

# 從共同購買 到主婦聯盟合作社

台灣主婦聯盟生活消費合作社

產品部開發課專員莊俊彥／組織部地區營運專員劉玫君



# 主婦聯盟有兩個

- 1987年成立，1989年正式登記(財團法人主婦聯盟環境保護基金會)
- 由一群家庭主婦發起組成
- 關心台灣的環境與社會
- 勇於開口，敏於行動、樂於承擔、落實生活環保



台灣主婦聯盟  
生活消費合作社

1. 珍愛環境資源。
2. 支持本土農業。
3. 力行共同購買。
4. 實踐綠色生活。
5. 推廣及發揮合作社精神。



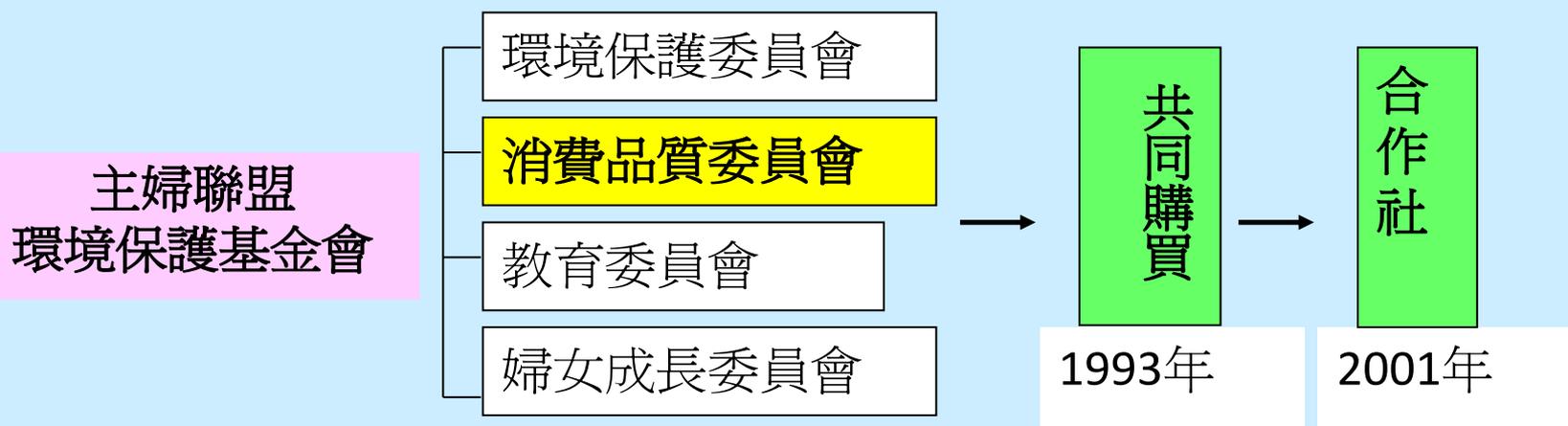
# 20年來 基金會推動過的議題



- 推動垃圾分類
- 推行不漂白再生紙運動
- 自備隨餐包運動
- 綠色共同購買
- 自備購物袋運動
- 非核家園
- 倡導廚餘堆肥
- 辦公室做環保
- 鼓勵廢食用油回收做肥皂
- 自然步道探索……

# 發起 共同購買運動 之緣由

- 談環境保護，必須從污染端追溯源頭
- 生產→消費→廢棄(埋或燒)
- 消費者保護運動的挫折(傷害造成才求償)



# 第一次的共同購買活動

## □ 1991年以消品會為基礎,開始籌備—

- 拜訪日本生協、讀書會翻譯《我是生活者》一書等等
- 借用日本大戰後的消費者自主運動
- 以「共同購買」號召「消費者力量」
- 共同尋找品質純正、價格合理的生活必需品

## □ 1993年1月推出第一次共購活動

- 只有米及葡萄
- 購買總數：214包白米、88包胚芽米  
488盒1kg葡萄、432盒3kg葡萄
- 配送40點,共花了3天



# 綠色消費的環保運動

## 合作社走過的軌跡

### ● 共同購費運動的集資

1993~1997-潭漚社區合作社

1994~2007 -台北縣理貨勞動合作社

(20人，每人2萬元，共 40萬元)

