

【研究ノート】

## 技術進歩と消費需要

——前工業化社会における技術——

永 沼 博 道

### はじめに

著者はかつて、毛織物工業の歴史を取り扱った一論文の中で次のように指摘した。「工業は常に生産の側面と需要の側面に関係を持っている。従って或る特定の工業の歴史を取り扱う場合には、生産技術、生産構造の分析と共に需要構造の分析が必要となる。これは単に市場の地域的分布や販売量の測定のみには限られない。何よりもその工業製品が商品として担っている性格と、それに対する需要の存在形態が吟味されなければならない。新しい種類の工業製品の出現を説明するには、需要の質と量が特に問題にされなければならない<sup>(1)</sup>」。ここで著者は、従来経済史において消費の側面が生産の側面に比べて不当に軽視されてきていることを念頭においていた。とりわけ近代史の領域においては工業史、農業史に関心が集中し、なかでも近代経済成長の担い手と見なされた工業がもっぱら技術、組織、制度の面から取り上げられる傾向にある。

この点に関してギルボイ (E. W. Gilboy) が50年前に行った次の指摘は、今日においても相当程度妥当する。「ほとんどの19世紀の経済史家達は、生産技術、工業の衰退と拡大、動力機械の生産への影響等に関心を向け、需要の性質における変化、需要の明白な拡大に注意を払わなかった。経済史の

(1) 拙稿「英国毛織物工業史における《New Draperies》の意義と性格」『六甲台論集』第17巻3号、1970年 98頁。

分野においては経済学の分野と同様に、供給の要素を過度に強調してきており、とりわけこれらの変化を生み出したメカニズムはじつのところ見逃されてきたのである<sup>(2)</sup>。供給自らが需要を創り出すとするセーの販路法則が暗黙の前提とされ、関心はもっぱら供給サイドに注がれ需要サイドに注意が向けられなかった。

それでも、ケインズのセー批判<sup>(3)</sup>をくみとめた今日のヨーロッパの経済史学界においては、なんらかの形で需要ないし消費の視点を組み入れた著作、論文がかなり見受けられるようになってきている。前工業化社会における人的、物的資源の不完全利用の主たる原因が有効需要の不足に求められ、工業発展の牽引力としての需要の役割に関心が向けられるようになってきている。新毛織物 (New Draperies) の大衆品としての品質に注目し、それへの需要のあり方から生産の条件を探ったコールマン (D. C. Coleman)<sup>(4)</sup>、中世ヨーロッパにおける毛織物の品質と技術の関係を検討したヴァッツィ (P. Váczy)<sup>(5)</sup>、ファン・アウトフェン (R. van Uytven)<sup>(6)</sup>、中世北イタリアにおける綿工業の発展を消費類型の変化と低廉な商品への需要の拡大の視点から分析したマツァオウイ (M. F. Mazzaoui)<sup>(7)</sup>、17世紀における急速な消費市場の発展の

(2) E. W. Gilboy, "Demand as a Factor in the Industrial Revolution", in *Facts and Factors in Economic History* (Essays presented to E. D. Gay), N. Y. 1932, p. 620.

(3) ケインズの有効需要の理論においては逆に、供給が需要に規定されるということになる。J. M. Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*, London 1936, p. 26-34, 塩野谷九十九訳『雇用・利子および貨幣の一般理論』東洋経済新報社1942年, 31-39頁。

(4) D. C. Coleman, "An Innovation and its Diffusion: the <New Draperies>", *The Economic History Review*, 2nd ser., vol. 22 no. 3, 1969, pp. 417-429.

(5) P. Váczy, "La transformation de la technique et de l'organisation de l'industrie textile en Flandre aux XIe-XIIIe siècle", *Studia Historica Academiae Scientiarum Hungariae*, XLVIII, 1960, pp. 3-26.

(6) R. van Uytven, "The Fulling Mill; Dynamic of the revolution in industrial attitudes", *Acta historiae Neerlandica*, vol. 5, 1971, pp. 1-14.

(7) M. F. Mazzaoui, "The Cotton Industry of Northern Italy in the Late Middle Age: 1150-1450", *The Journal of Economic History*, vol. 29, 1970 pp. 262-286; id., *The Italian Cotton Industry in the Later Middle Ages: 1100-1600*, Cambridge 1981.

