

フリッツ・ナフタリ編

経 済 民 主 主 義 (4)

山 田 高 生 訳

IV

直接的な大量需要の対象はそれ自体の性質から自由競争を永続的に排除するが、それが私的な、利潤を目指す独占から取り上げられるときにはいつでも、一般に明らかごとく、公営企業の国民経済的および社会的利点が生かされてくる。租税負担力をそなえてはいるが納税者の監督のもとにおかれている民主的な強制団体は、収益事業と補助金事業という制度のなかで租税準備金を一時的にまたは永続的に利用しながら、現在と未来の公共福祉の観点にしたがって労働条件と価格条件を規制することができるといえる。この団体は、その強制的性格と租税的基礎にもとづく信用を利用して、国民経済的節約を目ざすことも可能である。それは、大規模な設備を持つ経営ではコンツェルンの形成と顧客の拡大から生ずるからである。したがってこれは、それらが同時に出揃うなら、ある

経済民主主義 (4)

經濟民主主義 (4)

經濟部門をこのよ^うな形態の經濟民主主義に特別に適合させるメルクマールとならう。つぎのような經營が取り上げられなければならない。

1 ある地域の広範な住民層の大量需要を満たすか、あるいはその他なんらかの形で住民層の福祉にかかわり合いを持つ經營

2 自然的独占を有する經營

3 顧客の拡大と確保によつて、とくに大きな節約を目ざすことができる經營

このほかにわれわれは、これまですでに一連の經營部門についても言及してきたが、それらはこの三つのメルクマールを全部そなえていたわけではなく、かつての歴史上の時期には国が確固たる地歩を占めていたのであつた。さらに、コンツェルンのメンバーとして公營企業と結びつき、それに一次加工品や信用等を供給する經營についても述べた。最後に、(フランス、イタリーおよびオーストリアの「第一次大戦後の」承継国における煙草独占のように) 国の財政独占についても触れておかねばならない。これは、もともと經濟の民主化を目ざすものではなく、むしろ現在では、財政政策的な目的性の観点のもつて判断されねばならないのである。必要なメルクマールをそなえ、しかも明確に地域的に限定されたあまり広くない販賣範圍を有する經營が、とりわけ公營企業に適用している。しかし自治体企業と政治的民主主義の機関との接觸は、都市の大きさに応じていろいろな幅で行なわれる。小都市では市の直營制度が当りさわりがなく、市議会が經營管理の細部にわたつてすべて決定することができ、大都市では、經營管理が年次事業決算やあるいは重要な賃金、価格または建築問題にかんする決定のさいにだけ議会の承認をうけることの方がより合目的である。独立の法人格への經營の変化が、継続的な議會業務や官

庁業務からのこのような経営の分離と結びつく。労働者代表によって（経営協議会法にもとづいて、およびこの法律の枠を越えて労働組合代表が経営指導部に参加することによって）労働者の利益もまもられる。もちろん経営と国民代表との距離は、直営のばあいよりも疑いもなく大きい。けれども議会と官庁による経営は、技術家や商人による経営とは速度を異にするので、その経済効果もより確実である。地方自治体の工場民主主義の問題は、技術的発展が個々の地方自治体の境界を越えることよりもはるかに深刻である。このことは、近年とくに電力供給の分野にあてはまるし、近頃ではガス供給の分野もそうである。遠隔管理（中央集中方式の、ばあいによっては直接燃料があるところに建設された巨大経営）の経済的長所を生かすために、ウェストファールン県とブランデンブルク県の大発電所やフランクフルト市とマンハイム市によって新たに設立された西南ドイツガス株式会社のような、いくつかの地方自治体にまたがる工場が創設された。しかし民間資本を防衛し、できるかぎり組織網の経済的統一をはかるために、州や国の干渉が避けられないことは明らかである。ここから、利害関係のある公共団体——市町村、郡、県、州、国——が株を所有する独自の組織体として大会社が生れる。そのさい民間資本の参加がいかに望ましくないものであろうとも、多くのばあい、その政治的地位（市民の多数意見の結果としての）と経済的優勢（主としてその石炭所有にもとづく）が明らかに強力であったため、民間資本をそのような会社に参加させることを認めないわけにはいかなかったのである。公共団体の代表者がたえず召還されるか一定の指令に服することになるので、そのような混合経済的組織においても民主的なコントロールはもともと可能である。純粹な州営企業（と国営企業）でも、独立な法人格の形態がますます普及する。これによって、官僚主義的組織につきもののお役所仕事の重大な欠陥は著しく少なくなろう。他方、民間の巨大産業そのものは、機動力のあるかつての企業と

