HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	1920年代アメリカの消費論 : 女性経済学者ヘーゼル・カーク
Author(s)	生垣, 琴絵
Citation	經濟學研究, 60(3), 29-41
Issue Date	2010-12-09
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/44489
Type	departmental bulletin paper
File Information	ES_60(3)_29.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

経済学研究　60−3
北海道大学　2010. 12

1920年代アメリカの消費論

──女性経済学者ヘーゼル・カーク──

生　垣　琴　絵

Ⅰ．はじめに

20世紀初頭のアメリカでは，都市部での豊かさを背景に，生活水準を規定するものとして消費を捉え研究する動きが始まった。その一つが，女性経済学者ヘーゼル・カーク（Hazel Kyrk, 1886-1957）の消費論である。

19世紀半ば以降，企業の繁栄とともに人口は増加し，所得が増進するにつれ人びとの生活レベルは向上した。20世紀に入ると，それまで生産量の増加やその達成のための効率化に目をむけていた企業経営者の関心は，大量生産した商品をいかに売るかという販売に関する問題に向けられた。彼らは，消費者の需要を喚起する必要があるという観点から，消費に関心を向けることになったのである。企業は，消費拡大のためにさまざまな方策を練り，消費者の目の前には華々しい広告が氾濫するようになったが，さらに合理的な市場探査（market survey）や市場分析（market analysis）が行われるようになった。このような事情から，消費者の購買動機，購買習慣などに関する調査，消費者需要に関する研究もまた盛んに行なわれるようになった[1)]。

アメリカにおいて，消費に関する理論が開花期をむかえたのは1920年代であった。アメリカ経済学の歴史をまとめたドーフマン（Joseph Dorfman）は，*The Economic Mind in American Civilization*（1946-1959）の1918〜1933年についての巻で，特殊領域の一つとして「消費経済学の出現 The Rise of Consumption Economics」を指摘した。彼によれば，この時期の消費を論じた発展的著作の多くは，制度学派や，根本的な部分で彼らに負うところがあると認めた人々によって生みだされた（Dorfman［1959］1969, p. 572）。その代表的論者として紹介されたのが，本稿で取り上げるヘーゼル・カークであった[2)]。

カークの消費論は，これまでに次のように評価されている。

まず，経済学においては，消費に対する人々の欲望や動機は，個人よりもむしろ，その時代の社会的状況によって決定されるということを，ヴェブレンやミッチェルなどの制度派経済学の思想のみならず，当時のアメリカにおける認識論や社会心理学を取り込んだ哲学的観点に基づく価値論をふまえて論及しようとした試みとす

1）20世紀初頭，ヴェブレン（Thorstein Veblen）の *The Theory of Leisure Class*（1899）が発刊された頃から様々な文化的経済的集団における支出形態の研究が行われるようになり，その先駆となったものにパッテン（Simon Nelson Patten, 1852-1922）の，*The Consumption of Wealth*（1889），*The Theory of Dynamic Economics*（1892）などの著作がある。

2）Kyrkの他に，Jessica B. Peixotto と Theresa Schmid McMahon が紹介されている。いずれも女性であるが，例えば，Warren C. Waite の *Economics of Consumption*（1928）や，Paul H. Nystrom の *Economic Principles of Consumption*（1929）のように，男性による消費研究もあったなかで，なぜドーフマンが彼女たちを消費経済学の代表的論者として選んだのかは明確ではない。

る評価がある(Dorfman 1969, p.572)。

次に，マーケティング研究の分野においては，カークの *A Theory of Consumption* を，消費を題材としたマーケティング研究の基本的文献として欠くことのできないものであると評価する立場がある(Mason 1981 および Zuckerman and Carsky 1990)[3]。

さらに，当時のアメリカの学界状況に照らし，カークが「女性」経済学者として成し遂げた功績を大きくとらえるフェミニズム経済学の領域においては，彼女をフェミニスト経済学者および異端の経済学者として位置づけ，彼女が経済学と家政学の両分野に関わる女性の役割に注目し，それに基づく消費者行動を厳密に研究した点が評価されている。

また，カークは，当時のアメリカのプラグマティズムの思想を経済学と結びつけて消費の理論を組み立てようとした最初の人物としても評価されている。カークが，デューイらに影響されて，経済学には倫理的土台が必要であると考えた点が注目され，それが彼女の消費の理論の最大の特長であるとされている(Van Velzen 2003)。

以上のようなこれらの評価を踏まえた上で，本稿では，カークが主著 *A Theory of Consumption* で，当時の心理学や社会学などを応用して消費を探求するとともに，消費者を，消費＝選択を行なう主体として位置づけ，新たな消費の理論を示そうとする試みであったことを示す。そして，それは，消費が構成する生活水準の検討と，到達すべき高い生活水準とそのために必要な「賢明な消費 wise consumption」，すなわち，消費者および消費の質的向上を説く主張であったことを明らかにしたい。それは，現実の消費生活の視点を経済学批判の足場とし，独自の消費経済学を提示する試みでもあった。彼女自身はあくまでも経済学の問題として消費を論じた。それは一つの学問分野を成立させるほどのものにはならなかったが，経済学部と家政学部における彼女の教育が，消費経済学[4]という新しい研究分野の発展と，それを受け継ぐ多くの女性研究者を育てたことは，彼女が消費を洗練させるために必要であると主張した教育の実践の成果であり，彼女が果たした大きな貢献であったということができるのである。

