

国際グリーンマーケティング by 商業資本家 (I)

齋 藤 實 男

ABSTRACT

In this paper, “International Green Marketing by a Commercial Capitalist,” we ask questions as follows:

What is a commercial capitalist’s real character ?

How shall the character be changed by another change from hard gap to soft gap through another change of the industrial structure resulted from IT (Information Technology) revolution, globalization and the change of the Earth environment, particularly climate change, global warming effect ?

The commercial capitalist’s real character is his/her profit-oriented mind based on a capital circulation, Money → Commodity → Money’ related with the first important thing, commodity value in exchange and the added thing, commodity value in use. Such a character becomes the stronger in the commodity market becoming the more open, where there is a value gap between his/her mother country (or community or region) and his/her advancing one. The character is shown typically in America which has a pioneer spirit to open new market, very short history and many MNC (Multi National Corpora-

tion) to inspire globalization spirit. But the character becomes the weaker in the market which is the more closed such as Japanese market, particularly the Edo era stopping the commodity trade based on the national isolation policy resulted in the circulation-oriented society.

In order to shift the character from this American-type environmentally unfriendly capital to Japanese-type circulation-oriented one, Japanese Administration should carry out a protective trade policy instead of a free one and green circulation-oriented policy, e.g. green tax, Tobin tax, R&D and international exchange of ecological technique and green meme (mime+gene), and information education to bridge between developed country and less developed one, Business should do green prosumerism-oriented marketing with Value Chain in Value System in LC (Life Cycle) including not only an artery <Production-Distribution- Consumption> but also an vein <waste-wasteoutwashing-recycle> and Consumer or Citizen should do green prosumerism to regain nature full community, particularly the community including organic agriculture village, supported by International Green-Money (eco-money) developing the movement from Green Consumerism to Green Prosumerism.

Green Prosumerism means the movement that consumers (→ end users) take part in production process. When the commercial capitalist support international or inter-community or inter-people prosumerism and fair trade to exchange appropriate value in exchange with value in use and intermediate ecological technique information between

the different people in different countries by IT, he/she can have the first step to the green community.

キーワード：グリーンインターメディアーション，グリーンプロシューマリズム支援，IT，グリーンングユビキタス，使用価値志向，ギャップ & デバイド是正，フェアトレード，国際グリーンツーリズム，IMDS (International Material Data System)→ILCT (International Life Cycle Traceability) = 国際グリーン連鎖国際(過去+未来=未来労働現在化)，国際テ(技)ネ(連)ベ(静)交流，国際エコテク交流，グリーンミーム，宇宙船シャボン玉=閉じた「価値」体系，開かれた系で収奪無限のアメリカ型商業資本の超克，グリーンコミュニティ，グリーンプロダクトアウト，相対的グリーンマーケットイン，自給一分業，地産地消，DUAL SYSTEM (並行生活：市場+非市場=自給)・組織制度一個人責任・並行通貨制度・国際リース(国際的所有移転から使用へ)，国際グリーン連鎖，国際商業資本の回収義務，モノは地産地消・ヒトと技術・情報は自由往来，反グローバリズム。

目 次

序

第1章 商業資本の本性

注

——以上本号，以下次号——

第2章 国際商業資本による環境保全

注

結

参考文献

序

商業資本家の本性は、何処にあるのか？その本性は、産業資本の本性と何処がどう異なるのか？その違いが、マーケティングにどう影響してくるのか？商業資本家の本性は、国際商業、国際マーケティングにおいて、どう発現し、宇宙船シャボン玉号という閉じられた狭い系の中で地球環境問題が、深刻になるこの時代に、どのような変革をせまられるのか？グローバルイゼーションと地球環境問題が相乗作用する今日、国際的商業資本家は、どういう商売、国際マーケティングを展開せざるをえないのか？機能資本と貨幣資本の分離している現在、商業資本家は存在するのか？その商業利潤の「価値」の源泉は？仮に、商業資本家が存在するとしても、彼/彼女が国際グリーンマーケティングをすることは可能なのか？

本稿は、商業資本家の本性について、最初に、古典的な視角から、産業資本の循環範式の貨幣資本 $G \rightarrow$ 商品資本 $W (L + P_m) \rightarrow$ 生産資本 $P \rightarrow$ 商品「資本 $W' \rightarrow$ 貨幣資本 G' 」⁽¹⁾という資本概念と「再販売購入」の G （貨幣） $-W$ （商品） $-G'$ （増殖した貨幣）との関係を商品の2要因から明らかにし、この安く買って高く売る商業資本について、収奪機構と生産力格差・制度格差・発展段階格差・価値体系格差からその本質を考察し、その $G-W-G'$ （略語は、本文図表1-3参照）の反復・持続が、倫理的相互利己利他心を生み、「価値」体系が閉じられてゆけばゆくほど、地球環境保全志向を生むことを考察する。

この閉鎖に対応して、社会的責任・倫理が重要になれば、固定資本の相対的に大きく、それだけで参入を阻止し易く、またものづくりの技術に製品戦略をかける産業資本のマーケティングが「売る」 \rightarrow 「売れる仕組みづ

くり(嶋口)」であるのに対して、産業財や大きいロットを扱う多国籍商業資本でもある国際商業資本を除いて、この固定資本が相対的に小さく、それだけに参入を阻止しにくく、仕入れに製品戦略の多くを費やす商業資本のマーケティングが、shopping 的な「買わせていただく (sourcing=procurement) 信頼づくり」「市場で売ってもらい買ってもらうこと (do marketing)」に変わってゆくことを論証してみたい。

問題意識としては、まず第1にアメリカ型商業資本と日本型商業資本とを対比、つまりアメリカ開拓精神型の開かれた系と「価値」の系の「価値」ギャップ利用・志向の国際商業資本家と日本の江戸時代型の閉じられた「価値」の系の使用価値ギャップ補充志向の商業資本家とを対比すべき視点を持つ。

第2に「価値」の体系の開閉と体系が開かれている場合の国際市場という大系内の小系間のギャップ、「一般均衡化——不均衡——均衡化(塩沢良典)」の動揺プロセスにおける不均衡のギャップ、通貨とギャップ、特に南北間の、南側・農村の小系と北側・都市の小系間の発展段階格差、制度・組織とヒト、情報・欲望とヒト、文化的格差を視点にして突き止める。資源の賦存要素ギャップ・製品の使用価値ギャップ・制度政策規制ギャップ(麻薬・農薬・公害製品・廃棄物)・「価値」体系ギャップ：体系間の労賃ギャップ・産業の生産性ギャップ・技術/情報ギャップと利潤追求の関係を突き止めたい。

