

現代消費の構造と消費者

消費者のための現代消費論に向けて

山西万三

はじめに

私たちは、日々の消費行動を通じて生命の再生産、家族の再生産をしている。2003年版『国民生活白書』によれば、この消費行動にともなう日本の家計最終消費支出は、近年のGDP比率でみると50%以上に達している。これは、同じGDP比率でみた民間企業設備投資支出の2倍以上、長期不況により投資が低迷している最近では約3倍にも達する。

現代社会は、膨大な種類と量の商品が供給されている消費社会である。ありあまるほどの商品が生産され供給されながら、誰もが豊かで幸せな生活を享受できる社会が、今なお実現しないのはなぜだろうか。

本稿は、①経済学は消費をどのように位置づけてきたかをみる、②生活過程の商品化を通して現代消費をみる、③商品交換関係から現代消費をみる、④消費者問題の解決をはかる消費者の立場から現代消費をみる、という構成をとっている。本稿の目的は、現代消費に生じている諸問題の基底に横たわっている内在的かつ構造的な問題を社会科学の側面から検討し、そのうえで、消費者の権利実現や消費者の責任、消費者運動という視点を糸口に、消費者問題の解決のあり方をさぐることにある。

では、ごく簡単にではあるが、消費が経済理論においてどのように位置づけられていたかを見ていこう。

1 経済学は消費をどのように位置付けてきたか

需要が供給を上回る世界では、生産された財はすべて消費される。逆に、供給が需要を上回る世界では、消費されない財が発生し過剰生産となる。経済学の歴史のひとつの側面は、この自明とも思われる生産と消費、需要と供給の世界の観察・分析であるといってもよい。

消費を生産に従属する変数としての位置づけしか与えてこなかった時代の経済学における経済理解では、部分的な過剰生産が発生しても、市場価格による自動調節によって消費が促進され、需要と供給が一致していくため市場での均衡が成立し、過剰生産は解消すると考えられてきた。有名なアダム・スミスの「神の見えざる手」という言葉は、このような立場を古典的に代表するものである。また、古典派経済学の多くは、消費を節約して生産を伸ばし富を蓄積することに主眼をおいていた。このような経済理解を批判し、一般的過剰生産が生じることを主張したのは、マルサスやマルクスなど少数であった。

資本主義経済の現実をふりかえると、19世紀以来、周期的な恐慌が繰り返され、過剰生産と過小消費のシグナルが発信され続けていたことがわかる。しかし、比較的若いかつての資本主義経済においては、内包された自律的回復力により、過剰生産や過小消費によって不均衡状態となった経済は、やがて正常な均衡を取り戻してきていたのである。そのため、経済というものは、恐慌の嵐の時はじっと耐えていればやがては好景気に恵まれるものだという理解とともに、経済理論の世界では「供給自ら需要をつくる」という「セーの法則」の妥当性が前提にされてきたとも言えるわけである。ところが、1929年におきた世界大恐慌の嵐はいつまで耐えても過ぎ去らず、これまでのように待てば好景気がやってくるという経験は崩れ去った。1929年世界恐慌は、「セーの法則」が普遍性のない理論であったことを明示したのである。ところで、このような形での「セーの法則」の否定は、資本主義経済において生産力水準の上昇にみあ

う市場の広がり生まれず、生産物がすべて消費されないような何か構造的な変化が生じた結果、供給サイドの成長だけでは経済成長を達成できなくなったことの現れでもあった。

このような経済の姿を需要不足という視点でとらえ、需要の大きさが経済活動を左右することを理論化したのがケインズの「有効需要の原理」である。ケインズは、有効需要に民間投資や政府投資と消費とを含めているが、彼の理論の主眼は投資的需要拡大による不均衡是正（過剰生産力の解消）にあったと考えられる。その後、ケインズの経済学は、公共投資等による需要開発が呼び水となって本格的な需要を呼ぶことによって、過剰生産の解消と経済成長をもたらす成長理論として語られることとなったのである。そして、投資需要創出政策として公共投資が位置付けられると、その資金的裏付けとしてインフレーション促進的財政金融政策がセットされてきたのである。ケインズ理論の登場は、「セーの法則」が妥当しないような需給の不均衡が恒常化した経済体質へと資本主義経済が変化したことを反映したものとしよう。

目を転じ、本稿に関わる範囲で、20世紀の生産力上昇の基礎のひとつとなった大量生産システムであるフォード・システムについて簡潔にみておこう。狭い意味の工場内生産システムとしてのフォード・システムは、互換性部品生産技術や科学的な生産管理法等を土台に開発されたベルトコンベヤ・システム導入による組立の流れ作業化を指すと言ってよいが、その経済的な意味は、はるかに広い。フォード・システムを創始したフォード社は、ベルトコンベヤ・システム導入により、他者を圧倒する生産力上昇と生産コストの大幅な低下を実現した。フォード社は、この競争力をバックとして一般従業員に高賃金を支給、労働者が本格的な消費市場の顧客となる端緒をもたらし、耐久消費財の大量生産・大量販売時代を開いたのである。これが原型となって、フォーディズムと呼ぶ大量生産・大量消費型の経済構造（生産構造・流通構造・信用構造・消費構造）が定着する。ここで注意をしておかなければならないことは、生産資本の蓄積を優先する経済構造が改革されないままの資本主義経済に大量生産型生産構造が組み込まれていくと、必然的に深刻な供給過剰（需要不足）が生じるこ

