

労働価値論とサービス労働

原 田 実

はじめに

- 1 古典派経済学の商品論とサービス労働
- 2 マルクスの商品論とサービス労働
- 3 最近の我が国におけるサービス労働価値形成説について
 - (1) サービス業においては何が販売されるのか?
 - (2) 労働力の販売と労働の販売
 - (3) サービス業においては生産の無政府性はどこに現れるか?

はじめに

商品の価値を労働に還元し、そこからすべての経済的諸範疇の体系的な展開——多くの混乱や矛盾をとめないながらも——を試みたのは、A.スミスの『国富論』がはじめてである。スミスの労働価値論は、周知のように、その後リカードによって継承され、マルクスによって完成された。ところで、彼らが問題にした商品の価値は、あくまで物的財貨たる商品の価値であった。物的財貨を生産しない労働が価値を生産するということは、彼らにとっては思いもよらないことであった。唯一の例外と思われるのが、マルクスの運輸業における有用効果の生産であるが、しかしこの場合も、物的財貨の輸送の場合には、有用効果の価値は結局は運送される商品に対象化されるのである。ところが近年、サービス経済の比重の増大と相まってサービス労働も価値を生産する、否価値ばかりでなく、無形生産物を生産するという主張まで現れるに至っている。したがって、現在の労働価値論は、その内容から言えば、古典派経済学やマルクスのそれとはまったく正反対のものにつくりかえられつつある、ということができよう。

「労働こそは、最初の価格、つまりいっさいの物に支払われた本源的な購買貨幣 (original purchase-money) であった。世界のいっさいの富が本源的に購買されたのは、

金または銀によってではなく、労働によってである」⁽¹⁾、だから商品の価値の大きさはその生産に要した労働量によって規定されなければならないというスミスの主張は、今日においても依然として真実であると思われるが、しかしこれはサービス労働においても妥当するであろうか？

(1) 『諸国民の富』岩波文庫（1）151ページ。

1 古典派経済学の商品論とサービス労働

『国富論』の正確な題名——「諸国民の富の性質と原因についての研究」——からもうかがえるように古典派経済学の最大の関心事は、富とはいったいどういうものであるか、という問題であった。古典派経済学の主要な代表者たちにとっては富とはまずもって物的財貨であること、そしてその物的財貨は、同時に使用価値と価値をもつ商品であった。彼らにとっては物的財貨＝商品であり、したがって物的財貨＝商品を生産する労働が富を生産する労働、つまり生産的労働であった。まず、古典派経済学の鼻祖A.スミスの見解から見ていくことにしよう。彼は、『国富論』第2編第3章の冒頭で次のように述べる。

「労働にはそれが加えられる対象の価値を増加させる部類のものと、このような結果を全然生まない別の部類のものがある。前者は、価値を生産するのであるから、これを生産的労働（productive labour）と呼び、後者はこれを不生産的労働（unproductive labour）と呼んでさしつかえない。こういうわけで、製造工の労働は、一般に、自分が加工する材料の価値に、自分自身の生活維持費の価値と、自分の親方の利潤の価値とを付加する。これに反して、召使いの労働はどのような価値も付加しない。なるほど、製造工は、自分の賃銀を自分の親方から前貸してもらってはいるいるけれども、こういう賃銀の価値は、一般に、自分が労働を加えた対象の増大した価値のうちに利潤をともなって回収されるのであるから、実は主人になんの費用もかからない。ところが、召使いの生活維持費は、けっして回収されない。人は多数の製造工を使用することによって富み、多数の召使いを扶養することによってまずくなる。とはいえ、後者の労働もその価値をもっているのであって、前者のそれと同じようにとうぜんその報酬を受けるべきものである。しかしながら、製造工の労働は、ある特定の対象または売りさばきうる

商品にそれ自体を固定したり、実現したりするのであって (the labour of the manufacturer fixes and realizes itself in some particular subject or vendible commodity)、こういう商品はこの労働がすんでしまつたあとでも、すくなくともしばらくのあいだは存続するものである。それは、いわば、ある他のばあい必要に応じて使用されるために、貯蔵され、貯えられる (stocked and stored up) 一定量の労働である。この対象、またはそれと同一のことであるが、この対象の価格は、後になってから、はじめにそれを生産したのと等量の労働を活動させることができる。」⁽¹⁾

