

消費段階論はどの国にも当てはまるか？

1 ヴィクトリア朝イギリスと 1990 年代日本

「文明としての豊かさ」と「文化としての豊かさ」

「陽の沈まぬ国」と言われ、「パックス・ブリタニカ」と呼ばれて栄華を極めた 19 世紀ヴィクトリア朝の大英帝国は、今日でもなおわれわれに「豊かな社会」のモデルを呈示してくれる。すでにアメリカ的な大量生産・大量消費による豊かさを手に入れた現代の日本にとって、アメリカはもはや目指すべきモデルにはならない。それに代わってわれわれに、今後求めるべき豊かさ——それは「心のゆとり」とか、「成熟した生活文化」と呼ばれるものだ——のモデルを示してくれるのがヨーロッパやイギリスであろう。もちろんそれも一種の幻想なのだが、「貴族化」「階層化」「高級化」「本格化」あるいは「ニューリッチ」などの消費のキーワードに象徴されるように、近年の日本では、コンサートホールが建設されてオペラが招聘され、世界中から輸入された珍しい食品が食卓を飾り、オークションでは何十億円もの金額で絵画が買い落とされ、ヨーロッパの伝統的ブランドや英国王室御用達のウェッジウッドさえ、もはや若い女性の必需品となっている。あるいはリゾートにしても、通例われわれ日本人が思い浮かべるのはヨーロッパのそれであろう。

このようにわれわれが、いわば「文明としての豊かさ」から「文化としての豊かさ」を、言い換えれば「経済の豊かさ」から「生活の豊かさ」を求めるようになってくると、必然的にわれわれの目はヨーロッパに向かう。だが、ヨーロッパはいつから、どのようにして「豊か」なのか。その点を、19 世紀ヴィクトリア朝のイギリスの社会・生活史をひもとくことによって考え、日本人にとっての「本当の豊かさとは何か」という課題を探究するための「導きの糸」にしたいと思う。

都市大衆文化の成立と労働貴族の誕生

ヴィクトリア女王が君臨したヴィクトリア朝の時代は、1837年から1901年までの64年間である。この時代は、政治的には保守党・自由党の2大政党による議会政治の確立期であり、労働運動の活発化に伴い選挙法の改正などの各種の民主化が進められた時代である。

また経済的には、18世紀中葉に始まった産業革命による工業力の飛躍的向上や東インド会社の独占禁止などの貿易自由化政策によって、自由経済が拡大した時代である。したがってこの時代は、それまでに比べて国の富がより下の階層にまで分配されて、広汎な大衆が繁栄の恩恵に浴し始めた時代であり、ミドルクラスは上流階級の、労働者はミドルクラスの生活様式を模倣するようになり、そこからは「労働貴族」という言葉も生まれたのである。

実際、物価は低下傾向にあったのに、労働者の賃金はたとえば1850年を100とすると74年は136に伸びており、消費水準は向上していた。すなわちヴィクトリア時代とは、都市大衆文化、あるいは大衆消費社会の原型が誕生した時代であった。

19世紀のロンドンの人口の推移を見てみると、第1回国勢調査のあった1801年は109万7千人であったのが、ヴィクトリア朝初頭の1841年には2倍の220万8千人、さらに30年後の71年には384万1千人、そしてヴィクトリア朝最後の1901年には650万7千人と6倍に増加している（図1）。

一方、イギリス全体の人口は同じ100年間で889万3千人から3252万8千人と3.7倍にしか増えていない。したがって、イギリス全体に占めるロンドンの人口の割合は、1801年の12.3%から1901年は20.0%に増加している。こうしたことから、19世紀という時代が都市への人口集中の時代であったことがわかる。イギリスで都市部の人口が初めて農村部の人口を上回ったのは1851年であった。

こうした傾向は他のヨーロッパの諸都市でも同じであって、1850年に105万人だったパリの人口は1910年には288万8千人に、同じくウィーンは44万4千人から203万1千人に、ベルリンは41万9千人から207万1千人にと

いうように、いずれも3倍から5倍に膨れ上がっている。ベルリンにいたっては、そこから9年後の1919年にはさらに2倍近く増えて一気にパリの人口を抜いている。「世紀末のパリ」「1920年代文化のベルリン」という言葉は人口統計的にも裏付けられるわけである（図2）。

現代生活の基礎を形成したヴィクトリア朝

話をイギリスに戻そう。都市大衆文化の成立期としてのヴィクトリア時代という視点から、そこに生まれた様々な「豊かさ」について簡単に概観してみると、われわれが現在の生活の中で慣れ親しんでいるものの多くに、ヴィクトリア時代の産物があることに気づく。

