

松 山 大 学 論 集
第 29 卷 第 6 号 抜 刷
2 0 1 8 年 2 月 発 行

市場的領域と非市場的領域^{はごま}の間で
—— 直売所の市場的領域と共同体との関係性を考える ——

加 藤 光 一

市場的領域と非市場的領域の間^{はざま}

—— 直売所の市場的領域と共同体との関係性を考える ——

加 藤 光 一

目 次

1. 「顔の見えない」市場から「顔の見える」市場へ
いわゆる「市場」・「市場メカニズム」とは
スミスの世界の「市場」—— 単純商品生産による単純商品交換としての市場
「顔の見えない」市場から「顔の見える」市場へ
2. 「マージナル」な世界としての直売所
「マージナル」とは
直売所は高齢・兼業・農村女性によって担われている
マージナルな直売所を生業（なりわい）と営為（いとなみ）から
再措定する
3. 市場的領域と非市場的領域の間^{はざま} —— 直売所の特性を理解する
アイロニーとしての「シュルツの文化学」と「ギアツの経済学」
市場的領域と非市場的領域の間に位置する
直売所という非市場的領域をも市場化する
4. 市場と共同体の関係性を再考する
市場と共同体の対立
市場と共同体の混合・併存
市場と共同体の関係性

農山村地域再生手法としてよく取り上げられるのが農産物直売所（以下「直売所」と略する）である。具体的な手法として安易に考えられる場合が多い。数多くの直売所を踏査してきた調査者として、単なる事例報告というのではなく、より具体的実態認識から出発して、かかる直売所の「市場」的領域におけるポジションが、どのようなものかという、やや理論的な問題について若干言

及しておきたい。何故ならば、農山村地域再生手法としての直売所に埋め込まれている言説は、様々な側面から検討されなければならない可能性を残しているからだ。そこで、ここでは極めて限定的であるが「市場」的領域という点から出発し、具体的に直覚出来る「市場」、顔の見える「市場」としての直売所、そして「マージナル」な世界としての直売所の「意義」を踏まえる。そうであれば、直売所は単なる市場形態の一つでしかなく、marketplace 論に解消されてしまい、製品差別化論を基本的な論理とするマーケティング論一般の中に埋没化される可能性がある。

すなわち、「直売所」は、現代社会を席卷するグローバル化=市場至上主義の本質は何か、を考える、より具体的な「出発点」であり、且つ、かかるグローバル化=市場至上主義へのアンチとしての言説の可能性をもつという点から、やや理論的な側面を整理しておかなければならないからだ。

1. 「顔の見えない」市場から「顔の見える」市場へ

一般的に私たちが「市場」と言う場合、「朝市」とか「卸売市場」等のような、より具体的な市 (marketplace)・市場 (a market) としての「市場」をすぐ想定する。しかし、ここでは「市場経済」「市場メカニズム」といった言説の中に埋め込まれている抽象概念の market としての「市場」とは何か、ということから出発しておきたい。

私たちは「市場」に対して、毎日のマスメディア報道で「マーケット情報」として日々の株価、為替レート等が流され、また具体的な「経済事項」や「経済政策」等に対し、「市場はどのように反応したか」というフレーズで接している。しかし、その場合の「市場」とは「株式市場」を指す場合が多く、株価が上がれば、具体的な経済事項に対して「市場は好反応を示した」と表現し、株価が下がれば「市場は忌避した」等の表現をしている。ややもすると「市場」とは、「株式市場」であるような錯覚に囚われる。こうした「市場」を私たちは何故、直覚的に認識出来ないのであろうか。こうした「市場」を直覚的に認

識するためには様々な「了解事項」が必要だからだ。そのためには経済学理論及び経済学説史から検討しなければならず多くの紙幅を必要とするが、あえてまず経済学の祖といわれるアダム・スミス（Adam Smith）の世界を若干垣間見ることにより、私たちが問題にしている直売所の「意義と限界」の一端を明らかにしておきたい。

いわゆる「市場」・「市場メカニズム」とは

「市場」・「市場メカニズム」をアダム・スミスが『国富論』で述べた次の言説からみておこう。

あらゆる人間は、通常、公共の利益を促進しようと意図していないし、自分がそれをどれだけ促進しつつあるかも知らない。…彼は自分自身の利得だけを意図しており、他の多くの場合と同じように、**見えざる手**に導かれて、自分が意図してもいない目的を促進するようになるのである（強調は引用者加藤による）¹⁾

これが、いわゆる神の「見えざる手」といわれる「市場メカニズム」である。しかし、現実の経済には文字通りの意味での「見えざる手」というものは存在しない。それにもかかわらず、共通のコンテキストとして「市場メカニズム」には自動調節的機能が存在するということが、レトリックによって隠喩されている。この短いコンテキストには次のことが埋め込まれていると言われている。すなわち、個人の利益の追求が社会全体の利益の実現をもたらすという逆説的な意味と、また同時に神の「見えざる手」に任せろという主張は暗に「政府」=官の介入・干渉を批判する思想が隠されている。市場に任せておけば、予定調和的にうまくいくという意味である。但し、「自由放任」を提唱してい

1) アダム・スミス著・大内兵衛・松川七郎訳『諸国民の富』（三）、岩波書店、1965年、56頁。

るわけでもまた無条件に「予定調和」としての「見えざる手」の存在を提唱したわけでもなく、厳密な意味での市場の自動調整的機能を明確に説明しているわけでもない。正確な定式化をもたないまま、あくまでも隠喩によって事実接近して市場メカニズムの作用を発見し、認識するための見方を提起したのみであった。その証拠に『国富論』において、この「見えざる手」はこの箇所に戻ってくるだけである。またこの「見えざる手」はスミスから百年後の新古典派経済学によって厳密な形で定式化されることにより、「市場メカニズム」の作用を直感的に把握して見せることになると言われている²⁾。かくして、この「市場メカニズム」はスミスによる「見えざる手」という隠喩のレトリックから出発して、新古典派経済学（後述するワルラス等）において均衡論（一般均衡論）として収斂された。

しかしながらあえて付言すれば、スミスの『国富論』は「見えざる手」=市場の自動調整的機能というよりも、資本主義初期社会における人間の本性と社会的生産力構造（具体的には「分業」）を解明し、「見えざる手」に導かれる社会原理で資本主義は成立していることを明らかにした点が最大の功績なのかも知れない。

スミスの世界的「市場」—— 単純商品生産による単純商品交換としての市場

ところで、スミスの世界における「市場」は、基本的には単純商品生産、すなわち単純商品交換を前提にしている。その点から考えると、私たちが問題にしている直売所は典型的な単純商品生産である小規模・兼業・高齢農家によって担われており、その意味ではスミスの市場に類似している。では、今少し、

2) アダム・スミスの典型的な隠喩としてのレトリック手法で、「見えざる手」を市場メカニズムという共通のコンテクストにしたのは、スミス後の古典経済学、新古典派経済学の経済学者であった。すなわち、「共通のコンテクスト」を確立するというのは、共通のコミュニケーションが成立したということである。これがある意味ではスミスの最大の功績かも知れない。しかし、新古典派経済学でも事実は直覚出来ないものであった。またスミスのレトリック手法については次のものを参照してもらいたい。塩野谷祐一『シオンペーターの経済感——レトリックの経済学』岩波書店、1998年。