スミスは、労働が価値を生産するか否かという問題と、それが雇用者に利潤を生産するか否かという問題を混同しているが、しかし労働には、価値を生産する労働と価値を生産しない労働があるということ、そして価値を生産する労働とは「ある特定の対象または売りさばきうる商品にそれ自体を固定したり実現したりする」労働であること、価値を生産しない労働とは「一般的には、それがおこなわれるまさにその瞬間に消滅してしまう」——彼はこのような労働を service と呼んでいる——労働であること、以上の点についての彼の主張は、きわめて明確であつて誤解の余地はない。スミスにおいては価値とは「貯蔵され、貯えられた」労働、つまり「あとになってから、それとひきかえに等量の労働を活動させることができる」労働なのである。スミスのこの観点からすれば、理容師や美容師や教師などの有形的な財貨を形成しない労働が価値を形成しないことは明らかである。整髪された頭髪をもってして「あとになってから、はじめにそれを生産したのと等量の労働を活動させること」はできない。「あとになってから、はじめにそれを生産したのと等量の労働を活動させること」のできる労働は物的財貨に、したがつて譲渡しうる財貨に実現されている労働以外にはありえない。

物的財貨を生産する労働をもって富を生産する労働と捉えるこの観点は、すでに述べたように決してスミス一人のものでなく、リカードはもちろんのこと労働による商品価値の決定を拒否したマルサスやミルによつても踏襲されている。マルサスは、富について「経済学において云々される富とは物質物にかぎられる、というのが正しいように思われる。」⁽²⁾と述べている。さらに生産的労働についても次のように述べている。「人間に有用ないっさいの物質物をもって富と考えるアダム・スミスは、生産的労働をもって、そうした物質物の生産かまたはその増加価値においてかに実現される労働を意味させている。

生産的労働ということばを、富を生産する労働に適用するという上の方法は、富をどのように定義しようとも、明らかに有用であつて、経済学上の用語法の明瞭性と首尾一

貫性とのためには、つねに採用すべきものある。」⁽³⁾

リカードは、上のマルサスの富の定義を次のように支持している。「マルサス氏の富の定義は、この点では、反対すべきなものももっていない。かれは、富をもって、人類に必要であり、有用であり、あるいは快適な物的対象であると、述べているのだ。」⁽⁴⁾

J. S. ミルは労働が生産するものは物質的諸対象の生産においても物質そのものではなく「効用 (utility)」であるとし、彼はその「効用」の生産を次の3種類にわけている。1 「外部の諸対象に固定され体現される効用」2 「人間に固定され体現される効用」(教師、医師、倫理学者、宗教家等々の労働) 3 「いかなる対象にも固定体現されず、単にサービスが提供されるということにのみ帰着するところの効用」⁽⁵⁾。ミルは、「これら3つの部類の労働のうち、はたしてどの部類の労働が富を生産する労働であるか」⁽⁶⁾ という問題を提起し、次のごとく答える。「富の観念には、蓄積しうるということが絶対に必要である。物が生産されたのち、使用されるまでのあいだに多少の期間それを保存しうるのでなくては、その物は富と見ることができない、と私は思う。」⁽⁷⁾ また別の箇所では、次のように述べている。「私は本書において富について述べるときには、富とはひとり物質的富と呼ばれるもののみであり、生産的労働とは種々なる勤労のうちひとり物質的な諸対象に体現される効用を生産するもののみであると解することとしよう。」⁽⁸⁾

スミス、リカード、マルサス、ミルらの古典派経済学の代表者たちにとっては、富＝物的財貨＝商品であり、この点に関しては彼らはまったく同じ見解に立っていたのである。したがって物的財貨を生産しない労働は、それがいかなる効用を産み出そうともとも富＝商品を生産する労働ではありえなかったのである。

(1) A. スミス『諸国民の富』岩波文庫(2) 337-338ページ。

(2) マルサス『経済学原理』岩波文庫(上) 49ページ。

(3) 同上51ページ。

(4) リカード「マルサス評注」『リカード全集Ⅱ』17ページ。

(5) J. S. ミル『経済学原理』岩波文庫(1) 102-103ページ。

(6) 同上104ページ。

(7) 同上104-105ページ。

(8) 同上106ページ。

2 マルクスの商品論とサービス労働

マルクスにおいても古典派経済学と同様商品とは物的財貨である。マルクスは商品について次のように言う。「商品は、まず第一に、外的対象 (äußerer Gegenstand) であり、その所属性によって人間のなんらかの種類の欲望を満足させる物 (Ding) である。」⁽¹⁾ さらにこの「物」について次のように言う。「ある1つの物の有用性 (Die Nützlichkeit eines Dings) は、その物を使用価値にする。しかし、この有用性は空中に浮いているのではない。この有用性は商品体 (Warenkörpers) の諸属性に制約されているので、商品体なしには存在しない。それゆえ、鉄や小麦やダイヤモンドなどという商品体そのものが、使用価値または財なのである。」⁽²⁾

