

## 第7章 市場の内部化と知識経済化

西部 忠

はじめに

1970年代以降、先進諸国では、経済の中心が第二次産業からサービス・情報関連の第三次産業へとシフトし、第三次産業の雇用者数が過半数に達する「脱工業化」が急速に進んだ。とりわけ、経済のグローバリゼーションが喧伝されるようになった1990年代以降、「知識と情報の生産、配分、利用に直接的に基づく知識基盤経済 (knowledge-based economy)」(OECD [1996] p.7) が成立し、「知識が生産性や経済成長の駆動力であると認識され、経済的成果において知識、技術、学習が果たす役割に新たに関心が集まりつつある」(ibid., p.3)との認識が示された。実際、OECD諸国で、知識集約度の高いハイテク産業へのR&Dが増加し、高度な技能や専門知識を要する知識集約型労働に対する需要や人的資本投資が増大している。その反面、情報に関わる技能労働と単純労働の間の経済格差が拡大している。

アメリカでは、音楽家、芸術家、科学者、SEといった特殊技能や専門知識などの人的資本を持ち、比較的高い所得を得ている「創造階級 (creative class)」が労働人口の30%以上を占めるに至っており、彼らが新しい文化を形成しながら経済発展を牽引している (Florida[2002])。そして、9.11以降、異文化に対し寛容さを失いつつあるアメリカから、こうした創造階級が逃避しかねないとの懸念が表明されている (Florida[2005])。アメリカと同じく、日本やヨーロッパでも創造階級の台頭は都市部を中心に見られ、新たな階級問題を生み出しつつある。

本稿の目的は、「市場の内部化」過程が、このような知識経済化の現実傾向といかなる関係にあるのかを考察することにある。市場の内部化とは、共

共同体間で発生する流通形態が共同体を外部から単に形式的に包摂するに止まらず、それらの内部へと浸透して、そこにおける非市場的な社会経済関係を一旦分解した上で、社会的再生産を資本形式により再組織することで実質的包摂を果たす過程である。かつて著者は、労働力商品に関する外部商品化、内部商品化、一般商品化というモデルを使って資本主義市場経済の進化を説明した(西部[1997a])。本稿では、知識・情報の商品化について同様の考察を試みたい。情報財と物財の特性を比較考察することで、情報財の固有な特性が浮かび上がってくる。そこから、知識経済化における情報財の商品化の進展を考察し、最後に、市場の内部化とグローバリゼーションの関係を確認する。

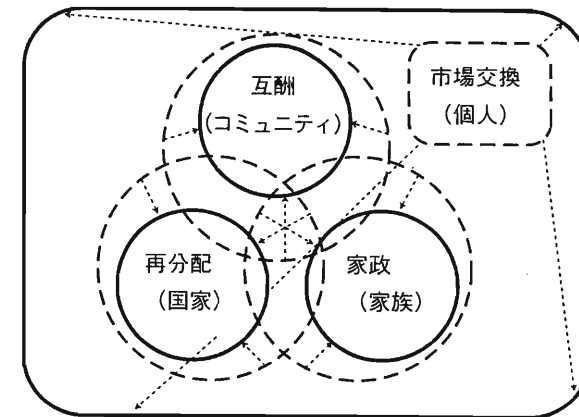
#### 1 4つの社会経済の統合様式とグローバリゼーション

市場社会は市場原理を中心にして経済調整が行われる。では、非市場社会はいかに経済的調整を行うのであろうか。

カール・ポランニーによれば、非市場的社会では人間の経済は経済制度のみならず宗教、政治、文化などの非経済的な社会制度に「埋め込まれて」いた。このため、経済と社会は分離できず、構造的な安定性と統合性を持っていたのである。そして、人間と自然の物質代謝過程を意味する、実体的(substantive)経済の再生産は「互酬(reciprocity)」、「再分配(redistribution)」、「交換(exchange)」、「家政(householding)」の4つの经济社会原理の組み合わせによって行われた。互酬、再分配、家政はそれぞれ対称的、中心的、自足的な人的パターンから形成される社会制度を前提とする(Polanyi[1944][1957])。

