

氏 名	橋 本 勲 はし もと いさお
学 位 の 種 類	経 済 学 博 士
学 位 記 番 号	論 経 博 第 33 号
学位授与の日付	昭 和 47 年 3 月 23 日
学位授与の要件	学 位 規 則 第 5 条 第 2 項 該 当
学 位 論 文 題 目	商 業 資 本 と 流 通 問 題

論文調査委員	(主 査) 教 授 松 井 清	教 授 小 野 一 一 郎	教 授 降 旗 武 彦
--------	--------------------	---------------	-------------

論 文 内 容 の 要 旨

本論文の構成は、第一編商業資本の理論的考察、第二編生産的労働の本質、第三編流通費用の諸問題、からなっている。

第一編が中心をなしており、ここでこれまで商業学界で論争のあった諸問題について、著者自身の独自の見解を明らかにしている。これまでの定説、あるいは多数説とっていいものは、産業資本のうけもつ流通費用も商業資本も共に生産的なものであるということにあった。

橋本氏はこの問題にマルクスのいわゆるプラン問題を取り入れ産業資本の流通費用を取り扱う場合、すなわち資本一般を取り扱う場合流通費用は、不生産的なものであるが、商業資本が問題となる場合、すなわち競争の段階では生産的なものであるという。ここに氏の主張の特徴がある。

第二編生産的労働の本質は第一編の見解の上に立って商業労働の生産性について論じたものである。

第三編の流通費用の諸問題は副論文として提出された「現代マーケティング論序説」への橋渡しとしての役割をはたしている。

論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

本論文の構成は、第一編商業資本の理論的考察、第二編生産的労働の本質、第三編流通費用の諸問題、から成っている。著者自身ものべているように、第一編の商業資本の理論的考察が、本研究の中心的部分をなしていることは明らかである。しかし本論文を注意深く検討するならば、第三編の流通費用の諸問題にも、今後解明されるべき重要な問題が含まれていることがわかるはずである。

これも著者自身がのべているように、マルクス経済学は、マルクス以後、価値論、恐慌論、地代論、蓄積論などにおいては、大きい展開をとげたが、商業資本論においては、ルドルフ・ヒルファードィングによる展開などを例外として、殆んどみるべき展開がなかった。著者はこの点に着目し、商業資本論の展開を試み、興味ある問題を提起している。著者の問題提起は、宇野＝森下論争から出発している。森下教授

が宇野教授批判を通じて強調されている点は、産業資本がみずから流通を担当し、みずから流通費用を支出するばあいも、商業資本が流通を担当し、流通費用を支出する場合も、基本的には同じように理解されねばならないということである。すなわちいずれの場合も、流通費用は資本として平均利潤率の形成に参加すると理解する。これに対して宇野教授の見解は、産業資本が流通を担当する場合と、商業資本が担当する場合とでは、両者に相違があるという理解である。宇野教授は、産業資本家自身が商品の売買を直接おこなうとして、100の他に50の流通費用を要するものとすれば、それは剰余価値から控除されねばならないとする。マルクスが50の場合は控除しないで、追加だけしているのは理解しがたいという。実際この点マルクスの説明には明確を欠く点があり、50の商業資本を価値以上に追加してよいのか、100と同じように予め剰余価値から控除すべきなのかについて論争をひきおこす余地を残している。著者の仕事の特徴は、この問題の解決に、いわゆるマルクスのプラン問題を持込んだ点である。すなわちこのようにいう。