II．ヘーゼル・カークの生涯

ヘーゼル・カークは，シカゴ大学において学位を取得した女性経済学者である[5]。1904 年オハイオ・ウェスリアン大学に入学し，経済学教授であるレオン・キャロル・マーシャル(Leon Carroll Marshall)宅の家政婦として働きながら学生生活を送った。1908 年，彼女は再びマーシャル教授宅で働きながら，シカゴ大学定時制の学部課程で学び，1910 年，シカゴ大学経済学部を卒業した[6]。

カークは，1911〜1912 年度，ウェルズリー・カレッジの講師として働いた後，シカゴに戻り，人口論の専門家として有名だったジェームズ・アルフレッド・フィールド(James Alfred

3) しかし，彼女が出版した 1920 年代当時には，マーケティングの専門家たちが彼女の理論を参照したり，認めたりすることはなかった。この点についてメイソンは，1920 年代から 30 年代は，学界も産業界も男性に支配された世界であったが，彼女の理論を参照していれば，当時の研究はもっと前進したであろうとしている(Mason 1981, p. 177)。

4) この場合，経済学の一分野という意味でも，家政学(Home Economics)の一分野という意味でも，消費や家計の問題を中心に据える分野を示す。また，家政学では，カークやその弟子たちの研究を Family Economics に分類することがあり，それに対応する訳語として，家庭経済学もしくは家族経済学を用いる場合もある。

5) Kiss & Beller(2000)によると，彼女は女性が博士号を取り始めた頃の一人である。

6) カークはファイ・ベータ・カッパ(Phi Beta Kappa: 成績優秀な学生からなる米国最古の学生友愛会。1776 年設立。終身会員制)のメンバーだった。

Field）の指導の下，経済学についての博士論文執筆を進めた。1914年，彼女は，オバーリン・カレッジの経済学助教授（assistant professor）となったが，第一次大戦中は，ロンドンの戦時船舶連盟（War Shipping Board）で働いた（Dye 1972, p. 184）。その後オバーリンに戻り，学位論文を完成させ，1920年シカゴ大学にて経済学の博士号を取得した。学位論文は，“The Consumer's Guidance of Economic Activity”であり，これは，Hart, Schaffner, and Marx prize[7]で一位となり，$1,000の賞金を獲得するとともに，この論文を出版する機会を与えられた。これが，1923年に出版されたA Theory of Consumptionである[8]。

学位取得から論文の出版まで，カークは着実に業績を積み上げたが，1921年にOberlin Collegeを退職した後，納得のいく就職ができず，1925年にシカゴ大学で職につくまでは，さまざまな職場を転々せざるを得なかった。マーシャルは，シカゴ大学のホーム・エコノミクス学科長（Head of the Home Economics Department at the University of Chicago）のKatherine Bluntに，カークに職を与えて欲しい旨を書き送っている。この時期のカークとレオン・キャロル・マーシャルとの往復書簡で，マーシャルは，カークがシカゴ大学で職を得るためのアドバイスをする一方で，女性がテニュア（tenure-track）を得ることの難しさについても指摘している。

1922年の3月14日付の手紙でマーシャルは，「…2，3の場所に君の名を紹介してみたが，彼らは“男性”を望んでいるようで，まだ何もはっきりした回答はない…」。マーシャルが実際どこにカークを紹介しようとしたのかは定かではないものの，このことは，当時のアメリカの大学においては女性ではなく男性を望む風潮が見られたことを示しているとみることができるだろう。

しかし，Libbyによると[9]，1920年を境に，経済学の専門課程における女性の地位が劇的に変化した。それは，社会学と福祉事業の発展，そして，ホーム・エコノミクスの分野が確立したなどの要因によるものであった。また，これらの分野は女性たちの貢献によって発展したものが多く，彼女たちの多くは自分たちは経済学者であると自覚していた。しかし，学界では，彼女たちは経済学者ではなく，他の分野の専門家であると見なされることが多かった。

もう一つの要因は，1916年にラフリン（Laurence Laughlin）がシカゴ大学を退職したことにあるという。ラフリンは，経済学部長在任中，女性が大学で学ぶことを奨励していたことで有名であり[10]，彼の影響からか，シカゴ大学は，彼が退職する前には，女性の経済学者を多数雇用している大学のうちのひとつとなって

7）Hart Schaffner and Marx prizeとは，アメリカにおける若い研究者の経済および商業に関する優れた業績に対し賞金や出版の機会を与えた論文のコンテスト。カークは第35回の受賞者。

8）その他の主な著作は以下の通りである。
1925. *The American Baking Industry* (with Joseph Stancliffe Davis), 1848-1923, Palo Alto, CA: Stanford University Press.
1929. *Economic Problems of the Family*, New York and London: Harper and Brothers.
1940. *Food Buying and Our Markets* (with Day Monroe and Ursula Batchelor Stone), New York: M. Barrows & Company.
1941. et al., *Family Expenditures for Housing and Household Operation in Five Regions*, Miscellaneous publications of the United States Department of Agriculture, No. 432 and No. 457, Washington, DC: Government Printing Office.
1953. *The Family in the American Economy*, Chicago: University of Chicago Press.

9）Libby, B.（1984）Women in economics before 1940. In E. J. Perkins（Ed.）. *Essays in Economic and Business History: Vol.3 Selected Papers from the Economic and Business Historical Society*, 1980-1982（pp.273-290）. Los Angeles: Economic and Business Historical Society and History Department, University of Southern California.

10）Ibid.