とである。現代工業経済は、基礎的にこのような過剰供給圧力という経済問題をかかえた経済システムなのである。これは、産業社会が激化する商品の過剰供給圧力を解消するための広告宣伝、マーケティングなど各種技術を発達させてきたことと無縁ではない。フォード・システムは消費の大衆化をもたらしたが、新たに大きな経済問題も同時に産み落としていたのである。確かなことは、現代消費が、基底においてこのようなフォードイズム体制の支配・呪縛を背負った経済システムのもとに置かれ試練に立っていることである。

本来、効率性を求めて生みだされた大量生産型経済システムは、生産、流通、販売の全領域で高度の分業体系を要請する。分業体系の高度化は、迂回的生産を促進するため、消費と生産の時空が大きく引き離されることになる。さらに、科学と技術の発展や分業の発達、商品・サービスの種類を増加させる。このような過程は、生産物の価値実現の不確実性を増大させる。そのため商品開発や商品生産は、以前にもまして生産物が販売され消費される可能性を慎重に見極めて行われなければならない。また、正確な販売予測や生産から消費までの時間短縮などによって資本の潜在リスクを最小限にしつつ多種多様な商品売り込んでいく販売・流通技術の高度化が強く求められるわけである。

消費は、生産の結果として存在しているだけでなく、生産を規定する存在でもある。上記のような事情は、消費における商品選択の自由度を拡げ、消費が生産物を選択しながらおこなわれる傾向を強めていく。生産が一方向的に消費を規定するのではなく、消費も生産を規定する立場に立つことになる。こうして、生産と消費は、相互に媒介しあいながら展開していくのである。

経済における消費の重要性が高まり、消費は生産の従属変数としてではなく、経済成長の動因として独立変数的観点から認識されるようになる。端的に言えば、消費の目的、課題を経済成長に果たす意義役割に結びつけ考える経済理論が登場してくる。つまり、個別企業の資本蓄積にとって当該企業の生産品の消費拡大が必要であるというミクロの世界の要求実現には、一国全体の経済成長が必要であり、それには消費を含む総需要拡大が必要であるという認識が形成されてくる。こうしてマクロ的な視点に立つ経済学が確立してくるわけである。

それは、需要と供給は均衡するものであるという考えの経済学から需要と供給の均衡過程を追求する経済学へ、さらに、需要と供給の不均衡を認めその不均衡是正の処方を書く経済学へと理論が展開されてきた道筋を示してもいる。

ところで、需要と供給の均衡過程を求める世界からは、再生産のための消費という認識が希薄となりがちである。一方、生産と消費が相互に媒介しあい再生産が行われていくという理論構成においては、媒介しあう生産者と消費者という主体が問題になり、消費者 = 労働者 = 人間という関連から消費行為 = 人間の生命の再生産という構図が明確に浮かびあがり、再生産のための消費という視点がでてくる。後者は、需給均衡条件の探索といった狭い経済学的視点を超えて、生命の再生産という他分野にも拡がりのある視点から、総合的に消費を考える社会的経済学の世界に我々を導くものであるといえよう。

限界効用理論が基本におく理論的な要点のひとつに、メンガーが説く、社会のなかでの個人の財への主観的価値判断に基づく欲望の均衡条件の探索があり、消費者は財の購入者であると同時に財の選択者であるという観点を提供している。また、消費の一面は個人の欲望充足行為であるが、マズローの欲求の段階説にもみられるように人間の欲望内容は、必要の充足度によって変化する。メンガーやマズローの主張は、商品選択肢が増え消費生活の自由度が一定水準を越える経済状態の出現に基礎をおいている。現代社会は、豊富な種類・量の商品が供給される消費社会であるだけでなく、常に、過剰な生産の圧力と消費を強制する圧力が同時に働いている社会である。このような社会は、商品選択可能性が高い豊かな社会ととらえられがちである。だが、現実の商品の生産・供給や消費のあり方については数多くの深刻な問題をかかえており、豊かさとは何かが問われてもいる。

他にも、消費者の商品選択行動の問題を考える際に重要な論点ひとつに、経済理論の前提に措定されている人間像の問題がある。例えば、新古典派の理論的前提には、暗黙のうちにあらゆる情報に精通して瞬時に合理的計算と選択ができるスーパーマンのような人間が想定されている。このような前提の非現実性は、情報理論や消費者の商品選択に必要な時間量の計算問題によっても

指摘されているところである。

消費は、複合的な事象であり、個々人や個別家計の多様な動きであると同時に、社会全体の動きでもある。消費に対する分析は、この複合性を反映して多様な観点からされる必要がある。そこで参考までに項目のみとなるが、経済学の諸分野からの消費に関する議論をもう少しあげておくと、家計分析から出発する家庭経済学やその発展としての側面を持つ生活経済学、あるいは、ミクロ的な価格論や消費者選択論からのアプローチ、消費関数に関するケインズ（短期消費関数）、クズネッツ（長期消費関数）、デューゼンベリー、モディリアーニ（相対所得仮説）、モディリアーニ（ライフサイクル仮説）、フリードマン（恒常所得仮説）などのアプローチがある。さらに、ガルブレイスなど社会的文化的要因を重視する立場もある。経済における消費の役割が重視されるに従って、消費を分析する理論も豊富化してきたわけである。我々は、現代消費に潜む問題を明らかにし現代消費のありようを問題のないものに変革していくことを目的としている。それぞれの理論の特徴や限界を見極めつつ、現実の問題解決を考えるため、豊富化された理論を、積極的に活用していくとともに創造的に発展させていく姿勢が求められるといえよう。

