人々が「消費者」を名乗るとき ——近代日本における消費組合運動の所在——

When People Identify Themselves as “Consumers”:
The Position of the Consumer Cooperative Movement in Modern Japan

林 凌
HAYASHI Ryo

This paper clarifies the process of transition in the concept of ‘consumer’ in Japan by analyzing the practice of a consumer cooperative movement before WWII. In social science, this concept has frequently been used as an analytical category. However, why was this concept, originally a term representing a recipient of goods, used as a category that people identified with.

In this paper, we analyze this transition by focusing on the socio-economic discourse in Japan. This concept was used not only as a trading entity but also as an actor of social change in the consumer cooperative movement of the 1920s. Moreover, faced with the problem of a lack of commodities in WWII, activists in the women’s movement identified themselves as “Consumers” serving the nation.

1. はじめに

(1) 問題の所在

本稿の目的は、日本における「消費者」概念の用法の変化を、主に第二次世界大戦前の消費組合運動の実践を分析することで明らかにすることである。具体的には以下の問題を設定し、考察を行う。第一に、「消費者」という概念が財取引における受け手を表す経済学的分析概念としてだけでなく、社会変容の担い手を表す概念としても運用されていく過程とその社会的背景を、消費組合運動をめぐる人々の実践より明らかにする。第二に、「消費者」概念が戦中下において婦人活動家により、自らを呼称するためのカテゴリーとして用いられるようになった理由を明らかにする。その意味において、本稿は戦後日本において花開いたとされる「消費社会」の先行条件を、知識史的観点から指摘するものである。

「消費者」という概念が社会科学において広く用いられていることは、論をまたない。特に本概念の創始者である経済学や、「消費者」の特質を明らかにすることを目的としてきたマーケティング論に代表される経営学 [Bartels 1988: 訳22-23]、そして消費社会論 [Lash and Urry 1994: 訳253] に代表される社会学などにおいて、本概念は頻繁に用いられてきた。言うなれば「消費社会」とも呼称される近現代社会を論じるにあたって、財サービスの受け手を表す本概念は不可欠なものであるとみなされてきたのである。

一方で、「消費者」という概念は人々によって名乗られるカテゴリーとしても運用されてきたという歴史を持つ。多くの消費者運動論が指摘してきたように、第二次世界大戦後の社会における大きな特徴の一つは、消費者意識の高まりであった [奥村・本間・内田編 1982: 212-213]。すなわち、誰しもが——少なくとも西側先進諸国では——自らを「消費者」とであると自認し、場合によっては社会集団を形成することで、「消費者」として企業や国家と対決するという選択をとり得るようになったのである。

このことから、「消費者」概念をめぐる以下のような特徴を見出すことができる。すなわち本概念は現代社会を語るために重要な分析概念として頻繁に用いられている一方で、特定の社会環境下において名乗りうる、当事者概念としても運用されているという特徴である。では、西洋経済学の文脈においてその生を与えられた「消費者」という概念は、日本においてどのような過程のもと、経済学という学問領域以外でも広く用いられるようになり、場合によっては人々によって名乗られるカテゴリーへと転化したのだろうか。すなわちいつから私たちは、自らを「消費者」であると名乗ることができるようになったのか。本稿の問題関心は、この点を考察することにある。

この問いに答えることには、以下のような利点がある。第一に本稿は、日本における消費者運動をめぐる歴史研究に貢献するものである。多くの消費者運動研究は、戦後期における活動と、戦前期の活動を分断されたものとして取り扱い、前者にのみ焦点化するきらいがあった。すなわち、戦後生じた消費者運動は、戦中期の弾圧を経た後自然発生的に生じたという見方が、多くの場合前提とされてきたのである〔相馬2002: 1-5〕。しかしながら知識史的観点、すなわち「消費者」概念の運用変化に着目するのであれば、消費者運動発生の契機はむしろ戦中期にこそ求められる、というのが本稿の仮説である。以下ではこの観点より分析を行うことで、既往研究に見られる前提に対し反駁を行うこととしたい。

第二に本稿は、婦人運動研究に対しても貢献する。社会学や歴史学では、戦前期・戦中期における婦人運動に関する研究が多く積み重ねられてきた〔波内2004; 胡2005=2018〕。しかしこうした研究の多くがセクシュアリティ研究やジェンダー論の観点より婦人運動を取り上げてきたことから、本運動と「消費者」概念の関係性については、意外なほど分析の対象とされてこなかった。だが当時の婦人運動において婦人と経済活動をめぐる問題が重要視されていたこと、かつ後述するように婦人運動が消費者運動と連関する形で展開されていたことを踏まえるのならば、「消費者」概念は彼女らの活動において非常に重要な地位を占めていたと解釈できる。その点において本稿は、当時の婦人運動がどのような社会的背景のもと成立し、かつどのような形で戦後社会に影響を与えていったのかを、「消費者」という概念への意味付与の過程から論じるものとしても提示できるのである。

