

研究ノート

消費者行動の背景

——その社会学的分析——

田 口 芳 弘

は し が き

一 社会学理論の準備的概観

二 消費者行動の社会学的分析

三 日本の場合への適用

む す び

は し が き

「経済学は日常生活を営む人間の研究である」というのは、アルフレッド・マーシャルの言葉であった。しかし経済学のその後の高度な発達には、ややもすれば経済学が人間学であることを忘れさせるものがあつた。そして経済学の技術化と分化の過程で折にふれて反省がおこなわれ、ときにはノスタルジアをこめて、ときには洞察力をもって、変らざる問題として経済社会の分析に関心が払われてきた。経済学者の間では、こうした関心はさまざまの異なつた

内容をもつのであるが、人間の日常生活の「場」である経済社会を分析する学問として、一括していわゆる「経済社会学」という名称を与える傾向がある。⁽¹⁾

ところで経済の経験的現象を考察する場合、それは経済的要因と非経済的要因の合成されたものと考えることができよう。そして経済学はこの非経済的要因を仮説のなかに封じこめている。しかし経済システムの安定性と不安定性が問題になるような場合、ある条件のもとでの相対的安定を可能とする経済学の仮定にたいし、起りうべき不安定の源泉をさぐるうとするには非経済的要因の分析にまでおよばざるをえないであろう。また横断的な現実の理論的分析と時間の経過にしたがっての歴史的 Analysis との相関が取りあげられる場合にも、経済の構造的変化が問題になり、経済学の理論的モデルで一定と仮定されたパラメーターの変化は非経済的要因にまでさかのぼらすことになる。さらに、経済理論の経験的適用、とくに時間と場所を異にし、異なった文化的・社会的構造をもつ社会に理論を適用する場合、国際的比較研究において非経済的要因への考察に眼を向けざるをえない。

近年、計量経済学モデルの現実への適用にあたって、また各国の経済成長ないし経済発展の実際問題を取り扱かうにあたって、純粋に経済的な要因以外の諸要因の影響にかなりの注意が払われるようになり、いわゆる「経済社会学」の問題への関心が復活してきたことは理由のないことではない。一部の経済学者は経済成長にともなう経済外の諸要因をその分析のなかに組み入れようとしており、一方、社会学者のなかには都市化、工業化にともなう経済発展と社会変化の理論的分析に関心をよせて社会学的分析方法を用いて同じ問題に接近しようとするひととがあり、また社会心理学者の間でも経済発展の心理的側面の分析がおこなわれている。今日では、分析の方法の相違こそあれ経済社会の問題について多くの共通の関心が存在し、議論の共通の場が開拓されつつあるようである。

こうした最近の傾向のなかにおいて、経済事象のなかでも消費者行動こそ、こうした経済学の従来の学問領域をこえて他の社会諸科学と関心と分析をわかちあうのにもっともふさわしい問題の一つであると思われる。それが直接的に個性と背景を異にする個々の人間によって営まれているがゆえに、かなり非経済的要因に左右されることの多い問題であり、経済学のなかでは比較的整地のおくれている分野に属する。そして最近他の社会科学とくに心理学の領域において組織的な分析のすすめられている分野であり、それぞれの学問の領域の境界線上にある問題に接近し、あるいは領域をこえての協力と総合的分析を達成しうる「接点」として適当な問題の一つであろう。

われわれはここに人間の経済生活における「日常的なもの」、ある意味ではもっともルーティン化されたステレオタイプの行為である消費者行動の背後にひそむ「非経済的な」要因を追求するために、消費者行動と価値体系との関係の社会的分析をとりあげることにした。それは日常生活における人間の生活様式を決定するものがあるのである。そしてその生活様式を破壊し変更するものがあるかを明らかにし、われわれの「生活の背景」のペースペクティブを示してくれるであろう。そしてそれが日常生活の場における人間の分析の第一歩となりうるであろうと思われるからである。

(1) 経済社会学という言葉はかなり不用意に使用されている。ややもすればそれは経済学に固有の領域外の問題を取り扱う学問として一括して考えられ、経済学の学問的分析方法にたいする「経済社会学」という独自の分析方法が存在するように思われがちである。しかし、それは知識社会学、文化社会学、宗教社会学等々と同じように経済を対象とする「社会学」であり、そこでの分析方法はあくまでも社会的なものであるはずである。これはエアリア・スタディーズのような二つ以上の学問の領域にまたがる総合研究のさいに、つねに議論される interdisciplinary approach か multidisciplinary approach かという問題に関連するものである。

一 社会学理論の準備的概観

こうした経済の社会学的分析として、われわれはパーソンニアン分析を取りあげることにした。経済と社会の問題に関心をもつ社会学者は少なくないであろうが、タルコット・パーソンズ (Talcott Parsons) の理論をとりあげたのは、たとえそれが社会学者の間においてさまざまな評価と批判があり、社会学者にとっても、まして経済学者にとつてはきわめて抽象的で難解なものではあつても、それが社会学の世界における新しい発展であつて、わが国においても関心をよせるひとびとが多く、アメリカの社会学界のみならず社会科学の諸領域において彼の影響力が非常に強いというばかりでなく、問題意識において経済学者との共通の場がかなり多くみとめられるからである。

パーソンズの社会学理論は、マックス・ヴェーバー、エミール・デュルケーム、ヴィルフレッド・パレートの流れを受けついで社会学の長い伝統のなから生れた理論であつて、彼および彼の⁽¹⁾一門のひとびとによつて発展させられ「行為の理論」 (Theory of Action) として知られるようになったものである。パーソンズの理論の詳細な説明をする余裕はないが、ここでは以下の議論に必要なかぎりにおいて若干の主要概念とそれが社会分析に適用される方法について、簡単にふれておくことにする。まず行為の四つの次元、あるいは四つの体系について説明しておこう。

社会行動とは、あらゆる集団が直面せざるを得ないある種の問題の解決のためのものとみなされる。たとえばそれぞれの集団はその環境に適應しなければならず、その社会存在のよりどころとする目標を達成しなければならず、その成員をなんらかの連帶性によつて統合しなければならず、また個人の間におおきな緊張を生じさせないで集団関係を規定する価値を維持しなければならない。これら四つの問題はパーソンズによつて、*適応 (Adoption)*、*目標達成*

(Goal Attainment) 統合 (Integration) および潜在性 (Latency) ないし類型維持と緊張処理 (Pattern Maintenance and Tension Management) とよばれ、この分析図式は今日では社会学理論の共有財産になっている。

社会行為の理論の中核をなす部分は社会体系の理論 (Theory of Social System) とよばれる。パーソンズによれば、「社会体系というのは、社会的・文化的な水準における二人もしくはそれ以上の行為者 (actors) のあいだでおこなわれる、なんらかの相互行為 (interaction) の過程によって生ずる体系である。」⁽²⁾ 相互行為の過程において、体系が機能していく上での直接の意味ということで行為が分析される場合、それは体系の維持にたいする「貢献」ないし課題の成就としてパフォーマンスあるいは遂行 (performance) とよばれ、行為を受けるがわの状態におよぼす効果という観点から分析する場合、サンクションあるいは制裁 (sanction) とよばれる。

行為の体系としての社会体系が作用していくためには、さきに述べた四つの基本的機能的問題を解決していかねばならない。こうした四つの問題にしたがって全体社会は四つの下位体系に分化される。経済は適応の機能が卓越する分化した全体社会の下位体系である。この適応の機能とは消極的には外部的状况の緊急事態 (洪水、飢饉、不作等) からくる制約を最小限におさえることであり、積極的には価値ある目標達成の手段である資源と富と所得を最大限に所有することである。

パーソンズによれば、したがって「経済はより大きい体系——すなわち社会——の一つの下位体系である」⁽³⁾ ということになる。そして他の三つの下位体系が全体社会に必要な他の三つの機能をそれぞれ第一次的に受けもっている。目標達成を受けもつ下位体系は社会の政治的機能を焦点としており、この下位部門をパーソンズは「政治」(polity) とよんでいる。政治の目的は社会がその集合的体系目標を達成する能力つまり権力 (power) を最大にすることである。

社会の総合を受けもつ下位体系は、より上位の社会体系がはなはだしい内部葛藤をおこしたり、内部調整がうまくいかなかったりしないように文化的価値類型を個々の行為者の動機づけの構造と関係づける。これが価値類型の制度化をささえている。社会の統合を受けもつこの制度体系 (system of institution) は行動を統制する能力すなわち連帯 (solidarity) を最大にしよつとす。

類型維持と緊張処理を受けもつ下位体系は制度化された文化に焦点がおかれ、価値指向の類型に集中する。類型維持と緊張処理は、体系そのものでなく体系の単位に焦点をあつめる。統合が体系のなかの単位の間関係であるのにたいして、類型維持は単位の内部の状態と過程であり、個々の行為者の動機づけ (motivation) に関する。この体系では文化的価値に同調する動機づけの維持がパーソナリティーの中に求められ、価値への同調の報酬として尊敬が与えられる。尊敬が相互に比較されるとき威信 (prestige) とよばれ、威信は類型維持のための制度化された価値体系にうまく合致するように行為する能力である。

ところで全体社会の下位体系である経済体系自体もそれみずからの目標達成、適応、統合、類型維持という緊急事態をもつ。経済活動の主要目標、したがって体系としての経済の主要な目標は、「生産」あるいは効用の生産、すなわち欲望を満足させるかぎりでの財およびサービスの生産である。生産は資源の側のコミットメントと欲望の一覧表の関数である。この需要の状態と生産の条件はたえず変化する。したがって、一定の資源のコミットメントにたいして期待される消費者需要に適應するため経済内部で一組の過程が分化してゆく。この分化した経済の側面が「生産」——分配と販売をふくむ——の下位体系である。経済の適応部門は、消費しうる資源を消費と生産の継続のために配分することに關する。生産のための資金の調達と投資の問題である。経済自体の統合は、生産要素の組織化を調整す

る問題である。それは企業者の機能する領域である。経済の類型維持の部門では、経済上のコミットメントの価値類型の制度化、文化的・社会的水準における技術状態と非経済的側面の社会体系の組織化、物理的水準における一定量の資源と動機づけ水準における生産機能のコミットメントがおこなわれる。これらは社会の果す経済上のコミットメントであり、それが一定量の資源を経済的生産に用いることを保証するのである。

