

信用制度論の展開

松田正彦

はじめに

.....

『資本論』は、その第三巻第五篇「利子と企業者利得とへの利潤の分裂、利子生み資本」において、利子論ないし信用論を説いている。内容的には、それは、第二―二四章の利子生み資本についての諸規定が論じられている箇所と、第二五章以下の信用制度についての説明がなされている箇所との二つに分けることができる。前者は、「貨幣資本家」の「機能資本家」への貨幣貸付という抽象的な想定において、利子生み資本の諸規定が論じられるものとなっている。『資本論』の第三巻では、それまで、産業資本および商業資本が資本主義の社会的な生産編成を實現して行くその機構なり構造なりが説かれていた。しかしこの利子生み資本論で示されている論理は、そういったそれまでの理論構成とはつながりのない、いわばそれ自身で機械的に抽象されたようなものとなっているのである。それに対し、後者の信用制度論では、産業資本および商業資本が資本主義の社会的生産を現実的に編成して行く過程と密接に関連するも

のとして、その論理が展開されている。そこで、以下ではこの後者の方法によって、商業信用と銀行信用の展開、およびそれに伴う利子について考察し、資本主義経済において信用制度が有している意義を明らかにして行くことにしたい。

一、商業信用の展開

.....

マルクスは信用売買について、「商品は、貨幣と引き換えにはなく、書面での一定期日の支払い約束と引き換えに売られる。この支払い約束をわれわれは簡單化のためにすべて手形という一般的な範疇のもとに総括することができる。……このような生産者や商人どうしのあいだの相互前貸が信用の本来の基礎をなしているように、その流通用具、手形は本来の信用貨幣すなわち銀行券などの基礎をなしている。この銀行券などは、金属貨幣なり国家紙幣なりの貨幣流通にもとづいていてではなく、手形流通にもとづいていてのである」(K. III, S. 413, 岩田一〇九―一〇頁)と説明し、商業信用が銀行信用の基礎をなしていることを明らかにしている。

その商業信用をマルクスは、「再生産に携わっている資本家たちが、互いに与え合う信用」(K. M. S. S. 岩田二四一頁)というように述べているのであるが、以下次のような設例でこの商業信用について考察を進めて行くことにしよう。今、紡績業者Bがその製品である綿糸を、織物業者Aに一定期間後に代金が支払われることを条件として、「確定支払期限のある債務証券」(同上)である手形(約束手形)を受け取って販売するとしよう。織物業者Aは、とりあえずは現金を用いずに原料である綿糸を購入でき、自らの生産物である織物が市場で貨幣に実現されるのをまって、綿糸の代金を支払うことができることになる。これによってAは、生産規模の拡張を行ないたい場合などに追加的な綿糸の購入を資金の準備なしでも行なうことができるようになり、また織物の販売過程が停滞する場合などに綿糸の買付に必要な資金の不足を補うことができるようになるのである。

このように、Aは商業信用を利用することによって、綿糸の購入に必要な資金を節約できるといふ利点を得るのであるが、中でも重要なのは、市場での貨幣資本の回収に先立って先取的に生産手段を購入し、それによって生産の拡張を行ない利潤率を増進させることができるという利点だといつてよい。特に、Aの産業部門で需要が供給を上回っており、Aがその部門内で供給を増大させ得る生産条件を有している場合、信用のこのような利用はこの部門の供給の増加を促進させることになる。つまり、需給の不均衡が生じている産業部門に対して、商業信用はその解消を促進させるという機能を有しているわけである。また、この綿糸の買手が、商業資本の場合には、より高い価格で転売し得る見込みの強い時などに、信用を利用し、自己資本をもつてする以上に綿糸を購入すれば、その利潤率を増進させ得ることになるのである。

他方、売手である紡績業者Bは、現金では購入できないが、信用でなら購入し得るといふ受信需要をもつものに対し、信用で販売することによって、価格の引き下げという手段を用いることなく販売

