

経済研究

第18巻 第3号

July 1967

Vol. 18 No. 3

「資本」による「市場」の包摂

—資本主義の新しい段階—

都 留 重 人

1

経済発展の段階規定には、いくつかの仮説がある。たとえば戦後の時期に注目を浴びたものとしては、ロストウの「成長段階説」がある。これはあらゆる社会に適用可能のものとして提案されており、(1)伝統的社会、(2)過渡期、(3)離陸期、(4)成熟期、(5)高度大衆消費時代の5段階が区別される。そして分析の重点は第3の「離陸期」におかれる。このロストウ説においては、社会経済の仕組としての特殊性に焦点を合わせて、封建社会とか資本主義社会とか社会主義社会とかいう分類をすることは、大して意味をもたぬ。社会主義社会であるソ連も資本主義社会である日本も、ともに同じものさしではかれて、「離陸期」はいつごろであったかという設問がなされるのだ。

私の問題意識はこの種の段階説とは異なり、あるいは「制度」と呼ばれ、あるいは「生産様式」と呼ばれる社会経済の仕組のもつ特殊性を重要視するものである。したがってシュンペーターが述べたように、「資本主義制度はその他の経済制度と違って、たゆまない経済的变化をとおして生きのびてゆく。静止的な封建主義経済は封建主義経

済でありえようし、静止的な社会主義経済も社会主義経済でありえようが、静止的な資本主義というのは(2辺よりなる三角というがごとく)名辞矛盾の1例にすぎない¹⁾ という考え方に共感を抱く。共感を抱くというのは、たとえば資本主義という経済体制に、社会科学的分析の対象となりうる特定の客観的合法則性を認めるという意味にはかならない。このような問題意識を大前提としたうえで、私は更に1歩を進め、資本主義そのものがその発展過程において典型的にいくつかの段階を経過するという考え方をとる。しかもその「いくつかの段階」は、「資本」という範疇が、生産力の発展に照応して、次ぎ次ぎと主要な経済範疇を包摂していく段階を示す、というのが私の仮説である。本稿の意図は、この仮説を説明するという点に帰する。

そのためには、まず「資本」という範疇を規定することから始めなければならない。残念ながら経済学においては「資本」の定義が区々で、ことわりなしにこの用語を使うことができないという

1) J. Schumpeter, "Capitalism in the Postwar World," *Postwar Economic Problems*, ed. by S. E. Harris, pp. 116-7.

のが現状である。ここでは「資本」は体制概念として使い、資本主義社会における経済活動の主体的単位の意味に解する。その運動形式は、マルクスの記号を使えば、 $G \rightarrow G' (G' = G + \Delta G)$ であって、 ΔG が正の値をとることが存立の絶対条件であり自己目的でもある。したがって「資本」とは「自己増殖をはたすことを使命とするデジジョン・メーカーの主体を抽象化した概念」と規定することができよう。自己増殖がその使命であるということは、シュンペーターが言ったように「静止的ではありえない」ということを含意し、あるいは『不思議の国のアリス』の表現を使えば、「同じところに止まっているだけのためにも、たえず走り続けていなければならぬ」ことを意味する。また、自己増殖が可能であるということは、「資本」の循環過程でその支配下に、自らは価値を生みだしながらその生みだしただけのものを全部は受けとらないような生産要素が包摂されているということの意味する。したがって、「資本」が自己増殖をはたすのは、本来的には生産を通じてであり、「資本」の典型的な型態は「産業資本」であるということができよう。しかし「資本」の自己増殖と「生産的」生産要素との関連の問題は、別に十全の取扱いを要する問題であって、本稿での議論には、「資本」の一般的規定を以上のようにおこなうだけで十分であると思う。

