

## 国際化社会と家政学的方法的課題

——「アジアの食糧問題の消費者問題性」をてがかりにして——

乗 本 秀 樹

### 一 はじめに

(i)「情報化社会」、「高齢化社会」、「国際化社会」などのことばで形容される事態の展開に対応し適応しようとして、家政学という研究領域は、あいかわらず気丈な頑張りをみせている。その気丈な頑張りを保証してくれているのは、この研究領域がすっかり身につけてしまった科学的方法、ならびにそれをわきからささえる個人主義なり快樂主義の倫理のようである。もちろん、戦前期家政学のように、国家や家のイデオロギーをたつぷりと身にまとい多くのことがらをこれによって律しようとする傾向が強かった場合などにくらべるならば、こちらの方が「まし」といわざるをえない。しかし、なにやら現況にもあやうさを禁じえない。なぜか。

思い過しであることを恐れずにいえば、ころあたりは、個人主義・快樂主義に支え導かれる科学的方法の過信にある。すべての問題がそれで処理できるのだ、できない場合には「よりモダンな知識と態度への教育」に訴えればいいのだという、素朴で一途な構えこそが気になるのである。あげくにおいて、おちつきやゆたかさとはおよそ縁遠い、家庭生活や消費生活の産業主義化という事態に陥る危険が予想されてならな

いのである。

そのような方向への転落を避けるには、気丈さにくわえて何が必要か。——すくなくともいえるのは、生き生きとした事実や対象を前にして、問題や接近方法を主体的にとらえかえしてゆけるだけの、しなやかとも形容すべき度量であろう。そのことの必要性和可能性をかなり直截に示唆してくれるのが、「国際化」の一環をなす食糧をめぐるアジア諸国とのかかわりである。

そこで、本稿では、「消費者問題としてのアジアの食糧問題」について考えることを通して、家政学に求められ促されているはずの反省事項を検討しておきたい。<sup>1)</sup>

(ii)展開の順序は、以下のようなものである。

すなわち、まず、アジア諸国における食糧問題の状況を概観する(二)。ついで、そこでの(Ⅱ他国での)問題がなぜわれわれの(Ⅱわが国での)問題なのかという、むずびつきの意味ないし必然性について検討する。そのために、いわゆる消費者問題という概念の拡張を試みるとともに、わが国の農業・農村の状況にもふれることになる(三)。そのうえで、こうした過程で掘り起されたことがらを、家政学が方法的な課題として引き受けてゆくことの可能性について言及してお

きたい(四)。

註

(一) 家政学の方法をめぐる全般的な反省事項については、長嶋俊介・乗本秀樹編『家政知を考える』(昭和堂、一九八八年)を参照のこと。

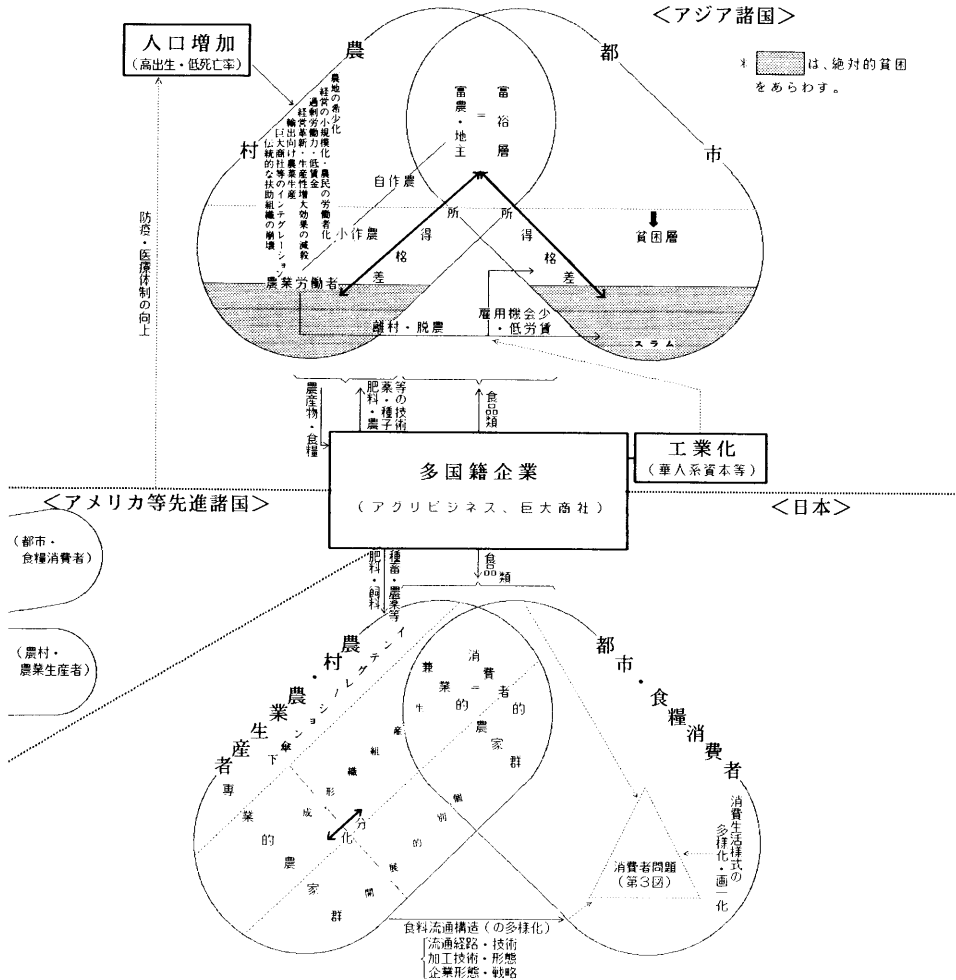
## 二 「アジアの食糧問題」の消費者問題性

### (一) アジアの食糧問題の構造と諸相

アジアの食糧問題の基本的な要因は、キー・ワード風にいえば、「人口増加」、「工業化」、ならびに「多国籍企業(先進諸国)の進出と戦略」である。これらの要因の絡みあいのなかで、以下のような事態が展開しているのである(第一図)。

