

# 第十七回 通常総会 特別講演

日時..平成十九年五月二十四日  
場所..札幌市 共済ビル

## 北海道農業への消費者からの期待

ーコープさっぽろの組合員活動を通してー

生活協同組合コープさっぽろ 理事 大滝 悦子

奈良 本日はお忙しいところ、お集りいただきましてありがとうございます。早速始めさせていただきます。プロフィール等につきましてはお手元にあります資料に載せてありますが、大滝さんはコープさっぽろでは組織活動委員会の委員長を務められておられます、「北海道食の安全・安心委員会」の委員や、全国的には日本生協連合会の委員も務めておられます。その一方で、生産者と消費者を結ぶ活動など幅広い活動を行っておられます。暮しの安心と食の

安全を目指すコープさっぽろの様々な活動を通じた豊富な経験や、見ていただければ多分わかりかと思いますが、暖かな人柄から農業・農業関係者にとってこれからの展望を持てるような、非常に貴重なお話が伺えるのではないかと期待しております。非常に貴重な紹介で申し訳ございませんが、早速お願いします。

大滝 皆さん、こんにちは。コープさっぽろの大滝でございます。只今、紹介にありました筆頭理事という言い方はちょっと違う

## 大滝 悦子(おおたき えつこ)氏



生活協同組合コープさっぽろ 理事  
 中央組織委員長  
 日本生協連合会理事  
 組合員活動委員会委員長  
 「北海道食の安全・安心委員会」委員

かなと思います。組合員の代表をしている理事の一人です。私以外にもおりまして、その中の一人ということで、そんな大したことではないんです。暖かい人柄かどうかは、結構手厳しいことをしょっちゅう言っていますので違うかなというところはあるかと思っています。

今日の講演は「北海道農業への消費者からの期待」ということで、話の中では北海道農業というより、どうしても生産者を意識した表現になるかと思っています。というのは、私は一消費者です。生協の組合員としていろいろな活動を通してしか語れないということ、北海道農業などという大きな表現になりますと、ずれていることを言うことがあるかもしれませんがお許しください。皆さんのところに資料が渡っていると思います。コープさっぽろの広報誌の四月号に、農業賞のフォーラムのことであるとか今日の内容に沿ったものが入っていますので、紹介かたがたお話ししたいと思います。農業賞の応募の締切が五月末となっていますので、農業賞のことをこれからお話ししたいと思うのですが、周りで参加したい、応募したいという方がいらっしゃったらぜひお渡ししていただきたいと思って持ってきました。

## コープさっぽろの組合員活動

最初に、コープさっぽろの組合員活動と一口に申ししましても皆さま

んはご存知ないと思いますのでその紹介をして、そのあとに先ほどの表題に沿って、北海道農業に対しての消費者としての期待ということのお話に移っていきたいと思います。コープさつぼろの組合員活動は、食と暮しに関してのいろいろな活動しております。食といっても、今日は農業に関連した活動を紹介するというところで、この四つに分けて皆さんに紹介したいと思います。

## 一・食品安全行政に関連した活動

最初のところですけれども、食品安全行政に関連した活動ということでは、コープさつぼろが市民生協という名前の時に、私が生協活動に関わる前ですけれども、北海道だけ物価がどうして高いのかとか、パンや牛乳の値上げ反対とか、添加物の問題とかという運動はあつたと聞いております。私が食品安全行政に消費者として参加できるんだなということを感じたのは、食品衛生法の改正を求める大運動というのを日本生協連が取り組みまして、コープさつぼろも署名運動をしました。それが初めてです。

それまでは行政が食品の安全について決めて取り締まっているみたいだなというレベルでしたけれども、消費者がちゃんと意見を言つたら通るんだということを実感したのが、この食品衛生法の改正を求める大運動でした。その時に追い風になったのが、皆さんご存知のように雪印の食中毒のことであるとかBSEの発生があつた

り食肉偽装事件がありました。食品衛生法の改正が二〇〇一年に、二〇〇三年には食品安全基本法が制定されました。その中に都道府県ごとに食の安全の条例であるとか、基本計画を作ることが義務付けられました、私も道に「北海道食の安全・安心条例」制定に向けての要望書を出しました。「消費者団体としてはコープさつぼろだけがいらつしやいましたね」と言われました。食品衛生法の改正の中で施策決定過程の参画ということが謳われていますが、私たちは年次計画策定時の意見を提出しようとか、意見交換会の開催に参加しようとか、ということをだんだん実現していきました。

## ■消費者としての役割の変化

これは二〇〇四年二月に、道知事あてに「食の安全・安心条例」制定の要望書を提出した時の写真です。その後、先ほど言ったように「食の安全・安心基本計画の進捗説明会」というのを開催しております。これはコープさつぼろに道農政部の方に来ていただきまして、年二回ですけれども開催しております。今年も計画を立てております。このようにして消費者として参画をするようになったという事です。消費者がいろいろと参画できるようになったという事で、役割も非常に変わりました。「食品安全基本法」の中の基本理念に、国民の健康の保護が最も重要であるということが書かれています。

同時にそれぞれの関係者の責務ということもありまして、私たち消費者としての役割がすごく変化したのですが、逆に言えばかえって大変なことになったということです。

食品安全行政の各委員会への委員として参画したいということも、道の食の安全・安心条例の時にも要望しました。先ほどこちよつと紹介しましたけれども「北海道食の安全・安心委員会」に参加することであるとか、「北海道農業・農村振興審議会」「水産業・漁村振興審議会」他諸々いろいろありまして、そういうところにコープさつぼろが消費者として参画することになったのです。かつては消費者協会の方々がほとんどその対象だったと思いますけれども、私どもコープさつぼろから各委員会に委員として参加することになりました。また、国や道の主催の食に関する学習会や意見交換会、パネルディスカッションでの講師、パネリストの依頼がありました。昨年は「ポジティブリスト制度の導入に向けて」、それとアメリカの牛肉の輸入再開についてどう思うのかとか、コープさつぼろはどうするんですかとか、いろいろな場でコープさつぼろの組合員として意見を言うてくさいという依頼がありました。そういう意味では、役割がいろいろ重くなりまして、逆に嬉しかったような大変だったような思いです。今までは札幌圏中心に対応しておりますけれども、これからは各地区で要請されれば参加したいと思えます。

## 二．食べるたいせつ（食育）活動

二番目の食の安全の活動ということで「食べるたいせつ」、食育の活動ですけれども、いろいろやっています。特徴的なことは親子参加型の産地交流とか工場見学で、昨年より千人以上参加者が増えて、一七〇回で合計すると三千数百人。申し込んでも抽選になりますから、行きたい人はもつといるということ、すごい人数になったなあと思います。あとは「食事バランスしらべ」とか「食べるたいせつキッズクラブ」ということですが、この間健康であるとか食のバランスとか、子どもの食がおかしいということについて、三年以上前から私たちは組合員活動でいろいろ指摘しています。学習する、一緒に料理を作る、産地に行くとかということをやっているんですけれども、それをこれからも大事にしていくということです。また「食べたいせつフェスティバル」ということで、十一月十日の日曜日にアクセスサツポロで開催いたしますが、食のたいせつということをみんなで考えましょうということ、参加して下さる方を募っています。行政では道であるとか札幌市であるとか、農政事務所のほうはOKをもらいまして、ぜひ参加させてくださいということでした。産直生産者、農業賞の参加生産者、それから社会的貢献ということで現在ではどの食品メーカーも食育ということを掲げておりますので、たくさん参加して下さると思っていま

