

## 12. 労働生産性の向上

サープラスの増大: その2

### 今回の課題

- ✓ 資本主義社会は、どうして生産力水準を無茶苦茶に上げざるをえないのか
  - 個々の企業にとっての意義
  - 社会全体にとっての意義
- ✓ 個々の資本主義的企業は、どうして商品を安くするのか

### 問題設定は変わらず

- 社会全体で純プラスが生まれるかぎり、個々の企業の純プラス(=利潤増大)を考察
- 一方の企業が損して、その分、他方の企業が得して、結局、社会全体ではプラマイゼロ——というのではダメ

### これまでは...

- 企業間でのモウケの違いは無視
- ∴ なぜなら...
- 単に一方が得して他方が損するだけでは社会的にはプラマイゼロ

### ここでは...

- 企業間でのモウケの違いを視野に入れる
    - 勝ち組の革新的企業
    - 負け組の従来型企业
  - ただし、それが社会的な純プラスをもたらすかぎり
- ⇕
- プラマイゼロ

### 前回はふまえると

- 個々の企業が勝手に生活水準を変えるわけにはいかない。  
↓
- 必須労働時間したがって労働力の価値( $v$ )は一定と仮定する。  
↓
- 一日の総労働時間の延長/労働強度の強化によって付加価値額( $v+m$ )を増加する。  
↓
- 限界につきあたる。  
↓
- これだけじゃ資本主義発展の現実を説明することができない。

## 必要なのは...

- 必須労働時間の短縮  
|| すなわち
- 労働力の価値の低下  
|| すなわち
- 必須生産物の価値の低下

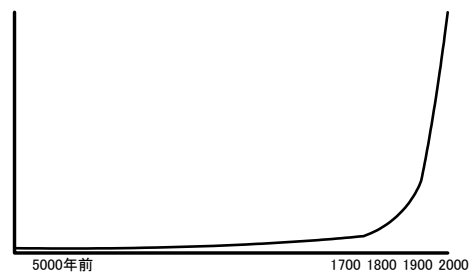
## 式で書くと...

$$(s + v) \rightarrow$$
$$s^* \nearrow = \frac{s \nearrow}{v \searrow}$$

## 労働力の価値低下は どうやったら可能？

- 必須生産物のP×Qの低下
- Q(数量)の低下  
= 生活水準の低下  
✗ これは資本主義の歴史に反している
- P(価格)の低下  
= 労働生産性の上昇  
○ これこそは資本主義を特徴づけている

## 生産力発展の歴史のイメージ



## 生産力水準の上昇

1. 多様化・高度化
    - 質的側面
    - 有用物の側面
    - 1. 新生産物の開発
    - 2. 既存生産物の品質改良
  2. コスト削減
    - 量的側面
    - 価値の側面
- ここでは、コスト削減の側面に着目!!

## 生産力上昇は どうやったら可能？

- 資本主義経済では、社会全体でみんなが協力して計画的に生産性を上昇させるメカニズムはない。
- 各企業が自社製品の生産において勝手バラバラにやる生産性上昇が、結果的には社会全体の生産性を上昇させる。

## ところがどっこい

- 各企業の目的は...  
＝利潤の最大化
- ⇕ しかるに
- ≠ **Not** 生産性の上昇
- ≠ **Not** 価格の引き下げ

## 価格引き下げvs.価格吊り上げ

- 値段を吊り上げれば儲かる
  - ・独占の場合
- 値段を引き下げれば儲かる
  - ・競争の場合

## 競争とは？

- 競争 ⇔ 独占
  - ・独占とは違って、企業が価格を設定することはできない。
  - ・どの企業も市場価値に従う。
- 競争 ≠ 競い合い
  - ・お互いに研鑽して高め合うのが目的ではない。
  - ・目的は敵を出し抜いて叩き潰して、自分だけが得をすること。

## 部門内の二つの企業タイプ

- 革新的企業
  - ・新しい生産方法を導入
- 従来型企業
  - ・従来の生産方法を継続

## 部門の商品の価値

- 市場価値
  - ・販売する際の価値
  - ・どの企業にとっても同じ
- 企業内価値
  - ・生産する際の価値
  - ・革新的企業と従来型企業とでは違う

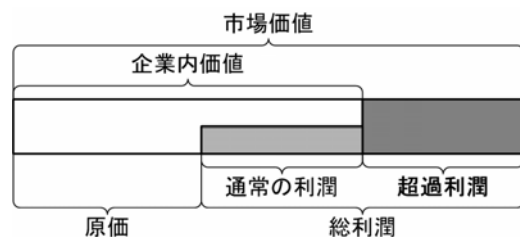
従来型企業の  
企業内価値



革新的企業の  
企業内価値

## 革新的企業の超過利潤

- 企業内価値 < 市場価値
- 市場価値 - 企業内価値 = 超過利潤



## 革新的企業の動機と活動

- 動機
  - 超過利潤を獲得する。
  - ↓ これによって
  - できるだけ多くの利潤を獲得する。
- 活動
  - 一面では、市場価値より引き下げて、企業内価値で生産する。
  - 他面では、企業内価値より吊り上げて、市場価値で販売する。