〔農村において〕人口増加圧(その原因のひとつは、先進諸国の援助による防疫・医療態勢の向上→死亡率の低下に求められる)のもとで、農地が稀少になりつつある。そうしたなかで、自作農の小規模化・小作農化、小作農の小規模化、あるいは農業労働者への脱落が進行している。農業労働者の増加は、農村における賃金水準を低める。そして、こ

第1図 アジアの食糧問題と(わが国の)消費者問題の構造



の低賃金と過剰労働力の存在は、先進海外諸国からもたらされる新技術（肥料・農薬・新品種など）の経営革新効果と生産性上昇効果を減殺する方向に作用している。

また、農業生産物のかなりの部分は、自給（国内、農村）用ではなく、輸出用である。その生産と経営は、富農経営ないし商社等の多国籍企業に導かれるインテグレーションによる。そこでは、農民の労働者化がいつそう促されることになる。

こうして、農村における貧富の差、所得の格差が深刻になる。伝統的な相互扶助システムが脆弱化するなかでのこのなりゆきは、絶対的貧困への転落、ひいては離農・離村を余儀なくすることにもなる。

〔都市において〕つまり、都市への転出と、その結果としての都市人口の増大である。これには、工業化の動向も大きく作用している。といっても、この工業化に、十分な雇用創出力があるわけではない。そのため、職に就けない人々が生まれ、賃金水準も低く推移する。

こうして、都市においても、所得格差の拡大、その一方の極端としての絶対的貧困（スラム）化がすすんでゆくことになる。

〔食糧問題の諸相〕食糧問題といわれる現象は、こうした背景のなかで展開する。その状況は、以下のように要約されよう。

①国民全体としては、絶対的な食糧不足を何とか免れている。しかし、所得格差が大きいために、最低限度必要な栄養量・熱量を確保できていない人々も多い。

②自国内消費向けの食糧生産態勢が、十分でない。

③価格や供給量が不安定になりがちである。自然条件によるところもあるが、多国籍企業の戦略や先進諸国の国策によるところも無視できない。

④風土や社会的・経済的条件にふさわしい農法や食糧生産体系の十分な展開が、期しがたい。

⑤伝統的な嗜好や食生活様式が損なわれる。それどころか、科学的（栄養学的・医学的）な理念に逆行する方向に、操作されてゆく恐れさえある。

⑥農業生産技術の高度化とうらはらの関係で、農薬や化学肥料の多投による農産物汚染がすすんでいる。あるいは、外国から持ち込まれる食品のうちには、添加物等が過剰に混入されているものもある。以上のように、「需要量に対して供給量が過少」という狭い意味での食糧問題を基調にしながら、その他の多様な問題が併存し相乗しているのが、「アジアの食糧問題」の状況である。

## （二）アジアの食糧問題の消費者問題性と家政学のアポリア

ところで、アジア諸国におけるこのような状況がことさらに「わが国の「消費者問題」だとされるのは、どのような意味においてであろうか。他者における問題が自身にとつての問題に転化される過程に関することがらであり、これに答えるうえで、あらかじめ下敷かれているはずの両者の関係性を無視することはできない。たとえば、つぎのようなわくぐみの設定は好都合であろう。

すなわち、右に紹介したかぎりでは総体的に負性（二）を帯びるアジア諸国の食糧状況（「われわれによつて認識された状況」であるが、そのアジア諸国をわが国の消費者にとつて便宜的・手段的な存在とみなすか、それとも尊厳をもつ自律的・主体的な存在とみなすか、という区分を試みる<sup>⑦</sup>。つぎに、わが国の消費者が自身の食糧消費状況について概して良好な状態（十）にあると判断するか、それとも不十分な状態（二）

第2図 「アジアの食糧問題」の消費者問題性

<div> <div>アジアの食糧状況 についての総 体的評価</div> <div>アジア 諸国につ いての認 識</div> <div>自身（わが国） の食糧状況につ いての総体的な評価</div> </div>	[-]	
	自律的・主体的な存在	便宜的・手段的な存在
[+]	(a)罪悪感(うしろめたい)	[無関(感)知]
[-]	(c)連帯感(原因は同じ)	(b)不満感(めいわく)

にあると判断するか、という区分を試みる。この二系列の区分を重ね合わせてみると、四様の関係性が想定される。そしてそこには、「アジアの食糧問題」に関して、以下のように三様の「消費者問題性」が浮かびあがってくる（第二図<sup>3</sup>）。

(a)「わが国のゆたかな消費生活を維持することに貢献してくれているアジア諸国（の人々）」に対して、うしろめたさや罪悪感を覚える<sup>4</sup>、という意味での消費者問題性。

