

# 大量生産型社会の変質と自由化政策

富田洋三

生活文化学科

Changes in Character of Mass Production Society and Liberalization Policy

Yozo TOMITA

*Department of Human Sciences and Arts*

Oversupply has become a problem in the Japanese economy since the latter half of 1990's. The reason is that the supply side was not able to expand the production of services while the consumptive demand has changed from the goods to services. If the inefficiency of the market is the reason, and the traditional regulations cause inefficiency, it is necessary to remove them by market liberalization. This is a reason why the government is advancing structural reform.

Economic liberalization might improve efficiency and increase the income. However, whose purse does the increasing income enter? If the inequality of income distribution expands, social propensity to consume decreases, and the Japanese economy will stagnate. It is necessary to include the income redistribution policy with the liberalization policy for economic development.

**Key words :** oversupply economy (供給超過経済), structural reform (構造改革), post-industrial capitalism (ポスト産業資本主義), inequality of distribution (分配の不平等)

## 1. はじめに

「経済は文化のしもべである」という古い諺があるが、それは、文化の華が開くところには発展した経済があったという歴史的経験を指している。また、J.K. ガルブレイスは「富は芸術のまがいな同伴者である」といったが（「経済学と芸術」1960）、たしかに飢餓と窮乏のなかでは芸術にカネを払える人はなく、たつきの道が立たなければ芸術家は育たない。まさに飢餓と窮乏の戦後を経験したわれわれは、その後の半世紀をひたすら物質的富を求めて効率性を追求してきた。そして豊かな社会を築き上げた。しかしながら、われわれの多くは、未だに芸術や文化を楽しむ余裕を持たない。そればかりか、長期不況の荒波に揉まれ、人口減少の影におびえて将来に対する不安を募らせるばかりである。

工業化によって生まれた豊かな社会は、まさにその豊かさ故に工業化の限界に逢着し、未知の新しい社会への転換を求められることになる。このようなとき人はどう対応しようとするか。それについてケインズは

『一般理論』の中で次のように語った。「もしわれわれが大きな変化を予想しながらも、これらの変化がどのような明確な形態をとるかについてきわめて不確実 (very uncertain) であるなら、われわれの確信 (confidence) は弱く、予想に対する確信に基づいて行われる投資は停滞する (p.146)。すなわち、将来に対する確信が希薄化すると人々は不安に怯えて消費を控え、投資に対する企業家の冒険心は損なわれて、長期にわたる不況を余儀なくされる。

1960年代末以降、アメリカは工業生産中心の工業社会からサービス生産中心の脱工業社会に移行すると言ったのはダニエル・ベル『脱工業社会の到来』(1973)であった。当時、金・ドル交換を停止した(1971)アメリカ経済は、その後80年代にまで続くスタグフレーションの長いトンネルに入っていったのだった。その過程は、工業社会から脱工業社会への転換に際して生じた確信の喪失がもたらしたものであり、その混乱が、レーガンの自由主義政権を呼び込んだのだった。当時のアメリカと状況は異なるが、日本

の長期不況もまた、工業的発展の末に「所得と消費は増加する」という確信の喪失によってもたらされたものである。そこでここでは、われわれが確信を失うに至った過程をたどり、構造改革によってそれを突き抜けようとしている日本の問題について考え、変化の方向について生活文化論の立場から私見を述べたい。

戦後日本における工業生産力の急速な発展は、政治による資源配分体制をもってスタートした。しかしながら、生産力が十分に発展すると、当初は効率的であった政治による資源配分はかえって非効率になる。長期不況の末に構造改革が求められたのは、4半世紀前のレーガン政権登場の構図を彷彿させる。だが、当時におけるアメリカ経済は需要超過（供給能力不足）の状態にあったのに対して、日本経済は供給超過の状態にある。供給超過は1970年頃から見られたことであるが、それは貿易黒字と財政赤字によって吸収されてきた。しかし90年代後半以降になると、それも限界を超えて縮小再生産に追い込まれたのである。その原因として多くのことが語られてきたが、ここではそれを生活者の消費態度が消極的になるとともにその内容が広い意味でモノからサービスに変わってきたこと、そして供給側がそれへの対応に遅れたことに求める。これらは共に、所得は増加するもの、それに伴って消費は増えるものというこれまでの確信が崩れたところに原因がある。

生活者・消費者のモノ離れとは、消費の対象がモノからサービスに移ってきたということであるが、その場合、消費対象が第3次産業のサービスに移行してきたという意味だけでなく、モノに含まれる価値のうち、デザインや色彩、コンテンツのようなサービス価値の占める割合が増えてきたということでもある。消費態度がこのように変わってくると、供給側のシステムもそれに対応して変化する必要がある。ところがその対応が遅れた。遅れた理由が伝統的な規制による市場の非効率性にあるとしたら、自由化によってそれを排除して市場の効率化を図らなければならない。ここに新古典派的構造改革論が登場する。

工業の発展が作り出した大量生産・大量消費社会は、「売らんかな」の商業主義が蔓延する社会でもあった。経済が成長を止め、パイの奪い合いが激しくなった90年代になるとそれはさらに顕著になった。そしてアメリカ流の株主主権論が横行し、株主により多くの

利益を提供することが企業の最大の社会責任だといわれるようになった。そこでは、短期的に利益をあげて株価を引き上げる（市場の評価を受ける）ことが経営者に課される最大の義務になる。構造改革によって効率化した市場における競争は激烈になる。そこには、人間が生活する上で理想的な環境を長期にわたって整備していくような土壌は全くない。ここではむしろ、ミクロ合理性（個々の利益）の追求がマクロの不合理（失業と生活の不安）をもたらす危険が予想される。

日本人は、効率化による工業生産力の拡大によって一人当たり所得が世界一になっても「豊かさ」感を持てなかった。そればかりでなく、多くの人々が、その後の長期不況過程におけるさらなる効率化競争の犠牲になってきた。そしてほとんどの人々が、将来に不安を感じるようになってきた。これが続く限り経済は活性化しない。そのため供給側には、たんなる効率化ではなく、生活者との共存の思想が求められる。生活者が、家庭と仕事の双方に満足をえられるような社会環境を求めることが、企業にとって今後の道を開くことになる。なぜなら、買い手である生活者の満足を高めることは、同時に企業収益を高めることになるからである。

本稿では、工業生産力の拡大が行き尽くして慢性的な供給超過時代に入った日本の経済社会は、やがてそれを超えて新しい時代を迎えるという趣旨を以下の2つの論点から見ていくことにする。

- 1) 日本の戦後経済は政府の計画・規制の下にスタートし、発展し、その過程で産業構造が変化しつつ大量生産・大量消費の枠組みを拡大してきた。この過程ではあえて「構造改革」を必要としなかったが、やがてその成功の故に過剰生産を引き起こし、それによる長期不況過程を招いた。そしてそれが、政府の計画・規制を否定する構造改革路線を導くことになったが、その方法については疑問があることを述べる（第2節）。
- 2) 過剰生産の原因は、消費構造がモノからサービスに傾いてきたにも拘わらず、それに対する供給側の対応が遅れたことにある。その対応とは、工場では作られない新しい価値、すなわち差異性のある心理的価値の高い商品の生産に傾斜することである。しかしながらそのための新しい生産システムには問題があることを述べ（第3節）、最後に、その背景にある新古典派

経済学の視点には問題があることを指摘する（第4節）。

## 2. 供給過剰経済と構造改革

### 2-1) 政治的資源配分による成長と限界

敗戦後の国民生活は「ないない尽くし」の「タケノコ生活」といわれた。生活に必要なすべてのものが不足しているから「ないない尽くし」。その中でもとくに食べるものがない。そこで、衣類でも道具類でも多少とも金目になるものがあればそれと交換に食料を手に入れる。タケノコの皮をはぐように持っているものを食いつぶしていくから「タケノコ生活」。そんな生活を改善するためには生産を拡大するしかない。そうはいっても、資源も資金も限られているところで、必要なものを何もかも一度に増やすことはできない。そこでまず、あらゆるものの生産に必要な鉄とエネルギーの生産を拡大するために「傾斜生産方式」が採用され、鉄鋼、石炭、電力などの産業に資金が配分された<sup>1)</sup>。また、発電所のような生産基盤の拡張につながる大規模プロジェクトに優先的に資金を配分するために日本開発銀行が設立された（1951）。一方、生産拡大のためには外国から資源や生産設備を輸入しなければならない。そして輸入のためには輸出が不可欠である。そこで、輸出入資金を融通するために日本輸出入銀行が設立された（1950）<sup>2)</sup>。その他にも目的別に政府は「公庫」と名の付く多くの金融機関を設立した。全国津々浦々の郵便局に預けられた郵便貯金や簡易保険資金が、そうした金融機関や住宅や道路などを建設する「公団」その他の政府投融資機関に送り込まれて直接、間接に民間に環流していった<sup>3)</sup>。すなわち、政府は自ら、税金とは別に民間資金の配分に直接参与してきたのである。

国家発展の礎は、国民の勤勉と節約の成果である貯蓄を投資に向けることにある。上記のような形で政府はその一翼を担うと共に、民間における貯蓄・投資の連結環である銀行を支配下に置いた。銀行の社会的存在理由は「信用」にある。ところが当時の銀行それ自体は必ずしも「信用」に値しなかった。そこで政府は「信用秩序の維持」を旗印に、銀行に対する監督を厳重にし競争を規制しながら「困ったときには助けてくれる」という信頼感を銀行に植え付けた。さらに、通貨供給量を調整する中央銀行（日本銀行）を、戦時立

