

## 「東京俳優生活協同組合」を訪ねて

辻 由子  
(奈良県生活協同組合連合会専務理事)



劇団俳協「自由を我らに」より

私たちは日々の暮らしをもっと安心に、もっと便利に、もっと豊かに良質にと願う。多種多様なこの願いを共有する人々が集まり、そこでの協同の営みが事業というかたちとなり組織となったのが生活協同組合。とするなら当然ながら多岐にわたるニーズに対応した多彩な事業分野の生協が成立していいはずである。とはいえ日本では組合員の数や事業高でいくと何といても購買生協が圧倒的に多くを占めている。その中であまり聞いたことのない「文化」をその中心事業領域とし、しかも組合員の中心は俳優さん、という生協があると聞いて、それはいったいどのような生協組織なのだろうかと興味をひかれお話をうかがいに訪れた。

「東京俳優生活協同組合＝俳協」の千駄ヶ谷事務所は山手線代々木駅前の賑わいを抜け、新宿御苑の森を囲む通りの一角、静かなたたずまいのビルの中にあった。出迎えてくださったのは理事長の田代利之氏である。開口一番、「生協といっても見た目は芸能プロと変わらないので驚かれますよ」とのことだったが、事務所自体は芸能界を思わせるような派手な雰囲気はなく、堅実な事業運営が営まれている印象である。

創立は1960年、今年で53年目になる。「協同互助の精神に基づき組合員の文化的経済的改善向上を図る」と定款に謳い、「芸能界の革新を通じ」芸能文化の向上に寄与することを目的に設立した国内唯一の集団である。芸能の分野で生協というスタイルは世界にもほとんど例がない。東京都生協連合会にも加盟し、生協法に基づく都行政による検査も受け、それなりに生協組織であることの理解も得られているものの、周り

からはどうも「不思議感」がぬぐえないようだという。

「俳協」の歴史は日本の芸能文化の歴史とともにある。設立のきっかけは意外なことに労働争議である。昭和28年頃日本でテレビ放送が始まり外国の番組フィルムの買付けや翻訳、吹き替えの仕事が生まれ、それら一連の業務を代行して担う新ビジネス、芸能プロダクションが出現した。当時は俳優への賃金支払いは出演番組放送後であるため不安定でトラブルも多かった。それを解消するための団体も作られたのだがそれが破たんした。そこで事務スタッフと俳優が一致団結してできたのが俳協という組織であり、このとき普通の芸能プロとは一味違う民主的な運営スタイルを模索したところ生協という選択になった。「今であればNPOという選択もあったかもしれないし、生協として認可されたのかどうかとも思うこともあります」と田代さんは語る。しかし当時は、マネージャーと俳優が対等な立場でそれぞれが責任を持ち、人を大切にしたい事業運営といえは生活協同組合が最も主旨にかなった組織形態だったのである。

俳優という仕事は個人の持つ個性や能力に応じる側面が強いので量的平等ということにはならないが、権利や地位については皆平等であり、そこを確保することがミッションの一つである。たとえば出演事業では出演料の20%が事業収入で、80%が俳優本人の収入になる。ピンはねが横行するとされる芸能界にあって実に安心なシステムの実現である。また著作権の管理や再放送のルール明確化の交渉なども重要な業務である。現在は「日本俳優連合」などの外部団体ができ、こうした組織にも加盟していて、連携して団体交渉などにその機能を活用することが可能になっている。

芸能プロの仕事といってもメディアには乗らないいわゆる「インナーもの」が圧倒的に多く、車内放送のアナウンスから音声ガイドまで、さまざまな仕事を営業によって確保して割振りするのがマネージャーなどスタッフの日常業務である。信頼の確保とネットワークの力が必要のようである。事務所に訪れる俳優の対応も大切な仕事だ。現在組合員は300人でこのうち270人が俳優で、残り30人がマネージャーと事務員という構成。創業以来この規模はほぼ変化がない。逆に言うと規模拡大をしてこなかったということでもある。出資金は3165万円で役員は理事10名のうち6名が俳優、4名が事務局、監事は俳優2名である。会計年度は9月期末で総会は12月に開催される。書面議決が多くを占めるが年末ということもあり、総会終了後の懇親会にだけはなんとか駆けつける人が多く、年の瀬の交流を深める場が盛り上がるという。

