

情報の市場・市場の情報*

— マルクス経済理論の観点から —

小幡道昭†

目次

1 重い媒体	3
2 データ・ソフトウェア・知識	5
3 情報の商品化	7
4 知識・機構・組織	10
5 市場の変容	13

*1992年度科学研究費研究「情報化社会と人間」「資本主義経済の変容と産業構造の転換」に基づく研究

†東京大学 経済学部

はじめに

近年、情報の問題は経済学の理論のなかで次第にクローズアップされる傾向にあり、さまざまな接近方法が試みられている。そうしたなかであって、マルクス経済学においても実証的な研究の領域では、現代資本主義の特質を分析するといった視覚から、情報通信技術の発展の影響が次第に重視されるようになってきているが¹、純粹理論的な観点からこの問題に取り組む態勢はまだ充分整っているとはいえない。たしかに、『資本論』のなかで情報の問題が直接論じられている箇所を見つけだすことはむずかしいかもしれないが、だからといってこの問題がすべて実証的な分析手法で研究されなければならないということにはならない。事実、あらためて考えなおしてみると、マルクス経済学の理論的な枠組みは、オーソドックスな近代経済学の場合よりも、情報の問題を考察するのに本来ふさわしい条件を具えており、また情報という表現をとることこそなかったが、實際上この問題を独自の視覚から追及してきたといってもいいのである。

今日さまざまな方向から議論されている情報をめぐる問題は、マルクス経済学の理論の観点から捉え返してみると、次のような二つの問題群に分かれてくる。その一つは、生産技術との関連である。従来マルクス経済学は、技術の問題を経済過程に対して所与のものとして理論的な考察の枠外におくのではなく、むしろ人間労働の特質の解明を基礎として、生産方法の発展が経済社会に及ぼす作用を一つの重要な考察対象として

¹ たとえば、中岡哲郎『工場の哲学 — 組織と人間 —』, 平凡社, 1971年や、Braverman, H., *Labor and Monopoly Capital*, 1974, chap.15(富沢賢治訳『労働と独占資本』, 岩波書店, 1978年) などでは、比較的早い時期に情報技術がもつ意味を『資本論』の労働過程論を基礎としての確に分析されている。また、Mandel, E., らによる長期波動論的な研究やレギュレーション学派によるポスト・フォーダイズムの理論などでも、情報通信技術の革新に対する強い関心が示されている。

きた。『資本論』に即していえば、「労働過程」の分析を基礎とした協業・分業・機械制大工業の展開において、マルクスは彼の時代における先端技術の趨勢が資本家と労働者の間の社会的な関係に及ぼす影響力の分析にいち早く着手したのである。そして、今日の情報通信技術の新たな進展は、彼の時代とは異なる労働の知的な領域においてではあるが、しかしある意味では同じような類型の社会的な作用を加えつつあるように思われる²。だが、情報が問題となるのはこのような直接的な労働過程においてだけではない。

もう一つの問題群は、マルクス経済学固有の市場理解に関わるものである。それは「完全情報」というような想定を基本とした理論とは、本質的に異なる市場像を提示してきた。本稿では、こちらの問題群に焦点をあて、市場との関連において、情報の問題の内部構造を整理してみることにしたい。ただ、その前提となる市場像に関しては、マルクス経済学者の間においても、必ずしも共通な了解があるとは思われないので、この点に関して簡単に私見を示しておくことにする。

1 重い媒体

市場なるものをどう理解するのかは、どのような経済理論をたてるにせよ、おそらくその核となる問題であり、それは商品の価格現象をどのように把握するのかという、価値論ないし価格理論に結晶する面をもつ。この点についていうと、周知のようにマルクスはいわゆる労働価値説をその根幹としていた³。ただこの説自体はマルクスに特有のものという

² 小幡道昭「コンピュータと労働」、『経済学論集』(東京大学), 58-3, 1992年をみられたい。

³ 労働価値説という表現でマルクスの価値論を概括することが、必ずしも適当とはいえない面がある。小幡道昭『価値論の展開』, 東京大学出版会, 1988年, 192頁をみられたい。

