

## 裸の王の空位と復権

恐りの

「どうしたら物価値上げ反対の運動がもっと高まるでしょうか」というテレビ・アナ  
構造 ウンサーの質問に対して、主婦連の指導者が答えている。

「値上げに対する市民の怒りがもっと激しくならなければなりません。なぜこんなにおとなしい  
のか、はがゆい」。

抵抗の原初的要素はこの主婦連の指導者がいったように「怒り」に求めるべきであろう。怒りの  
ないところに抵抗は生まれてこない。それでは「怒り」はどうして生まれるのか。

物価が上がったからといって富裕な人びとにはそれが怒りを誘発することはない。また、だれ

の眼にも当然な、やむをえない値上げは、これもまた値上げということ自体に怒りが刺激される理由はない。

また、生活水準が低いからと言って、物価が怒りをよくひきおこすとは限らない。困窮と窮乏感の間にはクッションがある。山谷の住民よりはサラリーマンのほうが窮乏感はつよいかも知れない。

窮乏感に比例的に怒りがつよい、ということも言い切れない一面がある。窮乏感を抱いたまま怒ることを知らず、耐えるだけに終わるばあいもある。

物価が上がっても「上がった、困る」というだけで物価の黒い構造を知らないばあいには、怒りは出てこない。物価の黒い霧を認識する知識の問題がある。これが怒りにつながる。

消費者が自己の権利を知ること、怒りへの重要な契機である。消費者の利益をまもるための若干の法的規制もある。それが守られることを要求することは消費者にとつての権利でもある。権利が犯されていることが怒りを触発する。それは、侵された人権と同じで、人格を傷つけられた怒りとも共通だ。他人からのしられると子供も怒る。消費者に与えられている権利が侵害されることが怒りを誘うが、この怒りは、権利に対しての敏感さと鈍感さで怒りのつよさはちがってくる。与えられた権利の上に眠っている者や権利の与えられていることを知らないものは、怒りようがない。

消費者はサイフから金を出す、その金に対して品物が正当にはいつてくるとか、金は出たまま

でも、納得のいく理由で、たとえば寄附など自由意志で出したというならばあいいには、サイフから出た金に対して、怒りはない。

金を出て行く他のばあいがある。おどろかされて奪われるばあい、盗まれるばあい、欺し取られるばあい、などである。これに対しては消費者の失った金に対して怒りを感じないわけにはいかない。納得できない支出に対して消費者は怒る。だれかが消費者のふところに手を入れて百円札一枚でも奪えば怒らない消費者はない。ところが、これと同じことが行なわれていても、消費者はそれが奪われたり、盗まれたりしていることを知らないときは、怒りは出ない。税金に対して怒る人とは怒らない人がある。税金を出すことはつらいが、それが国のために必要と教えられているばあいには、重い税金にも怒りは出ない。しかし、国が不必要なことや有害な事業のために税金を徴収していると感じている人は、重い税金に対して怒りを感じる。

高い物価が不当なカルテルや流通機構のために余計な支出をしなければならぬと知った消費者は物価に対して怒りを感じる。便乗値上げで商人が儲けていると知れば、それを知ることが怒りへつながってくる。

怒りの構造は以上のような形ででき上がっている。物価の黒いメカニズムを知ること、侵された消費者の権利に敏感であること、これらが物価が生活圧迫感とつながっているばあいなどに怒りがつよく表われる。

また、怒りはそのまます行動につながるとはきまっていない。つよい怒りは行動となって表現され

るのであるが、怒りと行動の間には、もうひとつの行動契機が必要になる。日本人のばあいには怒りと行動の間の空白が特に目立つのである。

不満、怒りが起きて、自分の胸のなかに抑えてしまう習性が日本人には培われてきている。あるいは、我が家のなかの怒りに抑えてしまう。自分のなかから一歩出て、怒りを感じている他の人びとと共通の怒りを解決の方向にぶつけて行く、と言ったような市民意識などが稀薄になっていることが指摘できる。