(2) 本研究の視角

本稿はこの問を検討するにあたって、1920年代から40年代における知識人・社会運動家による消費組合⁽¹⁾をめぐる議論に着目する。具体的には本位田祥男や賀川豊彦といった、当時消費組合・購買組合の日本への導入・定着を目指していた経済学者・社会運動家や、奥むめお、伊福部敬子らに代表される当時消費組合運動に関わっていた婦人運動家のテキストを、当時の広報誌やパンフレットなどを対象とすることで分析することとした。

この時期の消費組合をめぐる人々の活動に着目する理由は、以下の2つである。第一に、この時期の消費組合をめぐる実践においては、人々が「消費者」を名乗るために必要な前提条件が整備されていたと考えることができるからである。消費者運動論においては、戦後日本における消費者運動の成立条件を戦後直後の劣悪な食糧事情といった、経済的事情からのみ説明する傾向にあった〔国民生活センター編1997: 14-19〕。そこでは生活に困窮した人々が自然に消費者運動へと参与していったという史観が所与のものとされる。だが戦後の消費者運動へ人材を排出した消費組合運動や婦人運動の多くが戦前期から活動を

行っており、戦中下においても「総力戦体制」[山之内2015]の構築過程に参加することで独特の社会的位置を保っていたことを踏まえるのならば[武内・生田1976: 65-77]、こうした説明は戦後の消費者運動の生起条件をすべて説明しているとは言い難い。ゆえに私達は「消費者」の当事者概念化という問題を考えるにあたって、この戦後の消費者運動に先行して行われた、消費組合運動家の「消費者」をめぐる議論に着目しなければならない。

この問題系は、第二の理由とも関係している。すなわち、なぜ戦後すぐに表れたとされる「消費者」を名乗る社会集団は、多くの場合女性によって構成されていたのか、である[原山2011: 59-83]。この問は以下のように言い換えてもよい。なぜ彼女らは自らの主張を行う際に、自らを「女性」や「婦人」だけでなく、「消費者」でもあると語ったのであろうか。「消費者」概念の変容を考える上では、本問題は非常に重要である。というのも「消費者」という概念はそれ自体中性的な、ともすれば誰にでも適用可能なカテゴリーである以上、本来ならば当事者化させて語ることにほとんど意味がないはずのものだからである。「消費者」という概念が学術的な分析概念としてだけでなく、人々の実践において自ら名乗るためのカテゴリーとして用いられるようになる過程を論じるためには、なぜそのカテゴリーが利用されるに至ったのかという理由を、歴史的に考察しなくてはならない。

以上の問題意識より、本稿では以下のような分析を行う。2章では1920年代の消費組合運動において、「消費者」を社会変革の担い手として定式化しようとする視座が生じたことを論じる。3章では同時代の消費組合運動へ、婦人運動が合同し始めていたことを論じる。4章では以上の背景のもと、総力戦体制下において消費組合運動に関わっていた婦人運動家が、当事者概念として「消費者」概念を運用し始めたことを論じる。

2. 対抗的社会集団としての「消費者」——1920年代の消費組合運動における認識の転換

「消費者」という概念を論じるにあたってまず重要なのは、「消費」という言葉が明治期以降に“Consumption”の訳語として作られたものだということである[徐2009]。よって少なくとも江戸時代までは日本において「消費者」という概念は存在せず、またそれに類する議論も殆どなされていなかった⁽²⁾。それまでの日本においては、経済的な事象を「消費」や「消費者」という概念を通じて理解するという営為は、成立しえなかったのである。

では、「消費」や「消費者」といった概念はいつごろより用いられるようになったのか。それは経済学のテキストが盛んに翻訳され、経済学・商業学という学的領域が曲がりなりにも立ち上がった1910年代以降である[杉原1992: 9]。よって、本稿ではこの時期に経済学とともに「消費者」という概念が日本に定着したということを前提に議論を行う。

最初に着目したいのは、第一次世界大戦後の戦後恐慌後において、消費組合の設立に傾注した賀川に代表される社会運動家と、それを擁護した本位田に代表される消費組合論に注力した経済学者の議論である。これには2つの理由がある。第一に、当時の彼らの活動は生活協同組合運動のルーツの一つとして見られており、戦後日本における消費者運動・消費者行政をめぐる思想の始祖として理解可能だからである[堀田2016: 147]。第二に、この時期の彼らの「消費者」をめぐる語りには、社会運動の担い手としての「消費者」が問題化され、その結果「消費者」概念に実践論的な意味合いが生じていく様子を認めることができるからである。すなわちそこには、ミクロな取引主体としての「消費者」ではない、社会変革の担い手としての「消費者」概念の用法が表れる端緒を見ることができる。

儲かるときには資本主義制度もいいが、儲からぬ時には資本主義制度ほど惨めなものはない。景気不景気のない、そして一般の民衆が、平等に幸福を分かち得る社会組織が発明できぬであろうか。消費組合の運動はこの景気不景気をなくして、凡ての人が平等に幸福な生涯に這入る為の最も必要な制度として考えつかれた制度である。即ちそれはただ消費者にとって利益であると言うのみならず、不景気に苦しむ資本家にとって、最も良き救済法であるといひ得るであろう。即ち消費組合運動は、消費者が廉価なる物品を買い得ると言う目的のみでなく、経済制度を社会化せんとする大きな運動である⁽³⁾。 [賀川 1927a: 3]