「経済学批判」体系プランのうちの「資本一般」と「競争論」との論理の断層に関係するものであり、流通費用が、産業資本にとっては費用として、剰余価値からの控除としてあらわれ、商業資本にとっては資本として、平均利潤率の形成に参加するものとしてあらわれるのはなぜか、という宇野教授の問題提起は、実は「資本一般」という本質論的論理段階と、商業資本も含めた個別資本の競争による平均利潤率の形成を分析する「競争論」という現象論的論理段階との相違に対する無理解によるものであるとする。このように資本一般の段階と競争論の段階を区別することによって、流通費用が、資本一般の段階では社会的空費としてあらわれ、剰余価値からの控除になるが、競争論段階では事態は逆転し、流通費用は商業資本にとっては資本となってあらわれるのだという説明は、たしかに一つの新しい見解を提示したものとして評価することができよう。だが荒川教授も指摘されているように、この方法では流通費用の資本化を何ら説明したことにはならない。また競争論の段階において、産業資本にとって流通費用は何なのか、の説明を欠いている。したがって流通費用の資本化において、それは資本化しているから剰余価値からの控除にはならないのかという疑問を生まざるをえないことになる。このことはさらに総価値は総価格に一致するというマルクスの基本的な命題をやぶることにもなりかねない。森下教授、荒川教授それにわたくし自身も、この論点はもともと競争次元の問題であり、商業資本は不生産的なものであるという見解をとっている。しかし著者のねらいは分らないではない。周知のように商業経済論は、その関連部門として、広大なマーケティング論をもっており、これに無関心でいるわけにはいかない。著者は商業経済論を本質論として規定し、マーケティング論を現象形態論として規定することによって、両者の関連を明らかにしようとしたのではあるまいか。著者の見解に賛同しえない論者も、この論文を高く評価しているのは、その問題意識の漸新さにあるといえよう。荒川教授は毎日新聞社エコノミストの新刊批評論でつぎのように書いている。「マルクス主義商業経済学における理論問題の所在を、これほど明確にかつ系統的に提示された業績は珍らしい。評者は本書が、今後の理論研究展開への跳躍台を提供しているものとして高く評価するものである」。

ここでまだ未完成であるとは思いますが、マルクスの商業経済学とマーケティング論の関係についての著者の見解を見ておくことが必要であろう。ここでも著者は本質論と現象形態論を区別し、商業経済論とマーケティング論を正しく位置せしめようとしている。著者によると、マーケティング論は、現象をそのままに

記述することに終って、現象の背後に潜む本質を看過している。しかし他方においてと著者はいう。本質と現象との同一性を看過してはならない。本質は現象をほかにしてはなく、現象そのものの中にあるのである。したがって科学は、事物の本質的規定から出発して、現象形態を余すところなく解明するという任務をもっている。マーケティング論は、広く指摘されているように、現象形態のみを取扱う俗流経済学である。マーケティング論においては、本質は無視され、その分析態度は現象にのみとらわれているのである。だからこそ、配給費用の質的規定は勿論のこと、商業利潤の源泉や、生産と配給との左異の問題についても何等の理解的解明がなされなかったのである。

では配給費用の本質はいかにして求められるべきか。本質と現象との同一性と差別性を認めた場合に、われわれはまず抽象の段階に注意しなければならない。科学的分析をおこなうには、現象から抽象をおこなって、本質的な諸関連にまで抽象の段階を高めなければならない。しかもその際、現象が本質といかに異なってあらわれるかを注意しなければならない。橋本氏の意図は、商業の本質的規定にマルクス商業学をおく。しかしそれだけに止ってはならない。それに基礎をおきつつ、マーケティング論によってその現象を解明しようとするにあるように思われる。

しかしその場合問題は、マルクス商業論とマーケティング論との間をどのように橋渡しするかにある。それに成功しなければ、マルクス商業論とマーケティング論は、木に竹をついだものとなり、学問的整合性を失ってしまう。大ざっぱにいうと、初期のマーケティング論においては、この橋渡しの作業が比較的容易であるように思われた。谷口博士が明らかにされたように、社会的配給組織は、生産者と消費者の人格的・時間的・場所的分離を克服しようとするものであり、これを対象とするマーケティング論は、マルクス経済学における商業論の現象形態を解明しようとしたものであったといえよう。ところが最近のマネジリアル・マーケティング論になると、問題はそう簡単ではない。マネジリアル・マーケティング論は、単に流過程だけでなく、生産過程をも対象のなかにとり入れているからである。それだけではない。経済学は経済の本質を客観的に解明しようとするものであるのに対し、マネジリアル・マーケティングは、それらの法則の上に立って、個別資本が主体的にいかに行動すべきかの問題をも含んでいるのである。マネジリアル・マーケティング論が、行動科学との関連を強調しているのはそのためである。このような段階にあって著者は、マルクス主義商業論とマーケティング論の橋渡しというきわめて困難な仕事に取組もうとしている。副論文として「現代マーケティング論序説」が提出されているのは、そのような観点からであると思われる。正直にいうとこの仕事は未完成である。しかし主論文として提出された「商業資本と流通問題」は、すぐれて創造的なものであり、将来この野心的な仕事の成功を予想させるに十分である。

よって、本論文は経済学博士の学位論文として価値するものと認める。