法である旧日本銀行法（1942）によって、形式的には戦時下そのままの統制下に置いた<sup>4)</sup>。このようなことから銀行は、素直に政府の言うことを聞くようになり、財・サービスの生産・流通に不可欠のカネは、政府が必要と考えるところに流れるようになった。このような、金融を中心とする政治的資源配分体制は、戦後10年の間にその骨格がほぼ完成したのだった。それは、少なくとも当初は、目先の利益にとらわれず国民経済の長期的発展を図るための政治・行政による支援体制であったといえるだろう。

その後の高度経済成長は、製造業を中心に生産の拡大をもたらしたから、国民生活の不足は急速に満たされていった。ところが、「生活に必要な」新商品が次々に登場したから、一つの不足が充足されると次の不足が明らかになり、国民はますます働いてそれらを手に入れようとしたから消費が飽和することはなかった。そのため、需要の制約を受けることなく生産の拡大が続いて「高度経済成長」が持続した。この過程で、生産の増大は売上高の増大、収益の増大に直結したから、それを実現するために企業は競って生産設備の拡張を図った。

生産設備を拡張するためにはカネが必要だが、往時の企業には自らの信用を背景に株式や債券の発行によって資金を調達する力はなかったから、必要なカネは銀行に求めざるを得なかった。かくして銀行は、企業の生殺与奪の権を握り産業界の帝王のような存在になった。ここでは、企業経営者の最大の仕事は銀行の幹部と親しくしてカネを借りてくること、あるいは大蔵省や日銀の幹部、さらには彼らに影響力を持つ政治家と親しくして、カネを貸すように銀行に口をきいてもらうことにあった。民間の帝王を監督する大蔵省や日銀はまるで神様のような存在になった。

銀行の主たる収益は、預金利子と貸出利子の差額（利ざや）である。かつては、借り手が、銀行の門前、市を成すほどにあふれていたから、銀行は預金さえ集めればあとは何もしなくても収益を上げることができた。それでも、預金獲得競争が激しくなれば預金利子を引き上げたり様々なプレミアムをつけて勧誘せざるを得なくなる。それによって経営が悪化したり貸出金利を引き上げたりする銀行がでてくる。信用第一の銀行が経営危機に陥ると預金は集まらなくなり、貸出能力は低下する。そうすると金利が上昇するから銀行借

り入れに頼っていた企業の設備投資は停滞し、マクロ経済に深刻な影響を与えることになる。そこで大蔵省は、臨時金利調整法（1947）によって金利を統制すると共に、銀行が競争をしなくても収益を上げられるように、たとえば預金の種類を定め、店舗の配置を規制しその規格を統一し、広告を制限するなど、各銀行が横一線に並ぶように調整した。また、経営が悪化した銀行には、大蔵省が救済措置をとるなど様々な保護の手を加えてきたのだった。

法律上、銀行は「銀行法」に従う限り自由な経営活動ができるはずであるが、法律の規定は大ざっぱで細かいことまでは書いていないから、銀行がなにか新しいことをしようとするといちいち監督官庁である大蔵省（銀行局）の判断を仰がなければならなかった。そして大蔵省の判断は「行政指導」として銀行行動を規制してきた。「行政指導」には、国会の審議など必要なく、法律のように公開されだれの目にもふれるものでもなく、一片の書面やときには口頭で伝えられることさえあった。「行政指導」とは、いってみれば役人の胸先三寸で決まる直接的規制であった<sup>5)</sup>。一流大学の卒業者で占められる大蔵省役人の胸の内を探って本音を知り、その後の行政指導や立ち入り検査に備えるために、銀行は、彼らと友人づきあいのできるエリート行員を大蔵省に派遣していたものである。

その後、1996年には、当時の橋本龍太郎内閣は、「日本版金融ビッグ・バン構想」を打ち上げた。金融は、どこの国でも厳重な規制の下に置かれてきたが、他に先駆けて大幅な自由化を行ったのはイギリスだった。それは、経済自由化路線を進めたサッチャー政権下の1980年代後半のことで、宇宙創造の大爆発（ビッグ・バン）になぞらえて「金融ビッグ・バン」とよばれたものだった。それからほぼ10年遅れて日本もイギリスに倣おうとしたわけである。「日本版金融ビッグ・バン」構想に掲げられた基本的思想は、free、fare、global、すなわち、自由で公正で世界的に通用する新しいシステムの構築であった。自由な行動は「行政指導」と相反するが、ではどうしてこのような必要が生まれたのだろうか。

そもその理由は、銀行の上得意であった主要な企業が自らの信用で資金を調達できるようになったことにある。1970～80年代になると成長した主要企業は国際的にも信用を高めて、内外資本市場から直接に資

金を調達することができるようになり、銀行融資を得るための「口利き」などは必要なくなってきた。そのため資金供給に関して、政府に保護された銀行の「帝王」の座は危うくなり、証券会社や保険会社などを含めた内外の金融機関との競合関係が顕わになってきた。このことは、資金需要に対して相対的に資金供給が増大したことを意味する。そのため、資金不足の時代に必要とされた資金配分のための政府の「指導」は不用になったということである。

「行政指導」に従うということは、いってみれば特定少数の役人の考えに従うということで、このような傾向は、銀行のみならず、各種の産業に色濃く存在したものである。「産業政策とは通産省（現在の経済産業省）の行う政策である」ともいわれたように、産業の育成に果たした通産省の役割には大きなものがあった。それは、需給バランスを測って競争を調整し発展の方向を定めるために必要であった。

しかし、政府の指導力は次第に低下してきた。日本経済は拡大し、国際化し、多様化して、もはや政府の需要予測は困難になるとともに、それに合わせて供給能力を拡大するどころか、それ自体が過剰になってきたからである。供給能力の拡大を志向するときは、規制に従うことによって利益を得られることがあったが、縮小するときはだれの利益にもならない。縮小の過程で、政府は当然産業界から手を引くことになるが、永年にわたって続いた密接な関係を解消することは、政府にとっても産業界にとっても、それまでの存在基盤を失うことを意味する。その既得権を守ろうとする力が政府の撤退を遅らせ、供給過剰経済を引きずってきたものである。

## 2-2) 政府と産業間の変化

日本には、「民間に任せておいたらろくなことをしないから、お上がこれを指導する」という感覚があった。戦後、生産能力を失った日本がとった政策は、あらゆる産業の基本となる石炭と鉄鋼に傾斜した資源配分、すなわち傾斜生産方式であった。傾斜の先はさらに電力、海運・造船、化学肥料、金属製品、機械・自動車、石油・化学製品、鉄道、道路、橋梁、港湾…と、公共事業を含めた基礎的産業部門を中心に広がったが、そこには常に、豊かな生活を実現するために「足りないもの」を集中的に作ろうとする意図があった。

そのため、経済自立5カ年計画（1955）、新長期経済計画（1957）、国民所得倍增計画（1960）、経済社会発展計画（1970）など社会主義国にも似た経済計画が何次にもわたって策定され、特定の業種を保護する「〇〇振興法」が枚挙にいとまがないほどに制定されてきた。さらに、経済計画の目標実現のための手段として公共投資による国土開発計画が、第1次（1962年）から第5次（1998年）に至る「全国総合開発（全総）計画」として策定された。第1次全総（1962）は「地域間の均衡ある発展」を掲げ、労働力や資本の分散を目的に全国に産業拠点を配した。第2次全総（1969）は「豊かな環境の創造」を掲げつつ、臨海型大規模工業コンビナートの建設を中心に新幹線や高速道路網を広げていった。そして第3次全総（1977）になると、都市の過密化と地価高騰を背景に「人間居住の総合的環境」を整備するべく居住人口の分散を図った。さらに全総計画は第4次（1987）「多極分散型国土の構築」、第5次（1998）「多軸型国土構造形成」と進むが、政府の計画はもはや実体を伴うことはなかった。ともあれ全総計画は日本経済の発展基盤を整えたとしても、それは経済効率を優先することによって海岸の埋め立てなど環境破壊を進め、新幹線や高速道路網の整備はむしろ東京一極集中をもたらし、その副産物として地価の高騰をよび、また、政官財界の癒着を生み出したという批判にさらされることにもなった<sup>9)</sup>。

政府主導の経済計画は、「何が足りないか」が分かっている貧困な経済を拡大するにはきわめて有効である。それは、旧社会主義諸国が、1950～60年代に急成長をとげたことを見ても明らかである。政治家や役人は使命感に燃えて国民の目標を定め、「国民のために作らなければならないもの」を指定し、「それに従えば利益が得られる」業者は自ずとそれに従った。

自民党政治家と官僚、業者が結びついた鉄の三角形による政治的な資源配分政策は成功し、1990年頃には、日本人の一人当たり国民所得は世界一になった。もはや「足りないもの」はなくなった。少なくとも政治家や役人が「国民のためにそれをつくらなければ」というものはなくなった。そのときから業者は、「それをつくれれば利益が得られるもの」を自ら探し求めなければならなくなった。そこに求められるのは大量生産による規模の利益ではなく、商品の差異性である。それは、誰かが指令を出して号令一斉に作るもの

ではなく、誰もが自らの決定に従ってリスクを取りつつ生産することによって生まれてくるものである。ここでは、役人の顔色を伺っても何も得られない。

鉄の三角形を基盤とする経済成長過程で産業構造が高度化してきた。それは、第1次産業の生産（就業者）比率が相対的に低下し、第2次産業のそれが上昇することを意味した。この変化は、1955-70年の高度成長期にとくに顕著であった。それは端的に言えば、生産性の低い農業から生産性の高い製造業に人や資源が移動していくことであり、それだけ国家、国民が豊かになることを意味している。こうして過去における日本経済の「構造改革」は非常にうまく進行したのである。だがそうなった背景には、国民が、次々に大量に登場してくる工業製品を買い続けたという事実がある。すなわち、過去において産業構造の高度化という形で「構造改革」がうまく進行したのは、新しい産業が需要の制約を受けずに供給を拡大できたことにある。

