



生協産直 産地交流ガイドライン

2022年6月

日本生活協同組合連合会

全国産直研究会

1. はじめに

このガイドラインは、生協産直における産地交流の取り組みを、より発展させていくために、産地交流検討部会¹での検討を経て全国産直研究会²が作成しました。ガイドラインが目指していることは次の2点です。

生協産直・産地交流ガイドラインの目的

- ① 生産者と生協組合員が対等の立場で交流し、相互理解を深め、良好なパートナーシップを築くこと。
- ② 生協組合員、生産者の参加のすそ野を広げ、より多くの、より多様な参加者による産地交流を実現すること。

そのため、このガイドラインでは、それぞれの生協、生産者団体での、産地交流の取り組みや考え方の整理に活用いただけるよう、生協産直における産地交流の位置づけ、産地交流のあり方、留意すべき点について提案しています。

産直の定義と取り組みは、生協によって異なります。このガイドラインは生協産直の共通した要素をまとめていますが、担当者の学習資料、政策やルールづくりの参考資料など、各生協の状況に合わせて活用されることを想定しています。

産地交流に関わる生協の組合員理事・役職員、生産者団体の役職員・生産者の皆さまに、広くご活用いただくことを期待しています。

¹ 産地交流検討部会：全国産直研究会が本ガイドライン策定のため設置した部会（2021年9月～2022年4月）。委員は、本間賢二氏（みやぎ生協）、武石収氏（コープデリ連合会）、安原仁氏（パルシステム連合会）、椿浩一郎氏（コープきんき）、畑中慶司氏（コープこうべ）、郡山隆夫氏（コープ九州・部長）。

² 全国産直研究会：日本生活協同組合連合会が、産直事業での連帯と共同事業の促進にかかわる政策と諸計画の検討等のために設置した研究会。2020年、産直事業委員会より名称変更。本ガイドラインは、2022年5月13日全国産直研究会で決定。

2. 生協産直における交流とは

(1) 生協産直とは

1) 生産者と生協組合員の協同の取り組み

生協の産直は、単なる「産地直送」の流通形態や、「生産者の顔が見える」農畜水産物を取り扱うことではありません。生産者・生産者団体と生協組合員・生協が育んだ提携関係、パートナーシップと信頼関係をベースとした協同の取り組みを私たちは「生協産直」と呼んでいます。

2) より安全・安心な農畜水産物の実現に貢献

生産者はより安全・安心な農畜水産物の生産に取り組む、生協組合員はそうした食品の特徴や価値を理解し利用する、生産者団体・生協は合理的で高品質な流通をつくる、という生産から消費をつなぐ取り組みによって、安全・安心な農畜水産物を実現してきました。

3) 持続可能な農畜水産物と地域をめざす生協産直

現在、農畜水産業、そしてそれを支える地域は、持続可能性が危ぶまれる状況に直面しています。この課題解決のためには、生産者と消費者の相互理解と連携が重要であり、生協産直はその連携の場となっていくことができます。生協産直は、食品の安全・安心とともに、持続可能な農畜水産業と地域をめざす取り組みにそのフィールドを広げており、さらにその取り組みを強化していくことをめざしています。

(2) 生協産直における交流の位置づけ

1) 生協産直の基盤としての生産者と消費者の交流

生産者と消費者の協同の取り組みの場である生協産直にとって、生産者と消費者の交流は、その基盤となる取り組みです。生協産直の交流は、生産者と消費者が主体的に参加し、お互いの想いを共有する「場」を目指しています。

2) 生協産直の要件としての交流

交流は、生協産直が本格的に広がっていった 1980 年代から、産直の要件の一つとして、位置づけられてきました。現在も多くの生協で産直の定義として使われている「産直三原則」は次のように定式化されています。