第3に、地球環境・地形とヒトを視点に、従来のモノの国際物流を基本にした貿易の地球環境破壊的正体を突き止める。

第4に、IT(情報技術)進化の2000年代における情報格差、非対称性の均衡化とそれを図る国際グリーンマーケティング、フェアトレード、とりわけ国際的グリーンリース業に救いを求め、地球環境経済地理学的未来予

測の下に、21世紀型の智の商人像、国際商業資本像を探るものである。

本稿は、これら3つの考察において、観客としての我々＝観察主体を、経済社会という舞台のグリーンプロシューマリストという主人公の立場に置き、その立場＝視点から、時には商業資本家の内面に対して、その心・意識との間に「対自対他対他対自の四肢的存立構造 [廣松]」を持ち共同主観＝間主観的に、またザッハリッヒな現実の商業資本家等の当事者の「事象」と科学的分析者の「理論 [荒川]」との緊張を持って、上の可能性を探ってゆこうとするものである。

第1章 商業資本の本性

商業資本とは、商業資本家とは何か？商品の二要因、労働の二重性は、商業資本家にどう反映するのか？本章の課題は、物象化論、制度・組織と個人をキーワードに、この間に答えるものである。

商業資本の本質は、商業資本家にとっての貨幣資本にあるのではないか？産業資本家にとっての商品資本の循環の最初の一部が、商業資本家にとっては、貨幣資本の一大部分になっているのではないか？人間の顔をした商業資本は、存立しえるのか？

本章は、生産過程における労働の二重性が、流通過程における商品の二要因に現象し、忘却・回顧されること、その二重性をキーワードに、この問いに答えるものである。

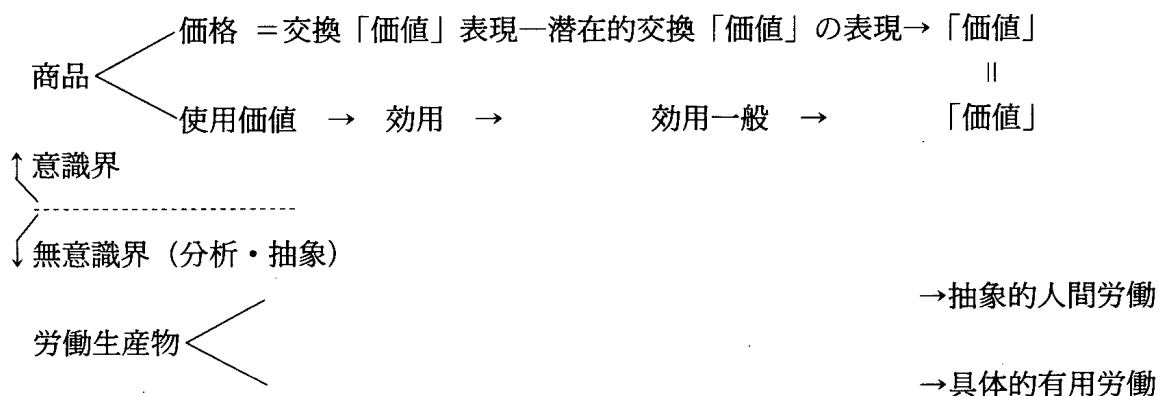
第1節 資本と商品の2要因

商品の2要因、「価値」と使用価値、使用価値ギャップ・「価値」ギャップは、商業資本家のグリーン or グレイの行動、「消費」者のための使用価

値重視 or 自らの支配欲のための「価値」重視とどのように結びつくのか？
 本節は、それを考察する。その2要因は、産業資本、商業資本、利子生み資本、投機資本とどのように結びつくのか？

商品の2要因、「価値」と使用価値は、図表1-1のように、商品所有者もしくは交換当事者に認識され、その認識と平行に第3者的分析者は、それら2要因と労働を結びつける。

図表1-1 商品の2要因の認識と労働の2重性

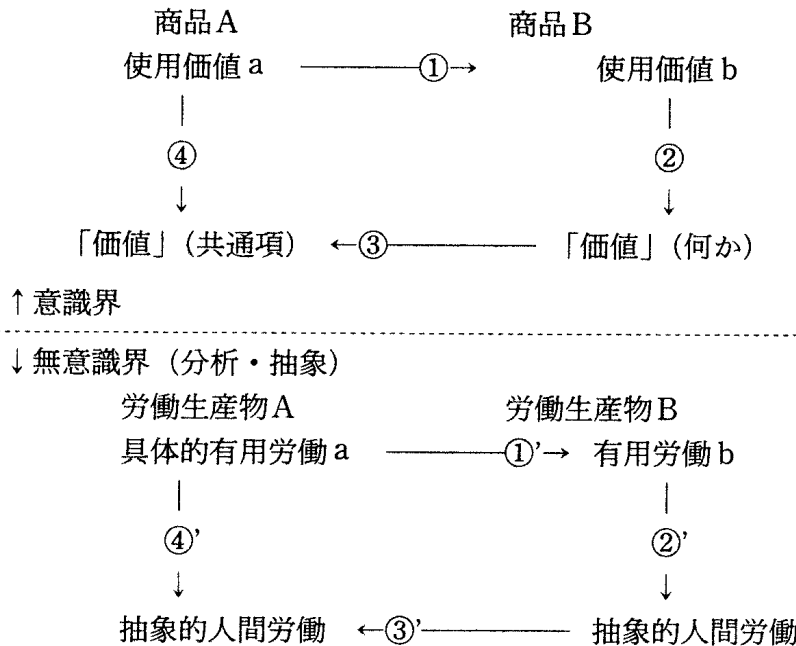


既に、一般的等価物としての貨幣が制度的に成立し、商品が価格を付与されて、市場に登場するとすれば、商品の「価値」は、価格に表される「何か」として、商品購買者には認識される。

もし、貨幣がなく、物々交換としての商品交換を想定すれば、商品「価値」は、図表1-2のように、異種商品の共通項として認識される。

単純商品生産社会において、商品Aを持つAさんと商品Bを持つBさんがそれぞれをまさに交換せんとしたとき、Aさんにとって、原初的に、「価値」は、商品Bの中の「何か」として、「対自的」に捉えられ、次にBさんの立場に立って、反照して、自己の内にも存在する「共通項」として、「対他的」に捉えられる。「対自」→「対他」が、「価値」概念をAさんにもたらず。立場を変えれば、Bさんにも同じプロセス図式が成立する。この交

