

(1. 書評論文)

1-1. 消費における歴史的文脈の導入可能性

——日本人における限定合理的性格の考察を通じて——

寺西重郎『歴史としての大衆消費社会——高度成長とは何だったのか?』
(慶應義塾大学出版会、2017)

多田 駆

1 はじめに

戦後日本は GHQ による占領政策のもと民主主義化が進み、経済面においては、政府による公共投資や産業の競争条件への介入といった開発主義政策のもとで、企業による消費産業と雇用の拡大が進展し高度成長期を迎えた。これにともなう所得増加によって「分厚い中間層」が形成され大衆消費社会が到来した（本書：3）。このような発展段階説的認識¹⁾は、社会科学のみならず広く一般にも共有されたものであろう。さらに、このような大衆消費社会によって物質的な欲求が満たされると、消費は単なる使用価値としてではなく、抽象的モデルやあるモードの複合的形態にもとづいて自己を特徴づける記号的な価値に基づくものへと移行する（Baudrillard 1970=1979）、という通説もまた社会学をはじめとした社会科学の中で広く浸透している。このような通説はいずれも西洋から発せられたモデルであり、日本という特定の枠組みにおける歴史的な文脈はその埒外にある。しかし、これを考慮せずに西洋のモデルの模倣として日本の高度成長や大衆消費社会を論じることは、果たしてどれほど有効なものであろうか。このような点に対し、本書は高度成長期における大衆消費社会およびその後の消費について、「高度成長期より前の伝統的な価値観と文化に接続」（本書：351）することで、これらが西洋の理論によって論じられた現象とは異なる部分があることを論じたものである。いまだし具体的に記すと、著者は日本の鎌倉期にまで遡り、そこで醸成された仏教的思想が現在に至るまでの日本の知識体系として生活様式を規定しており、これが日本における大衆消費社会の出現やその後の消費形態にも影響していると論じる。本稿はこのような著者の分析に対してその有効性を検討することで、現代の消費形態の分析における歴史的な文脈の導入可能性を探るものである。

以上のような論点を提示したうえで、本稿の構成を説明する。つづく第2節において本書の内容を整理する。第3節では、高度成長期と大衆消費社会の生成が“さしあたって”の国民決意によるものであるという主体的意識に着目した分析、及び消費形態の伝統への回帰という変化から分厚い中間層の解体を読み解くという、本書が取り入れた二つの分析視角に対する評価

1) 発展段階説は W・W・ロストウ（1960）によるものである。

を行う。第4節では、戦後日本が西洋型の生活様式を「限定的に」受け入れたという本書の根本的主張を、その中心概念である限定合理性²⁾をめぐる論理構成から批判的に考察することで、本書の問題点を指摘する。第5節では、前節での指摘のもと、著者が伝統的消費形態への回帰と捉えた現代の消費形態を、それとは異なる形でどのように“伝統”と関係しうるのかを論じる。さらに、1980年代以降に日本でも盛んに論じられたポスト・モダンの消費論を取り上げ、そこにおける本書の分析視角の応用可能性を検討することで、消費社会論における歴史的な文脈の導入を試みる。

2 本書の内容

本書は全7章で構成されている。大別すると、第1章から第3章では、宗教的側面から、日本と西洋における生活様式および消費形態の差異が論じられる。第4章、第5章では、日本における明治以降の近代化の特徴と戦後の高度経済成長における大衆消費社会の発生のメカニズムについて、第6章、第7章では、高度成長期後から現代における消費形態に対する伝統的消費形態への回帰という視点からの考察、といった構成がなされている。以下、各章ごとの内容について叙述する。

2.1 日本人における宗教意識と生活様式としての消費

第1章では、本書全体の根幹ともなる日本の高度成長期に対するこれまでの通説への批判及び、本書の分析視角が提示されている。これまでの通説とは、明治以降の西洋を追従する近代化の過程で、敗戦による経済社会の民主化と公正化を契機に、新たな消費財産業や企業の設立が果敢に行われ、これによって生じた所得と雇用の増加が分厚い中間層を形成し、さらなる消費需要の発生から、企業の投資が拡大したという投資主導の論理である（本書：16-18）。これに対して著者は、高度成長期をこのような連続的な近代化の一部や、投資主導の結果として捉えず、日本に伝統的に根付いた生活様式としての消費形態が、「敗戦と占領という未曾有の衝撃の下で、人々が『さしあたって』アメリカによる文化的支配へ適応するために……生活様式を一挙に在来的のものから西洋型のものに変更」（本書：7）したことによるものであると論じている。つまり、一時的な適応行動としての意図的な生活様式の変更が結果的に高度成長期、および日本における大衆消費社会の出現に関係しているという新たな分析視角を提示している。

第2章「消費の社会的枠組み」では、西洋と日本の宗教に着目し、とりわけ他者関係をめぐる宗教観の違いから、日本における伝統的生活様式としての消費文化の成立について論じてい

2) ここで用いられる限定合理性とは、ハーバート・A・サイモンによって提唱されたものである。サイモンによれば、われわれの直面する多くの状況においては、われわれは適度の数の変数、あるいは最も重要である事柄を見つけ出し、これによって取り組むべき問題の序列を与え、生きている環境についての事実から結論を引き出すことで、複雑すぎる世界の中で合理性を考察する（Simon 1981 = 2016: 41-47）。