(b)「アジア諸国によってわが国の消費者に不利益がもたらされる」、という意味での消費者問題性<sup>5</sup>。

(c)「アジア諸国の問題とわが国の消費者の悩みは、底において共通しているのだ」というかたちでとらえかえされる、消費者問題性。

蓋然的な多様性を推し測ろうとするにすぎない類型化ではあるが、ここにあらわれた諸タイプは、それぞれに現実的な内容をともないうる。そのかぎりで、意味あるものといってよいであろう。

ただし、「アジアの食糧問題」を消費者問題としてとらえたうえで彼我の問題を緩和し解消しようとするわれわれの立場にとって、つぎの二点への配慮は欠かせない。

そのひとつは、(c)こそが中軸におかれるべきだということである。(a)や(b)がそれぞれに真実味をもつにしても、当面の関心からすれば、それらは(c)の理解に到達するための契機ないしステップとしての意味をもつにとどまる。彼我の問題の克服は、あくまでも(c)への理解を深めるかぎりにおいて可能だと思われるのである。

いまひとつは、従来の家政学や消費者教育論の視座に即するかぎり、(b)だけしか視野に入り込めない、という点である。

もちろん、(c)のカテゴリーに属することがらも、既存の理論わくぐみによって、部分的にはすくいとれる。たとえば、多国籍企業によって供給される食品が汚染されているという問題などは、アジア諸国においてもわが国においても同様である（ととらえられる）。したがって、家政学は、このことを認識したうえで、輸入をめぐる諸制度の改善を求めた

り、アジア諸国に改善方策をアドバイスする（国際家政学会やアジア地区家政学会を通して）といった方向で、実践的な活動に赴くことさえできよう。

だが、部分的にはあれともかくもこうした問題が感じとれるのは、事態が、家政学や消費者教育論を主導する「健康」、「安全」、「快適」などのすぐれて個人主義的で近代主義的な志向にふれる（抵触する）かぎりにおいてのことである。これを超える深みに位置することがらについては、問題を問題として知覚することができないのである。「過剰な近代化の動態のなかで、よりよい生産力様式を選択する暇を与えられないままに事態が展開し、貧困化がすすんでゆく」という状況に眼をやることなどは、現状の家政学や消費者教育論の認識わくぐみをもってしてはおよそ不可能なのである。

#### 註

(1) 以下の素描に際して、西川潤『食糧』、『人口』、『貧困』（いずれも岩波書店、一九八三年）、渡辺利夫『アジア経済をどう捉えるか』（日本放送出版協会、一九八九年）などを参考にした。また、本稿で「アジア（諸国）」という場合、NIESやASEANに属する諸国（インドネシア、タイ、フィリピン、マレーシアなど）を念頭においている。

なお、家政学的方法的反省に重点を置く本稿では、「アジアの食糧問題」の実態をリアルかつ精緻にとらえることは断念し、むしろ一般的に（権威者たちによって）ほぼ共通に指摘されていることがらをコンパクトにすくいあげることにこころがけている。

(2) アジアのおかれている状況を必ずしも否定的にはみない見解もあることを、念のため、付記しておく。

なお、アジア諸国の家政学においても、事態が否定的なものとしてとらえられているとはかぎらない。むしろ、散見されるかぎりでは、それらの家政

学にはある種の天真爛漫さ（近代化への素朴な信頼）さえうかがわれる。近代化の途上で「純粹に制度的に造られた」（オーロラ・コルプス「家政学に根本原理——哲学はあるか」、氏家寿子監修『家政学の時代——統合家政学としてのヒューマン・エコロジーの成立と世界の家政学事情——』、ヒューマン・エコロジー研究所、一九八五年、所収）研究分野の特質であり、限界であろうか。

