

Title	日本資本主義の再生産構造分析試論：昭和三五年「産業連関表」を手がかりとして（二）
Sub Title	Analysis of the reproduction structure of Japanese capitalism : an approach from "inter-industrial table of 1960"
Author	井村, 喜代子 北原, 勇
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1965
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.58, No.7 (1965. 7) ,p.601(1)- 660(60)
JaLC DOI	10.14991/001.19650701-0001
Abstract	
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19650701-0001

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

新刊紹介

野田 総編『経済政策入門』……………加藤 寛 89 中村秀一郎
永原慶二編『日本経済史大系 2 中世』……………速水 融 89
白石 孝編『国際協力と日本経済』……………深海 博明 90 土屋 六郎

日本資本主義の再生産構造分析試論

—昭和三五年「産業連関表」を手がかりとして(一)—

井村喜代子
北原 勇

目次

はしがき——若干の補足と本稿の課題——

第一章 生産諸部門の再生産構造上における位置づけ(三五年)

第五節 「窮極的市场構成」による生産諸部門の機能の検討

第二章 生産諸部門の再生産構造上の機能別の分類

序 節 生産諸部門の分類方法

第一節 「消費手段生産部門」の検出(以上本稿)

第二節 「消費手段用原材料・補助材料生産部門」の検出

第三節 「労働手段生産部門」・「広義の耐久的施設生産部門」の検出(以上、九月号)

第四節 「労働手段用および広義の耐久施設用原材料・補助材料生産部門」の検出

日本資本主義の再生産構造分析試論

は し が き——若干の補足と本稿の課題——

(一)

本稿は「日本資本主義の再生産構造分析試論——昭和三五年『産業連関表』を手がかりとして——」(本誌、一九六四年、一二月号)の続稿である。

本論第一—二章(前稿後半および本稿)の主題は、戦後日本資本主義の再生産構造を分析するための基礎作業として、諸生産部門の再生産上における機能を検討することである。一國資本主義の再生産構造を分析するうえにおいて、まず、生産諸部門を、再生産上の機能に応じて、消費手段生産部門—第二部門、生産手段生産部門—第一部門という二大部門に——さらには第一部門を、消費手段用原材料生産部門、消費手段生産部門用労働手段生産部門、生産手段生産部門用労働手段生産部門、労働手段の原材料生産部門等に——分類し、それら諸部門の立体的な諸関連を明らかにしたうえで、それぞれの部門の生産力・資本蓄積の発展のあり方等を究明していこうという視点をもつことの意義については、前稿「序章」第一節でのべたところから明らかと思われる。

しかしながら、生産諸部門の機能の検討の意義については、前稿発表後、疑問も出されたので、若干補足しておく必要がある。

われわれが、再生産構造分析をはじめにあたり、諸生産部門の再生産上の機能を検討することとくに強調するのは、最近、戦後の日本資本主義の構造変化をもつばら、「重工業化」、「重化学工業化」という視角から分析しようとする傾向が

きわめて一般化し、マルクス経済学の分野でも、かかる傾向が少なからずみられるからである。

「重工業(化)」あるいは「重化学工業(化)」という範疇は、最近広汎に用いられているにもかかわらず、その内容は厳密に規定されているとはいえない。たとえば、三七年度「経済白書」は、「総説」で、日本の「重工業化」のテンポが急速に高まり、「重工業比率」(重工業の付加価値が鉱工業生産全体の付加価値に占める比率)が五〇%をこえて世界第一位になったことを指摘しているが、ここでは「重工業」として金属、機械工業がとりあげられている。また、三六年度「通商白書」は、産業構造と輸出構造の「重化学工業化」を強くうただしているが、この「重化学工業」は金属、機械、化学工業であり、これに對比させられる「軽工業」は食料、繊維、雑品である。

一般に「重工業」といわれる金属工業、機械工業についてみると、これらはたしかに資本主義のある段階では、労働手段生産部門、労働手段用原材料生産部門の中枢をなしていたのであり、それゆえ、「重工業—金属工業、機械工業」の発展の程度やそのあり方が、生産力発展のあり方を規制する基盤とみなされてきたことには一定の理由があったといえる。

しかしながら、今世紀——わが国ではとくに戦後資本主義の発展過程において、機械工業の内容はいちじるしく変化してきた。冷蔵庫、洗濯機、ミシン等の「民生用機械」、テレビ、トランジスタラジオ、扇風機等の「民生用電気機器」、「輸送機械」のうちの乗用車、自転車、あるいはカメラ、時計等の「精密機械」等、種々の耐久消費財の生産が急速に発展し、機械工業全体に占める耐久消費財生産部門の比重が増大してきた。こうした変化は、各種機械の原材料、部品の生産部門の内容にもかなりの影響を与えている。また金属工業のなかでも、住宅建築用金属製品の伸びも見逃せない。それゆえ、戦後日本資本主義分析においては、まず金属工業、機械工業の内部構成とその戦後における変化をおさえることこそが肝要であって、それらを「重工業」範疇として一括して構造分析をすすめることには大きな限界があるといわざるを得ない。^(注)

他方、戦後過程において、セメント、板ガラス、建設用土石製品等の「窯業」や、化学工業の分野に一大変革をもたらした

たといわれる合成樹脂が、労働手段用原材料生産部門としての重要性を増大してきたことも事実である。

このように考えると、金属、機械―「重工業」範疇の不明確さは明らかである。

また、「重化学工業」という範疇は一層不明確である。一般的に「化学工業」といわれるものの内容は、近代化学の発展にともないきわめて種々雑多となってきた。すなわち、各種家庭用品、家具、住宅用建築資材等の原料となる合成樹脂や、化学・合成繊維原料であるレーヨン、スフ、ナイロン、エステル等―消費手段用原材料の生産部門、また、消費手段用原材料生産部門の補助材料ともいべき化学肥料生産部門、あるいは、各種金属製品、建築用金属資材、各種機械の金属部品等の分野において、急速に金属に代替しつつ進出している合成樹脂―労働手段用原材料・部品の生産部門、さらには、洗剤、化粧品、医薬品等、消費手段そのものの生産部門等、きわめてさまざまな性格の生産部門からなりたっている。それゆえ、一般に「化学工業」といわれるものそれ自体が、近代化学工業の発達過程で、複雑さを増大し、一括して扱えられないものとなつていたのであつて、かかる「化学工業」を、先のような金属、機械工業と一括して「重化学工業」範疇としていくことには大きな問題があるといわねばならない。

それゆえにこそ、われわれは、戦後のいわゆる「技術革新」と高蓄積の過程で生じた種々の特徴・変化が一応現実にあつてきた三五年を対象として、生産諸部門を再生産上の機能別に分類し、それらの立体的な部門関連や、それぞれの部門における生産力の発展・資本の蓄積等を考えていくことが肝要であると考えるのである。

もっとも、われわれは、いわゆる「重化学工業」が、巨大な固定資本投下を必要とし、生産諸力の顕著な発展を反映するものであること、また独占資本の成立基盤となる可能性の強いこと、あるいは世界市場の現状のもとで、輸出においても有利性をもっていること、軍需生産への転換の基礎となること等で、かなり共通した面をもっているということを全く否定するものではない。しかしながら、前稿「はしがき」でも指摘したごとく、生産諸力の発展と巨大な設備投資のあり方、独占

資本形成の基盤、国内市場拡大の限界性や海外市場の役割、軍需生産への移行の可能性等―これらの諸問題を正確かつ綿密に分析していく基礎としても、なによりもまず、生産諸部門の再生産上の機能と位置づけを検討しつつ、社会的総資本の再生産構造を明確にしていかなばならないのである。

なお、最近、政策担当者の側より、なぜ、いかなる政策目標をもつて「重工業化」・「重化学工業化」ということが強調されてきたのかということは、充分考えるべき問題ではあるが、この点はいずれあらためて検討する予定である。

(注1) もっとも、三九年度「経済白書」の総説では、この点を反省してか、「輸出の重化学工業化」において、「軽機械」として、シン、無線通信機器(ラジオ、テレビなど)、家庭用電機、電池、電球、半導体素子、自転車、有線通信機器、光学機器、時計、テープレコーダーをあげ、これらを「重化学工業」より除いている。(七八頁)

(二)

さて、昭和三五年「産業連関表」を手がかりとして、諸生産部門の再生産上における機能を検討する方法については、前稿で一応明らかにしたが、前稿と本稿とのつながり、本稿の主題を明らかにするためには、生産諸部門の機能の検討方法について、いま一度、簡単に整理しなおして、本稿の分析対象をしめす必要がある。

(1) (第一章第一節・前稿)―第一に、各生産部門・各生産物の国内生産額と輸入額との合計(以下「総供給額」とよぶ)のうち、「中間需要」部分の比重、直接消費手段として消費市場で販売された額の比重、「国内総固定資本形成」となった額の比重等をみることによつて、消費手段の生産部門、あるいは中間原材料・補助材料(「流動資本」)の生産部門……等という生産部門の性格を検討することである。もっとも、前稿でくり返し強調したごとく、三五年「産業連関表」の「最終需要」の各

項目の分類——とくに「国内総固定資本形成」——には、種々の難点があるから、右の検討にもおのずと限界がともなう。しかしながら、種々の難点に注意を払いつつ検討すれば、右の方法は、生産諸部門の性格を把握するうえにかなり有効な資料を提供するといえるし、「産業連関表」は生産部門の性格について全国的・全産業的規模で検討する統計としては、現在のところ唯一のものであるから、右の検討は、現状では一定の意義をもつものといえる。

右の検討方法は、前稿の第一章第一節でくわしく説明したところであるし、五六部門「統合表」については、その推計結果を第一節第一表で提示しておいた。

ところで、(1)の検討では、直接に、消費手段となるものと、「固定資本形成」となるもののほかは、すべて「中間需要」部分としてしめされ、その「中間需要」の内容——たとえば消費手段生産部門の原材料・補助材料であるのか、「固定資本」となるものの原材料・補助材料であるのか、等——は一切明らかではない。この限界はつぎの二つの方法で補うことが必要である。

(2) (第一章第五節・本稿)——「中間需要」部分の検討については、産業連関分析によって作られた「逆行列係数」からもとめた「窮極的市場構成」、あるいは「最終需要依存度」を検討することが一定の意義をもっている。すなわち、「窮極的市場構成」あるいは「最終需要依存度」といわれるものは、ある部門の生産物が、窮極的には、いかなる「最終需要」によって誘発されたものであるのか、いいかえれば、直接および窮極的に、ある生産物が消費手段となっていく部分の比重、「固定資本形成」となっていく部分の比重……等を「最終需要」の項目別にしめす。

もっとも、この検討では、たとえば直接消費市場へもたらされる消費手段も、加工過程を経て消費市場へもたらされる消費手段の原材料も、ひとしく、窮極的には消費に依存するものとしてしめされる。それゆえ、(1)の検討と(2)の検討とを結びつけることが必要である。すなわち、たとえば(2)の検討で、消費へ窮極的に依存するとされたものについて、(1)の検討によつて、直接消費市場へもたらされる部分をしらべれば、消費手段か、消費手段の原材料・補助材料かの区別が明らかとなるらう。

この(2)の検討は、前稿執筆中に、「逆行列係数表」が入手出来なかつたため、前稿では不可能であつた。その関係上、本稿には、前稿で行なうべき第一章の一部が——しかも(3)の検討と順序を前後して——第五節として補足されている。

(3) (第一章第三・四節・前稿)——以上の(1)(2)の検討によつて、各生産部門について、消費手段生産の比重、消費手段用原材料生産の比重……等は検出される。しかし、生産が迂回的となつている現状では、さらに関連諸部門の関係——たとえば消費手段生産の場合は、迂回生産の先端である基礎的原材料生産から、多くの加工段階を経て消費手段が消費市場へもたらされる過程における諸生産部門の関係——をみる必要がある。なぜなら、生産の消費市場からの相対的独立性という問題、過剰生産の可能性・必然性という問題……等においても、ある生産部門が迂回的生産においてしめる位置によつてその問題の深刻性も形態も異なるであらう。こうした関係は、「産業連関表」の投入・産出の関係をくわしく見ていくほかはない。

前稿の第一章第三・四節で作製した産業連関図は、手工業的方法ではあるが、右のような関係の理解を容易にするという目的で、生産諸部門が相互に関係しあいつつ、加工・組立てをすすめ、「最終需要」の各項目へ生産物を供給していく関係ができるだけ明らかにしようと努力したものである。こうした図示の方法は、厳密さを欠くとはいへ、社会全体の生産・再生産のなかで、諸生産部門の位置を把握し、再生産の構造の全体的輪郭をしるうえに便利と思われる。

(第二章・本稿)——さて、以上の考察から明らかなくとく、各生産部門の機能の検討と、全体における位置づけとを行なう

うえには、以上のような諸検討を総合してみる必要がある。

本稿第二章の主題は、第一章の諸検討にもとづいて、各生産部門の諸特徴を総合的に検討し、各生産部門を、再生産上の機能に応じてグループ化することである。

第二章は、第一章とひとしく、昭和三五年を対象としたいわゆる静態的な分析であるが、これは、今後、戦後の日本資本主義の再生産構造の特徴と変化を明らかにしていくうえの基礎作業という意味をもっている。

第一章 第五節 「窮極的市場構成」による生産諸部門の機能の検討

(一)

本節の課題は、本稿「はしがき」でのべた(2)の方法——産業連関分析固有のいわゆる「最終需要依存度」、「窮極的市場構成」の計算による方法——を通じて、諸生産部門の再生産上の機能を検討することである。すなわち、諸生産部門の生産がいかなる「最終需要」によって直接・間接に誘発されたのかをみることによって、生産諸部門の機能の検討に役立てようとするのである。

各生産部門の「窮極的市場構成」の検討方法はつぎのようなものである。

まず、「逆行列係数」の第*i*生産部門の行ベクトルに、各「最終需要」の列ベクトルを乗ずると、各部門に対する「固定資本形成」、「民間消費支出」等の「最終需要」によって、直接・間接に誘発された第*i*部門の生産額が算出される。この生産(誘発)額の合計額を 100 として、構成比を計算すると、第*i*部門の生産が、いかなる部門に対する・いかなる「最終需要」によって誘発されたかという生産誘発の構成内容が明らかとなる。

ところで、昭和三五年「産業連関表」の場合、この計算の基礎となる「逆行列係数」には、「生産者価格表」の五六部門「統合表」について二つの型がある。すなわち $(I-A)^{-1}$ 型と $(I-A+M)^{-1}$ 型とである。 I は単位行列、 A は投入係数行列、 M は輸入係数の対角行列である。前者の型は供給ベースの「逆行列係数」、後者の型は生産ベースの「逆行列係数」と呼ばれる。

本論で使用したのは後者の生産ベースの「逆行列係数」である。

これまで、われわれは、各生産部門の再生産上の機能と位置づけとを検討する場合、その分析目的にそくして、つねに、国内生産額のみではなく輸入品をもふくめた、いわば「総供給額」というべきものを基準としてきた。(前稿四八頁) それゆえ、ここでもまた、この各生産部門の「総供給額」が、いかなる「最終需要」によって誘発されたのかを明らかにすべきであろう。

