

宗教社会学理論における「市場」

—— 宗教の合理的選択理論批判 ——

住家正芳

〈論文要旨〉 本稿は、宗教の合理的選択理論と、その仮想敵とされたP・バーガーの初期の論考とを対比させることによって、二つのことを明らかにする。一つは、宗教の合理的選択理論は必ずしも「新しい」理論ではないということであり、二つ目は、市場原理は必ずしも自動的に宗教の多元性や多様性をもたらすものではなく、多元性・多様性を安易に市場とのアナロジーで捉えるべきではないことである。一九九〇年代以降台頭した宗教の合理的選択理論は自らを世俗化論にとって代わるものとして位置付けてきたが、議論の内容自体はかなり類似しており、その点において宗教の合理的選択理論は決して新しいものではない。また、宗教の合理的選択理論はきわめて楽観的な市場観を前提としているが、そのような前提は無批判に許容されるべきものではない。

〈キーワード〉 宗教の合理的選択理論、R・スターク、P・バーガー、市場

はじめに

宗教社会学の理論状況について、一九九三年の論文でS・ウォーナーは、古いパラダイムから新しいパラダイムへ移行しつつあるとし、古いパラダイムを代表する名前としてP・バーガーの名前を、新しいパラダイムの代表者にR・スタークの名を挙げた。バーガーが代表するのが「世俗化論」であり、スタークは「宗教経済学」あるいは「宗教の合理的選択理論」の中心人物であって、ウォーナーは前者から後者へのパラダイム・シフトとして状況を

分析したわけである⁽¹⁾。

しかし、そのシフトはすんなりと進んだわけではないようである。現在に至っても、スタークらの宗教の合理的選択理論が全面的に受け入れられているわけではなく、J・ベックフォードの観察によれば、それにのめり込む支持者と、頑として受け付けない反対者との二極分化しているのが現状である⁽²⁾。ウォーナーがパラダイム・シフトと呼んだものの実体についても、「反世俗化論が理論的に勝利したと言うよりも、世俗化をめぐる議論自体が無意味なものに思われるようになったと言う方が正確であろう」という沼尻正之の指摘が適切である⁽³⁾。理論の上で何かが乗り越えられたわけではないことから、世俗化論と、それを乗り越えたと称する宗教の合理的選択理論の議論の内容は実のところ似通った部分が多い。そこで本稿では第一の目的として、ウォーナーが対比させたバーガーとスタークの論考の共通点を明らかにすることによって、宗教の合理的選択理論が必ずしも新しいものではないことを示す。

目的の第二としては、宗教の合理的選択理論が前提とする市場モデルの問題点を明らかにすることによって、経済学上の知見の導入が現状の宗教の合理的選択理論のように安易であってはならないことを指摘する。

宗教の合理的選択理論に対する批判はすでにいくつも提起されており、それらをベックフォードは四つに分類している⁽⁴⁾。

①個人行為者の心理から宗教集団に関する推論を構成することへの懐疑。

②宗教の合理的選択理論が設定する「合理性」が功利性に限定されすぎていて、他者への配慮という観点からの「合理性」が考慮されていないことへの批判。

宗教社会学理論における「市場」

③宗教の機能的合理性の側面に焦点を当てることが、宗教の他の側面を不当に軽視し、宗教の現実的なあり方をゆがめて描写することになるのではないかと憂慮。

④宗教の合理的選択理論が用いる「利益」や「コスト」、「代償」といった概念の文化的偏差、相違、多様性が無視されている点の指摘。

①は論理構成上の瑕疵の指摘であるが、理論の適用範囲を個人行為者の行為にのみ限定すればある程度回避できるだろう。③も、理論上の構成物としてのモデルが現実そのものではないのは当然であるから、問題はむしろモデルと現実とを混同することの方にあると反論できよう。これらに比べ、より重要かつ生産的な批判となっているのが②と④であろう。この二つは、現状の宗教の合理的選択理論が素朴に過ぎることの指摘であり、モデルとしての有効性を追求するためには、考慮すべき変数を大幅に増やす必要があることの指摘であると理解することができると。

宗教の合理的選択理論を全面的に受け入れるか否定するかという極端な二者択一は、ベックフォードに言わせると産湯と一緒に赤ん坊を流してしまうようなものであり、たしかに建設的ではない。赤ん坊をすくい上げるよう努め、可能なら産湯の水も再利用すべきだろう。しかし、そのためには重要な問題点の検討が欠如している。①～④の批判はいずれも、宗教の合理的選択理論に理論内在的な批判と言えるが、理論内在的に、より重要な問題である「市場」そのものの問題、すなわち市場がどのような機能を持ち、どのような事態をもたらし得るのかについての検討が抜け落ちているのである。本稿はこのような欠如を補うものとしての意味を持つ。

まず、宗教の合理的選択理論の内容を概観することから始めよう。

一 宗教の合理的選択理論

1 代償としての宗教

宗教について、「合理的選択理論」を名乗る立場から一連の論考が発表されたのは主として一九九〇年代に入ってからである。ただしこれは、まったく新しく登場した学派というわけではなく、すでにR・スタークを中心として提唱されていた「宗教経済学」がL・アイアナコンの参入によって市場理論的な装いを得たものである。そこで、スタークの「宗教経済学」について概観することによって、宗教の合理的選択理論の基調となる論旨を確認しよう。

