
協同組合認知度調査からみた生活意識の変化と日本の協同組合・共済事業への期待

－『勤労者の生活意識と協同組合に関する報告書〈2024 年版〉』概要－

大 高 研 道

明治大学の大高です。本日はどうぞよろしくお願いいたします。簡単に自己紹介しますと、私は政治経済学部で協同組合学を担当しています。協同組合学専任の教員を採用している大学はおそらく明治大学だけだと思います。ほかでは、例えば農業経済学や地域経済学などの関連科目の一つとして協同組合論を置いているケースはあるかもしれませんが、私の場合は協同組合学の講義しか担当しておらず、それ以外はゼミや大学院での指導をしています。

主たる研究関心は、社会的排除・貧困問題や地域づくりにかかわる協同組合・社会的企業の位置や役割を明らかにすることにあり、とくに住民の学びと主体形成という観点からアプローチしています。地域づくりは人づくりでもあります。社会的協同実践として協同組合をみれば、そこには学び合いの営みが何らかの形で生まれます。そのような意味では、協同組合という社会的事業体に社会教育的な観点からアプローチしているといえるかもしれません。

今回は、協同組合認知度調査から見た生活意識の変化と日本の協同組合の認知度の現状について話題提供させていただきます。共済事業そのものに直接コミットしているわけではありませんので、その点は関連の先生方のアドバイスなどをいただきながら活発な議論ができればと思っています。

全労済協会では、アンケート調査を 2011 年から実施しています。最新版のアンケート調査の報告書が 2025 年 5 月に発行されました。今回は、その概要について紹介します。

遡りますと日本共済協会の 2018 年の共済理論研究会において、2016 年のアンケート調査結果について報告しています。2016 年調査では、アンケートの調査項目を統一して経年分析ができるように整え、その内容を報告させていただきました。以降、アンケート調査を数回実施していますので、今回は前回報告と趣旨は似ていますが、経年動向にも目配りしながら報告させていただきます。

1. はじめに

(1) 身近にある「協同組合」の仲間

はじめに協同組合は身近にたくさんあるという点について少しだけ触れたいと思います。

大学での協同組合学講義の冒頭では学生たちにクイズを出しているのですが、皆さんは資料の「表」のなかで「協同組合」と思われるものはどれだと思いますか。何番が協同組合に該当するか、

その資料にしるしをつけていただければと思います。

悩んだ組織などありましたか。学生がよく迷うのは「労働組合」です。「組合」がついているので協同組合だと思うようです。「コープみらい」は「コープ」がつくので分かりやすいと思いますが、このコープみらいは生協の歴史で見ると、生協法が改正されて県域が接しているところは一緒になってもよいということになり、2013年に埼玉、千葉、東京の三つの生協が合併してできた生協です。

「協同乳業」は株式会社なのですが、社名に「協同」が付くので協同組合と答える学生もいました。ただ、これをリストにあげたのには意味がありまして、実は協同組合と非常にゆかりのある会社なのです。年配の方はご存知だと思いますが、「ホームランバー」という棒付きのアイスクリームを最初に作った会社で、現在は全農の子会社になっています。主たる出資者が全農なので、協同組合とは非常に親和性のある組織です。

「磯丸水産」は居酒屋です。学生たちにも一番身近な漁業に関係しそうな名前の居酒屋を聞いてみたのですが、なかなかそれっぽい店がなかったので、「水産」が付く居酒屋を載せました。あとは信用金庫でも悩むようです。地域への貢献という観点から協同組合と考える学生もいますが、ほとんどは協同組合として意識してこなかったようです。

皆さんとの関係ですと共済関連は、今回は日本生命を載せたのですが、たまに共栄火災を載せることもあります。日本共済協会の仲間のなかに共栄火災が入っていますが、私も当初は、なぜ共栄火災は株式会社なのに協同組合の仲間として一緒に活動しているのだろうと思ったことがあります。それは歴史がありまして、日本初の協同組合の法律である産業組合法が1900年にできましたが、その産業組合法のなかに「共存同栄」というスローガンがあります。その精神を受け継いで共栄火災が生まれました。当時は法律上のさまざまな難しさがあったので協同組合にはできませんでしたが、協同組合同的な保険事業を目指して1942年に設立され、現在でも日本共済協会、共済の仲間として活動しています。

「ワーカーズコープ」は別名「労働者協同組合」で、協同組合に縁のある方はご存知かもしれませんが、2022年10月1日に労働者協同組合法が施行されました。協同組合関連の法律ができたのは実に44年振りのことです。

あらためて解答を見ますと、奇数の番号の全てが協同組合です。このように私たちの身近には協同組合がたくさんあります。そのことが今回のアンケート調査報告の、一つの大事なメッセージになりますので、頭の片隅に留めておいていただければと思います。

(2) 「勤労者の生活意識と協同組合に関するアンケート調査」がスタートした経緯

2011年から全労済協会のシンクタンク事業としてのアンケート調査を実施してきましたが、本年2025年5月末で同事業が終了したため、このアンケート調査も今回が最後になりました。そこで、本アンケート調査プロジェクトがどのような経緯でスタートしたのかを皆さんと少しだけ共有させていただきます。

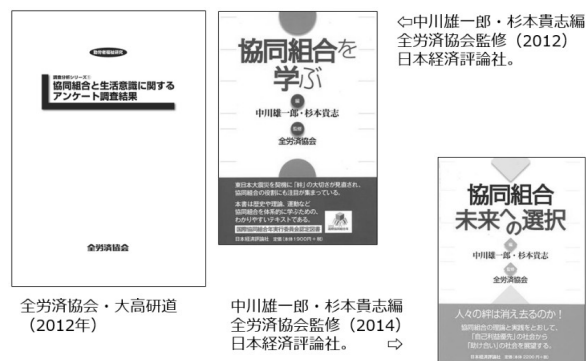
全労済協会は、2011年3月に「協同組合研究会」を開始しました。立ち上げの打ち合わせは東日

本大震災当日に明治大学でされていたそうです。当時は私の前任者の中川雄一郎先生が明治大学におられ、同研究会は中川先生を座長として、会場におられる秋葉先生と杉本先生もメンバーとして参加していました。

翌年 2012 年が国連の国際協同組合年であることはすでに決まっていた。この 2012 国連国際協同組合年には三つの目標があり、そのうちの一つに協同組合の認知度向上が掲げられていました。研究会では、そもそも協同組合に対する認知度はどれくらいなのかということが話題になったわけです。当時は、生協なら生協、農協なら農協といった形で、協同組合の業種ごとに組合員を対象としたアンケート調査は行われていましたが、国民一般、つまり組合員ではない方も含めた認知度調査は行っていませんでした。まさにこの研究会がやることではないかということになり、私が担当することになりました。その成果は、『勤労者福祉研究調査分析シリーズ 協同組合と生活意識に関するアンケート調査結果』（2012 年）として刊行されています。

これがその報告書です（図表 1）。一番左側が第 1 回目のアンケート調査報告書です。この時は、まさか十数年の付き合いになるとは思ってもおらず、報告書タイトルにも「何年版」といった形で調査年を表示していません。全体で 50 頁余りの本当にシンプルなものでした。その他に 2 冊の研究成果が、中川先生と杉本先生が編者になられて、私や秋葉先生等と一緒に執筆をした書籍が出版されています。