ところで、消費はこうした経済体系のなかにどこに位置するのであろうか。パーソンズによれば、さきに区別した社会の四つの第一次的機能を受けもつ下位体系、すなわち政治体系、経済体系、制度体系、動機づけの体系のあいだにはある種の対応関係が存在し、経済循環における実物の流れとそれと反対の方向に動く貨幣の流れに類似するような体系の境界をこえたインプットとアウトプットの境界相互交換 (boundary interchange) が存在すると考えられる。そして消費者行動は、経済体系と動機づけの体系、つまり類型維持を受けもつ下位体系とのあいだの境界相互交換に関係するものである。

社会体系の理論によると経済単位としての家計 (household) あるいは社会学的意味での家族 (family) は類型維持を受けもつ動機づけの体系のなかに特定の位置をしめるものである。家族の第一次的アウトプットは人間の動機づけを組織化することである。これは幼児の社会化ならびに成人の緊張処理の二つをふくみ、この二つはともに社会の中枢的価値類型に関係づけて理解される。経済体系から動機づけの体系へ、とくに家族に消費財とサービスが経済体系のアウトプットとしておくりこまれ、逆に家族の側のアウトプットとしての労働用役が経済へのインプットとしておくりこまれる。この二つの体系のあいだの境界関係は対称的な相互関係にあり、どちらも互いに第一次的な目標の産物たるアウトプットを交換しあっている。家族は経済をつうじて社会にたいする労働用役の「生産者」としての機能を制

度化し、経済は消費者の欲望をみたすことを第一次的役目として所得を生み出すという目標を有する。そこで消費者行動は生活体としての人間が生物学的要求を充足するということだけではなく、社会学的にはパーソナリティーとしての人間が、学習のためのシンボル・メディアを供給され、人間関係における価値を与えられねばならないということであり、家族の有する生活様式は抽象的なものでなく経済的に具体的な内容をもつものであるとともに、その内容とそれを実現する様式は、文化の類型の内部で生ずるものであるはずである。ちなみに経済体系と政治体系との境界相互交換では生産力と資本が対称的に交換され、経済体系と制度体系とのあいだにはあたらしいアウトプットの結合と組織化あるいは企業者機能が交換される。

以上のような社会体系における機能の分化に関連しつつパーソナリティは集合体 (collectivities) 内部における役割 (roles) の分化を考える。行為体系は流動状態から次第に固定化した構造をもつものになり、行為の主体の役割が次第に明確化していくのである。こうした構造づけは社会的には別々の水準でおこるものであり、社会的行為の中枢的要素であって、意味の文化体系における「一般性の水準」(levels of generality)、つまりなににでもつかえる潜在的 가능성이特殊化していく段階に関連していると考えられるのである。

境界相互交換のシンボリックな内容もまた一般性の水準を異にする一連のシリーズをなしていると考えられる。そして消費者行為もそれと対称的な労働と同様に一連の一般性の水準において考えられ、スペシフィシティの度をすすめていくにしたがって、つまり特殊化の過程をつよめるにつれて経済過程のなかに組み入れられ、逆に一般性の段階をつよめるにつれて経済学の考察の範囲から除かれて、心理的、社会的、文化的色彩をつよくするものとみなされるのである。

行為の理論で用いられる構造単位の観点からみると、一般的段階から具体的段階へ下ってゆけば、価値から、規範、集合体、役割という順序になる。「価値」(values)と「規範」(norms)は、本質的には文化的要素で、制度化の過程をとおして社会体系の構成要素になっている。それらは文化の基準で、それによって行為と行為の目的が評価される。それらを支持する広い社会的一致が存在する場合、それが制度化されているといい、社会の成員は制度化された価値と規範にコミットすることによってサンクションあるいは賞罰をうける。価値は社会の有する望ましい社会行為にかんする最も一般的な概念ですべての社会集団にあてはまり、かならずしも具体的である必要はないが、規範は特定の社会関係にたいする価値の特殊化であり価値より具体的である。集合体(collectivities)は特殊な社会機能を遂行しているいは特殊な目的を達成するために存在する特殊な社会組織であり、その行為の型を支配する制度化された諸規範の特殊類型に従属する。社会の個々の成員は彼らが特殊な集合体の成員であるかぎり、それらの集合体において役割(roles)をもつ。役割は特定の集合体をとおして介在しているものとしての規範体系によって支配されていると考えられる。

- (1) パーソンズの行為の理論は次の一連の著書のなかで発展を遂げた。Talcott Parsons, *The Structure of Social Action*, New York, McGraw-Hill, 1937; Talcott Parsons, *The Social System*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1951; T. Parsons et al., *Toward a General Theory of Action*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1951 [永井通雄・作田啓一・森本真訳『行動の一般理論』日本評論新社、昭和三十一年]; T. Parsons, R. F. Bales & E. A. Shils, *Working Papers in the Theory of Action*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1953; Talcott Parsons, *Essays in Sociological Theory*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1954; Talcott Parsons, *Family, Socialization and Interaction Process*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1959; T. Parsons & N. J. Smelser, *Economy and Society*, London, Routledge and Kegan Paul, 1957 [森本真一訳『経済と社会 I・II』岩波書店、昭和三八・三九年]。

- パーソンズ理論の応用としてはイギリス綿業に適用して分析した Neil J. Smelser, *Social Change in the Industrial Revolution : An Application of Theory to the British Cotton Industry 1770-1840*, Chicago, Ill., The University of Chicago Press, 1959 などがある。またパーソンズ理論の全面的な批判的検討として Max Black, ed., *The Social Theories of Talcott Parsons : A Critical Examination*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1961 が存在する。
- (2) T. Parsons and N. J. Smelser, *Economy and Society*, p. 8. 邦訳一五ページ。
- (3) *Ibid.*, p. 46. 邦訳一七二ページ。

二 消費者行動の社会学的分析

こうしたパーソンズの社会行為の理論の枠組みの上になつて、消費者行動のより立ち入った分析をおこなつたのは、ハワード・E・ローズボロウ (Howard Ernest Roseborough) であった。彼の研究は、パーソンズとスメルサーが『経済と社会』 (*Economy and Society*) のなかでおこなつた分析より、はるかに具体的で綿密である点において、経済学的研究におおいに参考になるばかりでなく、その業績が、わが国では社会学者のあいだにおいてさえ、ほとんど知られていないと思われるので、ここに繁をいとわず、すこしく詳細にあとづけてみようと思うものである。

消費支出の社会学的分析が、社会行為としての消費者行動の研究としておこなわれるのである。ローズボロウは、「人間行為の研究の中心的理論的問題の一つは、人間のエネルギーが具体的行為に変形、交換される前に通過すべき諸段階を決定する問題である。……(そしてこの) 変換の過程は、人間行為の他のものを理解するのと同様に消費(者行為)の理解にも適切なものである」という人間学的関心から、その分析をはじめるのである。⁽²⁾

1 人間行為と価値体系

消費者行動の背景

「人間は物質的環境のなかに住む生物学的存在であると同時に、種々の目標を追求する社会的存在でもある。」⁽³⁾目標達成のためには、行為の発動と調整が必要であり、それは環境条件へのなんらかの適応に依存する。目標追求は一時に目標ではないので、目標の複数性は葛藤 (conflict) の可能性をはらんでおり、その葛藤の調和と統御の手段が必要になる。目標追求のための十分の動機を維持しうる内的緊張を保つとともに、人間間の秩序が必要となるのである。環境に対処する行為についての、なんらかの規則と規制 (rule and regulation) が存在せねばならぬということである。この環境のなかに生存する方法は、前節で述べた社会体系の四つの問題——目標達成、適応、統合、潜在的類型維持と緊張処理——に左右される。

全体社会体系および社会下位体系でこれら四つの問題を解決することの必要性が存在するが、人間のエネルギーがこれらの問題の一つの解決に限られるものではないので、各問題へのコミットメントのバランスを必要とし、そのバランスは、その社会の成員が最高のものと考える価値体系に依存する。逆にいえば、価値体系が、四つの問題にコミットする人間のエネルギーの水準を支配するのである。

個人および社会自体が環境のなかで生存するためには、社会は環境条件に対処する方法をそなえねばならない。この社会の適応の問題の解決は、彼らパーソニアン⁽⁴⁾のいわゆる「生産力の理念」(idea of productivity) に包摂される価値複合体に依存する。しかし、この問題に向けられる人間のエネルギーのレベルには、一定の限界がある。生産力は生存にたえぬほど低いものであつてはならないが、他の価値、社会の存在に必要な社会関係の維持の遂行をさまたげるほど強すぎてもならない。価値体系は人間のエネルギー使用のヴァリエーションをもたらし、使用の重点は社会によって異なるが、価値体系が人間行為を支配することはたしかである。われわれの問題はその効果を決定することにあ

る。

そこで、この価値体系——より正確には意味の文化的体系——が具体的行為を支配する方法を、もっとも一般的な文化的意味の水準から、その体系の分化していく一連の水準において彼はとらえようとするのである。そこで、任務に指向される一団の成員が任務との関係における決定に到達する仕方と社会化を通じての規範の内面化の過程の分析が重要となる。

具体的行為にふくまれるエネルギーと価値体系との関係は、つぎのように考えられる。

(一) 行為に具体化するエネルギーは、もっとも高い一般性 (generality) の水準においては、宗教的価値をもっとも決定的要素とするような超従属的価値体系 (superordinate value system) にコミットすると考えられる。アメリカ社会においては、この超従属的価値体系は、カルヴィニズムに端を発するユダヤ・キリスト教的伝統が中心的特徴で、ヴェーバーの分析したように禁欲的プロテスタンティズムのいう非経験的目標の経験的解釈、つまりこの世をより住みよい場所にする事による「地上での神の王国の創造」であり、これがエネルギーのコミットメントにおいて道德律の基準をなしており、この道德的教訓がハード・ワークの倫理を支え、この世をよりよくしようと信ずることによってのみ、効果的な働き (effective work) を強調する。罪深き者の救済と安楽と寛容を強調するキリスト教人道主義に、高い価値がおかれている。

(二) 第二のやや特殊化した水準では、エネルギーは、その社会が至高のものとする特殊な価値指向へのコミットメントとしての超従属的価値へのコミットメントと考えられる。超従属的価値は、それぞれの社会での支配的価値指向にてらして、より特殊化されるのであるが、近代産業社会、とくにアメリカ社会においては、普遍主義的要素