互酬は親族システムのような対称的で水平的な関係から成る「共同体」や「コミュニティ」の内部で機能する経済統合形態である。同様に、再分配は王と臣下のように中心がある階層的ないし権力的な関係を基盤とする「帝国」や「国家」の内部で、そして、家政は自他未分化な共存関係を含む「家族」や「家計」の内部で、機能する経済統合形態である。交換には、財の場所的、相互的移動のような物々交換(操作的交換)や規制された固定価格での交換(確定的交換)もあるが、本来の意味での市場交換とは、自由市場における変

(図1)グローバリゼーションにおける互酬・再分配・家族の縮退と拡張  
(点線と実線はグローバリゼーションの前後を表す)



動価格による交換(統合的交換)のことである。

ここでは、互酬、再分配、家政という经济社会原理に対応する制度的組織を「コミュニティ」、「国家」、「家族」で代表させよう。それぞれの原理の統合領域は互いにオーバーラップしており、この領域の和集合が非市場的経済社会を表している(図1)。こうした図式はあくまでも統合原理に対応する組織制度を純粹化して類型化したものにすぎない。

共同体間で発生する市場が実体的経済を変質・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ほかならない。われわれはグローバリゼーションをこうした「市場の内部化」の現れであると見る。(図1)は、グローバリゼーションを通じて、市場がその領域を拡大する一方、互酬(コミュニティ)、再分配(国家)、家政(家族)の非市場領域が縮退し、市場に覆い尽くされてしまう様子を表している。

#### 2 商品経済の「外来性」「浸透」と資本主義の「純粹化」

マルクスは、商品交換が共同体間で発生し、それが反射的に共同体の内部

にも浸透して、従来の共同体的関係を解体すると繰り返し指摘している。例えば、『資本論』では、「商品交換は、共同体の果てるところで、すなわち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共同生活でも商品になる」(K.I.S.102)と書いている。

宇野は、「商品、貨幣、資本の流通諸形態は、いずれもかかる外来的なるものの共同体内への浸透として展開されるのである」(宇野 [1973] 30頁)と述べ、商品、貨幣、資本という流通形態が社会的再生産の外部に発生・発展し、共同体内へ浸透すると認識している。そして、流通諸形態が「外来的なるもの」として実体的経済とは独立に展開していくことを、流通論の生産論への先行という体系的叙述の順序によって表現し、形態による実体の包摂における形態の「入れもの」性を強調したが、形態による実体の包摂のメカニズムについては論じていない。

鈴木は、「世界市場」の関係が、もともと、種々なる社会の基本的な生産関係の外部にあって、これらの社会にたいし外部的に関連するにすぎず、したがってその発展も、そういう外部的関連の、旧来の生産関係にたいする、外部からの滲透過程として現れざるを得ない」(鈴木[1960]4-5頁)と述べている。ここでは、「世界市場」が「旧来の生産関係」に対する「外部性」であると認識されてはいるものの、世界市場の内部に「生産基軸」として形成された資本主義的生産が実体的な規定性を持つという論点が強調されるのみで、「外部からの滲透過程」はやはり分析されていない。

このように、商品関係の「外来性」とその社会への「浸透」は分析対象というよりも、ある種の理論的公準であった。そして、それらと19世紀末における資本主義の「純粹化」傾向の逆転という歴史的事実を、三段階論の体系にどう位置づけるべきかが専ら問われてきた。その過程で、原理論は、19世紀英国の現実からの抽象である「純粹」状態にある資本主義の静態的・動態的な機構分析を与え、段階論は資本主義の純粹化とその逆転という歴史的過程を解明すると整理された。したがって、原理論の考察対象は、「純粹」資本主義システムの機構・運動・分化(価値・価格と所得分配の決定機構、資

本蓄積と景気循環の運動、信用機構の分化)であり、その「純粹化」の過程ではないとされたのである。

しかし、グローバリゼーションの中で資本主義経済が示す市場の外延的拡大と内包的深化の傾向と、そこで発揮される自己活性力を説明するためには、形態の実体に対する先行性や任意性を意味する「外来性」だけでなく、「外来的」商品関係が旧来社会へ「浸透」した結果として資本主義市場経済を生成させ、「純粹化」をもたらした、市場の自己組織化性と能動性を明らかにしなければならない。