スミスの世界の「市場」とはどのようなものかを説明しておきたい。

周知のようにスミスは、「分業」の成立と先駆的な「労働価値説」を確立した。そしてスミスが分析の対象とした市場は、あくまでも資本主義初期社会のそれであり、そのスミスの世界の市場は「単純商品生産による単純商品交換としての市場」である。そのことをマルクス (Karl Marx) はどのように認識したかを『経済学批判』で確認しておく。尚、マルクスは「市場」をあくまでも交換過程・流過程＝「市場過程」³⁾として分析している。

彼 (アダム・スミス——引用者) にとって単純商品の立場では真実だと思われることが、単純商品に代わって、資本、賃労働、地代等々のいっそう高度で複雑な諸形態が現れてくるやいなや、彼にははっきりしなくなる。このことを彼はこう表現する。すなわち、商品の価値がそれにふくまれている労働時間によってはかれたのは、人間がまた資本家、賃労働者、借地農業者、高利貸等々としてではなく、ただ単純な商品生産者および商品交換者として相対していたにすぎなかった市民階級の失われた楽園においてである⁴⁾。

また同時にエンゲルス (Friedrich Engels) は、このことを次のように表現している。

彼らは、彼らのこれらの生産物を、他の労働する生産者たちの生産物と、これらに費やされた労働に比例して交換するよりほかにどのようなやり方

3) 経済学の大勢がいわゆる均衡論に向かったのに対してオーストラリア学派のミーゼストとハイエク等は市場を過程としてとらえた。同時にマルクスも交換過程・流過程を市場過程として分析していると言うのは塩沢由典氏である。「過程としての市場」とはマーケティング理論の取引過程論もそれに相応する。『市場の秩序学－反均衡から複雑系へ－』ちくま学芸文庫、1998年、63頁。

4) マルクス『経済学批判』杉本俊朗訳、国民文庫版、70頁。

がありうるだろうか？ そこでは、それらの生産物に費やされた労働時間が、交換すべき大きさの量的規定のための唯一の適当な尺度であっただけではない。そこでは決してそれ以外の尺度はありえなかった⁵⁾

これらがスミスの世界的「市場」と考えて良い。すなわち、自らが所属する生産手段をもち、自らの労働の生産物の交換の段階にあり、この交換過程を規制するのは平均利潤（利潤）ではなく、労働以外にはない。労働自体が生産主体である単純商品世界における平均性の貫徹は、労働以外に価値を規定するものはないということだ。このように、スミスの世界的「市場」は、単純商品生産による単純商品交換、すなわち、商品に費やされている労働が交換過程を規制するのであるから、私たちでもこの交換過程＝市場は直覚することが出来る。単純商品を生産する小規模・兼業・高齢農家である生産者が圧倒的多数を占める「直売所」は、このスミスの世界的「市場」に極めて類似しているといえる。

現在、私たちが翻弄されている市場原理主義のフリードマン（Milton Friedman）的「市場」は、実はスミスの市場のように直覚には認識出来ない。先述したように、様々な「了解事項」を理解しなければ直覚できないことになっているにもかかわらず、「市場」として私たちが観念している現在の「市場」は、自動調節的機能をもちその結果、資源の最適配分が行われると、ア・プリオリに暗黙の了解をしているからに過ぎない。現実には自動調整的機能を持っていると言われるにもかかわらず、様々な不整合・非対称性を示しても「市場の声」（例えば株価の大幅な下落等の現実を）として受け入れなければならない状況にある。その点からすれば、現代社会の「市場」は共同幻想的としての「市場」でしかない。その意味からしても、直覚出来る市場である「農産物直売所」への大きな関心は、直覚できない共同幻想としての現代社会の「市場」に対する

5) エンゲルス『資本論』第三部への補足と補遺』マルクス『資本論』第三巻b, 新日本出版社, 1573頁。

アンチテーゼを投げかけたと理解しても良い。

「顔の見えない」市場から「顔の見える」市場へ

周知のようにアダム・スミスの経済学的思考の原点は『道徳感情論』で、人間の行動をめぐる諸問題を同感 (sympathy) から出発し、予定調和としての「見えざる手」=自動調整的機能という市場メカニズムの原像を示唆した。その根底にはスミスの経験論的な人間把握の確かさがあることを確認しておかなければならない。ところが、皮肉にもフリードマンはスミスの再来と言われる。フリードマン的な「市場」という直覚的に把握できない現代社会において、私たちが人間として生きてゆくには、アダム・スミスが出発点にしたヒューマニズムを前提として、「Sympathy」と「Imagination」⁶⁾を働かせせることが出来れば、グローバルに展開する市場原理主義の無秩序な・ルールなき・暴走する資本主義「市場」を是正することが可能であろう。この意味からすれば人間把握の違い、すなわちスミスのヒューマニズムとフリードマンが立脚する人間把握は根底において違うと言えるであろう。

ところが、スミスの人間把握は、経済学が共有する「ホモ・エコノミクス」の原型を提示し、そしてそれは「方法的個人主義」という「合理的経済人」を生み出した。同時にこの「方法的個人主義」はセントラルドグマとして多くの誤謬を生み出している⁷⁾。また「新古典派経済学」はスミスの世界には存在した生産を欠落させ、消費を全面に出した効用、選択だけを強調したと言っても良い。すなわち、人々は実行可能な範囲の中から最も望ましいパターンの消費を

6) 内田義彦『作品としての社会科学』岩波書店、1981年等に代表されるスミスの人間把握の視点は重要なことを示唆してくれる。

7) 金子勝・児玉龍彦『反システム学』岩波新書、2004年において方法的個人主義を前提にしている経済学のドグマを批判している。このことは基本的には金子勝氏の『市場と制度の経済学』東京大学出版会、1997年、『セーフティネットの政治経済学』ちくま新書、1999年をはじめとする一連の著作に流れている「基本的な視点」である。尚、この「方法的個人主義」という言説だけではなく、ここでキーワードにした市場的領域、非市場的領域という言説は、この金子勝氏のそれにヒントを得ている。

する最適化原理（消費選好）である。その究極が市場原理主義のフリードマンの経済学を生み出した。この市場原理主義に対するアンチテーゼが、スミスの世界に類似した「直売所」に対して生産者もそして消費者も問題に関心を寄せる理由である。何故ならば、金融工学的手法のもとに作られた複雑な株式と債券を証券化することにより、グローバルに展開する様々な金融商品の動向に一喜一憂するような直覚出来ない市場よりも、よりシンプルな直売所（広い意味でのファーマーズマーケットも含む）のような等価交換的な市場、すなわち直覚出来る市場への関心と参加は、「顔が見える」という意味では、より人間的な行動と言えるからである。その意味からすれば、「直売所」は、直覚出来る「市場」、顔の見える「市場」であり、まさに人間回復の「市場」でもある。

