象になりますか?
- A③** ハーツカードをご提示いただければ、利用割戻しやステップアップ還元の対象に含まれます。

総代さんの声



私の母も「ハーツ便」を利用して大変喜んでいきます。商品要望をすれば必ず用意してくれることに感謝していました。今は、週に一度、「ハーツ便」に行くことが楽しみだそうです。



池田町の「ハーツ便」が来てくれる地域に住んでいます。店内(車内)はきれいで品揃えも良く、周りの高齢者も喜んでいます。この「ハーツ便」は、池田町にとっても、新鮮で大歓迎!今までの生協の取り組みが、この「ハーツ便」に活かされていると思います。



「ハーツ便」は、地域の見守りのような存在になってほしいと思います。「今日はあの人が来てないけどどうしたのかな…」というような感じで。



私が住んでいる地域も高齢の方がたくさんいます。高齢の方は買物に行くにも大変そうなので、ハーツから遠いところだけでなく、高齢者が多いエリアにも「ハーツ便」が来てもらえるようになっていいと思います。



【奥越コース】

月曜日(永平寺・善山)	火曜日(飯谷)	水曜日(永平寺・丸岡)	木曜日(大野)	金曜日(永平寺・善山)	土曜日(飯谷)
①藤巻	①花房	①新鳴鹿2丁目	①陽明4丁目	①市荒川	①松丸
②上浄法寺1	②萩ヶ野	②新鳴鹿1丁目	②城町	②東住波	②南六呂師1
③上浄法寺2	③柿ヶ嶋	③丸岡惣流センター	③春日1丁目	③北郷町伊知地	③南六呂師2
④北郷町	④落合集落センター	④下久米田	④中挟3丁目	④鹿谷町志田	④南六呂師3
⑤本部センター	⑤堂嶋公園	⑤下合月	⑤今井	⑤滝波町5丁目	⑤石谷
	⑥金山(道場)	⑥志比	⑥木本	⑥郡町2丁目	⑥八町
	⑦小黒見御旗神社	⑦嶺北センター	⑦右近次郎	⑦元町2丁目	⑦大野きらめき
	⑧養道集落センター		⑧庄林	⑧滝波町3丁目	
	⑨横爪				
	⑩不動堂集落センター				

【丹南コース】

月曜日(新日・福田・宮崎)	火曜日(今立・東海・河和田)	水曜日(池田町)	木曜日(南越前町)	金曜日(鶴江市・越前町)	土曜日(池田町)
①安養寺	①下新庄1	①板垣	①大屋町	①船津町	①美濃俣
②上黒川公民館	②下新庄2	②池田町役場	②松成	②道口	②常安
③宮崎	③川島	③池田診療所	③嶋	③小樽	③月ガ瀬
④平等	④新堂	④池田幼稚園	④奥野々	④左右	④志津原
⑤下糸生	⑤中津山	⑤池田接骨院	⑤鯖波	⑤玉川	⑤魚見
⑥葛野	⑥大滝	⑥母屋	⑥ひなざく		⑥畜生
⑦赤坂	⑦松成	⑦水海1	⑦馬上免公民館		
⑧丹南センター	⑧中戸口	⑧水海2	⑧阿久和		
	⑨大滝	⑨谷口	⑨今庄		
		⑩明神光学	⑩天放公民館		

【嶺南コース】

月曜日(東浦・豊発)	火曜日(美浜・旧上中町)	水曜日(東郷・西浦)	木曜日(宮川・中名田)	金曜日(美浜・西津)	土曜日(小浜・上中)
①五輪ふれあい会館	①新庄	①藤が丘	①北田	①早瀬神社前	①若狹センター
②阿曾	②浅ヶ瀬集落センター	②新保	②加茂集落センター	②後瀬	②瓜生
③元比田	③山村開発センター	③藤原公民館横	③宮川	③西津1	③下々中
④大比田	④井崎	④田結	④堅海	④西津2	④関
⑤横浜	⑤瓜生	⑤浦底	⑤中名田	⑤青井	
⑥杉着バス停付近	⑥関	⑥色が浜	⑥増瀬	⑥豊浜	
⑦疋田集会所	⑦下々中	⑦手	⑦若狹センター	⑦甲ガ崎	
⑧敦賀センター		⑧常宮		⑧福谷	
		⑨みどりヶ丘公会堂		⑨敦賀センター	
		⑩みどりヶ丘バス停			

※12月11日現在のルート状況です。今後変更になる場合があります。ご了承ください。

まだ、県内ごく一部での稼働ですが、12月には新たに3台目の車両を導入し、少しずつ「ハーツ便」の輪が広がっています。総代のみなさんからも期待・要望などの声をたくさんいただきました。今後も「ハーツ便」を通して1人でも多くの組合員のみなさんにお役立ちできるよう努力してまいります。



ハーツ便停留場所募集中!

- 登録方法**
- ①ご登録の後、配達曜日・時間・場所等を相談させていただきます。
 - ②購入者が7人以上集まるよう、ご近所や知り合いの方への呼びかけやご協力をよろしくお願いいたします。

エリア

奥越・丹南・嶺南

まずはお気軽にご相談ください。

お問い合わせ先
共同購入担当者または
県民せいきょうコールセンター
☎0120-016-165



がんばらにゃに関するご意見、ご感想などをお聞かせください…… ganbaranya@fukuicoop.or.jp

資料出典：福井県民生協機関紙『がんばらにゃ』2010年1月号

私の考える、県民生協の「3つの独自能力」

最後に、生協はどのような理念を持って、どんな事業や活動に取り組み、何に存在価値を見いだしていくべきかということですが、私たちが学んできた経営品質の考え方で言えば、結局、「独自能力」が重要ではないかと思います。

では、私たちの独自能力とは何なのかと言えば、その1つは、協同組合の基本である「メンバーシップ制」です。これはイオンさんやイトーヨーカドーさん、地元で言えば平和堂さんやユニーさんが、たとえ逆立ちしても出来ないものです。それがあからこそ県民生協としてCRMシステム^{※3}を構築でき、一般流通業では絶対不可能な、組合員との信頼関係がつけられるのです。私は、「地域密着性」と言わず、「地域基盤性」と言っているのですが、地域とのかかわりの強さで言えば、一般流通業で生協を超えるところは、まず無いと考えています。われわれはいったん出店したら、よほどのことが無い限り撤退はしません。しかし彼らは、もうからなければ撤退します。こういう関係の中では信頼関係を高めることはできないと思います。

2つ目として、組合員からの「出資金」も独自能力として挙げたいと思います。県民生協でいえば、組合員から総額75億円もの出資金をお預かりしています。これは福井県内の上場企業を含めてもトップ・スリーに入ります。また、県内加入率から考えると、約半数の世帯から約6万円ずつ出資していただいていることになります。これだけ地域の方々から信頼されて、出資していただける組織というのは、まずないと思います。