す。このフェスティバルは、お祭りとはいえ社会的発信という意味で、北海道はこんなに食育のことを頑張ってるぞということをやアピールしたいなと思っています。

資料に先ほど言った三千何百人が産地に行っている写真を紹介しています。コープさつぼろは食育ということで「親子で行きましょう」と必ず親子参加型ですが、最近は若いお父さんも大変増えたと聞いています。各地に行つてこのようにいろいろなことをしております。参加者の感想を読むと「美味しかった、楽しかった」だけで終わっている子どもたちの文章などもありますけれども、この素直な反応はすごく大事に受けとるべきかなと思います。

### 三．事業への参加としての活動

「事業への参加としての活動」ということですけれども、皆さんのお手元の資料の九ページに載っている「お弁当などのご飯を北海道米に」ということですが、これは後で紹介します。まずはコープさつぼろ食の安全委員会の紹介をします。ここはコープさつぼろの食の安全・安心に関する事業政策を検討するところで、理事会に提言しております。そこに私を含め組合員四名が入っております。その他の構成は専務理事、学識経験者、それと品質管理センター、昨年から道農政の方にも参加していただいております。去年、主に決めたことは食品添加物の自主基準です。うちには六つの自主基

準がありますが、その自主基準の見直しです。それから製造の時間とか年月日の表示の一部改定とか、部分的なことを変えたりするものもこの委員会です。

食品表示ウオツチャーというのが各地区に十三グループ、一〇〇名ほどがいます。全国の生協で、組合員が自主的に表示のウオツチャーをしているのはコープさつぼろだけということです。お店は売場に行つて、宅配は宅配のカタログを見て、うちの表示の基準に合っていない、もつとこういうふうにしたほうが良いのではないかということを出しております。昨年、組合員からの声で変わったこととして、果物の糖度表示です。一回止めていましたが、また復活させました。それとお惣菜の一括表示シールの見直し、あるいは宅配の加工食品のアレルギー物質の表示などが昨年実際に行われたことです。

商品開発への参加ということで、資料の九ページにお米のことが出ています。また農業賞に参加した生産者のジャガイモ・玉ネギなどで作った農業賞のコロッケが、大ブレイクということで大変売れております。資料の写真は、一生懸命みんなで外観とか香りも含めて食べ比べをしていますね。うちはお惣菜は本州米も混ぜておりましたけれども、組合員の声で全部を道産米にしましょうということで、結局「きらら」と「ななつぼし」のブレンドに決定いたしました。すし米のほうは「ななつぼし」が少ない比率でちよつと堅めで



すが、普通のお弁当は七：三で「ななつぼし」が多いです。組合員の声でこういうことを実現しました。組合員の声ですから、何と言つても地産地消ということで、道産食材で作ってくださいという声が圧倒的に多かったです。「斜里産の酢だこ」とか「白いプリンの北海道」「カレーの北海道」とか、北海道のものをアピールしましょうということでごんな商品を開発しました。

「産直活動と組合員参加」ということで、後のほうでも詳しくお話したいと思いますが、誰がどこで作ったのか明確な農産物が欲しいという、組合員の声が発端で始まった信頼関係ということですね。長いこと私も産直商品が大好きで応援団の一人だったので、基準がなかなか曖昧でした。この基準ができたのが二〇〇二年です。生産者がトレースできる・栽培・飼育・管理方法が相互確認できる・現地点検しているということ・農薬等の残留検査を実施していること・生産情報を公開できるということで、プラスと書いてありますけれどもプラスではなくて、一番の前提が組合員との交流活動ができるということです。二〇〇二年に基準が決まる前には、産直生産者もつと多かったです。今は道内十六、道外十六の生産者、品目は現在七二品目です。組合員が参加して産直協議会と産直生産者交流会を年二回やつております。道外の方もふくめ、ここに書かれている構成メンバーで、団体もいますので大変にぎやかに九月と三月に開催しております。「産直生産者交流会」というの

は、道内の生産者以外の方はこの機会しかお会いできませんので、各地区で生産者交流会をしております、このような参加があります。

#### 四・全道に広がる特色ある活動

資料にあるのは、旭川の矢澤農園との交流会ですが、最近では若い人がかぶりものをしたり一緒におどけてくれる生産者もいて、すごく盛り上がっています。私は例外ですけれども、うちの組合員さんはみんな若いので、若い感覚でやりますから、みんなお友達になっています。道外産直生産者、房総食料センター、肥前産直の会、本当に笑顔が一杯ですけれども、名前で呼び合ったりしていますからすつかり顔馴染みです。とても良い関係づくりをしています。

「全道にひろがる特色ある活動」ということで、「ぴあつと」の二ページに載っておりますので後でゆつくりお読みいただけましたらと思います。「みんなで広めよう、食の安全・くらしの安心」と書いてありますけれども、帯広も三月から一緒になりましたので全道一円コープさつぼろの組合員さんがいるということです。同じ商品を共通して利用できるようになり、本当に活動も広がったということです。

地域の農業賞の受賞あるいは応募生産者であるとか、ご近所野菜というロットが少ないのですが二〇キロ以内のご近所の野菜の生産

者との交流ということで、これはほんの一例です。函館はつきき農園、釧路は別海乳業など、それぞれ地域らしい取り組みを北見・帯広・旭川・苫小牧でやっております。札幌圏ももちろんやっております。

道の「有機農業セミナー」は今年は計画していないというふうに聞きました。事情はまだよくわかりませんが、二年続けて旭川・函館、石狩と三カ所で行いました。有機農業の生産者が数的にもなかなか広がっていないということで、有機農業を知る意味でも、コープさつぼろとしては全部親子参加型で取り組みました。いろいろなことが分かるんですね。「有機農業つてすごく大事だね、みんなで応援したいね」という声を聞いていましたので、今年はこれをやらないということ聞いて、ちよつと残念だなあと 생각합니다。これは有機農業への理解を深める活動として大事なことだったのではないかと思えますので別な形でやるのかもしれない。

これも以前は消費者協会の方とセミナーをしていたと聞きました。そして二年前にいらつしやつた時に「コープさつぼろで単独で開催していいんですか」というふうに聞きましたら、コープさつぼろの魅力は若い人だと言っていました。

これでおわかりになったと思いますけれども、とにかく参加する方が若いんです。三〇から四〇代のお母さんが圧倒的に多いです。四〇代後半から五〇代というのはあまり最近では参加しませんけれども、

