

『豊かさという幻想「消費社会」批判』（桜井書店、2013年）

姉齒 暁

1. 本書の視角

本書は、現代の消費構造を、消費者信用およびサービス消費支出の増大という視点から分析したものである。

2. 本書の問題設定と分析視点

消費者信用の視点から消費の問題を読み解くことは、消費者信用の拡大と多重多額債務者の発生を「浪費する消費者」のイメージと重ねることに対する批判的検証であり、資本主義と消費者信用の不可分の関係性を明らかにする作業でもある。

一方、サービス消費支出の増大の理由を読み解くことは、財支出からサービス支出への比重の変化を消費の質的变化として捉え、「豊かな消費社会」のイメージと結びつける主張に対する批判的検証であり、消費のサービス化という事象の陰に資本主義生産のもとで労働者が抱える雇用不安や貧困の問題などが隠されていることを明らかにする作業となった。

まず、消費者信用については、債務者のモラルやクレジットカードの利便性に焦点を当てる従来の機能中心の主張に対して、消費者信用の本質すなわち信用関係や成立条件に対する理論的分析をおこなった。その結果、消費者信用が資本主義生産にとって不可欠なものとして発展し、それゆえ、その肥大化は避けられないにもかかわらず、その結果として資本主義生産にとっての危機的状況をつくりだすことが明らかになった。その具体的事例として、第Ⅰ部において、アメリカにおけるサブプライムローン危機を取り上げ、アメリカの債務者に対する「浪費する消費者」のイメージを検証すると同時に、アメリカにおける消費者信用の成立を資本主義生産の発展との関係で検証していった。また、第Ⅱ部において、消費者信用の信用関係や成立条件に関する理論的分析をおこなった。

サービス消費支出の増大に関しては、かつては画一的な消費（すなわち財消費）から個別性を重視する消費（サービス消費）への人々の意識変化を示すものとされていた。また、最近では、サービス消費の拡大を含む、より多様な消費の変化が再び新しい消費社会の創造につながるものとして「若年層の消費離れ」や「絆を希求する消費」などの表現で、かつてと同様の内容が繰り返し主張されている。しかし、これらの主張の根拠となるはずのサービス消費品目については、きわめて漠然としたイメージのみが先行しており、サービス消費の性格付けができたうえでの分析とはなっていない。雑多な性格を持つ品目が放り込まれているだけに過ぎないサービス消費品目の中身を詳細に腑分けし、その性格を個別に分析することなしにサービス消費品目サービス化の進展が物質主義からの解放を意味するものであるのか、あるいはサービス化が豊かさの証拠なのかといった疑問に答えられるものではない。このような現状を受け、本書では、これまで論及されてこなかったサービス消費品目の詳細な分類を行った上で、それらの性格付けと増加要因の解析をおこなった。

こうした消費のサービス化の解明作業は主として第Ⅱ部にゆだねられるが、アメリカ経済と消費者信用の関係を分析した第Ⅰ部第3章においても、アメリカにおける経済のサービス化の進展との関係を示し、生産基盤の海外進出とサービス部門労働者という低賃金労働者の創出がその実態をなしていることなどを示した。消費者信用およびサービス化の問題は、その両者ともが資本主義のもとで相互に関連しあっているのである。

3. 各章の概要

（1）第Ⅰ部の概要

第Ⅰ部は第1章～第4章からなる。ここでは、巨大消費国アメリカで生じたサブプライムローン問題を好例として、資本主義が自らを維持するために形成した消費者信用に依存する消費構造とその帰結について考察を行った。

①第1章の概要

第1章では、「浪費社会」という幻想に包まれたアメリカの消費の実態を検証した。ここで検証されるものは、サブプライムローン問題に示されたアメリカの多くの消費者が抱えている債務の意味である。具

体的には、サブプライムローン問題が本当に低所得者の問題に限定的なものであるのかどうか、また、広告宣伝にあおられているにせよ、そもそもアメリカの消費者が「浪費」体質といった独特の消費構造を有するものなのか、これらの課題について検証を行った。