消費組合運動の推進者としての賀川豊彦のキャリアは、1919年における購買組合共益社の設立から始まる。その後彼は現在のコープこうべの前身である神戸消費組合・灘購買組合の設立（1921年）に代表されるように、全国に消費組合を広げていく活動に従事するようになったが、1926年に設立された「消費組合協会」もその一つであった。本協会は「地方的消費組合の設立を中間商人の絶滅を以て目的」[消費組合協会 1926: 2]としたものであり、賀川の消費組合思想の広報と、賀川服など独自開発商品の販売を通じて、賀川の影響下にある各地の消費組合の経営を下支えする役割を果たしていた [山本 1982: 163]。そして本協会が発行していたのが、上記の賀川の寄稿文掲載媒体である『消費組合時代』である。本協会は戦前期から戦中期にかけての消費組合運動の組織化に一定の貢献を果たし、戦後の日本協同組合同盟の設立に至るまでの、消費組合運動の系譜の一助をなした。

この観点から上記賀川の文章を見ると、ここで試みられているのは「消費者」を社会変革の担い手として提起することであることがわかる。すなわち、そこで目指されているのはそれまでの社会主義運動において支配的であった、労働者を革命の担い手として提起する捉え方ではなく、「消費者」による組織的な組合活動が、最終的に「経済制度を社会化」させようと考えるモデルである。

しかしなぜ「労働者」ではなく「消費者」が社会変革の担い手足りえるのだろうか。このことを理解するには、当時の賀川が置かれていた、社会主義運動内における立場を理解する必要がある。彼が神戸消費組合のパンフレットに記載した、消費活動の国営化に関する論考を見てみよう。

我々が考えることは国営に就いてである。煙草や塩や樟脳が専売である様に、ついでに米も専売にしておけ、そしたら安くなるか？……兎に角何でも国営にすれば良いと考えることは間違いである。国営は一つの冒険である……矢張り儲けるのは金持ちで、金持ちは政府を利用して儲けるのだ……若しも需要階級が団結して、ある手段で消費組合を作れば、巧く行くのである。消費組合の意味を考え、自覚しなければ、労働階級は浮ぶ瀬なしと云って差支えない。労働階級の数はいく少なく大阪 220 万人の中 64 万人約人口の 4 分の 1 である。他の人は働かないから、口を持っていないかと云うに、矢張り労働者階級並みに口は持っている……政治革命は一晩で訳なく出来る。それで真の我国の階級闘争が終末をつけると思ったら間違いである。 [賀川 1927b: 19-22]

ここで主張されているのは、以下 2 つのことである。第一に、国営化は現状の打破には繋がらないという主張である。こうした主張がされるのは、国の専売商品である「煙草や塩や樟脳」が低廉ではないことから、国営化は結局「金持ち」の利権へと回収されてしまうという現状認識があるからである。第二に、上記問題を解決するためには従来の労働運動では不十分であるという主張である。社会を構成する人々の中に非労働者が多く存在する以上、「労働階級」による「政治革命は一晩で訳なく出来る」のだとしても、それは真

の意味での社会変革とは直結しない。ゆえに彼は「需要階級」たる「消費者」が「団結」する必要性を論じ、彼らが社会変革の担い手として重要であることを示そうとしたのである。

ではなぜこうした考えを賀川が持つようになり、かつそれがその後社会的影響力を持つようになったのだろうか。これについては彼が当時主流であった以下の2つの議論に批判的であり、かつそれを相対化する議論を提示したからだ、ということを指摘できる。第一に、彼の議論は国家の繁栄を論じる当時の富国強兵論とそれに追随する日本経済学において、困窮した生活をおくる一般庶民、すなわち「消費者」の存在が蔑ろにされていることを、フィランソロピスト的観点から指摘するものであった。いわばそれは1900年代に河上肇が論じたような、日本の経済政策における「極端なる商工偏重主義」[河上1905: 34]を批判するものであったのであったがために、実践論的効力を持ちえたのである。

第二に、彼の議論は日本における資本主義経済の発達の中で勃興した社会主義運動に対しても、批判を差し向けるものであった。というのも彼は先述したように社会主義運動家が主張するような「労働階級」による革命そのものが困難であると考えていたからである。こうした考えを彼が持つようになった背景としては、1921年に自らが指導した三菱造船所・川崎造船所における争議運動が失敗に終わったことを指摘できるだろうが[隅谷2011: 119]、いずれにせよ労働運動の困難を自覚する中で、彼は合法的な社会変革手段として「需要階級」による「消費組合」の結成が重要であると論じるようになったのである。

よって、ここでの賀川の主張からは、以下のような運動論を見出すことが出来る。第一にそれは、それまで見られた消費組合運動論とルーツを同じくしつつも、階級闘争に制約されない、中産階級も含めた消費組合による社会運営という異なる道筋を提示している。これは同パンフレットにて、ソビエト経済がネップに代表される自由主義経済政策を一部取り入れざるを得なかったことより、国家単独による強制配給政策は困難である旨を、社会主義運動家の山川均の批判に答える形で論じていることから理解可能である[賀川1927b: 6]。言い換えるのならば、賀川によるこれらの言説実践は、その後1930年代まで並行して続く社会主義運動家による消費組合運動——無産階級による階級闘争的な消費組合の運営を支持し、中産階級も含めた運営の必要性を主張した賀川派の消費組合と論争を行った——に対し疑義を突きつけ、異なる道筋を見出そうとするものであったのである。