圧倒的に子供達が参加しています。さつき札幌圏もいろいろやっていますと言いましたけれども、これは俱知安で小樽地区です。小樽は、これ以外に果物で余市と交流しています。あとは石狩の農業賞受賞生産者ですけれども、ここもこのように子供達がたくさん参加しているいろいろなことをお話ししているということで、本当に全道に地域の特徴ある活動が広がりました。後でお暇な時間に「びあつと」を読んでいただければわかると思います。

## 全国組合員意識調査から

ここまでで、一応いろいろな組合員活動の紹介をしましたので、ここで方向を変えて「全国組合員意識調査から」に話題を移します。「こんなのがわかってるよ」と言われそうですが、全国の生協の組合員を対象に三年に一回行っている意識調査の結果を紹介します。対象の組合員というのは六千人で、コープさつぽろももちろんその中に入っているんですけども、この組合員意識調査というのはとても大事で、私は活動の計画作りの時に大いに参考にしています。皆さんは十分にご存知のことなんですけれども、その中のほんの一部、農産物のことに関するのと、生協に対しての期待であるとかを少しだけ紹介します。ご飯のこと、野菜のこと、果物のことなんですけれども、ごはんを毎日食べるというのは四ポイント減少して、

また購入する際の優先順位ですけれども価格が一番ですね。それから産地が明確なもの、安全性という順位になっています。野菜を毎日食べるというのは、コープさつぽろの組合員のアンケートでもそうですけれども、一〇ポイント増ということで大きく増えております。理由は新鮮なもの、価格の安いもの、それから安全性、産地が明確というのが一番最後、ベスト四には入っていますけれどもそういう結果です。果物の消費は非常に減っています。これは全国のものですけれども十四ポイント減少しています。コープさつぽろでも食べる大切のアンケート調査をした時に、若い人がほとんど食べていない。なぜかという面倒くさいと言ってますね。みかんの皮を剥くのも面倒くさいとか、そういうことがあります。これは深刻だなど思っております。果物はちよつと高いものもあります。米と果物の価格の安いものが一番、新鮮、そして安全性です。米と果物の消費の伸びが低迷しているかなというのが見えました。

## 調査から見えた事と今後

生協への期待というところで安全性の強化と情報提供、二番目が鮮度や品質、それから商品全体の低価格化ということです。これは生協の組合員ですけれども、消費者全般にも同じことが言えるのかなと思います。それと私が問題だなと思ったのが、生協組合員の半



数がシニア世代に入ったということで、二〇〇六年の調査で平均年齢が五一歳となりました。そこから見たこととして、健康に対する意識が非常に高まっております。これは世代は関係なく全員ですが、間違えた健康情報もありますけれども高まっております。それから農業の現状や食料自給率への関心はどうなのか、地域生産物の認知度はどうなのかというところ、シニアは高いけれども子育て世代はほとんど関心がない、ということがわかりました。「食」とか「農」の活動に関心はあるけれども、参加には実際は消極的です。関心はみんな持っています。でも参加するのは意外と消極的だということです。それとITの利用促進で、メールが七三%、インターネットでの商品購入の方が四四%、それから電子マネー一三%ということ、これが私はいちからこのキーワードになるのかなと思います。というのは、いつも組合員さんのアンケートで情報提供をお願いしますというのがあります。情報は一生懸命流しているのですが、受け取るほうはまだ不十分なのかなというのがあって、逆に多過ぎて混乱しているのではないかと思いますけれども、必要なことは必ず伝えるように取組んでいます。今日は生産者の方はいらっしゃらないと思いますけれども、情報提供であるとか健康意識の高まり、インターネットの利用促進などがこれからの農業を考える上でもキーワードになるかなと思います。

## 消費者の認識状況について

そのアンケートによる消費者の認識状況ということをお話したいと思います。思うんですけれども、消費者の食の安全・安心への関心はすごく高まっています。遺伝子組み換え、残留農薬への不安は相変わらず高いです。しかし食料自給率や日本の農業への関心は残念ながら低いのが現実です。生産者との交流や農業体験への要望は高くなっています。これは全部ではありませんが、価格が高くても有機などを求める消費者もいます。このままではいけないなあと思ったり感じているということで、今こそ生産者と消費者のコミュニケーションが大切ではないかと思えます。

## より安全な農畜産物を

次に「より安全な農畜産物を」と書いてありますけれども、先ほど産直の基準などを紹介しましたが、コープさっぽろの産直協議会を年二回やっております。

そのところで、これは一部のことなんですけれども、私は「あつ、これだな」と思ったんです。消費者基本法というのもありまして、そこに消費者の四つの権利ということが謳われていました。安全で

あることの権利、知らされる権利、選択できる権利、それから意見が聞かれる権利というのがあります。これは農業だけではなく、安全性の確保はコープさつぽろも含めて食品流通の方は全部意識しなければならぬ社会の最優先課題であるということです。それを保障できない組織は淘汰されるのではないかとということ、安全性に関する情報提供が求められているということを、きちんと農業に携わる人、生産に関わる人、流通に関わるもの全部が、をきちつと自分の中で認識しなければこれからやっていけないのではないかと思っています。

## 消費者が応援する農業賞

農業賞のことですが、「ぴあつと」の十五ページに農業賞のフォーラムのことが簡潔に載っておりますので、後でご覧になっていただければと思います。私は産直協議会とか農業賞に関わっていませんけれども、その関わりでしか農業のことは言えないんです。

ですから私としては農業賞で私たちが応援したい、支持する方たちの農業を道内でみんながやってくだされたいと思います。農業賞のことはまだ知らない方もいらつしやるかと思えますけれども、「コープさつぽろ農業賞」は四回目を迎えました。消費者が支持するというのは、ここにありまうように環境に配慮した農法とか、こ

れはキーワードとして必ず出てきますけれども、土作りへのこだわりを持つている方、有機農法に取り組んでいる方、化学肥料農薬を低減した農法に取り組んでいる方などです。

一〜三回目で応募生産者は述べ二八八生産者です。後でちよつと紹介しますけれども、交流賞というのもあつて一、五一七点の応募がありました。三回目の時の応募から六八市町村ということで、全道三割の市町村からの応募があつたということです。農業賞を始めて具体的にいろいろな影響がありました。

先程、コープさつぽろが全道統合したことをお話しました。このことで、参加する生産者が広がつたということで、みずから応募する生産者だけではなくて、先ほど皆さんに応募用紙を配りましたけれども、私たち組合員も推薦いたします。今回帯広も入つたということで、帯広は産地がすぐ傍にたくさんある、生産者がたくさんいるということで、どんどん参加する生産者が広がっていくことをこれから期待しています。影響としては、生産者の意識の変化があります。こんなこと言つたらおこがましいのですが、こういう方が受賞するんだということで、とても意識が変わつてきたのではないかと思います。消費者の視点というか消費者と向き合うようになったことです。ここにいらつしやる三人の方もそうですけれども、本当に消費者を意識している、消費者の声が育てるんだということをおつしやる方たちばかりなんです。たくさんの方を紹介したいんで

## 交流賞で食育・地産地消へ

すけれども、一人ずつのことを話している時間がありませんので、そういう意味では生産者の意識が変わったと私は感じております。

そして新しく始まった交流で進んだ食育の運動ということで、この間のフォーラム、先ほどの「びあつと」の中でもありましたけれども、現地に行って私たちがいろいろとお話を聞いて、最終的にどの方が受賞されるかということが決まるんです。

