

經濟論叢

第157卷 第4号

-
- 固有価値と人間ネットワークの形成（続）……池上 惇 1
- 高齢化社会における利子所得税の
ディストーション効果について（1）……岡本 章 16
- 日本アパレル産業における
輸出マーケティング 1945-1965（1）……I・H・モヒウディン 30
- P & Gの日本市場における
マーケティング活動 1972-1985（2）……ジョン・ライアン 55
-

平成8年4月

京 都 大 学 経 済 学 會

固有価値と人間ネットワークの形成（続）

池 上 惇

IV 流行の消費者から固有価値の享受者へ

疎外された消費者と依存効果

最近における流通論研究の特徴のひとつは、現代の資本主義的流通過程が「流行によって支配された財・サービスの消費過程」と不可分に結合していること、消費者は利潤極大化原理に従って行動する企業によって情報操作の対象となることである。消費者は大衆社会化のなかで、文化の創造の力量を失って、製品差別化を受容し、消費の自体が様式化し、形式化してしまっている、ことも、しばしば、指摘されている。たしかに、一部の高級志向の注文生産を除けば、多品種少量生産などといってみても、大部分は規格化された部分品の組合せに過ぎず、その組合せかたも、流行を造りだす企業戦略によってコーディネートされた消費文化を反映するに過ぎないのかもしれない。これは、一種の「疎外された消費過程」であり、J.K.ガルブレイスに言わせれば、消費者は自己の内部に評価基準を持たないで、もっぱら、他人への「依存」によって流行を追う「依存効果の犠牲者」なのである。彼らは「ひとなみ」に扱って貰いたければ、流行の色やファッションを見に纏い、流行の口紅をさして流行の歩行術を身につける必要がある、というわけである。

さらに、現代の消費者は、情報化社会の影響をうけて、「疎外された効用または使用価値」の消費に甘んじる危険が一層、強まってきた。消費者が欲求の対象となる効用を担う財や使用価値を購入しようとするとき何がおこるのかを考えてみよう。

本来、消費者は製品などを手にとってみて機能やデザインを確かめ価格と効用のつりあいを考慮して選択を行なうはずである。しかし、現代の情報や通信技術の発達によって製品などに関する情報が、当初はカタログ販売や通信販売によって製品の本体とは独立して流通し、これに供給側と消費者側の双方の信用関係が伴った場合には、「情報」による判断が売買契約を成立させることになった。この契約関係は消費者信用の発展とコンピュータによる個別の消費者の信用状況の正確な把握と電子通信手段による迅速な決済が可能となったことによって一段と促進された事は言うまでもない。製品や対人サービスや不動産・観光地などに関する情報の流通と製品・サービスの流通そのものとの分離は、市場の拡大に貢献したばかりでなくて、文字・映像・音声などの複製・再生技術の画期的な発展によって、事前に製品などを比較して総合的に評価する機会を拡大した。この結果、消費者にとっては、生産者の「顔」を見ることは一層、困難となり、情報操作の可能性はより大きくなる。

しかし、このような状況のなかから、「疎外からの回復を担う効用あるいは使用価値」への欲求が生れえない、と断定するのは尚早な判断であろう。その理由は主として二つある。

疎外からの回復への手がかり(1)

ひとつは、現代の情報操作が可能なのは消費者が分散的で、独自の判断や知識を獲得する機会に乏しく、概して多忙で孤立しており、人間としての自立への志向が経済的に著しく制約されている場合が多いからである。例えば、日本の場合であれば、労働条件が悪くて長時間に及び、過労勝ちで考えるゆとりが無く、家族間のコミュニケーションさえ、ままならない条件下で、カタログ販売が普及すれば、「流行の消費者」が増加する確率は高いであろう。しかし、一人当りの所得水準が徐々に上昇してきて、都市的な生活様式が普及し、交通や通信のネットワークの発達によって他地域の情報や生活の方法が伝達されてくると、各種の新しい生活用品が導入され始める。そして、都市生活の標準的