そして3つ目に、もっとも素晴らしいと思うのが、「出資」「利用」「活動」「運営参加」による、暮らしの創造システムだと思っています。これこそがまさに生協で、このような素晴らしいシステムを私たちは持っているということに、もっと気付いてほしいと思います。

生協の役割とは、地域の人々と「創発」し新しい地域価値を生み出していくこと

県民生協では10年にわたり経営品質活動に取り組んできましたが、取り組みでの一番の課題は、「これまで自分たちが当たり前として考えてきたことや発想をどう打ち破るか」ということでした。経営品質活動は、いわば手鏡のようなもので、自分の姿を見るための役割を果たしてくれました。しかし、その鏡が曇っていたり、ゆがんでいては自分の姿を正しく見ることはできません。ですから、正し

※3 Customer Relationship Management (顧客関係性のマネジメント)の略。詳細については、本誌No.248 (09.7月)号、「特集」参照。

く見えるように活動を通して鏡に磨きをかけることで、協同組合の本当の素晴らしさを知ることができました。私たちにとってこの活動は、一般企業と生協の違いが何であるかを、事業の中で見ていくときに大変有効なツールになったと考えています。

私たちは経営品質向上プログラムでしたが、これに限らず、全国の生協それぞれに最適なツールがあると思います。そのツールを用い、自分たちの事業の強み、地域の中での「独自能力」に気づき、これを事業面で生かすことができればと思います。全国には150以上の地域生協があるわけですから、それぞれの地域の中で果たすべき生協の役割も、その地域ごとに違った形であると思います。地域の皆さんと生協が「創発」して、新しい地域価値を「協創の成果」として生み出していくことが、生協の持つ価値ではないかと思います。またそれは、改正生協法が求めている生協の役割であると私は考えています。

地域に寄り添うことで生まれた取り組み 「学童保育のおやつ配達」から考える、 生協の新たな価値創造

基本理念として「ともに生き、ともにつくる、くらしと地域」を掲げ、生協にかかわるすべての人々を尊重し、地域社会に貢献することを目指しているエフコープ（福岡県）。その基本理念のもと、地域の悩みに寄り添うことで生まれた取り組み、「学童保育のおやつ配達」。その詳細とエフコープの新たな価値創造について、理事長の梶浦孝弘氏にご寄稿いただいた。

「モノからコトへ」

今回、寄稿の依頼をいただいた、「今あらためて問う！ 生協の価値・理念・意義とは？」という特集タイトルの、特に「今あらためて問う！」という一文から、まず、自身の自己変革の大きな起点になったことを思い出します。

もう10年近く前のことになりますが、2001年に経営企画室長の辞令を受け、下がり続ける事業高を増やすための経営戦略の検討を命ぜられた時のことです。私は経営企画室のスタッフとともに、「解は現場・第一線にあり」ということで、供給実績が前年を超過している担当者を訪問し、配達同乗も含めて実態把握とヒアリングを行ないました。彼らに共通していたのは、礼儀正しい明るいあいさつができ、一人ひとりの組合員さんとの丁寧な対応を可能な範囲でしっかり行なっているということでした。一方、仲間づくりや商品普及など、さまざまなキャンペーンで大きな実績を挙げている担当者のところでは、年度で締めてみると供給実績はそんなに伸びていないというのが大半でした。

素朴で口下手な担当者も多いように感じましたが、まず、相手を思う気持ちがしっかりしていて、約束を守り、組合員の悩みに寄り添っていました。つまり、個別対応に誠実かつ真摯に取り組んでいる担当者が、実は業績を伸ばしていたのです。その後、その事実を



エフコープ 理事長
かじうら たかひろ
梶浦 孝弘氏

もとに議論を重ね、「モノからコトへ！」という組織改革に向けたキーワードを創っていきました。

それまで重視されてきた、「何人組合員を増やしたか」「供給・荒利をどれだけ上げたか」「おすすめ商品をいくつ販売したか」「どの商品が人気で、たくさん売れているか」……など、数値や商品という「モノ」にこだわるのではなく、「なぜ生協に加入されたのか?」「なぜその商品を購入されるのか?」、その背景の思い、暮らしを豊かにしたい、家族の笑顔を増やしたいという思いを「コト」としてしっかり知り、その「コト」のつながりを大切に。「モノ」ではなく「コト」にこだわることにしました。

そして、「一人ひとりの違いを認め合い、暮らしを豊かにする“思い”や“工夫”を知ってつなぎあう……それを『くらしづくり』と言おう。その『くらしづくり』に徹すれば、結果として業績が伸びるという仮説を皆で検証してみよう」として、組織風土改革を追求し続けています。

「ともに生き、ともにつくる、くらしと地域」 に込めた思い

次にエフコープの基本理念、「ともに生き、ともにつくる、くらしと地域」についてお話ししたいと思います。「安心できる毎日を送ること」——それは、地域に暮らすすべての人々の願いだと思います。その願いを、商品や事業、自らの活動によってかなえようとする場、それが生活協同組合ではないでしょうか。

カタログやお店に並ぶ商品。共済や福祉、エフセ（葬祭）といった暮らしを支える事業。組合員の「やってみたい」という気持ちから始まる活動。その一つひとつが、組合員の「思い（コト）」をもとに形づくられています。その中で、一人ひとりの組合員が利用者であり、出資者であり、運営者として、互いに暮らしを支えています。

一人の願いがみんなの暮らしを支え、みんなの願いが一人の暮らしを支える。このエフコープの基本理念「ともに生き、ともにつくる、くらしと地域」に徹することが、特に新自由主義・市場経済主義の危機でもある100年に一度の経済危機・世界同時不況を、生協の使命（ミッション）や独自性（アイデンティティ）をぶらさずに、乗り越えていく上で最も大切なことだと考えます。

それを考え見つめ直す上で、勇気と元気、そして確信を与えてくれる取り組みがありました。

地域の悩みに寄り添うことで生まれた取り組み 「学童保育のおやつ配達」

それは、「学童保育のおやつ」という生活の場面において、関係する生活者（子どもたち・保護者・指導員・行政）それぞれのさまざまな悩み・思いに生協のスタッフが寄り添い、解決すべく知恵を出し合った事例です。

例えば、学童保育の子どもたちは、「夏はアイスがいい」「もっといろいろなお菓子を食いたい」という不満を持っていました。また、保護者たちは、「安全・安心なものを食べさせたい」「食物アレルギーにも配慮して」「栄養や健康にも気を配れたら」……。指導員の皆さんは、「おやつ当番は勤務時間外で大変」「主人に買い物を手伝ってもらうけど時間もかかり嫌な顔をする」「お菓子の袋に何がいくつ入っているのか？ 予算を考えて準備するのは本当に大変」……。本当にそれぞれにさまざまな悩みや思いがあることが分かりました。