第二に、この新たな社会運動を形成するためには、消費組合の組織化を通じた「消費者」の団結が図られねばならない。すなわちそこでは無産階級の担い手たる労働者だけでなく、中産階級や婦人との協調が必要となる。ゆえにそこでは「労働者」を包含し、社会全体の利益を代弁する「消費者」が「資本家」に対置する形で置かれ、「消費者」の利益となる社会運営が望ましいということが正当化される⁽⁴⁾。その結果、「消費者」概念には、社会変革の具体的担い手としての、独特のリアリティが付与されるようになる。

消費組合は消費者の資格において民衆が、消費に合理的に産業を経営するために組織した団体である。現代のあらゆる産業は合理主義を其本質とするが、営利を其の目的としているから消費のためには往々にして不合理である。或は悪いものを高く売りつけ、消費を誘惑している……消費組合は消費経済にめざめた——緊張した民衆の常識をそのまま打継ぎ、いつまでも絶えず消費の合理化に努力する唯一の方法である。

[本位田1929: 1]

大恐慌前夜の1929年9月26日に掲載された本位田によるこの文章は、「消費者」を具体

的な社会変革の担い手として定式化しようとする言説の代表例である。ここで本位田は「消費者組合」を「民衆が、消費に合理的に産業を経営するため」の組織であると概述している。すなわちそこで目指されているのは、民衆たる「消費者」が、合理的な消費を遂行すべく産業側に訴える事が可能な組織として、「消費者組合」を作り上げることであり、企業が「消費者」にとって「不合理」な生産活動を行わない社会なのである。こうした「消費者」概念の用法は、それまでの経済学における財取引の受け手という定義からは大きく異なったものであり、またこの用法に基づく「消費者」を主体とした社会像の想起は、プロレタリア独裁による強制国家配給を是とする社会主義運動家の言説を相対化するものであった。よって私たちはここに、「消費者」を具体的な社会変革の担い手として捉え、社会集団の中にその含意を結晶化させようとする、思想の起点を見出すことが出来るのである。

3. 婦人運動としての消費組合運動——「消費者」と「婦人」の合一

このように1920年代後半の消費組合運動においては、それまでの階級闘争を主目的とする消費組合運動に対する反駁が生じるなかで、「消費者」を社会の主たる担い手として捉えようとする言説が生じていた。しかしながらこのことは、一方で階級闘争の一類型としての消費組合運動が消滅したということを意味しなかった。むしろ、第一世界大戦後の恐慌、ならびに1929年の大恐慌といった一連のイベントは、資本主義の限界を多くの人々に感じさせたがゆえに、同時代、労働組合の闘争と連動した消費組合運動は、その勢力をより強めていたのである。

事実日本で最初に成立したと言って良い消費組合の連合機関である関東消費組合連盟は、1927年の第6回党大会で、以下のような宣言を採択している。

関東消費組合連盟は、ここに第6回大会を開催し、過去半年の活動を反省し……ブルジョア陣営を明確に認識し、無産階級途上における消費組合運動の地位と使命とを認識し、その特殊な困難と危険とを予め戒め、次のごとく宣言する。
[山本1982: 255]

このような関東消費組合連盟の左傾化は、1929年に生じた、賀川率いる江東消費組合をふくむ一部組合による関東消費組合連盟の離脱と消費組合連合会の結成の遠因になっていたと考えることができるが[新井1984: 26-27]、いずれにせよこの時期、消費組合運動においては右派的言説だけでなく左派的言説もその権勢を強めていたのである。

ではなぜ本稿はここで、賀川・本位田らの「消費者」言説だけでなく、同時期において喧伝された階級闘争としての消費組合運動にも着目するのか。それは消費組合運動に婦人運動の潮流が入り混じっていく過程において、本連盟が極めて重要な役割を果たしていたと考えられるためである。上記した宣言文は、最後以下のような文章で結ばれている。

我等は無産階級の開放途上に於て婦人解放の問題を取り残して進むことを許されないことを知っている。我が連盟は労働婦人及家庭婦人、奴隷たる婦人大衆を消費組合によって階級的組織に織り込まんと努めるものである。
[山本1982: 256]

この短い言明からは、豊かな含意を読み込むことができる。第一に「奴隷たる婦人大衆を消費組合によって階級的組織に織り込まんと努める」ということは、それまでの社会主義運動としての消費組合運動において、婦人が隔絶されていたということを示している。第

二に、この反省に基づき本運動が取り込もうとする婦人層は、労働婦人だけでなく、十分に階級意識を有していないと論難されていた家庭婦人にも拡張されているということである。すなわち、この左派的色彩が一層強まった宣言文においては、それまでになかった婦人運動を消費組合運動の中に取り込もうとする視座を見出すことができるのである。