る³⁾。西洋と日本のどちらにおいても、宗教改革による宗教の日常生活化は生活様式に大きく影響を与えるものであった。西洋においては16世紀から17世紀における宗教改革によって宗教の日常生活化が進展し、これはマックス・ウェーバーによって論じられたように自己の内面的孤立や天職としての労働をもたらした。このような宗教観のもとでの他者関係は、超越的な存在としての神との関係のみで「そこに他者による評価の余地は全くない」(本書：54)。さらにカルヴァン主義における被造物神化の否定という考えから、「身近な他者などを含むすべての人格的な……特定個別の他者への関心は否定された」(本書：54)。このような宗教観から、西洋においては身近な他者との関係を外部に置き、個人と抽象的な集合体としての社会という二項的な世界観が構築された。身近な他者が排された西洋では、生産においても社会全体の発展が念頭に置かれ「マスとしての需要者を前提に供給主導的に消費財の大量生産を可能にするシステム」(本書：76)が開発され、消費者はそれを受動的に消費するという、「供給主導型消費経済システム」(本書：33)が形成されたのである。一方日本においては、12世紀から15世紀における鎌倉新仏教の成立によって、日常生活が宗教の場としての重要性を持つようになった。「特に鎌倉期日本において宗教革新の方向性を定めた大きな思想的底流は天台本格思想」(本書：48)であり、これをもとにした浄土宗や禅宗は、念仏や座禅によって救済がなされると説き、「仏教の易行化」(本書：56)が行われた。これは同時に、「仏教の救済の論理としての修行・知的作業の放棄」(本書：56)を意味する。このような思想は、修行や知的作業に代わって、煩悩を払い解脱の実感を得るための努力として日常的な求道行動⁴⁾をもたらした。これは、仏門とは異なり自己評価に基づく行為であり、その際の手がかりとして身近な他者や身近な先祖による評価が重視されたのである。このような生活様式としての求道行動と身近な他者関係が、日本における生産-消費の様式に通底しており、生産はあくまで求道行動の一部である「求道の職業行動」(本書：58)として行われた。一方、消費は問屋と客という身近な関係の中で、消費者が要望や意見を伝えるという積極的に生産に関わる形で行われた。その結果、多品種で少量生産を行う問屋制家内工業を主とする「需要主導型消費経済システム」(本書：34)が発達したのである。また、このような宗教観による他者関係の違いは、合理性という点においても差異をもたらした。西洋においては、超越的な神のもと、見知らぬ他者も含めた総体的な関係における合理性、すなわち社会全体としての完全な合理性の追求が求められる。一方、日本においては、自己の求道行動と身近な他者の評価における、時間的にも空間的にも限定された関係のみにおける合理性、すなわち限定合理性が追求されたのである。この限定合理性が、戦後の「さしあたって」の生活様式の西洋化に向かう大きな要因となるが、その点は本書の第4章で詳細に論じられる。

3) 寺西によると、消費には、使用価値にともなう直接効用と、他者関係にともなう社会的効用が存在するが、このうち他者関係は宗教観を基軸にする生活様式に基づいているため、宗教観は社会的効用としての消費文化に作用する(本書：27-28)。

4) 寺西によると、仏教の易行化という救済方針は「仏門での難行から解放したものの、人々の煩悩や業にまみれた日常生活と生活観、そこから発する解脱願望はそのまま放置された」ため日常的にこのような努力が必要とされた(本書：12)。

第3章「二つの消費経済社会」では、アルフレッド・シュッツの現象学的社会学による生活世界の概念を援用し、明治以降の日本の近代化における伝統的生活様式の不変性が論じられる。著者は、生活様式としての他者関係は、人々の相互主観的な知の蓄積に基づくものであり、人々はその内部で蓄積された利用可能な文化的知に基づいて行動するため容易には変化しづらく、さらにその蓄積された知は、体系として構造化し埋め込まれているため、それぞれの社会の文化的伝統に規定されていると論じている（本書：132-136）。それゆえ、明治期以降、様々な制度や技術が西洋化されたが、それは生活様式を変化させるまでには及ばず、また「和魂洋才」の言葉に表されるように、明治政府にとっても制度や技術の西洋化が重視される一方で、生活様式は必ずしも西洋化が目指されてはならず、生活様式としての他者関係も不変性を保っていたことが主張される。