な水準が、客観的に確立されてくると、家族や地域生活における生活時間や生活空間への関心が高まってくる。いわゆるナショナル・ミニマムやシヴィル・ミニマムといった形で、「文化的で最低限度の生活水準」が自覚され、生存権の確保という点で市民の権利意識が成熟し始める。日本では1970年代後半から、総理府のアンケート調査によって「物の豊かさよりも心の豊かさを求める人々」の比率が高まる傾向が生れ、年々強まる方向にある。つまり、生存権の確保が不十分ながら達成されてくると、ある「ゆとり」が生れて、それまで抑制されてきた人間本来の欲求が台頭する可能性があるのである。

この可能性を、先のA.センの効用理論批判の論点に即して言えば、人間の欲求の発展における「物的あるいは基礎的な条件」と人間の生活の質を高めようとする欲求との関係に注目することになる。物的あるいは基礎的な条件が整備されてくると、人間の欲求は他人や他地域との比較によって自分の位置を評価しようとする方向に発展する。たしかに「ほんもの」や固有価値への欲求は、ほんものをつくる人々の心や「わざ」に触れて自分自身を高め、自分の納得しうる独自の世界を開こうとする方向性を持っている。センによると、福祉とは「いきがいを実現する機会」なのであるが、「ほんもの」を人間生活のあらゆる領域に導入することこそ、人間が「ほんもの」から学んで、いきがいをそこに見出すきっかけとなるに違いない。流行の消費者から「ほんものを享受する消費者」への発展は、生産者と消費者のコミュニケーションを回復し、相互の学習によって文化の創造へと向う道なのである。

疎外からの回復を実現する手がかり(2)

「疎外された消費者」から「ほんもの」志向の消費者への転化を促進する第2の要因は、民主主義社会における各種の情報の公開と伝達のシステムの発達である。疎外された消費者は情報の伝達過程における孤立性や閉鎖性を特徴とする。しかし、消費の機会が消費者教育などの結果もたらされる公共的情報、とくに安全や健康への影響に関する商品などの知識と結合されれば、情報化社

会のもたらした事前情報による評価の機会を、一転して、「商品の背後にある固有性」の評価へと向わざるを得ない。この評価が、個人による私的な評価から集団による総合的な評価、さらには、社会的な合意の形成による社会的な評価へと発展する可能性はきわめて大きい。例えば、食品の安全基準や「環境にやさしい」容器の基準や、地域開発における環境影響評価制度、製造物責任の制度、などは、生命や人権を守るルールに関する社会の合意が発展すれば、「疎外からの回復への手がかりを持った商品」が大量に供給されうること示している。これらは、将来の姿として、製品などの固有性を踏まえた流通のシステムに関する社会的な合意が形成されてくる方向を示唆するものといえよう。

さらに固有性への関心の高まりは製品などの設計のノーハウの固有性を供給側も積極的に消費者に伝達せざるを得なくなり、これらを独自の情報として文字・音声・映像などを通じて伝達し、消費者の選択と判断における重要な要因を形成することになる。「環境に優しい」とか、「利便性と芸術性が統一されている」とかいう製品などの特性は供給側の優れた設計のノーハウとして消費者に伝達される。このことは消費者がノーハウの固有性に関心をもつきっかけともなり、効用または使用価値を担い手とするノーハウの固有価値を積極的に享受する機会をつくりだす。

また設計のノーハウと並んで文字・音声・映像などの情報のなかには芸術作品そのもののように、著作権を伴う情報を伝達するサービスが含まれるようになる。この場合には、情報・通信機器を担い手とする情報サービスの流通そのものが著作権料の支払を必要とするのでノーハウの固有性に対する関心は一層高められるであろう。

以上、固有価値の流通における特徴を解明してきたが、固有価値の視点が自然の固有性を認識した上での財やサービスの流通やリサイクルの把握を可能にしていること、ノーハウの固有性の認識から知的所有権の重要性を示唆してきていることが結論できると思う。