2

さて、「資本」範疇展開の過程における主な区切り点は何であろうか。

私はそれを、自己増殖という使命が要求する食欲さの故に、「資本」が、生産力の発展過程に照応して、おのずからの勢いとして包摂するようになる主要経済範疇で段階付けることが、問題整理に便であると考え。その主要経済範疇とは、(1) 労働力、(2) 資本、(3) 市場の3つにほかならない。

まず第1に、「資本」は「労働力」を商品化することによって、それ自らが成立する。「資本」が「資本」として成立する前提には商品や貨幣の流通がなければならないが、「資本の歴史的存在条件は、商品・貨幣流通があればそこにあるとい

うものでは決してない。資本は、生産手段と生活手段との所持者が、自分の労働力の売り手としての自由な労働者を市場に見いだすときにはじめて成立するのであり、そして、この1つの歴史的條件は1つの世界史を包含するのである。』²⁾ 労働者が「自由」であるというのには、二重の意味がある。第1には、労働者自身が誰にたいしても従属関係になく、自由人として自分の労働力を自由に取引の対象にできるという意味においてであり、それには、歴史的にいつ「status から contract へ」の転移が必要であった。第2には、労働者は原料や労働用具などの生産手段から分離されて、自らは「自分の労働が対象化された商品」を売る立場にはないという意味において「自由」(frei) でなければならなかった。これも歴史的プロセスのひとつまであり、そうした労働力が「資本」の自己増殖を助けるようになりうるためには、生産力の発展がある一定の段階に達することが必要であった。かくして、「労働力」をその支配下におくことにより「資本」がいったん成立すると、それまで前提条件として存在していた商品市場の領域は、「資本」にその活動の場を与えるため、拡大せざるをえなくなる。その過程で、農村の自足性の崩壊は必至となるのである。

資本主義発展の次の段階は、「資本」が「他資本」を吸収することにより集積・集中が進む段階である。この点も、マルクスにより余すところなく、しかも予言的な洞察をもって、論じつくされた。マルクスの言葉を借りるなら、「労働者がプロレタリアに転化され、彼らの労働条件が資本に転化され、資本主義的生産様式が自分の足で立つようになれば、それから先の労働の社会化も、それから先の土地やその他の生産手段の社会的に利用される生産手段すなわち共同的生産手段への転化も、したがってまたそれから先の私有者の収奪も、1つの新しい形態をとることになる。今度収奪されるものは、もはや自営的な労働者ではなくて、多くの労働者を搾取している資本家である。この収奪は、資本主義的生産そのものの内面的諸

2) マルクス『資本論』第1巻第4章(国民文庫版(2)p. 47)。

法則の作用によって、諸資本の集中によって、行なわれる。すなわち「資本」が他「資本」を吸収し、寡占化・独占化の傾向が進むのである。資本主義の歴史のうえでこの傾向が顕著に現実化したのは、マルクスがこの文章を書いたのち数十年たった世紀の変わりめにおいてである。「資本」拡大の過程は、すでにデシジョン・メイキングの主体となっている他「資本」の吸収だけでなく、資金市場あるいは近代的金融市場の成立をも促がすし、商品市場拡大の要請をもおのずから強める。そこで「金融資本」という範疇も登場することになるし、また国外「市場」の包摂や「市場」独占化の傾向は必至となる。

巨大「資本」によるこの「市場」争奪戦や「市場」独占化の傾向が、「資本」範疇展開の第3段階を用意するのであって、この第3段階は「資本」による「市場」の包摂と名付けるのが適当であると思う。ここで「市場」というのは、本来的には「商品市場」であるが、そのほかに「資金市場」や「労働力市場」があり、これらについてもそれぞれに特徴的な包摂過程がすすむ。いずれにせよ、「市場」という範疇については節をあらためて厳密な規定をしなければならない。

