

**消費者金融サービスの意味と本質**  
—経済成長の推進装置としてのその普遍的役割—

山本 龍彦

(住友ゴム工業株)／関西学院大学大学院総合政策研究科 大学院研究員)

■ はじめに－問題点の所在と考察の方法論について

1. 交換経済における利子と倫理性－古代から中世へ
2. 産業革命と資本主義－世俗内禁欲と生産の増大化
3. 消費社会の先駆者－GMの成功事例とクレジット
4. 日本の伝統的金融システムと近代日本人の金銭観
5. 戦後日本の経済成長と消費者金融サービスの関係

## ■ はじめに一問題点の所在と考察の方法について

いま消費者金融は業態としての市民権を得、またかつての暗いイメージも払拭されているかに見える。しかし、消費者金融の現代の消費社会において正しく位置づけ、その意味と本質、つまりレーゾンデートルを明らかにした考察は、なされていないのが現状である。

つまり、消費者金融に関する実務的考察や方法論、あるいはその影響やそれに対する処方箋的提言はあまた存在するのだが、現代の消費者金融そのものを歴史的・社会的に正当に位置づけて評価して定位した考察、すなわち本質論は未だ見いだせないままなのである。

これでは消費者金融の業態、あるいは個々の企業活動としての市民権の認知もまた、表層的なものにとどまってしまう。そしてこのことはまた、消費者金融に対する一部の誤解や低評価につながる危険性におちいる陥穽を内包していると言わざるを得ないのである。

結論的に言えば消費者金融は消費社会、つまり現代の資本主義経済の潤滑油、また推進装置として、消費の拡大を通して生産の拡大に寄与し、経済成長を促進しているのである。すなわち、現代では生産が消費を規定するのではなく、消費が逆に生産を規定し誘導しており、このゆえに経済発展はひとえに消費に依存し、それは取りも直さず消費の拡大が即、経済の成長をも意味する。したがって、現代という歴史と社会の維持と存続、またその成長も発展も消費の拡大に依拠し、この理由でいかに消費を停滞させることなく拡大し続けてゆくかが経済発展のみならず、それにとまなう我々の生活の向上にもつながるのである。

この地平にこそ消費者金融の意味と意義が存在する。かつての質屋という金融システムは所有物を担保としていた。だがそれは、過去の財であって究極的に借りた金は、その財と引き換えにされ消尽され、またその財そのものも、そのサイクルを重ねる度に財的価値もまた目減りするという悪循環のシステムであり、さらにそれは自己の過去の財であるがゆえに、外部の資金の導入を必要としないがゆえに、経済的な刺激にはなりえなかった。

逆に現代の消費者金融サービスというシステムは、外部資金の導入とその積極的活用であるから、経済活動の潤滑油としての機能を果たすのである。またこれを利用する側からみれば、それは過去の財の消尽ではなく、自己の現在から未来への投企となるのである。つまり、自己と自己の現在から未来へかけての生産と消費という行為を、そこに措定することであり、またそのことによって現在の生活を充足させ、またその生産活動をも拡大・向上させることが前提であり、この理由で自己の現在から未来への投企となるのである。

だがヤヌス神の相貌のごとく、この一連の図式にもまた、もうひとつの相があることも事実である。まず、その経済活性化のカンフルである利子に対する、ある種不当な見解であり、これは古代ギリシャ哲学から中

世のスコラ哲学にまで陰を落としている。一方で、それを利用する側の自己規制の倫理、つまり自らの欲望のマネジメントの問題である。

本論考はその不当な見解、またその由来している問題設定とその構造、さらにそれを生起させた時代と社会、そして自らも経済主体である我々の側の、その主体としての自己規制の倫理とその根拠、そして欲望のマネジメントの問題に関して学際的にアプローチしてゆき、その考察を通して消費者金融サービスの意味と本質を解明してゆくものである。

## 1. 交換経済における利子と倫理性ー古代から中世へ

経済学の始源は、古代ギリシャのオイコノミー、すなわち家政学に由来するのだが、この古代から中世にいたる交換経済の社会においては、利子をとることは否定されていた。アリストテレスは「憎んで最も当然なのは高利貸しである」と述べ「それは彼の財が貨幣そのものから得られるのであって、貨幣がそのことの為に作られた当のもの(交換の過程)から得られたものではないということによる、何故なら貨幣は交換の為に作られたものであるが、利子は貨幣を一層多くするもの」であり「最も自然に反したもの」<sup>1</sup>としている。