たとえば、トマス・リプトンの紅茶やトマス・クックの旅行業、背広、ゴルフやテニスのプロスポーツ化と選手権の開催、サイクリング、日帰り旅行や団体旅行、「ウィークエンド」のレジャー、リゾート、結婚式のウェディングマーチなどは皆、ヴィクトリア時代の産物であった。ひとことで言えば、ヴィクトリア時代は、王室や貴族などの上流階級の独占物であった様々なものが、上級労働者までを含む一般大衆に開放された時代であり、「豊かな生活」が国民に広がった時代なのである。

ついでながら言えば、名探偵シャーロック・ホームズや「不思議の国のアリス」が誕生したのもヴィクトリア時代でありハワードが「田園都市協会」を設立して郊外住宅地の開発を始めたのもヴィクトリア朝末期のことであった。

鉄道の発達とレジャーの拡大

こうしたヴィクトリア期の繁栄を語る上で最も重要な要素は鉄道網の発達で

あろう。1768 年、ワットが蒸気機関を発明、1804 年にはトレヴィシックが蒸気機関を応用した機関車をつくり、25 年にはスティーヴンソンが蒸気機関車を実用化し、ストックトン―ダーリントン間を走った。そして 1830 年にはリバプール・マンチェスター鉄道が開業し、1830～40 年代にはイギリス全土に鉄道建設ブームが訪れ、1845～47 年は「鉄道狂」(Railway Mania) の時代と言われたのである。

統計を見ると、1825 年の鉄道営業キロ数は 43km に過ぎなかったが、35 年には 544km、45 年には 3931km、55 年には 1 万 1744km というように急増している。また鉄道貨物輸送量は 1856 年には 6476 万 9 千 t であったのが 40 年後の 1896 年には 3 億 5740 万 t と 40 年で 5.5 倍に増加している。鉄道旅客輸送量も 1845 年には 3040 万人であったが、60 年には 1 億 5350 万人、70 年には 3 億 2220 万人、80 年には 5 億 9660 万人、90 年には 7 億 9630 万人というように飛躍的に増加していることがわかる (図 3)。

鉄道網の整備は物流のスピードと量を飛躍的に向上させ、産業革命を支え、商業革命を招来し、日帰り旅行などのレジャーを可能にした。ロンドンの南方 85km にあり、ヴィクトリア女王の保養地でもあった有名な海浜リゾートであるブライトン・ビーチも、1841 年にロンドンと鉄道で 2 時間で結ばれると一気に大衆化し、「Marine Suburb」(海の郊外) と呼ばれるようになった。そうした大衆化を上流階級は嫌い、ヴィクトリア女王も 1845 年を最後に 2 度とブライトンを訪れることはなかったという。

また、鉄道がこのような急速に一般の人々に利用されるようになった大きなきっかけは 1851 年の「ロンドン万国博覧会」の開催であった。ヴィクトリア時代の中でも 1850～60 年代は全盛期であり、ロンドン万博はその絶頂期に向かう大英帝国の威信を誇示するための一大イベントであった。そして、このロンドン万博のための安価な団体旅行を企画し、イギリス中から客を集めたのが、誰であろうトマス・クックであった。現在も世界的な旅行業者としてその名をとどめる彼の企画したこのロンドン万博ツアーを契機として、多くのイギリス人が鉄道および鉄道旅行に親しむようになったのである。

旅行の大衆化の背景には、余暇時間の増大があった。ヴィクトリア時代は、その華やかさとは裏腹に、一方では、エンゲルスの『イギリスにおける労働者階級の状態』(1845 年刊) が示すような、産業革命の矛盾が露呈した時代でもあった。そのため、そうした労働環境の是正と労働者の地位の向上を求

める運動も活発であり、19 世紀後半になると第 2 次選挙法改正、普通教育法や労働組合法の実施などの民主化の動きも激しかった。

1850 年には工場法により土曜日の半日労働制が繊維工場に、67 年にはすべての業種の工場に適用され、それまでは上流階級の娯楽であったダービー、オークスなどの競馬やプロ・フットボールの見物が、土曜の午後のレジャーとして大衆の間に流行した。また 71 年には、ラボック法により国民全体の休日として年 4 回の「銀行休日」が制定されるなど、余暇時間が合法的に拡大されていった。

工場労働者の労働時間は、19 世紀初頭には週 74 時間が普通であったが、1850 年頃になると週 60 時間になり、80 年にはさらに 54 時間にまで減少していた。こうしてこの時代には単なる「空いた時間」(spare time)ではなく、労働時間に対立する「自由時間」(free time)という観念が生まれた。「ウィークエンド」という言葉が広まったのも 1870 年代のことであったという。

