

国学院経済学 第 65 卷 第 2 号

平成 28 年 12 月 25 日発行

グローバリゼーション

—「市場の内部化」による資本主義市場経済の進化

西 部 忠

グローバリゼーション

－「市場の内部化」による資本主義市場経済の進化

■ 西 部 忠

▶ 要 約

グローバリゼーションとは、「市場の内部化」の傾向を通じて資本主義市場経済が進化する過程であり、その究極の到達点は、マルクスの「擬制資本」やベッカーの「人的資本」が遍在する自由投資主義にあることを理論的に明らかにする。グローバリゼーションでは、市場の拡大と国家・コミュニティの縮小が同時に進むものの、市場の外延的拡大と内包的深化という二つの傾向を概念的に区別する必要がある。市場の内包的深化は、市場がコミュニティや国家の外部・周辺で発生し、その内部・中心へと反射・浸透していく「市場の内部化」によって引き起こされる。市場の経済統合度が異なる3つの商品化モード、すなわち外部商品化、内部商品化、一般商品化が継起する過程として「市場の内部化」をモデル化すると、資本主義市場経済は一般財の一般商品化と労働力の外部商品化が結合する市場経済であると理論的に記述しうる。1財モデルを使って、資本主義の進化を労働力商品化に関する3つの商品化の推移として分析した結果、労働力商品化のモードが外部・内部・一般商品化と推移し、資本主義における市場の経済統合度が高まるにつれて、実質賃金率が上昇し、一般利潤率が下落する傾向があることを見出した。また、労働力が人的資本として擬制資本となる、労働力一般商品化型資本主義は、資本家と労働者の相互利益となる一般商品におけるプロセス・イノベーションを導入することによって一般利潤率の低下傾向を食い止めるような、自己活性能力を備えている。

▶ キーワード

グローバリゼーション 資本主義 人的資本としての擬制資本 労働力商品化 イノベーション

1 グローバリゼーションという傾向にみる市場の外延的拡大と内包的深化

本稿の目的は、グローバリゼーションを理論的に説明・理解することにある。1990年

代に経済のグローバリゼーションが急速に進み、その功罪が広く語られるようになった。グローバリゼーションとは、交通技術、情報通信技術の発達と金融の拡大を伴う地球規模の単一自由市場への接近傾向である。ここで、既成商品の市場の規模が拡大し、地球上における市場の地理的版図が拡大することを「**市場の外延的拡大**」、新商品が開発・販売されるイノベーション（プロダクト・イノベーション）、公共財・サービスや私的無償財・サービスが私的有償財である商品として貨幣で販売され、あるいは、貨幣的利益を目的として販売されることを「**市場の内包的深化**」と呼ぼう。後者は、経済の調整方法が国家による再分配やコミュニティによる互酬から市場での貨幣的交換へ転換することも意味する。資本主義市場経済では現実にはイノベーションや商品化にともなって再分配や互酬の貨幣交換への置換が常に起こっている。グローバリゼーションでは市場の外延的拡大と内包的深化は同時進行するが、これらは抽象レベルが異なる別の事態や過程ととらえる必要がある。「市場の外延的拡大」は一般に観察や理解がしやすい表象的で具体的な傾向であるのに対して、「市場の内包的深化」は数量的な把握が難しい抽象的な傾向である。市場における自由には「貿易・取引（trade）の自由」と「投資（investment）の自由」がある。後者は、投資家が貨幣によって各種の収益機会を売買する自由を意味する。ともに「消極的自由」に属するが、後者は前者を前提とする高次の自由である。なぜなら、投資の目的は収益機会という抽象概念であるからである。このように、市場の自由化が消費対象の市場の拡大から収益機会の市場の拡大へと高次化することも市場の内包的深化の一側面である。

2 自由投資資本主義：遍在する擬制資本

グローバリゼーションの究極的な到達点は「自由投資資本主義」にある。それは以下のような諸側面を持つ。1) 個人や家族が教育や訓練によって蓄積した人的資本を企業に提供して「擬制資本」に対する収益を得る、2) 労働力を含むすべての財やサービスが利潤獲得を目的にして創造・生産される商品となる、3) すべての営利組織が貨幣資本、物的資本と人的資本を利用して、そうした商品を創造・生産する、4) すべての営利組織が将来の利潤・収入への請求権である株や債券などの金融商品を販売し（資本の商品化）、「擬制資本」を調達する、5) 実物資本や擬制資本への投資が収益率に基づいて行われる結果、ヒト、モノ、カネが高い収益率を求めてグローバルに移動する。マルクスは『資本論』第3巻第29章「銀行資本の構成部分」で、機械や工場など物的な生産手段や労働者に投資され、生産で有用な機能を果たす資本を「実物資本（real capital）」と呼び、「将来の生産

に対する請求権の束、法的権利 (accumulated claims, legal titles, to future production)」(Marx 1895, Capital: V. 3, Pelican, p. 599) でしかない株や債券を「擬制資本 (fictitious capital)」と呼んだ。マルクスは同章で、擬制資本である「債券」の価値は、将来収益の流列から現在割引現在価値を計算して計算できることを指摘している。このような方法が資本還元ないし資本化 (capitalization) である。「擬制資本の形成は資本還元と呼ばれる。定期的収入は、平均利子率を基礎にして計算することによって、すなわち、この利子率で貸付された資本が得る収益として計算することによって、資本に還元される。」(Marx 1895 Capital, V. 3. 資本論 3 部 29 章新日本①P 806 を改訳)。擬制資本をより一般的に規定するならば、それは各種の請求権の束である。金融派生商品である先物、オプション、スワップはすべて請求権の束である「擬制資本」だと考えうる。例えば、オプションでは現資産 (ある特定の株、債券や株価指数など) を期限までにいくらかで買える (コール) ないし売れる (プット) という権利のパッケージ自体を売買し、その価格が変動する。擬制資本が請求権の束としての情報である以上、その情報をデジタル化してインターネット上で売買することには容易である。このように、グローバリゼーションの仮想的な到達点としての自由投資主義とは擬制資本が遍在する世界である。

注意すべきは、自由投資資本主義は K. ポランニーが『大転換』(Polanyi, K. 1944) で述べた「自己調整的市場」とは異なるということである。18 世紀末以降にいくつかの歴史的條件がそろったことで、販売のために生産される商品ではない労働、土地、貨幣の三つが「擬制商品」として売買の対象になり、19 世紀の工業資本主義 (industrial capitalism) において自己調整的市場が成立した。「擬制資本」は、労働力が販売のために生産されるとする「擬製商品」制度を前提とした上で、利潤のために生産される「資本主義的商品」(後で見る、労働力の「一般商品化」) を指す。したがって、自由投資資本主義で問題になるのは、ポランニーの「擬制商品」ではなく、マルクスの「擬制資本」である。自由投資資本主義では、単純商品とされてきた労働力を含むあらゆる財やサービスが「収益機会」すなわち「擬制資本」として売買されることになるからである。「擬制資本」の考え方は、比較可能な代替的機会を想定できるのであれば、貨幣的利益だけでなく、貨幣以外の別のカテゴリーにも容易に拡張できる汎用性を備えている。例えば、「もっといい場所や仕事があるはずだ」と考える時、自らの現状をマイナスの擬制資本を抱えている状態として評価する。このように、擬制資本はマイナスの場合も含め存在しうる。金や貨幣、機械や工場、原材料や土地だけではなく、あらゆる物事、活動、状況が擬制資本の姿を取って現れる。この擬制資本という複製子の遍在こそグローバリゼーションの到達点である自由投資資本主義の特徴である。資本主義経済はこうして純粋化する。擬制資本のロジックを使ってすべてを評価し尽くしてしまうこの傾向は、われわれの日常生活の内部に深く

浸透している。グローバリゼーションが経済のみならず社会や文化や倫理にたいして深刻な影響を与えるのは、「擬制商品」から「擬制資本」へと向かう内包的深化の傾向によるのである。

3 学校への市場の浸透：「教育＝人的資本投資」という社会的制度の普及

まず、教育の擬制資本化を見てみよう。それは、ベッカーの「人的資本理論」(Becker 1964)の現実化として現れている。それによれば、教育とは、学生が貨幣による支出と時間のような機会費用を投資して専門的な知識や技能を身につけることにより人的資本を蓄積することである。その目的は、自らの人的資本価値を高め、そこから将来にわたって稼得されると予想される所得のフロー（インカムゲイン）を増大することにある。

教育を「人的資本 (human capital)」投資と考えるようになれば、教育の予想収益の現在価値と教育にかかる費用を比較して、教育への投資を行うかどうかを決めることになる。ここでいう「教育の予想収益の現在価値」とは、教育を受けることで将来稼得する所得がどの程度増大するかを予想し、そうした予想される所得増大の流列（每期ごとに得られる数値の系列）を一定の利子率で割引いて現在価値に還元したものの合計である。例えば、大学卒業後の40年間働くとして、高卒よりも大卒の給与が毎年100万円高いとする。割引率である長期金利は超低利水準の1%にあるとしよう。すると、大学教育による予想収益の割引現在価値 (Discounted Present Value: DPV) は以下のように計算できる。

$$DPV = \sum_{i=1}^{40} \frac{100}{(1+0.01)^i} = 10,000 - \frac{10,000}{(1+0.01)^{40}} \approx 3,283$$

したがって、現在における教育費用が3,283万円未満であれば、予想収益の割引現在価値は費用を上回るので、この人的資本投資は収益を見込める。これは、債券や不動産の予想収益の現在価値の考え方を教育にも適用したものである。人的資本の現在価格は、期待収益（期待される所得増加）のフローを割引率（利子率）で資本還元したものになる。そうして計算される人的資本の価値が学資や教育ローンの金利といった教育費用を上回れば、その教育に対する人的資本価値はプラスの正味現在価値を持つので実行してよい。