以上のマルクスの叙述からして、マルクスにとって商品とは物的財貨でなければならないということは明白であると思われる。教師や医師の労働がつくりだす有用効果 (Nutzeffekt) は、いかなる「商品体の諸属性に制約されて」存在するのであろうか？ もちろんこれらの労働が有用効果をもたらすことは当然であるが、しかしその有用性はなんらかの「商品体の諸属性に制約されて」存在するものではないだろう。

マルクスにとって商品とは物的財貨でなければならないということは、このほかにも様々な側面から明らかにしうるのであるが、しかしそれについては以前に別稿で論じたことがあるし⁽³⁾、また行論でも展開されるので、ここではマルクスが物的財貨以外に唯一商品として認めた運輸業における場所移動という商品について見てみることにしよう。マルクスは次のように述べている。

「ところで、運輸業が売るのは、場所を変えること自体である。生みだされる有用効果 (Nutzeffekt) は、運輸過程すなわち運輸業の生産過程と不可分に結びつけられている。人や商品は運輸手段といっしょに旅をする。そして、運輸手段の旅、その場所的運動こそは、運輸手段によって引き起こされる生産過程なのである。その有用効果は、生産過程と同時にしか消費されえない。それは、この過程とは別な使用物として存在するのではない。すなわち、生産されてからはじめて取引物品として機能し商品として流通するような使用物として存在するのではない。しかしこの有用効果の交換価値は、他のどの商品の交換価値とも同じに、その有用効果のために消費された生産要素 (労働力と生産手段) の価値・プラス・運輸業に従事する労働者のつくりだした剰余価値によって規定されている。」⁽⁴⁾

見られるように、場所変更という「有用効果」が、運輸業が販売する商品であるとしている。そして、この「有用効果」＝商品がサービス業における価値形成説を主張する論者の大きな理論的根拠になっている。しかし「有用効果」＝商品は刀田の主張するように『資本論』体系における論理的一貫性という点で難問を抱えている。そして「有用効果」的概念は『資本論』の全3巻を通してここだけにしか存在しない。それは『資本論』体系においては孤立した存在である。」⁽⁵⁾と言わなければならない。

場所変更という「有用効果」が商品であるとするマルクスの説明は、『資本論』冒頭の商品の説明に明らかに抵触する。先に見たように、マルクスにおいては、商品と商品体とは同義であった。この「有用効果」という商品はどのような「商品体」をあらわし、そしてその使用価値、つまりその「有用性」はどのような「商品体の諸属性に制約されて」存在するのであろうか。それはまさしく、教育や医療の労働がもたらす「有用性」と同じように商品体なしの存在と言わなければならないであろう。

さらにもう1点それがマルクスの価値理論に抵触するのは、運輸労働が、それが独立した企業として営まれる場合には、直接に社会的労働として行われるということである。マルクスにおいては、価値とは私的労働がとる独自の社会的形態であるから、労働が最初から社会的労働として行われる場合には価値という形態をとらないのである。この点に関してマルクスは次のように述べる。

「およそ使用対象が商品になるのは、それが互いに独立に営まれる私的諸労働の生産物であるからにはほかならない。これらの私的諸労働の複合体は社会的総労働をなしている。生産者たちは自分たちの労働生産物の交換をつうじてはじめて社会的に接触するようになるのだから、彼らの私的諸労働の独自の社会的性格もまた交換においてはじめて現れるのである。言い換えれば、私的諸労働は、交換によって労働生産物がおかれ労働生産物を介して生産者たちが、おかれるところの諸関係によって、はじめて実際に社会的総労働の諸環として実証されるのである。それだから、生産者たちにとっては、かれらの私的諸労働の社会的関係は、そのあるがままのものとして現れるのである。すなわち、諸個人が自分たちの労働そのものにおいて結ぶ直接に社会的な諸関係としてではなく、むしろ諸個人の物的な諸関係および諸物の社会的な諸関係として、現れるのである。」⁽⁶⁾

マルクスは、私的所有のもとでは私的所有者が互いに「社会的に接触する」のは、生産物が生産された後に、交換においてはじめてであると考えていた。労働においては、私的生産者たちはなんらの関係も取り結ぶことなしに、めいめい勝手に労働し、交換において社会的な関係にはいるのである。だから、「かれらの私的諸労働の社会的関係は、