食事革命と紅茶の大衆化

鉄道や蒸気船による交通の発達はまだ、それまでの馬車や帆船とは比べものにならないほど物流の量とスピードを向上させた。蒸気船のトン数を見てみると、たとえばイギリスが 5043t であった 1890 年に、ドイツは 593t、フランスは 500t、スペインは 408t であったにすぎない。まさに大英帝国は「七つの海を支配」する圧倒的な力を持っていたのである。

そうした強大な輸送力に加えて冷凍技術の向上もあり、食肉などの生鮮食料品の大量輸入が可能になり、大衆の食生活は 1880 年代以降急速に豊かになり、「食事革命」とも言われる状況が生み出された。たとえば本格的な冷凍肉の輸入は、1880 年にオーストラリアのメルボルンから牛肉と羊肉が輸入されたのが最初であるが、それ以後アメリカからは豚肉、アルゼンチンからは牛肉、ニュージーランドからは子羊肉が輸入されるようになったという。

魚も、北海でとれたものがその日のうちに食卓にのぼるほど物流能力・冷凍技術が向上していた。またこの時期は、アメリカからの小麦の大量輸入によ

って。パンの値段が下がり、バナナ、パイナップル、桃などの果物や野菜も手頃な値段で手に入るようになり、ココアなどの熱帯産食品の輸入も拡大していた。

それから、イギリス人の生活にとってなくてはならないのは何と言っても紅茶だが、紅茶をイギリス人が飲むようになったのは、東インド会社が中国から輸入を始めた 17 世紀中葉のことである。しかし、もちろん当初は贅沢品であり、一般の市民が紅茶を飲むようになるのは、1833 年に東インド会社の貿易独占が禁止され、貿易が自由化されて価格が下がってからであり、特に関税が低下した 1853 年以降のことであった。日本人に最も親しまれている紅茶のブランドであるトマス・リプトンがセイロンに進出し、独自のブランドをつくったのも、今からほぼ 100 年前の 1890 年のことである。イギリス人といえば紅茶という伝統も、一般市民レベルではまだ 100 年ほどの意外に浅い歴史しかないということにわれわれは驚かないであろうか。

経済大国になった現在の日本では、リプトンの紅茶の価値は低下した。イギリスの一部の上流階級の占有物だった紅茶が「イギリス国民の飲み物」になってからわずか 100 年後、20 世紀末の「大国」では、20 代の OL がウェッジウッドの器でフォートナム & メイソンの紅茶を飲みながら昼下がりを過ごすのだ！

このように、現在のわれわれ日本人の生活にも深く浸透している文化を生み出したヴィクトリア朝は、しかし 19 世紀末になると、ドイツやアメリカなどの新興工業国に追われ、

その絶対的な地位を脅かされ始める。1896 年、E・ウィリアムズは『ドイツ製品』(Made in Germany) を著わしてイギリス国民に警鐘を鳴らし、アメリカは「工業界の巨人」と呼ばれ、その大量生産による大衆的な低価格製品の市場進出は「アメリカの侵略」としてイギリスの論壇を賑わした。

かつて「世界の工場」と呼ばれた大英帝国は、1820 年代には世界の工業生産高の 50% を占めていたが、1890 年には 22% に、1910 年には 14% に落ち込む。それに対して 1910 年のアメリカのそれは 35%、ドイツは 16% に増えていた。かくして、輝かしき大英帝国、ヴィクトリア朝の時代は、20 世紀の始まりとともに終わりを告げたのである。

「豊かさ」という記号

現在の日本は、たしかに経済大国ではあるが、国民ひとりひとりが生活の現実の中で豊かさを実感することがまだできないと言われている。もちろん豊かさというものは、本質的には量でなく質の問題だから、そう簡単にどちらの国の方が豊かだといって比較できる種類のものではない。毎日食べるものに苦労しているようでは豊かだとは言えないという「常識」はとりあえず不問に付してよいとしても、衣食についてはありあまるほどの物が溢れている現在の日本でも、住宅難と働き過ぎのために欧米のような豊かさが実感できないという。

一方で、繁栄を享受し、大衆的な製品に飽満した日本人は、「心の豊かさ」を求めると称しては、よりブルジョワ的なもの、より貴族的なものにまでも触手を伸ばしてきた。その動きは、あたかも大衆のひとりひとりが貴族的生活のイミテーションを手に入れるまで、ほとんど終わることがないかのようにも見える。たしかにそれらの一流品は、大量生産品や一時的な流行品では味わえない永続的な満足感をわれわれに与えてくれるが、それも所詮「本当の豊かさ」という記号を消費しているにすぎないのではないかという疑念は消えない。