の確定化を促進し得ることになる。つまり、Bは現在の現金価格では販売が容易でない場合、一般的には価格をある程度引き下げれば現金でも販売の促進を行ない得るわけであるが、信用で販売することによって、価格を引き下げなくとも直ちに販売の確定化を行ない得ることになるのである。この場合Bは、現金販売の場合に比して、より容易に販売価格と支払いを受けるまでの期間とを確定化し得るのである。つまり売手にとっては、信用を利用することによって、本来不確定な流通過程の確定化を促進できるといふ利点を得ることになるわけである。以上のように、買手と売手の双方にとって商業信用を利用することは、それぞれに利点のもたらされることになるのであって、そのため産業資本や商業資本の行なう売買において、商業信用はその展開がみられることになるのである。

二、商業信用の条件と信用価格

.....

しかし、この商業信用において、AとBとの間を信用売買が成立し得るためには、以下に見るような二つの条件がBとAにおいて存在していなければならないのである。すなわち、まず第一の条件としては、BがAから支払いを受けるまでの期間、Bは生産過程を維持させ得るだけの資金の余裕を有していなければならないという点があげられる。一般に産業資本は、そのような用途に流用し得る遊休資金を、自己の運動過程から生じさせている。それは、(一)固定資本の償却資金、(二)流動資本のうち、生産過程に投下されるまで待機している資金、および流通期間中に生産過程を連続的に維持させるために必要な資金、(三)蓄積資金、(四)価格変動準備金、から成る。Bの有しているこのような遊休資金が、その生産過程を仮に三カ月間維持させ得るとすれば、Bは三カ月期限の与信を行なうことができることになるのである。また、遊休資金のこのような利用とそれによって可能となる販売代金の融通とが、販売の確定なり、有

利な販売条件の設定なりをもたらずのであれば、Bとしても積極的に与信を行なうことになるのである。

このように売手であるBが遊休資金を有しているということが、商業信用を成り立たせている第一の条件なのであるが、その遊休資金の大きさと遊休期間とは、その資本の生産過程を維持させ得る期間を、すなわち与信可能な期間を規定することになる。つまり、与信者は、無制限に与信期間を設定するというわけにはいかないものであり、その有する遊休資金の事情に規定されて、信用を供与する上で制約を受けることになるわけである。この点は、次に見るような受信者側の信用力の問題とあわせて、与信者の行なう信用供与に制限をもたらしことになるのである。

元来、商業信用は、受信者による一定期間後の貨幣支払いを与信者が信用して商品を販売するという関係であるので、その支払いが一定期間後に実際に行なわれなければこの関係は完結しないといつてよい。そこで、この受信者の一定期間後の貨幣支払い能力が、商業信用を成立させるための第二の条件をなすわけである。その際、その受信者の支払い能力を本質的に形成するのは、市場における受信者への貨幣資本の還流であると考えられる。

ところが、本来市場での貨幣資本の還流は必ずしも確実なものとはいえないため、与信者への支払いも確実にそれが行なわれるとは限らないのである。その点で信用販売には危険が伴うことにもなるのであるが、それにもかかわらず信用を利用した売買が行なわれ得るのは、与信者・受信者の双方にとって、それを行なうことにすでに見たような商品経済的な利点が存在するからである。しかしそれも、もともと商業信用が直接的な取引関係のある資本家間で形成されるものであることから、与信者が受信者の支払い能力について情報を得やすい、という事情にささえられたものといつてよいのである。