そのような地域の悩みに寄り添う工夫が南部区域本部・組合員活動担当の渡邊尚美わたなべなおみさんの「手づくりおやつカタログ」から始まりました。お店にある商品を活用し、しかも、予算に応じて選びやすい工夫がいっぱいです（資料1）。その後、おやつの配達に関して考えられる業務（市役所や学童保育所との連絡窓口や商品提案、受注・発注・入荷・集品・配達・精算）は、店舗と区域本部の担当者たちが役割分担をし、また、関係各部局である機関運営部（生協法に基づく員外利用関係）、コープ九州事業連合（商品の発注・入荷関係）、経理部（請求・入金関係）と打ち合わせをし、自分たちで新たな仕組みづくりを、場を共に協働して創っていきました。

生協活動の確信

明日の元気につながるうれしい「コト」情報

そして、実際に「おやつの配達」が始まると、多くのうれしい声、「コト」をいただきました。

子どもたちから……

- ・「おやつが、いつも、誕生日会のようなように豪華になってうれしい」
- ・「今まで、学童に行ってもつまらなかったけど、今は、おやつが楽しみやけん、休まんで行きよるよ」（写真1）



写真1

資料1 5月分おやつ

エフコープ生活協同組合

日付	価格	写真	商品名	バーコード	入数	原材料	アレルギー
5月7日(木)	88円		彩果菜園		1	野菜(にんじん、トマト、ほうれん草、ケール、小松菜、ブロッコリー、アスパラガス、野沢菜、赤ピーマン)、果実(ぶどう、オレンジ、りんご、レモン、パイナップル)、食物繊維含有デキストリン	オレンジ・りんご
			雀の学校		1	落花生、寒梅粉、小麦粉、砂糖、食塩、植物油、澱粉、海苔、調味料(アミノ酸等)練乳、アナトー色素カラメル色素、ぶどう糖、かつお節粉末、昆布粉末、蛋白加水解質、膨張剤	小麦、落花生
5月12日(火)	79円		アイスモナカ		6	糖類(砂糖・ぶどう糖果糖液糖、果糖)、植物油(やし油、パーム油)、モナカ皮(小麦粉、コーンスターチ(遺伝子組換えでない)、砂糖、パーム油、食塩)、脱脂粉乳、デキストリン、安定剤(ローカストビンガム、グアーガム、タマリンドシードガム、キサンタンガム)、乳化剤(グリセリン脂肪酸エステル)、香料、着色料(アナトー色素)、膨張剤(炭酸Na等)	小麦・乳
			野菜パーミニタイプ		6	小麦粉、植物油、ショートニング、砂糖、乾燥野菜(たまねぎ、ねぎ、赤ピーマン、ほうれん草、にんじん、キャベツ)、トマトパウダー、水あめ、食塩、モルトエキス、イースト、膨張剤(炭酸水素アンモニウム等)、炭酸Ca、香料	小麦
5月14日(木)	83円		ミックスキャロット		1	果実(りんご、うんしゅうみかん、ぶどう、オレンジ、バナナ、レモン)、にんじん	オレンジ・りんご・バナナ
			どうぶつまるぼうろ		15	小麦粉、砂糖、鶏卵、ぶどう糖、はちみつ、水あめ、黒糖、膨張剤(炭酸水素Na、炭酸アンモニウム)	小麦・卵
5月19日(火)	80円		お野菜ベビースター		6	小麦粉、植物油、野菜パウダー(ばれいしょ(遺伝子組換えでない)、たまねぎ、さつまいも、パセリ、キャベツ、にんじん、しょうが、赤ピーマン、はくさい、セロリ、ねぎ、にんにく、かぼちゃ)、しょうゆ、砂糖、チキンエキス、食塩、チキンブイヨン、でん粉、ポークエキス、小麦たん白、デキストリン、たん白加水分解物、魚介エキス、野菜エキス、ガーリックエキス、酵母エキス、調味料(アミノ酸、核酸、有機酸、無機塩)、炭酸Ca、酸化防止剤(ビタミンE)、香料、(原材料の一部に乳成分、ゼラチンを含む)	小麦・乳・大豆・鶏肉・豚肉・ゼラチン
			すくすく子ども乳酸菌		10	糖類(ぶどう糖果糖液糖、砂糖、ぶどう糖)、脱脂粉乳、酸味料(クエン酸、乳酸)、香料、乳酸Ca、クエン酸鉄Na	乳
			おさかなソーセージ		8	魚肉(たら、オキアミ、かじき)、結着材料(でん粉(コーン(遺伝子組換えでない)、タピオカ、ばれいしょ)、植物性たん白(小麦、大豆)、大豆粉)、植物油、砂糖、食塩、醸造酢、かつおエキス、オニオンエキス、香辛料、調味料(アミノ酸、核酸)、炭酸Ca、(原材料の一部にかにを含む)	小麦・かに・大豆
5月21日(木)	74円		ポテリンコ		5	乾燥ポテト(遺伝子組換えでない)、植物油、ばれいしょでん粉(遺伝子組換えでない)、食塩、ドロマイト(カルシウム・マグネシウム含有ミネラル)、調味料(アミノ酸、核酸)、酸化防止剤(ビタミンE)	
			どきどき動物ランドグミ		5	水飴、砂糖、ゼラチン、濃縮りんご果汁、オブラートパウダー、食用油脂、酸味料、香料、ビタミンC、着色料(アントシアニン、モナスカス、クチナシ、カロチン)チャ抽出物、光沢剤、(原材料の一部に大豆を含む)	大豆

資料提供:エフコープ(抜粋)

- ・「学校で友達におやつの話をしたら、『ボクも学童に行きたい』って言いよった」

保護者の皆さんから……

- ・「子どもが家に帰って、学童のおやつが楽しみって言うので、どんなものを食べているのか、保護者会でも同じものを注文させてもらい、食べさせていただきました。子どもが喜ぶのがよくわかりました」
- ・「食物アレルギーがひどく、今までは、学童で出されるおやつではダメで、自宅からおやつを持たせていました。エフコープさんからの配達になって、うちの子にもきちんと対応していただけるようになってうれしく思います」——この声は、市役所にも届いたそうで、市役所からもお礼の言葉をいただきました。それまでは、食物アレルギーのあるお子さんのおやつを選定には、市役所の担当者、指導員の先生とも、とても頭を悩まされていたようです。そこで、エフコープも交えた三者で協議し、エフコープの店舗に品揃えしている商品の原材料一覧を提供し、それをもとに食べられる商品を保護者に選んでもらうようにしています（資料2）。