図表 1 研究の成果



(3) 本アンケート調査の目的・意義

既に述べたように、このアンケート調査開始の背景には、2012 国際協同組合年がありました。本年 2025 年は 2 度目の国連の国際協同組合年ですが、協同組合の国際組織である I C A（国際協同組合同盟：1895 年）の設立 130 周年の年でもあります。すなわち、100 年以上、協同組合という思想や組織形態が続いているわけです。この長い歴史的な蓄積を有する協同組合が、認知度を中心にどのような位置づけになっているのかを調査することが大きな目的になります。アンケート調査プロジェクトは、2011 年以降、ほぼ 2 年ごとに実施しています。2013 年だけ私が大学の役職に就いていたため担当していませんが、それ以外の分析・執筆を担当させていただき、計 7 回行われています。2011 年調査は学生や主婦も対象に含まれていましたが、2013 年から労働者・勤労者に対象が絞られ、それがそのまま続いています。対象は勤労者ですが、国民一般がどのように協同組合を見て

いるのか、概ねの状況を理解できる唯一のデータです。

(4) アンケート調査の変遷

〈図表2〉がアンケート調査全7回の特徴になります。前回の日本共済協会報告は、2016年版をもとにしています。この年に設問項目を見直し、以降、経年調査が可能になりました。今回は5回の経年調査を見ることができます。

各報告書では、時々の社会状況に即した項目が数点追加されています。例えば、2020年版にはコロナ禍に関すること、2022年版には労働者協同組合法やSDGsの項目などを入れています。ただし、経年傾向を見るために既存の項目の質問形態はほぼ固定されています。

そして、本年をもってシンクタンク事業が終了しましたので、今回は最後のアンケート調査になります。そのような意味では、13年間の経年変化の総括をさせていただき機会をいただき非常に感謝しています。なお、第1回調査(2011年)が実際に公表されたのは2012年ですが、全て「科学技術情報発信・流通総合システム」(J-STAGE)にアップされていますので、関心のある方はそちらで詳細をご覧くださいことができます。

図表2 アンケート調査の変遷

アンケート調査の変遷		上記「調査報告書」はJ-STAGEに搭載されています。
第1回調査(2011年版)	*主婦・学生等を含む国民一般が対象	■ 協同組合と生活意識に関するアンケート調査結果 https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/1/0/1.1/_article/-char/ja
第2回調査(2013年版)	*勤労者に対象に絞る。30-50歳代に限定	■ 勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書(2016年版) https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/5/0/5.1/_article/-char/ja
第3回調査(2016年版)	*対象・項目の見直し ・対象:勤労者、20歳~64歳 ・項目:基本属性は固定 ★設問形式・設問項目を確立→経年傾向分析が可能になった	■ 勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書(2018年版) https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/7/0/7.1/_article/-char/ja
第4回調査(2018年版)	*以後、社会状況に即して新規項目を数点追加	■ 勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書(2020年版) https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/9/0/9.1/_article/-char/ja
第5回調査(2020年版)	*コロナ禍の働き方やライフスタイルの変化	■ 勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書(2022年版) https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/10/0/10.1/_article/-char/ja
第6回調査(2022年版)	*2年間のwithコロナの経験を踏まえた変化と適応、SDGs、労協法など。	■ 勤労者の生活意識と協同組合に関する調査報告書(2024年版) https://www.jstage.jst.go.jp/article/zrsbunseki/11/0/11.1/_article/-char/ja
第7回調査(2024年版)	*全労済協会シンクタンク事業終了。最後のアンケート調査→13年間の経年変化総括	

(5) アンケート調査の構造

アンケートは53項目あります。まず、フェイスシート(年齢や性別、職業、収入などの基本属性の項目)があって、それをもとに大きく二つの側面から分析しています。一つは勤労者の生活の実態について、今の生活が苦しいとか、こうなってほしいとか、そのような社会観を含めたものが前半部分で、もう一つが協同組合に対する認知度や評価に関してです。

(6) アンケート調査結果概要——13のトピックス

今回報告書では、冒頭に特徴的な点について「13のトピックス」として紹介しています。詳細は、「J-STAGE」にも掲載されていますので、それもあわせてご覧いただければと思います。以下では、その「13のトピックス」を中心に紹介します。

2. 勤労者の生活実態・意識調査から見てきたもの (Q15-32)

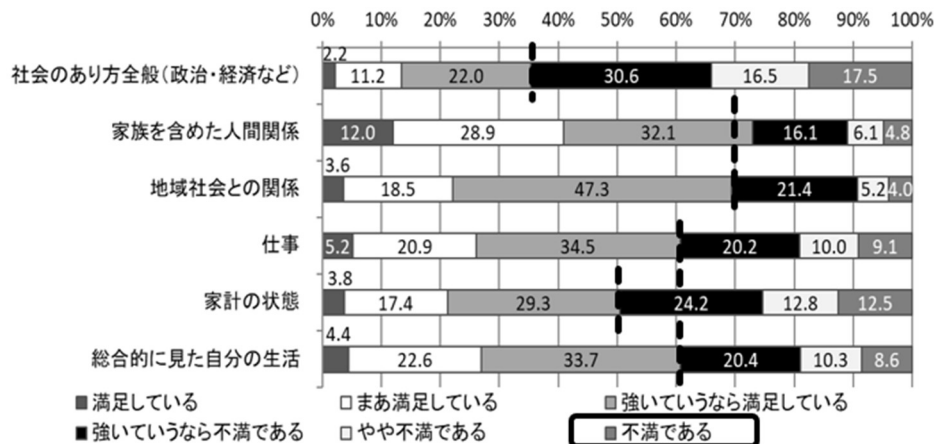
(1) 「社会のあり方全般（政治・経済など）」に対して悲観的

まず、今の社会のあり方や暮らしに対してどの程度満足しているか、「現在の暮らしの満足度」についてです（図表3）。左側に項目があり、「社会のあり方全般（政治・経済など）」「家族を含めた人間関係」「地域社会との関係」「仕事」「家計の状態」「総合的に見た自分の生活」に分けて聞いています。一番上の「社会のあり方全般」は、不満層が多いのが特徴です。いわゆる政治や経済に対する不満や不信感が強いということがわかります。今回に限らず、この項目は一貫してネガティブな層が多いという結果になっています。

人とのつながりである「家族を含めた人間関係」や「地域社会との関係」については、相対的に満足している層が多いことが見て取れます。

グラフの一番左側が「満足」、右側が「不満」を明確に表明している回答ですが、両者を比較すると、家族関係を除く項目では不満層の割合が高いことが分かります。

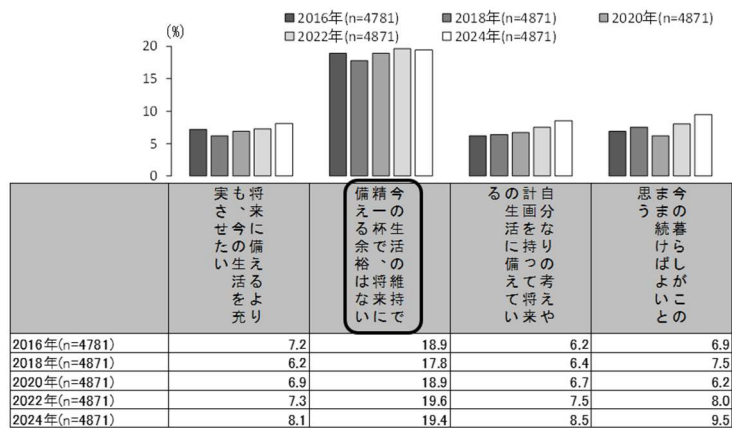
図表3 現在の暮らしの満足度 (Q15)