いた。また，ラフリンが編集していた *Journal of Political Economy*[11]は，女性経済学者の業績を紹介するものとして有名であった。しかし，1925 年以降，*American Economic Review* や *Quarterly Journal of Economics* などと成果を競っていた *Journal of Political Economy* は，女性経済学者の社会問題に関する論文を掲載することをやめてしまった。おそらくそれは，女性経済学者が扱う問題は経済学のカテゴリーから事実上除外されてしまったからであろう。

1923-1925 年，カークはカリフォルニアのスタンフォード大学の食品研究所のスタッフとなり 11 ヶ月 3,000 ドルの報酬の地位を提示されたり，Cornell 大に推薦されたりという経緯を経て，1925 年 3 月ついに希望であったシカゴ大学で職を得た[12]。

その後，カークは 1938〜1941 年の夏の間，アメリカ農務省のホーム・エコノミクス局（the Bureau of Home Economics of the US Department of Agriculture）の主席エコノミストとして大規模な家計支出調査を実施したが，それは，消費者物価指数を定める基準年度価格の設定に利用されることとなった。また，第二次大戦中は価格管理局（The Office of Price Administration）に協力し，1945〜46 年には，消費者物価指数の改定に関して連邦政府にアドバイスを与える専門委員会の議長も務めた（Dimand and Dimand and Forget, c2000）。この後，カークは，1952 年までシカゴ大学で経済学部および家政学部で教鞭をとり，1957 年 8 月，避暑地であったバーモント州ウェスト・ドーバーで亡くなった。

11）シカゴ大学による出版。

12）この時カークは，Home Economics の准教授（associate professor）として雇われたのだが（シカゴ大学の公式記録による），公式にシカゴ大学経済学部のスタッフとして記載されたのは，1929-30 年になってからであった。（Folbre 1998: 47）

Ⅲ. 消費主体重視の経済学

（1）消費者の重視

「消費研究の性質とその範囲」を最初の章として始まる *A Theory of Consumption* でカークは，消費者の選択の自由と，生産に関わるさまざまな要素との関係を論じている。彼女は，そのなかでも，消費者の評価プロセスに焦点を絞り，スタンダードな消費とは何か，スタンダードな生活とはどのようなものであるのかについて考察する。それは，消費者による選択，つまり，消費行動を価値の評価プロセスの繰り返しととらえ，その蓄積が，生活水準を変化させるとするものであった。

カークによれば，経済学において消費者や消費という語は，かなり限定的な意味で用いられている。“ 消費 ” の形式的定義は，“ 人間の欲求を満たすために財を使用すること ”，“ 財の使用もしくは楽しむという目的のためにそれを採用すること ”，“（人間の）富を得るという活動に相対する活動である富の使用 ” を示すにすぎない（Kyrk［1923］1976，p.4）。しかし，彼女は，これらの定義にとどまらないより広い意味を持つものとして消費をとらえ直そうとした。その際に，彼女が強調したのが，消費がもつ「力」であった。

消費が単に「財の使用」にすぎないのならば，消費者とは「財の使用者」でしかない。しかし，彼女にとって消費者は，財の選択者（chooser）であった（Kyrk［1923］1976，p.5）。それは，消費の問題とは，「日常生活における重要な個々のプロセス，その経済的結果において重要な集合的なプロセスとして，根本的に選択（choice）の問題，諸価値の間の選別（selection）の問題」だからである（Kyrk［1923］1976，p.9）。つまり，選択を促す欲望やその目的を包括する行為が消費なのであり，消費者とは，「ニーズや目的を持つ，活動的な力」を体現する存在なのである（Kyrk［1923］1976，p.5）。それは，消費者は，生産者と対峙する単に受動的な存在ではなく，力を持った活動的な存在となりうること

を意味する。そして，その力の源は，消費者が持つ選択の自由である。彼女は，消費者という人間の存在を無視して拡大する生産に対して人間性を与えるのは，消費者の選択であると考えており，そこに消費の意義のみならず消費を研究することの意義もあるのだと考えていたのである。

さらに，カークにとって“消費を研究すること”とは，「人間活動の中でも重要なものの一つを分析し，どのようにそれらが続けられているのかということを理解する」ことであった（Kyrk［1923］1976，p. 4）。個々人の生活は，それぞれの消費の足跡をたどることで客観的に観察可能なものとなる。彼女は，その背後にある主観的な「傾向や関心，ニーズ」に光を当て，それが投射された「市場における選択」を研究することを目指した。そのために，彼女が取り上げるのは，以下の三つの問題である。彼女によれば，これら三つの問題のいずれについても，「消費の理論が公式化」されていないし，「適切に扱われてはいない」という（Kyrk［1923］1976，p. 7）。

1．経済活動のコントロールと指導についての問題
2．選択の問題（価値と評価の問題）
3．富の機能としての人間の福祉という問題

消費者の行動が重視されるのは，2および3の問題においてである。先に示したように，彼女は選択者としての消費者という側面を強調する。そして，「人間を行為に向かわせる欲望，目標，目的を描くということに携わるもの」を消費と名づける（Kyrk［1923］1976，p. 9）。つまり，選択を促す欲望やその目的を包括して行なわれる行為を“消費”と呼ぶのである。したがって，消費の研究とは，次のようなものを含むものである。