さきにも述べたように、「資本」範疇展開の歴史的段階は、それぞれに生産力の発展ないしは技術進歩をその背景にもっているが、この技術進歩との関連で、貪欲な「資本」が自己増殖というその使命をはたすためには、副次的な包摂の対象として、「外部経済」わけても「科学」を、そのなかに数えあげることができる。「外部経済」的諸要因は、「資本」による包摂の外にあったからこそ「外部」と呼ばれたのであった。そのなかには、「万民の共有財産」と呼ばれる科学の成果をはじめ、政府が租税収入をもとにして提供する教育施設、道路港湾のたぐい、天気予報その他のサービスが含まれる。「資本」はこれらの「諸要因」を与件として利用しながら、最大限の自己増殖をはかることを有利としてきたのだが、その後の生産力の発展につれて、「資本」内部で私有化の対象

となる「技術」だけでなく、基礎的な「科学」までもをとりこむことに自己の利益を見出だすようになった。すなわち、「資本」による「科学」の包摂であり、これが「科学=産業革命時代」⁴⁾を特徴付ける。さらに、副次的な包摂の対象として、「行政」をも挙げることができよう。元来、競争的資本主義の時代における「行政」の役割は、「資本」が何ものにも拘束されることなく思う存分に相互の自由な競争を通じてそれぞれの自己増殖をはかることができるよう、競争の制約条件を排除するといういわば消極的なものであった。ところが、「市場」を包摂する段階にまで達すると、「資本」は巨大化してもおり、それなりの計画化を能動的に行なわねばならず、「資本」内の運営に「行政」に類した側面があらわれてくると同時に、本来の「行政」を利用して、自己増殖の一助にするという事態が発生する。不況カルテルを合法化しておいて、その拡大利用をはかるとか、利子補給が公然と行なえるようにするとか、単価20円の工業用水を4円で買えるような補助措置を実現させるとか、数えだせばキリがないほど、今日では「行政」が「資本」に奉仕している面が多い。「資本」による「行政」包摂の契機はふえる一方であって、「国家独占資本主義」段階という用語はこのような展開を反映していると言ってよいだろう。

3

「資本」による「市場」の包摂というさいの「市場」は、どのように規定すべきであろうか。

普通は、「自由にして完全な競争」が「市場」の本質的契機と考えられ、「自由」とは経済外的に拘束されない「契約の自由」を意味し、「競争の完全性」とは、「多元的選択の可能性」を意味するものと解されている。買手の側で多元的選択が可能であるためには、同一商品について供給者が多数であると同時に、類似商品ないしは競争的商品の供給可能性も存在しなければならない。そこで、「競争」と「市場」とは、しばしば同意義に使われ、資本主義発展の段階を「競争」の種類

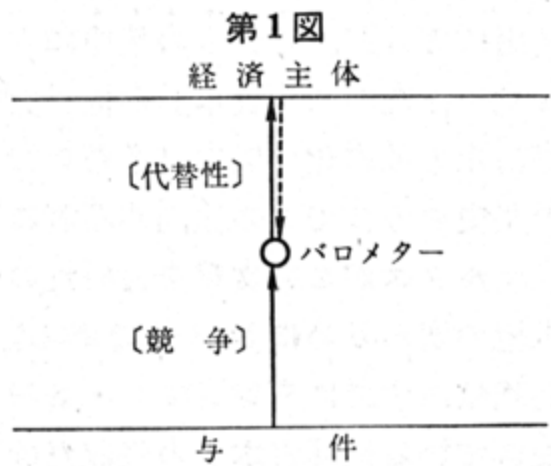
3) マルクス『資本論』第1巻第24章(国民文庫版(4)pp. 391-2)。

4) 都留重人監修『新しい政治経済学を求めて』第1集, 1966, 第1章参照。

分けて区切る手法の用いられることが多い。「完全競争的」資本主義から「寡占的」ないしは「独占的」資本主義への転移という考え方がそれである。しかし、このような「競争」の視点に立っての段階分けは主として供給者相互間の対抗関係を問題にするだけであって、必ずしも「市場」そのものの性格には触れない。そのことは、マラソン競走も一種の「競争」であることを考えれば判る。マラソン競走は時間を相手にした「競争」であって、競走者の数が100人であろうが、10人であろうが、あるいはわずか3人であろうが、「競争」のはげしさを減ずるものではない。更に比喻を変えるなら、かつての半植民地時代の中国にたいする列強間の分割競争も、一種の「寡占競争」であって、同時にはげしいものであった。しかし、「競争」の舞台は主権の確立しない後進国であり、いわば強者の餌食であった。言いかえると、「競争」がはげしくさえあれば、それで資本主義的市場の条件がみたされるとは言えそうもないのである。