いやそれ以前にプラトンによって、私有財産を増やすこと罪悪視されている。プラトンにとって最も重要なことは国家という共同体における善政であって、それは正義と善によって実現されるものであるから富、あるいは金というものは正義と善という「理をわきまえる者にとって」こそ「最大の効用をもつもの」となるのである。<sup>2</sup> そして理をわきまえる者とは、必然的に禁欲的で自制心があり、必要最低限の財産しかもたないのである。

中世のトマス・アクィナスもまた利子をとることを否定する。彼によれば商業的な交換には 2 種類あり生活に必要な物と物、また物と貨幣との交換は肯定されるが「利益を得るために、貨幣と貨幣または物と貨幣を交換すること」<sup>3</sup> は非難される行為であり、社会的・道徳的な批判を受けるだけでなく、宗教的な制裁をも受けるものであるとされている。

このような時代と社会において、消費者金融というサービスが生まれることは不可能だったであろう。ギリシャと西欧中世では神の観念ー古代ギリシャの神々とキリスト教の神ーが異なるとはいえ、共同体の存在は至高の神が自明で普遍の前提であり、共同体、つまり社会における経済行為もここから規定されており、それが当時の経済倫理でもあった。

しかし取引という人間のもつとも基本的な営為は存在した。それは神々と人間と、あるいはエホバの神と預言者との間の契約であり、神の命令とその遵守による見返り、つまり至福の授与という関係であり、この関係を破ることは人間の側の破滅を意味しており、そこに interest という取引の中間に生じる利子、という概念の入る余地はなかったのである。

だが我々はアリストテレスの言葉の中に、高利貸しという言葉を発見できるのだから、当時から高利貸しは存在したのであり、かつまた私有財産を増やすことが戒められていたということは逆に、私有財産を増やす者が一方で存在したということの意味するのである。

古代から中世にかけての経済は基本的に交換経済である。つまり、必要に応じて生産し、それをまた必要に応じて物々交換、あるいは貨幣と交換していた経済であり、このシステムにおいては基本的に現在でいうところの市場が存在し得なかったし、またそこに資金(資本)を市場や生産者に投入して、生産の拡大を図るということも考えられなかったのである。

これはまた、生活の向上という考え方が当時の人々にはなかったことをも意味する。逆に表現すれば、生活を向上させられるという考え方を人々がもつようになったのは、産業革命以降の生産力の圧倒的な拡大・向上が可能になってからの発想であり行動なのである。

交換経済においては今日でいう市場は存在せず、取引という契約関係だけがあり、それは神と人との契約を規範とした、物と物、物と貨幣の等価交換だけが存在したのである。

## 2. 産業革命と資本主義—世俗内禁欲と生産の増大化

前説では古代ギリシャ、つまり西欧の最古の文明の中に高利貸しという、人に金を貸すというビジネスとシステムが存在していたことと、それが哲学者や為政者によって暗に否定されていたことを確認した。だが存在したということは、逆にそれが必要とされていたことでもある。そして、この金を貸すことによる利子の獲得という金融システムは、かたちをかえて産業革命を経て、現代に通じる資本主義経済の中に流れこんでいるのである。

これを可能にしたのがハード面での産業革命であり、それを精神的に支えて合理化したのがピューリタニズムであった。それは産業に資本を投資し、そこで得られた利子をさらに生産に投資する拡大再生産のシステムの始まりであり、消費社会への道ともなった。

アダム・スミスは、キリスト教の予定調和の思想を経済学の領域に応用し、人間は神の理性を分与された存在であるから、交換経済においても市場の需要と要求は政府が介入せずとも合理的、かつ適正な一致がみられるということを有名な「神の見えざる手」<sup>4</sup>という言葉で表明した。しかしながら、彼には産業革命がやがてもたらす、生産と消費の逆転劇がその視野にはなく、<sup>5</sup> この予定調和説的な「神の見えざる手」は機能しなかったのだ。

スミスの考え方は現代の経済学にも通底しているものであり、それは理性的で合理的な消費をするという人間像なのだが、我々は常にそのような理性的な判断と合理的精神で消費を行っているのではない。我々は、マスコミや広告によって喚起された必需品でないもの、たとえば見せびらかしや自己のアイデンティ