このように、教育を投資とみなすべきかどうかは重大な社会問題である。人間にとって教育とはどういう意味を持つのかについては様々な議論の余地がありうるが、これは個人の道徳観や倫理的判断でなく、社会的制度（ルール）としての問題である。なぜなら、

「教育＝人的資本投資」という考え方が広く受け入れられていれば、そうした社会的ルールに従う限り、他者から非難を受けることはなく、利益を得られるからである。これは本人が実際にはどう考えているかに関わりない。当初、人的資本は大きな抵抗を受けながら、数十年のうちに広く社会で受け入れられ、是認された制度として今や広く根付いている。それは、学校教育、専門教育、就職、教育ローンなどの外なる制度としてだけでなく、人々の意識や価値観のような内なる制度としてもそうである⁽¹⁾。

人的資本の見地からすれば、学生は教育サービスの消費者ではなく将来収益を合理的に勘案しながら自らに教育投資を行う投資家である⁽²⁾。こうした投資家の視点は、教育だけでなく、職場訓練さらには情報、健康、家事労働など至る所に適用されつつある。情報の探索・取得、健康の増進、家事労働の節約の場合も、費用（コスト）と便益（ベネフィット）のみを考慮する投資とみなして意志決定する傾向がある。例えば、単身世帯やパラサイト・シングルの増大は、結婚や世帯の独立が必ずしも有利な投資ではないという理由から説明できる。少子化という現象の底流には、自分の時間をより重視し育児で失われる勤労所得を機会費用と見るような親の時間世界の変容がある。出産や育児、家事や高齢者介護はそれが何の貨幣所得も生み出さない「煩労や労苦」であるだけでなく、それにともなう失職期間が勤労所得という利益を失わせ、機会費用をもたらすがゆえに回避される。このように、人的資本理論や機会費用理論による擬制資本化のあらゆる領域への適用は、人間のあらゆる選択や行為を投資とみなす結果、生産と消費の区分すら不明確なものにする。

メンサーやベッカーの人的資本理論が世に現れ、学会や世間の轟々たる批判を受けた数十年前はこれを非現実的な経済学がつむぎ出すおとぎ話だと一蹴できたにせよ、いまはそうはできない。人的資本理論や機会費用理論で説明できる現象が実際に増加する傾向にあり、人々の行為を投資とみなす考え方が深く浸透しているからである。市場における投資家ないし資本家の思考方法の普及は、それに拮抗しうるその他の原理、例えば、コミュニティや国家が相対的に衰退したことの裏返しである。ある理論がどれほど荒唐無稽に見えようとも、人々がそれを信じ、それにしたがって現実を選択や行為をし始めるとき、その理論の説くところが結果として実現する。これを「理論の自己実現」と呼ぶならば、人的資本理論はまさにこうした性格を備えている。

われわれが直面する文化的・倫理的な諸問題は、コミュニティにおけるしつけや規律の低下、道徳や帰属意識の希薄化、価値や規範の変化に直接的に起因するものではない。間接的にはこれらにも影響が出るが、それらは原因ではなく結果である。その原因は、市場の拡大・深化に伴う非市場領域の縮小と浅薄化という両領域の位相的境界の変動をもたらす経済的現実の変化にある。こうした市場と非市場（コミュニティや国家）の領域の変動は何を生産・消費対象や収益機会と見なすか、費用と見なすかという個人の意識や認知を

媒介するものではあるが、それは経済的動機と無関係な価値規範の変化ではない。文化的・倫理的問題は市場における制度と自由と責任という経済的問題に深く関わっている。

4 市場の内部化に関する他の論者の見方：マルクスとヒックス

市場の内部化とは貨幣による商品の売買のネットワークである市場がコミュニティの外部ないし諸コミュニティの間で発生し、拡大深化していく歴史的傾向である。この考え方は、市場がコミュニティの内部からではなく、その外部で発生するという「市場外生説」の立場を取る。マルクスは「商品交換」（貨幣による商品売買）がコミュニティ間で発生し、それが反射的にコミュニティの内部にも浸透して、従来のコミュニティ的関係を解体すると繰り返し述べている⁽³⁾。市場はコミュニティの外部や共同体と共同体の間で形成され、それが共同体の内部へと浸透することにより、すなわち、市場が内部化することにより、K. ポランニーがいう互酬（対称性）や再分配（中心性）のような経済統合原理をつうじて再生産されてきた経済をいったん解体して、貨幣による自由価格売買（統合的交換）により再組織する。共同体間で発生する貨幣が実在的な経済過程を変質・解体し、交換関係により再編成・組織化していく過程は、市場経済から資本主義経済が生成する歴史過程に他ならない。だが、従来、このような歴史過程は理論的に分析できないとされてきた。

ジョン・ヒックスは一般均衡理論の形成者の1人でありながら、自らその理論に疑問を持ち、晩年になっていわば自己批判の書として『経済史の理論』（Hicks 1969）を公刊した。ヒックスは1972年に一般均衡分析の業績によりノーベル経済学賞を受賞したが、本人は『経済史の理論』を受賞業績とされた『価値と資本』（Hicks 1939）より高く評価していた（森嶋 1994）。

ヒックスは『経済史の理論』第3章で、市場がどのようにして発展したかという「市場の勃興（the rise of the market）」ないし「交換経済の勃興（the rise of the exchange economy）」が中心問題であると述べている。ヒックスが「資本主義の勃興」ではなく、「市場の勃興」を議論の出発点に据えたのは、マルクスのように生産力・生産関係を軸とする唯物史観ではなく、流通や商業を中心に据えて資本主義を考えていたからだという（酒井 2010）。だが、こうした見方は、マルクスになかったわけではない。先に見たようにマルクスの中にも商品経済の勃興・浸透という視点が見られ、宇野弘蔵（1973）、鈴木鴻一郎（1960, 1962）らがそれを発展させた。

ヒックスは、市場経済以前の「原始的非市場経済」が伝統的な村落共同体による「慣習経済 (custom economy)」と帝國的な軍事的性格の強い「指令経済 (command economy)」からなると考える。これは、すでに見たように、ポランニーの互酬＝コミュニティと再分配＝国家を別の視点から表現したものである。経済学者としてのヒックスの議論がポランニーと比べてユニークなのは、「市場の勃興」という問題について「商人」と「市場」に関する深い考察を提示した点にある。ヒックスは、市場には大きく2種類、すなわち、a) 需要と供給により価格が決定される「伸縮価格市場 (flexprice market)」と、b) 生産者あるいは公共当局自身が価格を設定する「固定価格市場 (fixprice market)」が存在すると考える。その上で、さらに a) 伸縮価格市場には、a. 1) 「組織化された市場 (せり市場)」と a. 2) 「組織化されない市場 (商人媒介市場)」の2種類が存在する。「組織化された市場」とは、需要と供給の均衡により価格がきまり、せり人 (オークショニア) が価格を動かす市場であり、一般均衡理論が前提とする市場である。他方、「組織化されない市場」とは、商人が価格を設定するが、需要と供給の影響を受ける市場であり、歴史の大部分を通じて支配的かつ現実的な市場である⁽⁴⁾。ヒックスはこのように自身が一般均衡理論で分析したタイプの市場が支配的でも現実的でもないことを明確に認めているのである。これはヒックスの卓見であるとともに、かつての仕事である一般均衡理論を自己批判する視点である。

ヒックスは以上のように市場を分類した上で、「商人的仲介者によって価格がつけられる組織化されていない市場」すなわち「商人的経済」の発展を中心として、人類史を取り扱う。「商人的経済の発展」ないし「市場の浸透」は次のように3つの局面に分けられる。

第一の初期の局面では、宗教的祭りのような社会的集会在が交易機会を提供する。収穫の感謝祭が農村での祭市に転化し、仲介人として多角的交換を行う富裕な農民は、商品を市場で保管、監視する専門的な商人になる。そこでは、購買したものに若干手を加え、異なった生産物を再販売する職人による手工業と、再販売するために購買し、同一物を再販売する商人による商業の差はまだ小さい。他方、製造業者 (manufacturer) は一種の専門化した商人であった。王の重臣としての執事 (steward) が商人の機能を代理し、独立した特許商人になっていくのが普通であった。それは、伝統的社会では財産保護と契約保護のための法整備が確立されていなかったからである。しかし、同業職人組合であるギルドやツunftを伴い、一定の軍事力を備えた「都市国家」——フェニキア、ギリシア、エトルリア、中世イタリア (アマルティ、ピサ、ジェノヴァ、ヴェネツィア、フィレンツェ)、北海バルト海の都市国家ハンザ都市などの——体制を基礎として、商人的な開放型経済が発展していく。ヒックスは、「商人的共同体が、周辺部分は一実質的に非商業的である中で構築された (…) 「商品的経済」とその周辺部分との境界線が、かなり明確であった」

(108頁)と述べた。

第二の中期の局面では、国民国家の保護により商業センターが成立するとともに、「市場の浸透」(108-122頁)(=従前の非商業的な周辺部分がさまざまな側面において市場の浸透に対して開放的になる)が、貨幣・金融制度や法律制度に現れるようになる。また、ローマにまで遡るパートナーシップ制度として「有限責任会社制度」も確立する。

第三の近代の局面では、商人的経済の発展がピークを迎え、市場経済が支配的になる。近代では工業が機械などの大きな固定資本を持つので、商業との差は大きくなった。こうして、産業革命による工業化が進むと、生産性は上昇するが、実質賃金の上昇はそれよりも遅れていた。その理由は、継続的な技術革新によって固定資本の生産費が低下したあとで初めて、経済成長が起こり、産業予備軍を吸収して実質賃金が増したからである。