意義を強調したデ・フリース (J. de Vries)<sup>(7)</sup>、サースク (J. Thirsk)<sup>(9)</sup> などである。

生産様式を先ず一義的に問題にするマルクス主義史学の影響のもと、生産側面への傾倒が一層顕著であったのが、わが国における経済史学の戦後の傾向である。わが国経済史学界に大きな影響力を持った大塚久雄氏が、「商業は近代資本主義の成立にとって不可欠のエレメント」であるとしながらも、「経済史上、商業及び商業資本は歴史における方向決定の主体性を自己のうちに内包してはいない」が故に、「結局近代資本主義の成立過程における媒介的契機たるに過ぎないのである」とみたことは、商業史を流通史の名のもとにおき商業の果たしてきた歴史的役割に対して正当な評価が与えられないことへと結果したのである。

生産重視消費軽視の傾向は、商業史内においても見られ、「商業の時代的特質をきわめ、その発展の法則性を明らかにしようとするれば、先ず第一に、商業の対象となる商品が、いかなる生産様式の下に生産されたものであるかを考察しなければならない。」とされ<sup>(11)</sup>、「商業の歴史をもっぱら取扱う商業史学会の設立すら見ることもなく、生産一元論を基盤にした流通史という名のもとに商業が国民経済において果たす役割が見落とされてしまっているのが、じつはわが国の歴史学会の現状である。」と嘆かれる事態をすら招来している<sup>(12)</sup>。

生産のシステムに関連させて流通の機構にのみ関心が注がれてきたのが、これまでの商業史であった。流通の客体たる商品に対して消費の観点からア

(8) Y. de Vries, *Economy of Europe in an Age of Crisis*, Cambridge 1976.

(9) J. Thirsk, *Economic Policy and Projects: The Development of a Consumer Society in Early Modern England*, Oxford 1978, 三好洋子訳『消費社会の誕生』東京大学出版会, 1984年。

(10) 大塚久雄「近代資本主義発達史における商業の地位」『大塚久雄著作集』第3巻, 岩波書店 1969年, 161頁。

(11) 五十嵐喬『欧州商業史・増補版』お茶の水書房 1979年, 14頁。

(12) 藤田貞一郎, 宮本又郎, 長谷川彰『日本商業史』有斐閣 1978年, 10頁。

アプローチすることが新しい視角として必要であろう。そこから流通の主体たる商人の真の役割もまた浮かび上がってこよう。以下の小論は、消費の視点から経済史、商業史へ接近しようとする一つの方法論的試みである。

## 1 消費の社会的性格

経済学に於て消費は、物あるいはサービスの利用によって個人的欲望を充足することであると定義される。発達した経済においては、消費者は物及びサービスを市場において、商品として購入する。市場において、消費者は各々の物及びサービスに対する主観的評価である効用を、価格を天秤にかけることによって購入の如何を決定するとされる。この限界効用理論にもとづく消費者需要理論においては、消費者は所与の所得水準のもと、各自の効用極大化をめざして自主的に合理的判断が下せるものと仮定されている。この場合、個人の消費は他の人々の消費から独立していることが前提とされている。

しかるに、人間の経済活動は必ずしも経済合理性に支配されてはいない。「各個人の選好は他の個人の行為から独立である」という仮定にも、「ならん<sup>(13)</sup>経験的根拠はない」。人は他人の意見や影響のもとに生活しており、他人の消費パターンから独立してはいない<sup>(14)</sup>。しばしば観察されるように個人の消費パターンはきわめて世襲性の強いものであり、消費者は自己の過去の消費パ<sup>(15)</sup>ターンはきわめて世襲性の強いものであり、消費者は自己の過去の消費パ

(13) 川勝平太氏もまた、従来余りにも生産サイドのみに視野が限定され、消費サイドへの分析視覚が欠けていたことを指摘し、商品からの接近を提唱している。川勝平太「経済史の新しい分析視覚」『経済評論』8月号 1984年 50-55頁。

(14) J. S. Duesenberry, *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge Mass. 1949, pp.2-3, 大熊一郎訳「所得・貯蓄・消費行為の理論」巖松堂出版 1964年, 3頁。

(15) 清水元氏も、消費者行動理論や社会心理学の成果を援用しつつ、「他人の目」への意識が消費者の購買過程に重要な影響を及ぼすことを指摘し、「少なくとも衣料消費に関しては、個人的な消費関数と言うよりもむしろ、一定の地域レベルでの集団的消費関数が成立していたと考えるべきであろう。」と指摘している。清水元「明治期における衣料消費と経済発展のパターンをめぐって」『国民生活研究』第14巻4号, 1975年, 49頁。

ターンからも独立ではありえない。<sup>(16)</sup>

経済理論は一般に消費の欲求形成プロセスには立ち入らないが、このプロセスには経済的条件のみならず、社会的、心理的諸条件が作用する。生理的欲求水準を満たす以上の消費は、「もの」本来の使用価値を越えた性格を有する。「もの」は、それが生産され、消費される社会の価値の文化を象徴するものである。それは、「もの」がそれを所有している人間の地位、権威、階級などの社会的属性を示しているためである。この意味で「もの」および消費は、その「差異表示機能」<sup>(17)</sup>によって社会的指標の役割を果している。伝統社会においてはもちろん、現代社会の富裕階層においても需要が価格や所得の変化に対して敏感な反応を示さないのは、この消費の「差異表示機能」のためである。<sup>(18)</sup> 価格の変化に商品需要が鋭く反応するのは低所得層においてである。商品の品質の点からみれば、需要の所得・価格効果が働くのは、奢侈品<sup>(19)</sup>のレベルではなくて、あくまで大衆品のレベルにおいてである。この「もの」