ティのための消費、<sup>6</sup> また贈答や祭礼の儀礼におけるような非合理的な消費、<sup>7</sup> いわば浪費を行う存在であり、これらの非理性的な消費こそ現代の消費の特徴であることは、自らの消費行為を振りかえれば自明であろう。

逆に表現すれば、持てる者が散財する、あるいは浪費することによってこそ、貧者や民衆がうらやまの通りであり、富者がその富を隠匿して消費しなければ経済活動は閉塞してしまう。古代のピラミッド建設は民衆を苦役につないだが、そのことによって彼らは少なくともその建設期間は生きのびることができたことは、ケインズも指摘していることである。<sup>8</sup>

消費は美德とまではいかないにしても、それは確実に経済を活性化し、生活を向上させるのである。たとえば、我々は寒暖をしのぐために衣服を着るのではなく、自らの準拠集団への帰属表明や、またその中における自らの個性の表現のためにファッションを装う。

つまり我々は自らが何者であるか、というアイデンティティの確認と表出のために消費する存在であることは、前述のファッションやまたクルマの例で理解できるであろう。クルマは決して移動の手段のためのツールではなく、その所有者の地位やステータスのシンボルとして消費されるのである。これは浪費であり、非合理的な消費なのだが、我々は決して古典経済学が考えたような、理性的・合理的な消費ばかりを行うのではないのだ。

そして、この非合理的消費の部分こそ現代の経済を推進するとともに、この地平に消費者金融の意味も存在する。つまり、一見ムダで浪費であるような消費こそ実は普遍的な消費であり、それを支えるものが古くから連続と続いてきた金融というシステムなのである。

マックス・ウェーバーは『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』<sup>9</sup>の中で世俗内禁欲が生産を増大させ、資本主義経済を発達させたことを検証して、このことを理論的に裏づけている。つまり、基本的に聖職者という神の卸問屋的存在を認めない新教徒たちは、各々が世俗内にその職業をもたざるを得ず、したがってその労働をいかに信仰と結びつけるかが問題となったのだが、これは逆に厳しく日常生活を律し、勤勉に働くことが神への信仰につながるという、プロテスタンティズムのエートスを生みだしたのである。

そして、その勤勉な労働の結果得られた収入、つまり金は彼らのビジネス、すなわち産業資本に再投資されることで、さらなる生産の増強と資本の増大を生みだした。換言すれば、資本主義経済の論理に宗教的倫理が合致し、信仰がそのまま生産の増強につながった。

高利貸しと表現すれば、かれもまた高利貸しだったのである。だが、この高利貸しはそこで得た利子を享楽に費消させるのではなく、さらなる拡大再生産へと投資することによって、やがて生産の余剰を生みだし、またその余剰をいかに売りさばくかのノウハウともいべきマーケティングの概念と手法をも、彼らの移民先である米国で生みだしてゆく。<sup>10</sup>

### 3. 消費社会の先駆者－GMの成功事例とクレジット

そして、月賦販売という手法に象徴される、現代の消費者金融システムの原形もまた、このマーケティングの発想から生まれ、それが大量生産と大量販売を特徴とする、現代の消費社会につながってゆくのであり、この起源もまた米国の産業の中に我々は見いだす。

前提として先述の産業革命は英国で発祥し、また隆盛を見たのであるが、それはまた一連の植民地政策とも並行していた。なぜなら、産業革命によって規模の増大した生産に関する原材料の入手地として、また生産物の販売先として植民地は産業革命に欠かせないものであったからである。一方で、西欧列国に比して植民地化政策に乗り遅れた米国は、その広大な国土と大規模な生産設備、すなわち大工場制でスタートしたがゆえに、その最初期から、その膨大な生産物をどのように販売するか、という問題に直面していたのである。

この問題を解決するために米国の産業界と経営学者たちは、マーケティングという経営上の手法と概念を生み出したのである。つまり、広大な国土に散らばる国民に対してどのようにその生産物である、商品の利点を伝えて流通させ、そして販売してゆくかという問題から、いかに顧客をつくり、また需要と市場を創造してゆき、売れ続ける仕組みとノウハウを構築するかという、マーケティングが米国ではその当初から必要だったのである。

このマーケティングの具体的実践として広告や販促の手法が発達し、また月賦販売やローンやクレジットという、今日の金融システムの基礎が生みだされた。そして、これを端的に表すものが、T型フォードとGMのマーケティングの異なりによる命運の差である。