そのあるがままのものとして」、すなわち「諸個人の物的な諸関係および諸物の社会的な諸関係として、現れるのである。」私的生産者たちは、価値という物的な形態において社会的な関係にはいるのであるから、マルクスにおいては、価値論は同時にそのまま物象化論なのである。しかし、これは運輸業やサービス業にはあてはまらない。これらの分野においては、まず私的生産者たちの「社会的接触」が、つまり交換が先にあり、それから労働が行われるのである。運輸業者が輸送するものは他人の所有物であり、したがって顧客の注文なしに勝手に、自分の私的な判断で労働をすることができない。顧客との間で契約＝交換が成立した後に、それから労働が行われるのである。だから労働は最初から、生きた具体的労働の形態で社会的労働になっており、したがってマルクスの価値理論にしたがうならば、その労働は価値を形成することはないのである。⁽⁷⁾

- (1) 『資本論』マルクス・エンゲルス全集23巻 a 47ページ。
- (2) 同上48ページ。
- (3) 拙稿「価値とサービス労働」『政経研究』第65号 1994 参照。
- (4) 『資本論』前出24巻 69ページ。
- (5) 刀田和夫 『サービス論争批判』九州大学出版会 1993 51ページ。
- (6) 『資本論』前出23巻 a 98-99ページ。
- (7) この問題についての詳しい考察は 拙稿 前出 98ページ参照。

3 最近の我が国におけるサービス労働価値形成説について

(1) サービス業においては、何が販売されるのか？

サービス業において価値が生産されるかどうかを検討するに当たって、まず決定的に重要な問題はサービス業において販売されるものは何か、という問題である。言い換えれば、何が商品かという問題である。サービス業以外の部門においては、そこで販売される商品が何かということについて特に困難な問題はない。ところが、サービス業においては容易には捉えられない困難な問題が存在する。クリーニング店が販売するものは洗濯の労働であろうか、それとも洗濯された結果であろうか？この問題を、わかりやすいかたちで見るために、有形の生産物を生産する仕立てサービス業について見てみよう。仕立て職人は、顧客の所有する布地を衣服に仕立てる。この場合、仕立て職人は何を販売し、布地の所有者は何を購買したのでであろうか？売買されたのは、仕立てられた衣服でないことは明らかである。衣服は仕立て職人の所有物でなく、したがって彼はそれを売ることはできない。それは植木職人が、自分が剪定した他人の庭の樹木を売ることが

できないのと同じである。売られる商品がそこで作りだされたものでないとするれば、残るものは労働以外にはない。サービス業においては、特殊な労働が、ここでは衣服を仕立てるといふ特殊な労働が、販売されているのである。商品は、生産物ではなく、労働そのものである。このことが正しいとすれば、同じことはクリーニング、理髪、美容、教育、医療などのサービス業についても妥当するであろう。多くの論者が主張するように、これらの分野においても、「有用効果」や「無形生産物」が生産されるとしても、それらは、顧客の所有物、あるいは顧客その人のうちに実現されているのであるから、それらは「生産者」のものではなく、したがってそれを販売することはできない。サービス業において販売されるものは、有用効果や生産物でなく、労働そのものであるということ、このことは明々白々であるように思われるのであるが、しかし多くの論者はサービス業において販売される商品は、そこで生産された「生産物」あるいは有用効果であると主張するのである。まず最初に、そのなかにあってもっとも精緻な主張を展開されている刀田の見解から見てみることにしよう。⁽¹⁾

刀田は先の仕立て職人の労働について「仕立てサービスにおいて形態変化した労働対象たる衣服そのものが商品として販売されないとしても、それをもって裁縫労働の生産物あるいはこのサービス企業の生産物が商品として販売されてないと理解すべき理由はない。」⁽²⁾として、次のように続ける。「仕立てサービスにおける料金の支払いは、仕立てという仕事の完成、活動の結果に対して行われるとみなされる。そして仕立てサービスでの活動の結果は労働対象の『形態変化』であるから、料金はこれに対して支払われるとの解釈を許す。そうであればこの「形態変化」を商品と見なすことができる。そして『形態変化』は裁縫労働の生産物であり、仕立てサービス企業の生産物であるのだから、生産物が商品として販売されているのであり、そしてそこにおいても商品は労働の生産物たる対象であるということが出来る。」⁽³⁾

もちろん「仕立てという仕事の完成」がなければ、料金は支払われないであろう。しかし料金＝価格は「仕立てという仕事」が始まる前に決まっている、あるいは価格そのものは具体的に決まっていなくても、価格を支払うという約束は決まっているのである。一般の商品生産の場合には、価格は生産物が生産された後に市場で決定される。サービス業の場合には労働が行われる前に価格が、あるいはその支払いが決まっているのである。価格あるいはその支払いが決まらなければ、労働が行われないのである。要するにサービス業においては市場が先にあり、その後に労働があるのである。このことはサービス業において労働が価値を形成するかどうかを考えていく上で決定的に重要な