では、なぜそれまでの消費組合運動においては、婦人は隔絶されていたのだろうか。そしてなぜ本宣言において、労働婦人だけでなく家庭婦人も対象としようという視座が生まれ得たのであろうか。それは、当時消費組合運動と婦人運動双方に深く介入していた、奥むめおの活動から推し量ることができる。1926年から1927年にかけて関東消費組合連盟の中央委員及び婦人部長を務め、その後も消費組合運動に一貫して関わった彼女は、以下のような証言を残している⁽⁵⁾。

当時はたしかに、職業婦人の職種も増え、数も増加の一途をたどっていた……おかげで職業婦人になりたいと上京してくる純情で若く、貧しい娘たちがあとを絶たなかった……私の家にも、一碗の飯をわけあい、一緒に不自由をしのぎ合う娘たちがいつも何人かはいた……生活から生まれた運動こそ本物であると考えていたわたしは、当然のように、既成政党へ請願を繰り返す婦選運動と遠ざかっていった。いわゆるポケットマネーに不自由しない婦人たちとも次第に離れていった……たいていの婦人の生活は、家庭生活から離れてはありえないのだから、その家庭生活、すなわち、消費生活を通して社会のからくりを知ることができる、ここに家庭婦人が消費組合に参加する意味があると、わたしは考えていた。家庭婦人にとって、一番しっくりする運動、それが消費組合運動だった。

[奥1988: 83-91]

すなわち、大正デモクラシー期において盛り上がりを見せた婦人運動が多くの場合理想論に終わる傾向にあり、輝かしい職業婦人像が喧伝されていた一方で、家庭生活上の問題を抱え持った婦人がなお多く存在していたことが、彼女には大きな問題であると考えられていたのである。よってそれまで十分に統合が図られていなかった無産婦人たちを集合し、家庭生活＝消費生活と密接に結びついている消費組合運動へと参加させることが、婦人運動においても重要であると考えられたのであった。そしてさらにいうのならばこの問題は、本質的には婦人という社会階層に内在する階級性——「ポケットマネーに不自由しない婦人たち」と「一碗の飯をわけあい、一緒に不自由をしのぎ合う娘たち」が並存しているという事実——に起因するものである。ゆえにそれまで消費組合運動において十分に組織化が図られてこなかった労働婦人と家庭婦人が、この時期連盟の左傾化とともに組織体の主たる担い手の一つとして焦点化されるようになったのである。

もちろん、こうした婦人運動と消費組合運動の合一化は、決して順調に進行したわけではなかった。婦人が果たして階級意識を有しているのかどうかは常に問題となったからである。事実、奥も1927年の同党大会にて消費組合連盟婦人部の運営方針に問題があると詰問された際、以下のような苦しい答弁に終止している。

運動方針として婦人は政治問題を理解し得ざるの憾みあり、経済問題もなお困難なる如し。されど消費組合は家庭の台所より入って直接婦人大衆に接し『資本のからくり』を知らしめ、階級的自覚を与え、階級戦線に動員し得ると思う。

[山本1982: 258]

言い換えるのならば、この時期における無産階級消費組合運動においては、都市部における無産婦人の増加に伴い、婦人運動との合同が企図された。その運動は、十分に階級意識を有していないとされる家庭婦人に対しても、消費生活を通じた指導によって、階級戦

線への動員を企図したものであった。この運動自体は多くの問題をはらむものでもあったが、いずれにせよこの運動下において、それまで十分に対象となつてこなかった婦人層を糾合し、消費生活を担う主体、すなわち「消費者」としての自覚を持たせようとする視座が、消費組合運動の中に本格的に現れ始めるのである。

4. 総力戦体制下における「消費者」の当事者概念化——消費を担う主体としての「婦人」

今まで私たちが試みてきたのは1920年代後半から1930年代前半における消費組合運動の展開と、その内部における「消費者」をめぐる言説実践を、主に2つの論点から考察することであった。第一にそれは賀川・本位田らによる無産階級と中産階級を糾合するカテゴリーとしての「消費者」概念の運用であり、そこで主張されたのは産業界へのカウンターを形成しうる組織体の具体的担い手として、本概念を捉えようとするものであった。第二にそれは、無産階級消費組合とそれに関わった奥に代表される婦人運動家による、女性を消費組合運動へと参入させようとする動きであり、消費生活の具体的な担い手、すなわち「消費者」として「婦人」を捉えようとする見方であった。言わばそこでは、「消費組合」の占める社会的位置の拡張が企図されていたのであり、その過程の中で「消費者」概念には当事者概念としての意味が付与され始めたのである。

では、この並列しながらもお互いに影響を与えあっていた「消費者」をめぐる2つの実践は、その後どのような歴史的軌跡をたどったのか。端的にいうのならばそれは一つの大きな歴史の流れの中に巻き込まれながら、戦後日本社会に通底する「消費者」像を形成するに至る。すなわち、配給制を余儀なくされた総力戦体制下においてこそ、消費組合の運営は一時期脚光を浴び、その中で「婦人」を社会的権利団体としての「消費者」の主たる担い手として捉えようとする視座が現れるようになる。