まず、サブプライムショックの出発点にあるサブプライムローンの利用者は、所得階層五分位における最低所得者層（第Ⅰ分位）なのではなく、むしろ「中間層＝中所得者層（第Ⅱ～Ⅳ分位）」であったことを指摘し、アメリカの消費を支えている中間層が恒常的な危機のもとにあることを示した。

アメリカ国民の家計はむしろ浪費を許さないほどに選択の自由度が小さいのであって、固定的な支出部分の増大は選択的な支出項目にも多大な影響を与える。このような逼迫した家計状況では、失業や傷病に遭遇すれば、自己破産まで転がり落ちる恐怖感を生み出す。職を失わないために教育費を増やし、病気にならないためにサプリメントを多用し、ジムに通い、そうやって固定的支出をそれ以上増大させないがために選択的支出をも増やさなければならなくなる。つまり、アメリカにおいては、社会的共同消費支出という固定的な支出部分が選択的支出部分を圧迫すると共に、固定的支出をできるだけ抑えようとする消費行動が、さらに選択的支出を増やす可能性も増大させるのである。そして、そのような家計状況が決して貧困層だけに現れるものではなく、サブプライム層と重なる中間層すなわち全消費者層の 8 割以上でみられるという事実は、アメリカが抱える問題がいかに深刻であり、かつ一般的であることを示しているといえよう。アメリカの資本主義経済は、アメリカの消費者信用が 1920 年代からそうであるように、膨張と収縮を繰り返しながらアメリカの過剰生産をさらに促進させるであろう。

②第 2 章の概要

第 2 章は、サブプライムローン危機後のクレジット・クラッシュを受けてもなお信用に依存せざるをえないアメリカの消費行動を追ったものである。未曾有の経済危機は「自然に」アメリカの消費構造を変化させるのか？ この問題は、「消費社会」が自然に社会・経済構造を変革するという幻想を検証する作業に通じるものでもある。

対消費者貸付（モーゲージローンならびに消費者信用）の返済基盤は、グローバル経済のもとで企業の対労働者圧力が高まる中で、今、最も不安定な将来所得に置かれている。もちろん、この傾向は今に始まったことではなく、アメリカ経済が内包する最終消費市場の崩壊リスクは増大の一途をたどっている。

これまではミニマムペイメントシステムなどのツールを用いて債務の返済を細く長く引き伸ばし、ある

時は税制改正によって、またある時は大幅な利下げの実行によって何とか抑止を効かせることが可能であった。しかし、今回のサブプライム問題によって、長年にわたって債務不履行のリスクを先延ばしにし続けてきたミニマムペイメントやモーゲージローンのリファイナンスによるキャッシュアウト、あるいはモーゲージローンを消費者信用と連動させるシステムのツケが一気に表面化することになった。それでもアメリカの消費者は消費者信用に依存せざるを得ない。したがって消費構造が根本的に変化することはない。

もし、サブプライムショックがアメリカの消費構造を変える要素となりえたとすれば、それは、これまでの新自由主義的政策を改め、社会保障の充実を図り、余裕がなさすぎた低所得者層から中所得者層の広義の可処分所得を増やすことであり、雇用を安定的に確保することに他ならない。しかし、そのどちらも極めて一時的、限定的な効果にとどまる現段階のアメリカの政策的対応では、消費行動の基本的な変化が生じるだけのゆとりはアメリカの平均的家計には存在していない。従って、消費者はこれまで通りの消費を続けるほかはないという結論に至った。

③第3章の概要

第3章では、アメリカにおける消費者信用の歴史の変遷をたどることで、消費者信用がそれぞれの歴史段階で果たしてきた機能の特質を抽出し、現在のアメリカにおける消費者信用の位置づけを明らかにする作業を行った。そもそも、消費者信用は大量生産大量消費体制とともに発展してきたものであり、耐久消費財のための市場拡大をその基本的機能としてきたが、それでは消費者信用の成立期から金融危機を経験した現在にいたるまで消費者信用の基本的な機能に変化はないのであろうか。この問題意識のもと、アメリカ経済の動きと連動した消費者信用の役割の変化を検証することが本章の課題である。そこで、消費者信用の生成期として1920年代前後からニューディール期を経て1970年代までを一区切りとし、続いて消費者信用の急速な伸長をみた1980年代以降の消費者信用の役割について検証を行った。

