

『大地を守るソーシャルビジネス』

講師：藤田 和芳 氏（株式会社 大地を守る会 代表取締役社長）

日時：2011年9月7日（水）18：30～20：30

会場：ノルドスペース セミナールーム（東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー8F）

はじめに

「大地を守るソーシャルビジネス」という内容ですが、大地を守る会がこれまで行ってきたこととお話し、今回の大震災にも少し触れながら、私たちが社会をどのように見ているか、社会的企業とはどういうものかをお伝えしたいと思います。



大地を守る会と原子力発電

「大地を守る会」は1975年に、農薬や化学肥料を使わずに農業をしようという生産者と都市の消費者が結びついて誕生しました。最初は市民運動団体としてスタートし、約2年後に株式会社を設立しました。それ以後はNGO 大地を守る会と株式会社大地を守る会との両方を動かし、市民運動と事業とを行ってきたわけです。NGOとしては、有機農業の普及のほか、環境や食料、エネルギーなどの様々な分野の運動を行ってきました。

チェルノブイリの原発事故があった1986年、大地を守る会の運動はスタートからちょうど10年がたっておりまして。農家の人が農薬や化学肥料を使わずに農業をするのは大変なことなんですね。雑草や虫、病気から農作物を守るために様々な苦勞をし、約10年かかって、いよいよ畑や田んぼから農薬の害をなくすことができたと思っていたそのときに、空から放射能が落ちてきたわけです。大地を守る会の生産者たちの農産物も、放射能に汚染されました。測定すると、シイタケやお茶から高い値が検出されたんですね。今と同じ状況が、25年前にもあったのです。大地を守る会の消費者は「シイタケは食べられない」、「お茶は飲みたくない」と言いましたが、生産者は「自分たちの責任ではない」と言います。私たちは深刻な議論を続け、最後に到達したのは、有機農業の運動と原子力発電は相容れないという結論でした。安全なものを作り、食べたいという人たちは、原子力発電を許してはならないとなったのです。それ以来、組織の中に「原発とめよう会」という専門委員会を作り、ずっと反対運動を行ってまいりました。新しく建設される原発や、六

ヶ所村の再処理工場にも反対をし続けてきましたが、25年がたち、3月11日の大震災とその後の福島原発の事故が起きてしまいました。私たちが一生懸命やってきた「原発に頼らない社会を作ろう」という運動は、結果的には実を結ばなかったわけです。事故を止めることができなかった、本当に忸怩たる思いがあります。

大地を守る会の成り立ち

NGO 大地を守る会はまた、学校給食をよくする運動や遺伝子組換え食品に反対する運動、地球温暖化防止の活動なども積極的に行ってきました。一方、株式会社大地を守る会はビジネスをする部門として有機農産物の宅配事業を行っています。週1回、消費者の家の玄関先まで安全な食べ物を届けています。現在、大地を守る会の会員は2,500の農家と92,000世帯の消費者です。宅配事業の売上高は年間150億円ほどですが、いくつかの関連会社の事業を合計すると約165億円となります。

大地を守る会は、江東区のある団地で開いた青空市がそのスタートでした。水戸に住んでいる1人のお医者さんに出会ったことがきっかけでした。彼は自分のところに農薬中毒と見られる患者が来るようになったのを見て、「食べ物は安全でなければならぬ」、「農薬を使わなくても農業はできるんじゃないか」と近隣の

農家を説得していたのですが、なかなか聞いてもらえない。そうした話が某週刊誌に出ていて、私は面白いなと思い訪ねていったのです。彼は、周辺の農家へ連れて行ってくれました。農家の方々は車座になって先生を囲み、色々な話をするのですが、「この先生は無農薬で野菜を作れというが、誰も買ってくれない」、「そうしたら農業もできないし、家族も養えない」、「農薬が体に悪いのはよく知っている、奥さんが妊娠したらハウスの中なんかには絶対入れない」と言うんですね。しかし、農薬を使わなかったら虫に食われるし、収穫量も減ってしまう。また、農協にキャベツを持っていくと必ず「抜き取り検査」があり、例えばトラック1杯分のキャベツの中に2、3玉の虫食いキャベツがあったら、そのキャベツは全部で2,000円にしかない。無農薬の野菜など作るわけにいかないということでした。私はその方々と、知人であった都内の生協幹部に会いに行き、話をしました。生協側は、「なるほど、少しくらい曲がったきゅうりでも、農薬のかかっていない安全な野菜はいいね」と聞いてくれたのですが、最後に値段を聞かれるわけです。農家の方は、「草取りなどの重労働は何とかやれるけれども、虫や病気にやられて収量が1~2割減ってしまうので、それくらいを面倒みてほしい」と言いました。1~2割高くなると聞いて生協側は