(16) 現代の消費者需要理論は静学的前提に基づいて構築された論理体系であるがゆえに、長期的時間のもとでの需要の変化を見る上では役に立たない。パシネッティも云うごとく財の消費への消費者の選好は変化する実質所得水準に依存し、不完全な情報のもとでの学習過程に依拠するからである。L. L. Pasinetti, *Structural Change and Economic Growth: a theoretical essay on the dynamics of the wealth of nations*, Cambridge 1981, pp. 68-79, 大塚勇一郎・渡会勝義訳『構造変化と経済成長』日本評論社 1983年, 78-93頁。

(17) 記号論の見方によれば、物は物本来の使用価値においてではなく、物のもつ記号において消費される。ボードリヤール (J. Baudrillard) が、「財の消費は、元々、欲求の個人的経済に應ずるものではなく、威信と等級分配の社会的機能である。」として「物はその物質性においてではなく、差異において消費される」としたのは、この消費の持つ社会的性格を重視したからにはほかならない。J. Baudrillard, *Le système des objets*, Paris 1968, 宇波彰訳『物の体系』法政大学出版局 1980年 247頁。

(18) 消費者パターンが身分によって規定されている伝統社会では、それゆえ需要の価格弾力性は低いと理解されなければならない。この様な社会では、価格の低下は需要の増加を誘発せず、生産者にとって収入の低下をもたらす。

(19) したがって後に取り上げるように、近代的な工業の発展のためには大衆品の需要の持続的拡大が不可欠となるのである。

と消費の「差異表示機能」は、むしろ伝統的身分社会においてこそ容易に観察されうる現象である。身分社会においては、所属階層にふさわしい消費は社会的「義務」とされた。

消費のもつこの社会的性格を示す現象の一つは流行である。身分制が強固に確立している社会では流行による変化は殆どみられない。なんとすれば、「もの」がそれを所有する人の身分表象手段であるが故に、すなわち「装いや生活様式における明確で犯し難い区別が身分序列での格つけの徹しであった」<sup>(20)</sup>が故に、身分社会において消費は社会の階層性に規定されていた。この消費の「差異表示機能」がもっとも典型的に示されるのは、衣服においてである。衣装は時間と空間を問わず身に着けるものであるが故に、自他の差異を際立たせる手段として高い機能を有している。長い文明史の中で服装こそは所属集団内で、それを身に纏う者の身分、地位を明示するものであった。身分制社会にあって特定の身分にしか身につけることを許されなかった「禁色」の存在は、衣装のもつ身分的「差異表示機能」を明らかにしている。

衣服が有しているこの「差異表示機能」こそ、一方において流行を生み出す源でもある。しかるに流行が生じるには、個人が自らの欲求に従って消費のパターンを選ぶ自由がなければならない。そのためには、消費に対する身分的制約が払拭されることが前提となる。もっとも、それは個性を自由に追求することにはつながらない。むしろ流行現象は個性化よりも集団化を象徴するものである。言い換えれば、ある社会集団への帰属要求を満たすものである。ブローデル (F. Braudel) も指摘しているごとく、流行のかなりの部分は上位の身分階層の、より下位の身分から自らを区別し、その間になんらかの障壁を設けようとする欲求から生まれている。<sup>(21)</sup>この意味で強固な身分

(20) D. S. Landes, *The Unbound Prometheus: Technological Change and Industrial Development in Western Europe from 1759 to the Present*, Cambridge 1969, p. 50, 石坂昭雄・富岡庄一訳『西ヨーロッパ工業史 1』みすず書房 1980年, 62頁。

(21) F. Braudel, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XVe-XVIIIe siècle, tome 1: Les Structures du Quotidien*, Paris 1979, p. 282, 村上光彦訳『物質文明・経済・資本主義, 15—18世紀; I—1 日常性の構造』みすず書房 439頁。

制のもとでは身分ごとの衣装が峻別されており、流行を生み出す必然がない。ヨーロッパでは、12世紀まで服装の流行による変化は上層の人々の間でも見られない。中世後期の身分制の弛緩を待って、下位の階層による上位の階層のファッションの模倣は可能となる。13世紀以降の都市市民層の社会的上昇は新しい衣服の流行の源泉となった。この時期以降しばしば観察される奢侈禁止令は、上層のファッションが下位の階層へ広がっていくことにより身分秩序の崩壊が顕在化することへの上位階層の恐れを示している<sup>(22)</sup>。