そこで、現代消費の現実に目を向けると、大量生産、大量消費型の経済は、大量の資源を乱費し大量の廃棄物を生じており、物理的、化学的、生態的など重層のかつ深刻な自然破壊、環境破壊を引き起こしている。生命の再生産という視点から地球生命環境の破壊を防止することが求められているように現代消費は、早急にサステナブルな消費への転換・変革を強く迫られている。

次に、生活過程の商品化に潜む現代消費の問題を共生的関係と共生的暴力関係という関係を通してとらえ、現代消費の構造の一端について考えてみよう。

* アダム・スミス、マルクス、メンガーらの経済学における消費の位置づけについては、さしあたり、芦田紀久雄「経済理論における消費概念の変化」（中京大学社会科学研究所編『消費者問題と消費者政策』第5章）。

* 共生的関係と共生的暴力の概念は、『場トボス』No7, 1995年12月の特集、[企業社会日本における共生的暴力]をみられたい。なお、同特集には、本稿にも関連する拙稿「ローン化された生活」も掲載されている。

2 生活過程の商品化と現代消費の構造

現代日本の消費生活の特徴のひとつは、商品化されたモノの豊かさにある。1960年代以降、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンなどの家電製品や自動車も急速に普及し、現在ではこれらの耐久消費財需要は、買換需要や2台目3台目という追加需要が中心となっている。また、住宅の持ち家化も進んだ。過剰な広告とローンがこの商品化を促進してきた。その結果、我々の生活は、商品に囲まれ埋め尽くされたかに見える。これは企業と消費者の共生関係が生んだ消費生活でもある。このような現代日本の消費生活は、貧困にあえぐ国々の大衆からみれば豊かで幸せなものに映るであろう。

だが、一見、豊かに見えるこの消費生活は、多くの矛盾をはらんでいる。この矛盾は、大量生産、大量消費がもたらした環境破壊や、モノに囲まれた消費生活と引き替えに多くの人が借金まみれの生活に陥っていることに、また、心の豊かさを失った人が増えていることなどに、端的に現れている。現代日本の心の貧しさや欠陥は、いじめや校内暴力、精神疾患、自殺の増加などにも現れている。その原因の一部は、豊かさをもたらすはずの「生活過程の商品化」が、生活の制御に対するトラブル要因や生活破壊要因となり、生活の場が共生的な暴力の現れる場へと転換させられるようになってきていることにもあろう。

幸福な生活を実現するため条件のひとつは、安心して楽しく暮らせるように生活環境（生命の再生産環境）が制御・管理できていることである。ところが、現実には、環境破壊や生活破壊をともなって生活過程の商品化が進められ、生活に困難を生じる場面が急増している。

現代日本の消費生活の場が、過剰なまでの商品であふれかえっていることは、いまや「常識」である。この背景には、例えば、「自動車を買えば、あなたは幸せになれます」といった企業のマーケティング活動による消費者への享乐的消費思考の植え込みがある。だが、それだけではない。生活に自動車がなけれ

ば生活ができない仕組みが作られてきているのである。同様に、電話も冷蔵庫も、住宅も、さらに教育さえも、商品として売られているものを買わなければ生活できない仕組みができてきているのである。現代消費社会は、生活の仕組みに大量の商品消費を強要する構造が組み込まれているわけである。

そして、これらの商品を買うためには、「ローン」を利用することも「常識化」されている。消費生活に、住宅ローン、自動車ローン、教育ローンなどが深く組み込まれ、「ローン」なくして生活が成り立たない仕組みになってしまっている。だが、この仕組みは、一歩間違えば、ローン地獄などの生活破壊に直結している。例えば、日本の自己破産者は20万人以上にもなり、破産寸前のローン地獄に陥っている人は、控えめに見て推定200万人から300万人にのぼる。「ローン」は、モノやサービスの消費促進と結びつきながら、消費生活のありさまを暴力的にかえるだけではない。「ローン」は、貨幣の暴力性を生活過程においてあらわにし人間関係をかえる。また、ローン返済ができなくなれば、競売、給与差押などの強行措置がとられ、消費者の生活を破壊する。

商品化は、商品流通を拡大する。現代の支配的商品流通は、貨幣を仲立ちとする契約関係である。生活過程の商品化は、生活の契約関係化を促していく。生活過程の商品化と契約関係化は、金銭なくして不可能な生活と、人間関係の契約関係化をともなう。「ローン化」はその一環である。例えば、その結果のひとつとして、本来無償の贈与の関係が成立していた家族関係に有償の契約関係が入り込み、家族関係を希薄化させる。「ローン化」が商品化を促進することは、物質生活の豊かさを支える機能を果たすという積極面の一方で、多くの問題点も合わせ持っている。