まず、スタークの「宗教経済学」の起点は、「人間は、自らが利益とみなすものを求め、コストとみなすものを避けようとする⁽⁵⁾」という人間理解である。後に「合理的選択理論」の名を冠するようになってからも、この学派の「合理性」についての理解の基本はこのような功利性に設定されている。そして、利益は稀少で不平等に配分されるため、望む通りの利益を得られる人は少数であり、大半の人は、自らの得る利益が他の一部の人達が所持しているものに比べて少ないという、相対的な剝奪感を抱くこととなる。

ただし、このように他の人に比べて自らの手持ちの少なさを発見する、といった剝奪感の相対性のほかに、利益のうちには、そもそも誰にとっても手に入れないものがあるという。死後の生が存在するか否かの確証は手に入れないし、不死が得られないものであることは誰もが分かっている。だが、手に入れないからというだけでは、人々は永遠の生という利益を求めることをやめはせず、むしろ逆に人々はそれを求め続ける、というの

が、スタークらの引き合いに出す例である。つまり、誰かが手に入れているからそれを欲しがって欲求が生じるだけではなく、誰も持っていないものであっても人は求めるのであって、そこに絶対的な剥奪感が生じる、⁽⁶⁾というのである。

剥奪感が生まれると、人はそれを埋めようとするが、強く欲求された利益が直接手に入る見込みが無いとなると、人はその利益を、今現在ここで十分に、というのではなく、何らかの代償的行為に耐えることによって、どこか別の場所で別の時に手に入れられる、というような説明付けを発明あるいは発達させる。大人が子供に「しっかり勉強して、いい子でいれば、いつか有名になったりお金持ちになったりできるよ」と言い聞かせるように、短期的な快楽が剥奪される代償として、長期的なさらに大きな快楽を手に入れられる、というような説明が作り出されるのである。

そして、このような説明が機能するためには、その代償的行為がいつか必ず報われるものであるという信憑性が確立されていなくてはならない。大人のことを子供がまったく信用していなければ、大人が何を言い聞かせても無駄であろう。ただし、代償には特殊なものから一般的なものまでのレベルがあり、⁽⁷⁾一般的であればあるほど、その信憑性を維持するのは困難になる。親が子に「いい子にしていればおやつをあげる」と約束するような、限定的な利益であれば、代償は短時間の忍耐といった程度の、個々の特殊な事情に固有なもので済むし、そう言われた子供が親の言葉を信じるには、おやつをちらっと見せてもらう程度でたいていは済む。

それに対して、「頑張れば人生の成功者になれる」となると、耐え忍ぶべき時間の幅はずっと長くなり、言われた者がその言葉を信じるためには、まず努力が能力の向上に結びつくという自らへの信憑ないしは自信が得られね

ばならず、その上、能力主義的な評価基準がその人が生きる社会に体系的に確立されている、という外的な社会への信憑が得られねばならない。そしてさらに、その人が「能力」と信じて努力するものと、社会的に「能力」として評価の対象となるものが同一でなくてはならない。

代償の報いとして期待されるものが一般的になればなるほど、その信憑性を維持するための要件・機構は強力でなくてはならないのであり、その一般性がさらに進むと、約束されるものがただ大きくなっていくだけではなく、人生さらにはその終着点としての死の意味や宇宙の目的のように、超自然的な働きが存在すると思われることによってしか、代償の信憑性を保持できないような利益が生じてくる。いくら社会的な組織が公正に運用されようとも、人々に「死後の生」や「死の意味」といったものを信じさせるには不十分であり、そのような信憑を維持するためには、現世を超越したものの存在や働きを想定せざるを得なくなる。スタークらは、このように超越的なものを想定することによって機能する代償の提供者こそが宗教であるとし、次のように宗教を定義する。

主として、超自然的なものの想定をその基盤とする一般的な代償の提供に携わる人間の組織⁽⁸⁾。

超自然的なものの想定は、代償の信憑性（いわば支払い能力）を担保するものとして説明されるのであり、絶対的な剥奪感を仮定することによって、宗教的な代償への需要は、すべての人に普遍的に存在するものとされるのである。

死後の生や不死、人生や宇宙の意味などへの人々の欲求はとどめようのないものであり、そのため人々は常に宗教的な代償への需要を抱いていることになる。宗教組織は、超自然的な代償を提供することによって、「買い手」たる人々の欲求を満たす「売り手」として位置付けられるのである。

このように、宗教的需要が人間存在の本質として設定されることが、スタークらがバーガーの初期の論考に代表される世俗化論を批判する際の拠り所となっている。スタークらは世俗化を、「すべての宗教経済 religious economies において生じる三つの根本的かつ相関的なプロセスのひとつ⁽⁹⁾」とする。他の二つのプロセスは、リバイバルと宗教革新である。大きな勢力を持ち、その社会において支配的な宗教は徐々に現世的・世俗的になるため、その宗教性を失う。これがスタークらにとっての「世俗化」である。そして、そのような宗教組織は、現世的ではない、世俗に対するアンチとしての宗教を求める市場から撤退するため、残された市場をターゲットとした急進的な宗教復興が生じる。これがリバイバルである。一方、支配的な宗教組織の現世化は、信仰の再生を求める新しい宗教組織の発生を促すだけではなく、支配的な宗教組織や伝統の新たな編成をも促す。これが宗教革新である。

