

1920 年代アメリカにおける消費論

北海道大学大学院経済学研究科 博士後期課程

生垣 琴絵

1. はじめに

アメリカにおいて消費に対する関心が最初に高まったのは、1899 年にヴェブレン (T. Veblen) の *The Theory of Leisure Class* が発刊された頃のことである。この頃から様々な文化的・経済的集団における支出形態の研究が行われるようになり、その先駆となったものに、パッテンなどの著作がある。そして、20 世紀に入るとこれらの影響を受け、本格的に消費論が展開されるようになる。

消費に関わる問題は、19 世紀後半のアメリカ家政学においても取り上げられていた。その背景には、「産業化の進展に伴って、家庭の中で生産と消費が同時に行われるという自給自足の経済システムから、生産（産業）と消費（家庭）が分離されたシステムへますます向かい、家庭の機能は産業が生産し、販売するものを購入し、消費する消費単位としての機能に、ますます限定されてきた」[今井・紀 1990 : 14]¹ ことがある。これは、「産業と家庭の間の知識・情報の格差とギャップを大きくし、消費者としての家庭は、産業側が提供する商品・サービスについての知識・情報とそれらを取り扱う技術に立ち遅れる」[今井・紀 1990 : 14]という状況を生み出した。そして、「危険・虚偽・欺瞞といったいわゆる消費者問題」が起こった。このような社会的背景の下で、家政学は、「新しい家庭生活に即応するための教育とその教育機関、及び“悩める人びと”を救う使命を担う学問」[今井・紀 1990 : 16]として、すなわち、消費者のための学問として発展したのである。

他方、ドーフマンは、1920 年代に、経済学の特殊領域として「消費経済学 (Consumption Economics)」が出現したと述べている²。彼によれば、「消費の分野での発展的著作の多くは、制度学派と呼ばれた人々もしくは、根本的に彼らに負うところがあると認めている人々によって生みだされ」、それらのなかには、「ホブソンの“過少消費説”に大きな影響を受けたとみられるもの」[Dorfman : 572]³もあった。

こうした家政学の発展や消費経済学の誕生のなかで、消費の質的な問題を、「生活水準」や「消費者としての購買者の態度や慣習」、「消費者と市場と生産者との関係」などとの関連で、体系的に論じようとした一人が、ヘーゼル・カーク (Hazel Kyrk (1886-1957)) である。彼女は、女性が博士号をとるようになり始めた頃に、シカゴ大学において学位を取得した女性経済学者であり、その立場から Home Economics (家政学) の発展に寄与し

¹ 今井光映・紀嘉子 (1990) 『アメリカ家政学史』光生館

² Dorfman, Joseph. (1992=1890-1937). *The Economic Mind in American Civilization: Volumes Four and Five 1918-1933*, New York: Augustus M. Kelley Publishers.

³ その良い例が、Kyrk, Hazel. (1923=1976). *A theory of consumption*. New York: Arno Press, McMahon, Theresa S. (1925). *Social and Economic Standards of Living*. Boston: D. C. Heath, Peixotto, Jessica B. (1927=1976). *Getting and Spending at the Professional Standard of Living*. New York: Arno Press. という 3 名の女性経済学者である。

た一人といわれている⁴。

「消費研究の性質とその範囲」と題する一章から始まる彼女の主著、*A Theory of Consumption*⁵（1923 年）において、カークは、「人々の欲望や動機は個人本来の支配力によるよりはむしろ、その時代の社会的影響によって決定されるものであることを、社会学や心理学の観点から強調し」、「哲学的観点に基づく価値論を研究に利用しようとした」[Dorfman : 572]⁶。それは、ヴェブレンやミッチェル⁷など制度派経済学の思想からの影響のみならず、当時の認識論や社会心理学を取り込もうとしたものであった⁸。

本報告は、カークの消費論を、「社会学や心理学を応用して消費を探求」とするとともに、消費者の代表、消費＝選択を行なう主体として女性を位置づけ、女性たちによる「賢い消費」、すなわち、消費の質的向上の必要性を経済学の問題として研究したものとして検討するものである。彼女自身はあくまでも経済学における問題として消費を論じたが、彼女の消費論は、家政学に経済学の知識を導入し、新たな分野を開拓する試みとなったことを示してみたい。