交流賞というのもやっておりますけれども、私はこの食育とか地産地消というのはすごく大事だと思っておりますので、ちょっとお話しします。交流賞への参加を呼び掛けるというのは私たち組合員がやっております。それぞれの地域で、幼稚園、小学校、中学校、高校を訪問しています。食べるたいせつのお話会に発展したというふうに書いてありますのは、道央管内の江別・岩見沢のほうのお話です。五つの市の学校給食の地産地消の状況調べに発展した話です。「交流賞に参加していただけますか」というふうな訪問して、その中でいろいろお話するんです。ただ「参加してください」と応募用紙を持つていってお願いして帰るだけでしたら、こういうふうな発展はなかったと思いますが、そこで学校給食のお話になったそうです。その時に「学校給食の食材はどのくらい地産地消が進んでいますか」というお話になつて「では私たちが調べましょう」ということで、まず調べたそうです。調べたことをもとにお話を江別・岩見沢・北広島・恵庭の辺りなんですけれども、五市でやりましょうということで、学校給食の栄養士さん、米の生産者、道産小麦を使つてパンを作っている方、大根の生産者などが、組合員と食育や地産地消について話し合いをしたということです。

「北海道食育推進行動計画」というのがありまして、今日は道のほうに三カ所か五カ所からの市町村の食育推進行動計画が出ています。きちんと計画を今年することになりまして今計画しています。きちんと計画をしないことではないんですね。私も美瑛や中札内などの食育推進行動計画を見込んですけれども、子どもたちと一緒に農業体験に取り組むとか、いろいろな楽しいことも市町村のほうで計画しているということで、コープさつぼろの組合員として一緒にそれに参加して、食育の運動を進めようということを目指目的にしております。コープさつぼろ全域ですのでどこまでやるかわかりませんが、全地区で今年はこれに取り組むという事です。



## 消費者と向きあう生産者

先ほどから言っていることで、農業賞の生産者側にも言えることですが、消費者と向き合う生産者になっていただきたいということ。消費者が今どんなふうにいるのかということ。先ほどから何度も言っておりますので、言っていないことだけ言いますと、意外と食べ方とか保存方法がわからないんですね。コープさつぼろの広報誌もレシピというのはいつも人気です。特に保存方法などは、例えばキノコが冷凍保存できるというのは私自身も知らなかったことです。ですから生産者の方とお会いして、初めてわかることってたくさんあるんですよ。レシピにない食べ方のヒントとか工夫、こんな食べ方があるよということを生産者の方にぜひ教えてほしいです。栄養とか健康機能性の発信というのは、専門家ではないので難しいかなと思って自分で書いた後すごく反省したんですけれども、専門知識がないと言えないので難しいですね。

## 食育の活動をネットワークで

これも「食育の活動をネットワークで」ということで、コープさつぼろの活動ではいつも若い世代を意識しております。というの

は、子どもたちが本当に作る現場に行つて見てくる、生産者とお話すること、それがとても大事だと思うからです。そして次の世代が農業に関心を持つとか、農業に対する理解が深まるということ、大事にしなければいけないと思っております。農村女性の方への期待ということ、私たちは漁業関係の方とも非常に近い関係でいろいろなことをしておりますけれども、浜のお母さんとの交流というのが数的には多いんです。農村の女性の方との交流が少し足りないと思っておりますので、その方たちとの交流というのを期待して、それと地域の食文化の継承というのもすごく大事で、そういう方とぜひこれから交流したいと思えます。どうして農村の女性の方との交流が足りなかったのかしらと反省しております。

## 産直活動と組合員参加

そろそろ最後に立派なことを言わなければいけないと思つたんですけども、私は産直生産者との交流であるとか、農業賞の応募生産者、受賞生産者との交流でしか農業というのがわかりません。その範囲でしかいえませんが、ぜひ消費者と一緒に北海道を元気にしたいということを言いたいと思います。昨日、道のほうで産消協同ということで、「消費者と生産者が一緒につくる北海道」という冊子をいただいております。私も本当に消費者と生産者が

一緒につくる北海道農業のレベルを高めていただきたいという思いがありますので、そのことをちよつとお話したいと思えます。安全な農産物をとすることは、今や当たり前になっております。産直協議会の中でポジティブリスト制度の話とか、適正農業規範の話とか、議題としてそういうことを話し合っています。また、紹介をしましたけれども、最初にポジティブリスト制度が導入される前に生産者の方は準備しているのかということ、話を合いました。去年の五月に施行されるからその前の年の秋だと思えますけど、正直言つてびつくりしたぐらい生産者の方は対応が遅れておりました。来年の五月から施行という時期なんですけれども、九月の時にはまだばたばたしている段階でした。

うちは三月と九月に産直協議会をしていますが、三月の時には飛散防止とか具体的な取り組みがなされておりました。ポジティブリストのことはあまり私も語りたくないんですが、私たちが食品衛生法の改正の中で残留農薬の基準をつくつてくださいます。このことで制度が導入された経緯があります。結構産直生産者も私たちに對する抵抗もありまして、その協議会の雰囲気もよくなかったのですが、皆さん本当に前向きに取り組んでくださいました。生協版の適正農業規範ということで、同時進行の形で農業はこういう規範をそれぞれがつくつてやらなければもうダメだよということを提案していただいております。産直生産者の中には団体が多いので、すでにそれぞ

れの団体の農業規範をつくっていた所もありました。個人の方などはまだ全然手をつけていなかったのですが、すでにつくっている適正農業規範と生協版の適正農業規範の整合性とかを話し合うのの時間をかけ、三月にもうすでにうちの農産のバイヤーが点検に行っていて、適正農業規範のことは守られているということがわかりまして、とても安心しております。

やはりちゃんと安全な農産物、何かあった時にいつでも情報が開示できるように、実は適正農業規範というのはそんなに大変なことを言っているわけではない、衛生管理も含めてそれほど難しいことではないと思いますけれども、それが徹底されてきたということで、道内の農業についてもそういうことをみんなが出来るようになってほしいなと思います。

それとクリーンなイメージと書いておりますけれども、北海道の物産展などが本州のデパートでは大変な人気だということで、本場にクリーンであって欲しいし、それを裏切るようなことをしてほしくないと思っております。

それで栽培方法とか貯蔵方法のことですけれども、冬場は私たちも産直は全部本州の方に頼らざるをえないということがあります。ジャガイモなんかのC A貯蔵とか雪の下キャベツとか、お米の生産地へ行きますと非常に温度管理が良くて、以前は食味が夏はすごく不味かつたんですけれども、今は夏まで美味しく食べられるという

ことで、ずいぶん貯蔵方法などの技術が進んだと思います。さらにこれから改良する努力をしていただきたいと思います。新篠津の大塚さんという方は、北海道は一年に一回しか作物を作れないのですが、三回作るということに挑戦したということです。最初に葉物を作る時には一五度という温度の話とか、いろいろと工夫しているようです。作り方はハウスなんかのやり方で出来るのかなと思いますので、こうした努力をやっていたideきたいと思えます。