1970年代に発生した「石油ショック」は、その「構造改革」をさらに進めることになった。石油や鉄鉱石のような工業原材料価格が高騰すると、それを大量に使う鉄鋼、化学のような基礎素材部門の収益率は低下する。また、原油価格の高騰は、ガソリンや電力などエネルギー価格全般を上昇させたから、燃費の良い自動車や電力消費量の少ない電化製品などエネルギー節約的な商品が、国内ばかりでなく海外からも求められるようになった。それが、製造業の中でも付加価値の高い高加工組立部門の成長を促したものである。すなわち、石油ショックは新しい需要の流れを作り出し、それに乗ることによって日本の産業は高付加価値化したのである。しかしこれは先の意味での「産業構造の高度化」とは異なる。というのは、これによって第2次産業の生産（就業者）比率が高まることはなかったからである。

その後、第2次産業の就業者比率は徐々に低下し、それに代わって第3次産業の就業者比率が上昇してきた。就業者比率ほどではないが、生産比率も同様な方向を辿ってきた。第3次産業は、ものではなくサービスという、いわば便利さを生産する産業である（電気、水道、ガスを除く）。この比率が高まることを、ソフト化・サービス化というようになった。ソフトということばは、モノ・ハードに対することばで、もと

もとは、コンピュータの機械（ハードウェア）とそれを動かすソフトウェアというふうに使分けられたものである。それが、コンピュータに限らず、一般に「モノの運用方法」という意味で使われるようになってきた。

しかし、ソフト化・サービス化は、第3次産業比率の上昇のみを指すものではない。第2次産業の中核を占めるのは製造業であるが、これは、工場でものをつくる産業である。産業構造の高度化とは、いってみれば、畑や田んぼでのもの作りから工場でのもの作りに比重が移ってきたことを意味している。これに対してソフト化・サービス化とは、一般に第3次産業比率の上昇を指すが、そればかりではなく、第2次産業の内部でもソフト化・サービス化が進行している状況をいう。たとえば自動車は、ボディにエンジンを組み込み、その動きを車輪に伝え、車輪を操作するためのハンドルを組み込むという形でつくられていくが、その仕事は工場で行われる。そこで生産される価値は「安全でよく走り故障が少ない」という輸送機械としての実質価値である。

生産規模が巨大化し生産量が増えてくると、原材料の仕入れ・製品の生産・販売の過程には、経理、総務、法務などの膨大な後方事務や営業活動が欠かせなくなる。さらに、自動車の走行機能に加えたデザイン・インテリアなどの価値の生産、マーケットリサーチ、広告・宣伝、それらを合わせた製品企画、さらには工場立地の選択など実に多様な仕事が増えてくる。工場は次第に自動化されてそこで働く人の数は減ってきたが、周辺部門に配置される人の数はかえって増えてきた。これらは、モノとしての自動車を商品化するために必要なサービス価値を作るものであり、自動車の価値全体に含まれるそれは次第に大きくなってきた。すなわち、自動車それ自体が、ソフト化・サービス化してきたのである。いってみれば自動車の価値には、技術者が工場で作る価値の他に、デザイナーや広告業者その他の作る価値が加わってきたのである。既存商品の生産量拡大が需要の制約を受けるようになると、それを打開するべく商品に差異性が求められるようになった結果である。

設備の拡張による規格品の生産増加は在庫を増やすだけになった。買い手が求める商品の差異性は、大量の資金を調達して大工場を建設することによって生

まれない価値である。経営者の仕事は、かつてのようにカネを集めてくることではなく、企業収益を高めて株価を引き上げることになった。そうすればカネは自ずから集まってくる。収益を上げるためには差異性を持った商品を開発し、それを内外市場に売り込まなければならぬ。そのような使命を科された経営者には、政治家も役人もさして重要な存在ではなくなってきた。ところが日本のマーケットには、相変わらず政治家や役人の既得権とでもいべき影響力が根強く残っている。彼らが資源配分を決定する特殊法人はその典型である。そうしたものはかえって効率性を損ない資源配分に歪みをもたらすから排除すべきであるという構造改革論が起こってきた。構造改革の中身は、93年以降の連立内閣では規制の緩和・撤廃にあり、橋本内閣による行財政改革に引き継がれ、そして小泉内閣の不良債権早期処理と特殊法人改革へとつながってきた。そこでは、「構造改革によるデフレの克服」という意図が鮮明に打ち出された。

### 2-3) 構造改革論の危うさ

小泉純一郎首相は、2001年春の組閣に当たって経済学者の竹中平蔵教授を金融政策担当大臣に起用した。市場メカニズムに従った資源配分を至上のものとする新しい古典派経済学に立つ竹中大臣は、「構造改革なくして景気回復なし」をうたう小泉内閣の理論的バックボーンとなり、また、構造改革の先頭に立つことになった。政治の矢面にたたかれた学者は気の毒ではある。はたして竹中大臣は「政治を学者に丸投げするのはけしからん」として小泉首相の構造改革に反対する政治家や産業界からのごうごうたる非難を浴びることになった。それにもかかわらず2003年秋には、小泉首相は「景気回復」を優先する対立候補を破って自民党総裁に再選され、竹中大臣は第2次小泉内閣に内閣府特命担当大臣（金融・経済政策担当）として残留した。自民党内の選挙とはいえ、このことは、日本経済の再生に「構造改革」が不可欠であるという世論を反映したものであった。そしてさらに、05年9月、構造改革の象徴として「郵政民営化」を掲げて総選挙に臨んだ小泉自民党は、有権者の圧倒的支持を取り付けると共に、党内反対派を一掃したのだった。

しかしながら、「構造改革」に対する国民の期待には、70余年前の1920年代半ば、長期にわたる不況に

飽き飽きした国民が「金解禁」に賛同した構図を彷彿させるものがある。当時の浜口雄幸首相と井上準之助蔵相のコンビは、緊縮財政・消費抑制→不採算部門の整理・生産性向上→輸出増大→景気回復という図式によって、ともかく金解禁の先にある明るい未来の夢を国民に与えたものだった。だがその結果は「昭和恐慌」として歴史に残る大不況を招来したのだった。ケインズ経済学も知られる今日、小泉・竹中コンビには、さすがに「消費抑制」はないが、たとえば、不良債権処理→非効率的企業の淘汰→効率的企業の台頭→景気回復という図式で「構造改革」の効能を説くことに成功したようである。しかし、これがどういう結果を招くかは別にして、小泉・竹中コンビの説明は明確性を欠いている。

竹中大臣は『明日の経済学』（幻冬社刊、2003年）を著して、構造改革の効能を国民に説きつけた。その第4章のタイトルは「世界で始めてデフレを克服する」。そこで、これによって構造改革がどうしてデフレを克服することになるのかを見ていくことにしよう。分かり易く説明するために、その内容を以下のようなQ&Aの形にしてみた。

Q：経済を発展させるためにはどうしたらいいんですか？

A：一生懸命に働くことだ。それは、稼ぐ力（供給能力）を高めることで、それによって財・サービスの生産が増加し所得が増加するから支出が増加する（使う力が高まる）。稼ぐ力と使う力がうまくかみ合ったとき、経済は発展するんだ。

Q：じゃあ、いまの日本はどうしてダメなんですか？

A：使う力が弱くなったと考えて、政府が民間に代わって支出を増やした。しかし、使う力はもどらなかった。

Q：では、使う力が弱くなったという証拠を見せてください。

A：いま、使う力の第一、消費を増やそうとして減税をしても、その分は消費ではなく貯蓄にまわってしまう。将来にわたって自分に稼ぐ力があるとは思えないからだ。90年代、高齢者以外の消費は傾向的に減少している。そこで、生前贈与などで、高齢者の資産を若い人たちに回せば消費が増えるかもしれない。

もう1つの使う力、設備投資も弱い、それを

強くするには投資減税をすればいい。しかし、ここにも問題がある。投資をするといっても、企業は国内よりも海外を選ぶかもしれないからだ。

結局、稼ぐ力が弱くなったということだ。この力をつけるためには、供給側を重視して生産を増やすようにすべきだ。そのために構造改革が必要なんだ。

Q：わからないでもないが、デフレ・スパイラルが心配されている。これはどういうことなんですか？

A：景気がますます悪くなるということ。それは次のような流れをとる。稼ぐ力がなくなると、輸出減少→生産縮小→雇用減少→所得減少→消費減少→価格低下→収益減少→生産縮小…という形で価格の低下と生産の減少が螺旋状に続いていくのがデフレスパイラルだ。

Q：いまの日本はデフレスパイラルの状態にあるんですか？

A：そうではない。しかしその危険はある。

Q：そうならないようにするにはどうすればいいんですか？

A：構造改革は稼ぐ力を長期的に養うこと。しかし、短期的に、デフレスパイラルの危険があるとき、これを回避するために財政、金融政策や規制緩和を動員する。

Q：具体的にはどういうことをするんですか？

A：日本銀行が金融緩和政策をとることだ。

Q：それはもうやってるじゃないですか。どうしてその効果が出ないんですか？

A：①日本銀行が金融緩和政策をとっても、民間銀行が不良債権を抱えてリスクのある貸出をしながらないからだ。②名目金利がゼロでも、物価が下落しているから、実質金利が高い（実質金利＝名目金利－物価上昇率）。だから、もっと通貨供給量を増やして物価を上げて実質金利を下げるべきだ。