1996~2001 -綠主張(股)公司 (台北)

(18人，每人6萬，共 108萬 (後增資2次))

1997~2001 -綠色生活小舖 (台中)

(18人，每人2-10萬，共 82萬)

### ● 2001年11月

台灣主婦聯盟生活消費合作社



# 1998年

## 締結台日韓 『亞細亞姐妹會』

---

- 日本生活俱樂部聯合作+韓國民友會+台灣主婦聯盟
- 宣誓了作為跨國界的合作運動的一份子
  - 透過國際性的連結，解決全球化的負面問題：如反基改運動...等
- 理事們的定期跨國交流
  - **2005**社員的民主管理、生活材再利用運動
  - **2008**自治與自立、如何吸引年輕社員、反基改
  - **2010**社員的經濟參與、食育
  - **2012**關懷地區社會、核能與節能

# 為什麼要從公司轉成合作社？

---

共同購買運動的基礎穩固了，我們希望：

- 真正回歸非營利性，消費者自主、永續經營的初衷
- 實踐「社員共有」的價值
- 社區發展、在地關懷
- 希望創造一個良性的另類的市場機制  
(環境、社會的公平正義)

# 合作社的基本價值

---

- 自助、自主、（自我負責）、民主、平等、公正、團結（我為人人、人人為我）
- 全球的合作社員堅信的道德價值：  
誠實、公開、社會責任、關懷他人

(from : ICA 世界合作聯盟)

# 全球共通的 合作社七大原則

1. 自願與公開的社員制
2. 社員的民主治理
3. 社員的經濟參與—出資與利用
4. 自治與自立
5. 教育、訓練與宣導
6. 社間合作
7. 關懷地區社會



(from : ICA 世界合作聯盟)

