おまけ

週刊読書人

1997年（平成9年）7月25日（金曜日）

思想のミニマリズム

橋爪　大三郎著

橋爪大三郎の社会学講義2

新しい社会のために

社会問題への積極的な発言

そのスタンスにちょっとした違和感が

小阪修平

ぼくは以前から橋爪大三郎の文体に、倫理的な断念の明晰さとでもよべる質を感じてきた。それは余分なこと、たとえば「自己」のような決着のつかない問題を考えない決意のようなものである。だが、その質は橋爪が社会現象全般について積極的に発言するようになってどのように変化しただろうか。

『社会学講義』の続巻である本書では、社会問題について発言しようとする橋爪の積極姿勢が特に目立っている。扱われているテーマは大学の改革から宗教、破防法、そしていま岐路にさしかかった日本の進路にまでおよんでいる。それは、「日本は、むずかしい場所にさしかかったと思う」という認識が橋爪をつき動かしているからだ。だが、これまでの本にくらべこの本は、問題点とちょっとした処方箋の羅列としてしかぼくには読めなかった。それは橋爪が考えた「結果」のみを見せているからだろうが、啓蒙書という性格か、そのプロセスがぼくにはよく見えなかったからだ。むしろ現実的な諸問題に目をつぶらない市民主義といった政治的スタンスが見えてくる。

そういった橋爪の方法は、「思想のミニマリスト」ということばで表現されている。思想は思想自身に魅いられるためのものではなく、「自分が生きていくために、多くの人が共に生きていく」ためのものである。だから「シンプル・イズ・ベスト。思想は、単純な方がいい」、これが橋爪の言う思想のミニマリズムの中身である。この立場は同時に、異質な他者にたいして思想を開くといった橋爪の決意に裏打ちされている。

だが、そういったミニマリズムがどれほど共有のものとして成立可能なのか、それはどこかで社会を抽象的な諸個人の交通関係としてとらえる、理念的な市民社会の発想に移行してはじめて成立するのではないのか。ぼくにはそういう疑いがある。もちろん橋爪には、個人の思想を展開しているのではなく、社会学という知識の累積を、応用しているのだという自負が背景にあるだろう。『社会学講義』が「日本語で社会学するための」本であったとすれば、この本は日常だれもがつかう用語で社会を科学的に解明しようとした本だと橋爪は言う。だが、社会を「科学的に解明する」とはどのようなことだろうか。ぼくには、社会学が累積してきたこと、思想が、だからといって共通のものにはなかなかなりがたいことの間をどういうふうにつないでいけばよいのか。物事の過剰な意味づけを断念し、日常的な現実、あるいはぼくたちが生きていくうえで前提としなければならない「現実」に立脚するというのはたしかにひとつの方法ではある。そういう橋爪の勇気と努力を評価しないわけではない。だがこの本のなかで気になったところがあった。

たとえば、橋爪は将来予想される南北対立を念頭において、「先進国の気弱な若者たちが、気の迷いですがりつくタイプの宗教など、わたしにはどうでもよい。わたしが興味があるのは、人口爆発に苦しむ地球で、軽すぎる生命にまっとうな意味をあたえるために、必死で編み出される宗教だ」と言う。たしかに地球の将来を考えるといった立場に立てば、橋爪の言うとおりだろう。だが、こういったスタンスは、たとえ結論が出ないとしても考えるべき問題を考えるべきだというぼくのスタンスとは異なる。このちょっとした違和感は、どこかで、個人レベルの意味だけではなく、制度的な意味のレベルをどうとらえるか、そのための視線をどういうふうに設定するのかという問題にもつながっているはずだ。最後に、この本にはアジアという課題が底を流れているということも評価しておきたい。（こさか・しゅうへい氏＝哲学専攻）

A5判・394頁・2000円
夏目書房
4-931391-24-9

★はしづめ・だいさぶろう氏は東京工業大学教授・社会学専攻。東大大学院博士課程修了。著書に「言語ゲームと社会理論」「はじめての構造主義」「冒険としての社会科学」「民主主義は最高の政治制度である」「橋爪大三郎コレクション（全3巻）」「性愛論」など。一九四八（昭和23）年生。

