

2011年度 政治経済学

小倉利丸

ogura@eco.u-toyama.ac.jp *

2012年1月19日

13 社会的再生産

13.1 概観

個々の資本の再生産の条件と社会全体の再生産の条件は同じではない。今回はこの点について述べる。社会全体の再生産にとって、重要な観点は二つある。ひとつは、「社会」というまとまりは制度だけでなく、人々が日常生活を通じてある種の同一のアイデンティティを構築することにある。このアイデンティティの再生産は、市場経済では生活手段に用いられる商品の供給を通じて達成される。以下では、資本主義社会のアイデンティティの基礎に「経済成長」イデオロギーがあることを中心に、イデオロギーの再生産としてごく概略を述べる。

もう一つは、モノの再生産である。個々の資本が相互に利潤を求めて競争しながらどのような条件によって社会全体の再生産がたせられるのかについて述べる。その際、市場だけでは社会の再生産には限界があり、シャドウワークの果たす役割と国家の役割の必要性を論じる。

13.2 個別資本の再生産とイデオロギー作用

これまで、個々の資本が繰り返し投資を行う上での条件について述べてきた。この個別資本の投資活動が市場における取引を通じて複雑に絡み合いながら、社会全体の再生産が達成されることになる。

個々の資本の再生産は次のようなことを意味していた。

商品 $W \rightarrow$ 生産された商品 W'

貨幣 $G \rightarrow$ 売上で得た貨幣 G'

<労働力> A

生産手段 P_m

生産過程 $-P-$

貨幣を<労働力>と生産手段（機械や原料）に投資して商品を生産する産業資本は次のようなプロセスをとる。

* 携帯 070-5553-5495

$$G \rightarrow (A + P_m) - P - W' \rightarrow G' \cdot G \rightarrow (A + P_m) - P - W' \rightarrow G' \cdot G \rightarrow (A + P_m) - P - W' \rightarrow G'$$

個々の資本は、取得した利潤の一部であれ新たに投資へ回せば、投資規模は拡大される。個々の資本にとっては、この再生産＝資本蓄積に必要な生産手段や＜労働力＞が市場によって供給され、自らが生産した商品が市場で販売されれば、それが再生産を維持することになる。個々の資本の動機は、最大限の利潤を獲得することであり、この関心からのみ市場の状況や一国の経済および世界経済の状況に関心をもつ。しかし、どの資本も、一国の経済と世界規模の経済がどのような条件のもとにあればもっとも安定した経済的な構造を実現できるのかを知っているわけではない。個々の資本にとっては、自己の利害に関わる限りで、経済全体の状況がわかればそれでよい。だから、上記でのべたように、自己の資本の再生産にもっとも関わりのある市場の動向や、競争相手となる資本の動向には大きな関心を持つが、自己の資本としての活動が、経済の本質的な役割である人々の生存を維持する条件を実現できているかそうかと、自己の生産する商品が、人々の生存の維持にどのように貢献しているのか、といった経済全体に関わるシステムの構造としての役割（機能）には無頓着である。

企業の社会的責任（CSR）という考え方が登場するのは、ごく最近のことだが、こうした CSR のような考え方は、ある意味で、個々の資本が経済全体が果たすべき機能に対して個々の資本が担うべき役割との関連に無関心ではいられないような状況が生まれつつある結果のようにみえる。しかし、これは、以下で述べるような社会的再生産への理解とは異なるものでもある。CSR に限らず資本が社会全体に関心を寄せるきっかけは、直接的な「人々の生存」の問題への関心ではなく、国家の政策的な動向や政治情勢への関心に媒介されている場合が一般的だといえる。CSR といった概念が登場し、ある種の普及をみせるようになった背景には、地球の温暖化（気候変動）のような課題に対して個々の資本の投資行動や商品の使用価値機能が問われる（生産と流通過程における二酸化炭素排出量の削減、生産された商品の機能に低炭素機能を組み込むことなど）国際関係の存在があり、これに各国の政府が取り組むという枠組みが存在したからだ。こうした世界的な関心が人々の関心ともなり、人々が市場で商品を選択する時の条件の一つになればなるほど、資本は気候変動に関心をもち、気候変動に貢献するような投資行動をとることが利潤の確保につながると判断することになるだろう。資本が商品の使用価値を「情報」として消費者に伝える場合（公告がその典型だろう）、気候変動への対応を強調することで消費者の支持を得ようとするだろうが、同時に、こうした市場の情報が人々の意識を形成することにもなる。