次にこれは私は農家に生まれてもいませんし農家を知らない所で育っていますので、美しく考えちゃうんです。北海道というのは四季がはっきりして雪の風景もきれいだし、春も良いし夏も良いしと思つて、そういう外に向けてのイメージもあるし、自分たちが住んでいる北海道が美しいということはすごく大事だと思います。私は景観は大事だと思うんですけれども、これを見せたら怒られたんです。その人に「自分は農家出身なんですけど、農業に美しいとかそんなことは関係ないんだ」と言われまして、ちよつと困つたと思つたんですけれども主観が入っております。やはり美瑛の丘とかはきれいだなあと思いますし、美しい風景をぜひ維持してほしいと思えます。

次に地域ごとに自慢の作物・産物のアピールを自分でしてほしい。付加価値を付けるストーリーがあればもつと良いんですけれども、たとえば私たちと交流がずっと続いている北見の北原さんのタマネ

ギの例を紹介しますが、北原さんは先代からずっと有機農業に取り組んでいるんです。その北原さんの言葉にグッときたんですけれども、「たとえ一食抜いてでも安全な食を」ということで、先代ですらから相当前で複合汚染とか言われた時に、実際に農業に携わっている方が病気になるとかいろいろながあつた時代の話です。そういうストーリー性があることで消費者に訴えるということがあるんですね。たとえ一食抜いてでもとかそういう付加価値とか付加情報というようなもので、農産物の加工も含めて、皆さんそれぞれ「おらが村の〇〇〇を」という本心に熱意あるアピールをぜひ積極的にやってほしいと思います。

## 消費者と一緒に北海道を元気に

消費者とのコミュニケーションということでは、このフォーラムの中で北海道農政部長が日豪のEPA交渉のことにも話が及びまして、その中でやはり消費者と向き合うということ、私たちもすぐに署名運動なんかもしましたけれども、一緒に話すことで共有できることつてあるんですよ。話をしなければお互いの立場でしかものは言えないと思うんです。一緒に喜んだり悲しんだりするということが大事だと思いますので、何回もコミュニケーションで言うなよと思われられるかもしれませんが、これなくしては北海道はいけません

よということ、ちょっと大きいですけれども、これを絶対に忘れてはいけない、大事にしてほしいことだと思っています。

私たちの消費者としての役割ということですが、私は一番最初に食の安全行政に関わった時に、私たちがちゃんとやらなければ変っていかないんだということが初めてわかりましたので、消費者全体がもつとそういうことを意識できるようにことをやっていきたいと思っています。コープさつぽろとしましても情報を収集したり学習お知らせ活動をするということをやっていききたい。それから生産者との話合いの場への参加、いろいろなリスクコミュニケーションの場ではお誘いがありますが、日程が合わなくて参加できないこともありますけれども、そういうところには多くの組合員さんに参加するように呼び掛けております。これは納得して生産者を応援ということですが、だからといってただむやみに私たちは何でもよいということではなくて、やはり一緒に話す、実際に見るということで、自分たちが納得するから買いますということをしていきたいです。あとは一緒に学んで地産地消の推進をしていくことがすごく大事で、これは組合員が給食しらべ活動をした時に、生産者のほうが「うちのを使ってください」と言っつてアピールしているかどうかかわかりませんが、みんなが双方向で地産地消を進めていくことが大事かと思っつております。これからも一緒に交流しながらやっていきたいと思います。

また、私はコープさつぽろの理事でもあり、組合員活動委員会の委員長もしておりますので、立場としてはとても難しいこともありえます。消費者として時々いろいろなことを言うんですけど、理事ですから事業にも責任を持たなければいけない。あれもやりたいこれもやりたい、こういう商品を作ってくださいと言って、結果として売れないということがよくあるんですね。ですからとても難しいものを感じます。たとえば道産食材料利用のものを作ってくださいと言っているんですけども、正直言って全然ヒットしなかった商品もあります。先ほどはヒットしたもののだけ言いましたけれども、そういう難しさがある中で私は理事としてだけではなくて、消費者の代表としてやはり意見を言うべきだと思って、気持が行ったり来たりするところはあります。ただ、私たち組合員の声で、たとえば惣菜のお米が道産米に切り替わったりとか、良いほうの事例では本当に頑張ったかなと思います。コープさつぽろとしての事業展開の中で、今道産の食材を使いたいいろいろな加工品を食品メーカーと一緒に協力して作っていくという動きがあります。私はそれは大賛成で、そういうことが実現できたら良いかなと思っています。消費者とのコミュニケーションを大事にして向き合っていて、お互いに理解し合っていて、学習したり悩んだりしていききたいなと思います。それが北海道農業への期待になるのか、すぐ生産者への期待になっちゃうのですが、北海道農業への期待にならなかったかなと思いますけれど

ども、お話しはここまでで皆さんからご意見があればお答えしたいと思っております。どうもありがとうございました。(拍手)

## 質疑

奈良 どもありがとうございます。私は研究部長をさせていただいております奈良と申します。今日はつたないですけども、これから少しの間皆さんでいろいろお話しができればと思っております。大滝さんからは、最後のパネルで消費者と一緒に北海道農業を元気にしようという、非常に熱いメッセージが送られておりますので、皆さんからご質問とかご意見がありましたらいただきたいと思えます。どなたかメッセージに込めて「俺はこういうことで元気にやってるぞ」とか「こういうことについてはどうなんだろう」とか、もう少しお聞きしたいというようなことがありますら手を挙げていただきたいと思うのですが。皆さんが質問を考えられていらっしゃるようですので、私が気になったことがありましたので大滝さんにお伺いしたいと思います。

先ほど全国の六千人のアンケートをおやりになって、情報とかインターネット関連とかメールの話とか電子マネーの話とか出ていましたが、もう少しその辺のことがどういったのかというのを聞き漏らしてしまいましたので、ご説明いただければ



と思います。それはツールを使って販売をお願いしたいということなのか、それらのツールによって要は消費者と生産者との交流をもっと活発にするように努力してほしいということなのか、表題はわかっていたのですが中身のところがちよつとわからなかったので、ご説明願いたいと思います。よろしいでしょうか。

大 滝 生協の組合員のアンケートですよね。インターネットの利用促進という意味では、うちも宅配ではインターネットで注文したりとかできるんです。そういうことを生かす方法、でも今は直接生産者の方とインターネットで購入している方はたくさんいますよね。ですからきちんとした情報を届けるという意味ではそっちのほうですが、お店で物を買うよりは正しく情報を得られるということがありますので、そういう意味でだと思います。私今日は全国の冊子を忘れてきたのですが、そういうことを生かしてこれからは考えるべきだということだと思います。ただ電子マネーというのはアツという間に広まって、三年前の調査と違ったのはここがものすごく進んだということですよ。

奈 良 ありがとうございます。その他何か各地の交流の実例でも結構ですけれども、こちらからご指名してもよろしいでしょうか。先ほど大滝さんのお話の中に出てきましたけれども、新小樽の佐伯