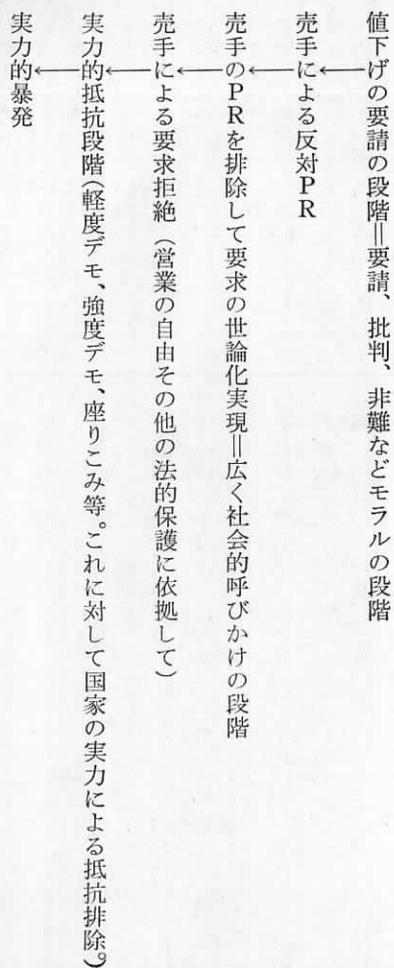
抵抗の 図式 いままで見てきたように、抵抗にはさまざまな形態があり得た。個人的な不満の表現から、集団的な暴発行動にいたるまで、抵抗の系譜はひとつではない。また、生活協同組合の場合にみられたように、商業主義への抵抗の組織をつくるための長い地味な努力の積み重ねといったような形態もある。

直接に売り手や生産者に訴えたり、抗議する場合、または公共機関などに訴えて出る段階から、不納運動、不買同盟という形もある。

消費者たちが団結して官庁や国会へ陳情・抗議によって、行政的または法的な措置を実現しようとする形もある。

抗議の表現としては軽度デモから強度デモによる段階もあり、座りこみもそのひとつの形態である。もつとも激しいばあいは、国家の実力的抵抗排除を防衛するための暴発、さらにそれをこえた攻撃的ときに破壊的暴発を伴う型、明治の暴発にみるとおりである。

つぎのように表示することもできよう。



要するに、個人的から集団的、モラルの段階から実力の段階へ、また経済的手段から政治的手段へ、一時的、偶発的段階から恒久的組織化の段階などが抵抗形態の構造の内容になっている。

つけ加えておかなければならないのは、「組織」の問題である。物価への抵抗の形態に個人の単なる集合という型から、共同目標を意識して共通行動に計画性を持たせる組織がある。抵抗は組織化されることによって強力となることはいうまでもない。しかし、単なる機械的な組織であっては、

有効な活動は期待できない。組織化されながら有力な、適応的な活動が少しもなされないばあもある。婦人団体などで大きな会員をかかえながら何の活動もしないばあいが少なくないのは、その例である。

消費者は労組員などちがって、一つの職場に日常的に結集しているものではない。消費としては、男女、老若、学生にかかわらず消費者であるが、それだけに結合の場が乏しい。消費者は孤独というのはこのことについても言える。したがって、労組とちがいが組織がむずかしい。一定の時、一定の場所に集まるといことが労組のように簡単にこなわれない。したがって学習や討論などの機会にも乏しい。

ままとりのつきにくい消費者としての組織であるから、組織化しても分断的にならざるをえない。たとえば、生協運動は労働者の生協、一般市民の生協、学生の生協などと階層的な分断が止むをえないことになる。また、婦人だけが結集する団体が日本では今のところ主流的になっている。

組織の形態を概観してみると、中央組織があり、下部組織がある。下部組織が中央の指示に従って動くという労働組合の組織と同じような形をとる。生活協同組合の例をみれば、各地に生協があり、中央に連合会の形で中央組織がある。主婦連などにも同じような形がみられる。

こうした組織は全国的な運動を展開するばあいに有利であり、どうかすると欠くことのできない運動形態である。全国的な新聞値上げの際、労働組合という全国的な組織と一つにならなければ抵抗は成功の見込みがないという感想をもった人々も多かった。

しかし、地域に限られた問題における抵抗運動では、地域団体の活動に期待しなければならぬ。たとえば「消団連」(消費者団体連合会)などはいろいろな地域でそれぞれの地域問題にとり組んでいる。東京の消団連の中央組織は弱い。地域団体としての強みで動いている。労働組合のばあいのように、地域の問題を中央が全国的な組織の援護で強化するといったような実情にはない。

バスの値上げ反対運動に立ち上がったある団地のばあいなど、一つの団地の自治会が中心になって団地およびその附近に呼びかけ、タクシーと契約して出勤時間に来てもらい相乗りで駅まで走ってもらうなどでバスの不乗同盟を行なった例が珍らしくないが、これなど、問題ごとが発生した抵抗の一时的な組織である。牛乳の共同購入などもこれらの例として数えることができる。

問題が発生している期間だけの一时的組織で、終われば自然に解散する短期の組織に対して、長期の取り組みを継続する組織もある。一つの問題が解決しても、他の問題が起きてくる。それを継続的に取り組んでいく、いわば専門的な組織が必要になる。消費者団体といわれるものもこの長期組織である。

