

# 分析レポート

## 生協、生産者、組合員の生協産直の捉え方

—第9回全国生協産直調査（2014年実施）を振り返りながら—

研究員 宮崎達郎

### 【概要】

2018年に日本生協連による第10回全国生協産直調査が実施されることに先立ち、今回のレポートでは2014年に実施された第9回調査の結果から当時の生協産直の到達点や課題を振り返る。第9回調査では、会員生協だけではなく、産直産地団体、組合員の3者に対して調査が実施され、生産者や消費者の立場から生協産直を評価できるようになった。第9回調査では以下のような点が指摘されている。

- 1) 生協の産直では、その定義の上では、①生産物の生産・流通の過程を明らかにすること、②組合員と生産者の交流を促進することの2点を主眼においている生協が多い。
- 2) 産直定義や販売計画などについて、多くの生協では生産者と共有できているが、一部の生協では共有できていない実態がある。
- 3) 組合員は産地の情報や産地との交流以上に、低価格化や安全性、新鮮さなど、産直商品の商品としての特徴に期待を持っている。

### 1. 全国生協産直調査の概要

全国生協産直調査は下記の3点を目的として、4年に1度の頻度で実施されている調査である。

- (1) 生協産直の到達点と課題を提起し、生協事業に貢献する
- (2) 生協産直が果たしている役割を生協内外へ発信する情報・データをまとめる
- (3) 国の「食料・農業・農村基本計画」に生協の提言を行うための情報・データを収集する

2014年に実施された第9回調査より、図表1にあるように調査対象に産直産地団体、組合員が加わりより多角的な視点で生協の産直事業を評価できるようになった。次頁より、第9回調査のデータから2014年当時の生協産直の到達点と課題を振り返る。

図表1 全国生協産直調査の構成

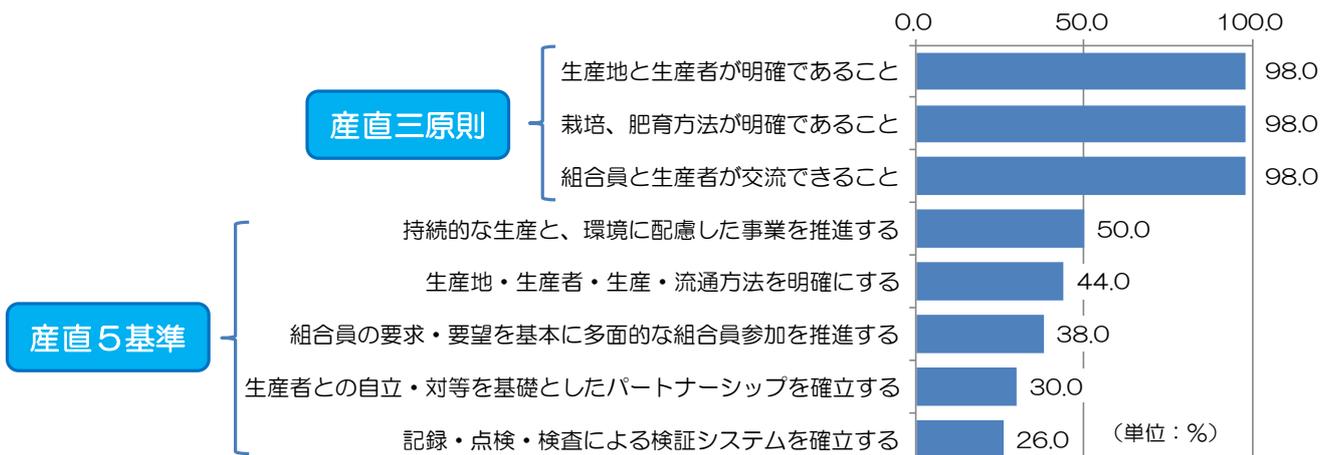
調査名	対象
会員生協調査	日本生協連の会員地域生協のうち、①2013年度事業高上位60位までの生協、②各都道府県で最も規模の大きい生協、①②のいずれかの条件に当てはまる生協。
産直産地団体調査	産直事業委員会を構成する11生協および日本生協連から推薦のあった産直産地団体。野菜・果物の産地で、かつ取引金額が大きい(取引先の中で上位10位内)産地から推薦。
組合員調査	eフレンズに登録された組合員モニター。