つまり、ヒックスは、一部の特許商人を除き、伝統的なコミュニティ型経済社会とは異なる特異な性格を持つ「都市国家」の中から商業的経済、すなわち、市場は発生・発達し、商業的経済の発展の最終段階で工業が発展し、労働者の生活水準が遅れて上昇したと考えている。また、ヒックスは「商業的経済」とその周辺との境界線は明確だったと述べているので、市場の「外生説」に立っていたと言える。だがヒックスは「市場の浸透」や「商人的経済の発展」のパターンを分類し、その特徴付けは行っているものの、基本的には「経済史」的史実に沿った整理を行っただけであり、そうした史実から「浸透」や「発展」のロジックを抽象化して理論を展開するところまで到っていない。ここでは、ヒックスの市場「外生説」など基本的立場に賛同しつつも、それをもう少し抽象化して論ずる。

5 市場の内部化における3つ商品化のモード

ここで、K. ポランニー (Polanyi, 1944) の市場、コミュニティ (共同体)、国家という3つの統合様式を考える。コミュニティや国家を基盤とする伝統的な経済社会は、互酬(慣習・伝統)や再分配(指令)により再生産され、それを可能にするような価値規範や道徳(相互原理、身分原理)に支えられている。市場は、コミュニティや国家(帝国)の外部や境界で発生し、それらの内部へ反射・浸透しながら、そうした規範・道徳を等価性原理へと置き換えることによって、伝統的な人的結合関係を解体して、経済社会を市場のルール(市場を定義する財産や取引に関する禁止ルール)によって再組織化する。その際、資本が利潤追求活動を通じて市場を拡大・深化させ、徐々に国家の再分配、コミュニティの互酬といった原理を商品売買(貨幣商品交換)の原理に置換していく。その結果として、

表2 市場の内部化における3つ商品化のモード

	商品化モード	商品化の場所	生産の目的	貨幣交換の頻度	市場の経済統合度
I	外部商品化	コミュニティ・ 国家の外部	消費目的生産	偶発的	低
II	内部商品化	コミュニティ・ 国家の内部	所得目的生産	頻発的	中
III	一般商品化	コミュニティ・ 国家の消失	利潤目的生産	恒常的	高

経済社会は全般的に市場経済として再組織化され、資本主義市場経済が成立する。このように、コミュニティや国家の間で発生する市場が実体的経済を分解し、交換関係により再編成していく過程とは、市場経済の勃興、発展から資本主義経済が生成し、さらに進化する歴史的過程に他ならない。こうした市場の内包的深化を論理的に説明するため、商品関係から派生する市場の流通形式や資本形式が非市場社会の内部へ浸潤し、経済を自己組織的に統合する過程を「市場の内部化」と呼ぶこととする。

コミュニティや国家の外的関係として形成される貨幣交換関係ないし市場が財・サービスの生産消費という実体的（実在的）経済の再生産体系を統合していく過程はⅠ. 外部商品化、Ⅱ. 内部商品化、Ⅲ. 一般商品化という順序で進んでいく。市場の内部化における商品化の3つの商品化のモードを整理すれば表2のようになる。商品化モードの違いは、労働力・土地以外の通常の財（以後、これを「一般財」と呼ぶ）が商品化される場合、一般財が商品化される場所、生産の目的、それを商品として貨幣で売買する頻度における違いとして現れる。そして、商品化のモードがⅠ→Ⅱ→Ⅲと進むにつれて、市場が実体経済を支配・統合する度合は高くなる。このように、市場の内包的深化を市場の歴史貫通的な傾向として取り出し、モデル化したものが「市場の内部化」である。

歴史的には、米、塩、奴隷、牧草地が商品になるには一定のルール（慣習、価値観、法律）の存在が必要であり、それは時や場所に応じて異なることがわかる。そうした商品化のためのルールが市場経済の特性を決定する「複製子（遺伝子）」である。コミュニティ、集団や個人はこうしたルールを受け入れて認知・判断し行為するので、それらを「相互作用子」と呼ぶ。各商品化モードは市場の複製子に特異な変異を差し挟む。市場の内部化は異なる市場の複製子が継起的に生み出すプロセスであると解釈できる。資本主義市場経済とは市場の内部化の三つの複製子を入れ子型に組み合わせた、より特殊な複製子を持つ市場経済である。以下の議論では、市場とは一物多価が成立している分散的市場を意味し、その緩やかなネットワークとして市場経済を考える。

外部商品化：コミュニティの内部では、土地に代表される外的自然や労働に代表される内的自然が生態学的に再生産され、一般財が内部的・局所的な互酬の交換や再分配を媒介として再生産されている。その一方、コミュニティ間にはこうしたローカルな互酬的交換や再分配をグローバルに接続し、等価交換を近似的に成立させる価格決定市場が存在している⁽⁵⁾。

外部商品化とは、非市場社会の外部において市場関係が偶然的・散発的に発生し、拡大する過程であり、はじめは自己消費ないし共同消費を目的として生産された一般財 (G) が互酬・再分配圏域の外部の市場へ持ち出され、貨幣 (M) の売買対象である商品 (C) として実際に売却されることである (図1)。これを記号で書けば、 $G \rightarrow C - M - C'$ となる。ここで「 $\rightarrow$ 」は一般財 G の商品 C への転換を表す。例えば、自己消費用に生産していた米や香辛料に余剰分が偶然生じたとき、商人が買い付けにやって来た状況を考えてみる。その時、米や香辛料を売ることは偶然的な出来事であり、販売目的に生産したわけではなかった。したがって、そうして得た貨幣収入はあくまで一時的、臨時的な所得である。

奴隷という生身の商品は「外部商品化」の性質を象徴的に示している。人間はだれも奴隷として販売されるために生産されるのではなく、コミュニティの内部で生活することにより自らを再生産していた。にもかかわらず、コミュニティの外部へ強制的に連れ出され、奴隷として販売される運命に立たされる。暴力的に連行された奴隷の商品化はまさにコミュニティの外部で行われた。これはポランニーの「擬制商品」が当てはまる事例である。労働、貨幣、土地ではなく人間が奴隷という「擬制商品」になったのである。人間はいずれも市場社会で生産され売買されるモノではないにもかかわらず、一般のモノと同じように売買可能な商品であるとみなすという擬制 (フィクション) が生まれたのである。

内部商品化：内部商品化とは、コミュニティや国家の外部に発生した市場がその内部へと反射・浸透する結果として、それらの外でも中でもモノの商品化が成立することで、コミュニティや国家が崩れ、市場と非市場の境界が消えていく過程である。ここでは、独立小生産者や職人、さらに農民までもが生活物資を買うために貨幣が必要になる。そのため、彼らの生産は自己消費ではなく、貨幣所得を目的とするものになる (図2)。

商人資本の裁定行動を目的とする売買を通じて、共同体内部の商品交換関係にも等価性 (通約可能性) が生じる。貨幣による共同体の侵食はこの等価原理が共同体内の互酬原理 (等価も不等価もない非等価原理) を破壊することに他ならない。間接交換における貨幣の等価性は、数学的同値性すなわち一物一価とは異なる。一物多価の状況でも、貨幣が価値尺度として機能することで商品が価格という一次元へ通約される。それにより貨幣を持つ主体による商品の比較と選択が可能になる。

ここでもまだ利潤獲得を目的として生産物が生産されるわけではないし、利潤をその対

図1 外部商品化

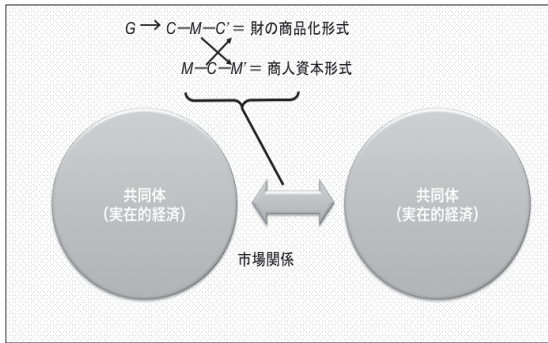


図2 内部商品化

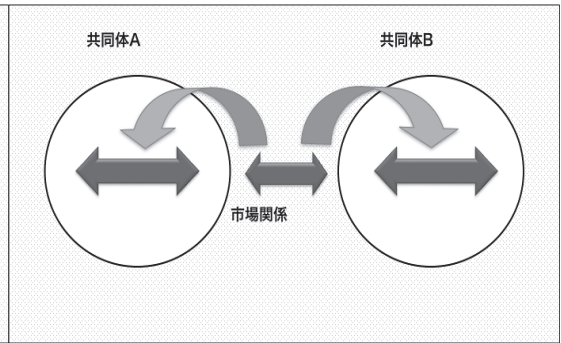
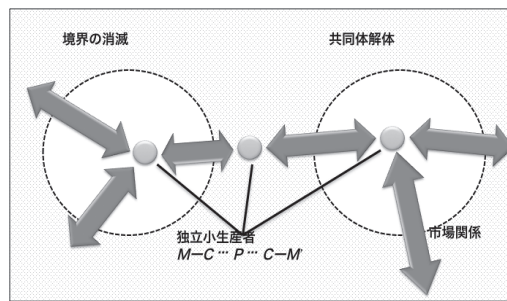


図3 一般商品化



価の一部として要求するというものもない。独立小生産者や職人が生産費（費用）に一定のマージンを上乗せして価格を設定することがあるにしても、それは利潤追求を目的とするものというよりも、将来の売れ行きが変動しても、事業を継続していくことができるように一定の緩衝（バッファ）を確保するためのものであり、売れ残りリスクに対する保険の意味を持つ。こうして、売買が繰り返されると商品価格は変動しながらも平均ないし中央値を中心とする一定の分布を形成するであろう。これは一物多価を伴う相場形成である。生産者は費用加算原理に基づいて生産費を計算するが、それに上乗せするマージン率も一定値ではなく、分布を形成する。貨幣の等価性に基づいて価格・非価格競争が展開されるので、コミュニティの互酬や国家の再分配が市場の貨幣交換に取って代わられる。