(universalistic element) と業績本位主義的要素 (achievement element) の結合がみられる。普遍主義によれば、エネルギーのコミットメントは、その人間の性質に無関係な一般的規則にしたがって判断される。なにをなしたかではなく、エネルギーがうまく使われたかどうか、判断の基準になる。と同時に、行為の領域いかにかわらず、各人は同等のエネルギーをコミットすべきであるということになる。年齢、性別、社会的地位による差別は存在しないのである。業績本位主義は、エネルギーのコミットメントに特定の方向を与えるものである。努力が、それ自体絶対的最終的達成の不可能な目標の追求に向けられているときに、つまり努力により状況を改善し将来より大きい業績達成を可能にする場合に、もっとも高く評価される。アメリカ社会では、この二つの要素が組み合わされて、適応問題の解決に向けられる努力という意味における働き (work) に、もっとも高い価値を与えることになる。そこでは、働きを特殊な社会目標の達成としてではなく、一般的基準にてらして能率と合理性にしたがって判断し、その働きの結果が状況を改善するかどうかにしたがって判断することになる。

(三) 第三のより特殊化した——機能的分化の——水準では、エネルギーのコミットメントは体系の問題に重点がおかれる。アメリカ社会では、第一次的重点は社会の適応問題の解決であって、伝統的関係の維持あるいは相互関係の調和とバランスの追求ないし集団的目標の達成ではなく、主として生産力価値 (productivity value) の行為における実現が強調されている。

(四) 第四の水準では、エネルギーのコミットメントの妥当性を判断する価値基準を明確にすることによって、全体社会体系のなかにおこる機能分化の方法が強調される。努力は、行為の領域にかかわりなく生産力価値によって設定された基準に合致するとき、それはうまく使われたことを意味する。努力は効果的、合理的に用いられた場合に、も

っとも高く評価される。この活動の合理性と能率は、適応問題以外の体系問題にも適用される。アメリカ社会では、政治やレクリエーション、プレーにもこのことが当てはまるのである。

(五) エネルギーのコミットメントは、他との関連で段階的に価値づけられた特定の集合体にてらして特定の価値をつけられる。努力は特定の集合体に向けられねばならず、これらはお互いに他と相対的に評価され、業績達成のために状況を改善する活動をふくむ努力が、もっとも高く評価される。アメリカ社会では、原子力や鉄の生産の研究がアーサー朝の研究よりも、経済が教育よりも高く評価されるのである。

(六) 努力は集合体の維持への貢献度にてらして、分化的に価値づけられる。努力は集合体のみならず集合体内部の特定の役割の範疇の構成要素に向けられ、ここでも相対的に評価される。企業の目標達成のための状況改善の努力は、目標達成に関連する努力そのものよりもより高く評価される。重役や技術者の働きが工場労働者の働きより高く評価されるのがそれである。

(七) もっとも具体的な水準においては、個々の努力は具体的行為の過程を規制する規範(norm)にいかに関与しているかに応じて、分化的に価値づけられる。努力がその任務に能率的に向けられているとすれば、ハード・ワークの倫理は個々の努力を評価する基準である。しかし、それが能率的であり企業の期待に應ずるものでなければ、ハード・ワーク自体は高く評価されないのである。

これらの価値の一般性の水準の内容は、すべての社会において同一というものではない。しかし、文化類型学的な社会の相違に対応する価値体系の相違を、ここで論ずることはできない。

2 価値と生活様式

これまで、価値体系が社会を維持する諸目的への人間のエネルギーの配分に影響することをみてきた。人間はしかし、エネルギーを配分するだけでなく、社会の価値を行為のなかに実現しなければならない。いいかえれば、社会が高く評価する相互関係の維持と目的の実現のために努力をコミットする動機をもたねばならない。この動機づけ (motivation) は、二つの過程を前提とする。

相互関係の構造のなかに、その関係にふくまれる役割の期待 (role expectation) に順応するためのサンクションの体系、賞罰の体系が組み込まれねばならない。また、パーソナリティーのなかに、社会化の過程を通じて、人間をして社会において価値ありとされる種類の行動をのぞみ、サンクションをのぞんだりおそれたりさせる動機の体系 (system of motives) が組み込まれねばならない。

消費財とサービスは、これらの問題の解決に役立つもので、アメリカ社会では、財とサービスは一種のサンクションとして働くと考えられている。財を所有しサービスを支配する能力は、役割期待をみたすことの報酬 (reward) であり、相互関係の構造のなかでの価値実現の権利の象徴である。それはまたパーソナリティー体系に内面化され、パーソナリティーの均衡を維持するための、行為するものとしての自己の概念を維持するのに本質的なものになる。サンクションとしての消費財とサービスは、価値実現に必要な義務と責任にたいする動機的コミットメントを維持するという機能を果し、価値のシンボルとしては、行為する人と他の人の双方にとって、目標達成の水準を示すことで動機づけを維持するのに役立つのである。

消費財とサービスは特殊な型のサンクションであり価値実現の報酬であると同時に、それらは価値を実現する用具 (facilities) でもある。その所有は、社会的目標追求の権利があることを意味するだけでなく、目標の追求を助けるもの

でもある。それらは、結果的には、他の目標達成のための必要前提条件として、それみずから追求さるべき目標となりうる。そして、目標としての消費財とサービスは、社会成員に必要な生活様式の一面を象徴するものである。

社会的に承認された「生活様式」(style of life)というのは、行為における社会的価値の実現と純粋に個人的利益の追求との間にある種のバランスをうちたてるための手段である。社会的な生活様式があるということは、社会的価値の過去の業績達成の報酬と将来の実現の権利の双方をしめしているのである。

具体的行動の努力のコミットメントは、価値体系の一般性の水準へのコミットメントをふくんでいるように、平行的な一連のサンクシヨンと用具へのコミットメントをふくんでいる。ここでもまた、一般性の七つの水準にわけて考えられている。

(一) もっとも一般性の高い水準からみていくと、行為において価値を実現するためには、ひとはサンクシヨンとして他人に影響をおよぼす権利を受けとる。彼は他人の活動、他人の時間、他人の所有物にたいする請求権あるいは支配力(claim)をもつ。この力の経済的側面が「一般化された購買力」(generalized purchasing power)とよばれるものである。それは、価値体系が適当と定める範囲内で用いられねばならない。彼がそれを行使する場合、彼の請求権は生活様式を支配する一般的能力に制限される。そこでこの生活様式は、特殊化の第二の水準ということになる。

(二) 社会の生活様式(style of life)へのコミットメントは、価値ある活動を遂行するために本質的に必要だと考えられる用具へのコミットメントをふくむ。したがって、生活様式は社会の価値指向の関数である。アメリカ社会での普遍主義的、業績本位的類型は、その生活様式にとって二つのことを意味する。その努力によって行為の状況をうまく改善するひとは、その生活様式にふくまれるすべての用具にあずかる権利がある。努力の判断にあたり、ある特定の

人間の性質が考慮されなかったように、この生活様式も人間あるいは相互関係の性質に無関係に、そのひとが努力をそそぎ、その努力の結果が価値ありと判断されるかぎりには、彼はアメリカ的生活様式の用具のすべてに権利をもつのである。アメリカ社会での生活様式におけるこの平等主義には、標準的財の大量生産とすぐれた分配技術があずかっていることはいうまでもない。

(三) 特殊化の過程は、生活基準 (standard of living) への一般化された購買力のコミットメント、価値指向により強調される体系問題を促進する用具への購買力のコミットメントをふくむ。アメリカ社会では、適応問題の解決に貢献する用具が強調される傾向がある。環境的な偶発事件を支配する用具への購買力の集中度が大きく、伝統的關係、互恵的責務の体系を維持するための用具の強調が少ないのである。自動車、電気機具、その他多種多様な耐久消費財や社会保障、各種加工食品等々は、具体的レベルでの適応問題の強調のあらわれであると考えられている。

(四) さきの三つの水準では、消費財とサービスの需要の創造される経緯を後づけたのであるが、第四の水準においては、一般的購買力は消費基準 (consumption standards) と呼びうるものにいつそう特殊的にコミットする。アメリカ社会においては、用具は、状況問題を解決するさいの能率を強調する一般的規則にてらして判断すべきだという前提が存在する。そこで、ひとがある種の食物を選択するのは、それが栄養基準に合致するからであって、先祖がそれをたべていたとか、味がよいからということではない。同様に、家具、衣類、住居、交通手段のための「機能的」デザインに高い価値がおかれるのは、これらの用具が、第一次的には時間と空間の利用、保全と補修、保護と快適さに関する一般的基準にてらして判断されるのであり、ただ二次的にのみ、その用具の関連ある意義、歴史的意味のような特定の基準にしたがって判断されるにすぎない。そこでは健康と体力、快適さと清潔さ、スピードと時間厳守の基準

が、美的基準ないし宗教的感情、親孝行や国家への忠誠以上に高く評価されているのだと考えられている。

(四) 特殊化の第五の水準においては、消費基準に適合する用具は、努力のコミットされる集合体の構造の関数である。購買力は彼のいわゆる生活面 (planes of living) にコミットしている。価値評価の異なる集合体の存在は、異なった生活面の存在を通じて認められる。生活面は類似の基準をみたす違った財とサービス、あるいは財とサービスの質の相違という点で、お互いに異なるであろう。もっとも高く評価される活動に努力をコミットするひとつとは、より高い生活面への権利をもち、それに購買力を使うと期待される。アメリカ社会では、生活面の相違は、違った財によってではなく、同一の財にからまる品質的特徴によってあらわされると考えられる。たとえば、自動車はアメリカ的生活水準の一部であり、アメリカでの中心的消費基準をみたすものである。すべてのひとが自動車を所有するか所有し得るが、各生活面において自動車の質の相違が存在するのである。一方個別主義的、所属本位的指向類型にもとづく生活様式の社会では、生活面は質よりも、より財とサービスの種類において、お互いに異なるであろう。

(五) 第六の水準においては、生活面を構成する用具は、集合体内部の分化した役割範疇の一つの関数である。購買力は彼のいう「消費水準」(consumption level) にコミットされる。集合体の違った価値評価の役割の存在は、生活面内の違った消費水準の存在によって裏づけられるのである。消費水準はなによりも違った財とサービスによってお互いに相違するであろう。年齢、性別の相違から生ずる消費水準の相違は、このもっとも明白な例である。

(六) 特殊化の第七の水準では、特定の財とサービスへの購買力のコミットメントは、人間の遂行する具体的任務の評価の関数である。言葉のもっとも具体的意味において、活動が欲望を生ぜしめるのは、この水準においてであると考えられる。