NGOとしての大地を守る会の活動

- 有機農業運動の普及
- 環境問題に関わる市民運動
 - ・原子力発電に反対する運動
 - ・学校給食をよくする運動
 - ・遺伝子組換え食品に反対する運動
 - ・環境ホルモンに反対する運動
 - ・地球温暖化防止活動など



【出典：藤田氏配布資料】

豹変し、「産直でやって、高くするわけにはいかない」、「組合員の生活を守る使命がある」と、断られたのです。私は事の本質が分かりませんでした。安全性と、値段の安さがこうした形で対立するということが理解できませんでした。「ここは頭が固かったんだ」と、つてを頼って他の生協を回りましたが、しかしどの生協でも同じことが繰り返されたんですね。

初めに農家の方々に「必ず、無農薬の野菜は売れるはずですよ」と言った手前、引っ込みがつかなくなり、やむを得ずに都内の団地で売り始めたわけです。団地の真ん中でござを敷き、キャベツやきゅうり、大根などを並べ大きな声で「無農薬で、安全ですよ」、「おいしいですよ」、「本物ですよ」と、広場を歩くお母さん方へ向かって呼びかけました。お母さんたちは近寄ってきて、トマトや人参をかじってみてくれたんですね。すると「これよ、昔、田舎で食べたトマトの味！」と仰るんです。お母さんたちは小さな子どものいる 20～30代で、田舎から都会に移ってきて、塩素の匂いのする水道水や味の薄いトマトにそこはかたない不満を抱えてきた人たちでした。そうしたときに青空市の野菜を食べ、本物だと気づいてくれたわけです。初めは1つの団地で始めた青空市でしたが、隣の団地のお母さんたちからも呼ばれ、時間をずらして別の場所でも開くようになりました。そのうち練馬区の区議会議員さんが訪ねて来て「公園を必ず確保しておくから」と頼まれたり、千駄ヶ谷の幼稚園の園長さんに頼まれたりして、開催の場所や曜日はどんどん増えていったんですね。

しかし、売れるか売れないか正確には分からない野菜を持っていけば、必ず売れ残りが出てしまいます。青空市だけではだんだん、疲れてくるわけです。生産者の人たちも、毎回来るわけにはいかない。そこで、注文を頂いて届ける方式にしました。青空市自体は少しずつ畳みながら、お客さんに注文をしてもらうよう誘っていったわけです。10～15人単位の消費者グループを作り、週一度まとめて注文してもらうという販売スタイルになりました。必然的に、共同購入に変わっていったんですね。5～6年たつと、理解してくれる生協やスーパー、学校給食への卸もするようになりました。1985年になると、個人の玄関先まで届ける宅配を導入しました。共同購入を始めた当時は、45人くらいの大きい班もありました。小さくても10～15人いて、野菜を箱ごと持っていけば、それを自分たちで量って分けていました。またその班は有機農産物を買うだけではなく、子育てのことや届いた野菜の調理法、有機農業の現状について話したり、あるいは政治のことを語ったりするような場（ステーション）であり、共同購入を支える一つの力だったわけです。

ところが、共働きが増え、一つの班あたりの人数が減ってきたんです。当時は、「女性の社会進出」と言われましたが、子どもの教育費も高くなり、お母さんたちもパートに出なくてはならなくなった。初めのころは、共同購入で受け取れない家の品物を別の家で預かってあげるようなことでやり繰りしていましたが、だんだんそれもできなくなってきたんです。つまり、この方式の最大の欠陥は、専業主婦だけに対応するシステムだったということです。お母さん方が社会に出ていって1つ1つの班が小さくなれば、効率も悪くなり