ところが、供給ベースの「逆行列係数」 $(I-A)^{-1}$ に「最終需要」ベクトルを乗じた数値は、それぞれの「最終需要」によって誘発される当該生産部門の「国内生産額プラス輸入額」 \parallel 「総供給額」ではなく、全部門の輸入額をもし、国内で生産したと想定した場合に、それぞれの「最終需要」によって誘発されるであろう額である。それゆえ、誘発額の総計は、三年度の「総供給額」を超えたものとなり、「窮極的市場構成」を計算しても、それは現実の「総供給額」のそれとはズレることとなる。

これに対して、 $(I-A+M)^{-1}$ の型の「逆行列係数」に「最終需要」ベクトルを乗じた数値は、「最終需要」によって誘発された国内生産額のみとなる。したがって、「総供給額」のうち輸入額のしめる比重の高い生産部門では、誘発額の総計は、これまでわれわれの検討してきた「総供給額」よりはるかに少額となる。たとえば、第I表の「鉄鉄・粗鋼」の誘発額の総計は、一一六、三五〇(百万円)であるが、「総供給額」は、一、二二九、〇五四(百万円)である。

しかしながら、 $(I-A+M)^{-1}$ 型の「逆行列係数」では、「最終需要」によって誘発された輸入額は、窮極的には、国内生産額と同じ比率で、各「最終需要」項目に分解されていくことになっている。誘発輸入額は、それぞれの部門の輸入係数を、その誘発国内生産額に乗じた額となっている。

したがって、比率の点のみからみれば、誘発国内生産額のみにかんする「窮極的市場構成」の比率の検討を行なっても、それは、われわれがこれまで対象としてきた「国内生産額プラス輸入額」 \parallel 「総供給額」にかんする「窮極的市場構成」の比率の検討と同様のことになるといえよう。

一例として、「鉄鉄・粗鋼」、「基礎化学薬品」、両部門の計算結果をあげると第I₄、I₇表のごとくである。たとえば第I₄表の「民間消費支出」の列と、「一般作物」の行の交わる欄の数字「三〇三(百万円)」は、「一般作物」に対する「民間消費支

第I-4表 「鉄鉄・粗鋼」部門の産業別・最終需要別生産額 (100万円)

産業別	最終需要別		一般政 府消費	固定資 本形成	在庫 増	輸出 合計	家計外 消費	民間 消費	一般政 府消費	固定資 本形成	在庫 純増	輸出 合計	
	家計外 消費	民間 消費											
1 一般	81	1,303	—	56	313	30	1,784	0.01	0.12	0.01	0.03	—	0.16
2 工業	—	△23	0	0	△2	4	△22	—	—	0	—	—	—
3 繊維	0	—	0	—	—	1	1	0	—	—	—	—	—
4 その他の畜産・養蚕	53	880	0	60	305	24	1,324	—	0.08	0.01	0.03	—	0.12
5 林業 (狩猟をふくむ)	2	285	3	△20	△10	15	276	—	0.03	—	—	—	0.02
6 漁業	103	2,414	0	0	102	691	3,310	0.01	0.22	0	0.01	0.06	0.30
7 炭	0	260	48	0	△234	5	79	0	0.02	0	△0.02	—	0.01
8 鉄	0	0	0	0	11	0	11	0	0	0	—	0	—
9 非金属	0	0	0	0	33	3	36	0	0	0	—	—	—
10 原油・天然ガス	0	1	—	0	4	0	5	0	—	0	—	0	—
11 その他の鉱物	0	38	0	0	△15	7	30	0	—	0	—	—	—
12 肉・酪農	363	2,674	0	0	55	53	3,145	0.03	0.24	0	—	—	0.28
13 水産	212	4,050	0	0	262	739	5,263	0.02	0.36	0	0.02	0.07	0.47
14 精糖	347	5,164	0	0	3	11	5,525	0.03	0.46	0	—	—	0.49
15 その他の食料	1,566	9,434	0	0	412	284	11,697	0.14	0.85	0	0.04	0.03	1.05
16 飲料	1,313	3,609	0	0	277	16	5,215	0.12	0.32	0	0.02	—	0.47
17 天然繊維	100	833	0	0	41	8	982	0.01	0.07	0	—	—	0.09
18 化学繊維	0	69	—	0	△45	297	321	0	0.01	—	—	—	0.03
19 化学繊維・其他の繊維製品	0	6	—	0	79	84	169	0	—	0	—	—	0.02
20 織物・其他の繊維製品	210	4,654	11	27	538	2,678	8,119	0.02	0.42	—	0.05	0.24	0.73
21 木材	91	4,700	106	0	409	1,483	6,790	0.01	0.42	0	0.04	0.13	0.61
22 製材	8	181	5	△15	49	450	678	—	0.02	—	—	—	0.06
23 家具	622	4,201	132	2,423	490	368	8,236	0.06	0.38	0.22	0.04	0.03	0.74
24 印刷	21	△110	44	0	191	235	381	—	△0.01	0	0.02	0.02	0.03
25 皮革	32	1,493	201	0	72	37	1,834	—	0.13	0	0.01	—	0.16
26 皮革製品	0	363	8	0	37	106	514	0	0.03	0	—	0.01	0.05
27 基礎化学	11	470	6	0	169	422	1,079	—	0.04	0	0.02	0.04	0.10
28 基礎化学	—	2	39	0	397	568	1,006	—	—	0	0.04	0.05	0.09

第I-5表 鉄鉄・粗鋼部門の「窮極的市場構成」(%)

産業別	最終需要別		一般政 府消費	固定資 本形成	在庫 増	輸出 合計	家計外 消費	民間 消費	一般政 府消費	固定資 本形成	在庫 純増	輸出 合計	
	家計外 消費	民間 消費											
29 化学	0	2	0	0	6	177	185	0	—	0	—	0.02	
30 その他の化学	714	2,107	75	0	246	261	3,403	0.06	0.19	0.01	0.02	0.30	
31 石油	0	129	112	0	118	82	441	0	0.01	0.01	0.01	0.04	
32 石炭	1	677	31	0	184	10	904	—	0.06	—	0.02	0.08	
33 窯業・土石	55	△362	5	0	516	1,638	1,852	—	△0.03	—	0.05	0.17	
34 鉄鋼	0	△5,941	△870	△113,255	8,597	△137,917	△137,917	0	△0.53	△0.08	△10.15	△12.35	
35 鉄鋼	0	0	26	△833	35,081	127,109	161,383	0	0	—	△0.07	11.39	14.46
36 非鉄金属	0	△14	1	△585	175	152	△271	0	—	—	△0.05	0.01	△0.02
37 金属	1,144	5,935	594	10,458	6,153	14,651	38,935	0.10	0.53	0.05	0.55	0.31	3.49
38 電気	430	13,370	1,276	208,109	19,146	16,828	259,159	0.04	1.20	0.11	1.72	1.51	23.21
39 電機	1,028	15,711	749	46,317	9,593	11,325	84,722	0.01	1.41	0.07	4.15	1.01	7.59
40 輸送	0	12,180	7,346	102,449	6,133	30,501	158,608	0	1.09	0.66	9.18	2.73	14.21
41 精密	0	3,940	110	2,388	997	2,591	10,026	0	0.35	0.01	0.21	0.23	0.90
42 機械	165	4,573	70	246	618	4,252	9,924	0.01	0.41	0.01	0.02	0.38	0.89
43 建築	0	0	875	206,773	0	17	207,665	0	0	0.08	18.52	—	18.60
44 電力	0	0	0	173,285	0	736	174,021	0	0	0	15.52	0.07	15.59
45 電力	0	3,352	198	0	0	95	3,644	0	0.30	0.02	0	0.01	0.33
46 都市	0	653	10	0	—	14	677	0	0.06	—	0	—	0.06
47 水道	3	338	18	0	0	12	370	—	0.03	—	0	—	0.03
48 金融	900	9,654	116	1,391	201	1,195	13,457	0.08	0.86	0.01	0.12	0.11	1.21
49 金	0	2,011	265	0	0	6	2,282	0	0.18	0.02	0	—	0.20
50 不動産	0	10,698	0	0	0	0	10,698	0	0.96	0	0	0	0.96
51 運輸	220	10,364	762	301	158	3,161	14,965	0.02	0.93	0.07	0.03	0.28	1.34
52 通信	1	250	167	0	0	49	468	—	0.02	0.01	0	—	0.04
53 公共	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0.50	0	—	0.99
54 公共	0	5,426	5,599	0	0	34	11,032	0	0.49	0.02	0	—	1.03
55 その他のサービス	3,191	8,119	204	0	0	0	11,548	0.29	0.73	0.02	0	—	—
56 分類不明	0	59	△666	0	1,368	5,621	6,382	0	0.01	△0.06	0.12	0.50	0.57
合計	12,987	150,183	17,679	639,576	58,186	237,739	1,116,350	1.16	13.45	1.58	57.29	5.21	21.30

備考 △はマイナス、—は単位未満 (以下同じ)。逆行列係数は (I-A+M)⁻¹型を使用 (本文参照)。

第I-6表 「基礎化学薬品」部門の産業別・最終需要別生産誘発額 (100万円)

産業別	最終需要別		生産誘発額 (100万円)											
	家計外費	民間消費	政府一般消費	固定資本形成	在庫増	輸出	合計	家計外費	民間消費	政府一般消費	固定資本形成	在庫増	輸出	合計
1 一般	1,459	23,409	1	1,012	5,630	535	32,046	0.19	3.05	—	0.13	0.73	0.07	4.18
2 工業	3	△553	0	0	△53	88	△515	—	△0.07	0	0	△0.01	0.01	△0.08
3 繊維	0	—	0	—	—	3	3	0	—	0	—	—	—	—
4 その他	283	4,666	12	318	1,618	125	7,022	0.04	0.61	—	0.04	0.21	0.02	0.92
5 林業	2	224	3	△15	△8	12	216	—	0.03	—	—	—	—	0.03
6 漁業	103	2,410	0	0	102	690	3,305	0.01	0.31	0	0	0.01	0.09	0.43
7 石炭	0	238	44	0	△214	5	73	0	0.03	0.01	0	△0.03	—	0.01
8 鉄	0	0	0	0	14	0	14	0	0	0	0	—	0	—
9 非金属	0	0	0	0	37	3	40	0	0	0	0	—	—	—
10 原油	0	—	—	—	2	0	3	0	—	—	0	—	0	0.01
11 その他	0	54	0	0	△21	10	43	0	0.01	0	0	—	—	—
12 穀類	1,126	8,285	0	0	172	163	9,746	0.15	1.08	0	0	0.02	0.02	1.25
13 畜産	268	5,124	0	0	331	935	6,658	0.03	0.67	0	0	0.04	0.12	0.87
14 水産	4,693	69,875	0	0	47	143	74,758	0.61	9.11	0	0	0.01	0.02	9.74
15 その他	7,818	47,109	0	0	2,058	1,421	58,405	1.02	6.14	0	0	0.27	0.19	7.61
16 飲料	2,533	6,961	0	0	534	31	10,059	0.33	0.91	0	0	0.07	—	1.31
17 天然	328	2,721	0	0	133	26	3,208	0.04	0.35	0	0	0.02	—	0.42
18 化学	0	263	—	—	△173	1,131	1,221	0	0.03	—	0	△0.02	0.15	0.16
19 織物	0	88	1	0	1,095	1,169	2,354	0	0.01	—	0	0.14	0.15	0.31
20 繊維	2,001	44,248	100	260	5,113	25,460	77,184	0.26	5.77	0.01	0.03	0.67	3.32	10.06
21 木材	243	12,511	282	0	1,089	3,948	18,073	0.03	1.63	0.04	0	0.14	0.51	2.36
22 製材	9	206	5	△17	56	512	772	—	0.03	—	—	0.01	0.07	0.10
23 家具	445	3,005	94	1,733	350	263	5,890	0.06	0.39	0.01	0.23	0.05	0.03	0.77
24 印刷	102	△550	222	0	953	1,168	1,896	0.01	△0.07	0.03	0	0.12	0.15	0.25
25 皮革	106	4,970	668	0	238	122	6,105	0.01	0.65	0.09	0	0.03	0.02	0.80
26 皮革	0	1,331	31	0	136	390	1,887	0	0.17	—	0	0.02	0.05	0.25
27 基礎	138	5,902	77	0	2,123	5,300	13,541	0.02	0.77	0.01	0	0.28	0.69	1.76
28 化学	8	156	2,812	0	28,945	41,476	73,398	—	0.02	0.37	0	3.77	5.41	9.57

第I-7表 「基礎化学薬品」部門の「競争的市場構成」(%)

産業別	最終需要別		競争的市場構成 (%)											
	家計外費	民間消費	政府一般消費	固定資本形成	在庫増	輸出	合計	家計外費	民間消費	政府一般消費	固定資本形成	在庫増	輸出	合計
29 化学	0	58	0	0	155	4,437	4,650	0	0.01	0	0	0.02	0.58	0.61
30 その他	8,609	25,411	906	0	2,960	3,150	41,036	1.12	3.31	0.12	0	0.39	0.41	5.35
31 石油	0	256	223	0	234	162	874	0	0.03	0.30	0	0.03	0.02	0.11
32 炭	—	252	12	0	69	4	336	—	0.03	—	0	0.01	0.23	0.04
33 業	59	△384	5	0	547	1,737	1,964	0.01	△0.05	—	0	0.07	0.23	0.26
34 鉄	0	△66	△10	△1,255	△293	95	△1,528	0	△0.01	—	△0.16	△0.04	0.01	△0.19
35 鋼	0	0	1	△22	912	3,305	4,196	0	0	—	—	0.12	0.43	0.55
36 非鉄	0	△31	3	△1,264	378	328	△586	0	—	△0.16	0.05	0.05	0.04	△0.08
37 金属	96	499	50	879	517	1,231	3,271	0.01	0.06	0.01	0.11	0.07	0.16	0.43
38 一属	38	1,189	114	18,514	1,703	1,497	23,056	—	0.16	0.01	2.41	0.22	0.20	3.00
39 電	412	6,301	300	18,577	3,847	4,542	33,981	0.05	0.82	0.04	2.42	0.50	0.59	4.43
40 輸	0	2,538	1,531	21,352	1,278	6,357	33,057	0	0.33	0.20	2.78	0.17	0.83	4.31
41 精	0	1,831	51	1,110	463	1,204	4,660	0	0.24	0.01	0.14	0.06	0.16	0.61
42 造	1,042	28,884	441	1,551	3,906	26,860	62,684	0.14	3.76	0.06	0.20	0.51	3.50	8.17
43 建	0	0	188	44,344	0	4	44,535	0	0	0.02	5.78	0	—	5.80
44 土	0	0	0	33,006	0	140	33,147	0	0	0	4.30	0	0.02	4.32
45 電	0	1,199	71	0	0	34	1,303	0	0.16	0.01	0	0	—	0.17
46 都	0	457	7	0	1	10	474	0	0.06	—	0	—	—	0.06
47 市	0	584	31	0	0	21	640	—	0.08	—	0	—	—	0.08
48 道	5	584	31	0	0	21	640	—	0.08	—	0	—	—	0.08
49 商	598	6,420	77	925	134	795	8,949	0.08	0.84	0.01	0.12	0.02	0.10	1.17
50 金	0	1,972	260	0	0	6	2,238	0	0.26	0.03	0	0	—	0.29
51 不	0	2,608	0	0	0	0	2,608	0	0.34	0	0	0	0	0.34
52 運	108	5,101	375	148	78	1,556	7,365	0.01	0.66	0.05	0.02	0.01	0.20	0.96
53 通	1	203	136	0	0	40	379	—	0.03	0.02	0	0	0.01	0.05
54 公	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55 公	0	11,304	11,664	0	0	15	22,982	0	1.47	1.52	0	0	—	3.00
56 所	4,688	11,930	300	0	0	50	16,970	0.61	1.55	0.04	0	0	0.01	2.21
分	0	62	△698	0	1,433	5,890	6,687	0	0.01	△0.09	0	0.19	0.77	0.87
合	37,325	351,234	20,389	141,157	68,630	148,598	767,333	4.86	45.77	2.66	18.40	8.94	19.37	100.00