図表 1-2 回り道[☆]と「価値」抽出→労働の抽象化



☆「回り道」は①+②+③、近道は④のみの場合。

換行動を、第3者が、労働生産物同士の交換として、このプロセス図式にそって、抽象したものが、抽象的人間労働概念である。

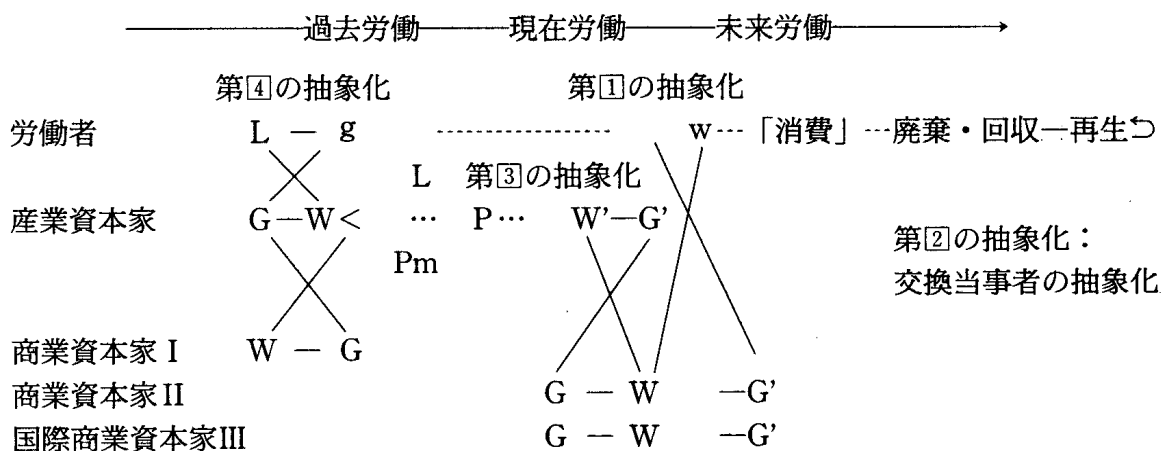
資本主義社会における商品の使用価値は、生産過程において具体的個別的労働者が原料・補助材料・中間財を加工・組み立てる具体的な有用労働によって作られる。商品の「価値」は、産業資本家にとっての流通過程、貨幣を持った買い手との交換過程において、表現される価格で、その多少を投影され、そのことによって、商品所有者に認識される、全ての具体的な商品の一般的共通項である。

具体的有用労働の第①の抽象化は、図表 1-3 が示すように、この自由な交換過程における共通化・平等化作用であり、生産過程まで遡って、具体的個人を抽象化し、社会的地位を平等化する。第②の抽象化は、交換過程における、全ての交換当事者の持つ「価値」の支配力、貨幣の支配力の平等性に表される具体的個人の抽象化である。第③の抽象化は、機械制大工

業における工場内分業の、叩く曲げる延ばす、温める冷やす溶かす等の複雑労働の単純労働化、熟練工の傾向的無用化が異種製品を生産する労働に類似性をもたらす作用のことである。第④の抽象化は、賃金労働制度、つまり多様な使用価値を持った商品の共通項に人間労働を潜り込ませる制度の中で、全ての業種における $L \rightarrow G \rightarrow W (= A \rightarrow G \rightarrow W)$ の反復とそれに対応した資本家による $G \rightarrow L \rightarrow P$ (生産) の反復とが全ての商品の共通項として浮き上がらせる作用のことである。

ちなみに、マルクス⁽²⁾は、この $L \rightarrow G \rightarrow W$ の先の廃棄→リサイクル、廃棄→ゴミ公害等循環型社会形成に関わる問題、さらに産業資本の循環における $W \cdots P \cdots W'$ の過程から排出・廃棄される産業廃棄物問題、エンゲルスがテムズ河の汚染でもとりあげた大気水質汚染問題は、廃物利用・リサイクルと費用価格形成・資本循環との関係だけしか、強い関心はなかったようである。その理由は、次の主要6点にあるように思われる ([N_{ak}・O-1] 参照)。

図表 1-3 労働の忘却と「価値」実体の抽出・人間の抽象化



G : Geld (貨幣), W : Ware (=Commodity : 商品), A : Arbeit → L : Labor (労働), P : Produktion (生産), Pm : Produktionsmittel (生産手段)。

* 19Cにおける産業公害軽視の理由

1. 『資本論』における純粋資本主義社会の単純再生産というシミュレーションの設定,
2. 現実の資本主義社会における都市の家庭系廃棄物問題が量的に深刻化していなかったこと, 捨て場に余裕があったこと,
3. 質的に石油化学生活物質・環境ホルモン・発ガン性等が物理的認識論的に捉えられていないし存在しなかったこと,
4. 労働者の生活水準が低く, 生理的欲求志向が強く, 未だ安全欲求にまで至っていなかったこと,
5. 地球上に地理上の発見, 植民地経営を通じた膨張によって, 資源が無限に広がっているように見えたこと,
6. 科学が急速に発展し, 新しい資源開発・加工流通技術が開発され, それが生産力を増強し, 市場を拡張しても, それに見合う資源が無尽蔵に地球上の処女地・未開拓地に存在するように思えたこと。

さて, 現実の資本主義社会において, その純粋化傾向の延長上にロビンソン・クルーソーの孤島の如く描かれた歴史的イメージの独立自営農民=市民が形成する単純商品生産社会モデル, その膨張的投影としての近代市民社会というモデル=シミュレーションが自由主義的政治制度的に夢見られ共同幻想となった。その理想像としての自由・平等・博愛の精神の源泉は, 上の資本主義経済的な3つの具体的人間の抽象化にあり, 経済と政治が制度的に相互作用することによって, 労働力商品の自由な売買契約が制度化する。

かくして, 抽象化された一般的労働と賃金・貨幣とが, 同一労働同一賃金(除く制度的な年功序列賃金)をもって, 結びつけられ, 生産に社会的に必要な抽象的労働時間の長短が生産された商品価格の高低を規定する,

というペティ、フランスの重農学派を経て、工業部門の産業資本を基軸的資本として資本主義が純粹化する傾向のあったイギリスにおいて、現実の経済現象を模写するかたちで、スミスからリカード、そしてマルクスに至って、投下労働「価値」説が、唱えられ、完成されるようになる。

抽象度の最も浅い価格、現実の市場価格は、商品の使用価値に対する、需要曲線と供給曲線が相互に変動し、産業資本家が資源・労働配分を伴って、反復生産・反復販売を行うことによって、同業種・同一製品の価格と使用価値量との相互関係が調節され、需給均衡点に落ち着く。

もし、資本規模格差があるなら、この供給曲線の動き・カーブの形状は、大量支配説的に規定、つまり市場シェアを大量に支配する個別メーカー製品の費用価格に規定され、全くの原子的競争・合一規模の資本を前提するならば、平均説的に規定、つまり総資本＝個別資本＝平均的資本となり、平均的な費用価格に規定されることになる。