ところで、「顔の見えない」市場から「顔が見える」市場へは、「直覚出来ない」市場から「直覚出来る」市場へという言説と同じ意味である。一般的に「顔の見える」関係という場合には、「売り手」=生産者と「買い手」=消費者が具体的に誰であるかが確定できる関係である。「顔の見えない」市場とは、例えば、複雑な金融商品等の「売り手」と「買い手」が具体的に誰なのかが確定できない関係、すなわち「直覚出来ない」市場である。「顔の見える」市場に示されている含意は、「食の安全と安心」等が重要なキーワードとなっているが、例えば農産物の生産履歴等のトレーサビリティが明らかになればよいと言うだけでなく、現在の「直覚できない市場」に対するアンチテーゼも含まれたものと観念した方がよい。例えば現段階の青果物流通は、卸売市場を経由するのが約60%台にまで低下し、残りのほぼ40%が市場流通以外のものであることにも、アンチテーゼの具体的な実情が示されている。尚、市場流通以外の中に当然含まれる「直売所」の量的・定性的が把握できる統計は未だ整備されていない。

そういう意味でいえば「顔の見えない」市場から「顔が見える」市場へという言説は、「直売所」にもっとも適合的である。単に生産者が確定できるだけでなく、また現行の何段階もの流通段階（流通業者）を介し取扱手数料が付

加される複雑化した「交換過程・流通過程」=市場よりも、最もシンプルな単純な市場における「売り手」と「買い手」との出会いという関係性を示してくれるからだ。この点について言えば、かつての「産直」もまた何段階もの流通段階の取扱手数料に対する批判として出現してきた、という点では同じである。しかし単なる「産直」は、「売り手」と「買い手」が具体的に誰かは確定できるが、「直売所」の場合のように誰でも参入できるシステム、とりわけ「買い手」は不特定多数というものではない。その点では「直売所」は「買い手」を限定するのではなく不特定多数を相手にするという意味では「市場」的と呼べるが、「産直」は「市場」とは呼べない。かくして「直売所」は市場的領域ではあるが、あくまでも生産者=「売り手」の背後にある農村地域の「家族・共同体」に埋め込まれている「贈与と互酬」を前提とする非市場的領域でもある。

2. 「マージナル」な世界としての直売所

直売所の主体（担い手）は、基本的には大規模専業農家が一般的ではない。むしろ、小規模農家、兼業農家、高齢農家というのが一般的だ。小規模に対する対概念は大規模、兼業農家に対する対概念は専業農家、高齢農家に対する対概念は青壮年農家（こうした言い方は実際には存在しないが）である。その意味からすれば、直売所の主体・担い手はマージナル=限界の領域に属する。

「マージナル」とは

では経済学では「マージナル」（marginal）概念、「限界」概念はどのように観念されているのであろうか。但し、経済学説史として詳細に整理することがここでの主要な課題ではないが、「直売所」に関わる範囲内で整理しておけばよい。

経済学における「マージナル」概念は新古典派経済学の「限界革命」との関係で述べるのがもっとも一般的だ。周知のように1870年代初頭に国を異にする

三人の経済学者の著作——カール・メンガー (Carl Menger) 『国民経済学原理』(1871年)、スタンレー・ジェヴォンズ (William Stanley Jevons) 『経済学の理論』、レオン・ワルラス (Marie Esprit Léon Walras) 『純粹経済学要論』(1874年)——の出現に対して経済学説史的には「限界革命」(marginal revolution)と言われる。またこれをもって新古典派経済学の創始とされる。周知のことであるが、この「限界革命」という呼称は、物理学で瞬間速度の説明に用いられた微分法を、欲望充足の説明に適用することにより、経済学上の原理が解明されたとみる考え方に端を発している。この「限界革命」はその限界的手法を効用、有用性に適応した限界効用の発見と結びついている。

かくして、スミスが提示した人間の自発的行動は、ある一定の秩序(結果としては予定調和的に)、つまり均衡を経済的に生み出す「見えざる手」=市場の「自動調整的機能」を、ワルラスの一般均衡理論によって説明されることになる。すなわち、人間は何の相談もなく生産しても、社会全体としてはそれぞれに必要なものが何となく供給されるという、つまり、各個別主体が利己心を動機として行動するにもかかわらず、なぜか社会全体としてある程度の財とサービスの調達の秩序が出来上がる(価値論=価格理論)。こうした経済全体の相互依存の現実世界を分析的に理念化された抽象モデルの一つとして整理したのである。これが発展して市場原理主義のフリードマン的経済学が形成された。このような数学的手法で抽象化された均衡モデルでは、具体的な「市場」として、私たちはなかなか直覚できない。

直覚出来る「市場」を前提にした場合の「限界」概念は、こうした新古典派経済学における微分概念としての限界ではなく、シンプルで極めて実体的なものである。

直売所は高齢・兼業・農村女性によって担われている

では、マージナルな世界である直売所にかかわって具体的に見ておきたい。周知のように一般的な直売所の主体・担い手は、その多くが限界的な側面をも

つ労働力であり、具体的には高齢・兼業・農村女性であった。だがしかし、高齢・兼業であるにもかかわらずその多くは家計補充的な行動及びホビー的な側面から農業生産に関わっている——もちろん、その中には家計の主要な部分を担っている場合も当然多く存在する——。とりわけ注目すべきは「農村女性」が大きな役割を担っていることである。

「高齢農家」の存在という日本農村に押し寄せる「高齢化」を、ネガティブに捉えることなく、むしろポジティブなものとして整理しておきたい。

高齢化が進み65歳以上が多くを占める「限界集落」が問題になっている。「高齢農家」問題は、日本農業、とりわけ従来の農業政策体系の矛盾の総体として今私たちの前に投げかけられている。このことを直売所に引きつけて、①「生産主体・担い手」としてどのように位置づけるのか、②ケア（広い意味での関係及び福祉・介護）問題との関係でどのように位置づけるのか、の二つの点から考えておきたい。

①「生産主体・担い手」としての位置づけ。高齢者は身体的能力、とりわけ瞬発力は極めて低い。従って、筋骨系労働過程を担うと言うよりも、脈管系労働過程を担う場合が多い。例えば、稲作労働過程でも、後者の脈管系労働過程である「水見回り」「除草・防除」等に関わる場合が多い。もちろん、稲作労働過程は機械化が最も進んでいるために高齢農家でも稲作生産は可能になっており、また実態としても全過程を担っている。ところが、重量野菜等の生産には高齢農家では基本的には向かない——食生活の変化やかつてのコメ偏重の農産物価格政策中では重量野菜作付が減少した——。しかし、多品目少量生産である場合には、野菜を中心にした「高齢農家」でも十分対応出来ている。また系統共販では「規格と数量」という一定の水準をクリアしなければ、農協の部会組織にも入れてもらえない。しかし、「規格と数量」基準をあまり気にしないで良い場合には、十分に高齢農家でも対応できる。その点からすれば直売所は高齢農家にもっとも適合的な「市場」である。一般的な専業農家（高齢ではない）を担い手・生産主体と位置づける現行の構造政策体系では、高齢農