ます。そこで小さくなった班を合併させようという案が出たのですが、会員の消費者からは猛反発を受けました。気心が知れた仲間だからいろいろな話ができているのに、100mも離れた場所の顔を合わせたこともない人たちのところに品物を取りに行くだけの共同購入は、私たちの望んでいる有機農業運動じゃない、と総スカンを食いました。大ステーション構想は、ものの見事に破綻したわけです。このままではジリ貧だと思っていたときに目についたのが、1軒1軒に荷物を宅配するクロネコヤマトの方式でした。「あれをやろう」、「大きくなり得ないのだったら、限りなく小さくしてしまえ」と、ヤマトのやっているように、消費者1人1人の要望に応えたサービスがこれからの時代の流れだということにも共感しました。

共同購入は継続しながら、当時、調布にあった倉庫や事務所から半径5km圏内にチラシを配り始めました。「ご注文頂ければ、夕方6時～夜12時までの好きな時間に有機農産物や無添加の食品を玄関先まで宅配します」、「重い物が持てない方には、ご要望があれば冷蔵庫の中までお届けします」というチラシを作ったんですね。これは当たり、「会員になりたい」という声がものすごい勢いで返ってきました。1軒1軒から寄せられる注文の多様な商品の組み合わせを、間違いなく1つの箱につめて、間違いなく玄関先まで宅配する。この物流システムをどう作りだすかがカギでした。苦労して様々な工夫を重ね物流部門を整備し、そのうち要望に応じて半径10km圏内にまで範囲を広げたほか、昼間にも配達するようになりました。この宅配方式によって、大地を守る会は会員を大きく増やしました。そして、その後、生協などが取り入れた宅配システムのモデルとなったと言われています。

ダイコン1本からの革命

設立の当初、私たちは圧倒的に少数派でした。まだ高度経済成長の名残があり、どんどん生産性を高め、効率を上げていこうという時代でしたので、農薬を使わずに農業をしようなど時代に逆行していると思われていたんですね。農業協同組合自身が農薬を販売していたので、農薬を使わない農家が出てくると白い目で見られ、さらには村八分になってしまっていました。何よりも、無農薬の野菜を販売する先はどこにもありませんでした。スーパーも八百屋も、見かけの悪い野菜は買ってくれなかったのです。そういった野菜を作るわけにはいかないという常識に抗して無農薬で作ろうという農家は、圧倒的に少数でした。

この頃に私たちが影響を受けたのが、有吉佐和子さんの『複合汚染』という小説です。「戦後の日本農業は農薬や化学肥料のおかげで草取りなどの重労働から解放された」、「虫や病気を抑えることができ、生産量も飛躍的に伸びた」、「しかし、その裏でとても大切なものを失ったのではないか」と書いています。「畑にはミミズがいなくなり、ホタルもドジョウもいなくなった。みんな農薬の毒で死んだ」、「小動物の世界で起きていることは、そのうち人間の世界にも起こるかもしれない」と。この言葉に、都会のお母さんたちは反応

したんですね。自分の子どもがアトピーであったり、ガンや成人病の家族を抱えていたりするお母さんたちがこの小説を読み、「ああ、食べ物が原因だったのかもしれない」と考え、安全な食べ物がほしいと思うようになったわけです。大地を守る会はまさに、この『複合汚染』を読んで影響を受けた消費者を組織することから始まりました。最初の頃の消費者会員たちはほとんど、この本を読んでいたんですね。安全な食べ物を食べるためには、自分たちが買い続け、生産者を支え続けなくては、と思うお母さんたちを足がかりに、大地を守る会はスタートしたのです。

