



産業主義の深化

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2011-09-12 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 佐藤, 良一 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/00004775

産業主義の深化

佐藤良一

1. はじめに

1960年代後半、先進資本主義諸国に顕著に見られた公害や環境破壊は、物質的生産力中心主義への反省を人びともたらした⁽¹⁾。そうした状況は、社会主義諸国についても同様であった。すなわち、マルクス主義の側からは工業化はいたずらに人間の欲望の無限性を創出し、労働者たちを生産増強に可責なく駆り立てるものとして、物質的生産力の増大、発展に歴史の最深の原動力を見ようとする唯物史観を再検討せざるを得なくなっていた⁽²⁾。

このように、生産と生産性の向上をひたすら求める工業中心主義への反省が体制の如何を問わず見られたのであるが、1973年の石油ショックを克服した産業社会は、マイクロエレクトロニクス、バイオテクノロジーや新素材の開発など、相いつぐ技術革新を通して公害や環境破壊問題克服を制約条件としながらひたすら生産の深化に向う超産業社会とも称せられる社会へ変貌しようとしている。

それは以上のような制約条件を考慮に入れた上での競争原理にもとづく効率的生産体系追求の社会である⁽³⁾。

(1) その先駆的業績としては、J. K. Galbraith *The Affluent Society* (Boston: Houghton Mifflin Company 1958) を挙げることができよう。

(2) 竹内芳郎「唯物史観の運命」(『思想』, 岩波書店, 1982年, 5月号), 14-15頁, 参照。

(3) 拙著『現代産業社会論』(新評論, 昭和51年), 第8章, 参照。

本稿では、生産技術が支配的な超産業化への開示を、(1)ミクロ経済学の復活 (2)手段的行為に関わる時間 (3)イノベーションの本質 (4)生産主体としての企業組織、のうち、(3)と(4)は後日を期し、まず(1)と(2)の検討を通して明らかにしようとするものである。

2. ミクロ経済学の復活

ケインズ経済学の終焉を理論的、あるいは政治経済学的な立場から論じられて久しい。⁽¹⁾それは端的に言って、マクロ経済学からミクロ経済学へと理論的関心が移行してきたことを示しており、とりわけ合理的期待形成論は、⁽²⁾new classical macroeconomics とも称せられ、情報化社会を先き取りする経済理論とまで評価されて、ミクロ経済学の復活を側面から支えている。

そこでミクロ経済学を代表する新古典派の扱う消費および生産の理論が依拠している前提条件を検討し、それが今日の産業社会の特性を、その抽象モデルにおいて、そしてただその限りにおいて、推論可能なものとして把え得るかどうかが、したがってまたその結果として産業社会の生産深化を支える論理となっているかどうかを、⁽³⁾経済社会学的立場から考察してみよう。

まず消費者行動を基礎づける消費の論理を要約しよう。いまある集合 X 上の

-
- (1) J. B. Buchanan—R. F. Wagner, *Democracy in Deficit* (Academic Press, 1977), R. Skidelsky, “The Decline of Keynesian Politics,”: *State and Economy in Contemporary Capitalism* (London: Groom Helm, 1979), 参照。
- (2) David K. H. Begg, *The Rational Expectations Revolution in Macroeconomics* (Heritage Publishers, 1982), pp. 266-284.
- (3) 以下の要約は主として、奥野正寛・鈴木興太郎『ミクロ経済学 I』(岩波書店, 1985年)に負っている。他に、今井・宇沢・小宮・根岸・村上『価格理論 I』(岩波書店, 1971年), E. Roy Weintraub, *Microfoundations* (Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1979), p. 31, David Simpson, *General Equilibrium Analysis* (London: Basil Blackwell 1975), pp. 1-26, G. Debreu, *Theory of Value* (Yale Univ. Press, 1959, Chap., 1 参照。

任意の二組の消費計画 x, x' の順序づけられた関係 (R) を、 $R = \{x, x' \in R_+^n \mid x, x' \text{ に対して関係 } (R) \text{ が成立する}\}$ と定めると、以下つぎのような関係 (R) を示すことができる。

- (1) 完備性 (completeness)。任意の二組の消費計画 $x, x' \in R_+^n$ に対して xRx' と $x'Rx$ のうち、少くとも一方が成立する。
- (2) 推移性 (transitivity)。任意の三組の消費計画 $x, x', x'' \in R_+^n$ に対して、 $(xRx' \text{ かつ } x'Rx'') \Rightarrow xRx''$ 。
- (3) 任意の消費計画 $x \in R_+^n$ に対して、 $R(x) \equiv \{x' \in R_+^n \mid x'Rx\}$, $R^{-1}(x) \equiv \{x' \in R_+^n \mid xRx'\}$ は共に R_+^n の閉集合である。

これは、 x の無差別集合 indifference set $I(x) \equiv R(x) \cap R^{-1}(x) \equiv \{x' \in R_+^n \mid x'Rx \text{ かつ } xRx'\}$ と、(1)の前提条件から $R(x)$ と $R^{-1}(x)$ が共に R_+^n の閉集合となることは明らかである。換言すれば、選好関係 $xPx' \iff (xRx' \text{ であるが、} x'Rx \text{ ではない})$ 。

(4) 二組の消費計画 $x, x' \in R_+^n$ に対して、 $x > x'$ が成立するならば、必ず xPx' である。

(5) すべての $x \in R_+^n$ に対して、 xRx であるという、いわゆる反射律が順序づけの合理性にとって必要である。これはどの消費計画も、その消費計画自体よりも少なくとも同じ程度以上に選好することを表わす。

(1) ——(5)が成立すれば、 R_+^n 内の無差別曲線面は原点に対して強い凸⁽⁴⁾であり、効用関数は厳密な意味で準凹関数となる。これによって厚みをもつ無差別曲線の可能性は排除され得る。したがって R_+^n 内の無差別曲線は、所得と価格⁽⁵⁾を所与とすれば、消費者の合理的な消費行動は解の一意性をもつことになる。

さて(1)は既述のように、選好の完備性を示しており、消費者はどのような消

(4) 任意のたがいに異なる $x, x' \in X$ に対して、 $f(x') \geq f(x) \Rightarrow f(\alpha x' + (1-\alpha)x) > f(x)$ が成り立つ場合である。