『ANNUAL REPORT OF THE MURATA SCIENCE FOUNDATION NO. 10　1996　年報』　1997. 1. 発行　1997-16

pp. 255～258　財団法人村田学術振興財団　*The Murata Science Foundation*

変貌する現代中国の消費文化と、日本の影響

Changing Consumption Culture of Modern China And Japan's Influences On It

951208

代表研究者　東京工業大学工学部 教授　橋爪　大三郎　Daisaburo Hashizume, Tokyo Institute of Technology

共同研究者　天津社会科学院 日本研究所 教授　周　啓乾　Zhou Qigan, Tianjin Academy of Social Science

共同研究者　天津社会科学院 日本研究所 副教授　張　健　Zhang Jian, Tianjin Academy of Social Science

共同研究者　天津社会科学院 社会学研究所 所長・教授　潘　允康　Pan Yunkang, Tianjin Academy of Social Science

After Dong Xiaoping's Opening and Reform Policy which started in 1979, China has been making an outstanding economic progress, which is supported by the strong demands of consumers for new commodities and import products. We can know much about the future trends of Chinese economy if we have detailed data of consumption of Chinese households. But these data were lacking before.

So we made a sample survey of Chinese consumers (300 households) in Tianjin, and got interesting first-hand results which were very useful to the researchers in this field. Some of the results are: (1) although most of the Chinese consumers regarded Japanese goods are superior to domestic goods in design and quality, they answered they love to use domestic goods if it is possible, (2) they are very willing to buy relatively expensive commodities like airconditioner and personal computer, (3) some goods like pocket-bell or TV-game machine are more popular among them than expected.

Our data show a typical consumer's situation in the city, but in villages the situation might be totally different. We would be very happy if we can continue these survey at different places and different times and can compare them. But at least our research is the most detaild survey of Chinese consumers for the moment, and even only from it we can see that the Chinese market has been matured very much in these several years.

研究目的

改革開放以来の15年間を、中国経済は年10％以上の驚異的な成長率で突っ走ってきた。この事実は、旧ソ連・東欧諸国の低迷と比較すると、一段と際立って見える。現在、日本、NIES 諸国、中国を加えた東アジア経済圏は、世界経済に圧倒的な存在感をもって登場しつつある。

中国の順調な経済成長は、旺盛な国内消費の伸びに支えられている。特に、都市・農村を通

じての個人消費の伸びは著しく、わずか10年足らずのうちに、主な家電製品はあらかた普及し、クーラー、自動車、高級ブランド商品も飛ぶような売行きをみせている。国営企業の赤字、エネルギー・資源などのネック、インフラの未整備、貧富格差・地域格差の増大、失業不安、流動人口の増大といった問題を抱えながらも、中国経済が発展を続けるのは、こうした消費→投資の良循環が続いているからだ。

この国内消費を牽引するものとして、欧米や日本、香港台湾などをモデルとする、消費文化の流入がある。ここ数年に限っても、大都市の目抜き通りには外資系のデパートや大型商店がつぎつぎ開店し、外資企業も続々と進出している。こうした外来の消費文化がいかに受容され、現地に根づいていくかによって、今後数十年の東アジア経済の動向を占うことができる。

中国の消費形態は、外国の影響を受け、変容しつつある。たとえば、豆腐を生で食べる習慣はなかったが、日本のメーカーが無菌豆腐の工場を建設した天津では、冷奴が一般化した。福神漬も好まれている。こうした影響は、中国の消費構造を外国と近づけ、均一化する方向に作用する。

いっぽう中国の消費文化は、他国に比べて著しい特徴をもっている。たとえば、エンゲル係数がきわめて高い。これは、住宅費、医療費、税、社会保険料、教育費などが家計によって負担されていないため、とも考えられるが、食事に費やす手間と費用は、日本の一般家庭の比ではない。

こうした消費文化の動向、特に、地域別・階層別の具体的なデータ（消費者の意識、広告の効果、接触するメディア、消費動向など）は、ほとんど知られていない。そこで本研究は、中国での社会調査（主要数都市、ならびに農村部数カ所を調査地に予定）を実施し、統計的な解析を加えるいっぽう、日本製品、日本の消費文化に対する知識、日本に対するイメージなどをあわせて調査し、中国と日本の経済関係の今後についても予測することを企画した。

こうしたテーマは本来、多くの研究機関や学者が参加する大規模な調査を必要とするが、中国の物価の安さを考慮しても、今回の研究費では十分な調査地点をサンプルを確保するのはむずかしい。そこで今回の計画を、数年後に本調査を実施するための、パイロット調査と位置づけている。