消費者としては、進んで之が〔戦争に伴う諸問題〕解決に就て徹底した態度をとらなければならない……時代は刻々、統制へと進んで居る。この場合、國體を作らず組織の力を持たぬものはどんな事をされても何の発言もできない……ひとり消費者だけは今まで纏まった組織をもたず、国家が政策を決定する場合でも消費者の代表として資格ある國體は未だ無かったのである。かくの如きは国家的に見るも社会の一大欠陥であつて、消費者の利益は知らぬ間に無視され、国民の生活は安定を失ひ、民衆の不満はいつの間にか醸成される……国家は消費者の代表を要求して居る。消費組合時代は来るべきものであり、その曙光は既に見えてきて居る。〔灘購買組合1937: 1〕

この灘購買組合の広報誌の巻頭文にも表れているように（他の例として〔神戸消費組合1938: 1〕など）、それまでどちらかといえば国家行政の指導に対し反旗を翻す傾向にあった消費組合運動は、総力戦体制下における熱狂の渦の中に巻き込まれていく。その中で、「消費者」は具体的な国家の担い手として、定式化されていくのである。

ではこの急激な言説の変化は、いかにして生じたのか。もちろんここには、日本社会思想史研究が問題としてきた共産・社会主義者の戦時転向の問題が潜んでいる〔新倉2017: 95-100〕。事実、前章において紹介した関東消費組合連盟を含め、多くの階級闘争型消費組合は1930年代後半に弾圧を受け、強制解散の憂き目に合う。そしてこうした運動に携わっていた人々の多くは、様々な経路のもと総力戦体制下へと組み込まれていった⁽⁶⁾。

だが、ここで問題となるのは、そのような転向がどのような背景のもとなされたのか、である。この問題については、中産階級的、無産階級的問わず、当時の消費組合運動が有

していた反資本主義運動としての性質が、統制経済を目指す時局と整合的であったということが指摘できる⁽⁷⁾。今まで見てきたように、消費組合運動に取り組んでいた知識人・運動家の本質的な問題関心は、日本社会における資本家の専制とそれに伴う貧困層の残存を、「消費者」という対抗力を持つ社会集団を作り出すことによって解決することにあった。すなわち戦前期の消費組合とは資本主義社会における消費が本質的に「非合理」である——企業によって歪められている——ことを批判することで存立し得た組織なのである。

この認識が、当時の革新官僚や軍部が有していたものと理念的に相同であることは容易に理解可能である。ゆえに無産階級消費組合に対する弾圧が日に日に強まる中で、消費組合関係者の多くは抵抗よりもむしろこの時局に協力することによって、自らの主張を持続させることを選ぶ傾向にあった。消費組合は国家への対抗組織から、むしろ国家の規範を示す組織へと——表面的かつ、短期間とはいえ——転換していったのだ〔奥谷1973: 253〕。

消費組合が共同扶助の精神に基づいて、強い団結をしながら公明な配給を続けてきたことは尊い……これからの組合としては一歩飛躍して社会の利益、国家の福祉を中心として運営さるべきである。〔福田1940: 1〕

この灘購買組合に対する、戦前・戦後問わず日本経営学に強い影響力を有していた学者である福田敬太郎のコメントにもあるように、「共同扶助」という消費組合の性質は国家への奉仕と連関する形で当時論じられた。それは消費組合と総力戦体制下の国家が、双方とも企業の私益主義を批判するという立場を共有していたからなのである。

そしてここで重要なのは、この思想の転向と持続の間で、「消費者」概念へ当事者概念としての意味が強く付与されていくようになったということである。というのも、国家への奉仕があらゆる社会組成体にとって問題となると、消費という行為もまた国家への奉仕の一部を構成する以上、重要な統制の対象となるからである。そして「消費」が個人の行為を記述する概念として構成された以上、その統制は「消費者」の主体的な努力以外にはなしえないものとして捉えられる。ゆえに「消費者」は分析概念にとどまらず、まさにそのような努力を成し遂げようとする主体によって名乗られる当事者概念へと転化していく。

ではこの当事者概念化された「消費者」とは、具体的に誰にとって名乗り得るカテゴリーであったのか。それは銃後の守りを形成し、1930年代後半以降消費組合運動への参与の傾向を強めていった「婦人」以外にはあり得なかった〔大寺1984: 49-53〕。言い換えるのならば、この時期消費をめぐる問題がより強くなるにつれ、消費生活を担う主体たる「婦人」が自らの活動の重要性や社会的意義を主張するために、「消費者」というカテゴリーに自らを依拠させて議論を行うようになっていくのである。

婦人運動家の伊福部敬子は「消費者としての戦力」と題し、以下のように論じている。

以前は、貯蓄というものは、その一家又はその個人の不時の用意に備えるだけが目的でありました。それ故、貯蓄をするのも、しないのも、その人、その家の自由であり、好みによったものでした……けれども、今日、一切を挙げて『戦争』に集中し、全体の方向に歩調を合わせなければならぬ中では、そういう勝手は許されないのです……私共の生活は、ただちに国全体を動かすでしょう。私達の忠実であると否とは、即ち国策遂行に大きな影響を与えるでしょう。〔伊福部1938: 1〕