つまり、ある宗教組織は市場における支配的地位を確立するにつれて現世的となり、そのため、より非現世的・宗教的な信仰への需要に対応できなくなることから、まだあまり現世的になっておらず、勢いのある宗教組織にその「顧客」を奪われ、市場から撤退することとなる。するとさらに、その市場の獲得を狙っていくつもの新たな宗教組織または旧来の宗教の革新組織が出現し、競争の結果そのうちのどれかが支配的となると、それがまた現世的となり…というかたちで、世俗化からリバイバルあるいは宗教革新、さらにまた世俗化、というプロセスが宗教市場をめぐって繰り返される、というのである。

2 市場の自動調整機能

では、市場そのものについてはどのように捉えられているのだろうか。宗教の合理的選択理論と称するもの⁽¹⁰⁾のうちにも、個人や家庭における「消費財」として宗教を理解するものから、よりマクロなレベルに主眼を置くもの⁽¹¹⁾のな

ど、もちろん多様性はある。だが、それは供給される財やサービスの設定のあり方についての多様性であって、宗教的需要の設定については右に見たスタークらの見解が踏襲されている。

市場の調整機能についても、宗教の合理的選択理論の論者のうちもつとも経済学に通じているアイアナコンの以下の見解が公約数的な共通認識となっているとみなしてよいだろう。

宗教の需要と供給という考え方は、市場や競争、規制に関する経済学の膨大な理論とデータをそのまま利用することができる。もし、教会の成員は効用を最大化させようとする需要者として、教会は利潤を最大化させようとする供給者として行為すれば、市場の圧力が教会に世俗的な企業のように振る舞うように強い、宗教間の競争の利点や、独占による負荷および政府による統制の難点が、経済学の他の分野におけるのと同じものとして把握しやすくなる。したがって、市場モデルから、世俗的な市場同様、競争は宗教市場を活性化し、供給者は、消費者の個々の要求にうまく対応するよう、既存のものだけにとどまらず幅広い信仰をつくり出すよう強いられる、ということが予測される。他方、国家に支持された宗教的独占がもたらすのは、うわべの敬虔さだけであり、そのうわべの下には、無関心な人々と無力な聖職者が存在することになる。⁽¹²⁾

宗教市場において「売り手」としての宗教組織と「買い手」としての個々人がそれぞれの欲求を最も効果的に満たすべく「合理的に」振る舞うと想定することから、この立場は宗教の合理的選択理論と自称するわけであり、宗教のような独占的な「企業」が排除されることは市場の活性化として肯定的に評価されることとなる。

また、この引用文においては、もっぱら供給者側の事情が述べられているが、たとえば「ヨーロッパの『世俗化』についてのサプライ・サイドからの再解釈」⁽¹³⁾というスタークとアイアナコンの共著論文の表題にある「サプラ

イ・サイド」という言葉が表しているように、宗教の合理的選択理論は財・サービスとしての宗教を供給する側に重点を置くことによって宗教変動を捉え直すとする傾向が強い。これは経済学における「サプライ・サイド・エコノミクス」という、供給重視の経済学の影響を強く受けたものである。サプライ・サイド・エコノミクスとは、米レーガン共和党政権の経済政策、いわゆる「レーガノミクス」を支えた理論であり、経済政策の中心を有効需要操作ではなく、投資の増加を中心とする生産・供給側の要因に置こうとする立場である。経済学の流れは、市場の自由放任を原則とする古典派ないしは新古典派と、政府による規制を重視するケインジアンとの間で揺れ動いているが、その中でサプライ・サイド・エコノミクスは新古典派経済学の一支流に位置付けられる。先の引用文中におけるアイアナコンの市場モデルも、新古典派的な市場の想定を前提としている。

「宗教の合理的選択理論」として宗教研究へ持ち込まれたのは、このような背景を持つ経済学理論であるわけだが、「経済学の膨大な理論とデータをそのまま利用することができる」のならば、その分、経済学上の問題点もそのまま宗教の合理的選択理論に当てはまることになる。この点について検討する前に、宗教の合理的選択理論には、実のところそれが仮想敵とする世俗化論、とりわけ初期バーガー理論との間にあまり違いがないことを確認しておこう。宗教の合理的選択理論は必ずしも新しくはないのである。

二 初期バーガー理論との類似性

冒頭で述べたように、宗教の合理的選択理論はもっぱら初期バーガー理論⁽¹⁴⁾との対比の中でその意義が見いだされてきたし、⁽¹⁵⁾スタークは世俗化論に「安らかに眠れ」と死亡宣告を下している。⁽¹⁶⁾だが、表面的な対立の構図にもかか

わらず、理論上の基本的な構成に関して両者は少なからず類似している。

まず、バーガーにとって、宗教本来の伝統的な働きは、ある社会の成員全員が共通の意味世界を構築することないしは、その意味世界そのものであることである。このような想定によって、バーガーは、近代化以前において宗教は社会成員の認識にとつての現実世界と一致していたと前提し、そのような宗教のあり方を「聖なる天蓋」と表現したわけである。⁽¹⁷⁾

