

論文

B. マンデヴィルの消費論

——『蜂の寓話』を中心に——

鈴木 康 治*

1. はじめに

B. マンデヴィルの主著である『蜂の寓話』には、「私人の悪徳、公共の利益」という有名な副題が付されている。同書が、発刊当時から数多くの社会的非難を浴びることとなった理由も、この副題によるところが少なくない。同書に向けられた世間的非難の中には、このような副題が付いているというだけで、同書を不謹慎、または不道德な書物であると決めつける類いの批判もかなりあったらしく、さらには、そうした世間の悪評を伝え聞いた人々がそれを鵜呑みにして同様に批判をするということもあったらしい。つまり、同書への一般的な批判の多くは、よく内容を吟味した上での道德論からする論理的批判であるというよりも、むしろ多分に感情的な要因から生じた嫌悪や拒絶反応という面が強かったといえよう。

マンデヴィル自身も、同書への世間的な非難が多くそうしたものであることを認識していた。実際、マンデヴィルは『蜂の寓話』1724年版以降の「緒言」で、本書は「これを一語も読んだことのない何千という人々によって非難された」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 9) と書

いている⁽¹⁾。クレオメネスとホレーショという2人の人物による対話篇として続刊された『蜂の寓話』第2巻の展開は、いかにマンデヴィルが的外れの批判に困惑していたかが示唆されていて興味深い(Mandeville, [1729] 1924=1993)。

『蜂の寓話』第2巻の中で、マンデヴィルの代弁者役であるクレオメネスは、友人であるホレーショになんとかして『蜂の寓話』を読ませようとする。しかし、ホレーショは世間的な悪評を鵜呑みにして同書を毛嫌いしており、なかなか読もうしないという設定になっているのである。話の筋としては、クレオメネスがそんなホレーショを説き伏せ、なんとか読ませることに成功する。そして、一読後にホレーショが『蜂の寓話』の内容について生じた疑問点や批判点にクレオメネスがことごとく答え、その説明に納得したホレーショが最終的に同書の主張を受容するところで対話は終わる。しかし、実際は、ホレーショのように『蜂の寓話』を手にする人の数は多くなく、たとえ読んだとしても、その内容の真意を汲み取ることできた人はまれではなかったかと容易に推察されるだけに、こうした第2巻の展開は、かえって当時の批判の多くがいかに同書の真意とかけ離れたと

*早稲田大学大学院社会科学研究所 博士後期課程6年

ころでなされていたかということや、そうした批判が一人歩きするような状況に対する著者マンデヴィルの閉口ぶりが窺えるというものである。

このように、社会的非難を集め、マンデヴィルおよび『蜂の寓話』を悪名高きものとした「私人の悪徳、公共の利益」という言葉ではあるが、この言葉こそマンデヴィルの一貫した社会観を支える中心思想でもある。それは、たんなる諧謔趣味から書かれた逆説的表現でもなければ、社会分析における、いわゆる合成の誤謬に対する警句を表する意図をもって掲げられたわけでもない。

『蜂の寓話』の直接的な目的は、マンデヴィル自身がその序文中で述べているように、「この寓話の主意は……勤勉で、富裕で、強力な国家で見られるこのうえなく上品な生活の慰安をすべて享受しながら、それと同時に、黄金時代に望みうる美德や無垢をすべて恵まれることはできない、ということを示す」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 5) ことであった。もちろん、『蜂の寓話』に先立ち、匿名のパンフレットとして発表された風刺詩『ブンブンうなる蜂の巣』のねらいもそこにあった。その際に風刺詩という表現形式を採ったのは、ひとえにその主意を人々に、効果(印象)的に訴えるための手段としてである。それはなにも、人間行為の動機が悪徳や低俗であることを暴くことで、特定の階層や身分、職業の人々を嘲笑したり、貶めたりする意図からではない(Mandeville, [1714] 1924=1985: 4)。だからこそ、マンデヴィルは次のように書いたのである。すなわち、

わたくしには悪徳をすすめる気などまったくなく、不浄の罪が一掃できるものなら、国家にとってはいいようのない至福であろうと考える。だが、そんなことは不可能ではないかと思う。ある人々の情念はあまりにも激しく、どんな法律や教訓によっても抑制できないのである。そこでいかなる政治においても、大きな不都合を防ぐために小さな不都合をがまんするのが知恵なのだ(Mandeville, [1714] 1924=1985: 90)。

こうしたマンデヴィルにとって、「私人の悪徳、公共の利益」という表現は、人間社会におけるひとつの摂理ともいえるものであり、別言すれば、それは経験的な一般命題として捉えられた社会のメカニズムを示すものであった⁽²⁾。マンデヴィルは、「部分はすべて悪徳に満ち、しかも全部が揃えば一つの天国」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 19) と詩中において示したこと、すなわち、人口が多く、富裕で強大な国家が成立・繁栄し得る社会的メカニズムの秘訣を提示し、その作用の人知を越えた巧妙さを伝えたかったのである。

このマンデヴィル思想の根幹を明らかにし、それを高く評価したのがF.A.ハイエクである。ハイエクは自らの主張である「自生的秩序」や「反合理主義」に基づく個人主義的思想的源流としてマンデヴィルを位置づける⁽³⁾。そして、マンデヴィルの思想は「進化と秩序の自生的形成という双生児的観念についての近代思想上の決定的な突破口を開いた」(Hayek, [1966] 1978=1986: 102) とまで、ハイエクは述べるのである。「社会というじつにうるわしい機構が、もっとも卑しむべき部分から築きあげ

られるのを助ける、政治的な知恵の驚くべき力をほめたたえる」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 4) とは、『蜂の寓話』のマンデヴィルの言葉である。ハイエク的なマンデヴィル解釈に従うならば、こうした言葉に裏打ちされたマンデヴィル思想の最大の関心事とは、「人間が自らの選択によって、また自らの動機から発して、他のすべての人々の必要にできるかぎり多く貢献するよう導かれることが可能なような一連の制度を発見すること」(Hayek, [1949] 1976=1990: 15) なのである⁴⁾。