あるいはまた今日では、商品の作り手も売り手も買い手も、もはや生活の中に何が足りないと具体的に指摘することが難しくなった。それでは困る作り手・売り手側は、いつの頃からか、物というより、新しい欲求そのものを開発することが仕事になった。しかしそでの新しい欲求開発すら飽和点に達した現在では、「あなたは本当に豊かですか。本当に満足していますか。いや、あなたはまだ本当には豊かでないはずだ。」という根本的な命題を突きつけるしかなくなった。また、今はない豊かさを将来手に入れようという提案よりも、本来あるべきなのに今は失われている豊かさを回復すべきだという風潮も強まってきたように見える。

本章で私がヴィクトリア朝のイギリスを取り上げたのは、近年の日本の消費動向などを鑑みた時、この時代の「豊かさ」のイメージがひとつの味つけ、

記号になっていることが多いと考えたからである。が、だからといって私は、そこに今の日本にはない「本当の」豊かな社会があるなどと、ユートピア的に夢想しているわけではない。むしろまったく逆である。イギリスのように伝統的で安定したスタイルをもった生活・文化があると言われる国でさえ、様々な問題を克服しながら大衆レベルでその枠組みをつくったのは、ほんの100年ほど前のことにすぎないということを多くの方にもう一度認識していただきたいかったのである。だから、われわれ日本人も、性急に「豊かさ」の実現を叫んだり、記号化された「豊かさ」に惑わされたりせずに、まずはじっくりとこの「豊かさ」という問題と付き合っていくべきなのではないだろうか。

参考文献

- (1) 長島伸一「世紀末までの大英帝国」法政大学出版会、1987
- (2) 荒井政治「レジャーの社会経済史」東洋経済新報社、1989
- (3) 川北稔「路地裏の大英帝国」平凡社、1982

本章では他にもかなり多くの文献を参考にした。しかし、ヴィクトリア朝の生活・文化に関する研究は、1次史料が少ないのか、情報に重複が多いため、すべての参考文献を掲げる手間を省略させていただき、特に読者が入手しやすい代表的な文献だけを掲げた。

2 消費段階論は他の国にも当てはまるか？

都市人口が全人口に占める割合、つまり農村ではなくて都市に集まった人口の割合が 50% を超えると本格的な近代工業社会になり、第 2 消費時代になったと言えます。イギリスは 1850 年代、アメリカは 1920 年代、日本は 1950 年代に都心人口が 50% を超えた。中国は 2010 年頃です。以下少し詳しく説明します。

イギリスではヴィクトリア朝の始まる 1851 年の初めての国勢調査でもう 50% を超えていました。18 世紀末以来の産業革命によって、ロンドンなどの人口がどんどん増えたからです。そして「世界の工場」と言われる時代、パックス・ブリタニカ *pax britanica* の時代になる。19 世紀後半には労働貴族という言葉が生まれ、上層の労働者が豊かな暮らしができるようになった。これがイギリスの第 2 消費時代でしょう。ちなみに 1851 年にはロンドン万博が開催されました。ヴィクトリア朝は 1901 年、20 世紀の最初の都市に終わりますが、これはアメリカの世紀の始まりでもあるのは象徴的です。

アメリカは 19 世紀に技術革新が進み、ロンドン万博でもアメリカの工場や農業のための機械が注目を集めました。その後さらにアメリカの技術は進み、イギリスにとってアメリカが脅威となります。1877 年にはエジソンが蓄音機を発明しますが、これがアメリカの第一消費社会を象徴するものかもしれませんが。さらに 30 年ほどして 1908 年に T 型フォードが発売された。T 型フォードの工場に働く労働者は非常に高い賃金を得て、労働者自身が T 型フォードを買える大衆消費社会になりました。1920 年代はラジオデイズとも呼ばれますが、ラジオや映画が普及しました。そしてアメリカは 1920 年に都市人口が 50% を越えます。これがアメリカの第二消費社会でしょう。ちなみに 1893 年にはシカゴでコロンビア万博が開催され、アメリカはその万博によってイギリスやフランスを超えたと宣言したのです。

しかしアメリカの第二消費時代は 1929 年の大恐慌で覆った。その後ニューディール政策で消費喚起が行われる。アメリカは本来禁欲的プロテスタンティズムの国ですので、よく働きよく稼ぐが消費はあまりしない国だった。生産力が飛躍的に向上したのに消費力が追いつかなかったことが恐慌の一因だ