消費者信用は、二大成立条件となる「耐久消費財の大量生産」と「金融資本の蓄積」を背景に、両資本の過剰すなわち「過剰生産」と「過剰投資」を解決するために生み出されたものである。ただし、それも利子を伴った元本が、一定期間後に還流してくることを前提としており、このことが成し遂げられたかどうかは後日確認されることとなる。特に、大恐慌以前のアメリカでは、消費の一般的条件も乏しく、有効需要を十分に作り出せる環境にはなかった。そのため、消費者信用は生産側にとっても消費者側にとっても

必要不可欠な存在であった。すなわち「消費のための一般的条件の欠如」と「賃金の労働力の再生産費以下への切り下げ」が生み出す現在のアメリカの消費を取り巻く環境と類似した様相が展開する中で、消費者信用が拡大していったのである。

一方で、大量生産体制にすでに足を踏み入れ、ますます国内市場の拡大を要求する資本にとっては、ある程度の労働者との妥協や消費のための一般的条件の充実を受け入れざるを得なかった。労働者だけでなく資本も好むと好まざるとにかかわらず、この時期にニューディール政策は必要な政策であった。

また、初期の消費者信用の主たる担い手はノンバンクである販売金融会社であったため、その拡大は限定的なものとならざるを得なかった。しかし、消費者信用の普及は、耐久消費財を中心とする製造業の資本蓄積を急速に進め、それはまた商業銀行の消費者信用への直接的な関与を導くこととなる。こうして信用創造可能な商業銀行の参入は消費者信用のさらなる拡大をもたらすことになるのであるが、その流れを決定づけたものは大恐慌後に行われたニューディール政策とグラス・スティーガル法の制定であった。

さらに戦後になると、製造業のさらなる発展を背景とした労働者層、すなわち消費者層の増大と将来所得の安定性への期待の高まりの中で、消費者信用は比較的安定的に推移していく。この時期の消費者信用は、耐久消費財の価値実現と戦後のアメリカにおける資本蓄積のさらなる発展という機能を果たす。そして、利子生み資本の側から見れば、貸付可能な貨幣資本の蓄積と金ドル交換停止を背景に、天井知らずに信用創造を拡大できる条件が出来上がったことを基礎として、利子生み資本に利子取得機会を与えるという機能を果たしている。

戦後から 70 年代までのアメリカでは、有効需要創出と生産過程および消費過程の一般的条件たる社会資本の充実を進められることになるが、70 年代の金ドル交換停止やグローバリゼーションの著しい進展によって、製造業における生産ラインの海外移転、生産前労働や生産後労働の外部化が進行する。それは、対事業所サービスにおける一部の高賃金労働者層の創出と圧倒的多数の低賃金労働者を生み出すことになった。

また、こうしたサービス化の動きは、海外への生産基盤の移転に加えて、生産基盤で必要とされていた社会資本の解体と民間への払い下げと対消費者サービス増加がもたらしたのもでもある。そうして創出された対消費者サービス業の雇用は、かつて製造業で強力な労働運動を展開した正規労働者と比べると、極めて低賃金で不安定な労働者層を増大させるのである。

しかし、国内に残存する資本からすれば、こうして生まれたサービス産業にも活路を見出さねばならない。そのことがますます労働者への圧力を強め、賃金の引き下げ圧力となって労働者にのしかかるのであるが、彼らの労働力の再生産のための一般的条件は、すでに新自由主義のもとで失われてしまっている。これらの問題、すなわち労働力の再生産が不可能となるような低賃金と消費のための一般的条件の喪失によって生じた必需的な消費支出との間を埋め合わせるための手段が消費者信用なのである。すなわち、1980年代以降の消費者信用の拡大は、大恐慌直前の「消費のための一般的条件の欠如」と「労働力を維持することさえ困難な低賃金」による消費者信用の拡大に非常によく似た様相を呈しているといわねばならない。