(3) 二系列の区分、四タイプの関係性、ならびに三タイプの消費者問題性のあいだに論理必然的な対応関係は存在しないことを、断っておこう。

(4) たとえば、鶴見良行『バナナと日本人』（岩波書店、一九八二年）という書物の率直な読後感は、これであろう。

(5) 「農薬に汚染された農産物は輸出してはしくない」（いわゆるブーメラン効果の忌避）というわれわれの反応などは、これであろう。

### 三 「消費者問題」の多義性と家政学の課題

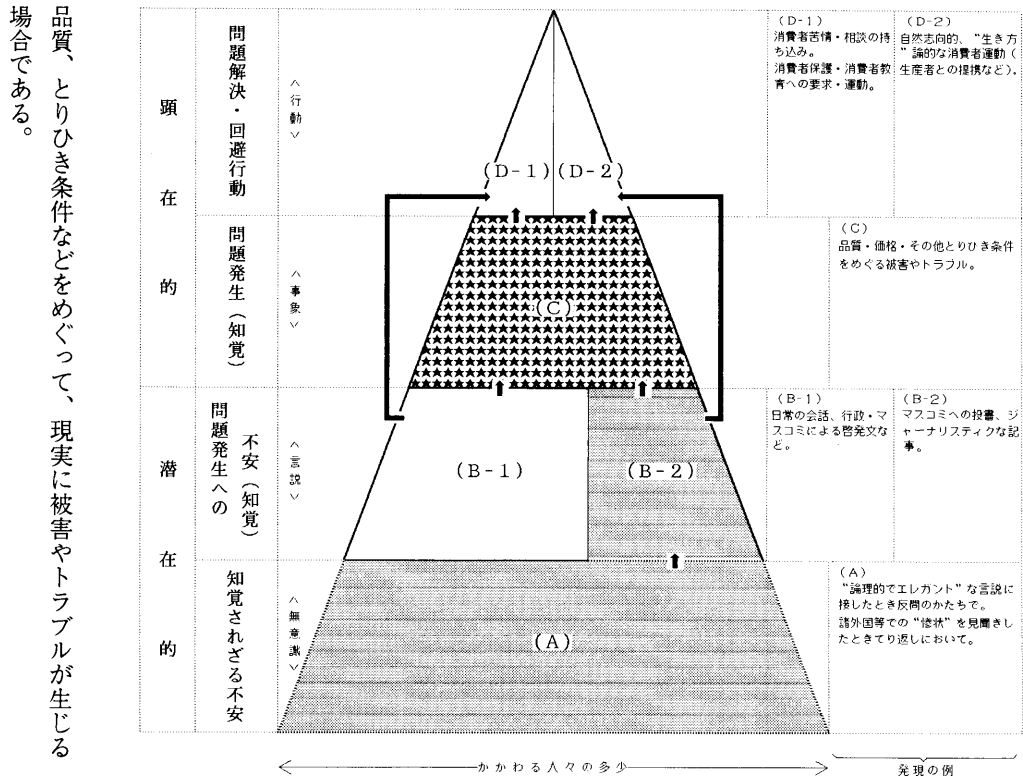
#### (一) 「消費者問題」の多義性

前節での考察は、「アジア」ならびに「食糧」をめぐる問題が、通例消費者問題として論じられることがらとは異なる局面（次元）を含んでいることを示唆してくれる。しかしながら、そのような局面（次元）は、「いわゆる消費者問題」という概念ないし先入観をもってあたるかぎり、とらえきれない。その意味で、まず、「消費者問題」という概念装置自体をやや緩くふところ深いものとして理解しなおしておく必要がある。

さて、第三図には、広い意味で消費者問題と呼んでさしつかえないと思われることがらが、発現のステージにおいて四段階（無意識→言説→事象→行動）に区分できることが示されている。そのあらましは、以下のようである。

(C) 一般的・常識的な意味での消費者問題……財・サービスの価格、

第3図 消費者問題発見の諸段階



〈B-1〉被害・トラブル発生への不安……現実に被害やトラブルに遭遇することはないにしても、そうしたことへの危惧や不安は多くの人々がつめている。

〈D-1〉消費者苦情・相談や消費者運動としての行動……被害やトラブルに巻きこまれたとき、その解決を他(消費者保護を目的とする制度や機関)に委ねる場合も多い。あるいは、そのようなことがふたたび生じないように、消費者保護制度や消費者教育制度の充実に向かうこともある。(C→D-1)

また、現実に被害・トラブルの体験を経なくとも、不安にかられて、消費者保護制度や消費者教育制度の充実に求める運動を展開したり、みずから消費者教育を受けようとすることもある。あるいは、不買運動や産直運動を展開することもある。(B-1→D-1)

右の諸段階は、それぞれ事象、言説、行動としてたちあらわれ、われわれ自身も明瞭に自覚(知覚)できる。

それに対して(やや大胆な仮説として提示したいのだが)、消費生活を日々にいとんでいるわれわれにとっては、必ずしもよく見えないうこと、自覚されないこともあるのではないだろうか。もつとえば、あえて意識の表層にのぼらせないで抑圧していることもあるのではないだろうか。それが短期的・直接的にわれわれの消費生活に被害やトラブルをもたらすことはないにせよ、長期的には無視できない効果あるいは破局的な影響を及ぼしかねない、そのようなことがらもあるのではないだろうか。すなわち、点線で囲んだ最下段(層)である。

〈A〉明瞭に知覚されるとはかぎらない不安……“明瞭に知覚されない”だけに具体的には表現しにくいのだが、たとえば、“すぐれて論理的でエレガントな言説”、しかも“なじみで耳慣れた言説”に接し

たとき、ふとした反問というかたちでよぎる不安などはそれであろう。

〔例一〕「円高に伴い、欧米の高級品のみならず NIES の低価格品等の消費財輸入の拡大、海外旅行の増加によって海外製品消費の機会が増え、消費選択対象の拡大したことが……」という記述がある（『昭和六三年版国民生活白書』、「はしがき」より）。↑消費者にとつての円高や国際化の効果を「消費選択」のレベルでのみとらえようとするのであれば、きわめて不十分だといわざるをえない。

〔例二〕「貿易の自由化に対する不安」という世論調査項目をみよう（総理府世論調査「消費者問題」、一九八五年実施）。そこでのアンケート選択肢は、つぎのようである。

不安がある……（外国の商品・サービスの安全性に不安がある）、（外国の商品・サービスの表示（使用方法など）に不安がある）、（外国の商品・サービスではアフターサービスが受けにくい）、（国内産業に影響がある）、（安定供給への不安がある（自給率の低下））

不安は特にないわからない

↑調査の主体とその意図からすれば、ごく自然な選択肢群なのである。だが、主としてわれわれ（日本の消費者）にとつての便宜性（健康・安全・快適）という観点から構成されている点において、気がかりである。

「おかどちがい」で「いわずもがな」であることを承知で掲げた右の二例は、ごく自然で整合的な言説がじつは何かを捨象し隠蔽しているということを示唆している。われわれのいう「不安」は、このあたり

にある。その意味で、きわめて当然のこととして認められてしまっていることがらに關して、懷疑を不可避にする性質のものである。

（B二、D二）客観化された不安……右の不安は、ときとしてことばで語られることはあつても、現実化することは稀れである（現実化するとすれば、文明・文化・生命の総体にかかわる破局としてであろう）。そうであればこそ、あるタイプの消費者運動などとして、しばしば「生き方」論の様相を帯びつつ展開される。