## 2. 会員生協における産直の定義とは

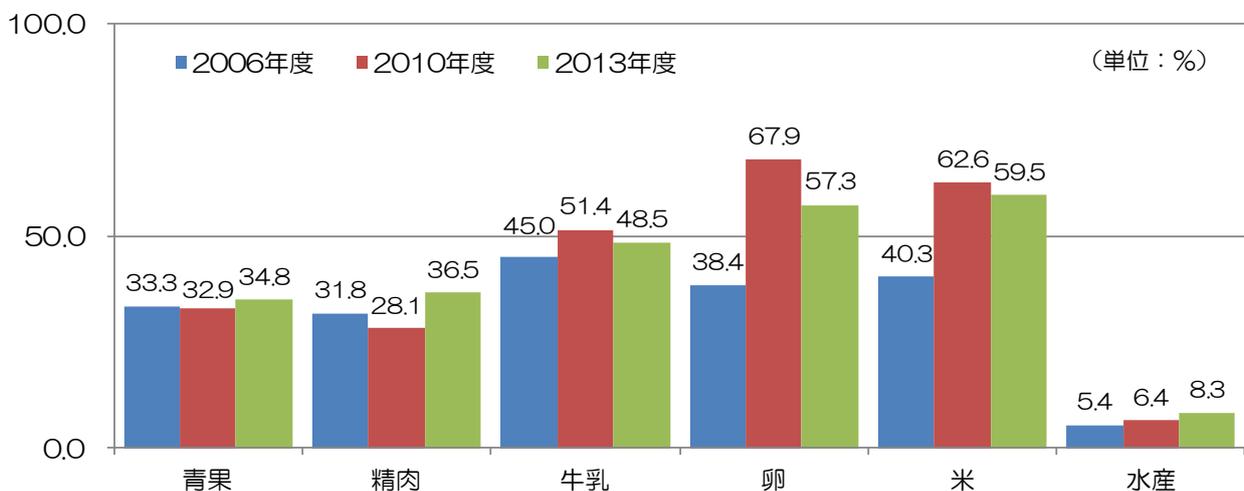
会員生協調査において、有効回答が回収されたのは59生協であるが、そのうち50生協が産直について明確な定義を定めていた（残り9生協のうち1生協は産直商品を取り扱っていない）。

各生協によって産直の定義は異なるが、産直三原則、産直5基準と呼ばれる原則や規範がどの程度各生協の定義に含まれているかを示したものが図表2である。産直定義を定めている50生協のほとんどが産直三原則は確立しており、生協の産直とは、定義の上では、①生産物の生産・流通の過程を明らかにすること、②組合員と生産者の交流を促進することの2点を主眼においているといえる。産直5基準は十分に確立されている状況とはいえ、「生産者との自立・対等を基礎としたパートナーシップを確立する」「記録・点検・検査による検証システムを確立する」を定義として確立している生協はまだ3分の1に満たない。後者については近年日本生協連が生協版適正農業規範等の整備を注力して行っており、第10回の調査結果ではどのような回答率になっているかは注目である。

図表3は青果、精肉、牛乳、卵、米、水産の6部門について、回答のあった59生協の総供給高に占める産直の割合を示したものである。野菜や精肉では3分の1、牛乳・卵・米では供給高の約半分を産直が占めている。水産も徐々にではあるが、産直割合が高くなってきている。