常務、小樽での消費者との交流の話などをお聞かせいただけたら面白いと思うのですが、季節的にはフルーツ狩りということも含めて、たくさんさんの消費者が小樽のフルーツ街道を走っていると思いますので、そういう意味での交流なども含めたご意見をいただければと思います。よろしいでしょうか。

佐 伯 フルーツよりも小樽の消費者協会とのお米のことでお話をさせてください。消費者がお米を買う時は、タンパクとか一等二等ということが陰になっていて、表面的に実際は一本になってい

ます。生産段階はそういう買い方をしている、消費者の中卸しの段階で一つになって、タンパクがナンボだとか整粒歩合がどうかとか一等とか二等とかというのがわかりません。

それは消費者側としても知りたいんじゃないんですか。そういうことをもつと求めていくべきではないのかと思っています。生産者はそういう努力をしているんだけど、消費者がわかってないというか知らされてないというか、そういうことについては特に私も申し上げております。消費者協会の方たちもそういう実態で、生産者が作る段階では生産者からの買い方はそういうことであって、消費者の段階では袋に入れた時、タンパクがどうかとか一等米だとか二等米だとか、そういう表現がないという、この辺が一つは生産



者と消費者の話し合いをする場が必要かなと。

それから私どもは、イチゴ狩りとかサクランボ狩りによく来ていただいております。一番問題なのは、消費者はその場面だけを見て、春から秋までずっと管理している実態というのはなかなかわかってもらえないと。その場だけで表現をされても、消費者と生産者の交流の中でも話し合いがなかなかしづらいというか、その辺のところも言っております。たとえばイチゴ狩りにしても、苗を育てて原種から二年も三年もという品種もありますけど、非常に苦労している場面も知ってもらいたいという、我々から見たらそういう実態もご承知願いたいと切望しています。

奈良 ありがとうございます。特に回答ということではないようですので、よろしいですか。

大滝 生産者交流会は先ほど写真を紹介しましたけれども、今のようなお話は生産者の方が来てくださる時にゆっくり聞けるんです。それと産地見学に関しては、うちは一回ぼつきりというのがありますけれども、お米の産地も三回行きます。この間の日曜日はずごく寒くて、妹背牛に行った人たちは震えるぐらい寒くて大変だったと言っていました。この後草取りと収穫に行きます。ちよつと特微的なことを言いますと、生産者の方をお呼びするのですが、最近

はその時に生産者の方が実際にいろいろな現場を写してくるんです。そして映像で見せていきます。特に本州に行くことは私たちもないので、おっしゃっていることはよくわかります。それと情報、情報って先ほどから言っていますけれども、私たちも組合員向けの広報にそんなに難しくはないけれども、今のタンパクのこととかアミノ酸のこととか出しているんです。でもあまり読まないんですよ。何で今の人って読まないのか、抜けていくというのもあるんですけど、情報を出しているのに読んでいないということがありますね。

それと一方的にこっちが見に行くのではなくて、生産者の方も足を運んで、こっちもちゃんとお誘いしなければいけませんけれども、そういうところで今おっしゃったような理解を深めることをやるべきかなど。今は何せ映像で見たいという方が正直言って多いです。それと文章で読むのが苦手なんです。そういう傾向もありますので、お互いに歩み寄るといことがすごく大事なかと、私も今反省しました。

奈良 あとどなたか質問等のある方いらっしゃいますでしょうか。

黒澤 司会者の隣りに座っていて質問するのは申し訳ないんで

すが、私もコープさつぼろの組合員なんです。それで宅配の商品なんかを利用させていただいていますが、今北海道の酪農関係では非常に注目を浴びていますオーガニックミルクですね。コープさんが扱っている商品で、私の家内もそれを買ってきてテーブルの上にあつたので、これは例のオーガニックミルクだと言ってパツと飲むうとしたら、家内が「高いからあまり飲まないで」と言ったんです。そういう部分でいうと多分こだわりの商品といえますか、先ほどコープさつぼろ農業賞などを受けられた方々の商品というのは、多分こだわり栽培だと思えます。そういう生産物と通常我々が言っている慣行栽培の農産物とに区分されると思いますが、それらに関してコープとしてはそれを売るために、仕入れる時の価格設定みたいな形のシステムと、それを店舗で売ると売ると両方あると思います。コープの事業には仕入れるというのと売ると両方あると思います。が、こんな形でコープは基本的に対応しているんだということ、生産者なり消費者の方々にわかりやすく説明していただく、なるほどその価格はリーズナブルであると。あるいはこの商品としては、品質と価格との関係で納得できるとか思うのではないかと思うのですが、その辺のお話をお聞かせ願えれば大変ありがたいと思います。よろしく願います。

大滝 ちょっと難しいお話ですけども、今言った非常に付加

価値の高い有機の栽培の物というのは、正直言いました少ないですけども、定期でちゃんと登録している方が、今二〇何万人が宅配している中で三千人だったら何%かなと計算してました。そのぐらゐの比率です。有機でも高い物を求めるといふ人の比率は、正直言つてその程度かなと思います。あとは儲けのこととかはわかりませんけれども、どのぐらゐの利益かということですか。

黒澤 たたとえば大滝さんが参加している委員会の中で話題になったり、コープの実務的な運営者の方に提言しているというようなことがもしお有りでしたら：

大滝 そういう意味では、そういうものがなければ生協ではないと私は思っていますし、ずっと言っております。ただ事業側としては全部その商品だけで商売はできないということです。今言つたように五〜一〇%、品目によつては一〇%が有機的のものであつたりしますし、その津別の牛乳は三九八円でしたか、それでもずっと定期購入している方もいらつしやいますので、その割合かなと。太田原会長、何か補足があれば：

太田原 コープさつぼろの会長を務めております太田原です。いろいろなことをやっているんで頭がこんがらがるのですが、非常勤

の会長ですから責任がないのですが、今日は大滝さん、ご苦勞様でした。ありがとうございます。今の黒澤さんの質問は、組合員活動委員長に対する質問ではなくて、理事長に対する質問なんですね。会長は非常勤で組合員の代表なので大滝さんと同じ立場なんです。だいたひ大滝さんが答えていると思うのですが、生協の基本的な考え方は、選択できることを保障することなんですね。実際に有機農産物だとか、いわゆるこだわり商品というのは、お店に並んでいるものと宅配を入れても五〜一〇%です。そういう商品が農産物全体の中の1%もないですから、その中から何とか集めてきて、そういう物が欲しければコープに行けば選択できる状況だけにつくろうということなんです。そういうことでバイヤーが苦勞していろいろな産地回りをしているわけです。

そういうことも含めて組合員活動というのは、コープ事業と一体というふうにあまり考えないほうがよいですね。農協もある意味でそういうところもありますけれども、実際の日常の仕事は職員がやつていられるわけです。組合員の代表である組合員代表理事、私もそうなんですけれども、これは職員グループに対する圧力団体と考えたほうがよいですね。機能的にいえば生協も他のスーパーとほとんど変わるところがないし、激しく競争しながらやつていられるんですけれども、他のスーパーとどこが違うかというと、組合員活動の存在ですよ。この組合員活動の人達が、大滝さんが紹介してくれたような