産直三原則

- ① 生産地と生産者が明確であること
- ② 栽培、肥育方法が明確であること
- ③ 組合員と生産者が交流できること

3) 自立・対等を基礎としたパートナーシップ

産地偽装事件など食品の安全性、信頼性が問われる事件が頻発した 2000 年代初頭、私たち（当時の産直事業委員会）は、生協産直基準（産直 5 基準）を提唱しました。コミュニケーションをすすめるために、対等・平等のパートナーシップが基礎にあるべきことを、改めて確認しました。

生協産直基準（産直 5 基準）

- ① 組合員の要求・要望を基本に、多面的な組合員参加を推進する
- ② 生産地、生産者、生産・流通方法を明確にする
- ③ 記録・点検・検査による検証システムを確立する
- ④ 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
- ⑤ 持続可能な生産と、環境に配慮した事業を推進する。

(3) 交流の課題

1) 多様な目的

交流に参加した人、なんらかの形で関わった人、一人ひとりが交流を通じて、楽しかった、充実していた、新しい発見や出会いがあった、気づきや行動の変化があったなど、実感できることが大切です。こうした体験や思いが、生協産直を支えていくこととなります。

生協組合員にとって、生産者の取り組みや思いを知る、農畜水産業や地域の課題を知る場であり、生産体験やその自然環境に触れることによって食育の場にもなります。生産者にとって、生産物の評価や消費者の思いを知ることによって、やりがいや今後の取り組みにつながっていく機会にもなります。

交流は、こうした多様な目的や効果を持っており、一つの目的や成果にこだわることなく、多様に評価していくことが大切です。

2) 多様な交流方法

生協組合員・役職員が産地を訪問することだけが交流ではありません。生産者が生協や交流会場を訪れての交流、また近年はオンライン会議システムや SNS を活用した交流にも取り組まれています。産地だよりや意見カードなどのやりとりや、様々な産地の支援活動に参加することも交流の一形態であり、多様な方法で交流が行われています。

こうした多様な交流の場や方法に取り組むことによって、より多くの生協組合員・役職員、生産者・産地が参加できる機会をつくり、参加者のすそ野を広げていくことができます。

3) 交流内容の広報や共有

多様な交流に取り組んでも、直接、交流に参加できる生協組合員・役職員、生産者は全体の一部にすぎません。交流の参加者は生協組合員・生産者を代表して参加したとも言えます。交流の体験を、参加できなかった生協組合員・役職員と生産者に広く伝えることは、交流の取り組みのもっとも重要な要素です。

宅配事業での個配の拡大や組合員活動のスタイルの変化など、組合員が直接語り合う場や学習する場が減少する中、変化に対応した情報提供の場を作っていく必要があります。

3. 産地交流の留意点

(1) 計画

1) 多様なライフスタイルに対応した計画

多様なライフスタイルを持った生協組合員が幅広く参加できるように、日程・スケジュール・交流方法など、多様な交流の場を設定します。産地と生協の距離や交通手段、品目の特性や繁忙期など、産地の状況に応じた交流の方法を検討し、多くの産地との交流の可能性を追求します。

2) 生産者団体・生産者と生協の合意形成

産地交流の計画は、生産者団体・生産者と生協の双方が、目的・日程・内容を確認して確定します。一方の都合だけで決めることなく、双方が主体的に決めること、特定の産地や生産者に過度な負担がかからないことに留意します。

(2) 交流活動

1) 対等・平等の関係性の維持

一般的な商習慣の中では買い手が優位な立場にあり、生産者団体・生産者は生協に対して対等に発言しにくい環境があります。このことに意識的に留意しながら、対等・平等の関係性の中で進めていく必要があります。

2) コンプライアンスへの留意

生協は、交流活動に伴う生産者団体・生産者の負担が、独占禁止法¹⁾の優越的地位の濫用や下請法²⁾違反にあたらぬか、社会的な規範やモラルを逸脱していないか、常に留意する必要があります。

交流活動に伴う費用や負担を生産者団体・生産者に無償で負担させることがないこと、対価について十分協議し合意すること、一方的に著しく低い対価を定めること（いわゆる「買ったたき」）や交流実施後に取り決めた対価を減額することなど優越的地位の濫用行

