



## 2025年への夢

すぎもと たかし  
杉本 貴志

国連総会によって、再び「国際協同組合年」が宣言されました。2025年、世界は協同組合という存在をあらためて認識し、その存在意義と課題とがあちこちで議論されることとなるでしょう。「株式会社」のような営利企業ではなく、「国有化」のような公営事業でもなく、「民間・非営利」の事業体である協同組合が、国連やユネスコやILO（国際労働機関）から優遇といってもいいような特別扱いをされるのはなぜなのか、それを世間にきちんと理解してもらうための努力が、実践家や研究者にもとめられています。

「安心・安全」な食品を、できる限り「手頃な価格」で供給する、そんな「お客様第一」の売り場をつくることはいまや小売り各社共通の使命であり、それが達成できないような企業は市場からの退場を余儀なくされるでしょう。そういう意味では「消費者本位のビジネス」を展開することは、決して消費者への協同組合特有の姿勢とはいえません。では、消費者第一主義が生協の専売特許ではないとすると、その存在意義はどこにあるのでしょうか。1980～90年代以降、日本を含む先進国の生協運動に投げかけられてきた問いは、このようなものでした。一見するとスーパー各社の売り場と大きな違いが感じられない大手生協の売り場を前にして、生協の革新性に期待した論者たちは、失望し、憤慨し、関心を失っていきました。

発足間近の、小さな生協であれば、そこで

供給している商品も、その供給の仕方も、何もかもが大手スーパーとは違い、誰もが胸を張って存在意義を語れたでしょう。しかし、それよりもはるかに多くの組合員の食生活を広く支えているはずの現在の生協が、他の流通業とはどこが違うのか、自分たちのアイデンティティの説明に苦慮しています。

共済組織も同様です。あなたたちが供給している共済と、大手保険会社が販売している保険商品とはどこが違うのですかと問われたとき、直ちに、明確に、誰もが理解できるようにかみ砕いて説明できる関係者はどれくらいいるでしょう。その共済を研究している研究者はどうでしょうか。協同組合か保険会社かという供給主体の違い以外に、明確に両者の違いを学術的に説明できるのでしょうか。

自己のリスクを計算し、そのリスクに備えて消費者が購入するのが保険商品です。保険会社はそうした個々の消費者に対して、危険率を予測し、利益を上げることができる範囲で商品価格を設定し、販売します。できるかぎりその価格を下げるためには、利益が第三者である株主に流れることは望ましくないとし、株式会社ではなく相互会社の形態を採用し、第三者を排除して自分たちだけで危険と利益の負担を分け合い、低コストを追求する保険会社も出てきます。保険とは「自己責任」の原理をとことん突き詰めた商品なのです。

一方、共済とは、それとは対照的に、自己責任ではなく「相互扶助」「助け合い」によっ

て自分たちの生活を守ろうという運動です。

老いも若きも、男も女も、個々人で計算すれば、病気にかかりやすいか、事故にあいやすいか、今後入院する可能性はどうか等々、抱えるリスクが全く異なる人々が、同じように共済掛金を出し合い、いざという時に備えるシステムが共済です。年齢や性別に基づいて算出された保険料ではなく、一律の掛金で、誰もが手軽に入ることができ、同じ保障を受けられる、そんな共済商品から始まって、共済組織は成長してきました。

ところがその成長の過程で、さまざまな組合員の声、さまざまな保障の要求に、共済組織も応えようとして、いつのまにかその取扱い商品の中に、保険数理を利用した、保険会社が販売する保険商品と見分けがつかないような個々の消費者ニーズに特化した商品が登場し、共済組織が大々的にそれを宣伝するようになりました。当然、そこにはこうした反応が生まれるでしょう。「そのどこが助け合いの商品なのですか？」「契約者は個々の危険率を自己負担しているだけではないのですか？」「共済のどこに、『協同』があるのですか？」

生協の牛乳売場に、少し高価ではあるが酪農家との産直に基づく有機の高品質牛乳が並んでいるのは、いかにも生協らしい光景です。しかし、いろいろな立場と境遇にある組合員を抱えた生協が、それ以外の、もっと低価格の牛乳を供給してはならないということはないでしょう。現代の多様化した組合員に対して、生協には事業体として多様な形で応える使命があります。しかし、そこに、社会正義に反する商品が並んでいたとすれば、それは多様性への対応では片づけられない問題を提

起することになります。いくら安くても、酪農家の弱みに付け込んだ買ったたきをしたり、アニマルウェルフェアを無視した劣悪な飼育環境下で生産された牛乳が並んでいたりしたら、それは生協として許されないと抗議の声が上がるでしょう。

共済組織においても、純然たる助け合いの原理に基づく「掛金一律」の共済商品以外に、保険数理による専門保障商品が提供されていたとしても、組合員のニーズに応えるための方策として許容されることももちろんあるでしょう。しかし、そこで明らかに共済の助け合いの原理を無視し、それに反するような商品提供が行われていたならば、それは残念なことです。ヨーロッパでは、男女で保険料に差をつけることは、保険会社でさえ認められていません。明らかに社会正義に反する慣行（人種や性別のような、個人ではどうにもできない生まれながらの特性に関する差別や、職業のような、適法である個人の生き方の選択に対する差別）が共済の取扱い商品や約定のなかに残っていないか、共済の存在意義を訴える2025年を前に、総点検が必要ではないでしょうか。

「保険には入れない私たちも、助け合いの共済だから入れました！」「男女の差別も一切ありません！」「みんな、協同組合の一員になろうぜ！」

2025年、男女のプロレスラーが登場する、こんな共済のコマーシャルが流れれば、世間は拍手喝采でしょう。研究者として、そんな光景を夢見ています。

（関西大学教授 日本協同組合学会会長）