消費者によるノーハウと固有価値供給システムの選択

最近の各種の製品における製造物責任制度、医療サービス供給システムにおけるインフォームド・コンセントの制度化、各種の開発事業における事前の環境影響総合評価制度などは、消費者の知る権利と結び付いた新しい法や社会制度、あるいは倫理や慣習の必要性について社会の合意が形成され始めていることを示している。この合意形成過程は、財やサービスの消費者による総合的評価への欲求を社会が合理的なものと認めつつあることを示唆していると考えられる。そして総合的評価ということになれば消費者は個々の製品や個別のサービスを評価するだけではなく、その製品などの背景にある設計のノーハウを評価し価格づけを行なっていることになろう。例えば「環境に優しい製品」とか「患者に納得される医療」あるいは「人間と自然の共生をもたらす町づくり」などという評価は、環境保全・安心・人間の生命活動への積極的な貢献・芸術文化性などの設計のノーハウが利便性の供給のための設計のノーハウと結合されて、はじめて、消費者の評価に堪え得るのである。言うまでもなく、製品などの設計には素材を有効に活かし得る自然科学の知識、素材を工作機械などを用いて加工してゆく技術、消費者の安全欲求・利便性への欲求・芸術文化性への欲求などを理解して品質とデザインのなかに活かす力量、原価と消費者が受容しうる価格との調整を合理的に行なう力量などが要求される。

このように消費者が製品などの背後にある各種のノーハウの総体や固有価値の供給システムを評価と選択の対象にし始めた場合には、製品の効用または使用価値を従来の経済学が想定してきたように「効用をもつ財を購入すれば消費者の欲求は充足されたものとみなす」とか、「使用価値とは人間の欲望を満たす何等かのものである」とかの定義をしただけですますことはできない。なぜなら、消費者の総合的な評価の対象となっているのは、一方では、設計の対象となっている素材や自然環境そのものや人間そのもの持っている固有性、あるいは固有の性質と固有性を活かすノーハウ、さらに、そのノーハウによって設計され生産される固有価値の供給システムだからである。ここでは、

固有性を踏まえた上で消費における問題点やリサイクルの可能性や自然との共生における問題点もまた、評価の対象である。

このように見えてくると、消費者が評価と選択の対象としているのは、設計のノウハウのもつ固有性、あるいは固有の性質であって過去から継承されてきた自然科学の知識の蓄積と応用、素材や自然を活かし得る継承され発展させられる技術力、生活に希望や愛や美をもたらしうる芸術文化性、合理的な価格設定のノウハウなどのその事業所に独自の性質である。現代のあらゆる製品やサービスや都市・農村は、自然の固有性を活かした固有の設計のノウハウによって、消費者の欲求の対象となる使用価値や効用を生産している。従って効用あるいは使用価値の供給過程は同時に固有価値の継承と再生産の過程である。人間ネットワークに支えられた個人の独創性がその背後にあることは言うまでもない。

このような視点を確立すれば従来の生産と流通の理論を現代の消費者主権の発展を踏まえて再構成し発展させる事ができるのではあるまいか。

労働の人間化への展望

消費者の選択が固有価値の生産のシステムにまで及び始めると、固有価値を生産する生産者の労働の過程も根本的な変革を迫られる。従来は疎外された消費者に疎外された生産者が対応していて、生産者は利潤最大化を目指して設計された「流行をつくるノウハウ」に従って機械の部分品のように、企業の経営者の指示に基づいて労働することが多かった。この場合の労働は、設計や企画と実行とが完全に分離しており、生産者は自分の労働内容を自分では決められない。しかも、設計や企画は消費者を流行に巻き込み、生活の質を低下させて疎外感を与えるような製品をつくる方向に向けられており、その結果、この仕事によって労働の喜びや働きがいをもつことは極めて困難である。さらに労働のリズムや密度、労働時間なども利潤最大化の原理に基づいて、とくに機械の速度などに合せて設定されることが多く、健康にも障害を設けやすい。このよ

うな労働は「疎外された労働」と呼ぶに相応しいもので、消費者の疎外をつくりだすような供給のノーハウは、労働する人間にとっても、厳しい疎外状況を造りだす。

そこで、「労働の疎外」を「労働の人間化」に転換する条件を研究することが現代の経済のもつ問題点を解決する上で不可欠の課題とならざるをえないのである。すでに検討してきたように、固有価値の生産は、消費者の生活の質を高めたいという欲求に応じて、企画や設計を担う人々が「固有価値を活かすノーハウ」を創りだし、このノーハウに基づいて労働を組織することによって可能となる。消費者の生活の質を高めようとするれば労働時間の短縮は、まず、第一の前提である。そして、労働時間の短縮を人間的な生活と地域社会を創りだせる方向と結び付けることは、生活の質の向上のための重要な前提となる。