現在の「暮らしに対する考え方」（図表4）については、「今の生活の維持で精一杯で、将来に備える余裕はない」が一番多く、経年で見ても突出しています。

一番左側の「将来に備えるよりも、今の生活を充実させたい」や、一番右側の「今の暮らしがこのまま続けばよいと思う」については、余裕がある層と考えるのか、あるいはこれ以上悪化しないしてほしいという思いからこのような回答を選んだのかは、議論の余地が残されていますので、この点はもう少し深掘りする必要があるかもしれません。いずれにせよ、今の生活維持で精一杯という方が多数を占めているのが現実だと思えます。

図表4 暮らしに対する考え方（経年比較：Q18）

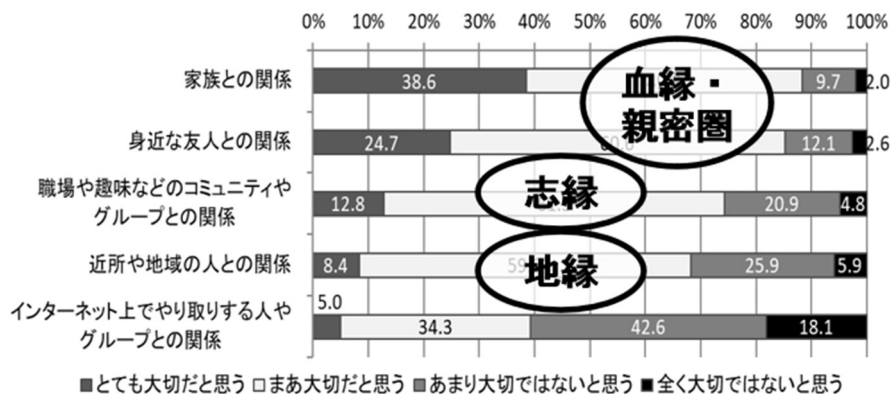


(2) 家族や友人等の親密圏がより強固に

次に、「人間関係の大切さ」（図表5）についてです。この間、内閣府調査や国勢調査等で60歳以上の一人暮らし高齢者の増加などが指摘されていますが、孤立社会の進行のなかでつながりの形がどのように変化しているのかを見ていくことは、重要なテーマといえます。〈図表5〉では、趣味や何らかのコミュニティに属しているグループを志縁的な関係——「志し」や関心事の縁でつながっている関係——、近所や地域の人たちとの関係を地縁的な関係として整理しました。社会進化論の社会学者テンニースは、近代化の過程で人のつながりの形が、地縁的な形であるゲマインシャフトから志縁的な形であるゲゼルシャフトへ変わっていくと提唱しましたが、この結果を見ると、実際の関係の形が地縁から志縁に移っているかいないかは別としても、それらを大事だと「思っている」回答はそれほど多くないことが分かります。

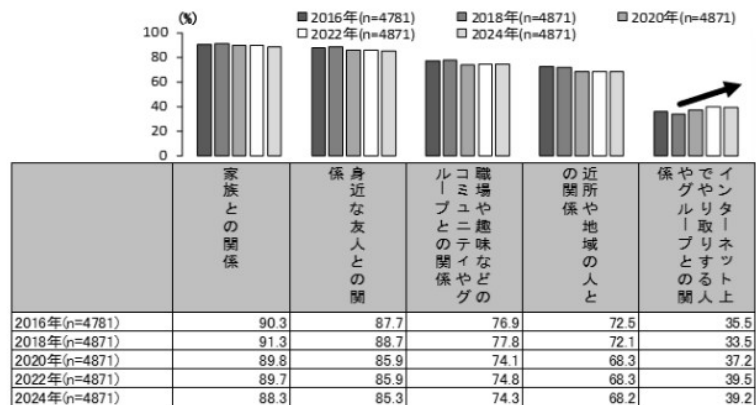
どのような関係が大切だと考えているかという点、家族や身近な友達、血縁関係や友人といった親密圏の関係です。この血縁や親密的な友達との関係はより強固になっています。総じて、社会全体のつながりが縮小傾向にあり、同時に、縮小されたそのつながりは非常に強固なものになっているといえます。親密圏以外に存在する「外界」の人は宇宙人のようなものなのかもしれません。この関係性のなかに現代人の意識のありようが見え隠れしているような気がします。

図表5 人間関係の大切さ（Q20）



インターネット上でやり取りする人やグループとの関係は、それを大切だと考えている回答は相対的に少ないのですが、経年で見ると増加傾向にあります（図表6）。これは前回報告との大きな相違点です。当時は、インターネット上の関係を大切だと思っている人は少ないという話をしましたが、特に2020年のコロナ禍以降増えており、今回は前回2022年調査から少し減っていますが、全般的に増加していることが見て取れます。

図表6 インターネット上の関係（Q20）



(3) コミュニケーションを取っている相手・相談する相手がない人びとが増加

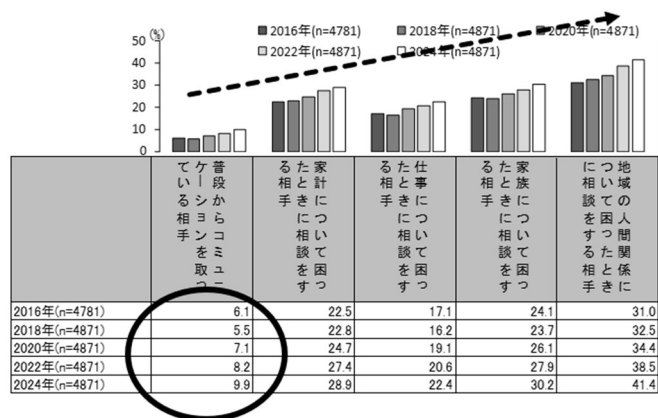
コミュニケーションを取っている相手について具体的に聞いたのが〈図表7〉です。特徴的なのは、コミュニケーションを取っている相手や相談する相手がないという回答が増えていることです。つまり、孤独や孤立社会の進行とともに、日常的な交流相手の不在が非常に深刻化しているといえます。とくに、一番右側の「コミュニケーションを取っている相手・相談する相手がない」が9.9%で、約1割になっています。

図表7 コミュニケーションを取っている相手・相談する相手がない（Q21）

	複数回答 単位: %											取得している相手がない・相談をしない
	家族・親族	身近な友人	近所や地域の人の関係	（相談窓口含む）会社の関係	市区町村などの相談窓口	労働組合の相談窓口	地域の活動や市民活動などの仲間	趣味や習い事などの仲間	先生や弁護士、学校の先生など専門家	通じた相手	インターネット	
普段からコミュニケーションを取っている相手	80.8	53.9	17.9	48.7	2.3	1.1	2.1	100	40	73	0	9.9
家計について困ったときに相談をする相手	63.0	15.0	1.6	4.0	2.4	1.1	0.8	1.1	1.2	1.4	0	28.9
仕事について困ったときに相談をする相手	41.3	26.9	2.0	39.9	1.8	1.7	0.9	1.2	1.4	1.8	0	22.4
家族について困ったときに相談をする相手	45.3	33.0	2.7	8.7	3.1	1.0	0.8	1.4	1.7	2.2	0	30.2
地域の人間関係について困ったときに相談をする相手	42.9	19.7	7.9	5.5	4.8	0.9	1.4	1.3	1.0	1.6	0	41.4

これを経年で見えていくと〈図表8〉のようになります。相談する相手がいないという回答の割合が、どの項目においても増えていることが明確に示されています。とくに、「普段からコミュニケーションを取っている相手がいない」という回答は約1割ですが、これは深刻な問題であると捉えています。次回あるいは5年後10年後には、この割合がもっと増えていることが予想されます。

図表8 コミュニケーションを取っている相手・相談する相手がいない 経年 (Q21)