經濟民主主義（4）

は対照的に、巨大なコンツェルン官僚軍をつくり出したので、現在では、形のうえでは業務運営について民間の大企業と州営の大企業とのあいだに大きな相違はほとんど見られない。内容的にみれば、相違はかなり大きい。議会代表者がこのような会社の運営について行動的な態度で臨むなら、その企業の賃金政策は民間企業とは異なつた結果を生ずるだろう。そのような法人格の頂点にいるか、もしくは管理者を任命する政府のメンバーは、いかなる瞬間にも議会の不信任投票をくらう可能性があるわけである。民主的な經濟形態の眞の賛同者は、經濟的収益能力を危険にさらすことなしにコントロールの可能性がすべて利用されることを迫るであろう。——これは、今日十分に行なわれてはいないが。いずれにせよ、公共企業体における民主主義の構築には二つの要素が存在する。ひとつは、民主的政府への企業体あるいはその管理職の——たとえ直接的ではないとしても——従属、他は、公共企業体の管理への被用者の参加である。これらの要素は、個々のばあいに応じていろいろな関係のなかで相互に混じりあつてはいるが、いずれも經濟の民主化にとって欠くべからざる要素である。

第四節 消費協同組合

I

消費協同組合が公営企業と共通している点は、經濟指導が所有の力に依存していないことと、企業の目標が利潤ではなく供給にあることである。しかし消費協同組合は、つぎの点で公営企業から基本的に区別される。すなわち、それは国や地方自治体の強制的共同体を基礎に成立しているのではなく、自由なグループの結合という自

己救助にもとづいていること、これである。経済的にみれば、それは取引の側から現代経済のなかへ非資本主義的要素が組み込まれる本質的な形態である。

資本主義のもっとも本質的で決定的な特徴のひとつは、資本の所有が権力を授与するということである。ある人物あるいはあるグループがある企業に資本をより多く投入すればするほど、それだけ企業にたいするその者の権力は大きくなる。消費協同組合の立場は、それとは原理的に対立する。ここでは、資本参加は会員としての権利を与えるにすぎず、それ以上のものではない。各々の会員は、会員権が一であろうが十であろうが、平等の投票権を持ち、それゆえ同じ影響力と同じ権力を持っている。したがって、もっとも理想的な形態における経済指導の形式的民主主義である。

にもかかわらず、会員権の割り当てに制約があるため、住民の一部しか組合員になれないとしたら、ここでもこの形態はまゆつばものである。だが消費協同組合では、会員権の大きさは実践のなかで決められることになっているため、誰でも組合員になることができる。とくに分担金は、現金で直ぐに払い込まねばならないわけではなく、例えば還付金で納めることもできる。

還付金は、——しばしば誤って配当金と呼ばれているが——もうひとつの経済民主主義的、反資本主義的要素である。ここでも、資本の権力は排除されている。どの資本主義企業も、出資者にたいしその資本参加に比例して(74)利潤を配分する。消費協同組合は、剰余金を商品購入の額に応じて配分する。したがって組合員は、個々の商品すべてにたいし経営技術的理由から当初多く払い過ぎたものについて来年度末に還付金を受取ると言うことができる。だから利潤は一文も配分されないものである。

だが、一部の限られた住民しか組合員になれないとしたら、消費協同組合を經濟民主主義の構成要素として特徴づけることに相変らず懸念が抱かれるかも知れない。資本主義企業では資本の大きさは確定している。定められた資本が調達されたなら、組合員の募集は停止される。これにたいし消費協同組合への加入は、いつでも誰にでも開かれてゐる。ここでは、資本の大きさに応じて組合員数が定められるのではなく、組合員数に応じて資本の大きさが定められるのである。

それゆゑ消費協同組合の組合員は、資本主義企業の出資者とはまったく意味を異にしている。後者においては資本が出資者を募集し、前者では人が募集する。後者においては、企業にたいする個々の資本所有者の持ち分が正確に確定されるのにたいし、前者では言葉の本当の意味での共同所有が行なわれる。新規加入のばあいでも脱退のばあいでも、他のすべての組合員の所有持ち分は変わってくる。

しかしこれだけでは十分でない。別の本質的な点でも——おそらくこれがもっとも本質的な点であるが——消費協同組合は資本主義的経営から区別される。資本主義とは、その典型的な形態では需要がたえず変動している市場のための生産を意味する。市場では、商業が分配の仕事を果たしている。眞の經濟指導が行なわれなくとも、個々の企業は相互に活動している。しかし消費協同組合は、需要から出発し、組織によって需要を確定する。そして組織された需要の必要に応じてその販売と生産を適合させる。それは、資本主義の市場經濟に対抗して需要充足經濟を行なうのである。消費者は、資本主義によって奪われた權利を再びとり戻す。

消費協同組合の運動は、それゆゑ、それが行なわれている分野では經濟の民主化を意味している。それは、外形的にはしばしば資本主義的環境に同化するかも知れないが、しかし実際には、もっとも基本的な問題において