Q：そんなことをして物価は上がるんですか？ また、上がるとしてインフレになるのがいいことなんですか？

A：日銀が通貨供給量を増やそうとしても、増えるかどうかは別問題。だから、それが物価を上げることになるとは限らない。そして、インフレは良くない。

Q: じゃあ、どうすればいいのか分からないということですか？

A: 要するにそういうことだ。

構造改革は長期的な生産性向上につながるが、短期的には不況を悪化させるかもしれない。それを避けるためには通貨供給量を増やすことが必要だが、不良債権を抱えた銀行の貸し出し余力は低いから、それはできない。そのため不良債権処理が最初の仕事になる。上記の竹中理論はこのように展開されるだろうが、それは、長期不況をさらに悪化させることによって将来の展望を開こうとするものである<sup>7)</sup>。もしも読み違えでないとしたら、これでは構造改革は国民に夢を与えることにはならない。緊縮財政、消費抑制による需要の縮小が将来の発展につながるというまちがった夢を与えた往年の浜口・井上コンビよりはいいかもしれないが、小泉・竹中コンビは、国民に夢は与えずに疲労感だけを与え、その挙げ句、構造改革に最後の賭け金を積ませたようなものである。構造改革によって市場原理の活用を図るとするのは政策論であるが、「市場原理を貫徹させればほとんどあらゆる問題を解決できるというのはイデオロギー」にすぎない<sup>8)</sup>。小泉内閣は、そのイデオロギーの下に国民を導こうとしてきたのである。

### 3. 消費構造の変化と供給側の対応

#### 3-1) 豊かな社会における新しい消費者

政府の経済政策はときに方向を変えながら、いずれも決定打を欠くままに不況は長期化した。それを巡って経済学者の間でも、デフレ・ギャップの解消を先とするケインズ派と構造改革の先行を主張する新古典派の論争が続いてきた<sup>9)</sup>。そして日本経済は 98 年以降マイナス成長に陥り、完全失業率は 01 年以降 5% を超えたが実際の失業率はそれを上回る上回るといわれるようになった。それにもかかわらず、失業者が溢れる殺伐とした都市風景は見られない。繁華街ではカラフルな服装をした人たちが楽しげに行き交い、年間千数百万の人々が、出稼ぎではなく、ビジネスや観光を目的に海外に出かけている。町を走る車はピカピカの大型車が増えている。同じデフレーションでも、これはゴールデン・デフレーションだといわれるのも無理はない。たしかに、350 万人の失業者にとっては厳しい現実であるが、6,400 万人の就業者 (2001 年)

は、失業や将来に対する不安を抱えつつも世界最高水準の所得による豊かな消費生活を享受しているのである。これを見ても、政府がまず成すべきことは、就業中の人びとを別の職に就けようとするのではなく、失業者を職に就けることだというケインズの言葉に納得するものである<sup>10)</sup>。

しかし職に就いている人びとも消費を抑制しているといわれる。それは、経済の先行きに対する不安のせいもあるが、豊かな消費生活のなかで財・サービスに対する限界効用が低下して相対的に貨幣愛が高まった結果でもある。後者の場合、消費を抑制する人々は、「モノ不足」を我慢しているわけではない。彼らの多くは「買いたいものがない」、「無駄な消費をしたくない」人びとである。さらには「待っていればもっと値段が下がる」といった理由から消費を控える人びともいる。前二者は豊かな社会に特徴的な消費行動であり、「値段が下がる」というのはデフレ期待である。与えられた条件の下で、これらはみな健全な消費者行動であり、それが投資を萎縮させて不況を長期化させてきた。

このような理由で消費が停滞し投資誘因を損なうことによって総需要が縮小するとき企業は生産を減らさざるをえない。これは個々の経済主体では対応することのできないマクロの不況である。だがそれに対して政府に打つべき手だてがないとすれば、企業はどうすればよいのか。

消費が、所得の増加や価格の低下に反応して増加しないのは、必需品に満たされた豊かな社会の人びとが、生涯所得の低下を予想してペシミズムに陥った結果とっていいだろう。ここにおける消費者は、貨幣愛や不安心理にかられて、「お金以上に欲しいものがない」という単純な理由で消費を控える傾向がある。日本の経済社会は、必需品に不足する貧困な社会から、それを満たした豊かではあるが不安な社会に変わってきた。そこには、消費の飽和という形で経済成長に対する需要の制約が生まれる。その閉塞状態を打開するためには、シュンペーターのいう新機軸の打開、すなわち新商品・新市場の開拓が必要である。そしてそのためには、個々の企業が、消費者の needs (必需品に対する必要) を前提しつつ生産能力の拡大をはかるのではなく、新しい潜在需要 (wants) を開拓してそれに見合った商品を生産する方向に変わらな



なければならない。すなわち企業には、消費者に生活の理念を語りかけ、その潜在需要たる wants を引き出して顕在化させる新商品の開発が求められる。そのためには、企業は自ら高い志を持って新商品を企画・開発し、それを広告・伝達することによってその存在に対する社会的認知を得なければならない。そのためには、広告もまた、単に消費者の欲望を喚起するものから企業と商品の社会的存在理由を説明するものに変わっていく必要がある<sup>11)</sup>。

ところで、消費者の wants を掘り起こすといっても、そこにはどのような消費者がいるだろうか。これからもっとも有望な消費者像は資産、とくに金融資産を持つ高齢者である。ところがいま、彼らは認知症にかかったり寝たきりになったりしたときに必要になる介護資金の心配をして資産を取り崩すことができず、また年金の減額を恐れて貯蓄に精出している。このような高齢者の姿に、現役世代は自分たちの将来を重ねて老後の不安を募らせる。こうして国民全体が縮み志向に陥っている。消費は減少し続け不景気は続く。そうすると、企業収益は低下し続け、不良債権が増加して銀行はデフォルトに陥り、株価は下がるから大切にしておいた金融資産価値そのものが低下する。

このような状況を打ち破るためには、とくに高齢者が金融資産を取り崩して消費に使う必要がある。そうすると企業収益は増加し、不良債権は減って株価は上がり、総需要の増加から現役世代の所得も上昇する。そうするためには、高齢者から「老後の不安」を取り除くことである。現代の高齢者は70代までは壮健な人が多く、支援・介護を受ける人の比率が20%を超えるのは80代に入ってからである<sup>12)</sup>。それをどのように考えるかは人によるが、消費の自由度を高めるような政策が必要になるだろう。そのためには、たとえば、死亡後売却精算を前提にして居住不動産を担保に生活資金を借りる制度（リバース・モーゲージ）を広げるなら、所有者に「帰属家賃」しかもたらさない不動産が消費をもたらすことになる<sup>13)</sup>。

政治に望むことは、このような明るい将来像を設計しそれを国民に提供することである。政府が行うべき「消費性向と投資誘因との間の調整」は財政支出の拡大のほかに、このような形における「消費の刺激」がとくに今後は求められるものである。政官業資源配分体制は、少なくとも当初は、産業のビジョンを明示し

て企業の活力を引き出すとともに供給サイドの整備を進めた。そしてそれによって「貿易黒字・所得倍増」という夢を間接的ながら国民に提供したのだった。その役割が済んだこれからは、政治家と官僚は、企業や産業ではなく国民と直接関ることによって、夢のある生活ビジョンを提供すべきである。企業が自らの利益を求めて自由に商品開発を進めるためには、そうした背景が必要である。

### 3-2) 変化する経済社会

今から4半世紀以上も昔に、ダニエル・ベルの『脱工業社会の到来』（1973）やアルビン・トフラーの『第三の波』（1980）がベストセラーになった。そのいずれも産業革命以来の工業を中心とする社会が変質しつつあることを説いたものである。これらの書物が背景にした70年代のアメリカ経済は、貿易赤字の累積に悩んでいた。このことは、アメリカの工業生産力が相対的に低下したことを表すものであり、それに代わる新しい産業の台頭が求められるようになったことを示すものである。そしてそれが、80年代から90年代にかけてレーガン・ブッシュ政権の自由化路線につながっていったのであった。

それに対して70年代初めの日本は、供給能力が高まって輸出が増大し「国際収支の天井」がなくなったところであった。しかしそこをオイルショックに襲われ、原燃料価格の高騰によって供給能力が低下するという不安にさらされることになった。そのため「省エネルギー」「省力化」のかけ声の下に重化学工業から高付加価値部門への転換が図られ生産性の向上が続いたのだった。それによって国内需要を上回る供給能力を実現したが、超過分は輸出の増加という形で吸収されたのだった。このようなところで、トフラーやベルの「脱工業」を基調とする社会変動論は一時の評判になったとはいえ、それが日本の現実の問題として捉えられることはなかった。供給過剰が現実の問題として採り上げられるようになったのは、それを輸出によってカバーしきれなくなって縮小再生産に追い込まれた90年代末から2000年代にかけてのことである。

そのような状況下で、供給過剰を作りだした工業生産中心の古い時代は終わって、「ポスト産業資本主義」（岩井〔1〕）、あるいは「脱産業社会」（松田〔18〕）に移行せざるをえないといわれるようになってきた。

ここには、トフラーやベルとは違った意味で、日本の経済社会が変質しつつあり、長期不況を克服するためには、そうした変化の過程を経る必要があるという意図が込められている。以下に、この二つの言葉が持つ意味を説明することにする。