CSR などという概念がなかった時代から、資本が社会全体に対して、自己の利害との関連で関心を持ってきた。労働過程で説明したように、労働時間の法的規制は、資本にとっての関心の中心にあったし、戦争のような国家間の紛争と対立がもたらす軍需や戦争への協力のような場合（20 世紀前半の二度にわたる世界戦争は、個々の資本による国家への協力の構造を形成した）個々の資本は国家への関心を要求されることになる。平時であれば、経済成長への国家の経済政策に個々の資本は大きな関心をもち、経済政策を投資にとって有利な環境として利用しようとする。商品の使用価値のなかには、単に個々の買い手（消費者）の私的な生活のための便宜に貢献するだけでなく、「豊かさ」の観念や国益への貢献といったイメージと結びつけて、商品の使用価値の社会的有用性をアピールする側面がある。「この商品を買うことは、あなたの生活を豊かにするだけでなく、社会や国家に貢献することにもなる」というメッセージである。こうした商品の使用価値の側面を商品のイデオロギー作用と呼ぶことができる。したがって、資本が生産する商品とは、生産過程を通じた「物」の生産で完結するわけではない。流通過程を通じて、商品が消費者と接する場所で、商品の使用価値の「意味」が形成される。広告はわかりやすい例だが、売り手と買い手のコミュニケーションや店舗のレイアウトやデザインなども重要な使用価値の「意味」の生成作用をもつ。市場経済が経済の支配的な構造をなす資本主義社会では、社会（国家）のイメージ形成に果たす市場の役割は極めて大きい。

個々の資本の行動や個々の資本が生み出す商品がまとうイデオロギー的な機能がどのようなものであれ、あるいは、戦時体制なのか平時なのかというその邦あ置かれている状況の違いがどうあれ、資本と国家の基本的な関心は、「経済成長」にある。近代社会の戦争は、主として経済をめぐる戦争であった。資本主義の成立期から 20 世紀前半までは、植民地の獲得と資源と市場の販路の獲得とは不可分であり、20 世紀後半の冷戦は、資本主義と社会主義という二つの異なる体制のなかで相互に相手の支配圏を自己の支配圏に組み込むための闘争だった。そして 20 世紀末以降、ポスト冷戦（社会主義圏の解体）によって資本主義圏の大幅な拡大をもたらした。こうした長期の趨勢を支えてきたのは「経済成長」であるが、これは資本主義に固有の動機であり制度維持の極めて特殊な性質である。経済成長が経済の基本的に担うべき制度的責任（＝人々の生存を維持すること）を果たすことができるのかどうかについては、YES ともいえるし NO ともいえるので、成長というメカニズムは経済の基本的な果たすべき役割を果たす唯一の条件でもなければ、人類史に共通する人類の経済の本質とみなすこともできない。にもかかわらず経済成長にもっとも高い価値観が与えられているのは、資本主義のイデオロギー作用によるものだと考えるのが妥当であろう。

しかし、ここで注意しなければならないのは、こうした使用価値のイデオロギー作用と以下で述べる社会の再生産の条件とは直接の関わりはない、という点である。

13.2.1 資本主義経済の再生産条件

マルクスは『資本論』第 2 巻で資本主義経済全体が継続的に維持再生産される条件について詳細な分析を行っている。なかでも「再生産表式」と呼ばれる分析は、その後の経済学の分析に大きな影響を与えた。このマルクスの再生産表式の基本的な考え方を以下、非常に単純化されたモデルで説明したい。

個々の資本がどのような動機をもとうが、国家がどのように経済を国益に利用しようが、これらのことと相対的に別のこととして、経済は以下のような条件を満たさないと社会そのものの維持は不可能になる。

- 個々の資本が必要とする生産手段（機械や原料）が常に市場で供給されていること。
- 個々の資本が必要とする＜労働力＞が労働市場で常に供給されていること。
- 労働者は賃金で生活に必要な生活手段を市場で常に調達できること。