先生・指導員の皆さんから……

- ・「130人の子どもたちをお預かりして、安全に過ごせるように見ていくだけでも大変です。エフコープさんがおやつを配達してくださるようになり、通常の保育業務に専念できて助かっています」
- ・「エフコープさんから毎月いただいているおやつの写真を学童の入口に貼っているの、子どもたちが次は何か？と楽しみで、何度も見えています」（写真2）
- ・「今まで、おやつ選びや買い出しがとても大変でした。本当に助かっています。夏はアイスを出すと子どもたちが喜ぶ。子どもたちには同じ種類のものを与えないと、けんかになってしまいます。しかし、同じものを700本も置いているお店はなく、困っていました。エフコープさんからの配達になり、子どもたちに同じ種類のものを食べさせてあげられるようになって感謝です」
- ・「おやつの内容は、学童ニュースで保護者にもお伝えしています。今まで出したことがなかった



写真2

アレルギー対応おやつ(たまご・牛乳不使用)

果樹園そだち 298円



干しぶどう・砂糖・パパイア・マンゴー・パイナップル・クランベリー・植物油・酸味料(クエン酸)

フィッシュ&ナッツ 260円



いわし・アーモンド・落花生・砂糖・植物油・食塩・ごま・水あめ・トレハロース・ビタミンD₃

たべっ子BABY 158円



小麦粉(国産100%) 砂糖・ショートリング・オリゴ糖・DHA含む有魚油粉末・食塩・膨張剤・炭酸Ca

たべっ子どうぶつ 118円



小麦粉(国産20%) 砂糖・植物油・全脂粉乳・マーガリン(大豆を含む) カカオマス・白ゴマ・ショートリング・ココアパウダー・食塩・バター・コラーゲン・イースト・膨張剤・炭酸Ca・乳化剤・着色料(カロチン)・香料

こどもクッキー 124円



小麦粉・ショートニング(パーム油)・砂糖・ぶどう糖加糖液糖・水あめ・食塩・炭酸Ca・膨張剤(炭酸水素アンモニウム等) 香料

たまごを使っていないポーロ 155円



ばれいしょでん粉(遺伝子組み換えでない) 糖類(砂糖、麦芽糖)小麦粉・ファッツブレット・はちみつ・水あめ。米粉・焼成カルシウム・膨張剤(炭酸水素アンモニウム)

『いきなり団子』や『デラウェア』などが登場し、保護者からも歓心の声をいただいている、私たちもうれしいです」

行政から……

- ・「エフコープさんは、おやつを配達してくださるだけでなく、いつも意見や要望を真剣に聞いてくださるので信頼しています」
- ・「エフコープさんからご提案いただく『おやつメニュー』を見ると、子どもたちのことをよく考えていただいていることがわかります。今までは、おやつに対する保護者からのお叱りが時折あったのが、エフコープさんが入られてからまったくなくなりました」
- ・「おやつの納入だけでなく、夏休み中のレクリエーションにまでご協力いただき、ありがとうございます。指導員から『助かっている』『よかった』という声がたくさん上がってきたり、保護者からもお礼の電話をいただいたりしていて、エフコープさんのおかげで役所として何よりです」

組合員さんから……

- ・「私たちの商品が、学童で喜ばれていると聞いて、生協がとても誇らしく思います」（組合員活動にかかわっている組合員さんより）。

職員から……

- ・「お店に、学童の先生が買い物に来られ、『いつも、おやつ、ありがとうございます』とお礼を言われ、大変だけど私たちがお役に立っているのが実感できうれしいです」
- ・「学童でおやつに喜んでいる子どもたちの写真を見せてもらいました。かわいらしい写真でとてもうれしくなりました」
- ・「配達に行くと、子どもたちが「今日のおやつなに?」「バナナ、バナナ、わ〜い!! バナナ」と足にまとわりついてきます。とても喜ばれる配達で、毎回楽しみです」（写真3）

これらの“確信”と“元気”の源となる「コト」情報は、明日への力になります。そして、何より購買事業（無店舗・店舗）においては、日々の仲間づくり活動や利用の取り組み、主力・重点商品や試食の取り組みの中にも同様の「コト」情報がたくさん



写真 3

あると思います。それを増やし・つなぎあう……その結果としての事業業績が予算に近づき予算を超える状況を創りたいと思います。

今では、5行政区、43学童保育のおやつ配達だけで年間3,500万円の利用が見込めるほどになりました。また、夏休みなどの学休時には朝～夕方までの終日保育となり、お子さんが退屈しないような保育プログラムを考えるのに困っているという「コト」があることが分かりました。これに対して、組合員活動にかかわっている組合員さんや区域本部スタッフが各学童保育所を訪問し、「牛乳パック工作教室」や「木のねんど“もくねんさん”工作教室」、「食品の簡易実験教室（ジュースの糖度ほか）」などの出前講座（資料3）の企画・対応で寄り添いが深まっています（09年の夏休みには計13学童保育所より要請がありました）。

資料3

C&C REPORT

No. 3340

COOPERATIVE AND COMMUNICATION REPORT



2009年8月14日(金)号 発行/エフコープ広報部

喜んでもらえること～地域への貢献～

学童保育への出前講座

楽しい思い出 ありがとうございます

学童保育(以下学童)とは、小学校の授業終了後に指導員のもとで宿題をしたり遊んだりして、仕事を終えた保護者が帰宅するまでの時間を過ごす場所のこと。エフコープは、各地域の学童へおやつ配達などを行っています。夏休みの間も開設されており、「長い休みの間、子どもたちが楽しく過ごすために何をしようか」と指導員のみなさんが頭を悩ませているそうです。このような声を受けて、組合員理事や区域委員会、組合員活動担当が協力し、さまざまな企画を提案・実施しています。

西南部
区域

もくねんさん*工作教室

柳川市東宮永小学校学童/児童26名参加

昨年初めて行った「牛乳パック工作」が子どもたちに好評だったこともあり、「もくねんさん工作教室」の開催につながりました。作る前は、「難しいのでは…」と指導員の方は心配顔。しかし始めてみると、子どもたちはペンダントや小物、クワガタ、恐竜などを思い思いに作り、楽しい時間を過ごしました。
※おがくずを再利用して原料にした粘土を使った工作教室



西南部
区域

牛乳パック工作(ポット作り)

筑後市羽犬塚小学校学童/児童71名参加

児童数の多い学室ですが、指導員の方に工作の事前準備をしっかりとっていただいたこともあり、スムーズに取り掛かることができました。自分の工作材料を前にした子どもたちからは、楽しみにしている様子が伝わってきました。今回作ったポットは、翌日のプールの時間にプールに浮かべて遊ぶとのことでした。



北部
区域

夏休み映面上映会

北九州市内8カ所19学童/児童958名参加

北九州市学童保育連絡協議会と九州共同映画社による学童の子どもたちを対象とした映面上映会で、ユニセフのパネルと被爆体験証言集を展示しました。また、サンレーグランドホテル会場については、八幡西支所と若松支所でチラシを配布して一般参加者を募り、学童の子どもたちと合わせて約100名が参加しました。