「市場」を成立させる契機は(1)需要者(または消費者)と(2)供給者(または生産者)と(3)取引対象となる財とであるが、需要者と供給者とはお互いに独立して主体性をもった存在でなければならぬ。財の取引される舞台が強者に餌食を提供する舞台でしかないならば、「競争」がどのようにはげしくても、それは「市場」ではない。「多元的選択の可能性」というのは、供給者から独立して主体性をもつ需要者が自由に選択しようということの意味し、供給者間の「競争」は需要者の主体的欲望に誰がいちばんよく応えうるかの競争でなければならぬ。

じじつ、資本主義擁護論者は、この意味での「市場」の意義を理想化して描いてきた。いわゆる「消費者主権」論がそれにほかならない。この「消費者主権論」を大前提とした市場メカニズムは、第1図のように図示することができよう。底線の「与件」は生産者にとって「外部」である。生産者はそれを与えられたものとして競争し合い、市場にのぞんで需要者と対峙するが、経済主体である需要者は多元的選択の自由を行使し、その結



果として、客観的に市場価格が成立する。この価格は、いったん成立すると、パラメーターの役をはたし、需要者は需要者で代替を考えるさいの材料とするし、生産者は生産者で企業計画の材料とする。経済主体とパラメーターとの関係は、このように相互的であるから、第1図では矢印が上下両方に向けて書かれてある。パラメーターには需要者の主体的選択が反映されると同時に、競争を通じてそこへ落ち着く資源使用の度合が示されるから、このような市場メカニズムは、消費者主権の条件をみたしつつ資源合理的利用の実をあげるものであった。

このように理想化された描写そのものには、もちろんのこと批判すべき点が多い。たとえば「消費者主権」というけれど、資本主義におけるそれは、資本主義的分配関係をその大前提としたものである。選挙における住民の主権はひとり1票ときまっているが、資本主義社会における「消費者主権」は、ひとりで100票を行使するものもあれば、1票しか行使しないものもあるといった類いのものであり、そのいわば持票数の差は「必要に応じて」きまるのではなく、そのひとの生産関係における位置付けによってきまる。この偏よりは基本的なものであるから、「消費者主権」という言葉は明らかにミスリーディングであるが、資本主義に特有の分配関係を前提したものであるという理解のうえでなら、市場メカニズムが本来的にもっている客観性や市場価格がはたすパラメーター的役割を是認することは可能であろう。資本主義の黄金時代が前進的であったのは、制度特有の所得分配を前提としながらも、市場メカニズムがフルに生かされたからにほかならない。

さて、「市場」が「市場」であるための第1条

件は、上に述べたように、需要者と供給者とがお互いに独立して主体性をもった存在でなければならぬということだが、更にいくつかの要件を数えることができよう。すなわち第2には、特定の財にかんし、特に供給者は多数でなければならず、彼らは相互に独立した主体でなければならぬ。これは有効競争の条件である。たとえ供給者が多数であっても、彼ら一同が共謀することができたり、かつてのアメリカ鉄鋼界の「ピッツバーグ基準地点方式」のように、1企業がその他企業を自分の利益に従属させうる状態であってはならない。それでは、特定与件の下での費用極少化の力がはたらかないからである。