④第4章の概要

第4章では、信用に依存するアメリカの消費構造とアメリカが国際通貨国であることとの関係性を検証した。

アフリカ諸国や南米・中南米・アジアの貧しい国々をはるかに凌駕する借金大国であるはずのアメリカでは、その一方で個人消費が堅調な伸びを見せている。この個人消費の堅調な伸びこそが1990年代のアメリカの好景気を支えたとされてきた。

しかし、アメリカ経済を牽引し世界のGDPの2割を占めるといわれるアメリカの消費市場は後述するように巨額の家計債務に支えられており、アメリカは対外的に経常収支赤字を累積させつつ対内的には家計に多額の債務を累積させながら、世界経済の中心に位置していることになる。このようなアメリカの現状を踏まえ、本章では、借金を重ねながら消費を続ける「過消費」を可能にしているものがアメリカの国際通貨国特権によるものであり、同時にアメリカが国際通貨国特権を保持し続けるためにもこの「過消費」が必要不可欠であることを明らかにすることを課題とした。

まず、国際通貨国特権をもつアメリカの特殊性と、後述するリュエフの言う「友好的圧力」としての消費市場の維持について考察した。次に、アメリカの個人消費と巨額の家計債務について、モーゲージローン、とりわけホーム・エクイティ・ローンおよび消費者信用という主たる家計債務を取り上げて論じた。そのうえで、アメリカが経常収支赤字を累積させつつ非国際通貨国との経済関係の上にドル体制を成立させているのであるが、そのようにアメリカの市場に依拠しアメリカの国際通貨国特権を支える日本との関係を例にとりながら、対米黒字国とアメリカの過消費との関連性について検証した。

国際通貨国特権を有するアメリカでは、世界の GDP の二割を占める消費市場に流入する輸入品を際限なく受け入れることが可能である。これらのアメリカに流入する輸入品は、非国際通貨国において過剰となる可能性があった商品であり、だからこそ、アメリカはリュエフのいうところの「友好的圧力」を発揮することができるのである。

しかし、アメリカの現在の消費規模は、本来であれば所得の壁の存在が理由で消費されないはずの商品が所得の壁を超えて消費される状態、すなわち過消費によって維持されている。この過消費を可能にしているものが他に類を見ないほど巨額の家計債務である。

アメリカは、国際通貨国特権により対外債務の決済を先送りすることが可能であるが、個別世帯の家計債務については、債務の際限のない繰り延べは不可能である。今後の債務拡大を信用供与側と家計がどこまで許容できるのかを予測をすることは難しいが、住宅価格の上昇や将来所得の安定性に依存した家計債務の累積は、サブプライムローン問題のときのようなリスクを常にはらんでいるのである。

(2) 第Ⅱ部の概要

第Ⅱ部は第5章～第7章の3章で構成されている。ここでは主として第Ⅰ部で論じたアメリカにおける消費を巡る諸説を検証するために必要な理論分析をおこなった。

日本の「消費社会論」にみられる「支払い形態の多様化」＝「消費者の利便性の向上」あるいは「消費者責任」という幻想を生み出している消費者信用の問題と、豊かな消費社会につながるサービス化社会論などの一連の「消費社会論」を検証する作業をとおして、消費者信用とは何か？サービス消費とは何か？を明らかにしようと試みた。

①第5章の概要

まず第5章では、消費者信用（販売信用および消費者金融）のうちの販売信用を対象として信用関係の本質を明らかにし、その信用関係が成立するにあたっての条件および販売信用の機能を考察した。