そして、供給側が消費者の欲求の高まりに応じて固有価値を生産するには、企画や設計を行なう人々と実際に労働して生産を担う人々が密接に交流し、資源などの固有の性質を科学的に把握した上で、創造的なアイデアを出し合い、労働の合理的なリズムや適切な労働時間について合意し、生活の質を高めて健康や快適さを増進させうる機能と美的要素（デザインなど）を備えた製品を創りだすことが必要であろう。この場合の労働は人間の生命活動の自然な発揮の場として、人間に取っての生きがいや心身の発達に貢献しうることになる。このような労働の場は利潤最大化の原理によっては実現が困難で、生活の質の高まりに応じて、労働の人間化を通じた固有価値の生産を目指す非営利組織を創りだすことが重要な課題となってくる。

V 固有価値の認識の歴史過程

バーボンによる固有価値の提起

固有価値論は従来の経済学者の研究史に全く欠けていたわけではない。先駆的な指摘はあったが、それを経済学の本質的な要素として評価しようとする試みは絶えず挫折してきたことを意味している。例えば、17世紀の経済学者、ニ

コラス・バーボンがイントリンジック・ヴァーチュウ (intrinsic vertue) という表現で事実上固有価値を採り上げていた⁵⁾。

バーボンによれば、人間の欲望 (desire) は欲求 (want) を含んでいる。そして、欲求というものは精神の食欲というべきものであって、大多数の物は心 (mind) の欲求を充足するからこそ価値 (value) をもつこと、を指摘していた⁶⁾。これは、大変興味のある見解であって、人間の欲求の充足は単に物を手に入れれば満足できるものではなくて、物を現実消費して精神の食欲に適合するかどうかを吟味しなければ、欲求の充足には至らない、という見解であろう。従って、バーボンの固有価値概念は、使用価値を人間の欲求の対象として見れば、value (価値あるもの) であり、対象としての物の側から見れば、物に固有の潜在的な性質をもつもの=固有価値 intrinsic virtue である。そして、人間の欲求と固有価値を結び付けるものは、固有の性質の科学的な解明である⁷⁾。例えば、磁石を人間の欲求充足の対象とし、それを方法の確認の手段とするには、磁性の発見と活用、つまり、人間が科学的な知識をもち、ものの利用にあたって、それを活かさないことには固有価値は、人間の欲求の充足につながらないこと指摘した。

しかし、固有価値の概念に接近したバーボンではあったが、彼の時代は今日のように消費者主権が現実的な意味を持つ時代ではなく、また、情報や通信の技術が高度に発達した地域間の文化交流を尊重するルールが設定されて、固有価値を活かすノーハウの意義が評価の対象となり生活の質や、安全・健康さらには芸術性などに対する社会的関心が高まってこそ固有価値の認識と応用は可能になるのである。

5) 「諸物は、一つの固有価値 [intrinsic vertue—従来の全集訳では「内的な効力」となっている一著者] (これはバーボンにあっては使用価値を意味する独自の表現である) をもっている。すなわち、諸物はどこにあって同じ価値をもっている。例えば磁石が鉄をひきつけるというようにである。」 N. Barbon, A Discourse on coining the new money lighter, In Answer to Mr. Lock's Considerations about raising the Value of Money, London, 1696, p. 6, K. Marx, Das Kapital, Bd. I, S. 50.

6) N. Barbon, op. cit., p. 2, 3.

7) K. Marx, Ebenda, S. 50.

ラスキンのライフと固有価値

19世紀の経済学者で、固有価値の存在と消費者による固有価値の享受能力の関係を正面から取り扱ったのはラスキンとモリスであり、現代の経済学者ではA.センが財の特性とその享受能力を問題とする代表的な研究者である。とりわけ、ラスキンの固有価値論はモリスに影響を与えるとともに、センにも基本的に受継がれているように思われる。

ラスキンによる固有価値の定義は、パーボンと同様に物の内在的な潜在能力を評価し、科学の応用による利用可能性の問題を重視するとともに、利便性だけでなく芸術文化性を評価の対象とする。彼は、彼が生きた19世紀半ばの時代の経済学が、商品の評価にあたって、金銭的な価値の評価を中心としたことに反発し、人間の生＝ライフの発達に貢献する性質をもつかどうかを価値評価の基準とするよう提案している。