家は政策の対象外になる。しかし、高齢農家は「年金」という固定な収入源を一方で持ち、それ以外の収入を農業、それも直売所で得ているという構図が成立している。専門的農家は農産物価格等の長期的価格低迷と実質的低下のもとで再生産出来ないのに対して、高齢農家の場合には、収入の道は例えば「年金」で一定確保されているので、自らの労働の価値実現が極めて低くても農業生産は可能だ。但し、現行の農業政策が構造政策として専業大規模経営、法人経営にスポットを置いているにもかかわらず、それらの経営の再生産が出来ない状況に陥っているというアイロニーを理解しておかなければならない。

②ケア（広い意味での関係及び福祉・介護）問題との関係。長野県で発生したPPK（ピン・ピン・コロリ）運動というのがある。すなわち、高齢者になると痴呆症や脳卒中等により寝たきり状態になり人間の終の段階で、家族に迷惑をかけないためには、ピン、ピンして亡くなる時はコロリというのが最も理想であるという考えだ。別の視点から見ればケアされる側の家族に対する配慮からであるにもかかわらず、ケアされる側の「当事者主権」⁸⁾がないがしろにされていると上野千鶴子は述べている。何しろ、介護保険法の成立（1998年）と施行（2000年4月）により、家族に全面的に委ねていた「介護」を、外部化することが可能になった。その点では「家族」革命と呼ばれるものであった。介護の私的領域から公的領域へ、または介護のアウトソーシング・外部化という「市場化」が介護保険法の成立の意味である。しかし現実には、この法律は何らかの「家族」を前提にしており、決して「家族」革命と呼ばれるものではない。実際に、農村の高齢者が特養老人ホームに入所すると途端に「痴呆症」が進むという。またあとつぎが在村していない場合、老人が都会の子供の家で同居するとしても子供の家族と十分なコミュニケーションをとることが出来ず、また都会の地域社会では彼ないし彼女のネットワークが存在しないため

8) 中正政司・上野千鶴子『当事者主権』岩波新書、2003年、上野千鶴子『おひとりさまの老後』法研、2007年、上野千鶴子『ケアの社会学－当事者主権の福祉社会へ－』太田出版、2011年を参照のこと。同時にこのPPKはファシズムだとも規定している。

に、かえって孤独になり「痴呆症」になるというのが多いらしい。こうしたことは農村調査を行っているとき日常茶飯事に聞くことである。このことから、高齢農家が農業を可能な限り維持しつづける状況を創り出すことの意味は極めて重要だ。いわば、介護を受ける側の当事者主権が担保されているかどうかは別として PPK が可能な状況をいかに創り出すかである。また、高齢農家の「当事者主権」という視点からも、農業生産に従事し、それを少しでも価値実現したいという素朴な要求に応えられるのは「直売所」である。換言すれば、農業生産に少しでも参加できる期間が長ければ長いほど、市町村自治体としても健康保険料の負担を軽減することにもなる。実際に「直売所」が存在したために、出荷している高齢農家が病院通いをするのが減少したということも聞く。この点からも「直売所」の存在意義は極めて高い。

「兼業農家」のもつ意味は、農業所得で家計が成立する農家、自立経営農家等の農業「専業」にこそ日本農業の担い手・主体だというステレオタイプの議論からすれば、極めてネガティブな評価が一般的だ。ここではポジティブなものとして整理しておきたい。農業政策における「政策」の目標は何か、「産業としての農業」ないしは「生産性」という視点に立てば、当然のことながら兼業農家の生産性は中核的な専業農家に比すれば低い。しかし、現代の兼業農家にとってその経営目標は、所得拡大のみというのではなく、また単純に「農地の資産的保有」というより、むしろ先祖伝来の「農地」を維持することを目的としている場合が多い。兼業で「世帯」維持・再生産が可能ならば、当然のことながら「所得拡大」という目標は副次的なものになる場合が多い。したがって農地を維持することによる生産は副次的であるにもかかわらず、その商品化には「直売所」はもっとも適合的な「市場」となる。「兼業農家」を一律に性格づけするには様々な形態が存在するので一概には言えないが、大きく分けるならば、規模拡大する専業農家に農地を積極的に提供する農家も存在するし、また、頑なに自らが維持しなければならないと考える農家も多い。このことを考えると、兼業農家の「当事者主権」をどのように認めるかという視点が

農業政策体系の中に必要になる。すなわち兼業農家の「当事者主権」とは、「農地供給」層としての兼業農家であろうと、自ら生産して「農地維持」する層であろうと、その選択、自己決定権は兼業農家に存在するのであり、兼業農家自身に本来任せるべきであろう。何故ならば、現行の政策体系（構造政策として）の中では、兼業農家は常に規模拡大農家のための農地供給層としてア・プリアリに位置づけられ、そのために様々な場面で兼業農家が行政やムラ（集落）の犠牲になっている場合も多いからだ——また反対に大規模専業農家が存在しているためにムラをどうにか維持しているという側面もある——。そうした中で「直売所」の出現により、兼業農家も表舞台に出てくるのが可能になる。ようやく兼業農家でも政策対象（農村政策として）となったのである。但し、兼業農家のための「直売所」として直接的に出現しているわけではない。

また同時に、「農村女性」の位置づけを正しく行わない限り、地域農業「再生」の道はない。ところが、現実の農業政策体系の中では正当な評価をされていない。その最大の問題は、「家族」=世帯単位の中で女性の占めている役割を十分に認識されてこなかったからである。この「農村女性」についてはフェミニズム論・ジェンダー論的考察が必要であろうが、ここでは本格的にコミットする用意はない。しかし、「農村女性」が現実の「農村」で一番元気があり、「高齢農家」、「兼業農家」に共通して重要な役割を果たしており、その高齢農家そして兼業農家の「農村女性」が基本的に主体である場合が多い。

マージナルな存在である高齢農家、兼業農家、農村女性というキー概念は、現実の農村では相互に関連し組み合わされており、これらは日本の農家の具体的な多様な存在形態となっている。

マージナルな直売所を生業（なりわい）と営為（いとなみ）から再指定する

農産物直売所はその主体・担い手が「マージナル」な労働力、とりわけ高齢・兼業・農村女性に担われているという点だけではなく、具体的な「市場」形態としての直売所を通して流通する農産物の量的側面、すなわち農産物市場一般

に占めるその割合は、いまや「一兆円市場」と言われるまでに成長してきている。しかし、まだメジャーな存在ではなく、ニッチ（隙間）的な存在から成長したが未だ「マージナル」な世界であることは間違いない。

たがしかし「マージナル」な世界であることが、実は強みでもあるという点に注目しておきたい。現行の農業政策体系の中からも高齢・兼業・小規模農家は疎外されている。その意味からしても、現代社会を席捲している市場原理主義の「勝ち組」論からも遠く離れている。しかし、「マージナル」であるが故に、より人間的な、まさに人間「回復」の経済学とでも言える真実を伝えてくれている。何故ならば「マージナル」であるが故に、ある意味、弱者の置かれている状況を正しく認識できる可能性が存在するからだ。極論すれば、最初から「利潤極大化」・「所得の最大化」をめざすのではなく、あくまでもあわよくば「追加所得」的なものが獲得できればよいという行動原理である場合が多い。したがって「優勝劣敗」の論理ではない。何が何でも勝たねばならないというものではない。同じ「弱者」の立場を共有しているがために、同感（*sympathy*）による「協同の思想」ないし「共生の思想」が存在する。その意味からすれば、彼らは「市場」社会に生きているにもかかわらず、農業における競争的「市場」からは遠く離れている——同時に兼業農家の農外就業先である企業はメガコンペティションの競争的「市場」に晒されており、且つそこでの雇用不安にも陥っている——。もちろん「他人のための使用価値」生産、すなわち小商品生産の側面をもち、自らの労働の価値実現を図っている。がしかし、その価値実現水準は十全ではない。むしろ自己搾取的でもある。それでも生産をしているところに意味がある。