ここで私たちは、有機農業運動は何かを考えました。観念的な運動では成立しないのです。私たちは日米安保条約やベトナム戦争のときの非常に激しかった学生運動を経験していますが、そうした従来の告発、糾弾型では有機農業運動はできないと思ったのです。私が数年前に出した『ダイコン1本からの革命』にも書きましたが、観念的な運動ではダメなんですね。農薬を使う農業を進めている政府に対して働きかけを行うのも1つの運動でしょう。製薬会社に「農薬作るな」とデモで訴えるという手段もあるかもしれませんが、しかし、農薬を使っている農家の人たちのところへ行って「環境も汚染するし、健康も害するから使うのをやめてほしい」と言ったときに、「じゃあ、その野菜を誰が買ってくれるんですか？」と返ってくる。その問いに応えられないような運動は、運動ではない。批判したり告発したりするだけではできないと、私たちは知ったわけです。本の中で私は、「農薬がこわい」と大きな声で百万回叫んでも、問題は解決しないと書きました。1本のダイコンを生産し、流通し、消費するところから始まるのです。まず化学肥料や農薬に頼らない21世紀型の新しい生産技術を獲得しなければなりません。化学肥料に代わる堆肥の作り方や、天敵や拮抗作物を活用する技術、輪作体系などですね。「昔の農業に戻るのか」と言う人がいましたが、そうではなく、全く新しい農業へ入っていくのだ、と。それでもやはり曲がったきゅうりなど、見かけの悪い野菜ができる、それをどう流通させるか。農協や市場が買ってくれないのだったら、独自のトラックを用意しなくてはなりません。農村から都市に運ぶ、新しい流通のシステムをつくるわけです。そして、最後にその有機農産物が届いたとき、消費者から野菜が突き返されるようなことがあれば、そこで運動は終わりです。食べ物に対する消費者の意識が変わらなくてはいけない、新しい食文化が生まれなければいけないわけですね。こう考えると、たった1本のダイコンを生産し流通させる新しい技術と、消費者の新しい価値観とがなければ、有機農業運動は一步も前に進むことができません。裏を返せば、それが可能となったら、まさにそれは小さいけれども「革命」になるのです。ダイコン1本からでも社会を変えることができると思ったんですね。それがこの本の趣旨でもありました。

以来、会員も増えていき、一方で生活協同



【藤田氏著『ダイコン一本からの革命』】

組合なども有機農産物を扱うようになり、1980年代の後半からは自然食ブームが起こって自然食品店が次々とでき、裾野が広がっていきました。1990年代になると、スーパーでも有機農産物が売られるようになりました。

有機農業推進法の成立

食べ物の安全性や、環境問題が大きく取り上げられるようになったことを背景に、2006年12月、「有機農業推進法」ができました。数えるほどしかいない生産者たちと一緒に、手作り有機農業運動を作りあげてきたという気持ちがありましたので、この法律の施行は本当に嬉しかったですね。初めは誰も見向きもしなかったことが、政府を動かすまでになった。そういう実感を持ちました。しかし、それでも日本の有機農業はまだまだ少数派です。行政の支援体制は不十分で、法律で規定された「有機農産物」と認定され表示できるようになるまでに必要な三年間の転換期間中、収入を保証するシステムはどこにもありません。認証にも費用がかかります。加えて、できた有機農産物の価格も一般の市場の中ではまったく保証されていません。このため、認定される農産物は全体の0.18%、転換期中を含めても推定で7%に過ぎないのです。法律によって技術の提供やシンポジウムを開催するための予算が出されるようになりましたが、知恵がないので生きていない。また、もともと有機農業は生産者と消費者の間の信頼が前提で成立していましたが、法律は偽物が出回ることを規制するところからスタートしているので、本当に有機農業が増えていくための原動力にならないのです。有機農家を支援するための運動を、まだまだ広げていかなくてはならないと思っています。

震災後の支援と原発事故の影響

3月11日に東日本大震災が起こり、大地を守る会も様々な復興支援活動を行ってきました。初めは社員が救援物資を持って被災地へ行ったり、茨城県の農家の方々を集めて炊き出し部隊として岩手県に送ったりもしました。義援金も1億円を超えました。大地を守る会が呼びかけたのは、家や畑、田んぼを流された生産者の方々や工場を失った製造者の方など、私たちのために安全な食べ物を作ってくれていた人たちに対して支援の手を差し伸べてほしいということでした。会員の方々は1,000円や2,000円を寄せてくれ、私たちとお付き合いのある中国のNGOからは150万円の寄附を頂きました。同じような運動をやっている韓国の生協からも40万円が寄せられました。鹿児島のお医者さんたちのグループも義援金を集め、「赤十字などにカンパしてもスピード感がない、使い方もよく分からない」と大地を守る会に送ってくれたんですね。また、船を流されてしまった岩手県宮古市や宮城県東松島市の漁師さんたちに対して、神奈川県漁師さんに使っていない船をカンパしてくれるよう頼んで送ってもらうようなこともしました。