個別種の商品の需給一致点の均衡価格＝市場価格に表現されるところの全ての商品に共通な力が、マルクスによって商品購買者及び販売者にとつての、双方の認識する市場「価値」と言われるものである。限界効用学派は、それを効用一般で、マルクスは、その商品を再生産・反復生産するのに必要な社会的な人間的抽象労働にその実体的根拠を求めたのである。マルクスにとって「価値」は、貨幣形態の場合、貨幣を媒介に価格に表現される商品貨幣との共通項であり、単純な「価値」形態の場合、交換を能動的に欲する商品所有者が、相手の等「価」形態に立つ使用価値・商品の内に見いだし、それを鏡・回り道にして、相対的「価値」形態に立つ自己の使用価値・商品の内に反省し、使用価値とは別の商品の内なる、即自的に認識するところの双方の商品の共通項である。マルクスという第3者的分析者が、その当事者の対他対自のプロセスを、具体的有用労働の抽象化のプ

ロセスと並行的に考察し、価格→「価値」から労働への分析的下向を行い、
価格⇔「価値」⇔労働の連結を図ったのである。

したがって、マルクスの市場「価値」は、市場価格との関係からのみ捉
えることもできるのであって、労働と無理に結びつけなくても理解できる
概念である。利潤⇔剰余「価値」⇔剰余労働も同様である。

上の均衡化は、異業種間を土地・労働・資金が、利潤率の高い、もしくは
は売上高やシェアが大きく、利利潤量の大きい産業資本の循環過程に流入
することと錯綜して、傾向的に異業種の利潤率を平準化する。ここに、費
用価格+平均利潤=生産価格という概念が、抽出されることになる。現実
には、様々の重商主義的規制・地主などの既得権益維持や参入・退出障壁
や技術・ノウハウ・ネットワーク力の相違が、その傾向を阻害する。
その阻害要因は、寡占資本が成立すれば、一層大きくなり、参入阻止価格
としての寡占価格が形成される。しかし、労働→「価値」→価格への転形
問題を孕む生産価格であろうが、収奪論を孕む寡占価格であろうが、購買
力平価と極端に離れた為替レートに基づく輸出入価格であろうが、一定の
「価値」体系の中では、この1商品の原価=費用価格K (Kostpreis)が、C +
V (=konstantes Kapital: 不変資本+variables Kapital: 可変資本)へ、
つまり原料・補助材料・固定資本の減価償却部分・地代等と労働賃金部分
で構成されており、それに何らかの利潤=剰余「価値」Mがプラスされて
いることは、事実であり、そのC部分のC + V + Mへの分解を産業連鎖を
遡及して行えば、原価というラッキョウの皮の大半が賃金労働で構成され
ていることが分かる。ここに、転形問題やジョイント・プロダクト問題(ス
ティードマン)を越えて、なお投下労働「価値」説の延命する根拠がある。

商品の二要因の内の「価値」は、上の第④の具体的有用労働の抽象化に
関説すれば、その商品の価格の指示によって販売して得られる貨幣量に結

実し、抽象的人間労働が評価され、他方の要因の使用価値は、その商品を購入し、消費することによって得られる消費者の満足に結実し、具体的有用労働が意味を持つ。自給なき社会内分業において、労働者は、その具体的有用労働を他者・他社に委ね、自己の身体・家族と生活・生命を再生産するために、欲望対象の多くを、市場で購買し、そのための通貨を賃金労働としての抽象的人間労働と引き換えに得る。生活・家族・生命←欲望・商品Wの使用価値←貨幣G←抽象的人間労働L・価値の連鎖、 $L \rightarrow G \rightarrow W \rightarrow \text{生活} \rightarrow L$ の再生産の過程の反復が、商品の二要因の内の「価値」と抽象的人間労働を結びつける。

以上のように、商品の一要因の「価値」概念は、資本主義社会の共同幻想たる近代市民社会の自由・平等・博愛の精神と交換過程における人間の抽象化の相互作用に基づいて、人間労働と概念的に連結されたものである。

この連結を行う学説的立場、つまり投下労働「価値」説からは、等価交換を前提にした場合、利潤の源泉は、剰余「価値」→剰余労働＝搾取された労働、つまり生産手段を所有する資本家の管理下で、無産階級としての労働者が、労働力の「価値」＝賃金部分より多く投下した部分の抽象的人間労働に存在することになる。しかも、労働の二重性が存在し、この抽象的労働は、同時に、もう一方の要因の使用価値の生産・加工、つまり原料の化学的物理的素材転換や物理的な部品の組み立てを行う具体的有用労働でもなければならない。マルクスの生産的労働概念には、この1. 使用価値創造に、2. 商品廃絶後の社会主義社会にも歴史に貫通する労働、3. 形態転換＝資本循環を潤滑にする労働、という規定が加えられている。それは、多分に歴史的な物的依存関係としての資本主義社会に批判的な観点から規定されている。

ここに、マルクスの、産業資本本位の、学説史的観念的な、生産的労働＝

「価値」形成労働論に基づいた、投下労働「価値」説と資本概念の核心がある。それが、「形態転換しつつ自己増殖する運動体」、つまり貨幣資本 $G \rightarrow$ 商品資本 $W (L + P_m) \rightarrow$ 生産資本 $P \rightarrow$ 商品「資本 W' 」 \rightarrow 貨幣資本 G' という資本概念であり、その根底にある剰余労働 \rightarrow 剰余「価値」 \rightarrow 利潤の雪だるま式上乘せ（拡大再生産＝資本蓄積）による膨張・労働蓄積である。

かくして、マルクスにとって、資本とは、閉じられた「価値」体系を前提した上での「価値」と使用価値の2側面をもった産業資本であり、われわれの課題となる $G \rightarrow W \rightarrow G'$ は、その閉じられた「価値」体系を前提した上で、「価値」的側面のほうを強力にしたものであり、その産業資本の $G \rightarrow W (L + P_m) \rightarrow P \rightarrow W' \rightarrow G'$ の中の一部である $W' \rightarrow G'$ を補足し、資本の回転を速め、「マイナスをマイナス [宇野弘蔵]」し、流通費を肩代わりし、産業資本の生み出した剰余「価値」のおこぼれに預かって貨殖するものとし、位置づけられていない。

市場の商取引のネゴシエーションは、使用価値を生み出さず、歴史的な資本主義社会の社会的代謝を、産業資本家に代わって、司るものであり、不生産的労働と捉えられた。ただし、運輸・保管は、産業資本の物質代謝の延長であり、物的使用価値を現実化する生産的労働と位置づけられ、簿記も超歴史的に生産活動に必要な計量活動であり、生産的労働と位置づけられている⁽³⁾。

曰く、不生産的で「価値」側面の強い、“商人が産業資本家になった場合は、悪い資本家になり”，生産的で使用価値的側面の強い“独立自営農民がなった場合は、良い資本家になる”。