備考 △はマイナス、—は単位未満 (以下同じ)。逆行列係数は (I-A+M)⁻¹型を使用 (本文参照)。

日本資本主義の再生過程分析試論

出」が窮極的に誘発した「銑鉄・粗鋼」の国内生産額——いいかえれば、「銑鉄・粗鋼」のうち、直接に、あるいは迂回的に、「一般作物」に販売され、「一般作物」という形態で「民間消費」されるにいたった額である。また「固定資本形成」の列と、「一般機械」の行との交わる欄の数字二〇八、一〇九(百万円)は、「固定資本形成」となった「一般機械」によって窮極的に誘発された「銑鉄・粗鋼」の生産額——いいかえれば、「銑鉄・粗鋼」の生産額のうち、窮極的にみると、「一般機械」という形態をとって「固定資本形成」へ入りこんだ額である。

第I,表は、右の各欄が、「銑鉄・粗鋼」生産(誘発)総額のうちでしめる比重を計算したものである。これによって、「銑鉄・粗鋼」の二三・二%が「一般機械」(うち「固定資本形成」分は一八・六%)によって誘発されたものであること、一八・六%が「建築」(ほとんどすべてが「固定資本形成」)によって、一五・六%が「土木」(ほとんどすべてが「固定資本形成」)によって誘発されたものであることが分る。

第I,表の「最終需要」項目毎に合計した比率——第I,表の最下欄の合計の比率は、この「銑鉄・粗鋼」部門のいわゆる「最終需要依存度」、あるいは「窮極的市场構成」とよばれるものである。これによって、窮極的には、「銑鉄・粗鋼」部門の五七・三%が「固定資本形成」の総計によって誘発され、二一・三%が「輸出」の総計によって、一三・五%が「民間消費支出」の諸部門に対する需要の総計によって誘発されたことが分る。

(一般には、この「最終需要」項目ごとに合計した比率を「最終需要依存度」、「窮極的市场構成」とよんでいるが、われわれは、その内容をしることの重要性を考え、各部門毎に、第I,4,I,7表のごとき計算を行なった。われわれが、「最終需要依存度」、「窮極的市场構成」による検討方法という場合には、第I,4,I,7表のごとき構成内容の検討をふくめている。合計した比率については、これをとくに二重かっこうにいれ、「窮極的市场構成」として区別することにする。)

(二)

ところで、右にみてきた「窮極的市场構成」の計算にもとづく検討は、生産物が最終的にいかに利用されるかをしるうえに貴重な資料を提供するものといえるが、この検討では、「はしがき」でのべたように、たとえば、直接消費市場へもたらされる消費手段生産部門も、加工過程を経て最終的に消費市場へもたらされる消費手段の原材料・補助材料の生産部門も、ひとしく窮極的に消費市場に依存するものとしてしめされる。したがって、この両者を区別するためには、前稿第一節で行なったような検討——すなわち、それぞれの生産物が、直接、「民間消費支出」、「固定資本形成」、「中間需要」等となる比率の検討と結びつけてみる必要がある。第I,4,I,7表と関連づけるため、一応「輸出」や「在庫純増」等をもふくめて計算した比率を対比したのが第I,8表である。

第I,8表で、二つの比率を対比してみると、「銑鉄・粗鋼」、「基礎化学薬品」は、そのほとんどすべてが「中間需要」として諸部門に販売され、加工過程を経て最終的に、「固定資本形成」、「民間消費支出」等に入っていくことが分る。また、たとえば、「銑鉄・粗鋼」についてみれば、そのままの形態で「輸出」されるものは〇・四%にすぎないが、種々の生産物となつて「輸出」されるもの、いいかえれば、「輸出」によって間接的に誘発されたものをふくめると、二一・三%であるといふことが分る。

他方、「飲料」は、直接、消費されるもの(「家計外消費支出」プラス「民間消費支出」)は、八八・五%であること、したがって「窮極的市场構成」における消費の比率九四%のうち、そのほとんどが、直接消費されるという内容のものであることが分る。また「漁業」では、直接消費されるものが四三・四%、中間生産物として加工部門に販売されるものが四二・九%であり、加工されて消費される分を加えると、七四・八%が窮極的に消費されるということになり、この七四・八%には直

接消費されるものと、加工されて消費されるものが合体されていることが分る。

(三)

以上のような検討によって、われわれは諸生産部門の「総供給額」のうち、「中間需要」として販売される部分が、窮極的にいかなる「最終需要」に入っていくのかという点について興味ある資料をうる事ができる。とくに社会的分業が高度に発展した現状では、前稿第一節の第一表で明らかごとく、「銑鉄・粗鋼」、「基礎化学薬品」のように、そのほとんどすべての部分が「中間需要」であり、諸部門に販売されるという生産部門が非常に多いのであるから、以上のような検討によって「中間需要」部分の窮極的な市場構成をすることの意義は大きい。また、すでに指摘したごとく、「産業連関表」では、原材料の加工や機械関係の部品の組立ての一部が、自部門への販売としてあらわれるため、当該生産部門の「中間需要」部分の比率が高まり、当該生産部門の販路を不明瞭にするという問題があったが、「窮極的な市場構成」の検討では、これらの自部門内販売も自部門そのものの窮極的な市場に分解されていくという利点がある。

さらにまた、われわれは、いわゆる『窮極的な市場構成』のみではなく、第I, 4, 7表のごとき内容の検討をすることによって、たとえば「銑鉄・粗鋼」が窮極的にいかなる市場に依存するかという点について、単に、「固定資本形成」、「民間消費支出」等、

第 I-8 表 『窮極的な市場構成』と直接的販路構成の対比 (例示) (%)

		中間 需要	家計外 消費支出	民間消 費支出	一般政 府支出	国内固 定資本 形成	在庫 純増	輸 出	計
銑鉄・粗鋼	販路構成	106.8	0	△0.3	—	△5.6	△1.3	0.4	100.0
	『窮極的な市場構成』		1.2	13.5	1.6	57.3	5.2	21.3	100.0
基礎化学品	販路構成	93.3	—	—	0.3	0	2.7	3.8	100.0
	『窮極的な市場構成』		4.9	45.8	2.7	18.4	8.9	19.4	100.0
漁業	販路構成	42.9	1.8	41.6	0	0	1.8	11.9	100.0
	『窮極的な市場構成』		3.7	71.1	0.3	2.7	3.9	18.3	100.0
飲料	販路構成	6.2	23.6	64.9	0	0	5.0	0.3	100.0
	『窮極的な市場構成』		24.9	69.1	—	0.2	5.3	0.4	100.0

「最終需要」項目ごとの比率をしるのみではなく、「一般機械」、「建築」、「土木」、「輸送機械」……等という形態における「固定資本形成」、あるいは「輸送機械」、「一般機械」という形態における「輸出」等、「窮極的な市場構成」についてのこまかい比率をしることができた。したがって、かかる検討は、諸生産部門の再生産構造上の機能を考察するうえにかなり詳細な資料を提供するものといえよう。

(四)

ところで、各生産部門の再生産構造上における位置、機能を確定しようという当面のわれわれの問題意識からすると、これまでの「窮極的な市場構成」の計算に若干の修正が必要であろう。

前稿第一節で、各生産部門の直接的な販路構成をみる場合、「総供給額」から「在庫純増」と「輸出」とを控除したA額について、販路構成を検討したのと同様、ここでも、「最終需要」による生産誘発総額ではなく、これから「在庫純増」と「輸出」による生産誘発額を控除した額——いいかえれば「家計外消費支出」、「民間消費支出」、「一般政府消費支出」、「国内総固定資本形成」による生産誘発総額（以下これをB額とよぶ）を基準として、このなかでの窮極的な市場の比率を考えていくことにする。なぜなら、「在庫」や「輸出」は、一応「最終需要」となっているが、それらはいずれ、国内・あるいは国外で、他の「最終需要」項目に分解されていくはずの性質のものであって、ある生産部門の再生産上の機能を検討するという目的からすると、ある生産部門から供給されるものが、「輸出」され、「在庫」されたにせよ、窮極的には、消費されるのか、「固定資本形成」となるのか、等をしることがまず必要なのである。しかしながら、「産業連関表」では、「輸出」部分については、それが消費手段として輸出されるのか、各種の原材料あるいは労働手段として輸出されるのかは一切不明であるし、「在庫純増」分も、それがいかなる形態で、いかなる理由で生じた「在庫」であるかは全く分らない。

(第 1-9 表のつづき)

38	一般機械	12.4 (1.8)	1.5(0.3)	86.1(0.1)
39	電気機械	24.5 (2.5)	1.7(0.5)	73.8(0.1)
40	輸送機械	20.1 (3.5)	5.5(0.5)	74.4(0.3)
41	精密機械	54.0(16.8)	7.7(6.5)	38.4(0.2)
42	その他の製造業	64.2(9.3)	3.5(2.4)	32.3(0.2)
43	建築 (建設補修を含む)	11.2(7.5)	1.3(0.9)	87.5(0.1)
44	土木	0	0	100.0(0)
45	電力	66.7(13.6)	5.1(2.5)	28.3(0.5)
46	都市ガス	81.0(13.6)	7.3(5.8)	11.8(0.1)
47	水道 (清掃業を含む)	77.1(16.6)	6.9(4.3)	16.0(0.2)
51	運輸	68.2(9.1)	5.4(1.9)	26.4(0.5)

注 1 B 額基準の意味は本文参照。

注 2 正確には $\frac{\text{消費支出による誘発額}}{\text{B 額}}$ 。なお消費支出は「家計外消費支出」プラス「民間消費支出」である。

注 3 $\frac{\text{一般政府消費支出による誘発額}}{\text{B 額}}$

注 4 $\frac{\text{国内総固定資本形成による誘発額}}{\text{B 額}}$

注 5 () 内の数は、サービス諸部門に対する各「最終需要」によって誘発された生産額が B 額にしめる比率であるが、本文 21~24 頁参照のこと。

したがって、B 額を基準とした「窮極的市場構成」をもとめ、これと、A 額を基準とした直接的な販路構成とを各部門ごとと比較・検討する方が、各生産部門の機能を考えるうえに妥当である。

なお、右の修正の際、さらに、「家計外消費支出」と「民間消費支出」とを合計して、消費支出 II 消費手段に対する支出とみなし、この消費支出 II 消費手段に対する支出によって誘発された額とその比率を B 額を基準としてもとめることにした。この両者を消費手段に対する支出として一括したのも、前稿の A 額にもとづく直接的販路構成の検討の場合と同様であって、前稿ですでのべた理由によるものである。

右のような形で修正を行なった「窮極的市場構成」の一覧表が第 I, 9 表である。ここでは紙数の関係上、第 I, 4, I, 7 表のごとき細かい内容のものをすべて掲げることとはできなかったが、これは第二章の分析——とくに各種の原材料生産部門の検出において大いに利用することになるので、その際引用することにする。

第 I-9 表 B 額を基準にした「窮極的市場構成」(注 1)

(%)

	消費支出 (注 2)	一般政府消費 (注 3)	固定資本形成 (注 4)
1 一般作物	98.5 (0.2)	0.1(0.1)	1.4(0.0)
2 工業作物	80.3 (5.7)	3.0(2.0)	16.8(0.2)
3 繊維用畜産	83.8 (5.0)	1.5(0.8)	14.8(0.2)
4 その他の畜産養蚕	95.3 (0.8)	0.4(0.2)	4.4(0.0)
5 林業	42.6 (9.4)	2.4(1.4)	55.0(0.3)
6 漁業	96.1 (1.1)	0.4(0.3)	3.5(0.0)
7 石炭・亜炭	54.8(10.3)	5.1(2.6)	40.2(0.3)
8 鉄鉱石	17.3 (4.8)	2.1(0.7)	80.6(0.2)
9 非鉄金属鉱石	29.1 (5.3)	2.7(1.2)	68.1(0.2)
10 原油・天然ガス	58.5(13.9)	7.1(2.1)	34.4(0.9)
11 その他の鉱業	32.6 (3.6)	1.6(1.0)	65.7(0.1)
12 屠殺・肉・酪農品	98.3 (0.5)	0.2(0.1)	1.4(0.0)
13 水産食品	97.8 (0.7)	0.2(0.2)	2.0(0.0)
14 精穀・製粉	99.6 (0.1)	0.1(0.1)	0.4(0.0)
15 その他の食料品	99.1 (0.4)	0.1(0.1)	0.8(0.0)
16 飲料	99.8 (0.1)	0.1(0.0)	0.2(0.0)
17 煙草	100.0	0	0
18 天然繊維紡績	85.7 (4.1)	1.3(0.7)	13.0(0.2)
19 化学繊維紡績	85.5 (4.3)	1.4(0.7)	13.2(0.2)
20 織物・その他の繊維製品	86.0 (4.2)	1.3(0.7)	12.6(0.2)
21 身の廻り品	89.4 (5.8)	2.8(1.0)	7.7(0.3)
22 製材・木製品	26.7 (9.5)	1.9(1.2)	71.4(0.3)
23 家具	46.8(10.2)	3.0(1.8)	50.2(0.5)
24 パルプ・紙版	67.1(23.3)	7.2(4.0)	25.7(1.0)
25 印刷	76.8(32.7)	9.3(4.6)	13.9(0.8)
26 皮革・皮革製品	83.1 (4.7)	3.0(1.1)	14.0(0.1)
27 ゴム製品	44.2 (5.2)	4.7(1.8)	51.2(0.2)
28 基礎化学薬品	70.6 (7.2)	3.7(2.3)	25.7(0.2)
29 化学繊維原料	84.2 (4.8)	1.5(0.9)	14.2(0.2)
30 その他の化学製品	78.5(14.1)	9.1(7.7)	12.4(0.1)
31 石油製品	57.9(14.1)	7.2(2.0)	34.9(1.0)
32 石炭製品	26.0 (4.1)	1.6(Δ0.2)	72.4(0.2)
33 窯業・土石製品	19.5 (5.4)	1.5(1.0)	79.0(0.1)
34 鉄・粗鋼	19.9 (4.9)	2.2(0.8)	78.0(0.2)
35 鉄鋼一次製品	17.8 (4.2)	2.0(0.7)	80.2(0.2)
36 非鉄金属一次製品	30.3 (5.4)	2.9(1.2)	66.9(0.2)
37 金属製品	25.2 (6.5)	1.8(0.8)	73.0(0.3)