具体的には、販売信用の本質を利子生み資本とし、与信側と受け手側のあいだの信用関係を詳細に検証した。最初に販売信用の3つのタイプそれぞれの債権債務関係について個別に考察し、そののち全機構的にとらえるという順序で販売信用の本質とは何かを明らかにしようと試みた。その結果、販売信用とは消費者の将来所得の確実性への信頼に基づいて消費財の掛売買を通じて消費者との間に取り結ばれる信用関

係であり、消費財である商品の形態を持った価値の一時譲渡と利子を伴っての一定期間後の還流という利子生み資本の派生的形態であることが明らかになった。

続いて、販売信用の成立条件を信用供与者と受信者それぞれの視点から検討した。信用供与側にとっては、資本主義的生産の下での特に耐久消費財の商品滞貨および過剰貨幣資本の存在が販売信用を含む消費者信用の成立が必要であった。受信側にとっては、耐久消費財という労働力再生産に一回限りでなく多数回にわたって入り込む商品の出現と、耐久消費財の普及に伴って、家事労働を軽減し生活環境を維持し、あるいは改善するためにこれらの耐久消費財が社会的平均的な労働力の再生産に必要とされるものとなることである。それはまた、社会的平均的労働力を提供しなくてはならないことを背景にもつものであることを明らかにした。

また、販売信用の機能・効果については、個別資本・社会総資本の各段階に分けて論じた。個別資本レベルで見た場合、信用供与側にとっては商品の販売促進と過剰資本の利殖であり、受信者である消費者にとっては所得制限の突破である。また、社会総資本レベルで見た場合には過剰生産の一時的隠滅である。

販売信用の機能・効果は、あくまでもその信用関係の前提となる将来所得が確実であることに基づいて発揮されるのであって、所得が確実に消費者の手元に入っていない場合には信用自体が収縮してしまうため、その時点ですでに機能・効果は成立しえない。したがって、販売信用を含む消費者信用の限界は消費者の将来所得が確実であることの有無に規定づけられているのである。

雇用の不安定化と賃金水準の低下、必需的な消費の拡大は、一方では消費者信用の拡大をもたらすが、供与される信用の将来的な還流の可能性はますます小さくなり、それはこの信用関係の限界を規定することになる。

②第6章の概要

第6章では、現在もことあるごとに繰り返されるサービス化社会論がサービス消費に対する表面的で実態とはかけ離れた思弁的な把握にもとづくものであることを具体的に示し、それぞれのサービス支出項目の増大について検証を行った。

まず、消費のサービス化といわれる現象が、通常、消費支出に占めるサービス支出の比率の増大をさすことを確認したうえで、家計調査年報の収支項目分類をもとに、その性格によって次のように分類した。

I：消費過程で追加的に行われる財生産に対する支払い

さらに、消費過程との関わり方の視点から、1a「修理・保全に関わって消費過程の中で断続的に労働が投下されるもの」と1b「消費を行うためにあらかじめ一度きりの追加的な労働が必要となるもの」に分けた。

Ⅱ：「現物貸付：減価償却+利子」あるいは「土地資本：減価償却+利子+地代」に対する支払い（追加的な労働が加わる場合を含む）

さらに、その費用が減価償却+利子の形態をとる場合と、減価償却+利子+地代の形態をとるものに分けて、前者を2a、後者を2bとして論じた。

Ⅲ：サービス提供に対する支払い

資本の論理に包括されにくい性格を持つ、いわば非営利的に営まれるべき性格をもつものがここに含まれる。この中身についても本来、共同体的な一般条件として消費されるものと私的に選択されて消費されるものに分けられる。したがって、前者をⅢa、後者をⅢbとして論じた。