T型フォードは、クルマを構成する各パーツごとの分業と流れ生産というシステムと同一規格車の大量生産という方式でコストを下げ、大衆車として自社の工員でも買えるクルマとして開発された。だが、その画一的なスタイルはアメリカ人にあきられ、毎年のモデル・チェンジで次々と新しいデザインのクルマを売り出す、GMのマーケティングに敗北し、1927年には生産停止にまで追いこまれた。では、その命運を分けたものとは何か。

それは、あたかもファッションのように、毎年次々と発表される斬新なクルマのデザインであり、それを大衆に知らしめ浸透させた広告の力であり、さらにそのモデル・チェンジをくり返す新車を買うことを可能にしたクレジット・システム、つまり月賦販売だった。

つまり、GMのクルマは消費者の欲望というものに対応しており、クルマが決して移動の手段だけではなく、その所有者のステータスやアイデンティティを表明する手段であることに訴求したのであり、また消費者はそのような商品に対し反応し、いますぐに買いたいという衝動を起こすことをGMは理解していたのである。そ

して、このような消費は必需品の購入という味気ない行為ではなく、買うことや消費する事自体が積極的な楽しみでもあるからGMは成功し、また結果的に米国経済も活性化したと表現できるのである。<sup>11</sup>

パカードによれば月賦販売に対して、アメリカ人は「金銭そのものや借金することにたいして依然として古風なピューリタンの考え」をしていたのだが「借金を申し込むことは決して恥ずべき行為ではなく、むしろ先を見とおしている証拠」であり、自分には正当な根拠と理由があって「未来の所得額から割り出してその一部を先払いしているにすぎない」という風に、アメリカ人たちの考え方が変化していったことを指摘している。<sup>12</sup>

そして、このクレジットという一種の消費者金融システムによって、1950年代の米国の不況は克服され、経済成長は進展したのである。このように経済がクレジットによって成長したことは「一例をあげれば、わが国が景気後退から脱して新しい消費景気を謳歌し始めた1959年には特に顕著にあらわれた」のであり、ある百貨店では「売り上げ増加分のすべてがクレジット販売による分です」という事実によって証明されているのである。<sup>13</sup>

つまり1950年代の米国型消費社会の隆盛は、クレジットや月賦販売によって達成されたのであり、またこれらの消費者金融システムが米国において市民権を得たことを意味する。

一方で、クレジット・カードという金融システムがステータスを示すものとして認知されたのもこの頃である。「クレジット・カードは地位のシンボルなのである。手もとに一時的な持合わせのないときにでも、貨幣としての役割を果たしてくれる」ある種の「魔法使いのようなもの」がクレジット・カードであり「力と無限の能力のシンボル」となる。<sup>14</sup>

これはまた、かたちを変えた一種の消費者金融システムであり、その認知でもあろう。

#### 4. 日本の伝統的金融システムと近代日本人の金銭観

ここで戦後の日本における金融サービスやシステムの問題に移る前に、まず我が国における伝統的な金銭観や金融システムについて若干述べておく。現代日本人の金銭観や金融システムに対する考え方は、これらと米国型のそれとの弁証法的な止揚にあるからだ。

まず注目すべきは江戸時代の海保清陵の考え方であろう。彼は、それまでの学者の禁欲的な儒教道徳的な金銭観や商人哲学ではなく、近現代に通じる合理的な経済観念をもって実践的な方法論を説いているのである。その考え方を端的に言いあらわせば、世間のことはすべて「利」のやりとりであるとして、市場経済と利子の価値を重視するものである。

海保はまず市場はものを売買するところであり、これは何ら恥ずべきことではなく、恥ずべきことは借りた金を返さないことであるとしている。そして、この売買という行為は武士における主従関係でも同様であり、支

配と服従の関係もまた利益の交換であるとする。

そして、世間のことはすべて金銭による利益の問題であり、生産を増やすことだけが国を富ますのだから、利息(利子)をとることもまた天の理であり、たとえそれが一時的に不義、不仁のようにみえたとしても究極的には仁にかなう行為であると彼は主張している。<sup>15</sup>