より、彼の時代の支配的な経済学、すなわちリカードに代表される古典派経済学の理論構成を、搾取理論を埋め込むかたちで批判的に取り入れたものであった。そしてマルクスは、それと同時に労働価値説の帰結である商品に内在する客観的な「価値の大きさ」が市場においてどのように実現されるのかという問題に検討を進め、それがそのまま、あるいは平均において実現されるとみなす、古典派経済学の予定調和的な市場像に鋭い批判を加えたのである。たしかにそれは、商品がまさにその「価値どおり」には売れないという恐慌現象をめぐって展開された当時の論争に触発された面をもっており、またそこに市場経済の欠陥を読みとろうとするマルクスのイデオロギーが強くはたらいていたことも否めない。しかし、マルクスはそこから遡って、もっとも抽象的なレベルにおいて、理論的に市場それ自身のもつ無規律な性格を分析する方法を開拓していった。こうした試みは、『資本論』冒頭の商品論に示された「価値形態論」の構築にまで及んでいったのである。

このような特徴をもつ『資本論』を基礎として発展してきたマルクス経済学は、市場そのものに対する次のような独自の認識を内包する結果となっている。すなわち、そこでは多かれ少なかれ、商品の販売には一定の時間がかかるものとされ、資本の運動の内部には生産期間と区別される固有の流通期間が存在し、そこに特殊な性格をもった資本の投下と費用の支出が避けられないものとする理解が示されている。このような状態は、市場が不完全であるために生じる特殊問題の対象ではなく、まさに商品価値の本質を論じる一般理論の課題とされてきたわけである。そして、このように市場を通過するのにある期間を要するというマルクス経済学の基本認識は、必ずしも労働価値説でなくてもいいわけであるが、ともかく商品の価値が市場においてはじめて与えられるのではなく、

生産過程を通じてあらかじめ決定されているとする理解と深く結びついていた。これに対して、商品の価値は需要供給の反映でしかないと考えるのであれば、商品がすぐに売れず多少とも市場に対流する現象は、その商品の売値が高すぎるからであり、商品在庫が存在するのはけっきょく市場の情報伝達機能が不完全で、価格が弾力的に変化しないためだということにならざるをえないからである。

このようにみえてくると、マルクス経済学が価値形態論の展開を通じて、貨幣でならなんでも買えるという市場構造を強調してきたことの背後には、いつでも市場が売れ残りの商品在庫で充填されており、逆に売り手は自由な貨幣所有者のなかから、自己の商品の特殊な使用価値に関心をもつ相手を発見すべく、たえず一種の情報活動を強いられる状況にあるのだといった認識が控えている。こうして、マルクス経済学が提示してきた市場の基礎構造には、個別主体が無秩序な世界をどのように把握し行動するのかという点をめぐって、いわば重い媒体としての市場に特有な情報の問題が内包されていることがわかるのである。

2 データ・ソフトウェア・知識

さて以上のようにマルクス経済学の市場認識が情報の問題にいかなる分析視角を可能にするのか、という課題にすすむまえに、もう一つ情報という概念をここではどのような意味内容で用いようとしているのか、という点をはっきりさせておきたい。けだし、社会学者が使う「情報」という表現ほど、曖昧な諸要素を無造作に包括しているものも少ないからである。

ここでは、市場における情報の意味を考えるという目的に沿って、そ

れをデータ、ソフトウェア、知識という三つの契機に分けて捉えてゆくことにしたい。それはなによりも、情報なるものが、たえずながしかの処理過程のうちであり、けっしてある過程の結果として与えられた、静態的・固定的な物量ではないことを強調したいからである。すなわち、日々刻々移り変わる対象世界は、その状態に関する種種雑多な記録(「データ」)を生み出すことになるのであるが、それらは一定の手続き(広い意味における「ソフトウェア」)にしたがって処理され、主体による判断と行動の基礎となる認識(「知識」)に繰り返し加工されてゆくというように考えるわけである。