ったのです。

こうして1933年はシカゴ万博、39年はニューヨーク万博が開催され、アメリカの機械技術の進歩とそれを応用した消費文化の未来像が展示されました。GMは高速道路が国土を覆い尽くし、無数の自動車がそこを走る社会像をジオラマにして展示しました。GMは、たった一種類しかないT型フォードに代わって、工業デザインの力によって二年に一回モデルチェンジし、次々と大衆が欲しくなる車を発売しました。ここに無駄に買い換えをさせる浪費文化が誕生しました。これがアメリカの第三消費社会でしょう。そしてアメリカでは1950年代に第3消費社会が全盛期となる。パックス・アメリカナ *pax americana* の時代です。アメリカはイギリスに代わり「世界の工場」と呼ばれ、世界の自動車の9割をアメリカが生産した。

日本は1960年、高度経済成長が始まった頃に都市人口が50%を越えた。そして70年に大阪万博が開かれました。大阪万博のテーマは「人類の進歩と調和」でした。なぜ「調和」かということ、すでに日本でも欧米でも公害や交通事故が大きな問題になっていたからです。進歩するのはいいが調和がないといけな思考えられたのです。

中国は2010年ごろに都市人口が50%を越えた。そして2008年に北京五輪、2010年に上海万博があった。では第三消費社会にいつからなったかということ、2010年代にもうなっている。上海にディズニーランドができたのが2016年ですが、ディズニーランドができるというのは第三消費社会が成立したことの証明です。アメリカでは1955年、日本では1984年です。大体30年ごとにディズニーランドができているのは面白いですね。

なおフランスに1990年代にディズニーランドができましたが、これは第三消費社会との関係はないと思います。フランスは長らくアメリカ文化を拒否してきたからです。だからフランスは第三消費社会になってもディズニーランドをすぐにつくらなかった。

ただしアメリカにとってのディズニーランドはフランスにとってのエッフェル塔だとも言えます。アメリカの1950年代の消費文化を研究したトマス・ハインの『ポピュラックス』という本で、ロサンゼルスにディズニーランドができたとき、TVニュースはエッフェル塔の完成を見た人と同じようにディズニーランドの開業を見た人は将来そのことを誇りに思うだろうと報道したそ

うです。

話を戻すと、中国のような急激な近代化は「圧縮された近代化」と言われる。イギリスが100年かかった近代化をアメリカは70年で、日本は50年で、中国は30年で進めた。あとから発展した国ほど最新の技術を導入して工業化するので近代化を高速で進められる。そして商品も先進国から最新の物が入ってくる。だから中国は第2消費社会をつくりながら第3消費社会的なものもたくさん実現したと言える。北京の街を歩くと第三消費社会が実現し第四消費社会に入っているように思える。ただし中国全体ではまだ都市化率は64%であり、地域格差が大きいことは言うまでもない。

じゃあ最初に世界の工場になったイギリスはいつ第3の消費社会になったかというと、イギリスは階級制度が強いので、一般大衆が誰でもお金持ちと同じような消費をしてよいという価値観があまりなかった。例えば自動車はイギリスでも早くから作られましたが、普通の人でも買える自動車を作ろうとしたことはない。1950年代にローバーミニができて初めてでしょう。だからアメリカや日本と比べると自動車に多様性は少ない。だがアメリカは先述したように1908年にT型フォードによって大衆車をつくったのです。

イギリスに第三消費時代があるとすれば1960年代から80年代でしょうか。物というより文化面でビートルズが誕生し、ロックミュージックが大発展し、ミニスカートなどのファッションと共に世界に影響を与えましたから。

第三の消費社会は、なくてもいいものを売る社会です。ビートルズも最初は大人はなくてもよいものだと思った。アメリカの1950年代には、ロケットのような羽根のあるピンク色のキャデラックとかバービー人形とか雑誌

『PLAYBOY』が誕生する。それらがなくても人間は生きていけます。でも、楽しいから、かっこいいからという理由で売れる社会になりました。

フランスがいつから第二の消費社会で、いつからが第三の消費社会なのか、第二と第三が最初から混ざって発展したようにも思える。フランスでは家電や自動車のような工業製品が普及する以前に、ファッションやグルメの分野で第三消費的文化が始まっていたからです。

19世紀後半に世界初の百貨店ボンマルシェが1854年に開業し、女性用の白いブラウスなどを大量販売して人気を博しました。衣料品が大量生産できたのは軍服を生産するためにミシンが開発されたからです。1884年にはボヌー