このように多層的なものととして「消費者問題」を定義しなおすとき、いわゆる消費者問題ということばがさし示すのは、そのごく一隅に位置することがらにすぎないことがわかるであろう。それに対して、「消費者問題としてのアジアの食糧問題」というテーマのもとでけつして無視できないのは、むしろ「明瞭に知覚されるとはかぎらない不安」である。前節で着目した消費者問題性（C）は、この「無自覚な不安」（A）という発現ないし知覚の形態とむすびついているのである。

## （二）わが国の農業問題

しかし、それにしても、この不安の内容は何か。何をめぐつての不安なのだろうか。

そのひとつが、アジア諸国という「他者」の存在をめぐる問題であることは、これまでの議論からあきらかである。これが不安を構成する経糸だとすれば、緯糸にあたるものは何か。この点についての見当づけは、消費者にとつてより卑近なところに展開するわが国の農業と農村を顧慮する時、多少とも容易になる。

すなわち、食糧問題として発現はしないものの、食糧生産の条件ならびに食糧の質という点に關しては、わが国もアジア諸国と同様の状況に

ある（いわゆる食糧問題に対する農業問題として）。その状況は、以下のように整理される。

①高齡化、後継者難、嫁不足など、農業労働力の脆弱化がすすみ、農村の維持さえ危ぶまれている。

②兼業への傾斜がすすみ、加工・流通資本によるインテグレーション、生産販売組織などが展開するなかで、農業経営・食糧生産の形態が多様化している。

③生産性向上（コスト低下）がきびしく迫られている。いうまでもなく、アメリカをはじめとする諸外国からの農畜産物貿易自由化要求を、ひとつの契機としてのことである。産業としての農業が内発的にとりくむべき重要な課題ではあるが、外的な要求に安易に従うとき、あるべき農法や水・土地利用体系、ひいては自然—人間生態系や都市機能に深刻な矛盾をきたすこともありうる。

④化学肥料や農薬の多投について、反省がなされつつある。ただし、これも、拙速に実行に移すとき、生産性向上（維持）に背離する結果になりかねない。

⑤「ゆたかさ」に地域（農村）間格差が拡がりつつある。都市近郊農村—純農村—山間農村で、人口、雇用、社会資本装備などに格差が生じているのである。

このように、相対的（「周辺の」）に貧困の様相を帯びつつあるのが、現代の農業と農村である<sup>(2)</sup>。

その原因は、「人口増加」という要因を別にすれば、アジア諸国の場合と同根である。内外の近代セクター（製造・流通業、とりわけ巨大商社等の多国籍企業、ならびに逸早く「モダン」な感じ方・考え方・身のこなし方を身につけてしまった消費者たち）が内にもつ原理と、農業

ないし食糧生産の場がもつそれとのあいだに、深刻なギャップが生じているという点においては、共通しているのである。

### （三）「無自覚な不安」と家政学の課題

以上からあきらかになるのは、前述の不安が、食糧をめぐる立場のちがい（生産者—消費者）および食糧生産を支える生産力（生産様式）の特質をめぐるものだ、という点である。そのかぎりでは、この二点についての再考をぬきには、不安の解消は不可能である。

といっても、このことはむずかしい。なぜならば、これらが、「健康で安全で快適であるためには？」、「新しいライフ・スタイルは？」といった問題設定の方法（視角）に対して、死角に位置するテーマだからである。いいかえれば、個人主義・快楽主義・科学主義という近代のパラダイムに浸りきれているわれわれには、同じく近代がつくり出している構造的な不安（他者、生産力）は感じとれないからである。その意味で、家政学や消費者教育論などのすぐれて近代的で制度的な研究・教育領域にとつては、本質的に不得手なテーマだといわざるをえない。

それだけに、家政学がこうした不安をも射程にとりこみながらトータルに消費者問題をとらえてゆこうとするのであれば、いきおい自身の脱—構築に向かわざるをえない。さしあたって、その際の方向は、家政学を主導する基礎概念の再検討、ならびに他の研究諸領域とのトランス・ディシプリナリーなかわりの醸成に求められよう。

### 註

（一）その知覚や自覚（言説化）を促したり行動を方向づけるうえで、家政学や消費者教育論は大きな役割をはたしてきている。

（二）「周辺の（貧困）」とは、前掲西川「貧困」における表現である。

#### 四 家政学の脱構築の展望

##### (一) 基礎概念の吟味

国際化などという、いまだ遭遇したことのない、しかしそれなりに魅力的なテーマには、軽々ととびつくものではない。テーマがイボック・メーキングであればあるだけ、当該研究の方法の展開もイボック・メーキングならざるをえなくなる（「無傷ではすまされなくなる」からだ。

いささか諧謔的ないまわしだが、このことを最も典型的に示してくれるのが、「消費者問題としてのアジアの食糧問題」と「家政学」のかわりであった。すなわち、前者の問題を掘り下げてゆくとき、家政学が論理や理論においてほとんど念頭に置くことのなかった「アジアの人々」（「他者」あるいは「食糧生産の様式」（「生産力」といったこと）がらに達着する。そして、その問題を避けて通れなくなっていることに気づくのである。しかしまた、こうした要因にうかつに眼を奪われるとき、家政学はその独自性（アイデンティティないしパラダイム）を見失うことにもなりかねないのである。