消費における文化的意味とその遂行の体系の一般性の水準

水 準	価値コミットメント	サンクショonz (用 具)	動 機 づ け
7	超従属的価値へのコミットメント	「請求権」(一般化された購買力)	第一次的な, 社会化された動機づけ
6	社会の至高価値へのコミットメント	生活様式	一般化された遂行の能力
5	主要社会価値に従属するものとしての下位体系の価値	生活基準	訓練された能力
4	エネルギーへの適当なコミットメント	消費基準	行為領域における成員の卓越
3	集合体目標の正当化	生活面	集合体類型への努力のコミットメント
2	分化ないし特殊化した努力の正当化	消費水準	集合体内部の機能
1	努力とその発揮の評価	財とサービスの評価	任務遂行における努力の利用

消費者行動の背景

(五八) 五八

経済学でいう所得と消費支出の関係、購買力と消費需要の関係は、社会的にはこれらの一連の異なった水準の価値の制度化的コミットメントをふくむのである。財とサービスの需要の創造は、価値の制度化のこの三つのもっとも一般的な水準に関連する考慮にてらして説明するべきであるが、それだけでは特定の財とサービスの需要の説明にはならないので、さらにつきの四つの水準の考察が必要になるとロースボロウは考えるのである。特定基準の質と遂行をみたす財とサービスの選択を説明する考察、特定生活面とそれを象徴するような財とサービスの選択を説明する考察、生活面とそれを構成する財とサービスの複合体内部において特定の消費水準の選択の決定に影響する考察、特定の財とサービスの選択に影響する考察が必要になるというのである。そして、経済学における消費者需要の理論は、この一般化の最後の水準、あるいはせいぜい彼のいう消費水準あるいは生活面の水準にまでさかのぼって考察されるにすぎない主張するのである。

3 消費基準と社会体系問題

つぎの消費基準のレベルにおいては、ローズボロウは社会的価値体系をレファレンス・ポイントにとり、消費の意義を四つの社会体系の問題に関連して取り扱おうとする。

ひとびとは一定水準の需要を充足するに先立って働き、財とサービスを生産せねばならない。ひとびとはただ働くだけでなく、彼らの行為のなかに社会で強調される価値の体系を実現することにコミットし、そうすることによって報酬を求めることに動機づけられねばならない。そのために行為の過程とひとびとの間の関係を支配する規則と規則が守られねばならない。それらは行為が目標達成のために秩序づけられるようにつくられるばかりでなく、環境的偶発事件に対応し、相反する利害を調和させ、文化的意味の体系を維持するようにつくられたものでなければならぬ。すなわち行為を支配する規則は四つの体系問題の解決を与えるものであることが必要である。

需要をみたすための財とサービスの生産に働くという事実から出発して、仕事の責務を認めることは生産力に関連する価値体系へのコミットメントを意味する。このコミットメントは価値体系の維持に必要な規則と規制の存在を必要とし（類型維持機能）、生産は社会が外部の偶発事件に対応するための規則と規制を必要とする（適応機能）。価値の制度化の第四の水準で類型維持体系と適応体系の関連がおこる。価値ある生産基準にしたがって働くという責務をみるとめるかぎり、彼は生産したものを請求する権利を受けとる。そのものが彼の高く評価する消費基準に合致する場合、この請求権は報酬として受けとられる。一方、企業は消費基準をみたすものをつくる責務があり、逆に生産基準をみたす労働用役を請求する権利をもつ。生産基準と消費基準のバランスは、全体社会体系の安定の維持に貢献する。生産力基準は体系の外部的条件に適合する水準をきめ、消費基準がその水準を維持するに十分な動機を行為者にもたらず。この二組の基準は同一の一般的価値体系からでているが、相互依存的で違った機能を果しているのでは

る。

消費基準は一組の基準ではなく、それぞれに違った体系機能を果す四組の基準をふくむものとみなされる。それは生活基準、地位評価基準、趣味道德基準、保護基準である。

(1) 生活基準 (standards of life) は社会の存続にとって中心的な重要性をもつ消費基準をふくんでいる。それは社会の成員全部ないし大多数によって共通にいだかれており、それをみたとサービスとサービスの請求権を得ることによって成員の行為のなかに実現され、さらに行為者が社会の成員としてのいつその請求権を得るのを助ける。したがって、生活基準は社会の内部に地位を確立している成員としての行為者の一般化された地位を安定さす機能を果す。中心的消費基準をみたと用具をえらぶことは「良き市民」(“good citizen”)の行為である。権利には義務がともなう。もし彼がその社会のなかで行為のなかに中心的消費基準を実現することによって社会に認められた成員 (acceptable member-ship within the society) であることを主張するなら、社会の成員が共通にいだく他の価値にたいする基準を行為のなかに実現するという反対の要求が、彼に課せられる。良き市民は、社会の成員が共通にもつ宗教的価値、政治的価値、家族価値、快楽的価値を受け入れる責務がある。生活基準は目標達成問題の解決に彼立つものである。社会に地位の確立した成員になることは、生産に直接関係のある体系目標の達成のためとその他の体系目標との両方のためにエネルギーを適当に發揮するのに必要な要件である。社会に地位を確立した成員になるためには、行為者は基準にあった財とサービスを積極的に求めることによって、衣食住、移動、余暇のなんらかの最小限の基準に応じて行動しなければならぬ。そうした財とサービスが「文化的最低生活」(cultural survival)のために必要である。その具体的内容、具体的財とサービスの複合体が消費生活の「標準バスケット」(standard package) とよばれるものである。その内容

は社会によって異なるものであり、大切なのは標準バスケットの財とサービスが、社会の成員によって共通にいだかれている生活基準に合致することであって、それが特定の質の財とサービス（たとえば牛肉、生鮮野菜、ナイロンの衣服、電気冷蔵庫、自動車といった）をふくんでいることではない。

(2) 地位評価基準 (standards of status evaluation)。ここにふくまれる消費基準は各人にとって等しい重要性をもつものではないまでも、社会の存続に必要なものである。行為における価値の実現には相違がある。各人は同じ程度に価値の実現に努力をコミットするのではない。ある人は他の人よりより高く評価される価値領域に努力をコミットする。そのためには社会の成員の大部分が、「義務の要求以上の行為」の必要性和それにとりあう報酬をみとめねばならない。財とサービスの請求権を主張することで行為中に地位評価基準を実現することは、もつとも価値のある活動を遂行するひとにもたらされる権利である。これは行為者に社会のなかでの「威信 (prestige)」を与えるのに役立つ。彼は一般化された地位への権利と同様に特定の地位への権利をもつ。したがって、地位評価基準は一般化された地位から導き出される以上に威信を高める。この基準に合致する財とサービスを選択することは、「良き市民」の行為であるばかりでなく「重要な市民」 ("important citizen") の行為である。この基準を実現することで、社会の「重要な」成員たることを主張するためには、社会の成員が高く評価するあらゆる活動の領域で普通以上に大きい責務をひきうけることであり、彼は平均以上の力をもつと期待される。したがって、この基準は統合問題の解決に役立つのである。具体的にはこの基準は、大衆の使用する財とサービスとは種類において、質において違った財とサービスの存在することによってみとめられる。掘立小屋にたいする大邸宅、七インチ・テレビにたいするカラー・テレビ、ほうきのかわりに召使、診療所のかわりに侍医、これらは普通の財とサービスとは異なった「地位のための支出」 (status spending)

である。

(3) 趣味道德基準 (standards of taste and morality) は、義務あるいは責務の拒否の可能性を一定領域内にとどめておくために必要である。それは価値体系への動機的コミットメントの維持と緊張処理の問題の解決に役立つものである。この基準の実現は、行為者に一定限界内に管理することができなければ社会を崩壊させるおそれのある衝動をやらねばならぬ。したがってこの基準は、社会的に承認されていない必要性が不可避免的に存在することに由来しておこるフラストレーションの表現を安定させる働きをする欲求不満の安全弁である。具体的にはこの基準は、財とサービスにスタイルと流行が存在することであり、娯楽、休暇、余暇の慣習によってまとめられている。多くの社会において、酒類はこの基準に合致するものと考えられている。この基準の財とサービスの複合体は「衝動的支出」 (impulse spending) とよばれるものに相当するが、その具体的内容は社会の機能分化の程度によって異なるものである。

(4) 保護基準 (standards of protection) は環境のなかに存続するために必要であり、この基準を容認し、それを行為に実現することは、外部的緊急事態の予期せざる変化によって生活基準が破壊されることがないという保証を行為者に与える。この保護基準は、生活基準への可能な脅威にたいする保証の役割を果す。この基準を行為に実現して安全保障を求めることは、彼の行為において他の価値基準に忠実に従うという反対の要求が課されることを意味する。保護の権利は、保護される「値うちがある」ことを前提とする。他のひとより規範に忠実に生きることが値うちの指標であり、彼は「模範的」市民 ("model" citizen) であるということである。模範的市民であることは、社会的生活基準のなかでの誇りと同様不測の出来事にたいして保護する十分の先見と注意を必要とする。したがってそれは適応問題の解決に役立つものである。外的偶発事件に対応する基準は、社会ごとに異なるものである。アメリカ社会では生活

基準は、火災・盗難保険、事故保険、生命保険その他の各種保険、医療制度、年金制度、社会補償等々で保護されている。

財とサービスは、この四つの基準に合致する程度によって判断される。この四つの基準はそれぞれ違った機能を果しており、特定の財とサービスはそのうちの一つの基準にとって象徴的意義と重要性をもつ。社会全体としては全購買力をこの四つの機能に配分せねばならないが、それは個々の成員がそうするというのではない。個人が社会のなかで認められた成員とみなされるためには彼の購買力の十分なる部分を生活基準に適合するように、重要な成員たるためには地位評価基準に適合するように、配分せねばならない。模範的市民たるためには浪費家であってはならず、保護基準に合致せねばならない。彼が彼の立場の種々の面を危くされてはならないと感ずるなら趣味道德基準に合致する方法で彼の緊張を統御するためにお金を使わねばならない。しかし各人が四つの基準にたいする購買力配分の同一の意思決定をするのではない。あるひとはすべての購買力を生活基準に、他のひとは生活基準と地位評価基準に、また他のひとはそのほかに貯蓄にもふりむける。社会のすべての成員にとって、社会の認められた成員として存続するためには、人間がそれ以下では生きていけない予算上の最低の水準が存在する。この水準は、生活基準に適合するために必要な購買力の量、標準バスケットに対応する。この「最小」購買力水準以上の購買力は、他の基準に合致するいろいろな方向に配分される。そして行為者が彼の総購買力を配分する方向の組合せが、彼にとっての「生活面」(plane of living)を形成すると考えられる。そこで次の問題は、行為者があつた一つの生活面を選択し、四つの基準間に特定の方法で購買力を配分するのに影響する要素はなんであろうかということである。