### 3 市場の内部化——3つの商品化と労働力商品化をめぐる3つの資本主義

われわれは、商品関係から派生する市場が非市場社会の内部へ侵入し、経済を統合するために自己組織化する過程を「市場の内部化」と呼び、そのメカニズムを分析した(西部[1996] [1997a] [2000])。それによれば、市場は、コミュニティや帝国などの非市場社会の間に発生し、それが拡大、発展するにつれて次第にそうした社会の深奥へと浸透しながら、その内部における旧来の生産関係(例えば封建制)や生活形態(家族)を解体し、資本がそれらを市場経済社会として再組織化していく。また、労働力商品化を契機として成立する資本主義市場経済も労働力商品化のパターンに応じて進化する性質を持つ。

ここで、「市場の内部化」について簡単に振り返っておく。「内部化」過程は市場の外延的拡大ではなく、その内包的深化を意味しており、経済統合度が上昇していく3つ商品化のパターン、Ⅰ)外部商品化、Ⅱ)内部商品化、Ⅲ)一般商品化としてモデル化される。ここで「経済統合度」とは、商品関係ないし市場が実在的経済の再生産を統合する強さ、「形態による実体の包摂」の度合を表すだけであるので、3パターンは現実が必ずしもこの順序で進行することを含意するものではない。また、商品関係の「浸透」は、一般財が商品へと変転し、さらなる「商品化」の進行に伴って経済統合度が上昇することに他ならない。そしてこれら3つのパターンを前提として、Ⅳ)

(表1) 市場の内部化のタイプ

	市場の内部化のタイプ	生産の目的
I	外部商品化	一般財の消費目的生産
II	内部商品化	一般財の貨幣目的生産
III	一般商品化	一般財の利潤目的生産
IV	資本主義市場経済	一般財の利潤目的生産 + 労働力の外部商品化

資本主義市場経済が生成する(表1)。

まず、I) 外部商品化とは、非市場社会間において市場関係が発生し、拡大する過程であり、自己消費ないし共同消費のために生産された一般財(G)が貨幣(M)により売買される商品(C)になる過程である。これを記号で書けば、 $G \rightarrow C - M - C'$ となるが、ここで「 $\rightarrow$ 」はGが市場に持ち出されて売買対象たるCに「なる」こと、すなわち「商品化」を表す。「売買」といっても、市場における当事者間交渉で決まる変動価格によるものだけが経済主体間の対立的な競争関係を生み出す。また、商人資本( $M - C - M'$ )による「安く買って高く売る」裁定取引が局地的市場を世界市場へと統合する結果として、商品化の外延的拡大が進み、労働の分業(産業の分化、職業の専門化)とそれに伴う知識の分業が発達する。カール・ポランニーの「擬制商品」(Polanyi [1944])とは、非市場社会で生産されない労働、土地、貨幣が市場での取引対象になる事態を指しているもので、それは「外部商品化」に相当する。

II) 内部商品化とは、非市場社会間に発生した商品関係(市場関係)が非市場社会内部へと反射し、浸透することである。まず、「交換のための生産」が成長し、独立小生産者や職人が登場する。彼らがたとえ生産費に一定のマージンを載せて販売するにしても、それは飽くなき利潤追求を目的とする生産活動ではない。だが、非市場社会内部の一般財が商品になって変動価格で売買され、商人資本が裁定取引を繰り返すと、各商品の価格に一定の幅を持つ相場が形成され、かなりルーズにだが等価性が成立する<sup>2)</sup>。市場による共

同体の侵食とは、この緩やかな等価原理による共同体内の互酬原理(等価も不等価もない財の互酬的交換による)の破壊を意味する。こうして、非市場的社会の互酬、再分配、自給自足の関係が競争的な市場交換に取って代わられる。