とくにラスキンが注目したのは財や住宅や建築物の芸術性である。それは、彼が人間の芸術に対する享受の能力の発達によって、希望をもって生き、現代流に言えば、生活の質を高めようとする欲求をもつに至り、その欲求によって生産者の生産のありかたまで、変えてしまう展望を持とうとしたからである。

生＝ライフ (life) と芸術文化との関係を、ラスキンは次のように述べている。「われわれは、美しいものを讃えること、希望をもつこと、愛に育まれることによってライフを豊かにしている」⁸⁾と。

ラスキンのいうように、固有価値が人間に生きる希望を、美や愛とともにもたらすという性質をもつとすれば、その性質は、財はどの生産にあたって科学の応用とともに、芸術性や文化性がともなうこととなろう。すべての財や建築物のなかに、芸術文化性が入り込んだ経済社会、これが、ラスキンの理想社会であった。多くのラスキン批判者が彼は現実と理想を混同しているとして、経

8) J. Ruskin, *Unto This Last, Four Essays on the First Principles of Political Economy*, 1862, Everyman's Library, 1905年. Chap. 4. (飯塚一郎訳「この最後の者にも」第4章。[本訳の底本も、E. T. Cook and A. Wedderburn, *The Works of Ruskin, Library Edition*, London, 1905.である。] 五島茂編『ラスキン、モリス』中央公論社、世界の名著、52., 1979年、144ページ。)

済学者のなかに名を入れることさえ拒否したのは、この理由による（スタークの批判参照）。しかし、かつては空想であったものが時代とともに真実を先取りしていたと看做される例は自然科学においてさえ決して少なくない。学説の評価は、時代の変化を無視して断定的に行なわれるべきものではないであろう。

物に固有の性質としての固有価値の認識と文化財としての固有価値の重要性

ラスキンは固有価値の定義を次のように述べている。

「固有価値とは、何らかの物がもっている、生を支える絶対的な力である。一定の品質と重さの一束の小麦は、その中に身体にとって本質的なものを持続的に支える測定可能な力をもっている。また、一立方フィートのきれいな空気は体温を持続的に支える確固とした力を持ち、ある美をそなえた群生した花はセンスとハートを活性化させる確固とした力をもっている。人々が小麦、空気、群生した花を拒否しようが、軽蔑しようが、それらは、これらの物の固有価値に全く影響しない。使用されるかどうかに関わり無く、それら自身の力が内在していて、その独自の力は、それ以外の物には存在しない。」⁹⁾

この定義は、物の内在的な性質を強調する点では、基本的にパーボンの固有価値論と合致する。さらに注目されるのは固有価値と彼が言うときには芸術的価値の高い文化財を指す場合が多いということである。例えばヴェネチアにおけるティントレットの天井画などは、彼の言う固有価値である。その意味はヴェネチアの文化的な伝統を活かした建築物と、その建築物を芸術作品によって人々の生（ライフ）の発達に貢献しうるノーハウと結合されたものも、また、固有価値である。ここでは、地域固有の土地と建築物、芸術家の固有性を活かすノーハウ、建築物とノーハウの結合物がともに固有価値と呼ばれ

9) J. Ruskin, *Munera Pulveris, Six Essays on the Elements of Political Economy*, Preface, 1871. George Allen, 1907. (木村正身訳『ムネラ・ブルウェルス』関書院、1958年。

ている。この例でも分るように、ラスキンが固有価値を取り上げるときには、パンや衣服などのような個別の財だけではなく、土地や地域そのものの固有性を取り上げ、分析しようとしていた。

固有価値の享受能力

ラスキンによると固有価値は消費者の享受能力と出会って消費者の生きる力に貢献しなければ価値として実現しえない。この享受能力を論じたことは、今日から見れば、ラスキンの先駆的な着眼点であった。彼は言う。

「しかし、これらの物のもつこの (固有) 価値が有効なもの (effectual) となるためには、それを受け取る人の側において一定の状態が必要である。食物・空気あるいは一群の花が人間にとって十分に価値のあるものとなるための前提として、人間の消化機能、呼吸機能、知覚機能が完全でなければならない。それゆえに有効価値の生産はつねに二つの要請を含む。まず、固有価値のあるものを生産すると言うこと、つぎには、それを使用する能力を生産するというのがこれである。固有価値と享受 (受容) 能力が相ともなう場合には「有効」価値、つまり富 (wealth) が存在する。固有価値、享受能力のどちらかが欠ける場合には有効価値は存在せず、すなわち富は存しない。一匹の馬も、私たちが乗ることができないなら、私たちにとっては富ではないし、一幅の絵も、これを鑑賞することができないならば、やはり富ではないし、どんな高貴なものも高貴な人間にとってのほかは富ではあり得ない。」¹⁰⁾