2. ヘーゼル・カークの消費論

本節では、彼女の消費論の特徴を四つの観点から紹介する。

a. 消費者の重視

⁴Kiss, D. Elizabeth and Beller, Andrea H., 2000, Hazel Kyrk: Putting the Economics into Home Economics, *Kappa Omicron Nu FORUM*, Volume11, Number2, Fall 00.によると、カークは政府関連の研究も行ない、消費者の購買行動の調査に基づいて、消費者物価指数（the Consumer Price Index）＝生計費指数（the cost of living index（消費者物価指数の以前の名称。アメリカでは 1945 年まで使用。））などに関する先駆的な業績を残してもいる。また、労働者の生活費に関する研究（the Worker's Budget Study）による成果は、その後、家庭経済の豊かさの基準として用いられることとなった。彼女は、1925 から 1952 年までシカゴ大学で経済学および家政学の教鞭をとり、また、消費者保護運動にも力を注いだ。

⁵ Kyrk, Hazel. (1923=1976). *A Theory of Consumption*. New York: Arno Press. これは、人口論の権威者であるシカゴ大学教授の J. A. Field のもとで書いた博士論文（当初は、“The Consumer's Guidance of Economic Activity”という題で書かれていた。）であり、その後、Hart Schaffner & Marx 賞を受け、J. L. Laughlin, J. M. Clark, W. C. Mitchell らの監修のもとに *A Theory of Consumption* として出版された。

⁶ Dorfman, Joseph. (1969). *The Economic Mind in American Civilization: Volumes Four and Five 1918-1933*. New York: Augustus M. Kelley.

⁷ Wesley C. Mitchell, The Backward Art of Spending Money, *The American Economic Review*, Vol. 2, No. 2 (Jun., 1912)

⁸ サムナー、デューイらの引用が多く見られる。

「“消費”という語は、普通、“人間の欲求を満たすために財を使用すること”、“財の使用もしくは楽しむという目的のためにそれを採用すること”、“人間の富を得るための活動に対抗するものとしての富の使用”」[Kyrk1923=1976:4]を意味する。また、「“消費という語は、一般的に、そして、経済科学的に二つの明確な意味をもつ。すなわち、金銭の支出と富の使用(the expenditure of money and the use of wealth)である。”」[Kyrk1923=1976:5]

しかし、彼女にとって重要なことは、消費者は、「財の“使用者”としてというよりもその“選択者(chooser)”として」[Kyrk1923=1976:5]存在するということであつた。これによって消費者は、「組織的な経済プロセスを通じて実現しようとしているニーズや目的を持つ、活動的な力として現われる」[Kyrk1923=1976:5]。つまり、消費者は、単なる受動的な存在ではなく、力を持つ活動的な存在として捉えられるべきものである。

彼女によれば、「消費者の選択の重要性を主張することは、ラスキンによって提唱された学説を何度も繰り返して言っているという事に過ぎない」[Kyrk1923=1976:11]。ラスキンにとって、「消費は、生産の終点であり、頂点であり、極値である。そして、賢い消費とは、賢い生産よりも難しい技術を要するものである。… 個人や国家にとって不可欠な問題は、『彼らはいくら稼いでいるか』ではなく、『何の目的のために彼らは貨幣を使うのか』である」[Kyrk1923=1976:11]。彼女は、「時間をかけて思考することによって、ラスキンの主張の真実性と実行可能性がますます明らかになってきた」[Kyrk1923=1976:11]と述べ、ラスキンの消費についての主張を受け継ぐことで、消費理論の構築を試みたのである。

b. 価値の評価

次にカークが取り上げているのは、消費者は価値の本質をどう判断し、選択するのかという価値の評価についての問題である。彼女によれば、この問題は、経済的問題としてとりあげることから明らかになるようなものではない。したがって、それは、「生理学的な衝動によってなされる活動は、有機的な必要(need)に基づいている」[Kyrk1923=1976:151-1]という心理学者ソーンダイク⁹の言葉を出発点として、価値の置かれる状況(the value situation)に実践的判断を下す評価プロセスとして描かれる。この価値状況は、(a)価値ある物、(b)価値のある組織もしくは活動、(c)価値をもたらす目的もしくは成果、という三つの要素で成り立っている。この下で、価値判断が行為のプランとして現われるのである。

では、その判断に関わる経済的な価値の基準となるものは何か。彼女は、「価値の型を区別する唯一の方法は、特定の状況におけるその機能を区別することである」[Kyrk1976=1923:159]というシュナイダー¹⁰の見解を採用する。すなわち、「価値を比較す

⁹ Edward. L. Thorndike. (1905). *Elements of Psychology*. New York: A.G. Seller.