4 消費基準と集合体の関係

さてつぎに、観点をかえて集合体体系がリファレンス・ポイントにとられる。経済と類型維持体系の相互関係は、ここでは集合体の類型間の相互関係、家計と企業の相互関係とみなされる。

集合体 (collectivity) とは前節で述べたように特殊な社会機能を遂行し、特別の目的を達成するための特殊な社会組織であって、社会体系以上の機能をふくんでいる。この集合体は社会の四つの基本的前提条件、すなわち人間は時間と空間のなかに位置するという事実、人間は目標追求者であるという事実、そして人間は相互に依存的であるという事実にてらして、機能的に四つの類型に区別される。(一)空間における人間の維持を第一次的機能とする集合体が存在するはずである。そうした集合体の組織的活動は環境問題の解決である。社会学で「共同体」(communities)とよばれるものがそれである。(二)時間のなかにおける人間の維持を第一の機能とする集合体は、世代から世代への価値類型の維持と持続の確保を第一次的機能とするもので、「所属本位的連帯」(ascriptive solidarities)とよばれる。これらの集合体は唯一の目標達成のために組織されたものでなく、拡散した目標をもつものであるから、拡散的集合体 (diffused collectivities) とよび、特殊機能の集合体と区別される。(三)価値ある目標達成を第一次的機能とする集合体は、「組織」(organizations)とよばれる。(四)目標の追求にふくまれる異なった利害を調和させることを第一次的機能とする集合体は、「利益社会」(associations)とよばれる。行為者がそのエネルギーを活動に結びつける場合、この四つの集合体にてらして行動せねばならない。彼はその誕生によって家・国家・社会階級・人種グループ等の連帯の一員であり、物理的位置によって血縁関係・隣人関係・都市・農村・地方の一員である。彼の目標への努力により企業・工場・医者・弁護士等の職業組織の一員となり、他の行為者との相互関係により労働組合・事業者団体・政党・同窓会・研究会・クラブのような利益社会の一員となる。彼は適当な方法で、そのエネルギーを目的に結びつけることに動機づけられ

るかぎりその集合体の一員であることを維持するが、そのためには集合体の構造を形成し目的を定める目標と手続きへの努力のコミットメントを必要とする。そして適当な目標と手続きへの努力のコミットメントはその目的を達成する適当な用具の使用をふくみ、その用具は価値あるものとしての質と遂行の基準に合致せねばならない。

消費基準は、この集合体の機能と二つの方法で関連している。(一) 共同社会の第一次的機能は空間のなかでの人間の維持のための環境問題の解決であったが、これは保護基準をみたす用具の使用をふくむ。所屬本位の連帯は時間をこえた価値複合体の維持と持続のためのものであるが、これは趣味道徳基準にあう用具の使用をふくむ。そして組織とよばれる目標支配的集合体の機能は生活基準に合致する用具の使用を、利益社会の機能は地位評価基準にあう用具の使用をふくんでいる。(二) 集合体は社会における多機能単位(multifunctional unit)であり、したがって消費機能は一つの類型、あるいは若干の類型の集合体に限られない。目的達成のための用具を使用するかぎり、すべての類型の集合体は消費機能をもち、消費単位としての各類型の集合体は四組の消費基準にかなう購買力が与えられねばならない。

集合体の一つである家計(household)について考えてみると、家計が存続するためには、その成員は、家計が機能するのに本質的な用具を確保しなければならず、その用具は四組の消費基準をみたさねばならない。(a) 家計の成員は、全員の「必要」をまかなうための用具を獲得するにたるだけの購買力が与えられていることを確かめねばならない。購買力が衣食住その他の家計の規模をまかなうにたる大きさであることが必要である。(b) 成員の年齢、性別の相違をまかなう用具のための購買力がなければならない。財とサービスは、男と女、大人と子供についてきめられた地位評価基準をみたさねばならない。(c) 成員が、家計に適応し参加する能力を維持するための成員の緊張の処理と社会

化の問題を処理するにたる購買力がなければならない。財とサービスは、趣味道德基準をみたさねばならない。(d) 家計の安定を維持し、成員が家計のなかで能率的に機能しうよう成員の安全保障のための購買力がなければならない。そのため用具は保護基準をみたさねばならない。

家計に対応する集合体である企業についても、その存続のためには成員は機能發揮のための用具を確保し、企業規模によってきまった量と生活基準に應ずる質の施設・道具その他を買うための購買力、他企業と職業的地位を区別するための用具、企業成員の生産能力を維持するための用具、企業の安定を維持するのに役立つ用具への購買力を必要とする。そしてそれらの用具はそれぞれ四つの消費基準に合致するものでなければならない。同じことが他の集合体、利益社会や共同社会についてもいえるのである。

ところで、家計と他の集合体類型との関係については、家計のもつ購買力に関連して論ぜられる。家族の成員の獲得する貨幣所得が家計予算における購買力の限界を画すると考えられがちであるが、パースニアンは購買力という概念を「ひとびとが権利をもつ一組の経済的請求権」と定義し、経済学でいう実質所得に近いものと考えている。そこで、他の集合体、たとえば企業内の一員であることが、(i) 企業の一員への健康保険、給食、制服の支給等々によって実質所得をふやし、あるいは (ii) 特殊な服装、寄附金の納付等々によって実質所得を減らすことになる。また便利な公共輸送機関の発達した都市の市民は少ない交通費支出ですみ、おだやかな気候の土地の住民は燃料費が少なくてすむ。血縁グループ、親戚や友人からの贈物は購買力に影響し、逆に贈与や寄附は購買力を減らすことになる。この他政治団体等の影響もひろくみとめられるところである。

5 生活面と集合体の影響

さて、用具の次の一般性水準である彼のいう「生活面」(a plane of living)は総購買力が四組の消費基準の間に配分される配分の仕方の結果である。そして消費支出の行為が四組の基準により合致するほど生活面はより高くなる。ところで、行為者をしてその購買力を特定方向に配分するのに影響する要因はなんであろうか。それが次に問われるべき問題である。それには種々の集合体の影響が考えられる。

さきに述べた集合体の一般的類型の問題以外に、各種類型の集合体の範囲(range)の問題がある。アメリカのような産業社会には三種類の階級の背景があるといわれ、少なくとも二種類あるいはそれ以上の人種的集合体が存在する。経済社会の多くでは、農村・非農村・都市の類型、ビジネス地区・中間地区・郊外の類型等に区別しうるし、政治社会では、主都圏・都市部・農村ベルト・「南部」等の区別が、近隣集合体では、スラム・ハーレム・ゴールドコースト・ビーコンヒルズ等々の区別がなされる。事業者団体・労働組合・利益団体・圧力団体・価値維持団体等々の区別も存在する。

これら各種の集合体は相対的に位置づけがおこなわれる。集合体単位をお互いになんらかの優位、劣位の体系に順序づけることであり、その相対的ランクは単位が承認された一連の価値への接近の程度によってきめられる。社会の成員の大多数がもっとも重要だと考える価値をその目的に具現している集合体が、もっとも高くランクされる。サンクションは努力のコミットされる活動に与えられる価値の関数であり、より高く評価される活動にたいするサンクションの方が大きい。価値の高い活動は、それに参加する報酬が大きいとともに参加せぬ制裁も大きい。したがってより高い価値をもつ社会目的を行為のなかに実現する責任のある高いランクにある集合体の成員が、報酬としてより多くの請求権を獲得する。しかし権利は義務をとまなう。特定基準をみたす用具の請求権は、その基準をみたす用具の

使用の義務の遵守でもある（レセプションでのタキシードの着用はその一例であろう）。

集合体が他の集合体にたいしてもつ相対的ランクは、みたるべき四組の消費基準の程度に影響する。集合体のランクが高いほど、その目的にふくまれる用具は四組の消費基準に近くなる。高いランクの集合体の成員は、その購買力を四組の基準のすべてに配分する義務をもつであろう。彼らはそうする権利をもち、より高い社会的価値をもつ社会目的を実現することにより生ずる彼らの購買力は、四組の基準をみたすに十分であろう。低いランクの集合体の成員は広汎な経済的請求権の体系への権利をもたず、またもつ必要もない。彼らは四つの基準をみたすことを期待されないからである。生活面は購買力配分方式の結果であるから、生活面は行為者の所属する集合体のランクに依存する。集合体のランキングが高ければ高いほど、四組の消費基準は購買力の配分によりより良くみたされる。そして消費基準がより良くみたされるほど、生活面は高くなるのである。所得は特定の生活面を選択する意思決定に影響する一つの要素にしかすぎない。生活面の選択は、三つの要素——経済的請求権の程度、消費基準、そして集合体への参加——の相互依存の結果である。所得は経済的請求権の要素の一要因にすぎないというのが、彼の主張である。

6 消費水準と役割の要素

さらにすすんで、こうした三つの要素の結果である生活面がいわゆる「消費水準」(consumption levels)を構成するということを明らかにしようとする。ここでは、役割要素に関連して分析がおこなわれる。

消費には年齢により性別によって差がある。すべての家族の成員は同一の生活面をもつが、各成員の消費水準は必ずしも同一ではない。大人と子供は違った質・量の食事をするし、男子と女子は違った種類の服装をする。消費水準は、また単位としての家計ないし家族によっても異なる。大学の先生の生活面は類似していても、正教授と講師とで

は消費水準を異にするし、会社においても、同じ管理の地位にあっても社長と平取締役とは違った用具を使用し、違った場所に住んでいる。こうした消費水準の相違に決定的な要因は、一見考えられるような年齢や性別ではなく、その集合体のなかではたす役割の要素である。

消費水準は役割要素 (components of roles) の関数である。集合体の維持と福祉にたいする責任を役割により多くふくめばふくむほど、その役割をみたすひとの消費水準はそれだけ高くなる。反対に集合体のなかの狭く範囲の限定された活動にたいする責任をふくむ役割であるほど、その役割を果すひとの消費水準は低くなる。子供の消費水準が大人のそれより低いのは子供だからでなく、子供の役割は高度の特定目的の遂行のために特殊化されたものだからである。子供を育て護るのは大人の責任であって、その逆ではない。