本稿の主題は、マンデヴィル体系を消費論という視点から捉え返してみることである。本稿の試みを約言するならば、『蜂の寓話』を再検討することで、その消費に関する諸論点を析出・再構成し、マンデヴィルの消費論とは重商主義期の奢侈擁護論であるとの従来の見解を見直すための手掛りを提供することである。そのとき、以上のようなハイエク的なマンデヴィル解釈を受け入れ、社会の自生的秩序観をマンデヴィル体系の根幹に据えるならば、その消費論的所説についても、この同じ視点から整合的に捉えられることが分かるであろう。なぜなら、マンデヴィルが『蜂の寓話』において描出した社会像とは、自らの欲望に従って自由に行為する消費者としての諸個人を基礎に据えた市民社会の姿であったのだからである。

2. マンデヴィルの消費論と豊かな社会

2.1. 豊かな社会としての蜂の巣

マンデヴィル体系の特徴は、その考察対象が富裕かつ強大な国家(政治体)としての、市民社会であるということである。田中の言を借り

るならば、マンデヴィルの社会分析とは「もともと市民社会とそこに生きる人間分析であり、かれの解明すべき課題であった私益と公益との調和は、なによりも経済を基礎とする問題」(田中, : 188) であった。そして、もし人々が市民社会的な繁栄、すなわち、商工業などの経済活動や軍事力に支えられた物質文化的豊かさを望むのであれば、そうした繁栄をもたらす諸々の社会的行為については、行為動機に関わる道徳的規準からそのよしあしを判断するのではなく、当該行為の行為連関における機能主義的有用性を見定める必要があるとするものである。マンデヴィルにしてみれば、物質文化的繁栄という幸福は、強欲や放蕩・自負・羨望・野心などの悪徳がなければ達成できないものであることを『蜂の寓話』の中で十分明確にし得たと考えていた。よって、「私人の悪徳、公共の利益」ということについても、その因果性をめぐる道徳論議はまったくその論点ではなかった。マンデヴィルにとっての論点とは、「それが正しいかどうかでなく、この幸福が可能なただ一つの仕方では得るに値するかどうか、国民の大半が悪徳でなければ味わえないようなものを希求すべきかどうか」(Mandeville, [1729] 1924=1993: 116) という点にあったのである。

市民社会の物質文化的豊かさは、詩中においてこのように描かれている。すなわち、

こうして悪徳は巧妙さをはぐくみ
それが歳月と精励工夫とに結びついて、
たいへんな程度にまで生活の便益や
まことの快樂や慰安や安樂を高め、
おかげで貧乏人の生活でさえ以前の金持ち

よりよくなって
何不足ないというほどだ (Mandeville,
[1714] 1924=1985: 22)。

こうした豊かさは、不断の経済活動の結果として実現するのであって、決して「浪費や節約についてのつまらない規制」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 180) から生じるものではないとマンデヴィルは述べる⁽⁵⁾。確かに、個々の家計においては、節約や節約という富の節用は、財産を増やすもっとも確実な途であるかもしれないが、その同じ方策は国家全体の富裕化にはあてはまらない。なぜなら、それは個々人の意思的な努力の次元の問題ではなく、社会制度次元の問題であるからである。社会の個々人は、その性向においてさまざまであり、しかもそうした性向が個人的意思として自発的に変わる可能性はないに等しい。ある国民がより浪費的であるか、節約であるかは、その国民がおかれている環境、すなわち社会的諸制度のありよう(組み合わせ)によって決まるのである。しかも、そうした諸制度やその組み合わせを、人々は認知的あるいは設計主義的に構築することはできず、歳月と精励工夫のみがそれを成形することができる。マンデヴィルは考えるのであるから、つまるところ、それは、ある社会(国家)の消費水準に対する規制と、その社会の富裕化との間には正の相関性は見られないという主張である。富裕な社会にあって節約を奨励することは経済政策的には無益であり、自由な消費を阻害する節儉の生活によって、かえって富裕な社会に適合的な諸制度の働きを歪める結果となってしまう可能性もある(上田, [1950] 1987: 109)。社会が質素であれば、それ

に見合った節儉的な消費が趨勢を占めるであろうし、逆に、豊かな社会では奢侈的で、濫費的な消費が顕著となるであろう。つまりは、それぞれの社会には、その社会(の諸制度)に見合った消費形態や消費水準が自ずと形成されるものであるというのがマンデヴィルの主張である。それゆえ、マンデヴィルにしてみれば、豊かな社会を希望し、また現にその社会経済的な恩恵を享受しつつ生活をする人々が、豊かな社会に適した消費の形式や水準に対して、それを道徳的理由から批判することは、まさに撞着的空論であった。

2.2. 豊かな社会の消費者像

マンデヴィルの描いた豊かな社会、それは17世紀後半から18世紀前半におけるイギリス社会の姿である。そこでは、人口が稠密で、生産過程にあっては社会的分業が発達していた。一方、消費生活の面については、国内外の活発な商業活動のおかげで、多様な奢侈品・便益品が豊富に市場に供給されており、上・中流層から一部の労働下流層をも含め、階層を問わない多数の消費者が形成されることで、大衆消費的様相をも覗かせつつ、幅広い社会層からなる市場購買型の消費が現れていた。しかも、その消費者像は画一的ではなかった。新たな消費財が幅広い層の人々に利用可能となる中、階層的背景に応じた消費のヒエラルキーも新たに生み出され、その結果、多様な消費類型が見出されることとなったからである。ここに、物質主義的な指向性を有する消費文化が成り立つ素地も作られたといえるであろう。

マンデヴィルは生産と消費の両面にわたる人々の活発な活動ぶりを、詩中ではこのように

書いている。すなわち、

蜂の大群が多産の巣にむらがり
かえってそのために繁栄していた。
おたがいの欲望と虚栄とを
満たそうと何百万もが努力し、
一方ではさらに何百万もが
製作物の破損に一生懸命である。
働き蜂と消費蜂とが持ち合いの世の中だが
仕事が多くて手が足りない (Mandeville,
[1714] 1924=1985: 13)。