直売所の出荷者の行動と生活は、生業（なりわい）と営為（いとなみ）である。すなわち、「生業」の概念の中には、「利潤極大化」を目標とする企業的行動原理をとるというよりも、家計の再生産あるいは補填する程度の家計維持的な行動原理が働くということも含意していると解釈して良い。現在の日本の現実に照らし、あえて言えば、小規模・兼業農家・高齢農家等は、後者の家計維

持的な行動原理が働いている「生業」の層と言える。また、「営為」とは、仕事をすること、「いとなみ」というのが一般的定義であったり、観念でもある。しかし、この「営為」の中に込められている含意は、単に仕事をするというのではなく、「世帯」維持のために特別な事情がない限り、永続的に仕事をするということだ。かくして、「生業と営為」とは、「利潤極大化」を基本的な行動原理とするのではなく、むしろ家計維持、世帯維持のための行動原理をとり、短期的に見れば採算性を無視する傾向があるが、長期的には経済的採算も入れた行動をする、極めてパースペクティブな行動する農家・農民であることを示している。その意味で言えば、それは長期的・パースペクティブに、結果的にはリスクを最小にする合理的行動原理でもある。

こうした概念規定からすれば、マージナルな農産物直売所を支えている現代の小規模・兼業農家・高齢農家等も同じ行動原理を示している。すなわち、この小規模・兼業農家・高齢農家には生活の論理が優先されている。生活の論理と生業の論理はほぼ同一概念と観念して良い。

3. 市場的領域と非市場的領域の間で^{はざま}——直売所の特性を理解する

直売所の「市場」的な特性を簡単に総括しておきたい。とりわけ、あくまでも経済学的な側面に焦点を当てることにより、「製品差別化」を基本的な論理とするマーケティング論に収斂しないためでもある。何故ならば、単なるマーケティング論であれば、「制度」としての直売所の側面の強調となり、直売所がもつ反「市場原理主義」、直覚できる・顔のみえる「市場」としての直売所のもつ「市場」現状批判としての意味が正しく評価されていないからだ。但し、マーケティング論の実践的な積極的側面は認めつつ、その前段として「市場」的領域を確定しておくためである。現段階の直売所に関する議論があまりにもマーケティング論に収斂しすぎており、マーケティング論の範囲内で議論すれば、経営者能力論に陥るからである。その点で言えば筆者（加藤）の被害妄想的な拡大解釈でしかないという批判を受けることになるかもしれない。

アイロニーとしての「シュルツの文化学」と「ギアツの経済学」

原洋之介『クリフォード・ギアツの経済学』⁹⁾は、「市場・市場経済」には自己調整的機能が備わっているという経済学の一般的命題に対して、その市場経済の外にある制度・慣習等の非市場的領域をどのように考えるのかという点について新古典派経済学批判をその内部から言及した好書である。同書は、新古典派経済学の手法の「農業経済学」を体系化したセルドア・W・シュルツ (Theodore William Schultz) と、東南アジアとりわけインドネシア地域研究から「文化の解釈学」を提起した文化人類学であるクリフォード・ギアツ (Clifford Geertz) を、「シュルツの文化学」と「ギアツの経済学」と対称化することにより、経済学が前提にしている「個人の合理性」、換言すれば「合理的経済人」(方法的個人主義)が極めて曖昧な「公準」であることを、ギアツの著書を読み解くことにより明らかにした。アイロニーである。

周知のように、シュルツはフリードマンと並び称されるシカゴ学派の重鎮のひとりであった。シカゴ学派＝市場原理主義は、積極的に発展途上国のテクノクラートを中心に特別のファンド等の奨学金を設け育成することにより、かかる市場原理主義が現代世界を席捲してきた¹⁰⁾とりわけ、ケインズ以後のアメリカの経済政策の主流になり、グローバリゼーションというアメリカ「帝国」

9) 原洋之介『クリフォード・ギアツの経済学』リポート、1985年、この改訂版が原洋之介『エリア・エコノミックス』NTT出版、1999年である。尚、また最近注目すべき人類学者テオドル・バスターが日本の築地をもとに「市場」を経済人類学的視点から分析した好書が上梓されている。ギアツも絶賛している。Theodore G. Bestor “TSUKIJI: The Fish Market at Center of the World” University of California Press, 2004(和波雅子・福岡伸一訳『築地』木楽社、2007年)。

10) 市場原理主義のフリードマンに代表されるシカゴ学派の途上国南アメリカのエコノミスト・テクノクラートとの関係、とりわけチリ等との関係について次のものが示唆的である。デビット・ハーヴェイ『新自由主義-その歴史的展開と現在-』(渡辺治監訳・森田成也・木下ちがや・大屋定晴・中村好孝訳)作品社、2007年。同時に反グローバリゼーション提唱者として夙に有名な Naomi Klein の次のものが示唆的である。Naomi Klein “The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism” Metropolitan Books Henry Holt and Company, 2007 (とりわけ、Part 1 の Two Doctor Shocks: Research and Development が参考になる)。また日本のシカゴボーイズについては、内橋克人『悪魔のサイクル-ネオリベリズム循環-』文藝春秋、2006年が参考になる。

の世界標準を普及した。同時にそのシカゴ大学の教授・文化人類学者であるギアツは「文化の多様性」を説いた。また文化人類学＝民族学のルーツが宗主国の植民地政策と結びついた学問体系であることを考えると、これもまたアイロニーである。

何故、こうしたアイロニーを示したか若干説明しておかなければならない。私たちがいわば共同幻想的に「了解」している市場・市場経済は市場原理主義が席捲しており、新古典派経済学の理論によって成立しているという錯覚に陥っているとは説明した。それは、制度・慣習等の市場経済の外にある非市場的領域の上に成立しており、合理的な資源の配分システムとして自動調整的機能による「均衡」が成立しているわけではないのだ。その非市場的領域を前提にして成立しているのが、私たちが問題にしている直売所であろう。