海保は江戸時代の宮津藩の家老の息子であるが、特定の藩に仕えることはなく各地を転々としながら、今日でいう経営コンサルタントのような仕事をしていたと伝えられているから、彼の主張は特定の藩の考え方や一定の学問に規定されたものではなく、広く当時の社会一般を見聞し、そこから導出された意見であるといえよう。したがって、これは当時の経済の実情に合致し、しかも民心をある程度まで反映した意見であると考えられる。

我々は、ここに現代に通じる金銭観と利子に対する考え方を看取できる。つまり借りた金は利子をつけて返すべきことがその倫理であり、それは結果的に国の富の増大、つまり経済成長をうながすということである。彼の考え方を発展させれば、需要や必要があれば金銭の貸借は仁、つまり人の道にかなう行為であり、金融サービスは肯定されるのである。

一方で柳田國男によれば、明治・大正期の村落や町内においては頼母子講、あるいは無盡講と呼ばれる一種の共済組合的なローン・システムがあったのである。これはその成員が定期的に金を預けることによって、その成員の誰かの家の建設や冠婚葬祭などに必要な、金銭の必要をまかなうというシステムであった。柳田は、この変種として金の欲しい人たちによって、この講のシステムが、借金の方法のひとつにされたことも記録している。<sup>16</sup>

海保清陵の合理的経済観は現代に通じるものがあつた。それは市場というものを狭義にとらえるのではなく、広い意味での交換の「場」もしくは「空間」としてとらえ、そこではあらゆる人間の営為が取引、つまり交換されると考えたことである。このゆえに海保にとっての金銭はそれまでの禁欲的、かつ儒教的に卑しいものではなく、国と人を富ませる手段でもあつた。したがって、金銭が金銭を、利が利を生む金融システムも容認されることになる。そして、この考え方こそ現代の金融サービスを肯定する素地ともなるのである。

一方で、民間の自衛的な頼母子講や無盡講には、民衆が金なしでは生きられないことへの認識がみられる。そしてこれらは、人生には不意の出費や思わぬ支払い、またそうでなくとも人生には、ある程度まとまった金が必要なきがあるとの理解から生まれた、素朴だが合理的、かつ実践的な民衆の知恵から生みだされた金融システムであるといえよう。

このような我が国に固有の伝統的な金銭観と、なかば自然派生的な金融システムが土台となって、我々現代人の金というものに対する見方と、金融システムに関する感じ方が形成されていったのである。換言すれば、我々日本人にとっては昔も今も金というものは、決して卑しいものではなく、またその金を借りる

ということも、さらにその金の貸借において利子をとるという行為も、何ら恥ずべきことでもなかったということが理解できよう。

恥ずべきことは、金を借りて返さぬことであり、利子を否定することであろう。それは貸し方に対して迷惑をかける、すなわち仁＝人の道にはずれる行為であるとともに、利子を含めた円滑な貸借行為の遂行による、経済の成長を阻害する行為だったからなのである。

ここに看取できること。それは、我々の祖先たちが伝統的に金銭の重要さを認め、また金融システムの必要性を熟知し、それに対して寛容であったことだけではなく、彼らがそこに経済成長の潤滑油としての、金融システムの意義と本質を見いだしていたことである。

## 5. 戦後日本の経済成長と消費者金融サービスの関係

そして米国と同じく、わが国でも同様のプロセスを経て月賦販売から各種のローンやクレジット・システムとクレジット・カード、そして消費者金融システムは浸透し認知され、また業態としての市民権を得てそのレーゾンデートルを確保し、また拡大していった。

日本の戦後の経済成長や社会発展、そしてそれに必然的に伴う、我々の生活文化の向上もまた、これらの金融システムを利用することで促進され、また成功してきたのである。たとえば、いわゆる三種の神器や3Cに代表される電化製品やクルマの購入は、月賦販売やローン、さらにクレジット・システムがなければ不可能だったと考えられるのである。

そして、重要なことは月賦販売とローンは明らかに異なった概念であり、さらにクレジット・システムと、それに付随するクレジット・カードの概念もまた異なったものであるということである。これはなにも言葉が変わった、ということだけではないのである。つまり言葉が変わるということは、必然的にその概念もまた変化することなのである。

概念とは内包する意味の体系であり、またその適用範囲の限定である。つまり内包と外延であり、その範囲なのだが概念の変化はまた必然的に、それにまつわる印象、つまりイメージをも変容させる。月賦販売の概念が内包するものは、国民の大多数が農業生産者から産業労働者、つまりサラリーマンに変化したことによる、節季ごとのまとめ払いという誓文払いから、給与生活者の月給や賞与から定期的に支払われるシステムへの移行である。