III) 一般商品化とは、利潤獲得を目的にして他人のための使用価値を生産し交換する「利潤のための生産」を意味する。効率性を上げるため、生産は組織化、集中化されるが、労働者を雇用しないので、家内制手工業ないし問屋制家内工業のレベルに止まる。土農工商やカーストなど非市場社会的分業は解体され、市場内分業に置換され、労働と知識の分化・特化がさらに動態的に行われるようになる。匿名的な経済主体がキャッシュ・ネクスで結ばれるようになると、非市場社会の境界は消滅する。

最後に、IV) 資本主義市場経済は、上で見た、市場の内部化の3つのタイプ、すなわち外部商品化、内部商品化、一般商品化の展開を前提として、一般財の一般商品化と、労働力の外部商品化(共同体的な紐帯・保護と生産手段から分離された、二重の意味で自由な賃金労働者の群生)が結合することによって生成する。そこでは、すべての生産要素が商品化されて貨幣タームで費用計算できるようになり、その結果として、「利潤のための商品による商品の生産」が実現する。産業資本は労働力と生産手段を雇用して利潤を目的に商品を生産する。

あたかも「個体発生が系統発生を繰り返す」ごとく、資本主義経済では一般財だけでなく労働力についても、外部商品化、内部商品化、一般商品化という3パターンを再度繰り返しながら、市場の内包的深化が進む。このような市場の内部化という傾向性を通じて、資本主義市場経済は3パターンを示す(表2)。労働力は利潤を含まない「単純商品」から、利潤のための生産であるかのような「(擬似)資本主義的商品」へと変容する。

商品化の内包的深化によって自給自足を基本原則とする家族共同体が解体して、生活のほとんどが商品関係へと変容してしまうと、いわゆる「個族」が発生する。私的空間にこだわる若者が増える一方、超高齢社会とともに独居老人が増え、世帯は家族単位から個人単位になっている。そして、核家族

(表2) 資本主義市場経済のタイプ

	資本主義市場経済のタイプ	生産の目的
A	労働力外部商品化 資本主義市場経済	一般財の利潤目的生産 + 労働力の消費目的生産
B	労働力内部商品化 資本主義市場経済	一般財の利潤目的生産 + 労働力の貨幣目的生産
C	労働力一般商品化 資本主義市場経済	一般財の利潤目的生産 + 労働力の利潤目的生産

内部でも、家事・育児など無償の家事労働（シャドーワーク）が機会費用と認識され、貨幣所得によって購入する各種の家電製品や有償サービスが家事労働を代替していくことによって労働力生産が貨幣目的化していく。これがB) 労働力内部商品化である。さらに、人々が教育、職業訓練、熟練形成、健康増進等を人的資本形成と考えるようになれば、C) 労働力一般商品化資本主義市場経済が成立する。「はじめに」で見た、近年の先進諸国における「創造階級」の台頭は既に、こうしたタイプの資本主義が成立しつつあることの一つの証左なのである。

#### 4 情報財と物財の特性比較

さて、ここで、知識・情報の商品化について考察するために、情報財と物財の特性上の違いを見てみよう。

物財の新技术・新製品開発は、当初、発明家や資本家が個人的な才能や創造性、時間や労力を費やして行うものなので、開発費用の計算は困難である。しかし、開発が偶々成功して製品の販売予想が膨らめば、やがて企業が開発を組織的に担当するので、開発費用はより明確に計算される。情報財についても事情は変わらない。ただし、情報財では執筆やプログラミング（校正やバグとりを含む）が「開発」であり、印刷・複製が「生産」に相当する。

情報財が物財と異なるのは次の3点である。

第1に、情報財はひとたび開発されれば、減耗・腐朽せず半永久的に利用

可能である。情報の記録媒体が物理的に摩耗することはあっても、情報自体は劣化しない。この点で、情報財は、物理的償却期間が長い固定資本や耐久財に似ているが、その期間は半永久的である。