ル・デ・ダム百貨店ができた。それはパリの人々の消費スタイルを根本的に変えたという。生産力の向上により、それまでは一般的な人々はほとんど買い物をしなかったが、ボヌール・デ・ダム百貨店以後は多くの人が多様な消費財を買う社会に変わった。

またパリでは 1855 年、1867 年、1878 年、1889 年に万博が開かれた。78 年の万博では電機と写真が展示され、89 年の万博ではエッフェル塔ができた。そしてさらに 1900 年の万博は世界中から 5000 万人が訪れ、知識の進歩の展示をする万博から、消費の感覚的な喜びの展示をする万博に変貌した

(Rosalind H. Williams "Dream Worlds—Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France" 1982)。

こうした歴史を踏まえるとパリの第二消費社会は 19 世紀後半であり、1900 年以降は第三消費社会に入ったと言える。そしてシャネルのエレガントでありながら活動的な女性服の登場はまさに画期的なことだが、すでに 1910 年代のことです。また 1925 年にはアールデコ展があり、近代的なデザインがフランスよりもアメリカに影響を与えます。しかし労働者まで含めた第二消費時代の発展は 1950 年代でしょう。有名な大衆車であるシトロエンの 2CV が発売されたのは 1948 年でした。

ドイツは禁欲的プロテスタンティズムの国ですから、勤勉であり、奢侈は好まない。ちなみにマックス・ウェーバーのいう価値合理的 *wertrational* な行為は宗教的意味で正義であり善であるという信念からの行為を意味します。ウェーバーは 1920 年に亡くなった人ですから基本的には 19 世紀の価値観で考えている。この概念がアメリカに渡ると社会学者パーソンズが「価値合理的」をアメリカ的に解釈してコンサマトリー *consummatory* という翻訳をした。1950 年代の第 3 消費時代のアメリカに合わせた概念である。美とか快感などの内容を含む概念に変貌したのです。

ドイツに話を戻すと、ドイツでは工業化は速く進み、19 世紀末にはイギリスの脅威になりはじめた。1920 年代のベルリンでは浪費的な都市文化が栄えます。同時代のニューヨークや東京や上海と似た享乐的な消費社会です。しかしその後は二度の戦争があり、第 2 消費社会は発展したが、第 3 消費的な浪費文化は発達しなかったように思われます。基本的には勤勉で質素な労働者、職人の生活文化がドイツ的な生活文化です。

ヒトラーがポルシェ博士に開発を命じたフォルクスワーゲン（国民車の意味）のビートルは、1938年の生産開始以来、2003年まで生産され、累計生産台数2153万を記録した。まさにドイツの第二の消費社会を代表する商品である。だが1970年代以降、ドイツに第三消費社会が訪れたとは言えない。むしろ環境問題への対応が早く、第四消費社会的なものが早く現れたと言えるかもしれない。

日本はアメリカに占領されて、アメリカの黄金時代の大衆消費社会の影響を強く受けた。戦争が終わってすぐに、この1950年代のアメリカの黄金時代を見せつけられた。だから自分たちもその豊かさを手に入れたと思った。

そして1950年代に日本は第2消費社会をつくりあげ、さらに80年代には日本の経済も最高潮に達して、ディズニーランドもできて、マクドナルドなどのアメリカ的な外食チェーンも栄えた。アメリカから来たセブンイレブンも栄えました。これが日本の第3消費社会です。

このように見てくると、どんな国でも、近代化、工業化を進めると、第二消費社会までは進むのですが、その後さらにどう展開していくかは国によって違うと思います。日本はアメリカを追いかけたのでアメリカと似たようなことが起きました。

じゃあ第4消費社会がアメリカにあったのか。あったと思います。1960年代後半から70年代にかけて、アメリカでは、若者が第三の消費社会の物質主義に対して疑問を持ちました。すでに1950年代にもビートニクスと呼ばれ反物質主義的な運動がありました。詩人などの文化人が中心となった運動です。また60年代後半にはベトナム戦争もあったので、若者は社会や政治の流れに反抗した。ヒッピーも生まれた。大企業に入るとか、みんなで物質的に豊かになるとかいうことに疑問を持つ若者がたくさん生まれました。これがアメリカのベビーブーマー（1946年から64年生まれ）でした。このへんのことは『forest gamp』という映画を見るとよくわかります。

スティーブ・ジョブズも10代の頃からヒッピーでした。禅が大好き、インドが大好き、日本が大好き。三宅一生のシャツをいつも着ていた。2000年代のアップルのデザインディレクターも、パナソニックを辞めて京都でカフェを営んでいた日本人をヘッドハンティングした（彼がパナソニック時代にデ