2.2 日本における近代化と高度成長期経済

第4章「近代化戦略における戦前・戦後」では、戦前と戦後で近代化の性質が大きく異なるという近代化の非連続性から、戦後日本が高度経済成長へ向かうにあたって生活様式及び経済システムの転換がなされたことが示されている。まず、生活様式の変化として急速なアメリカ的生活への転換がはかられた。戦前の近代化においても、都市部ではモダンと称されるような西洋化現象は見られたが、耐久消費財は在来産品が中心であり、生活様式そのものが西洋化されたとは言い難い（本書：195-96）状況であった。一方で戦後は、洋服や家電、その他耐久消費財の普及などアメリカを模倣した生活様式への転換が一気に成されたのである。しかしこのような戦後の生活様式の転換は「真の生活様式のアメリカ化ないし西洋化を意味するのではなく、限定合理性に基づく『さしあたって』のマクロ的環境適応として生じた」（本書：203）と分析しており、これが本書の根幹となる主張である。このような“さしあたって”の適応行動は、第2章で分析されたような日本の仏教思想における限定合理性に依拠した行動であり、これに基づき「当面の見通しが利く将来にわたって人々の生活を規定する」（本書：213）環境への適応行動として、西洋化が決意されたと論じている。一方で経済システムにおいても戦前と戦後には隔たりが見られる。これに関して著者は、民間の弱体化、民間の経済システムの変化、中間組織の変化という三点から論じている。一点目の民間の弱体化は、それまでの市場メカニズムをけん引した民間企業が、戦争によって莫大な損害を負ったことに対し、政府が法的、資金的措置によって介入することにより、官僚の力の強大化がもたらされたことによる。二点目の民間の経済システムの変化は、金融システムの政府介入により民間の資金調達先が株主から銀行へと変化したことによる、企業統治における銀行の優越である。この点については第5章で詳細に論じられている。三点目の中間組織の変化は、戦前においては「地域社会を結集軸にして、政府と租税や補助金をはじめとする政府にかかわる事項の交渉を行った」（本書：165）が、戦後はそれに代わって「官僚支配下の産業ごとの監督官庁である現局と産業ごとの企業の終結体である業界団体が交渉するという形で政府と民間のインターフェイスが形成されてきた」（本書：165）のである。以上のような生活様式と経済システムの転換は、戦後に

顕著に見られたものであり、戦前の近代化とは異なる。このような生活様式の“さしあたって”の近代化と、政府主導の経済システムへの転換を、著者は高度成長期の要因として提示している。

第5章「大衆消費社会の出現と衰亡」では、戦後の経済システムのもとの平等化による中流意識の形成と、大衆消費社会生成のメカニズムが論じられる。この「平等化社会は二つの特性を持つ。一つは所得分配の平等化であり、いま一つは身分格差の撤廃である」（本書：231）。第一に所得分配の平等化として、産業間の競争条件のコントロールが挙げられる。この平等化は、政府の多大な産業への介入によって進められ「中心手段は生産・設備制限、参入制限、貿易政策などによる産業ごとの競争度のコントロール」（本書：246）であった。このような政府主導の開発主義的政策のもとで企業が平等な発展を遂げる。さらに、開発主義的政策はその統制組織としての官僚組織を強化し、各産業はこれに対して「業界団体を組織し、官僚組織との交渉により、産業の競争条件……を調整」（本書：251）するという政府－民間の関係が構築された。第二に身分格差の撤廃として、大きな要因となったのがブルーカラーのホワイトカラー化であると著者は論じている。高度成長期を支えたシステムとして、終身雇用、年功序列といった日本型雇用が挙げられる。このような雇用システムは、実は日本のみならず同時期の西洋でも進展していたが、日本においての特徴は「ブルーカラーにもホワイトカラーと同じ職種に応じた年功賃金が適用されること、新卒時での採用と、彼らの終身雇用がブルーカラーにも適用されること」（本書：256）であった。これにより職業内の身分格差が撤廃されたことで、所得の平等化のみならず意識としても一億総中流とも言われる中流意識が広く持たれるようになり、分厚い中間層による大衆消費社会が到来した。しかし、このような大衆消費社会における経済成長は「それが『さしあたって』の決意に基づく結果であったことを忘れ、栄光を実態的なものとして誤解」（本書：299）するという帰結をもたらした。バブル経済以降の不況に対し「規制緩和を景気浮揚の最後に残された手段」（本書：318）として舵を切ったが、それが有効な手立てとならなかったのは、このように政府主導の規制による経済発展という実態を自生的なものと誤解したためであり、規制緩和はむしろ経済停滞や不平等化を招いたというのが著者の見解である。

2.3 高度成長期以降の消費形態

第6章「消費社会の今後」では、1980年代以降の消費形態の日本の伝統的な消費への回帰的側面と、2000年代以降の消費不況が生活様式と消費のミスマッチによるものであることが論じられる。1980年代以降の日本の消費形態については「差異化をキーワードとする『消費文化』の出現」（本書：324）としてポスト・モダン消費文化論から多分に論じられている。このような消費形態の変化について著者は「本来の消費価値の模索であり、具体的には多分に伝統的消費態度への復帰の兆候ないしそのための方法の模索ではなかったか」（本書：327）との論を示している。その例として、ユニクロや楽天のビジネスモデルが消費者と供給者とのコミュニケーションを通じた「関係依存的な趣味的求道」（本書：329）によるもの、ポケベルの女子

高生によるテンキー利用など現象が、消費に自ら新しい価値をあたえていくという「中世から近世にかけての求道行動に基づくものづくり」（本書：331）であると論じられている。これらはいずれも、「戦後においてさしあたって西洋化した生活様式の下で忘却されていた伝統的な消費形態が大量消費社会の果実を享受した後、本来の伝統的な消費社会の回帰に向かって動き始めた」（本書：338）ことの表れであるとして、現代の消費における伝統的な消費への回帰が主張されている。

第7章「結語 高度成長の呪縛を超えて」では、第6章で提示された伝統的な消費の今後への可能性が論じられている。「今後の日本は高度成長期の栄光という呪縛を超えてその彼方に日本の伝統に立つ新しい道を探さなければならないだろう」（本書：345）という著者の認識のもと、求道主義に基づく自己実現的な個人主義による独創的な社会を目指すこと、身近な他者の視点からグローバリゼーションを見直し多様な価値を尊重すること、消費者主導の空間的な美と時間的な美を追求するものづくりの探求（本書：345）という3点による消費社会を作り上げていくことが日本および全世界的にも重要であると主張されている。