#### 〈産業社会から脱産業社会へ〉

戦後の半世紀にわたって、日本人は、生活の良さ・快適さをもたらす商品を求めてきた。そこで求められる商品の価値とは、生活に機能性や効率性をもたらす、いわば実質的価値である。そのような価値は、生産設備の拡大と生産性の向上によって大量に安価に生産されるようになり、日本人の多くは、便利で快適な豊かな生活を実現したのだった。このように、工場生産の拡大が豊かな社会につながるという思想的枠組みの下にある社会を「産業社会」とよぶ。しかしながら産業社会は、豊かな社会を実現すると共に自己変革を求められるようになった。実質的価値を主とした商品に対する需要は飽和し、その供給過剰が明らかになったからである。

このことは、技術革新が行き尽くして画期的な新商品が登場しなくなったということでもあるが、もちろん、今後も技術革新は続き新商品もまた登場するであろう。たとえば、乾燥機付きの洗濯機、DVD 搭載のハイビジョン・テレビ、液晶ディスプレイなどがすでに登場している。しかしこれらは、かつてのタイに代わる洗濯機や白黒テレビに代わるカラーテレビのように旧製品を圧倒して購買意欲をかきたてる画期的新商品ではない。近い将来には燃料電池の実用化が期待され、それによって蒸気、石油、電気に続くエネルギー革新が起こって実質的価値の高い画期的新商品をもたらすかもしれない。しかしながら、「いま、われわれは転換点に立っている。富の創造のプロセスは、形あるものから次第に無形財へと変わってきている」とブートルが言うように、消費の大勢はモノからサービスにシフトしつつある<sup>14)</sup>。

このような需要側の変化に対して、供給側でもインターネット取引のような技術革新が行われてきた。それによって買い物や銀行取引などたしかに便利になった面もあるが、一般的な生産性の向上につながっているとは思えない。技術革新があっても組織は旧態のままだからである。大量生産・大量消費を利潤源泉とした古い観念の下に作られてきた組織を変革するには時

間がかかる。

松田〔18〕によると、需要側は実質的価値を重視する「古い人間・古い社会」から心理的価値を重視する「新しい人間・新しい社会」に変わってきた。これに対応するために、供給側も実質的価値の生産拡大を利潤源泉とみなす「古い人間・古い社会」から、心理的価値の生産拡大を通じて「新しい人間・新しい社会」に移行せざるを得ない。需要側が求める楽しみ価値は、工場で作られる実質価値のようにすべての人に共通するものではなく、人によって異なるものであり、また移ろいやすいものである。そしてその価値は、たとえモノであっても、工場で作られるよりも「商品企画」から生まれるものである。工場で作る価値の最大を目指してきた人たちが、安くて良いものをつくることを目標にしてきた人たちにとって、そうした意識改革はきわめて困難であり、従って組織改革も困難をきわめる。

工場の建設を利潤獲得の出発点とする大量生産・大量消費の思想は、正村〔17〕が言うように、ともかく財・サービスの生産量を増やそう、そのためにともかく働こう、そして売上げと利益を増やすためにどぎつい広告を使ってでも消費者に売りつけよう、ということにあった。このような産業主義ないし商業主義は、横並び・人並みを求める消費者がともかく働いて人並みな生活をしようとすることによって成り立つ。しかしながら、横並び・人並みを達成した消費者が一人の人間としての楽しみを求めるようになるとき、産業主義、商業主義もまた変わらざるをえない。一足先に変化した需要側に対して、供給側も、工場で作る実質価値よりも、工場の外で作る心理的価値の生産に軸足を移さなければならない。そのような社会を「脱産業社会」という。スポーツ用品メーカーの「ナイキ」は、変化した消費者心理に対応した「商品企画」によって快進撃をとげたのだった。そして、それができない企業は停滞・後退を余儀なくされる。松田〔18〕はこのように説く<sup>15)</sup>。

#### 〈産業資本主義からポスト産業資本主義へ〉

岩井〔1〕は次のように説く。資本主義における企業は、いかなる場合にも利潤の獲得を第一義に置く。しかし、利潤をもたらす源泉は変わってきた。資本主義の初期段階では、どこの国にも農村の過剰人口（産業予備軍）が存在し、これが豊富な労働供給源となっ

て賃金水準を低位に抑えてきた。一方、資本蓄積によって生産性は向上する。工場生産を中心とする産業資本主義の下では、この賃金と生産性の差異性（格差）が利潤をもたらしてきた。このように、資本があつて工場を作りさえすれば利潤が約束されるのが産業資本主義時代の特徴であつた。したがつてそこにおける利潤の源泉は資本、端的に言えばカネであつて、そのカネを提供する株主が最も重要な存在となる。「会社は株主のものである」というアメリカン・スタンダードの株主主権論はこのような時代の産物である。戦後日本の場合には、主たる資本の提供者は銀行で銀行主権論とでも言うべき時代が続いた。しかしながら、生産性と賃金との差異性がなくなると、カネの重要性は希薄化する。そして以下に述べるようにヒトがそれに代わつて重要になる。

資本蓄積の進行につれて労働需要が増加していくと、やがては、さしも豊富だった労働力も希少になり賃金は上昇する。そのため、賃金と生産性の差異性は消滅し、カネは利潤の源泉ではなくなった。新しい利潤機会、商品の差異性（差別化）に求められる。豊富な低賃金労働力を背景に、工場を建設すれば利潤が約束された「産業資本主義」は、商品の差異性に利潤を求める「ポスト産業資本主義」に移行せざるをえない。

トフラーは「第三の波」の到来によって「市場形成の歴史」が完了し「超市場文明」の時代になるといったが（『第三の波』p.379）、ポスト産業資本主義にはそのような社会的変化は含まれない。ただ、賃金と生産性の差異性に基づく利潤が縮小したところから、新しい利潤源泉として新商品の開発、新市場の開拓、新組織の導入などによって商品に差異性（典型的には新しさ）を加える必要が生じただけである。そしてその差異性はヒトが持つ知識、能力、ノウハウ、熟練などによって創り出される。かくしてポスト産業資本主義社会では、カネではなくてヒトが重きを成すことになる。

産業資本主義の下での利潤源泉であつた資本は過剰になり労働は希少になった。そのため、過剰資本の受け口を求めて金融が自由化され資本が世界に開放され、低賃金を求めて企業は国境を越えグローバル化が進行することになった。また、IT化が進行することによって新しい情報商品が登場するが、差異性の典型

である情報商品は利潤をもたらし、それがさらにIT化を進めることになった。かくして金融革新、グローバル化、IT化が、産業資本主義からポスト産業資本主義への移行過程に歩調を合わせることになる。

以上に紹介した2冊の書物にあつて、社会学をベースにする松田教授は次のように言う。産業社会は工業生産力の拡大によって豊かな社会を実現したが、ここでは、消費者心理が変化してそのライフスタイルも変わり、それに供給側が対応することによって脱産業社会への移行が必然化する。一方、経済学者の岩井教授は次のように言う。産業資本主義の発展は賃金の上昇をもたらし、それが自らの利潤源泉を消滅させた。それに代わる新しい利潤源泉としての商品の差異性を求めて、産業資本主義はポスト産業資本主義に移行していく。この2つの説を見ると、岩井教授のいう賃金の上昇は、自ずと豊かな社会における大衆の消費意識の変化と結びついてくる。また、需要側のそうした変化に対応するべく供給側に対して、松田教授は「心理的価値を備えた商品」の生産を求め、岩井教授は「差異性のある商品」の生産を求めている。これらは、工場で技術的に作られるというよりも「商品企画」から生まれる。豊かな社会に対応するべく供給側が変化することによって新しい時代に至るとというのが2人の論者に共通する論点であろう<sup>16)</sup>。

時代がこのように変わるとすれば、企業のあり方や生産方法も変わらなければならない。たしかに、従業員を家臣団とする独立した王国のような存在感を持っていた大企業も、今では市場で売買される「モノ」のように考えられるようになってきた。従業員は大資本が持つ高い生産力に守られて身分を保障されてきたが、今では保障は薄く狭くなってきた。心理的価値に対する移ろいやすい需要を求める企業は、従業員に商品開発能力を求めるようになってきたからである。次にこのことについて考えてみよう。

### 3-3) 供給サイドの対応と問題

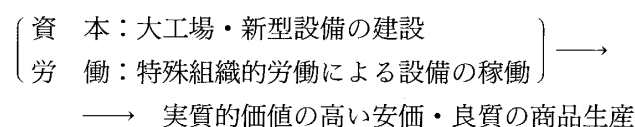
株式会社は株主のものであり、それ自体が価値を持って市場で売買される。アメリカでは昔から常識であつたこの考え方は、株式持ち合いによって株主が固定されていた日本では無縁のものとして理解されてきた。しかし、長期不況過程で、企業はバランスシートの悪

化対策として多くの持ち合い株式を処分したために持ち合いはかなり緩やかになってきた。そして 05 年春に起こった新興 IT 企業、ライブドアによるフジテレビ・日本放送に対する買収劇が、「会社は株主のものである」ことを強力にアピールしたのだった。さらに同年秋には、TBS テレビの株を取得した IT 企業（楽天）が業務提携を強力に迫り、阪神電鉄株を取得した投資ファンドは、子会社である阪神タイガースの株式上場を求めた。伝統的企業の側は、それを「品位のない資本の横暴」というが、マルクスが言ったように、資本とはもともと利潤を求めて自己増殖するものである。株価が上がることを、配当が増えることを求めない株主はいないからである。そのため、たとえば会社に対する市場評価（株式価値）がその所有する純資産価値に対して低くなるなら、その原因は経営陣の経営能力が低いからだだと判断される。そうすると、その経営陣を会社から追放するために新しい株主が登場して「乗っ取り」が行われる。これを避けるために経営者は、市場評価の対象となる株価収益率（PER）や株価純資産倍率（PBR）などを高めるべく収益を上げ続けなければならない<sup>17)</sup>。