概　要

1979年に鄧小平の指導のもと、改革開放政策がスタートして以来、中国は連続20年近くにわたってめざましい経済成長を続けており、社会の変貌もいちじるしい。

中国の経済成長は、農業改革に始まり、生産意欲を刺戟された農民が食糧を増産、大幅な所得と消費の伸びを生み出した。そのあと、沿海地区につぎつぎ経済特区を設定、外国の資本・技術と結びついた企業群が成長の牽引力となった。それを支えたのが、急増する輸出と都市部の旺盛な消費であった。中国の今後を占ううえで、消費の動向は最重要なファクターのひとつである。

今回の調査は、中国の三大直轄市のひとつである天津で、300サンプルの家計調査を実施。所得・家族構成・住居などの基本データに加えて、代表的な消費財の保有状況や、国産品/外国製品への評価、今後の購買計画、階層帰属意識など、消費単位である家計の今後の動向を予測するうえで基礎となるデータを、アンケートによって調査した。

天津は、上海ほど消費ブームの頂点にあるわけではなく、北京ほど優遇された政治拠点でもない。その点で、今回の調査は、平均的な都市住民の実態を反映したものである。

調査結果のおもな点をのべると、まず、基本データから明らかになったのは、都市のインフラがまだ未整備なこと。アパートや戸建ての住宅に、多世帯が同居している例も少なくない。世帯あたりの床面積は、平均でわずか30平方メートル弱となっている。

家財の保有状況では、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、自転車、扇風機がほぼ全世帯に普及している。ビデオ、電話、システム家具が約半数の世帯に。ポケベルが20％を越えている点も注目に値する。パソコンはまだ１％をやっと越えたところである。

商品を選択する動機では、大部分の回答が価格と品質をあげており、国産か輸入品かはほとんど重視されていない。しかし、輸入品、とくに日本製品には、デザイン、品質、機能、実用性などの点で、高い評価が与えられている。また実際、テレビ、ビデオ、楽器、カメラ、エアコンなどは多く保有されており、日本製品は輸入品の代名詞となっている。いっぽう、国家としては消費者は中国を好んでおり、日本は必ずしも好まれていない。これを解釈してみれば、日本文化、特に工業製品が中国家庭に浸透して、もともとよくなかった日本に対するイメージを、少しずつ改善しているところ、と考えることもできるかもしれない。

今後の消費動向については、意欲的な調査結果が目をひく。多くの人びとが、子供の教育やパソコンにより多くの消費をふり向けたいと回答しており、エアコン、電話、高級家具、ステレオ、電子レンジといった耐久消費財も人気を集めている。所得がのびさえすれば、ひき続き順調な消費ののびが期待できると言えよう。

これらを総合すると、① 中国の消費はまだ成熟しておらず、所得の伸びに連れて上級消費財がつぎつぎ需要されるという拡大のプロセスにある。② そのなかで外国製品、とくに日本製品が、デザインや性能の面で消費をリードする役割を果たしている。③ 順調に拡大する市場経済に人びとは満足しており、政治的な変化よりも安定を望んでいる。④ ただし住宅や社会保障、教育費など、十分に市場化していない費目も多く、家計が西側諸国のような合理性をそなえているか、疑問も残る。

今回の調査は、着実に拡大を続ける中国の「社会主義市場経済」を、家計レヴェルでそのミクロ的な基礎から明らかにする点で意義があったが、中国経済の全体を推測するに足るものではなかった。すなわち今後は、調査対象を中国全土に拡大し、都市に加えて農村部の消費動向を検討する必要がある。今回は、その予備調査として、十分意義のあるものだった。中国市場に進出する日本企業にとっても、今回の調査結果はきわめて有用であると信じる。

今後の研究の見通し

資金の制約から、今回の調査は天津市の300世帯を対象にしたアンケート調査にとどまった。このデータをより一般性のあるものにしていくためには、① 天津以外の主要都市や、大都市以外の中小都市、都市部以外の農村地域についても、同様の調査票によってデータを収集する、② 同じ設計の調査票を用いて、異なる時点の調査を反復的に行ない、時系列データを構成する、③ 国務院の消費動向調査と連動させ、マクロな消費関数の推測値を補強する手段として今回のデータを活用する、などの展開が考えられる。

さらに、興味深い論点として、中国特有の被調査者のフェースシート・データ（たとえば、国営企業/集団企業/民間企業/合弁企業/株式企業/郷鎮企業……といった企業形態の種別、一世帯独居アパート/複数世帯同居アパート/一戸