市場経済は、上記の条件を、物と人の需給関係として実現しなければならないが、市場経済は、物々交換の経済ではなく、価格を媒介とした商品交換の経済だから、価格関係を通じて上記の三つの条件が満たされなければならない。同時に、経済は人間の労働によるから、労働がこれら三つの条件を満たすような関係となっていなければならない。

たとえば、社会全体の資本を二つの基本的な部門、生産手段（機械や原料）を生産する部門と生活手段（労働者と資本家の生活で消費されるモノ）に分類できるとしよう。この分類は資本単位の分類ではなく、生産された商品の使用目的に基づく分類である。自動車が、会社の営業や運送で使われれば生産手段部門に、労働者が通勤や私生活で使うなら生活手段部門に分類する、ということである。あるいは、ジャガイモがレストランで客に出す料理の食材になるなら生産手段部門に、家庭で家族の食事に出されるなら生活手段に分類する。

上記の場合、次のような条件が社会全体で満たされなければならない。ただし、ここでは、単純再生産を前提としよう。（利潤はすべて消費され投資に回されない）

- 生産手段部門は、生産手段部門を維持するための生産手段と生活手段部門を維持するための生産手段を供給できなければならない。
- 生活手段部門は、生活手段部門で働く労働者と資本家の生活手段と生産手段部門で働く労働者と資本家

の生活手段を供給できなければならない。

- 上記の二つの条件は、生産手段と生活手段の二つの部門の間で、生産手段部門で働く労働者と資本家が必要とする生活手段と生活手段部門が必要とする生産手段とが市場において相互に交換可能な価格関係が成り立っていなければならない。

上記の三つの条件のうち三番目の条件は直感的には理解しがたいが、それほど難しいことではない。生産された商品が市場で販売されて再生産を維持するには売上は、生産手段と＜労働力＞を調達し、資本家に利潤を獲得させることになるという基本的な再生産の条件を思い起こせば、三番目の条件がどのように導かれるかは理解できると思う。

市場経済は、この物的な社会的再生産を可能にするように価格メカニズムを作動させ、＜労働力＞を社会全体の資本に配分する。このようなメカニズムを資本も国家も直接は意識しないし目的にもしないから、現実の市場経済はこの条件を一分の狂いもなく実現するのではなく、資本相互の競争や国家の国益にもとづく経済政策を通じて、様々な摩擦を伴いながら、全体の傾向としてこうした条件を満たすように機能するはずだ、ということである。

13.2.2 シャドウワークと国家の役割

市場経済だけでは、上記のような社会的再生産のメカニズムは完結しない。それは、主として次の点に関わる。

- ＜労働力＞の日常的・世代的再生産は、資本の運動の外部で、主として家族システムに支えられる。日常的な＜労働力＞の再生産は、この市場の外部でおこなわれる労働（シャドウワーク）が必須条件である。
- 人々を＜労働力＞としての社会的機能を備えた人格へと形成する上で、公教育は必須の前提条件をなす。教育は国家の役割であり、この意味で市場は＜労働力＞の世代的再生産を自ら担う機能をもたない。同様に、労働市場からリタイアした高齢者の生存を支える機能は市場にはなく、市場の外部の労働に委ねられる。
- 失業者は、単に職に就けていないというだけではなく、＜労働市場＞における＜労働力＞供給源でもあるから、かれらの生存を保証することは、市場経済にとって必須であるが、市場経済のメカニズムの内には失業人口を維持するメカニズムはない。

市場は人間を＜労働力＞あるいは消費者としてしか見ることができない。しかし、人間はこうした役割を人間の本質として持っているわけではないし、これらのカテゴリーに含めることができない多くの人々がいる。市場経済は、こうした市場のカテゴリーの外部にある人間を差別化してしまうことがある。高齢者や障害者を労働に適さない人間とみなして労働できる人々よりも劣る存在だとみなす価値観は市場経済が生み出したものだといっている。こうした価値観が所得の格差を伴って現実の生存の危機をこうした人々にもたらす。経済が生存の経済であるためには、市場経済のこうした限界と差別の構造をきちんと理解して、このような市場経済の負の側面を抑え込む市場外のシステムを構築することが不可欠である。