また、直接的な販路構成との対比も、第二章の第II表「総括表」で掲げることとして、ここでは割愛したが、その総括表で用いているのも、右のような修正を行なった『窮極的市場構成』である点、前もって注意しておく必要がある。もちろん、このような修正は、第一・二章の分析課題によるものであって、後に、再生産構造分析の一環として、輸出市場の問題をとりあげる際には、かかる修正を行なう以前の、「輸出」をもふくめた「窮極的市場構成」の計算が重要な意味をもってくることはいうまでもない。

(五)

さて、以上のことから「窮極的市場構成」にもとづく検討の意義が明らかであろうが、しかし、かかる方法による検討は、われわれの目的からするとかなりの限界をもっていることも見逃してはならない。

第一に、「逆行列係数」は五六部門「統合表」についてのみしかえられないのであるが、この「統合表」五六部門には、かなり性格の異なる部門が統合されている(第二章第II表参照)ので、五六部門にかんする以上のような検討についても明確な点が種々残される。たとえば「基礎化学薬品」には、「無機基礎化学薬品」、「有機基礎化学薬品」、「合成染料」、「合成樹脂」、「化学肥料」等、再生産上の機能の点からみて内容的に区別されるべき各種生産部門がふくまれている。とくに、近代化学の発展途上にある現在、これらを区別する必要性は大きいが、しかし、これらが「基礎化学薬品」に一括・統合されているため、第I, I, 7表のみを検討しても、そのくわしい内容は明確とはならない。

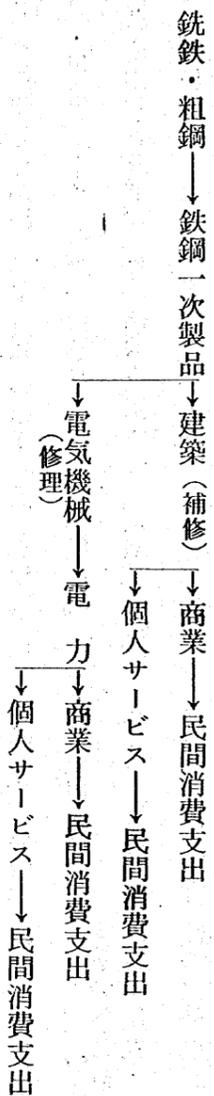
第二に、すでに強調したごとく、「産業連関表」では「固定資本形成」といわれる部分——したがって労働手段部門の販路構成が一切不明である。したがって「銑鉄・粗鋼」の「窮極的市場構成」といっても、たとえば、「一般機械」、「建築」という形態の「固定資本形成」の比率は明らかとなっても、これがいかなる生産部門において労働手段として用いられる「一般機械」であるかという点は一切不明である。とくに「建築」の場合は、種々の建築すべてがふくまれているから、「銑鉄・粗鋼」を誘発した「建築」のうち、どれだけがいかなる生産部門の工場であり、どれだけがサービス諸部門の建物であり、どれだけが住宅であるかは一切分らない。

第三に、本稿「はしがき」でふれたように、この方法では、「中間需要」部分の窮極的な市場のみがしめされるので、たとえば「基礎化学薬品」の約半分が窮極的に消費手段として消費されることになることが分っても、その部分が、消費手段の最終生産部門に原材料を提供するという内容であるのか、迂回的生産の起点をなす基礎的原材料を生産するという内容であるのかということは、以上の検討そのものからは明らかとはならない。この点は、前稿第三・四節の図示で補足するより他ない。

第四に、われわれは、各種の機械の修理や、工場の補修等は、労働手段の労働手段としての機能の維持のためのものと考ええる。しかし、「産業連関表」では、修理は、機械を利用してある部門への販売としてあらわれている結果、消費手段生産部門や、消費手段の原材料・補助材料生産部門における機械や建物の修理のための原料や部品は、窮極的には、消費の原料として機能したかのごとき外観を呈するのである。たとえば、「一般機械」のうちの農業機械の修理が行なわれた場合、「銑鉄・粗鋼」→「鉄鋼一次製品」→「一般機械」→「修理用材料部品」→「一般作物」→「精穀・製粉」→「民間消費支出」となり、「民間消費支出」の「精穀・製粉」に対する支出によって「銑鉄・粗鋼」が誘発されたという形をとってあらわれる。したがって、これらによって鉄鋼関係や機械関係の生産部門の窮極的な「民間消費支出」依存度は高められることとなる。

第五、最後にきわめてむずかしい問題としてサービスの諸部門の存在にともなう問題がある。われわれは、当面生産諸部門に限定して考察をすすめているが、「窮極的市場構成」の計算には、サービス諸部門の投入・産出が介入せざるをえない。

たとえば、第I表によれば、「商業」に対する「民間消費支出」によって誘発された「銑鉄・粗鋼」は九、六五四(百万円)、「その他のサービス」に対する「民間消費支出」によって誘発されたものは、八、一一九(百万円)である。この内容は、「産業連関表」の投入・産出関係によって推測するに過ぎないような関係を主にしていると思われる。



(誘発関係は、矢印の逆の関係になる)

この場合には、「銑鉄・粗鋼」は消費手段生産のための原材料として機能しているのではなく、あくまでも他の消費手段生産物の流通面における商業的活動、サービスの活動それ自体に必要な店舗の改造や、電力の生産のための資材として機能しているのである。これは住宅の補修や台所用品の原材料として「銑鉄・粗鋼」が必要であるというのとは厳に区別すべきである。

しかしながら、「窮極的市場構成」においては、商店の補修等によって誘発される場合も、ともに窮極的には「民間消費支出」によって誘発されたものとしてあらわれ、一般に「窮極的市場構成」といわれる場合には、第I、I表の「民間消費支出」等「最終需要」の総計の比率が用いられている。

われわれは、この点の不合理性に着目して、各生産部門の「窮極的市場構成」の計算ではサービス部門を媒介とした「最終需要」によって誘発されたものを計算してみた。ただし、前稿五二頁でも指摘したごとく、サービス部門の現実的確定は困難であるため、一応便宜上、「商業」、「金融・保険」、「不動産業」、「公務」、「公共サービス」、「その他のサービス」の部

分を計算した。「運輸」については、前稿(六一頁)では生産活動の延長部分の比率を推計したが、誘発額についてその比率を推計することは不可能に近いので、一応全部生産部門のなかへ入れておいた。

本節第9表の、各生産部門の「窮極的市場構成」において、各「最終需要」項目ごとに(一)に入っている比率が、サービス部門を媒介とした「最終需要」による誘発の比率である。

たとえば、これによって、「印刷出版」部門では、B額のうち七六・八%が、消費支出によって誘発されているが、サービス部門に対する消費支出によって三二・七%が誘発されているのであるから、「消費支出依存度」のうち約半分ちかくがサービス部門を媒介としていことが分る。「パルプ・紙」部門においてもサービス部門に対する消費支出による誘発率が高いが、これらは、広告・宣伝や事務用品として、「印刷・出版」、「パルプ・紙」が利用されていることを意味するものであって、これは、消費者が直接利用する出版物や紙製品と厳に区別すべきものである。それゆえ、「窮極的市場構成」を考へる場合、たんに「最終需要」項目別の比率をみるのみではなく、サービス部門を媒介とした誘発額の比率をもつねに念頭におく必要がある。なお、サービス部門を媒介とした生産誘発は、サービス部門の性格上、一般の「消費支出」による誘発率を高める傾向があるので、「消費支出」の誘発率についてはとくにこの点留意すべきであろう。

ところで、右のような点をのぞいても、サービス部門にかんする問題はなお残される。たとえば、つぎのように、サービス部門が、「最終需要」に直結しない形で介入している場合には、これを確定する方法はない。つぎの例の(イ)の場合には、「銑鉄・粗鋼」が、生産諸部門間の流通を行なう商業それ自体のための店舗補修等に用いられ、(ロ)の場合は、「飲料」そのものの補助材料として機能しているのであるが、これら両者はともに、「飲料」に対する「民間消費支出」によって誘発されたものとしてあらわれるのであって、このなかから(イ)のみを控除する方法は全くないのである。

(イ) 銑鉄・粗鋼→鉄鋼一次製品→建築(補修)→商業→飲料→民間消費支出
(飲料原料の取扱)

(ロ) 銑鉄・粗鋼→鉄鋼一次製品→金属製品→飲料→民間消費支出
(罐、びんの王冠)

このように、サービス諸部門が、「最終需要」に直結していかざり、波及的な誘発関係を計算していく過程で、サービス諸部門そのものための諸資材を控除することは不可能である。この点は、「窮極的市場構成」の検討において注意しておく必要がある。

第二章 生産諸部門の再生産構造上の機能別の分類

序節 生産諸部門の分類方法

(一)

第二章の課題は、第一章の検討を総括して、生産諸部門を、再生産上の機能に応じてグループ別に分類するよう試みることである。

前稿「序章」第一節の理論的考察にもとづいて、グループ分類を行なおうとすると、つぎのようになる。

- (1) 消費手段生産部門
- (2) 消費手段用原材料・補助材料の生産部門
- (3) 労働手段生産部門
- (4) 労働手段用原材料・補助材料の生産部門

補 (5) サービス諸部門の流動的資材の生産部門

(6) サービス諸部門用流動的資材の原材料・補助材料生産部門

(7) サービス諸部門の耐久的設備の生産部門

(8) サービス諸部門用耐久的設備の原材料・補助材料生産部門

(9) 軍需品の生産部門およびその関連諸生産部門

生産諸部門を、第二部門、第一部門のみではなく、第一部門をさらに細分割しなければならないことは、すでに前稿「序節」で強調したが、その場合、右のような分割方法をとったことには若干の説明が必要であろう。

生産部門を細分割する場合、二部門分割の視点から考えると、一般には、

(イ) 第二部門

(ロ) 第二部門用生産手段生産部門

第一部門

(ハ) 第一部門用生産手段生産部門

と分けられる傾向にある。(一応サービス諸部門の存在、それらと関係する生産・再生産を捨象する。)

しかしながら、付表一の部門分類からみても明らかのように、右のように分けるならば、(ロ)の第二部門用生産手段生産部門には、第二部門用の原材料・補助材料(流動資本)と労働手段(固定資本)の生産部門(付表(ロ)(ロ)が属し、(ハ)第一部門用生産手段生産部門には、種々異なる内容をもつ生産部門(ロ)(ロ)(ロ)(ロ)(ロ)が、一括されることになる。

われわれは、前稿「序章」第一節(三)で強調したように、耐久的な労働手段に投下される固定資本の特殊な回転、社会的総資本の再生産においてこの労働手段の再生産のもつ意義の重要性に着目して、まず第一部門のなかでも、労働手段生産部門を確定することがきわめて重要であると考える。

ることにしてあるが、サービス諸部門の流動的資材や耐久的諸施設が生産諸部門によって生産・再生産される以上、生産部門の分類にも、サービス諸部門関係の生産諸部門を入れざるをえない。しかしながら、サービス諸部門のための諸生産物の生産を、消費手段の生産、あるいは生産部門の労働手段の生産と、いかに区別しいかに関連づけるのか、ということは、社会的総資本の再生産のメカニズムのなかで、各種のサービス諸部門の機能と位置づけを明らかにしていくことによってはじめて明確になるであろう。したがって、本稿ではなお、サービス部門関係の生産諸部門を(補)としておさざるをえなかった。また、軍需品の生産部門およびその関連諸生産部門の問題は、理論的にきわめて重要な問題ではあるが、この問題についてもいずれ別稿であらためてとりあげることにする。

(二)

ところで右のような分類を基準として分析をすすめようとしても、昭和三五年「産業連関表」の限界によって、実際上の分類は制約されざるをえなかった。たとえばすでに度々強調したごとく、三五年「産業連関表」では、「国内総固定資本形成」の項目のなかに、きわめてさまざまな内容のいわゆる「有形固定資産」が一括して含まれており、それらのうちどれだけが、いかなる生産部門の労働手段となったのか、またどれだけがサービス諸部門や政府、非営利団体の耐久的施設となったのか……という内容は一切不明である。それゆえ、「産業連関表」の資料からは、(3)労働手段生産部門を、第一部門用労働手段生産部門と第二部門用労働手段生産部門とに区分することはもちろん、(3)労働手段生産部門と、補(7)サービス諸部門の耐久的な諸施設の生産部門とを区別することすら不可能である。したがって種々の方法で検討をこころみたとはいえ、(3)と補(7)の区別はきわめて不明確にならざるをえなかった。さらにまた右の点と関連して、(4)労働手段用原材料・補助材料の生産部門と、補(8)サービス諸部門用耐久的施設の原材料・補助材料生産部門との区別は一層困難であり、不可能といわざるをえなかった。

また、軍需品の生産部門およびその関連諸生産部門についても、現在の「産業連関表」では、その検討はほとんど不可能である(前稿五八―九頁)ので、この点も、(補)として若干ふれるにとどめざるをえない。

それゆえ、実際上の分類は、われわれの目的からみた「産業連関表」の限界を反映して、つぎのようにならざるをえない。

- 1 消費手段生産部門
- 2 消費手段用原材料・補助材料の生産部門
- 3 (3₁) 労働手段生産部門
(3₂) サービス諸部門の耐久的設備の生産部門
- 4 労働手段およびサービス諸部門の耐久的設備の原材料・補助材料の生産部門
- 補 5 サービス諸部門の流動的資材の生産部門
- 6 サービス諸部門の流動的資材の原材料・補助材料の生産部門
- 7 軍需品の生産部門およびその関連諸生産部門

ただし、「産業連関表」では、「飲食店・ホテル・娯楽業・学校・病院などが飲食物を供与するために消費した食料品・飲料品およびたばこは、直接に民間消費支出部門または家計外消費支出部門が購入したものとみなして、飲食店・ホテル等の生産額から食料品・飲料品・たばこに関する経費は控除される」ことになっている。それゆえ、6 サービス諸部門の流動的資材という内容は、消耗的な事務用品、広告・宣伝用の物資等であって、サービス諸部門の流動資本とは異なるものである。右の点の取扱い方法は、われわれの分析目的からみても妥当なものといえよう。

(三)

グループ分類においては、一応つぎのような基準をたてる。

(1) まず各生産部門のA額Ⅱ(「漆産産額」—「中冊産額」—「専任」)のうち、あるグループたとえば消費手段となる比率が七〇%以上をしめる部門は、一応「消費手段生産部門」と規定する。