工学的な意味における情報の概念は、一般にはこのうちデータの層に焦点をあて、ある特定のデータが交信を通じてどのように別の装置や人間の意識に再現されるのかという問題を中心に展開されたといつてよい。この意味でも情報という概念は、交信というそれ自体社会的な契機に深く結びつく性格を具えているのであるが、社会科学の固有の領域では、このようなデータ層での横の再生処理とともに、社会的なデータ交信が主体の行動にどのように結実するのかという、いわば人間主体に向かう縦の加工処理があわせて重要な問題となる。かりに市場に焦点をあてて考えるとすれば、さまざまな場所でいろいろな時期に、同種の商品も異なった価格で取り引きされる可能性があるが、このような価格状況に関する分散したデータが、市場という場を介して個別主体のもとにどこまで正確かつ効率的に再現されるか、という横の関係とともに、こうして収集されたデータがいかに関連づけられ、特定の行動の基礎となる知識に転換されてゆくのかという点が、経済的な行動の分析においては本質的な問題となってくる。

いまかりに、ここ一週間の間に日本全国である規格のメモリ・チップが

いつどこで、どのような価格と数量で取り引きされたかを調べてたずれば、おそらくその記録は膨大な量にのぼるであろうし、それをただ眺めていたのでは混乱の種になるに過ぎない。それは特定の目的に沿って、たとえばどの地域で相対的に高く売れているのか、またそこでの平均価格はなお上昇傾向にあるのか、さらにはその上昇がある買い手が大量に発注したといった特殊事情によるものか、それとも一般的な品薄によるものなのか、といったことをデータのうちに読みとってゆかなくてはならない。このためのデータの処理過程は、さまざまな手続きの積み重ねを要するのであり、そこには現存のコンピュータに実行させる形態にあるかどうかは別として、広い意味におけるソフトウェアの動員が不可欠となる。しかもその処理過程においては、同じようなデータからも、主体の関心に応じたさまざまな知識が引き出されてくる可能性がある。いずれにせよ以上のような意味において、知識は個々のデータに内在するものではなく、むしろその隙間からたえず湧出してくるものなのであり⁴、情報とはデータが集積され整理され知識に加工される過程的存在なのである。

3 情報の商品化

以上のような市場像と情報概念とを重ねあわせてみると、いわゆる「情報の経済学」として論じられてきた内容⁵ に対して、次のような疑問が

⁴ 工学理論的な情報概念に社会科学的那それが還元できないという観点から、石沢篤郎『コンピュータ科学と社会科学』、大月書店、1987年、142頁では同じような主張がなされている。ここでは、本稿で使ったデータという用語はメッセージとなっており、おそらくそのほうが正確な表現かもしれない。

⁵ たとえば、野口悠紀雄『情報の経済理論』、東洋経済新報社、1974年などでは、情報を「経済財」として捉え、その取り引き形態と生産をめぐってその特殊性が、どのようにして市場の原理で処理可能か、という観点から考察が進められている。

生じてくる。すなわち、情報なるものがはたして第三の種類の商品たりうるか、という問題である。情報の問題に対する一つのアプローチとして、現代の経済では、物的な財やサービスとならんで第三の商品たる情報が占める比重が増大しており、市場現象の解明にはこのような商品の特殊性を織り込んだ新しい理論が必要だといった主張がしばしばなされる。