ここで留意すべきは、「製作物の破損」に精を出す人々ということでマンデヴィルが想定している消費者像についてである。それが、上流の裕福な消費者層のみを指したものではないことを明確に認識する必要がある。そのことは、まず詩の文脈に照らして明らかである。詩篇「ブンブンなる蜂の巣」は二行連句の形式になっており、その中には対句表現をとる箇所がある。「製作物の破損」の部分がまさにその対句表現になっており、「製作物の破損」と意味的に対句になっている部分は、「おたがいの欲望と虚栄を満たそうと」生産に従事する分業の発展ぶりである。つまり、「製作物の破損」を含む章句は、生産に対比される事項でなくてはならず、それは必然的に消費一般ということになる。

したがって、マンデヴィルが「製作物の破損」として表現したものは、A. スミスの意味における、不生産的労働人口を指したものとするのが妥当な解釈であると思われる⁽⁶⁾。物質的富の増加に直接的に寄与しない家事使用人や官僚、政治家などのサービス労働従事者、商人

層ならびに、まったく生産に寄与しない有閑層などの不生産人口が、「製作物の破損」ということでもっぱら消費に専心する人々の主な内訳である。もっとも、マンデヴィル自身は生産的労働と不生産的労働という労働の二分法的区分を明示的に述べてはいないため、それは他の記述からの推測の域を出ないものである。けれども、マンデヴィルの国富概念の規定を鑑みるに、おそらくマンデヴィル体系には暗黙裡にこうした労働の二分法が前提されていたと考えてよい。なぜなら、マンデヴィルにおける国富とは、ここに「製作物」として示された物財のことであり、その源泉は労働と土地の生産性であるとマンデヴィルは明確に述べているからである。「あらゆる社会の享楽は、大地の実りと国民の労働にもとづく」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 180) と述べるマンデヴィルにとって、国富の増大、すなわち国民の富裕化とは物財的豊富さに帰着する。それゆえ、マンデヴィルの意味での生産人口とは、物財および物財加工の付加価値の増大(可能性)過程に直接的に関与する人口のこととして理解される。他方、物財生産に直接に寄与しない、その他の労働・有閑人口はすべて、もっぱら物財を「破損」する消費(不生産)人口ということになる⁽⁷⁾。

マンデヴィルの脳裏にあったであろう消費者像は、『蜂の寓話』の歴史的背景を考慮するとき、いっそう明瞭に見えてくる。豊かな蜂の巣がマンデヴィルと同時代のイギリス社会の戯画化であったということ、それはとりもなおさず、消費蜂のモデルが同時代のイギリスの消費者であるからである。マンデヴィルの観察したイギリス社会は、まさに、N. マッケンドリックらの述べる「消費革命」が進行していた時期

である (McKendrick et al., 1982)。そして、この時代の消費場面における特徴とは、外国貿易からの輸入品を中心とする新たな消費財が人口の幅広い層に浸透していったことである (Berg, 1999)。新消費財の多くは、奢侈品や半奢侈品的な性格のものであったが、そうした消費財の新たな需要者は、もはや一握りの上流・貴族階層に属する特権的消費者に限らなかった⁽⁸⁾。というよりも、新しい奢侈財需要の主演は、むしろ中流である新興の商人層であった。ちなみに、スミスは、「利潤が高いと、節約というこの真面目な美德はあらずもがなのもののように思われ、金使いの荒い贅沢三昧のほうがかえって裕福な商人の地位にふさわしいもののように思われてくる」(Smith, [1776] 1789=1978: 381-382(II)) と述べ、重商主義下にあつて特権的な高い利潤率を得ていた商人層の消費生活態度の奢侈的傾向を批判しているが、それははからずも消費生活の中心的存在が商人層であったことを明かしている。新たな消費財が奢侈品とみなされたのは、とりわけ彼ら中流層にとってそれらが奢侈品であったからである⁽⁹⁾。

こうした魅力的な奢侈品消費の隆盛や奢侈品の普及は、それがデモンストレーション効果や流行的作用を伴うことで、さらなる消費を惹起した。裁量所得の多寡に関わらず人々を消費に向かわせる社会的仕組みが生まれたのである。いまや人々は、身分や階層や貧富や性別といった社会的属性区分に関わりなく消費文化に組み込まれていくことで、みな「消費者」とならざるを得なかった⁽¹⁰⁾。それがこの時代の多様な消費者像を形作っていたのである。

3. 豊かな社会の消費論

3.1. マンデヴィル消費論の射程

上述のように、マンデヴィルの消費者像とは一部の富裕な特権的消費者層のことではない。また、マンデヴィルの消費論とは一部の人々の特別な消費行動をあげつらうものでもない。R.メイソンは、「奢侈的消費や顕示的な経済行為は、もはやたんに金持ちだけの放埒として無視することはできず、あらゆる消費者の経済的行為を決定する上で、また国家の繁栄を導く上で、主要な要素であるのみならずなければならない」(Mason, 1998=2000: 17) ことを、マンデヴィルが早くから気づいていた点を取り上げて評価している。マンデヴィルの消費論とは、彼の生きた時代に一般的に見られた消費行為の諸相を反映したもののなのである。

マンデヴィルの消費論の射程は、『蜂の寓話』において次の箇所で見られる。

悪の根源たる強欲

あの呪わしく意地悪く有害な悪徳が、

仕えた相手は放蕩という、あの気高い罪であった。

一方で、奢侈は百万の貧乏人を雇い
いとわしい自負がもう百万雇った。

羨望そのものや虚栄は

精励工夫の召使い、

彼らお気に入りの愚かさ、移り気。

食べ物から家具から衣装から、

本当に奇妙で馬鹿げた悪徳。

それでも商売動かす車輪となる (Mandeville, [1714] 1924=1985: 21)。

ここには、豊かな社会で見られる消費関連的な人々の行為や社会現象が列挙されている。まず、消費行為として、放蕩、奢侈的消費、自負に起因する顕示的消費などがある。他方で、消費に付随する社会現象としては、貧困層の雇用創出、中・下層の精励促進・消費財をめぐる流行サイクルの加速化などが指摘されている。そして、そうした消費の諸相の作用によって、社会全体の経済活動が運行していることが示されるのである。ここでのマンデヴィルの焦点は、あくまで消費の諸相にあるわけであるが、内容的には消費との関連において雇用、分業的生産、労働の精励、というその他の経済事象にも触れている。その上、流行、羨望、虚栄、体裁といった社会文化的事象まで含めることで、マンデヴィルはここで市民社会の多彩な消費生活とその背景とを重層的に描き出しているのである。