市場的領域と非市場的領域の間に位置する

直売所をスミスの市場と類似していると先に述べたが、もう少し、marketplaceとしての「市場」、すなわち具体的な存在形態としての市場という点からみておこう。

ところで、新古典派経済学の祖であるレオン・ワルラスの「モデル」の取引所での価格形成は、周知のように「セリ人」（競売人）が介在して、「売り手」と「買い手」の意向が一致した時に、均衡価格が確定する。ここで重要なことはこの「セリ人」が行う「板寄せ法」である。ある財の価格をまず仮定的に宣言する。そして需要量と供給量が一致しない場合には、この「セリ人」は「売り手」と「買い手」に価格をアナウンスして上げたり下げたりして価格を調整する（同時に需給量も調整）。この「セリ人」の試行錯誤によるアナウンスとそれに対する「売り手」と「買い手」の対応の過程が「模索」と言われるものである。この伸縮的な価格形成のあり様が、古典派経済学のmarketとしての「市場」に敷衍化され「公準」として「共同幻想」化されている。この中には次の二つのことが埋め込まれている。その一つは「最適原理」、すなわち、人々

は実行可能な範囲のなかから最も望ましい消費を選択するという。もうひとつは、「均衡原理」、すなわち、財の価格は需要量と供給量とが等しくなるまで調整されるということである。もう少し言えば次のごとくである。全ての市場における需要と供給の関数を消費者の効用最大化と生産者の利潤最大化から導き、全ての需要と供給を同時に均衡させる一般均衡価格体系の存在を数学的に証明した。この理論的な存在を証明させた価格体系を移すプロセスとして「セリ人」というフィクションを導入したに過ぎない。ともあれ、私たちは公設の「卸売市場」に類似していると想像することが可能なので、それとほぼ同じだと当面観念しておけばよい。

ところが実際の直売所は、まず第一に「セリ人」は存在しない。第二に需給量は、「売り手」の供給に任せられているが、「買い手」の需要量に規定され、事後的に確定し予測するしかない。「売り手」は多数の個人であるために、「買い手」の需要に対する情報は、あくまでも「売り手」個人の「予測・見込み」での対応でしかない。そのために卸売市場のような需給調整の機能は完全には存在しない。また、不特定多数の「買い手」が参入するという意味では「バザール」に近い側面をもつが、それぞれの経済主体（「売り手」と「買い手」）は自由勝手に交渉し交換契約をして取引を行うものでもない。またあくまでも価格に関する情報は、一般的には、「公設」の卸売市場の価格情報を勘案し、価格が設定される場合も多い。また「売り手」の主観的な側面はあるものの自らの「生産費コスト」—— 自家労賃部分をいわば無視したような —— を考慮した価格設定を行う。すなわち「卸売市場」の情報を考慮しながらも、いわゆる「生産費コスト」を前提にした「慣行的価格水準」が設定される傾向が強い。何故ならば、直売所はマージナルな高齢農家、兼業農家、農村女性で担われているからだ。すなわち、この場合、彼らの行動原理はあくまでも「利潤の極大化」を目的とするものではない。したがってややもすると自らの労働評価を低くする、いわゆる「自己搾取」的傾向（モラルエコノミー的な小農範疇の価格規定と同じ）をもつ。直売所での「売り手」と「買い手」の取引は、スミス

的世界の投下労働の等価交換的側面をもみせる。何故ならば、直売所の「売り手」と「買い手」はほぼ同一であり、すなわち、「売り手」でかつ「買い手」であるために擬制的にしる、自らの労働評価を行っており、「売り手」が設定している価格が妥当であるかどうかは判断できるからだ。かくして直売所は一面では「市場的領域」でもあるが、同時に「非市場的領域」にも属する。しかも、その軸足は後者の「非市場的領域」に重心があると考えて良い。

あくまでも「市場」という言葉に埋め込まれた経済学的側面の一部を中心に言及したが、「市場」外の「家族・共同体」が埋め込まれた制度・慣習等の「非市場領域」について検討すれば枚挙にいとまがないので、ここでは一論点留保としておく。

直売所という非市場的領域をも市場化する

「非市場的領域」に軸足を置いた直売所の市場論的な位置づけはある程度明らかになった。しかし、直売所が乱立し、淘汰段階＝棲み分け段階になり、「制度としての直売所」が成立してきた。そして農産物マーケティング論の対象として直売所が注目され、私が心配する本来的な直売所がもっていた現状の政策体系批判、反市場原理主義批判としての直売所の側面が蔑ろにされつつある。いわば「制度としての直売所」の成立、すなわち農協がファーマーズマーケットを販売事業の一つとして明確に位置づけることになり、また「道の駅」等が直売所機能を備えるようになると、いかに直売所としての組織が生き残るのか、という点に問題が収斂し、生産者＝出荷者に対する「資格条件」が付加されつつある。例えば、出荷者の年間販売額の最低ラインを設定し、それ以下になれば出荷者資格を剥奪するとか、とりわけ重要なことは「消費者のニーズ」に応えるという錦の御旗のもとに出荷物の規格の厳格化等が進み、結果として出荷者の選別が進む（本当に消費者が望むのではないにもかかわらず）等により、かつての農協共販が進んだ道と同じことが形態を変えて踏襲されようとしている。

但し、こうした事態を全面的に否定するわけにはいかない。何故ならば、好むと好まざるにかかわらず、私たちの現代社会は一部の「勝ち組論」に象徴される市場原理主義が横行しているからだ。その中で生き抜くにはこのような対応をせざるをえない。まさに市場原理主義のグローバリゼーションの「市場化」とは、必然的に直売所による生産者の「選別」を強制することになり、結果的には限界的な高齢・兼業・小規模等の農家を選別・排除することになる。淘汰段階にある直売所が「生き残り」をかけた販売戦略に躍起になり、自らのおかれている状況が認識できていない。あくまでも形式的には「市場的領域」であるにもかかわらず、「非市場的領域」にある直売所はあくまでもニッチ的な存在でしかなく農産物市場世界の主流にはならない。このことの認識は重要だ。そうでなければ、直売所をめぐるメガコンペティションが成立し、限界的な高齢・兼業・小規模等の農家はますます排除されることになる可能性が現実のものとなるし、既にそうなりつつある。「市場化」、とりわけ市場原理主義のグローバリゼーションの「市場化」は、本来、市場化の限界を示す「家族・共同体」を市場化することにより弛緩し、その「家族・共同体」に支えられたマージナルな直売所すら市場化しようとしている。

そこで、こうしたグローバリゼーションに対する反グローバリゼーションをどのように構築するかが課題となる。但し、グローバリゼーションに対して反グローバリゼーションというダイコトミー (dichotomy) の設定では、いわば旧来のパラダイムのようにみえる。「反グローバリゼーション」というのは、グローバリゼーション VS 反グローバリゼーションというダイコトミーの表象的なそれではなく、反グローバリゼーションとは、決して「人間が市場に合わせる」というのではなく、「市場が人間に合わせ、かつ人間が市場を調整する」という意味でのそれを指す。市場化をすすめるためには必ず「セーフティネット」¹¹⁾を張っておかなければならない。そうでなければ「無用の紛擾」を生む。

11) 前掲の金子勝『市場と制度の経済学』東京大学出版会、1997年、同『セーフティネットの政治経済学』ちくま新書、1999年におけるセーフティネット概念を参照してもらいたい。