そうでなければ、誓文払いを利用するか何らかの質草を質屋に入れて金を借りるしか方法はなかったのである。しかし、質草は過去の財でありその財の限度が借りられる金の限度でもあり、また誓文払いを利用するには、その土地における個人の信用が必要であった。

しかし、これらの金融システムは旧弊であり閉ざされたものでしかなく、上述のような家電製品やクルマを

買うことは不可能であり、またそこには外部資金の導入がないがゆえに、経済の活性化にはつながらない。これらは町内の花見酒経済の一種でもあるからだ。

このゆえに、誓文払いは月賦販売へと金融システムは変化し、月賦販売を利用できるということはまた、企業に勤める安定したサラリーマンであることをも意味したのである。

さらにそのサラリーマンであって、しかも役職者や何らかの専門家であることの証として、クレジットカードが持てたのである。かつて、一流のクレジットカードを所有するには、クレジット会社の実施する様々な審査をパスしなければならなかったのである。

端的に表現すれば、世間的に名の通った一流会社の役職者だけがクレジットカードが持てたのだが、これは逆に見れば貸し倒れの防止策でもある。つまり、クレジット会社が審査する以前に、彼はその一流企業によって審査されて入社し、しかもそこで能力を発揮してそのポストを得ているのであるから相応の収入もあり、またカードを濫用したり過度の消費で、その社会的地位を失うような行為はしないであろうという前提がここにある。

では、一般的な消費者金融システムにおいてはどうかであろう。基本的な構造はクレジットカードと同じである。第一次産業の従事者が極端に低下し、女性を含めて大多数の日本人がサラリーマン化し中流化したのであるから、一部のステータスを売り物にするクレジットカードを除外すれば、ほとんどの日本人が消費者金融サービスを受けられるのである。しかも、クレジットカードが圧倒的に各種サービスにも浸透したとはいえ、その使い先が限定されるのに対して、消費者金融サービスはその用途がまったく自由である。

この理由において、今日の消費者金融サービス隆盛には必然性があると言えるのである。お祝いや贈答にはクレジットカードのギフト券があるにしても、まさか急な香典の金や、あるいは会社や仲間内での宴会の参加費用をカードで支払う訳にはいかないのである。

また極論すれば、投資家的なセンスと能力に恵まれていれば、消費者金融サービスで金を借り、それを株式その他のマネーゲームで、その借った金と利子以上に金を稼ぐことも決して不可能なことではないのである。つまり、消費者金融サービスとはクレジットカードよりも、はるかに自由度の高い金融システムであるということが言えるのである。

つまり、貨幣とかたちの金の普遍性がここにあり、そしてこのような不意の出費は人生には常につきまとう。消費者金融サービスの実用的な意義と機能は、実はここにある。また社会的な意義と機能、そして本質もここにあるのだが、ここまで見てきたように金融サービスというものは、アリストテレスやソクラテスの時代、つまり古代ギリシャ、言い換えれば文明の起源とともにあり、またその文明とともに、さらに世界各国の民族性や風土、そして歴史と社会のありように伴って変化しながらも連綿と現代日本にまでいたる。

それは取りも直さず、金融システムというもの、あるいは金を貸すという行為の中に 一頼母子講や無盡

講のように— 人間の互助精神、つまり社会的・共同体的にしか生きられない人類の普遍的な共生への願望と意志が、その根底に存在していることに帰着してゆく。

この位相に、この優れた共生へのツールとしての消費者金融サービスというシステムはとらえられねばならないのであり、このことがすなわち消費者金融サービスの本質なのである。そしてこのシステムが低評価、あるいは濫用されるとすれば、それはシステムやサービス自体が問題なのではなく、それをを用いる我々の側に問題あるということなのである。

それはまた消費者金融サービスに限ることではない。人類が発明した、あるいは創造した、すべての技術やノウハウの中にも同根の問題が存在していることは、たとえば原子核融合反応、つまり  $E=mc^2$  という数式をいかに用いるかに、人類が破局するか反映するかが託されていることとまったく同じことなのである。つまり、問題があるとすればそれは普遍的なものなのである。この理由で、我々は消費者金融サービスをこまめに検証してきた。