そもそも知識とは、その客観的・受動的な「存在」である情報やデータのみならず、人間の主観的・能動的な精神「活動」をも含む、一般的概念である。後者の形態において知識は、個人の身体や人格の中にストックとして体化されている。それは実践的活動において活性化されて開発や生産を可能にし、それを通じて身体内でストックとして再生産される。したがって、この意味での知識は、主体的な肉体・精神活動である「労働」によって生産される「労働生産物」であるだけではなく、物的生産物と同時に生産される「結合生産物」であり、固定資本のように蓄積可能である。

フォン・ノイマンやスラッファは、技術を体化した固定資本が生産過程で利用されるごとに一期古い固定資本として結合生産されると考えた（von Neumann [1945], Sraffa [1960] chp.10）。ここで、われわれは知識を固定資本に類似するものと見なしている。しかし、有限な物理的償却期間を持つ固定資本とは異なり、知識は半永久的な耐用期間を持つので、それが結合的に再生産される限りは減耗しない。ただし、物財は物理的劣化とは別に、効率性、性能、デザイン等で優れた別の商品が開発されれば、経済的に陳腐化してしまう。これはマルクスのいう「無形の損耗」（K.I, S.426）に他ならない。情報財の場合、一方における頻繁なバージョンアップとイノベーション、他方における移ろいやすい流行や人気のせいで、この経済的陳腐化の程度は物財よりも著しい。

第2に、現代の情報通信技術が複製・流通コストを急激に低下させたため、物財と比較して、情報財における生産費用（複製費用）の開発費用に対する割合はずっと低くなった。よって、平均単位費用（費用価格）のほとんどが開発費用である。つまり、その価格形成において生産（複製）のための直接費よりも開発のための間接費が圧倒的に大きな割合を占めている。情報財では、販売数量が増加するにつれて平均単位費用が急速に通減するので、定価販売時の利潤は増大する。このため、情報財では、巨大マーケットやヒット

商品を目指す開発競争が激化する。

第3に、低廉な複製・流通コストのおかげで、同一の情報財（のコピー）を同時に多数の人間やコンピュータが所有し利用することができる。コンピュータ・ソフトウェアから、音楽、写真、映像、文字情報に至るまで、情報財の多くはCD、DVD、HDD、フラッシュメモリーなどの記録媒体に低コストでコピーできるし、ブロードバンド経由のインターネットでは情報の高速大量伝送ができるので、多数の人間、理論的には現在から未来にかけて地球に住むすべての人間が同一の情報財（のコピー）を同時に共有・共用することが可能である。

個人がある財の便益を享受しても、他人が同時にその便益を享受することができる時、それは「非競争性」を持ち、財の便益を享受する個人から対価を徴収することが困難である時、それは「非排除性」を持つという。複製・流通が容易という条件の下では、情報は非競争的かつ非排除的である<sup>3)</sup>。こうした情報財を商品化するには情報財に対して排除性を人工的に付与しなければならない。まず、国家が著作権（コピーライト）を保護し、無断複製を法的に禁止する必要がある。しかし、それだけでは違法コピーを防ぐことはできない。複製・流通から防御するために様々なコピーガードが開発されているけれども、それを解除する技術も次々に開発されるので、「いちごっこ」でしかない。

このため、著作権（コピーライト）やコピーガードにより情報財の私的所有権を保護するよりは、より自由に情報を共有するほうが社会的に望ましいと考える人々の間でコピーレフト運動が広がっている。新しいソフトウェアの実行・複製・改変を自由に行うことを許すGPL（General Public License:一般公衆利用許諾契約書）に基づいたフリーソフトウェアやオープンソースソフトウェアの開発・提供が数多くなされ、ライセンスを選択して情報財を公開・共有できるようにしたクリエイティブ・コモンズがその利用者を増やしている。

しかし、情報には言語や文化などフォーマットの違いがあり、また、人間には時間の有限性と情報の収集、認知、理解の限界があるので、無限の情報

財を享受することは事実上不可能であることに留意しなければならない。情報財はその受け手が置かれている時間や空間、その人が属する文化、社会、コミュニティ、その人の持っている価値や関心といった、種々の局所的環境条件により自ずと選別される。これは物財にもある程度当てまらるが、情報財ほどではない。情報財の市場拡大はこうした条件により強く制約を受けている。