その「無用の紛擾」は私たちが経験した構造改革という名の規制緩和・民営化による市場原理主義の「悪夢のサイクル」¹²⁾をつくり出すことになる。

4. 市場と共同体の関係性を再考する

直売所は、「市場的領域」にも属するが、同時に「非市場的領域」—具体的には共同体の側面—にも属し、その立ち位置は後者の「非市場的領域」に重心がある、と前述した。すなわち、直売所は「市場と共同体」が同時に混合・併存しており、「市場と共同体」の関係性を対立的なものとして捉えるのではなく、ある意味相対化した。こうした認識は私達だけではなく、むしろ人類学、経済人類学、歴史学の研究者が述べてきたことである¹³⁾。とりわけ、クリフォード・ギアツ (Clifford Geertz) はモロッコの「バザール」研究¹⁴⁾でそのことを検討している。その手法は、「市場」を所与のもの、絶対的なものとして検討するのではなく、マーケットとしての「バザール」がどのように成立しているか、を経済人類学的な手法=社会調査、参与型調査を行うことにより明らかにしている。そこで私たちも直売所を通して「市場と共同体」の関係性を若干考察しておく必要がある——のちに述べるが私は直売所の「バザール」化が必要であると考えるからである——。

市場と共同体の対立

一般的な認識としては、市場と共同体の関係は歴史的なものとして考察される場合が多いが、それは、基本的には二項対立的なものとして把握されている。

12) 内橋克人『悪魔のサイクル—ネオリベラリズム循環—』文藝春秋、2006年。

13) 安富歩が述べるように、経済的交換を社会的交換と密接に編み上げること、すなわち、経済を出来るだけ速く脱マーケット化し、バザール化させる必要性がある。この視点は私と問題意識が同じである。安富歩「マーケットからバザールへ—共同体と市場の二項対立を超えて—」京都大学経済学会『経済論叢』176-3、364-383頁、2005年。

14) Clifford Geertz, C. "Sug: The Bazaar Economy in Sefrou", in *Meaning and Order in Moroccan Society*, eds. by Geertz et. al. pp. 123-264, New York, Cambridge University Press, 1979.

共同体を前近代、市場を近代とする構図は、ある意味、経済学が一般的に前提としている考えである。

マルクスは商品交換——この商品交換が構造化されたものが市場——と共同体を対立的なもののみなし、商品交換が共同体を解体・破壊すると認識していた。『資本論』では次のような文脈を頻繁に述べている。

「商品交換は、共同体の果てるところで、共同体が他の共同体またはその成員と接触する点で始まる。しかし、物がひとたび対外的共同生活で商品になれば、それは反作用的に内部的共同生活でも商品になる。(略) 交換の不断の繰り返しは、交換を一つの規制的な社会的過程にする。したがって、時がたつにつれて、労働生産物の少なくとも一部は、はじめから交換を目的として生産されなければならない。」¹⁵⁾

また、市場のみを考察の対象とする経済学を乗り越えるために「互酬・再分配・交換」という実体的過程の主要な枠組みを提示したのは、カール・ポランニー (Karl Polanyi) である。周知のように、互酬とは成員が相互に対照的に配置されている社会に、再分配とは中心性をもつ社会にそれぞれ対応するのに対して、交換が全面的に展開するには自動調節的機能をもつ価格決定市場というシステムが前提になる。この互酬と再分配は共同体にふさわしいものとし、交換、とくに価格が変動しうような交換は、共同体的紐帯を解体・破壊するものと把握し、市場と共同体は対立的なものとして観念している¹⁶⁾

例えば、共同体の解体、そして近代社会の成立という歴史の発展法則と捉えるのは大塚史学に典型にみられることである。とりわけ、大塚久雄『共同体の

15) マルクス『資本論』第一巻 a. 新日本出版社、149頁。

16) カール・ポランニー(玉野井芳郎編訳)『経済の文明史』、日本経済新聞社、1975年。尚、価格が変動する交換の場合を次のように述べている。「変動価格での交換は、明白な対立関係を含む当事者間の態度によってはじめて得られる利得を目標とする。この種の交換につきまとう対立の要素は、たとえどんなに薄められていても、拭い去ることはできない。成員の団結の源泉を守ろうとする共同体であれば、食物のように肉体の生存に致命的にかかわり、したがって強い不安を引き起こしうることがらに関して、潜在的な敵対意識が発達することを許すことが出来ない」(邦訳275頁)

基礎理論』¹⁷⁾は周知のように、近代以前の社会では、共同体が土地と人間を封じ込めた完結の単位と考え、社会はその共同体の集合体として把握する。個人同士の関係が直接的に取り結ぶのは共同体内部であり、この個々の共同体が単位となり社会全体が構成される。そしてこのような共同体は、市場を通した商品交換によって解体し、商品経済の発展だけで共同体を解体すると単純化した。すなわち、共同体的紐帯はこの経済以外の要因で解体・破壊する必要がないとみている。また前近代の共同体をその生産力水準に照応させて、アジア的→古典古代的→ゲルマン的の三段階に分類する単線的な発展段階論を述べている——こうした発展史観の危うさは、実証されていない——。

小谷汪之は名著『共同体と近代』¹⁸⁾で、こうした考えは、前近代社会と近代社会とを対極的なもの、二項対立的なものと措定する考えであり、前近代社会は一般的に何らかの共同体的関係を基礎にもつものに対して、その共同体的関係を最終的に解体し、商品交換関係を基礎とするようになった社会が近代社会と把握する考えが存在している、と厳しく批判している。そして、二項対立的把握から、そのものを相対化することで、歴史認識の全体性と思想性を回復させる必要性を提起している。

市場と共同体の混合・併存

こうした経済学的思考に対して、人類学、民俗学等では市場と共同体を対立的には捉えておらず混合したものとして把握している。こうした認識の違いは、経済学がある意味抽象化することにより一定の法則性を明らかにするのにに対して、人類学等ではむしろ現象的な側面をどのように明らかにするのか、の学問的性格の違いとしてあらわれている。

17) 大塚久雄『共同体の基礎理論』岩波書店、1955年（なお、本書は『大塚久雄著作集』第七巻所収、岩波書店、1969年）大塚久雄『共同体の基礎理論』岩波書店。

18) 小谷汪之『共同体と近代』青木書店、1982年。同じく同『マルクスとアジア』青木書店、1979年はマルクスにとっての「アジア」認識は、私たちに大きな理論的変更を要請している。

経済学では、近代社会を市場経済が支配的な社会——資本主義市場経済——として捉えれば、共同体的な存在を完全に否定しているわけではないが、共同体が市場によって解体され近代が始まり、個人が自立性を確保する見返りに共同性を失ったと見ている。しかし、現実には個人が自立性を確保すると言うことは、一方では人との「つながり」を希薄化する。同時にその「つながり」の喪失は、また個人は共同性を内なるものとして必要とする。したがって、人間は個人の人格的自立等に代表される自立性を要求するが、それが高度化すればするほど、共同性＝共同体を希求するトトロロジーに陥る。その点から見ても、市場と共同体は対立的なものとして存在するのではなく、ある意味、混合・併存している。