そして、前近代においては人間の移動や移住の機会が少なく、他の人間集団との人的・情報的交流も希薄であることから、自分とものの見方や考えの違う人間に出会うことは少なく、自らの意味世界に疑問を持つこともほとんど無かったとする。しかし、近代化によって、移動や移住の機会が増えると、自らがそれまで抱いていた世界観とは別の世界観や考えを抱き、違ったものの見方をする人々との接触の機会が増えることとなる。「個人はますます、自分の信じるものを信じない他人や、自分とは異なり時には相反する意味・価値・信念のもとで生活している他人を、認めざるをえなくなる」⁽¹⁸⁾のであり、社会の「多元化は、社会と個人に対する宗教の威力を弱める」⁽¹⁹⁾に至る。

かくして、社会の「多元化の圧力は、宗教的意味が個人の意識の中で当然のこととして占めていた地位を、下落させた」⁽²⁰⁾とバーガーは判定する。バーガーによるとこのことは、近代化以前において人間の悩みや苦しみの体験に意味を与えることで、そのような不幸に耐えることを少しは楽にしていた宗教が、近代化によって弱体化されてしまふことを意味し、それらの苦痛や不満はより一層の緊急性を帯びることとなる。結果として、「近代人は深まりゆく『安住の地の喪失』状態に苦しんでいる」⁽²¹⁾のであり、強い不満・不安にさいなまれることとなる。

このような「故郷喪失」の心理状態を耐えることは困難であるため、「社会の中で、自己に対して、そして窮極

的には宇宙の中で、『安住している』という状態への、ノスタルジア⁽²²⁾が育まれることになる。人々は「故郷」への強い渴望を抱き、それを与えない近代社会に強い不満を抱くというのである。

そこで、これらの不満を「解決」するために近代社会は、個人の社会的なかわりを、私的領域と公的領域とに二分し、そのような不満に対する代償機能を私的領域に割り当てた。「社会生活の公的領域と私的領域への二分化が、近代社会の宗教の問題に、『解答』を与えた⁽²³⁾」というのである。結果、人々は私的領域における代償機能を果たすものとして宗教を需要することとなるが、伝統的共同体が崩壊している以上、それを自ら選択することとなる。個々人が自らの需要に従って宗教を選択するということは、その需要をめぐって供給者側において競争が生じるということであり、日常生活を包括的に意味付ける体系的な諸秩序の間で競争が行われる状態が出現することとなる。「多元性は宗教市場を導く⁽²⁴⁾」のであって、ここに、「宗教市場」が成立することとなる。

この市場において宗教ないし宗教組織は、それによって個人が自らの生を全体として意味付けることができるアイデンティティを提供するとともに、個々の経験の意味を理解することができるようしてくれる意味付けの体系を提供する。宗教組織は、この意味付けの体系を「商品」とする「売り手」となるわけだが、国家が、強制的な権力によって、旧来の宗教による市場の独占や専売を保護することをやめるにつれ、自由意志を持って宗教を消費する人々が増加することになる。それにともない、宗教組織の社会的活動は政治的な原理ではなく、経済的な原理によって支配されることとなって、宗教組織が提供する「商品」も、消費者の「ニーズ」に合わせて随時変更されることとなる。

そして、市場における行動であるため、消費者は異なった宗教的嗜好に導かれるが、ある同様の嗜好を持った消

費者たちの集団に対して提供すべき「商品」は、その嗜好に合わせたものである以上、いずれの宗教組織が提供しても、内容的には似たり寄ったりであり、結果的に、「違うのはパッケージだけ」⁽²⁵⁾ということになる。

しかし、逆に、内容的に同じである以上、このパッケージの違いが大きな意味を持つこととなり、より新たなパッケージングのために差異が探し求められることもなる。多元的な状況は、周縁的な差異のゲームをもたらし、そのゲームの駒のひとつとして、伝統的な信仰が再発見される可能性をもちらむのである。かくして、現実について宗教が提示する意味付けは、客観的な真実であることをやめて、主体的な選択・信仰・好みの問題となる。

今日の状況は、同時にいくつもの相手と相互に競争する、世界観の市場として特徴付けられる。この状況では、社会や個人の経験を超えた事柄について主観的な信憑性を維持することは確かに非常に難しい。宗教が本質的に超経験的な事柄についての主観的な信憑性に依存する限り、多元的な状況は世俗的な状況であるという、そのこと自体によって、宗教の信憑性は危機に陥ることとなる。⁽²⁶⁾

ある主観のうちにおいて意味付けの体系としての世界観の多元性が経験されるということは、その世界観を基礎付ける宗教の信憑性が弱体化されることを意味しているとバーガーはみなし、結果、「現代の世俗化に関してほかにどのような原因があるとしても、多元化の過程が本質的かつ自動的に世俗化をもたらす効果を持つことは明らかである」⁽²⁷⁾と判断することとなる。

