

論文の内容の要旨

論文題目 消費者の歴史社会学——近代日本における「消費者主権」の系譜

氏名 林 凌

本研究は近代日本における消費者概念をめぐる知識人の言説実践を分析対象として、「消費者主権」の系譜を探り当てる試みである。社会学やその周辺領域では、消費者という概念は批判的な含意のもと参照されてきた。特に消費社会論、社会運動論といった下位領域において、消費者とは高度化した産業社会の中で孤立し、社会参与の可能性を削がれた消費をただ行うだけの人々を指す概念として用いられてきたのである。しかし一方で、こうした社会学において普遍的な消費者像は、同時代において喧伝されてきた主権者としての消費者像の批判を介する形で生じていたものであった。であるなら、批判的社会記述の前提条件たる「主権者としての消費者像」はどのような歴史的過程のもと登場したのか。

1章ではこの問題意識を踏まえ、本研究における分析対象と方法論を検討した。日本における「消費者主権」言説の拡大を指摘した先行研究は、その源流を戦後日本における民主化・アメリカ化の影響を受けた諸運動にもとめてきた。すなわち、戦後開放された女性たちによる、生活改善を求める婦人運動と、政財界主導によるアメリカを模範とした生産性運動を介する形で、英米圏より「消費者主権」概念が導入され、それに伴い消費者の権利という問題系が日本社会において共有されたという筋書きを用いてきたのである。だが「消費者主権」という概念がたとえ戦後に日本に膾炙したものであったとしても、消費者の権利を求める主張自体は戦前期より既に日本に存在していたものであり、かつその主張の生成に関わった知識人の活動には戦前期と戦後期で強い連続性がある。本研究はこの観点より、これらの主張に通底する消費者概念の特定の用法、すなわち社会改良を行う能動的主体として、あるいは保護されるべき受動的対象としての消費者像がいかに近代日本において現れたのか、そしてそうした消費者像の形成が、戦後日本における「消費者主権」言説の拡大に寄与したのかを分析するという方針を立てた。

2章では、上記の分析枠組みに基づく形で社会改良を行う主体、あるいは保護されるべき対象としての消費者像が、近代日本における社会改良言説の中でどのようにして浮かび上がってきたのかを分析した。西洋の経済学が日本において流入するようになったのは幕末期のことであり、それ以前の日本においては消費という観点より経済を分析するという視座は一般的でなかった。この傾向が変わるのは西洋の経済学知が一定程度普及し、「社会問題」に対し学術的知見を用いるという考えが一般的となった1900年代以降のことであり、この時期ドイツ歴史学派の影響下にあった経済学者は、人々の消費生活の維持向上を国家が果たすべき役割であると論じるようになった。保護される対象としての消費者像は、このようにして国家によるトップダウン型の介入的経済政策を正当化する経済学者の議論の中に、他方社会改良を行う主体としての消費者像は、ボトムアップ型の社会改良を望む経済学者の議論の中に、理念レベルではあるがそれぞれ現れるようになる。だが一方でこれらの議論は対立するものではなく、理想的な経済状態を国家・国民双方の取り組みを通じて具現化しようとする知識人の中で、双方のアプローチは重要なものとして捉えられていた。

3章では、社会改良を行う主体としての消費者像が具体的な社会運動へと結びついていく契機として、1920-30年代前半における消費組合運動を取り上げた。1920年代日本においては、第一次世界大戦後の経済不況と狂乱物価を背景として、現代の生活協同組合のルーツとなる消費組合運動が盛んとなる。本運動はもともと社会主義思想に基づく労働運動との繋がりが極めて強いものであったが、この時期本運動に関わった知識人のうち、強い影響力を有していた社会運動家の賀川豊彦や経済学者の本位田祥男は、その繋がりを切断することで運動の拡大を試みた。彼らは本運動を男性・無産階級労働者によるものではなく、中産階級・女性も含めた消費者の活動であると定義することで、その運動の幅を広げようとしたのである。この議論は1920年代後半以降アカデミズムの中に浸透し、社会主義革命を否定しながらも、自発的な消費者の手による社会改良を目指す協同組合経済の議論を形作る。また婦人参政権運動の挫折を一般婦人の意識の弱さにあると結論づけ、消費組合運動を通じて意識啓発を行おうとした婦人運動家の議論にも、同様の論理が援用されるようになった。これらの議論を踏まえ、本章ではこの時期社会改良を行う主体としての消費者概念の用法が幅広く見られるようになったこと、さらにそれは婦人という概念との結びつきが強いものであったことを示すことで、戦後日本における婦人運動と「消費者主権」をめぐる議論の接続点を示した。