それゆえ、マンデヴィル消費論の主眼を（金持ちの）奢侈的消費論に見出し、それを重商主義的奢侈論の系譜とみなす解釈、あるいは過少消費というJ.M.ケインズの論点の敷衍化の中で有効需要論的先駆としての位置づけのみを与えてしまう解釈など、従来のマンデヴィル消費論に対する支配的な見方は、その本質を捉えきれていない⁽⁴⁾。確かに、『蜂の寓話』の中でも奢侈論に関する記述は分量的に厚く、マンデヴィル消費論の中心的な論点であるとはいえる。けれども、マンデヴィルにとっての奢侈的消費とは、豊かな社会であれば自然に観察される社会現象のひとつであり、そこに特別な（経済）政策的含意を認めることのないことは先に確認した通りである。

J. アップルビーによれば、無際限の欲望を

持った消費する動物としての人間像は、1690年代以降の経済思想の文脈から現れてくる（Appleby, 1976）。マンデヴィルもまた、消費する動物としての人間像を社会分析の基礎に据えたひとりであった。E. フンデルトは、マンデヴィルの著作を読んだ同時代人は、彼が近代市民像をなによりもまず消費者として描いた点を理解できず、嘲笑する者までいたかもしれないと述べることで、消費者を中心に据えた市民社会的ヴィジョンを素描し得たマンデヴィルの先見性を指摘している（Hundert, 2003: 37）。マンデヴィルは、人間本性から導かれる種々の情念を行為の原動力として活動する諸個人に対して、分析概念としては未確立ながらも、「消費者」という社会的役割を与えることで、彼らが無際限な欲望を持った新たな市民社会の主役として描き出したのである。『蜂の寓話』の中の人々は、まさに、貴族、諸中流市民、労働者などさまざまな属性的相違があるにも関わらず、消費生活面においては消費者というこの同一的役割を担う一国民として描かれている。マンデヴィル消費論の本質的な点はここに見なければならない。すなわち、マンデヴィル体系に消費論的な意義を付与できるのは、それが、消費者という市民社会における不可欠の新しい役割に人々を再定置し、消費者としての個人と社会との関係性を捉える視点を内包しているからなのである。

豊かな市民社会では、消費者となった個人が商業や産業を需要面から支える機能を果たすということ、それをマンデヴィルの例の逆説的定式に従い換言するならば、私人の悪徳を自由に実践する消費者なくして市民社会的繁栄という公共の利益はありえないということになる。

この消費者という経済的側面からの新しい人間像の把握の重要性は、マンデヴィル以降の社会思想史上において、例えばD.ヒューム、J.スチュアート、スミスなどにより一層明確に認識され、それぞれの近代社会体系の中で中核的な位置づけを与えられていく (Appleby, 1993; 田中, 2001)。マンデヴィル体系にあって、「私人の悪徳」のひとつの社会的体现であった消費者およびその消費欲望は、マンデヴィル思想そのものに対する好悪の態度とは別に、むしろ彼の死後においてこそ急速に、もはやだれもが無視できない論点として浮上してきたのである。18世紀以降、消費者概念の重要度の高まりという社会・経済思想史上の展開に照らしたとき、それは、暗黙裡にマンデヴィルの消費論的先見性を証しているともいえるのではないだろうか。

以上のことから、マンデヴィル消費論の射程とは、たんに放蕩や奢侈など個々の消費事象に対する一面的考察を越えるものであるとする解釈が妥当であろう。消費や消費者を焦点に、市民社会という枠組みにおける多様な社会事象の関係性を考察するという視点をマンデヴィルは持っている。それゆえに、『蜂の寓話』には近代的消費論の先駆としての位置づけが与えられようし、また、マンデヴィル体系に関しては、消費社会論的敷衍の今日的可能性を含んでいるとの見解も多分に成り立つであろう。

3.2. マンデヴィル消費論の主要トピック

マンデヴィル消費論の今日的な敷衍可能性については多岐にわたるであろうが、その中でも、消費社会論との関連からより重要性を持つと考えられる2つの論点を本稿では取り上げてみたい。その2つとは、奢侈的消費論と顕示的

消費論である。

3.2.1. マンデヴィルの奢侈的消費論

マンデヴィルの奢侈的消費論は、ケインズによって、『雇用・利子・貨幣の一般理論』の中で重商主義期の奢侈擁護論の系譜に位置づけられた (Keynes, [1936] 1971=1983: 360-364)。それによって、その後の経済思想史におけるマンデヴィル奢侈的消費論の解釈の方向性も決定づけられてきたといえる。ケインズは、自身の雇用決定論との関係において、マンデヴィルの奢侈的消費論を、過少消費説に立つ有効需要論の先行的議論のひとつとして数えたのである。

だが、マンデヴィルの奢侈的消費論に政策論的な意図はない。それゆえ、ケインズ的なマンデヴィル解釈は、J.ロビンソンなども指摘するように、いささか無理がある (Robinson, 1962=1966: 25)。奢侈擁護論の系譜から、政策論的な含意を引き出そうとする意図のため、それはマンデヴィル消費論の全体はもちろんのこと、奢侈的消費論に関しても、その主眼点を外した一面的把握に止まっている。「私人の悪徳、公共の利益」という、反合理主義的个人主義を基点に展開される市民社会的繁栄をどのように考えるかというマンデヴィル体系の主眼は奢侈的消費論においてもぶれることはない (中野, 1999: 11)。そうしたマンデヴィルにとって、奢侈とは市民社会の一社会現象であり、奢侈的消費による有効需要および雇用の創出は、政策論的な見解ではなく、あくまで社会論的前提であったといえる (Robinson, 1962=1966: 27)。まして、「すごく人口の多い国家において、奢侈に耽るのがその上流層に限られており、ずっと大きな割合を占める大多数は、すべ