このような判断を、後に宗教の合理的選択理論の支持者たちは批判する。バーガーが、宗教の市場的抗争状態としての宗教的多元性を社会における宗教の周縁化、ひいては宗教の衰退をあらわすとみなしたのに対して、宗教の合理的選択理論は逆に宗教の活発さの指標としたのである。

宗教社会学理論における「市場」

ただし、理論上の構成について両者の間に基本的な違いはない。両者はともに、宗教組織を売り手、組織の構成員を買い手として位置付け、国教の廃止を市場の独占状態の解消とみなし、それによって複数の宗教による市場での自由競争が可能となった状態を近代における宗教の置かれた状況、すなわち宗教の多元性として理解している。違うのは、バーガーが多元的な状況のもとでの宗教を宗教本来の姿とは認めようとしなかったのに対して、宗教の合理的選択理論はその点にほとんどこだわらない、という点くらいのものである。しかし、もしバーガー自身が述べたように、宗教が個人的なものとなっているのであれば、「宗教本来の姿」なるものがどうあるべきかは、まさに個人的な評価にのみ依拠するわけであって、まさに好みの問題でしかない。

バーガーは宗教が選択の対象となることを信憑性の弱体化とみなしたが、これにしても、宗教を選択することは、むしろ主体的選択の結果であるため、宗教への「懐疑」ではなく、自らの選り取った宗教・信仰への「確信」を意味すると解釈することも可能である。そしてこれが宗教の合理的選択理論の立場からの解釈となるわけだが、これもやはり同じ事態をどう評価するかの違いであって、事態の認識からして食い違っているわけではない。

つまるところ、宗教的多元性を市場とのアナロジーで捉える点においてバーガーと宗教の合理的選択理論とに違いはなく、むしろ過去のバーガーの考察の方が市場のもたらす事態について悲観的な分、冷徹な洞察を示しているとも言える。だが問題なのは、バーガーにしても宗教の合理的選択理論にしても、アナロジーに安住してそもそも市場原理と宗教的多元性とは両立するものなのかどうかについての検討が行われていない点である。宗教の合理的選択理論が期待するような市場の自動調整機能は本当にうまく作用するのか。そしてそもそも市場原理のもとで、宗教は多元的なのだろうか。

三 市場は万能か？

1 市場の普遍性

宗教の合理的選択理論は、宗教を財・サービスのひとつと仮定して、それを享受する個人消費者の多様なニーズと、さまざまなオプションを提供する宗教組織側の多様性とが市場を通じて最適に調整されることを期待するわけだが、そのような調整機能を市場が果たすためには、教科書的にはいくつかの前提条件の成立が必要となる。市場の普遍性、価格のパラメータ機能、需要者側の限界代替率の逓減、供給者側に規模の経済性（スケールメリット）が存在しないこと、などである。市場の調整機能が発揮されるのはこれらの前提がすべて満たされた、極めて限定的な条件のもとにおいてのみなのである。では、宗教市場はこれらを満たしているのだろうか。一つでも満たされていないと市場の自動調整機能は働かないわけであるから、すべての前提条件について検討する必要がある。以下では、このうちの市場の普遍性を糸口として検討しよう。

「市場の普遍性」とは、あらゆる財やサービスについて市場が成立する、ということと、すべての経済取引が市場を通してのみ実行されることを意味している。まず、「あらゆる財やサービスについて市場が成立する」という点について、考慮対象を宗教組織のみに絞っても、集団とその成員との関係を財やサービスの供給・需要へと一元的に還元できるのかどうか、検討の余地は大きいと考えられる。だが、この点については、宗教の合理的選択理論はそのような還元の成立を仮定した範囲内での立論であると認めることも不可能ではない。

ただしその場合、理論の有効性は、経済活動の主体が自らの選択にまつわるすべての情報を完全かつ確定的に把

握し、なおかつ時間的要素を一切排除した範囲にとどまることとなる。だが、現実には各主体が自らの選好・動機、ならびに自らの行動の帰結を完全に把握することは、まずあり得ず、理論の提示する宗教組織ならびにその成員による行為選択のあり様は、現実からかなり乖離することになってしまう。

さらに、「すべての経済取引が市場を通してのみ実行される」という点については、現実からの乖離がさらに顕著である。これは、経済主体間の交渉・交換の形態が価格を媒体としてのみ成立することを意味しており、ある経済主体の行動は市場価格のみを情報的根拠として決定され、他の経済主体の行動や情報に影響されない、ということの意味している。

一般の市場においてもこのような事態が成立することはごく稀であり、宗教組織については、宗教的アイデンティティと社会的関係性とは密接な関係にあり、⁽²⁸⁾ 宗教への関与・加入・選択において、対人関係の果たす役割が大きい。⁽²⁹⁾ そのため、消費者たる加入者と供給者たる宗教組織が他の要素をすべて排除して、財としての教義とその「価格」のみを交渉するといったことは不可能に近い。

2 「強い個人」の画一性

以上は理論が現実の事象にそぐわないことの指摘であるが、N・J・デメラスもこのような現実性の観点からの批判を行っている。デメラスは、宗教の合理的選択理論に対して、宗教（教会あるいはセクト）を主体的・自己決定的に選択する「強い」empowered個人ばかりではなく、もっと「弱い」powerless個人もいるはずであり、前者がことさら聖化されているのではないかと、疑問を投げかける。⁽³⁰⁾