しかし、市場における活動にとって、情報がますます決定的な意味をもつようになってきているということと、市場における取り引き対象として情報の占める割合が大きくなってきているということとは、基本的に異なることである。そして、これら二つの事態は両立する関係にあるというよりも、むしろ背馳する可能性が強いのである。すなわち、必要な情報が市場で自由に取り引きされ、他の商品と同様に貨幣を支払えばいくらかでも入手可能だとすれば、それは従来市場を介した社会的な分業編成の内部で、新たな技術を体化した生産手段が調達されてきたのと基本的には同じようなことになる。このような意味で、情報が商品化してしまえば、情報を収集加工する企業内部の活動は収縮するはずであり、市場における情報活動は、分業の原理により大幅に節約されるはずである。だが実際には、「情報の商品化」には大きな制約があり、むしろその結果、生産過程における社会的な分業の深化のなかで、商品化しにくい経済主体の情報活動の比重が相対的に高まらざるをえないという点に問題の本質が横たわっているように思われるのである⁶。

とはいえ、あらゆる情報過程のすべての層において、市場原理の浸透が一様に困難で成り立ちえないというわけではない。さきに分析したような情報をめぐる横の再生と縦の加工という構造をふまえてみれば、こ

⁶ 池上惇『情報化社会の政治経済学』, 昭和堂, 1985年 43頁で照会されている Hirshleifer, "Where are we in the Theory of Information?", *American Economic Review*, 63-2, 1973の議論なども参照されたい。

のうち広義のデータ転送に関わる横断的な基層は、従来からさまざまなかたちで市場を介した取り引き関係にさらされてきた。出版とか新聞といった紙を媒介としたデータの転送や放送・通信などの新たなマスメディアは、それが物的な生産活動を押し退けて経済活動の中心になるとは思えないが、独自の産業的地位をかためつつあることはたしかである⁷。

しかし、この場合でも、データそのものが独立した商品として販売されるということはまれなのであり、実際におこなわれている内容は、電話事業のようにデータの販売ではなく純粋に転送サービスを提供する活動であったり、あるいは、手元にあるデータのなかから相手の求めるものを抽出し、その複製を相手のもとに迅速にかつ正確に再生するものであったり、いずれにせよ一種のサービス業務と一体となって「情報の商品化」もおこなわれてきたにすぎない。情報なるものは、なにかしら独立した粒のように個々ばらばらに量り売りされるような性質のものではないのであり、それはすでに強調したように集積し関連づける活動に媒介された過程的な性格を容易には脱しえない面をもつ。その点を無視して、近年における情報通信技術の発展が、ただちに情報そのものの商品化を等しなみに促進するものであるかのように即断するわけにはゆかな

⁷ したがって、そのかぎりにおいてこの種の商品に関しても、その価値がどのようにきまるのかという問題に答える必要はある。このうち、転送媒体や転送サービスの部分に関しては、従来の価値論を変更する必要はないが、必ずしも投入と産出の確定的な関係の存在しないそれと異質な部分に関してまで、生産過程の技術的關係がその価格の運動を規制するという考え方を適用しようとすることは論理的に無理であろう。マルクスの価値論を外部から眺めると、情報財の価値は労働価値説では説明できないのではないかという疑問は当然に生じてくるのであり(竹内啓「情報化とこれからの経済学」『経済セミナー』,1987年12月)、それに対してマルクス経済学の立場からも、この種のいわゆる情報商品の価値を労働価値説の拡張によって説明しようとする試みもなくはないが、それに与しえない。労働価値説が基本的になんにでも当てはまるというかたちで一般化をはかるのではなく、むしろそれが妥当する対象の明確に画定し、たとえば純粋の知識のような、それが適応できない対象との関連を掘りさげることこそ、マルクス価値論を積極的にいかす途である、というのが本稿の基本的な立場である。また、労働にかえて「情報・サービス財」の基礎財としての性格に注目し、「情報価値」説を展開する試みもあるがそこにはなおのこと疑問がある。酒井凌三『『情報化社会』と労働価値説 — 試論 — 』、『名古屋学院大学論集』, 28-2, 1991年。