¹⁰ H. W. Schneider, The theory of values, *Journal of philosophy, psychology and scientific methods*, Vol. 14, No. 6, pp.141-154.

ることには、価値の質というものを認めることが必然的に伴う。better と best についての認識には、good についての認識が自然と伴う。価値の程度…は、価値状況の一部であり、それは、衝突 (conflict) によって、選択に不可欠な要素の微妙な差異が生じるときはいつでも生じ、重要なものとなるのである」[Kyrk1923=1976:160-161]。このような状況において、消費のプロセスは、「法的、もしくは道徳的なコード、または、現在の美的センスの水準と同じように、個人的活動を超えた力」[Kyrk1923=1976:171]をもつ基準によって組織化される。したがって、消費や支出についての正しい説明を導き出すためには、この基準を分析することが必要となる。

c. 生活水準と消費技術の向上

b で述べたように、カークによれば、「消費のプロセスは、適切なもの、妥当なもの、そして必然的なものについての有力なコードによって、組織化される傾向がある」[Kyrk1923=1976:172]。その下で、「消費者としてのあらゆる諸個人は、市場プロセスを通じて実現しようとする生活水準 (standards of living) をもっており、それは、彼らの具体的で、実質的な生活様式にはっきりと現われる」[Kyrk1923=1976:172]。

彼女にとって、この生活水準が重要となる場合は、家計であった。そして、消費のプロセスは、「情報と判断の実践をもとにした打算的で意図的な過程になる傾向がますます強まっているけれども、それが要求する金銭的支出は、さらに非合理的で、軽視された後進的な技術のままである」[Kyrk1923=1976:189]¹¹という。

では、消費の技術、すなわち、消費の質が向上するためには、何をなすべきなのか。それについて彼女は、まず、われわれの選択の背後に潜んでいる、(1) 消費水準に反映している本能、もしくは基本的な関心や目的、(2) それら個々の衝動はどのように社会化されるのかに注目する。

(1): 「われわれの経済的価値 (our economic values) の多くは、当然のことながら、栄養物摂取、繁殖、そして自己防衛についての本源的な本能にそのルーツをもつ」[Kyrk1923=1976:199]。富者にも貧者にもこれらを満たすものへの支出がみられることがその証拠であり、「家計のうち大きな割合が、様々なタイプの経済財を通じて、これらの本能を実現化し助長するためにあてられている」[Kyrk1923=1976:199]。

(2): 消費者は、「集団性という事実と社会的本能を機能させることからの直接的な副産物」[Kyrk1923=1976:203]として、差異を求める欲望をもっている。具体的には“名声価値 (prestige values)”であり、これは、顕示的消費、すなわち見せびらかすための消

methods, Vol. 14, No. 6, pp.141-154.

¹¹ 消費を「後進的な技術」と捉える見方は、ミッチェル (Wesley C. Mitchell. The Backward Art of Spending Money. *The American Economic Review*, Vol. 2, No. 2 (Jun., 1912), pp.269-281.) からの影響が見られる。

費と類似したものである。

このように社会的に規定される基準は、時代や場所によって変化するのだが、カークによれば、それには、①基準の実質的内容の変化、②個人の価値尺度の変化、③個人の価値尺度の拡大および細分化（必要最低限な物の増加）という三つの道がある [Kyrk1976=1923:235-236]。そして、「これら全てのタイプの変化において、奢侈品から必需品への財の進化がみられる」 [Kyrk1923=1976:238]。この変化は通常、余剰を所有し支出することから生じ、特に、“より高い”水準（a higher standard）、すなわち、生活様式の拡大化、複雑化と関連する。