(5) 効用関数 $u(x)$ は、 $u(x^0) = u(x^1)$, $x^0 \neq x^1 \Rightarrow x^0 = (1-\theta)x^0 + \theta x^1 + \theta x^1$ であり、 $u(x^0) > u(x^0) = u(x^1)$ が成り立つ。

費計画に対しても、自己の選好を他者に依存することなく、主体的に表明することができるということである。それは、現代社会における諸個人が多様な価値観をもちながら、自己の好みに応じて、消費選好を主体的に決定していく、そうした現代的な消費者像を抽象的に反映しているものと言えよう。この点については、3・4節を通して、次第に明らかにされていくであろう。

(2) は選好の推移性を示す。すなわち、ある一定の選択対象が消費者にあたえられたとき、消費者はその選好関係の順序を無矛盾的に決めていくことができるということである。

したがって、それは選好順位の順序づけに合理的に対処し行動する消費者を想定している。言うまでもなく、ここでは消費者の選択対象に対する知識の完全性が前提となっているからその限りにおいて、この仮定はきわめて現実の消費者の行動から垂離していると言わねばならないだろう。(知識の完全性といっても、それは消費者が対処すべき将来の事象に対して、合理的な主観的確率分布をもち得ることを意味しているのであるが。)

しかし、この場合でも、現代の消費者は、コンピューターを自身に装備することによって、主体的に計算合理性を徹底・深化させ得る可能性が増大してきた、という抽象論的論考をなし得る余地が生じている点は見逃せないし、形容矛盾的ではあるが、消費者はまた感性的な仕方で合理的に、モノとサービスの順序づけを行っているという側面を注目しなければならないだろう。これらは上述の垂離の問題を解消する作用をなすものと考えれば、抽象論的表現としての推移性は、その現実的意味内容を形式論的に表わしていると言えるかもしれない。

(3) は消費者の選好の連続性を示す。(5)をも含めて(1)から(3)までの条件の成立は、一部すでに言及したが、消費者の財・サービスに対する情報が十全であることが前提となっている。

(4) は xPx' と xIx' とが同時に成立する矛盾の排除を要求するものである。

このように(1)——(5)の条件が満たされるならば、 R^2 上で無差別曲線群が成

立する。つまり無差別曲線は凸集合で、準凹関数となる。したがって、同一無差別曲線上に三点 x, x', x'' をとるとき

$$\frac{1}{2}(x' + x'') > x \Rightarrow \frac{1}{2}(x' + x'') P x$$

が成り立つ。

これは、モノを単一財としてではなく、自己の趣味にあわせて主体的に、モノをコーディネートして、より高い満足を追いかけていく現代の消費者像に適合した論理となっている。

したがって、予算線と R^2 上の無差別曲線が与えられた場合、予算集合 $B(P, M)$ 内で、(P は価格ベクトル、 M は所得) 消費者の最大満足が R^2 の境界に生じる端点解 ⁽⁶⁾ corner solution ⁽⁷⁾ は、品種にかかわる古いタイプの消費者像に適合的ではあっても、現代の消費者にはそぐわない論理であると言えるであろう。

こうしてみると、無差別曲線の説明に際して、現実の人びとは、消費行動を制約する条件について、かりにすべての面において等しいとしても「なおかつきわだった差異を含むということに驚かされる。……伝統的な消費理論は実のところ、このような常識的理解を正確に定式化したものにはほかならない」⁽⁸⁾ という見解に共感を覚える。

次に企業の行動を利潤の最大化に求めるミクロ経済学の生産の論理を考察しよう。

消費の論理と同様、生産に関する周知の命題をシンボライズしながら、現代社会との関連において検討を試みよう。

いま、 $x = (x_1, x_2, \dots, x_n) \in R^n$ を投入ベクトルとし、 $y = (y_1, y_2, \dots, y_m) \in R^m$ を産出ベクトルとしよう。また、可能産出量集合を $p(x) = \{y \in R^m \mid (x, y) \in Y\}$

(6) 『ミクロ経済学 I』, 前出, 163-164頁, 参照。

(7) 品種は品番に対する用語で、同一種類の商品である限り、欲求商品としてはそれで十分であるという意味がこめられている。例えば、ビールであれば、朝日でもキリンでもどちらでもよいという了解態度であり、それは他者依存的購買態度でもある。

(8) 同上, 140頁, 参照。

とすると,

$$(1) (Y > 0 \text{ かつ } (x, y) \in Y) \Rightarrow x > 0$$

(2) 生産可能性集合 Y は閉集合である。したがって効率的生産計画全体の集合 Y^* は、生産可能性集合の境界として定義される。

すなわち、効率的生産計画全体の集合 Y^* は、

$$Y^* = \{(x, y) \in Y \mid (x', y') \text{ が } (x, y) \text{ に優越するならば } (x', y') \notin Y\}$$

$$(3) ((x, y) \in Y \text{ かつ } x' > x \text{ かつ } y' < y) \Rightarrow (x', y') \in Y$$

$$(4) ((x, y) \in Y \text{ かつ } 0 < \lambda < 1) \Rightarrow (\lambda x, \lambda y) \in Y$$

$$(5) ((x, y) \in Y \text{ かつ } (x', y') \in Y) \Rightarrow (x + x', y + y') \in Y$$

(6) 任意の $\bar{y} \in R^m$ について、必要投入量集合 (\bar{Y}) は凸集合である。

(1) の無から有を作り出せないという論理形式はさておき、(2) は効率的生産計画を示す仮説であり、生産関数が凹関数となるために必ず満たされねばならない性質である。ここでの効率的生産計画とは、「他のいずれの生産要素の投入量を増やしたり、あるいはいずれかの生産物の産出量を減らすことなしには、どんな生産要素の投入量を減らすことも、どんな生産物の産出量を増やすことができないような生産計画を、効率的と呼ぶ⁽⁹⁾」というものであり、いわゆるパレート最適の意味での生産の効率性が問題とされている。