さらにまた、あるグループたとえば、消費手段の比率が七〇—五〇%であり、その部門の直接消費手段となる量が絶対量として消費手段全体のうちで軽視できぬような部門、あるいは統計的な比率が低くとも内容的にみて考慮すべきものは、これを「準消費手段生産部門」としてとりあげ、その部門のA額のうち消費手段のしめる比率を確定するとともに、その残余の部分の販路もできるだけ明らかにするようつとめる。このような仕事は後に、全体の生産・再生産において、「消費手段」の生産・再生産のしめる比重やその変化等を考える場合に必要となるからである。

(2) なお、諸生産部門のグループ分けについては、「産業連関表」の「基本表」部門を単位として行なうことにする。「基本表」部門を単位として分類わけをするのは、つぎのような理由による。

まず第一に、「統合表」には、すでに度々指摘したように、つぎのような種々の難点がある。すなわち、(1)かなり性格の異なるいくつかの部門が一つの「統合表」部門に統合されてしまっている(第II表参照)ので、生産諸部門の機能の検討が曖昧なものとなってしまふこと。(2)加工過程にあるいくつかの部門、あるいは部品部門と組立部門とについて、まず独立部門として生産額等を計算したうえで、これらを一つの部門として統合した結果、原材料の加工や部品の組立てが自部門への販売としてあらわれ、当該部門の生産物の「中間需要」部分の比率を高め、加工された生産物、組立てられた生産物そのものの販路を不明確にしてしまふこと、である。もちろん、「基本表」自体においても、「調整作業表」からの統合過程で同様の難点をもっているが、「統合表」部門ではなく「基本表」部門を、分類にさいしての基本単位とすることによって、右の諸限界は大幅に克服されることは明らかである。

第二に、「基本表」部門を単位として分類を行なうのは、今後、三五年の分析を、二六年、三〇年、三八年等と比較し、種々の変化を検討する場合のことを考慮したためである。すなわち、「統合表」は、二六年—三六部門、三〇年—三五部門、三五年—五六部門であつて、部門分類上かなりの変化があるが、この差異を理解し、比較可能な形で部門を整理していくうえには、「統合表」より、より細かい部門の検討を行なうことが不可欠である。もちろん、「基本表」についても、部門分類の違いはあるが、部門数が三五年では一五三部門と細かくなっているだけに、比較可能な形で部門を整理していくことは一応可能になる。この意味でも、三五年の諸生産部門の機能を、「基本表」単位で分類することが必要不可欠である。

なお、第二章における三五年の分類において、「基本表」部門より一層細分割された「調整作業表」部門を分類の単位としなかったのも、右の点と関係している。第一にあげた「統合表」の限界という点のみを考えれば、「基本表」よりさらに細分割された「調整作業表」によって部門の機能を検討した方がより厳密といふことができる。事実、第二章では、とくに機械関係等の検討においては、「調整作業部門分類投入・産出表」をしばしば利用した。しかしながら、四五三部門にもおよぶ「調整作業表」部門を単位としてグループ分類をすることは、あまりにも繁雑となり、二六年、三〇年等との比較という点からみても好ましくないと思われた。したがって、本文では、必要なかぎり、「調整作業表」を利用するが、部門分類は原則として、「基本表」部門を単位とすることにした。

(四)

さて以上のごとく、第二章では、第一章の諸検討を総括しつつ、「基本表」部門を単位として、グループ分類をしていくことになるので、第二章本論に入るに先だち、第一章の「統合表」にもとづく推計の諸結果と、「基本表」にもとづく推計

第II-1表 総括表 (その一)

「統合表」部門	中間需要 A額(注1) %	消費支出(注2)		固定資本 形成		「基本表」部門	中間需要 A額 %	消費支出 A額 %	政府消費 A額 %	固定資本 形成 A額 %	A (100万円)
		A額 % (注3)	B額 %	A額 %	B額 %						
一般作物	82.1	17.2 (98.5)	— (0.1)	0.7 (1.4)	—	米その他の耕種作物 果	99.9 50.2 15.6	0.1 49.8 74.9	0 — 0	0 0 9.6	1,139,791 386,677 120,640
工業作物	105.1	△5.1 (80.3)	0 (3.0)	0 (16.8)	0	工業作物(繊維用を除く) 繊維用工業作物	99.0 110.6	1.0 △10.6	0 0	0 0	160,310 175,720
繊維用畜産	100.2	0.1 (83.8)	0 (1.5)	△0.3 (14.8)	同左 ⁴	繊維用家畜・家禽	同左 ⁴				101,076
その他の畜産・養蚕 (農業サーピスを含む)	70.9	27.2 (95.3)	— (0.4)	1.8 (4.4)	63.1 99.8 100.0	家畜・家禽(繊維用を除く) 養蚕 農業サーピス	34.6 0.2 0	0.1 — 0	2.2 0 0	294,578 54,306 25,881	
林業(狩猟業をふくむ)	92.7	7.8 (42.6)	0.1 (2.4)	△0.5 (55.0)	97.7 18.2 100.3 74.2	育林・特殊林産物 薪炭製 伐狩	2.3 85.0 0 25.8	0 1.1 0 0	0 △4.4 △0.3 0	293,288 62,878 421,423 2,145	
漁業	49.7	50.3 (96.1)	0 (0.4)	0 (3.5)	51.9 45.0 8.6	海面漁 海捕内 水産物	48.1 55.0 91.4	0 0 0	0 0 0	281,366 15,885 13,025	
石炭・亜炭	96.1	3.3	0.6	0	同左	石炭・亜炭	同左				277,811

		(54.8)	(5.1)	(40.2)							
鉄鉱石	100.0	0 (17.3)	0 (2.1)	0 (80.6)	同左						80,409
非鉄金属鉱石	100.0	0 (29.1)	0 (2.7)	0 (68.1)	同左						92,715
原油・天然ガス	99.8	0.2 (58.5)	0 (7.1)	0 (34.4)	100.0 94.4	0 5.5	0 —	0 0	0 0	176,887 6,021	
その他の鉱業	98.1	1.9 (32.6)	0 (1.6)	0 (65.7)	101.0 82.9 100.0	△1.0 17.1 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0	83,225 22,227 48,517	
屠殺・肉・酪農品	24.0	76.0 (98.3)	0 (0.2)	0 (1.4)	38.9 10.5 13.2	61.1 89.5 86.7	0 0 0	0 0 0	0 0 0	131,570 46,016 125,740	
水産食品	8.0	92.0 (97.8)	0 (0.2)	0 (2.0)	同左						181,155
精穀・製粉	17.0	83.0 (99.6)	0 (0.1)	0 (0.4)	同左						1,106,795
その他の食料品	32.3	67.7 (99.1)	0 (0.1)	0 (0.8)	4.8 0.8 79.7 24.7 100.0	95.2 99.2 20.3 75.3 0	0 0 0 0 0	0 0 0 0 0	0 0 0 0 0	117,112 351,382 264,015 463,497 78,645	
飲料	6.5	93.5 (99.8)	0 (0.1)	0 (0.2)	6.6 4.5	93.4 95.5	0 0	0 0	0 0	0 0	482,911 22,174

第 II-1 表 (その二)

「統合表」部門	中間需要 A額(注1) %	消費支出(注2)		政府消費		固定資本 形成		中間需要 A額 %	消費支出 A額 %	政府消費 A額 %	固定資本 形成 A額 %	額 A (100万円)
		A額 % (注3)	B額 %	A額 %	B額 %	A額 %	B額 %					
煙草	1.7	98.3 (100.0)	0	0	0	0	0	同左				281,712
天然繊維紡績	97.8	2.2 (85.7)	0	0	0	0	0	99.4 99.4	0.6 0.6	—	0	65,120 230,220
化学繊維紡績	99.7	0.3 (85.5)	0	0	0	0	0	94.3 100.0	5.7 0	—	0	144,656 13,679
織物・その他の繊維製品	54.8	44.9 (86.0)	0.1 (1.3)	0.3 (12.6)	0	0	0	100.0 99.4	58.5 42.6	0.1 0.1	0	131,104 254,411
身廻り品	26.4	72.0 (89.4)	1.6 (2.8)	0	0	0	0	71.9 37.6	28.1 62.2	0	0	65,310 198,434
								92.7 100.0	3.0 0	4.3 0	0	7,011 143,053
								4.6 100.0	95.4 0	—	0	106,567 21,259
								65.2	32.2	—	2.6	99,279
								2.2	97.8	0	0	42,059
								24.4	74.3	1.3	0	188,691

「基本表」部門	中間需要 A額 %	消費支出(注2)		政府消費		固定資本 形成		中間需要 A額 %	消費支出 A額 %	政府消費 A額 %	固定資本 形成 A額 %	額 A (100万円)
		A額 % (注3)	B額 %	A額 %	B額 %	A額 %	B額 %					
製材・木製品	97.7	2.5 (26.7)	0.1 (1.9)	△0.2 (71.4)	0	0	0	100.4 8.25	0	0.1	△0.4 1.0	469,003 102,380
家具	57.5	27.8 (46.8)	0.6 (3.0)	14.0 (50.2)	0	0	0	同左				152,015
パルプ・紙	100.5	△1.0 (67.1)	0.5 (7.2)	0	0	0	0	111.4 96.2	△11.4 3.3	0	0	156,213 264,183
印刷・出版	66.2	29.9 (76.8)	3.9 (9.3)	0	0	0	0	98.0	1.1	0.9	0	226,612
皮革・皮革製品	71.5	27.9 (83.1)	0.6 (3.0)	0	0	0	0	同左				384,962
医薬製品	81.8	18.0 (44.2)	0.2 (4.7)	0	0	0	0	100.0 23.4	0	1.7	0	32,720 19,423
基礎化学薬品	99.7	— (70.6)	0.3 (3.7)	0	0	0	0	100.0 100.0	0	—	0	148,247 212,331
化学繊維原料	99.9	0.1 (84.2)	0	0	0	0	0	99.3 86.5	0.5 0	0.2 13.5	0	23,793 14,814
								100.0 100.0	—	—	0	109,092 148,813
								100.0	0	—	0	133,104
								100.0	0.1	0	0	106,252 142,517

第 II-1 表 (その三)

「統合表」部門	中間需要 A 額(注1) %	消費支出(注2)		政府消費		固定資本 形成		「基本表」部門	中間需要 A 額 %	消費支出 A 額 %	政府消費 A 額 %	固定資本 形成 A 額 %	A (100 万円)
		A 額 % 消費支出 B (注3)	A 額 % 政府消費 B	A 額 % 固定資本 形成 B	A 額 % 固定資本 形成 B								
その他の化学製品	68.1	31.1 (78.5)	0.8 (9.1)	0	0	0	0	動植物油 塗料 医薬品 その他の化学薬品	100.0 97.8 48.3 62.1	0 1.8 49.5 37.8	0 0.3 2.3 0.1	0 0 0 0	93,956 55,879 173,437 201,713
石油製品	93.1	3.7 (57.9)	3.2 (7.2)	0	0	0	0	石油製品	同左				530,145
石炭製品	90.5	9.1 (26.0)	0.4 (1.6)	0	0	0	0	石炭加工製品	89.6 100.0	10.0 0	0.5 —	0 0	135,573 13,658
窯業・土石製品	101.8	△1.8 (19.5)	0 (1.5)	0	0	0	0	建設用土石製品 セラミックス 陶器 その他の土石製品	100.0 115.6 84.5 100.0 99.0	0 △15.7 15.5 0 1.0	— 0.1 — — —	0 0 0 0 0	58,081 89,212 23,669 115,793 182,008
鉄・粗鋼	105.9	△0.3 (19.9)	△ (2.2)	△5.5 (78.0)	鉄屑 鉄鋼	100.0 174.9 100.0 100.0	0 △3.7 0 0	0 △0.5 0 0	0 △70.7 0 0	0 0 0 0	— — — —	0 0 0 0	317,131 97,015 47,468 778,258
鉄鋼一次製品	100.1	0 (17.8)	— (2.0)	△0.1 (80.2)	熱間圧延鋼材 冷間圧延鋼材	100.1 100.0 100.0	0 0 0	0 0 0	△0.1 0 0	— — —	— — —	0 0 0	782,976 102,816 357,033

非鉄金属一次製品	109.3	△0.2 (30.3)	0 (2.9)	△9.1 (66.9)	非鉄金属 伸縮 フィルム その他の非鉄金属一次製品	118.0 100.0 100.0 99.9	△0.4 0 0 0	— — — 0.1	△17.6 0 0 0	— — — 0	— — — —	— — — —	242,274 93,673 37,867 95,604
金属製品	88.5	4.5 (25.2)	0.4 (1.8)	6.7 (73.0)	建設用金属製品 その他の金属製品	95.1 79.7	0 10.5	— 0.9	4.9 9.0	— —	— —	— —	294,601 222,791
一般機械	49.1	3.1 (12.4)	0.3 (1.5)	47.4 (86.1)	原動機・ボイラー 工作機械 産業機械 一般産業機械および 事務用機械 民生用機械 電機器具	82.4 16.8 31.2 46.1 22.0 22.5 92.1	0 0 0.6 0 1.0 50.7 0	0.2 0 — 0 5.5 2.3 —	17.5 83.2 68.2 53.9 71.4 24.4 7.9	— — — — — — —	— — — — — — —	341,727 164,659 560,491 228,934 32,534 92,700 188,243	
電気機械	58.9	10.8 (24.5)	0.5 (1.7)	29.8 (73.8)	重電 民生用電機 その他の電機	46.4 28.8 82.6	0 42.3 0.5	0 1.6 0.2	53.6 27.3 16.8	— — —	— — —	— — —	360,430 317,705 595,041
輸送機械	39.6	6.0 (20.1)	3.6 (5.5)	50.8 (74.4)	造船 自動車 自動車修理 自動車・自転車 航空機 その他の輸送機械	19.5 53.0 30.2 95.3 23.9 12.4 64.5	0 0 2.1 4.0 19.2 0 0	9.9 — 0.5 0.7 0 60.7 0	70.6 47.0 67.1 0 56.9 26.8 35.5	— — — — — — —	— — — — — — —	152,455 80,898 412,053 198,624 282,130 39,910 10,306	

第 II-1 表 (その四)