物財の生産費は相対的に高いので、規模の経済によっても価格はそれほど下がらない。このため需要側に予算制約がかかり、貨幣的な有効需要原理が働く。他方、情報財の複製費用は低いので、大量安価な供給が可能だが、需要側で時間・認知能力の制約、社会的・文化的選別フィルタがかかるので、認知的な有効需要原理が働く。情報財の市場は、文化、社会、コミュニティの磁場から完全に逃れることはできないので、その高い開発費用を広範にカバーできるほどには情報財の販売数量は伸びず、価格も低下しない。

資本主義的生産様式は、単純労働によって補助された巨大固定資本であるベルトコンベア工場に象徴されるように、製品のモジュール化、部品の規格化、作業の標準化を進め、人間自身を機械の一部として組み込みながら自動生産を目指すような冷徹な合理性を内蔵している。こうした巨大固定資本に関する新技術や新製品の開発者には様々な経験・技能・判断力が要求されるが、彼ら／彼女らが開発活動に継続的に従事することで、そうした知識が結合生産物としてその身体内に再生産され、人的資本として蓄積される。

情報財の生産の場合も、物財と同じように、単純労働による自動生産化の補完と、自動生産化を可能にする情報に関する人的資本析出のメカニズムが存在する。高付加価値の情報財を創造する能力を持った人々は、いわば知識・情報が体化された人的資本を所有する「創造階級」を形成する。その一方で、人的資本を持たない人々は、コンピュータ・プログラムでは簡単に実行できないが人間にとっては比較的単純な作業、例えば、状況把握、データ収集・入力、人物認証、電話での応答を低賃金請負労働で行う。こうした単純精神労働者が大量に生み出されると、「知識基盤社会」における新たな階級分化が発生する。

## 5 情報財の商品化の進展

主要な生産財と消費財がともに物財である「物財基盤社会」では、生産技術、製品意匠、商標などが知識・情報である。そこでは、ある個人や企業が新技術や新製品を開発・発明すれば、特許権（パテント）や意匠権・商標権により一定期間だけ排他的独占権を与えられる。その間、生産性やコスト、品質やデザインの差異に基づく超過利潤を得るか、もしくは、特許使用量、意匠・商標使用料を得て模倣を許すことになる。

こうした知識・情報の開発目的は、それを直接販売することではなく、生産技術や商品意匠を生産的に利用（消費）することで生産される物財を商品として販売することである。そうした知識・情報の独占を法的権利により認められた場合に限り、超過利潤や使用料を得る。さらに、特許権や意匠権の売買を斡旋したり、自ら売買して差益を得たりする専門的仲介業者や商人が発生する。これが情報財の外部商品化である。

やがて、企業は新技術・新商品の自社開発費用と他企業の技術・商品の模倣費用（特許使用料や意匠使用料等を含む）を比較し、有利な方を選択するようになる。そうして自社開発に伴う無駄や無計画性が排除され、新技術・新意匠の開発費用が企業内部でも費用価格の計算に反映されるようになる。こうして情報財の内部商品化が生じる。

さらに、企業によるR&Dのアウトソーシングが増え、専門的な技術開発のコンサルティング会社や製品のデザイン会社が生まれてくれば、技術の発明・開発、設計に関わる情報財を他企業へ利潤目的で販売する企業が派生してくる。これは、情報財の一般商品化に相当する。

このように、「物財基盤社会」では、工業製品技術や意匠、商標といった情報財の「開発」に関わる商品化が進展する。「知識基盤社会」における情報財の商品化の進展も、基本的には「物財基盤社会」における情報財の商品化と同様のパターンをたどる。ただし、それが生産財や消費財の開発全般において全面化するのである。そして、個人情報、信用情報、生体情報、遺伝情報、気象情報など各種情報財が商品化されるようになる。