したがって当然ながら、この仮説が直ちに現実の生産の効率性を反映しているものではない。しかしながら、現代の生産主体がコンピューターを駆使し、情報ネットワーク社会を作り出しつつ、集積した情報を最大限に効率的に使用しながら、誤差の分散を最小化するような計画を立てていく行動を見てとるとき、この仮説の現実的可能性が増大してきたという見解も、あながち奇異でないかもしれない。合理的期待形成論が情報化社会を先き取りする理論という見解も、こうした思考の延長線で考え得るのである。

今日、わが国ではとりわけ、低成長期時代の情報システム化の生産管理シス

(9) 同上、54頁。

テムに見られる企業内の合理化の要素はますます強化され、「製品の多様化と併せて納期の短縮，原価の低減がさらに求められるとともに，これと併せて生産計画のサイクルは月次から週次，日次へと短縮され，ロットサイズも小型化される傾向にある⁽¹⁰⁾」といわれているのを省りみるとき，効率的生産計画を論理的に含む競争的市場理論の復活それ自体は，ますます効率性追求を深めていく生産への一元的傾斜としての超生産主義を促進する基因にすらなっている。

(3) の仮説は，生産要素や生産物を資源を使わず，自由に廃棄できるという，いわゆる無償廃棄の可能性を示すものである⁽¹¹⁾。

この仮説は超産業化との関連において重要である。ここでは新古典派理論の系譜に見られる二つの立場を，それぞれ分けて考察しよう⁽¹²⁾。

一つは消費者余剰最大化のワルラス論理としての立場からである。この立場では，生産物および投入物の価格は外生的にあたえられ，生産関数は， $\lambda y = f(\lambda x_1, \lambda x_2, \dots, \lambda x_n)$ という一次同次式で示される。この関係式の重要な含意は生産にかかわるすべての要素が市場を通して企業間に移転可能であるということである。

また，この式はワルラスの規模に関する収穫不変を説明するものである。生産者としての企業が適当に λ を操作することによって，主体的均衡に達した場合，利潤は消滅し，消費者余剰の最大化が達成される。したがってここでは主体的均衡の実現を追求する生産者は，究極的には消費者に奉仕するという，いわゆる消費者主権が含意されており，依存効果 dependence effect を，した

(10) 通商産業省・産業政策局編『企業情報ネットワーク』（コンピュータ・エージ社，昭和60年），112頁。

(11) 『ミクロ経済学 I』，前出，49頁。

(12) この用語の定義については，本文第三節，参照。

(13) 以下の論述の詳細については，次の文献を参照。青木昌彦・伊丹敬之『企業の経済学』（岩波書店，1985年），156-162頁。青木昌彦『現代の企業』（岩波書店，1984），第2章。Masahiko Aoki/Editor, *The Economic Analysis of the Japanese Firm* (North-Holland, 1984), Chap., I, 参照。

がってまた生産者主権を主張するガルブレイスの批判した点でもある。⁽¹⁴⁾

しかしながら、ガルブレイスのそうした論理には、大企業体制によって消費者は自己の財・サービスの充足において、自在に操作される被害者として一方的に立ち現われる大量生産時代の存在者である。しかし公害や環境破壊を可能な限り技術的に克服しながら、その上でなお消費者のモノやサービスに対するその快適性、便宜性、審美性、即時性や安全・衛生的なものへの欲求にこたえようとする生産者は、その限りにおいて、消費者の納得的心的状況の中で見えてくる存在者でもある。利潤ゼロの主体的均衡実現の追求者としての生産者は、ここでは一步現実へ歩みよって来たときさえ感じられてくる。それは生産要素の移転可能性を含意した論理の上で成り立っているのである。

次に第二の立場を表明するものとして、一次同次の生産関数を、 $\lambda y < f(\lambda x_1, \lambda x_2, \dots, \lambda x_n)$ に変えて見ると、これからいわゆる準地代最大化仮説が導出される。⁽¹⁵⁾

生産物と生産要素の価格が外生的にあたえられると、企業は生産を増大するにつれて、いわゆる規模に関する収穫逓減の法則が作用する。これは生産関数に市場を通して、少くとも短期的には移転不可能な固定的な生産要素が組み入れられており、利潤はそれによって発生するいわば企業に所属する「準地代」rent と考えられている。⁽¹⁶⁾

したがって、それは企業の主体的均衡が達成した時に生じる利潤ゼロという前述の論理とは異なっているから、消費者主権の論理はここでは通用しない。それはまさに生産関数に市場を通して、移転不可能な固定的な要素が入っているという想定から生じる。

(14) J. K. Galbraith, *The Affluent Society* (Boston: Houghton Mifflin Company, 1958), p. 152.

J. K. ガルブレイス, 鈴木哲太郎訳『ゆたかな社会』(岩波書店, 第2版, 1970年), 152頁。

(15) 『企業の経済学』, 前出, 158頁, 参照。

(16) 同上, 159頁, 参照。

こうした新古典派の第二のケースに対して、現代の産業社会はどのような変貌を開示しようとしているのだろうか。

この点については、今井賢一氏の「産業社会の変貌と「公共性」の転換」において触れられているコンテストابل・マーケット論が注目される⁽¹⁷⁾。プリンストン大学を中心にして研究されているコンテストابل・マーケット contestable market について、「それは新しい市場への企業の参入・退出がより増大することにより、あるいは実際の参入がなくても、潜在的競争のために、市場がより競争的になるという説で、例えば「規模の経済」economy of scale よりも範囲の経済」economy of scope を重視し、サンク・コスト sunk cost という概念を用いているのが表面的な特徴である⁽¹⁸⁾」とし、それが真に理解可能な現象として把握するためには、現代の技術革新の本質に迫らねばならないという。

すなわち、現代の技術革新はコンピューターというインプットが象徴するように、種々の用途に利用可能な共通の、いわば多目的なインプットを増大させている。これによって企業の戦略としては「一つのモノの生産規模を大きくして費用を下げるよりは、いろいろな財・サービスを組み合わせることで、⁽¹⁹⁾「範囲の経済」を実現していこうということが必然的に現われてくる」と指摘し、「規模の経済」から最近とくに注目されつつある「範囲の経済」への変化を、現代の技術革新の特質において捉えようとしているのである。