西南部区域では、夏休みに上記の2会場を含め、13の学童や学校で工作教室や糖度実験教室を開催。これらの活動は、指導員の先生方にも大変喜ばれています。エフコープの取り組みが、子どもたちの夏の思い出づくりのひとつになればうれしいですね。

7月29日の清見市民センター会場には2つの学童の児童97人と引率者9人が参加。上映会終了後、説明を聞きながらユニセフパネルを見つめる子どもたちの姿が印象的でした。

「心ある仕事の大切さ」 生活者視点に立つということ

地域や生活者視点に立ったこの仕事の組み立てが、現場スタッフの議論の中から生まれたことに、あらためて感心させられます。生活者の視点に立つということは、日常の生活の中で喜ばれる仕事をするということです。生活者のことを知り、暮らしに思いをめぐらせ、どうしたら喜ばれるかを考え、行動に移していく。どんな業務においても生活者（組合員）に喜ばれる仕事ができたと、今とは違う世界が生まれるのではないのでしょうか。

仲間づくり活動や商品のおすすめ活動、店舗における主力・重点商品のプロモーション……等々、相手に喜ばれるために何をすべきか、自分に何ができるのかを考える。そのことを、常に意識する「心ある仕事の大切さ」を教えられます。

「心ある仕事」から生まれる「心ある関係」

人に喜ばれる取り組みの種、それは、皆さんの現場にもたくさん落ちているのではないのでしょうか。大牟田支所地区担当の松尾まきさんのカイゼン事例に、次のようなものがありました。

「『カタログの量が多くて見にくい』といった声を聞き、『えふ（食品カタログ）』と『ぱれっと（非食品カタログ）』『その他チラシ』それぞれを、本になるようにホッチキス留めして渡すようにしました。すると、組合員さんから『見やすくなった』という声をいただいただけでなく、企画外エラーがほとんどなくなり、少しですが以前より注文も多くなりました」

「心ある仕事」とは、このようなことなのではないのでしょうか。「人に喜ばれたい」「人の役に立ちたい」という思いから生まれた行動は、必ず相手に伝わります。そうやって、人に喜ばれることに、喜びを見つけていく。こういった「心ある関係」が広がっていけば、今の厳しい状況も、きっと乗り越えられると思うのです。

人に喜ばれることに喜びを見いだそう

人に喜ばれることは、必ず自分への喜びとなって返ってきます。その喜びこそが生協で働くスタッフの一番の醍醐味です。エフコープの全スタッフにその喜びを感じ取ってほしいと思います。

経営的に厳しい状況に立たされる中、現場第一線のスタッフには結果が求められることが多いと思います。だからといって結果ばかりにとらわれていると、私たちの仕事の本質を見失いかねません。

「組合員に喜ばれるために、何をすべきか」ということを常に行動の真ん中に置いて、組合員や地域の方たちと一緒に「心ある関係」を広げていきたいと思います。

購買事業中心で成り立つ 「経営構造の確立」に向けて

「既存の体制・事業インフラを活用し、購買事業中心で成り立つ経営構造改革（店舗出荷型の新購買事業の模索）を行なう」という方針に沿ったこの取り組みには、新しい事業モデルの一つとして期待しています。

また、購買事業における商品供給の場面において、本当に買い手の立場を考えた企画・調達・品揃えになっているか、その大切さを教えられます。それは、カタログやチラシ、お店の棚にも自然に表れなければならないと思います。

一方通行ではない問い掛け（傾聴）と、相手の思いに寄り添う「コト」情報・共感ある対応をカタログやチラシ、お店の棚などで展開していく積み重ねが重要であると思います。商品事業機能を統合・委託している事業連合とも真剣に考え、その実現度合いが高まれば、おのずから事業高・1人当たり利用高は伸び、結果として経営効率も高まると考えています。

区域本部制を通して、生協の地域化を模索

経済合理主義や市場経済主義、新自由主義の高まりによってつい起こった世界同時不況を見るにつけ、利益や効率を追求するあまり、人間的側面が相対的に縮小されたことは大きな問題だと思います。人と人とのつながりを大事にする本来の生協のあり方について、理念に基づく自己変革、自己否定が迫られていると痛感します。

組合員同士の共助、共益を超えて生活者の公益を考える時代、生協の考え方を地域全体に広げ、多くの人との連携を深め、生協を地域化していくという考え方を実行していくことの大切さを教えられます。この春、11年ぶりに新店を出します。出店によって地域の生活者に組合員になってもらう……地域を生協化するのではなく、店舗を通じて地域における一人ひとりの生活者の悩みに寄り添う「心ある関係」を地域に広める……つまり、生協を地域化していく発想で臨みたいと思います。

先達たちのつくったエフコープの基本理念「ともに生き、ともにつくる、くらしと地域」には、地域に暮らすすべての人々に共通した「安心した生活を送る」という根底的な願いを、商品供給の立場

から応援していくことが中心にあります。さらに現在では、組合員が求めているのは商品だけでなく、環境問題や平和問題など、人の役に立ちたいというさまざまな自己実現の場でもあると思います。そんな、地域の場合づくりにかかわれるように、区域本部制・区域別組合員活動担当配置^{※1}にこだわりながら、大切にしていきたいと思えます。

「相対的な価値」ではなく 「絶対的な価値」を生み出す組織へ

「理念で飯が食えるのか？ 生協といえども、市場原理・資本主義社会の中で競争に打ち勝たなければ存続すら危ぶまれる」……ということをよく耳にします。しかし、市場や競争について、さまざまな客観的データ、マーケティング分析から導かれる競争戦略では、本質的には独自性は生み出されないと思えます。なぜなら論理分析的戦略の前提となる客観データは、どの企業においてもあまり変わりはないため、戦略レベルでは企業ごとの差はつかなくなり、結局価格競争に陥るのではないのでしょうか。つまり、「競争に勝つ」という競争相手と比べて優位な相対価値を追求しても、優位性を出すことはできないということです。

理念・哲学に基づく未来創造戦略は、競争相手との比較優位に基づく相対価値ではなく、自分たちの価値観、自ら信じる善いことに基づいた絶対的な価値を追求するという組織のありようそのものを独自の力とする発想です。そこにあるのは、その人が主体的に感じる感覚的なもの、論理を超えた主観の力があるため、人の心を動かし、共感を生み、信頼を得て、それが絶対な差を生み出すのではないのでしょうか。「自分は どうしたいのか」「何のために存在しているのか」を問い続け、理念・哲学に従って自らの主観的な思いを柱にして、その思いを「コト」として見える化し、他者の心を動かし、共感・信頼を得ていくことを大切にする組織を目指したいと思えます。