轉型合作社，持續共同購買的初衷

有限責任

台灣

主婦聯盟

生活

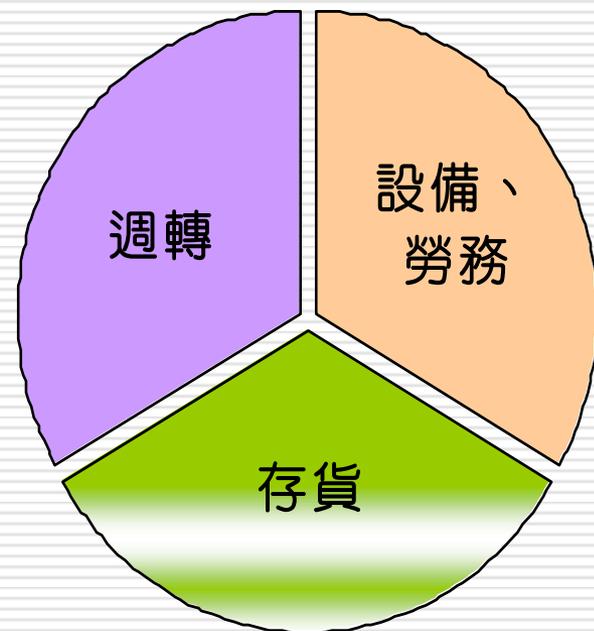
消費合作社



# 社員入股金與年費的運用

- **股金出資 每人至少 2,000元**

目前平均月利用額約2,000元/人  
股金的運用方式如右圖--



- **年費 每人 360元**

年費運用方式--月刊及社員出版品、社員教育、地區營運

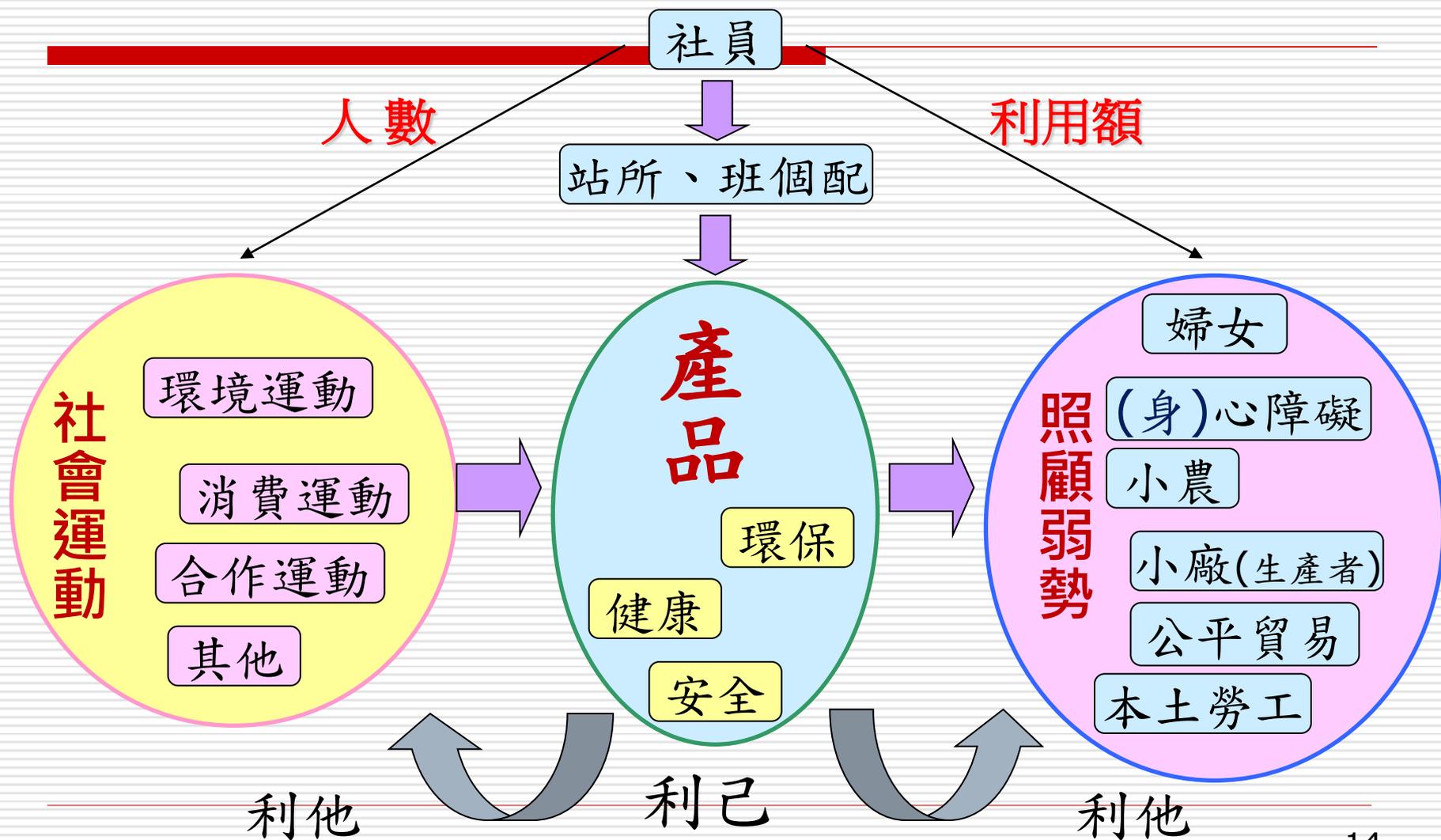
# 我們的原則與理念

---

- 1、珍愛地球資源，減少消費可能帶來的生態破壞
- 2、共同尋找安全、健康、環保的生活必需品。
- 3、創造一個社員可以充分發揮的合作事業。
- 4、支持本土農業。
- 5、協助弱勢族群。



# 透過消費的力量改善社會



# 共同購買運動 *Collective Purchase*

- 以集結消費來改變社會、環境
  - 共同來買，也可共同「拒買」
- 消費是手段，豐富多樣的生活才是目的
- 強調生產、消費兩方的提攜與合作



# 從生活消費開始改變

## 合作社產品開發原則

- 生活必需品
- 在地生產(國產優先)
- 產地直送
- 本國傳統綠色產品
- 微量添加物

- 社員參與
- 共同開發
- 包裝材料
- 共同購(拒)買
- 產品資訊公開

# 每週本土《一籃菜》方案

照顧社員全家的健康元氣

- 1995年開始～
- 社員共同購買（計畫性消費）  
V.S.農友放心生產（計畫性生產）
- 7-12樣菜, 包含葉菜、根莖、瓜果、菇類等。
- 照顧營養的多樣需求。
- 消費者能加入(支持)永續農業：都市消費者 & 農友手牽手，是生計、環境與健康的公平交易。