「差異表示記号」は誰もが身につけるようになってしまえばその意味を失う。社会階層において上位であると自認するものにとっては、差異の表象手段を新たに考案する必要がある<sup>(23)</sup>。絶えざる「追随者、模倣者の圧力」こそが、流行の源泉となるのである。社会的流動性が高い社会ほど、高い消費水準への衝動が強くなるのである。

## 2 近代初期ヨーロッパにおける消費パターンの変容

黒死病による人口減少は、一方において経済不振、封建制の危機をもたらしながら、地代の低下、賃金水準の上昇が農産物価格の下落をともなって、賃金生活者の生活水準の向上をもたらしたことは、15世紀以来の低廉な毛織物への需要の拡大によって観察されえるが、ヨーロッパ、とりわけ北西ヨーロッパにおいて消費パターンの大きな変化を経験したのは17世紀である。この時期、上級階層の消費生活の模倣を通して中間階層の消費が活発化するとともに、市場における下級階層の購買力の上昇が見られる。17世紀地中海地方は再三のペストの流行によって著しい人口減少を経験したが、北西ヨーロッパではむしろ微増傾向にあった。この中で北西ヨーロッパは人口減少を伴わずに実質賃金の上昇を見た<sup>(24)</sup>。穀物価格の下落傾向は農業従事者の所得を脅かしたものの、農業技術の革新による低コストの実現、高利潤をもたらす畜

(22) de Vries, op. cit., pp.177-178.

(23) Landes, op. cit., p. 50, 邦訳, 62頁。

(24) de Vries, op. cit., p.184.

産の拡大によって埋め合わされた<sup>(25)</sup>。こうして生じた実質所得の増加は、新しい購買力の源となる可能性を有している。

こうして生まれた中下層の人々の実質所得の増加は、新しい購買力の源泉となる可能性を有している。中級階層における廉価な奢侈品への需要の増加は15世紀ごろから徐々に現れていたが、大衆市場のためにはより下層の人々の購買力増加が不可欠である。しかしながら、賃金水準の上昇は購買力増加の基礎であるが、それだけで工業製品の消費の増加にはつながらない。中級階層における廉価な奢侈品に対する需要の拡大はすでに15世紀末葉より見られるが、より下層の人々の購買力増加すなわち大衆市場の成立をもたらした条件についての吟味が必要である。自らは生産した奢侈品の需要者ではありえない労働者は、まず食べることを優先する<sup>(26)</sup>。その様な状況下では、もし賃金が上昇するか食料価格が下落すれば、労働者は働く時間を減らす行動を選択するであろう。いわゆる労働の反転供給曲線 (backward bending supply curve) として観察される現象である。従って賃金水準の上昇は、それだけでは市場における購買力としては作用しない。大衆需要の拡大がもたらされるには更に別の条件が要求される。デ・ブリースは、近代初期における消費パターン変化の要因として、社会構造の変化、近代国家の成立に伴う新しい税制、商人による欲求創造の努力を挙げている<sup>(27)</sup>。

14, 5 世紀の人口減少ともなう経済危機の中で、封建領主層の経済的困難と政治的、軍事的弱体化は権力の集中をおしすすめ、中央集権国家の成立に道を開いた。その中で封建的身分秩序は次第に崩壊への道をたどり、国家を支える官僚制機構の中で新しい身分階層が生まれつつあった。経済拡張期の16世紀に力を蓄えた市民層は、土地を購入して地主化するだけでなく、官

(25) Mazzauoi, *The Italian Cotton Industry*, p.131-132.

(26) F. Braudel, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XVe-XVIIIe siècle, tome 2: Les Jeux de l'Echange*, Paris 1979, p.155, 山本淳一訳『物質文明・経済・資本主義、15—18世紀；I—1 交換のはたらき』みすず書房 1986年, 220頁。

(27) de Vries, op. cit., p.179.

僚機構に入り込み、買官を通して新貴族に列する機会すら得ていた。こうして中世的な伝統社会を支えてきた身分秩序は互解し、社会構造は大きく変貌を遂げた。諸身分間の社会的流動性が高まれば、身分間の消費パターンの垣根を取り払い、上位階層の消費はより下位の階層によって容易に模倣されることとなった。<sup>(28)</sup>

折からヨーロッパ人のアジア、アフリカ、アメリカへの進出は新しい種類の商品をヨーロッパにもたらしており、この社会的流動性の高まりは、商人の販売努力による消費欲求の創造、すなわち消費の「依存効果」<sup>(29)</sup>の造出を可能とした。定期市や商人に代わる小売店の出現は、商品を常時消費者の目に晒すことで消費への欲望をかき立てる効果があった。小売店は都市化の波の中でより洗練された物質文化を広く浸透させる役割を果たし、都市化の波は消費生活を大きく変貌させた。所得増加への意欲をかき立てる商品の供給は、労働供給曲線の反転の位置をより高い水準へと移動させたのである。<sup>(30)</sup>

近代国民国家は官僚機構と常備軍に支えられているだけに、従前の封建国家にくらべて国家財政の規模は著しく拡大したものとならざるを得ない。<sup>(31)</sup>しかもその税体系は不釣合いに下級階層に重いものであった。農民や労働者は

(28) Ibid., pp. 179-182.