我々は、本節では、この商品の2要因を根拠にしたこの商業資本家像を描く立場をとる。商業資本の本性は、収奪志向の性悪である。

しかし、非市場一色の統制計画経済の社会主義社会が、経済的には自発

的刺激的な技術革新・創意工夫の生産活動を阻害し、政治的には一党官僚独裁・血の粛正をもたらし、20世紀末に自己崩壊していったことを考えれば、商取引ネゴも、生産的活動と捉えるべき等、マルクス教条からは、脱却している。そして、商業労働も「価値」形成労働とみなしておきたい。この労働を、その生産的度合いの濃淡の相違はあるものの、農→工→商→金融労働→サービス労働にまで至る、社会システムを存続させるべき使用価値生産労働と定義づけておきたい。

次節では、性悪のこの性格を善に変える条件を探ってゆくことにしよう。

第2節 良き商業資本家

商業資本の本性が悪ならば、資本主義社会において、その悪をどう封じ込め、善へとゆうどうするのか？その物象の悪は、人間の性悪が投影したものであるのか？逆なのか？本節は、物象化論を糸口にその誘導策を模索するものである。

商品「価値」だけが、人格化した商品所有者、商品販売者は、「死の商人」のような悪人になり、購買者の人格を考え、商品の使用価値本位の、商品販売者は、善人になる。ちょうど、産業資本が、生産資本本位の機能資本と利殖本位の貨幣資本に分離し、それぞれ機能資本家と貨幣資本家→株主に人格化したとき、前者が生産管理面でオーケストラ的役割を果たし、救われる余地が大きく、後者が寄生性・投機的性格を強め、虐えられしプロレタリアートに冷酷、もしくは無関心になる余地が大きくなったり、「パンがなければ、ケーキを食べればいいのに（マリー・アントワネット）」と言いかねないように。

このような人格の物象化、物象の人格化のアトム的原形が、商品物神崇拜に見られる。現実の市場では、販売される商品は、貨幣単位で計量され

た価格が予め設定されており、低価格販売の場合は特に、その商品が、付与された価格をもって、あたかもモノの属性であるかのように、貨幣との交換可能性を示すことになる。その商品が販売店に登場するまでの流通過程、生産過程も「価値」法則、つまり価格の変動を通じた社会的必要労働や資源の配分は捨象され、労働生産物であることも忘却され、これらの労働を通じた社会関係も潜在的購買者と生産者・流通業者との間の社会関係も忘却され、購買者には、ただただ、商品の属性として、価格が付与されているかのような錯覚が生まれる。ちょうど、貨幣物神崇拜が為される、つまり、等価形態に立つ商品→貨幣が、制度的に、王様を家来が奉るから王様になるように、みんなが国家を信用し、貨幣にしているから、貨幣になり、一般的等価物としての「価値」尺度機能・購買能力・富の蓄蔵力・社会的誇示力・人心買収力を有すにも拘わらず、また生産的経済活動に回されるが故に、利子を生むにも拘わらず、貨幣、特に金貨幣の場合に、そのモノ自身が、これら諸々の機能、能力をもっているかのように、貨幣所有者に錯覚され、崇拜されるように、諸々の社会関係から離脱して、左側の相対的価値形態に立つ商品がモノとして、交換力能を有すかのような商品物神崇拜が生まれているのである。逆に、貨幣に貨幣所有者のこの気持ち、錯覚が投影、物象化し、ますます貨幣を一人歩きさせるように、商品に商品所有者たる商人、商業資本家の、商品物神崇拜の念も投影し、物象化する。

商業資本家は、悪人にもなれば、善人にもなる。G-W-G'は、「価値」重視と使用価値重視との中間、利子生み資本と産業資本との中間、つまり究極の価値増殖=貨殖のG-G'と価値増殖の中に使用価値生産を含むG→W(L+Pm)→P→W'→G'との中間に位置づけられる。このG-G'の貨殖的な「価値」的側面は、さらにg-G'の先物等の金融投機資本に、貨幣資本循

環範式の $G \rightarrow W (L + Pm) \rightarrow P \rightarrow W' \rightarrow G'$ の使用価値的側面は、産業資本家の商品資本循環範式の $W (L + Pm) \rightarrow P \rightarrow W' \rightarrow G \rightarrow W (L + Pm)$ を経て、「消費」者にとっての $L \rightarrow G \rightarrow W \cdots C$ (消費生活) $\cdots L'$ に行き着く。そして、このグリーンコンシューマリスト \rightarrow グリーンプロシューマリスト的生産参画生活志向は、反対の極の $G-G'$ についても、グリーンインベストメントを可能にする。

商業資本が、 $G-G'$ 的側面を脱却し、 $L \rightarrow G \rightarrow W \cdots C$ (消費生活) $\cdots L'$ を支援する側面に近づくための条件は、1. 「価値」体系の格差の解消、2. 閉じられた「価値」体系の設定、3. 自給社会の実現、4. 「消費」者の国際的グリーンプロシューマリズム主導の $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ 共創社会の実現等であり、これら4条件はグローカリズムの実現である。

この3. 自給社会は、人間の顔=具体的個人を復活させ、その使用価値をヒトに繋ぐ商人も具体的個人と成り、良い商業資本家になる。前節の、図表1-3に見られた①②③④の抽象化が、社会制度上の自由・平等を現実後化し、交換過程においても、左側相対的「価値」形態に立つ販売者=商業資本家 vs. 右側等価形態に立つ購買者=消費者の抽象度も、社会内分業の深化とともに、進行し、社会が抽象—抽象—色に成って行く。

しかし、地域的国家的制度的発展段階格差は残存し、自給経済が残れば残るほど、具体的性格も残る。また、発展しすぎて抽象化が進みすぎた状態にプロシューマ・NPOが歯止めをかける情報国の中での具体的性格も復活する。そこで、抽象—具体、具体—抽象、具体—具体の左と右の組み合わせが残り、また復活することになる。具体—具体は、グローカリズムにもなる。

グリーン・グローカリズムは、文化・情報のグローバリゼーションとローカルな伝統的土着風土的「固有の価値」の共存、そのためのヒトと文

化の自由な交流・観光，経済的な「3. 自給」ローカリズム＝農工消バランスの地産地消のための技術移転・相互交流と反WTO・反自由貿易＝モノの保護貿易，現実的な省エネ・無公害型の国際的地域協力・地域限定的貿易等に表される⁽⁴⁾。