商品化をすすめ利益を得たい企業と、商品を買って生活を豊かにしたい消費者は、商品化を通じて異なる個別利益を獲得するという共生的関係にある。しかし、この個別的利益は、消費者の普遍的権利や共通の利益を冒していることが少なくない。この利益や権利の侵犯は「共生的暴力」と呼べるものである。

相互に利益が成立し、各々が自己の制御も保てる関係にある状態を共生関係という。共生関係における利益は、個別的利益であり、往々にして共同的利益

や他の利益を犠牲にして成立している。個別的利益が優先されることが多い現代社会では、共同的利益関係が軽視され共生的利益の裏に隠された暴力である「共生的暴力」が増大している。「ローン化」された生活にも、「共生的関係」と「共生的暴力」が併存している。

次に、この問題を、家計消費に大きな位置を占める住宅、自動車、教育について取り上げ現代消費に見る共生関係と共生的暴力関係の姿を見てみよう。

住宅 住宅は、最も基本的な生活基盤のひとつである。住宅の質によって生活の質に大きな差違が生まれる。住宅は、国民の基本的な人権保障と深くかかわっており、本来、住宅供給のミニマムは、公的に保証されるべきものである。しかし、現実には、住宅建設業界とローンを利用してでも持ち家住宅取得を望む消費者と住宅ローン供給する金融機関との共生的関係を生みだすことによって、政府の住宅供給責任が回避されている。このような共生的関係は、不況の長期化、金融構造の大変動によって強化されてきている。このことは、消費者が生活の場を確保するために、無理をしてでも住宅ローンを借り、持ち家を持たざるをえず、住宅ローンのため、他の消費生活や家族生活を犠牲にせざるをえないという事態をまねいている。

日本で住宅ローンを利用して建設される持ち家の耐用年数は、30年程度のもが多い。そのため消費者は、住宅ローンの返済が終われば、次の住宅ローンを借り、住宅を買い換えるか、建て直すかの選択を余儀なくされる。住宅ローンに依存した持ち家政策と長期の使用に耐えない質の悪い住宅は、消費者に対しても環境に対しても略奪的である。消費者は、住宅のために時間的にも物質的にも多くの資源を略奪されているに等しく、乱開発と資源の無駄により環境も手痛い破壊を受けてきた。これは、住宅および住宅ローンをめぐる共生的関係下の共生的暴力関係と呼べる事態にほかならない。

自動車 自動車は、現代の生活様式の基盤となっている。同時に、現代消費を特色づける商品のひとつである。自動車は、たいへん魅力ある商品である。自動車は、消費者の行動範囲の時間的空間的拡大をもたらす、ドアからドアへという移動の自由がえられる、動く密室とも言える個別化された移動装置であ

るといった機能性と、ファッション性などの魅力によって、消費者を引きつけてやまない商品である。だが、それ故に、自動車は、利己心を増大させ、きわめて個人主義的な人間関係を助長する側面を隠し持った商品でもある。例えば、現代日本の交通生活は、自動車中心の交通生活と言えるが、この生活は、交通事故犠牲者だけでなく、歩行者、排気ガスによる健康障害者、低所得者、高齢者、障害者など、自動車を持つことができないか、運転することができない人たちを犠牲にして成り立っている。その結果、これらの人たちは、生活の制御を著しく制限された状態のまま放置されている。これは、自動車中心の交通生活をもたらした個人主義的人間関係であり、暴力的人間関係でもある。

自動車は、製造過程においても使用過程においても大量の資源を必要とし、有害物質を放出する。深刻な環境破壊とその犠牲者の増加は、自動車中心の交通生活の見直しを迫っている。自動車は、典型的な大量生産型工業製品である。生産ロットの大きさがコスト競争力と直結しており、高価な自動車の大量販売を実現するためには、大量の自動車ローン供給が必要である。自動車ローンは、自動車の大量生産を実現する必要条件なのである。だが、ローンによる自動車購入は、家計を圧迫し、時に家計を破壊し生活を破壊するのである。また、自動車は、年間約1万人の人を殺す殺人マシンでもある。

こうなると、大衆と自動車メーカーの共生的利益関係は、いまや、共生的暴力関係に転じている。自動車中心の交通消費がもたらした環境問題や人間関係は、私たちに問いかける。車に乗りたい人がたくさんいるというだけで、車をたくさん作り、車を売るために、大量の自動車ローンが供給されるべきかと。自動車をめぐる「共生的暴力」の顕現は、車の使用の考え方と生活の仕方、現代の消費のあり方に強い疑問を投げかけている。

教育 教育は、人間の能力発達の全面化にとってなくてはならないものである。教育は、人間的発達を欲するすべての人の要求である。同時に、教育は、優秀な労働力を求める企業の要求でもある。教育の効果は、国民全体の利益として還元されるべきものである。教育は、国民と企業を含む社会全体にとって共同的必要であると同時に共生的必要でもある。

教育は、労働力商品の生きた所有者である人間に直接働きかけることにより、労働力商品の価値を高める。一般に、教育訓練を受けた労働力は、教育訓練を受けていない労働力よりも生産性が高く利用価値がある。当然、教育訓練を受けた労働力の価格は高くなり、より高度の教育訓練を受けた労働力をもつ家計ほど高収入となる。これは家計が教育に費用を投ずる経済的誘因である。このため教育は、労働者間の競争の組織化手段に容易に転化させることができる。教育を利用した労働者間競争の組織化に成功すれば、教育の費用負担は、容易に労働者家計に転化させられる。教育競争は、家計負担による教育への先行投資競争をもたらす。この教育競争の副産物のひとつが学習塾であろう。こうなると教育競争は、設備投資競争とおなじである。人と人の関係を重視する教育が、競争手段化していくはてに、人を育てる教育は労働力という商品を育てる教育という一面化された関係のなかに落とし込まれるのである。