図表2 産直三原則、産直5基準を産直定義に含めている割合（※産直定義を定めている50生協）

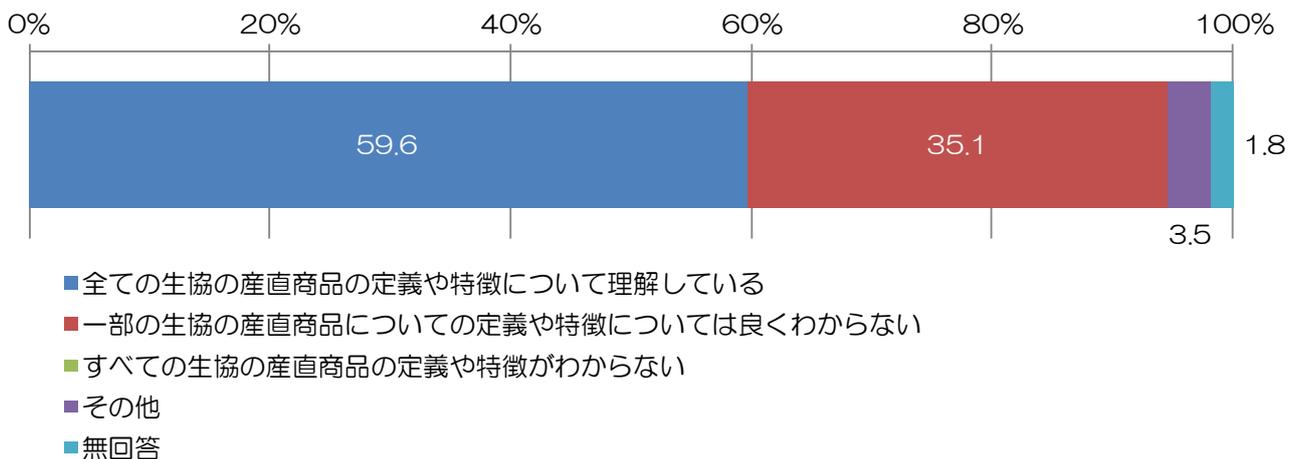


図表3 部門別 全回答生協の総供給高に占める産直割合の推移

### 3. 産直産地団体とのコミュニケーションの状況

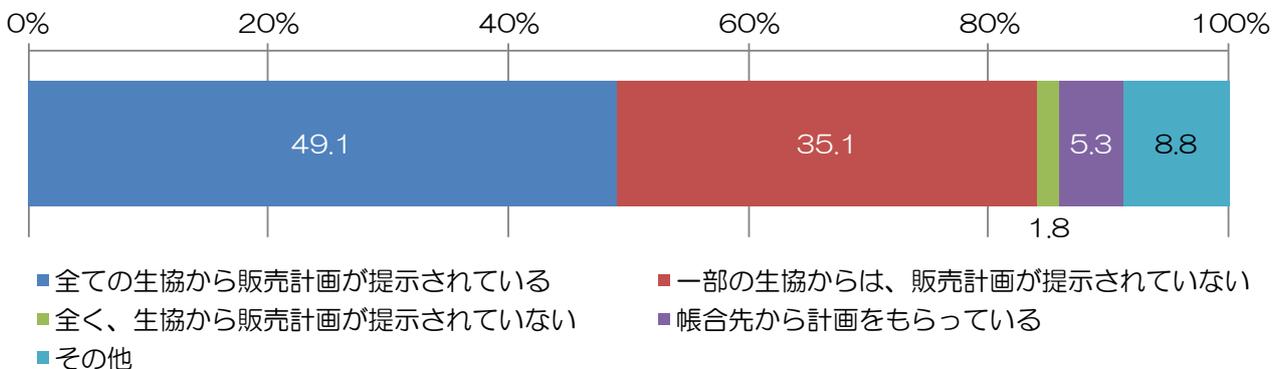
産直産地団体調査は、野菜・果物を生産し生協との取引金額の大きい産直産地団体が推薦という形で調査をされているため、生協との関係が強い産地に調査対象が限定されているということを前提に調査結果を評価する必要がある。産直産地団体調査では57団体から回答を得ている。