問題であるが、しかしこの点についての立ち入った考察は行論に譲ることにして氏の見解について検討を続けよう。

さて見られるように氏は、裁縫労働の生産物として衣服ではなく、「形態変化」という独特の生産物を発見し、これがこのサービス業において販売される商品だということである。この「形態変化」という生産物は氏に独自なものであってその内容は容易には捉えられないのであるが、しかし氏がかかる生産物を発見せざるをえない事情というのは理解できる。

普通に衣服が商品として売られる場合、衣服には裁縫労働が新しく作りだした価値だけでなく、労働対象や労働手段の価値も含んでいる。ところが裁縫労働がサービスとして行われる場合、労働対象は最初から買い手のものであるから、生産物が商品として売られるとしても、そこから労働対象の価値が引かれなければならない。それは彼が売る商品の価値構成部分にはならない。衣服が商品として売られる場合当然にその構成部分となるべき価値をもたない。そうであれば衣服が商品として売られるというわけにはいかない。売られているのは裁縫労働が新たに生産したとされる「価値」部分だけである。そしてこの新たに生産された部分を「形態変化」という生産物と呼んでいるわけである。

ところで、それが販売価格に含まれるかどうかは別にして、仕立てサービスの場合、労働対象の価値は衣服に移転されるのであろうか？ それともこの場合仕立てサービスの労働は布地の価値を衣服に移転することなく、ただ新価値のみを作り出すというのであろうか？もしここで労働が新しく価値を形成するというのであれば、労働対象が衣服の仕立てを注文した者の所有であるからといってその価値が移転されなくてもよいというものではないから、当然前者でなければならない。旧価値の移転をとまなわないう新価値の形成ということは、ありえないのである。とすれば、その移転は裁縫労働によって行われたのであるから、その移転価値も裁縫労働という労働の、つまりその具体的労働の産物なのである。さらに「形態変化」という商品の大きな欠陥は、その使用価値がいかなるものかまったく明らかにされていないということである。それは使用価値のない商品なのであり、したがって当然商品ではありえないのである。

次に、やはりサービス業において売られるものは「サービス生産物」であることを主張される馬場の見解を見てみよう。馬場は、「サービス業において販売されるものが購入された物と質的に異なったものであるということは、サービス業においても、労働過程、生産過程が包摂されていることを意味して」⁽⁴⁾おり、そこで販売されるものはその生産過程の生産物でなければならないとして次のような例をあげている。

「チョーク、黒板、机、教卓、教室、マイク、教卓といった教育労働手段を購入し、労働力を加えずに、購入した使用価値をそのままの形で再転売すれば、それはまぎれもなく商業である。教育労働力を再転売することもしない。販売されるのは、教育労働力と教育労働手段を合体させ生産された教育サービスという生産物である。その他のサービス、たとえば放送、医療、クリーニング、理容、美容においても同様である。」⁽⁵⁾

一般に生産物の生産は、労働力と労働対象および労働手段を必要とする。このどれが欠けても生産物を形成することはできない。ところが、氏の主張されるこの「教育サービスという生産物」に特徴的なのは、それが労働対象なしに生産された「生産物」であるということである。しかし労働対象なしに、労働力と労働手段のみで生産物を生産することが可能であろうか？ もちろん、不可能である。では、氏はうっかり労働対象を含めることを忘れたのであろうか？ そうではない。労働対象を含めると、氏にとっていささか都合が悪いのである。というのは、氏は、サービス業においては、労働対象がサービス提供者の所有ではないことを十分に承知されているからである。自分の所有ではない労働対象に働きかけて生産物を生産しても、それは自分の所有には属さない。したがって、それを自分の商品として販売することはできない。氏は、この難問を解決するために労働対象なしに形成される生産物をつくりあげたのである。しかし、労働対象なしにどのようにして生産物が形成されるのか、氏はその説明の義務を負っている。

さて、以上詳細に見てきたように、サービス業における「生産物」の販売というのは刀田においても馬場において成功していない。したがってサービス業においては労働そのものが販売されるということならざるをえないが⁽⁶⁾、しかしこれについてはやはり刀田の精緻な批判があるので、それをさけて通ることはできないであろう。

(1) サービス労働価値形成説に立つ多くの論者がそれに含まれる多くの困難や矛盾に無自覚に、ただ一方的に自己の主張を展開しているのに対して、刀田の著書『サービス論争批判』（九州大学出版会 1993）はそれらを正面から受け止め、その解決を試みたものである。金子はこの著作について「サービス論争のなかで従来の『反通説（サービス労働価値生産説）』が逢着し、未解決に終わった困難な問題を独自の方法で解決しようと試みるなかで形成された『サービス＝生産物説』の完成形態である。」（金子ハルオ『サービス論争批判』の批判）社会情報学研究 3 67ページ）と述べている。同感である。