それとは異なっている。

II

資本主義と消費協同組合運動との対立関係は、歴史的にも明らかである。消費協同組合は、資本主義の発展にたいする防衛として成立した。しかもまさしく自由競争の時代に成立したのであった。自由主義の理論によれば、自由競争はとりわけ消費者の意向を考慮するはずなのだが、「そうならないのだから」この理論は現実と是对応していない。

競争は値引きによって消費者の役に立つが、値引きは競争を存続させるための唯一の手段ではない。生産者と商人は、別の打開策を見つけ出し、それを十分に利用した。彼らは、——外見的にはそれとわからぬように——品質を低下させ、偽物をつくることさえした。消費者は、ほとんどが専門家ではないので、この策略になす術もなくひっかかったのである。しかしこうしたことは別にしても、通常、自由な競争はかならずしも価格を引き下げるわけではない。商人が多ければ多いほど、売上げはそれだけ少なくなるが、しかし総経費は同じ高さである。売上げが少なければ少ないほど、商品一箇あたりの総経費の配分はそれだけ高くなる。そして消費者がその被害者である。

そこで、自由主義の理論では消費者にとってパラダイスのような状態を意味した時代に、まさしく消費者の防衛運動が生れたという奇妙な事情が明らかとなる。彼らは、生産者（労働者）として搾取され抑圧されながら、労働組合の抵抗組織のほかに消費者として結集することによって別な打開策を求めた。これが、近代消費協同組

合運動の父であるロッヂデイルの二八人の織工の原動力であつた。彼らは、きわめて小さなところから始めた。裏通りの小さな地下の売店、ごく少量の最重要必需品(小麦、バター、脂、ベーコン)、出来上つた組織ではなく、副業的な業務管理がそれである。しかし心の中には、今日では現実になつた力強い組織体系がすでにはつきりと浮んでいたのである。

消費協同組合の第一の課題は、小売業者をできるかぎり排除することであつた。それは消費者の代表として、直接卸売業者から購入した。中間業者が一段階取り除かれたわけである。これはひとつの側面であつた。そのほかに、消費協同組合は組合員の株を持つた。短期間の経験を積んだ後、組合員のおおよその需要がわかつた。需要の範囲内でのみ購入し(需要充足經濟)、それによつて雇つたり店ざらしにしてしまふリスクをできるかぎり除いたのである。それは掛売り販売を拒否したので、回収できない売掛金というもつと大きなリスクもなかつた。このような要因によつて、それは小売業者よりも安くすることができたのである。なぜならどんなリスクも価格にはねかえってくるものだからである。小売業者は生活のために値ざやをつけなければならぬが、協同組合が副業や名譽職で經營されるかぎり、そのような値ざやもいらなかつた。だから協同組合は、より安く商売することができたのであり、このことがより多くの組合員を集めたのである。

組合員が多ければ多いほど、売上げ高はそれだけ多くなり、個々の生産物当りの総経費の割合はそれだけ少ない。大量生産の法則が働らく。今日専従職員が必要になつたとしても、消費協同組合の有効性は変わらないのである。

小売業者が排除されるか撃退されたとしても、消費協同組合はその任務を果し終えたわけではない。今日では

卸売業者を排除し、直接生産者と結びつくとか、あるいは輸入商品の直接輸入さえも行なわれている。「しかし」個々の消費協同組合は、二、三の大きな協同組合を除けば、そのようなことはまったく不可能である。なぜなら組合員の範囲がいかに拡がるうとも、工場や輸入からの購入品はほとんど得にならないからである。だが個々の協同組合にはできなくとも、ひとつの州の協同組合が連合すれば十分である。

消費者が協同組合に結集したように、協同組合は大量購入会社に結集する。それは、いわば協同組合の協同組合である。それは生産企業や輸入商社と広範囲にわたって納品契約を結ぶが、そのばあいいずれにせよ有利である。それは、購入した生産物を多かれ少かれ無秩序な公開の市場に持っていく、そこで販売に努める必要はない。その販売は、あらかじめ保証されているからである。それは、確定した、組織された需要に基づいており、購入はこの需要を満たすのに役立つにすぎない。それゆえ資本主義的企業のリスクは、ここでは大部分無くなっている。このことが価格形成に作用する。それから、ここでも大量生産の法則が有効となる。経費は、売上げ高につれて増大しないわけだから、それぞれの生産物当りの経費の割合はますます小さくなる。そして結局は、大量購入会社は恒常的な、財政的に健全な顧客であるわけだから、協同組合は供給者からきわめて有利な条件をうまく引き出すことができるだろう。