3 本書の評価——分厚い中間層の形成と解体をめぐる新たな視座

いま一度本書が目的とした点を整理すると、日本における「大衆消費社会という現象を題材にして、高度成長期経済に関する新しい仮説を提示」（本書：351）することであった。これまでの通説は、戦後の西洋化は明治以来の近代化の延長にあり、戦争によって再び拡大した西洋との技術格差を埋めるため、戦後改革による民主化と公正化の下で企業者による新しい消費財産業の拡大が行われ、これによる幅広い所得増加が分厚い中間層を形成し、さらなる消費需要へと拡大したことによって高度成長が実現した（本書：3）、というものであった。これに対し本書で提示された仮説は「敗戦の衝撃の下で『さしあたって』西洋型の消費経済社会を築く、という人々の決意によって、消費経済の基礎が在来産業から西洋型の耐久消費財産業に劇的に転換したことから高度成長が出現した」（本書：342）というものである。

第一にこのような新たな仮説において、高度成長期の日本における大衆消費社会の形成を、開発主義政策や、そのもとでの企業による年功序列、終身雇用といった日本型雇用の形成のような制度的側面からではなく——より詳しくいえばそのような制度的側面が導入され高度成長をもたらした前提として——敗戦にともなう消費者の適応行動としての生活様式の“さしあたって”の近代化、すなわち国民全体の主体的な意識の変化という側面に照準し、分析した点は評価すべきであると考えられる。このような側面は、著者が指摘するような経済学のみならず、社会学の分野においても積極的に議論されてこなかったものである。社会学において戦後日本社会の分析を行った富永健一（1988）は、戦後という特定の社会状況を「敗戦という大きな挫折が、支配者の交代をもたらし、戦前の旧制度に対する深刻な反省に基づく全般的な社会改革（『戦後改革』）が導かれ、経済・政治・社会・国民文化や国民精神の在り方が根本的に変化したことによるもの」（富永1988：167）として論じ、戦後の農地改革、財閥解体、労働立

法による地位の非一貫性⁵⁾の増大が、分厚い中間層という意識を形成し高度成長を促進したと分析している。このような分析を基にして、戦後日本社会の研究は社会学においても階層研究や産業研究として多分に行われてきたが、著者が提示したような国民による主体的な意識の変化の側面には言及されておらず、高度成長期をめぐる議論においてこのような新たな視座を導入したことは評価すべきである。

さらにもう一点、本書において評価すべきであると評者が考える点は、高度成長期以降に現れた消費形態を戦前までの伝統的消費形態への回帰とすることで、高度成長期に形成された分厚い中間層の解体という現象にアプローチした点である。今少し詳しく述べると、高度成長期に形成された分厚い中間層による大衆消費社会の到来は、西洋のような「工業化に基づく生産の増大による消費の社会的模倣と商品の平準化」(本書：73)によって生じたものではなかった。「敗戦のショックの下で導入された西洋型の消費社会は、極めて短命な一時的現象」(本書：321)であり“さしあたって”の適応行動の結果としてもたらされた大衆消費社会であったことを著者は強く主張している。そしてその後、1980年代に注目された差異化消費という現象を「本来の消費価値の模索であり、具体的には多分に伝統的消費態度への復帰の兆候ないしそのための方法の模索」(本書：327)であったと分析している。このような消費形態の変化が、分厚い中間層の解体を端的に示していることを著者は指摘する。すなわちそれは、分厚い中間層が「1980年半ば以降、少なくとも意識の上では、明確に衰退傾向を持ってきていた」(本書：327)日本社会において、「個人的に豊かさを自覚した消費者が、本来の消費価値の追求を個人化した消費行動の中で追求し始めた」(本書：327)ことによるものであり、分厚い中間層の解体は、一時的に導入された西洋型の消費形態が伝統的消費形態へ回帰することと不可分であることを論じている。果たしてこのような消費パターンが本当に伝統的消費態度への回帰であるかという点については、次節で考察するように議論の余地があると考えている。しかし、著者による分厚い中間層の解体を伝統的消費形態への回帰から論じるという試みは、三浦展(2005)に代表されるような、高度成長以降の消費を格差拡大や階層化といった中間層の解体の象徴として、格差-消費の関係から消費社会を捉えた議論とは異なる、新たな視点を導入するものであると考える。このように、本書は消費と日本の中間層の関係を論じたこれまでの理論の範疇ではとらえきれなかった視点を提示しており、このような視点にはさらなる応用可能性があると考えている。この点については第5節において詳細に論じる。

4 本書の課題

前節では、高度成長期が戦後“さしあたって”の人々の西洋化への決意によってもたらされたものとして、人々の主体的意識に着目し論じた本書の分析視点に対する評価を行った。そして、そのような“さしあたって”の決意をもたらした精神的根拠として、著者は日本人におけ

5)「同一人物の階層的地位を構成する複数の諸要因が一貫性を示さず、ある要素は高くある要素は低いというようにくいちがいを示す状態をさす。」(富永1988:180)