(29) この用語はガルブレイスがその著書『豊かな社会』の中で使用したものである。彼は生活必需品に対する絶対的欲求が充足された「豊かな社会」で、なお経済成長をもたらすものとして生産者側の宣伝広告による欲望造出を考えた。J. K. Galbreith, *The Affluent Society* (4th ed.), Boston 1984, 鈴木哲太郎訳『ゆたかな社会』岩波書店 1985年, 204-213頁。しかし消費が供給側の販売活動に操られる意味での依存効果は、「豊かな社会」ならずとも広く観察される。既に見てきたように消費は必ずしも必要を満たすためになされるとは限らない。消費に対する社会的障壁が取り除かれ、上位階層の消費がデモンストレーション効果をもって下層の消費を刺激するようになると、依存効果の可能性は高まる。

(30) de Vries, op. cit., p. 187.

(31) 16世紀ヨーロッパ国家の特徴を膨張する官僚組織において捉えたのは、トレグラー＝ローパーである。H. R. Trevor-Roper, "The General Crisis of the 17th Century", *Past and Present*, No. 16, 1957. pp. 38-39, 今井宏訳「十七世紀の全般的危機」『十七世紀危機論争』創文社 1975年, 90-91頁。

納税に必要な貨幣所得を得るために、市場向け生産に携わらざるを得ない状況に追い込まれることとなった。結果として、下級階層もいやおうなく市場経済の中に巻き込まれ、分業を促進させた。

こうして生まれた大衆市場こそが、多様な大衆品の供給を促して農村工業の展開をもたらしたのである。サースクも指摘しているごとく、消費物資の大衆市場は産業革命によって廉価な商品が供給されるようになった結果ではなく、そのはるか以前から存在していた。むしろ、産業革命は大衆消費の展開と拡大を前提としている。工場制工業はこうした需要が拡大し、人々が大量生産工業の生産物を消費することに順応するまでは典型的なものとはならなかった<sup>(32)</sup>。市場が「品質市場」から「価格市場」に変わることによって、すなわち生産物の選択において価格の相違が品質の相違より重要となること<sup>(33)</sup>によって、いわば「質を量の犠牲」<sup>(34)</sup>にすることによって、大量生産方式による工業化は可能となったのである。

### 3 歴史における商品の品質と消費

現在世界で最も広く衣服の材料として使われている繊維は木綿であろう。木綿の他の繊維に対する優位は、何よりもその原料である綿花の栽培の容易さと製品の多様性にある。肌触りがよく丈夫でしかも洗濯し易い綿織物は、夏服として、仕事着として、また肌着として適切であると共に、良く汗を吸う性質とあいまって夏の衣服として優れている。同時に厚手に織った場合や、キルティングに作ることにより冬の防寒着としても優れた性質を有している。

インドにおいては古くから綿製品は、その品質と用途の多様性によって、被服をはじめシャツ、ベッドカバー、シャツ、カーテン等として広い階層の間で使用された。絹にも勝る薄手の高級品から庶民の日常着を以て、ヨーロ

---

(32) Thirsk, op. cit., p.125, 邦訳 161頁。Gilboy, op. cit., p.639.

(33) Mazzaoui, op. cit., p.132.

(34) Landes, op. cit., p.53, 邦訳, 66頁。

ッパにおいて毛織物が果たしたように、社会の被服文化の機軸を成してきた。上層の身分表象手段である奢侈品から一般大衆の必需品に至る広範囲の品質の存在は、消費の階層分化に対応したものである。インドに比べて寒冷的な気候の中国や中央アジアでは、冬の被服として絹、羊毛の代替品として使用された。高価な真綿<sup>(35)</sup>のキルティングに対して綿のキルティングは、安価な下級代替品であった。

ヨーロッパへの木綿の伝播の契機は、それに先立つところのイスラム圏における木綿衣服の普及であった。ここでは9世紀から11世紀にかけての灌漑施設の整備をとまなう農業の再編成のなかで綿花栽培の拡大をみている。冬穀の裏作としての綿花栽培の広範囲な普及は、木綿を衣服として広く採用することを可能にした。男性の服装に金、絹などを使用することを禁じるとともに、綿織物を亜麻織物および粗質毛織物と同等のものとしたイスラム法<sup>(36)</sup>の規定は、木綿製品を広い階層にわたって普及させるのに役立った。