現実からの乖離だけが問題であれば、このような批判に対しては、モデルとしての理論の発見的機能を主張して

退けることが可能であろう。しかし、デメラス自身は気付いていないようだが、この批判の射程は理論そのものに内在的な問題にまで及んでいる。この疑問は、宗教の合理的選択理論が新古典派の市場モデルを前提としていることに伴う問題点を突いたものとなっているのである。

「合理的経済人」を仮定する新古典派の市場モデルでは、他人にかかわりなく自己の利益の最大化を追求してゆけば、市場メカニズムがあたかも自動調整装置のように働いて、資源配分の最適化を達成できるとされている。市場の自動調整機能を想定することは同時に、その市場に参入する主体が、短期の利益も長期の利益も合理的に計算できて、他人にかかわりなく自己利益の最大化を追求できる「強い個人」であることを要求するのである。そしてさらにその「強い個人」は、自らの行為の結果について自己責任を取るものとして設定されている。市場での敗者への救済手段は市場原理には組み込まれていないのであって、そのような「余計なもの」を排除するからこそ自動調整装置としての市場はますます活性化して経済は成長するとされるのである。

宗教に関してこれを言い直すと、合理的選択理論の想定する宗教市場モデルでは、他人にかかわりなく自己の宗教的ニーズの充足が最大化されることを追求してゆけば、市場メカニズムが自動調整装置として機能し、宗教的財・サービスの分配の最適化を達成できる、ということになる。国教の廃止という「規制緩和政策」によって、宗教的ニーズに関する「合理的経済人」の「自己責任」による自律的な選択を促せば促すほど、自動調整装置としての市場がますますうまく働くようになって、宗教市場が活性化され、成長するというのである。したがって、宗教について市場が成立するためには、自己の宗教的ニーズを、短期的にも長期的にも合理的に計算できて、他人にかかわりなく自己利益の最大化を追求することが可能で、自らの選択が失敗に帰したとしてもそれをあくまでも自己

責任として何の補償も求めない主体、という人間像が要請されることになる。

宗教の合理的選択理論の論旨では、宗教についてのさまざまな需要を持った多様な主体と、さまざまな選択肢を用意する多様な宗教組織とが市場を通じて活発に取り引きし、競争が宗教市場を活性化するはずであった。しかし、宗教の合理的選択理論が依拠する経済学上の市場モデルからすると、そこで期待される市場の機能は、選択する個人主体の画一性を前提として必要としているのであって、市場原理をつき進めれば進めるほど、需要側の主体の多様性は望めないことになってしまうのである。

さらに、選択される対象としての供給側についても、市場が多元性・多様性を帰結するとは言い難い。

3 市場の機能

選択対象としての宗教組織に関して、市場が必ずしも多様性を帰結しないことについては、部分的にはあるが、バーガーは気付いていたようである。一九六三年の論文「超教派的連帯の分析のための市場モデル」⁽³¹⁾においてバーガーは、社会全体を覆うような大規模な教団ではなく、社会の一部分を取り込む中規模の教団が宗教組織のあり方として主流となること（デノミネーションリズム）と、超教派的連帯（エキュメニシティ、エキュメニズム）の流れとが同時に起こっているのはなぜかについて分析している。⁽³²⁾

まず、政教分離によって、特定の教団に対する国家の支援が無くなるとともに、免税のような、各教団に平等の特典が与えられることによって、宗教集団間の競争が可能となり、中規模の教団が存在しやすくなる。これがデノミネーションリズムということになる。しかし、国家からの公的な積極的支援がない以上、各宗教組織は「顧客」の忠誠を勝ち得て財政的な支援を確保すべく、お互いに競争し続けなくてはならない。

これは古典的なレッセ・フェールの市場における競争ということになるが、「郊外の中流階級に依存する諸教団にとって、そのような無制約な競争は経費がかかりすぎ、実際には遂行することができない⁽³³⁾」。そこで、各教団は相互に合併することで競争力を維持しようとする。これが超教派的連帯である。公的圧力の除去によって、市場はさまざまな教団の出現を可能としつつも、より長期的にはむしろ寡占状況を結果するのである。

このように、市場での競争はスケールメリットを追求するものであり、競争を促進すればするほど寡占が進み、競争自体が独占を帰結することとなる。ニッチの発見による新たな消費者ニーズの掘り起こしと収益の達成、という観点からの市場擁護もあり得るが、それは市場の恒常的な機能というよりも、市場の恒常性を破る偶発的な幸運に依るところが大きいものである。また、市場機構一般における資源分配の最適性が、配分を受ける当事者間での資源の平等性を意味するわけではない。完全競争市場における資源の効率的分配は、ある一定の分配状態を初期値として、それに対応する均衡点を実現する、というだけのものであって、決して、初期条件における不均衡を是正するものではない。むしろ、ある不均衡な分配状態を所与の条件として市場が作動した場合、格差は是正されるよりも拡大されることとなる。市場の実現する「最適性」が社会的に公平で正当なものであるかどうかは、市場にとっては外在的な要因であって、市場自体に調整能力は無いのである。