# 減硝酸鹽運動

## 控制蔬菜的硝酸鹽



### □ 守護消費者的健康

- 人體攝入的硝酸鹽80%來自蔬菜。
- 讓蔬菜多長幾天—礦物質高，纖維素高、氨基酸及糖度高「營養濃度高」
- 推動政府立法限制

### □ 守護環境的健康

- 大量施用含氮的肥料是蔬菜高硝酸鹽含量的主因
- 農友修習合理施肥的觀念與做法，多不一定好
- 減少環境污染—河流、土、地下水、海洋

# 第一支自有產品- 1998

## 我們對減少雨林開發的努力



愛護地球，就從擦屁屁開始～

# 有機米—稻鴨米～

---



# Non-GMO的豆製品及飲品



# 共同推動無基改業區計畫～



# 麥田狂想： 支持台灣本土小麥～



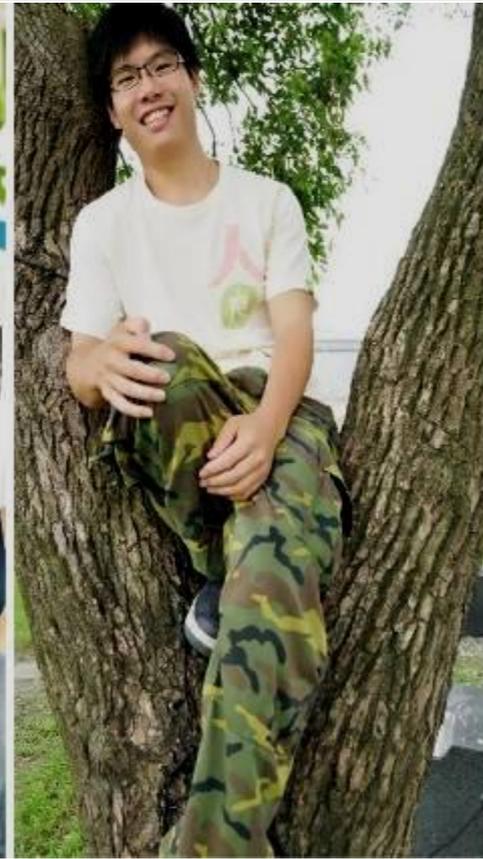
# 非石油化學的家庭清潔用品



別讓污染從清潔後開始～

# 保護棉花農和農地的有機棉

~



# 主婦站出來：捍衛灣寶農地



食物可以進口，農地無法進口  
碗中的未來，是我們必須捍衛的未來

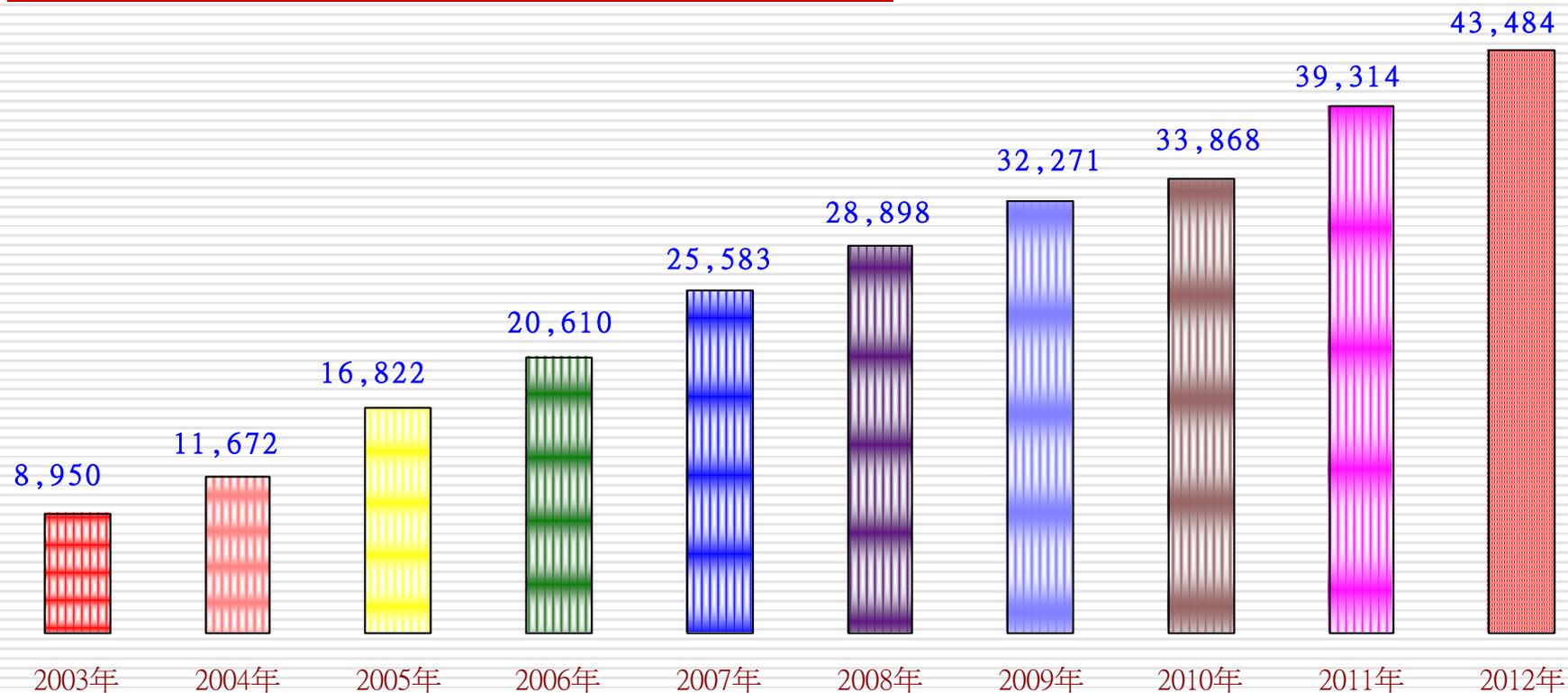
# 我們合作社的概況



- 社員人數：超過 44,183人  
(有效社員約31,527人)
- 出資金總額：超過1億5千萬元  
每人出資股金從2千元到50萬元不等
- 理事主席：**黃淑德**
- 總經理：**黃仁棟**
- 員工人數：**超過300人** (含兼職人員)

資料日期：2012年8月31日