このことは家族以外の集合体にもあてはまる。会社のような目的支配的集合体内の役割は機能的に分化しているの
で、役割一般の機能的要素を明瞭にしめす。すべての集合体のなかでの役割は、社会体系の四つの問題を解決する要素をふくんでいなければならない。(1) 目的達成問題解決に役立つ要素をもつ管理の役割 (executive roles)。この要素は集合体の目標の定義、政策についての意思決定、政策遂行のための責任の配分と必要用具の確保の権利の配分をふくむ。(2) 統合問題解決に役立つ要素をもつ調整の役割 (coordinative roles)。責務の範囲の定義と政策の発展、それが忠誠心の維持を確実にし、権威の範囲をきめ手続きの維持を確保する。(3) 技術的用役の監督と「金融」の管理を要素としてふくむ適応の役割 (adaptive roles)。(4) 類型維持問題の解決に役立つ要素をもつ技術的役割 (technical roles)。集合体の目的達成だけでなく、手続きの維持と動機的参加の観点からした特定の技術的義務の遂行。

一定の役割の中心になる正確な内容は、その役割をふくむ集合体の性質と集合体の体系への機能的貢献に依存す

る。たとえば、企業において、企業全体をとれば社長の役割には管理の要素が、重役陣の役割には調整の要素が、支配人には適応の要素、下部には技術の要素が卓越している。しかし企業内の各部の観点からは、部長は部内の管理・調整の機能をもつことになるが、会社全体からは適応機能をもつ。能率測定係は会社の立場からは技術的機能を果すが、工場の観点からみれば適応要素をもつ役割を果す。このように役割は下位体系の一面としての一つの集合体体系の観点から取り扱うこともできるし、高次の体系の一面としての他の集合体の観点から取りあげることでもできる。しかし一般的には、ビジネスの組織以外の集合体では役割はそれほど機能的に分化していない。

家庭での役割の要素は、主人、主婦、子供の三種の役割に圧縮される。夫妻単位の家計において、典型的なアメリカの都市社会では、主婦の役割は管理・適応の要素を卓越し、主人の役割は調整的・技術的要素、子供の役割は技術的要素が卓越している。いかに家計を営んでゆくか、つまり家族がなにを食べ、家をどのようにきれいにし、どのように飾り、どんな耐久財を買い、なにを着るかを決定するのは主婦であり、彼女は意思決定だけでなくその目標を達成するよう家計の所得の予算をたてる責任がある。お金のやりくりをし、家庭内をなごやかに豊かにたもつ責任がある。家族が家計の活動にたいしてもつ責任を配分し、おこなうべき任務を監督するのも主婦の義務である。主人の責任は主婦の支援であり、子供のしつけを助け、女子供にできない仕事をする技術的任務をもつ。子供の役割はまったく技術的な性質のもので、正しく食事をし、自分で洗濯をし、ひとりで洋服を着、すなおで立派に家事の手伝いをし、正しく読み書きができ、いっしょに遊び、他人とうまくやっていくことを習う。技術的に正しい方法で義務を遂行することが期待される。

消費水準はこうした役割要素の関数である。管理的要素の卓越した役割の在位者は、集合体の対内的機能に関する

重要な義務と対外的機能に関する集合体の最高代表としての義務をもち、その義務をうまく果たすために他の成員より多くの請求権を手に入れることができればならない。また彼が義務を立派に遂行するよう動機づけられていることを確かにするためには、他の成員は彼がより多くの請求権をもつ権利を与えられていることを認めなければならぬ。その請求権はたんに購買力だけでなく権力一般、成員の忠誠心・名誉・安全保障をもふくむものである。彼の消費水準が他の成員より高いのは集合体の機能とその代表としての彼の役割に関して期待される義務の結果である。彼は支配しうる購買力の予算をたて、その集合体のランクにふさわしい水準で成員が集合体の目標達成に必要な用具を得、成員の分化した貢献をまとめ、動機参加を維持し、外部のできごとから守られるようにする責任がある。この責任のゆえに、彼は義務を果たすためにより大きい消費支出と投資をせねばならず、彼の消費水準は高くなるをえない。このことは集合体のランクにかかわりなく、あらゆる集合体のリーダーシップの在位者についていえることである。

7 財とサービスの評価

最後に財とサービスの象徴的性質が分析されるが、ここでは取り扱いかいの一簡単化のために、財の評価にかぎられる。

経済学においては、財の評価の問題は、ながらくのあいだ効用概念で取り扱われてきた。財に固有の要素にもとづいて財のランキングをおき、同じ目的を遂行するのに客観的により能率的だからとして、同一社会における二つの財の相違を説明しようとするころみがおこなわれた。しかしこれは能率ないし有効性の意味をひろげて、客観的な多様性・嗜好性その他の特徴をふくめることによってのみ、財に固有の特性をランキングの主要決定要因にすることが

できる。またこうした時の固有の実用性と重要性をみとめる場合、アメリカのような価値類型の社会では適応面が強調され、そこでのあらゆる種類の財は、個人の生物学的でないし心理学的要求をみたすがゆえに、そしてまた財は活動を遂行するのに実際的に有用であるがゆえに、財は効用をもつと考えられてきた。そして近年ではこれに「文化」の概念を加え、特定種類の財が「文化的に要求される」(culturally acceptable)活動の遂行に有用であることを定式に加えることによって、その説明をより適切なものにしようとしてきた。しかしこれは違った文化をもつ社会間の相違を説明しえても、同一社会の二つの異なった行為の様式の説明には不適當である。そこでは財に固有のある実用的特徴はそれが客観的・目的実用性のテストに合格すれば価値をもつことになる。ステーキもレバーも衛生学的検査に合格し、一定の栄養学的特徴をもっておらねばならず、一定の類似の価値基準をみたしていなければならないが、それは一般的説明概念であって特定財の特定の効用、銀のスプーンと錫のスプーンの相違を説明するものではない。

そこで人間の生物学的欲求と財の技術的性格とだけで個人と財の関係をみるのではなく、財を、ひとびとが自己均衡のために大切だと考える価値を象徴する意味をもつものだと考える方が、より実のり多い見方だとみなされるのである。ある財は技術的遂行の基準をうまくみたすであろう。またある財(たとえばレバー)は客観的に欲望充足にすぐれているであろう。だがその効用は、行為者によってその財の強調する特定の価値を象徴するものと規定される程度に依存する。ある財が象徴的重要性をもたないなら、いかに技術的基準をみたそうと効用をもつとはみなされず、したがって需要されないであろう。基準は価値から導きだされたものであるから、財が価値をもつなら質と遂行の基準をみたさねばならない。しかし基準に合致するということは財の需要決定の一要因にすぎず一般性の高い水準においてのみ重要性をもつのであり、社会成員が高い価値をおく消費基準を財がみたすかぎりにおいて、その財はその社会の

生活基準の象徴でありうる。

生活基準をみたす財は所有者にとって、社会の立派な成員であるという事実を象徴している。それは市民の一般化された地位の象徴である。地位評価基準をみたす財は特定地位のシンボルであり、その所有は、そのひとが社会のより価値ある活動に従事する権利を有するという事実を象徴している。趣味道德基準をみたす財はパーソナリティー規制の価値ある様式のシンボルであり、保護基準をみたす財は責任ある市民のシンボルである。こうした象徴的意味は財の広い範疇につけることができるのであって、一種類の財にのみ限るものではない。たとえば、社会のなかにおける一般化された市民の地位は、財の複合体である標準バスケットによって象徴され、電気冷蔵庫、自動車、衣服等々のより狭い範疇の財の象徴的意味は、より特定水準の象徴化において示される。

ふたつ以上のひとをふくむ活動は、目標、状況、参加者の相互行為、その関係にふくまれる価値の四つの部分に分析され、活動の性質によりその要素の一つが他に抜んでている。財はこの四つの要素のそれぞれから出てくる象徴的意味をもつ。特定活動に用いられる財の象徴的意味とその活動のもっとも重要な要素との適合性が存在する。価値の要素の強調される活動（たとえば宗教的儀式）には価値を象徴する財（聖さん式のパンとワイン）がえらばれる。活動の目標が強調されている場合、その活動に使用される財は目標達成の手段を象徴する財（たとえばそろばんにたいする電子計算機）がえらばれ、参加者間の関係が重視されるなら、行為者間の信頼を象徴する財（花やキャンディー）が必要される。活動の状況要素が強調される場合は、時間と空間の要素を象徴しているような財（象徴としての住宅）が必要される。

これらは特殊な類型の集合体のなかで特定役割を遂行するひとのおこなう活動に関するものであり、その財は特定

役割と特定集合体から象徴的意味を導きだした。しかし役割の範疇と集合体の類型が財に象徴的意味を与える仕方は、それらに違った価値ないし違った相対的ランクを与えることによってである。オフィスでのビジネス・スーツ、ワイシャツ、ネクタイ等の複合体が夏にはたとえ非能率的であっても高くランクされるし、またある種の高級洋服が特定役割との象徴関係で高くランクされるのである。

このように効用概念が意味をもつためには、財が特徴づけられるとともに、それが用いられる活動がその構成部分にわけて分析されねばならず、またひとが活動を遂行する役割とその役割が構造の一部となる集合体をも限定しなければならぬ。こうしてはじめて財の意味をしり、効用を理解することができるというのである。

財はただ一つだけの象徴的意味をもつのではなく、あらゆる財が一連の象徴的意味をもちうる。そして特定の具体的状況のもとでは、ある意味が他の意味より卓越することになる。たとえば自動車は代替的交通機関のないところでは実際の意味が必要であるが、代替的交通機関のあるところでは、ある場合にはそれにまつわる「能率」のシンボリズムにもとづいて（大都市では実際的には能率的でなくとも）、またある場合にはシンボルの他の側面、富の証拠、地位と権力の証拠としての意味で使用される。したがって具体的財の象徴的意味の分析には各種の要素と要素のレベルの分析が必要となってくるのである。

(1) Howard E. Roseborough, *The Sociology of Consumer Spending*, unpublished doctor thesis presented to Harvard University, December 1957.

(2) *Ibid.*, p. 236.

(3) *Ibid.*, p. 99.