こうしたきわどさをふくみおきながら家政学展開にひとつの方向を見定めておこうというのがここでの意図であり、そのためにまずてがけられなければならないのは、家政学の中軸になっている（になってよい）諸概念を吟味することである。以下では、「生産力」と「自己実現」という二つの概念をとりあげて、問題の所在を示唆しておきたい。

##### 《「生産力」をめぐる》

(i) いうまでもなく、生産にかかわる経営諸科学 (managerial sciences: 企業経営学や農業経営学など) において、「生産力」はきわめて重要な概

念である。生産力をどのようなものとして把握し論理のうちに位置づけるかによって、当該経営学派の性格はくっきりと規定されてしまうのである。<sup>1)</sup> それに対応して、抽象的である生産力が、操作可能で具体的な指標としてとらえなおされてゆくのである（農業経営学についていえば、労働時間当たり生産性、土地面積当たり生産性、作目畜種結合形態、機械装備形態、経営規模、集約度・操業度など）。

これに対して、家政学（なかでも経営学の特質を最も強く帯びる家庭経営学）という研究領域では、生産ではなく消費を扱うという事情から、「生産力」はこれまで無関心なままに放置されてきた。そのかぎりでは、家政学と他の経営諸科学とが、議論の接点や有機的な関係をもたないままに、「役割分担」というかたちをとりながら展開してきたのである。前節までの考察は、こうしたあり方に反省を促している。

すなわち、消費する主体にとって生産力とは何かということが、より直接的に（価格シグナルに媒介されるだけでなく）問題にされてよい事態になっているのである。かりに家政の目標が「労働力の再生産」に置かれたとしても、再生産費（生活費）の低減や再生産の円滑化のための食糧（食料）の低コスト化・安全性維持という問題設定に尽きてはならない。具体的な食糧生産様式への配慮は何よりも大切なことだし、そもそも生産とは何かということについての見識があたためられていなければならぬ、と思われるのである。

(ii) といっても、家政学が生産の領域にまったく無関心であり続けただけではない。たとえば、マルクスにおいては、生産、分配、交換、消費の諸過程は独立的なものとはみなされない。<sup>2)</sup> したがって、この系譜下にある家政学または家庭経営学においては、生産力への顧慮は一定程度になされている。以下のような指摘も、つとになされているのである。

「食料品の海外依存の原因は、大規模な機械化農業を行なっている国の農産物の方が安価であることや、あるいは工業製品の輸出先となる開発途上国からの見返りに輸入品国の食料がとりあげられやすいという、いわば農産物の生産性の比較や工業製品輸出のための論理が優先されてきたことによる。」

「経済合理性のみに食料供給の方式をゆだねることは、さまざまな矛盾を深めることではなからうか。」

「技術の力のみで食品加工の大量生産体制が継続できると考えることこそ誤りではないか……」<sup>(3)</sup>

ここには、資本主義社会を特徴づける生産技術ならびにこれを律する原理に対して、懐疑の念が表明されている。

あるいは、つぎのような指摘もある。

「生産力の発展は、……利潤追求のためにゆがめられて、生活をむしろ相対的に退歩させるという側面をもっているが、基本的には、歴史的必然であり、生活内容を向上させる不可欠の条件ともなる進歩的側面をもつことも否定することはできない。」

「重要なのは、(たとえば)『手づくりの生活をとりかえし』、手づくりで生活を埋めつくすという、家庭管理の内掘り領域に問題を移しかえることではなく、類型化(「差異化」、「規格化」ということか)された商品生産の過程をさまざまな個性をもつ家庭管理主体の主体的な生活要求、生活設計といかに結びつけていくか、社会的な類型化された商品生産の中に消費の主体性、家庭管理者のもつ主体性をいかにして反映させ、組み込んでいくかという(ことである)。<sup>(4)</sup>」(括弧内は引用者)

ここには、資本主義社会を特徴づける技術を肯定したうえで、それをコ

ントロールしてゆけるだけの消費者の主体的条件の成熟を期そうとする構えが読みとれる。

これらの見解の妥当性についてはともかく、望まれるのは、このような性質の議論が、食糧生産の第一次的過程に重点を置きつつ、また、元来社会的・歴史のカテゴリーの概念である「生産力」を私的・経営的な次元に引き寄せつつ、活発に展開されることである。そうしたなかで、以下の諸点があきらかにされてゆくことである。

①生産力ないし生産様式の選好の実態を把握すること……自家菜園、市民農園、有機(無農薬)栽培生産物をめぐる産地直結などのかたちで、あらたな食料選択と流通の展開がみられる。そのタイプの多様性、食生活にしめるウェイトなどを、典型的に把握してみてもどうか。また、そうした選好が「生産」ということについてのどのような理解や意味づけにささえられているのか、という点について検討してみてもどうか。

②生産力ないし生産様式を選択すること……たとえば、農業生産・食糧生産に固有な生産様式ないし技術体系を予想し、それに対応する消費選択をこそ望ましいものとみなすのか。それとも、機械的生産と規模の経済性によって特徴づけられる「工業的生産」の様式を基調とみなすのか。あるいは、両者の結合を展望するのか。

③②の結果をマネジリアルなものとして指標化、基準化すること……所得、効用、価格、品質という四種類の要因が許すかぎりにおいて、無制限に消費は可能である。そのかぎりでは、結果的にいかなる生産様式(のものと生産された生産物)が選ばれようとも、消費者の関知しないところである。だが、かりに農業生産・食糧生産に固有の生産様式について多少とも了解がえられるのであれば、それをもなんらかの

