

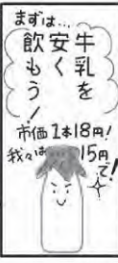
生活クラブの創成期

1965年6月 生活クラブ設立！ -牛乳の共同購入-



河野 栄次(18才) 岩根志津子(31才) 岩根邦雄(32才)

スタートは、200人に329本の牛乳を自分たちで配達!



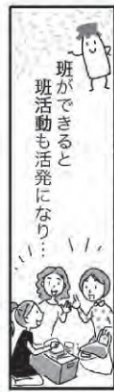
地域に根ざした運動を

生活クラブの創始者である岩根邦雄氏は、かつて、フリーカメラマンとして安俣闘争を目の当たりにし、自ら社会変革に関わろうと決断。しかし、生活実感のない政党政治に疑問を感じ、市民の能動的な組織を作りたいと考えるようになる。そこで、妻の志津子氏、河野栄次氏とともに地域の主婦に呼びかけ「牛乳を安く飲む」という活動を始めた。最初の会員は、原水爆禁止の署名集めなどで顔なじみを増やしていた志津子氏が1軒1軒近所を訪ね歩き集めた。

「二流の牛乳」との中傷とは逆に、当時はビタミン剤を添加するなどの加工乳全盛の時代。この活動は牛乳販売店からさまざまな妨害を受けるが、会員は増え続け、1967年秋ごろには1000人、配達する牛乳は2400本に達した。

生協の設立〜おおぜいの私〜

「1人の私」にはとてもできないことが「780人の私」にならできる」。設立当初のメンバーのことばがある。「おおぜいの私」を求めて組合員を募り生協設立が実現。設立準備と同時に運営方法の模索も行



「班別予約共同購入」とは…

(メリット) 単品の大量購入(利用集結)ができて、品物が安くなる。在庫のための倉庫がいらない。

(デメリット) 班まで取りに行くのがめんどう。すぐに品物が手に入らない。



1968年10月18日 生協設立総会!

《おおぜいの私》

200人近い出席者で大盛況!

「がんばりましょう!」

「設立おめでとう!」

「ほんとに達成できたわ〜!」

「問題はいろいろ...」

「班で1回15本以上! センター納品 100ケース以上!!」

「申し込みは前月20日××カ! 変更不可!」

「世はオイルショック!!」

「私たちが作れないの?」

「不明瞭な植上げは納得できない!」

「生産者と直接提携したいわね。」

「お米の価格はどうやって決まっているの?」

「本物のみそ?」

「牛乳の殺菌温度?」

「安全に?」

「安全な本物を求める声が大きくなっている」

「オリジナル消費材の開発!」

第3号 1974年

第2号 1974年

第1号 1972年

「余乳」対策として

乳製品の取り組みの幅を広げてきました!

チーズ、アイス、シロップ、ヨーグルト、牛乳

「本来、牛乳は子牛が飲むもの。それを人間が常用し、安心安全を追求するならば、利用する消費者が生産を理解し、何ができるかを考えて行動する必要があるのです!」

「牛の事情もわかるように」

「牛は人間の都合に無関係な、休日も休まずお乳を出しています。」

「たくさん利用して酪農家と工場を守らねば!」

そして…1979年 自前の牛乳工場建設!

「まさに生産する消費者ね!」

日本で初めて組合員と酪農家が直接提携し、共同経営する牛乳工場!

2000年 ユニバーサル「デザイン」受賞!

1988年 牛乳本来の質を保持する「パスチャライゼーション」

72°C15秒間 熱処理法採用!

「原乳価格も製造日でもわかる!」

生産する消費者

1979年に、自前の牛乳工場を建設。1988年には、120°C 2秒間殺菌だった製法を72°C 15秒間殺菌のパスチャライズド製法に転換した。現在でも牛乳の殺菌温度は120°Cや130°Cで2〜3秒間という「超高温殺菌」が主流であるが、パスチャライズド製法を実現するためには細菌数の少ない高品質な原乳が必要となる。生活クラブの組合員は、搾乳時の細菌を減らすため牛の乳房を拭くタオルを集めて送る「タオル1本運動」を展開した。業界の常識を打破していった「生産する消費者」という言葉は、生活クラブの基本になっていく。しかしながら、配送形態の主流が個別配送になるなかで、組合員の参加のあり方が課題となっていた。

なわれ、採用されたのが「班別予約共同購入制度」だった。班は、消費材を受け取る場であると同時に、組合員が直接参加する議決の単位でもあった。