そして、このサービスに関する問題の一つとしてシステムの濫用によるカタストロフィー、つまり使いすぎによる自己破産ということがあるのだが、この問題の派生の理由は、ひとつには消費者金融サービスというシステム自体が上述のように、人類の歴史と社会、すなわち文明に即して正しく、かつ学問的に考察されてこなかったという理由にもよる。

それはまた消費者金融サービスにおける、貸す側＝企業と借りる側＝消費者の倫理の問題でもあるのだが、それは単なる倫理の構築だけでは不可能であり、その倫理の依ってきたる根拠、すなわちなにゆえにその倫理が成り立ち、かつ正当なものであるかを立証する学、つまり消費者金融サービスに関する、倫理学が未だ確立されていないことにもよる。換言すれば、共同体の共生のツールとしての消費者金融サービスの実践哲学の構築である。

この理由で、消費者金融サービスに関する研究の未来が、ここからそのホライゾンが見えてくる。それは実証的な研究や方法論的な考察に加えて、本論考のような思想史的、あるいは歴史哲学的な考察をそこに補完させ、両者の作用と反作用という力学的拮抗と対立の「場」から弁証法的に使用される、新たな消費者金融サービスの倫理学の構築であろう。

## 註記

- <sup>1</sup> アリストテレス「政治学 経済学」『アリストテレス全集 15』山本他訳 岩波書店 1969年 29頁  
アリストテレスは経済学(取財術)を2種類に分けている。ひとつは家政術であり、もうひとつが商人術である。そして、家政術における取財術は必要欠くべからざるものであるが、後者の商人術は交換的なものであるから、然に反するものであるという理由で否定されており、利子の否定もこの考え方の延長にある。
- <sup>2</sup> プラトン「国家」『古典世界文学 15 プラトンⅡ』田中美知太郎訳 筑摩書房 1976年 10頁  
この意味においてプラトンの考える理想の国家とは、原始共産主義的共同体的なものであり、必然的にその統治とは哲学者による哲人政治となり、それはまた善や正義の具現者でもあるがゆえに禁欲的になる。
- <sup>3</sup> Saint Thomas Aquinas, *Summa Theologica*, Article 4, in *Early Economic Thought*, p.92.  
トマスはまた、物の適正な価格についても言及している。ある物をその正しい価格以上で売って不当な利益をあげることは、詐欺であり罪深いことなのであるが、これはキリスト教倫理からみても当然であろう。
- <sup>4</sup> アダム・スミス『国富論』水田他訳 岩波書店 2000年  
経済学の古典たるこの著作におけるスミスの主張は、重商主義を排し市場を自由化させることによって諸国の富は増大するということである。だが、この主張にはキリスト教を背景とした啓蒙主義の思想が色濃くうかがえる。人間は神の理性を分与された存在であるから、その理性を行使してゆけば世界は神の摂理のもとに調和し安定するというものであり、資本主義下の市場経済においても自由放任が望ましく、その結果、神の見えざる手が人間の理性的行動の内に顕現されて世界は安定し調和するという考え方である。
- <sup>5</sup> カール・ポラニー『大転換』吉沢他訳 東洋経済新報社 1976年 76頁  
これは、社会の方が市場の付属物として動くことを意味する。つまり、経済が社会的な諸関係の中にあるのではなく、逆に社会的諸関係が市場経済の中に埋めこまれることである。つまり、経済活動が社会を動かすのであり、しかもその経済活動は生産に主導されるのではなく、消費によって誘導されるのである。
- <sup>6</sup> ヴェブレン『有閑階級の理論』小原敬士訳 岩波書店 1961年 73頁  
ヴェブレンは、見せびらかしの消費を無駄遣いによる名声の獲得であるとしている。だが、その名声の獲得がその人のアイデンティティ形成に欠くことができないものであるならば、それは精神的には必要な行為であり消費である。現代の消費とは、主としてこのアイデンティティ形成に影響するものなのである。
- <sup>7</sup> ジョルジュ・バタイユ『呪われた部分 有用性の限界』中山 元訳 筑摩書房 2003年 88頁～89頁  
一例として、ポトラッチはアメリカ北西部のインディアンに伝わる風習で、部族の首長が競争相手に巨大な富を贈与するというかたちで行われる消費であり、バタイユはこれを逆説的な交換システムとよんでいる。つまり敵対する相手、あるいは競争する部族間の首長が贈与というかたちで、その富を破壊することで片方は一時的に富み、もう一方は貧するがこの行為によって富は循環して再生産への活動が行われる。
- <sup>8</sup> ケインズ『雇用・利子および貨幣の一般理論』『ケインズ全集 第7巻』所収  
塩野谷祐一訳 東洋経済新報社 1983年 129頁  
古代エジプトは、ピラミッドの建設と貴金属の探索というふたつの活動をもって、雇用を創出したとケインズは考える。両者とも当時における一種の失業対策事業であり雇用の創出である。そして、現代におけるそれは、政府による公共事業の推進による雇用の安定化と、その波及効果による経済成長なのである。
- <sup>9</sup> ウェーバー『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』『世界の名著 50 ウェーバー』所収  
梶山他訳 中央公論社 1975年  
ピューリタンたちは、その信仰の基底を使命としての職業労働の中に求め、献身的に働くという生活態度＝エートスの中に神の栄光とその賛美を見いだしたのである。そして、このエートスこそが資本主義経済を発展させるもとにもなったことは、本文でも述べているように、その勤勉な労働の結果としての収入や余剰がすべて再生産へと投入されたからである。宗教的エートスと資本主義の精神が合致したのである。
- <sup>10</sup> 江尻 弘『マーケティング思想論』中央経済社 1991年 1頁～2頁  
マーケティングの生成史や思想をアツクた著作や研究書は多くはない。マーケティングに関する書物は、その大多数が実践論や方法論、そしてハウトゥーものである。マーケティングのもつ実務的性格がこのよう