協同組合の成功は、基本的には卸売業者の排除を、あるいは少くとも撃退を意味するが、同時にそれは消費者による新地盤の獲得でもある。

大量購入会社は、当然この地盤を慎重に拡げていくだろう。それは、自社の大倉庫を使って、組織された需要を分散化し、さらに多くの費用（運送賃等々）を節約することができる。例えばドイツ消費組合大量購入会社

經濟民主主義（4）

は、ハンブルク、ブレスラウ、ケムニッツ、デュッセルドルフ、エルフルト、ケーニヒスベルク、ルートヴィヒスブルク、マグデブルク、マンハイム、ミンデン、ニュールンベルク、シュパンダウ、したがって全国のすべての地域の倉庫を自由に使うことができる。それぞれの消費組合は、もともと好都合なところにある倉庫から供給をうけることができる。そのほかに協同組合は、地域毎に購入連合体に組織されている。定期的に購入会議に集まり、そこで注文を出したり、あらゆる種類の希望を伝えたりすることもできる。このようにして、中央組織と個々の組合との接触がたえず保たれる。大量購入会社は宙に浮いているわけではなく、組織された消費者大衆に、つまり彼らの草の根と活力の源泉にたえず結びついているのである。

消費者は、かつては資産のない、容易に搾取される従属した大衆であつた。それゆえ彼らは、分配の分野で決定的に重要な地位を得ようと努めたのであつた。はじめは小売業者が撃退され、ついで卸売業者が後退を余儀なくされた。今や消費者は、生産の入口に立っている。

III

労働者にとって主たる闘いの場となるのは、いつも生産の分野であつた。分配は、些細なこととみなされがちであつた。これはたしかに不当である。なぜなら分配も十分搾取のチャンスを与えているからである。だが資本主義の重点が生産にあることは、やはり正しい。ともかく、とりわけ重工業がいかに商業を完全に従属させ、組み入れているかをごらんいただきたい。労働者を労働者として不快にさせているのは、とくに生産の分野である。

昔は、ラッサールを先頭に社会主義の広範なグループが生産協同組合について考えた。それによれば、労働者は国家救助によつて結集するか、あるいは国家救助なしに結集し、協同組合の形で生産を行なう企業を經營する。これは実に簡単で、非常に確実であるように見えたのである。だが、そう見えただけであつた。生産協同組合はだいたひ失敗した。販路不足、資本不足、規律の欠如のためである。成果は消費協同組合の自主生産が前進しただけであつた。販路不足は、消費協同組合においては重要な問題ではない。自由な市場のために生産されるのではなく、組織された現在の需要のために生産されるからである。当然ながら、需要が十分あつて、近代的生産經營を十分活用することができるところでしか自主生産は行なわれぬ。たしかに景氣によつて売行きは一時的に變動するが、しかし經營を維持するだけの原料はいつもある。同様に、資本も自由に使えるようにしてある。消費協同組合は、来る者を拒まない。それどころか組合員が多ければ多いほど、それだけ協同組合の支払い能力は大きく、それだけ經費の割合は少なくなり、還付金はそれだけ高くなる。最初に需要が組織され、そして分配の分野が征服される。この時点で必要な資本が集められる。規律の欠如はそれほど問題とならない。なぜなら協同組合の經營においては労働者だけが所有者者ではなく、せいぜい共同所有者にすぎないからである。それゆゑ、運営は労働者だけで行なわれるのではなく、組合員全員によつて行なわれる。したがつて生産協同組合の欠陥は、消費協同組合の自主生産が行なわれているところでは除去されるのである。

しかし実際には、消費協同組合的生產と私的資本主義的生產の關係の方がより重要である。なぜなら自主生産の課題は、資本主義的生產を後退させることにあるからである。だがこれは、自主生産が資本主義生産にたいしても經濟的な利点を有しているばあひのみ可能であるにすぎない。そのような利点がはっきりしているばあひで

も、もちろん、どの協同組合の経営でも私的経営より優れているとはかぎらない。立地、経営秘密、特許、とりわけ経営者の商売能力と技術的能力の問題は、個々のケースでは通常の関係を逆転させることがありうるからである。しかしこのような個々の条件を取り除いて全体を見渡すなら、消費協同組合的生産の優位は消費財の供給という固有な分野でははっきりしている。

この優位は、再び需要充足經濟に対応する。民間企業は自由市場で販売していかねばならない。それはたえず競争者の大群に立ち向かい、彼らを押しつけて目的を達成する。このような競争には金がかかり、恒常的な販売組織、しばしば幻想にすぎない宣伝費、セールスマンによる客の説得といった経費が著しく増大する。そのばあいつねに、生産物が売れないという危険、貨幣収入が遅れるという危険、あるいは客に支払能力がないという危険さえ伴うのである。趣味や流行の変化によって、経営は轉換を迫られる。競争者がより早く轉換したばあいは、顧客を失う。以上のような不確定要素がすべてリスクとして経費にはねかえってこざるを得ない。資本主義經濟のアナキーは、金のかかる贅沢であつて、消費者がこれを支払わねばならないのである。