てをささえる基礎としての最下層、大勢の労働貧民であるならば、外国品が国家を破滅させるはずがない」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 228) と論ずるマンデヴィル思想が、奢侈的消費を奨励あるいは積極的に擁護したものでないことは明瞭である。したがって、マンデヴィルの奢侈的消費論は、奢侈擁護論であるというよりも、奢侈容認論であるとするのがより適切な評価であろう。

一方、道徳論的な議論ともマンデヴィルの奢侈的消費論は無縁である。マンデヴィルは奢侈の市民社会における社会的機能(有用性)を論じたのである。マンデヴィルの奢侈的消費論は、いわば道徳論的批判の論理的根拠に対する反駁であった¹²⁾。マンデヴィルは主要な3つの論点を挙げて、それらを反駁している。3つの論点とは、奢侈の基準(概念規定)の曖昧さ、奢侈による国民的窮乏化、奢侈による人間性(国民性)の柔弱化についてである(Mandeville, [1714] 1924=1985: 101-113)。

まず、マンデヴィルは、奢侈という語の定義において、それを「人間を生き物として存続させるのに直接必要でないものはすべて奢侈である」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 101) と規定し、この定義の厳格さを少しでも緩和するならば、それはきりがなくなるであろうと述べる。つまり、奢侈の内実とは、時代や場所、人々の身分その他の社会的属性などによって、限定的に規定されるしかない歴史文化的な概念であるということである¹³⁾。奢侈的消費論の冒頭でこのように述べることによって、マンデヴィルは、道徳論的な、必要と奢侈との従来の二分法的論点をいわば無効にしてしまうことで、議論の対象を社会的機能に絞っている。経

済的に豊かな市民社会では、その消費のほとんどが人間の生存に絶対的に必要なものではないのだから、それを道徳論的な観点から批判することは的外れの議論となるというのが、マンデヴィルの奢侈的消費に対する見方である。次に、奢侈は国民的富を破壊するもので、社会(国家)を富裕にするためには儉約をしなければならぬとの主張に対しては、外国貿易を例にとりそれに反対する。外国製の輸入奢侈財の消費は貿易差額上、イギリスに不利益をもたらしているから、輸入奢侈財の国内消費を控え、余剰分を再輸出すればよいとする議論はその根拠が疑わしいとマンデヴィルはいう。まず、余剰分の再輸出は輸送費用などの問題により、不利益を被るであろうし、また貿易とは元来、相互的なものであるのだから、一国的な輸出超過が続くことはありえず、それゆえ、外国品の消費制限などの措置は、長期的には自国の立場を不利なものにすることで、かえって富を減退させてしまうであろうというのである。最後に、奢侈は人間性を柔弱にして、そのために国家の防衛力を低下させるという議論に対しては、そもそもそれは国民が奢侈であるかどうかの問題ではなく、悪政のためであるとマンデヴィルは述べている。さらに、暴飲・暴食などの過剰消費的な性格の奢侈においては、確かに健康上の悪影響から人々を柔弱にするかもしれないが、しかし、奢侈がもっとも顕著に示されるのは、建築や家具、馬車、服飾品に関連した財についてであり、それらはいかに豪奢に消費されようとも、身体的な悪影響は認められることはないとするのである。すなわち、市民社会における奢侈とは、感覚的な快樂追求型の過剰消費行為として現れるよりも、その多くはもっぱら感覚

的にしろ、精神的にしろ、快樂よりも安樂を求める類いのものであるため、奢侈が国民の柔弱化を招くとする批判は当たらないのである⁶⁴。

3.2.2. マンデヴィルの顕示的消費論

マンデヴィルは顕示的消費についても論じていた。もっとも、彼自身は顕示的消費という術語を用いているわけではなく、内容的に後年、T. ヴェブレンが顕示的消費として論じた議論とほとんど同種のものがマンデヴィルにも見受けられるということである。A.O. ラブジョイは、今日の定本的位置を占める1924年版『蜂の寓話』2巻本の編者であるF.B. ケイに宛てた私信の中で、ヴェブレンの『有閑階級の理論』に見られる議論はほぼマンデヴィルに見られると述べて、ケイによる『蜂の寓話』出版の意義を認めている (Lovejoy, [1922] 1924: 452)。

マンデヴィルの顕示的消費論もまた、人間本性から由来する情念(自愛心)の作用により突き動かされ、限定合理的に行為する人間という、マンデヴィル思想が前提とする人間モデルから説明される⁶⁵。中でも、顕示的消費と深く関わりのある情念は自負であるという。マンデヴィルは、自負とは「いやしくも理解力のある人間がみな自分を過大評価し、そのあらゆる性質や境遇をことごとく知りつくした公正な審判者なら、だれにも認められないほどの美点を自分に想定する、あの生まれながらの機能」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 113-114)であるとする。消費者としての個人が、この自負に駆り立てられることで顕示的消費は現れる。そして、自負はさらに、人々の中に羨望や虚栄を育むことで、いっそうの顕示的消費が促されていくこととなる。

マンデヴィルによれば、自負とは社会を富裕にし、繁栄させるためにはなくてはならない要素であるにも関わらず、同時にこれほど社会的に嫌悪されるものもないという性質を持っている (Mandeville, [1714] 1924=1985: 114)。自負にあつて、もっとも特徴的なことは、自負心が強い人ほど、他人の自負を黙許したがるということである。また、人々は、自分が自負心を持っていることは認めるけれども、個別の行為を説明する際には、どのような行為であろうとも、それが自負から由来したものであるとは決して認めないのである。マンデヴィルは、「当代の罪深い国家にあつて、自負と奢侈は商売をたいへん促進させるのだということを認める者は大勢いるが、もっと有徳の時代だと(たとえば自負がないような時代だが)、商売がかなりの程度まで衰えるだろうという必然性は認めない」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 114)として、自負と経済的發展との関連性に対する人々の撞着的議論の背景としてこの点を指摘するのである。