いのである。

4 知識・機構・組織

だがともかく、このようなサービス産業の拡大という形態をとってではあれ、情報通信技術の急速な発展のもとで、現在急激に社会的なデータの横断的な転送が大量化・高速化し、その精度を高めてきているという事実は否定しがたい。では、この帰結はどうなるのであろうか。ますます大量かつ正確に収集可能となった流動的なデータによって、現実の判断と行動の基礎となるような知識が形成される縦の断面がどのような影響を被ることになるのかという点が、次に当然問題となってくるのである。

ところでマルクス経済学の理論研究は、すでにこの断面への商品化の浸透が、いかなる障碍に直面せざるをえないかをさまざまな角度から分析してきた。生産価格論を基礎とし商業資本論や信用論の展開を通して構築されてきたその市場機構の理論は、市場に関する知識がそう簡単には売買できないという基本的な認識を土台としてきたといつてよい。

たとえばさきの例にもどつていえば、いま特定の規格のメモリ・チップの価格が、ある地域の売り手たちから相対的にやすく購入できそうだという知識をいちはやく得たものがいたとしよう。問題はこの知識がそれ自身として商品化し、取引きの対象となりうるかどうか、という点にある。しかし、利害関係に密着したこの種の知識は、相手がその正しさを確信しないかぎり売れはしない。しかし、データをソフトウェアで加工して獲得した結果のみをその過程から切り離して販売しようとするのでは、一般に確信までは売れない。そのためにはデータを開示しその

加工の手続きまで相手に説明し、その知識が形成される過程をもう一度相手のまえで再現し説得しなくてはならない。だがそれでも、その確信がどこまで相手のもとに再生するかは定かではないし、それを完全にしようとするほど、この知識を獲得する方法まですべて相手に売り渡すことになり、知識のみを売ることの利点は消滅する。このような障碍が程度の差はあれ避けられないがゆえに、一般的には知識を独立に取り引きするのではなく、むしろ実際にその知識に基づいて、自らの危険負担で相対的にやすく買い取り、それを相場で売るという活動形態のほうが普及してきたのである。

同じようなことは、信用関係の形成をめぐる理論構成に関してもいえる。無秩序におこなわれる商品の売買関係のなかでは、ときとして相対的に早く売れ資金に余裕をもつ主体や逆に販売がたまたま遅延して資金の不足に悩む主体が生じてくる。このような関係がある商品の売り手と買い手の間に生じた場合、前者が後払いでも自己の商品を高く売ろうとすることはありうることである。しかし、このような信用取り引きの形成においてたえず問題となるのは、それによって繰り延べられた将来の支払いを、売り手がどこまで確信できるかという点であった。このことは、基本的には、買い手が次に自己の商品を販売し支払代金を回収しようとしている側の市況を調査することで察知してゆくほかない。しかし、この点に関するデータも処理手続きも知識も、この両者の間で均質だという保証はない。こうした場合、資金の事実上の融通を受ける買い手の、将来の返済資金の取得の確実さを保証するにたる知識を得た第三者がいたとして、その場合この第三者がはたしてその知識だけを切り離してこの場合の売り手に販売できるのかというのが、銀行信用の一つの基本問題であった。しかし、ここでも実際に生じてきたのは、この種の

知識を取り引きする独立の市場が形成され、そこで競争的な売買がされるという関係ではなかった。このような個別主体の利害に関わる知識は、自らそれに基づき判断し行動することによるほか、基本的には利用しにくいのであり、この場合も第三者たる銀行は、その形態はさまざまであろうがともかく、一方で債権をもつというと同時に、他方で自ら債務を負う構造を展開することなしに、その固有の知識を利得の手段に転じることはむずかしいのである。

こうして、市場がけっして真空状態ではなく、商品がそこを通過するには、多少とも時間と費用とを要すると考えてきたマルクス経済学の理論は、市場という場が一方では、データを収集しそれを独自の手続きで処理し、特定の目的に沿った知識を得るといった、動的な情報処理を個々の主体に強く求めながら、しかし他方では、この種の情報自体が独立した商品として売買の対象とはなりにくいという結論につながってゆく。⁸。その結果、市場に固有な知識の利用は、商品売買やそれに付随する信用仲介を自らの責任負担で遂行する商業資本や銀行資本の発達を促すことになるのであり、いわば重い媒体としての市場は、知識の販売の困難という抵抗物に直面して、独自の機構を形成してゆくわけである。