事業活動は①マネジメントを担う出演事業部②番組制作などの制作事業部③公演活動を行う「劇団俳協」④俳優の養成を行う養成事業⑤組合員の福利厚生を担う共済事業と⑥供給事業が主な柱であり、2012年度（9月末決算）の事業収入の合計は12億円を超える。その中で最も大きな構成比を占めるのは出演事業である。

もっとも出演事業はオファーを待つ事業でもあるので、こちらから作品を作って全国に出かけていく公演事業も同時に力を入れている。親子で見る芝居もあれば「憲法」など重いテーマを扱ったものまで企画は多彩だ。製作費が1000万円くらいかかるので100会場くらい上演しないと回収できないが、全国の生協が受け皿にもなってきた。近隣県同士で上演するなどの工夫でチケット料金もなるべく安く公平に、という考え方をされていて、これを「文化の共同購

入」とも呼んでいる。演劇は親子のコミュニケーションツールにもなる一方、地域生協の加入促進にも活用されている。芸術というより楽しめるエンターテインメントとして、俳優生協ならではの方法論で文化を提供している。

供給事業と共済事業はどうなっているだろうか。

共済はほぼ全労済商品、一方、供給事業の商品は日本生協連のCOOP商品などもあるが健康食品などカタログ通販の趣が強いという。昨年は「はちみつのどスプレー」がヒットしたらしく、なるほど声優さんのニーズにもしっかり対応された俳優らしい品揃えである。退会の折にはこれら福利厚生事業の利用ができなくなることが残念と後ろ髪をひかれる人も多いらしい。

生協であるが生協っぽくない。規模拡大はしなかったし、他の団体に生協組織をすすめることもしてこなかった。この分野では日本でただ一つの単協であるため相談したり連帯できる仲間はいない。様々な苦労や悩みがあったのではないかと想像するのだが、実は総じて安定的な事業運営が今日まで維持されている。稼ぎの多いビッグタレントの退会による打撃など、これまでに何度か厳しい経営局面を経験してきたものの克服もしてきたし、自社ビルを2棟保有していて経営基盤は安定している。またここを足場に事務所独立を果たす事例も多く、俳優に所属した俳優たちの活動が日本の芸能文化の活動発展に貢献してきたという自負もある。組織論にぶつかる時もあるが、組織変更を考えたことはなく今後もこのやり方を続けていく。事業運営ではむしろ停滞することなく絶えず前を向いて進むことこそ重要という考えである。

購買生協であればそこには商品がありそ

れを届ける機能がある。俳優生協にあるのは、俳優のマネジメントをする優れた事務機能。これが資源のすべてともいえる。この資源を利用したいと願う人が俳優に加入する。ということである生協の原則である加入の自由は極めて限定的だと田代氏は言うが、しかしこの資源と価値を磨き、民主的な経営によって組合員のための事業運営を丁寧に守り抜いてきたからこそ、今日の安定した組織があるといえるのであろう。そしてそれこそが俳優が生協であることの所以でもある。

非営利セクターが今ほど市民権を得ていない時代、「俳優」は芸能文化の歴史と特殊な業界事情を背景に、文化の庭にたまたま咲いた小さな花であるが、それは50数年枯れずにずっと咲き続けてもいる強い花である。共通の願いを持つ人が集まり知恵と力を出し合えば、どのような場所にも生協の花を咲かせることができるものだと、知れば知るほど生協というしくみの面白さ、可能性の奥深さを感じないではられない。



田代利之理事長