る仏教由来の限定合理性を挙げており、これが議論の中核に据えられている。この限定合理性については第2章で詳細に論じられているが、「キリスト教では神が創造した世界は、……その最大規模はすべての人間からなる地球上の社会である」（本書：117）ため「神の御心を理解するためには完全な知識に向けて限りなく近づくこと」（本書：115）が理想とされており、完全予見的な知識に基づく合理性が追求される。しかし、日本の仏教世界では「この天地に存在する万物あるいは個人対社会という構図では捉えられないはるかに巨大な空間と時間の広がり」（本書：117）があり、これに対する知識は不完全であることが前提とされている。そのため身近な小集団という他者関係や、近い将来や過去といった時間軸による情報の合理性、すなわち限定合理性の世界に生きたと著者は論じている。そして、このような仏教に由来した限定合理的な他者関係や時間軸が、意識レベルでは戦後においても不変であったがゆえに、戦後の西洋型の消費形態は“さしあたって”の決意のもと限定的に導入されたに過ぎなかったと主張されている。しかし、それは本当に著者が主張するように戦後においても不変であったといえるのだろうか。以下では、この点についての批判的考察を行うことで、戦後の西洋型の消費形態の導入を“さしあたって”の適応行動という限定合理性によって論じることの限界を指摘する。

4.1 大衆消費社会における限定合理性

この点を考察するにあたり、第一に限定合理性を根拠とした大衆消費社会の形成という本書の論理構成を再検討する。著者の論理においては、大衆消費社会の形成は日本における仏教意識に基づいた生活様式の不変性のもとで、限定的に西洋という新たな参照軸を受け入れたことに起因する。そのため、いわば一次的な参照軸である仏教由来の限定合理性のもと、より下位の参照軸として西洋的な消費形態が一時的に参照されたにすぎず、それはいずれ終焉しそれ以前の状況へと回帰するものであるということである。しかし、このような限定合理性をめぐる論理構造はある種の矛盾を孕んでいると考える。この点の考察にあたって、大澤真幸（1994）による「第三者の審級」の概念を援用し捉えなおすことで、本書が孕む限定合理性の矛盾点を顕在化させることが可能であると考えられる。

上述の概念のもと著者の論理構成を整理すると、伝統的な生活様式においては一段階目の審級としての仏教由来の限定合理性に従い、それに基づき日常生活に規範を与える二段階目の審級としての身近な他者関係といった、第三者の審級が段階的に示された構図として捉え直すことが可能である。このような構図のもと、戦後に日本国民全体が仏教由来の限定合理性に基づく適応行動として“さしあたって”近代化したという論理は、一段階目の審級は不変であり、それに基づく二段階目の審級が一時的に西洋へと変化したものとして論じられているといえる。しかし、この“さしあたって”の決意の結果として表出した大衆消費社会を担う人々は、著者自身も論及するように、限定合理性に従った身近な他者関係ではなく、マスとしての他者を参照軸とする他人指向の強いオルテガの大衆である。すなわち、限定合理性のもとでの“さしあたって”の決意による近代化は、著者が示したような一時的な二段階目の審級の変化では

なく、一段階目の審級である、仏教に基づく限定合理性という規範そのものを失墜させるものとして捉えるべきではないだろうか。そして、審級者が「現実的な基盤を失えば、たちどころに、他者の権威も色あせる」（大澤 1994：87）のであり、“さしあたって”の生活様式の転換による大衆消費社会の発生は、身近な他者を超えた大衆という他人指向のもとに、仏教そのものの審級者としての現実的な基盤を失墜させたと考えられる。この点から、限定合理性のもと大衆というマスに合理的な主体が一時的に形成されたのではなく、失墜した一段階目の審級である仏教に代わって、新たな参照軸として西洋型の消費形態や生活様式が取り入れられたと考えられるべきであろう。このように、限定合理性に基づいて出現したと著者が論じた大衆消費社会は、その内面において限定合理性そのものを否定するという矛盾をはらんでいると評者は考える。

4.2 他者関係の不変性の妥当性

それでは、本書の論理構成はなぜこのような矛盾を孕むものとなったのであろうか。本書では、戦後“さしあたって”変化したのは使用価値に基づく消費行動のみであり、他者関係は不変であったことが論じられている。このような他者関係の不変性は、シュッツによる理論によって論証されており、「レリバンス⁶⁾の体系は社会全体の構造化に基づいて動学的に運動し、個々人はその体系の中でのみ私独自の主観的世界を経験することである。……他者といかなる関係に入りうるかということは、この意味でそれぞれの社会の文化的伝統に規定されている」（本書：133-34）と論じられている。このような点から、限定合理的な他者関係が日本という特定の社会における“伝統”として埋め込まれており、消費形態はそれに付随するため、「戦後に至って敗戦のショックのもとで導入された西洋型の大衆消費社会は、……社会的な他者関係の下で構造的に埋め込まれた伝統的な消費行動の様式に簡単に取って代わるものではなかった」（本書：138）ことが主張される。

しかしこのような議論は、日本における敗戦の衝撃が生活様式にもたらす影響を低度に認識したものであると考える。先に挙げた富永が指摘するように、敗戦とそれともなう支配者の交代は「国民文化や国民精神の在り方が根本的に変化」（富永 1988：167）するようなものであった。そして何より著者自身も指摘するように、“さしあたって”の適応行動としてであれ、生活様式の一部である消費形態を大きく変化させざるをえなかった。このことから、終戦が絶大なインパクトを持つ出来事であったことは明らかであり、生活様式としての他者関係にも根本的な変化をもたらす可能性があったことは十分に推察できる。例えば、社会学者の橋本健二（2009）は戦後の社会状態について 1950 年代の映画や小説、出版において中上流階級の生活を描いたものがヒットしたという傾向から「より上の階級に対する欲望が、大衆レベルで育