「統合表」部門	中間需要 A 額 (注1) %	消費支出 (注2)		政府消費		固定資本 形成		中間需要 A 額 %	消費支出 A 額 %	政府消費 A 額 %	固定資本 形成		A (100 万円)	
		A 額 %	B 額 %	A 額 %	B 額 %	A 額 %	B 額 %				A 額 %	B 額 %		
精密機械	59.7	24.7 (54.0)	0.7 (7.7)	15.0 (38.4)	0	60.8	11.6	—	27.6	82,509	59.2	30.2	1.8	64,379
その他の製造業	63.3	34.4 (64.2)	0.5 (3.5)	1.8 (32.3)	0	58.1	41.5	0.3	0	42,865	58.1	41.5	0.3	42,865
建築 (建設補修を含む)	16.1	0 (11.2)	0.4 (1.3)	83.6 (87.5)	0	0	0	0	100.0	707,765	0	0	0	813,098
土木	0	0 (0)	0 (0)	100.0 (100.0)	0	0	0	0	100.0	489,145	0	0	0	866,632
電力	76.1	22.6 (66.7)	1.3 (5.1)	0 (28.3)	0	0	0	0	0	503,435	0	0	0	503,435
都市ガス	47.1	52.1 (81.0)	0.8 (7.3)	0 (11.8)	0	0	0	0	0	83,276	0	0	0	83,276
水道 (清掃業を含む)	60.5	37.6 (77.1)	2.0 (6.9)	0 (16.0)	0	0	0	0	0	62,310	0	0	0	62,310

運輸	59.9	36.4 (68.2)	2.6 (5.4)	1.0 (26.4)	61.6	33.9	3.3	1.1	323,672
国鉄旅客輸送	61.6	34.0	61.6	—	61.6	4.4	—	434,041	
国道道路旅客輸送	78.3	18.2	0.3	3.1	18.2	0.3	0	263,165	
海外洋内水面輸送	95.1	3.7	1.2	0	3.7	1.2	0	12,065	
海上内水面輸送	86.1	12.8	0.8	0.2	12.8	0.8	0	184,778	
航空輸送	58.2	32.9	8.9	0	32.9	8.9	0	15,700	
その他の輸送	49.3	49.8	0.9	0	49.8	0.9	0	8,455	

注 1 A 額 = 「総供給額」 - 輸出現 - 在庫純増 = 中間需要小計 + 家計外消費支出 + 民間消費支出 + 一般政府消費支出 + 国内総固定資本形成 (前稿 48—9 P 参照)。

注 2 消費支出 = 家計外消費支出 + 民間消費支出 (前稿 49 P 参照)。

注 3 各項目誘発額については本文 17—19 頁参照。

注 4 B 額 同左とわいてあるのは、「基本表」部門が、「統合表」部門と同一であるもの。なお、— は、単位未満のもの。△ は、マイナス。

可能なもの (本稿はしがき (1) の方法) とをあわせて、第 II 表「総括表」を作ってみた。「総括表」の計算方法はすべて第一章各節で説明した方法によるものである。なおその場合、「基本表」の各部門が「統合表」部門にしめる比重をしるために、「基本表」各部門の A 額を右端の欄にしめしておいた。

第一節 「消費手段生産部門」の検出

「消費手段生産部門」の検出にあたってまず生じる困難は、消費手段の生産と、消費手段用原材料・補助材料の生産との区別をいかにするかという問題である。

日本資本主義の再生産構造分析試論

この両者を区別する理論的意味は、消費手段生産部門が直接最終消費市場と結びついており、したがってその生産物の生産は、事後的にはあるが、一応最終消費市場における需要の大きさによって直接規制されるという関係にあるのに反し、消費手段の原材料・補助材料生産部門では、最終消費市場との関係は間接的であり、それゆえ、両者においては、最終消費需要の制限をこえて生産が発展する可能性、過剰生産要因の発生・累積の可能性が異なるからである。

ところが、現実では——とくに最近のように、最終消費市場にもたらされる消費手段がますます加工度をふかめている時代には——消費手段生産部門と、その原材料生産部門との区別をどの程度厳密に考えるべきかということは、かなりむずかしい問題である。

たとえば、棉花生産→綿紡→綿織物→消費市場、あるいは漁業→消費市場という形態が、……綿織物→衣服製造、繊維製既製品→消費市場、漁業→水産加工→消費市場という形態に変化したとする。

これは一面では見逃すことのできない変化である。ここには、資本制生産の領域の拡大、新生産分野の確立、それにもなう諸資本間の競争の変化が生じているし、またとくに食料品の場合、加工のすすむにつれ、貯蔵の可能性の増大とそれにもなう市場範囲の拡大、輸出の可能性の増大が生じる。これらの結果、過剰生産の諸要因もその強さも変化する。その意味では、衣服・繊維製既製品生産部門や水産加工業が最終消費手段生産部門となり、綿織物・漁業は最終消費市場とは間接的關係しかもたない、原材料生産部門という性格をもつにいたったと考えるべきであろう。

しかし他面では、これら生産部門が、厳密には消費手段の原材料生産部門という性格をおびるにいたったとしても、先にふれた消費手段生産部門とその原材料生産部門とを区別する意味からみると、最終消費手段生産部門と直結した生産部門は、場合によっては、最終消費手段生産部門との共通性の方が強く、迂回生産の端初をなす消費手段用原材料生産部門と同一視できない側面をもっている。

したがって、どこまでを「消費手段用原材料生産部門」と考え、これと「消費手段生産部門」との区分をいかにするかということは、実際上はきわめてむずかしい問題である。

しかしながら、問題を統計的に検討していく以上、「消費手段生産部門」の検出において、最終消費手段の生産とならんで、最終消費手段の生産に直接結びつき・若干加工して消費市場へもたらされるものの生産をも消費手段生産として一括してしまふならば、最終消費・消費市場の大きさとその変化の量的把握はきわめて不明確になってしまう。したがって、量的把握をできるだけ正確にするためには、一応、直接消費市場へもたらされる最終完成消費手段のみを「消費手段」として規定し、加工されるものはすべて「消費手段」の原材料とする必要がある。それゆえ、本文では、かかる基準によって「消費手段生産部門」を把えるが、その分析にさいしては、右のような問題があることを留意しておくことにしたい。

「消費手段生産部門」の検出

(一)

「消費手段生産部門」の検出にあたり、まず、各生産部門のA額（「證券審議」―「冊審議」―「審臣」）のうち、直接消費市場で販売された額の比率が七〇%以上の生産部門をあげると、第Ⅱ表のとおりである。これら諸部門は、直接消費市場へもたらされる形態——いわば最終完成形態の消費手段の生産部門ということが出来る。

なお念のために、これら諸部門のA額のうち、最終消費にむけられる以外の部分の内容をしるために、第Ⅱ表(2)欄では、第Ⅱ表にのっている完成「消費手段生産諸部門」へ販売され・加工される部分の比率をもとめておいた。これは、たとえば「果樹」の場合、七四・九%が直接消費され、一六・四%が主として「野菜果実加工」(漬物等の加工品、農産びん・かん詰)

第 II-2 表 「消費手段生産部門」の検出

	(1)	(2)	(3)	(4)
	消費支出 A	消費手段生産部門への販売額 A (注1)	(1)+(2) %	(注2) 消費実額 (100万円)
パ ン ・ 菓 子	99.2%	0.6%	99.8	348,474
煙 草 物	98.3	1.7	100.0	276,796
履 料 品	97.8	—	97.8	41,123
清 涼 飲 品	95.5	—	95.5	21,174
メ リ ヤ ス 製 品	95.4	—	95.4	101,688
野 菜 果 実 加 工 類	95.2	3.6	98.8	111,523
酒 水 産 加 工 類	93.4	5.9	99.3	450,915
水 産 加 工 類	92.1	1.4	93.5	166,750
内 水 産 加 工 類	91.4	0.9	92.3	11,906
肉 酪 農 製 品	89.5	4.6	94.1	41,162
酪 農 製 品	86.7	11.3	98.0	109,079
薪 炭 製 品	85.0	7.1	92.1	53,472
精 穀 ・ 製 粉	83.0	12.2	95.2	919,096
そ の 他 の 食 料 品	75.3	19.2	94.5	349,223
果 樹 品	74.9	16.4	91.3	90,304
革 製 品	74.9	0	74.9	14,539
衣 服 ・ 身 廻 品	74.3	(0.6) (注3)	(74.9)	140,178

- 注 1 当表にあがっている最終消費手段生産部門へ販売された額のA額にしめる比重である。この最終消費手段生産部門についてはその自部門への販売は、自部門内の異なる細部門間販売の投入（加工・あるいは添加物）であるので、自部門内販売も、分子の計算にいれてある。
- 注 2 消費実額は、「家計外消費支出」プラス「民間消費支出」の実額である。したがって(1)欄の分子にあたるもの。
- 注 3 「衣服身廻品」の場合、自部門と「メリヤス製品」への販売のみの比率をもとめた。この他、食料品関係の上表の諸部門への販売も若干あるが、これは、この(2)欄の計算の性質上不適当と考え、入れなかった。

に販売・加工されて、消費されることを意味している。また「精穀・製粉」は八三%が直接消費され、一二・二%が「パン・菓子」(六・二%)と「その他の食料品」(五・九%、主としてめん類)とになって消費されることを意味する。

それゆえ、「革製品」、「衣服身廻品」をのぞくと、第 II, 2 表の十五部門では、約七五%以上が直接消費され、この部分に、完成「消費手段生産部門」で加工されて消費される部分を加えると、九〇%以上の高率となること分る。

なお、「医薬品」は、消費の比率は四九・五%であるが、「中間需要」(四八・三%)のうち七二・三%は、「医療」部門への販売である。これは、病院で患者

第 II-3 表 「医薬品」の販路構成

	中間需要 A 額	うち「医療」部門への販売額 A 額	消費支出 A 額	政府消費 A 額
	医 薬 品	48.3%	(34.9)%	49.5%
			86.7%	

に「医薬品」が投与されるのであり、内容的には「医薬品」それ自体が直接消費者の手に渡るものであるから、消費される比重をみる場合、この部分を加えるのが妥当であろう。「医薬品」にたいする「一般政府消費支出」は、国立医療機関を通じて個人的に消費される部分とみなされるので、これらも加えると、消費される部分の比重は八六・七%である。それゆえ、「医薬品」生産部門は、第 II, 2 表の諸部門と同じく、「消費手段生産部門」とみなしてもよいであろう。

(これは、「酒類」等が飲食店・旅館等サービス部門で、取り扱われる場合と類似している。「産業連関表」では、飲食店等で用いる「酒類」は消費者が直接購入したものととして扱っているが、「医薬品」もこれに準じて扱っても良いであろう。)

(二)

「産業連関表」の「統合表」では、住宅は、工場や商店、学校等、各種の建物と一括して「建築」部門に統合されている。さらにまた住宅建築は、他の部門と同様、補修をのぞいたすべての部分が「固定資本形成」とみなされている。しかしながら、住宅は、きわめて耐久点である点では、食料品等と大きな差異をもつとはいえず、再生産上の機能という点からみれば住宅建築は明らかに消費手段の生産である。

「建築」部門は、その年間生産額という点でも、各種生産部門に対する生産誘発という点でも、注目すべき重要な生産部門であるので、「建築」部門のうち、どれだけが耐久消費手段という内容をもった住宅関係のものであるかという点を検討することは重要な意味をもっている。

第 II-4 表 建築部門のうち「住宅」部分の推計

「統合表」部門	「基本表」部門	中間需要 A %	消費 A %	政府消費 A %	固定資本 A %	(注1) A 額 (100万円)	「建築」全体に占める比率%	住宅と非住宅との比率 %
建築 (補修を含む)		16.1	0	0.4	83.6	1,820,128	100.0	
	住宅新建築	0	0	0	100.0	707,765	38.9	46.5
	非住宅新建築	0	0	0	100.0	813,098	44.7	53.5
	建設補修 (うち住宅補修)(注2)	97.8	0	2.2	0	299,265 (78,382)	16.4 (4.3)	

注1 「建築」部門は輸入がゼロであるから、A額=国内生産額である。

注2 産業連関表では「住宅賃貸料」部門があり、ここには住宅、官公舎、不動産業の経営する住宅の家賃および個人所有住宅の帰属家賃が含まれる。ここでは「建設補修」のうち、この「住宅賃貸料」部門へいく額を、一応住宅用補修とみなした。

なお「建設補修」は、上のもののほか、非住宅用補修と、さらには「土木」部門の補修をふくんでいる。その内容は次稿の非住宅建築・土木関係の分析を参照。

まず、「基本表」では、「住宅新建築」と「非住宅新建築」とがわかれているので、これを利用すると、第II表のごとく、「住宅新建築」は七〇七、七六五(百万円)にものぼる。補修をのぞき、新建築のみをとると住宅四六・五%、非住宅五三・五%という比率である。

しかしながら、この「住宅用新建築」には、家計支出による個人用住宅のほか、賃貸住宅、政府・地方自治体の官公舎、企業の従業員用住宅等が一括してふくまれている。これら各種の住宅は、性格が異なり、ある年度に新建築されたという場合も、その財源、消費者からの支出のされ方、その促進要因等が異なるから、一応区別すべきものではあるが、「産業連関表」からそのうちわけをしる手段は一切ない。ただし、各種住宅は、右のような違いをもつとはいえず、住宅として消費生活に直接利用されるという点では共通しているから、ここではこの共通面から、「住宅新建築」すべてを耐久消費手段とみなすこととしておきたい。

(「国民所得統計」によると、三五年「個人住宅」は三、二四七億である。統計上の相違があるが、この額は「基本表」の「住宅新建築」の約半分である。)

つぎに、「基本表」では、「建設補修」が独立しているが、この部分については住宅・非住宅の区別すらない。しかし「調整作業部門分類産出表」によると、住宅用補修は約七八、三八二(百万円)、建設補修全体の約二六・

二%と推定される。

それゆえ、各種新建築と補修とをあわせると、全体の「建築」II「統合表」のうちで住宅用のしめる比率は約四三・二%、三五年度約七八六、一四七(百万円)と推計される。

以上の「建築」部門内の「住宅」の比率にかんする推計は、今後、「建築」用の各種原材料・備品の生産部門を考察していく際用いることになる。

「準消費手段生産部門」の検出

(一)

機械関係の耐久消費手段は、戦後いちじるしい発展をとげ、消費手段の生産の考察において軽視できない存在となっている。

しかしながら、一般に耐久消費手段といわれ、「産業連関表」でも、「民生用機械」(「ミシン」、「冷蔵庫・洗濯機」)それらの「修理」、「民生用電気機器」(「電球類」、「民生用電気機器」)それらの「修理」といわれているものでも、内容を検討すると、直接消費手段として販売される比率は七〇%をかなり下廻り、かなりの部分が、各種のサービス部門等で種々の形で利用されていることが明らかである。それゆえ、内容的に詳しい検討を要するといわねばならない。

ところで、「産業連関表」を利用して機械関係の検討を行なう場合、とくに注意しなければならないのは、すでにのべたように、部品→組立の関係の一部が自部門内販売としてあらわれることと、機械修理が機械それ自体と同様に扱われ、修理される部品が当該機械部門より他部門へ販売されるようになっていくことの結果、「中間需要」となり、自部門・他部門へ販

売される比重が高まり、機械それ自体の販路が不明確になっているという問題である。こうした点をできるだけ解決するため、ここでは、「基本表」より部門がさらに細分割されるとともに、機械の「修理」が独立部門となっている「調整作業分類別投入・産出表」を利用して、内容の不明確な自部門内販売と「修理」部門とを控除し、機械そのものの販路をできるだけ把握できるように努力する。(なお、「調整作業部門分類別投入・産出表」を用いる場合、部門名が「基本表」と同じものもあるし、「基本表」部門と区別しなければならぬため、今後は「調整作業表」の部門を二重かつこととする。)