ついでながらわれわれはここで企業の側における「規模の経済」から「範囲の経済」への変貌が、消費主体の側における「単品欲求型」から「複合ないしレコーディネイト型」への変貌と密接に対応していることを指摘しておこう。このコーディネイト型がもつ無境界性は需要のパターンの多様化、需要変化の

(17) 今井賢一「産業社会の変貌と「公共性」の転換」(『経済評論』, 1985, 5月号)。

(18) 今井賢一「産業社会の変貌と「公共性」の転換」(『経済評論』, 1985年, 5月号), 9頁。

(19) 同上, 10頁。

加速化，モノのライフサイクルの短縮化を促し，そうした傾向は，生産主体の側にも，コンピューターなどの情報処理技術や通信技術によって，省力化，効率化を可能にし，環境適応力の増大，異業種の開拓を「範囲の経済」へと変えていく論理を有していると言えよう。こうした視点は，現代産業社会における生産と消費との関連を再検討する際に重要な論点となるであろう。

本題にもどってさらに今井氏の言及するサンク・コストについて以下要約しておこう。

サンク・コストについては，例えばコンピューターの購入は設備投資ではあるが，転売可能であるから，鉄鋼生産の場合の高炉のようにサンク・コストにならない。したがって，いくつかの制約条件があるにせよ，最小化しようような技術革新は，企業のマーケットへの参入・退出を一層容易にし，競争的市場を拡大・深化させていく可能性をもたらす。また今日では，航空や通信の今日では，空間的距離的制約は次第に克服され，サンク・コストの最小化が進行している。

こうして規模の経済性実現というステータスなり大義名分なりをあたえられていた公益事業の分野でさえも，いまやその存立基盤を再検討せざるを得なくなってきた。公害や環境破壊の問題を含めて，効率的資源配分の立場からも，公益事業もコンスタブルな状態におかれるようになってきたという。

以上の所論は，きわめて抽象的なレベルにおいて表現すれば，新古典派の第二のケースの第一のケースへの変貌と把握することができるであろうし，またその限りにおいて，先に述べた生産の論理の(3)の仮説に現実性のある含意をあたえることができるであろう。(ただ，そこでは同時に巨大企業による資本の集積，集中が一層押しすすめられる基盤を形成しているという点も考慮されねばならない。)

次に生産の論理の(4)の仮説は，生産技術の可分性 *divisibility* を，さらに(5)の仮説は生産技術の加法性 *additvity* をそれぞれ示す。この(4)と(5)の性質が

(20) この点についての詳細は，本文第4節を参照。

満たされるためには、長期の、つまりすべての生産要素が、市場を通して移転可能でなければならない。(4)と(5)が満たされるならば、周知のように、生産関数産可能集合 $Y \subset R_+^{n+m}$ が……凸錐となり、生産関数は収穫不変の法則に従うことになる。まさに新古典派モデルの第一のケースが、ここでは問題となってくるのである。そうしてみると、(4)と(5)の仮説の現実的含意は明らかに上述の「範囲の経済」と直接関わっている。

ビジネスプロトコル⁽²¹⁾の標準化が進み、共同情報システムの構築がなされ、データ・ベースの構築が一般化して、ネットワーク関連のコストが低減され、財の小量投入が低コストで利用可能となるような産業供給体制が出現するならば不可避的な技術の不可分性は、総体的見地から可なり程度克服される可能性があるだろう。そうした産業供給体制が出来上がりつつあるとも言われている⁽²²⁾。

技術の可分性の可能性の増大はまた、NC 工作機械を象徴とする競争的市場創出の多品種少量型生産の世界を示唆するものである。それは「一つの工場で (x, y) の生産を、別の工場で (x', y') という生産工程を行なえば、全体としては、 $(x+x', y+y')$ の生産計画を実施することができる⁽²³⁾」という加法性の現実的含意を表明するものと解されよう。

いままで述べてきた消費と生産の論理は、完全競争という条件の下での合理的行動の結果としての消費主体の満足最大化、生産主体としての企業の主体的均衡の達成という、いわば一般均衡理論への準備的前提にかかわるものであり、効率的資源配分実現への不可欠な前提条件にかかわるものであって、ただその限りにおいて本来的意義をもつものである。したがって、ここでの合理的行動という場合の合理性の概念は、目的の内容それ自体と全くかかわっていない

(21) ビジネスプロトコルとは「企業間の取引等に伴う情報の交換を円滑に進めるために定められた業務に関する規約」という。(『企業情報ネットワーク』、25頁、参照。

(22) 今井賢一「産業社会の変貌と「公共性」の転換」、前出、8頁、参照。

(23) 『ミクロ経済学 I』、同上、45-50頁。

いことは明らかである。この点について、例えばハーシマンが「効率的資源配分と福祉の最大化という経済学者の主張は、厳密に定義された市場に対してのみ有効なのである。完全な情報があたえられている多数のプライス・テイカーとしての無名の売手と買手が登場する市場は、集団間における人間的接触や社会的接触なしで機能する⁽²⁴⁾」と述べ、さらに「完全競争モデルとは異なる形態で大抵の市場が現実の世界で機能していると、正当にも主張してきた社会学的合法性を彼等（＝経済学者）は犠牲にしてきた⁽²⁵⁾」とマイクロ経済学を批判しているが、そうした目的・内容にかかわる批判は、まとはずれという反批判を生み出すにすぎない。

重要なことは、むしろ現代産業社会における生産主体が新しい技術をつぎつぎと開発することによって、産業化によって生じる公害や環境破壊を技術的に可能な限り克服しつつ、資源の効率的配分を実現し、消費主体に欲望満足の最大化をあたえ、それによってさらに生産と生産性を一段と高め、財・サービスの深化、すなわち、それらの本来的な機能以外に多様かつ個性的な要素ファッション的要素の追求や、複合的機能を追求していく産業化が問題なのである。というのも、こうした超産業化とも称せられる産業化が、マイクロ理論モデルに含意としての内実をあたえ、またあたえられることによって、マイクロ経済学の復活をうながし、それが循環論的に超産業化の下支えの役割を果たそうとしているからである。

したがって、合理的期待形成論を中核としたマイクロ経済学（それがマクロ経済学のミクロ的基礎としてであれ）の復活それ自体は、現代産業社会が超産業化へと深化していることへの左証として把えることができるであろう。さらにわれわれは消費の論理と生産の論理がもつ現実的含意を考慮しながら、超産業社会とも称せられる産業社会の特性分析へ向うことにしよう。

(24) A. O. Hirschman, "Rival Interpretations of Market Society," *Journal of Economic Literature*, Vol. xx, Dec., 1982, p. 1473.