しかしながら、岩井〔1〕がいうように、会社は二面性を持っている。ヒト（法人）としての面とモノとしての面である。それが株主のものであるというのはモノとしての面から見たものにすぎない。ヒトとしての会社は資産を有し、取締役を立てて多くの契約を結び経営活動を行っている。そのような会社は、株主以外にも、従業員や取引先企業、あるいはそれが所在する地域そして顧客（消費者）などの利害関係者（ステークホルダー）に囲まれている。会社は、株主だけでなく、それを含むステークホルダーのものといっていいたいだろう。とくに日本の場合、年功賃金と終身雇用制の前提となった「特殊組織的人的資産」の存在があり、それを抜きにして日本の会社は考えられない<sup>18)</sup>。したがって従業員は重要なステークホルダーである。もちろん、会社にとって最大のステークホルダーは消費者である。その信認を得ることなくして会社は存立し得ないからである。その信認は「安くてもよいもの」に置かれるてきた。その場合、会社にとって必要なのは生産規模を拡大して効率性を高めることであった。ところが、消費者の信認が商品の差異性に移ってくると生産方法も変えていかなければならない。

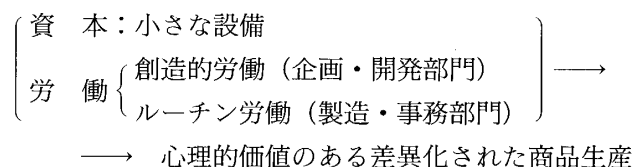
いかなる場合にも、商品生産のためには資本、労働、土地という生産の 3 要素が必要である。農業の時代には土地が最も重要な生産要素であった。しかし工業の時代になると、土地よりも資本が重要な生産要素になった。工業製品をつくるためには、工場と機械設備が必要であり、それを建設するために資本が必要だからである。そこにおける労働の主たる役割は設備を稼働することである。安価・良質な製品を作るために必要な生産性ないし効率性を左右するのは工場設備そのものである。そうすると生産物の分配は資本に傾くはずであるが、関連企業が互いに資本を持ち合ってきた日本では、資本家（株主）がその権利を主張することはなかった。だから分配は労働に厚くなった。また、生産設備はそれぞれの企業に固有のものであるから、それを動かす労働に求められるのは、特別な技能よりも、それぞれの企業が定める一定の基準を満たすことであった。それぞれの企業が定める標準化された労働の集積が「特殊組織的人的資産」である。そのため、生産物の労働への分配は、ほぼ平等に行われてきた。その生産方法は次のような形をとる。

#### 〈伝統的な生産方法〉



しかしながら、実質的価値をもった商品は飽和し、心理的価値のある差異化された商品が求められるようになってきた。そしてその価値は、工場ではなく商品企画から生まれるとしたら、生産方法は次のように変わっていく。

#### 〈新しい生産方法〉



ここで重要なことは、どのようなものを作るかということである。技術はすでに十分に行き渡っているし必要ならば外部の工場に生産を委託すればいい。だから、いかにして（技術的に）作るかはあまり重要ではなくなる。それに対して労働は、差異性をつける企画・開発部門に必要な創造的労働と工場やオフィスや流通・小売りの段階に必要なルーチン労働に分か

れる。前者の労働力が希少で後者が豊富であるなら、少数エリートとそうではない多数派の労働者間に分配の不平等が生まれる。企画・開発部門とロジステック部門の偏り、正社員と派遣社員やパートタイム社員の区分。同じ工場で、オフィスで、販売の店頭で、同じような労働に対して大きな賃金格差（分配の不平等）が生じるとしたら問題である。もちろん「生産性に応じた分配」を否定するものではないが、はたして賃金に見合った各人の能力（生産性）は正確に測られるであろうか。生産性を判定するのは人間であり、またそれは職種によって先験的に決められることもある。商品に込められた価値のどれだけを誰がつくったかは正確には判断できない。それを無視して誤った能力評価が恒久化するなら社会的不満が鬱積することになる。

J.K.ガルブレイス『満足の文化』（1992）は、創造的な仕事のできる「満ち足りた選挙多数派」が必要以上の税金の支払いを拒んで自由主義政権を選択し、そのできない「機能上不可欠な下層階級」の低賃金によって豊かな生活を享受していると指摘した。ジュリエット・ショア『浪費するアメリカ人』（1998）は、競争に敗れて高給部門から滑り落ちようとする人びとの絶望的な消費の実態を描き出した。ボードリヤール『消費社会の神話と構造』（1970）は、モノは「自分を他者と区別する記号」である（p.68）と言ったが、まさにかつての地位や身分から脱落する危険にさらされた人たちは、せめてその地位や身分を表象する商品を身につけようとする衝動に駆られることをショアは指摘したのだった。

90年代アメリカの経済成長力の復活は、レーガン・ブッシュ政権の自由化政策（アメリカの構造改革）の賜であるといわれることがあるが、問題はそのことによって増加した所得が誰のものになるかということである。アメリカでは、ガルブレイスが指摘したように所得分配の不平等が進んだようである。小渕内閣時代の99年8月、経済戦略会議（内閣府の諮問機関）は、その答申「日本経済再生への戦略」において「日本人が本来持っている活力、意欲と革新能力を最大限に発揮させるため、いまこそ過剰な規制・保護をベースとした行き過ぎた平等社会に決別」すべきであるといっ、政府に構造改革を突きつけた<sup>19)</sup>。日本は一億総中流の「平等社会」を誇ってきたが、「経済戦略会議」はそれを「行き過ぎた平等社会」と決めつけて競争の

利益を説きつけたのだった。自由化と長期不況の過程で平等社会・日本に得格差が広がりつつあると指摘されるようになった<sup>20)</sup>。

このような不安を抱えながら供給サイドは変化しつつあるが、では、その変化を促した需要側の、モノからサービスへのシフトはどうして起こったのだろうか。所得が上昇しモノの豊かさが実現されていく高度経済成長の過程で、日本人は、伝統的に持っていたハレ（晴れ、特別）とケ（褻、日常）の区別を忘れてきた。いわば、いつも特別の日の贅沢が行われるようになってきたのである。特別の日の贅沢は人びとに快樂をもたらすが、それが日常化すると、人はそれに慣れて安楽な精神状態に入る。安楽な状態が続くと人はそれに不満や不安を抱くようになり、再び新しい消費による快樂を求める。こうしてわれわれの言葉で言えば「ハレの日常化」が起こることを説いたのは、T.シトフスキー『人間の喜びと経済的価値』（1976）であった。しかしながらこれは、経済が右肩上がりの成長をしているときの話しである<sup>21)</sup>。

所得の増加が止まった長期不況の過程では、安楽を求めて消費を繰り返すことはできなくなったし、新たな安楽をもたらす商品も尽きてきた。そこで人びとは、日常生活は切りつめてもちょっと贅沢をしたいといった意味で、消費にハレとケの区別をするようになってきた。ケの商品である食料品や日用品にはともかく安さが求められるようになった。それに対してハレの商品には「高くてもいいから楽しめるもの」が求められる。前者に必要なのは効率性で、後者に必要なのは差異性である。その差異性を持った商品が求められないとき、消費者は何も買わないという「無の選択」をするようになった。こうした変化が需要側の必然であるとして、それに対する供給側の対応の遅れが長期不況の原因になった。それを是正するために構造改革が必要であるという論理が一面の正解であるとしても、それがもたらすであろう前述のような弊害を除くことを考慮に入れなければ、かえって長期的な不安定を創り出すことになる。そのためには、所得再分配とそれによる社会政策を欠かすことはできない。事情のわからないままに新古典派の論理に立つ構造改革論を無条件に受け入れてはならないのである。

従来の経済的規制を緩和・撤廃することによって構造改革（市場の自由化）を進めることが、個人合理性

の追求に資するとして、それが安全と安心という社会合理性を損なってよいという理由にはならない。個人合理性と社会合理性を両立させるためには所得再分配政策が必要である。しかしながら、それと共に重要なことは、個々の企業が、短期的利益ではなく長期的利益を追求することによって、その本来の姿である going concern (永続的存在) としての地位を保つことである。そのため、企業にとって最も必要なことは、ステークホルダー全体の利益を守ること、すなわち「社会的責任」(Corporate Social Responsibility, CSR) を果たすことである。

しかしながら、企業にとって「長期的に売ること」が、すなわちその「社会的責任」の全てを果たすことにはならない。岩井克人〔2〕は次のように言う。「利益があがっていれば、その企業活動は社会に価値を付け加えており、損失を出していれば「社会から価値を奪った」ことになる。「その意味で、会社が生み出す利益とは、法人企業としての会社が社会的な存在意義を持っていることの、もっとも明確な証拠」である。だから損失を出す会社は社会的価値がなく、死んでもらうしかない。会社の社会的存在意義を「経済的な利益の有無に限定」するならこうなる。しかしながら、法によってヒトとして人格を認められる会社には、単に経済的な利益をもたらすだけでなく、それを超えた「何か、法的な義務を超えた何か」が要求される<sup>22)</sup>。企業が社会的責任を果たすということは、たんに長期的利益を求めただけでなく、それに加えて、この「何か」を実現することにある。