消費生活を担う主体たる「消費者」である「婦人」は、もはや「一家又はその個人の不時の用意に備えるだけ」では許されない。なぜならばもはや「消費者」のミクロな行動一

一つが、「国策遂行に大きな影響を与える」時代になったからである。この一見国家への隷属ともとれる伊福部の言明は、一方で「消費者」である「私達」＝「婦人」の影響力の強さとその集合可能性を論じようとするものでもある。言うなればここで彼女は、「私達」の議論の正当性を、「消費者」という概念に仮託することによってはじめて、示すことが出来ているのである。そしてこの「国全体を動かす」「私達」「婦人」としての「消費者」という概念運用が、戦後日本における消費者運動において頻繁に用いられた論法であることを鑑みると、私たちは戦後日本社会に通底する当事者概念としての「消費者」概念の誕生を、この戦中期における消費組合をめぐる人々の実践に見出すことができるのである。

5. おわりに

本稿においては、「消費者」概念が分析概念のみならず当事者概念へも転移していき、人々によって名乗られるカテゴリーとして運用されるようになる過程を、1920-40年代における消費組合運動をめぐる人々の実践を対象として分析してきた。そこで明らかとなったのは、以下のことである。第一に、本稿では本概念の転移のきっかけを、1920年代における知識人の消費組合をめぐる議論に見出した。すなわち、「消費者」を社会変革の担い手として提起した彼らの議論が、本概念に対し当事者性を付与しようとする人々の実践の端緒であることを明らかにした。第二に、本概念が戦中期において、婦人運動家を中心に名乗られるカテゴリーとして用いられるようになっていったということを明らかにした。女性を中心に構成される消費生活が、総力戦体制下において統制の対象として捉えられるようになるにつれ、彼女らは自らの重要性を、「消費者」であるという点に求めるようになった。言い換えるのならば、他でもない「私達」が「消費」を通じて国家に影響を与えているという観念が共有されるようになったとき、「消費者」という言葉を当事者概念として用いる必然性が生まれたのである。以上の考察は、①消費者運動論における消費者運動の生起過程に関する自然発生的理解に対し、知識史的観点から反駁を加えると同時に、②婦人運動における「消費者」概念の重要性を指摘した点において、先行研究に寄与するものである。

一方でこの先行研究への寄与を踏まえるのならば、本稿の分析範囲からはみ出る部分についても、考慮すべき点が多々あることは否めない。たとえば戦前期における統制経済下にともなう「消費者」概念の変化には、同時代に統制経済の理論化を行った商業学者〔向井1935〕や社会政策学者〔大河内1939〕の言説も間接的に影響を与えていると考えられる。また戦後日本社会における「消費者」をめぐる議論の系譜は、これだけではなく戦後日本に強く流入してきたアメリカのマーケティング論的知見にも大きく影響されているという点にも留意しなければならないだろう。紙幅の都合上本稿ではこれらの点について十分に論じる事ができなかったが、今後考察を深めていくこととしたい。

付記

本研究は、以下の研究助成、ならびに補助金の交付を受けて行った研究の成果である（松下幸之助記念財団 研究助成「近現代日本における経済主体の実体化過程とその社会的背景の解明——『消費者』概念に着目して」、日本学術振興会特別研究員奨励費 課題番号：19J12275『『消費者』の歴史社会学——近現代日本における経済主体の誕生とその変容』）。

註

- (1) 「生活協同組合」という言葉は戦後期における組合復興の運動の中で発明されたものであり、戦前期同様の組織は「消費組合」や「購買組合」と呼ばれていた〔山本1982: 674-675〕。一方本稿で論じる「消費組合運動」は、「協同組合運動」と呼ばれることもあった。本稿においては混乱を避けるため、原則戦前期の説明を行う際は「消費組合」・「消費組合運動」という言葉を用いることとする。
- (2) 江戸時代における経済学的論考として著名な三浦梅園の『価原』においても、「天下ノ物財ヲ費ヤスモノヲ遊民ト謂ッテ国家ノ蠹〔木食い虫〕トスル」〔三浦1773=1915:421〕といったように、「費ヤス」と言った表現は出てくるものの「消費」概念そのものは出てこない。そのため、“Consumption”と“Consumer”に見られるような対応関係は、日本では明治期以降に導入されたと見るほうが自然である。
- (3) 本稿における引用においては、原則現代仮名遣いへの修正を行っている。
- (4) 賀川や本位田が、労働組合に依存しない独立運営型消費組合として名を馳せていたロッヂデール先駆者協同組合を範としていたことは、この論調に影響を与えていたと考えられる。すなわち彼らはプロレタリアートによって運営される共産主義国家の限界を、当時のソビエト連邦の経済的疲弊から見て取り、多種多様な社会階級を構成員に含めた協同組合社会を構想していたことから、「労働者」ではなく「消費者」という言葉を用いる必要性があったのである〔本位田1931〕。
- (5) 本証言は戦後に発行された自伝によるものだが、類似の議論は同時代のテキストからも確認することが可能である。「日常われわれが消耗している汎ゆる消費の生活を通して知らず知らずの間に搾取されている中間商人や資本家の利潤から自分たちの生活を防護して、それ等の個人的な利益を、消費者全体の共同の富として積み立て、進んでは消費を中心として生産を支配するという所まで、その組織を社会全体に押し広めて行こうとする消費組合の運動は、とりわけ家庭内に於て直接消費の生活を主宰する私達無産中産階級の主婦が、こぞって参加し得る最も平易な、生活防護運動であり、同時に、新しい社会を建設せんとする最も平和的な社会改造の運動であると思う。」〔奥1930: 145-146〕
- (6) たとえば本稿でも度々引用している研究書・資料集である、『日本生活協同組合運動史』を執筆した山本秋は、戦前期自身が勤めていた関東消費組合連盟が強制解散させられ服役した後に、厚生省の囑託として配給制度の設計にあたっていた〔山本1982: 625-629〕。
- (7) こうした心性が、キリスト教社会民主主義の観点から戦争反対を論じていた賀川豊彦らにも共有されていたことは特記に値する。すなわち統制経済への移行は、当時の消費組合運動家にとって、不可避のものとして理解されていた。「積極的統制経済……真に日本を愛するものは、社会生活の安定性が保証されるような組織、互助意識の消費経済に徹底した組織を持つことに意を用いなければならない……国家は、社会は自分だけのものではないのである」〔賀川1936: 35-36〕。