家計だけでなく企業も、教育の受益者である。にもかかわらず日本のように家計にばかり重い教育費用負担がかけられることは、教育が家計消費の対象とされ教育の商品化が進んでいることに他ならない。教育の商品化が進められれば進められるほど、家計にとって金のかかる教育提供が進む。教育に費用を投ずることができなければ家計収入は減少し、収入が不足であれば教育投資ができない。このような無理のある教育の提供構造は、教育ローンという消費者信用市場をうみだし、さらに、教育の商品化を促進している。

教育をめぐるこの関係は、もとは共生的であった人間関係を資本と労働者との対抗的人間関係に変え、さらに、これを労働者間、家計間の競争的人間関係へと再編するものである。これは、資本への階級的集団的対抗力を形成する人間関係を破壊し、個別化された労働者を資本の提示する労働条件に競争的に応募させることによって、資本に従属した人間関係を生みだす大きな要素といえよう。教育の商品化、教育費用の高騰、教育ローン普及、という流れは、教育を家計消費の要素として組み込み、学歴社会を促進しながら共生的人間関係を暴力的に競争的人間関係に再編するものである。教育ローンを必要とするほどの教育費高騰は、家族の再生産費の高騰と直結、家族の再生産力の低下である

少子化とも密接に関係している。少子化は家族規模を縮小させ、人間関係を取り結ぶべき人間自体を減少させる究極の人間関係の暴力的転換である。

次に、生活過程の商品化を、商品交換関係としてとらえかえすことによって見えてくる現代消費の姿を探ってみよう。

3 商品交換関係と現代消費の構造

資本主義経済システムのもとでの資本と労働の対抗関係における人間関係の基本構造は、商品生産が全面化することのうちに規定されて発現する。共同のかつ協同的な人間関係は、商品生産関係（営利的商品交換関係）により、資本と労働の共生的関係に再編され、さらに資本に組織化された共生的暴力の支配する人間関係に転換される。

資本の再生産には、労働力の再生産が必要である。労働力は、生きた人間の精神と肉体を不可分のものとして必要とする存在であるから、労働力を確保し続けるためには、労働者が生きていくこと、労働者家族の再生産が持続されることを必要とする。労働者家族の再生産のために必要な消費の充足は、労働力確保のための条件である。だから、消費のありかたは労働者家族のありかたを規定し、労働者家族のありかたは労働者と労働力の内容を規定する要因となる。さらに、労働者が、商品交換関係において提供する労働力商品の質と量は、資本の生産力水準を規定する要素となる。

消費がどれほど労働者の自律的なコントロールのうちにあるかは、労働者の社会的経済的自律度に直接に影響される。文字の読解能力がなければ本が読めず、本を読めなければ知的人間としての発達は制限されるというように、消費の範囲の広さと、労働者の人格や教養、知識水準は相互に影響する。資本にとって、水準の高い労働力を確保しようとするれば、消費に自立性を与えることが必要である。他方で、資本に従属度の高い労働力を確保するためには、労働者から消費の自立性を奪うことが必要である。消費面からする資本の労働力政策

は、労働者の消費に自立性を与えつつ自立性を奪わなければならないという矛盾のなかで行われざるをえない。そのため、労働力管理政策の一環としての消費政策にも共生的手法がとられることになる。

消費の自立性は、一定水準以上の所得と自由な選択購入が可能な商品供給が確保されれば達成されたかに見える。だが、現代消費には、この消費の自立性を掘崩す消費構造がビルトインされている。

例えば、広告宣伝による浪費的消費への誘導、有害食品添加物などによって見た目を優先した食品など自立性を奪う多様で複雑な消費者行動の誘導回路が形成されている。消費者ローンにみられるように、消費の自立性を助けるといふことと、消費の自立性を奪うということが全く同じシステムのなかで発生する場合もある。消費者ローンは、一面では消費の自立性を損なう過剰資本処理の一形態をなしているが、他面では、消費可能な商品の選択枝を広げ、個性的で自律的な生活スタイルに貢献する。だが、ローンは、この消費の自立性を、根底から資本に従属させ奪う仕組みも提供するのである。消費者がローンを利用することは、言うまでもなく将来の所得の先行費消である。これは、ローンによってもたらされる現在消費の追加的満足獲得の代償として、将来における消費制約や消費の自立性を犠牲にする可能性を受け入れることを意味している。特に、先にみた住宅、自動車、教育などは、所要資金も大きく、これらの目的でローンを利用している家計は、長期にわたる将来所得の先行費消によって消費の自立性阻害を引き起こしていることが多い。家計が、この状況において消費の自立性をなんとか確保しようとすれば、家計を支える労働者はより多くの所得をめざしより多く働かざるをえない。一方で、労働者家族の努力は、教育競争を通じた次世代の消費の自立性獲得競争に向けられることになる。