このことを踏まえれば、宗教についての市場の成立は、実質的には既存の大規模組織をさらに巨大化させ、市場の寡占状況を促進するのであり、これによって、市場の前提条件のひとつである、供給者側に規模の経済性が存在しないという点是否定されることとなる。このことは、宗教の市場価格というものが設定できるとしても、より大きな組織が規模の経済性によって市場価格の支配力を保持するために、市場の前提条件のうちの価格のパラメータ

機能も失われることを意味している。価格のパラメータ機能とは、価格が自由に変動することで需給を一致させる調整作用を果たすことであり、そのためには、市場取引を行ういずれの主体も価格を決定あるいは支配する能力を持たず、市場での価格を所与のものとして行動することが必要なのである。

すなわち、市場は必ずしも自由で平等な競争をもたらすわけではなく、多様性・多元性といったものについても保証の限りではない。寡占や独占をも市場はもたらし得るのである。

結論

以上、社会的な調停・調整の機能を託された市場原理は、選択主体の画一性を前提としたものであり、選択対象についても決して自動的に多様性をもたらすものとはなっていない。市場における個人の自律的選択の強調は結果的に、選択する主体がおしなべて「強い個人」であることを帰結するのであり、また、市場の原理からすると、選択される対象についても、むしろ寡占・独占へ向かうこととなる。選択する主体についても、選択される対象についても、市場は多様性どころか画一化へ向かってしまうのである。

さらに、選択の「主体性」自体、市場的操作の産物であるとも言える。宗教財・サービスの供給と宗教的欲求からの需要、という二項の関係性として宗教の社会的現れを描写しようとする宗教の合理的選択理論は、両項が別個に自律的であることを前提として、宗教財・サービスの供給システムを、供給システムの外部に所与として普遍的に存在する宗教的欲求に向けて競合的にプレゼンテーションを繰り返すものとして描き出している。

しかし、「社会学的な意味で『消費社会』の成立を見ていくと、それは、欲求のシステムが生産のシステムに依

存するような構造のビルト・インによって特徴づけられる⁽³⁴⁾」のであって、市場における選択としての「消費」に焦点を当てれば、欲求のシステム自体が供給のシステムによって生産され、操作される姿が浮かび上がる。供給のシステムが自らのシステムの外に相関項を設定することなく、自己準拠的運動を遂行することが可能となってしまう。構造こそが市場原理の帰結たる「消費社会」の問題なのであり、欲求・需要システムは供給システムの外部に独立して存在しているのではなく、それ自体、供給システムによって規定され、さらには生み出されてしまう⁽³⁵⁾。市場の原理はそのような状況すらもたらし得るのであり、ここに至って主体の自律性や多様性を開花させるものとして期待された市場原理は、むしろ自律性や多様性を浸食するものと化してしまう。アイアナコンが引き合いに出す「経済学の膨大な理論とデータ」からすると、アイアナコン自身、そして宗教の合理的選択理論の楽観的な市場観は受け入れ難いのである。

市場とのアナロジーで宗教の社会的布置を理解することに何らかの利点があるとすれば、それは市場の否定的側面について、経済学上の知見を利用可能としてくれる点にこそあると考えるべきであろう。

註

- (1) R. Stephen Warner, "Work in Progress toward a New Paradigm for Sociological Study of Religion in The United States," *American Journal of Sociology*, 98 (March), 1993, pp. 104-93.
- (2) James A. Beckford, "Choosing Rationality," *Research in the Social Scientific Study of Religion*, volume 12: 1-22, 2002, p. 7.
- (3) 沼尻正之「宗教市場理論の射程」(『社会学評論』五三(二)、二〇〇二年)、八五―六頁。同論文はスタークらの議論を簡潔かつ明快に紹介するものとなっている。宗教の合理的選択理論の紹介としては他に、岩井洋「宗教の合理的選択理論についての覚

書」(「國學院大學日本文化研究所紀要」第八六輯、二〇〇〇年)や、小池靖「現代宗教社会学の論争についてのノート」(「国際宗教研究所編『現代宗教二〇〇二』、二〇〇二年)がある。なお、宗教と経済との関係性をテーマとした研究にはM・ヴェーバー以来の蓄積があるが、その多くは、「近代的」とされる経済発展に対してその社会の文化的価値体系ないしは「伝統」としての宗教がいかなる影響を及ぼしたのか、あるいは及ぼさなかったのかという観点からの問いであった。ひるがえって、本稿は宗教を対象とした分析に経済学的手法を持ち込むことに伴う問題点を、宗教の合理的選択理論の検討を通じて考察するものであって、「宗教」と「経済」という二項の関係を問うわけではない。よって、従来の「宗教と経済」という問題設定とは一線を画すこととなる。同様に、その経済発展による社会的環境の変化と、組織であれ個々人の心性としてであれ「宗教」とされるものの変容との関係性を探る問題関心とも、テーマ設定が別となる。