第3に、問題を動的に考えた場合、特定市場において、新規供給者の参入は自由でなければならぬ。たとえばある都市内で経営しうるタクシーの台数を1000台なら1000台に制限してしまうとすれば、その1000台相互間の競争をどのように自由かつ野放しにしたとしても、本当の意味のタクシー用役「市場」が存在するとは言えない。その都市人口が膨脹し、タクシー用役にたいする需要が拡大するなら、制限された1000台という台数は不足気味になるにちががなく、そこには人為的制限による売手市場が発生してしまうだろうからである。新規タクシー業者の自由参入が認められてはじめて、本来の意味の「市場」がそこには発生することになる。

第4に、それぞれの役割において需要者も供給者も(特に供給者は)、その意思表示を公けの形でなすべきであり、その意思表示は、それぞれの財にかんし、量と価格の次元においてなされるべきである。

一口で言えば「市場」とは、「商品の論理」が貫かれる場所である。それは「資本」が成立するための前提であったし、次いでは「資本」が自己増殖という自らの使命をまっとうするための普遍的な条件でもある。

4

さきに私は、「科学=産業革命」の時代においては、「商品の論理」が「資本の論理」によって

屈折させられ、しばしば後者が前者にとってかわる、と書いたことがある。⁵⁾ これを今では言いかえて、「資本」の食欲さがついに「市場」を包摂するところまで来たと言ったほうが適当であるように思う。より根本的な意味においては、「資本」はもともと「市場」を包摂していた。「供給が需要を生む」というセイの法則は、資本主義的生産過程そのもののなかに「市場」で発動される需要の特徴的内容が包摂されてしまっている一面をとらえた洞察であると言えないことはない。しかし、ここでいう「資本」による「市場」の包摂とは、「資本」範疇展開の新しい段階として、デジジョン・メーカーの主体である個々の「資本」が「市場」を自らのなかにとりこんでしまうという点に着目した提言である。以下、包摂の契機をいくつか挙げよう。

「市場の敵はイデオロギーではなく技術である」とはガルブレスの言葉⁶⁾であるが、第1に、現代の技術革新は規模の有利性を決定的にした。この傾向は過去10年間に於いて特に顕著だが、それ以前の時期におこなわれたペーンの調査⁷⁾でも、アメリカほどに大きな国内市場をもつ国で、全国市場の10%前後を確保しうるものでなければ、費用極少化の実が挙げられないという産業の実態が示されている。生産技術の性格が巨大さを有利にするだけでなく、巨大規模があってはじめて「科学=産業革命」時代における技術革新が可能となるという点も重要である。この点を雄弁に物語ったのは、ヨーロッパの電子計算機産業界の推移であろう。1950年代には、フランスのMachines BullとイタリアのOlivettiとは、この業界にあって将来を期待された2大会社であったが、技術革新が日進月歩であるこの世界では、ついにIBMの攻勢に太刀打ちできず、両者ともに1964年には、アメリカのGeneral Electricとの合併事業

5) 都留重人監修『新しい政治経済学を求めて』第1集, pp. 42-8 参照。

6) J. K. Galbraith, "The New Industrial State: Control of Prices and People", *The Listener*, December 1, 1966, p. 793.

7) Joe S. Bain, *Barriers to New Competition*, 1956, 特に第3章を参照。

となってしまった。ドイツの同業界も Siemens と RCA の合併で、ようやく難をのがれた。「資本」が「科学」を包摂するところまでいけば、その最小規模が巨大化することは当然であって、かくして、「市場」が「市場」であるための条件としてさきに挙げた「供給者多数」の契機と「新規参入の自由」とがそこなわれることとなるのである。規模の有利性と関連して新規参入を困難にする事情のなかには、いま1つ副次的契機として言及しておかねばならぬ点がある。それは、後出の「依存効果」問題とも関連するが、特定商品にたいする「耐久性のある消費者選好」“durable consumer preference”を植えつけるための販売費用や宣伝ルートが非常に大きな規模のものとなってしまい、既存のものに対抗して、すでに確立されたある特定の durable consumer preference を克服するには、莫大な費用とキャンペーンを必要とし、新規参入をいっそう困難にしているという事情がそれにほかならない。なお、規模の有利性のなかには、単一製品生産の規模についてだけではなく、かつての日本の財閥組織のような「包括的」“overall”集中によるものや、最近アメリカで特に問題になっている「混成型」“conglomerate”集中によるものも含まれるべきであることを付言しておきたい。

