今こそ注目したい 木村快氏の協同論

＝農的社会デザイン研究所代表・蔦谷栄一＝

蔦谷　栄一（つたや　えいいち）

東北大学経済学部卒業。1971年農林中央金庫に入り、熊本支店長、農業部副部長を経て、96年農林中金総合研究所基礎研究部長。常務取締役、特別理事などを経て、2013年11月より現職。

〔主な著書〕

「生産消費者が農をひらく」「未来を耕す農的社会」「農的社会をひらく」「地域からの農業再興」「共生と提携のコミュニティ農業へ」（以上、創森社）「日本農業のグランドデザイン」（農山漁村文化協会）

今年は国連が定めた国際協同組合年であり、「協同組合はよりよい世界を築きます」を統一テーマに、各地域で多彩な取り組みが行われつつある。現状では、飢餓や貧困、格差と分断が進む中、ＳＤＧｓ（持続可能な開発目標）の達成と協同組合の役割を中心的なテーマにしているものが多いようだ。

それはそれとして極めて大事なことであるが、併せて時代は協同の原点について、改めて考えてみることをも求めているように思う。そうした歴史の転換点だからこそ、訪ねてみたいと私が考える一人が木村快氏である。

劇作家・演出家で89歳。東京都小金井市にある特定非営利活動法人・ＮＰＯ現代座の代表を務める。劇場は肉声が伝わる空間でなければならず、90人程度が限界。肉声であるからこそ共感が届く、という独自の劇場論を唱える。これをベースに言語論、組織論、日本人論など、鋭く本質的な議論を展開している。演劇界では必ずしも知られた存在ではないようだが、木村氏の劇場論や組織論は協同組合の世界に共通する点も多く、この国際協同組合年を機に広く知ってほしい存在である。

1936年に旧朝鮮・大邱府で生まれ、46年に日本へ引き揚げ、広島市で日雇い作業や印刷工などを経験した。59年に新制作座に入団し、65年には統一劇場を創設。98年からＮＰＯ現代座で活動する。統一劇場の活動の様子は、松竹の創業80周年記念作品として制作され、75年に公開された山田洋次監督の映画「同胞（はらから）」のモデルともなっている。

父親は硫黄島で戦没。引き揚げ後は子どもたちから「朝鮮人」と言われて排除されたり、食べていくために100キロの荷物を担いだりもした。演劇の世界に飛び込んでからも、劇団の存続・再編の渦中で苦労した。こうした特異な人生経験を踏まえて戦前・戦中・戦後を俯瞰（ふかん）し、日本人でありながらも、外から日本を見る目を持ち、劇作や著作を積み重ねてきた。絶版になったものもあり、現在入手可能な著書は「共生の大地アリアンサ　ブラジルに協同の夢を求めた日本人」（2013年、同時代社）、「武蔵野の歌が聞こえる」（15年、ＮＰＯ現代座）に限られる。

木村快氏（ＮＰＯ現代座で）

木村氏の理論の一端を知ることができる言葉を、「日本人と人間関係」（1979年、一光社）所収の「日本人の“心の構造”を考える」から、幾つか引用・紹介する。

「ぼくはやはり、もっとからだで受けとめるということを大事にしたい。からだで受けとめるということは、たしかに言語脳で考えるような見通しをもった明確性はないけれども、思考の出発点はあくまでからだで受けとめたことからはじまる」

「劇団というものは組織ではなく、集団なんです。組織は個人を基礎にして組みたてられるものだけれど、集団とはそこに居合わせる者全体が有機的に結合した一つの人格……集団とはお互いが依存しあって、はじめて全人間的機能が発揮できる」

「ひとりで孤立しているときの人間と、同じ人間が十人のなかにいる時とでは、全くちがいます。……群れ――すなわち言語的に生理を共有しうる集団の中で、人間は本来の生理機能を回復できる」

江戸時代の中頃、武蔵野の新田開発を協同の力で成功に導いた百姓出身の川崎平右衛門を取り上げた合唱構成劇「武蔵野の歌が聞こえる」（ＤＶＤあり）があることも付記しておきたい。

能登発かき氷店がオープン

＝東南アジアで多店舗展開目指す＝

【シンガポール時事】石川県能登町を本店とするジェラート店「マルガージェラート」が手掛けるかき氷専門店「ＳＨＩＲＯＹＡＭＡ（シロヤマ）」が5月1日、当地にオープンした。海外では1号店となる。今後、東南アジア地域での多店舗展開を目指す。

店舗は、繁華街オーチャードのサマセットにある商業ビル「313@サマセット」に入居する日系スーパー「ＤＯＮ　ＤＯＮ　ＤＯＮＫＩ（ドンドンドンキ）」の店内にあり、地下2階に位置する。持ち帰り専門となる。

「ＳＨＩＲＯＹＡＭＡ」の店舗

マルガージェラートは、能登町出身でアジア人初のジェラート世界チャンピオンを獲得した柴野大造氏が代表を務める。開業当初はイチゴ、ユズ、鉄観音など5種のフレーバーで展開し、徐々に種類を増やす。

柴野氏は華やかな「映え」にこだわり、ジェラート店として培った豊富なフレーバーをかき氷にも展開していく計画だと説明。ムースなどの食材は現地の製造工場で生産する。現地調達の食材を使うが、今後は能登の塩やブルーベリー、イチゴなども使用していく考えで、昨年の能登半島地震・豪雨の影響で過疎化が進む「地域活性化の起爆剤になれば」と話す。

イチゴをトッピングしたかき氷

シロヤマは多店舗展開を念頭とした事業モデルで、価格を10シンガポールドル（以下ドル、約1100円）以下に抑えることにこだわった。かき氷はレギュラーサイズが8.8ドル、グランデサイズが15.8ドル。今後はシンガポールで約7店舗、タイでは数十店舗の展開を目指す。バンコクの1号店は7月オープンを予定している。その後、マレーシアやインドネシアなどでの展開も視野に入れる。

◇訪日客への情報発信基地に

柴野氏によると、地震でマルガージェラートの本店も被災したが、事業を再開することができた。復興作業は途上にあり、事業が再開できない企業も多い中、観光客はこれまでの半分に減少していると説明。かき氷店をきっかけに「石川県や奥能登まで観光に行ってみようと思ってもらえるよう、訪日客への情報発信の基地にもしていきたい」と意気込みを語った。

店舗名は、石川県と岐阜県にまたがる「白山（はくさん）」にちなんで名付けた。東南アジアに根差した商品作りで、「長く愛されるブランドを目指す」（柴野氏）。