(2) 刀田和夫 前出 134ページ

(3) 同上134ページ

(4) 馬場雅昭『サービス経済論』同文館 1989 32ページ

(5) 同上

(6) 次の置塩の主張とマルクスの主張を比較されたい。「たとえば医療活動という労働は、もちろん一定の有用効果をつくりだす。この有用効果が取引の対象となる場合、その労働は価値を形成する。」（置塩信雄「労働価値説の主要命題と現代の問題」経済理論学会年報第27集24ページ）

マルクスはナツソウ・シーニアの「処方をして病気の子どものなをしてやり、そしてその子の長生きを確実にしてやる医師は、ある持続的な成果を生産しているのではないのか」という主張を次のように批

判する。「愚にもつかないこと！ その子が死ぬ場合でも、やはりその成果は持続的だ。その子供が依然としてよくなるままの場合でも、やはり医師のサービスに支払わなければならない。ナツソーによれば、医師は病気をなおすかぎりでのみ、弁護士は訴訟に勝つかぎりでのみ、兵士は戦争に勝つかぎりでのみ、支払いを受けなければならないであろう。」（『剰余価値学説史』マルクス・エンゲルス全集26-I 351ページ）

置塩の主張はナツソウの主張と同じであるが、このマルクスの批判にどのように反論されるであろうか？

長田は、サービス労働がその「生産物」として生み出す「有用効果」の例として、理容サービスでは「需用者の頭髪・顔にさっぱりした状態になったという変化が生じる」（前出137ページ）ことをあげている。これが生産であるならば、どんな使用価値の消費もその消費者に何らかの「有用効果」をもたらすであろうから、あらゆる消費は生産になるであろう。自分でひげ剃りをしたり、化粧をしたりして、「きれいになった」という気持ちになれば、ひげ剃りや化粧するという行為は単に剃刀や化粧品の消費ではなく、「有用効果」を生産する労働なのである！ 酒を飲んで気持ちよく酔っぱらえば、酒を飲むという行為は、これも「有用効果」を生産する労働である！ もし自分で行うひげ剃りや化粧が生産でないなら、他人に金を払ってそれをやらせてもらっても生産にはならないであろう。また氏は、価値を「交換可能性」と定義し、「その(サービス労働——原田)成果＝生産物としての有用効果にこそ価値が宿る」（前出136ページ）と主張されているが、理容サービスが産み出した「有用効果」＝「さっぱりした状態」はどのような「交換可能性」をもつのだろうか？ もちろん「さっぱりした状態」はサービス利用者のものでなければならないが、しかし彼はそれを交換に得たのであってはやどんな「交換可能性」ももたえないのではなかろうか？

（2）労働力の販売と労働の販売

刀田はサービス業における労働の売買について次のように批判する。

「一般に売買においては、その対象である商品が買い手によって特定され、売り手はその商品ないしは同種の提供義務を負う。そうでなければ、買い手は、自分の欲する商品を買えないし、売り手も買い手の要求する商品を買わない。要するにこれでは売買が成り立たない。だから裁縫労働が、商品として売買されるとしたら、その買い手たる客は、彼が買う裁縫労働を特定しなければならない。すなわちその具体的な方法、手段、手順、行われる時間、場所、などを明確に特定しなければならない。そうでなければ彼の希望する労働は買えない。他方、売り手たる仕立屋は、この指定に従って労働を行う義務を負わなければならない。そうでなければ客の求める労働を売ることにはならない。しかしこのようなことが非現実的であることはいうまでもない。衣服の仕立てを依頼する場合、客の要求するあらかじめ指定した一定の寸法、型、様式などを備えた衣服が特定の裁縫労働の特定の結果であって、それが保証されるかぎり、客は労働そのものについて特別の指示をする必要はないし、またしないのが一般的である。」⁽¹⁾

氏は労働の売買の意味をまったく理解されていない。一般に労働を売ということは、特定の具体的労働を、特定の仕方で（これはサービスの内容によって様々に異なってくるであろう）売ということに他ならない。先の仕立てサービスを例にとれば、注文者の持参する布地を、注文者の要求にしたがって、たとえば一着の上着に仕立てるとい