ヨーロッパにおいて木綿は、ローマ時代から輸入され夏の衣服として使用されていたものの、それはごく少量に過ぎず上層の人々の贅沢品にとどまっていた。ヨーロッパへの木綿織物の導入は、12世紀ごろイスラムファッションの流入と共に始まったようである。しかるに、毛織物と亜麻織物を主とした被服文化になれ親しんできたヨーロッパ人にとって、新しい種類の織物である綿織物が定着するためには、全階層にわたる衣服の消費パターンの変容が前提条件となる。14世紀にはシャツや下着類が普及し始め、薄手の亜麻織物が使用された。絹製の贅沢な物もみられ、衛生のためと言うよりはおそらく身だしなみのためであったろう。しかしこのシャツ類の着用は、薄手織物<sup>(38)</sup>への嗜好を高めて新しい衣服の消費パターンを生み出す一要因となったと理

(35) Mazzaoui, op. cit., p. 12-13.

(36) Ibid., p. 17-18.

(37) Ibid., p. 17-19.

(38) R. L. Pisetzky, *Il costume e la moda nella società italiana*, Torino, 1978, 池田孝江監修, 森田義之, 篠塚千恵子, 篠塚二三男, 一ノ瀬俊和訳『モードのイタリア史：流行・社会・文化』平凡社 1987年, 296頁, 354-355頁。

解される。

ヨーロッパにおける綿織物の一般的消費は、インド産綿織物の大量流入に始まったわけではない。亜麻と木綿の交織であるファスチンの消費によって綿織物着用の経験をえていた。南ドイツにおける製造は14世紀に始まっているが、北イタリアはこれに先んじてファスチン製造を展開させていた。<sup>(39)</sup> ファスチンは粗い肌触りの亜麻織物に比べてソフトであり、折からの肌に密着した衣服の流行に適合的なものであったろう。

ヨーロッパ繊維工業の機軸たる毛織物の中にも薄手織物への嗜好の変化は見て取れる。14世紀以降ヨーロッパの毛織物市場においては、耐久性に欠けるものの軽くて安価な商品への需要が高まり、厚手で耐久性に富むものの高価な織物への需要は相対的に減少しつつあった。15世紀までにごく小数の上層の顧客を対象とした高価な製品から、より多数の顧客集団である中間階層を対象としたより廉価な製品への移行がみられる。フランドルに始まった廉価な薄手毛織物生産の拡大は、なによりもこの新しい需要の拡大に対応したものであった。

大衆需要に支えられた新毛織物生産の拡大しつつあった17世紀は、イギリスにおける木綿工業勃興の時期でもあった。東インドカンパニーによってもたらされたインド木綿は、絹および亜麻の代替品と見なされた。しかもイギリス人はこれら非羊毛繊維製品をもっぱら輸入に頼っていたので、当初木綿を輸入するのにそれほど抵抗がなかった。<sup>(40)</sup> 綿布衣料は既に進行しつつあった薄手織物への嗜好に応じたものであった。

長い歴史を通じて、羊毛、木綿と共に被服文化の担い手であり続けた「麻」については他の繊維ほど取り上げられないことがない。既に触れたように、ヨーロッパや日本においては木綿の歴史は比較的新しいものである一方、「麻」はこの両地域において古代より重要な被服材料として欠くことのできないも

(39) Mazzaoui, op. cit., p.131.

(40) A.P. Wadsworth & J. de Lacy Mann, *The Cotton Trade and Industrial Lancashire: 1699-1789*, N.Y. 1968.

のであった。しかも、「麻」はその用途からみて木綿と代替関係にあるものである。両地域の人々にとって新繊維たる木綿が浸透していく過程を理解するためには、先行する「麻」消費のパターンがどのようなものであったかを見る必要がある。

日本語で「麻」と総称される繊維が、分類学上異なる科に属する多くの繊維作物から採られ、原料の違いによって製品の品質に大きな差異が生まれることには意外なほど注意が払われてきていない。代表的なものとしては、アジア、ヨーロッパを中心に栽培されている亜麻、アジアに多く見られる大麻、日本を含む東アジアで多く栽培されていた苧麻が挙げられる。亜麻はアマ科に属し、その一変種から麻葉が採れることでも知られる大麻はクワ科<sup>(41)</sup>に属し、苧麻はイラクサ科である。

コーカサスから西アジアにかけての地方が原産地とみられる亜黄は、古代エジプトで既に主要な衣服原料として使われていた。気候風土に合った軽くて涼しく洗濯も容易な白い亜麻布は、エジプト人の好む織物として他の繊維を圧倒した。ローマ時代から広く利用されたこの繊維は、ヨーロッパにおける代表的な植物性繊維となった。繊維用作物としての日本への伝播はきわめて新しく、明治19年北海道に導入されたのが最初である。大麻は中央アジア<sup>(42)</sup>原産で、ここから東西に伝播していったものと考えられている。ヨーロッパでは医薬用として普及し、繊維用作物としてはアジアが中心であった。日本へは1世紀ごろに導入されたものと見なされている。日本において古代から被服原料として広く使用されてきたのは苧麻である。近世初頭に綿が導入されるまで、庶民衣料の原料として広く栽培されていた。苧麻はその繊維が硬くて布地としてしなやかさに乏しいために、織りあげた後、砧をする必要があった。<sup>(43)</sup>