無償配布されていたフリーソフトが有料化されると、情報財の外部商品化が生じる。すると、こうしたフリーソフトを利用して自分でプログラムを書いていた個人も使用料を支払わなくてはならなくなる。その結果、自己が開発してきたフリーソフトの費用価格もプラスになり、その有料化が不可避になる。これが情報財の内部商品化である。さらに、利潤を目的とするマイクロソフトのような大手ソフト会社がWindows OSだけでなく、その上で動くアプリケーションをパッケージ化して大量販売すると、情報財の一般商品化が成立する。こうして、マイクロソフトがソフト市場を支配するようになると、他のOSを使うことが、他のユーザーとの互換性、アプリケーションの種類などの点で著しく不利になるので、誰もがWindowsを利用せざるを得なくなる。こうしたロックイン効果により「事実上の標準」が確立する。このような「ネットワーク外部性」のせいで、情報財市場は市場の独占化が急速に進みやすい。独占化による情報財の大量販売は平均費用を引き下げ、純利益率を高めるため、独占的企業はさらに巨大化する傾向がある。

まとめ——汎通的傾向としての「市場の内部化」

第3節で説明した「市場の内部化」論の意義は二つある。

まず、それは、商品化の進展を駆動する動因（agency）が資本形式であること、しかし、資本が動因となるためには人間の欲望、意識、行為を媒介にする必要があることを示した。生物学者ドーキンスは、生命情報を伝達する遺伝子とのアナロジーで、人間が模倣を通じて文化情報を伝搬する単位として「ミーム（meme）＝模倣子」を考えた。今この比喩を使えば、資本は「ミーム（meme）」に、人間はそれを運搬する「乗り物（vehicle）」に相当する（Dawkins [1976]）。市場の内部化を通じて、資本の乗り物である人間が、利己心と等価意識を持つ独立した自由な人格として生成し、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。

第2に、「市場の内部化」論は、市場経済が社会、文化、制度などの非市場的要因によってのみならず、市場の形態形成を意味する商品化のパターンに応じて多様性を示すこと、そして、資本主義市場経済は市場経済の特殊な

一形式として分岐的に生成し、自己組織的に分化・発展する動態的特性を内蔵していることを明らかにしている。

伊藤は、19世紀末以降の資本主義経済の非純粋化という歴史的傾向が、1970年代以降の大不況の過程で逆転され、自由主義段階ないし重商主義段階におけるような資本主義の自立性の回復、再活性化が生じていると考え、それを「逆流する資本主義」と呼んだ（伊藤 [1970] 14頁）。ここで伊藤が「逆流」というのは、19世紀末以降の列強諸国と植民地への分極化が資本主義の「部分性」を示すものと一般に理解されてきたからである。

すでに見たように、1990年代以降の「グローバリゼーション」の深部で進行してきたのは、市場の空間的拡張と非市場領域への市場の浸潤である。それは1970年代から徐々に進行してきたものが、特に1990年代に明確な形で現れてきたものである。一層大きく見れば、市場の内部化の傾向は資本主義市場経済が確立してから現在に至るまで、その間に商品化が停滞する時期（19世紀末以降の帝国主義段階）や、市場を計画に置き換えることにより商品化が後退した時期（第一次大戦以降の社会主義計画経済の群生）があったとはいえ、持続的に存在してきたのではないか。「市場の内部化」が観察しにくい時期があったのは、それに対する様々な阻害要因があったためであり、そうした傾向が存在しなかったからではない。とすれば、1970年代以降の動きは「逆流」というよりも、むしろ海上の潮流や乱流から影響を受けずに海底を流れ続ける深層海流に沿った「順流」であると言えよう。また、「グローバリゼーション」は、社会的、制度的、技術的な諸条件が偶然的に揃ったために、「市場の内部化」が観察しやすい現象として現れてきたものである。

空气中を落下する木の葉は、空気抵抗により大きく揺らいで空中を旋回したり、風に吹かれることで時に上昇したりしながら、時間をかけて地上へ舞い落ちる。ところが、真空中では木の葉も岩石と同じく垂直に自由落下する。「重力」は空气中であろうが真空中であろうが、常に存在し作用し続けている。しかし、物体の落下運動は落下物の空気抵抗などの性質、空気濃度、風の方角・強度など様々な条件に依存するため、空气中の木の葉の落下では「重力」の存在と作用は明確には現れないのである。