マンデヴィルは、衣服を例に取り自負の作用を詳述している。それによれば、衣服とは、もともと、人間の裸体を包み隠すことで、気候などの外的環境からの諸害に対して身体を保護する目的で作られた。そこへ、人間の自負が装飾という目的をつけ加えたというのである (Mandeville, [1714] 1924=1985: 116)。衣服の装飾性への執着は、「度をこえた愚かな虚栄」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 116)であるのだが、人々はそれが虚栄と気づいた場合でさえ、なおも抗し切れないほどに誘惑されてしまうのである。だれもが、衣服と生活様式については、自分と身分や財産の点で同等な境遇にあ

る他人の中で、もっとも賢明な人の生活に倣うべきであることを承知している。しかし、「とりわけ欲張りであるわけでもない、普通の人々のうち、どれだけの者がこの分別を誇れるであろうか。われわれはみな高望みをし、なんらかの意味でわれわれにまさっている者を、できるだけ早く模倣しようと努め」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 118) ているのではないかとマンデヴィルは述べるのである。

衣服のような外見に関連するものへの自負への誘惑は、都市生活においてさらに助長されることとなる。なぜなら、個人の匿名性こそが都市生活の特徴であるからである。人が他人に知られていないところでは、概して服飾品によってその人間性までもが判断されてしまうということが起きる。服飾品によって、「それらが高価なことから彼らの富を判断し、それらのあつらえ方から彼らの思慮を推測する」(Mandeville, [1714] 1924=1985: 117) ということになれば、自然、人々はその分限を越えた身なりをするようになるであろうとマンデヴィルは論じている。

このように、顕示的消費論においても、マンデヴィルの視点は全階層的な消費者としての個人に据えられていることが分かるであろう。しかも、マンデヴィルにとっての顕示的消費とは、社会階層的に下位の者たちの自負心に起因する、階層上昇的な現象として捉えられている。メイソンは、マンデヴィルの顕示的消費論について、それが「奢侈とかステータスに関する感覚は相対的なものであることを指摘するとともに、絶対的もしくは相対的な豊かさがつねに消費の制約として作用したとしても、……人々は、彼らの制約の範囲内で顕示的

消費ができたし、……また人々は自らの制約の範囲内で顕示的消費をすることによって、あらゆる人にとって利益となる広範囲の財やサービスに対する需要を生み出し」(Mason, 1998=2000: 16-17) ていることを的確に捉えるものであったと述べている。自負という情念に発した顕示的消費への社会的作用因である消費者は、さらには羨望や虚栄など他の情念にも促されることによって、人々の精励工夫をあおり、流行を生み出すなど、経済活動を活発にし、文化を洗練させていく機能を果たするのである。

4. 結び

人間の本性に裏打ちされた、種々の社会属性横断的な一般の行為の定向性、およびその社会的作用としての自生的秩序を発見することがマンデヴィル体系の主眼である。その要約的表現が「私人の悪徳、公共の利益」という言葉であった。雑多ともいえる数々の社会的事象に関するマンデヴィルの論述は、そのほぼすべてがこの社会的作用の巧妙さを説明するための例証として示されたといつて過言ではない。消費の事例においてもその点は同様である。

本稿ではここまで、その「私人の悪徳、公共の利益」という言葉を導きの糸としながら、マンデヴィル思想の消費論的再構成を試みてきた。その結果、同思想の消費論的含意は、たんなる重商主義的な奢侈擁護論であるとの従来の解釈の枠組みを越えた、広範な内容を持つものであることを確認できたと考える。その消費論的な射程は、本稿で論じた奢侈的消費および顕示的消費以外にも、放蕩、流行、虚栄、体裁、品性、羨望などの事項と消費行為との関係

性に言及するなど、広く消費文化論にまで及ぶものであった。

『蜂の寓話』においてマンデヴィルが描出した社会の姿とは、経済的にも、文化的にも繁栄している富裕な市民社会の諸相であった。そして、マンデヴィルの市民社会を消費生活という切り口から捉え返してみると、そこに消費者という役割が用意（内包）されていたことが分かるのである。人間本性を情念や欲望として解放することで、自由に消費行為を行なう消費者としての諸個人が、概念的にはいまだ未分明ながら、そこには確かに捉えられていた。マンデヴィルは、市民社会として発展していく同時代の社会において観察される消費者行為を『蜂の寓話』の中に的確に写しとり、それら消費者および消費関連の事象が、市民社会の経済活動を支え、ひいては社会的発展を導くものであることを示したのである。

本文中でも繰り返し述べたように、マンデヴィルの消費論は、個人的動機や意図からは区別される、個人次元には還元し尽くすことのできない社会次元独自の行為連関的作用への分析視点を含んでいる。マンデヴィルの消費論は、一方では、消費者としての個人の行為動機を情念や欲望から説明し、他方では、消費者としての役割を担わなければならなくなった社会状況との関連から消費行為を見ていくことで、消費者としての役割の主体が市民社会という制度体との相互作用において、種々の社会的機能を果たしているというひとつの認識図式を提供している。この点において、マンデヴィルの消費論は、ひとつの消費の経済社会学であるともいえるのではないだろうか。

〔投稿受理日2004.11.25/掲載決定日2004.12.2〕

注

- (1) 本稿における『蜂の寓話』の邦訳については、上田（[1950]1987）および泉谷（1985）を参考にさせて頂いた。なお、訳文については適宜、部分的に変更している箇所がある。
- (2) マンデヴィルの用いる「悪徳」概念の理解には注意を要する。その真意について知るには、『蜂の寓話』執筆前後の時代背景を考えることが有用である。上田（[1950]1987）は、マンデヴィルによる「悪徳」概念の独特な使用法を中世経済倫理との照合から明確にすることを通し、そこに、経済思想的次元を越えた『蜂の寓話』の文化史的意義をも指摘しており、マンデヴィルの「悪徳」概念理解にとくに有用である。上田は、マンデヴィルのいう「悪徳」が、人間の自然的欲望のうち、とくにマンデヴィルの時代までの神学や倫理学が目の仇にしていた食欲およびこれに類する奢侈・濫費など経済関連の行為であるとした上でこう述べる。すなわち、「『悪徳』の社会的効用を論ずる点に、マンデヴィルの経済思想がその画期的意義をもつとするならば、『蜂の寓話』はヨーロッパの伝統的経済倫理に一つの新しい巨歩を踏みだしたものとみなければならない。一言にしていえば、それは中世以来西欧社会を支配していたキリスト教的社会道徳への大胆な肉薄である。したがって、『蜂の寓話』の含蓄を十分に味わうには、『悪徳』が悪徳と教えられたゆえんとその『悪徳』をもはや従来の意味での悪徳でありえなくしたところの歴史の動きを明らかにすることが肝要である」（上田，[1950]1987:120）と。
- (3) ハイエクは反合理主義に立つ社会分析について、それがイギリス思想界において優勢である大きな理由は、マンデヴィルの与えた影響に帰せるであろうと述べている（Hayek, [1949]1976=1990:12）。ちなみに、反合理主義的な立場に立った方法論的個人主義を、ハイエクは「真の個人主義」と呼び、その他の合理主義的個人主義と明確に区別している。そして、真の個人主義は、「個人の知性の限界をはっきりと意識するところから生まれる産物であり、それが個人々々を、彼らの知識を越えた偉大なものの創造に参与させる、非人格的な無名の社会的過程に対する謙虚な態度を導く」（Hayek, [1949]1976=1990:12）としている。