したがって、与信者は与信する際に受信者のこの支払い能力を何らかの程度調査する必要があるわけである。受信者の属する産業部

門の生産物の需給関係やその部門内におけるその資本の生産条件いかによって、個別資本の利潤率はさまざまに異なるのであるから、与信者側はそれらを何らかの程度調査した上で与信することになる。その結果、信与者側は、利潤率が低く支払い能力が十分でないかと判断した資本に対しては与信を避けるであろうし、逆に販売過程などが順調で利潤率が高く支払いの確実性の高いと予想した資本に対しては、積極的に与信を行なおうとするであろう。そのため、与信者の販売する同一種類の商品においても、支払い能力の異なる受信者に対しては、与信者は異なる供給制限を設けてその商品を販売することになるのである。

その結果、供給制限が強められた受信者の間では、その信用での購買においてそれら相互の間でより強い需要競争が展開されることになり、それによって購入価格の引上げが生ずることになる。しかも、同一種類の商品においても、支払い能力の低い受信者ほど供給制限が強められるため、より高い信用価格がそれに対して設定されることになるのである。その際、その商品に対する現金での購入者は、いわば最も支払い能力の高い需要者ということになるであろう。そこで、現金価格をその商品の最低価格とし、それを上回るものとして信用価格が与えられることになるのである。しかも、受信者の支払い能力が低いほど、その信用価格と現金価格との価格差はより大きいものとなるのである。

また、上述のように、与信者側にとって与信可能な期間はその有する遊休資金によって規定されており、その点でその与信は制限されたものとなっている。そのため、与信者は、手形の期限の長い受信者に対しては与信を避け、その短い受信者に対しては積極的に与信を行なうようになる。なぜなら、期限の短い手形に対する与信の場合は、資金が短期間で返済されるので、与信者は、それを直ちに生産過程に投入することによって遊休資金を比較的多く残存させることができるからであり、そしてそれを利用すれば、生産過程か

ら生み出される後続の生産物をも同様に信用で販売し得ることになるからである。またそれに対し、期限の長い手形に対する与信の場合、資金が返済された時点で遊休資金の残存額は比較的少ないものとなり、そのため与信者が後続の生産物を信用で販売し得る余地が、さしあたってその時点では狭まったものとなっているからである。このような事情は、もともと与信者がその有する遊休資金に規定されたものとして与信をせざるをえない、というその制約性に起因するものといつてよい。ともあれこうして、与信者は、期間の長い与信は遅け、期間の短い与信を積極的に行なうことになるのである。その結果、前者の場合は供給制限が強められ、後者の場合はそれが緩められることになる。そして、手形の期限が長いため供給制限が強められる受信者ほど、その需要競争によって高い購入価格が設定されることになるのである。その際、現金での販売は、いわば与信期間がゼロの販売ということになるであろう。そこで、この現金価格を最低価格とし、それを上回るものとして与信期間が長いものほど高い信用価格が設定されることになるのである。

かくして、一般に、受信者の支払い能力が低いほど、また手形の期限が長いほど、与信の制限が強まって、信用価格と現金価格との価格差は大きくなるであろう。したがって、受信者の支払い能力が高く、手形の期限が短い場合は、信用価格は現金価格に近いものとなるであろうし、受信者の支払い能力が低く、手形の期限が長い場合は、信用価格は現金価格を大きく上回るものとなるであろう。こうして、一般に、信用価格は現金価格を上回るものになると同時に、同一種類の商品においてもさまざまな信用価格が設定されることになるわけである。

また売手である紡績業者Bは、信用で販売することによって、上述のような販売の確定化を促進し得るだけでなく、信用価格と現金価格のこのような差額を獲得するという利点をも得ることになる。つまり、Bは遊休資金の利用によって生産過程を三カ月間維持し、

それによって可能となった販売代金の融通を通じて両価格の差額を獲得できるわけである。また、売手が商業資本である場合も、信用販売によって同様に販売の確定化を促進し得ると同時に、両価格の差額を得ることができるといってよいであろう。なお、産業資本および商業資本によるこうした関係は、販売価格を貸付けて両価格の差額を利子として獲得するというものに近い事態であるといつてよい。しかし、この貸付関係は商品の売買過程と切り離し得ないものであるため、資金の貸借関係もそれ自体としてはまだ自立化していないものといつてよく、この両価格の差額もここではまだ利子の萌芽というものととまらることになるのである。