建て/長屋/……などの居住形態の種別、など）が、消費財の保有状況や消費動向に影響しているのではないか、ということがある。現在、調査票を一つひとつ詳細に吟味中なので、クロス集計結果がまだ出る段階になっていないが、これが裏付けられれば、こうしたパラメータと消費動向のあいだに密接な関係がみつかる可能性がある。この関係を踏まえれば、中国の住宅事情や企業雇用形態の変化にともなって、消費形態がどのように変化するかもかなり正確に予想できよう。

もうひとつの論点は、広告との関連。中国の広告ビジネスはまだ初歩的な段階にあり、消費に及ぼす効果も未知数である。しかも、流通の問題から、経済が省ごとに閉じている傾向がある。広告が、消費を開拓するほどのパワーを示すようになれば、日本の広告関係の調査データと、対照できる調査が可能になろう。

いずれにしても、中国の消費動向調査は、まだ緒についたばかりである。今回の調査・研究が、今後の確かな一歩になったことで満足したい。

本助成金による主な発表論文、著書名

1) 潘　允康、関　穎、李　強「九十年代消費備忘録—消費社会的反光鏡」『天津日報』1996年２月７日号

島森　路子　評

橋爪大三郎の社会学講義　2

橋爪大三郎著（夏目書房・2000円）

日本という国を構想する道筋を示す

『社会学講義』に入る前の、文字通り「講義にはいる前に」と題した前書きの冒頭で著者は書いている。「日本はむずかしい場所にさしかかったと思う」。

おそらくこれは、この時代を生きている多くの人の実感だろう。時代は、日本は、あきらかに大きな曲り角を曲がった。それに伴うさまざまな矛盾や問題も吹き出している。が、そういう事態の前で、私たちは手もなく立ちつくしている。一つひとつの事態が、きわめて具体的で緊急な、そのくせ長期的視野を含んだ判断を私たちに求めている。にもかかわらず、この判断と決断が一人ひとりにとって容易ではない。政治家や官僚や企業家や、あるいは知識人といった国のリーダーたちだけの問題ではない。それと同時に、私たち自身の直接的でさしなまの問題になってきているところが、この時代の、この日本のやっかいなところである。なぜ、こんなことになったのか。

二年前に出された『橋爪大三郎の社会学講義』に続くこれは第二弾なのだが、前作同様ここでも橋爪の「講義」は、きわめて明解で筋が通っている。

なぜ、日本株式会社はうまくいかなくなったのか。なぜ、日本人はここまで自信をなくしてしまったのか。なぜ、日本人は自分の歴史を見失ったのか。過去の台湾、朝鮮統治に対して、私たち日本人はどう考えればいいのか。憲法は？　日本の安全保障は？　危機管理は？　大学（教育）は？　私たちの生活は？

そうしたさまざまの命題、本質的で同時にジャーナリスティックでもある命題に、著者は、まっすぐに向かい合う。問題のもとのところ、その依ってきたるところに立ち返り、その地点から、現在の問題をわかりやすく解きあかそうとする。むろん、ここに全ての答が用意されているわけではない。そうではなくて、私たちが答を見つけるための道筋が、そのための基本的なスタンスの取り方が、だれでもわかる言葉で提示されている。

社会学者である著者は、第一の講座を「社会科学を学びたいあなたへ」と題して、社会学とは何か、その学問としての歩みから解きあかすのだが、そこには豪快の塔（古いコトバ）にこもりがちな学問を、現実の私たちの生きている社会の中で生かす方法を見つけたい、それができてこその〝社会学〟だ、という思いがひそんでいるようだ。というわけで、こういう混迷した時代、転形期にこそ、学問は学問として自己完結するのでなく、むしろ時代をリードするような形でジャーナリスティックな働き（役立ち方）をしてほしい。

だからこれは、まるで学生に与える書といった体裁は取っているが、実は最も今日的な、さらにいえば未来的な、この日本という国を構想していくための手がかりをともに考えるための論考集である。

「現代の日本人は、精神的に未熟である。そう思えて仕方がない。それは、一人ひとりの人格のなかに、個人としての自己と、国民としての自己とが、独立して存在していないからである。別の言い方をすれば、両者を関係づけるはずの歴史をわれわれが喪失い、個人と国民を同時に自己のなかに抱えておくことができないでいるからである。歴史を失うということは、文化を失い、国家を失い、人間の尊厳を失うということなのだ」

いかえれば、これは、もう一つの日本人論であり、まともな日本人になるための入門書、といっていいのかもしれない。

おまけ　毎日新聞　1997年（平成9年）6月15日（日曜日）

新刊本・いろ・いろ・紹介