1．消費者としての人びとの行動の観察。それは，スタンダードな型や様式に従っているかを観察すること。
2．なぜそのような形態をとるのかを追求すること。

このように，消費を生産に人間性を与えるものとし，消費者の選択の重要性を主張する事は，カークによれば，「ラスキンによって提唱された学説を何度も繰り返しているに過ぎない」（Kyrk［1923］1976，p.11）。19世紀イギリスにおいて活躍した芸術批評家であるジョン・ラスキン（John Ruskin, 1819-1900）は，晩年，当時の主流の経済学説に異を唱え，消費を重視した独自の経済学を提示しようとした。カークによれば，彼にとって「消費は，生産の終点であり，頂点であり，極値である。そして，賢明な消費とは，賢明な生産よりも難しい技術を要する」[13]ものとして捉えられる（Kyrk［1923］1976，p.11）。ラスキンの経済的記述において中心的な学説は，「消費は生産の目的およびねらいであり，生産の有効性を判断するための基準である」ということである（Kyrk［1923］1976，p. 11）。カークは，「時間をかけて思考することによって，ラスキンの主張の真実性と実行可能性がますます明らかになってきた」と述べ，ラスキンの消費重視の経済思想を受け継ごうとしていたのである（Kyrk［1923］1976，p.11）。

さらにカークは，「ラスキンの立場を受け入れることによって，社会福祉の研究に関心を向けるようになった」（Kyrk［1923］1976，p. 11）のであり，「人間の福祉は富の機能であるかどうか，そして，どんな条件の下でそうなるのか」について判断を下すための前段階として，消費の理論を展開する。それは，消費者の市場での選択や，諸個人の福祉の実現のための努力や，

13）ラスキン自身の記述は，Ruskin 1862, p. 98, 訳［1971］2008, pp. 143-144）。

環境や集団からの影響を受ける衝動や欲求に関する理論である。

では，既存の経済学は，消費をどう扱ってきたのか。カークによれば，「経済学者自体は，従来，消費の問題についてほんのわずかにしか関心を示さなかった」が，それがまったく無視されてきたとは考えていない(Kyrk［1923］1976，p. 12)。例えば，イギリス古典派は，生産，交換，分配と同様，消費にも注意を向けている。しかし，それは，彼女が問題とする「消費の主体」に対する関心ではなかった。他方，限界効用学派では，形式的に選択の自由を持つ消費者が扱われているが，消費者は，孤立した個人として研究され，人々の間で相互に影響し合うようなものとして捉えられてはいなかった(Kyrk［1923］1976，p.139)。その問題の中心は，産業メカニズムにおける消費者の機能や，個人や家計のニーズを体現したものとしての消費者が，市場にどう関わるかということであった(Kyrk［1923］1976，p. 130)。

カークによれば，限界効用学派の理論は，経済学者や他の領域の研究者による批判に長い間さらされてきた。そして，「今や，限界効用理論の創始者達によってなされた詳細な公式化よりも，その誤りや不備のほうがよりよく知られている」(Kyrk［1923］1976，p. 138)という。カークがまとめた限界効用理論に対する批判を概観すると次のようになる。

その批判の矛先は，限界効用理論の「個人主義，主知主義，快楽主義」の三つに向けられてきた。このうち，「個人主義に対する批判は，理論に組み入れられているものに対してというよりむしろ，それが無視している点」に対してであった。さらに，「消費者は，孤立した個人として研究され，人々の間で相互に影響を受けるようなもの」ではなく，その選択は，熟慮と計算の結果として描かれた。それは，カークが消費にとって重要な影響を及ぼすと考えていた衝動や習慣，慣習，本能などを無視し，「合理的思考は，人間の行為の基礎とされ，誰もが，意識的に考察したうえで行動する」とした(Kyrk［1923］1976，p. 139)。

カークによれば，ここに彼らの思想体系における弱点がある。なぜならば，彼女にとって「人間は，限界効用理論家が描いたような仕方でふるまうことはない」存在だからである(Kyrk［1923］1976，p. 17)。彼女は，限界効用学派が，消費者はあらかじめ熟慮し，未来の喜びまたは苦痛の量を計算したうえで選択するとした点を批判する。さらに，デューイを引用して，選択に先行して熟慮される内容(subject matter)は，未来の感情や感覚に関する事柄ではないし，“ 熟慮は不確定な未来の結末を予測することではない ”[14]と述べる。そして，ソーンダイク(Edward Lee Thorndike, 1874-1949)[15]や，ウッドワース(Robert S. Woodworth, 1869-1962)[16]，ヘリック(Charles J. Herrick, 1868-1960)[17]らの当時の心理学や神経医学を引用し，快／不快の感覚は，意識的にそれを望むか否かに関わりなく生じるものであり，予め欲しいか欲しくないかを熟慮することが，選択の理由として機能するとは限らないという。つまり，快／不快という基準で選択する際に，直感的な感覚が働いていることを無視すべきではないというのである。このように，カークは，選択という消費行動が，意識的な計算の結果として生じるわけではないことを示し，そもそも未来の結果を計算すること自体不可能であることを強調するのである(Kyrk［1923］1976，pp. 139-141)。したがって，カークは，彼らが表わした消費とは，すべての生活の現実から分離されたものでしかないと考え，「消費という主要な問題，選択の問題，評価の問題は，すでに手近にある限界効用学説というわかりやすく盲目

14)“　”内は，John Dewey, *Human Nature and Conduct*, pp. 199-209.(1921)からカークが引用した文。
15) *Elements of Psychology*.(1905)
16) *Psychology*.(1921)
17) *An Introduction to Neurology*.(1915)

的な理論を適用するという安易な方法によって解決されるものではない」(Kyrk［1923］1976, p. 145)とし，新たな消費の理論の必要性を訴えるのである。その方法は，1．消費者選択について論じた先行理論を出発点として，異論の余地がある部分を解決し，健全な部分を強調し，現実に適合していない部分や重要ではない部分を排除する，2．先行する理論のアプローチを完全に放棄しまったく新しいものを構築する(限界効用理論の穴をつくろうような試みではない)という二つである。しかし，消費者選択についての限界効用学派による説明が広範な批判を受けてきたこと，そこに，誤りや限界が認められることからすると，後者の方針を採用し，消費の理論を構築するための新しい試みを始めることが強く望まれる。