6) 著者は、レリバンスを「関連性」（本書：135）として用いている。片桐（1993）によれば、常識の世界に生きる人間は、多元的な世界すべてに目を向けているわけではなく、それぞれが固有の観点から状況を定義し、そしてその限りにおいてかかわっている。本稿ではこのような、状況との関連性をレリバンスととらえる。なお、以降のレリバントも同義に用いる。

ち始めていた」(橋本 2009:113) ことに言及している。このような点からみれば、戦後日本社会の生活様式が変化しており、それに付随する他者関係は、著者が主張するような伝統的な限定合理性に基づいた身近なものではなく、もはや階級や階層といったマスのレベルに指向したものへと変化していたことは明らかであろう。

また、著者が生活様式の不変性の理論的根拠としたシュッツは、知識体系としての生活様式が不変であることのみならず、行為を通じてそれが新たに方向づけられるという生活世界の動学的側面も示している。「ある経験は、なるほど私の知識集積をなしている準拠図式と類型性とに難なく収められているけれども、その場合でもその経験は単に『やりすごされて』いるわけではなく、新たな状況のもとで類型の水準が十分でないことが明らかになることによって疑問視されるようになる」(Schütz, Luckmann 1973=2015:59)。すなわち、新たな状況における知識は、それまでレリバントであった解釈の不十分性を意識させ、それまで直接的にレリバントであるようには思えなかった別の準拠図式の助けを借りて解釈に向かうのである。この点を踏まえれば、著者による仏教に基づく伝統的な生活様式のもと戦後“さしあたって”導入された一時的現象としての西洋化という理論は、仏教に基づく生活様式が唯一の知識ストックとして既定されており、そのもとで人々が主体的かつ限定的に適応したという側面を強調したものであるといえる。しかし一方で、敗戦による社会状況の変化の絶大なインパクトと、それに適応し変化せざるを得ないという生活世界の動的側面が軽視されている。そのため、特定の日本の伝統に傾倒しすぎた議論であると言わざるを得ず、前項で指摘した論理構成の矛盾もこれに起因したものであると考えられる。

さらに加えれば、このような仏教に基づく限定合理性としての大衆消費社会を経て、現在における消費が伝統的なものへと回帰しているという主張もまた、同様の指摘が可能である。なぜなら、シュッツの論じたように現実の生活世界の認識がそれまでの経験の集積によって行われるのであれば、現代における消費行動は、伝統的な他者関係を唯一の知識体系とするのではなく、戦後の西洋型の消費形態の経験もまた包含したものとして捉えられなければならないためである。以上のような批判的考察に基づけば、現代の消費形態は、著者が主張したような伝統への回帰とは異なるものであることが示唆される。この点について、次節では本書の“伝統”という着想を用いながらも、回帰とは異なる形として現代における消費形態との関係性についての分析を行う。

5 消費と“伝統”の関係性

本書では、これまで考察してきたような限定合理性に基づき“さしあたって”導入された西洋的な消費形態が、1980年代を境に伝統的消費への回帰の傾向を示していることが論じられる。しかしながら前節において理論的文脈から論難したように、それは伝統的消費形態への回帰とは異なる現象であると評者は考える。本節においてはまず、前節で論じた理論的文脈をもとに、現代の消費形態の事例に対する考察を行うことで、それがどのような点で著者の指摘し

たような伝統的消費形態への回帰とは異なる現象であるかを明らかとする。そのうえで、「伝統的消費形態の商業化」と「ポスト・モダン消費論における限定合理性」という2つの点から、著者の用いた“伝統”という視点が消費分析においていかに導入可能であるかを仮説的に提示することで、著者の用いた視点の応用可能性を探る。

5.1 大衆消費社会の先に——伝統的消費形態の商業化

現代の日本の消費形態について、著者は「1980年代の『成熟した』消費文化論の混迷を経て、21世紀以降は伝統的な需要主導型消費パターンの復活へ向けて動き出している」（本書：327）と明確に論じている。それは1980年代以降、高度成長期のような供給側主導の大量生産と、同質的な“人並み”の生活を実現するための大量消費ではなく、生産者と消費者が相互に積極的に関わり合う、関係依存的かつ協同的な消費形態が生じていることによる。しかし、それは本当に生産者と消費者による関係依存的で、協同的なものであるといえるのであろうか。

著者は、このような変化が具体的に「メーカー・マーケティングの困難化」と「ユーザー・イノベーションの活性化」（本書：323）として生じていると主張している。前者については、ユニクロ、H&M、無印良品などの小売りブランドを挙げ、これらが「安価性・利便性という使用価値を追求する一方で、少量生産物とB級ブランドを用いた関係依存的な消費による社会的価値追及やプティックのコミュニケーションの場としての利用」（本書：328）しており、企業側が消費者の追及する趣味的・求道的消費を意識したものであると論じている。確かにこれは、より消費者に近い小売店による生産形態であることから、高度成長期のようなメーカーによる一方的な供給とは異なり、消費者の意向を反映しやすいものであるといえる。しかしながら、供給される商品は、サイズ・色・素材といった差異のもと高度に規格化された商品である。それはむしろ、著者が伝統的消費への回帰と捉えたような趣味的求道としての消費者の主體的な関わりではなく、ジャン・ボードリヤールが論じたように「消費という一時的水準を記号的体系へと全般的に再組織すること」（Baudrillard 1970=1979:98）ではないだろうか。著者は、この点について1980年代に盛んに語られたポスト・モダン消費文化論ではこの基礎理論部分が顧みられていないと論じつつも、そこで着目された「差異化」への指向は、伝統的消費態度への回帰の兆候であったと捉えている。しかし、このような事例からは、むしろ現代において消費のボードリヤールの側面がより徹底化され、消費者の個性や意向自体が、生産者側によって高度に規格化された大量生産品として方向づけられるという、供給主導の側面を多分に表したものであると考えられる。