※1 事業本部制による事業の縦割りに、4つの区域本部を横串にして、地域別の事業・組合員活動をマネジメントする試み。個々に本部長を置き、事業所長経験者の区域別組合員活動担当も配置しています。本部配賦コストもかかるのですが、地域・暮らし発の「コト」にこだわる組織体制です（梶浦）。

コープみやざきが考え、 実践していることの中から問う！ 生協としての方針、考え方について

職員全体で組合員の声を「聴いて」「生かし」「返す」活動に努め、強固な信頼関係を築いてきたコープみやざき。その信頼関係をもとに、組合員のふだんのくらしに応え、発展可能な店舗事業の構築や、地域に根ざした共同購入事業をつくり上げている。今回、その実践の中から問う、生協としての方針や考え方について、理事長の亀田高秀氏にご寄稿いただいた。

ときには、「方針や考え方」そのものを見直すことも必要ではないか？

寄稿文のテーマとしていただいたものは、大変大きく重いものだが、まず小さなテーマ「レジ袋」について。レジ袋の削減については、環境問題を考えるきっかけになればとの思いで、コープみやざきでは十数年前から「マイバッグ・マイバスケット運動」に取り組んできた。ただし、環境問題やゴミ問題が語られる中で、レジ袋が諸悪の根源のように語られることには違和感を覚える。

私は、8年前から朝の散歩を兼ねて一時間ほど道路のゴミ拾いをしている。その中でレジ袋がゴミとして捨てられているのは、コンビニの小さな袋を除けば極めて少ない。レジ袋は各家庭でゴミ袋等に有効活用されており、レジ袋がなくなれば代わりにゴミ入れ用などの袋が買われ、ビニール袋の総量が大きく減ることはないと思う。宮崎市のアンケートでも「持ち帰ったレジ袋を捨てている人は2%」という結果が出ている。

このたび、宮崎県でも行政が主体となって「レジ袋の有料化」の提案がされ、今年の6月からスタートしたいとの方向が出された。理事会で対応を協議し、上記、総量削減の有効性への疑問と、「環境問題は一人ひとりの意識の持ち方が大事であり、できるだけ強制でなく自分の意思で、くらし全体の中で考え実践していけるのがい



コープみやざき 理事長
かめ だ た か ひ で
亀田高秀氏

いのではないか」との結論を得て、6月からの実施には加わらないことにした。

県行政のすすめることや、世の中の大きな流れ（効果は別にして）に異を唱えるのは少し勇気がいる。やがてマスコミで問題にされるし、組合員さんからも意見が寄せられると思う。それにはキチンと意見交換をしたいと思うが、疑問に思っても「なんとなく世の中の流れだから」「他の生協もやっているから」と対応するのは、コープみやぎきの歴史からみてもまずいと考えた。

今回の特集タイトルは「今あらためて問う！ 生協の価値・理念・意義とは？」となっている。現在、生協はいろんな意味で厳しい局面にある。なかなかうまくすすまない時に、「方針や考え方は正しかったが、やり方や、やる人がよくない、徹底度が足りない」との見方がある。それが当たっていることも多い。でも、たまには方針や考え方そのものを見直すことも必要かもしれない。今回、寄稿の依頼をいただいたので、コープみやぎきが考え、実践している中で、他の生協の方から疑問や反論のありそうなものを選んで記述してみたい。

「生協のあり方」を考える上で大事な言葉 「組織する」と「加入する」について

県内の総世帯の内、何世帯が生協に加入しているかを表すのに、「組織率」と「加入率」という呼び方がある。私たちもずっと以前は「組織率」と言っていたが「加入率」に変更した。それはある時、「組合員さんは『自分は生協に組織された』と思うだろうか」という話になったことがきっかけだった。確かに生協からさまざまな働きかけはするが、一人ひとりが自分のくらしに役立つかどうかを自分自身で判断し、自分の意思で「加入」するのである。この時の議論を通じて気付いた「組織率」か「加入率」ということは、単にどちらの立場から見るとかというだけでなく、生協のあり方を考える上で大事な言葉のようである。

「組織する」という言葉は、人間を丸ごと取り込んでしまったと錯覚させる。「リーダー」にとっては魅惑的なものである。政治でも何でも過半数を組織すると主導権を握り、その組織をほぼ自由に動かせる。私も「県民の過半数を組織する」という言葉にワクワクした頃もあった。一人の人間を丸ごと生協に取り込んだと見れば、組合員さんのあらゆる要求に応えねばと考えるのも分かる。私たちは、「組合員さんが生活していく上では、国・自治会、PTA、子ども会、サークルなどのさまざまなかかわりがあり、生協もその中の

ひとつでしかない」と考えた。つまり、一人の人間が自分の生活に必要な機能を求めて生協に加入しているということ。その求められている機能・役割は、「組合員さんの生活に必要な商品の購買に応えること」と整理した。買う側の視点に立って、求められる商品の一つひとつ丁寧に品揃えし、開発し続けることである。これはマスコミに派手に取り上げられたりすることのない、極めて地味な仕事である。

ここのとらえかたを間違えると、生協の社会的責任や地域への貢献の名のもとに、世の中のあらゆる問題について生協として論評したり、かかわらなければならないというような錯覚に陥る。思いの純粹さは否定するものではないが、生協は国や自治体ではないし財源も知れている。「生協だからこそ」「生協たるもの」などという意味のよくわからない声にのって、必要以上の責任感や実力以上の義務感を発揮するのはいかがかと思う。

よく、「地域に開かれた」とか、「地域における生協の役割」などと語られる。しかし、組合員さんは地域に住んでいて、多くの人が生協に加入している。コープみやざきの場合、加入率は49%である。この人たちが心から満足できる商品の提供や組織運営を行なうことは地域社会への大きな貢献である。組合員さんが地域社会でさまざまな組織や活動にかかわるとき、「生協のようにやればいいのか」「生協のようにやろうよ」と言ってもらえるような組織になりたいと考えている。

今や福祉的役割も担う「共同購入事業」 供給を追い求め、その寿命を縮めてはならない

くらしの中で共同購入という業態を受け入れる人はどのくらいいるか、いわゆる市場規模の評価は大事である。全国統計で各生協の共同購入登録率が公表されているが、「共同購入登録」の定義が定まっていないので不正確なものになっている。現在利用している人と定義して基準を合わせると、ならコープの到達した20%が一番高い共同購入登録率と思われる（コープみやざきは18.2%）。日本の中で生協以外に共同購入業態で成功している企業はほとんどないので、他の企業で利用している人を生協が取り込んで拡大していくことはできない。共同購入は必要とする人には素晴らしく便利な業態であるが、見方によっては、配達注文してから一週間後で、商品を事前に目で確かめられないなど、極めて利用しづらい不便な業態でもある。