4章では、保護されるべき対象としての消費者像が、具体的な政策論へと貫入していく契機として、1920-30年代前半における統制経済論の動向を取り上げた。この時期の慢性的な経済不況は、それまでの自由放任経済に対する疑念と介入的経済政策の重要性に関する認識を、知識人にもたらした。特に商業学など経済学の応用領域を研究していた学者たちは、日本における西洋の経済理論の訓詁学的受容傾向を批判し、実践的な経済政策論を検討することの重要性を主張するようになった。彼らは企業の私益主義を前提とした自由放任経済が限界にあると捉え、国家行政による経済介入の重要性を主張した。その際、彼らは経済介入の基本的原理として、消費者としての人々の消費状況の向上が果たされねばならないと主張したのである。この主張を構成する論理自体は、1900年代の経済学者の議論のそれと大きく変わるものではなかったが、彼らは同時代的な西洋における統制経済論の広がりや踏まえる形で、生産活動を担う企業・労働者と、消費活動を担う消費者双方への広範な介入統制の具体的方策を述べ、その後の日本における経済政策の流れを形作る。こうした議論の流れを踏まえ、本章ではこの時期国民を保護されるべき消費者として捉える主張が、社会的な影響力を持つに至ったことを示した。

5章では、戦間期において形成された消費者像が、戦時期にどのような形で知識人の議論に受け継がれていったのかを分析した。1937年の日中戦争勃発後、日本においては戦時統制経済への突入に伴い、国民の消費状況をめぐり様々な問題が発生した。こうした状況下において、これまで取り上げてきた知識人たちは戦時経済下における統制経済への移行そのものを是とした上で、現状の諸問題の解決方策を論じるようになる。この時期消費組合運動を担った知識人たちは、消費組合こそが統制経済下における商品配給を担うにふさわしい組織であることを主張することで、戦中期における活動の継続を企図し、その中で消費者たる婦人に対し、現状の消費経済に関する諸問題解決のため、自発的に消費者運動に加わるよう主張した。一方、統制経済論を講じた商業学者は、戦中期配給統制に関する実務家として働く中で、配給実務を担当する商業者に対し、私益主義を放擲し、消費者の利益を考慮した経済活動を通じた国策への奉仕を求めたのである。こうした主張は、戦間期における社会改良を行う能動的主体として、あるいは保護されるべき受動的対象としての消費者像を受け継ぐ形で生じたものであり、また戦後日本における消費者運動のロジックの原型を提供するものでもあった。彼ら・彼女らが戦後公職追放などに合いながらも、戦後の流通行政や生活協同組合などの運営に影響を有し続けたことを踏まえるのなら、戦時期のこうした議論は戦後日本社会における「消費者主権」言説の形成に対し、強い影響を与えていたと捉えられる。

最後に6章では今までの議論をまとめ、その結果を考察した。戦後日本における「消費者主権」言説にて併存して見られた能動的主体・受動的対象としての消費者像は、戦前期からの社会改良をめぐる議論の系譜の中で形成されていた。そのため「消費社会」の前提条件として記述されてきた「主権者としての消費者像」は、生産力の拡大に代表される経済還元論的な説明のみには回収されない、特定の経済思想に基づいた社会像の生起過程として考えることができる。事実本研究が分析してきた消費者概念の用法の登場・普及は、非マルクス主義的立場から自由放任経済の問題を告発した知識人の新たな社会構想により生じたものであり、それは階級的利害から遊離した消費者という経済的立場の利益に、ありとあらゆる経済活動の目的を還元することで統一的な活動目標を作ろうとする実践であった。

よって近代日本における「消費者主権」の系譜を辿り返した本研究は、近代社会における国家統治像の変容過程を、日本を事例として描き出したものとしても提示することができる。ゆえに本研究の知見を踏まえる形で、今後戦後日本における消費者言説の変化から、現代社会における国家統治像の変化を示すことも可能になるだろう。たとえば戦後日本における「消費者主権」言説の形成過程においては、戦前期において消費者言説における主たる批判対象となっていた企業が、自らを消費者に資するものとして提示するという実践が行われていた。この変化は消費社会論が問題化した、消費者としての人々に介入しようとする産官複合体としての「産業システム」の形成過程に他ならないが、一方で今までの議論を踏まえるのなら、その道筋について先行研究とは大きく異なる記述が行われるべきなのを言うまでもない。このように本研究は、「消費社会」としての現代社会を考えるための方策を、先行研究とは異なる観点より示したという点にその社会学的意義を認めることができる。