かたちで消費の制約要因としてくみこんでみてはどうか。あたかも、収益性を志向する農業経営主体が、労働生産性・土地生産性や農法などをガイドラインとして尊重せざるをえないように。

あまりにも迂遠なようではあるが、「アジアの食糧問題」の緩和、解消に向かう道すじのひとつは、家政学や消費者における右のような努力に求められると思われる。

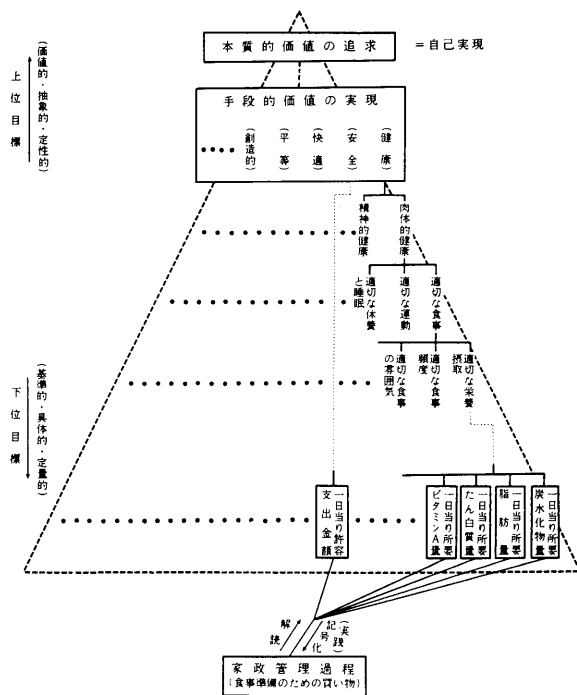
### 《「自己実現」をめぐる》

消費することが「労働力の再生産」という以上の意味を獲得しているのが、われわれの社会である。主観的な観点から、ライフ・スタイルの選択（のあかしとしての消費）、ライフ・ヴィジョンの実現（のための消費）としてとらえられる傾向が強いのである。そこまではいいわないにしても、日常的なにげない衣食住の物資をめぐる消費選択が、どれほどに直接的か迂回的かはともかく、究極的にはわれわれ自身の存在をたしかなものしてくれることにむすびついているのだという確信は、多くの人々がもっている。その意味で、本質的価値の実現すなわち自己実現という目標に導かれながら展開する（と正当化されている）のが、われわれの消費活動である。

そのありさまを模式的にあらわすと、第四図のようである。抽象的で価値的な「自己実現」が究極目標とされ、そこから発する目標—手段の体系（コード）が予想されているのである。

そのかぎりでは、「自己実現」ということがらが、検討の俎上にのぼる。自己実現が、物的な過程に導かれるだけでいわば自己完結的に成就されるものなのかどうか。人的なかかわり（共感や葛藤など）も重要な契機となるのではないか。——第四図が自己実現の必要条件に言及するも

第4図 家政目標の構造



のだとすれば、いわば十分条件とも呼べることがらのいかなが、あらためて問われるのである。

たとえば、すくなくとも、つぎのことはたしかであろう。

すなわち、一方に、△効用の最大をめざす恣意的・選択的な消費活動△が展開する。他方、かなたでは、△必ずしも効用の最大化にそぐわない強制△が展開する。——このギャップは、そのこと（とくに後者）がひとたびわれわれに認識されてしまったならば（真の事実やアジア諸国の人々の主観がどうであろうとも）、たちどころにわれわれ自身（前者）の効用を著しく低下させるはずである<sup>(5)</sup>。そして、効用の最大化が自

己実現の必要条件だと仮定するならば、このような事態が生じる可能性を多分に含んでいる自己実現モデル（第四図）は、けつして真の自己実現を許すものとはいえないはずである。

そうした意味で、家政学は困難な課題を引き受けざるをえなくなりつつある。これまでに鍛え蓄えられてきた目標「手段体系をめぐる理論のうち」「他者の存在」、「他者の（への）からの」まなざし」をいかにくみこむかという観点から、再出発を余儀なくされているのである。<sup>⑤</sup>

## （二）メタ経営学の醸成

以上のことをふまえたうえで、いまひとつ求めたいのが、諸種の経営学のあいだでの協同である。

すなわち、先にもふれたように、家政学（とくに、その一部門としての家庭経営学）、農業経営学、企業経営学、協同組合論、多国籍企業論など、多くの経営学が存在する。それぞれに独自の対象と方法をもつこれらの経営学は、これまで十分な関係をもたないままに展開してきた。方法（思想ないし手法）を共有するということはありえなせよ、対象を共有するということは、ついぞなかったのである。

だが、現実をみると、そのような孤立的なあり方は、必ずしも適切で十分なものとはいえなくなりつつある。

たとえば、農業経営をいとなむ主体においては、従来のマーケティング論の域をはるかに超えたところで、「消費者」、「生活者」が気がかりになりはじめている。生産物（＝食料）の質に関する合意形成に先立って「生産」の意味を了解しあうことは不可欠だし、それ以上に、農業経営者と消費者とが「生き方」を共有しあうことさえ望まれるようになってきているのである。<sup>⑦</sup> そうした現実を反映して、農業経営学においても、収