## 薄利多売か？

**No!**

1. 革新的企業は、確かに市場価値よりも安く売ることができ、従来型企业よりも多く売ることができる。
2. しかし、それは原価が他社よりも安いからであって、薄利ではない。むしろ利益は従来型企业より多い。

|| すなわち  
**多利多売**

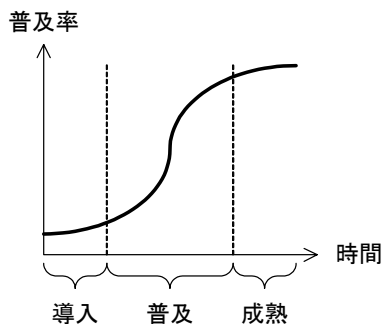
## 新生産方法の普及

- 資本主義社会では新技術は必ず広まる。
  - 知識の共有
  - カネモウケという単一の目的と生き残り競争
- だが、瞬間的に広まるわけではない。
  - 知識の私有
  - リスク・費用の私的負担
- ↓ ゆえに
- 普及のプロセスが必要

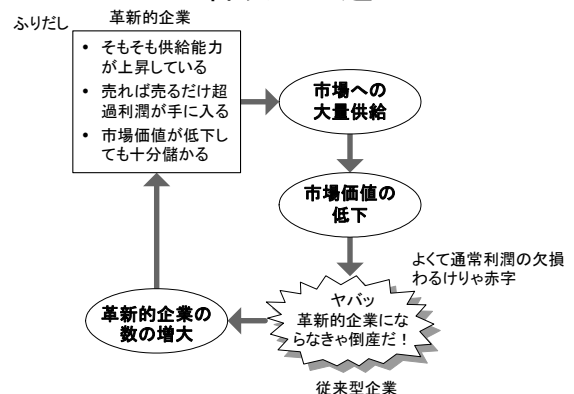
## 普及というプロセスの特徴

- 昔は、新生産方法は全然伝わらないか、伝わるのに長い年月がかかった。
- ⇓ これにたいして
- 資本主義社会では新生産方法は短期間で普及する。
  - = 資本主義の優れた点
- ただし、瞬間的に、スムーズに普及することはできない。
  - = 資本主義の限界

## 普及のイメージ



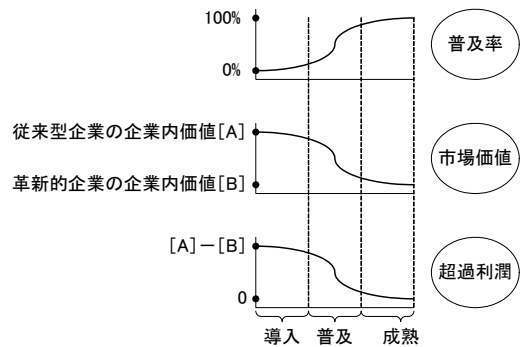
## 普及の加速



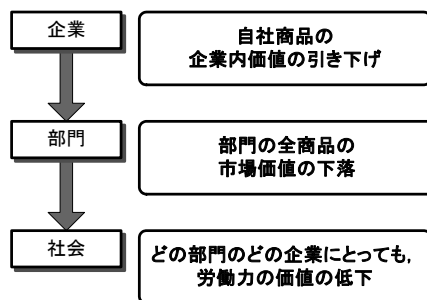
## 普及と超過利潤

- 超過利潤が発生するのは、普及が完了するまでの間だけ
- 普及が完了したら、超過利潤も消滅

## 普及率・市場価値・超過利潤



## 超過利潤を目指す 部門内での企業間競争の帰結



## 一言で言うと...

革新的企業だけではなく、  
ありとあらゆる企業にとって...

- 労働力の価値が低下
- ↓ ゆえに
- 剰余価値率が上昇
- || すなわち
- 社会的な純プラスが増大

## 今回の結論

- ❖ 社会的レベルでの剰余価値率の上昇は、二つの道をつうじて達成される。
  1. 総労働時間延長／労働強化(前回)
  2. 必須労働時間の短縮(今回)
- ❖ 個々の資本主義的企業は、利潤の最大化という目的の手段として生産性を上昇させる。
- ❖ 生産性が上昇すると、必須労働時間が短縮される。
- ❖ 個々の企業による生産性の上昇は、まわりまわって、社会全体での剰余価値率の上昇をもたらす。