

組合員一人ひとりの“ふだんの暮らし”がSDGsを体現 —— パルシステムグループでのエシカルな消費への取り組み ——

主席研究員 河原林孝由基

1 組合員一人ひとりが受賞者

昨年末、国連が掲げるSDGsの達成に向けた優れた取り組みを表彰する第1回「ジャパンSDGsアワード」が開催された。280を超える応募のなかから、パルシステム生活協同組合連合会（以下「パルシステムグループ」）が「「ほんもの実感！」くらしづくりアクション」の取り組みにより「特に顕著な功績があったと認められる団体」として、「SDGs推進副本部長（内閣官房長官）賞」を受賞した。

パルシステムグループでは、“心豊かな共生の社会を創ります”の理念のもと、持続可能性を追求した商品や消費行動のことを「ほんもの」と表現し、“3つの行動テーマ”（第1図）を掲げ、2014年度から取り組んでいる。具体的には、①商品や背景を理解し、価格だけではない社会性や環境面の価値によって商品を選択する、②生産者やメーカーと直接触れ合える機会を増やし、作り手の想いを共有する、③作られた商品に感謝の気持ちで無駄なく消費し、食料廃棄を減らす等を推進している。「一人ひとりがくらし方を選択することで世の中を変える」ことが目標だ。

受賞者を代表し同連合会・理事長は、「商品を選ぶことで環境保全や地域の活性化につなげ、持続可能な社会づくりを目指すふだんの活動が評価された。組合員一人ひとりの“ふだんの暮らし”が表彰された」と述べた。

2 産直で培われた精神

パルシステムグループは、関東地方を中心に商品や環境政策などの考え方を共有する1都11県の地域生協・子会社とその連合会組織

による生協ネットワークである。会員生協の組合員世帯数は155万世帯、総事業高2,107億円、供給高1,517億円（17年3月末現在）で、産直事業を柱に組合員のくらしのパートナーとして幅広い業務を展開している。

同グループの商品は、産直産地や生産者、組合員がともに歩み、挑戦してきた歴史でもある。30年を超える産直の取り組みのなかで、組合員が消費者の立場を超えて、同じ「生活者」として生産者につながるという視点を培ってきた。

最初は自身の食の安全・安心を追求する組合員も、生産者との交流を通して産地の現状を理解し、関心は食卓の先にある地域の課題へと向けられていく。同じ「生活者」として、ともに健康で安心なくらしを実現するため、理解し合い、利益もリスクも分かち合える関係を築いていくことを第一に考える。それが商品づくりの基本であり、このような産直に対する取り組みが、“商品づくり7つの約束”や“生活用品への6つの想い”（第2図）へと具体化していく。

第1図 「ほんもの実感！」くらしづくりアクション 3つの行動テーマ

3つの行動テーマ

- Action 1
「ほんもの」の価値を知り、一人ひとりが選択しよう!
- Action 2
「ほんもの」をつくる生産者・メーカーと会おう、話そう、伝えよう!
- Action 3
「ほんもの」をおいしくムダなく使いこなそう!



ほんもの実感ロゴ 商品の背景にある物語や想いを伝える「パルシステム商品ブック」

出典 パルシステム生活協同組合連合会「パルシステムガイド2017」、以下同じ

3 身近な商品のこんなこともSDGs

消費者に「ほんもの」を届ける取組みについて、いくつか紹介したい。商品開発では、“7つの約束”にのっとり、いのちや環境に配慮した商品づくりを行っている。

18年3月現在、産直産地は386団体に広がり、産直米・産直青果のほか、オリジナル商品数は652点、産地で持続可能な生産をされた「産直原料」を生かした加工品は405点、組合員が開発に協力した商品は103点に及ぶ。

それら商品の一つ一つに、それを育む場所があり、作った人たちの生活や物語がある。その作り手の想いを伝え、商品やその背景を理解する取組みとして、30年以上前から産地交流を続けており、年間1万7千人が参加している。産地では、消費者と生産者が栽培方法や生産物の安全性を確認する「公開確認会」を実施して信頼づくりに努めており、その結果を定期的に情報発信している。

食べ物を無駄なく使いこなす商品づくりにも取り組んでおり、規格外となった商品の有効活用や市販品に比べ廃棄部分を減らす加工品の開発、食べ物を余さず使うくらしの提案をしている。

16年10月からは産直産地の資源によって発電したエネルギーを組合員に届ける電力事業

第2図 パルシステムの商品づくり 7つの約束、生活用品への6つの想い

商品づくり7つの約束

1. 作り手と「顔の見える関係」を築き、信頼から生み出された商品をお届けします。
2. 食の基盤となる農を守るためにも国産を優先します。
3. 環境に配慮し、持続できる食生産のあり方を追求します。
4. 化学調味料不使用で豊かな味覚を育みます。
5. 遺伝子組換えに「NO!」と言います。
6. 厳選した素材を使い、添加物にはできるだけ頼りません。
7. 組合員の声を反映させた商品づくりを大切にします。

生活用品への6つの想い

- 「商品づくり7つの約束」にもとづき、生活用品へ向けて基本となる考えを、2016年に新たに決めました。
1. 商品の成分や材質の基準を設けて、安心で安全な商品をお届けします。
 2. 森林を育み、「森」「川」「海」の環境を守り、石けん運動を広めます。
 3. 再生原料の利用を推進し、限りある資源を有効に活用します。
 4. 文化や技の継承・発展、国産のものづくりを応援します。
 5. 「もの」を長く使い続ける良さを伝えます。
 6. 組合員の声を反映させた商品づくりを大切にします。

も開始した。このほかにも、回収した牛乳パック類のリサイクル推進や、もずく購入代金の一部をサンゴの植付けに役立てる、環境保全型農業で田んぼに多様な生物をよみがえらせるなど様々な取組みを行っている。

これら取組みをSDGsとして設定されているゴール(目標)に当てはめてみるとどうか。消費者と生産者をつなぐ取組みは、直接的には目標12の「持続可能な消費と生産」に合致する。それだけでなく、貧困や飢餓、健康な生活、教育、クリーンなエネルギー、働きがいのある雇用、住環境、気候変動への対処、海や陸の豊かさを守る(目標1、2、3、4、7、8、11、13、14、15)といった様々な課題の解決にも貢献している。それを消費者と生産者とのパートナーシップ(目標17)により実現している。

SDGsの目標達成には「経済×環境×社会」の課題が複雑に絡み合っており、統合的・同時解決のアプローチが必要といわれる。パルシステムグループでは産直で培われた同じ「生活者」としての視点により、様々なステークホルダーを包摂し、統合的・同時解決のアプローチを可能にしている。

「ほんもの」を“選ぶ”こと、言い換えればエシカルな消費により、組合員の“ふだんのからし”のなかにSDGsへの貢献の要素が自然に溶け込んでいるのである。

(かわらばやし たかゆき)

(注1)SDGs(エスディーゼーズ、Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)は15年9月の国連サミットで採択された16年から30年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール(目標)・169のターゲットから構成される。詳しくは本誌「ライフアイゼンの精神を今に—SDGs・パリ協定時代に生きるドイツ・エネルギー協同組合—」(2018年1月号第64号)で論じているので、参照されたい。

(注2)大賞の「SDGs推進本部長(内閣総理大臣)賞」は北海道下川町の取組みで、本誌「環境未来都市はSDGs未来都市へ—北海道・下川町でのSDGsを評価軸とする地域おこし—」(2018年1月号第64号)で紹介している。

(注3)本誌「エネルギーも産直の時代へ—パルシステムグループによる『電力の産消提携』の展開—」(2017年7月号第61号)を参照。