最終的に，カークは，イギリス古典派も限界効用学派も，「消費者」やその活動の特徴，その根本的な関心事とその調査に関する問題を扱ってはいないとし，「現代の諸条件や諸制度の下で表われる消費の本質や法則についての研究」のさらなる必要を説いて，独自の消費論の展開を宣言するのである(Kyrk［1923］1976, p.19)。

（2）価値の評価

先に示したように，消費者を主体とした理論を目指した彼女が前提としたのは，消費者を財の選択者として捉えることだった。そして，消費者が欲しているものをどのように獲得するかということよりも，なぜそれを欲するのか，何を欲するべきなのか，という問題こそ彼女が重視する事柄であった。したがって，消費の問題は，限界効用学派が想定したような産業システムのメカニズムと構造における消費者に関するものではなく，人間として自らの関心と目的を実現化する消費者を扱うことになる(Kyrk［1923］1976, pp.131-132)。

消費を人間の行動=選択の問題として考えると，消費者は価値の本質をどう判断し選択するのかという価値評価に関する疑問が生じる。彼女によれば，これは経済的問題として明らかになるものではない。彼女は，「生理学的な衝動によってなされる活動は，有機的な必要(need)に基づいている」(Kyrk［1923］1976, p.151)というソーンダイク[18]の心理学を援用し，選択のプロセスを，状況にしたがって実践的に価値を判断するような評価プロセスとして描く。この状況ごとの価値とは，価値ある物，価値のある組織もしくは活動，価値をもたらす目的もしくは成果，という三つの要素で成り立っている。この下で，価値判断が行為のプランとして現われるのである。

では，その判断に関わる価値の基準とは何か。カークは，価値は判断する人や，何のために使うかという目的などの違いによって異なるとし，それを価値の種類と捉えた。そして，シュナイダー[19]の価値論から，価値の種類を「区別する唯一の方法は，特定の状況におけるその機能を区別することである」(Kyrk［1923］1976, p.159)とする。それは，価値を比較するには，価値の質を区別できることが必要だということである。それは，選択の際，それぞれの選択肢の微妙な差異を判断するための道具として不可欠な要素である(Kyrk［1923］1976, pp.160-161)。この下で，消費のプロセスは，法的，もしくは道徳的なコード，または，美的センスの水準のような個人的活動を超えた力をもつ社会的な基準によって組織化される(Kyrk［1923］1976, p.171)。消費についての正しい説明を導き出すためには，この基準を分析することが必要となる。

（3）生活水準と「賢明な消費」

カークは，消費のプロセスを組織化する法的

18）Edward. L. Thorndike.(1905). *Elements of Psychology*. New York: A.G. Seller.

19）H. W. Schneider, The theory of values, *Journal of Philosophy, Psychology and Scientific Methods*, Vol. 14, No. 6, pp.141-154.

なもの(適切なもの)，道徳的なもの(妥当なもの)，必然的なもの(価値の質を認めるセンス)のコードに関して，消費者は，「市場プロセスを通じて実現しようとする生活水準(standards of living)をもっており，それは，彼らの具体的で，実質的な生活様式にはっきりと現われる」という(Kyrk［1923］1976，p.172)。

カークにとって，『“standard of living”(生活水準)というフレーズはありふれたもの」であったが，このフレーズの意味(the meaning)にとって，“standard”(基準，標準，水準)という語が不可欠で重要であった。彼女にとって，生活“水準”(“standard”of living)とは，暮らし方(manner of living)と同義ではないし，「理想的な水準(an ideal standard)」や「物に囲まれた生活において可能な限り最高の状態を示す概念」を示すものでもなかった(Kyrk［1923］1976，pp. 174-175)。それは，必需品もしくは不必要なものという財の区分の際に基準となるものであり，「物質的なレベルにおいて十分に満足しているか，まったく満足していないか」を示すものでもある(Kyrk［1923］1976，p. 175)。さらに，それは，「集団もしくは全体的な現象」(Kyrk［1923］1976，p.177)であり，「家族もしくは家計の水準のことであって，独立した個人」の状態を述べるためのものではないという(Kyrk［1923］1976，p. 180)。

このように生活水準を捉えるとき，それが問題となる場は家計である。それゆえ，カークにとって生活水準に関する問題は，「生産のプロセス(process of production)が，情報と判断の実践に基づいた打算的で計画的なものになる傾向をますます強めているなかで，消費のプロセスにおける金銭的支出は，依然として非合理的で，軽視された後進的な技術のままである[20]」ことにある(Kyrk［1923］1976，p.189)。生産技術の進歩に比べると，消費の技術は進歩しておらずそれを向上させることが必要だというのである。

では，後進的とされる消費の技術を向上させるには，何をなすべきか。彼女は，まず，選択の背後に潜んでいる，(1)消費水準に反映している本能，もしくは基本的な関心や目的，および，(2)それらはどのように社会化されるのかという点に注目する。

消費水準に反映している本能，もしくは基本的な関心や目的に関して，カークは，人びとがもつ経済的価値(economic values)の多くは，栄養物摂取，繁殖，そして自己防衛などの本源的な本能にそのルーツをもつとする(Kyrk［1923］1976，p.199)。富者も貧者も，それらの本能を満たすために家計の多くの部分を割いている。人びとは，様々なタイプの経済財を通じて，これらの本能を実現化し助長させるのである。