(4) 困りごとへの対処は「自助型」が多数

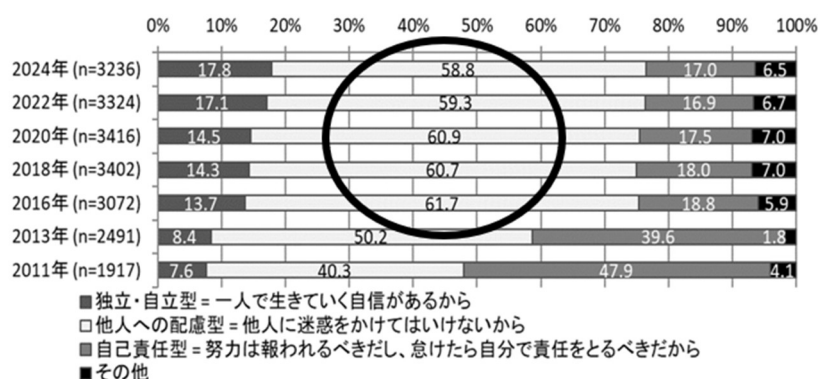
では、このような社会的状況のなかで困りごとに直面した際、どのように対処しているのかを聞いたのが「困り事への対処の仕方」(図表9)です。ここでは、自助・共助・公助の三つのタイプから選んでもらいました。アンケート開始当初の選択肢は自助と共助だけでしたが、2016年から公助を加えています。経年で見ると、一貫して自助「自分の力で解決する」を選んでいる回答者が一番多いことがわかります。2020年調査以降若干減少しているとはいえ、約6割が何か困り事があった時には自助で解決すると回答しています。「共助」はその半分以上です。「公助」を2016年に加えた結果どうなったかということ、概ね「共助」の回答の一部が「公助」にシフトしたとみてよいと思います。

図表9 困りごとへの対処の仕方—自助・共助・公助 (Q28)



この結果をもう少し深掘りして、自助を選んだ理由を聞いた結果が〈図表 10〉になります。リーマンショック時は「自己責任」、2004 年頃には「ニート」という言葉がメディア等でも登場しましたが、その頃はニート＝「やる気のない若者」といった一面的な理解への是非が問われました。実は、自助に共感している人たちのなかで、「自己責任だから」と考えている人は2割に満たないのです。経年でみても、質問形式を統一した 2016 年調査以降、一番多いのは常に「他人に迷惑をかけるはいけないから」という回答です。すなわち、自助を選んだ理由でもっとも多いのは、実は他者に対して「自己責任だから」と突き放すのではなく、自身が「他人に迷惑をかけるはいけないから」ということが明らかになりました。国民性も反映しているとは思いますが、自助を自己責任と重ねて考えている人はそれほど多くないという点は、重要な知見だと思います。

図表 10 自助に共感する理由 (Q29)



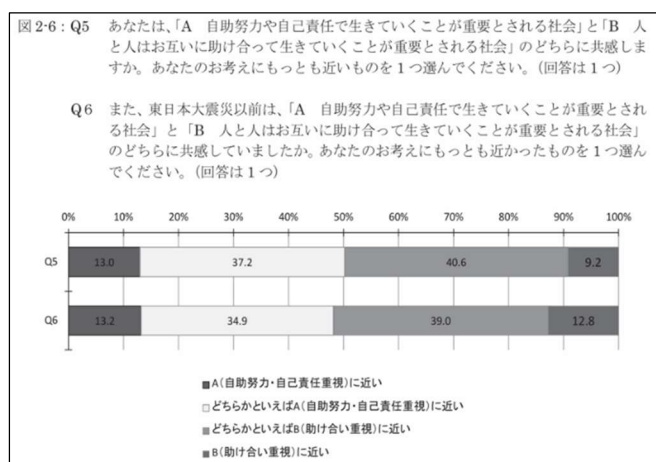
この点と関連して、2011 年の第 1 回目の調査では興味深い結果が出ています（図表 11）。二つの横棒グラフのうち、上段は 2011 年の段階で、あなたは「自助努力や自己責任で生きていくことが重要とされる社会」を A とし、「人と人はお互いに助け合って生きていくことが重要とされる社会」を B とした場合、どちらに共感しますかと聞いた結果です（Q 5）。そうすると、自助型に近いという回答が 13% で、どちらかといえばという回答は 37.2% でした。この時に、東日本大震災（2011 年 3 月 11 日）以前はどう考えていましたかという質問（Q 6）もしました。その結果が下段のグラフです。すると、自助に近いのは 13.2% でほぼ同じ割合でしたが、「どちらかといえば自助」という回答は増えていることがわかります。トータルでは自助型が震災後に増えているのです。当時は「絆」といった言葉が全国各地で聞かれました。このアンケート調査は 2011 年の 12 月に行いましたが、震災後にむしろ自助を選んでいる人が増えている。これは先ほどお話をした「他人に迷惑をかけるはいけない」という意識と結びついているようにも思われますが、震災時の経験が助け合いや協同の基盤となり、つながることへの大切さや共感への意識を形成していく方向には向かっていなかったとも言えるかもしれません。

話を少し戻しますが、〈図表 10〉の一番左側にある「独立・自立型」について、少しコメントします。この回答は増加傾向にあります。現在、明治大学と東京大学の学部生のゼミを担当しているのですが、3 年生は就職活動の時期になります。近年は自分で起業したいという学生も増えている

ようです。世相に鑑み、自分でやるしかないという意識の反映か、この点はまだ検討の余地が残されているのですが、自分でやるしかない/やれると感じている学生が一定程度存在することは確かだと思います。そのこと自体は否定しないのですが、時として、自分はやれると思っていて、一方、努力しなかった人はなぜ努力をしないのか、なぜ助けなければいけないのか、そのような心性が生まれてくる可能性も少し危惧しています。この動向もできれば継続的に見ていきたいと考えている点のひとつです。

次に協同組合のお話をさせていただきます。

図表 11 補足：第 1 回調査（2011 年 12 月 8 日～13 日実施）



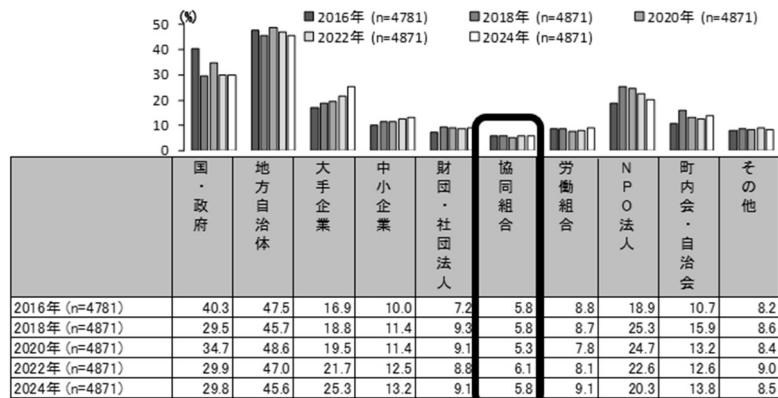
3. 協同組合の認知度調査から見てきたこと（Q33-53）

(1) 協同組合は、社会問題や日常の暮らしの問題解決のアクターとして十分認知されていない

国民の協同組合に対する認知度調査は、全労済協会の大きな貢献のひとつですが、残念ながらその結果はあまり芳しいものではありません。例えば、「社会問題や暮らしの向上に熱心な団体」（図表 12）を三つまで選んでもらったところ、2011 年調査以降大きな変化はなく、フォーマットが固まった 2016 年以降の経年動向を見ても、多少のデコボコはありますが、全般的には「国・政府」や「地方自治体」への期待が高く、「協同組合」は常に最下位です。「NPO 法人」と比べても、その違いは歴然です。なお、「NPO 法人」自体も減少傾向にあります。

