

論文要約

近現代イギリスの消費文化と生活協同組合

浮網 佳苗

19世紀から戦間期のイギリスは現代消費社会の出発点の一つとされており、とくに国内最大規模の消費者組織である消費者協同組合(生活協同組合。以下、協同組合)が発達した。19世紀のイギリスでは自由競争経済を維持しながらも、労働者の生活を支える様々な福祉の形態が発達し、なかでも労働組合や友愛組合などの労働者自身による相互扶助組織が広範に拡大していた。とりわけ協同組合は、労働者の日常に広く浸透し、現在に至るまで人々の生活を支えてきた。本論文は、19世紀末から戦間期にかけてのイギリスにおける消費者による協同組合運動の展開を明らかにすることで、イギリスの消費文化が持つ特徴を示すことを目的としている。

もともと消費は生産に比べて二次的なものとみなされ、積極的に研究されてこなかった。協同組合もこの文脈で理解されてきたがゆえに、一種の労働運動、すなわち労働者階級の境遇改善を目指した階級闘争や階級協調の舞台だと解釈されてきたのである。近年、近代の消費史研究が活況を呈するようになり、協同組合についても消費の観点から研究がすすめられている。これらの研究から浮かび上がる重要な論点は、消費者協同組合は自由主義経済を支持したのか、あるいは異議を唱えたのかというものである。前者の主張の根拠は、協同組合運動が当時のイギリス社会において優勢であった自由貿易イデオロギーを支持する消費者の中心的存在だったことである。

しかし、こうした二項対立で論じることは、従来の労働運動史のなかで論じられてきた、協同組合運動が社会主義運動なのか資本主義を受容した運動なのかという議論の枠組みを踏襲することになり、協同組合運動が呈した多様で複雑な様相を覆い隠してしまっている。そこで、本論文ではこの二項対立では割り切れない十全な解答を与えるために、以下の点を明らかにすることを試みたい。一つ目は、消費と生産ならびに労働との関係である。消費の側面に光が当てられた反面、その消費が生産ならびに労働とどのような関係を取り持っていたのかが等閑に付されてしまっているからである。二つ目は、消費者としての組合員の役割である。協同組合に関する先行研究は基本的に、運動の指導者や幹部らの言動に焦点を当

てており、一般の組合員が消費者として果たした役割を十分に考察できていない。とくに、女性と若者は店舗での買い物を通じて協同組合との関わりを持ち、これが運動に参加する機会につながっていったという点で、彼らの消費者としての存在に着目することは、消費文化と協同組合の関係を解明するにあたり、極めて重要である。三つ目はイギリス帝国の存在である。イギリスの協同組合は世界各地に工場や貯蔵所を設け、グローバルな取引を展開しており、帝国とも密接な関係にあった。帝国をめぐって国家とどのような関わりを持ち、帝国各地の協同組合や取引業者、住民といかなる関係性を構築したのかを考えることで、協同組合運動がイギリス政府の政策や世界情勢の変化に大きく影響を受けて展開していく過程を明らかにできると同時に、運動が政府の方針や人々の消費実践に与えた影響をも示すことができる。

以上の問題意識に基づく三つの課題に答えるために、第 I 部では 19 世紀末から 20 世紀初頭における協同組合運動の展開を検討した。まず第 1 章では、本論文の主張を理解するために必要な、イギリスにおける協同組合が誕生した背景やクロノロジー、組織のしくみについて概観した。協同組合の思想にはキリスト教が深く関わっており、キリスト教の教義と社会改革を結びつけ、助け合いによって自由主義経済の問題を緩和することを目指したキリスト教社会主義者が初期の協同組合運動を推進した。社会改革と宗教の深い結びつきが、ヨーロッパのなかでもとくにイギリスで協同組合が発展した理由の一つであった。そして、数ある形態のなかでも、店舗での購買高に応じて配当金を受け取ることのできる消費者協同組合が最も普及したことがイギリスの特徴であった。

続く第 2 章では協同組合と消費の関わりを示したうえで、女性組合員と消費の関係究明を目指し、運動内の女性の地位向上を目的に結成された女性組合員による組織、女性協同組合ギルドを取り上げ、メンバーの消費に対する認識や、彼女たちが展開した消費運動や組合員活動を検討した。イギリスにおいて利潤を配当金のかたちで購買者に還元する消費者協同組合がとくに発展したのは、消費社会が到来し、人々の間に消費者意識が形成されるなかで、協同組合の運動家や幹部らの多くが消費者協同組合の形態を支持したからである。19 世紀末、市場には劣悪な労働環境のもとで製造された、質の悪い食品や日用品が蔓延しており、協同組合はこうした市場のモラルの低下を改善しようと、高品質で適正な労働条件のもとで生産された商品の販売に尽力した。とりわけ、女性協同組合ギルドを中心とする女性組合員は、店舗利用者の大半を占めた女性たちに対して品質や商品の製造過程まで意識した消費行動を呼びかけ、消費者としての自覚を促した。さらに、協同組合はイギリスが 19 世