次に，それらの本能がどのように社会化されるのかに関して，カークは，消費者は，「集団性という事実と社会的本能を機能させることからの直接的な副産物」(Kyrk［1923］1976，p.203)として，差異を求める欲望をもつことに注目する。具体的には，名声価値(prestige values)である。これは，ヴェブレンがいうところの顕示的消費のように，価値を保つために他者の存在を必要とするような価値である。これが，基本的な本能が社会化するプロセスの一例であるが，ここで重要なのは，個々人の内面にとどまっていた本能の充足が，外的存在としての他者を必要とすることにある。この外的存在こそが社会化への第一歩なのである。

このように集団的，社会的に規定される基準は，時代や場所によって変化する。生活水準の起源を示した後に示されるのは，そのダイナミックスである。水準の変化を促す諸要素，および，変化の方向性を規定する諸要素について考察を

20) 消費を「後進的な技術」と捉える見方は，ミッチェル(Wesley C. Mitchell. The Backward Art of Spending Money. *The American Economic Review*, Vol. 2, No. 2(Jun., 1912), pp.269-281.)からの影響である。

進めることになるが，まず，生活水準が変化するには，三つの道があるという。（Kyrk［1923］1976，p. 235-236）

（1）実際の財によって表現されるものとしての基準（the standard）の実質的内容の変化。ただし，それは，個人の価値尺度もしくは，興味関心のヒエラルキーに変化を起こさない。
（2）個人の価値尺度の変化，不可欠なものとそうではないものについての配置転換，新しい価値あるものによる代替，古いものの排除などが生じる。
（3）不可欠なものに対する諸個人の価値尺度が拡大，細分化し，最低限必要なものの数が増加し，幅も広がった。

そして，「これら全てのタイプの変化において，奢侈品から必需品への財の進化がみられる」という。（Kyrk［1923］1976，p.238）この場合，「“贅沢”は，ちょうど今，必需品ではない（non-essential）もの」を意味する（Kyrk［1923］1976，p. 238-239）。

さらに，社会的に規定される基準それ自体は時代や場所によって変化するが，カークによれば，それには，基準の実質的内容の変化，個人の価値尺度の変化，そして，個人の価値尺度の拡大および細分化（必要最低限な物の増加）という三つの変化が伴う。この三つの変化によって，財の位置付けが進化（奢侈品から必需品へ）するのである（Kyrk［1923］1976，p. 238）。この進化は通常，余剰を所有し支出することによって生じるが，これは生活が「高い水準」になることを意味し，それは，生活様式の拡大化や複雑化と関連する。

では，生活の「高い水準」とは何を意味するのか。カークは，経済理論は，消費者という観点を考慮せず，他の根拠に基づく“高い”生活水準を賞賛していると批判した（Kyrk［1923］1976，p. 281）。カークにとって，“高い生活水準”というフレーズは，頻繁に目にするものであった。例えば，多くの国民にとって，生活水準が低いままであることは社会的，経済的害悪であるという考え方に対する「治療薬」として，高い生活水準を目指すべきであるという考えがあった（Kyrk［1923］1976，p. 280）。また，労働効率が上がるなど，生産の効率を上昇させることにつながるとして，高い生活水準を称賛する声もあった。確かに，カークは，高い生活水準を目指すことが，個人や社会の幸福を促進する要因となりうるという意味で，福祉に役立つということは否定できなかったが，このような意味で高い生活水準を理解するだけでは不十分であった（Kyrk［1923］1976，p. 281）。カークにとって，それは，「消費者としての諸個人の富についての直接的事柄」に関わるものであり，他の誰でもない消費者自身にとって高い生活水準はどういう意味があるのかが重要であった（Kyrk［1923］1976，pp. 281-282）。そして，「高い生活水準とは何かを決定するのは，賢明な消費とは何かを決定すること」であり，そのために消費者に求められるのは，賢明な消費の実践であるとした。したがって，生活水準についての問題は，「そこに何があるのかから，何があるべきなのかという問題へと移る」（Kyrk［1923］1976，p. 280）。最終的に，高い生活水準を実現するために必要なものは何か，ひいては，「何を消費すべきなのか」が問題になるのである。

この点に関し，カークは，消費者としての個人が高い生活水準を目指す際には，自分たちの福祉に役立つものは何か，どんな目的（ends）を追求するべきか，どんな人生設計が最善かについて，消費者自身が考える必要があるとした（Kyrk［1923］1976，p. 285）。すなわち，「賢明な消費とは，賢明な生活を意味することにほかならない」のであり，消費者は「人生において，価値ある行動，財産，存在とは何かということについての高いセンス」をもち，賢明な消費を実践することで高い生活水準を目指すことが必

要なのである（Kyrk［1923］1976，p. 286）。しかし，その実践に必要な個々の消費財に対する質的な最善さと適切な量についての知識や，支出と市場取引におけるスキルは，人間に本来備わった資質ではない。多くの消費者たちは，そのような「消費の技術」のツールとして，広告や売り手の主張，そして，自らの感覚的センスを用いているが，それでは不十分であり，それらは高い生活水準への到達を妨げているとカークは述べる。したがって，消費者としての人間は，高い生活水準という満足の行く結果を手にするためには，知識をもち，トレーニングを積むことで消費の技術を向上させなければならない（Kyrk［1923］1976，p. 291）。こうして彼女は，消費者に対する教育の必要性を主張したのである。その中でも彼女がとりわけ注目したのは，消費者としての女性であった。彼女によれば，家族単位での「支出，購買，消費の指示は，通常，家族の代表としての女性の機能」である（Kyrk［1923］1976, p.292）。