第3節 国際商業資本と「価値」ギャップ

国際商業資本の本性は？本節は、「価値」ギャップ・使用価値ギャップをキーワードに，その本性が取奪にあることを見極めたい。

国際商業資本は，宣教師→軍艦→商人(アメリカナイゼーション→同盟国化→投機)の戯画的順番が示すように，16世紀から20世紀前半まで，欧州各国，オランダ・スペインの重商主義政権から，イギリスの自由主義，イギリス・ドイツの帝国主義に至るまで，母国の国家と癒着して，植民地貿易・「乗っ取り」経営に，組織的に関与してきた。暴力的な，アヘン・武器・軍艦の輸出・売却と現地からの金属・宝石・木材・茶・生糸・綿花・胡椒・陶器・奴隷等の取奪を実態とする貿易や海賊船団の統率など，政商は，歪んだ名誉と「価値」増殖・貨殖ばかりを追求してきた。

このG-G'的本性は，アジア・アフリカ・中南米などの旧植民地の独立・解放後，20世紀後半以降，GATT→WTOの下で，自由貿易が行われるようになって，なんら変わるところはない。

北側の国際商業資本は，南北間の，農業→工業→情報と飛ぶ雁行形態的な発展段階格差における，賦存要素格差でもある使用価値ギャップや生産力格差・賃金格差に関わる「価値」ギャップを利用した，後行貿易・国際後行マーケティング・多国籍企業の水平的企業内貿易の仲立ちにおける，国際的特別剰余「価値」の法外な取得，リカードの比較優位説から言っても，不当な交換比率，不等労働量交換，南側，特にイスラム諸国に対する

3レ、つまり「歴史・礼・劣等感」についてのキリスト教圏からする無礼な SRC (Self Reference Criterion), ODA における母国と癒着したダム・林道建設等, 自然環境破壊型のゼネコン進出への協力, 武器・農薬・化学薬品・合成洗剤・塩ビ製品・煙草・有毒廃棄物等のグレイプロダクトの輸出, 熱帯木材・レアメタル・金属・農林水産物・希少資源等の輸入を続行している。これは、「価値」要因を強力なインセンティブにした国際的悪行である。この G-W-G' の国際グレイマーケティングによって、南側の山河が荒れ、コミュニティが破壊されたばかりでなく、北側にも同じような現象が表れている。

それらの一面が、WTO のグリーンラウンドに関わる北側先進国、日本や EU の訴えた「農業の多面的機能」や反 GMO⁽⁵⁾・BSE⁽⁶⁾、農薬取り締まり・農薬ブーメラン対策⁽⁷⁾等である。

以上、本章では、第 1 に、商業資本の本性が剰余「価値」追求の悪にあること、第 2 に、その商業労働は、「価値」形成的な労働であり、使用価値生産の度合いに濃淡の差異はあるものの、使用価値生産に、直接間接的・制度的に密着・関与しており、この使用価値的側面-社会貢献的側面を強化した商業資本は、その性格を善にチェンジできること、第 3 に、第 1 の悪は、国際商業資本が南北間等における「価値」ギャップを利用するときに増幅すること、以上 3 点を考察してきた。

次章では、この第 3 の側面を超克し、使用価値側面を強化した国際グリーン商業資本について考察したい。

注

(1) この貨幣資本の循環範式： $G \rightarrow W \rightarrow P \rightarrow W' \rightarrow G'$ が相対的に「価値」とその増殖

を重視するものであるのに対して、 $P \rightarrow W' \rightarrow G' \rightarrow W \rightarrow P$ は、相対的に生きた労働の喜びを重視する範式であり、 $W' \rightarrow G' \rightarrow W \rightarrow P \rightarrow W$ は、相対的に使用価値を重視する範式である。

商業資本の循環範式 $G \rightarrow W \rightarrow G'$ についても、本文第1章第2節で述べる通り、これと同様に、 $W \rightarrow G' \rightarrow W$ は、相対的に使用価値重視で、良い資本家の範式となる。

- (2) マルクスについては、「下降の経済学」著、故高須賀義博氏の評価を筆者も踏襲しておきたい。50代になって、同氏は、基本的に、宴席では、マルクス葬送派であり、かつ遺産の批判的評価派であった。同氏は、イギリスの経済理論・フランスの政治思想・ドイツの観念論哲学の発展に分け、経済理論的には、マルクスは、労働→価格に上向しており、転化問題を残したが、宇野の価値法則論、つまり反復交換→反復生産・反復労働投入→再生産表式を通した投下等労働量交換化法則の発想のように、価格→労働、市場価格変動→均衡価格→生産価格→社会的必要労働に下向（下降）しなければ、労働価値説の論証にはならない。政治思想については、19世紀のヨーロッパや20世紀の日本における社会主義思想は、プロレタリアートの解放の力となったが、マルクスの商品廃絶、計画経済ではうまくいかない。哲学は、唯物史観、関係の第一次性を重視する構造論的接近、物神崇拜論等、大いに学ぶべきものとなった。労働→価格、価格→労働について、氏は計量的論証に、夢中になり、労働→価値→価格の、「価値」は、論証のためのシミュレーションの不純物とみなした。哲学的に、廣松渉氏の疎外論から物象化論・関係の第一義性の哲学は、評価したが、自分の計量的発想に、廣松氏の「価値」認識論を、持ち込まなかった。かくして、『資本論』第1巻第1章第1節冒頭の蒸留法によって、共通項の価値→労働のリンクは終了し、後の「回り道」に出てくる「価値」は、既に労働という実体で規定され終わっているもの、という解釈を変えなかったのである。

本文でも述べる通り、筆者は、1982年以来、このリンクがなされない「価値」概念が、『資本論』のそれから後の第2、3巻にも登場し、資本家にとっての「特別剰余価値」=超過利潤という表現、市場価値という表現に見られる、という立場をとり、また廣松氏の認識論から学んで、第三者的分析者が未だに労働でもって規定していないところの、商品所有者にとっての商品の共通項=「価値」Iと、第三者的分析者が既に労働でもって規定していないところの、商品所有者にとっての商品の共通項=「価値」IIに、「価値」概念を峻別してきたのである。

ちなみに、同氏の「下降の経済学」は、苦闘の末に、未完となり、失敗したかに見えるが、氏の実証主義的なマルクスの相対労働価値論にヒントを得た、生産財・消費財生産部門大企業の生産性上昇→コスト低落・中間財卸価格据置き・大企業製品卸価格据置き→大企業の労働賃金上昇→流通部門・中小企業消費財生産部門の賃金上昇→コストプッシュ→消費財小売り価格上昇という「労働生産性上昇変化率格差インフレ」理論は、卓見であった。今日は、逆にIT革命とグローバルイゼーショ