消費協同組合の自主生産が行なわれているところではまったく別である。そこでは、売上げはきままっている。売上げが一定の高さに達し、そのための生産を行なう関連企業を利用できるほどになったときはじめて、協同組合は自主生産に踏み切るだろう。したがってそれは、販売についてたいして心配するには及ばないのである。たしかに協同組合は、計画的にその拡大に努め、私經濟のすべての活動も慎重に追求しなければならぬが、しかし土台がある。だから巨額な宣伝費は大部分いらなくなり、生産活動のための特別な販売組織も不要である。分配を管理する通常の組織が、自主生産品の販売も引き受けるのである。それゆえ、費用のかかなりの部分が不要と

なる。リスクもはるかに少ない。たしかに全般的な経済恐慌は購買力の低下によっているため、消費協同組合にも爪跡を残さずにはおかないことは言うまでもない。しかし正常な状態のもとでは、現にある組織された需要に見合った生産が十分利用されるということが計算に入れられており、そのさい景気にとくに敏感な生産手段の生産は、協同組合によって行なわれる仕事の範囲外にあるということが考慮されているのである。現金支払の原則によってきちんとした財政状態がつねに保たれるので、入金が悪さというリスクはほとんど除去されたのも同然である。それぞれの協同組合は、組合員から現金を直接受け取り、それによって自主生産に融資したり、その大量購入会社の自主生産に代金を支払うことができる。たしかに趣味と流行の変化は協同組合の経営にも打撃を与えるが、しかし第一に、組合員は直ぐにやめていられないし、やめたとしても少くともその大部分は再び戻ってくる。第二に、多種多様な消費協同組合のごく一部分だけが転換を迫られるにすぎない。それゆえ協同組合は、その全存在をひとつだけの経営に賭けている民間企業家ほどには重大な損害を蒙らない。これらの事柄から明らかなように、自主生産は私的資本主義的個別企業より若干優っている。これに加えて、資本主義経済では消費者が一部利潤を負担しなければならぬが、ここでは利潤は廃止されている。協同組合の自主経営の剰余金は、消費者である協同組合の組合員と共同所有者に還元される。

もちろん——最後の点を度外視すれば——一般に協同組合の優位は、私的な個別企業にたいしてのみ見られるにすぎないのであって、資本主義的独占組織である支店やデパートにたいしてはそれほどでもない。このような企業形態も、市場の支配によってあるいは内部調整ができるくらい規模の大きさによってリスクを大部分除去し、多くの経費を節約する。市場を支配するトラストは、例えば大々的な広告を止めることができる。ともかく

經濟民主主義（4）

消費協同組合の自主生産は、私經濟的にみてもこのような經濟組織にたいし少くとも劣っていない。これがたえず成長していくことは、資本主義の支配領域が狭まることを意味しているのである。

通常個々の協同組合は、——需要充足經濟を理由に——生産にまで手をのばさないだろう。村や小さな地区の組合員の需要は、少なくとも技術的に完成した現代の經營を完全に利用しきれるほど多くはない。日常必需品の大量品目だけは例外である。それゆえ、多くの大消費協同組合には組合經營のパン屋や肉屋があるのである。初歩的なレモン水工場やミネラルウォーター工場を除けば、その他の生産工場は滅多に見られない。ある地区の多くの協同組合が集って共同生産にふみきけることは滅多にない。たいていは歴史的理由によっている。つまり現存してはいるが、もはやこれ以上生き長らえることができない生産協同組合を受け継ぐことになるからである。

多くのばあい、大量購入会社が自主生産を行なう。それは、それと連結した多数の消費組合のなかに、合理的生産に必要な基礎を有している。

大量購入会社の自主生産は——とりわけドイツとイギリスにおいて——著しく巨大な規模で行なわれた。ドイツ消費組合の大量購入会社はつぎのような生産工場を所有している。めん類工場一、砂糖工場——チョコレート工場一、食肉工場三（そのなかにドイツ最大の食肉工場がある）、魚類工場一、麦芽コーヒー工場一、かん詰工場一、食品工場一、からし工場一、葉巻煙草工場三、噛み煙草工場一、紙巻煙草工場一、普通の煙草工場二、大製粉所二、石けん工場二、マツチ工場二、化学工場一、ブラシ工場一、家具工場一、箱工場一、織物工場二、菓子工場二、衣料工場一、その他騎士領一。さらに、この大量購入会社は二つの大企業——チーズ工場とザクセン洋服工業——にかなりの程度参加している。したがって、どこへ出しても恥かしくないほどの生産をあげている。一