三、商業信用の限界

このような商業信用も、次のような限界があることによつて、その全面的な展開が制限されたものとなっている。第一の限界は、信用の期間についての問題である。産業資本がその運動過程の中に生み出す遊休資金は、その大きさと遊休している期間、時期とが個々の資本の事情によつて規定されたものとなっている。そのため、ある時点でのその遊休資金による維持可能な生産期間も、たとえば三カ月というように限定されたものにならざるをえない。それに対し、信用での購入を希望する買手が代金を支払い得るまでに必要とする期間は、その資本の生産過程や販売過程の個々の事情によつて規定されているのであり、それは三カ月以内に限られるというものではないのである。つまり、売手の与信可能期間の限度内に、買手の受信要求期間がおさまるとは限らないわけである。

ところで、価格の面で折り合いがつかなければもちろん信用売買も成立し得ないのであるが、もともと現金価格でも折り合いがつかなかったとすれば、それは市場における流通過程上の問題である。それに対し、信用価格として、現金価格を上回るその大きき点で折

り合いがつかなかったとすれば、それは信用の期間と次に見る買手の信用力とに起因する問題だといってよい。信用における限界というものは、単なる価格の面での不一致にそれが求められるわけではないのであって、ここでは、まず、受与信双方の期間の問題で信用売買が成立し得ないということに、それが求められると考えられるのである。⁽³⁾⁽⁴⁾ そういう点では、売手が買手かのどちらかが商業資本の場合には、この限界は比較的柔軟なものとなる。商業資本は生産過程をもたないため、それによる制約を受けず、相手の産業資本の要求する期間に自らの受信なり与信なりの期間を合わせやすいからである。

商業信用の第二の限界は、流通過程が不確定であることに関連した、受信者の支払い能力ないし信用力についての問題である。マルクスはこの点に関して、「商業信用にとっての限界は、それ自体として見れば、(1)産業者や商人の富、すなわち還流が遅れた場合の彼らの準備資本処分力であり、(2)この還流そのものである。この還流は時間的に遅れるかもしれないし、その間に商品の価格が下がるかもしれないし、また市場の停滞のために商品が一時売れなくなるかもしれない」(K., III, S. 497-498. 岩田二四四頁)と述べている。

元来、市場におけるその流通過程は不確定であって、受信者の生産物が商品として市場にどれだけの期間滞留すれば販売し得るものであるかは、確実な予想をたてられるものではない。市場の状態によつては、長期間そこに商品が滞留して、その「価格が下がるかもしれないし」、また「売れなくなるかもしれない」のであって、この受信者への貨幣の還流も不確定であるという点を排除し得ないものである。そのため与信者への代金の支払いも予定どおり行なわれ得るとは限らないことになるのであり、その点で個々の受信者の個別的な支払い能力ないし信用力が与信者にとっては重要な問題となってくるのである。結局、流通過程が不確定であることによつて、受信者の支払い能力も完全なものではあり得ないということになるのである。この点も、与信者の信用供与を全面的には、あるいは無

制限には、行なわせないものとする理由となっているわけなのである。

以上見てきたように、これら二つの限界があるために商業信用は、その利用が制限されて十分その機能を果たし得ないものとなっている。そこで、このような限界を打開するものとして銀行信用が展開されることになるのである。

四、銀行資本の成立

.....