逆に増えているのは「大手企業」です。これを今日の協同組合の取り組みと重ね合わせてみると、例えば SDG s の影響が考えられます。協同組合は、かなり早い段階から SDG s に取り組んでいますが、近年、大手企業でも SDG s への取り組みを強化し、そのことを発信しています。その一つの成果として、国民から社会貢献や暮らしの向上に熱心であると認知されている可能性があります。必ずしも企業と同じ地平で争う必要はありませんが、協同組合にとって SDG s への取り組みにはどのような意味があるのか、今一度確認する必要はあるかもしれません。

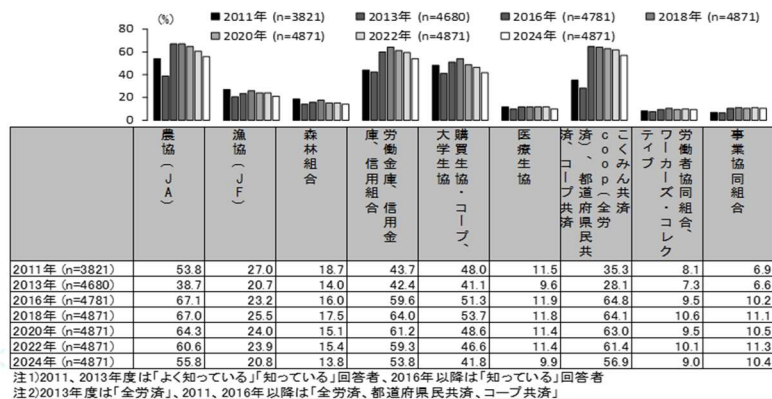
図表 12 社会問題や暮らしの向上に熱心な団体（三つまで）（Q33）



(2) 各種協同組合の認知度は減少傾向

次に、各種協同組合の認知の実態を見たものが〈図表 13〉です。実はこの Q34 の段階では、ここに列挙している諸団体が協同組合であることを伝えていません。まず、「このような団体を知っていますか」と質問しました。そうすると、団体の存在自体を「知っている」が5割を超えたのは、「農協（JA）」、「労金、信用金庫、信用組合」といった信用事業、そして「こくみん共済 coop、都道府県共済、コープ共済」などの共済事業に従事している団体です。JA共済やJF共済は、おそらく農協や漁協の回答に含まれていると思います。この点は、同じ業態を担っているのに違う法律のもとで事業を行っているという、日本の特質が反映しているのので、選択肢の設定の際には少し悩みました。医療・福祉分野でも、医療生協と厚生連病院で同じことがいえます。ですので、共済関連のデータを見るときには、この点に留意していただく必要があります。ただし、そのことを踏まえたうえで、認知度が5割を超えた団体は多くありません。

図表 13 以下の団体を知っていますか（Q34）



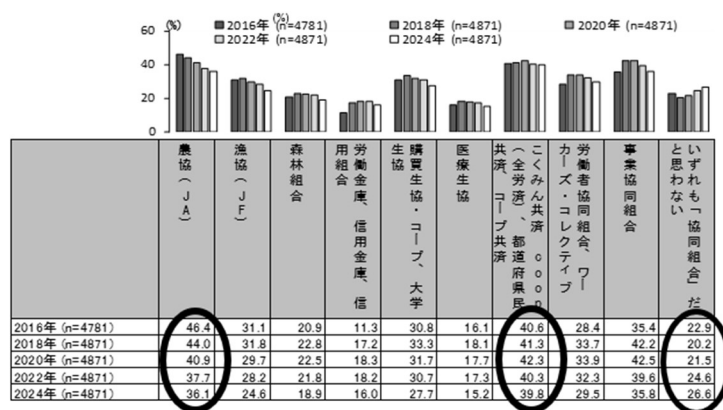
(3) 各種協同組合団体の「協同組合」としての認知度は低く、4割を超えた業種はゼロ

では、これらの団体のうち「協同組合」だと認知されている団体はどのくらいだったのでしょうか（図表 14）。4割を超えた団体は一つもありませんでした。一番多かったのは、こくみん共済

coop 等を含めた共済組織ですが、近年は少し下がっており、今回調査では4割を切ってしまいました。私などは協同組合といったら農協で、子ども時代には教科書にも出てきたりしましたが、その認知度は2016年から10%も減っています。その他の団体に関しては、協同組合としての認知度はさらに低く、特に信用関係では銀行というイメージが強いようです。大学の授業でも、学生の反応は概ね似ています。

もう一つ特徴的なのは、「いずれも協同組合だとは思わない」という回答が増えていることです。これだけの数の団体を列挙しても、全てが協同組合ではないという回答が4分の1を超えるようになった。むしろ関心が以前よりも薄まっているのが現実です。

図表 14 「協同組合」だと思われる団体 (Q35)



(4) 自組織・他組織への「協同組合」としての認知度

(図表 15) は、私がかかなりこだわりをもって設定したクロス分析なのですが、実際にその協同組合に加入している回答者の他協同組合組織への認知度をみたものです。アンケート回答者は全体で4,000人以上いますが、そのなかで何らかの協同組合に加入しているのは2,061人です。例えば、農協に加入している回答者は507人います。回答者のボリュームゾーンとしては、農協、信用関連、購買生協関連、共済関連の四つで回答者(=加入者)が三桁を超えているので、これらの推移なども関心があれば報告書をお読みいただければと思います。

この(図表 15)から読み取れることは、加入者の自組織への理解度だけでなく、他組織への協同組合理解度です。例えば、共済関連を見ると、全体では51.8%の方が協同組合と回答しました。横の囲み枠の左側、こくみん共済coop等を見ていただくと、回答者(=組合員)が1,145人で、その内自分たちの加入している組織が協同組合であることを理解している割合は61.6%になります。これを多いか、あるいは少ないと捉えるかは議論が分かれると思いますが、私自身は少ないと思っています。まずは組合員が、自分たちの加入している組織が協同組合だということを知ることが大事だと考えています。他の団体についても同じようなことがいえます。

もちろん、その組織の組合員であることによる認知度の優位性はかなり明確に示されています。縦の囲み枠をみると、例えば共済に対して、それが協同組合だと理解している農協組合員は49.7%、

漁協組合員は 45.1%等々ですので、共済組合員の 61.6%は高いといえます。ただし、それが 60%ぐらいで満足して良いかどうか、次なる課題になるわけです。なお、森林組合の 67.6%は母数が少ないのであまり断定的なことは言えません。

もう一つは、横の囲み枠をみますと、共済関連の組合員の他協同組合に対する理解度は、農協は 43.4%、漁協 33.2%等々、低いです。ここからも、他の協同組合に対する認知度や関心が低いことが見て取れます。