このように「調整作業部門分類別投入・産出表」にもとづく検討を通じて、機械関係の「準消費手段生産部門」というものを「基本表」部門を単位としてとりだしてみると、第Ⅱ表の「民生用機械」と「民生用電気機器」となる。

まず、第Ⅱ表、⁵「民生用機械」のうち「ミシン」をみると、「ミシン」は「分類不明」部門への投入比率が高いので、この部分を控除して推計すると、消費されるものの比率が八〇・七%、「固定資本形成」となるものの比率が一六・一%である。これは、家庭用ミシンと工業用ミシンの比率を反映していると推測される。(「部門品目別生産額表」によると、国内生産額のみではあるが、家庭用ミシンおよび同頭部と、工業用ミシンおよび同頭部との比率は、八八・六%と一一・四%である。) それゆえ、「ミシン」では、約八割強が耐久消費手段として利用されていると推計できる。したがって、「ミシン」そのものは、「消費手段生産部門」として規定できる。

つぎに、「冷蔵庫・洗濯機」、「民生用電気機器」(ラジオ・テレビ受信機、扇風機、換気扇、暖房用電熱器、ちゅう房用電熱器等)をみると、これは、一般的には耐久消費財の代表的なものとみなされがちであるが、第Ⅱ表では「固定資本形成」へ入るものの比率がかなり高いのが注目される。

これは、近年におけるサービス部門の拡大と競争激化のもとで、旅館の各部屋、飲食店等で客専用、テレビ、扇風機、冷暖房器具、冷蔵庫等の設置が急速にすすんだことを反映している。他方、サービス部門、食料品関係の小売部門の拡大と競

第Ⅱ-5表 「準消費手段生産部門」としての耐久消費手段生産部門

「基本表」部門	「調整作業表」部門	A 額 (100万円)	消費実績 (100万円)	消費支出	固定資本
				A額-自部門 内販売(注1)	A額-自部門 内販売
民生用機械		92,700	47,043	60.4%	29.1%
	『ミシン』	29,838	9,360	63.3 (80.7)(注2)	12.6 (16.1)(注3)
	『冷蔵庫・洗濯機』	55,675	34,876	62.6	37.4
	『民生用機械修理』	7,188	2,807	39.1	0
民生用電気機器		317,705	134,267	54.0	34.8
	『電球類』	22,767	6,566	37.5 (48.5)(注4)	0
	『民生用電気機器』	276,120	117,222	54.6	40.4
	『民生用電気機器修理』	18,819	10,480	55.7	0

注1 自部門販売額は、たとえば『ミシン』の場合は『ミシン』と『修理』への販売額である。
 注2、注3 『ミシン』の場合『分類不明』部門へ23.4%入っているので、これを分母より控除して、比率をもとめたのがかっこ内の%である。
 注4 『電球類』のうち、『住宅新建築』への販売額と『建設補修』への販売額のうち住宅用電球と推計した額の100%および『民生用電気機器修理』へ入る額の55.7%の合計を、消費手段とみなして分子に加えて計算したのが、かっこ内の%である。

争は、販売店用の冷蔵庫、ちゅう房用電気器具等の設置を促したと推定される。

以上の内容を考えてみると、旅館の各部屋、飲食店の客専用、テレビ、冷暖房器具等は、サービス部門の経営にとつて不可欠な資本投下であるとはいえず、客が直接利用するといふ点では、飲食店、旅館等で取扱う酒類、食物等の消費と共通し、(耐久)消費手段とみなしうる面も持っている。しかし、扇風機、冷暖房器具が、生産部門をもふくむ各種部門の事務所や工場で用いられ、小売部門で商品販売用の冷蔵庫が用いられ、これらは直接消費者の利用するものではないという点で客専用の右の場合のものと性格を異にしている。(後者については、生産のための労働手段の一種——労働環境のため、あるいは生産物保管のため——か、あるいはサービス活動そのものための設備であるかを区別する必要もある。)

しかしながら、これらの区別は理論的にも厳密にはできないし、統計上は、「固定資本形成」がいかなる部門のものである

るが、全く把握できないのであるから、統計上両者の比率を出すことなどはもちろん不可能である。

それゆえ、第Ⅱ表の『冷蔵庫・洗濯機』、『民生用電気機器』の『固定資本形成』のうち、消費手段と規定しうるものを推計するのは不可能である。したがってここでは、これらの消費手段として利用されるものの比重が第Ⅱ表の数より上廻るがその推定は不可能である、というようにいわざるをえない。

以上、肝心の『冷蔵庫・洗濯機』、『民生用電気機器』については、量的検討は不充分にならざるをえないが、しかしながら、これらが一般に耐久消費手段と考えられ、その増大が直接家庭消費生活の上昇の指標とみなされがちであるにもかかわらず、そのかなりの部分がサービス諸部門を中心として以上のような形で利用されていることは充分注意しておく必要がある。今後、歪められた形でサービス諸部門の肥大化、販売競争の激化等のもとで、その問題性は一層増大するであろうから、この点の注意がとくに肝要である。

つぎに、『電球類』は、直接消費手段として利用されるものは三七・五％にすぎない。『住宅新築』と『建設補修』に販売されるうち住宅用電球と推計される部分および『民生用電気機器修理』を経て消費される部分を加えても四八・五％である。『電球類』の『産出表』には統計上不明確な点が多いので、その他についても正確なことは分らない。

以上の検討は、統計上の諸難点によって、多くの制限があるが、この検討を通じて、『基本表』の『民生用機械』と『民生用電気機器』の部門を『準消費手段生産部門』と規定せざるをえない。部門全体として、その何パーセントが直接消費手段として利用されているかという点は正確に出せなかったが、今後これら部門の比重やその変化等を考えていく際には、以上でみた複雑な内容をできうるかぎり考慮にいれていく必要がある。

(一) の 補

なお、資本主義諸国で耐久消費手段の花形的存在とみなされ、わが国でも最近その重要性を高めつつある乗用車の生産が、『準消費手段生産部門』としてもあらわれてこない点について若干説明しなければならない。

その理由の第一は、三五年『産業連関表』においては、『基本表』においても、さらには『調整作業表』においても、『乗用車』という部門が独立しておらず、『自動車』部門に一括されていることである。このことは、『産業連関表』の部門分類上の大きな欠陥といわねばならない。それゆえ、乗用車のみを販路構成を、『産業連関表』からしめることは不可能である。『自動車』全体の販路構成をみると(『自動車』の場合は、『基本表』で『修理』が独立しているので、『修理』はふくまれない)、A額から自部門内販売額を控除した額のうち消費される部分の比率は、わずかに二・六％にすぎない。このことは、わが国では、諸外国にくらべ、自動車生産のうちで、トラック、バス等の比重が、きわめて高いことを反映している。「たとえば『部門品目別生産額表』(国内生産額のみ)によると、自動車(完成車、シャーシ、ボデー)の国内生産額三三四、一四〇(百万円)のうち、乗用車は二八・九％、九六、五一(百万円)にすぎない。」

第二に、もし乗用車生産部門を独立させた『産業連関表』がつくられたと仮定しても、そのうちの消費手段として利用される比率を正確に把握することは困難であると予想される。いまかりに、三五年度の『自動車』生産部門における消費実績八、八二七(百万円)をすべて乗用車の消費であると仮定し、乗用車の国内生産額九六、五一(百万円)と比較すると、消費は九・一％にすぎない。これはつぎのような理由によると推測される。第一に、乗用車のうち、タクシー部門の需要が相当の比重を占めており、この分が統計上、『固定資本形成』となること。これは、旅館、飲食店の客専用のテレビ、冷暖房用器具等と類似した問題をふくんでいる。第二に、実質的には個人的消費として用いられながら、法人所有名義となっており、

したがって統計上は「固定資本形成」となつてあらわれるものが少なくないこと。大企業経営者や中小企業主層が、会社所有の乗用車を、実質的には私的に利用している例は多いが、これらを統計的に把握することは現在のところ不可能に近い。

右のような種々の理由で、乗用車の販路構成を正確に把握、耐久消費手段としての乗用車生産の重要性を明確にすることは困難であった。しかし、わが国でも、「自動車」生産は今後ますます再生産構造上重要な意味をもってくるであろうし、乗用車の生産も、乗用車の耐久消費手段としての役割も増大するであろうから、右のような統計上の欠陥と問題点を充分認識して、今後の分析にそなえる必要がある。

最後にいま一つ、「自動自転車・自転車」部門がある。これは、「自動車」の場合と同じように、かなり機能の異なる「三輪車」、「自動二輪車」、「自転車・リヤカー」、「修理」とかなりたつていているため、自動自転車・自転車の消費実績は、五四・二三六(百万円)にもほつていられるにもかかわらず、「自動自転車・自転車」部門としては、A額より自部門内販売をひいた額のうち消費のしめる比率は二四・四%である。この点、「調整作業部門分類投入・産出表」でみると、「三輪車」は消費ゼロ(その他ほとんどが「固定資本形成」)、「自動二輪車」では消費実績は二七・八三二(百万円)、自部門と「修理」へ入る部分を控除して消費の比率をもとめると二六・六%(その他すべてが「固定資本形成」)、「自転車・リヤカー」では、消費実績一六・二三五(百万円)、同様の計算による消費の比率六四・九%(その他すべてが「固定資本形成」)、「修理」の消費支出は一〇・一七〇(百万円)である。それゆえ、「自転車・リヤカー」部門は「準消費手段生産部門」と規定できるが、「基本表」部門単位で見ると、「自動自転車・自転車」部門は、実績としては多額が消費されるとはいへ、全体としては「準消費手段生産部門」にも属さないといわねばならない。

(二)

「消費手段生産部門」の検出にさいして、各生産部門のA額のうち、直接消費市場で販売された額の比率をみると、繊維関係では、「メリヤス製品」、「衣服身廻品」のみが七〇%以上の比率であつて、各種の織物では「毛織物」六二・二%、「絹・人絹織物」五八・五%、「綿・スフ織物」四二・六%、「合成繊維織物」二八・一%と、かなりの低率であることが注目された。「毛織物」、「綿・スフ織物」、「絹・人絹織物」の三年度の消費額は、絶対量としてはいぜんとして軽視できぬものがある(第II表(1)欄参照)が、しかし、これら諸部門において消費される部分の比率がかなり低いことは注目すべきことといわねばならない。

これは一面では、繊維関係でも、食料品と同様、加工度がすすみ、織物が「衣服身廻品」(主要内要は各種既製服)に入り、加工されて消費市場へもたらされる傾向が強まったこと、それとともに他面では、タイヤ等ゴム製品やサービス諸部門の内装飾等——かなりの部門に、種々な形で販売されていくことを反映している。

こうした内容をくわしくみるために、「統合表」の「織物その他の繊維製品」を、「基本表」部門、さらには「調整作業表」部門にわけ、「調整作業部門分類投入・産出表」を利用して内容的に検討すると、「基本表」部門を単位として、「準消費手段生産部門」といえるものは、「毛織物」、「絹・人絹織物」、「綿・スフ織物」である。

まず、A額のうち直接消費される比率(第II表(2)欄)をもとめるとともに、「消費手段生産部門」である「衣服身廻品」とそれに準ずる「ゴム製履物」(主としてゴム底布靴)に入り、加工される比率をもとめ、これらを小計した。(5)欄)

(「基本表」では、「ゴム製履物」は、タイヤチューブ等の「ゴム製品」と一括して「ゴム製品」となつてゐる。しかし、「調整作業部門分類投入・産出表」によつて、「ゴム製履物」のみについてその直接消費される比率をみると、七七・八%であり、第一節第II表で

第 II-6 表 織物関係の「準消費手段生産部門」

『基本表』部門	『調整作業表』部門	(1) 消費実額 (100万円)	(2) 消費支出 A額 %		(3) 衣服身廻品 A額 %	(4) ゴム製履物 A額 %	(5) (2)~(4) 小計 %	(6) ゴム製品 A額 %	(7) 事務用品 A額 %	(8) 分類不明 A額 %
			消費支出 A額 %	消費支出 A額 %						
毛織物	『毛織物』 『織フェルト』 (注2)	123,428	62.2	0	19.3	0	82.4	0	9.2	6.9
		123,427	63.1	0	0	0	0	0	0	0
絹・人絹織物	『絹織物』 『人絹織物』	76,670	58.5	0	5.3	0	87.1	0	4.1	6.1
		61,619	81.8	0	23.1	0	50.1	24.2	8.5	11.9
綿・スワ織物	『綿織物』 『細縲織物』(注3) 『スワ織物』	108,451	42.6	0	18.4	3.8	65.6	3.1	4.5	14.3
		87,401	43.4	0	29.5	0	38.7	0	0	3.0
		884	9.2	0	5.9	1.8	53.9	5.0	10.9	19.9
		20,165	46.2	0	0	0	0	0	0	0

注1 (3)(4)(6)(7)(8)の分子は、各織物から当該部門へ、販売された額である。

なお(2)~(8)欄の数字は1%未満のものは省略した。

注2 『織フェルト』は、『洋紙』へ45.3%、『板紙』へ34.8%、『和紙』へ12.1%が販売されており、そのほとんどが紙の原材料となっている。しかし、『織フェルト』の『総供給額』は2,904(百万円)で、『毛織物』にくらべてきわめて小さい部門にすぎない。

注3 『細縲織物』は、49.7%が、『住宅新建築』と『建設補修』とへ入っていく。これは上の「へり」であろうと推測される。『細縲織物』も、『総供給額』は13,110(百万円)で、『綿織物』、『スワ織物』にくらべれば問題にならぬほど小さい部門である。

あげた「消費手段生産部門」にあたること分る。それゆえ、これに販売されるものを、「衣服身廻品」に販売・加工される場合と同様にあつた。

この他、織物では、寝具類等、各種の最終消費手段へ入っていくことも少なくないが、部門分類の関係上、かかる内容を全部把握することは不可能である。それゆえ、若干加工されて消費される比率は、右の二部門への販売より上廻ることは明らかである。

第II.6表によつて、たとえば、『毛織物』は六三・一%が直接消費市場へもたらされ、一九・三%が「衣服身廻品」へ販売され、加工されて、消費市場へもたらされることが分る。また『綿織物』では、直接消費されるのが四三・四%で、その一八・四%は「衣服身廻品」、三・八%が『ゴム製履物』へ販売され、加工されて消費市場へもたらされることが分る。(「衣服身廻品」部門は、「基本表」部門イコール「調整作業表」部門である。)