ンと豊かな時代の自給労働・プロシューマーの再現による価格革命としてのデフレスパイラル理論に、円高・自由貿易による安い消費財の輸入、ITによる「労働生産性上昇」が空洞化・失業者を生み出し、また価格据置きに至らず、流通の規制緩和とあいまって、価格破壊に繋がり、相対的に、デジタルディバイドによって、中小企業ほど賃金を引き下げ、消費不況←生活雇用不安（高齢化先行き不安と福祉切り捨て・消費税率アップ・倒産失業増加）とあいまって、デフレを加速している。

- (3) 今日のドイツ商学の紹介・発展者である鈴木武氏は、商業生産論について、エレンベルクの「財貨の価値」分析、すなわち「質量・形態・場所・時間」の価値（[S_{uz}・T-1] p.22）に触れ、その内の機能論としての「場所的不足」の充足＝使用価値の提供論を紹介している（p.24）。これが、商業—不生産的労働—中間排除論—商業蔑視反ユダヤ（cf. 重農主義対重商主義）批判にもなった、と解釈している。

同氏は、商業資本と産業資本との関係について、補足関係の産業資本主義段階と後者による前者の排除傾向を有す独占資本主義段階を区分して考察する。独占による商業支配・商業排除傾向・マーケティング（製品差別化・競争的広告（pp.123—5））戦略の強化＝非価格競争の重視について述べる。同氏は、それら各段階に通底する共通の第1義的機能を「再販売購入」活動に求め、生産的な副次的機能を、産業資本に代替するところの「物理的危険：減質・陳腐化、経済的危険：価格低下・売れ残り・市場危険（販売の偶然性）」等を請け負い、「生産と消費の矛盾」を引き受けて代理し「危険負担（する）機能」（p.110）に求めている。

同氏は、次の森下二次也氏の「商業学説」（[M_{or}・F-1] pp.17-25）の内、「(4)機能説」を重視している。「商業学説」：(1)交換説、(2)再販売購入説、(3)配給説（マクロ国民経済的）、(4)機能説（時・空・社・心・経の懸隔架橋、さらには集中分散による接触費用削減・金融・情報仲介機能など）。

ちなみに、この機能研究の他に、商業活動を担う組織についての機関研究や、機能対象たる商品別研究、例えばコーブランド M.T.の専門・買回・最寄（1922年）とチャネル研究や産業構造研究がある（[O_{ht}・T-1] 参照）。

筆者も、機能説と歴史的取り扱い主要商品別（羊毛→綿花→鉄）研究に主軸を置いて、商学を、商業「機能」と地理的な空間軸と歴史的な時間軸と経済社会制度を見るヨコ軸の交錯関係をもって、理論化し、同様の問題意識をもっているところの宇野理論の原理論・段階論・現状分析論の内の、段階論における国家政策としての重商主義・自由貿易主義（対ドイツ国民経済学的保護主義）・帝国主義論の自由主義と原理論の商業資本論を連結させて、商業資本の原理論を展開し、国家の庇護の下に、特権を与えられ、使用価値ギャップを利用して、貨殖した商人や国家と資本輸出・植民地経営の癒着した帝国主義段階の商業資本を段階論的に考察し、また現在、多国籍企業主体のマーケティングを担う国際商業資本について、この商学原理論を視点に、これらの段階論を参考にしながら、アメリカ型の変革を迫る方策を配慮しつつ、分析してみたい。

(4) 国際グリーンマーケティングのコンセプトを早い時点で打ち出しているのが、ICCの「ビジネスチャーター（国際商業会議所 [ICC: International Chamber of Commerce]）」の以下16項目である。

1. 環境への優先的配慮, 2. 環境管理, 3. 継続的改善・国際グリーンマーケティング [“To continue to improve…environmental performance, taking into account…consumer needs and community expectations, with legal regulations…; and to *apply the same environmental criteria internationally.*”], 4. 従業員の環境教育, 5. サイトの事業参入撤退前の環境アセスメント, 6. グリーンプロダクト (安全・省エネ・リサイクル・安全処分), 7. 顧客への環境教育・アドバイス, 8. 設備と操業, 9. 環境影響評価・エコテク研究, 10. 環境悪化予防型マーケティング・経営への修正, 11. 契約業者・サプライヤーへの第10の注文, 12. 環境影響の越境を配慮した協力, 13. エコテク (*environmentally sound technology*) 移転, 14. 政府間計画・環境政策への協力 (B^oA), 15. 自工場・企業の環境汚染の内外への情報公開と対話, 16. 遵法と利害関係者への環境報告 ([Y_{os}・T-1] ICC Business Charter pp.181-7)。

国際グリーンマーケティングの観点からは、上の6. グリーンプロダクト, 13. エコテク移転が、特に重要になる。

(5) GMOについて、モンサントは除草剤耐性菜種などに汚染された種子、つまりGM汚染種子をネタに農家を脅し、GMタネを買わせる。

(6) マンガン過多説が有力と思われる。

(7) 「無登録農薬使用事件」は、一種の農薬ブーメラン事件である。これは、国際グレイプロダクトマーケティング問題である。

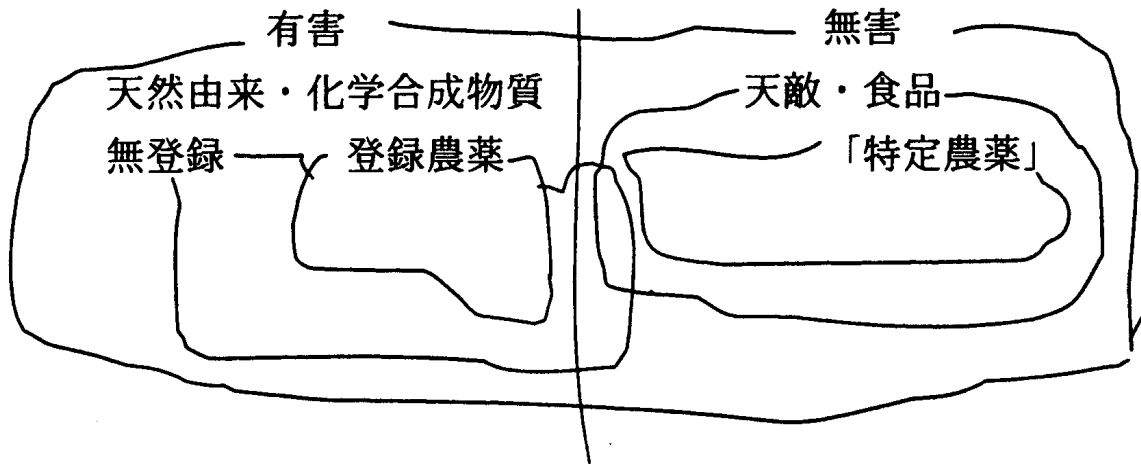
無登録農薬使用事件、これは東南アジア等から業者が日本で既に禁止され、無登録になった違法農薬のインドのダイホルタンや東南アジアのシヘキサチン使用が、山形県で、2002年7月に発覚し、それに端を発し、JA関係50営業所を含む269販売営業所から400t超が販売され、42都道府県の4,200超の全国の農家が使用していたことが分かった事件である。この事件を利用して、国際アグリビジネスは、農薬増量販売を企図した。政府は、それとタイアップして、改正「農薬取締法（2003年3月施行）」を2002年12月に制定した。以下、同法の問題の所在を明らかにしておこう。