# 2003-2012的社員成長



2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
成長率	30%	44%	23%	24%	13%	12%	5%	16%	11%

# 《社員教育》 合作教育

## 入社解説員培訓



# 《社員教育》 產品教育

## 生產者之旅



## 生產者面對面



# 《社員教育》 環保教育

認識食品添加物講師培訓

水撲滿



# 困境——城鄉消費觀念差距

## □ 消費端和生產端的期待與落差

### ● 生產端

穩定生產、環境污染、病蟲害、颱風水災、行銷通路、生存...

### ● 消費端

選擇多樣、美味健康、物美價廉、不缺貨、天然有機....

## □ 消費者 vs 勞動者 (資本主義下的對立)

□ 計畫性消費預約制度

□ 勞動 生產 學習 服務

# 社員農事學習 ~



# 困境—社員教育繼續的努力

---

## □ 如何選擇？ 價值 vs 價格

- 選擇 健康 或 健保？
- 食物 應該多便宜？食物所隱藏的環境成本、社會成本
- 更拉近生產者和消費者的距離

## □ 4萬個社員→落實民主治理的挑戰

- 意見整合不易、地區差異、距離
  - 地區營運平台的建立
  - 參與是一條長長的河
-

# 反省食物 產生力量

---

一包米、一籃菜  
用愛料理 食的力量  
我們相信  
消費可以改變世界

我願意本著愛與合作的精神

透過共同購買的消費力量

創造社區化的合作事業

共同追求

安全、健康、環保的生活品質

提攜弱勢生產者

善盡社會責任

保護地球資源的可持續性