資本賃労働関係は、労働者の消費生活すべてが商品購入に依存し、労働者は労働力以外のなにも売ることがないという条件のもとで完成される。生活過程の全面的商品化は、暴力的に労働者を賃金獲得のための労働につかせ、労働者の自由や自律性を束縛することになる。ここで見落としてならないのは、労働者を常に安定的に賃労働につかせていくためには、労働者に賃金を使い切らせ

るという条件が必要だということである。例えば、『イギリスにおける労働者階級の状態』でエンゲルスが浮き彫りにしたような自由競争段階の資本主義における労働者自身の生命の持続さえも阻害するような過酷な労働者状態は、当時におけるこの条件（労働者に貯蓄させない）の充足状態を意味していたとみることもできる。労働者がこの過酷な条件から脱出するためには血と汗にまみれた闘いの歴史を必要としたのであるが、資本と労働の共生的関係構築が進んだ現代資本主義のもとでは、労働者は生活防衛のため多様な貯蓄を形成するようになってきている。労働者にとって貯蓄は、一方で、失業時の生活不安を緩和するものであるが、他方で、貯蓄によって生活を維持できるという範囲に限られるとはいえ就労（不就労）の自由獲得につながる。その結果、完成したかに見える資本賃労働関係の一角は、労働者の貯蓄によって掘り崩される。

ローンは、現時点の賃金所得でまかないきれない消費、不必要な消費の強制、過剰消費を可能にする構造を作りだし強制する装置でもある。この強制された交換関係は、労働者の債務奴隷化を生む仕組みとなるばかりでなく、労働者の貯蓄を資本のもとに継続的かつ強制的に吸収するシステムとして構造化され機能している。現代消費のこの構造は、労働者がより多くの労働力を自発的に売ることを強制していく構造的基礎となっている。この構造は、労働者が貯蓄（消費預金）することによって掘り崩される資本の矛盾を解決しつつ、資本賃労働関係の基礎をより強固にする役割をはたしている。資本賃労働関係は、あらゆる形態の資本が企業のもとに集中され労働力の再生産が賃金所得による物資の購買・消費によってのみ恒常的に維持される関係である。消費預金がなされることによって資本に生じる矛盾は、消費預金が銀行等に集中され貨幣資本として機能し設備投資等資金や消費者ローンの原資として活用されることにより解決されていくわけである。

直接的な個別的資本賃労働関係のもとにある人間関係は、消費者ローンを始めとする金融の仕組みが介在することにより、金融資本と賃労働の関係へ拡張され、貨幣的暴力が仕組みられた社会経済構造のなかの人間関係へと再編されていく。この仕組みは、時としてローンによってもたらされる人間関係破壊や生

活破壊を起こす共生的暴力を内在化させた構造の基礎的仕組みであり、この上に共生的暴力関係が秩序化され実定される法制度が構築されているのである。

現代資本主義においては、労働過程と消費過程の構造を一体化させて、商品化の徹底を進め、労働の実質的所有権を資本のもとに置く高度な社会的仕組みがとられ、この仕組みの安定化装置のひとつとして、貨幣的暴力の潜在的作用が処方されている。消費者ローンは、生産力促進的かつ生活支援的な役割を果たす一方で、資本蓄積を強めるための商品化を促進するという役割そのものによっても、また、貨幣的暴力の担い手のひとつとしても、時として、生活破壊をもたらすのである。

資本主義経済は、歴史的な長期スパンで見ると、1870年代の大不況期、第一次世界大戦、1929年大恐慌、第二次世界大戦、1970年代スタグフレーションなどの危機に対応して経済構造を変化させてきた。この経済構造の変化の一面は、労働者・国民との共生的関係の創出と強化をはかりつつ、実質的に、労働者生活の全面的商品化の徹底や過剰資本処理対策の高度化がはかられてきたことにある。この内容のひとつとして、消費者信用による過剰貨幣資本処理と商品化経済の徹底、賃金回収システムとしてのローンと労働力商品の自発的販売の徹底などを通じた、資本による消費生活過程支配の強化があるわけである。

ここから言えることは、労働力の販売者である労働者の立場を明らかにすることが、労働者の立場に立ちきる理論的方法の出発点であるとするれば、この立場を引き継ぎ発展させる方法のひとつは、資本・賃労働関係のもとでの消費過程を通じた商品化の徹底と商品経済の発展進化が、資本に有利な所有関係構造の創出として働き、資本蓄積構造が強化されるとともに、現代人の人間関係を転換させる構造としても作用するありさまを解明することである。

消費者（労働者）の幸福や豊かさへの要求を、ローンによる将来所得の強制的費消によって取り込みながら、そのことを通じ、労働者の経済的拘束と、賃金として支払われた貨幣の資本への継続的な回収回路を形成し、資本に有利な所有関係構造をつくりだすことにみられる「共生的支配関係」と、そこでの過剰消費の直接・間接の強制、資源の無駄や乱費、環境破壊等が、生活破壊や人

間関係の悪しき変容を引き起こしている問題への徹底説明が必要である。

現代資本主義は、生産と蓄積の論理から出発して生活過程の全てを商品化していこうとするシステムであり、このシステムを発達させ強化する装置として広告宣伝、消費者信用を含むマーケティング等が位置している。生活過程の商品化は、相互互恵的人間関係を排除し、生活過程のモノ化や営利サービス化を促進し、生活とはモノやサービスを消費することでしかなくなるシステムをうみだす。そこでは、人間関係もモノとモノの関係として再編され受容されることが常識化され、本来あるべき生活過程や人間関係が見失われがちとなる。