三 日本の場合への適用

こうした消費者行動の社会学的分析は、もともと欧米、とくにアメリカ社会における消費者行動の経験的事実を念頭においておこなわれたものである。しかしそれが一般理論をめざすものであるかぎり、異なった文化的背景をもつ社会における消費者の行為にもまた適用されるはずである。それでは、こうした分析はどの程度まで日本の経験にあてはまるであろうか。

パーソニアンの社会行為の理論を用いて、日本の伝統的社会構造のなかにおける日本人の行為についての分析をおこなったすぐれた研究に、ロバート・N・ベラー(Robert N. Bellah)の業績がある⁽¹⁾。周知のように、類型変数の図式において、タルコット・パーソンズはこれまでの社会学で伝統的に使用されてきた共同社会と利益社会の二分概念をいっそう限定した正反対の対立概念に細分し、伝統主義的共同社会では、諸関係は個別主義的・所属本位的・拡散的・感情的・他者志向的と考えられるのに反して、合理的利益社会では、諸関係は普遍主義的・業績本位的・特殊的・感情中立的・自己志向的なものと考え、一定の社会関係を類型変数を用いることによって、その混合体として明確に規定しようとした。ベラーは、社会において価値ありと認められ、社会価値に影響を与え、社会的行動の型を規定するものとしての「普遍主義」(universalism)と「個別主義」(particularism)および業績本位の行為者の「遂行」(achieved performance)と所属本位の行為者の「資質」(ascribed quality)という二組の対立概念を類型変数として彼の日本研究の基礎としている。いずれの社会関係においても普遍主義か個別主義かのいずれかにもとづいて行動を決定せ

ねばならず、また同時に他人に対して彼が実際におこなったことがらにもとづいて働きかけるか、そのひとの一般的地位によりすでに決定されているものとしての基準にもとづいて働きかけるかをきめねばならない。この二組の類型変数から四つの可能な組合せが生れるが、ベラーはアメリカが「普遍主義」と「遂行」に、日本は「個別主義」と「遂行」に、そして中国は「個別主義」と「資質」に伝統的に重点をおく社会であると主張する。この類型変数の図式と行為の四つの次元の図式を組み合わせて、非西欧的文化のなかにそだった日本の伝統社会が、いかにして本来西欧文化のなかに発達したものである「近代産業社会」へと変革していくことができたかという問題を、社会の中心価値体系との関連において、とくに宗教的側面から解明しようとするのがベラーの意図したところであった。

彼が伝統社会と対比させて考えた「近代産業社会」(modern industrial society)——そしてアメリカはその典型であると彼は考えているのである——とは、社会体系においては経済体系に、価値体系においては彼のいう「経済価値」(economic value)、適応機能を重視する価値に非常に重要性をおく社会であると定義している。経済価値というのは、手段の合理化の過程を特徴づけている諸価値で、「普遍主義」と「遂行」をさしている。手段の合理化の過程では目標はすでに自明であり、いかにして与えられた目標に最高の能率と最小限のエネルギーをもって到達するかという適応の過程が問題である。それは普遍主義的であり、遂行だけに関係する。特殊性のより高い段階においては、生産力への高度の関心、能率的な生産の実行となつてあらわれてくる。業績を挙げることか「働くこと」への一般的関心が、アメリカ社会ではビジネス以外のところ、政治や教育においても、レクリエーションにおいてさえもあらわれることになってきている。これに対して日本の伝統社会は彼のいう「政治価値」(political value)、目的達成機能を重視する価値が優位性をもつ社会である。政治価値は「遂行」と「個別主義」をその特徴としており、中心的関心は生産

よりもむしろ集合体目標にあり、忠誠が第一の美德と考えられ、生産より支配と被支配が、「働くこと」より「治めること」が重要であり、富より権力が重視される社会であるとしている。明治維新以前の日本では、政治が経済を支配しており、富は政治における目標達成の手段にすぎなかった。そして明治以後においてもある程度までは、「近代経済の成長にもかかわらず、政治体系はいぜん国民生活の支配的分野として存続し、経済には政治価値が浸透していた」としている。⁽²⁾

日本の伝統社会の中心的価値体系を明確にするために、もう少しベラーの説明をたどってみよう。彼は日本の価値体系の特徴は、政治価値の優先にあると主張する。この政治価値は個別主義と遂行という二つの類型変数の結合したもの、社会体系の目標達成の次元に適合する諸価値である。主要関心が体系目標にあるとき、成員にとって一つの個別的体系ないし集合体にコミットすることは、個別主義的価値をふくんでいる。日本では集合体とそれに対するひとびとの個別主義的關係は、集合体の首長のもつ非常に大きな象徴的重要性——代表的役割であって、応々にして執行的役割をもたない——と成員の集合体の長にたいする忠誠となつてあらわれる。集合体の長にたいする忠誠は、人物自体にたいするより、その人物の地位にたいする忠誠であり、一般化された個別主義は普遍主義的機能を果たすことになる。つぎに、主要関心が体系目標にあるとき、目標が達成されねばならず、遂行あるいは業績本位が第一義的価値となる。そこでは集合体の長でさえ、より大きい脈絡では目的達成のために働いている従属者だということになる。日本における忠誠はたんなる受動的な献身ではなく、能動的な奉仕と遂行をいう。遂行と業績を高く評価することは、比較される基準としての普遍的なものがなければならぬということであり、第二義的であっても普遍主義がかなり重要性をもつものとみなされる。ベラーがここで常識的に考えられるように日本において「身分」にからまる

「資質」ないし「所属本位」の価値を第一義的なものとみなさず、「遂行」を中心価値とみとめ、さらには個別主義の一般化をみとめたことは、日本の伝統的価値体系が近代産業社会的価値体系へと転移していく可能性の伏線であり、するどい洞察力にとむ卓見である。

こうした中心価値は、他の三つの次元にかんする価値にも重要な関係をもつ。適応の問題にかんしては、集合体の目標を追求する場合に適応するような行動がもっとも高く評価される。働きはそれ自体の価値をもってはいないが、しかし集合体の目標にたいする無私の献身のあらわれとしての働きは価値ありとされる。したがって、仕事への動機づけは、働きそのものに価値をみとめる産業社会と同様に十分に強い。統合価値も強いが、目標達成価値に従属する。集合体の目標の円滑な達成のためにこそ調和されねばならないとして、集合体の円滑な機能確保のため日常生活は形式化され、多数の行動規定に忠実に同調することが求められる。文化的価値も中心価値に従属する。すべての文化現象は、それ自体における目的よりもむしろ行為の手段として評価される。行為において顕著な結果をもたらす文化現象には、強い尊敬が払われるのである。

こうした中心価値は宗教によって一連の究極的意義を与えられていた。基礎的集合体とその首長にたいする忠誠心は世俗的ばかりでなく宗教的意味をもち、首長への献身は神の是認と保護をうるための最良の手段であり、神の是認と保護を得て悟りの状態を得ることが、基本的挫折と不安をもっともよく処理する方法であった。

日本の伝統社会では、政治が経済生活にたいして支配的位置をしめているということは、経済という言葉そのものにあらわれている。「天下国家を治むるを経済という、世を経め民を救うという義なり」といわれるとき民衆の経済生活の安定をはかることにより国家の政治的安定を確保しようとする為政者階級の儒教的経済政策をよくあらわして

いる。具体的にはそこでは生産が奨励され、消費が抑止されたが、生産奨励は充足を得ることを目的とし、消費の抑止はその充足が覆がえされることのないようにするためであった。生産の奨励は勤勉、消費の抑止は質素と儉約の形がとられた。こうした儒教的考え方は本来は均衡した体系を維持するためのものであったが、日本ではそれが武士道の経済倫理のなかに吸収されるとき、勤勉と儉約の第一動機は主君の奉仕に対する没我的献身と関連しており、体系的統合よりも目的達成の手段とみなされた。このことは幕府および諸藩が儉約奨励の道德的訓戒ばかりでなく、積極的に諸産業をおこすことで生産奨励をしたことにあらわれており、この武士道経済倫理は明治時代の商業と産業において指導的な役割を果たしてきた大多數の武士階級出身者の行動を理解するのに重要だとベラーはいう。

一方被支配者である町人の経済倫理は、仏教の社会倫理にもとづくものであった。仏教のなかでも真宗は商人階級と農民の両方の間に広く伝播しており、そこでは「彼岸」への熱望と日常の関心事とが結びつき、倫理的行為はまさに救済のしるしであり、仕事に従事することが、仏に仕えることであった。自分の職業に勤勉に働くことが現世での倫理的義務であり、それは阿弥陀に対する報恩でありかつ自己の内的信仰のしるしであった。真宗は労働の強調のみでなく自利は他を利するものであるとし、商業上の利益を正当化することによって商人倫理のなかに積極的な役割を果たしていった。こうした宗教倫理は、領主にたいするより阿弥陀仏への義務としての報恩をとくものであった。商人階級の道德生活に影響を与えた一つの要素は家族価値の強調であり、多くの商家の家訓において奉公の概念が子の親にたいする、召使の主人にたいする忠誠を規定する家族利益主義をあきらかにしていた。そしてそれらは、勤勉と節約の厳しい世俗内禁欲主義を強調するものであった。勤労と儉約は農民にとっても美德であったが、それはひどく抑圧された農民の生活の必要から生じたものでもあった。農民においてもそれは社会と家への義務の觀念に支えら

れ、世俗内禁欲主義が強調された。

武士、商人、農民の各階級のそれぞれの状況に適應する身分倫理のなかに世俗内禁欲主義の特徴をもつ經濟倫理、とくに労働を宗教的、政治的、家族主義的觀念にねざした神聖な義務とみなす倫理が共通してみられたのが日本の經濟倫理の特徴であった。

日本の伝統社会における価値体系の一般性の高い水準の内容は、かなり明らかになったものと思う。個別主義的、業績本位的類型は社会的目的遂行のための用具へのコミットメントである生活様式にとって二つのことを意味する。その努力によって社会の目的達成に貢献するひとは、その程度に応じてその生活様式の用具にあずかる。努力の判断はそれぞれの個別主義の範囲内での一般的基準にてらして、その結果に応じて判断され、彼は生活様式の用具のすべてにあずかる可能性をもつ。逆に価値実現のための用具への権利である消費は、内的形成としては宗教倫理、武士道倫理にもとづく欲望の制限（腹がへつてもひもじうない）と外形的形式としては政治的、倫理的な消費の制限（奢侈禁止令）によって最小限におさえようとした。贅沢は地位の上下をとわず惡徳であった。

価値の制度化のより特殊化した水準である消費基準のレベルについても、このことがいえる。消費基準は、社会の特定目的のための生産を最大限にするために必要な最小限の水準であるべきであった。したがって生活の基準はそれぞれの社会体系、集合体のなかの「分限に応じ、儉約を大事」とすること、為政者たる武士階級といえど目標達成問題の解決に役立つ以上の基準はゆるさなかった。地位評価基準は、目標達成を中心価値とする社会ではかなり重要なものであったと思われる。より価値のある活動を遂行するひとに威信を与える。この基準は使用される財とサービスの種類においても異なるが、より多く日本の場合、同一種類の財とサービスの質においてことなっていた。武士