問題は、放射能です。福島や北関東は、大地を守る会の大食料基地であります。事故後、一気に売れなくなりました。「福島や北関東の野菜は食べたくない」という声が寄せられ、

前年比 80% くらいまで野菜の売り上げが落ちました。普段は 1 日 600~700 件くらいある会員からの電話は事故の後に急増し、特に東京都の水道水から放射能が検出されたというニュースが流れた直後は 2,000 件に達しました。「大地を守る会には水があるの」、「野菜セットに、間違っても福島産を入れないで」、「放射能の測定はしているの」、「政府の言っていることは、信用していいの」と。悲鳴にも似たような、泣き声に近いようなお母さんたちの声でした。大地を守る会の会員だけではなく、日本中で小さな子どもを持っているあらゆる母親が同じ感覚を持ったでしょう。子どもを何とか守りたい、10 年後にガンになるのは 10 万人のうち数人で「直ちに健康に影響はない」と政府が言っているけれども、自分の子どもがその 1 人に入ってしまうかもしれないのだったら、やっぱり食べさせたくない、と思うのでしょうか。これを「風評被害だ」と、責められるのでしょうか？

しかし一方で、今まで無農薬で安全な野菜をずっと作り続けてきた生産者たちを守ってあげなくてはなりません。将来、日本に食料危機が来たとしても、自分たちの子孫を守ってくれる農家の人たちにはいてもらわなくてはならない。今、自分たちの責任ではない放射能の問題に苦しんでいる彼らを何とか支援したいというのが私たちの使命でした。そこで急遽、福島と北関東の農家の野菜を詰め合わせた、7~8 品目ほどの「福島と北関東の農家がんばろうセット」を 1,200 円で出すことにしました。すると、1 週間で約 4,000 セットが売れたんですね。なおかつ、その後は毎週定期的にとってもいいという会員が 1,500 人ほど出てきました。比較的、年齢の高い方々が、こうした行動を取ってくれたようです。しかし、「子どもに何を食べさせたらいいの？」というお母さんたちにも応えなくてはならないので、西日本の生産者からの「応援野菜セット」も販売し始めました。これも、1 週間 5,000 セットほどがコンスタントに売れるようになりました。しばらくして、大地を守る会では精度の高い放射能の測定体制が徐々に揃っていったので、例えば 10 ベクレル以下といった限界値が確認された農産物だけを入れた「子どもたちへの安心野菜セット」も始め、これも強い支持を受けました。こうして大地を守る会の会員は震災後、異なる 2 つの層に分かれてしまったんですね。

それから、岩手県大槌町、宮城県気仙沼市、石巻市の避難所に対して定期的な輸送体制を組み、救援物資を送りました。本当に必要なものが届かない、必要でないものが大量に届くといったミスマッチがあると聞いていたので、送ることのできる商品のリストを予め用意して、その中から選んでもらうようにしていました。1 か所あたり毎週 10 万円分を 3 か月間続けました。当初はペットボトルの水、トイレットペーパーなどでしたが、そのうち野菜や肉類などの注文が、そして夏を迎えるとタオルケットなどの要請も出るようになりました。