ここでラスキンは明快に固有価値と享受能力の関係を説明している。物の内在的な性質は、人間の心身の諸機能が、発達していなければ享受することができない。このために、享受能力をもつ人間の発達が固有価値の生産と平行して進まなければ、本来の意味の「ゆたかさ」=生の充実はありえないのである。

10) Ibid., I, C. 13.

なぜ、今、固有価値論か？

固有価値という言葉は日本の経済関係者や社会科学の研究者たちにとって、初めて提起された概念ではない。今から約70年以前、すでに京都大学経済学部の教授であり経済学の講義を担当していた河上肇は1923（大正12）年8月公刊された『資本主義経済学の史的発展』（全集13巻所収）において、固有価値論を体系的な理論として提起していたイギリスの芸術経済学者J.ラスキンの著書より引用し論評を行ない、ラスキンが用いた *intrinsic value* に固有価値という訳語を宛てている。しかし、河上は同年、7月、雑誌『改造』に公表された、かつての経済学部学生、榎田民蔵の書評「社会主義は闇に面するか光に面するか—河上博士著『資本主義経済学の史的発展』にかんする一感想」におけるラスキン批判に同意し、以後、彼は経済学の価値論として固有価値を中心のテーマとして採り上げることはなかった。当時、榎田は「ラスキンの思想は社会主義思想とは無縁の、旧社会より引継がれた人道主義のひとつに過ぎない」とする趣旨の批判を行なったが、この批判は社会主義思想に共鳴し身を挺して社会改革運動の実践に参加しようとしていた河上にとってラスキン研究への情熱を挫折させるのに充分の威力があったからである。

河上は1924年（大正13年6月17日）に榎田に送った書簡で言う。

「『資本主義経済学の史的発展』は、私の頭がシッカリせぬうちに……ああいふ構造ができあがったので、その構想の骨子は畢竟、貧乏物語時代にあるのです。それでグズグズしていると、あれは出版する気がなくなりそうなので、そうならぬ前に、ともかくああいふ風にまとまったから、何かの役に立とうと思って、世に公にしたのです。……あなたの御批評により、それが幾分でも私にはっきりして来るだろうと思っております。」と。そして、後に河上と榎田の書簡集を刊行したとき、河上は、この手紙の〔註〕に次のコメントを付け加えている。「『社会主義は闇に面するか光に面するか—河上博士著『資本主義経済学の史的発展』にかんする一感想』……は榎田君の力作の一つで、私はそれを読んで一本参ったといふ気持ちのしたことを覚えている。」¹¹⁾

この書簡集の7月1日付け書簡へのコメントでは、河上は当時、櫛田の批判に「タチタチの有様」であって、櫛田は河上宅を尋ねてきては議論をもちだし、「多年書見用にしてみた大きな机の上を拳でトントン叩きながら、私の説を攻撃されたものである。拳で机をトントン叩かれた其の有様が今尚ほ私の眼底には髣髴として浮んでくると同時に、その勢いの前に私がタチタチとなった当時の心持もまた、未だに忘れられずにゐる。——この時代に私が櫛田君から受けた刺激、それなしには私はその後到底マルクス主義の真の理解に到達し得なかったであろう」(同上、145ページ)と述懐している。

第2次大戦後、「本有価値」という語で、この語を再生させたのは、1958年にラスキン『ムネラ・プルウェリス』の翻訳と解題を試みた木村正身であった(J. Ruskin, *Munera Pulveris, Six Essays on the Elements of Political Economy*, Preface, 1971., 木村正身訳『ムネラ・プルウェリス』関書院, 1958年)。1970年代以降になると欧米の環境経済学の文献のなかに、intrinsic value が姿を表わすようになり、1990年代には日本やイタリアの文化経済学の文献にも登場するようになる¹¹⁾。