「資本」による「市場」の包摂の第2の契機は、管理価格制の日常化と社内留保の定着である。

競争的価格論が妥当した時代と資本主義現段階との大きな違いは、成長過程にある産業の新投資資金源がどのようにして確保されるかという点にあらわれている。競争的価格の構成要素のなかには、もちろんのこと利潤が含まれるが、その利潤は、「資本」間の競争によって平均化される率に応じたもので、企業の成長性そのものとは直接の関係はない。成長産業のなかの企業は、売手市場をもつだけそれだけ、一時的には超過利潤を得ることもあるだろうが、そのような産業には、たちまち新「資本」が参入してきて、再び利潤率を平均化してしまう。自らの拡張計画のため必要な新投資資金を社内留保でまかなうもくろみで価格付けをするようなことをすれば、競争的価格よりも

高くなってしまって、その企業はかえって市場から脱落してしまうのである。ところが、生産力の発展につれて規模の有利性が顕著となり、企業が巨大化して新規参入が困難になると、利潤率平均化の働らきも弱くなり、自らが妥当とみなす社内留保を確保するような価格付けをすることが可能となる。言うまでもなく社内留保は利潤の一部であるから、利潤が投資性向に依存する事態が生ずるのである。かくして「マーク・アップ」方式による管理価格制の *raison d'être* が成立するが、同時に「数」の制約のおかげで、それを可能にする条件もととのう。「市場」で客観的に成立するパラメーターであればこそ、需要を前提とした資源利用合理化の結節点ともなりえた価格は、いまやその人為性の故にパラメーター機能を喪失し、「市場」の要求をみだす貢献度の指標とみなされた利潤率も、その意義を失なうのである。同時にまた、資金市場のパラメーターとして新古典派経済理論の中枢に据えられていた利子率も、新投資資金のかなりの部分が「市場」外で調達されるのであってみれば、その役割を著しく制約されるものとならざるをえない。

「資本」による「市場」の包摂の第3の契機は、需要者と供給者とが相互に独立した立体でなければならぬという「市場」の条件をそこなうほどの内容をもつ「依存効果」の現象である。「依存効果」とは、生産者が「市場」に表現された消費者の欲望にこたえて供給をはかるのではなく、消費者が生産者側の営利目的の供給に依存してしまって自らの主体性を失うことを意味する。生産者間の競争がどのようにはげしくても、消費者はもはや強者の餌食となっているのであって、本来の意味の「市場」はそこには存在しない。この「依存効果」も、その度合がすすむと、ついには競争そのものが1企業内部にとりこまれるところまでいく。たとえ消費者が強者の餌食となるころまで進んだとしても、依然として競争が客観的に行なわれているかぎりには、まだしもと言えたであろうが、その競争までが1個別「資本」内に包摂されることとなれば、「資本」による「市場」の包摂は、もはや疑問の余地のない段階にあると言わな