為がないこと、協議やその内容を記録・保存することなど、生産者団体・生産者への丁寧な対応が求められます。

3) 産地交流のルール

産地交流の参加ルールを定め、事前に参加者に周知します。ルールは参加者の安全確保、農作物や農場・施設の保護、個人情報・プライバシーの保護、コンプライアンス等の観点から設定します。

産地交流ルール設定の項目例

- ① 交通費、食事代、産品購入代などの参加者の費用負担のルール
- ② 試食品、消耗品、通信費など、生産者団体・生産者で発生する費用支払いのルール
- ③ 立ち入り禁止エリアや機械・農薬・肥料に触らないなど、農場と生産者への配慮、および参加者の安全確保のためのルール
- ④ 消毒・喫煙・食事など、農場や工場の防疫・衛生管理上のルールの順守
- ⑤ 体調確認や感染防止対策など、健康管理・感染症対策上のルール
- ⑥ 写真撮影や SNS への投稿など個人情報やプライバシーの保護、産地の機密情報の守秘義務に関するルール
- ⑦ 個人的な連絡や購入依頼を行わないなどの取引上のルール

(3) 振り返りと共有

1) 今後の取り組みに向けた振り返り

交流の振り返りは、計画で設定した目的・内容を達成できたのか、生産者団体・生産者と生協の双方で確認します。

振り返りのために、参加者による意見交換、参加した生協組合員・役職員と生産者からのアンケートや意見集約を行っておきます。

交流による参加者の気づき、価値観や行動の変化、取扱品の供給動向など、多面的に評価します。

振り返りの結果、次回に向けての改善事項は、次回計画にむけて関係者で共有・保管します。生産者団体・生産者には感謝と共に振り返りをフィードバックします。

2) 生協組合員・生産者への広報

交流に参加する機会がなかった生協組合員・役職員や生産者に、取り組みを広く共有することによって、産地交流の意義を高めることができます。会議・集会、広報紙誌、商品案内書、ホームページ、SNS などを利用し、幅広く広報します。

3) 商品供給との連動

交流活動が生協組合員に届く産直の農畜水産物とつながり、利用につなげていくことが大切です。店舗の売り場や宅配の商品案内書で、生産者団体・生産者名や交流に取り組んでいること、産地の取り組みや価値が伝わる情報提供に取り組めます。

以上

i 「優越的地位の濫用」とは、自己の取引上の地位が相手方に優越している一方の当事者が、取引の相手方に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らし不当に不利益を与える行為のことです。この行為は、「独占禁止法」により、不公正な取引方法の一類型として禁止しています。独占禁止法は、下請法に該当しない場合でも、継続して取引する相手方に対して自己のために金銭・役務・その他の経済上の利益を提供させることを禁止しています。

ii 「下請法」は、取り扱う商品の取引の内容（加工・包装の指定等）や相手方の資本金から下請法に該当する場合、下請事業者から不当な経済上の利益（金銭・労務など）の提供を要請することを禁止しています。下請事業者へ支払う額を決定する際に通常支払われる対価に比べて著しく低い額を不当に定める「買ったたき」や、発注後に下請事業者の責めに帰すべき事由がないにも関わらず下請事業者へ支払う額を「減額」することなどが該当します。

特に「買ったたき」については、諸コスト（肥料・飼料代、エネルギーコスト、人件費など）の上昇傾向の中では、取締りが厳しくなります。価格交渉時における諸コストの上昇に対する対応の協議やその内容の記録・保存など、取引先への丁寧な対応が求められ、特に留意が必要です。

<生協産直・産地交流ガイドライン>

発行者： 日本生活協同組合連合会 全国産直研究会

発行日： 2022年6月1日

お問い合わせ先： 日本生活協同組合連合会 産直グループ

〒150-8913 渋谷区渋谷 3-29-8 コーププラザ

sanchoku@jccu.coop