ザインしたCDラジカセは無印良品にも使われました)。

だからアップルのデザインは非常にシンプルで日本的、禅的なデザインでもあるわけです。そういう動きは第4消費社会的と言える。

またホールフーズなどの自然食品のスーパーが広がりました。アメリカの消費社会全体が第4消費社会的な性格を強めたとは思いませんが、David Brooksの「Bobos in Paradise」という本を読むと、60年代の若者が1980年代に経済的に成功し、ヒッピー的なBohemianな価値観とアメリカ資本主義社会の中でBourgeoisとしての価値観を融合させBobos = Bourgeois Bohemianになったと書いてあります。Bobosのライフスタイルは第四消費に近いように思います。彼らはシンプルさを好み、貴金属とか大理石とか高級車を買うのではなく、田舎の古民家を買ったり、手工芸品を好んだり、土の匂いのする精神性を好むなどと書かれています。第3章で触れた日本の第4消費社会以降の若者たちにも似たような特徴がありますね。

また日本では街づくり関係者のあいだで10年ほど前からアメリカのオレゴン州にあるポートランドという都市がとても注目されている。この都市について研究した本を読んだところ、ポートランドも1960年代まではごく普通の第2消費社会的な工業都市だったそうです。だから大気汚染、交通事故もひどく、そのため1970年代になると新しい若い市長が誕生してポートランドを変革した。そのときにはやはりヒッピー的な文化活動の影響があったようです。

またニューアーバニズムという住宅地計画の思想があり、私はその事例をアメリカまで何度も視察に行きました。ニューアーバニズムの住宅地や商店街にもヒッピーの思想が影響しています。

私は2024年11月に初めてタイのバンコクに行きましたが、バンコクは第三消費社会になっていると感じました。ショッピングモールのデザインは世界最高です。特にアイコンサイアムというモールは素晴らしい。それ以外の商業施設も店舗デザイン、色使いがとても美しい。タイはフランスとの関係が強かったからかと思いますが、仏教国の伝統にも関係があるかもしれません。

私は25年1月には発展著しいベトナムのホーチミンを訪ねました。高層ビ

ルがどんどん建っているが、消費面ではまだ第二消費社会でしょう。

世界には180もの国があり、欧米、中国、日本、韓国を除けばまだ第一か第二の消費社会です。多くの国が同じように工業化を始めて第一消費社会になり、さらに大量生産大量消費の第二消費社会になる。ただし農産物や鉱物資源を売って先進国から工業製品を買うだけの国もある。第二消費社会になった国も大衆が贅沢をする第三消費社会にまで発展するかはわからない。先進国でもドイツのようにあまり第三消費的な性格がない国もある。そういうわけで私の消費社会段階論はあくまで日本を分析するための枠組みである。日本はアメリカとの関係が深いのでアメリカにも同じような消費社会段階論が当てはまりやすい。でも西欧諸国にはうまく当てはまらないし、ましてそれ以外の国に当てはまるかは将来の各国の発展状況を見ないとわからない。また、すべての国が発展しすぎると地球環境が悪化していくことは間違いない。第三消費社会を経ずに第四消費社会になったほうが地球のためには良い。いずれにしろ各国の人々が自国の歴史を踏まえてみずからの消費社会論を考えればよいと思います。

また「第六消費社会はありますか。」という質問もよく受けますが、私が考える日本の第五消費社会がもし完成するなら、それは人類普遍の理念を実現した理想社会だから、その後はない。その後はずっとその状態を続けるべきだ。もしその後があるとしたら、戦争とか国家破産とか貧困とか大地震とか、なにがしかの大きな危機があって、理想社会が一旦崩壊し、価値観の大転換をしたときでしょう。もちろんそういうことはないことを私は望みます。

3 何のための豊かさ

60 年前のリースマンの指摘を読み返す

アメリカの社会学者であるデイヴィッド・リースマンが、1950 年代以降に書いた論文を集めた『何のための豊かさ』を発表したのは 1964 年のことである★1。言うまでもなく、当時のアメリカはまだ繁栄の絶頂期にあった。19 世紀イギリスのヴィクトリア朝の「パックス・ブリタニカ」にならって「パックス・アメリカナ」と呼ばれた繁栄の中で書かれたこれらの論文は、消費、レジャー、仕事と生きがいなどのテーマを論じたものが多いので、現在の日本人にとって極めて示唆に富むものであるように思える。リースマンは書く。

「かつてアメリカが後進国であった時代には、イギリスやその他の工業化および都市化の進行した国を引き合いに出すことによって、その将来予測を設定することができた。しかし現代のアメリカは、発展しすぎた国になってしまい、そのためにアメリカのモデルになるような国がすでになくなってしまっている」。