#### 4. むすびに代えて——効率性の追求に対する疑問

政府主導の「計画経済」の下で復興の道を歩んだ日本経済は、その後もそれを引きずったまま高度成長期を経て緩やかな減速過程をたどり、ついには供給過剰に陥って縮小再生産を伴う長期不況を体験してきた。戦後日本の経済は、工業生産物の供給拡大の歴史をつくってきたが、他面から見ればそれは需要拡大の歴史といってもいいだろう。この間、日本の基幹産業は、繊維、鉄鋼、家電、機械・自動車、半導体と変わってきたが、その転換は速やかで、とくに「構造改革」を叫ぶ必要もなかった。その理由は、需要の制約を受けることなく供給の拡大が実現したことにある。だがこ

の過程は、工業(工場)生産の拡大過程で、その意味では大量生産・大量消費構造の内であった。近年に至って、需要の制約を受けて縮小再生産に追い込まれるようになったのは、消費構造がモノからサービスに傾いてきたのに対して供給側が工業生産物を作り続けたことにある。

需要の変化に対応するためには、企業は、工場で生産される実質的価値よりも「商品企画」から生まれる心理的価値の生産を拡大すべきである。しかしながら長期不況過程で、企業は、リストラによる従業員の削減、フルタイム従業員のパートタイム化、年俸制の導入、成果主義による従業員間賃金格差の拡大といった形で効率化によるコストの削減を図ってきた。しかしながら、それによって価格は下がっても需要は増えなかった。そればかりではなく、こうした形の効率化の進行によって、これまで国民の多くが慣れ親しんできた終身雇用制の下における生活の安全と安心の根拠を奪うことになった。そしてそれは、人口の減少予想と相まって悲観的期待形成のもとになり消費を萎縮させる原因にもなって不況を長期化してきたのだ。すなわち、個々の企業の効率性の追求が、かえってマクロの不況を長引かせるというパラドクスを呼び込んでしまったのである。一方で、生活者もまた、結果的には矛盾した行動をとってきた。不況が長引くにつれて彼らは生活防衛のためにより安いものを求め、そのために企業は効率化を急ぎ、その結果、生活者は自らのクビを締めて長期不況に荷担することになったのである。

企業がより高い利潤を求め、消費者がより高い効用を求めるのは、いずれも合理的である。競争市場であれば、合理的行動による交換の結果は、両者の最大満足と最大の社会的余剰を達成することになる。しかし、現実には個人合理性と社会合理性の間にパラドクスを生んでしまった。そうなったのは競争を阻害する要因が存在するため、それを除去するために「構造改革」を断行しなければならないというのが新古典派の論理である。これが正解であるかどうかは今ほ措くとして、彼らの構造改革論は「競争の促進による市場メカニズムの活用」にある。

競争市場では交換が行われたあとの状態は最善で、もはや何人も、他の誰かの状態を悪化させることなしには己の状態を改善し得ない。こういう状態を経済学

では「パレート最適」といい、それ故に競争市場は正当化される。しかしその最善は、最初に持っていた富を前提にした最善で、その少ない人にとっては「それなりの最善」でしかない。最初に持っていた富が多いか少ないか、それが正当かどうかは問われないのである。パレート最適の下では乞食も大金持ちも最善の状態にあり、乞食が大金持ちからちよっぴり施しを受けても最善の状態が崩れるとしたら、そんなものは社会的に何の意味があるのだろうか。

競争市場は効率的で、より多くの生産と所得をもたらすとして、問題はそれがだれのものになるかである。もしも大幅な所得格差が生じるなら、社会的に消費性向は低下して衰退の道を歩むことになる。構造改革によって競争の促進を図ることは必要だが、これは絶対に忘れてならないことである。ノーベル賞経済学者のアマルティア・センがいう「合理的な愚か者」に支配されたくはない。

新しい富が「工場」でよりも「商品企画」から生じるとしたら、それは所得格差の拡大につながる。日本における工業の拡大過程では、銀行融資を受けて工場規模を拡張し、それによって増加した売上げ金は、従業員にほぼ均等に振り分けられてきた。工場の規模と効率性によって価値がつくられるとき、従業員の効率性の違いにはあまり注目する必要がなかったからである。ところが、新しい価値が「商品企画」によって作られるとしたら、従業員間の分配は、その当事者に厚く、工場やオフィスのルーチンワークには薄くなる。資本と労働の間にあった分配の不平等は経済成長によって是正されてきたが、まさにその成長の故に、再び分配の不平等が新しい形で現れるとしたら大変な社会問題になる。政府は、分配の不平等を「市場の失敗」として認識し、再分配政策を強化すべきである。

経済学は企業と家計を、売り手（生産者）と買い手（消費者）として対峙した関係におく。しかしながら現実には、多くの人びとは企業で働いて所得を得、それを消費に使っている。消費の拡大は企業の売上げを増やし、それが従業員間に平等に分配されることによって次の消費の拡大が約束される。消費構造が変わり供給側がそれに対応する過程で、このような成長の良循環を導くような社会システムを作ることが必要である。

## 注

- 1) 政府の出資で設立された復興金融金庫（1947）は石炭産業を中心に資金を供給し、鉄鋼業には価格差補給金という形で税金が注入された。これは49年に業務を停止したが、その権利義務は51年に設立された日本開発銀行に受け継がれた。
- 2) 2000年4月、特殊法人等の整理合理化により、日本開発銀行は北海道東北開発公庫と統合して日本政策投資銀行に、日本輸出入銀行は海外経済協力基金と統合して国際協力銀行となった。
- 3) 郵便貯金資金など政府資金は、公庫・公団等、政府出資の特殊法人に融資または投資される。この仕組みを財政投融资といい、税金ではないが政府資金の配分にかかわるので「第二の予算」とも呼ばれた。また、対象となる特殊法人を財投機関ともいう。特殊法人等の整理合理化によって公庫、公団等の数は減少したが、05年現在で、注1の2つの銀行と6つの公庫、35の公団等の機関がある。その他の財投機関を合わせて、03年度の財政投融资規模は23.4兆円であった。なお、05年11月には、6公庫のうち、国民、中小、農林漁業金融公庫の一本化、商工組合中央金庫の民営化、公営企業金融公庫の地方移管の方針が明らかにされた。
- 4) 政府からの独立性を高めた新しい日本銀行法が施行されたのは1998年になってからである。その第3条には「日本銀行の通貨及び金融の調節における自主性は、尊重されなければならない」と記されている。ただし「日本銀行は、その行う通貨及び金融の調節が経済政策の一環を成すものであることを踏まえ、政府の経済政策の基本方針と整合的なものとなるよう、常に政府と連絡を密にし、十分な意思疎通を図らなければならない」（第4条）。日本銀行の「量的緩和政策」はこれに則ったものであろう。
- 5) 規制（公的規制）とは、「国や地方公共団体が企業・国民の活動に対して特定の行政目的の実現のために関与・介入すること」で、許認可、行政指導、価格支持など直接規制と独占禁止法、民法、商法などによる不公正競争制限を目的にした間接規制がある。さらに、直接規制は、その目的の違いから「経済的規制」と「社会的規制」に分けられる。  
各種の規制には、それぞれの行政目的があるが、それにも拘わらず「規制緩和」が求められるようになったのは次のような理由からである。①当初はあった規制の意味が時代と共に希薄化した。②財政および被規制企業の負担の増大から許認可行政の排除・軽減が求められるようになった。③技術革新によって自然独占型産業への参入が可能になったり、通信とコンピュータ、通信と情報処理など異質な産業が融合するようになった（井出秀樹「直接規制政策」、新庄浩二『産業組織論（新版）』有斐閣2003）
- 6) 国土計画とは、「国家による日本列島グランドデザイン」である。それは、国を頂点として首都圏、近畿圏等9ブロック、さらに都府県にわたるピラミッド型の国土総合開発計画であった。そうした計画の下で、それぞれの地域は、他に優先的な開発を求めて「陳情合戦」を繰り返し、「政・官・財界の構造的癒着」のもとになった

(本間義人『国土計画を考える』pp.13-15)。また、実態はどうあれ、「計画的」な国土開発を行ってきたにも拘わらず、都市、郊外を問わず日本の国土景観はあまりに見苦しくなった。そうなったのは、人間が住むべき「都市計画」がなかったからだとして松原隆一郎『失われた景観』(PHP 選書、2002)はいう。また、五十嵐敬喜・小川昭雄『都市計画』(岩波新書、1993)は、「開発拠点の全国展開」、「交通ネットワークによる地域開発」、「定住圏構想」など、全総計画の目的はよかったが、そのたびに土地の買い占めなどによる地価高騰、省庁間の輻輳する計画、地域分散をはかった製造業の後退、大都市再開発に伴う土建国家化などの問題を引き起こしたと指摘する。