現代消費の基礎に現代技術があることを否定する人はいないであろう。技術は超歴史的、中立的存在ではなく、歴史的、社会的存在である。技術は、そのおかれた歴史特定の社会で実用的世界を充足する機能と、歴史特定の社会関係を保存し強化、改良しようとする機能を果たす。例えば、技術のこの両面価値性は、現代消費においては、一方で、生活の利便性を提供する商品生産技術として、他方で、資本蓄積に貢献する技術として機能する。このような技術の両面価値性は、現代社会が共生的関係を深める一因ともなっている。

そのため、現代経済、現代企業社会は、「共生的」関係下の企業支配・資本支配に包まれた企業主義的思考に消費を適合させるという強い偏向を生じており、その偏向が現代消費における諸矛盾を生み拡大する原因のひとつとなっている構造を内在化させている。この内在的矛盾が、技術、企業、社会などに対する考え方を技術至上主義、企業主義・消費主義へと偏向させ諸問題を外在化させるという関係となっているといえよう。

このような視点を受けて、先にとりあげた住宅、自動車、教育について見直そうとすると、商品化された仕組みのなかの私化された消費生活を、公共的な仕組みや共同的な利益を優先する仕組みのなかでの生活へと再編するの必要が見えてこよう。良質・低廉な公共住宅や協同組合住宅の大量供給、公共交通の充実によるマイカー規制、教育費用の国家負担拡大などの政策実施を行えば、住宅、自動車、教育のためのローンは少なく済み、ローンにともなう生活破壊、人間関係破壊は減少するであろう。

以上のような現代消費の構造に関する論点は、深化した資本蓄積体制と商品交換関係を持つ現代資本主義のもとにおいては、労働者の立場に立ちきる方法のみでは、労働者自身の権利を守りきることが困難になっていることを示唆している。つまり、現代資本主義のもとでは、消費者の立場に立ちきることなくして、労働者の立場に立ちきることができなくなっているわけである。消費者の立場に立ちきることこそ、すべての人の消費生活を本当に豊かなものにするはじめの一步なのである。

では、消費者として、はじめの一步を踏みだすためには、どうすればよいのか。

- * 現代消費と技術の関連をめぐる、技術の「両面価値説」に関する論点については、重本直利、「資本主義的情報化と情報のポリティクス」『IT 社会の構造と論理』晃洋書房、第5章をみられたい。

4 現代消費と消費者

どうすれば消費者の立場に立ちきり、現代消費を、人々の幸福を支え実現するものにしていけるか。この問いに対するひとつの回答は、消費者の権利を確立するということである。

世界で最も豊かな先進資本主義国となったアメリカでは、1950年代より消費者問題が多発、消費者運動も大きな力をもつようになっていた。このような状況をうけ1962年に発表されたのがアメリカ大統領ケネディの、「消費者の利益保護に関する特別教書」（ケネディの消費者の権利宣言）である。この教書でケネディは、「言葉の定義からいうならば、われわれ全部は消費者である。経済機構の中で最も大きな一群をなすものが消費者である…経済界における全消費の三分の二は一般消費者によって行われている」と経済活動における消費の大きさを明らかにしたうえで「もし消費者に供給される商品が低品位のものであったなら、もし値段が法外なものであったなら、もしわれわれが買う薬品が危険

な又は効き目のないものであったなら、もし消費者が情報を信じて商品の選択をすることができないようだったなら、代価として払う金は無駄となり、健康も安全も恐怖にさらされ、結局は国家の利益も損害をうけることになるのである。…経済界の販売方法は日増しに非人間的なものになっている。消費者が商品を選ぶ尺度は、高度に発達した説得技術をフルに使って行われる宣伝方法によって、しばしば狂わされる」と述べている（訳文は、全国消費者団体連絡会編『これからの消費者の権利』による）。そしてこのような事態を打開するためには、(1)安全を求める権利、(2)知らされる権利、(3)選ぶ権利、(4)意見を聞いてもらう権利という「四つの消費者の権利」を確立することと並び、その為の立法と行政措置の必要を訴えたのである。ケネディの「四つの消費者の権利」は、大きな反響を呼び、世界に広まり、消費者問題のひろがりや消費者の意識の高まりを受けて豊富化されてきた。例えば、IOCU（国際消費者機構）は、「消費者の権利と責任」としてケネディの「四つの消費者の権利」に次の9項目を付け加えた。

①生活の基本的ニーズが「保証される権利」、②インチキ商品やサービスから「補償される権利」、③賢明な消費者となるために必要な知識や教育を身につけられる「消費者教育を受ける権利」、④安全が脅かされることがなく、危険でない、しかも人間としての威厳と安寧が保障される環境で生活し、働くことができる「健全な環境の権利」という四つの権利と、⑤自分の使う商品やサービスの用途、価格、質についてもっと敏感になり、疑問を抱き、「批判的意識」を持つ消費者となる責任、⑥自己主張し、必ず公正な取引が実現されるように「行動する」責任、⑦自らの消費行動が他者に与える影響 地方といわず、国といわず、国際社会といわず、とくに恵まれない弱い立場の人々に与える影響を考慮に入れる「社会的責任」、⑧自らの消費行動の結果が環境に与える影響を理解する「環境への自覚」の責任、例えば、天然資源を大切にし、未来の世代のために地球を守るという個人的・社会的責任を自覚する責任、⑨消費者の利益が促進され、まもられ、力をつけ、影響力を与えることができるよう消費者として団結し、「連帯する」責任（訳文は、前掲『これからの消費者の権利』