- (4) こうしたマンデヴィル思想の今日的意義とは、ハイエクが述べるように、「人間が最悪の状態の時に害をなす機会をできるだけ少なくすること」(Hayek, [1949] 1976=1990: 15) という点に見出せるであろう。
- (5) マンデヴィルは、人々を経済活動に従事させ、勤勉・精励にさせる2つの方法を指摘している。ひとつは、自負心や強欲、羨望・虚栄といった人々の情念を刺激し、それに発する欲望を無際限に惹起することである。しかし、社会の中にはそうした情念の影響をあまり受けない人々がいる。その場合に人々を勤勉にする方法として言及されているのが、もうひとつの方法である困窮化である (Mandeville, [1714] 1924=1985: 168, 178)。
- (6) スミスの生産的労働と不生産的労働の区別については、『国富論』第2篇第3章の記述、およびそこに付された邦訳者の解説を参照 ([1776] 1789=1978: 515-519(II))。
- (7) それゆえ、社会(国家)を繁栄させる途とは、生産的労働人口を増やし、彼らに仕事を与えることである。それには、労働人口の確保、分業や技術の発達、国土(土地や領海)の生産的利用などを実現する施策が重要であるとマンデヴィルは述べている (Mandeville, [1714] 1924=1985: 180)。なお、こうした労働(者)における生産的・不生産的の区分は、19世紀になると、J.S. ミルやA. マーシャルによって消費(者)の区分にも適用されていくことになる (Hilton, 2004: 103-106)。
- (8) こうした新消費財は、大量生産向けの規格品ではない。バーグによれば、それら新消費財が中流消費者層にとって魅力的であった理由は、彼らの求める品質と個別性とを備えた特別な装飾的商品であったからである (Berg, 1999: 65)。
- (9) 輸入消費財の奢侈品的魅力は広範な人々を惹きつけるに十分であった。この点において、「気まぐれの上流人士は、ときに、ただ外国品だという理由だけで、外国品よりも安価で良質な同種の国産品を買わずに、輸入品を選ぶようなこともあるかもしれない。しかし、そういう馬鹿げたことは、この性質上、そう広くゆきわたるものではない」(Smith, [1776] 1789=1978: 144(II)) と述べたスミスは輸入品に仮託される記号的魅力を過小評価していたといえる。まず、輸入品を、外国品という理由のみで消費する(できる)のは、もはや上流階層だけではないこと、そして、そうした輸入品消費は、決して気まぐれでもなければ、社会的影響力を持たない一部の特殊な現象でもなかったからである。バーグによれば、それらの輸入品は、異国趣味、新奇さや洗練さという流行性、さらにはそれが比較的高価であるなど、まさに外国品であることに付随する諸性質をもったがゆえに需要されたのである (Berg, 1999: 65-66)。輸入奢侈品の消費は、西洋社会に、その社会組織や経済文化に至るまで、広範な実際的変容をもたらし、ひいては奢侈に対する道徳的あるいは社会思想的言説をも組替えるほどの影響力をもつものであった (Smith, 2002: 63-103)。
- (10) もっとも、マンデヴィルの時代までには、国内生産された種々の消費財もすでに市場に溢れていたことは看過してはならない。イギリスでは早くは16世紀の中頃から、雑多な消費財やその原料財生産のために数多くの新企業が創設されており、17世紀には国内市場向け商品はもちろん、輸出品も生産するようになっていたことはJ. サースク (Thirsk, 1978=1984) が示すところである。社会的分業の発達はこれら新企業によってもたらされた面が大きい。それらの財の中には、国内生産以前には輸入奢侈品であったものが多い。それがいまや、国内企業の生産体制が発展することで品質や価格の点で幅のある商品群が輸入代替品として市場に供給されることとなった。消費者は各自の経済事情に合わせた財を選択することができるようになり、幅広い階層で商品購入型の消費生活が可能となった。かつての輸入奢侈品は、階層を問わず便益品や享楽品などとして徐々に日用品化していった。新しい輸入消費財のみならず、こうした自国品となった旧輸入消費財のおかげもあって、マンデヴィルの時代の消費生活は多様性に富むものとなっていた。
- (11) マンデヴィル以前のN. バーボンやD. ノースなどの奢侈論についても同様の批判が当てはまる (Appleby, 1976)。とくにバーボンにおいては、豊かな社会の分析的鍵となる消費者の視点からの記号論的消費論が見られ、その消費論はマンデヴィルのものと近接している (Bianchi, 2001)。
- (12) マンデヴィルの奢侈的消費論は、後にヒューム

やステュアートやスミスなどから、道徳論的な批判を受ける。彼らは、マンデヴィルによる奢侈的消費の社会的な有用性の論点を受容しつつも、奢侈に関わる道徳論的論議を捨象してしまうマンデヴィルの立場に対しては、それを認めることはなかった。ここから、彼らの奢侈論とは、マンデヴィル批判を通しての、奢侈概念の洗練化および道徳論的再規定の過程であったともみなせるであろう。なお、『蜂の寓話』の奢侈論の影響は、内容的なものというよりも、本書の話題性と相俟ってマンデヴィル批判と共に喚起された18世紀を通じての奢侈論争への口火を開いたという点においてより大きかったとの指摘もなされている (Berry, 1994: 127)。