図表 15 自組織・組織への「協同組合」としての認知度

加入している協同組合	認知度									
	農協 (JA)	漁協 (JF)	森林組合	労働金庫・信用金庫・信用組合	購買生協・コープ・大学生協	医療生協	共済 (全労済・都道府県民共済)	こくみん共済 coop	労働者協同組合・ワーカーズ・コレクティブ	専業協同組合
全体 (n=2061)	45.2	31.7	23.6	21.2	36.3	20.6	51.8	36.5	42.8	11.3
農協 (JA) (n=507)	64.3	36.7	26.2	23.3	34.5	20.1	49.7	38.3	44.8	8.1
漁協 (JF) (n=91)	37.3	45.1	23.5	41.2	39.2	11.8	45.1	25.5	33.3	5.9
森林組合 (n=37)	43.2	35.1	37.8	45.9	40.5	24.3	67.6	35.1	35.1	0.0
労働金庫・信用金庫・信用組合 (n=697)	45.3	32.9	29.0	30.3	35.0	22.8	46.5	38.6	45.2	12.9
購買生協・コープ・大学生協 (n=395)	49.9	38.5	26.3	21.5	58.7	28.1	58.5	43.3	49.9	7.3
医療生協 (n=68)	44.1	33.8	29.4	47.1	33.0	47.1	52.9	39.7	36.8	4.4
こくみん共済 coop (全労済)・都道府県民共済・コープ共済 (n=145)	43.4	33.2	24.7	20.9	39.6	22.7	61.6	37.8	44.0	10.4
労働者協同組合・ワーカーズ・コレクティブ (n=67)	40.3	29.9	26.9	41.8	26.9	29.9	59.7	56.7	38.8	3.0
専業協同組合 (n=54)	44.4	31.5	35.2	38.9	29.6	31.5	53.7	29.6	50.0	5.6

「回答者の協同組合への加入状況」を経年で示した〈図表 16〉は参考データです。このデータをお見せした意図は、一人でいくつかの協同組合に加入しているケースもあるので、全回答者 4,583 人中、どれくらいが協同組合に加入しているかは判別できません。そこで、「加入・利用しているものはない」という回答 55.0%に着目しました。すなわち、これを裏返すと、45.0%の回答者は何らかの協同組合に加入していることが分かります。世帯数で見ると、国民のなかで協同組合に接している方はさらに多いと思いますが、今回の個人ベースのアンケート調査では 45.0%でした。よって、私たちの日常生活のなかで協同組合が一定程度の役割を果たしているとは言えるのではないかと思います。ただし、非組合員が増加傾向にある点は少し気になる結果です。

図表 16 【参考】回答者の協同組合への加入状況 (Q39)

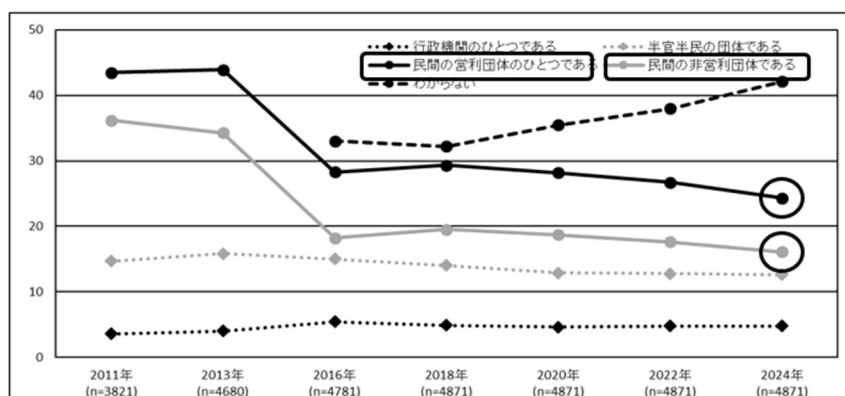
	2024年 (n=4583)	2022年 (n=4667)	2020年 (n=4710)	2018年 (n=4730)	2016年 (n=4564)	2013年 (n=4680)	2011年 (n=3790)
農協 (JA)	11.1	11.2	11.9	13.4	11.9	13.7	14.0
漁協 (JF)	1.1	1.0	0.5	0.6	0.7	0.4	0.5
森林組合	0.8	1.0	0.8	0.6	1.1	0.5	0.6
労働金庫・信用金庫・信用組合	15.2	16.3	17.0	18.0	12.3	20.5	16.5
購買生協・コープ・大学生協	8.6	8.8	8.8	10.9	10.9	19.4	23.9
医療生協	1.5	1.9	1.5	1.4	2.1	2.2	2.5
こくみん共済 coop (全労済)・都道府県民共済・コープ共済	25.0	25.6	26.1	27.4	27.8	13.6	21.6
労働者協同組合・ワーカーズ・コレクティブ	1.5	1.8	1.3	1.6	1.8	2.0	1.2
専業協同組合	1.2	1.4	0.8	0.7	1.0	0.8	1.1
加入・利用しているものはない	55.0	53.8	53.7	50.7	52.5	49.5	48.1

(5) 非営利事業体としての協同組理解は希薄で、「営利団体」と考えている人が多い

設問 36「協同組合はどのような団体だと思いますか」は、営利/非営利を軸に聞きました（図表 17）。上の黒色の実線が営利団体という回答で、その下のグレーの実線の非営利団体という回答よりも多いのです。経年で見ても、この傾向が逆転することはありませんでした。つまり、協同組合は営利団体と理解されているということです。営利とは何かという説明は、大学の講義でも 100 分ぐらい話すのですが、非常に簡単に言うと、利益があがらなければ組織を維持できませんので、協同組合も事業利益は必要です。よって、収益を上げること自体は営利/非営利の分水嶺ではないのです。では何をもって営利/非営利と言うのかというと、得た収益をどう使うかが肝になります。

なお、2016 年から「わからない」という項目を加えました。そうしたら、この回答が右肩上がりに増えています。つまり、営利/非営利という観点だけでなく、そもそも協同組合への意識が日常的なかにはないという現実もこの結果は示しています。

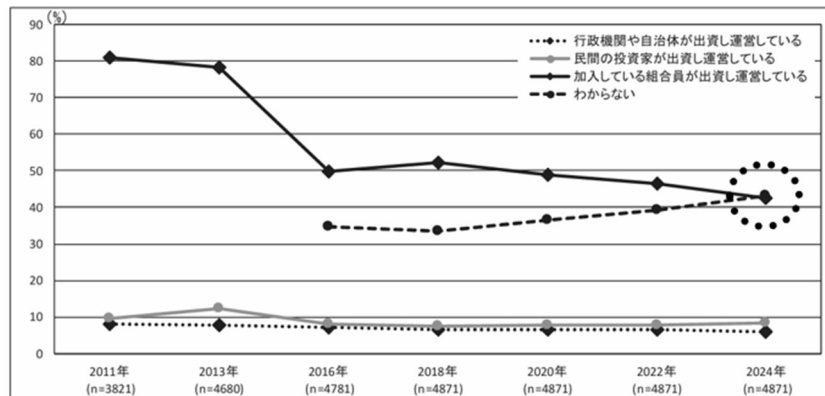
図表 17 協同組合はどのような団体だと思いますか (Q36)



(6) 協同組合の出資原則を理解しているのは4割程度で、低下傾向

出資を軸に「協同組合はどのように運営されていると思うか」を聞いた結果が（図表 18）です。加入している組合員が出資して運営しているという回答が、他の項目「自治体が出資している」「投資家が出資している」と比べて多いので、正確に理解されていると言えますが、近年では5割を切っています。そして、「分からない」が徐々に増加し、ついに今回の 2024 年調査では一番多くなりました。これも先ほどの話に通じることですが、日常的なかで協同組合が意識されていないということが読み取れます。