(25) op. cit., pp. 1473-1474.

3. 即自的行為と手段的行為

超産業社会の特質を検討するにあたって、注目すべきは、村上泰亮氏の「二十一世紀システムの中の時間」という論文である。時間概念を中核として、現代の産業社会に見られる超産業化傾向を指摘する論考は、超産業化を考えるにあたって、数多くの示唆に富む論点をあたえてくれる。われわれはここでは、分析の焦点を手段的行為から引きさかれたといわれる消費行為にあてて、超産業化の特質を明らかにしていこうとおもう。

同論文では西欧的近代にとって、最も基本的な概念として、(1) 自己を絶対化しようとする個人主義、(2) 自然を征服しようとする人間中心主義、(3) 目的達成の合理性を追求しようとする手段主義、をあげ、これら三つの概念をその対立の構図として、(i)集団の隷属、(ii)人間性の尊厳の無視、(iii)合理性の欠如、をあげる。さらにこの古典的対立の構図の関係領域を、それぞれ (a)人間と人間との関係、(b)人間と自然との関係、(c)人間と時間との関係、をあげる。そして典型的な対立関係として、(a)では、一方の極に「個人主義」、他方の極に「集団主義ないし間柄主義」を、(b)では、「人間中心主義」と「自然と人間との調和」、(c)では時間の外在化概念を基軸に、「即自的行為」と「手段的行為」⁽¹⁾をあげる。そしてこの古典的対立構図に見られる個人主義、人間中心主義が産業化の起動力となって生産過程における時間の外在化、等質化をおし進め、西欧の産業社会は手段主義が圧倒的に支配する社会となっていったという。こうした古典的な対立図式の伝統の根は、欧米ではきわめて深いが、産業

(1) 「即自的行為」とは、人間の行為が時間という観念を人間の外に、人間に対立して作る必要がない場合、その種の行為をコンサマトリーな行為、すなわち、即自的行為という。また手段的行為とは、あらかじめ目的があたえられており、それを達成する手段として行為がなされる場合をいう。村上泰亮「二十一世紀システムの中の時間」(『中央公論社』、昭和59年、11月号)、47-48頁、参照。

化の深化と共に、その結びつきは弛緩しつつあるようにおもわれると論じる⁽²⁾。

まず個人主義については、資本所有型企業から経営者支配型企業へと変化するにつれ、「組織としての個性」を主張するようになり、結果として、雇用の長期化にもつづく企業に特有の技術ないし熟練の比重が高まった⁽³⁾。

こうした状況の変化をそこでは手段主義の一層の深化を促すものとして捉えているものとおもわれる。さらに、「人間中心主義の輪廓も、産業化の深化と共に不明瞭になりつつある⁽⁴⁾」人間化された自然を前にして、いまや人間の要求に合わせて自然を変化するという生産の定義そのものは空洞化し、空洞化することによって生産の無限の拡大を実現していく。したがって、「1970年代にみられた公害防止や環境保護の政策は、単なる産業資本の譲歩ではなく、長期的に見れば産業化の促進要因ですらある⁽⁵⁾」

こうした立場には、そこではフォイエルバッハの『将来の哲学の根本問題』に見られる受苦的存在としての人間が、身体を媒介としながら、主体としての自我(＝人間)が能動的であると同時に受動的であり、逆に客体としての対象(＝自然)が受動的であると同時に能動的であるという、いわば人間と自然との関係を相互主体関係として捉える立場は一切否定されている。こうした素朴な自然と人間との関係は既にして崩壊してしまったのであり、人間化された自然環境を保護しようという立場でさえ、実は産業化の深化へ向っている現象にすぎないのである。

こうして産業化とは、手段的合理性の限りない追求、手段的行為の無限の深化であり、手段と目的との間に経過する時間を限りなく節約することによって手段的行為のもたらす成果の巨大化を目指すものとなる。そして遂には「目的を所与として手段を選ぶのではなく、手段を実行に移すためにかりそめの目的

(2) 同上、50頁。

(3) こうした見解については、本文第2節、注(13)、参照。

(4) 同上、50頁。

(5) こうした見解については、本文第2節、注(13)、参照。

が作られていく。⁽⁶⁾ 目的と手段との転倒という、いわば手段的合理性追求の非合理性を現前する産業化は、もはや生産を越えた生産活動であって、「超産業化⁽⁷⁾」と名づけらるべきものであろう。それは超産業社会の出現なのである。そしてさらにそこでは、技術パラダイムの変遷を物質→エネルギー→情報の流れにおいてとらえられた後、情報化を「手段主義の一層の進化であり、超産業化の前進⁽⁸⁾」と規定する。たしかに対立の図式は混乱し始めてはいるが、超産業化の論理はなお前進をつづけていると論じる。等質化され、外在化された時間の絶えざる節約の中に生産行為の本質を見てとっている視点には非常な共感を覚える。

しかしながら、問題は消費行為と時間との関係である。生産行為については時間はその節約という仕方手段主義と結びつき、論理の一貫性が見られた。

では消費という行為については、時間はどうかかわってくるのだろうか。ここでは消費における時間の節約を「最終的な即時行為にいたるまでの迂回的な手段的行為を取り除いていく⁽⁹⁾」ことと考える。それを具体的に表現すれば、耐久消費財の普及時代においては、迂回的な手段的行為の除去とは、家庭内主婦の家事労働という時間の節約の実現を意味し、消費行為における即自性の実現を目指すものであった。しかしながら耐久消費財普及時代が過ぎてしまった今日すくなくとも迂回的な手段的行為の除去が長期的視点からは徐々に実現されている今日、消費者にとって、節約された時間をどう処理するかが、消費者一人一人に問われてくるだろうという。