一般商品化：さらに、一般財はその販売額から費用を差し引いた利潤をできるだけ多く得ることを目的として当初から生産されるようになる。これが「一般商品化」である(図3)。

単に自己ないしコミュニティの消費のためではなく、その販売から利潤を得るために一般財が生産される。労働力や土地はその特性上、自由に移動・生産できないため伝統や慣習といったコミュニティの規制を強く受けており、他の財・サービスに比べて商品化が困難である。この段階ではそれらは未だ商品化されていないため、商品の生産は専ら自家（家内）労働に依存せざるをえない。生産物の価格はその生産に必要な原材料、道具・機械などの生産手段の費用と自家労働の費用評価の合計に一定の利潤マージンを上乗せして

計算される。この段階は、独立小生産者から構成される「単純商品生産者経済」(simple commodity producers' economy)と従来呼ばれてきたものにほぼ対応している。

一般商品化はもっぱら利潤獲得を目的にして商品を生産する主体が登場する事態を指すので、生産は集中的に組織化されるが、家族経営による家内制手工業や問屋制家内工業のレベルにとどまる限り、規模の増大には自ずと限界が存在する。

表2で見たように、市場の内部化には外部商品化、内部商品化、一般商品化の3つのモードがあり、商品化の場所は、コミュニティ・国家の外部、内部、外部・内部の境界の消失と推移し、一般財の生産目的は消費(自己消費ないし共同消費)、所得、利潤と変化する。また、貨幣交換の頻度も偶発的、頻発的、恒常的と上がっていく。このような順序で市場経済が実体経済の内部に浸透して経済社会を統合する度合いが高くなっていく。3つの商品のモードに経済社会の統合度においてこうした順序があるとしても、実際の歴史では順番が変わったり飛び越えたりすることもありうるので、この順序通りに事態が進行するわけではない。そのことは、これから説明する労働力商品化の3つのモードを伴う資本主義市場経済の進化についても言える。

6 資本主義市場経済の成立

資本主義市場経済とは、労働力市場の存在を前提として労働力・土地以外の一般財が利潤を目的として生産販売される市場経済である。それは一般財の一般商品化に労働力の外部商品化が加わることで、一般財の一般商品化の一つの特殊型として分岐したものである。換言すれば、資本主義市場経済とは一般財の一般商品化と労働力の外部商品化が結合する特殊な市場経済である。よって経済⊃市場経済⊃資本主義(市場)経済となる。

資本主義経済は市場の内部化の3つのモードである外部商品化、内部商品化、一般商品化の存在を論理的な前提としている。その意味で、資本主義経済は市場経済におけるこのような商品化のモード展開を必要条件とするが、それは必ずしも十分条件ではない。資本主義経済の成立のための十分条件とは村落コミュニティの絆と保護を失い、生活のための生産手段を所有しない「二重の意味で自由な」賃労働者が大量に存在することである。伝統、慣習、法といった非経済的制度によって強力に規制されている労働力や土地が外部の労働市場や不動産市場で契約に基づいて「自由」に売買される時、初めて資本主義経済の内部に産業資本と近代的家族という経済主体が成立しうる。

資本主義経済の成立のための十分条件として考えられてきた労働力商品化は、新たに成

立する近代的家族にとっては「外部商品化」であるが、そうして生まれる労働力の売買が部族や農村など既存のコミュニティの内部の互酬的関係を解体するという意味では「内部商品化」である。これは、新たに生まれるコミュニティか、分解される古いコミュニティかのいずれに視点を置くかにより同じ事態が別様に理解できるということである。労働力は家族と村落のコミュニティに二重に帰属していたと言えるため、このようなことが起きる。

一般財にせよ労働力にせよ、その外部商品化では、コミュニティや国家が依然として市場に対する大きな免疫力を備えている場合が多い。そのため、外部商品化は経済的論理だけでは簡単には実現しない。戦争、略奪、収奪など何らかの暴力行為、コミュニティの規範や国家の法の制定ないし撤廃のような、非経済的要因が要求される。しかし、ひとたび外部商品化が成立すれば、その後の商品化はそういった非経済的な歴史的条件の解釈と適用範囲の拡大であるので、経済的要因だけで事態が進んでいく。外部商品化のプロセスでコミュニティや国家が弱体化すれば、内部商品化や一般商品化はそれらの抵抗を受けずに比較的容易に進む。ポランニーの「擬制商品」はいま見た「外部商品化」に相当する。

工業資本とは、市場で購買した労働力と生産手段を投入して生産物を産出し、市場における生産物の販売額と前貸資本の差額を利潤として獲得することを目的とする企業組織体である。それは購買・販売時には市場原理に支配されながら、その内部に生産過程を効率的に制御し合理化するために企画・立案・決定・遂行を行う階層型の組織構造を備えており、そこでは計画原理に大きく支配されている。こうした計画原理や階層型内部組織を持つ工業資本は、単純労働を行う労働力を低賃金で大量に雇用することによって、機械化された工場で安価な商品を大量に生産できるようになった。

労働力を含むすべての投入生産要素が商品化されているため、生産に必要な費用（原価）や利潤の計算も簿記や会計の規則に基づいて明確に行えるため、利潤を目的とする「商品による商品の生産」が実現される。労働力と生産手段を使って何らかの商品を生産・販売し、できるだけ大きな利益を上げるという目的を持つ工業資本が、資本主義的市場経済における主体（エージェント）である。また、近代的家族とは、労働者の賃金で消費財を購入し、それを消費することで現在および将来の労働力を再生産する家族共同体である。このように、資本主義市場経済とは、「一般財の一般商品化+労働力の外部商品化」という市場の内部化の2つの商品化のモードが結合することで派生した特殊な市場経済であり、その内部に近代的家族や独立生産者とともに存在する階層型内部組織を持つ工業資本（企業）が労働力を雇用し、一般財を利潤目的生産するような経済社会システムである。

7 労働力商品化のモード変化による資本主義の進化

現代のグローバリゼーションとの関係で考えなければならないのは、市場の内包的深化による資本主義経済の進化である。ここで、この点について一つの仮説を提示する。

労働力はこれまで一般財のように利潤追求を目的として生産される商品（資本主義的商品）ではなく、家族というコミュニティ内で自家生産される商品（単純商品）であった。ところが、現代の資本主義市場経済においては、労働力商品化のモードに変化が生じつつある。労働力は利潤を産まない「単純商品」から利潤を目的として生産されるとみなされる「(擬似) 資本主義的商品」へと変容した。つまり、市場の内部化は一般財だけでなく、いまや労働力をも巻き込み、労働力商品化のモードが、外部商品化から内部商品化へ、さらに一般商品化へと変化した。その結果、家族における互酬・再分配原理が形成するコミュニティ、国家の関係は、貨幣交換原理が形成する市場関係に置き換えられ、現代における「最後のコミュニティ」とでもいうべき家族は、労働力商品を資本主義的に生産する「擬似的な労働力生産部門」へと変容した。こうして表3にあるように、労働力の商品化のモードが変化することで資本主義市場経済が進化すると考えるのである。

この仮説ではあたかも「個体発生が系統発生を繰り返す」ように、一般財に関して考えられた外部商品化、内部商品化、一般商品化という市場の内部化の3つのモードが資本主義市場経済で労働力に関してもう一度繰り返す。3モードが自己相似的に再現するので、資本主義市場経済は、労働力外部商品化型（E モデル）、労働力内部商品化型（I モデル）、労働力一般商品化型（G モデル）の3つのモードがあることになる。これは、従来の言い方ではいうならば、労働力が利潤を含まない「単純商品」から利潤を目的に生産される「資本主義的商品」になる傾向があるということである。いずれにしても、各モデルは抽象的であるので、後で具体的な事例を使って敷衍して説明し、数式によるモデルを提示する。

資本主義の成立によって生まれた近代的家族が自己を再生産するには、市場で購入できる商品のみならず、商品として売買されない財・サービスを家族成員間で互酬的に交換したり、再分配したりする必要がある。近代的家族の成員間の関係は市場的な等価交換よりは非市場的な互酬的交換や再分配により多くを依存する。物々交換を含む互酬的交換にはそもそも価格や費用といった等価性の概念や基準が存在しないので、損得感情が発生するとしても、それは合理的根拠を持たない。ところが、貨幣賃金が市場で購入する消費財の価格しか含まないとすれば、それは市場経済の論理では貨幣換算されない「隠された費

表3 労働力商品化のモード変化による資本主義の進化

I. 一般財の外部商品化
II. 一般財の内部商品化
III. 一般財の一般商品化
IV. 一般財の一般商品化 + 労働力の外部商品化 = 資本主義市場経済の成立
i) 労働力外部商品化型資本主義市場経済 (E モデル)
ii) 労働力内部商品化型資本主義市場経済 (I モデル)
iii) 労働力一般商品化型資本主義市場経済 (G モデル)

用」が存在するということである。市場で購入する消費財の多くは原材料ないし半製品にすぎず、裁縫、洗濯、調理、配膳、清掃、修繕といった仕事を加えられて初めて最終的に消費可能になる。こうした家族内サービスは一般に「家事労働 (domestic labor)」と呼ばれる。労働力が外部商品化される資本主義経済の特徴は、労働力の再生産のために家事労働と呼ばれるサービスがなされているにもかかわらず、貨幣的対価を求めうる「労働」として社会的にも家族内でも認識されていない点にある。イリイチがそれを「シャドウ・ワーク」(Illich, 1981) と呼ぶのは、「支払われない」仕事は家族コミュニティの外部の労働市場で売買される有償労働を支えているからである。したがって、このタイプの労働力商品化を後のタイプから振り返ると、その価格計算がすべての費用を明示的に含んでおらず、労働力商品がつねに過小評価されているように見える。

