

(別紙 2)

審査の結果の要旨

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

本論文は、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、概念史的・社会史的・思想史的な立場から、「消費者主権」という概念および「消費者」カテゴリーを用いた実践の系譜をトレースする試みである。消費者主権という言葉や、生産・生産者に代わり、消費および消費者の立場を優先的に顧慮する消費社会論は戦後日本において様々な文脈において論じられてきた。とりわけ、生産から消費へ、という分析主眼の移行を強調する消費社会論は、論壇のみならず、文化産業、マーケティングの文脈において、「消費者主権」は薄利多売を旨とする小売店創業者等によって、広く喧伝され、一定の支持を得てきた。本論文は、そうした「消費者主権」をめぐる言説と実践が、戦後日本のある時期に突然生じたものではなく、戦前期における消費者をめぐる様々な言説的・思想的・制度的実践—それらは欧米の経済学的な思想の影響を多分に受けている—のなかから生まれ、戦中・戦後へと継承されていった系譜を丹念な思想史的・制度史的研究から明らかにするものである。

議論の構造としては、方法論として言説分析・概念分析・概念史などの成果を踏まえつつ「消費者」あるいは「消費する者」のあり方を記述する同時代的なデータを渉猟し、そこに制度史、学問史などの観点からする歴史記述を文脈として設定し、最終的にはドンズロ、フーコーらの「社会理論」に接続する形で、近代社会における「消費者(主権)」のあり方を考察する、というものとなっている。重要なのは、「社会変革の主体としての消費者」イメージと「保護・教導すべき消費者」という啓蒙的なイメージとの、葛藤・相克・重なり合いの系譜である。この二つの大きな消費者像の理念型を軸として、戦後日本における「消費者主権」の発想や実践が、戦前期・戦間期から一定の継承性をもっていることが示される。60年代以降の消費者運動や70年代以降の消費社会論が受容される思想的・実践的土壌の生成を追尾した研究であり、「消費者」のカテゴリー適用の実際をトレースすることにより、国家および社会における「統治性」のメカニズムを歴史的に解明する論文といえるだろう。

まず1章では、本研究における分析対象と方法論が検討される。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が、「消費者主権」

という概念がたとえ戦後に広がりを見せたものであるとしても、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と著者は主張する。1章において、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より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が示される。

2章では、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が分析され、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が扱われる。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がとりあげられる。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、実践的な経済政策論を検討することの重要性が主張されるようになった。そのさい、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必要とされた。この主張を構成する論理自体は、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提示し、その後の日本における経済政策の流れを形作っていった——このように著者は主張する。

続く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が分析される。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正当化し、そのなかで消費者である「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する。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。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遭いながらも、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著者は分析する。

最後に 6 章では 5 章までの分析を踏まえた総括的議論が提示される。その概要は次のとおりである——戦後日本における「消費者主権」言説を構成する能動的主体・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きた。そのため「消費社会（論）」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、特定の経済思想にもとづいた社会像の生起過程として考えることができる。本論文がトレース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、様々な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、と。

イデオロギー的に多種多様で、ときに対立するような諸立場から主題化・定式化され、実践的な政策、制度設計を生み出すことを可能にした「消費者」概念は、能動的主体（社会変革の主体）／受動的客体（啓蒙されるべき存在）という一見二項対立的に捉えられそうな概念を、様々な意味的レリヴァンスのなかで、節合・接合し、近代的な「統治」の基本的枠組みを形成するに至った。——著者はドンズロやフーコーの議論を承ける形で、このように「消費者」概念の歴史的・社会的意義を明らかにしている。

口述審査では、以下のような点にかんして質疑がなされた。

・著者や著者が言及する論者が資料として参照する外国語の経済・消費関連の文献と、日本語圏での分析を旨とする本論文の関係性、つまり、「日本語圏」での言説分析・概念分析を行っていく際の外国語・翻訳文献の位置づけについての方法的立ち位置や、消費者概念の構成を通して統治性を貫徹していくという本論文が提示するプロットが、日本社会に固有のものなのか、それとも近代国家の生成に関してある程度の普遍性を持つ事柄なのか、といった「文化翻訳」にかかわる事柄。

・言説分析・概念分析の立場から社会記述を行うのであれば、能動的主体／受動的対象を揺れ動く消費者カテゴリー概念の生成と、それが社会改良という発想と結びついたこととを分けて分析枠組みとしたほうが、戦間期から戦後まで消費者概念様々な社会像を呼び寄せた経緯がより精緻に描けるのではないか、という分析水準の設定にかかわる事柄。

・「利己」が「利他」へと通じると消費者組合を位置づける論理、とりわけ本位田祥男の論理の内実は何か。またそれは「公益」による正当化をはかった議論としてのみ回収することができるか、著者がマルクス主義系と形容する新自由主義概念と、著者自身が記述の妥当性を認めるフーコーの新自由主義概

念との差異をより明確にしたほうがよいのではないか、消費と女性の近代を主題化してきたジェンダー論、フェミニズムの知見への接続可能性を本論文の貢献として強調することもできるのではないか、様々な形で正当化をしていることは理解できるし、戦前と戦後との思想的・実践的継続性の主張については理解できるが、やはり戦後日本におけるアメリカおよびアメリカ思想の影響について、あらためてインテンシブに考察する必要があるのではないか、冒頭部でのボードリヤールからの引用は、「ボードリヤールを援用し消費社会論を展開する日本語圏の議論」からの引用にしたほうが、全体の趣旨からみて妥当だったのではないか、といった思想史的な概念把握に関する事柄

以上のような方法論、分析理論、歴史的解釈などの論点について質疑がなされたが、いずれに対しても、著者は本論文の設定した問いとの関連性を踏まえつつ、適切に応答した。明快な論理と丁寧な実証を通じて「統治性と消費者概念」という包括的な問題枠組みを立て、70年代以来の「消費社会論」の機能と源泉を辿る、という本論文の企図は十分な形で論文において果たされていると審査員一同高く評価するものであった。以上のことから、審議の結果、審査員全員の総意により、博士（社会情報学）を授与するに値する論文であると判断がなされた。