他方、生産の側は、依然として外在化され等質化された時間の節約を追求している手段的行為の世界にかかわっている。こうして、いまや消費と生産は時間を媒体として対立しはじめている。現代の社会は超産業化（＝時間の節約）

(6) 同上、51頁。

(7) 同上、51頁。

(8) 同上、55頁。

(9) こうした見解については、本文第2節、注(13)、62頁参照。

と脱産業化（＝時間の消費）の二重基調の社会として特徴づけられる。

こうして問題は、時間にかかわる消費者の行動について「空白な時間を埋めるために行動しているにすぎないのか、充実して行動することによって時間を忘れていたかの区別は、頗る微妙なのである⁽¹⁰⁾」とし、生産と消費の対立していく構図の中で、真の消費能力を人間が回復しうるか、という可能性を綿密に鋭く考察しているのである。

以上の論述に対して、第一に指摘したいことは、そこでは消費者の消費行動にかかわる時間を、消費対象としての物財の本来の機能性にかなりウエイトをおいて関係づけているのではないだろうか、という点である。

消費者が物財の機能性との関連で時間とかかわる場合には、大衆消費時代には、財のもつ本来の機能は、労苦多い家事労働の時間節約を達成する目的として、消費者にとって意義があった。だがそれが満たされた現在、消費者は、手的行為から引きさかれた時間をどのように扱っていこうとするのか、という問いかけが必然的に生じてくるだろう。耐久消費財普及の時代が過ぎ去ってしまった現在、外在化され、等質化された時間の節約という手段的行為はその意義を喪失してしまった。消費者にとって、いまや時間をどのように消費するかが問題であり、社会全般としては、消費と生産が時間をめぐって対立していくということが問題となる。

しかし、こうした見方は、消費者の消費行動を物財の本来の機能と深く結びつけているところから生じてくるのである。

かつての耐久消費財の普及過程に見られた消費需要形態としての普及型需要は選択的需要へと変って来た。その結果、人びとの消費態度も量的充足から質的充足を求める傾向が強まり、質の内容も非常に多様化、個性的となり、人びとは商品を、本来の機能からだけ求める「物財」として扱うだけでなく、むしろ個性的な要素やファッション的な要素を求める「モノ」として扱う傾向が強くなっている。消費者の欲求するものは、品種的なものから品番的なものへ、

(10) 同上、62頁。

単品から複合・コーディネートへ、購買行動については、人まかせ（代理人）から本人自身が、消費者群像から見れば、絶対多数の存在（＝量的世界）から少数者の浮上へ（＝質的世界）、意識から見れば、強い帰属意識から強い私的意識へ、そして消費の満足志向から言えば、価格からセンスへ、量的満足の志向から、消費行為の即自性を象徴する感性的満足の志向へと変化している。

ここにはつらい家事労働から開放されて、余裕時間の消費にとまどう消費者の姿は見当たらない。ここに登場してくる消費者像は、個性化を求め、モノのコーディネイトを楽しむ審美的欲求充足者の姿である。こうした現象は、世代を問わず根底に流れている人びとの消費態度といてよいであろう。活動的にモノやサービスとかかわり得る限り、人びとの消費行為は、なお、依然として時間の節約——手段的行為とかかわっているといえよう。審美的欲求の充足には費すべき時間に過剰は存在しないからである。

さうにまた、コーディネート追求の世界は、財・サービスの配列の更新を絶えず要請していく世界でもある。耐久消費財もその例外とはなり得ないであろう。コーディネートの世界では、財やサービスは、それぞれ単独には自己の存在を主張することがむずかしく、センスのよい、調和のとれたモノやサービスの配列が問われる世界なのである。財やサービスのもつ独自の境界の否定、すなわち、財やサービスの無境界性が問われているのである。したがって、コーディネートとしての消費は、消費の行きつく先としての生産とも深く関連してさえているのである。

つぎに問題なのは、女性の職場進出の現象を「即自化の方向からのUターン現象」ととらえる見方も、そうした可能性も基本的には主肯できるが、上述の

(11) 水口健次郎『第三次創業時代のマーケティング』（誠文堂、昭和58年）、参照。

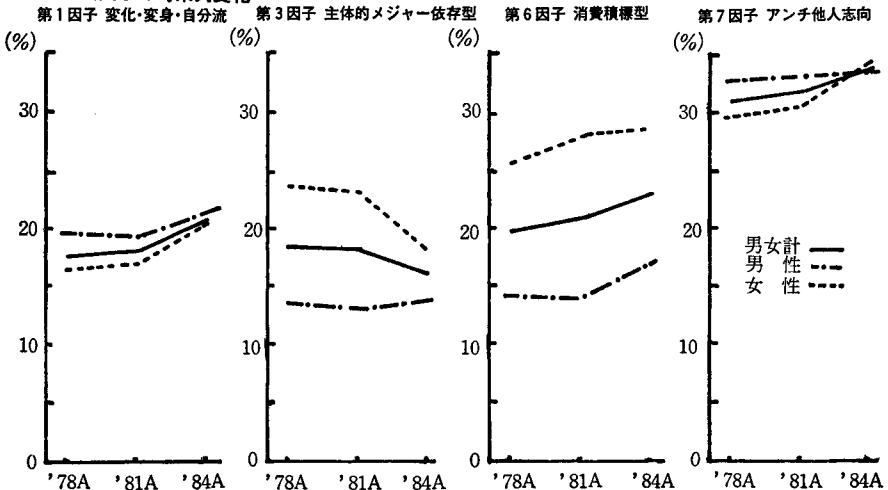
大橋照枝氏は JNN データバンクの1978年のライフスタイル編から、59年の変数を取り上げ、複雑な消費傾向を構造的に解明し、定量化していく目的で因子分析（第1因子—第10因子）を行なっている。ここでは関連ある主要因子の時系列変化をあげておく。

コーディネート消費の世界に見られる人びとの多様な価値観や個性化現象は今後の推移をまたねばならないが、女性の職場進出という現象にも自己実現という方位で見られるのではないかという点である。時間概念をあまりに強く生産という視点から消費にかかわらせることには問題があろう。