商業信用の二つの限界のうち、まず期間の問題の打開から見て行くことにしよう。今、紡績業者Bの与信可能期間がその遊休資金の事情に規定されて三カ月であるとし、それに対し織物業者Aの受信要求期間がその生産過程および流通過程上の事情によつて四カ月であるとしよう。また綿糸の現金価格が一〇〇万円であるとし、BはそれをAに三カ月期限の場合だと一〇〇万円の信用価格で売ろうとするのに対して、Aはたとえ一二〇万円であってもよいから四カ月期限の手形で購入したいとすれば、この場合両者の間で価格の点では問題がなくとも、期限の点で商業信用は成立し得ないことになるわけである。この問題は、商業資本がこの売買を媒介することによつて打開されるものと考えられる。ある商業資本が三カ月期限の手形をもつて、(自らの信用力が高いために)一〇八万円の信用価格でBから綿糸を購入し、それをAに四カ月期限の手形を受け取って一二〇万円の価格で販売すれば、A、Bともにその要求を満足させられることになり、それと同時に、商業資本も一二万円の価格差を得ることができることになるのである。

商業資本は、もともと多くの産業資本と広範な取引関係をもっているため、それらの信用力について情報を得やすいという利点もち、また、本来それ自体で流通過程上の媒介を行なう組織者となり得る機能も果たしている。さらにすで見たとおり、生産過程を有

していないためそれによる制約を受けず、B、Aに対する受与信の期間と額もそれぞれに相手の必要に合わせやすいという利点も有している。これらの点で商業資本は信用売買の媒介を行なうのに適しているわけである。

さらに、比較的高い信用力を有しているという点でも、商業資本はこの信用の媒介に適するものとなっている。つまり、商業信用の第二の限界をなす信用力の問題も、商業資本の媒介によって打開されるものと考えられるのである。もともと商業資本は、信用を利用して売買活動を行なうことによって債権、債務を集積しているのであるが、その債権の集積が商業資本の支払い能力ないし信用力の根拠となつて、比較的高いその受信能力を形成することになっているのである。そこでBは、その高い信用力をもつ商業資本に対してならば、全面的に与信を行なうことができるということになるのである。さらに、こうした信用売買の媒介が繰り返行なわれるにつれてその商業資本においては不渡りにそなえた準備金が整備されることにもなり、その点でもその信用力は強化されることになる。ことに、Aの信用力の不完全さがその準備金によってカバーされることになるのである。

この商業資本は、Bに対しては債務を、Aに対しては債権をもつのであるが、三カ月以内に他の諸資本から返済される資金をもつて、三カ月後に一〇八万円をBに支払い、四カ月後にAから支払われる一二〇万円のうち一二万円を差し引いたものを他の債務の支払いに充てれば、A、Bおよび他の諸資本の信用関係を実現させ得ることになり、またこの信用価格の差額も獲得できることになるのである。この一二万円という差額は、商品の売買という商業資本の形式によって獲得されたものであるが、しかし、それは商業資本の本来的な流通過程上の機能によって獲得されたものとははやいえないものとなっている。と言うのは、Bと商業資本の間の、そして商業資本とAの間の、これら二つの信用売買におけるそれぞれの信用の

期間と信用力の差が、この二つの信用価格の差をもたらすものとなっているからである。この商業資本の活動は、形態的には商品の売買という流通過程上の運動なのであるが、それによって遂行されている内容は、すでに信用関係を通して流通過程の問題を処理するというものになっているのである。

こうして商業資本のこの活動は、流通過程の代位から信用関係の代位へとその機能の意義を転化させているのであり、そのためこの資本は、商品売買の活動を省いて、Aの手形を自己の手形と交換するというように信用業務にその活動を純化し得ることになるのである。その結果Aは、この商業資本によって、四カ月期限の自己の手形をより信用力の高くかつ三カ月期限であるその商業資本振出しの手形に交換してもらい、それをもつてBから綿糸を購入し得る、ということになるわけである。かくして、信用代位業務を行なう商業資本は、それによって十分な利潤を獲得し得ることになれば、本来の商業活動をやめてこの信用業務に専門化するということもできることになるのである。信用代位業務に専門化した資本が銀行資本である。