九二七年には、これらの企業の販売額は、——この年のうちにはじめて、最大の食肉工場と大製粉工場が買収されるか、または設立されたので——六三一〇万マルクに達した。この額は、ドイツ消費組合大量購入会社の総販売額三億七三〇〇万マルクのほぼ一六・九パーセントであった。

イギリスの大量購入会社の自主生産は、はるかに巨大である。それは、一九二六年には三八の食糧品・嗜好品工場を所有していた。そのうち製粉工場八、ママレード工場四、マーガリン工場一、肉・ベーコン工場六、衣料品産業の工場四——うち織物工場九、洗濯・衣服工場一四、靴工場一〇、製革工場六——、家具・消耗品・家庭用品工場二三——うち石けん工場三、自転車工場一、染色工場一、家具工場四——、および種々な生産工場——うち鉱山業一、陶磁器工場二、製材所二、印刷所五——である。したがって、全体で生産工場は一一四あり、その販売額は、一九二六年には、大量購入会社の総売上額約一五億マルクのうちほぼ五億一六〇〇万マルクに達した。イギリスの大量購入会社は、ヨーロッパ最大の商社である。一五億マルクの生産によっても、それは経済の最前列にいるわけである。以上のようなわずかな数だけで十分であろう。それは、協同組合の自主生産がすでに今日示している力の象徴である。

ここでは、発展はさらに前進する。販売はある分野から他の分野へ計画的に組織され、ついには生産が再開される。まず石けん、煙草、マッチのような大量品目からはじまり、つぎに生産はさらに広い分野に移っていく。ますます深く、生産に入りこむ傾向がある。これが需要充足経済の原理と一致するばあいには、大量購入会社はさらに原料生産の方向にむかつて前進する。製粉工場はパン工場のための粉をひくが、これは生産工場に役立つのであって、直接消費者に役立つのではない。西アフリカにおけるイギリスの大量購入会社の油プランテーション

經濟民主主義（4）

は、石けん工場に油を供給する。製革工場は靴工場に皮を供給し、農園はかん詰工場に果物と野菜を、肉工場には豚を供給する。

トラストの垂直的傾向——鉱山業や冶金業から鉄鋼業や機械工場へ——は、協同組合でも観察される。ただし方向は逆である。——消費者から商業を経て完成品生産へ、そして最後には原料生産へいたる。生産の初期段階から侵入してくるこのような傾向は、当初のうちはずぐわかるが、成果についてはまだなにも言うことはできない。しかしそのような傾向は存在するのだ。いずれにせよ自主生産の限界ははまだ認識することができない。

IV

それにもかかわらず、消費組合の発展には限界がある。たしかに、はつきり限界を設定し、ここまですでそれ以上は不可能であると明言することは誤りである。重工業、農業、交通機関が消費組合によって経営されうると考（82）えるのは、あまりにも幻想にすぎるからである。理論的にはたしかに可能であるが、しかし消費者運動が今日それとはまったくかけ離れたこれらの経済分野をやりこなすようになるまでには、数世紀もかかるであろう。労働者はそんなに長く待つてはられないのである。

しかし今日、消費組合はまだ一度も小売業者を排除するのに成功したことがない。それは小売業者を後退させ、価格と品質の規制者として活動してはいるが、まだ商業を排除するまでにいたっていない。消費組合の方が有利でなかったからではなく、いろいろな心理的理由からである。小売業者と消費者のあいだには、人的な結びつきがあまりにも多く介在している。現金支払原則が多くの人たちを驚かして戸惑わせる。便利、先入観、宣

伝——これらのものがすべて、多くの消費者に協同組合への道を見出すことをできなくしている。しかし小売業者が本質的に後退しないかぎり、自主生産は比較的、せいまい、限界にとどまらざるを得ない。その範囲は、本来の大量消費商品の生産を含むことができるにすぎない。すなわち食糧品、家庭用品、衣料品、および石けん、マッチ、薬のような若干の必需品がこれである。半製品の生産は、いくつかの例外——織物、製革、製粉——を除けば自主生産では行なわれない。それは、またもや最終需要商品の大量生産にもとづかなければならなかったからである。

それゆえ問題は、全組織の基礎である消費者の把握にある。ここには、もつと広い可能性がある。なぜなら、いわゆる消費協同組合に組織されていない階層はあまり拡散していかないからである。なんらかの形で結束することができないルンペンプロレタリアート、特別なサービスと選ばれた質を尊重する上流階層の十万、およびルンペンプロレタリアートとのボーダーラインにあり、ツケの経済のなかにがんじがらめになっているプロレタリアートの最下層がこれである。政治闘争と労働組合の闘争による労働者階級の上昇は、たえずこれらの層をせばめ、協同組合の発展にも寄与しているのである。