戸配（個配）は、共同購入の停滞を打破する新たなビジネスモデ

ルといわれてきたが、冷静に見れば今までの共同購入の基本的な仕組みを越えるものは何もない。受け取る組合員さんが数人ではなく、一戸（1人）というだけである。確かに戸配は共同購入への加入のしやすさを少し広げることはできたが、グループ配達に比べてコストが掛かり損益構造は悪くなる。

組合員さん自身のライフサイクルの中で必要な時（子育てで買い物に行きづらい、働いていて買い物に行く時間がない、車に乗れない、高齢で買い物が大変…）に共同購入を利用し、必要がなくなれば停止する。「供給が減って困る」などと、こちらの都合で無理に引き留めずに、気持ちよくやめてもらい、必要になった時にタイムリーに気持ちよく再開してもらうことが大事だと思う。

「共同購入がないと生きていけない」という声をよく聞く。小さな店舗が無くなってきていて、高齢者の単身世帯、二世帯が増える中で買い物が困難になってきている。自治体の福祉政策の中に位置づけてもらってもおかしくないような役割を担っている。今や共同購入という業態は、うまくいかないのをやめるということはできない。よって、経営として成り立つ事業として継続していくことが大命題となる。供給増を無理やり追い求めての人の投下や、システムなどの投資で共同購入事業の寿命を短くしてはならない。サービスの拡大は、費用対効果を常に頭に置き、「これで事業として成り立っていくか？」を常に検証しながら進めていく必要がある。

試行錯誤の中で創り出した “生協らしく運営する店舗” そこに「店舗事業」発展の可能性を見いだす

店舗という業態には長い歴史があり、世の中の大部分の人は店舗を通じて必要な商品を手に入れている（全国の共同購入事業の食品小売シェアは4%弱）。簡単なことではないが、他の企業より優れた店舗をつくることができるならば、いくらでも成長していく可能性はある。競争は極めて厳しいが、フィールドはとても広い。この主戦場で組合員さんのふだんのくらしに答えられる事業を生協らしく成り立たせることが求められている。

この10年間、生協らしく運営できる店舗とはどんなものを求めて試行錯誤を続けてきた。「組合員さん一人ひとりの要望を丁寧に聴いて応えていくこと」や「働く職員の力を信じ、その能力が生かせるような運営」「セールチラシの廃止と『ハロー！コープ』（店舗版の機関紙）の改善」「店舗の場で組合員さん同士のくらしの情報交流ができるようにしていくこと」、また、組合員さんとの距離を

縮めた「職員の自己開示」^{※1}などをすすめてきた。いずれも世の中にモデルがない中、みんなで知恵を出し、実践で検証する中で生活協同組合の運営するお店の形が少し見えてきた。店舗事業の発展の可能性を見つけ出し、手ごたえも感じている。

店舗事業における「知識」「技術」「態度」でいえば、「態度」については一定のものをつくってきたが、この間の経済情勢や競合の厳しさの中での実績をみると「知識」「技術」については、まだまだ努力が必要であり、世の中の優れた小売業に素直に学ばねばならない。私たちが学ぶべきは、ローカルの優れたスーパーマーケットだと思う。全国チェーンで優れたスーパーマーケットが誕生していないのにはそれなりの必然性があるのだろう。生協の店舗事業を前進させる上で、日本生協連、事業連合、会員生協それぞれが果たす役割・責任の整理は要るように思う。

販売者思考の「産直表示」をやめ、 買う側からの視点で「商品の切り口」を整理

コープみやぎきでは、15年前に産直の表示をやめることにした。産直を始めた頃は中間業者を通さずに新鮮なものを産地から直接仕入れることを目指し、交流もあり、のどかで素朴なものであった。しかし、産直商品が広がる中で定義と実態がだんだんあいまいになっていった。ついには国際産直という言葉まで出てきた。そして、商品そのものの中身より、カタログに載った時に、絵になり売り込みやすくなることを求めてきたように思えてきた。一言で言うと産直は、素朴な思いで始めたが、知らず知らずのうちに私たち（というより当時商品部長の私）が「売る」発想に入り込んでしまったということに気づいた。小さな違いを大きく見せて売ろうとしていた。

「どこどこ産地の誰だれさんが作った」と細かく限定していくと、それだけで「何かすごい商品」と思い、宣伝をしていた。産地や生産者は自分たちの商品が売れないと困るので何らかの差別化をアピールするのは理解できるが、どうも組合員さんの視点で“買う側”に立つべき私たちまで産地や生産者と同じような思考に陥り、その視点が薄れてしまい、「売る」発想に迷い込んだ。

この時に、買う側からの商品の切り口として、「商品の開発改善、および品揃えの6つの切り口」を整理した。「より おいしく」「より やすく」「より 使い勝手がよく」「より 安全に」「より 環境に配慮して」「より 健康に役立つように」である。産地の意味がないということではなく、「より おいしく」「より 安全に」なるように、“どこどこ産でこのように栽培した” というように6つの切り口で

※1 取り組みの詳細については、本誌NO.248(09.7月)号「特集」参照。

整理することにした。組合員さんのくらしにとって求められている商品の切り口をはっきりさせ、その商品を作ることのできる（持っている）産地やメーカーを見つけることが生協の役割と定義した。

当時（今も？）生協陣営全体が、産直を強化しようとしている中で、産直の表示をやめることは結構勇気のいることだった。

成果主義的な「人事評価制度」を取り入れて、職員や組織が元気になった事例を知らない

人事評価制度については、世の中のブームになったとき少し検討したが、取り入れないことにした。人を切り刻んで点数化して評価することの難しさや、「人事評価制度を取り入れて職員や組織が元気になったという事例を知らない」「切り刻む西洋医学に対してトータルに診る東洋医学のようなものがないのではないか」などの議論があった。

そして何より、コープみやぎの基本方針と相いれないものと判断した。基本方針には「成功や失敗をオープンにして学びあい組織全体の財産にしていく」とある。相対評価になれば、自分の成功の秘訣をみんなに知らせたり、みんなが同じ轍を踏まないように自分の失敗の本質を明らかにすることはとてもできない。

人事評価制度が採用され始めて、かなりの年月がたつが、今でも運用の難しさや、かえってモチベーションが下がったなどの声を聞くことが多い。個人で完結し個人に還元できる仕事などなく、多くの人と協同して仕事は成り立つ。個人の人事考課に直結する人事評価制度ではなく、生活協同組合の思想にマッチした人事評価制度の開発が急がれるように思う。

「長期未納金」への取り組みを通して地域社会のセーフティネットの役割も果たす

私どもコープみやぎが全国に誇れるものがある。2009年末の長期未納者（4カ月以上未納）がたった1人、今年度の新たな長期未納者の発生ゼロという驚異的な実績である。もし全国の調査があるとすれば、料金後払いの業態として、生協だけでなく全国のすべての企業の中でも一番ではないかと思っている。