以上のようにカークが消費の技術の向上を唱える際，重要なキーワードとなるのは「賢明な（wise）」という語であるといえるが，彼女は，「賢明な」という言葉が意味するものについて，明確な主張を行わなかった。しかし，以下のような観点から，彼女が示した「賢明な」の意味を推測することは可能である。

まず，カークが影響を受けたラスキンの思想を手掛かりとしてみる。彼の主張の中で最も重要であり，頻繁に引用されるフレーズは，“ There is no wealth but life. ”である。これは，ラスキンの著作 *Unto This Last* を構成する４つのエッセイのうち最後のものでラスキンが強調している一文である（Ruskin, 1905, p.105）。life は，生命，暮らしなどを意味している。他方，wealth は，富，豊かさを指している。そして，life に役立つ物，つまり，生命や暮らしを支える物が wealth である。この「life のための wealth」という点がラスキンの経済思想が前提とするところである。ラスキンにとって，経済学の究極の目的は，「適切な消費の量と消費の方法を得ること[21]」（Ruskin 1905, p. 102：訳,［1971］2008, p. 153）であった。さらに，彼は，「賢明に生産するというばかりでなく，賢明に分配し，消費すること」の必要性を示した。wealth は life のために使われるべきなのである。ラスキンの芸術批評家としての審美眼は広く知られていたが，彼の美を追求する姿勢をこの思想に反映させてみると，「賢明に」消費するとは，物に対する「審美眼」によって，物の正しい評価と選択をすることと解釈できる。その審美眼で選び抜かれた物に囲まれた生活こそ，人びとが目指すべき富（wealth）によって実現する質のよい生活（life）と言うことができる。

次に，カークが経済学において消費者が重視されていない（というよりも，ほぼ無視されている）と見えたことを理由として新たな消費経済学を提起しようとしたことからも，賢明な消費の意味を探ると次のように考えられる。

カークにとって，消費者は単に受動的な存在ではなく，選択という行為によって生産者に対し意思表示をする。そのような選択とそのために必要な知識こそが，消費者が生産者に対抗する力だといえる。消費者は生産者の提供する商品をそのまま受け入れるのではなく，自らの知識によってテストし，主体的に選び取ることができる。それによって，消費者は商品だけでなく，生産者をも選択していることになる。なぜなら，消費者が商品の質について知識を持つようになると，粗悪品とその生産者は排除されるからである。このように，カークは，消費者が主体的に自身の生活をコントロールすることによって，生活水準の向上を可能にすると同時に，粗悪品やその生産者を排除するという社会的な作用をもたらすことができるものを「賢明な消

21）飯塚一郎訳（［1971］2008）によると，「経済学の究極の目的は，良い消費の方法と多量の消費を学び取ることである」となっているが，本文中のように訳し直すのが妥当と思われる。

費」としたのではないだろうか。彼女は，「賢明な消費」の実践は生産の行方を左右する可能性があることを示し，「賢明な消費」という消費の進歩した技術をふるうことの必要性を説くことで，消費や消費者が経済学において軽視できないものであることを示そうとしたと言えるのである。

以上のように，カークの示した賢明な消費の中身は捉え難く，具体性に欠けていたが，彼女がラスキンから学んだ「消費の倫理」および「消費者の倫理」を受け継ぎ，そこから主体的に選ぶ消費者として「賢明な消費」の実践を説いたことこそが，他にはないカークの議論の貢献であったと解釈できるのである。

Ⅳ．おわりに

カークは，既存の経済学が扱ってこなかった「消費者」とその活動の特徴，その根本的な関心事とそれに関する調査という問題を中心とした，独自の消費論を展開しようとした。それは，消費者を財の選択者として捉え，消費者がなぜそれを欲するのか，何を欲するべきなのか，という問題を取り上げたものだった。その際に問題としたのは，限界効用学派のように産業システムのメカニズムと構造における消費者に関するものではなく，人間として自らの関心と目的を実現化する消費者についての事柄だった。そこでは，選択という消費行動が，意識的な計算の結果として生じるわけではなく，そもそも未来の結果を計算すること自体不可能であり，そのような人間を想定した既存の消費の理論は受け入れがたいことを強調した。さらに，消費＝選択＝人間行動という図式のもと，消費という選択行為を価値の評価プロセスと捉え，当時の社会学の知識を応用し説明した。それは，価値の種類を区別する方法は，特定の状況におけるその機能を区別することであり，消費のプロセスは，個人的活動を超えた力をもつ社会的な基準によって組織化されると述べた。その基準として，彼女は消費によって構成される「生活水準」に着目し，消費の適切な理論を示すために，「どのようにこれらの基準が出来上がるかを説明」し，「それが構成されるプロセス」と「それらの基準の構成要素を分析」し，それが発展し変化する状況を描き出した。最終的に，高い生活水準を目指すことが求められるが，それは，低い生活水準を解消するための「治療薬」でも，生産の効率を上げるためでもない。カークにとって高い生活水準とは，消費者自身にとってどういう意味を持つのかを示すことが重要であった。したがって，彼女は，高い生活水準を目指す際には，他の誰でもない消費者自身が，自分たちの福祉に役立つものは何か，どんな目的を追求するべきか，どんな人生設計が最善かについて，考える必要があるとした。その実践として，「賢明な消費」を説き，知識をもち，トレーニングを積むことで消費の技術を向上させなければならないとしたのだった。

さらに，カークは，「消費の組織化」について述べた。これが具体的にどのようなものを指しているのかは明確ではない。しかし，カークが消費の理論の最後に提示したことは，彼女が生涯を通じてシカゴ大学やその他数々の教育や研究の現場で実践したことと重なる。生活協同組合の委員として活動した（Reid 1972, p.186）ことは，消費の組織化の実践的活動であったし，彼女が指導した学生たちは，アメリカ各地の大学や研究所，政府機関で，家庭経済学の専門家として活躍した。例えば，家計の経済的特徴を統計データを用いて研究した最初の人物であるデイ・モンロー[22]，家庭管理に社会心理学を応用したイルマ・グロス[23]，消費財の水準や段階

22）Monroe, Day, *Chicago Families : a Study of Unpublished Census Data*, Chicago, III. : University of Chicago Press, 1932.