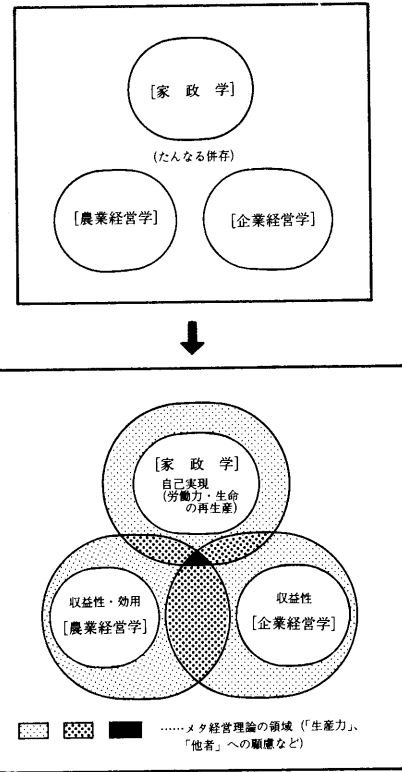
益性や生産力のカテゴリーの目標だけでは不十分になりつつある。かつて排除され、消費者の追求目標だとされてしまっている「自己実現」などにも、あらためて着目せざるをえなくなっているのである。

あるいは、企業経営学においても同様の事態が展開しているのではないか。たとえば、収益性とは異なるカテゴリーに属する「社会的責任」や「経営参加」などの行動原理が、つとに導入されているのである。<sup>⑧</sup>

消費者ないし生活者を自覚的に視野にくみこむために既存の経営学の基礎概念に反省が促されている右の状況は、前項の指摘（家政学の基礎概念の吟味）と対をなす。多様な生産諸局面から消費生活に向けて、逆に消費生活から生産諸局面に向けて、きわめて素朴な（それだけに深刻な）次元において問いが発せられ交錯しているのである。このように交錯する問い群に答えられるためには、何よりも経営諸学が対象を一定程度以上の重みにおいて共有しあっていることが不可欠である。その意味で、各種の経営学の間の協同が求められるのである。

といっても、それは、通常いわれる意味での協同や学際では不十分である。むしろ、「メタ経営学」の醸成とでも呼ぶべき方向のものである。ここでいうメタ経営学とは、それ自体はけつして経営学ではないが、諸種の経営理論や経営実践がそこから有効な示唆をくみ取る場、もしくは個々の経営学の難問が持ち込まれ検討されることを待つ広くフレキシブルな場、とでもいふべきものである（第五図）<sup>⑨</sup>。ちなみにいえば、前述の「生産力」、「他者」、あるいは「自己実現」こそは、このメタ経営学において最も重要なテーマとなりうるものである。

第5図 経営学間協同—メタ経営学—の構想



\* 「農業経営学」、「企業経営学」は、試みにとりあげた例にすぎない。より具体的には、多国籍企業論や協同組合論なども組み込まれるべきだろう。

註

(1) 「方法論争」が多いのが、経営学という研究領域の特徴である。そうした論争の大部分は「生産力」をどのように理解し位置づけるかという点をめぐってのもので、といってもまちがいはあるまい。

(2) マルクス『経済学批判』(武田隆夫・遠藤湘吉・大内力・加藤俊彦訳、岩波書店、一九五六年)を参照のこと。なお、経済学についていえば、「生産」の側から接近するマルクス経済学に対して、「消費」の側から「交換」、「分配」、「生産」にいたるまでの議論をしようとするのが、近代経済学(限界効用学派)である。家政学(家庭経営学、家庭経済学)のうちには後者の考え方に依拠するものも多く、このことが家政学をして「消費」の研究に専心させているという事情も無視できないであろう。

(3) 宮崎礼子・伊藤セツ編『家庭管理論』(有斐閣、一九七八年)より引用。

(4) 同右。

(5) アダム・スミス『道徳感情論』(水田洋訳、筑摩書房、一九七三年)など、近代初期の功利主義に特徴的な見方によっている。

(6) このあたりについて考えるうえで、深層心理学や発達心理学などの方法も

〔追記〕本稿は、一九八九年度・日本家政学会家庭経営学部会・夏期セミナーにおける共通論題報告(「消費者問題としてのアジアの食糧問題——家庭経営学の課題——」)の報告原稿に加筆したものである。なお、リアリティに富む西川潤教授(早稲田大学)のご講演を受けるかたちがとれたため、報告としては、統計資料や事例の欠如が補われたものと思われる。

参考になるのではないか。ちなみに、身体的な要因と社会的・文化的な要因が自我に統合されてゆく過程を段階(「漸成」)的にとらえようとするE・エリクソンなどにおいては、発展途上国とのかかわりはかなり重大な関心事になっているようである(E・エリクソン『ライフ・サイクル、その完結』、村瀬孝雄・近藤邦夫訳、みすず書房、一九八九年)。

(7) たとえば、『嫁難』は、「自然と可塑的な社会関係にくるまれ、四十才を過ぎる頃に自信がもてるようになる生き方」(専門的農業従事者)と、「個人主義的・快楽主義的な生き方」(消費者)とのズレにかかわる問題だ、ということもできよう。

(8) 占部都美編『経営学のすすめ』(筑摩書房、一九七〇年)、藻利重隆『経営学の基礎(新訂版)』(森山書店、一九七三年)などを参照のこと。

(9) 独立的な経済単位ないし意思決定単位の活動を対象にするのではなく、むしろそれらの間主體的なかわりにこそ着目するがゆえに、メタ経営学は経営学とはいえない。