消費協同組合が消費組合に加入することができる家族をすべて組合員として獲得し、そして組合員がその生活必需品を協同組合で充足できるようにするなら、自主生産をさらに発展させる道が、その幅の点で——最終需要の新製品——、そしてその奥行き観点で——半製品と原料品の生産における前進——開けるだろう。

ドイツの消費協同組合運動は、今日すでに組合員約三百万人である。(家族を含めると千二百万人であり、人口のほぼ二〇パーセントにあたる。)イギリスの消費協同組合運動は、やがて組合員四百万人に達する。(家族を含めると、(83)

經濟民主主義（4）

これは人口の三〇パーセントにあたる。これらの組合員がその全需要を協同組合で充足するなら、多くのことが成しとげられるだろう。しかし阻止要因もある。それは、協同組合が理論上では占めることができる場所を生産ににおいても占めるのを妨げているのである。

それゆえ運動の意義がどんなに大きくとも、それだけでは協同経済はもたらされない。産業の広範な部分——なによりもまず重工業、生産手段産業および輸出産業——と農業と交通業は、今のところはまだ協同組合の自主生産による進出によつては脅かされていない。それらの産業がこれによつて脅かされるかどうかは大問題である。消費の側からすると、これらの生産部門の前段階への進出が著しく大きなかつ重大な課題だからである。それゆえ民主主義的な協同経済を導入するためには、課題の一部分しか満たすことができない協同組合運動とはもつと別な手段が必要なのである。

V

消費協同組合は、自由主義の時代に、つまり競争資本主義の時期に、したがつて理論的には消費者に有利な経済秩序のなかで成立した。われわれは、すでにこの理論が当を得ていないことを示した。自由競争の長所は、その短所によつて埋め合せられる。したがつて自由主義の時期は、消費者の反対運動を成立せしめる。今日、競争資本主義は独占資本主義によつて駆逐された。生産者、とりわけ重工業は、種々な組織——カルテル、トラスト、利益共同体等々——に結集し、市場にたいし自分たちの意思を押しつける。消費者は、自分たちでともかく結集する道を見出さないときには、良かれ悪かれこの意思を押しつけられる。このことは原料と半製品の消費者

に当てはまる。しかしとりわけ最終消費者大衆に当てはまる。大衆は、まさしくその数が大きいことのために、および消費者利益よりも生産者利益が心理的に強く作用することのために、組織するのが困難だからである。組織がないわけだから、種々な生産者独占によって搾取が自由に行なわれる。

国家と並んでもっとも重要な対抗力は、消費協同組合運動である。これは、組織された独占権力に組織された消費者権力を対置する。これによって生産者は、消費者の利益を考慮せざるを得なくなる。当然、消費協同組合(84)の力が及ぶ範囲は、それがどれほど消費を組織したかに応じている。個々の協同組合は地方の生産者や商人の連合を打ち破ることができるし、中央組織である大量購入会社は全国にひろがるカルテルとトラストの前に立ちほだかることもできるのである。

それは、つぎのような理由からそうすることができるわけである。第一は、その背後に大規模に組織された消費者大衆がいるからである。このためにそれは、商品を定期的に買い取ることによって、独占のアウトサイダーで取引を望む者を援助し、彼らが自分の力で強力な独占に対抗してやっていけるようにしてやることができる。第二は、大量購入会社の背後に強力な資本市場があるからである。これによって、長期的な、したがって独占にとつても非常に費用のかかる闘争を組むことができる。第三は、消費者組織としての大量購入会社は、与論と同時に必要とあれば国家権力に影響を与えることもできるからである。第四は、大量購入会社は、事情によつてはみずから独占によつて支配された商品の生産者になることができるからである。

しかしそれが生産者であるばあいには、その地位はとても攻撃できない。このばあいでも、販売は保証されているし、その背後に資本力があり、これによつてもっとも近代的な経営を設立することができる。さらにそれ

は、与論という重要な手段を意のままにすることができ、それゆえ、販売がある程度協同組合に組織されているところでは、どの独占も消費者のことを考慮に入れられないわけにはいかないのである。例はたくさんある。公然たる闘争になるときは、いつも協同組合が勝利を収めた。たいていは、独占の権力者の方が闘争を回避している。