値上げが発生すると、それに対抗して被害者集団が値下げ要求、ボイコット、政治への陳情、抗議などの形で抵抗が行なわれる。あらかじめの組織があったわけではなく、共通の利害関係から一時的に団結したいかりの塊りといったような形がある。これもバラバラでなく、共同行為であるから、無組織ではない。委員も選出されるだろうし、計画も立てるのであるが、それらはその場の必要に応じて自発的に談合によって行なわれるのであって、固定的、常設的な組織体ではない。

そこで、「一時的な結果」と「固定的組織」という言葉で、この二つを分けてみると、固定的な組織は行動を能率化させ、またそのことが行動をつよくするという意味でのぞましいものであるが、固定組織はどうかすると一時的結集のつよい自発性と意欲にブレーキをかけるような要素もっていることは注意する必要がある。固定組織化のためにいかりの処女性を喪失させるようなことがあつては組織化の目標は裏切られてしまう。激しい抵抗運動において珍らしくないことは、個人あるいは下部の意欲がつよくて、組織の指導部をのりこえるという現象である。このばあいは指導部の計画性を下部が認識できなかったばあいもあるだろうし、指導部の認識が低くて下部のつよい意欲を見抜けなかつたというばあいもあるだろう。大衆の自発性と組織の機械性の出会う相克であつて、抵抗の歴史的な宿命のような出来事である。

要するに組織が悪いのではなく、大衆の自発性をより有効に生かす組織化がむずかしいということである。

このような基本的な問題は現在の消費者団体の組織的運動、あるいは組織化においてもすでに現われているとみることができる。消費者を組織化することによって、物価へのいかりを蒸発させる意図をもって組織づくりがなされているとみられるばあいさえも少なくない。

明治、大正、昭和の物価抵抗のあとをみると、その特徴は組織によって動いていなかったということである。状況に呼びおこされた大衆のいかりが一時的な団結をよびおこし、暴発化もし、事態が終わればあとかたもなく消えていったという型が大部分であつた。

しかし、その行動の影響は支配体制にショックを与え、反省を促かしたことは確実であるといえる。大正七年の米騒動のあとに取られた暴利取締政策や米価つり上げの自粛、米穀法の制定などがこれを物語っている。

しかし、物価への抵抗のなかでも、家賃、地代値上反対運動などは、運動の過程を経るごとに組織化の方向に向かつている。昭和初年にはかなりの組織化がなされたのである。それが現在のよう

に法律的に借家、借地人の地位を守る法的措置をかちとつたといえる。生協は明治に生まれ、大正においてやや拡大し、昭和の戦時中に抑圧された組織であるが、組織の精神は脈々と継承され、戦後において花ひらいた。

有効な組織は抵抗運動を強大なものにする欠くことのできない力である。しかし、無自覚な個人が組織に寄りかかっているのであつては組織が大きくなつても意味はない。それは抵抗運動を蒸発、拡散させるために利用される結果になる危険があることをくりかえしておきたい。

たちあがる

豊かな国アメリカでも消費者は抵抗する。一九六六年一〇月一七日に、アメリカ、

消費者

コロラド州デンバーで、主婦の間に「野菜や肉の値段を下げよう」という「反乱」

の火の手が上がつた。一週間に約一〇万人が参加したといわれるこのボイコット運動はボーイでなくレディがやつたのでレディコットと呼ばれたこの運動は、デンバー市の五つのスーパー・マーケットを攻撃目標にしたものであつた。このうち二つのスーパーは、一〇パーセント、ないし二〇パーセントの値下げを行なつた。オレンジ・ジュース一かん二六セントが二四セントに、チーズ四五

セントが四一セントに、マヨネーズ五三セントが四七セントに、という具合に下がりはじめ、残りの三店も、ついに「他の店と同じ値で当店も売ります」という宣伝を始めるようになった。

このデンバーにおける主婦の反乱の成功は、テキサス州ダラス、ノースカロライナ州シャーロットなど各地の婦人団体を刺激し、首都ワシントン郊外ではプリンス・ジョージ郡の主婦たち五〇人が「ウーマン・フォー・アクション」という組織をつくった。この五〇人が、一人が一〇人ずつの賛成者を電話で集めることにしたところ、この反響は圧倒的な支持となってあらわれ、約二千人が参加する大デモンストレーションとなった。まず、同地区のペン・マー・ショッピング・センターで、プラカード戦術などでポイコットを始めた。