- (4) Beckford, op. cit., pp. 6-7.
- (5) Rodney Stark and William Bainbridge, *The Future of Religion*, Berkeley: University of California Press, 1985, p. 5.
- (6) *ibid.*, p. 6.
- (7) *ibid.*, p. 7.
- (8) *ibid.*, p. 8.
- (9) *ibid.*, p. 2.
- (10) Laurence R. Iannaccone, "Religious Practice," *Journal for the Scientific Study of Religion*, 29: 297-314, 1990. id., "Religious Markets and the Economics of Religion," *Social Compass*, 39(1): 123-131, 1992. id., "Voodoo Economics? Reviewing the Rational Choice Approach to Religion," *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34: 76-89, 1995. id., "Rational Choice," Lawrence A. Young ed. *Rational Choice Theory and Religion*, London: Routledge, 25-45, 1997.
- (11) Roger Finke, "The Consequences of Religious Competition," Lawrence A. Young ed. *Rational Choice Theory and Religion*, London: Routledge, 46-65, 1997. Darren E. Sherkat, "Embedding Religious Choices," Lawrence A. Young ed. *Rational Choice Theory and Religion*, New York: Routledge, 66-86, 1997.
- (12) Laurence R. Iannaccone, "Rational Choice," Lawrence A. Young ed. *Rational Choice Theory and Religion*, London: Routledge, 25-45, 1997, p. 40.
- (13) Rodney Stark and Laurence R. Iannaccone, "A Supply-Side Reinterpretation of the "Securization" of Europe," *Journal for the Scientific Study of Religion*, 33(3): 230-52, 1994.

- (14) ここで「初期」と限定するのは、その後バーガーが自らの過去の論考を、必ずしも全面的にはないが、撤回する発言を行っているためである。Peter L. Berger, "The Desecularization of the World," Peter L. Berger ed. *The Desecularization of the World, Ethics and Public Policy* Center, [1996]1999. id., "Epistemological Modesty: An Interview with Peter Berger," *Christian Century*, October 29: 972-978, 1997. なお「初期」の時期については註(17)を参照のこと。
- (15) Warner, op. cit.
- (16) Rodney Stark, "Secularization, R.I.P.," William H. Swatos Jr. and Daniel V. A. Olson eds. *The Secularization Debate*, Boston: Rowman & Littlefield Publishers, 41-66, 2000.
- (17) 以下、取りあげる著作には、バーガーの単著だけではなく共著も含まれるが、いずれも各著者がどの部分を担当したのかは示されておらず、その判別も不可能なため、便宜的にすべてバーガー自身の論考として扱うこととする。また、バーガーは一九六七年の『聖なる天蓋』以降、一九七九年の『異端の時代』に至るまで、基本的に同様の論考を提示していたとみなすことができる。よって、以下においてはこの時期のバーガーの論考を、特に年代的変遷にはこだわらずに検討することとする。
- (18) Peter L. Berger, Brigitte Berger and Hansfried Kellner, *The Homeless Mind*, Middlesex: Penguin Books, [1973]1974, p. 76. 高山真知子ほか訳『故郷喪失者たち』新曜社、一九七七年、八九頁。
- (19) *ibid.*, p. 76. 訳書八九頁。
- (20) *ibid.*, pp. 76-7. 訳書九〇頁。
- (21) *ibid.*, p. 77. 訳書九一頁。
- (22) *ibid.*, p. 77. 訳書九二頁。
- (23) *ibid.*, p. 76. 訳書九〇頁。
- (24) Peter L. Berger and Thomas Luckmann, "Secularization and Pluralism," *International Yearbook for the Sociology of Religion*, 2: 73-84, 1966, p. 76.
- (25) *ibid.*, p. 79.
- (26) Peter L. Berger, *Facing up to Modernity*, Harmondsworth: Penguin Books, [1977]1979, p. 213.
- (27) Peter L. Berger, *The Heretical Imperative*, New York: Doubleday, 1979, p. 24. 藺田稔・金井新一訳『異端の時代』新曜社、一九八七年、三四―五頁。
- (28) たむべだ、Daniel V. A. Olson, "Religious Pluralism and Affiliation Among Canadian Counties and Cities," *Journal for*

- the Scientific Study of Religion*, 38(4): 490-508, 1999.
- (29) たふべつ Robert Wuthnow, "Religious Involvement and Status-Bridging Social Capital," *Journal for the Scientific Study of Religion*, 41(4): 669-84, 2002.
- (30) N. J. Demerath III, "Rational Paradigms, A-Rational Religion, and the Debate Over Secularization," *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34(1): 105-12, 1995, p. 107.
- (31) Peter L. Berger, "A Market Model for the Analysis of Ecumenicity," *Social Research*, 30-1: 77-93, 1963.
- (32) バーガーのエキュメニズム論については、石井研士「世俗化とエキュメニズム」(中央学術研究所編『宗教間の協調と葛藤』佼成出版社、一九八九年)が、他の論者のエキュメニズム論とあわせて整理している。
- (33) *ibid.*, p. 86.
- (34) 内田隆三『消費社会と権力』岩波書店、一九八七年、七頁。
- (35) 市場について検討したものではないが、ボードリヤールを援用しつつ、同様の観点から宗教の合理的選択理論を批判したものに、深水顕真「入信行為に対する商品経済学的一考察」(『宗教研究』三〇七号、一九九六年)がある。

*本稿は、文部科学省平成十七年度科学研究費補助金(若手研究B)による成果の一部を反映したものである。