ドイツ協同組合運動の最初で最大の勝利のひとつは、特許製品製造者の団体とドイツ消費組合大量購入会社 (GEG) との闘争に結着をつけたことであつた。この団体は、GEGにはあまりにも高すぎると思われた販売価格を指定しようとした。GEGが高価格をうけ入れるのを拒否したとき、購入は中止された。GEGは、今やアウトサイダーの商品を会社の包装に採用したのであつた。製造者団体はやがて讓歩し、GEGに価格の決定を委ねるといふ成果を収めた。同様な闘争は、葉巻、煙草、産業でも、マッチ、産業でもスエーデンのトラストに対抗して行なわれた。GEGの背後に一方では自分の工場と、他方では広範な消費者層がひかえていたので、双方のばあいとも勝つことができたのである。スエーデンのトラストは、消費組合に供給することができなくなつたため、讓歩せざるを得なかつた。価格設定と生産高について、資本主義的マッチ製造が国の承認したカルテル化によつて拘束されているのにたいし、GEGはまったく自由である。ともかくGEGは民間商人にたいし供給してはならない。もっともこれは、原則的考慮から自分でそうしないのである。だがそれが、協同組合のマッチ消費——今日それは、すでに全消費の二〇%である——を任意に拡大することは自由である。したがつてこれは、世界中でおそらくもっとも強力なこのトラストの暴力から消費者を解放したことを意味する。

イギリスの協同組合は例えば石けんトラストにたいして、スエーデンの協同組合はとりわけ製粉機カルテル、

マーガリンカルテル、およびゴム靴カルテルにたいして同様な成果を収めた。二つの数字によって、このことはつきりするだろう。大量購入会社がストックホルムで三クローネ製粉機を入手したとき、一袋の穀粉は直ぐに四クローネ安くなった。ゴム靴の協同組合工場が取得されたとき、最初は八・五クローネであったが、大量購入会社の威嚇のもとで六・五クローネになった価格は、四・九クローネに低下した。

これらの例から明らかのように、独占の恣意にたいする闘争のなかで消費協同組合の、とりわけその自主生産の果たす意義は非常に大きい。当然、まだまだカルテルの弊害がすべて協同組合運動によって除去されたわけではない。消費者組織の力は、消費がどの程度組織されているかに応じているが、まさしくもつとも強力な独占が腰を据えている分野では、つまり原料生産（鉱山）と重金屬工業では、協同組合運動はまったく影響力を持っていない。協同組合運動は、この分野で国家統制を不要なものにすることができないのである。

VI

建設協同組合は、まったく特殊な需要である住宅需要を充足する消費協同組合である。消費協同組合について言われたことは、すべて建設協同組合にも当てはまる。ともかく運動がもともと若いので、発展はまだ遅れている。それゆえ家屋の自主生産は、まだ決定的な役割を演じていない。（ここであらかじめ、新しい発展形態として次章で詳細に取りあつかう労働組合の住宅供給会社「デヴォーク」を指摘しておこう。）建設協同組合は、多くのばあい通常の消費協同組合の一部門であり、したがって住宅購入申し込み者の集まりである。当然のことながら、住宅は他の商品とはちがっていつも用意されているわけではないから、需要は直ぐには満たされない。組織され確定した

現在の需要に応じて、住宅が生産されるにすぎないのである。すべての組合員は、住宅の建設になんらかの形で出資しなければならない。そのばあいどのような観点から住宅が評価されるか、住宅は抽選で決められるのか、あるいは登録期日後に組合員に引き渡されるのかという問題は、それぞれの協同組合において様々に規制されている。決定的なことは、第一に、住宅は自由市場のために建てられるのではなく、現在の需要のためにのみ建てられること、第二に、建設資金は協同組合の組合員によって調達されるが、そのさいもちろん国や地方自治体の援助は排除されないことである。

今日の住宅經濟の混沌とした移行状態では、協同組合的形態の發展可能性について正確なことはなにひとつ予言することはできない。これが大きな意義を持つであろうことは、消費協同組合の中央組織によって、資金調達を規制する不動産銀行の設置が計画されているという事実が物語っている。一般の消費協同組合は、将来の經濟形態においても自分の分野——大量必需品の分配と生産——で決定的な力を持つであろうが、住宅建設については協同組合と並んで地方自治体が重要となる。一般的な都市の利益が同時に問題となるこの分野で、結局は、地方自治体による供給が需要充足のもっとも適合的形態としてあらわれるということは、たしかに考えられることである。だがそれによって、資本主義經濟内部における若い建設協同組合運動の意義が少なくなることはない。

VII

消費協同組合運動は、前述のごとく、經濟民主主義の一要素である。本来の經濟民主主義の一部は、すでに今日、資本主義の時代にひとつの力となっており、これによってその生命力は、理論的に構成されたなんらかの体

系より以上のものであることを示してきた。消費協同組合運動の決定的原理は、需要充足経済である。最初に消費が組織され、それにもとづいて分配が行なわれる。最初は小規模だが、次第に大規模になり、最後には一歩一歩、生産も一諸に含むまでになる。

協同組合の経営における職員および労働者と、経営の所有者であり受益者でもある組合員全体とのあいだの利害の調整の問題は、基本的には公営企業におけるばあいと同じである。いずれのばあいも、労働組合は集団的組織としてその機能を民主的経済団体にたいしても果さなければならぬ。経済民主主義においては、利害の調整は利害関係者の組織にもとづいて行なわれる。