この関係は、一般の資本の内部に存在するいわゆる流通費用が独立し、

⁸ Hayek, F., "The Use of Knowledge in Society" *American Economic Review*, XXXV, No.4, 1945 (田中正晴・田中秀夫編訳『市場・知識・自由』, ミネルヴァ書房, 1986年所収) は、近代経済学の流れのなかで、いち早く市場のもつ情報伝達機能を中心に考察している。この伝達機能が充分であれば情報自身の商品化が生じないことになるのであり、事実ここには情報自身が独立に売買されるという問題は強調されていない。しかしその反面、情報活動にコストがかかるという点はほとんど無視され、価格システムは変化を記録する一種の機械にたとえられている。これに対して、マルクス経済学では、市場における個別主体は、少しでもやすく買い高く売るべく、無規律な市場で利得追及に奔走せざるをえないとする想定がなされており、そのことがかかる過程への資本と費用の投下を不可決とすると考えられている。こうして、効率的に伝達されたかに見える情報伝達も、実は秘匿された情報を探りだすことで個別的に利得をあげようとする私的な活動の結果である点が強調されるのである。

流通資本や余裕資金が外化したものであるとして、理論的に捉えてゆくもできよう。ただこのような外化・独立が、一般の資本の側の情報活動の停止を意味するものではない点は充分注意する必要がある。もし一般の資本の側が自己の商品をできるだけ迅速に高く売るための情報活動を怠ったり、あるいはできるだけ有利な条件で信用を与えてくれそうな相手を自ら調査し判断してゆくこと回避するようになれば、市場における知識を集中した商業資本や銀行資本との間で、不利な取り引きを強いられることになる。この意味で、市場が一方で知識そのものの販売の困難から独自の機構化を遂げてゆくとすれば、一般の資本の側にもむしろそれとの対抗上、独自の情報処理活動をはかる内部組織が発達する可能性は充分ある。それは資本の内側にあったものがそのまま外部に押し出され、単純に独立したというよりも、両者のそれぞれで変形しつつ分化したという性格をもつ点を見逃してはならないのである。

5 市場の変容

さて以上のような基本的枠組みをふまえてみると、一九八〇年代における情報通信技術の急激な発達とその普及の影響はどのように捉えうるであろうか。まず第一に確認しておきたいのは、この技術革新が基本的には、知識形成の縦の断面に比べて、データ層の横の交信の断面において相対的に強力に作用しているという点である。このような不均等な力のかかり方は、市場構造に対して変容を惹き起こす可能性が高い。資本主義経済の歴史を振り返ってみても、広い意味での交通・交信に関わる技術革新は、これまで何度か繰り返されてきた。

たとえばいわゆる「帝国主義」政策と密接に結びついた鉄道開発とか、

あるいは合衆国の大衆消費社会を支える一つの基盤となった電話回線の普及など、市場の構造に直接的な影響を与えることにより、資本主義の発展段階を画する重要な契機となってきた。そして、通信網という意味では、一九八〇年代における技術革新も基本的には電話回線による通信網の発達の延長線上にあるといえなくもないが、しかし、そこにはある決定的な断絶があることも見逃してはならない。たとえば電話回線がもっぱら頼ってきた肉声による交信では、基本的には知識のレベルにおけるものが中心とならざるえず、その基底となる操作可能な大量のデータ自身はなお紙などの固定的な媒介を通じて、物理的に輸送されるほかなかったといつてよい。これに対して、現在進行している技術革新の特性は、データ層における大量転送ないし瞬間的なアクセスへの途を拓き、基層における急激な流動化を生み出す大きな潜在力を秘めている。ここでは人間が関与してデータから特定の知識を引きだし、それを主体間で伝達するといった従来の方式に対して、次第に根本的な変容をもたらしつつあるのである。