五、銀行信用の構造

銀行が振出す手形のうち、流通性を高めるために単位金額表示で一覧払いにしたものが銀行券である。⁽⁶⁾銀行は織物業者Aに対する与信を、Aの手形をその金額よりも少ない金額の銀行券と取りかえるという手形の割引によって行なう。Aとしては、この受信によって生産を増進させ、その結果増大する利潤のうちからこの差額を支払うことができるのである。ところで今、Aに対して発行された銀行券が流通してCに所持されているとしよう。銀行は、Aに対しては債権者であるが、Cに対しては債務者であるので、Cがその銀行券の流通範囲外との取引のために兌換を要求すれば、⁽⁷⁾その支払いに

はAからの返済がそれに対応するものとして存在することによる。

ただ、直接的に、Aから返済された貨幣をもってCに支払うとする必要はない。銀行は、AやCに対してだけでなく、多数の諸資本に対して債権・債務を有しているのであるから、Cへの支払いには他の債権に基づいて返済された貨幣を充てればよいのであり、Aからの返済は他の債務の支払いに充てればよいわけである。とはいえ、理論的な対応関係としては、Aからの返済によってCへの支払いがなされると考えるのである。ただ、返済と支払いの時間的なずれ、ないしその変動に備える一定の準備金を銀行が用意しておけば、返済総体が支払い総体に応じ得るものと言ってよく、それが銀行券のその流通範囲内における貨幣性の根拠になっているのである。

ところで、銀行がいかに信用調査をして与信するにしても、Aの販売過程について完全で確実な予想をたてることはできないのであるから、銀行にとつてはAの返済不能に陥る可能性は排除できないといつてよい。もしAの手形が不渡りになれば、直接的にCに対する支払いができないということではないうちにせよ、銀行は支払い総体に充てるべき貨幣の一部に不足を生じさせることになる。そのため銀行はこの場合、自己資本をもってその不足を埋めなければならぬ。さもなければ、銀行の支払い不能が生じて、銀行券に対する信用が失われ、銀行の信用代位業務も維持し得なくなるおそれがあるからである。つまり銀行は、不渡りに備えてこのような準備金を保有しておかなければならず、それがまた逆に、銀行の社会的な信用力を現実的に保証するものとなっているのである。したがって銀行は、銀行券の発行高に依じて、一定の不渡り準備金を、返済と支払いの時間的なずれのないしその変動に備える準備金とともに用意しておかなければならないのである。これが支払い準備金の本質的な内容をなすのである。銀行は、こうして、返済還流の動向とともにこの支払い準備金の保有高に制約されて、銀行券の発行を無制限に行ない得ないことになるのである。

ところが、銀行は、その有する信用力によって、諸資本から遊休資金の預託を受け、手数料をとって貨幣取扱業務の代行を行なうことができるのであり、その際そこに滞留する資金を支払準備金に流用すれば、それによって発券高の規模を拡張し得ることになるのである。そこで銀行は、それに伴って利潤量が増大することになると、逆に、代価を支払ってでも社会的に資金を預金として集中しようとするようになるのである。

ところで、銀行が手形割引によってAに交付する銀行券とAの手形の金額の差額が割引料であるが、その割引料の大きさを規定するものは、本質的には、銀行券とA手形との信用力の差、およびA手形の期限の長さ、であると考えられる。信用力が小さく、期限の長い手形ほど、それに対する銀行の与信制限が強まり、割引料が相対的に高くなると考えられるからである。ところがこの割引料も、銀行券が流通力を高めて購買手段ないし流通手段としての貨幣性を有するようになると、利子の形態をとることになる。