図表4は生協産直の定義や特徴、方針が共有できているか、図表5は生協と販売計画が共有できているかを設問した結果を示したものであるが、どちらも3割強程度が一部の生協とは、生協産直の定義や特徴、販売計画が共有できていないと回答している。全ての生協と共有できているという回答がどちらの設問も半数程度を占めている点については肯定的に評価されるが、本来共有すべき情報について、主力産直産地団体と共有できていない生協が一部でも“ある”という現状は改善すべきだろう。産直産地団体とのコミュニケーションの課題は記述回答形式の設問からも読み取ることができる。「頻繁に担当・バイヤーが変わる」「担当・バイヤーが産地に来ない」「産地交流会が実施されなくなった」といった指摘が複数の産直産地団体から出されている。



※「すべての生協の産直商品の定義や特徴がわからない」の回答率は0%であった。

図表4 取引のある生協の産直商品の定義や特徴、方針について知っているか

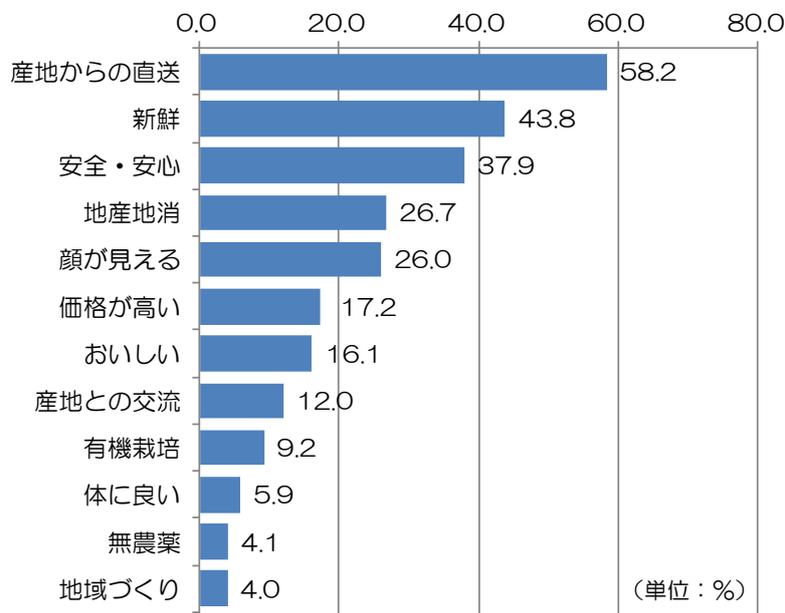


図表5 生協から販売計画が提示されているか

#### 4. 組合員にとっての産直とは

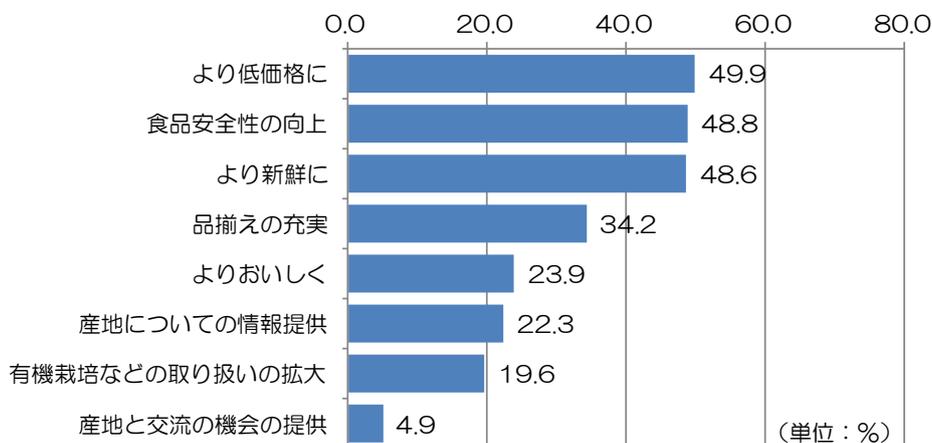
組合員調査は e フレンズに登録された組合員モニターを対象としている。有効回答は 2041 件であった。図表 6 は産直商品のイメージを、図表 7 は産直事業で重視して欲しいことを設問した結果を示したものである。産直商品のイメージでは「産地からの直送」「新鮮」「安全・安心」の回答率が高い。「顔が見える」「産地との交流」といった選択肢の方が産直三原則にはより近い内容になるが、それら以上に産直という用語からは産地直送をイメージされがちなのが見える。

