

## 日本の生活クラブ生協は、持続可能な消費を通じて大量消費に異議を申し立てる

by Nithin Coca、2019年1月9日、シェアラブル掲載

Japan's Seikatsu Club Cooperative challenges consumerism through sustainable consumption

<https://www.shareable.net/blog/japan%E2%80%99s-seikatsu-club-cooperative-challenges-consumerism-through-sustainable-consumption>

過去に報じたように、日本には大規模な協同組合セクターがあります。同セクターを代表する団体である日本協同組合連携機構(JCA)によれば、国内で6,500万人以上の人々が協同組合の組合員です。労働者が運営する協同組合には多くの注目が集まっていますが、生活クラブ事業連合生活協同組合連合会は、消費者によって運営されている協同組合で大成功を収めた一例です。1965年の設立以来、生活クラブは、不安定な経済状況の中でさえ、多大な成長を遂げました。この団体が発表しているデータによると、活動のエリアが広範囲に及ぶことがわかります。日本の47都道府県のうち21県で32(訳注:2018年12月現在33)の会員単協が活動し、34万人(訳注:2018年12月現在40万人)の組合員がいます。

生活クラブのもう一つのユニークな点は、その組合員が主に女性であるということで、この団体によると、およそ90%が女性です。「生活クラブは女性の組織として結成されました」と生活クラブ連合会常務理事の伊藤由理子さんは言います。「いまでも女性が主体であり、女性の議論と行動にもとづいて成長してきました」それと同時に伊藤さんは、生活クラブは女性だけに組合員になるよう呼び掛けているわけではなく、誰にでも開かれていると強調しました。

女性の権利獲得に重点を置くことから始まりましたが、生活クラブは長年にわたり、環境問題にも取り組んできました。生活クラブは、日本の戦後の経済成長のなかで形成されました。大量消費が蔓延し、公害や食の安全への懸念、環境の悪化が、急速な成長によって生じていました。今日、日本の経済急成長は終わりましたが、国は同様な課題に直面し続けています。

伊藤さんによると、生活クラブは、組合員の要求やニーズを追跡することによって無駄を最小限に抑える注文システムを使用し、オーガニックで地元産のものを供給することに尽力しています。生活クラブはまた、消費者と生産者を直接結びつけます。これが、生活クラブのモデルの鍵です。「生活クラブの初期の段階から、組合員である消費者と生産者は互いに直接話し合い、互いのニーズを理解しながら材を生産してきました」と、伊藤さんは言います。2016年だけで、生活クラブは20万人以上の組合員を動員し、全国の生産者の監査、情報交換、およびコラボレーションを行ないました。環境問題に取り組むために、この協同組合は、風力と太陽光を利用するための㈱生活クラブエナジーも立ち上げました。

生活クラブは、このほかいくつかのプロジェクトを始めました。「私たちの組合員の活動は、食料問題だけではなく、子育て支援、介護、エネルギーなど、地域社会のニーズを満たす他の機能へと広がっています」と伊藤さんは言います。日本の総人口が減少している一方で、生活クラブの組合員は増えています。生活クラブは、2015年以来、FEC自給ネットワークを作ることによって、新たに54,000人の組合員が加入したと報告しています。このネットワークをとおして、生活クラブのそれぞれの会員単協は、生活クラブが日本の未来のために最も重要と考える食・エネルギー・ケアの3つの分野での自給を目指します。

「FEC自給ネットワークの構築を促進することによって、私たちは支配的な市場原理とは異なる価値観で運営される社会を創造しようとしています」と伊藤さんは言います。「言い換えれば、私たちは、連帯、参加、そして人々の共存を大切に、すべての人の尊厳と生存を守る社会を創造することを目指しています。」