(41) 森周一『製麻』ダイヤモンド社 1950年、3-9頁。

(42) 星川清親『栽培植物の起源と伝播』二宮書店 1978年、106-107頁。

(43) 永原慶二「綿作の展開」永原慶二他編『講座・日本技術の社会史』日本評論社 1983年、70頁。森、前掲書、14頁。

これらの麻繊維は、綿繊維に比べて硬質である。しゃりっとして風通しのよいために暑い気候に適している。しかるに、今日の麻織物の中心を占める亜麻織物は、質において多様性に富み既に古代エジプトの時代から軽くて薄い上質の織物が作られていた。中世フランドルで生産された極薄手の亜麻織物は、奢侈的織物としてヨーロッパの上級階層の求めるところであった。それに比して大麻の繊維で織られた布地は手触りが硬くヨーロッパでは服地としては望まれなかった。大麻の繊維は梱包袋や帆布、ロープなどを製造するのに主として利用された。

亜麻織物が普及していたヨーロッパや西アジアで薄手の綿織物への志向が強く、大麻、苧麻織物が普及していた東アジアにおいて厚手が肌触りの硬い綿織物への志向が強かった事実は、木綿が普及する以前における麻織物のこのような地理的分布が、植物繊維織物に対する消費パターンの伝統をつくりあげる一要因になっていたと理解される。<sup>(44)</sup>

#### 4 品質と技術

技術、人口、消費パターンは、短期の分析に於いては所与のものとする事ができるが、分析視角を長期にとるならば、むしろこれらの諸要素の変化が経済の趨勢を決定づける。生産コストは長期的には技術に依存し、生産構造の調整を通じてコストが価格を決定する。一方、生産物の質と数量は消費人口と消費パターンに依存し、その結果、採用される技術に一定の制約条件が生まれる。<sup>(45)</sup> 需要条件に適合的でない技術は、それがどれほど生産性を向上させるものであっても広く採用されることはない。歴史上、新技術の発明と実用化との間にはしばしば大きな時間的ずれが観察される。その原因は、と

---

(44) 川勝平太氏が強調するイギリス綿工業の薄地布への強い志向も、亜麻織物およびファスチオンによって作り出されたヨーロッパ市場における薄手織物消費の伝統によること大であったのではなかろうか。川勝平太『19世紀末葉における英国綿業と東アジア市場』『社会経済史学』第47巻2号 1981年。

(45) L. L. Pasinetti, op. cit., pp. 141-142, 邦訳, 164-165頁。

りわけ前工業化時代においては、技術的なものというよりは需要側の条件によるものである。<sup>(46)</sup>

前工業化社会における成長へのネックは、技術的停滞にあったのではなかった。16、7世紀における技術的障害が克服できないほどのものではなかったことは、ホブスボウムもまた指摘している通りである。<sup>(47)</sup>この時期までの新技術はそれほど革新的であったわけではない。需要の側の条件こそが、その採否を決定づけた。

技術選択に当たっては、何よりもまず市場における需要に適應しているか否かが成功裡にすすめるうえできわめて重要となる。より高い生産性を実現するより高度な技術が、常により生産性の低い技術を圧倒するとは限らない。採用さるべき技術は市場の存立条件に制約される。仕向け地市場が、価格の高低によって需要量が増減する価格市場か、それとも品質が商品選択の動機となる品質市場かによって、技術選択を含む生産のあり方は大きく異なるのである。

13世紀の都市毛織物工業において、紡ぎ工程の生産性を向上させる紡ぎ車は、その使用を禁止する法的規制がみられる。仕上げ工程における縮絨水車と同様に質を量の犠牲にすると考えられた紡ぎ車は、優れた品質の製品の供給をいわば義務づけられていた都市工業の受け入れられるところではなかったのである。一方、当時の木綿の製造工程において毛織物工業にみられる様々な技術規制が存在しなかったことは、少なくとも当時ヨーロッパで生産さ

(46) 「いかなる発明にせよ、ドアをノックしてから実生活に導き入れられるまでには、何年間も、あるいは何世紀間も待たなくてはならない。まず発明がなされ、ずっとのちに社会の受容力が所要の程度にまで達したところで応用の出番となる」。Braudel, op. cit. : tome 1, p. 293, 邦訳, 1-2, 3頁。12世紀にいったん実用化されながら、15世紀末に至るまでその使用が中断した縮絨水車の例を見よ。拙稿「低地地方における縮絨水車と紡ぎ車の普及について—技術変化と需要構造の関係の一側面—」『関西大学商学論集』第17巻4号, 1973年。