仕方で、そういう約束で、労働が売られるのである。労働の売買はこういう方法によってのみ可能であり、またそこに労働力の売買との差異があるわけである。労働力の売買においては、一般に労働の種類、労働の仕方等が厳密に決められてそれが行われるわけではない。労働力の買い手は、特殊な労働力でないかぎり売り手の意志にかかわりなく、かなり自由にそれを使用できる。これに対して労働の販売において特徴的なことは、労働過程が売り手自身の支配下にあるということである。もし労働が買い手の指揮、監督のもとに行われるならば、それは労働力が売られているのであって、労働が売られているのではない。

ところで、労働そのものの商品化はマルクスの商品理論に完全に背反することにならないだろうか？たとえばマルクスは、次のように述べている。

「しかし、商品という概念は、労働がその生産物に物体化され、物質化され実現されているということを含んでいる。労働そのものは、その直接的定在においては、すなわちその生きた存在においては、直接に商品としてとらえることはできない。直接に商品としてとらえるのは、労働能力だけであり、その一時的発現が労働そのものなのである。本来の賃労働がこういう仕方ではじめて説明されうるということは、不生産的労働——この不生産的労働をA.スミスはいたるところで不生産的労働者を生産するために必要な生産費によって規定しているが——これについても同様である。だから、商品は労働そのものとは区別される存在としてとらえなければならない。」⁽²⁾

さらに不生産的労働、すなわちサービス労働においても、やはり労働力が商品となることを、つぎのように主張している。

「生産的労働能力は彼自身にとって一つの商品である。不生産的労働者のそれもそうである。しかし、生産的労働者は、彼の労働力の買い手のために、商品を生産する。不生産的労働者は、買い手のために、単なる使用価値を生産するのであって、商品を生産せず、想像的または現実的使用価値を生産するだけである。不生産的労働者が彼の買い手のために少しも商品を生産しないのに、しかも買い手から商品を受け取るということは、彼の特徴である。」⁽³⁾

マルクスの商品理論の立場から言えば、商品は使用価値と価値をもたねばならず、そして価値は生きた労働ではなく、過去の対象化された労働からなっているのであるから、労働はそれ自体としては何らの価値ももちえない。したがって、マルクスの商品理論からは労働それ自身が商品として売買されるということは、絶対にありえないということになる。だが、はたしてそうであろうか？確かに労働力が商品化されるのであるが、し

かし労働力の販売の仕方にはいろんな形態が考えられるであろう。資本との交換の場合には、労働力が商品として販売される。労働力の使用权はそれを購買した資本家にあり、その指揮のもとに労働が行われる。もう一つは、先に述べた労働の販売である。問題を単純な形で考察するために、サービス提供者が資本家的な企業ではなくて、自営サービス業者であるとしよう。サービス提供者は、そのサービス提供において、労働力そのものは譲渡しない。労働力の使用权は労働の全過程において労働力の担い手自身に属し、したがってすべての労働を彼自身が指揮し、彼自身が統制する。サービス労働と言われているもの、つまりマルクスの言う収入と交換される労働は、すべてこの形態で行われる。教育、理髪、美容、クリーニング、医療、造園業等々、これらの分野においては、労働が商品として売られるのであり、したがって買い手はその労働過程を指揮、監督することはできない。⁽⁴⁾ もちろん買い手は、自分の要求や注文を出すことはできるが、労働そのものを指揮したり監督したりすることはできない。では、労働力そのものは譲渡されていないのに、どうしてそれを労働力の販売の一形態としてとらえるのであろうか？ 上述したように、確かに労働力の指揮、監督が買い手に与えられていないという意味では労働力の販売ではないが、しかし労働は労働力の発現であり、その実証であるから、自分自身が指揮し、監督する労働力が販売されていると捉えることができ、したがってやはり労働力の販売の一形態として捉えなければならないであろう。さらに、この労働商品の価格が、究極において労働力の価値によって規定されているという点でも、やはり労働力の販売の一形態として把握することができる。すでに述べたように労働は労働の生産物でなく、したがってそれ自体としては価値はもたない。しかし、労働は労働能力なしには行いえないから、労働の価格は究極において、労働力の価値によって規定されざるをえないということは明らかである。それは、レンタカーの1日当たりの価格が自動車それ自体の価値を知ることなしに決められないのと同様である。

およそ商品として売ることができるものは、譲渡可能なものだけである。譲渡不可能なものは、商品にはなりえない。整えられた頭髮や治癒した病は特定の個人のものであり、譲渡することはできない。ところが、この自明のことが、サービス労働価値形成説には通用しない。サービス労働価値形成説においては、ありとあらゆるものが商品になるが、その中で唯一絶対に商品になりえないものがある。労働である。もし労働も商品になりうるということが認められるならば、サービス労働価値形成説は崩壊することになるであろう。