「市場の内部化」も、「重力」のような普遍法則的な力もしくは傾向として実在し、物体の落下に相当する商品化の外延的拡大・内包的深化という目に見える現象を引き起こす。市場は、単なる受動的な価格メカニズムや価格計算機械ではなく、生命体のように能動的な自己組織化原理を備えており、資本は、資本主義市場経済の分化・成長・進化を引き起こす動因（agency）であると捉えることで初めて、資本主義の本性的なダイナミズムを理解することができる。グローバル資本主義は、土地、資金、資本の「一般商品化」（擬制資本化）を完了し、今や部分的にせよ、労働力について「一般商品化」（擬制資本化）を進めつつあるだけでなく、知識経済化の中で市場は人間のより内部へ浸潤しながら、情報財の商品化を推進している。

#### 註

- 1) 市場の外來性・外部性という見方がはたして歴史的に正しいかどうかも重要な論点である。特に、資本主義経済は国内市場の展開から内発的に生成したのか、それとも、世界市場の発展をうけて外発的に生成したのかが問われる。内生的な市場生成を説いたアダム・スミスですら、外発的市場の初発的牽引力によって資本主義的な分業のダイナミズム（市場内分業と工場内分業の双方向的因果関係による生産性の上昇）が駆動したと考えていた（西部 [2001]）。
- 2) 等価性とは比較可能性のことである。数学的には、同一性・反射性・推移性を満たす二項関係としての同値関係を意味する。これが厳密に成立するといわゆる「一物一価」の状態が成立するので、商人資本的な売買差益が消えてしまう。等価原理と互酬の関係については、西部 [1994b] を見よ。
- 3) しかし、情報を知ること何らかの利益を得られるが、多くの人がそれを知れば競合が生じて利益が減少してしまう場合、それは「競合財」になる。例えば、相場より割安な商品（金融商品、不動産を含む）の情報やおいしいそば屋の情報などがそれに当たる。

#### 参考文献

- Dawkins, R. [1976] *The Selfish Gene*, Oxford University Press. (日高敏隆他訳『利己的遺伝子』紀伊國屋書店, 1991年)
- Florida, R. [2002] *The Rise of the Creative Class*, Basic books



- Florida, R., [2005] *The Flight Of The Creative Class: The New Global Competition for Talent*, Harper Collins books.
- OECD [1996] *The Knowledge-Based Economy*, General Distribution (96) 102.
- Polanyi, K., [1944] *The Great Transformation*, Beacon Press (吉沢英成他訳『大転換』東洋経済新報社, 1975年)
- Polanyi, K., [1957] "The Economy as Instituted Process," in Polanyi et al. (ed), *Trade and Market in the Early Empires*, The Free Press (「制度化された過程としての経済」『経済の文明史』玉野井芳郎・平野健一郎編訳, 日本経済新聞社, 1975年所収)
- Sraffa, P., [1960] *Production of Commodities by means of Commodities*, Cambridge University Press. (菱山泉・山下博訳『商品による商品の生産』有斐閣, 1962年)
- von Neumann, J., [1945] "A Model of General Economic Equilibrium," *Review of Economic Studies*, Vol.13, pp.1-9.
- 伊藤誠 [1990] 『逆流する資本主義』東洋経済新報社
- 宇野弘蔵 [1973] 『宇野弘蔵著作集第2巻 経済原論II』岩波書店
- 鈴木鴻一郎 [1960] 『経済学原理論 上』東京大学出版会
- 西部忠 [1996] 「補論 自己組織的な市場像」『市場像の系譜学』東洋経済新報社
- 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—」『経済理論学会年報』第34集青木書店
- 西部忠 [1997b] 「互酬的交換と等価交換」『経済学研究』(北海道大学) 第47卷  
第1号
- 西部忠 [2000] 「グローバリゼーションと地域通貨」『アソシエ』No.4
- 西部忠 [2001] 「分業の動態的メカニズム—スミス『国富論』冒頭4章の再検討  
—」伊藤誠編『資本主義経済の機構と変動』御茶の水書房

## II 信用と恐慌