いろいろな活動をしていて、これは案外知られていないので今日は本当に良い機会だったと思います。そういう中からこういう物が欲しい、こうあつて欲しいという、決定権はないですから経営側に対して圧力をかけるわけですね。経営側はそれをできるだけ受け入れて、その辺の調整を理事会でやっていくという仕組みになっていきます。

よい例が今日紹介してくれた米事業です。コープの米事業というのは、前からホクレンさんにも叱られていたんですけども、コープは内地米を売るところだというふうに言われていた時期があるんです。それを北海道米にシフトしていくことを、ここ数年かなり力を入れてやっています。もちろん選択を保障しなければならぬから内地米もあるわけですけども、小売の中では道産米を一番扱うようになったのです。トップセラーまでできました。けれども組合員さんから、「道産米に取り組んでいるというけれども、お弁当を買って見たらみんな内地米だった」という不満が出ました。お弁当・惣菜・おにぎりまで道産米優先にしていきたいというのは、事業をやるほうからみれば相当抵抗があります。今までの取り引き関係もありますしね。ですから言っただけではなかなかすぐにはならなかったですね。さらに理事会で、さつぱり直っていないではないかとダメ押しして大分議論して、じゃあやりますということによりやくなったのですが、まだちょっと圧力をかけないと進まないかも

しれませんね。もう大丈夫ですか。つまりそういう感じでやっていくわけです。

ですから農業サイドからは生協は一つの取り引き先ということになりますけれども、今日大滝さんがアピールしてくださいような組合員活動というものに注目していただいて、組合員だけではなくて消費者全般が健康とか安全とかを考えるようになって、農業のことを非常に知りがついています。本当にみんな北海道農業の大ファンなんです。北海道農業が縮小するようなことがあつたら大変だとほとんどの消費者は思っていますね。こういうパワーを集めると大変なパワーになりますから、ぜひ農業サイドとしても注目し生かしていつていただきたいと思っております。

奈良 ありがとうございます。他にご質問ないしはこういうことはどうなんだろうかというお話がございましたら、ご意見等を聞かせていただければと思うんですが。生活改良普及員の中村さん、いらつしやいますか。消費者と生産者との交流ということで、ご意見をいただければと思うんですが。

中村 普及センターの中村です。先ほど食育とか農村女性の交流ということでお話されたんですけども、石狩の農村女性グループというネットワークがあるんですが、その組織が二年ぐらい前か

ら食を通じた交流をしています。今まではみんなが農家の方だったのですが、消費者の方を入れてということで、去年は約三分の一ぐらいの方が入りました。コープさつぼろさんの方も何人か参加していただいているのですが、そういう交流の中で先ほどの食べ方とか保存方法の話などをしています。かしまるとなかなかそういう話はないんですが、料理を作っている中で「あら、良いこと聞いたわ」という消費者の方の声とかがありまして、本当の交流になるのかなと思っております。もう少し多くの方と交流したいというのも、農家の女性の希望でもありますので、またそういう時にはお声掛けしてお互いに同じ立場でそういう設定をしてやっていければいいなこと、普及センターのほうも農家の女性の方には働きかけをしておりますので、またよろしく願います。少しでも農業の応援をもらうということでは、お母さんたちも働きかけをしています。しかし食文化ということをいわれると、どれが北海道の食文化なのか私たち自身もお母さんたちも非常に迷いがあります。どうしてもお母さんたちは無理して新しい料理を考えて伝えようとするのですが、昔ながらの保存食とか農産加工とかもやってあります。昨年は昆布巻きとか大豆の五目煮とかが出てきて、これが本場の農村に伝わっていた食ではないかということで、農家のほうの考えも少し変えていこうということなので、またそういう中から交流を図ればよいかなと思っております。

あと子どもたちの食育も受入れ農家が非常に少ないです。農業賞とかいろいろと出されている方は、本当に前向きにやっているの、私たちもいろいろな機会にお願いをして学校とつなげたり、恵庭ではコープさつぼろの方の家族を呼んでやっております。今年は生産者のほうからもっと情報提供をして、その場では収入にならないんですけれども、もっと自分の生産物をアピールして少し収入に？がるように将来に向けてやっていったらいいのではないかとということで、今恵庭の地域担当のほうの方にもお話したりしています。もっと受け入れて一緒に農業をしていくというか、生産者を育てていくというのも私たち普及センターの仕事の一つということで、まだまだ少ないんですけれどもやっております。コープさつぼろさんのほうでもっとどんどん入ってきて、地元を知っていたければよいかなと思います。ドンと受入れ農家が増えるということにはなかなかならないんですけれども、情報発信とか伝えていくということが下手なんです。そういうのが上手く伝えられないという生産者が多いので、そういう方の後押しをしていくように私たちもしていきたいと思っておりますので、またいろいろな機会でもよろしく願います。以上お話をさせていただきました。

奈良 良 どうもありがとうございます。農業の側も一生懸命交流に頑張ろうとしているということですので、大滝理事さんも納得



いただいて一緒に頑張っていこうというお話し合いができたのかなと思います。もっとこういう話を聞いてみたいという方、いらつしゃいますでしょうか。両サイドからの話が出ましたので、ここで中立的なと言ったら怒られるかもしれませんが、道新の渡辺専務が

いらつしゃつてますので、今日のような話題についてはどのような感想をお持ちになったのか一言コメントをいただければと思うのですが、よろしくお願いします。

渡 辺 突然のご指名で考えていなかったのですが、コープさっぽろさんの活動が親子で地域に入つてということ、そうだろうなと大変感銘を受けました。私最近考えるんですけれども、今聞いていてもそうなんですけれども、お互いに消費者と生産者が向き合うということは本当に大切なことで、生産者はやはり消費者と向き合わなければ農業はやつていけないと思つています。生産者の方は消費者に自分たちの情報を伝えることが下手だと先ほどおつしゃいましたが、下手ではなくて何を伝えてよいのかわからない人もいるのではないかと思つています。先ほどの話の中で、私も確かにそうだと思つたのですが、一等米とか二等米とかいう生産のお米を作つても、生協に行つてお米を買う時に一等米とか二等米というのは書いてありませんよね。だいたい「ななつぼし」とか書いてあつて、あつそうかと思つただけです。今聞いていて確かに一等米とか二等米というのはどういうことで決められていて、それを消費者がどういうふう在接受止めているのだろうということは確かにわからないなあという感じがします。

有機栽培も基準が大分しっかりしてきましたけれども、当初やつ

た時には有機栽培というのは何だろうと言われた時に、私は「勇氣」を持つて食べるのが「有機栽培」と答えたことがあります。最近はそのようなことはなくなりましたけれども、まだ本当に安心・安全というものの担保といえますか、安心と安全がどう違うのかわかりませんが、安心・安全というものが本当に消費者にとつて感じられていのかなどという感じがします。消費者があまり情報を読まないというのではなくて、たとえば私もよく生協に行くんですが、地物と書いてありますと本州の物より大分高いんですね。確かに端境期とかいろいろなことがありますけれども、やはりもつと情報を店頭に出されたほうがよいのではないかと思います。いずれにしても消費者と生産者が向き合うということは、自分たちが思っていることを率直に話し合えるような場所、それからお互いに交流を深めていくことしかないと思います。そういうことで、今日