主に女性が担ってきた家族内サービスが家事労働として意識され、それが労働力を生産するために必要な犠牲や費用として認識されるためには、労働力外部商品化により成立する「労働」やその貨幣的対価としての「賃金」に関する概念が近代的家族の内へ反射・浸透し、それらが家族内部でも通用すると認知される必要がある。これは家族コミュニティの内部で労働力が商品化することに等しい。労働力内部商品化で初めて家事労働が擬制的商品として成立し、それが賃金決定に明示的費用として算入されると考えられる。これは女性が社会進出し、稼いだ賃金で家事労働を外注する事態をも含んでいる。

経済学はこれまで労働力の外部商品化を当然視してきた。古典派やマルクスは、賃金が労働力を再生産するのに最低限必要な水準に決定されるとする「賃金鉄則」を前提している。それは、賃金稼得者とその配偶者が賃金財消費および家事労働の投入により生活を維持することで現在の労働力を再生産するとともに、子供を出産、扶養、教育することで将来の労働力を再生産するということである。これらのうちどちらを重視するかにより、実質賃金が外生的か内生的かの違いは出てくるものの、賃金は労働者の家族コミュニティを再生産するのに必要な金額であると基本的に考えられていた。労働力価値の決定方法を数学的に表現するならば、フォン・ノイマン成長モデル (von Neumann 1945-46) におけるように、労働力の価格 (貨幣賃金) をその一単位の労働力が消費する財の集合 (賃金財

バンドル)の価格に等置することに帰着する。この考え方はスラッファ以後の新リカード学派やマルクス学派の前提了解となっている。

労働力の外部商品化段階において一般商品と労働力商品の価格決定メカニズムの違いは次の点にある。一般商品はすべての投入生産手段および労働投入量に価格あるいは貨幣賃金をかけて合計する費用価格を計算した上で、さらにそれに一般利潤率(均等利潤率)をかけた平均利潤を上乗せして価格形成を行っている。一般利潤率が費用価格への上乗せマージンとして適用されるのは、資本移動など何らかの利潤率を均等化するメカニズムが存在していると考えられているからである。例えば、資本の各部門への参入退出が自由である限り、高利潤率部門から低利潤率部門へと絶えず資本移動が起こるので、各部門における利潤率は長期的には均等化すると通常説明されている。

これとは対照的に、労働力商品は資本が利潤を求めて生産する商品ではなく、家族という共同体が隠された費用を意識しないで再生産する「単純商品」である。活動主体が家事サービスを家事労働として認識しなければ、その実質費用は労働力の生産費用として計上されない。貨幣賃金は、1単位の労働力を再生産するのに必要な多種類の消費財から構成される「賃金バンドル」(賃金で購入される消費財の束)が外生的に与えられているという前提の下、各消費財の物量に価格をかけた価額の合計として計算される。この場合、賃金は労働力の再生産費用だけをカバーし、それに対する利潤マージンを受け取れないので、労働者は一般商品の販売者である資本家よりも劣位な立場に置かれているのである。

現代資本主義では労働力が内部商品化を越えて一般商品化し、擬似的な資本主義的商品になりつつある傾向があると述べた。その場合、労働力生産部門である家族がその商品である労働力を販売するにあたって、賃金バンドルのみならず家事労働に対しても貨幣賃金率を適用して費用を計算し、その費用合計に一般利潤率でマークアップして貨幣賃金は決まると考えられる。このような賃金決定における構造変化が生じるのは、市場経済に存在する最後のコミュニティたる家族が市場原理による浸食を受けて分解し、擬似的な労働力生産部門へと再編されつつあるからである。

では、労働力の内部商品化や一般商品化が進行するのはなぜか。労働力の外部商品化で成立する「労働」や「賃金」という経済カテゴリーが近代的家族内に反射・浸透するとき、「家事労働」もまた擬似的な「有償労働」と見なされる。なぜなら、ひとたび家族のメンバーがその外部で賃金を受け取ることになれば、時間を費やす家事労働は賃金を失うことから生じる「機会費用」とみなされるからである。機会費用は実際の費用の発生を伴わないが、時間を費やすことが就労時間の減少、すなわち、貨幣賃金の減少をもたらすので、その部分が費用と見なされる。機会費用の考え方が導入されることによって、労働力を再生産する家事・育児が「有償労働」へと転換する。こうして、「家事・育児労働の機会費

用」＝「それらを代替する家事・育児に関する商品やサービスの価格」＝「家族の外で働く労働賃金」という同等性が成立すると、家事・育児労働が家族の内部で擬似的に商品化する。これが労働力の内部商品化である。

この機会費用の考え方が一般通念になると、家族の中で主婦によって担われてきた家事・育児のようなシャドウ・ワークは貨幣所得を稼がないから、価値のない仕事であるとして社会的に低く評価されるだけでなく、家事・育児が愛情表現や意思疎通の手段であり、自らの喜びや楽しみであるといった、コミュニティにおける人間活動の価値が消え失せてしまうため、家事・育児労働はできるだけ減らそうとするようになるだろう。このように、労働力の内部商品化は、経済的要因よりも伝統・慣習・通念・法などを含む広い意味での社会制度的要因から大きく影響を受け、推進されているのである。

ここでいう制度的要因とは、女性の社会進出と労働力率の上昇、男女雇用機会均等法のような性差別を撤廃する法制度上の整備、女性の自立やフェミニズムなどの社会運動を背景とする一般的な社会慣習・観念の変化、近代的家族における家父長制の崩壊と、それに伴う家族構成員の意識の変化など、伝統・慣習・通念・法などを含む。そうした社会的、文化的制度とわれわれの日常的・現実的な意識のあり方は相互作用の関係にあり、双方が互いに影響を与えながら進化していく。このことは、市場的領域と非市場的領域の相互関係を動的に変容させるが、一般的には経済社会にたいする市場原理の浸食が促進され、従来、貨幣換算されることのなかった様々な活動が貨幣換算される傾向を見せている。

他方、家事労働が新商品や新サービスにより代替される結果、それらが賃金財のバスケットの中に次第に入ってくる。冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗浄機、自動湯沸かし器といった家庭電化製品から水道、電気、ガス、電話、食事ケータリング、育児サービス、清掃サービス、宅配便といった各種サービス、自転車、自動車、電車など交通手段にいたるまで考えるかなりの消費財が、家事サービスの家事労働化に伴って家事労働を代替する新商品として市場に登場してきたことがわかる。この結果、家事労働は減少し賃金財バンドルは拡大するので、家族の生活水準は全般的に上昇する。

では、労働力一般商品化とはどのような事態か。それは端的に言えば、労働力が「人的資本」という名の「擬制資本」になることである。賃金所得者の複数化、家事労働の外注化、食事の外食化などを背景に労働者が自らに対する教育、職業訓練、余暇、食事、スポーツなどへの支出を技能、知識、健康といった人的資本を形成するための投資と考えるようになれば、労働力の人的資本化が進む。人的資本は、教育・訓練などによる将来の期待収益の流列を利子率により割引いて現在価値に換算したものとして計算され、この考え方は擬制資本を形成する。こうして資本還元された人的資本の期待価値と現在の投資額との差である正味現在価値を最大化するのが、この投資の目的である。こうして家族はあたか

も利潤（利子）を稼得するために労働力商品（人的資本）を生産し、それを市場で販売する労働力生産部門に近似する。こうした擬制資本の思考様式は教育だけでなく、教養、社交、結婚など何にでも適用可能である。各種の学歴・資格、専門技術・知識・技能が将来所得を増大するための「人的資本」であるという概念がより一般化し、人々が教育、職業訓練、熟練形成、健康増進等を人的資本投資と考えるようになった結果として、労働力の一般商品化が成立する。すなわち、労働力も他の生産財や消費財と同じく、その販売価格が生産費用だけではなく利潤マージンを含むことになる。人的資本投資は労働力生産部門における利潤増大のための投資活動であると位置付けられる。その結果として、労働力は、利潤追求を目的として生産・販売される擬制的な資本主義的商品になる。「擬制的」という修飾語は、労働力を再生産する家族が営利企業のようにそれを行っているともみなされていることを表している。こうして賃金は賃金財や家事労働の費用をまかなうだけでなく、一般の企業と同じ利潤率を要求するようになる。

8 労働力の外部・内部・一般商品化の一財モデル⁽⁶⁾

労働力商品化のモードが外部商品化、内部商品化、一般商品化と移行していくことにより資本主義が進化する。この過程で資本家にとっての一般利潤率（平均利潤率）や労働者にとっての実質賃金率がどう変化するのか、また、最終的な労働力の一般商品化でイノベーション（技術革新）がいかなる意味を持つかを考察する。

ここでは、労働力外部商品化、労働力内部商品化、労働力一般商品化の3つのモデル（それぞれEモデル、Iモデル、Gモデルと呼ぶ）を穀物部門と労働力部門を持つ単純な穀物経済を使って分析する。穀物は労働力や土地以外の一般財を表す。土地は考慮しない。以下、それぞれの場合を図で示した。Eモデルが図4、Iモデルが図5、Gモデルが図6である。各図で、灰色の矢印が穀物1単位および労働力1単位を生産するのに必要な穀物または労働の投入を表し、黒い矢印はそうした穀物や労働力の売買に伴う貨幣の流通を表す。なお、労働力部門のサービス労働（家事労働）は、Eモデルでは無償であるため、貨幣の流通を伴わないが、Iモデル、Gモデルでは貨幣の流通が書かれている。また、穀物部門と労働力部門の四角の中には穀物の価格決定式と労働力の価格決定式が書かれている。穀物の価格決定式はすべてのモデルで同じで、労働力の価格決定式のみが変化する。