具体的な現実の世界は市場と共同体は混合・併存している。私たちが政策科学的検討をするには市場と共同体が併存している現実を大事にしなければならない。

最初に述べたクリフォード・ギアツは、バザールにおいては、敵対的であるはずの交換をめぐる交渉のなかから、共同性を生み出すような人間関係が生まれ、それが全体としてある種の秩序を創り出すという議論を提示した。この点は、直売所を考える場合、極めて示唆的な議論の糸口となる。ただし、バザールと違い、marketplace としての場である直売所では、売り手と買い手が、商品の価格・品質・数量をめぐる情報交換と折衝を繰り返す、非対称的な立場ではない——そうした情報収集・情報交換は迂回的、そして事後的に行われるのであるが——。しかし、前述したように直売所は単なる marketplace とは違い、本来、バザールの要素を埋め込んでいるものの、敵対的な交換をめぐる具体的な交渉過程は基本的には存在しない——売り手は直接的に買い手と対峙しながら商品をめぐる情報交換をするわけではない委託販売ではある——。具体的な交渉過程は存在しないが、生産者自らが農産物商品の価格決定を行うことを、「市場」から取り戻している。この点は極めて重要である。私たちがミクロ経済学、価格理論の最初の段階で説明されるのは、需要と供給の一致点

= 均衡点で価格が決まるというものであるが、直売所は、自らの投下労働を具体的にどのように実現したいのか、どの水準までならば農産物を売るのかという点で、生産者、すなわち売る立場に委ねられている。この場合、注意を要するのは、自ら価格決定するという主体的な行為であるが、同時にそれは価値以下の価格をつける傾向もあり、このことを一般的に私たちは「自己搾取的」行為と観念している。すなわち、価格決定、それは「自己搾取的」行為としての価格決定である場合もあるが、この点まではバザールとほぼ同じである——しかし、直接的な購買者=消費者との折衝を繰り返すものではない——。バザールでは、敵対的な交渉過程を繰り返し行うことにより「常連化」(関係をつくる行為)が生まれ、「交渉」(関係を実効化する行為)と「常連化」の関係は、一方がもう一方に従い、他方の変化を惹起する円環の関係が成立する。交渉はその場限りのやりとりであるが、常連化は長いタームでの「つきあい」・「つながり」関係を醸成する。そしてバザールでは、様々な出身地・文化・習慣・宗教・職業をもつ多様な人が多様な行為を通して関与し、それぞれの常連化・常連関係を構成し、構成されたネットワークが構造化されたものとしてバザールが成立している¹⁹⁾

直売所では、交渉過程の繰り返しによる「常連化」は存在しないかわりに、個々の出荷者に限定した消費者=購買者も生まれる。この場合には、モノ=農産物をめぐる常連化が成立し、個々のインターフェイスにより関係が成立する。その個々のネットワークが構造化して直売所を成立させている。個々のモノをめぐるネットワークの集まりは多様な形態が存在し、モノから出発し、単なるモノでないものを構築することになる。しかし、現実の直売所では、構成員、とりわけ出荷者と共有すべきルールが厳格に定義される組織して成立する傾向にある。具体的には、出荷者の厳格な規定が定義され、共有すべきルールは条文により事細かく規定されている。その典型が、農協等による大型の直売

19) 前掲の安富歩「マーケットからバザールへ—共同体と市場の二項対立を超えて—」を参照のこと。

所である。農協等の大型直売所の場合、あくまでも農協の事業の一環として行われているので厳格なルールは当然である。またそのために短期的な意味では、取引効率＝取引費用は、一般的な直売所と比較すると低くなっている。しかし、柔軟性や多様性という側面から見れば一般的な直売所の方が遥かに高い。例え、小規模でも、高齢者でも、区別・選別されることなく参加できるという意味では、農協等の大型直売所より遥かに「自由」である。本来、直売所はバザールのように、緩やかな一定の共有すべきルールのもとで、柔軟性と多様性のために「自由」な、新しい²⁰「互酬と共同性」で運営されるべきものである。その点で、ここで想定している一般的直売所グリーンファームは、小規模でも、高齢者でも、区別・選別されることなく参加できる柔軟性と多様性が存在し、自由であり、且つ、その結果、新しい「互酬と共同性」の直売所として成立している。こうした直売所のバザール化が今、日本の直売所に問われている問題である。

市場と共同体の関係性

モノ（財ないしはサービス）への需要と供給の差が価格を変動させ、価格が需要と供給を変動させるという市場は、交換という行為過程から人間関係を排除する。その人間関係は共同体の方に押し出され、市場とはそのようなものとはほぼ無関係に成立すると観念されるが、果たしてそうであろうか。とりわけ、直売所自体への関心と注目は、そうした市場に対してNOを突きつけた結果である。それは人々が意識するかしないかは別として市場、とりわけ市場主義のグローバル化に対して意志表示したのである。

市場と共同体の関係性を考える場合、クリフォード・ギアツがトルコのバザールで考察したように、極めて特殊日本的といわれている直売所で考えてみれ

20) 本稿で想定している一般的な直売所は次の拙著を参考していただきたい。拙著『農山村地域再生手法の可能性－地域を創る直売所と買い物難民対策の共同店－』（松山大学総合研究所報報告）2018年2月刊。

ば明らかになった。すなわち、市場と共同体は決して二項対立的なものとして存在するのではなく、混合・併存している。それも単なるモノをめぐる売買＝交換という過程だけではなく、重要なことをその過程で新しい「互酬と共同性」の共同体を形成していることである。そこでは、表象的には売買＝交換という過程であるが、むしろそれは「つながり」を求める人間関係が通底しているから成立している。それはある意味、市場という暴走性・暴力性、無秩序性に対するアンチでもあることが確認できた。また同時に、大型化する直売所では、市場的な側面が強くなっており、「つながり」を求めた関係であったにもかかわらず、逆に「つながり」を否定し、売買＝交換ということのみが全面に出てきていることも確認しておかなければならない。

こうした動向に対して、直売所が本来持っていたバザールの側面である敵対的であるはずの交換をめぐる交渉、但し、直売所は直接的には委託販売のために対峙しないが事後的・間接的には関わる——の中から、共同性を生み出すような柔軟性と多様性のある人間関係が生まれ、それが全体としてある種の秩序を創り出すことを、一般的な直売所の実践から、私たちは学んでいる。そうであれば、市場の暴走性・暴力性に一定の警告は与えることが出来る。直売所は、現行の委託販売ということから一歩脱出した、出荷者＝生産者が消費者＝購買者と直接的に交渉可能な方式を取り入れれば、直売所のバザール化がより進むと感じている。その可能性と波及効果は「雇用」を拡大させることにも繋がっている。

【付記】

本稿は加藤光一『雇用と地域を創る直売所－人間回復の地域経済学－』（農文協編「シリーズ地域再生 全21巻」）の第15巻として準備していた原稿の一部である。しかし、単なる直売所の事例報告の域を出てないと呻吟し上梓には至らなかった。この「シリーズ」への執筆を声かけてくれた編集部 金成政博氏には自ら上梓することを断った研究者特有のわがままを聞き入れていただき深く感謝お詫びしたい。しかし、地方創生が声高に叫ばれる現在、直売所という言葉の持つ意味が極めて重

要で、「定常社会の直売所」とはいかにあるべきかを考えるとき、本稿で整理した市場的領域の試みは重要だと思いここに掲載することにした。