- (13) マンデヴィルの奢侈論は、文化論的な視点を含んでいる。例えば、「生活をより安楽にするのに資したものならば、それらはすべて、思考や経験や労苦の結果であったに違いなく、それゆえに、試行錯誤の過程や原始的な質朴さからの乖離度合などに違いがあらうと、いずれのものも奢侈の名に値する。われわれの感嘆はせいぜい新しいものに及ぶだけで、すでに慣れっこのものに対しては、それがいかに優れたものであらうとも見落としてしまうのである」(Mandeville, [1714] 1924 = 1985: 155) とマンデヴィルは述べる。これは、奢侈の歴史とは人類の文化的発展の歴史そのものであるとの主張として受け取れよう。
- (14) 精神的な安楽にまつわる奢侈とは、上品さや高雅さといった振る舞いや生活空間などに関わる社会的体裁や品性を損なわないようにするために必要な消費のことである。これは顕示的消費と重なる点もあるが、どちらかといえば、社会的体裁を保つための消極的な対人効果を期待した消費であるという意味において区別し得よう。
- (15) 情念と自愛心との関連性については、マンデヴィルの『名誉の起源、および戦争におけるキリスト教の有用性について』「第5の対話」中の記述を参照 ([1732] 1971: 6-7)。

参考文献

- Appleby, Joyce, 1976, "Ideology and Theory: the Tension between Political and Economic Liberalism in Seventeenth-Century England," *The American Historical Review*, 81(3): 499-515.
- Appleby, Joyce, 1993, "Consumption in Early Modern Social Thought," Brewer, John and Porter, Roy de., *Consumption and the World of Goods*: Routledge, 162-173.
- Berg, Maxine, 1999, "New Commodities, Luxuries and their Consumers in Eighteenth-Century England," Berg, Maxine and Clifford, Helen ed., *Consumers and Luxury*: Manchester University Press, 63-85.
- Berry, Christopher J., 1994, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*: Cambridge University Press.
- Bianchi, Marina, 2001, "The Infinity of Human Desires and the Advantages of Trade: Nicholas Barbon and the Wants of the Mind," Groenewegen, Peter ed., *Physicians and Political Economy: Six Studies of the Work of Doctor-Economists*: Routledge, 48-66.
- Hayek, Friedrich A. von, [1949]1976, *Individualism and Economic Order*, Routledge and Kegan Paul (= 1990, 嘉治元郎・嘉治佐代訳『個人主義と経済秩序—新装版ハイエク全集第3巻』春秋社)。
- Hayek, Friedrich A. von, [1966]1978, "Dr Bernard Mandeville," *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*: Routledge and Kegan Paul (= 1986, 田中真晴・田中秀夫編訳『市場・知識・自由』ミネルヴァ書房)。
- Hilton, Matthew, 2004, "The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century," *Journal of Consumer Culture*, 4(1): 101-123.
- Hundert, Edward, 2003, "Mandeville, Rousseau and the Political Economy of Fantasy," Berg, Maxine and Eger, Elizabeth ed., *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*: Palgrave Macmillan, 28-40.
- Keynes, John Maynard, [1936]1971, *The Collected Writings of John Maynard Keynes: The General Theory of Employment, Interest and Money*, Volume VII: The Macmillan Press (= 1983, 塩野谷裕一訳『雇用・利子および貨幣の一般理論(ケインズ全集第7巻)』東洋経済新報社)。
- Lovejoy, Arthur O., [1922]1924, "Personal Letter to F. B. Kaye," Mandeville, Bernard, *The Fable of the*

- Bees: or, Private Vices, Publick Benefits, Part II.* Oxford University Press, 452.
- Mandeville, Bernard, [1714]1924, *The Fable of the Bees: or, Private Vices, Publick Benefits.* Oxford University Press (=1985, 泉谷治訳『蜂の寓話—私悪すなわち公益』法政大学出版会)。
- Mandeville, Bernard, [1729]1924, *The Fable of the Bees: or, Private Vices, Publick Benefits, Part II.* Oxford University Press (=1993, 泉谷治訳『続・蜂の寓話』法政大学出版会)。
- Mandeville, Bernard, [1732]1971, *An Enquiry into the Origin of Honour and the Usefulness of Christianity in War.* Frank Cass and Co. Ltd.
- Mason, Roger, 1998, *The Economics of Conspicuous Consumption.* Edward Elgar Publishing (=2000, 鈴木信雄・高哲男・橋本努訳『顕示的消費の経済学』名古屋大学出版会)。
- McKendrick, Neil, Brewer, John and Plumb J. H., [1982]1985, *The Birth of Consumer Society, The Commercialization of Eighteenth-Century England.* Indiana University Press.
- 中野聡子, 1999, 「マンデヴィル評価の問題点—経済自由主義と重商主義の狭間で」『経済研究 (明治学院大学)』114: 1-13.
- Robinson, Joan, 1962, *Economic Philosophy.* C. A. Watts and Co. Ltd. (=1966, 宮崎義一訳『経済学の考え方』岩波書店)。
- Smith, Adam, [1776]1789, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, in three volumes, the fifth edition: London (=1978, 大河内一男監訳『国富論 (I~III)』中央公論新社)。
- Smith, Woodruff D., 2002, *Consumption and the Making of Respectability, 1600-1800.* Routledge.
- 田中敏弘, 1966, 『マンデヴィルの社会・経済思想』有斐閣。
- 田中敏弘, 2001, 「マンデヴィル, ヒューム, スチュアート, スミス再訪—市場と為政者の視点を中心に」『経済学論究 (関西学院大学)』54(3): 1-19.
- Thirst, Joan, 1978, *Economic Policy and Projects: The Development of a Consumer Society in Early Modern England.* Oxford (=1984, 三好洋子訳『消費社会の誕生—近世イギリスの新企業』東京大学出版会)。
- 上田辰之助, [1950]1987, 『上田辰之助著作集 4 一蜂の寓話 自由主義経済の根底にあるもの』みすず書房。