さらに、後者の「ユーザー・イノベーションの活性化」については、コミック雑誌『少年ジャンプ』が読者アンケートによって掲載可否や順番を決めていたことなどを挙げ、「消費者と生産者の密接な価値創造における協同関係」（本書：329）によるものへと需要構造が変化したことを論じている。確かに、このようなアンケートの実施や「消費者の声を聞く」といったようなことは、現在においても消費財・サービスなど産業を問わず、あらゆる場面でみられるものである。しかしながら、このような点が実際にどれほど協同関係として成立しているかとい

う点には疑問が残る。例えば、企業によるアンケートが実施されながらも、企業側にとって利用可能な部分のみが予定調和的に利用されるという側面は、企業等によるアンケートが多々実施されながらも、その結果がデータとして消費者に公表されないような点からも推察可能である。

以上のように、現代の消費形態は著者が論じたような趣味的求道や関係依存的な側面はみられるものの、それは伝統への回帰とははっきりと異なるものである。なぜなら、このような事例は差異化や協同関係そのものをマーケティングや大量供給システムの一部として供給側が取り込んでいくものであり、結局のところ大部分の消費は、そのような方向づけられた供給主導のもとで行われると考えられるためである。それゆえ、このような消費形態からは、むしろ趣味的求道や関係依存といった伝統的消費態度そのものが商業化されるという側面を見出すことができる。それは、より徹底された供給主導の消費形態である。ここで重要である点は、このような側面によって、伝統的消費形態が意味を持たないものになったということではなく、むしろ我々が消費において趣味的求道や協同関係を重視しているということ——そのような点が商業的な意味のあるものとして取り扱われることによって——逆説的に示しているという点である。しかしそれは、消費者の意向をもとに大量供給品として高度に商品が規格化される側面や、「ユーザー・イノベーション的である」ということそのものが商業的意図をもってマーケティングや宣伝に用いられるという側面から見れば、伝統的消費形態の回帰とは異なる、伝統的消費形態そのものの商業化であり、供給主導型という側面を多分に含んだ消費形態といえるのではないだろうか。

5.2 消費社会論における“伝統”の導入可能性

前項では趣味的求道や協同関係といった伝統的消費形態が現代において商業的に用いられることを示した。この点からも、本書における現代の消費と伝統的消費形態を関連付けた議論そのものは分析視角として意義があり、更なる導入可能性があるかと評者は考える。これについて、日本におけるポスト・モダンの消費論を取り上げ、これが日本という特定の空間における“伝統”という枠組みとどのように関連しうるかを検討することでその導入可能性を仮説的に提示する。

著者も着目した1980年代以降の日本の消費形態は、ポスト・モダンの消費論として社会学の分野でも多分に論じられている。例えば、宮台真司(1994)による「島宇宙化」や東浩紀(2001)によって「データベース消費」として論じられた消費形態はいずれも「ポストモダンティという状況のもとで、新たな支配的価値が登場するわけではなく、さまざまな価値が認められ、並び立つ」(間々田 2007)という特徴を消費に見たポスト・モダンの消費論である。しかし、日本において特にこのような消費形態がポスト・モダンの消費として着目され、盛んに論じられたという点においては、ここにある種の日本という空間的な影響があったのではないかと評者は考える。本書は、消費者による新たな記号の創出や、大きな物語の解体と身近な他者関係への指向にその特徴をみたという点では、このようなポスト・モダンの消費論と同様

の現象への着眼である。しかし、著者はこれに加えて日本における“伝統”をポスト・モダンの消費論へ接続しており、このような視角は、ポスト・モダンをめぐる議論にさらなる分析可能性を提示するものであると評者は考える。なぜなら、先に挙げたようなポスト・モダンの消費論は「過去にモダン消費が中心の時代があり、現在はポストモダン消費の時代が到来しつつあるという、発展段階論的見方をとる傾向」（間々田 2007: 61）にあり、ポスト・モダンの到来という全世界的な前提のもと、その特徴として捉えられる消費形態を分析しているに過ぎない。そのため、それが日本において顕著に見られた理由や、盛んに論じられることとなった要因として考えられる社会的土壌、すなわち歴史的な文脈としての“伝統”との接続性については答えを持ちえないのである。