このような経緯のある概念を改めて評価し、現代経済学の基礎にしようというのが、この論稿の提案であった。

VI 展望——価値理論における固有価値の位置づけをめぐる——

ラスキンの固有価値の概念は、上の文章でみるかぎり、固有価値を担う財を購入し、所有することと、それらを楽しむことで人間の諸機能を発達させることとを明確に区別している。この区別はサミュエルソンら顕示選好学派が「財を購入することは欲求を充足したことと同じである」という前提を設けて経済学を

11) 「河上肇より櫛田民蔵に送る書簡集」杉原四郎、一海知義編、全集第24巻、岩波書店、1983年、142—143ページ。

12) このような試みとしては、池上惇『経済学—理論・歴史・政策—』青木書店、1991年、同「文化経済学のすすめ」丸善ライブラリー新書、1991年、同「生活の芸術化—ラスキン・モリスと現代—」丸善ライブラリー新書、1993年参照。

構築したことを考えると、財の購入と享受との区別は、彼らには欠けていた消費者主権の新しい視点である。また、マルクスが使用価値の分析において指摘しつつ充分には展開していない領域である。この区別を導入すれば人間の享受能力が高まれば財の固有性がより十分に活かされるばかりでなく、より高い質をもつ固有価値や特性を求めて生産者の供給能力や生産能力の高度化を促すに違いない、という新しい視点が産みだされる。社会内の分業をこのような視点から把握すれば、生産者主権と消費者主権の相互関係を視野に収めた経済学を構想することができるであろうし、現代の協同の運動が創りだしてきた産直や環境保護、さらには、製造物責任制度に象徴される「商品の背後にあるもの」を視野に収めた経済学が成立しうるであろう。

さて、固有価値論の価値論への導入は、どのような点で、従来の価値観の変化と発展を促すのであろうか。

1) 固有価値は、自然価値そのものもつ固有の性質と、この固有性を活かすノーハウという二つの要素と、それらを結合する労働の成果を意味する。この労働は疎外されない本来の人間の生命活動としての労働の結果である財とサービスを意味し、広い意味では、使用価値を造りだす労働の一種である。固有価値は消費者や生産者の人間ネットワークと不可分な概念であって、「ひとりみんなのために、みんなはひとりのために」という協同的な人間関係なしには成立し難い。

2) あらゆる財やサービスは、固有価値によって究極的に質を規定され、固有価値に規定されない財やサービスは一時的には生産力を進歩させたとしても、長期的には「土地（資源・環境・エネルギーなど）と人間の反逆」によって生産力の発展を制約される。この意味では固有価値論は自然の資源や環境の有限性を認める。

3) 財の生産にあたって固有価値を活かすノーハウに基づくか、どうか、は、そのノーハウに基づいて行なわれる労働が「疎外されない労働」となるか、「疎外された労働」となるかの分かれ目となる。

4) 疎外された労働を生みだす設計は利潤最大化原理に規定された社会関係の反映であり、複雑ではあっても単純な人的エネルギーの支出に還元されて評価されたり、貨幣額で評価された売上高増加額や利潤増加額と賃金支払増加額の対比によって測定される。これに対して、疎外からの回復をもたらす「固有性を活かしたノーハウ」は私的利益と公共性の調整過程や非営利的で公共的な動機に規定された社会関係の反映であり、より少ないエネルギーの支出によって、固有価値を担う財やサービスを効果的に生産するシステムを生みだす。

5) 疎外された生産物の消費過程は、利潤最大化の単なる手段とされる労働資源の再生産過程に過ぎず、消費は労働者の生存本能に任せても遂行される。従って、この視点からは独自の消費過程の研究は困難である。しかし、固有価値の消費過程は、固有価値の享受(受容)能力と密接に結び付いており、単に市場で財が購入されたからと言って、固有価値が消費されて消費者の生命の発達に貢献したとはいえない。そこで、固有価値の消費過程を、人間の生命活動の発達過程のひとつとして考察し、消費者が生産者に対して、「固有価値への欲求」をもち、その欲求を他の欲求とともに市場と消費過程で実現する様式を経済学の独自の対象とせざるをえなくなる。これは、生産者の主権の側から、労働の疎外からの回復を考察するだけでは経済学の展開は不十分であり、消費者の主権の問題をも視野に収めて経済学のなかで適切に位置付ける必要があることを示唆する。そこで、労働の疎外からの回復は、労働過程における「労働の人間化」と消費過程における「消費の人間化」によって達成されうる。