による）。

これらの消費者の権利と責任は、供給者がまもるべき企業倫理や消費者倫理の一般的土台をなすものでもある。現代社会は企業社会でもあるが、このなかで消費者の権利を確立していくためには、企業活動のなかに消費者のための倫理を企業倫理として組み込ませ企業活動を統制することが必要になる。というのも、今日のように日々あらたな商品が開発・発売され商取引にもあたらしい形態が次々登場する情報化消費化社会では、弱者である消費者が確かな商品や情報を獲得していくことが極めて困難だからである。企業活動の統制には、企業自身や消費者だけでなく行政が率先して消費者に不利益をもたらさないよう倫理改善、改革を訴え企業のありかたを正していくことも大事である。さらに、企業活動も行政活動も法に基づいて行われるものであり、消費に関する立法活動も重要である。特に、次世代に良質の消費環境を引き継ぐためには、現代消費のありようを厳しく問う法の体系が準備されなければならない。だが、残念ながらこのような諸課題が消費者の要求なく自動的に実現することはありえない。消費者の権利要求を土台とする消費者運動によって、企業活動、行政活動、立法活動に消費者の権利と責任を実現する倫理を組み込み、多発する消費者問題をねばり強く解決して行かねばならない。

様々な消費者問題であふれかえる現代消費社会の経済社会開発は、社会的弱者である消費者や労働者等の保護とパワーの強化プログラムを必要とする。この論点は、現代消費をめぐるソーシャル・マネジメント（社会経営）的視点や施策を導入する必要を訴えるものでもある。現代は、このような考えを現実化させなければ社会が正常化しない危機的な位置に置かれているのである。

消費者パワーを原動力とするような倫理規範が普遍化していけば、消費者の権利を実現できない倫理性の欠如した企業は、衰退する可能性が出てくる（現実には社会的倫理を逸脱、退場を余儀なくされた著名企業もある）。そのため、企業自身、消費者のための企業倫理を体現していくことは企業の利益ともなり、消費者の権利実現を企業活動に組み込むことは、現代企業が営利的持続をはかっていくうえでの必須条件となる。供給面においても消費面においても現代社会

に内在的な構造からうみだされる消費問題解決は、現代消費が背負っている困難だが避けて通れない課題なのである。

現代消費は、生活のあらゆる局面が商品化されていくという構造のなかにある。この現代消費の構造は、企業と消費者の共生的関係を内部化していく構造を備えているが、この構造自体が消費者の生活基盤の不安定性を内包し、この不安定性が暴力的に人々の生活を破壊（共生的暴力）していくという構造を合わせ持っている。この現代消費社会に内在的な構造が、外在的なものとして表出するとき、さまざまな消費者問題、消費者被害となってあらわれ、社会的、経済的、人的損失をもたらすわけである。このような消費構造の転換こそ、現代消費をめぐる喫緊の課題である。経済学も含めて諸科学・諸運動がそのために結集され、消費者中心の消費社会が構築されていくことが求められている。

現代消費を考えるための参考文献

- (1) 伊藤セツ、川島美保、共編著『新版・消費生活経済学』光生館、2002年。
- (2) 角田修一『生活様式の経済学』青木書店、1992年。
- (3) 国民生活センター編『戦後消費者運動史・資料編』大蔵省印刷局、1999年。
- (4) ジュリエット。B. ショア著、森岡孝二監訳『浪費するアメリカ人：なぜ要らないものまで欲しがるか』岩波書店、2000年。
- (5) 全国消費者団体連絡会編『これからの消費者の権利 消費者保護のための「国連ガイドライン」制定によせてー』生活ジャーナル、1987年。
- (6) 竹内貞雄・重本直利編『IT 社会の構造と論理』晃洋書房、2002年。
- (7) 中京大学社会科学研究所プロジェクト 消費者問題と消費者被害救済の研究）編集代表、呉世煌『消費者問題と消費者政策』2003年。
- (8) 中本博皓『現代の消費経済と消費者行動』税務経理協会、1995年。
- (9) 西村多嘉子『現代日本の消費者と流通』法律文化社、1990年。
- (10) 野村かつ子『わたしの消費者運動・野村かつ子評論集』緑風出版、2003年。
- (11) 松原隆一郎『消費資本主義のゆくえーコンビニからみた日本経済』ちくま新書、2000年。
- (12) 水谷允一・呉世煌・塩田静雄編著『消費者のための経済学』同文館、1997年。
- (13) 見田宗介『現代社会の理論 情報化・消費化社会の現在と未来』岩波新書、1996年。
- (14) 山西万三『情報と消費の経済学』こうち書房、1994年。

- (15) リチャード・L. D. モース編，小野信夸監訳『アメリカ消費者運動の50年』批評社，1996年。