紀以来維持してきた自由貿易の熱心な支持者であったが、これにも消費者としての立場から価格上昇に反対する女性組合員の声が反映されていた。このように、女性たちの現場での取り組みは、協同組合の倫理的消費の実践を支えたのである。

第3章では、協同組合を考えるうえで最重要原則の一つである教育を取り上げ、運動内で教育がいかに認識され、どのような実践が行われていたのかを明らかにした。協同組合が機能するためには、組合員が運営に参加することが不可欠であり、このことを伝えるための教育が座学や討論、工場見学などを通じて実施されていた。また、組合員どうしの交流イベントや旅行、スポーツ大会なども参加意識を醸成する教育の一環として奨励された。とくに消費者としての女性組合員は、倫理的消費の実践を支えただけでなく、教育活動にも深く関わり、消費者組織の意義や女性たちが関与することの重要性を伝える役割を果たした。教育を受けることに熱心だった女性たちの人数は決して多かったとはいえないが、教育を受けた女性たちによる自伝や書簡には、彼女たちが消費者としての自覚を持つようになり、協同組合の社会的経済的役割を理解するようになったことが綴られている。これは、教育が協同による消費実践の浸透に一定の効果があったことを示している。

第I部の最後となる第4章では、帝国およびネイションとの関わりを検討した。運動のリーダーや女性を含む組合員は、南アフリカ戦争のような特定の帝国主義的な行為に対しては批判的な態度を示した。しかし、協同組合の刊行物には、帝国への興味の高さがうかがわれる記事や、帝国の存在を重要視し、インドなどをイギリスの正当な植民地だと主張する論考が数多く存在したし、世界各国の協同組合関係者が一堂に会する場においてもイギリスの協同組合関係者は愛国心を示す言動をとっていた。イギリスの協同組合運動には帝国意識やナショナリズムが色濃く現れていたのである。さらに、運動との結びつきが強く、かつ帝国のなかでも重要な地域である西アフリカとインドにおける積極的な事業展開も協同組合関係者の帝国意識を反映していた。企業が現地に進出し労働者を搾取している現状を変え、現地の人々の暮らしを向上させる目的を持って取り組まれていたが、実際のところは、原材料を確保することでイギリスの消費者の利益を守ることが第一の目的にあった。現地の事業に関わった幹部は、協同組合が進出することで帝国の人々の教育や生活を改善することができることを強調したが、その根底には、植民地を非文明地域とみなし、帝国支配こそが文明化につながると考えた「文明化の使命」の考え方が存在していたのである。

以上のように、協同組合は倫理を基本に据えた消費行動を奨励し、女性組合員の現場における実践や帝国との関わりを通して、倫理的消費を普及させようとした。これは、先行研究

が描いてきた協同組合とは異なった姿である。市場原理の自由主義的消費を推進したわけではないし、自由主義経済に替わる新たな社会の構築を目指したという理想主義的な姿とも異なる。むしろ、一定の自由を維持しながらも自由主義的消費の諸問題を緩和しようと試行錯誤する姿であった。

第Ⅱ部では、第一次大戦勃発から戦間期にかけて、大戦による社会変化のなかで、協同組合運動が様々な困難に直面しながらも、試行錯誤を繰り返して消費実践に影響を与えていく様子を描いた。まず第5章では、第一次大戦の結果生じた食糧危機に対し、協同組合運動がどのようなアプローチをしたのかを検討することで、政治との関わりや運動内部の立場の相違を明らかにした。大戦の影響により、食糧不足とそれともなう価格高騰が起こったにもかかわらず、政府は市場原理に任せる姿勢を続けていたうえ、小売市場の相当なシェアを占める協同組合との連携を拒んでいた。この状況は、協同組合運動が19世紀以来維持してきた重要な二つの信念を大きく揺るがした。その一つは自由貿易であり、もう一つは政治と経済の分離である。自由貿易は消費者の生活を向上させることに資するという考えのもと、協同組合関係者は自由貿易支持を表明してきた。しかし、自由貿易の国イギリスにおいて食糧危機が起こり消費者の生活が脅威にさらされたことで、自由貿易に対する疑念が生じていた。また、協同組合は19世紀以来、経済活動に軸足を置き、政治には中立的な立場であったが、大戦による混乱のなかで政府が協同組合の役割を軽視したことで、協同組合関係者の間で政治に直接関与することの重要性が認識されるようになり、政治進出の道が開かれた。協同組合の立場は確実に変化していたが、一方で、伝統的に堅持してきた原則を転換する動きに対して反発する関係者も多かった。運動内部では自由貿易や政治に対する意見の方向性はまとまりを欠き、運動として分裂の危機にあったのである。