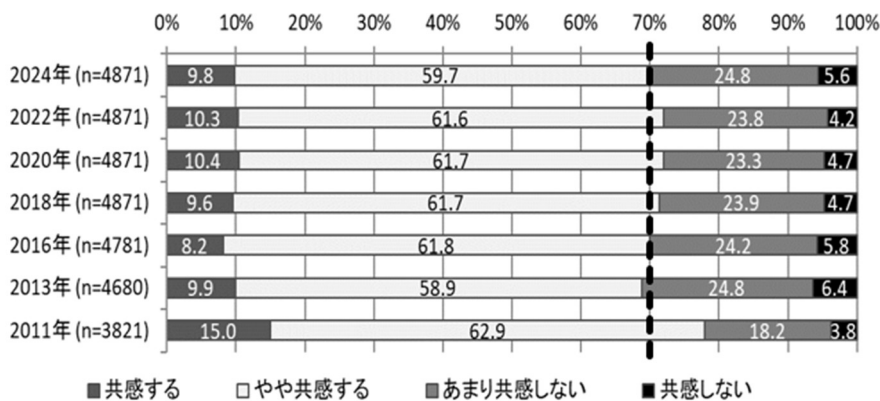
図表 18 協同組合はどのように運営されていると思うか (Q37)



(7) 協同組合理念に対する共感度は約 7 割と高い

次に、「協同組合の理念に対する共感度」です (図表 19)。ここでは、営利を目的としない等の協同組合の特徴を説明したうえで、これに対する共感度を聞きました。アンケートの設問形式は 2011 年/2013 年調査と 2016 年以降では若干異なりますが、全般的には 7 割ぐらいの方たちは協同組合の理念に共感しています。その意味では、協同組合という事業や運動のあり方が社会に広がる土壌はあるといえます。それに対して、私たちが何を、どのようにするのがまさに問われています。

図表 19 協同組合の理念に対する共感度 (Q38)

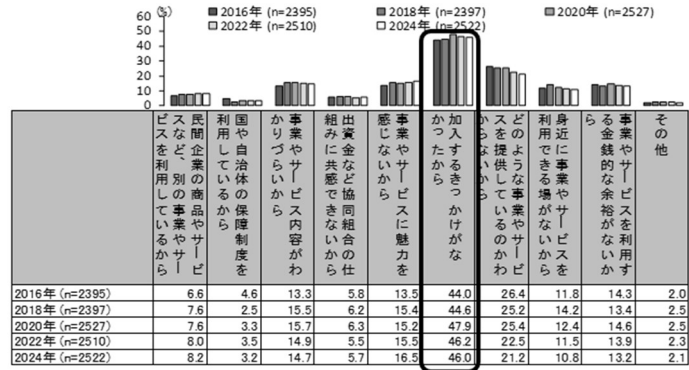


(8) 「未加入」の最大の理由は「加入するきっかけがなかったから」

協同組合に加入していない回答者に「協同組合に加入していない理由」について聞いたのが (図表 20) です。分析の際、余裕がない層、関心がない層などにカテゴリズして傾向を見たのですが、一貫しているのが「加入するきっかけがなかったから」という回答の多さです。そう単純な話ではありませんが、この結果を踏まえれば、つながりがあれば加入する可能性は少なからずあると考えてもよいと思います。つながりにくい現代社会は、きっかけづくりも自己努力が求められる。そのように常に個人の努力に委ねるのではなく、協同組合がアクセスしやすいつながりの空間をどのよ

うに創っていくのか、そしてそのつながりをどのように事業や活動に活かしていくのかを共に考える先に、協同組合の新たな役割と可能性が拓かれるのではないかと考えています。

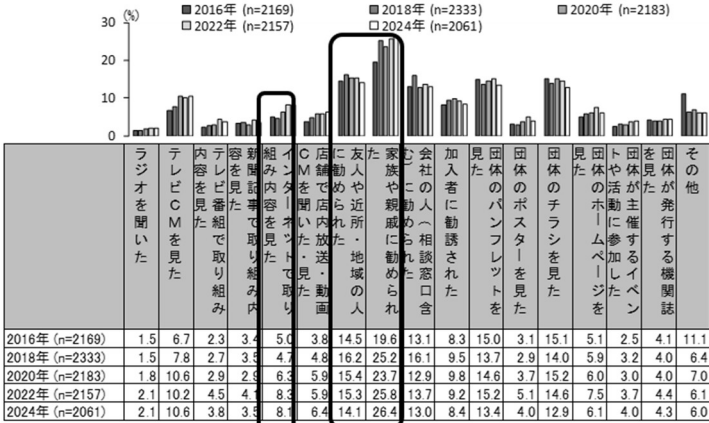
図表 20 協同組合に加入していない理由 (Q46)



「加入のきっかけ」(図表 21) は、上記の「協同組合に加入していない理由」と表裏の関係にあるのですが、一番多かったのは「家族や親戚に勧められた」でした。「友人や近所・地域の人に勧められた」も、若干減少傾向にあります。これらを踏まえれば、地域に基盤をおいた事業を主に展開する協同組合は、地域のなかで多様なつながりを創るなかで、暮らしの豊かさの実現にむけた活動が広がり、結果として事業に結びついていくということも十分ありうることだと思えます。協同組合の発展の歴史的経緯を踏まえれば、事業そのものが活動・運動と連動している。その有機的な関連をどのように再構築していくかが問われます。

「インターネットで取り組み内容を見た」は、それほど多くありませんが、コロナ禍以降増加傾向にあります。その動向は引き続き注視していきたいと思えます。他に、ポスター、パンフレット、チラシ、テレビCMなど、さまざまな媒体がありますが、それぞれにおいてどのようなメッセージを伝えたいのかという議論をしっかりとしながら、顧客拡大の域を超えた協同の仲間づくりへとつなげていける手法の検討が求められています。

図表 21 加入のきっかけ (Q42)



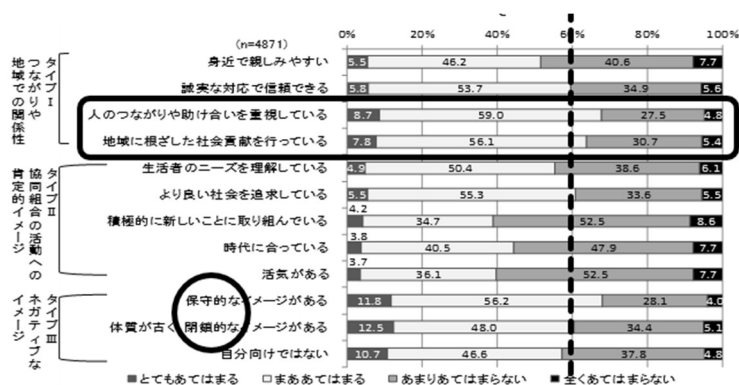
(9) 協同組合に対して保守的・閉鎖的なイメージが強い

最後になりますが、〈図表 22〉は「協同組合に対するイメージ」です。上からの4項目——「身近で親しみやすい」「誠実な対応で信頼できる」「人とのつながりや助け合いを重視している」「地域に根ざした社会貢献を行っている」——を「タイプⅠ：つながりや地域での関係性」にカテゴリライズしています。そして、全体的に協同組合に対して肯定的な回答を「タイプⅡ」、ネガティブな回答を「タイプⅢ」として考察しました。「とてもあてはまる」という回答が一番多いのがタイプⅢでした。「保守的なイメージ」「閉鎖的なイメージ」「自分向けではない」です。このネガティブな反応は、初回調査時からずっと変わらない傾向です。

今回は紹介していませんが、報告書では、年代別の傾向も考察しています。例えば20歳代は意外とネガティブなイメージを持っておらず、生協運動の経験が比較的多いことが推測される60歳代や70歳代と、部分的に一致している点は興味深いです。この点は、報告書をご覧くださいと思います。