以上の分類をもとに詳細に中身を検証し、消費のサービス化の原因について以下の結論を導き出した。

a. 耐久消費財の普及が、比較的長期にわたって耐久消費財を適正に動かし続けるための修繕または保全労働を要求することにより発生する支払いである。したがってこれは追加的な財生産に対する支払いと考えねばならない。

b. 地価の高騰と公営住宅の不足によるものであり、この部分に対する支出がサービス支出に占める割合は最大となっている。このように、人間の生活条件の基礎的要素である土地の価格の騰貴や家賃による家計圧力の大きさは、その生活条件の貧困を象徴するものではあっても豊かさの象徴となるものではない。

c. 社会的共同消費手段の商品化による支出の増加

資本制生産のもとで、家庭内の機能であった子育てや介護、あるいは教育、医療などについては、外部化され、共同して消費される対象となる傾向をもつが、このような社会的共同消費手段が共同体によって担われるか、企業によって担われて商品化されるのかによって、家計支出は大きな影響をうける。これらの支出が増大することは、生命の維持や人間的発達、共同体の維持に必要な不可欠な社会的支援の不足を示すものではある。

d. 女性の賃労働者化と家事の外部化

cとも関連するが、家事労働を代替する「サービス消費」品目に対する支出増は、女性の社会進出におけ

る障壁の高さと公的機関による社会的サポートの貧困度を示すものであり、女性が社会的生産労働を続けることの困難さを示すものである。

e. 「サービス」生産と財生産における生産性上昇率の違い

「サービス」に分類されている項目の中には、財に分類されているものより機械化が困難なもの、資本の有機的構成が低く労働集約的なものが多く含まれている。この点からいえば、「サービス」支出の消費支出に占める割合が高まることは、それだけ財生産の生産性が高まっていることの証であり、工業生産が衰退してきたことを示すものではない。

③第7章の概要

第7章は、第6章との関連でアメリカ・カリフォルニア大学の R. A. ウォーカーが「サービス化」とされるものの本質について行った先駆的な研究を分析・紹介したものである。

ウォーカーは、この脱工業社会論の論理が階級関係と分業との関連性を全く無視した理屈の上に成り立っていることを示したうえで、資本主義的分業の進展こそが「サービス」化社会という形で表れていることを主張した。

ウォーカーは、まず、すべての産業を財生産と「サービス」生産とに二分する従来の分類方法に対して批判を行なっている。同時に、サービスとして一括されている労働諸形態の内容についても、この中にサービスに含めるべきではないものまでが含まれていることを指摘したうえで、「サービス」なるものの内容についても再検討を行なっている。

ウォーカーは、「サービス経済」の内容を分析し直すことを通じて次のような結論を導き出している。

a. 「サービス」部門の成長の背後にはあくまでも資本主義的生産の拡大・複雑化・一般化が存在している。

b. 生産の拡大・複雑化に伴ってさまざまな形態の分業が生成・発展してきたのであって、「サービス」として分類されている労働形態もこの分業の拡大によって生成・発展してきたものである。従って、資本主義の発展に伴って拡大・複雑化した生産機構は、分業の形態を常に変化させ、または多様化させるが、そこには一貫して剰余価値の生産および蓄積を目的とする資本の論理が貫かれている。

また、ウォーカーは、「サービス」に分類されている労働形態のうち、ほとんどの労働が実は旧来の財生産として、また、生産機構の巨大化、複雑化に伴って生じた分業として把握されうるものであることを

述べ、直接労働と間接労働とに分類した上で、いずれの労働形態も生産性上昇に寄与していることを明らかにした。ウオーカーは、動態的側面から、資本は、競争の過程で絶えず新しい投入財、生産物、ニーズを創り出すものであり、例えば、管理を円滑に行うために経理にコンピュータを導入し、それがマイクロチップやカード等への新たな需要を生み出すといった具合に、財とサービスのあいだの移行について、それが決して一方的なものではないことを指摘した。同時に、これらの変化は決して生産を基礎とした産業資本主義を否定するものではなく、むしろ産業資本主義の拡大と複雑化、全般化を表わすものであることも指摘している。

ウオーカーが経済のサービス化の問題に関連してこのような論証を行い、また申請者がサービス消費の問題に取り組んでから約30年の時を経てもなお、そのころと変わらない主張が繰り返されていることは、いまだに、そのころの消費社会論が示していた「豊かな消費社会」が実現されていない証拠でもある。