ところで消費者がモノがもつ機能的側面だけにかかわらなくなってきたということは、別言すれば、消費財としてのモノは、その限りにおいて、孤立的、単独的な意味表示的要素を稀薄なものにしつつある、ということの意味している。

そこで問題なのは、消費財が個別的な意味表示的要素を稀薄化し、コーディネート化してくるのに対して、生産体系では、生産手段としての財が、ますます意味表示的要素として機能していくという点である。人びとが生産手段を効率的に操作するために、解説のコードを必要とする情報が、その生産手段にますます濃密に体化され、体化されるとやがてその複雑な意味表示的要素は技術的に否定されて、操作容易性を回復し、回復することによってより複雑な意味

主要因子の時系列変化



出所：『ブレーン』、3月号、昭和60年、67頁。

表示的要素を創出する基礎を形成していく。こうした技術の弁証法的展開の中で、手段的行為の実現のために、既述した「かりそめの目的」が形成されさえしていく。

このような意味表示的要素をめぐる消費と生産の分化傾向という観点から、われわれはさらに子細に消費行為を検討する必要がある。消費行為との関連のうちに、かりそめの目的を形成していく生産行為こそは、超産業社会への基因となっているからである。

4. 生産の拡大・深化

1950年代後半から1960年代にかけての先進工業国社会の繁栄の時代、とりわけ日本においては、人びとは家電製品など生活必需品を横並び式に、皆一様に求めた。それに対応した大企業の生産方式は、規格化され標準化された規模の経済性を追求する大量生産方式であった。こうした生産方式はガルブレイスのように、産出量だけでなく、依存効果 independence effect⁽¹⁾ をも生み出し、消費者は大企業体制による自由な操作の対象とされた。需要の側から考察するデューゼンベリのデモンストレーション効果 demonstration effect やリースマンの他人指向型 other-directed character にもとづく人々の消費行動も説得力があった。このようにして、彼等は大衆消費社会を形成していったのである。そうした時代には、消費者は、既に言及したように時間節約という目的達成への手段として、物財がもつ有用性や機能性と深くかかわっていたのである。物財は生産手段と同様に消費者にとって、一様に意味表示的要素として機能していたのである。

しかしながら、生活必需品のレベルでの人びとの購買と所有が相対的に均質化してくると、消費者にとって、物財はそれぞれの意味表示的要素とは別の要

(1) J. S. Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior* (Cambridge, Mass: Harvard Univ. Press, 1949).

素が生じてくる。すなわち、物財はモノと化してくる。他のモノと切り離された一つ一つのモノは無意味であり、無価値とさえいえるものとなる。モノはひとつつながりの意味するものとなり、多様なモノの組合せは、より複雑な超モノとして、相互に意味づけ合っているのである。第1節で述べたように、そうした状況は、同一な無差別曲線上の二点A、Bを結ぶ線上の諸点への移行を抽象論的に示唆しているものといえよう。より優位な無差別曲線への移行は、今日の消費者の究極的な意味での行動エネルギーを論理的に表現している。

すなわち、現代の消費者は、モノとモノとのコーディネートの中に、モノとモノとの関係の中に、単一的な機能だけでなく、複合的な機能を求め、また機能性以外に審美性や快適性、アンビバレントな特性、即時性（＝新鮮さ）、コミュニケーション性、遊び心を求めていく傾向が強い。そうしてこうした傾向はモノを重厚長大から軽薄短小へと導いていく。

このようにして、消費者は個性的な仕方でもノとモノとの関係から生じるエトワスなものを求めることによって、まず自己の内部にだけとどまる内包的な自己満足を果し、内包的自己満足を媒介として、外延的な優越性へ（＝優越性が他者との関係を深めていくという意味で）とかかわっていく。そしてこの傾向は社会的ヒエラルキーとも深くかかわっていくのである。

他方、現代の生産主体たる企業は、需要パターンの多様化した消費者の次元にまで降りていき、市場競争の環境の下でそうした消費者のモノへの欲求を具体化し再編成する機能を重視している。先にわれわれが「消費者の究極的な意味での連動エネルギー」といったのも、消費者の欲求実現のプロセスには、生産者側における消費者欲求の再編成機能が加重されているからに外ならない⁽³⁾。

(2) D. Riesman, *The Lonely Crowd* (New Heaven: Yale Univ. Press), 1961.

加藤秀俊訳『孤独な群衆』（みすず書房、1964）。

(3) たとえば、マス・セールとは異って、観客の特性や過去の購売歴などの情報をコンピュータに記録しておき、観客の特性に応じたサービス手法や販売促進法を編み出していくこうとするもの、あるいはコンピュータによる顧客情報管理システムを従に、小売業やメーカーに対するサービスの提供を、(1)顧客の求める商品を企画するための知

生産者側における再編成機能によって異業種間の情報交換の増大や異業種の開拓が生じ、即自性としての消費者の個性的欲求は一層顕在化し、消費者のモノとモノとのコーディネート化が促進される。

生産主体による再編成機能を媒体として、コーディネート化されたモノが促進する消費者の内包的自己満足感と外延的優越性の弁証法的展開は、社会的地位や威信にかかわる社会階級形成の下支えとなっていく可能性がある。モノが究極的に、地位や身分、威信など、非合理的要因の強い権力意欲へとかわりを深めていくとき、社会階層上位への到達が、たとえ潜在的アスピレーションとしてとどまるにせよ、消費者の限りない即自的消費行為に支えられ、産業社会は超産業化を深めていく。

ボードリヤールもまた差異化と成長社会を論じるにあたって、「人びとは決してモノ自体を（その使用価値において）消費することはない。——理想的な準拠としてとらえられた自己の集団への所属を示すために、あるいはより高い地位の集団をめざして自己の集団から抜け出すために、人びとは自分を他者と区別する記号として（最も広い意味での）モノを常に操作している⁽⁴⁾」と述べ、消費過程に「分類と社会的差異化の過程としての側面」を強調している。ここでは、記号としてのモノは、コードにもとづいた意味づけとコミュニケーション上の差異だけでなく、「ヒエラルキーのなかの地位上の価値」として秩序づけられ、消費が戦戦的分析の対象となり、知識・権力・教養および地位にかかわっていることを指摘している⁽⁵⁾。

ボードリヤールのそうした認識は、豊かな社会では、消費が社会全体を均質

識、(2)顧客の関心を引くカタログや広告の作り方、(3)注文を効率的に扱う方法、(4)商品を即座に届ける技術、(5)顧客作りとその情報管理、(6)配送ルートを持たないメーカーが対象の場合は 配送を請負うなど、無店舗販売のシステムの提供に及ぶものなどは、その具体的内容として、「再編成機能」という概念に含まれる。

(4) J. Baudrillard, *La Society de Consommation* (Planete, 1970).