ソーシャルビジネスと大地を守る会

ここから、ソーシャルビジネスについてお話したいと思います。一言で言えば、ビジネスの手法で社会的課題を解決することを目指すわけですね。バングラディッシュのユヌス

博士が行ったグラミン銀行の実践は有名で、世界ではソーシャルビジネスの1つの大きなモデルとなっています。

大地を守る会は、設立当初から NGO と株式会社を併存させて回してきました。NGO は理念を高く掲げることができますが、ややもすると生活という現場から離れ、観念的な運動に走ってしまう傾向があるわけです。一方で株式会社は、生活の現場には十分対応できます。例えば、生産農家にきちんと対価を払うとか、トラックの運転手や会社で働く職員にも正当な給料を出すといったことです。しかし往々にして、経済合理主義や利益第一主義に走ってしまうという弱点があります。大地を守る会は、こうした長所と短所を補い合う組織を作っていこうと、2 つを車の両輪としてきたんですね。しかし時代が変わってきて、大地を守る会は昨年、この 2 つを合併させることを決議しました。NGO と株式会社の合併など、法律的には何の意味もありませんが、私たちは敢えてそれを行い、1 つの組織に統一して、これからは社会的企業として生きていくことを宣言したのです。日本で、おそらく世界でも初めてだったのではないのでしょうか。

生産者が農薬を使わずに作った野菜を買い支える、その生産者がきちんと生活していけるような道を考える。告発や糾弾ではない有機農業運動。私たちがこれまでやってきたことはまさに、ソーシャルビジネスであったんですね。近年、経済産業省を中心として「社会的企業」、「ソーシャルビジネス」を育成しようとの動きが強まっています。これは大企業中心、大都市中心の経済システムを見直す、あるいは地方に新しい産業、新しい雇用を創出しようという動きとつながっています。右肩上がりの社会は望めない時代に、どういった企業経営があり得るのかと、様々な角度から模索され始めているのです。企業の CSR (Corporate Social Responsibility) が、株主にまで影響するような傾向も出てきていますね。少々コンプライアンスに反しても「金儲けさえすればいい」といった企業風土はもう認められない、それだけでは生きていけません。企業にも社会的責任、社会貢献が求められる時代が変わってきているという認識です。

今日の社会には、福祉や農業、環境、貧困、差別、平和など様々な社会的課題があります。従来こうした問題には、行政の補助金や善意のボランティアによって取組みがされてきました。しかしそれだけに頼っていたのでは、限界があると分かってきたのです。社会的な弱者の人たちも、いつまでも外からの支援に頼っていたり、ボランティアに依存したりするだけでは自立できないという問題も起こってきます。これに対し、課題そのものをビジネスの手法で解決するのがソーシャルビジネスなのです。今回の東日本大震災でも、まさに日本中からボランティアが集まり、行政からも大きな公的資金が投入されて、1 日も早く復旧・復興しようという動きがあります。こうした様々な支援も大事ですが、あの地域に仕事ができ、あの地域で生活している人たちが自分の足で立つことが必要です。彼らの内側からビジネスを起こし、そのことによって生活を建て直していくことができ初めて、本当の意味で復興したと言えると思うんですね。つまり、被災地ではこれからソーシャルビジネスの動きがもっともっと重要になってくると思います。

欧米では1980年代以降、こうしたソーシャルビジネスが注目されるようになりました。レーガン政権やサッチャー政権の下では経済不況によって社会保障費が大幅に削減され、それまで公的な助成金、補助金に大きく依存してきた社会的弱者や NGO が困窮することになってしまいました。そうした状況が、ソーシャルビジネスの生まれる背景となりました。

社会運動としての株式化

大地を守る会では現在、2万1,000人の生産者や消費者が少しずつお金を出し合って株主となってきていますが、2008年の株主総会で「定款の前文」を制定しました。これも日本中の株式会社の中で、おそらく初めてでしょう。日本国憲法が1つの国のあり方を前文で述べているように、大地を守る会も定款の前文で私たちのポリシーをはっきりさせておきたかったのです。前文の冒頭では、「わが社は、社会的企業である」と宣言しています。その上で、私たちの果たすべき社会的使命は、