---

な傾向を生んだのであろう。その数少ない研究書の中から説明すれば、マーケティングという言葉もこの20世紀初頭の米国で生みだされた動名詞であり、その学であるマーケティング論もほぼ同時期に、米国のペンシルバニア大学やピッツバーグ大学で開講され、我が国では流通論や配給論として紹介されている。

<sup>11</sup> リースマン『何のための豊かさ』加藤秀俊訳 みすず書房 1968年 156頁～157頁

フォードは、ピューリタンの勤勉に生産しそのクルマのコストを下げたのだが、デザインを次々と変えてゆく、いわば「みかけでクルマは売れる」と考えたGM、つまりゼネラル・モーターズのマーケティングにフォードは敗北したのである。これはまた、クルマをファッションと同様のものと見なし、次々と買いかえる商品に返還したこともあり、それを可能にしたものがクレジット、つまり月賦販売なのである。

<sup>12</sup> V・パッカー『浪費をつくりだす人々』南他訳 ダイヤモンド社 1961年 167頁

この背景には当時の広告業界と信用銀行との緊密な関係があったことをパッカーは指摘している。一方で当時の米国における深刻な不況が存在し、産官あげて経済を再活性化させる必要も存在したのである。

<sup>13</sup> 前掲書9) 169頁

結果的に米国民はクレジット販売に大きな関心をもち、またそれを利用することを当たり前と思うようになったのである。そして結果的に米国経済は、クレジット販売に大きく依存するようになったのである。

<sup>14</sup> 前掲書9) 171頁

クレジット・カードは、最初は一部の高級レストランでしか使用されていなかったのだが、その利便性が知られるにつれありとあらゆる商店やサービス機関において、クレジット・カードが使用できるようになったことは周知の事実である。キャッシュを持たずに済む安全性とステータス性が歓迎されたのである。

<sup>15</sup> 海保青陵『稽古談』『日本の名著 23 山片蟠桃』源了圓編 中央公論社 1971年

海保青陵の思想は、基本的に中国の古典を発想点としながらも当時移入された西欧の思想をも加味して、現実の経済問題をいかに解決するかという、実践の学であり現代というケース・スタディであったといえよう。したがって、この著作においても彼が実際に赴いた様々な地方での種々の経済事情を素材に、実践的な方法論が展開されているのであり、ここから本文に述べたような考え方も引きだされているのである。

<sup>16</sup> 柳田國男『定本 柳田國男集 第24巻』筑摩書房 1963年 381頁～382頁

柳田は、これらの講のほかにも「ゆひ」や「もやひ」と呼ばれていた講の存在を報告しており、またこれらは日本のあらゆる地方にあったこと、またそれらの発生は仲間の難儀を救うための臨時的制度として出発したが、しだいに常設のものとなったことをも記録している。講は我が国では一般的なものであった。