またワシントン市内では、「ジョッパーズ・フォー・ローワー・プライス」という団体が生まれ、一〇月二四日以来、しばしば戦術会議をひらき、二九日を期してポイコットをはじめた。その目標としては、①少なくとも一五パーセントの値下げ、②同一地域のスーパー・マーケットでは同じ食品については同一の値段とする。③もっとサービスをよくし、品数をふやして、店をきれいにし、④スーパー・マーケットは景品付き売上げ競争をしているが、この景品は結局消費者負担となるのだから景品競争はやめること、などであった。このように諸外国では、物価問題に市民が敏感で、なにかのキッカケで、たちまち大運動に発展することがしばしばある。

マイアミでは婦人団体が数軒のスーパーに一日中、いやがらせ電話をかけ、アトランタでは主婦たちにしりをたたかれた亭主族に子供、犬まで加わってピケを張るなどレディコットは日ごとに激

しくなった。引っ込み思案でデモなどしたがらない日本の主婦たちよりずっと積極的だが、ともかく中間選挙直前の一月上旬にはハワイを含む全米百都市以上で不買運動がまき起こった。

カナダの首都オタワで、約七千人以上の主婦が「消費者抵抗協会」という組織をつくって、食品の独占企業に属する大食料百貨店のポイコット運動を推進したことを、外電が報じている。

カナダの食品産業は、アメリカ資本の独占的支配がつよく、食肉、肉製品、パン、バターなど非常な値上がりとなり、不満と非難がカナダ全国で高まった。国会も、世論に押されて、過去二〇年来はじめて「物価値上がりの原因を糾明する」特別委員会を設置したが、主婦たちはこの委員会に任せきりにせず、直接行動にのり出したわけだ。

消費者抵抗協会の会長は三二歳になるウィルソンさん。「協会結成の動機は？」と新聞記者にきかれた彼女——「わたしの夫の賃金がそうさせたのです」。

カナダには現在このようなムードがもり上がっている。高いスーパーなどに一人の主婦が店頭に立ってこれを非難すると、たちまち主婦たちが集まってきてとりかこんでしまう。指導者などはいない。計画などもない抗議とポイコットの自然発生である。

明治、大正の消費者もポイコットをやっている。戦後でも消費者の戦術としてつかわれるようになった。最近では関西の主婦連がキッコマンの不買運動にのり出している。大阪のタクシー冷房割増料金を撃退した大阪の婦人たちは、醤油の値上げを「公共料金値上げへの便乗値上げのトップをきつた醤油を許すな」と不買運動を開始した。

絶えざる

抵抗を

レディコットは一主婦が署名運動を呼びかけたことでたちまち大きな反響をよび、一週間ほどの間に二万五千人の主婦がスパーマーケットをボイコットしたのである。新聞は「突然の主婦たちの決起」と書いた。これはいわば「街頭におけるエネルギーの暴発型」の運動である。これに対して「草の根レベルにおける民衆の継続的組織化型」の運動が重要だという考えもある。「不満ムード」にのっかった一時的な噴出にすぎない大衆的デモンストレーションに、多くの期待をかけることはできないと見て、草の根型抵抗に組織的な、より深く浸透する運動がのぞましいという考え方である。

明治、大正の物価抵抗のほとんどが「街頭におけるエネルギーの一時的暴発型」が大部分であった。不満を持った群衆の怒りの噴出であった。大正の米騒動において、当時の社会主義者片山潜は、このような大衆の爆発行動に組織のなかったことを痛嘆している。しかし、一時的暴発型であったればこそ、米騒動はあるように大きな抵抗運動となりえたのではないかということもいえる。指導者や組織をもってあのような強大な大衆行動を指導しようと試みても不可能であったらう。指導者や組織がなかったので可能であったといつてよい。

しかし、これは組織的抵抗が必要でないというわけではない。一時的暴発型も軽視できないというにすぎない。草の根の抵抗はいつそうのぞましい。しかし、組織ができたからといって、それにすべてを期待することはできない。組織には組織自体、自己制約の要素や、ばあいによっては組織をつくった抵抗そのものをこわしてしまふような要素を内包していることは、現在の組織的抵抗

抗運動の実態をみればわかる。日本の民衆が持っていることを、歴史が実証している抵抗のエネルギーの黄金の処女性を腐蝕させない抵抗運動の方向に、もどらねばならない。

「消費者―裸の王様」は霧のなかで空位を嘆き、やがて虚脱の運命に沈んでしまふのか、それとも、霧をつき破って、王たるの位置に復権するのか。現代の新しい問題のひとつであろう。