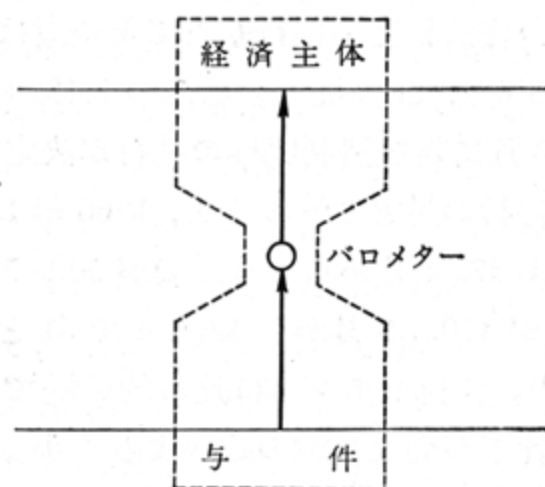
ければならぬ。アメリカの Bristol-Myers 社が、もともと国内の頭痛薬市場を三分していた Bufferin をもちながら、⁸⁾ いわゆる「市場開拓」のために、Hillside 事業部で Excedrin を開発して売りに出し、更には Grove 事業部で Duramax を開発して売りに出し、3者間ではげしい競争をさせるようになったのなど、その1例である。この会社は、練歯磨にかんしても、Ipana (Grove 事業部)、Fact (Clinton 事業部)、Vote (Hillside 事業部) の3種類を競争させている。⁹⁾ この種の会社としては典型的なことであるが、Bristol-Myers 社はその売上収入の3分の1を広告宣伝費として支出しており、その上、税引後8.6% (売上総収入にたいする) の利潤率をあげているのだ。

「資本」による「市場」の包摂の第4の契機は、計画性の度合が著しく強化され、かつて考えられていたような生産の無政府的性格が部分的には止揚されるようになったという点である。General Motors 社の年間売上高は今や200億ドルをこえ、世界中大部分の国の1国分国民所得より大きい、これだけの経済活動が1「資本」の事業であるということは、計画性の徹底を不可避にする。それに、「科学」までもを「資本」内に包摂するということも、計画性導入の機縁であるといつてよいし、現代の生産技術そのものが、規格の特殊化や特殊総合性の必要から生産行程全体を通じての計画性を要求してもいる。しかも、「計画が有効であるためには、計画当局は、それが追求する帰結に関連をもつさまざまな事象を支配できるか、ないしはそれに対し十分の影響力を持ちうるのなければならない。そしてその計画当局は、無分別な干渉や、たとえ分別ある干渉でもその他無縁の目的を反映するような干渉によって、その計画を挫折させるものの権力に服さねばならぬようなことがあってはならない。現代の巨大株式会社は計画を有効に成しとげるための主要条件をそなえている。そして足らぬところは国家に面倒をみてもらう。」¹⁰⁾ すなわち、巨大「資本」がますますそ

の必要性を痛感するようになる計画性の導入は、おのずから「資本」による「行政」の包摂をもたらし、「資本」と国家権力との密着を不可避にすると同時に、「資本」内部の運営をも「行政」に似た性格のものに変えていくのである。

以上を要約するならば、こんにちの「資本」は、技術革新を背景としながら、ますます規模の有利性を発揮するようになって、おのずから供給者の数を減らし、新規参入を困難にすると同時に、社内留保を含む管理価格制を採用することによって価格のパロメーター機能を喪失させ、「依存効果」とおして経済主体である消費者を自らのなかにとりこみ、巨大企業にふさわしい計画性をフルに生かしつつ、その足りない部分を国家権力にたよる、という形の運動形式をとる。一口で言って、

第2図



これは「市場」の包摂であり、さきに掲げた図を使って示すとすれば、それは、第2図の点線でかこまれた部分のように、経済主体もパロメーターも与件も(その全部ではないが)、いずれもを自己の支配下に包んでしまった状態であるということができよう。

「資本」が「市場」を包摂してしまつたら、それは「資本」としての自己否定を用意することにならないか。これが最後に残る問題だが、「資本」範疇の展開段階についての分析は、その外延として、国際面の考察をも経なければならず、私としてはこれらを次の課題としたい。

8) 他の2つは Aspirin と Anacin であった。

9) T. A. Wise, "Bristol-Myers' Hard Sell," *Fortune*, February 1967 参照。

10) J. K. Galbraith, "The New Industrial State: the Modern Corporation," *The Listener*, November 24, 1966, p. 756.