問題点 I：要素→機能発想の無理。

ベン図1に示すように、主体的要素的な個別具体的「登録農薬」及び「特定農薬」品目の列挙によって、機能的な一般的抽象的な健康維持を企図したものであり、この要素→機能のベクトルによって、機能的に目的達成できる、個別具体的要素が排除される危険性がある。つまり、「農水省令」による個別具体的品目網羅をもって、それから外れてしまって使用禁止される「無登録農薬」資材の中に、健康維持機能をもった有機農法の資材が入ってしまう。機能→要素の逆発想で根本的な農家と「消費」者の健康と生態系維持目的の規制をすべきである。毒性という機能=副

作用から発想すれば、もし毒性無しと誤解されたり無失効になったりした無登録の農薬が使われても、それを取り締まることは、可能である。大手アグリビジネスの産官協同で登録した農薬のビジネス保護法になることには危険である。

ベン図1 自然界の物質と農薬のカテゴリー



問題点II：「安定供給」志向，生産者の健康維持・生態系の維持及び脱環境ホルモン志向の欠落。

目的が，第1次的には，農産物の「安定供給」のための，生産段階の病虫害駆除の機能を達成することにおかれており，第2次的にしか，農産物の「消費」段階での「消費」者への健康危害，つまり発ガン性，神経障害などの副作用的機能を軽減しようとする目的は唱えられておらず，1960年代の大規模農業育成，大量流通・消費の量的豊かさを追求した高度経済成長期の発想しかなく，生活の質，健康を問うていない。また，生産段階の農民への危害，生態系の破壊や「消費」者への環境ホルモン作用，化学物質過敏症対策になっていない。「改正」では，「土壌残留性農薬の使用の規制」が外され，残ったのは，「水質汚濁性農薬の使用の規制」のみに。

問題点III：農民への過重な責任転嫁：「○業者」から「○者」への防除業者の変更と罰則の強化，「3年以下の懲役・100万円以下の罰金，法人は1億円以下の罰金」。

次に，問題点の内容と背景を再考しておこう。直接的農薬ブーメラン，つまり無登録農薬の発展途上国からの密輸と規制の発展段階格差問題や情報公開・農薬教育のリスクコミュニケーション不足が背景にある。日本国内で生産・使用禁止になった農薬について，輸出禁止・海外生産禁止条項を設けるべきであり，在庫や回収されたそれらが輸出されていたり，農薬メーカーの海外の工場や海外の合弁企業の工場で製造されている現状を，この条項設定で，打開すべきである。100歩譲っても最低限，民主主義的に輸出先国の同意をとりつけるべきである。この点，「ロッテルダム条約」では，「バーゼル条約」における有害廃棄物の越境移動禁止原則の例外項目と同様，PIC制度，つまり「事前通報同意制度」が唱えられている。

問題点 I, II の詳細について

1. 「特定農薬」の категория に無害の天敵の動植物や食品などを含め、その categoria に入れたもの・具体的項目のみを許可する。それ以外の有機農家が工夫した農業資材等は、違法になる可能性がある。
2. 「登録農薬」の categoria に従来の化学合成物質やその他の天然由来の粉状液状の魚毒性のある物質を含め、その categoria に入れたもの・具体的項目のみを許可する。効能はあるのに低魚毒性・脱環境ホルモンの天然由来のものでも無登録の農薬は違法になる。

定義：「特定農薬」とは、「食酢・重層・天敵の蜂等（農水省例示）」、「その原料に照らして」「農作物等，人畜及び水産動植物」に対して無害なもので、「農林水産大臣及び環境大臣が指定するもの」（「農薬取締法第1条「農薬の登録」）2002年12月公布，2003年3月施行）。

「合鴨は，米を食うので無害とは言えず（農水省）」，含まず。動物由来の牛乳・粉ミルク・発酵乳・発酵魚，植物由来の米糠・ふすま・木酢・炭・灰・渋柿すり下ろし・琵琶の葉エキス・ニンニクエキス・トウガラシエキス・コーヒーエキス・椿油・大豆油・菜種油・茶の抽出物，食品由来のビール・糖蜜・溶媒になる焼酎，魷物のケイソウ土・銅・銀・海水・塩，化学製品の石鹼・硫黄・エタノール等600項目は，2000年1月末現在，3月施行の省令に含まず，持ち越し審議。当面，これら持ち越しのものは，農家自作自圃場自使用のみ無規制。

許認可対象にするための，農水省が有機農家・自然農法農家等の生産者から集約した2,900の無害な病虫害の内，740項目を列挙し，農業資材審議会が，2003年1月30日に，指定した約120項目が，農水省・環境省に答申され，決定。この120項目を「特定」し，保護を行っても，その個別保護作戦には，根本的な無理がある。

農家は合鴨や害虫を退治するその害虫の病原体，例えばヨトウムシの病原体を抽出したもの等，独自の天敵などを開発しており，第1に個別保護対象から漏れる使用天敵・病原体・食品・無害の化学物質などが今後も出てくること，第2にそれらを取り締まる等，有機農業促進にも消費者保護にもならないからである。農薬の定義は，抽象的機能の第1次的，第2次的（副）作用，を中心に行うべきである。例えば第1次機能としては，化学合成物質で除虫・除草・除菌作用があるが，第2次的作用として，農家等の使用者や「消費」者等の作物摂取者や生態系上の食物連鎖に健康被害や環境ホルモン作用を及ぼす等の機能中心の定義をすべきではないか。

農薬取締法の目的にある「食料の安定供給」と「健康維持」は，大量生産流通消費のためなら環境ホルモン作用という慢性的長期的なメス化については不問にする内容になっており，農薬使用を許すための法律になってしまい，農薬規制にはならない。

特に，約300万円を要する残留農薬試験を受けておらず，限定的にしか農薬使用できなかったズッキーニ・春菊・アスパラ・ゴーヤ・無花果等の300種の「マイナー作

物」について、農水省は、この内約120種は、種が近く食用の豆・瓜・葉等の部位が共通の11グループに分類し、残留農薬試験をグループ一纏めに一括して公的機関に行わせ、残りの約180種は各都道府県に割り振って試験させ、上の限定の枠を外し、「マイナー作物」用に使用できる農薬を一気に増やす。

————— 以下、次号に続く (to be continued) —————