では、「高い水準」とは何をさしているのだろうか。A *Theory of Consumption* の最終章において、彼女は、「高い生活水準とは何かを決定するのは、賢い消費とは何かを決定することである」 [Kyrk1923=1976:280]と述べる。そして、そのために、消費者に求められることは「賢い消費」の実践である。彼女によれば、「賢い消費とは、賢い生活を意味するにほかならない。高い消費水準とは、人生において、価値ある行動、財産、存在とは何かということについての高いセンスにほかならない」 [Kyrk1923=1976:286]。つまり、人生におけるセンス、生活における賢い消費、それらが高い消費水準に反映されるのである。だが、「個々の消費財における、質的に最善のものと適切な量についての知識、そして支出と市場取引でのスキルは、人間の本質的な資性にはない」 [Kyrk1923=1976:291]ものであるから、「消費者は、満足の行く結果を手にするためには、知識を持ち、トレーニングを積まなければならない」 [Kyrk1923=1976:291]。こうして彼女は、消費の技術向上のための消費者に対する教育の必要性を主張することになるのである。

d. 消費主体としての女性の役割

カークの消費論の主役は消費者であるが、その中でもとりわけ注目されているのが、女性である。「生産の技術は、もはやそれが生産の中心ではなくなるまで、家庭を置き去りにしていたと言われてきた。しかしながら、いまだ家庭は消費の単位であり、個々の家庭は、この目的の中心を担っている。それゆえ、家庭の代表者はもはや使用人を管理する女性（mistress）でも、家庭のニーズを供給する生産プロセスの監督者でもない。彼女は、消費の管理者であり、予算を立てる人であり、市場で家族が必要とする財を捜し求める調達人となったのである。彼女に託される仕事は、家族の福祉にとって非常に重要なものであり、市場において選択を行なったり、家族の収入を費やしたりすることである。女性は、特殊な方法で消費者の全体像を代表するよう命ぜられた家庭の管理人なのである」 [Kyrk1923=1976:20]。つまり、家族単位での「支出、購買、消費の指示は、通常、家族の代表としての女性の機能である」 [Kyrk1923=1976:292]。

こうして、「無駄を避けて、高い消費水準を維持するために必要な時間と情報とスキルという観点から、消費の組織化によって、家計の代表としての女性たちを専門家にする」

[Kyrk1923=1976:292]必要があるという。ここで述べられている「消費の組織化」が具体的にどのようなものを指しているのかは特定できない。しかし、彼女がその後消費者運動にも取り組むようになったことを考えると、消費者組合の重要性を主張しているといえないこともないだろう。

3. カークの消費論の可能性

カークの消費論が目的としていた、「適切な消費の理論」とは、消費者が主体として位置づけられたものであることを主張するものであった。「このような消費の理論は、消費の顕著な側面、すなわち、生活水準というものの周辺に打ち立てられるもの」とする彼女が目指したのは、消費の質的向上であり、そのための消費者の教育と組織化であった。そして、その際に注目したのが、家計の消費行動の主体としての女性であった。

彼女はその後、消費者問題に取り組み、経済主体としての消費者、とりわけ女性の経済的活動に注目し続けた。その成果は、近年、フェミニズム経済学においてとりあげられ、彼女が、経済学と家政学の両分野の問題として、女性の役割に注目しつつ、消費者行動を厳密に研究した点が評価されている¹²。たとえば、van Velzen によると、「カークの議論は、道具としての財という概念を用い、習慣、慣習、伝統、その他の社会的側面を、消費の理論に組み入れる必要があるとした点で、〔後の〕Gary Becker、Kelvin Lancaster、Richard Muth らの研究と重なるものである」[van Velzen 2003:51.〔〕は生垣による補足。以下同じ。]という。「しかし、彼ら〔ベッカーら〕は消費者の選択に関わる倫理的問題を避けている」[van Velzen 2003:51]ため、最終的に選択されるものが『豊かな暮らし』の実現を目指しているのか、もしくは何を目的として選択されたのかということについての疑問が残されたままとなるのである。その点について、カークが示した消費の質の向上によって目指される「賢い生活」は、明確な答えを与えるものということができる。

4. おわりに

1920年代のアメリカにおける消費論、つまり、ドーフマンが名づけた「消費経済学」を取り上げるにあたって、消費に関する問題意識を共有する家政学との関連を示すことは重要である。しかしながら、紙幅の都合上、本稿は、カーク消費論の特徴を示すことに重点を置いたものとなった。報告ではこれに基づいて、当時の家政学における消費研究の状況と、これまで注視されてこなかったこれらの消費研究の可能性をも探ってみたい。

¹² Van Velzen, Susan (2003) "Hazel Kyrk and the ethics of consumption", in Barker, Drucilla K. and Kuiper, Edith (eds.) *Toward a feminist philosophy of economics*. New York: Routledge