では具体的にそれはどのように示すことができるのであろうか。そこで再度言及したいのが日本人における限定合理的性格という本書の論理である。本稿では、それを鎌倉仏教に由来した唯一の知識体系として捉えた点に対して批判的考察を行ったが、日本人的性格としての限定合理性という概念自体は、現代の消費を分析するうえでも有意義なものであると考える。このような概念自体は、ロバート・ベラー（2007=2017）による日本人における「非軸性」⁷⁾の概念や、荻野昌弘（1995）が「現代化の論理」で示した日本の文化における時間概念⁸⁾とも似た特徴を持つ。これらに共通するのは、いずれも日本が西洋のような確固たる参照軸・時間軸を持ちえなかったことを主張している点である。この点から考察すると、「脱合理主義」「脱構造化」「シミュラクル」というポスト・モダンの特徴（間々田：2007）をもって論じられたこれらの議論は、いずれも参照軸や時間軸の無価値化や現在中心的な価値意識をその議論に内包しているといえる。しかしこれまで、このようなある種の日本人における性格的側面とポスト・モダンの消費論は同時に論じられてこられなかった。つまり、なぜポスト・モダンの消費論が日本において盛んに論じられ、受け入れられたのか、という点である。そして、そこには仮説的ではあるが、本書で論じられたような、日本において醸成された社会的土壌としての限定合理性や、現在中心的な時間軸が影響していると考えられ、ここに本書で提示された分析視角の応用可能性があるという点と評者は考えている。

6 おわりに

本稿では、日本の高度成長期と分厚い中間層の生成を、“さしあたって”の決意という主体的意識の側面から論じた点と、分厚い中間層の解体を従来とは異なる消費形態の変化から分析するという、本書における二つの新たな視点への評価を行った。これらの視点を評価しつつも、その根拠として、仏教を唯一の知識体系として、日本人における限定合理性という性格的

7) ベラーは丸山眞男による「日本思想は超越的もしくは普遍主義的な参照点を欠いている」という日本理解に着想し「非軸性 (nonaxial)」という概念を提唱した。(Bellah 2007=2017: 41)

8) 荻野は、文化政策を例に直線的な時間軸に基づき保存を目的化するフランスと比較し日本では常に現在を中心とした時間概念を前提としており「伝統が現代化する」ことに価値を見出すと論じている(荻野 1995)。

側面を論じることは、あまりにも特定の歴史的な文脈に傾倒した理論であり、そのために限定合理性に基づく“さしあたって”の近代化であったという著者の議論が論理的矛盾を孕んでいることを指摘した。そのうえで、著者が伝統への回帰とした現代の消費を、“伝統”という視点を踏まえつつ著者とは異なる形で分析を行い、さらなる導入可能性を検討した。このような点から、本稿では用いられた“伝統”という視点そのものは、現代の消費形態および1980年代以降盛んに論じられたポスト・モダンの消費論とも接続可能であり、特定の地域の歴史的な文脈との関係性を論じることによって、これまで消費分析において展開された西洋中心の理論では捉えきれない範囲を分析するという応用可能性があることを示した。現代における消費は、国家をいう枠組みを超え、グローバル経済や情報社会といった関係のなかに位置付けられている。しかしその一方で、現代においても、消費は繁華街や百貨店に代表されるように具体的な都市や地域と密接に結びついており、必ずしもそれらは国家や地域といった空間を超えて全く同一であるというわけではない。このような状況において、消費を特定の空間における歴史的な文脈から分析することは、より精緻に現代社会における消費と空間との関係性を描きだすことを可能とするものである。そのうえで、本書のような“伝統”という視点の導入は、空間と消費をめぐる議論に一つの有意義な視座を提示したと評者は考えている。

【参考文献】

- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン——オタクから見た日本社会』講談社。
- Baudrillard, Jean, 1970, *La Société de consommation : Ses Mythes, Ses Structures*, Paris : Denoël. (=1979, 今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店.)
- 橋本健二, 2009, 『「格差」の戦後史——階級社会 日本の履歴書』河出書房新社。
- 片桐雅隆, 1993, 『シュツツの社会学』いなほ書房。
- 間々田孝夫, 2007, 『第三の消費文化論——モダンでもポストモダンでもなく』ミネルヴァ書房。
- 三浦展, 2005, 『下流社会——新たな階層集団の出現』光文社新書。
- 宮台真司, 1994, 『制服少女たちの選択』講談社。
- 荻野昌弘, 1995, 「現代化の論理——文化財と日本」『関西学院大学社会学部紀要』73 : 67-73。
- 大澤真幸, 1994, 『意味と他者性』勁草書房。
- Robert, N. Bellah, 2007, “Confronting Modernity: Maruyama Masao, Jürgen Habermas, and Charles Taylor”, *Two Lectures by Robert N. Bellah : the maruyama lecture & seminar 2007*, Berkeley, Center for Japanese studies, University of California, 5-36. (=中島隆博訳, 2017, 「近代に向き合う——丸山眞男、ユルゲン・ハーバーマス、チャールズ・テイラー」『思想』1123 : 28-54.)
- Rostow, W. W. 1960, *The Stages of Economic Growth : A Non-Communist Manifesto*, London : Cambridge University Press. (=1961, 木村健康・久保まち子・村上泰良訳『経済成長の諸段階——一つの非共産主義宣言』ダイヤモンド社.)
- Schütz, Alfred & Luckmann, Thomas, 2003, *Strukturen der Lebenswelt*, Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft mbH. (=那須壽訳, 2015, 『生活世界の構造』ちくま学芸文庫.)
- Simon, Herbert, A. 1983, *Reason in human affairs*, Stanford, CA : Stanford University Press. (=佐々木恒男・吉原正彦訳, 2016, 『意思決定と合理性』筑摩書房.)
- 富永健一, 1988, 『日本産業社会の転機』東京大学出版会。