は絹を着用し、町人・百姓は木綿の衣服のみが許されていた。大商家の主人の場合に紬糸を用いて絹の光沢をけし一見木綿に似せたものを着たのはその間の事情を物語るものであろう。身分階級がはっきり確立し、しかも体系目標への高度の行動を要求し、個人の遂行によって評価のおこなわれる社会では、個人のパーソナリティーに強い緊張をひきおこす。緊張処理、欲求不満の安全弁としての趣味道德基準が必要なことはいうまでもない。広汎な緊張処理のため、この基準は社会的にかなり類型化され、制度化されていた。快楽主義に流れぬ方向で、日本人的「几帳面さ」によってきちんと規制された類型の中に固定化させ、その枠の中で洗練化をおこなった。盆栽や俳諧、川柳等にその典型をみることができる。外部の予期せざる緊急事態にたいする保護基準も、日本のような自然的環境の影響をうけやすい社会では重要性をもってくる。武士は邸内に最小限の自給自足にたえるようなかまをを整え、農民は飢饉にそなえてそばやひえの備荒作物をうえていた。くりかえされる自然の災害の経験は日本人にこの基準をみたすことの必要性をよく認識させ、その傾向はその後もひきつがれている。個人としては社会のみたすべきこれら四つの機能の全部にかならずしも購買力を配分する必要はないのであるが、日本の場合特定機能に集中するよりその配分のバランスが重視されたようである。

こうした消費基準に関連する日本の伝統社会の集合体をみてみよう。日本人の伝統的生活においては、社会全体の価値体系についていわれたことがすべての集合体にもあてはまるのであり、したがって中心的地位をしめた「家族」についても同じことがいいうる。家族は小さな政治体であり、家族では忠誠のかわりに子の親にたいする孝が最高の徳であるが、その機能は同じで、集合体の首長に対すると同じ態度、集合体の目標に対する同一の中心の関心を有する。日本の場合重要なのは国家が家族に優先し、孝行は忠誠に従属することである。家庭は道德訓練の場で、家族の

成員は個人であるよりも社会の単位である。家庭は西欧におけるような生活の憩いの場ではなく、休息は家庭の外に求めねばならない。家長は家族内では中心的であるが外部に向つては、国の末端に位置して公的役割を果している。家計は家族の必要をみたす用具を獲得するための購買力を得なければならぬが、そこでは家族は血統家族を意味し、したがつて場合によつては本家は分家のそれをも包含せねばならない。家計の成員は遂行において生活基準に合致せねばならないが、購買力の配分は家長によつてなされ、家計の成員は遂行でなく家族内の地位評価に応じてその基準みをたされる。祖先への尊敬を通じて結びあつた本家分家の連帯の確保と家族の将来の安全保障のために家計でみたさるべき保護基準には、一族家計間の相互扶助がふくまれねばならない。

家族とならんで重要ないま一つの集合体である商家においても、主人への忠誠と集合体目標への自己犠牲的奉仕が強調される。商家の雇用者、丁稚、手代、番頭、そして大番頭すなわち支配人はそれぞれの職業的地位に応じた機能を果すが、むしろここではそれは機能の分化であつて身分ではなく、遂行価値は身分価値より優位にあり、能力があり年限がくればのれんわけをして新しい商家をひらくことができた。その場合に別家は、家族における本家と分家の關係に似た連帯をもつて、主家にしがつたのである。

さてつぎに、消費水準とこうした集合体内部における役割の要素について一言しておこう。消費水準は役割要素の関数であり、集合体の維持と福祉にたいする責任の大きさによつて消費水準が高くなつた。日本の伝統社会の集合体の重要単位であつた藩においても、武士は藩政の管理にあたる上層武士階級と技術的な日常雑務を処理する厩番、馬丁、供小姓、倉番、庭番等の下級武士階級と足輕にわかれていた。そしてそれぞれの役割に応じてその階級中で俸禄による明らかな格づけが存在した。上級武士は生計に十分な俸禄をえており、生活に余裕があり高い才能教育をうけ

ることができたが、多くの下級武士は生計を支えるにたる俸禄ではなく、きびしい儉約と手内職でかろうじてくらせる程度であった。

商家での役割の要素は、主人と大番頭、番頭、手代、丁稚にわかれる。丁稚は店の掃除や台所の手伝い、近所への使い走りをさせられ、「半人前」以下の地位であった。読み書きそろばんを習い、商家に住みこんで食事と衣服を与えられるが、煙草入れを持つてはならないとかきまっただお仕着せを着なければならぬなどきびしい消費の制限があった。もとより給金はもらえなかった。丁稚奉公は奉公であって基礎的な商業教育をうける報恩として働くのであった。手代になると注文、販売、支払い、莫金などの職能のうちのどれかを受けもつようになった。ある程度の自主性は許されたが、番頭の指示にしたがって仕事をした。衣食住と若干の給金を支払われた。羽織を着ることを許されないなど消費の制限があったことはもちろんであった。番頭になると責任のある特別の機能をかきされ、他の手代の監督・調整の役割を果たした。主家を出て住いのかまえ、妻帯することが許された。大番頭は最高の地位で、管理の機能をもつた。主人に直属する最上位にあり、事業のみでなく、主家の家庭内の経済に対しても責任を分担し、対外的には家業の格式を維持する義務をもった。彼は顧客層をゆずりうけのれんわけをして別家をたてることができた。大商家の大番頭は機能的には他家の主人をしのぐものもあったが、消費水準には主人とはっきり一線を画したものがあつた。

家庭における役割の要素は主人、長男、主婦、子供にわかれた。子供の間にも年齢と性別により役割の序列化があつた。主人の役割は管理的要素が強く、長男は商家における大番頭の役割、すなわち主人を助け、主人の不在の時は主人の代理をするとともに、他の子供と主人の間になつて調整の役割を果たした。主婦の役割は調整的、技術的で主人

の指図にしたがって家計の實際的やりくりにあたつた。子供の役割は技術的なものであるが、男子と女子とでは役割の内容を異にした。

消費基準を構成する個々の具体的消費財の象徴的意味という点からすると目標達成の手段を象徴するような財が、たとえば商家においてははのれん、そろばんと矢立てなどが尊重された。目標達成の手段としての財という考え方は、財を仮のものとする態度とむすびつきえた。活動の他の要素、たとえば状況要素を象徴する家屋など比較的簡素なものでしんぼうする傾向があつたように思われる。

このような伝統社会での生活様式、消費形態は、明治維新を契機に日本が近代国家に成長していくにつれて分解し、西欧的な近代産業社会にみられるような生活様式に次第に変貌していった。伝統社会、非産業社会が近代的産業社会へと発展していく過程には、二つの異なつた経過が考えられる。一つは基本的価値類型の変化をとおしてであり、いま一つは基本的諸価値の転換なしに適應機能の価値がある分野において重要となり、經濟全体がある程度の分化段階に達することによってである。そして日本の近代化の場合、伝統的価値体系を維持しつつもそのなかに、適應的価値体系をしだいに取り入れることによって遂行されていった。消費者の行為についてもこのことがいえる。大正中期から昭和初期にかけてさかんに二重生活として問題にされた伝統的生活様式と西欧的生活様式の混在は、この過程の過渡的段階のあらわれであつたであらう。

日本の近代化の過程における日本人の社会生活と消費者行動の変貌をあとづけ、現在の時点における日本人の消費行為の具体的内容を社会学的に分析することは、きわめて興味ある問題ではあるが、もとより筆者の能力のおよぶところではない。

(1) Robert N. Bellah, *Tokugawa Religion: The Values of Pre-Industrial Japan*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1956. [堀一郎・池田昭訳『日本近代化と宗教倫理』未来社、昭和四一年]

(2) 前掲書、邦訳二六八ページ。

む す び

ローズボロウの消費者行為の分析はきわめて綿密でかつ具体的内容にとむものではあるが、分析にあたって、関連はあるが別々の二つの観点をとっている。消費基準のレベルまでは、社会的価値体系がリファレンス・ポイントにとられており、価値体系の一定側面を四つの相互依存の基準に分析している。だが他の三つのレベル、生活面、消費水準、財とサービスの評価においては、集合体体系がリファレンス・ポイントにとられ、集合体類型、役割要素と活動に関連して分析されている。理論的体系としては一般性の各水準における観点の一貫性が必要であり、高次の水準の一般性につれてのより包括的な集合体体系の確立と高次の水準の特殊性においての価値基準の限定の必要ことは彼自身もその結論でみとめるところである。ローズボロウは二つの観点に関連づける暫定的措置として、特殊性の高い水準における消費基準を論ずるにあたっては「基準への接近の程度概念」(degree of closeness)を用い、一般性の高い水準での集合体体系を論ずるさいには「市民」(citizenship)の概念を用いて、四つの消費基準に関連し認められた市民、重要な市民、尊敬さるべき市民、安定的な市民を範疇化することで両者を関連づけようとしている。しかしこれはあくまでも暫定的な説明の便宜のためのものであって、社会行為の理論としての包括的分析にふさわしいものではないことはいうまでもない。彼自身がこの欠点をよく承知しているがために、他日を期してこの業績を活字にすること

を避けたものであろう。たしかに社会学理論の観点からは欠陥もあり、また経済学者の立場からみれば、パーソニア分析自体についても異論をとえ、反論したい点が少なくない。しかし、ともすれば社会体制、経済体制の制度的水準における、いわゆる「経済社会学的」議論に終始しがちであったこれまでの分析にくらべて、はるかに具体的であり内容豊かであるという点で、ローズボロウの分析は議論の細部にわたって経済学者のおおいに参考にすべきところが少なくない。

たしかにこれらの分析は、直接的には経済現象の理解に役立つものでないかもしれない。しかし、十九世紀後半の、一九二〇年代の、そして戦後のアメリカにおいておこったような、あるいは明治初・中期、第一次大戦後、第二次大戦後昭和三〇年代以降のわが国においておこったような消費の構造的変化には、単なる所得の増加だけでは説明しきれないものを多くふくんでいる。そこには心理的、社会的、文化的な要因にまでさかのぼらねば理解できないものが少なくない。そして消費構造の変化は、窮極的にはその背後にある価値体系の変化の反映であらう。経済発展の過程における消費者行動の「人間学」的变化を追求していくことが、われわれの次の課題でなければならぬまい。