1999年には長期未納金が407人で1,199万円あり、理事会で非常勤理事から「未納者が放置されているようで不安です」との指摘を受け、共同購入事業本部の1人の職員の強い決意と、本気の実践から長期未納金解消の取り組みが始まった。そして、「毎週ルールを守って入金されている組合員さんの思いを大切に、より気持ち

よくご利用いただくために長期未納金ゼロをめざします」のスローガンの下、組織一体で取り組んできた。意識的にお金を払わない人たちは裏でつながっていることが多いが、この世界にも「生協は不正を許さない、生協からは逃れられない」との認識が広がってきている。

また、サラ金に追い込まれている人には弁護士などを紹介したり、生活困窮者には社会的扶助の紹介などもしている。この未納金の取り組みは地域社会に貢献していると思う。

「生協の思想を堅持しながら、環境変化にも柔軟に即応できる、すごい組織」を目指す

私の尊敬する鍵山秀三郎^{かぎやまひでさぶろう}※2さんから聞いた言葉に、「真の幸せとは、他人の幸福を奪うことなく、自分自身の幸福を追求することである」というのがある。その意味するところとして、「幸せとは、自分の周りを幸せな人たちが取り巻いている状態です。ですから、自分が幸せになるためには、自分の周りの人たちを幸せにすることです」と続けている。

不景気が続く中で、世の中が、簡単に社員をリストラしたり、評価制度で社員同士の関係がギスギスしたり、お取引先との関係も殺伐としたものがすすんできている。そういう世の中だからこそ、誰かや何かを犠牲にしたり、ささくれ立った気持ちで利益を追うのではなく、穏やかな気持ちで事業を進め、その中で「組合員さんも職員もお取引先も満足が得られるすごい組織」「生協の思想を堅持しながら、環境変化にも柔軟に即応できるすごい組織」をコープみやぎきは目指したいと思う。

※2 (株)イエローハット創業者。「日本を美しくする会」相談役。創業以来続けてきた掃除に多くの人が共鳴し、近年は氏の提唱する掃除運動が国の内外に広がっている。著書に『小さな実践の一步から』『日々これ掃除』『掃除に学んだ人生の法則』（ともに、致知出版社）などがある。

□□□■第Ⅳ部■□□□

【研究会について】

研究会について

<研究会の位置づけと役割>

- ・日本生協連芳賀専務理事の私的研究会として2009年9月に設置。
- ・超高齢化社会の到来と介護問題の深刻化、社会的セーフティネットの危機的状況が進行する中、「誰もが安心して暮らすことができる地域」の実現に向け、地域福祉の課題整理とその中で生協が果たすべき役割発揮のあり方について「研究会報告」を2010年上半期中にとりまとめることとした。

<構成メンバー> 敬称略 -50音順-

役 割	氏 名	組 織 名 ・ 役 職
委 員	伊藤 由理子	生活クラブ生協・東京 常務理事
委 員	池田 徹	社会福祉法人 生活クラブ 理事長
委 員	上野谷加代子	同志社大学 社会学部 教授
委 員	加瀬 裕子	早稲田大学 人間科学部 教授
委 員	齋藤 昭子	みやぎ生協 理事長
委員長	高田 公喜	生協ひろしま 常勤理事
委 員	藤川 武夫	福井県民生協 理事長
委 員	村城 正	社会福祉法人 協同福祉会 理事長
委 員	矢野 香栄	パルシステム東京 常務理事
委 員	山添 令子	コープこうべ 常勤理事
	芳賀 唯史	日本生協連 専務理事

事務局	山内 明子	日本生協連 執行役員 組織推進本部 本部長
	山際 淳	日本生協連 組織推進本部 福祉事業推進部 部長
	河村 昌明	日本生協連 医療部会
	山内 寛	日本生協連 組織推進本部 組合員活動部 部長
	尾崎 靖宏	日本生協連 組織推進本部 福祉事業推進部
	佐藤 博	日本生協連 組織推進本部 福祉事業推進部

<開催内容>

	日 程	内 容
第1回 研究会	09年9月8日 (東京)	<p><u>「Ⅰ. 現状把握と研究会の課題の明確化」論議</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習会実施（「これからの地域福祉のあり方に関する研究会報告」厚生労働省社会・援護局地域福祉課 課長補佐 山本亨氏） ・研究会論議の進め方について協議&確認
第2回 研究会	09年11月 27～28日 (福井)	<p><u>「Ⅱ. 地域における生協の果たすべき役割」論議～①</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・福井県民生協視察 ・「今後の地域福祉（地域コミュニティ）のあり方と生協が果たすべき役割」論議にあたっての課題提起・検討
第3回 研究会	10年1月30日 (東京)	<p><u>「Ⅱ. 地域における生協の果たすべき役割」論議～②</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習会（ゲストスピーカー：日本NPOセンター理事・事務局長 田尻佳史氏） ・委員生協及び先進事例内容共有化 ・「今後の地域福祉（地域コミュニティ）のあり方と生協が果たすべき役割」についての論議
シンポ ジウム	10年2月13日 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ・記念講演 社会保険診療報酬支払基金理事長 中村秀一氏 ・先進事例報告 伊賀市社会福祉協議会 理事・事務局長 平井俊圭氏 ・研究会メンバーによるシンポジウム ～これからの地域福祉のあり方と生協のはたすべき役割 ◇コーディネーター 同志社大学社会学部社会福祉学科教授 上野谷加代子氏 ◇シンポジスト 早稲田大学人間科学部健康福祉学科教授 加瀬裕子氏 伊賀市社会福祉協議会 理事・事務局長 平井俊圭氏 生協ひろしま常勤理事 高田公喜氏（研究会委員長）
第4回 研究会	10年4月23日 (東京)	<p><u>「Ⅲ. 地域福祉推進のための条件と展開実例」論議～③</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・委員生協及び先進事例内容共有化 ・研究会報告骨子論議
第5回 研究会	10年7月1日 (東京)	<p><u>研究会報告内容確認</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・報告書「誰もが安心して暮らせる地域づくり～新たな一歩をふみだすために～」最終確認 ・地域福祉交流会（仮称）開催内容検討

地域福祉研究会「報告書」

誰もが安心して暮らせる地域づくり

～新たな一歩をふみだすために～

2010年9月

日本生活協同組合連合会

地域福祉研究会（担当：組織推進本部 福祉事業推進部）

頒価 500円（税別・送料別）

〒150-8913 東京都渋谷区渋谷3-29-8 コーププラザ

TEL:03-5778-8107 FAX:03-5778-8108



地域福祉研究会 報告書

**誰もが安心して暮らせる
地域づくり**

～新たな一歩をふみ出すために～

頒価 500円(税別・送料別)