(47) E. J. Hobsbawm, "General Crisis of the European Economy in the 17th Century", *Past and Present*, No. 5, 1954, p. 41, 今井宏訳「十七世紀におけるヨーロッパ経済の全般的危機」『十七世紀危機論争』創文社 1975年, 16頁。

れた木綿が奢侈品と見なされていなかったことを意味する。<sup>(48)</sup>

奢侈の高級品生産に特化していた中世ヨーロッパ都市工業に対し、中世末から勃興し始めた農村工業は、従来庶民の消費する下級品生産に特化していた農村の織布業から発展したものである。農村工業と都市工業とのもっとも大きな相違は生産の機構や組織ではなくて、その作る製品の品質の違いにあった。したがって都市工業生産物と農村工業生産物の間には代替関係はなく、本質的な意味において競争関係は成立しない。採用された技術の違いは、生産される製品の質の違いに由来していた。農村工業の成長は、何より大衆市場の持続的拡大に支えられていたのである。

国内市場はしばしば多様な品質の商品を要求するのに対し、国外市場は品質の規格化、標準化を通じて大量生産を可能にする。15、6世紀イギリス毛織物工業における広巾毛織物への集中は、ヨーロッパ市場における需要の上に成立したものであり、17世紀における新毛織物生産の著しい拡大も、地中海市場を中心とする広い国外市場の存在に依拠していた。18世紀以降のイギリス綿工業の目ざましい躍進は植民地を含む世界市場を対象とすることによって初めて可能であった。国内市場は、伝統社会にあっては社会の階層性に従って細かく市場分割されているために、規模の経済性が十分に作用するほど規格化された製品の生産に特化できない。

新しい工業の発展がしばしばその契機を国内市場ではなく、国外ないし域外の市場に求めなければならなかった理由もここにある。明治期の綿織物工業成長の中で、機械織機の採用はもっぱら輸出用の大幅綿織物生産の中で進展し、内需用の小幅物の生産は地方の在来産業の手に任されたことは、この意味で注目すべきことである。<sup>(49)</sup>

(48) 元々綿紡績の技術として12世紀にヨーロッパに導入された紡ぎ車は、木綿繊維の製造に関しては品質に影響を与えず、むしろ糸の均質化に役立ったとされる。Mazzaoui, op. cit., p. 78.

(49) 絹糸の生産効率を上昇させた座繰法は品質の低下をもたらし、それ故に市場が国内に限られていた開港前には普及せず、低品質の生糸を受け入れた国外市場の登場がこの新技術の普及を可能にしたとの根岸秀行氏の指摘は、日本市場におけ

直接消費財生産は、それがその社会における物の価値体系に関わるが故に、在来の消費構造に適合的な製品生み出さない限りは、容易に定着し得ない。一社会の消費パターンが変化して新種の商品を受け入れるには、文化の体系における変化が必要であり、そのためには一定の時間的経過が必要なのである。<sup>(50)</sup>大紡績会社が機械繊維を導入して輸出用の大幅綿織物に進出したのちも、国内で消費される綿布は和服用の小幅製品であって、これがほぼすべて在来綿織物業によって生産されていたことは、在来的生産様式の強固な存続を意味している。

技術進歩を製品の質的向上として把握することは、適切とはいえない。歴史的経験の教えるところでは、技術進歩は生産性向上とは結び付いても、質的向上とは必ずしも結び付いてはいない。綿糸の高番手化も現在の消費パターンからみれば質的向上として捉えられうるとしても、たとえば明治期の日本国内市場においては低番手の太糸が好まれた事情については既に見たとおりである。品質評価の序列はあくまでそれぞれの時間空間における消費需要の実態において理解されなければならない。

---

る絹織物消費の高度に奢侈的傾向を示すとともに、伝統的消費パターンがもたらす商品需要の多様性が量産化のネックになっていたことを物語っていよう。根岸秀行「幕末開港期における生糸繰糸技術転換の意義について」『社会経済史学』第53巻第1号、1977年、1-28頁。

- (50) 特定の社会集団において共有される生活様式は、嗜好の保守性ゆえに短期間のうちには変化しにくいものである。生活様式は時間と共に変化し、異文化との接触によっても大きく変容する。その程度は、インパクトの量と頻度、当該文化の柔軟性によって異なる。この点に関して、中村隆英も、「消費類型の変化は経済の近代化に追随するが、それは時間的にはかなりの「遅れ」をともなう」ことを指摘し、「日本人の衣食の様式が西洋風に急変しはじめたのは、都市においても1920年代以後であり、農村においては1950年代後半以後であった」とみている。中村隆英『戦前期日本経済成長の分析』岩波書店 1971年、77頁。