はいろいろ伺えまして大変勉強になりました。一つ新聞社として欠けているのは、両方の声をもう少し取り上げることが求められているのに、意外に書いていないのかなと思っております。どうぞ消費者と生産者の方、何かありましたら私のほうに電話をください。紙面のどこかに載せたいと思います。今日はありがとうございました。

奈良 　　どうもありがとうございました。ちょうど時間になつて

まいりましたので、最後に総括的に今日のまとめといたしたら語弊がありますけれども、非常にたくさん方向の見える話題が出てきましたので、司会ではとてもまとめきれませんので、所長ひとつよろしくお願いします。

太田原　　先ほどこしゃべったのですが、ご指名ですので改めましてコープさつぽろを代表いたしました。いつも大変お世話になつております。今後ともよろしく願っています。今日はまとめきれないほど豊富な話題を大滝さんに出していただいたのですが、その中でキーワードになつていいる交流ということで、農協・農村のほうに私が日頃感じていることを少し申し上げたいと思います。消費者との交流を進めるといことですが、消費者のほうではこれだけ熱烈な交流を求めている、農村のほうではどうも交流が下手だと。何を発信してよいかわからないということがひとつ浮かび上がったんですけれども、これは原因がはつきりしているんです。消費者のほうはだいたい女性なんです。男も消費者ですけれども、浪費者といったほうがよいのではないかと私は思っているのですが、消費者協会にしても生協にしても女性が前面に出ています。それに対して農村は未だに男社会なんです。ですから消費者と生産者といつても、農協の理事とか販売部長とかが出て来ても話が噛み合いません。私も大分そういう現場を見ていますけれども、これはやはりダメです。



農村のほうが女性をもつと表面に出して、そこで初めて女同士の話が進むわけです。これは農村のひとつの大きな課題だと思っております。

そうでなくともだいたい男はもうダメですね。ダメというのは、あちこちで言うんですけれども、農村の女性の集まりに行くときに実に明るくて元気なんです。男だけの集まりに行くと真つ暗で展望がないという、本当に両極端ですね。これは渡辺さん、一度ちゃんと取材して書いていただきたいんですけども。どういうことかと言いますと、やはり男というのは、農協あるいはいろいろな農業団体を通じて外部、永田町と大手町を見ているんですよ。そこと交流をしているわけです。そこから聞こえてくる情報は暗い話ばかりですね。それに対して女性は、生協を通じて消費者団体とかいろいろな形で、案外みんなが知らないような交流をやっている、そこでは「美味しかった、期待しています、頑張つて」と励まされるわけですね。ですから女性はそのことによつて、今非常に自信を持ってきていますね。そういう自信を持つて張り切っている女性たちに、早くバトンタッチして引退しろとは言いませんけれども、少なくともそういう女性を活用して、そのことが交流をスムーズにさせると。これをそれぞれの地域で、あるいは農協で考えていただきたい。農村女性部はいつまでも踊りとカラオケ教室をやっているのか、もつと楽しいことがたくさんあるぞという、いろいろなことの見直

しにつながっていくと思います。

それと、今度は生協の会長として、農業とのふれあいがスーパールの事業のあり方を変えたと感じております。直接は今日お話になった「コープさつぽろ農業賞」、四回目なんですけれども、これを発案したのは松村理事長で、彼は本当に偉いなあと思っています。どこまで狙っていたのか、おそらく職員の意識改革ということを狙っていたと思います。私は「ホクレン夢大賞」とか開発局の「わが村は美しくコンクール」とかの審査員をやっておりますけれども、「コープさつぽろ農業賞」の面白いところは事業にすぐ直結するということです。受賞した人たちをシンポジウムに招いている交流を深めていくというだけではなくて、松村理事長は応募してくれた農家にバイヤーは必ず行けど。ロットが小さいから物になるものもならないものもありますけれども、とにかく行けど。そしてそこで商談をしると。これはバイヤーは最初大変迷ったんです。それまで、コープさつぽろのバイヤーは本部のブースの中で商談をやっていましたから、現地には行かないと。多分理事長はそれで頭にきたのではないかと思うんですけれども、必ず行けど。行つて、成立したものについては、お店にコープさつぽろ農業賞という旗が立っている売場があるのを皆さんご存知かと思うのですが、コープのお店の人との差別化の方法にもなっています。これはバイヤーの人から直接聞いたのですが、彼らが一番驚いたのは、かなりロットを持つ

ているような生産者のところに行く、もうすでに他のスーパーのバイヤーが来ていると言うんですよね。そういうことを今まで知らなかつたんです。やはり他のところはすごいと。それに對抗するためには、我々はもつともつと歩かなければならないということ意識が変わってきて、今は本部のブースの中はあまり商談をやっているのはいません。どんどん回りだしたんですね。そのことがバイヤーの目を確かにして、商品力を強めているということだと思いません。

これも私はあちこちで結構しゃべっているんですけども、スーパーの戦略にはかなり昔からダイエー路線とイトヨーカドー路線があるということが言われてきました。ダイエー路線というのは価格破壊ですから、産地を叩いて安く仕入れる。主婦の店ですからそして安く売る。それを目玉にしています。それに対してイトヨーカドーは、産地を育てるというコンセプトが最初からあります。イトヨーカドーは結構高いけれども物が良いという定評があります。値段もそこそこなんだけれども、産地を育てるということは、他の産地ではこうやっているよとか産地にいろいろな情報を提供することによって、場合によってはその産地の交流の仲立ちをするとか、農協がやっていないところに入り込んで、結構そういうことをやっています。ですから農村の中ではイトヨーカドーの信用はバッチリですね。

コープさっぽろが半分潰れるようなことになったのは、いろいろな意味でダイエー路線の後追いをしたからです。仕入れの点でもそうです。産地を叩いたわけですよね。それですっかり農協も農家の人も生協は嫌いだということになって、十年前までそうだったので。そこから、一般消費者に対する信用もそうですけれども、産地に対する信用をどうつけていくのかという、非常に大きな戦略の中で農業賞というのが位置付けられたわけです。ですから生協もそういう産地・生産者・農協との関わりの中で意識改革をしてきて、そうなるって初めて他のスーパーと太刀打ちできるようになったということです。

両方の側から言いましたけれども、今日大滝さんのおっしゃった交流というものは、非常に深い意味と努力に応じたそれなりの成果があるんだということを申し上げて、生協を今後ともよろしくということで終りたいと思います。

奈良 ありがとうございます。くれぐれも地域農業研究所の所長であるということをお忘れないようにお願いをいたしまして、時間を若干オーバーしましたが、今日は大滝悦子さんのお話をお伺いして大変有意義な講演会になったと思います。もう一度大滝さんに拍手を送って講演会を終りたいと思います。どうもありがとうございます。