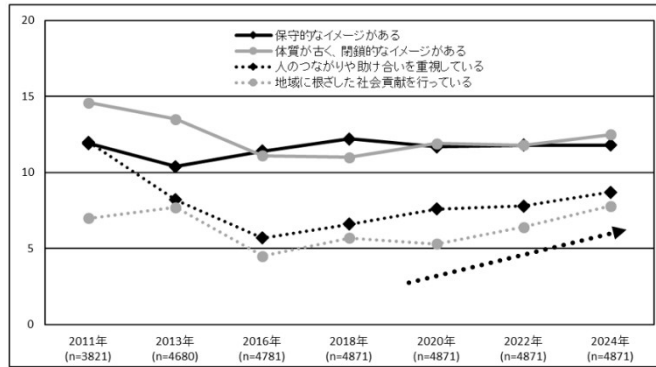
私の関心事でもある「タイプⅠ」の「人とのつながりや助け合いを重視している」と「地域に根ざした社会貢献活動を行っている」は、「とてもあてはまる」「まああてはまる」という肯定的な層が6割を超えています。これらのイメージをどのように実体化していくのか。身近なものとして感じてもらえるのか。協同組合という事業体としての発展を検討するうえで、この視点は重要であることを指摘しておきたいと思います。

図表 22 協同組合に対するイメージ (Q48)



〈図表 23〉は、上記「協同組合に対するイメージ」の主要4項目を、「とてもあてはまる」だけ取り上げて経年で見たものです。「保守的」や「体質が古い」という2項目は変わらず高いですが、2016年以降は横ばいになっています。他方で、「人とのつながりや助け合いを重視している」や「地域に根ざした社会貢献を行っている」は増加傾向をみせています。このあたりに今後の協同組合としての発展のヒントがあるように思います。その際、単につながりや地域活動に取り組むということだけではなく、事業と運動を連動させながら展開していく協同組合的マネジメントとでもいうべき手法を再構築していくことが求められています。

図表 23 協同組合に対するイメージ（主要4回答：経年）



4. まとめに代えて—全労済アンケートプロジェクトの意義

(1) 「協同組合って何…？」——講義の一コマから——

全労済協会が2011年から13年間かけて取り組んだアンケート調査プロジェクトの総括的報告の機会をいただいたことに、まずは御礼申し上げます。そのほぼ全てに関わらせていただいたことは、私自身にとっても大きな財産になりました。アンケートからは必ずしもポジティブな結果ばかりではなく、むしろネガティブな部分も多く見えてきました。

大学での講義では、「コープ」という名称自体を知らないとか、「JAとは農協のことですか」「JFとは漁協のことですか」という反応が相当数あります。学生との話のなかでは、「農協でいいじゃん、なんでわざわざJAにするの」と聞かれたりもします。一時期、JAにしたのは、親しみやすさを出すためということも一つの理由として言われていましたが、「JAだと何だかわからないからむしろ農協って言うてくれた方が分かりやすい」「コープというより生協でいいんじゃないですか」と言われ、びっくりしたことがあります。

「信用金庫は銀行なのになぜ協同組合なのか」ということもよく聞かれます。現在、インターンシップは大学3年生から実施しています。協同組合も同じだと思いますが、これは今年のものですがこのようなことを感想で書かれました。「信用金庫が協同組合であることに驚きました。信用金庫のインターンシップに参加しましたが、本当に協同組合ですか？まだ理解が追いつかないです。

(私の講義のなかで聞いている：筆者注) 定義に当てはめるのが難しいです。しかし、振り返ってみると協同組合だという説明があったような気がします・・・」。これが実態だと思います。少し耳の痛いことを言うかもしれませんが、おそらくどこでも同じようなことが起きていると思います。今の若者のなかには、協同組合的な働き方や事業のあり方に関心を持っている人がかなりいると思います。新しさの模索や時代へ適応が紋切り型になっていて、ひょっとしたら私たちはその対応を履き違えている可能性もあります。守るべきものと変えるべきものを見極め、協同組合らしいアプローチとは何か、もう少し冒険してもいいのではないかと、そのような気持ちもあります。

共済も、共済と保険会社は何が違うのかという話以前の問題として、そもそも共済とは「保険」事業を行っている組織なのかという質問をしてくる学生が多いです。そのような感覚も受け止めな

から発想の転換が必要であると個人的には反省も含めて思っているところです。

(2) アンケート調査の経年結果から明らかになったこと

アンケート調査の経年結果から言えることは、認知度は必ずしも向上していないということです。2012年の国連国際協同組合理年（IYC）では、認知度の向上を目的にしていますが、残念ながらそうはなっていない。そして、協同組合とはどのような組織かということ以上に、そもそも協同組合の存在を知らない層が増えているのが現実です。では、そのなかで私たちは、いったい何ができるのでしょうか。

(3) 私たちに何ができるか？

まずは、鍵になるのは職員です。職員が協同組合とはいったい何か、これだけ孤立し、問題を一人で抱え込んでしまう社会において、共に助け合う相互扶助の精神を基盤として事業を行っている協同組合が今の時代になぜ必要なのか、そもそもなぜ100年以上も続いたのかを語れるようになることがとても大事だと思います。

そして、その職員が地域の暮らしの文脈や、あるいは自身の暮らしの文脈のなかで、協同組合とは何か、何をめざしているのかについて組合員、地域住民、他の協同組合の仲間、さらにはともに仕事をしている商売相手とも共有しながら行動していくことが大事だと思います。その協同の輪を業界内に留めなくて、広く協同組合陣営の協同の力につなげていくことが、今まで以上に求められていると思います。

IYC2025年のスローガンは、「協同組合はより良い世界を築く、Co-operatives Build a Better World」です。これは、単独の協同組合で成し遂げることは絶対にできません。ですから、業界内の仲間、さらには業種を超えた、共通の基本原則を有している協同組合の仲間のことをまずは知り、そしてつながることはとても大事になってきます。そのような意味でこのアンケート調査は、とても重要な問いを投げかけてくれたと考えています。

(4) 協同組合の認知度調査はなぜ必要か？

本アンケート調査の分析は、意識調査なので必ずしも具体的な処方箋を提示する性格のものではありません。一般的に企業アンケートは、消費者ニーズや解決策など、かなりテクニカルなデータを得ようとするのですが、このアンケート調査は企画や設計の段階から、あまりそのところは意識しませんでした。むしろ、協同組合のめざすものは何か、つながる力をどのように強めていくのかといった組織と社会の向かっていく方向を、各種協同組合や協同組合の仲間とともに考えるための材料を提供することを重視しました。組織や業界の内部に閉じこもらないという意味で、このアンケートプロジェクトの試みは意義があったと思います。社会のつながりや連帯を創り出す主体としての協同組合の発展に向けた課題と可能性を検討するためには、私たちがいまどの地点に立っているのかを確認することは不可欠だからです。

協同組合という経済体がこの世の中に存在することの意味・意義を私たちは感覚的に理解してい

ます。しかし、思考は、その存在が認知されてはじめて動き出します。だからともに考え、対話し、行動する前提として、その存在の認知が必要になります。

とくに今回強調した、一業種・業界に限定されない包括的な協同組合アンケート調査は、全労済協会がかなり思い切って挑戦した取り組みだと思います。それは社会やコミュニティとの関わりを意識するきっかけを提供してくれました。いわば社会全体を見て、そこに内在する不安やさまざまな課題との関連で自分たちの存在を意識していく構造的な視点を育むような学びの素材になったのではないのでしょうか。

改めて、全労済協会で13年間このようなプロジェクトをやらせて頂いたこと、日本共済協会でも取り上げてくださったことに感謝を申し上げます。このアンケート調査をこくみん共済coopの本体事業で引き継いでいただけるという話もあり、どのような形になるか分かりませんが引き続き見守っていきたいと思っています。

雑駁ですが、これで終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

(明治大学政治経済学部教授)

(本稿は2025年7月4日開催の研究会報告の講演内容をまとめたものである。)