これは、生産物が穀物だけであり、それが生産財かつ消費財である一財モデルである。ここでは、家族を（疑似的な）労働力生産部門とみなし、それを労働力部門と呼ぶ。穀物

図4 外部商品化型資本主義経済 (Eモデル)

外部商品化型資本主義経済
Eモデル

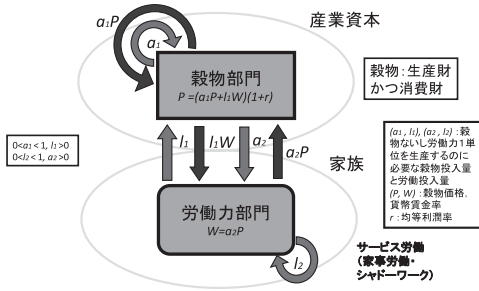


図5 内部商品化型資本主義経済 (Iモデル)

内部商品化型資本主義経済
Iモデル

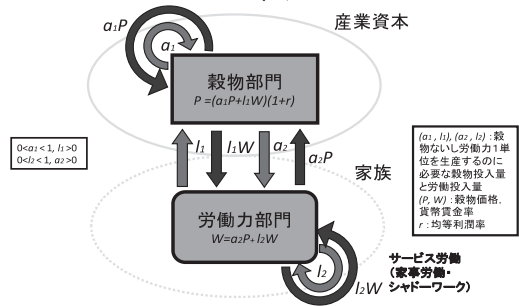
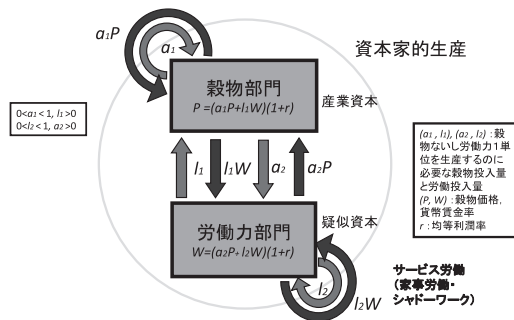


図6 一般商品化型資本主義経済 (Gモデル)

一般商品化型資本主義経済
Gモデル



(第1) 部門における穀物と労働の投入係数をそれぞれ a_1 , l_1 , 労働力(第2)部門の賃金バンドル(労働力一単位の再生産に必要な賃金財である穀物の量)係数と家事労働投入係数(労働力一単位の再生産に必要な家事労働投入量)をそれぞれ a_2 , l_2 , 穀物の生産価格を P , 貨幣賃金を W , 均等利潤率を r とする。このとき, 穀物の価格決定方程式は3モデルに共通であり,

$$(1) \quad P = (a_1P + l_1W)(1+r)$$

となる。穀物1単位を生産するための費用は $a_1P + l_1W$ であり, それが利潤率によりマークアップされて価格が決定されることを表す。貨幣賃金決定方程式は, それぞれのモデルにおいて, 次のようになる⁽⁷⁾。

$$(2) \quad W = a_2P \quad \text{Eモデル}$$

$$(3) \quad W = a_2P + l_2W \quad \text{Iモデル}$$

$$(4) \quad W = (a_2P + l_2W)(1+r) \quad \text{Gモデル}$$

E モデルの貨幣賃金決定方程式は従来のもので、労働力の再生産費を表しており、貨幣賃金 W は労働力 1 単位を再生産するのに必要な穀物の量として外生的に与えられた賃金バンドル a_2 を購入できる貨幣額である。**I モデル**では、労働力を生産する家事労働にたいする賃金分 $l_2 W$ が貨幣賃金 W に含まれている。**G モデル**では、**I モデル**の労働力の再生産費に利潤が上乗せされる。ここで労働者が受け取る貨幣賃金と家事労働が受け取る貨幣賃金（これは家事労働外注サービスに支払う貨幣賃金と見てよい）がともに W と等しいのは、家事労働が有償労働と認知されれば、家事労働と賃金労働の間に賃金の差があると労働力が移動し、裁定が成立すると考えられるからである。**G モデル**では単位費用 $a_2 P + l_2 W$ に一般利潤率 r によるマークアップが適用される。ここで、実質賃金 W/P を w とおけば、(1) より、

$$(1') \quad r = \frac{1}{a_1 + l_1 w} - 1$$

これは実質賃金率 w に関する単調減少関数である。(2), (3), (4) を整理すれば、

$$(2') \quad w = a_2 \quad \text{E モデル}$$

$$(3') \quad w = \frac{a_2}{1 - l_2} \quad \text{I モデル}$$

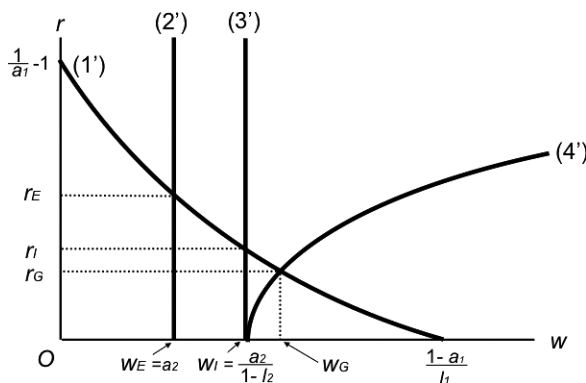
$$(4') \quad r = \frac{w}{a_2 + l_2 w} - 1 \quad \text{G モデル}$$

となる。(1'), (2'), (3'), (4') を (w, r) 平面の第 1 象限上に描いたのが図 7 である。

ここで、**E モデル** (1'), (2'), **I モデル** (1'), (3'), **G モデル** (1'), (4') の実質賃金率と均等利潤率の解をそれぞれ (w_E, r_E) , (w_I, r_I) , (w_G, r_G) とすると、以下の諸命題を証明できる。

(命題 1) $w_E < w_I < w_G \Leftrightarrow r_E > r_I > r_G$: 家事労働が非負ならば、労働力外部商品化

図 7 E, I, G モデルの比較静学



(E モデル) → 労働力内部商品化 (I モデル) → 労働力一般商品化 (G モデル) と資本主義経済が労働力をより高度に商品化するにつれ、実質賃金率は上昇、均等利潤率は低下する。

(命題 2) $\frac{\partial w_E}{\partial a_2} > 0$: 労働力外部商品化 (E モデル) では、賃金財バンドル a_2 が大きくなればなるほど、実質賃金率 w_E は上昇し、均等利潤率 r は低下する。

(命題 3) $\frac{\partial w_I}{\partial a_2} > 0$, $\frac{\partial w_I}{\partial l_2} > 0$: 労働力内部商品化 (I モデル) では、賃金財バンドル a_2 が大きくなればなるほど、また、家事労働 l_2 が大きくなればなるほど、実質賃金率 w_I は上昇し、均等利潤率 r は低下する。

(命題 4) $\frac{\partial w_G}{\partial a_2} > 0$, $\frac{\partial w_G}{\partial l_2} > 0$: 労働力一般商品化 (G モデル) では、賃金財バンドル a_2 が大きくなればなるほど、また、家事労働 l_2 が大きくなればなるほど、実質賃金率 w_G は上昇し、均等利潤率 r は低下する。

(命題 5) 労働力一般商品化 (G モデル) において、現行の価格体系のもとで労働力の生産費用 ($a_2P + l_2W$) を引き下げるような労働力部門における技術革新 (プロセス・イノベーション) は、均等利潤率 r を引き上げ、実質賃金率 w_G を引き下げる (図 8)。

(命題 6) 労働力一般商品化 (G モデル) において、現行の価格体系のもとで穀物の生産費用 ($a_1P + l_1W$) を引き下げるような穀物部門における技術革新 (プロセス・イノベーション) は、均等利潤率 r と実質賃金率 w_G の双方を引き上げる (図 9)。

このうち、注目すべきは、命題 1 と命題 5, 6 である。命題 2, 3, 4 によれば、賃金バンドル (および家事労働) が大きくなれば、いずれのモデルでも実質賃金率は上昇する。命題 1 によれば、生産技術と賃金財バンドルが一定⁽⁸⁾、家事労働が正であるならば、労働力における市場の内部化の進展に伴い、実質賃金率が増大し、利潤率が低下して、所得分配が労働側に有利になっていく。これは「市場の内部化に伴う利潤率の傾向的低下の法則」と呼ぶことができる。マルクスの利潤率の傾向的低下法則は、生産技術の有機的構成が高度化することから生じる資本主義の技術進歩の特性に関するものであるが、本稿の利潤率の傾向的低下法則は資本主義を根本的に規定している労働力市場について市場の内部化が高度化して、労働力に関する外部商品化、内部商品化、一般商品化と進むほど、実質

図 8 労働力部門における技術革新

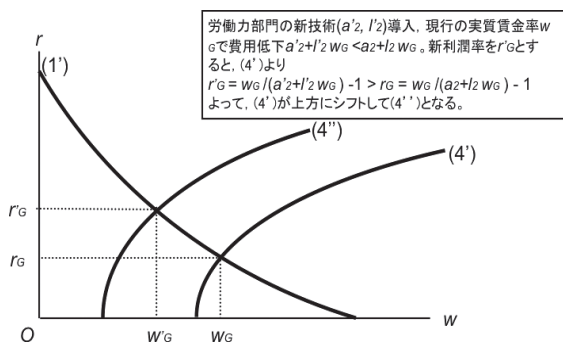
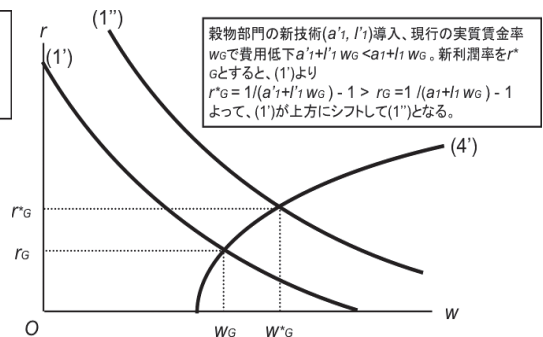