もともと銀行券は、銀行の自己宛債務証書であつて貨幣ではないが、しかしその流通範囲内においては貨幣性をもつものといつてよい。そこで、銀行は、割引いた手形についての一定期間後の返済とあわせて、いわば貨幣を貸付け、後にその返済を受けるといふ形態を受けとることになる。つまり手形割引は、商業信用の場合には商品取引の内に埋没していた貨幣の貸付関係―すなわち一定期間の貨幣の使用価値を商品として売買する関係―を外化し独立化させることになるわけである。その結果、割引料は、資金が商品として売買される際の代価として、利子の形態を与えられることになるのである。またそれに伴い、銀行が預金に対して支払う代価も、預金者が銀行に貸付けた貨幣の増殖分とされ、預金利子の形態をとることになるのである。

先に見た、割引料の大きさが手形の期限によって規定されるという点は、この利子という形態にある程度吸収されて処理されること

にもなる。そこで、貸付利子の水準は、基本的には、銀行券と割引
かれる手形との信用力の差によって規定されるものと考えられる。

一方では、諸銀行の間で行なわれる与信競争によって、信用力の低
い銀行ほど銀行券発行の際の貸付利率は低いものとなり、信用力
の高い銀行ほどその貸付利率は高いものとなる。他方、ある銀行
から見れば、信用力のより小さな手形に対する割引は、その返済
確実性の相対的な低さから支払い準備金の備えを強化する必要があ
り、そのためそれに対しては与信制限を強めることになる。このよ
うな手形に対する割引は、支払い準備率を引上げさせることによっ
て銀行の利潤率を低下させるため、銀行の信用供与はその受信需要
に対して制限されたものとなり、それに対する貸付利率は相対的
に高いものとなるのである。逆に、信用力のより大きな資本に対し
ては、銀行は積極的に信用を供与しようとするので、その個別的な
利率は相対的に低いものとなるのである。一般に、個々の資本の
信用力の大小は、その資本の販売過程の動向によって規定されるも
のと考えられる。販売過程の動向は、利潤率の大きさに集約的に示
されることになるのであるから、結局個々の資本の信用力、および
個別的な利率は、それぞれの利潤率によって左右されることにな
るわけである。

六、銀行信用の意義

ところでマルクスは、信用制度の役割を、「利潤率均等化を媒介
するための、または全資本主義的生産の土台をなすこの均等化運動
を媒介するための」(K. I. S. 461. 岩田一七三頁)もの、というよ
うに説明している。資本主義経済は、個々の資本が部門間の利潤率
の動向を基準にしてそれぞれ蓄積を調整・変更し、それによってそ
の社会的な生産の編成を事後的に達成するというものである。また
それを通じて、利潤率も均等化の傾向を有することになるのである

が、その均等化を信用機構が媒介するというわけである。

社会的な生産において、ある産業部門への資本配分が不足する
と、その部門の生産物の市場価格は騰貴し、高い利潤率とその部門の
資本にもたらされることになる。そこで、販売過程が順調で高利潤
率であるその部門の資本に対しては、銀行は積極的に信用を供与す
ることになり、そこでの貸付利率は低い水準のものとなる。その結
果、その部門の資本は、低コストで銀行信用を利用することができ
るため、生産規模の拡張をそれによって加速させ得ることになるの
である。

もっとも、この過程はその部門の資金の需要競争を激化させるこ
とになるので、それはそこでの貸付利率を上昇させる原因ともな
る。とはいえ、信用の利用によって促進されたその部門の生産規模
の拡張は、やがて市場価格を引き下げ、利潤率を低下させることにな
るのである。

他方、資本配分が過剰な部門では、市場価格が低下し利潤率が低
位となつているため、銀行はその部門の資本に対しては与信を制限
することになる。つまり、そこでの利率は高い水準のものとなる
わけである。その結果、その部門の資本は、低利潤率であるのに加
えて高コストの信用利用費がかかるため、そこでの蓄積を抑制し、
他部門への移動を計ることになるのである。