そこで第二に問題となるのは、この基底における変化が、市場機構に対してどのような作用を及ぼすか、という点である。市場における人間行動の基盤となるような基本的な事実に関するデータが大量高速に流動化するとすれば、まず当然、この大量のデータから特定の知識を引きだし、それを利得獲得のために利用する市場機構の高度化をもたらすのではなかと考えられる。すでに述べたように商業資本や銀行資本は、市場に関する知識が独立の商品として売買しにくいという点に基礎をおき、自ら資本を投じて独自にデータを収集し、固有の処理手続きを施し的確な判断をくだすことで、市場における情報活動に特化したことの優位性を保持しえたのだとすれば、その基底をなすデータ層の流動化は、一般

にこうした特化を加速する動力となりうるように思われるのである。

しかし第三に、次の点もあわせて考慮しなくてはならない。それは、情報通信技術の発展によってもたらされてくるのが、磁気的なデータに端的に示されるような微細で結合・分離といった処理を加えやすい形状をとっているという点である。それらは従来の人間の記憶や紙などに記録されたデータとは異なり、それを収集し記録した主体の手からはなれて、さまざまな状態で浮動し拡散する性格を強くもっている。このことは、これまでデータとその処理手続きが、市場機構の取り引きに特化した主体と分ちがたく結びついていた構造を突き崩す可能性を内包している。従来市場における活動に特化してきた主体のもとに統括されてきた、データ収集、処理手続き、知識に基づく判断といった複雑な過程がコンピュータの単純な構造にそう簡単に移しかえられるとは考えられないが、そこで扱われるデータが大量で微細な操作対象と化してゆくなかで、その複雑な過程の周縁部から徐々に機械的な分解作用が及ぶことは十分に予想される。そしてこのようなデータの特性が強まってくれば、その操作を通じて得られる知識の特殊性は低下してくることになる。すでに見たように、市場の活動に特化した資本とそれに基本的に依存する途を選んだ一般の産業資本との間にはもともと強い軋轢があり、後者が市場における情報活動をいっさい回避することがありえないことはマルクス経済理論の示すところである。そして、市場をめぐるデータの性格が、それに専従する主体から剥離し、機械的な処理過程に馴染む傾向にあるとすれば、それはこれら二種類の資本の間での分業の利点を収縮させることになる。その意味において、市場における情報活動に特化し集中的に得た知識をもとに活動しうる余地が浸食され、かわってどの資本も同じように組織的な情報処理活動を展開し、個別的に市場の無規律性

に対処してゆくという構造を生み出すような側圧の存在も看過しえないのである。

以上のように分析してみると、近年における情報通信技術の発展と普及は、市場での活動に特化した資本も含めて、市場における情報処理過程がすべての資本間の競争の大きな機軸に転じ、その内部の緊張を高めてゆく可能性が大きいのであり、こうした強力な磁力のもとで、資本対資本の間で繰り広げられる情報処理活動にますます多くの労働力が吸収されることも予想される⁹ いずれにせよ、目下台頭しつつあるコンピュータを核とした情報通信技術の発展は、従来のように生産技術の革新と生産力の上昇を通じて、間接的に市場機構に変化を迫っているだけではなく、それ以上に多数の主体が無規律に反応しあうという市場そのものもつ基本構造に直接的な変容を迫る性質を具えているように思われる。たしかに現実に生じつつある市場の変容が、すべて本稿が扱ってきたような抽象レベルで説明できるというわけではないが、マルクス経済学の理論的諸問題をさらに掘り下げてゆく作業は、少なくともその理解の一助たりうる面をもつのではないかと考える。

⁹ この種の労働吸収の可能性については、Petit,P., *Slow Growth and the Service Economy*, 1986, chap.6-2 (平野泰朗訳『低成長下のサービス経済』、藤原書店、1992年)などを参照されたい。