- (1) 刀田 前出 83ページ。
- (2) 『剰余価値学説史』全集26-1 185ページ。
- (3) 同上170ページ。
- (4) サービス提供者が資本家の企業になっても、本質的な違いはない。事態の純粋な進行を仮定すれば、資本家はサービス労働者の労働力をその価値において買い入れ、次に、資本が指揮監督する労働が平均利潤を加えて売られるのである。

(3) サービス業においては生産の無政府性はどこにあらわれるか？

商品生産のもとでは何を、どのように、どれくらい生産するかは、各私的生産者の私事であるから、その労働が社会にとって必要な労働であるか否かは労働が行われているときにはわからない。それは生きた労働の形態においては、具体的労働の側面においても抽象的人間労働の側面においても捉えられないのである。生産は、各自の判断で勝手に行われ、その生産物が市場にもたらされ、そこではじめて生産物は社会的な関係、交換関係に入るのである。各生産者の私的労働がどれだけの社会的労働として妥当するかということは、交換関係において、つまり他人の生産物の一定量において、あるいは、発展すれば貨幣の一定量において、事後的に、しかもおおよその大きさにおいて、捉えられるのである。

ところが、サービス業においては、上述したような商品生産一般に見られる現象が存在しない。いや、まったく正反対の現象が存在するのである。まず労働が行われ、次にその「無形生産物」や有用効果が市場にもたらされ、そこで価格が決定されるということとはありえない。サービス業においては、先に交換関係が、つまり支払いの約束あり、それから労働が行われるのである。交換関係に先んじて労働が行われるということとはありえない。したがって、商品生産に特有の生産の無政府性というものがここには存在しない。そこにおいて有用効果や、無形生産物が生産されるとしても、それらはすべて注文があってから生産されるのである。社会が必要とする量をうわまわって生産されるということとはありえない。供給は、最初から現実的な需要によって決定されているのである。ここでの労働も私的生産者がその私的利益のために行う労働であり、したがってその意味では私的労働であるが、しかし同時に、それは注文があってからしか行われないのであるから、最初から他人のための労働、つまり社会的労働になっているのである。直接に、生きた具体的な労働の形態において、社会的な労働になっているのである。ここでは、生産者は労働が後にどれくらいの価値として結晶するかということに心配する必要はまったくない。また、それがどれくらいの価値として結晶しようとも、それはすでに売られているのであるから、売り手にとっても買い手にとってもどうでもよいこと

である。したがって、サービス業においても価値が形成されると主張するならば、価値は、労働が行われる前に形成されていなければならないであろう。ということは、それは労働が形成するものではなく、労働以外の何ものかによって形成されたということになるであろう⁽¹⁾。

以上詳細に見てきたように、サービス業においては、マルクスが言うところの「資本主義的生産の本質」、すなわち「市場の限界を顧慮しない生産」⁽²⁾ = 無政府的な生産ということはありえないのである。「市場の限界を顧慮しない」のは生産の面にあるのではなく、資本の投下そのものにある。市場の限界を顧慮せずに、あまりにも多くの設備や労働力が投下されることは大いにあり得ることである。商品の過剰は、労働力や労働を遂行するために必要な設備や備品に現れるのであって、そこで生産される有用効果や無形生産物に現れるのではない。ということは、ここで販売されるものが、つまり商品が、有用効果や無形生産物でないということを別の面から証明するであろう。

- (1) 「すなわち、人間労働の有用的働きが有用効果として結実するのは、有形財なのか、無形財になのかにかかわらず、それぞれの商品体に積み重なった抽象的人間労働の『凝固』の面で、諸商品を社会的に同質な、したがって社会的に通訳可能なものになるので、物財もサービス財も、等しく価値性質を持つものとして、価値形態において等置されうる、つまり貨幣を仲立ちとした交換関係に入りうるのである」(長田浩『サービス経済論体系』新評論 1989 136ページ)。

「無形財」に「商品体」なるものが存在するのかどうか深刻な疑問を抱くのであるが、それは措くとしよう。理髪師も医師も教師も庭師もその労働の「凝固」どころか、もっとそれ以前に、労働が行われる前に「交換関係」を取り結ばなければならない。そうでなければサービスの売り手は労働することができないのである。いま直接的交換を考えるとすれば、理髪師と庭師はどのようにそれが生み出す「有用効果」を交換できるであろうか? 「抽象的人間労働の『凝固』の面で」「交換関係に入りうる」とすれば、彼らは交換関係に入る前に有用効果を作りだしておかねばならないだろう。サービス労働価値形成説は、サービス業においては交換=契約が、つまり市場が先にあり、それから労働が行われるというこの単純な事実を看過しているのである。

- (2) 『剰余価値学説史』前出26-II 705ページ。