産直事業で重視して欲しいこととしては「より低価格に」「食品安全性の向上」「より新鮮に」が上位となっている。食品安全性の向上に関しては生協産直の定義にも通じる部分はあるが、「産地についての情報提供」「産地との交流の機会の提供」の回答率はそこまで高くなく、組合員の求める生協産直と、生協が提供しようとしている生協産直にズレを感じざるを得ない結果となっている。



※回答率が 3%以下の選択肢は省略している。

図表 6 産直商品にはどのようなイメージがありますか (3つまで選択)



※回答率が 3%以下の選択肢は省略している。

図表 7 生協の産直事業について、今後重視して欲しいことは何ですか (3つまで選択)

## 5. まとめ

第9回調査は2014年実施の調査であるため、あくまで当時の状況を振り返ったものということを改めて強調しておきたい。2018年に実施される第10回調査ではここで示したような生協産直の到達点や課題がどのように変化しているのか、筆者も関心を持っている。

第9回の調査で見えた課題は、一部の生協では産直産地団体とのコミュニケーションが不足していること、生協と組合員とで産直に対する考えにズレがあることである。本レポートの2頁目に示したように生協産直が①生産物の生産・流通の過程を明らかにすること、②組合員と生産者の交流を促進することに主眼を置いているのであれば、この2つの課題は重大である。生産者とのコミュニケーションが不足することは生産・流通の過程に関する情報が不足することを意味し、また組合員は産地との交流が産直の重要な価値であると認識していないためである。

日本生協連の食料・農業問題検討委員会「食料・農業問題と生活協同組合の課題 2015～地域で手を取りあって～」では、「生産者や生産者団体と、相互にメリットのある取引をめざし、パートナーシップを強化」することや「食料・農業の問題に関する組合員への情報提供を積極的に進め、食料・農業をめぐるきびしい状況を含めて、組合員の理解を広げ」ることが重要な課題として挙げられている。この短期間で大きな変化は望めないであろうが、第10回調査で生産者とのパートナーシップの状況や消費者の産地への理解がどのような状況であるか改めて確認することには重要な意義がある。

### ◎本レポートに関係する発行物

参考資料 宮崎達郎「生協産直とは何か——生協の産直事業と食料・農業問題に関する調査より——」  
(生活協同組合研究 2014年11月号 Vol.466) [http://ccij.jp/book/kenkyu\\_20141030\\_01.html](http://ccij.jp/book/kenkyu_20141030_01.html)

日本生活協同組合連合会 食料・農業問題検討委員会食料・農業問題と生活協同組合の課題 2015～地域で手を取りあって～ [https://jccu.coop/jccu/data/pdf/agri\\_seisaku.pdf](https://jccu.coop/jccu/data/pdf/agri_seisaku.pdf)

本件に関するお問い合わせは、研究員・宮崎達郎までお願いいたします。

Tel : 03-5216-6025

Mail : tatsurou.miyazaki@jccu.coop

- ・本資料は研究員個人の見解を示したものであり、研究所の見解を代表するものではありません。
- ・本資料は作成時点で当研究所が一般に信頼できると思われた情報に基づき作成しておりますが、内容の正確性および完全性を保障するものではありません。
- ・内容につきましては、社会情勢の変化等を踏まえて、変更される場合があります。