図 9 穀物部門における技術革新



賃金率が上昇し、利潤率が低下することを説明する。労働力が単純商品であった外部商品化では、それは一般商品よりも不利に評価されていたが、労働力が一般商品と同じ利潤を生み出しつつ再生産される資本主義的商品になる。一般商品化では、労働力は一般商品と同等の評価を受けることになり、労働者の地位も生活水準も高まるのである。

特に、賃金労働者が労働組合による交渉を通じて利潤率に連動する成果分配型の貨幣賃金を要求するようになるにつれ、労働者の多くが自らの人的資本投資への収益を賃金の一部として資本家から受け取ることを期待するにつれ、この傾向が現れる。家事労働が費用として評価されず、その費用に利潤が加算されずにいたため、労働力は一般商品より一般に不利に評価されていたが、労働力一般商品化（**G モデル**）に進むにつれてこの格差が是正され、その結果、利潤率が下がり、実質賃金が上がるのである。

また、労働力一般商品化（**G モデル**）では、貨幣賃金決定方程式が均等利潤率 r を含むので、所得分配（実質賃金と利潤への純生産物の分割）は相対価格（ここでは実質賃金率 w ）と同時に内生的に決定される。このため、労働組合による貨幣賃金率上昇の要求は、労働力の再生産費用に対する均等利潤率の上昇を帰結し、貨幣賃金上昇率に比例するインフレーションをもたらすだけで、実質賃金を上昇させない（賃金・物価スパイラル）⁽⁹⁾。スラッファや新リカード学派は価格決定に対する所得分配（利潤率／実質賃金率）決定が論理的に先行することを論証したため、賃金闘争の政治的有効性を提示したと解釈された。しかし、もし資本主義が **G モデル** に近いとすると、そうした議論を根本的に見直す必要がある⁽¹⁰⁾。

9 労働力一般商品化型資本主義：階級分化と自己活性化

労働力が人的資本として擬制資本化している労働力一般商品化型資本主義ではいかなる帰結が生じるか。第一に、労働力はもはや同質のものではなく、各々が特殊な知識、技能や熟練などの異質な特性を持つものだから、この労働力商品の異質性をより重要視する必要がある。一方において、人的資本を豊富に持つ労働者が生まれ、他方で、そうしたものをまったく持たない労働者が分化すると見るべきである。その場合、**G モデル**の労働力部門利潤率 k (≥ 0) にバラツキが生じ、穀物部門の利潤率 r より小さい ($r > k$) とすると、 $k=0$ すなわち **I モデル**における実質賃金率が人的資本なき労働者にとっての下限を決定し、それより大きな人的資本を持つ労働者ほど k が上昇し、その最大値が $k=r$ だと考えることができよう。フロリダ (Florida 2002, 2005) は技術・才能・寛容さを備えた「創

造階級」が多様な種類の人的資本を持つ個人として登場してきたとしていると述べており、現実にもこのような階級分化が生じていると見るべきである。労働者にこのような新たな階級分化が生じているとすれば、 $k=0$ すなわちIモデルが妥当する同質的な労働力しか提供できない非「創造階級」は正規労働者としての長期雇用につきにくく、景気変動において最も失業のリスクが高い産業予備軍を形成し、その結果として所得も低水準になるであろう。これにたいし、 $k=r$ の「創造階級」に属する労働者は何らかの固有の知識や技能のおかげで代替性の低い労働力になっていて、景気変動による失職のリスクも低く、内部労働市場で相対的に高い賃金を得られるポジションにいる。このような人的資本を持つ者と持たざる者の境遇が大きく異なるので、相互協力や連帯は困難になる。資本主義の進化が労働力の人的資本化と擬制資本化に起因する階級分化を派生する。これは、派遣労働の解禁に伴い最低生存賃金に満たない収入しかないワーキングプアが生まれ、就労をできるだけ回避しようとするニートが大量に発生し、他方において、失業率は傾向的に上昇しているのに労働組合への参加率の低迷や争議の激減が生じているという現代の現実をうまく説明する。

他方、命題5, 6は、技術進歩にかんする柴田＝置塩の定理（柴田1935, 置塩1965）の応用であり、比較静学的な意味で費用を低下させる新技術導入（プロセス・イノベーション）は必ず利潤率を上昇させること、それが穀物部門（より一般的には生産財・賃金財などの一般商品部門）で起これば実質賃金率を引き上げ、労働力部門で起これば実質賃金率を引き下げることを主張する。EモデルとIモデルでは、実質賃金率が文化的・社会的に所与とされていたのに対し、それが内生的に決定されるGモデルでは、穀物部門（一般商品部門）での技術革新は一般的利潤率と実質賃金率を引き上げ、いわば内生的に労働者の所得分配を上昇させることになる。これは一般商品の生産における技術進歩が資本家と労働者の双方にとり有利であり、したがって双方に技術革新を進めるインセンティブが存在することを示している。つまり、プロセス・イノベーションにおいて資本家と労働者の間に相互利益的関係が形成されるので、技術革新に向けて労資協調的な相互協力を図ることができるようになる。

労働力商品化の外部商品化→内部商品化→一般商品化というモードの進展が実質賃金率を上昇させ一般的利潤率を低下させるという命題1は、資本主義が進化するにつれ、近代家族の稼得賃金の合計が上昇し、労働力販売者としての労働者や家事労働者の地位が向上すると同時に、資本と労働の分配関係において資本側の地位が低下し、資本蓄積と経済成長の潜在力が弱まる傾向があることを示している。しかしながら、労働力が資本と同じ地位に達する労働力一般商品化に関する命題6によれば、先の傾向とは逆に、資本主義はGモデルへ進化することで、資本の利潤率の増大と労働者の相対的地位向上を同時に達成し

うる技術革新プロセスを内蔵し、資本蓄積と経済成長の潜在力を再び高めることによって自己活性化を遂げる。資本主義は、労働力を一般商品と同等に扱うことで均等利潤率を低下させ、資本にとって不利な状況に陥るように見えながら、労働力を「擬制資本」化して資本と同等の地位で厚遇し自由投資主義の方向へ進むことにより、労働者や家事労働者の搾取（労働力商品の一般商品に対する不利な価格づけ、家事労働の賃金不算入）からではなく、技術革新により達成される利潤率の上昇から潜在的な成長可能性を引き出す。これは、マルクスの特別剰余価値の発生・消滅を媒介とする相対的剰余価値生産のメカニズムを援用するものである。このように、資本主義経済は自らの根本的存立条件にかかわる複製子である労働力商品化のルールを変容させることで、その停滞を逆転させ自己賦活する強靱さを発揮する。

10 グローバリゼーションの究極型としての自由投資主義と擬制資本という複製子

このような理論的モデルによって、グローバリゼーションの究極の姿が、労働力を含むあらゆる商品が利潤のために生産され、人々が自分自身をも含めたあらゆる収益機会に投資する「自由投資資本主義」であり、そこで開かれる自由が投資の自由であることが明確になる。グローバリゼーションとは、生活や生命そのものを投資行為にせよ、収益獲得のための手段にせよと迫る資本主義の強迫神経症的傾向である。投資を行わなければならないのはヘッジファンドのファンドマネージャーや大資本家だけではなく、労働者を含むわれわれすべてである。「万人は自由な投資家たれ」がグローバリゼーションの標語となる。グローバリゼーションは、個人の合理性や自由の追求の結果として生まれたものではない。それはむしろ無限の自己増殖への欲望という生身の個人にとってはむしろ不合理で不自由とも言える資本形式の複製子が個人に寄生して「擬制商品」や「擬制資本」を活性化され、社会の中で繁殖したからに他ならない。

市場の内部化による商品化モードの進展は労働力、土地、貨幣に関する「擬制商品」や「擬制資本」が至る所に遍在する状況を帰結し、本来、商品化や資本化になじみにくいモノやコトを次々に商品や資本として扱うための新複製子（ルール）を導入することで、予想できないような表現型上の特性を発揮する。かくして、グローバリゼーションとは、資本主義の複製子のレベルで、資本主義が自由投資主義へと自律的に進化し、その潜在可能性を強化していることを意味している。とりわけ、資本主義がその成長可能性を規定する

利潤を労働者の剰余労働の取得や搾取からではなく、絶えざる新しい差異の創出であるイノベーションによる超過利潤に求めるようになったことは、情報やサービスという物的生産よりもずっと容易に「差異」を生み出すことができる分野へ商品化や資本化が進んでいることを考える時、よりいっそう重要な意味を持つであろう。

グローバリゼーションの主役は商人資本でも工業資本でもなく、金融資本や人的資本や知的資本などの擬制資本である。市場の内部化を通じて、個人は利己心と等価意識を持つ独立した自由な人格として費用の比較考量を行い、利潤追求を目指す資本家ないし投資家へと陶冶されていくことで、資本の乗り物になっていく。マルクスは『資本論』で「資本家や土地所有者のような諸人格は、経済的諸範疇の人格化である」(Marx 1867)と述べ、資本が「ミーム(文化遺伝子)」であり、人間はミームのプログラムに操られる「乗り物」にすぎないことを認めていた。だからこそ、人間個人の責任を問うのではなく、経済社会の複製子であるルールや制度を問題にしなければならない。