- 7) 新古典派理論は、長期的には需給は必然的に均衡すると説く。この理論に立つと、供給超過が続くのは価格が下がらないからで、その理由は価格を硬直化させる規制がかかっているからだということになる。小泉構造改革論は、この考え方を基調にしているようである。
- 8) 正村〔17〕p.236
- 9) この間の事情は、岩田・宮川〔3〕に詳しい。
- 10) ケインズは『一般理論』の中で次のように述べた。「労働する意思と能力を持っている 1000 万人のうち 900 万人が雇用されている場合、この 900 万人の労働が誤った方向に向けられているという証拠はない。現在の体制に対する非難は、この 900 万人が違った仕事に雇われるべきだということではなく、残りの 100 万人のために仕事が提供されるべきだということである」(p.382)。失業は有効需要の不足によって生じる。有効需要の不足は低い消費性向と投資誘因にある。それを調整して失業を除去するのが政府の役割である。それによって完全雇用の近傍に至るならば、「古典派理論はその点以降再びそれ自身の本領に入る」(p.430)。すなわち、政府は、まず需要を拡大して失業をもたらし需給ギャップを解消し、しかる後、市場メカニズムを阻害する要因があるときは、それを除くために構造改革をすべきである。
- 11) 短期的利益ではなく長期的利益を求めるとき、広告もまた変わらざるを得ない。このことについて高名なデザイナーである梶祐輔氏(株式会社日本デザインセンター最高顧問)は、著書『広告の迷走』において次のようにいう。広告(アドバタイジング)は「長期にわたって商品が売れ続けるために絶対不可欠な信頼関係をつくるコミュニケーション活動」であって、販売促進(セールス・プロモーション)から切り離すべきものである(p.29)。信頼関係の基本となるのは企業の商品にかける「熱き思い」である。梶氏は、松田教授の脱産業社会論に自らの広告理念を重ね合わせながら、企業の「熱き思い」を伝える広告の必要性を説く。社会的存在理由を持った商品を世に送るといふ企業の「熱き思い」がなければ、広告は単なる販売促進手段になってしまう。
- 広告が単に販売促進を旨とするのならば、その弊害が強調されてしかるべきである。しかしながら、広告は人間の wants を掘り起こし、「本当に必要なもの」を伝える一面をもっている。すなわち、広告の本来の役割は、「商品に込めた企業の精神」を消費者に伝えることにある。「商品に込めた企業の精神」とは、「社会的存在理由

のある商品を世に送る」という考え方である。そして「社会的存在理由」の軸足は、良質・安価を基準とする実質価値の創造から、楽しみ価値・心理的価値の創造に移ってきた。では、企業の精神はどのように商品に具体化されるのか。梶氏は、日産自動車の広告コピー「モノより思い出」を例に取り上げて次のように言う。

まず最初に「モノより思い出」というコンセプトがあって、「モノより思い出」をつくりたいという商品化のプロジェクトがスタートするのです。どうすれば「モノより思い出」という車をつくれるかをめぐって、商品企画をする人も、設計をする人も、エンジンをつくる人も、室内装飾を考える人も、車のボディデザインをする人も、みんな知恵を集める。そういうプロセスでつくられた商品で始めて、「モノより思い出」というコンセプトは中身に反映されるのです(梶〔6〕p.6)。

日本のモータリゼーションにはすでに何十年もの歴史があり、人それぞれに車が自分にとってどんなものであるかを知っている。仕事や通勤のための車、買い物のための車、レジャーの手段としての車、人びとはいろいろな目的の下に車に乗っている。そして人びとは車を介しているいろいろな思い出を持っている。そこに「車とは思い出づくりをするもの」という意味で、車があるべきポジションが明示されるなら、そう考える人たちを強力に引きつけることができる。「車とは、単なる移動・運搬の手段ではなく、それを使う人に思い出をつくってもらふのだ」という企業の精神が商品に注入され、その思いが「モノより思い出」という言葉で伝えられる。しかしながら現実には、「モノより思い出」の広告コピーをつけて売り出された車は、思い出づくりを考える家族によりも、むしろ資材や道具類をたくさん積み込む必要のある工務店にふさわしい形をしている。そうなったのは、その車が工場で効率的に作られた後で、販売促進のために「モノより思い出」というコピーがとって付けられたからである。

- 12) 同年代の人口に占める要介護認定者の比率は、年齢階級別に次のようである。65~69 歳：3%、70~74 歳：7%、75~79 歳：18%、80~84 歳：37%、85~89 歳：56% (厚生労働省調べ。計測のもとになった要介護認定者数は 05 年 2 月審査分、人口は 02 年のものである)。誰にしても介護を必要とするようになるかどうかは分からないし、当然、いつまで生きるかも分からない。だから、誰もが、要介護状態になることを恐れる気持ちを持つのは当然であるが、80 歳未満ではその比率は高くない。
- 13) リバース・モーゲージとは「借り手(高齢者)が自らの持ち家に居住しながら、それを担保に老後の生活資金を借り入れ、死亡時にその住居を売却することにより借入金を精算する金融商品」である。03 年以降、全国都道府県は「長期生活支援資金貸付制度」という形でこれを導入してきた。成約件数は 04 年 4 月 1 日で 136 件である。この商品には次のようなリスクが伴う。①死亡時が前提となるため、借入金残高が不動産評価額を超えてしまうことがある、②住宅価値が下落して担保割れが発生する可能性がある、③金利が予想以上に上昇して担保割



れが発生する場合がある。また、④住宅寿命の短さと住宅流通市場が未発達（住宅を売るのが難しい）であるという問題、さらに⑤住宅を遺産として残したいという高齢者意識の問題もある。こうした事情がリバース・モーゲージの普及を遅らせているようである。以上については、西垣秀樹「UFJ 総合研究所 調査レポート」(04年7月)による。

14) ブートル [14] p.7

15) このことについては、拙稿「脱産業社会の新しい問題」(実践女子大学『生活科学部紀要』第41号、2004、pp.32-54) 参照。

16) この2冊の本には、内容は別にして象徴的な共通点がある。まず、そのタイトルは、学術・啓蒙的内容から見ると軽すぎる。その表紙は、原色の黄色地に表題の活字が踊っていたり、赤い文字の表題が白地の紙面いっばいに書き込まれている。いずれも、どぎついほどに派手で軽々しくいやでも人目につく。出版社はどちらも、知的水準の高い内容をそれらしく地味で重厚な装丁に包んで売り出してきた出版界では著明な老舗である。両書を読んで、時代が変化する可能性を考え、そのタイトルと装丁を見て、現に変化しつつある時代性を感じたものである。だがこの両書の装丁は、年配者から見れば奇異に映るが若い学生から見ればそうではない。本のタイトルや装丁は、その内容を広告するものである。学生に言わせれば、両書のタイトルは「内容を実によく表している」ということになる。抽象的なタイトルから具体的な内容を推しはかることを苦手とする彼(彼女)らは、このような本の体裁に何の違和感も持たないのである。

17) 株価収益率は、利益というフローから株価を評価するものであり、株価純資産倍率は、ストックから評価するものであって次の式で表される。

株価収益率(price earning ratio) = 株価 / 1株当たり利益

株価純資産倍率(price book-value ratio) = 株価 / 1株当たり純資産

1株当たり純資産は会社解散時の株主取り分であり、PBR = 1のとき、株価は理論上の最低値である。

18) 特殊組織的人的資産は、個々の企業の生産性向上に貢献したが、それは硬直化し、かえって必要な事業転換を妨げることになったといわれる。しかしそれは、差異性を利潤の源泉とするポスト産業資本主義の時代にも形を変えて必要なものであると岩井克人〔2〕はいう。というのは、差異性による利潤は追随者によってたちまち消滅するから、それを創り出すヒトは、組織的に存在しなければならぬからである。これは、新たな特殊組織的資産となる。

19) 経済戦略会議答申「日本経済再生への戦略」(平成11年2月26日) 首相官邸ホームページ ([http://www.kantei.go.jp/jp/senryaku/990226\\_tousin-ho.html](http://www.kantei.go.jp/jp/senryaku/990226_tousin-ho.html)) より (傍点は筆者)。

20) 橘木 [13] は所得および資産格差の拡大を指摘し、佐藤 [8] は、さらに知識エリートの階層相続が顕著になって、日本は「階級社会」化しようとしていると指摘している。所得、資産格差については「人口の高齢化」を考慮しないものだという大竹 [4] の反論もあるが、

高齢層にも大きな資産格差がある。いずれにしろ経済力格差が日本人の間に広がるのは将来に禍根を残すことになる。

21) 所得の増加を前提してハレの日常化が進んだが、それが人々に豊かさ感をもたらすことはなかった。このことに関して、フライ&スタツァー [15] は「日本のGDPは1958-91の間に6倍に増加したが、日本人の生活満足度はほとんど変わっていない」ことを指摘している。彼はまた、一般に、ある程度までは所得の増加につれて生活満足度は増すが、その水準を超えて所得が上昇しても生活満足度にはほとんど変わりがないことを指摘している。

22) 岩井克人 [2] pp.92-5 参照。

## 参考文献

- [1] 岩井克人『会社はこれからどうなるのか』平凡社、2003
- [2] —『会社はだれのものか』平凡社、2005
- [3] 岩田規久男・宮川努編『失われた10年の真因は何か』東洋経済新報社、2003
- [4] 太田文雄『日本の不平等』日本経済新聞社 2005
- [5] 梶祐輔『広告の迷走』宣伝会議、2001
- [6] —「新しい人間、新しい社会づくりの広告革新」、ハイライフ研究所『研究報告』(2003年5月) pp. 2-12
- [7] ケインズ『雇用・利子および貨幣の一般理論』(塩野谷祐一訳) 東洋経済新報社、1983
- [8] 佐藤俊樹『不平等社会日本』中公新書、2000
- [9] シトフスキー『人間の喜びと経済的価値』(斉藤精一郎訳) 日本経済新聞社、1979
- [10] ショア『浪費するアメリカ人』(森岡孝二監訳) 岩波書店、2000
- [11] セン『合理的な愚か者』(大庭健・川本隆史訳) 勁草書房、1989
- [12] 竹中平蔵『明日の経済学』幻冬社、2003
- [13] 橘木俊詔『日本の経済格差』岩波文庫、1998
- [14] ブートル『ポストデフレ社会』(藤井真人訳) 東洋経済新報社、2004
- [15] フライ&スタツァー『幸福の政治経済学』(佐和隆光監訳) ダイアモンド社、2005
- [16] ボードリヤール『消費社会の神話と構造』(今村仁司・塚原史訳) 紀伊國屋書店、1970
- [17] 正村公宏『経済が社会を破壊する』NTT出版、2005
- [18] 松田義幸『スポーツ・ブランド』中央公論新社、2003