ここで、各種既製服を主とする「衣服身廻品」へ販売・加工される比率が、『絹織物』をのぞくと、『人絹織物』(二三・一%)、『毛織物』(一九・三%)、『綿織物』(一八・四%)とかなり高率であることが注目される。これは繊維部門における各種既製服製造の発展、衣服の消費手段の加工度の進展を意味するものである。なお、ついでながら、新しい生産部門として登場した「合成繊維織物」では、直接消費されるのがわずか二八・一%であり、五一・一%が「衣服身廻品」に販売され、加工されて消費市場へもたらされるのが注目される。したがって「合成繊維織物」部門は、「衣服身廻品」＝「消費手段」の原材料生産という性格の方が強くなっており、「準消費手段生産部門」をとりあげるここではあらわれないことになっている。(なお、「産業関連表」では、衣服の注文仕立ては、消費者が購入したものを、サービス部門に注文する形になっているから、「衣服身廻品」への販売・加工の内容は、生産者が各種織物より各種の既成服等を生産するという内容のものである。したがって、消費者が、注文仕立てする場合をもふくめると、各種織物の直接消費される比率はさらに低くなり、加工される比率はより高まることになる。)

こうしてみると、『絹織物』は、これまでの基準からみて「消費手段生産部門」といえるものであり、『毛織物』は「準消費手段生産部門」に属するといえる。また『スワ織物』、『綿織物』は直接消費される比率が五〇%を若干下廻るし、加工さ

れる比率との小計も七〇%を若干下廻っているが、その消費額の絶対的大いさも軽視できぬし、さらにまた、これら——とくに『綿織物』は「衣服身廻品」、『ゴム製履物』以外に、寝具類や家庭用カーテン等の『民生用繊維製品』等に販売され消費される額もあるので、「準消費手段生産部門」といってよいであろう。

他方、『人絹織物』では消費される比率がわずかに二七・〇%にすぎないし、『細幅織物』では九・二%、『織フェルト』ではゼロであり、これらは「準消費手段生産部門」とは到底みなされない。

しかしながら「基本表」単位でみると、「絹・人絹織物」部門では「総供給額」も『人絹織物』の一・一六倍である『絹織物』において消費比率が八一・八%と高率であるし、『毛織物』部門における『織フェルト』、『綿スフ織物』部門における『細幅織物』は、『総供給額』の点でみると、『毛織物』や『綿織物』、『スフ織物』にくらべ問題にならない小部門にすぎない。

それゆえ、「基本表」部門単位では、「毛織物」、「絹・人絹織物」、「綿・スフ織物」を、その消費額の絶対的大いさ、消費支出の比率、最終消費手段生産部門へ入り・加工されて消費される比率、等から判断して、「準消費手段生産部門」と規定することができるであろう。

なお以上の織物において、直接消費される比率がかなり低いことにかんしては、消費手段の加工度がすすんでいることとともに、今一つ、タイヤ等ゴム製品や店内装飾等、その他の生産部門、サービス部門にもかなり販売されていくことを見落してはならない。

自動車産業の発展にともない、織物がタイヤ・コード原料として用いられていたことは、先進資本主義では織物産業における重要な一変化といわれているが、わが国の三五年の統計でも、この意味は決して軽視できないものがある。『ゴム製品』

(『タイヤ・チューブ』と『その他のゴム製品』)へ販売される部分をみると、『人絹織物』ではA額の二四・二%、約一三、五二三(百万円)が、『スフ織物』では四・七%、約二、一八八(百万円)が、また『綿織物』では三・〇%、約六、三一二(百万円)となっている。これらは、『タイヤ・チューブ』への販売の他に、ゴムベルト、ゴム引布等の『ゴム製品』への販売もふくむが、これらは率からいっても、その実額からいっても注目に値するし、この問題は、今後わが国における自動車産業の発展、ゴム製品の拡大のなかで一層重要性をますますものと思われる。

この他第Ⅱ表に明らかなごとく、各種織物の『事務用品』部門への販売も大きい。三五年「産業連関表」では、『調整作業表』においてまず、品目が非常に多岐にわたる各種事務用品を『事務用品』という仮設部門において一括して扱えうえで、『基本表』で各部門にふりわけていく方法がとられている。したがって、織物から『事務用品』仮設部門への販売が多いということは、内容的にみて、カーテン等の店内装飾用品、各種の袋類、タオル等の宣伝用品として、織物が利用されているということと推測される。もっとも、この『事務用品』という仮設部門の性格はきわめて曖昧であるので、織物については、この部門へ入る比率が高いことは、かなり雑多な内容で、各種の生産部門・サービス諸部門において利用されているというように理解すべきであろう。この点と関連して、織物関係では「分類不明」部門へ入っていく比率もかなり高いが、このことも、織物が、明確に分類できないような多様な形で、諸部門で利用されていることを反映するものと推測される。

(三)

以上の諸部門の他に、食料品関係で、A額のうち直接消費される比率が五〇%以上であり、「準消費手段生産部門」とみなしうる生産部門をあげると、第Ⅱ表のとおりである。「その他の耕種作物」(『いも類』、『雑穀・豆類』、『野菜』等)と『海面漁業』(『沿岸漁業』、『遠洋沖合漁業』等)とは、直接消費される実額は三五年、一九二四億、一三五四億という巨額であるし、A額にしめる消費

支出の比率も五〇%をわずかに下廻る程度であるので、このなかにいれておいた。」

第II表の数值は、食料品の加工度の進展を反映するものとして注目すべきである。たとえば、「屠殺」(主要内容II「枝肉」)は、その六一・一%が直接消費され、二三・七%が「肉製品」(調整作業表部門分類別投入・産出表)によると、主としてプレスハム、ソーセイジ、ハム等の「肉加工品」へ販売・加工され、消費される。その他少量が「水産加工」へ販売されるのをあわせると、A額のうち計八五・三%、実額一一二、二五七(百万円)が直接消費されるか、若干加工されて消費されることになる。あるいはまた、「海面漁業」は、直接消費されるのが四八・一%であって、三八・九%は「水産加工」(水産貯蔵品、水産食品、「水産びん・かん詰」)へ販売・加工されて消費される。少量が「パン・菓子」へ入るのを加えると、A額のうち計八七・八%、実額二四七、二六三(百万円)が、直接消費されるか、若干加工されて消費されることとなる。

「屠殺」、「その他の耕種作物」、「海面漁業」は食料品関係の消費手段としてとくに重要な部門であるが、これら分野で、こうした消費手段の加工度がすすみつつあることは注目すべきことであろう。将来はかかる傾向が一層進むであろうと推測される。ここには、第一節冒頭で指摘したような、食品生産部面における資本の活動分野の拡大、競争関係の変化、貯蔵・輸出の可能性の増大にともなう消費市場の変化等、いろいろの問題がふくまれている。

第II-7表 その他の「準消費手段生産部門」

	(1) 消費支出		(3) (1)+(2) %	(4) 消費実額 (100万円)	(6) 消費実額+消費手段 への販売額 (100万円)
	A額	%			
屠殺	61.1	24.2	85.3	80,403	112,257
捕鯨	55.0	21.8	76.8	8,734	12,194
その他の耕種作物	49.8	27.8	77.6	192,403	300,021
海面漁業	48.1	39.7	87.8	135,430	247,263

注1 第II-2表の諸部門へ販売された額のA額においてしめる比率。

(四)

以上のほかに、消費される比率が五〇%を若干上廻る程度であるが、その消費実額も大きいので、「準消費手段生産部門」と規定した方が良いと思われるものに、「基本表」部門の「その他の化学薬品」、「家具」、「都市ガス」がある。

「その他の化学薬品」は、A額のうち消費支出のしめる比率が三七・八%(第I表参照)であるが、内容的に検討すると、消費手段として用いられる部分の比率は五〇%を上廻ることになる。

「その他の化学薬品」は、A額が二〇一、七二三(百万円)にもなる部門であり、そこには、「石けん」三七、九三四(百万円)、「化粧品・はみがき」五四、五五九(百万円)、「印刷インキ」一四、七二五(百万円)、「農薬」二六、二二九(百万円)、「マッチ」六、〇一〇(百万円)、「その他の最終化学薬品」四六、〇九一(百万円)等という性格の異なる部門がふくまれている。

このうち「化粧品・はみがき」は、A額のうち消費支出のしめる比率が六四・六%であるが、その他ほとんどすべては「対個人サービス」へ入り理髪店、美容院等で用いられるので、実際上は消費手段として用いられると考えるも良い。「石けん」も、消費支出の比率は七二・一%であるが、右のような内容のものも約五%ある。また、「マッチ」の消費支出の比率は五〇・四%であるが、残りのほとんどは「広告」部門へ入り、広告・宣伝用に用いられるので、これもまた内容的にみて実際上は消費手段であると考えるてよいであろう。

このような点を考慮して、「その他の化学薬品」のA額にしめる消費手段の比率を計算しなおすと、五〇・二%になり、約一〇一、二〇六(百万円)が消費手段として用いられることになる。それゆえ、「その他の化学薬品」は、「準消費手段生産部門」として規定する。

残りの部分は、大部分が消費手段用原材料・補助材料として機能する。「農薬」はそのほとんどすべてが、消費手段あるいは消費手段原材料の生産部門へ販売される。「界面活性剤」(A額、二〇、〇六四百万円)のうち消費されない部分の大部分は、「染色整理」(基)や各種の「紡績」、「織物」等へ販売される。(第二節参照)

「家具」は、『木製家具』（A額、一一八、二四四百万円）、『金属製家具』（A額二九、三四七百万円）、『家具修理』（総額、四、〇三〇百万円）よりなる。「家具」全体では、A額より自部門内販売を控除した額のうち、直接消費されるのは三〇・〇%であるが、住宅の新建築・補修に入る「家具」は、備えつけの「家具」で、内容的には明白に、消費手段である。この部分を加えると、計四七・九%が直接消費手段として用いられる「家具」であるということになる。これは、五〇%より若干下廻るが、この消費実額は六九、三三七（百万円）でもあるので、「準消費手段生産部門」と規定することにする。

この他、『ミシン』、『民生用電気機器』へ入る部分のうち、消費手段として用いられるものを推定（第II表の比率より推定）すると、計約六・〇%である。これは耐久消費手段の構成部分となる「家具」（すべて『木製家具』）である。これらと、直接消費手段として利用されるものを加えると五三・九%であり、これらが消費関係で用いられるといえる。

なお、残りは、『固定資本形成』となる一四%、非住宅の新建築・補修及び土木関係へ入る七・〇%、『造船』（基）、『自動車』（基）等に組みつけられるもの、あるいはサービス諸部門や各種生産部門へ『事務用品』として入っていくものである。

また、「家具」の内わけをみると、『木製家具』では、直接消費手段として用いられる部分が五〇・五%、耐久消費手段の構成部分となる部分が七・三%であり、計五七・八%が消費関係である。これに反し、『金属製家具』は、七四・一%が「固定資本形成」となり、直接消費手段として用いられるのは二一・三%にすぎない。

最後に、「都市ガス」はA額中にしめる消費の比率は五二・一%であるが、その消費実額は四三、三五六（百万円）にもおほるので、「準消費手段生産部門」と規定することにする。（ただし、「都市ガス」は、料金格差があるので、「物量表」で立方米単位で計算すると消費の比率は、五〇・二%である。つまり消費者用ガス料金の割高が反映されている。）残りはきわめて多くの生産部門、サービス部門へ分散的に販売される。

(補)

以上、一定の基準にそくして「消費手段生産部門」、「準消費手段生産部門」を検討してきたが、以上のなかに登場しなかったが、消費実額の大きい「基本表」部門を最後にあげておかねばならない。A額のうちでしめる消費の比率がかなり低いものであっても、消費実額が大であるものは、最終消費市場の動向を考へる場合に、一応念頭におく必要があるからである。そのため、諸生産部門の消費実額総計のうち一%にあたる約五二、〇〇〇（百万円）以上の生産部門をあげると第II表のとおりである。（「運輸」関係をのぞく。）

なお、「光学器具」、「時計」は、消費実額は五二、〇〇〇（百万円）よりはるかに少額であるが、一般に重要な消費手段生

第II-8表 補 足 表

	消費実額 (100万円)	消費支出	
		A 額	%
印刷・出版	114,942		29.9
電力	113,687		22.6
家畜・家禽 <small>(繊維用を除く)</small> (注1)	101,978		34.6
その他の製造業(注2)	89,652		34.4
自動自転車・自転車	54,236		19.2
砂糖(注3)	53,656	(32.6)	20.3 (注3)
光学器具(注4)	19,472		36.3
時計(注4)	17,805		48.8

- 注1 消費されるものの大部分は鶏卵であり、これに鶏肉が加わる。
- 注2 これは『玩具・運動用品』、『楽器』、『合成樹脂製品』、『筆記具』、『身辺細貨品』等をふくむ。
- 注3 砂糖は、分類上、不合理な点の多い部門であり、このため、自部門販売が、35.4%にものぼる。それゆえ『精糖』部門についてのみ計算すると $\frac{\text{消費支出}}{\text{A 額}} = 32.6\%$ 、53,656（百万円）である。この残余のほとんどすべてが第II表の「消費手段生産部門」たる食品生産部門へ販売される。
- 注4 光学器具と時計は、自部門内販売が多いので、A額より自部門内販売をひいた額について、消費支出の比率をもとめた。
光学器具のうち消費されるのは、『カメラ』の66.3%、『その他の光学機械』の26.4%、『写真感光材料』の25.2%である。これらの消費支出の比率が低いのは、『映画』や、報道関係、教育・医療関係へ多量に販売されるためである。
- 注5 時計のうち、25.9%、9,446（百万円）が、『民生用電気機器』へ販売される。この内容は不明のため、通産省に質問中である。

産部門と考えられているので、この「補足表」に入れ、補注をつけておいた。

第一章第五節の「窮極的市場構成」の計算は、電子計算機によったが、それについては、商学部西川俊作氏、経済学部鳥居泰彦氏等の御協力をえた。

本稿は、昭和三九年慶応義塾大学学事振興資金研究補助による研究の一部である。

〈付記〉

本稿脱稿後、通産省調査統計部への問合せにより、「時計」のうち「民生用電気機器」部門へ販売される九、四四六(百万円)の大部分が、輸出用トランジスター・ラジオに時計を組み合わせたものであることが分った。それゆえ、この部分を、直接消費される部分に加えると、消費手段とみなされる部分は七四・七%となる。したがって、「時計」は「消費手段生産部門」に入れる方が妥当であろう。(なお残りはすべて事務用時計として、諸生産部門、サービス部門で用いられる)。

集团的厚生の極大化概念の一形成過程 (二)

——パンタレオーニ、パレート、パローネをめぐって——

松 浦 保

パレート概念の理論構成における特性

——ケムブリッジ学派との理論構成上の対比——

a) 問題の出発点

b) ビグー概念とその学史的背景

c) パレート概念の特性

d) 結語

パレート概念の理論構成における特性

——ケムブリッジ学派との理論構成上の対比——

a) 問題の出発点

集团的厚生の極大化概念の形成過程において、その黎明期にあたる一八九〇年代に、パンタレオーニは、概念形成への努力を企てた。^(注) その結果、粗朴な^(注)かたちではあるが、シムペーターが評価しているように、概念構成の一応の成功をみたの集团的厚生の極大化概念の一形成過程 (一)