文献

- 新井義雄 1984 「戦前の階級的消費組合運動の成果と歴史的制約」『生活協同組合研究』107: 23-30.
- Bartels, R 1988 *The History of Marketing Thought*. 3rd ed. Publishing Horizons. = 1993 山中豊国 (訳) 『マーケティング学説の発展』ミネルヴァ書房.
- 福田敬太郎 1940 「総大会ひらかる」『協同』昭和15年10月1日号: 1.
- 賀川豊彦 1927a 「社会改造の原理より見たる消費組合運動の使命」『消費組合時代』2: 3-6.
- 1927b 『社会構成と消費組合』神戸消費組合.
- 1936 「婦人の力と消費組合運動」『雲の柱』15(12): 31-36.
- 原山浩介 2011 『消費者の戦後史——闇市から主婦の時代へ』日本経済評論社.
- 本位田祥男 1929 「緊縮の組織化」『新家庭』101: 1.
- 1931 『消費組合運動』日本評論社.
- 堀田泉 2016 『消費組合論——「消費」の再定義に向けて』風媒社.
- 胡澎 2005 『戦時体制下の日本婦女団体: 1931-1945』吉林大学出版社. = 2018 莊嚴 (訳) 『戦時体制下日本の女性団体』こぶし書房.
- 伊福部敬子 1938 「消費者としての戦力」『新家庭』205: 1.

- 河上肇 1905『日本尊農論』読売新聞日就社.
- 国民生活センター編 1997『戦後消費者運動史』大蔵省印刷局.
- 神戸消費組合 1938「消費組合時代来る」『新家庭』208: 1.
- Lash, S. and Urry, J 1994 *Economies of Signs & Space*. Sage.=2018 安達智史（監訳）『フローと再帰性の社会学——記号と空間の経済』晃洋書房.
- 三浦梅園 1773=1915『仙原』日本経済叢書刊行会.
- 向井鹿松 1935『配給市場組織——財貨移動の社会的組織（改版）』丸善株式会社.
- 灘購買組合 1937「消費組合時代は来らんとして居る」『協同』昭和12年6月1日: 1.
- 波内知津 2004「女性の国民化とジェンダー」『年報社会学論集』17: 48-59.
- 新倉貴仁 2017『能率の共同体——近代日本のミドルクラスとナショナリズム』岩波書店.
- 奥むめお 1930「一路消費組合運動へ」『雄弁』21(11): 144-146.
- 1988『野火あかあかと』ドメス出版.
- 奥村忠雄・本間輝義・内田英雄（編）1982『消費者問題概説』法律文化社.
- 奥谷松治 1973『改定増補日本生活協同組合史』民衆社.
- 大河内一男 1939『社会政策の基本問題』日本評論社.
- 大寺恵美子 1984「主婦層と消費組合運動——1920-30年代婦人運動の底流」『歴史評論』410: 30-55.
- 相馬健次 2002『戦後日本生活協同組合論史——主要書籍を読み解く』日本経済評論社.
- 杉原四郎 1992『日本の経済学史』関西大学出版部.
- 隅谷三喜男 2011『賀川豊彦』岩波書店.
- 徐水生 2009「翻訳の造語：厳復と西周の比較——哲学用語を中心に」『北東アジア研究』17: 19-28.
- 消費組合協会 1926「消費組合協会規約」『消費組合時代』1: 2.
- 武内哲夫・生田靖 1976『協同組合の理論と歴史』ミネルヴァ書房.
- 山本秋 1982『日本生活協同組合運動史』日本評論社.
- 山之内靖 2015『総力戦体制』筑摩書房.

（東京大学大学院学際情報学府博士課程 assyupokira@gmail.com）