第6章では、国内外における消費実践の具体的な事例を通して、協同組合と帝国ないし国家の関係性が強化されていく様子を示した。大戦後の景気低迷により、イギリスの貿易政策は、もはや自由貿易ではなく帝国を中心とするブロック経済圏の構築に転換したが、分裂の危機にあった協同組合運動もまた帝国との結びつきを目指すことで運動としてのまとまりを取り戻していった。イギリスにとって最重要地域とされ、かつ協同組合との取引も盛んであったアイルランド、自治国、インドにおいて、イギリスの協同組合は現地の生産者や協同組合との連携を強化するとともに、消費による生産の管理・統制をすすめていった。国内においては、組合員に対して国産および帝国産品の購買を奨励するキャンペーンを展開し、関税ではなく消費行動によって国内産業を守り、帝国内の労働者の生活を向上させようと

した。

終章では、消費者としての若者に着目しながら、戦間期の変化の著しい消費社会において協同組合が直面した困難を描き出すことで、協同という経済のしくみ自体の持つ性質やそのしくみが抱える課題を浮かび上がらせるとともに、協同の可能性を考えた。戦間期、消費社会がいつそう盛り上がり、労働者の所得水準が上昇したことにもなって、若い世代が新たな消費者として台頭してきた。彼らは、大手小売チェーン店や百貨店を好んで利用し、休暇には商業レジャーを楽しみ、消費社会を謳歌していた。若い組合員も同様にこうした新たな小売店に魅力を感じ、協同組合を時代遅れだとみなすようになった。協同組合関係者は、運動の持続性と拡大のためには若い世代の育成が不可欠だと考えていたので、今まで以上に教育や若者組織の結成に力を入れた。また、思い切った新たな取り組みもなされた。運動が19世紀以来守ってきた、現金主義と広告批判の伝統を転換したのである。若い世代の幹部が中心となって分割払いの採用と広告の積極的な活用をすすめていった。これは、消費社会の変化のなかで、運動の維持と拡大を目指して変わろうと苦悩した結果であった。とはいえ、企業と比較すると分割払いの規模も広告費の額も劣っており、決して成功したとはいえなかった。さらに、若い消費者の協同組合に対する反応は、協同という経済のしくみ自体が持つ課題を浮き彫りにした。協同には消費選択の自由を制約し、閉鎖性を帯びる傾向があり、自由な消費社会においてその存在感は希薄になっていった。しかし一方で、協同組合は消費社会のなかで埋もれてしまったわけではなかった。都市部とは異なり、地方の若い組合員の発言や経験からは、協同組合が地域の生活に密着した重要な役割を果たしていたことが明らかになった。戦間期の消費社会において協同の取り組みは困難に直面していたが、一方で、協同組合の諸実践は協同だからこそ実現できた、人々の生活を支えるためのしくみとして機能していたのである。

第Ⅱ部での考察の結果、消費の動向が目まぐるしく変化した戦間期における協同組合運動は、先行研究が指摘するような、資本主義に替わる新たな社会の構築を目指した、理想主義的な運動とは必ずしもいえないことが示された。他方で、自由主義的消費を称賛した運動だと考えることも正しくない。経済と政治の分離という信念から政治進出の実現、自由貿易支持の立場から自由貿易の放棄と帝国を中心とした自国経済圏構築の立場への転換、協同組合の伝統的運営手法からの脱却といった、19世紀以来の運動が掲げてきた原則を変えながら展開してきた過程は、社会変化のなかで消費者をいかに救えるかを試行錯誤しながら様々な試みを実践してきたことを物語っていた。

本論文での分析を通して、消費者による協同の実践の複雑な歴史像と、消費者組織である協同組合が広く浸透したイギリス社会の消費文化の特徴を示した。従来の研究が見過ごしてきた、消費と労働の関係、女性と若者、帝国の三つの観点から、協同組合運動を検討したことで、消費は労働環境を含む社会の様々な問題を緩和するための大きな力となっていたことが明らかになった。協同というしくみによる消費実践、しかもその実践には倫理がともなっていたこと、これこそがイギリスにおける消費文化の重要な要素を形成していたのである。