

旧民主党系を支えてきた巨大労組「全トヨタ労働組合連合会」が方針を転換し、自動車産業の政策実現に向けた連携を自民党と強めるため、選挙での衝突を避けた形で、古本伸一郎前衆議院議員の衆議院出馬を見送った。

かつて「資本家は生産手段を有する強者」で、「労働者は、生産手段を持たない弱者」である。従って弱者である労働者は「組合」を作り、資本家からの搾取に対抗しなければならぬ。そのためには「労働者の政党」（旧社会党・民社党・共産党）を作り、労働者の権利を守り、安定・安心できる生活を保障していく必要がある。その後には政党名は変化しても、大きな意識の変化は見られず今日まで来た。

それが、この「全トヨタ労連」と自民党の対立回避という地殻変動にも例えられる『大変化』が起こったのです。

業界が脱炭素化など百年に一度の変革期の中で、既成の政党だけで対応できるのかと、問いかけられているのです。

若いころに、労働組合の仕事を手伝い、激しい学生運動（全共闘）にも関わった者として、隔世の感があります。

更にもう一つ。

個人規模で機械式時計の「マイクロブランド」を立ち上げ、針一本、歯車一個にこだわり、世界の愛好家を虜にしている「**独立時計師**」の話です。

東京都文京区のビルで、大手メーカーに属さず独自に時計を制作したり、ムーブメントの制作を請け負ったりする職人（独立時計師）がいます。浅岡肇さん（五十六歳）は3つの時計ブランドを展開し、製品はすべてゼンマイで駆動する機械式時計です。特に旗艦ブランドの「ハジメアサオカ」は設計から制作まで全工程をほぼ一人で手掛ける。生産数は年2〜3個、現行品は1個500万円から900万円ほどするが、納品まで5年待ちの状況が続く。顧客の9割が外国人で、世界の著名コレクターや王族らが名を連ねる。なにが愛好家を引き付けるのか。一つは部品へのこだわり。デザインで妥協しないというのも浅岡さんの信条だ。浅岡さんのように個人規模で、機械式時計のマイクロブランドを立ち上げるケースが近年、国内で増えている。

彼らに共通するのは海外のマイクロブランドと同様、**百貨店や時計専門店など既存の販路に頼らず、SNSを通じて直接、国内外の時計愛好家に情報を発信し受注につなげている点だ。**「日本経済新聞・令和3年10月17日」より

時代は、一瞬も止まらず変わっています。変わらない者は時代が淘汰するのです。社長、「企業は環境適応業」と言います。変わって参りましょう。不易と流行の、高度なバランスが必要です。

今月のポイント

時代変化の予兆