- 1) 日本の第一次産業を守り育てること
- 2) 人々の健康と生命を守ること
- 3) 持続可能な社会を創造すること

と宣言しており、色々なところでこれを確認することは非常に大事だと思っています。

近い将来、私たちは株式を上場させたいと考えています。私はこれを、ある種の社会運動だと考えているんです。公害を吐き出したり、世界の平和を脅かしたり、あるいは日本の農家を見捨てて外国から安い農産物を持ってくるような企業に勤めている人は、「理想を言ったって、食えなきゃおしまいだ」、「ここは、食いぶちなんだ」と、目をつぶって働いているかもしれない。一方で「俺たちにも、良心がある」と、アフターファイブに NPO や NGO でボランティア活動をしたりして、どこかで気持ちのバランスを取る。これが今の社会の姿です。株式会社というものは利益を上げなくてはならない、利益を上げさえすれば優秀な会社だという風土が根づいている。しかしこうした考えが、日本の社会を悪くしているんですね。株式市場には真っ当な投資家もいるかもしれませんが、「配当を多く出す会社だけが優秀だ」と言われた瞬間に、会社はその流れの中で首を絞められていきます。そこでやむを得ず会社の中で「CSR 部門」を作り、本業とは別に、利益の一部を使って社員をボランティアや植林活動に出すといった社会貢献、国際貢献を行うところも出てきたわけです。しかし、本業で社会貢献をするという道がどうして作れないのか。株式市場の中に良心的な株主を育て、株式市場の中で国際貢献や社会貢献をするような企業がもっと高く評価され、株価が上がるような時代が来なければいけないと考えています。大地を守る会は多くの優良な株主を抱えていますが、例えば公然と原発反対やパレスチナの支援を訴えながら事業を行っています。そして日本の NGO や NPO の中で、最もそうした旗を掲げながら株式を上場できるところに近づいていると思います。もしそれを成し遂げれば、株式市場にも大きな影響を与えるかもしれません。それによって企業のあり方、社会のあ

り方そのものを社会に問いたいと考えています。

社会貢献をしながらも、無借金経営で安定し、多くの会員の支持を得られている。日本の農業を守るためにこの会社を作っているのだと言えたら、後から続く会社も出てくるのではないかというのが上場の最大の目的です。上場すれば色々な株主が入ってくるでしょうけれども、定款の前文は「もっと配当をよこせ」というような利益第一主義の株主が出てきたときに、私たちの会社がどういう会社であるかをはっきり説明するためのものだと考えています。これを掲げながら「このために皆さんの投資を求める」と最後まで言い続け、そして上場ができたなら、それは1つの社会運動だと思うのです。

経営の厳しい時代も続いていましたけれども、大地を守る会はどこからも借入れをしていません。数年前の株主総会で「今年もこんなに利益が出ているのだったら、配当してほしい」と言った株主がいたのですが、私の代わりに別の株主が立ちあがり「あなたは何のために株主になったのか。設立のとき、日本の農業を守るためという設立の目的を聞き、社会的使命を果たしてほしいと投資したはずではないか」と反論し、議論が行われたんですね。結局のところ、その年も配当は行われませんでした。こうした局面ごとに、私たちの役割は何かを確認し合いながら大地を守る会は生きてきたわけです。

大地を守る会は、そんなに大きくならなくても、1つの社会のモデルになりたい、キラリと光る持続可能な組織となり、日本の生産者や消費者に「ああいう事業や運動が可能なんだ」と知ってほしい、と続けてきました。しかし本当は、東京だけではなく各県に拠点を持ちたいと思っています。現在は北海道や九州から東京へ野菜を集め、北海道や九州の会員には、またそれを送るということになっているわけです。納豆や豆腐も、それぞれの地域でメーカーを確保していないため、わざわざ東京のものを送っています。これは矛盾ではないかと考えています。小さくてもいいから各地域に大地を守る会の拠点ができ、地元の農産物や加工品と、地元の消費者がつながっていくというモデルができたなら、疲弊している地方の姿に1つの風穴をあけることができるかもしれません。上場したときには、全国にそれぞれの「大地を守る会」を作っていきたいと考えています。

よく「30年以上も生き延びることができてすごいですね」、「きっと、無農薬や安全ということが正しかったからでしょうね」と言ってくれる人がいます。それもすごく大事だったけれども、私たちがやってこられた最大の理由は、「大地を守る会の野菜がおいしかった」からなんです。無農薬だからと頭で買っても、もしまづかったら3か月でやめていくでしょう。しかし、農薬や化学肥料を使わない農産物は本当においしいのです。農家の人たちは毎日畑に行き、子どもを育てるように、手塩にかけて、気持ちを込めて作物を作っているんですね。手間がかかっている分だけ、おいしい。おいしいということは商品力がある、それが今日までやってこられた大きな力だったのです。

