
 <特集・労働者協同組合グループ>

洗濯機を開発・製造・販売する協同の事業化

 都 築 建 (タウ技研代表)

労協グループの事業化について

協同で事業をやるといっても簡単ではない。「力を互いに出し合って、信頼し、出来れば利害関係の生まれないようにモノ作りをやる」ことは判っていても、事業化が具体的スケジュールに乗ってくると、お金がからみ、利害関係が必然的に生まれてくる。

協同組合の全面的展開を企画しても具体的運営になると、途端に動きが鈍くなりギコチなくなってしまうのが今迄の大半の例ではないだろうか。

資本主義経営の中でも異業種交流などさかんであり共同開発などの研究会も行なわれている。やはり、ここでも同じように事業化が本格化してくるといろいろな問題が出て来て障害に乗り上げて挫折するプロジェクトの方がはるかに多い。

労協グループとして事業体を作り協同の輪を広げようとしても、まず決定的に不足しているのは、協同を良しとして、自覚的に事業を具体化する意志を持ったメンバーの存在である。協同ということに対して一般の人々は理想形として考えても現実のものとして考えない。空想的領域に依然として現代も基底には有るということだろう。しかし時代は確実に、協同を求めている。協同の方法論を具体化しなければ、人類・地球的危機は救えないと予感されさえている。この意識は資本主義的経営者の中にも大きくなっている。

同志を探すことから始まり、その少なさゆえにメンバー創出にいや応なく向いてゆくが、結局「協同のモノ作り」を具体的事業で実行し成功させること以外にはこのメンバーも生まれて来ない。

洗濯機の開発を通して

労協グループ(準)の事業化にはパラマウントの靴作り事業とともに、環境対応の洗濯機の開発・製造・販売事業がある。

労協グループ(準)発足以前から洗濯機作りの研究会を組織化していた。

水や洗剤の消費量が $\frac{1}{2}$ 以下になるような洗濯機は、良い仕事、モノづくり(社会的有用生産)に願ってもない対象であり、協同のあり方で作らねば、結局、同じような大量生産・大量消費・大量輸送の方式となってしまう。

洗濯機研究会では、いろんな角度から私達にとっての洗う道具を調査し討議を重ねた。結論は欧米で一般的なドラム型を第一段階として開発してゆこうとなった。研究段階においては和気アアイと非常に面白い研究会であり、そこには、代表も事務局もないフリーな人々の結集体だった。

しかし、一度、新規の洗濯機のデザインが作られ、ユーコープを中心とする生協の販売会社(企画)の提携申込がなされて一挙に事業化の日程が具体的に組まれることになって様相が変化した。

その変化の表われが研究会の討議風景のビデオ撮りをめぐる論議だった。生まれではカオスといわれ、誰もが自由に出入り出来た雰囲気の状態から開発の秘密を守るべきという主張がなされ、ビデオ撮りが一時ストップとなった。この主張をしたのは主に、企業で開発にたずさわって苦勞して来た人達だった。この論をそのままにすると、研究会の開放的性格が変化してしまうことから、秘密にしなければいけない部分は撮らないが、そうでない部分は良しとすることにした。この論議をスタートとして研究会の有り方について論議されることが多くなり組織の形式化が求められるようになった。

事業化については、開発能力と実績のあるタウ技研が中心になってやるのが自然に決まって進められて来ている。そして前提として労協グループとして事業体を作って協同でやることであり、生まれでの移行措置でもあった。当然、労協グループの新しい事業体が、作られたとしても、タウ技研が中心にやることには変わらないのだが。

研究会に参加している人々の中には個人的に

も、会社組織の代表としても、それぞれの立場から、事業化には興味を持ち、参加の意欲を持っている。特に開発に伴うリスクをあまり表面化しない段階ではなおその傾向が強い。

研究会と事業主体をあやふやにしていると混乱が起る。規約も資金的裏付もない研究会が開発の進行を左右したり、逆に研究会自体が本来、自由に論議出来たことが、出来なくなったりしてくる。

研究会は会としての範囲を明確にし、事業開発の部分は、それを担う事業体の意向に一任をするというケジメが必要になる。但し、開発の進行についての報告は随時受けることは当然として。更に事業化上の困難を解決する場を提供することも同時に必要であろう。研究会に引き続き研究課題があり、存続の意味がある時であり、もし、単なる監視的存在であったら発展解消するのが良い。

事業と開発と販売の協同的システム

労協グループでは、連合的に単一の事業体を作るのではなく、実際に事業化が具体化したものを中心にいくつかの事業体をそれぞれの参加者中心に作り、その実績を積み上げることでグループ化を進めてゆくことにしている。しかし例えば、洗濯機を作る事業体を具体的に作る場合には、越えなければならないハードルがいくつもある。第一に事業体といっても、株式会社なのか企業組合なのか。それとも「協同組合」なのか。当然、労協グループだから協同組合でやりたいが、法人の資格の有無は税務上等で法制化されていない現状では困難である。この点では事業協同組合方式も検討されたが、都道府県単位の設立範囲であるという制約でそのままでは取り入れられない。今少し知恵が必要である。

次に問題なのは人的配置である。この点を単なる人事配置的発想や、資金の捻出の為だけから考える傾向には充分注意する必要がある。

何故に洗濯機の開発なのか、開発や生産のあり方に対するオルタナティブな発想がいかにあるかという見識の有無を最も重視しなければ、基盤の弱い協同の事業化の成功はおぼつかないことになる。最初は寄せ集めの様相になることは仕方ない

としても、早くそれからは脱すべきだろう。

第三点としてはモノ作りは、サービス業等とは本質的に違うということ。事業としては変わらないが、特に開発部分が入って来ると、その手順や蓄積を要求されるノウハウや技術力など、場面が違う。単に困難だということだけでなく、検討すべき展開に大きな違いが有るということである。

しかし、今回、販売をユーコープを中心とする生協が引き受けることの意味は大きい。モノ作りは出来ても、販売面との連携がないことで、事業化を断念することが多かったし、特に、洗濯機などの世にいう、大衆消費材などは特にそうであった。生協運動が求める組合員の安全や人間的必要度を満足させる生活消費材の流通の場が有るのはもともと解っていても必ずしも連結していなかった。販売側から販売上の保障を受けながらの開発製造は、自から販売戦略まで考慮しなければならない時に比べてはるかに有利である。だからといって開発資金等の全てを販売側に依存する姿勢はとるべきでない。やはり労働者生産協同組合の生産事業体としての自立が、結局、販売側にも好結果をもたらすことはいままでのない。

もちろん協同組合間協同の意味からも協力し合うことが大前提である。それにしても、販売・資金的条件が整ったからといって開発製造はうまくいかない。第一にメインとなる事業体を早く作ることであり、試作進行にメドをつけなければならない。開発製造側の論理もある。販売側から提示されたスケジュールはビジネスチャンスの上からなされ、それは往々にして開発、設計担当者の常識からは信じられないものになることが多い。特に中小企業規模の事業体が自前の製品を企画する時には例外なしであろう。当然、これを強行すれば、開発担当者に過重労働を強いることになる。協同で働く点からはこれを排除して人間的労働をすることを目指しているのだから矛盾となってしまう。しかし、世の常で、先進的事例を実行する時には、この点は後まわしにせざるを得ない。労協グループの事業化は自前の製品を協同開発出来るかで成否が見えてくるだろう。