「われわれはアメリカの将来にとってのモデルになるような前例をどこにも発見することができないし、豊かさについての過去の予言者たちの考え方からもあまり学ぶところがない」。

こうした一節を読めば、誰でもこの中のアメリカを日本に、イギリスをアメリカに置き換えてみたくなるだろう。あるいはレジャーに関する次のような一節。

「外国人は、アメリカ人特有のイメージとして、怠惰という孤独に耐えられない人間、仕事の時も遊んでいる時も、いつも忙しく走りまわる落ち着きのない人間といった人間像を描いてきた」。

「アメリカ人は一般にレジャーを取り扱うことのできるような教育を受けてきていなかった」。「アメリカ人は自分の金を投入して次々に新しい欲望をつくり出していく。だが、それらの欲望を秩序化し消化する能力においては、

どちらかといえば貧困なのである」。

「われわれは今、新しい『優雅な生活』について、何の準備もできていないのである。そしてこの新しい生活というのは、かつては人間にとっての夢であったのだが、現在では、それはどうにか処理しなければならない性質のものになってきているのだ」。

ここまで来ると冗談のようですらある。一体これは日本人の話ではないのかと思うだろう。アメリカ人も忙しく働くことでイギリスやヨーロッパの国々をモデルとした「豊かな社会」を建設してきたのだ。しかも 1950 年代のアメリカは、人類史上いまだかつてないほどの「豊かな社会」をつくり出してしまった。「過去において豊かさを求めていた人間が、いまや豊かさを越えた過剰の時代に住んでいる」とリースマンは認識した。

『何のための豊かさ』の原題は“Abundance for What?”である。また、これと同時期に発表されたガルブレイスの『ゆたかな社会』の原題は“The Affluent Society”である。言うまでもなく Abundance にしても Affluent にしても、日本語の「豊かさ」とはニュアンスが違う。しばしば誤解されるのだが、リースマンもガルブレイスも著書の中で「豊かな社会」をつくるにはどうしたらよいかを論じているのではない。むしろ「豊かな社会」が実現し、「豊かさを越えた過剰な時代」における矛盾と、次になすべきことは何かという問題を論じているのである。だからむしろこれら著作は『何のための過剰』『過剰な社会』と訳すことによって、その本当の問題意識を理解することができる性質のものなのだ。

そうした認識に立ってリースマンが論じた問題のひとつが、すでに引用したような仕事とレジャーの問題である。

「仕事に対する反撃が、労働時間を短くせよという単純な形で始まった。彼等〔引用者註 | 工場労働者、あるいは男たち一般〕は、生産性を高めた報酬として賃金を上げてもらうより、もっと余暇を与えろと要求したのである」。「かつては周辺的特典であったレジャーが今ではふくれあがって、逆に仕事の意職と意義を周辺に押しやろうとしているのである」。

「工業化時代の文化において、いまだに拘束的な仕事に投入されるエネルギーを、単にわれわれの消費者としての快楽主義に対する代償であると考えることができるかどうか。自己開発することもできず、また、人間の生産的活

動とも関係なしに、ただ豊かでありさえすれば、それでわれわれは幸せなのだろうか」。

近代の工業社会は禁欲的な労働の美德によって支えられてきた。勤勉な労働が新しい技術革新を生み、生産性を向上させ、会社に利益をもたらしてきた。その原理は、日本はもちろん、アメリカでもイギリスでもドイツでも同じであって、現在の日本が仕事中毒と揶揄されるのは、欧米の社会と日本の社会との歴史的な発展段階の差にすぎない面もある。したがって、最も働きバチである国が、最も技術的に進み、最も経済的に繁栄する反面、生活面で発展途上の見えるのもまた当然なのである。

しかし、工業的な生産に従事し、そこで生産された製品による生活の革新に人生の喜びを見出す段階から、「ポスト工業化社会」と言われる、消費や余暇や生活に関心を振り向け、人生そのものを楽しもうとする段階に社会が移行するとき、人々はしかしそんな「ただ豊か」であるような生活が、はたして「幸せなのだろうか」と自己に問わざるをえない。しかも一方で、現在では、高齢化や脳死問題などのように、技術の進歩によって人間の生活と生命と人生の意味を根本から問い直さざるをえない事態もますます深まっている。

「何のための豊かさ」「何のための技術」——そうした問いかけが今後一層重要になるであろう。

■参考文献

★1——デイヴィッド・リースマン『何のための豊かさ』（加藤秀俊訳、みすず書房、1968）。原著の初版は1964年である。