また、その部門の資本は、部門間移動のために順次引上げた資本
を銀行に預金して預金利率を得、それによって移動を促進すること
にもなる。銀行は、このような低利潤率部門の資本によって預金さ
れた資金を支払準備金に流用し、それによって、高利潤率部門の資
本への与信規模を拡大し得ることになるのである。それは、高利潤
率部門における資金の需要競争による貸付利率の上昇を抑制する
というはたらしきをすることになるのであって、そこでの蓄積の促進
をいわば社会的にバックアップするというものになつているのであ
る。

なおそれは結果的には、低利潤率部門の遊休資金を高利潤率部門の蓄積増進のために役立てるとい関係になつていといつてよいのであるが、この関係を銀行は、預金された資金を直接的に貸付けるという形で媒介していると捉えるべきではない。なぜなら銀行は、上述のように、預金された資金を支払準備金に流用しそれを基礎にして発券規模の拡張を行なう、という仕方をもってこの社会的な関係を媒介しているからである。

以上見てきたように、銀行信用は、社会的生産の編成において生ずる不均衡を調整するという、社会的な媒介機構としての機能を果たすのであり、「利潤率均等化を媒介する」という役割も、それを通じて行なわれるわけなのである。

一般に、資本家的商品経済において商業信用と銀行信用として展開される信用制度は、流通過程上の制約を小さくすることによって生産過程と生産過程の間の生産物の流れを速め、それによって経済の社会的効率を高めるとい意義をもつといつてよい。さらに、生産規模の拡張が社会的に要請される部門に対して、生産の増進を全体との関連の中で有機的に加速させるはたらきをするという点で、信用制度は社会的な生産の調整機構ともなつていのである。それは、もともと個々の資本によって形成された資本の信用制度が資本家社会的には全体的な調整機能を有するものとなつていといつてことを示すものといえるのである。

注

- (1) K. Marx, *Das Kapital*, III, in: *Marx-Engels Werke*, Band, Dietz Verlag, 1964, S. 413. 向坂逸郎訳『資本論』岩波文庫(4)以下『資本論』の引用は、K, III, S. 413. 岩田一〇九—一一〇というように略記する。ただし、訳文は必ずしも上記の邦訳とおりではない。
- (2) Bの遊休資金は、この商業信用成立のための条件であり、これ自体

が受信者に融通されるわけではない。融通されるのは販売代金である。

- (3) 手形がA—B—Cというような信用連鎖の中を流通する場合は、Bの遊休資金が生産過程を維持できる期間が三カ月であり、Aの振出した手形の期限が四カ月であったとしても、Bは三カ月以内にその手形でCから生産手段を購入できるならば、BはAから手形を受け取って信用で販売することができる。しかし、Bは三カ月以内にその手形でCから購入できるとい保証はもともたないのであり、四カ月という手形の期限をBとCとで計画的に分担するというほどには、商品経済は直接的な統一性を本来的に有してはいないのである。

- (4) 信用連鎖においては、手形の金額の不一致が商業信用の限界になるという考え方もあるであろうが、単位金額の額面の手形を振出せば、この意味での限界は解消されることになる。

- (5) 商業資本は、固定設備などを備えた生産過程を有していないため、定着性や継続性という点で信用を受けにくいとい考え方もあるが、債権の集積があればそれが受信の際の保証になり得ると考えられる。
- (6) 銀行手形の信用力が増大すると、その流通性も高まることになる。しかしその信用力が社会的に認められるのも、主として銀行の取引対象が存在する地域や産業部門の範囲内に限られるため、その銀行手形の流通範囲は限定されたものとなる。流通範囲の外から商品を購入する場合、満期日になるまではその手形は何の役にも立たないことになる。そこでこの手形を一覧払い形式にしておけば、流通範囲外との取引に際しても直ちに現金の支払いを受けられることになり、その取引に必要な資金の調達もそれによって行なうことができることとなる。

- そしてその結果、この手形はいつそう受け取れやすいものとなつて流通力をさらに増すことになるのである。
- (7) 注(6)を参照されたい。

(東京大学大学院生)