今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』（紀伊國屋書店、1970）、67-68頁。

(5) 同上、67頁、参照。

化するものではなく、かえって社会内の差異化を強調するものであること、人びとの購買と所有の相対的均質化が、人びとの平等を具体的に実現しているように見えるが、その具体性が実はもっとも抽象的同質性を前提にした真の差別システムを生み出す基盤となっている観点から生じている。

こうした立場から、ガルブレイスの欠落しているものは、差異や地位などについての一切の社会学的考察であると、ボードリヤールは正当にもガルブレイスを批判している⁽⁶⁾。

豊かな社会から導出されるボードリヤールの差異や地位などの社会的ヒエラルキーに関する社会学的考察は、しかしながら物財の稀少性原理に基づいている。

それはボードリヤールが、社会的ヒエラルキーの抽象的基準としての知識と権力は現代の豊かな社会における二大稀少財と見做している点からだけでなくつぎに要約するように、社会的ヒエラルキー形成要因として具体的かつ記号的なレベルでの差別の増大を指摘している論考において明らかである。

すなわち、ボードリヤールはその具体的例として豊かな社会における住環境をあげる。それは地理的差別、あるいは居住空間の問題やセカンド・ハウスの所有などによって決定的になりつつあるとし、現代では、均質化機能の働くモノよりも、差別化機能の働く空間やその社会的性格の方が重要であると考え。そして自然、空間、きれいな空気も、静けさなどの稀少財の追求とそれらの価格の高騰が、最上層と最下層の支出の違いとなって現われている。しかもそれらは制度化された権利によって公認される個人的かつ集団的な一般的な進歩を表現しているように見えるが、それは皮層の見方である。逆のよみ取り方が必要であるとし、例えば空間への権利が生れたのは、最早や万人のための空間が消滅し、空間と静けさが他人の犠牲の上に成り立つ一部の人びとの特権と

(6) 同上、88-89頁、参照。

なお、ヒエラルキーの社会的考察の欠落というガルブレイス批判については、拙著『現代産業社会論』、第5章、第二節、参照。

なった後のことであると論じる。ボードリヤールはそこに新しい社会的権利の出現を見て取り、それらの権利に関連する諸要素が、結局は階級の特権の差異表示記号の地位を得ることになったことの徴候である⁽⁷⁾と考える。

以上の論述から明らかなように、ボードリヤールは社会的ヒエラルキー形成の根本原理を、その抽象的レベルにおいても具体的レベルにおいても共に財の稀少性原理に依拠している。

社会的ヒエラルキー形成にかかわるボードリヤールの論述は、階層性がいまなお残存している西欧社会を想定したとしても、なお疑念が残る。

というのも、人びとの囲りを取りかこむ溢れるばかりの、豊かな社会におけるモノやサービスを前にして、ボードリヤールの説く住環境そのものも、圧倒的な質と量をもって人びとに迫ってくるモノやサービスの中へまぎれこみ、無化されその存在の差異性や特異性すら奪われていく徴候があるからである。

いまひとつは、きれいな水や空気が地球的規模で汚染されつづけている以上、住環境それ自体は、使用価値無化への途上にあり、したがって「他人の犠牲のうえに成り立つ」特権であっても、それは無化の途上にあることに変わりはない。こうして財の稀少性原理にもとづく社会的ヒエラルキー解明は、なお疑念が残されることになる。

われわれはむしろ、先述したように、コーディネート化されたモノの配列と消費者の内包的満足と、外延的優越性との弁証法的展開、そして生産主体による再編成機能を通して、地位、身分、住環境なども社会的、文化的にコーディネート化されたモノのひとつとして、それぞれの意味性を回復し、社会的ヒエラルキー形成への潜在的要素となる可能性をもちうるであろうと考える。それはまた消費者の限りない即自的消費行為に支えられ生産の側における再編成機能を通して産業社会を超産業化へ導く要素となるであろう。

いまひとつ注目しなければならないのは、上述した例の徴候にかかわる問題である。すなわち、住環境すらも無化されていくという徴候は、むしろ生産行

(7) ボードリヤール、同上、61-64頁、参照。

為に見られる手段主義の無限の深化を促進させる要因となっていくという側面に注目すべきであろう。その観察可能な具体的形態としては、生産者側による生産促進を阻止する要因としての公害や環境破壊問題を超克しようとする手段的合理性に適合したポリシーであるといえよう。

事実としては、生産主体におけるそうしたポリシーの目的達成の困難さが、手段主義の絶えざる深化をうながし、それがまた、究極的には産業社会が超産業化へ向う一因となっているといえるであろう。

こうして現代産業社会は、市場競争的性格を強めながら、人工環境を整序しつつ、利潤最大化を求める効率的生産体系の限りなき追求、すなわち、外在化され、等質化された時間節約の限りなき追求という行為と、消費行為の現状が所詮は資本の回路にもとづくあだ花という批判的立場があるにせよ、手段的行為から引き離された時間にとまどうことなき消費者の消費行為とからなる枠組の下で、生産の深化が進行しているのである。

Present Preoccupation with Production

Ryoichi Sato

In this paper we analyse the nature of our industrial society, especially the preoccupation with production and productivity. First, we discuss econo-sociologically the meaning of some assumptions of rationality concerning consumer and producer behavior, though there are preliminary assumptions for a general equilibrium system. Secondly we examine consummatory behavior and instrumental behavior and we conclude they are closely related with each other for the increased concern for production. Lastly we examine Baudrillard's theory of consumption with social hierarchy and we point out the importance of an atmosphere created from the arrangement and coordination of consumer goods which makes productive behavior more instrumental.