注

- (1) ベッカーの議論は、教育と高収入、教育と低失業率には正の相関関係があるという実証的な事実から出発している。しかし、彼も当初は Human Capital を本のタイトルにすることをしばらくためらったという。というのも、初版が出る 1960 年代当時、この用語はそれほど普及していなかったし、この用語や分析は人間を機械や奴隷のように扱うものだととして多くの批判を浴びたからである。ところが、『人的資本』第 3 版が出る 1990 年代には、雑誌「ビジネスウィーク」が人的資本の特集を組むほど一般に受け入れられ、さらに驚くべきことに、その特集が過去数十年で最も人気が高いものだったのである (Becker, 1993, p.16)。
- (2) 大学教育費用を自己負担する米国ではこのことは妥当性を持つが、それを親が出す日本では当てはまらない。日本には、世代間の互酬関係の意識が未だに根強いからであろう。
- (3) 「諸商品の交換過程は、もともと自然発生的なコミュニティの胎内にあらわれるものではなくて、こういうコミュニティがつきるところで、その境界で、それがほかのコミュニティと接触する少数の地点であられるものである。この地点で交換取引が始まり、そしてそこからコミュニティの内部に反作用し、これを解体するような作用を及ぼす。」(Marx 1859, S. 35-36, 『経済学批判』55 頁)「交換を本源的な構成要素としてコミュニティのなかに位置づけることは、一般に誤りである。交換は、むしろ最初は、同じコミュニティのなかのメンバーにたいする関連というよりも、異なったコミュニティ相互の関連のうちに登場する。さらに、貨幣は、きわめて早くから、しかも全面的に、ひとつの役割を演ずるものであるとはいえ、やはり古代においては、それが支配的要素として存在していたということは、ただ一面的に規定された国民、つまり商業国民について指摘できるだけである。」(ibid. S. 94, 同上 316 頁)「本来の商業民族は、エピクロスの子孫のように、またはポーランド社会の気孔のなかのユダヤ人のように、ただ古代世界の間の空所に存在するだけである。」(Marx 1867 S. 93, 『資本論』第 1 巻 (1) 134 頁)「商品交換は、コミュニティの果てるところで、すなわちコミュニティが他のコミュニティと、またはそのメンバーと接触する点で始まる。しかし、物がひとつたび外部的共同生活で商品になれば、それは反作用的に内部共同生活でも商品になる。」(ibid. S. 102-3, 同上 161 頁)「生産物の商品への発展は、異なるコミュニティ間の交換によって生ずるのであって、同じコミュニティの中のメンバー間の交換によって生ずるのではない。」(Marx 1894 S. 187, 同上第

3巻(9)304頁)訳文は訳語の変更など適宜修正してある。

- (4) 「組織化された市場」と「組織化されない市場」は、本稿の「集中的市場」と「分散的市場」に相当する。
- (5) 経済体系は互酬的交換と等価交換のいずれによっても再生産可能である。等価交換とは、三者以上の経済主体間で推移率を満たす交換関係のことである。例えば、一定量の財Aを財Bに交換し、それを財Cに交換するとき手に入る財Cの量と、財Aを財Cに直接交換するとき手に入る財Cが等しいとき、この交換関係は推移率を満たすので等価交換である。互酬的交換とは、主体が互いに相手が必要とするものを与え合うという形で生じる交換のことである。2者間の場合、相手の所有物からお互いに必要な財を必要なだけ取ると互酬的交換になる。これは、形式的にはいわゆる物々交換と見分けがつかない。だが、各生産物を生産する技術が一つ与えられていて、任意の財を生産するために一定の投入物が必要である場合、「必要」の意味は明確になる(西部1997b)。
- (6) この節は西部(1997a)に依拠している。各命題の証明と二部門モデルの事例は紙幅の関係上割愛した。
- (7) ただし、 $0 < a_1 < 1$, $0 < l_2 < 1$, $l_1 > 0$, $a_2 > 0$ と仮定する。ここで、 $0 < l_2 < 1$ なのは、労働力を1単位生産するのに必要な家事労働のための労働力 l_2 は1単位未満でなければ、生産的ではないからである。それは、家事労働時間というよりも、労働力1単位を生産するのに何%の労働力が必要かという割合を表す。あるいは、労働力の貨幣賃金 W の稼得に対する貢献度ないし分け前(0%から100%未満)と考えてもよい。
- (8) 労働力を一般商品と類似の生産物とみなすことができれば、賃金財バンドルや家事労働が一定という仮定は労働力の生産技術が一定という仮定に等しい。ここでは、技術が変化しないにもかかわらず、暗黙的な投入物が明示的に費用に算入されるようになることで何が起るかを考察し、命題1を導き出している。
- (9) これは70年代のスタグフレーションの状況に似ており、Gモデルがこの時代に成立したことを示唆する。
- (10) このモデルの景気循環への含意を示しておく。まず、Gモデルの労働力部門における利潤率(マークアップ率)を k (≥ 0)とし、それが穀物部門の利潤率 r より小さい($r > k$)と仮定しよう。これは、労働力商品の一般商品化すなわち擬制資本化の度合いを表す。労働市場には一定の産業予備軍(失業者ストック)が存在し、景気循環の上昇局面での資本蓄積の拡大に伴い、労働力需要が増大するとき、それが枯渇するまでは需要増加に対し労働力供給が速やかに対応して数量調整が進むため賃金は最低水準に止まる。これは $k=0$ すなわちIモデルのケースである。しかし、労働力は短期的に増産できない商品であるため失業者ストックが枯渇するとその供給は完全に非弾力的になる。その結果、貨幣賃金は上昇し、労働力部門の利潤率 k が上昇する。 k が上昇すると穀物部門の利潤率 r は低下するので、どこかで両部門の利潤率は等しくなる。この $k=r$ という状況でGモデルが成立する。労働力需要が極めて旺盛なときには k は r を越えてさらに上昇するかもしれないが、 r の下限点($r=0$ ないし r =利率)があるので k にも上限がある。景気循環過程では、このように失業者ストックが存在しているときはIモデル、それが枯渇し完全雇用になるとGモデルに接近すると考えられる。この例は $k=0$ という賃金の最低水準から出発したが、一般商品の場合にも在庫ストックがあっても利潤率は0にならないように、失業が存在する時、労働力部門の利潤率は一般商品の利潤率よりは低いにせよ正の値をとると見るほうが現実的であろう。この場合Gモデルに一層近似的な事態が出現する。しかし、Gモデルは、景気循環過程のうちに近似的に成立する現象ではない。それは長期間にわたり進行する市場の内部化を理論的に延長し、資本主義の究極的な形態を描き出すものと考えべきである。

参考文献

- Becker, G., (1964→1993, 3rd.) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, With Special Reference to Education*, University of Chicago Press. (ゲーリー・ベッカー, 佐野陽子訳『人的資本－教育を中心とした理論的・実証的分析』東洋経済新報社, 1976)
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*, Basic Books (井上典夫訳『クリエイティブ資本論』ダイヤモンド社, 2008)
- (2005) *The Flight of the Creative Class*, Harper Business (井上典夫訳『クリエイティブ・クラスの世紀』ダイヤモンド社, 2007)
- Hicks, J. R. (1939) *Value and Capital: An Inquiry into Some Fundamental Principles of Economic Theory*. Clarendon Press. (J. R. ヒックス, 安井琢磨, 熊谷尚夫訳『価値と資本－経済理論の若干の基本原則に関する研究』上・下, 岩波書店, 1995年)
- (1969) *A Theory of Economic History*, Clarendon. (J. R. ヒックス, 新保博・渡辺文夫訳, 『経済史の理論』講談社学術文庫, 1995)
- Illich, I. *Shadow Work*, 1981 (玉野井芳郎他訳『シャドウワーク』岩波書店, 1982)
- Marx, K. (1859) *Kritik der Politischen Ökonomie*, Franz Duncker (カール・マルクス, 武田隆夫, 遠藤湘吉, 大内力, 加藤俊彦訳『経済学批判』岩波書店, 1956)
- (1867(I), 1885(II), 1894(III)=1962) *Das Kapital*, Bd. I, II, III: Marx-Engels Werke, Bd. 23, Dietz Verlag, (カール・マルクス, 資本論翻訳委員会訳『資本論』(1)～(13), 新日本出版社, 1982-89).
- Neumann, J. von (1945-46) “A Model of General Economic Equilibrium” *The Review of Economic Studies*, 13(1): 1-9
- Polanyi, K. (1944) *The Great Transformation, The Economic and Political Origin of Our Time*. Beacon Press (カール・ポランニー, 吉沢英成他訳『大転換』東洋経済新報社, 1975)
- Sraffa, P. (1960) *Production of Commodities by means of Commodities*, Cambridge University Press (ピエロ・スラッファ, 菱山泉・山下博訳『商品による商品の生産』有斐閣, 1962)
- 宇野弘蔵 (1973) 『宇野弘蔵著作集第2巻経済原論Ⅱ』岩波書店
- 置塩信夫 (1965) 『資本制経済の基礎理論』創文社
- 柴田敬 (1935) 『理論経済学 (上)』弘文堂書房
- 鈴木鴻一郎 (1960, 1962) 『経済学原理論上・下』東京大学出版会
- 酒井泰弘 (2010) 「経済システムの比較理論ヴェルナー・ゾンバルトとジョン・ヒックス」『彦根論叢』386: 94-116
- 西部忠 (1997a) 「労働力の外部商品化・内部商品化・一般商品化－「市場の内部化」による資本主義の進化－」『経理論学会年報』34: 143-64. 青木書店
- 西部忠 (1997b) 「互酬的交換と等価交換」『経済学研究』(北海道大学) 47(1): 25-42
- 森嶋通夫 (1994) 『思想としての近代経済学』岩波書店