大地を守る会の運動、世界との関わり

私は2007年、アメリカの週刊誌『ニューズウィーク』で「世界を変える社会的起業家

100人」の1人に選ばれました。日本では4人、また、後にノーベル平和賞を受賞したグラミン銀行の創立者、ヌハド・ユヌス氏もこのときの1人で、国際的にも評価されたのだと大変嬉しく思いました。

大地を守る会は、フードマイレージ運動や100万人のキャンドルナイトなど、様々な運動を行ってきました。キャンドルナイトというのは私たちが呼びかけて2003年から始まった、毎年の夏至と冬至の日、夜8時～10時まで電気を消そうという運動です。たった2時間ですが、東京タワーや札幌の時計台、姫路城など全国のライトアップ施設も次々と消灯に協力してくれました。運動としては大きく成功しました。今年の夏至にも日本中のおよそ1,000カ所でイベントが行われ、800万～1,000万人くらいの人たちが参加したと言われています。

大地を守る会が扱っている商品のうち、97%が国産です。残り3%は、日本でとれない農産物なんです。コショウなどの香辛料、バナナ、コーヒーなどはフェアトレードで輸入しています。フェアトレードを通して、色々な形でそれぞれの国と関わっていこうと考えています。コーヒーを頂いている東ティモールや、ルイボス茶を頂いている南アフリカには、売上の1%を使い、地元の小学校に文房具やスポーツ用品などを寄付しています。その小学校に足を運んだことがあります。校長先生は子どもたちを指して「この子たちの何人かは、エイズにかかっています」、「子どものお母さんの6～7割はエイズです」と言い、世界からの様々な支援が必要だとくり返し話されました。

また、オリーブオイルを頂いているパレスチナでは、2年ほど前にハマスがガザ地区を実効支配した直後、攻撃を受けていない西岸地区で食料や医薬品を集めガザ地区に送り込む活動をしました。農民たちから「たくさんの子供が死に、多くの血が流れている」、「今すぐ攻撃をやめさせてほしい、支援を寄せてほしい」と、毎日のようにメールが届きました。呼びかけると8,000人の会員が1週間のうちに500万円弱のカンパを寄せてくれ、それが支援の原資となりました。会員の方たちには、例えばサラダを作ってオリーブオイルを使うとき、きゅうりやトマトの生産者の顔を思い浮かべると同じように、サラダを食べながら、今イスラエルとパレスチナの間で何が起きているか食卓で話題にし、私たちに何ができるのか考える、平和について思いを馳せる、そうした生活をしてほしいと思うわけですね。

単にモノを売り買いするだけではなく、そうした生活が、新しい世界や新しい社会を作っていくことにつながるのではないかと考えています。カンパを寄せる、あるいは産地に足を運ぶなど色々な支援をしてくれる会員の方々を見ると、安易に他の生協やスーパーで買ったりしない、大地を守る会での客単価が高い人たちばかりです。つまり、日本の生産者を支えるのと同じように、会員の方々が世界の平和やエイズの子どもたちの支援、東ティモールの復興に関わっていくことが、自然と大地を守る会の商品を愛用し常備することにつながる。会員の質が高まり、会社の利益にも大きく結びつくわけですね。

こうしてフェアトレードを行いながら、それぞれの国の農家の人が自立するための様々

な活動もしています。生活クラブなど他の生協や韓国の生活協同組合とともに「互恵のためのアジア民衆基金」を作り、例えば商品のバナナ 1kg に 10 円、エビ 100g に 5 円を上乗せして集めた額を、マイクロファイナンスとして自立支援に充てる活動を始めました。1 年半で、7,100 万円ほどが集まっています。こうして、私たちは社会的企業として、食べ物を通して世界の平和や貧困の問題にも関わりたいと考えています。

最後に

大地を守る会は、国内の第一次産業を守り、将来の食料危機に耐えられるような社会、そして競争ではなく人びとの支え合いによる社会を作ることを目指しています。そして同時に、国際貢献、国際的な責任を果たすような仕事を、これからもやっていきたいと考えています。

(尚、この記録は、真木彩子氏が作成し、藤田氏にご加筆・ご修正いただいたものです。)