23）Gross, Irma Hannah, 1892-; Crandall, Elizabeth Walbert, *Management for Modern Families*, New York: Appleton-Century-Crofts, c1954. 『現代ホーム・マネジメントの原理』松下英夫等共訳，原著第２版の翻訳，東京：家政教育社，1970.5.

に関する研究の権威となったジェシー・V・コール[24]，政府機関に所属した後，シカゴ大学のスタッフとなり，家庭および消費の経済学について論文を執筆し，広範囲にわたる貢献をしたマーガレット・G・リード[25]などである（Reid 1972, p.185）。

このように，カークは，消費に直接関わる存在として女性の社会的役割を意義づけるだけでなく，消費の倫理ともいえる賢明な消費の実践を説き，消費の技術を洗練させるために必要となる教育を自ら実践した。

カークの業績は，現代において大きく取り上げられることはほとんどない。しかし，彼女は生涯，消費の問題に取り組み，経済主体としての消費者の経済的活動に注目し続けた。その成果が，消費経済学，または家庭経済学という研究領域の確立と発展であったことに疑いはないだろう。女性経済学者が大学においてポストを得るのが難しい時代において，彼女はシカゴ大学で新しい研究領域を開き，関連する分野に後継者たちを送り出すという大きな貢献を成し遂げたのである。

本稿ではドーフマンが名づけた「消費経済学」の観点からヘーゼル・カークの消費論を概観した。しかし，ドーフマンが示したその他の論者ジェシカ・ペイショート，そしてテレサ・マクマホンの消費経済学がもつ特徴とその意義をとらえることも必要であろう。また，当時のアメリカにおいて消費に関する問題意識を共有していたと考えられる家政学や，実践的な消費者教育の展開を見る事も必要となろう。これらをまとめ，これまで学説史において注視されてこなかった消費研究の意義を探ることを今後の課題としたい。

24）Coles, Jessie V., *The Consumer-buyer and the Market*, New York: Wiley, 1938.

25）Reid, Margaret G., *Consumers and the Market*, New York: F.A. Crofts, 1938.

参考文献

Edited by Dimand, Robert W., Dimand, Mary Ann and Forget, Evelyn L.（c2000）*A Biographical Dictionary of Women Economists*, Cheltenham, U.K.: Edward Elgar.

Dorfman, Joseph.（[1959]1969）*The Economic Mind in American Civilization: Volumes Four and Five 1918-1933*. New York: Augustus M. Kelley.

Folbre, Nancy.（1998）The “ Sphere of Women ” in *Early-Twentieth-Century Economics. Gender and American Social Science*: the formative years. Edited by Helen Silverberg. Princeton: Princeton University Press.

Kyrk, Hazel.（[1923]1976）*A Theory of Consumption*, Arno Press.

Kiss, D. Elizabeth and Beller, Andrea H.（2000）Hazel Kyrk: Putting the Economics into Home Economics. *Kappa Omicron Nu FORUM*, Vol. 11, No. 2, Fall 00.

Libby, B.（1984）Women in economics before 1940. In E. J. Perkins（Ed.）. *Essays in Economic and Business History: Vol.3 Selected Papers from the Economic and Business Historical Society, 1980-1982*（pp.273-290）. Los Angeles: Economic and Business Historical Society and History Department, University of Southern California.

Mason, Roger S.（1981）A Pathfinding Study of Consumption, *Journal of Macromarketing*, Vol. 1, No. 1,（spring）, pp. 174-177.

Pundt, Helen（c1980）*AHEA : a History of the Excellence*, Washington, DC.: The American Home Economics Association.（『アメリカ家政学会・その卓越した歴史』ヒューマンエコロジー研究所訳, 1988）

Reid, Margaret G.（1972）Miss Hazel Kyrk, *History of the Department of Home Economics*, Ed. Dye, Marie, University of Chicago, Home Economics Alumni Association, pp.184-186.

Ruskin, John.（1862）*Unto This Last: Four Essays*

on the First Principles of Political Economy, edited by E. T. Cook and Alexander Wedderburn, *The Works of John Ruskin*: Library Edition, London 1903, Vol. XVII.（Reprint. Tokyo: Hon-no-tomosha, 1990）（飯塚一郎・木村正身訳，2008『この最後の者にも／ごまとゆり』（中公クラシックスW52），中央公論新社）

Stage, Sarah and Vincenti, Virginia B.（1997）*Rethinking Home Economics: Women and the History of a Profession*, Cornell University Press.（『家政学再考──アメリカ合衆国における女性と専門職の歴史──』倉元綾子監訳，近代文芸社，2002）

Van Velzen, Susan（2003）Hazel Kyrk and the ethics of consumption, *Toward a Feminist Philosophy of Economics*, Edited by Barker, Drucilla K. and Kuiper, Edith, New York: Routledge.

Zuckerman, Mary Ellen and Carsky, Mary L.（1990）Contribution of Women to U. S. Marketing Thought: The Consumers ' Perspective 1900-1940, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 18, No. 4, pp. 313-318.

アメリカ家政学研究会編著（2006）『20世紀のアメリカ家政学研究』家政教育社.