

## 『資本論』の沙翁引用：価値対象性という概念

福留，久大  
九州大学：名誉教授

<https://doi.org/10.15017/1957504>

---

出版情報：経済学研究. 85 (2/3), pp.67-87, 2018-09-19. 九州大学経済学会  
バージョン：  
権利関係：

(研究ノート)

# 『資本論』の沙翁引用

— 価値対象性という概念 —

福 留 久 大

- |                |                |
|----------------|----------------|
| (1) マルクスの学習と学問 | (5) 一章三節と二章の見解 |
| (2) 酒亭女将と価値対象性 | (6) 学問段階の価値形態論 |
| (3) 一章一節と二節の見解 | (7) 価値および価値対象性 |
| (4) 学習段階の価値実體論 |                |

## マルクスの学習と学問

小稿の課題は、『資本論』<sup>1)</sup>における商品の価値対象性 (Wertgegenständlichkeit) 概念を説明することにある。前稿「『資本論』の沙翁引用—価値形態論の端緒規定—」<sup>2)</sup>において、価値対象性概念の説明のためには、議論の舞台を『資本論』第1巻第1章第1節「商品の二要因・使用価値と価値 (価値実體、価値量)」の価値実體に関わる議論から第3節「価値形態または交換価値」における価値形態に関する議論へと移す必要があることを示した。小稿では、価値形態に関する議論が、第1章第3節「価値形態または交換価値」だけに限られず、第2章「交換過程」にも及ぶことに注意して、第1章第3節と第2章との総合的考察に基く価値対象性の説明を試みる。

この地球上に数多くの種類の動物が存在していて、何百年、何千年、何万年と、自分の祖先と変わらない生き方を繰り返している。そのなかで、人間だけは、強烈な探求心と旺盛な知識欲に基いて、道具を製作し、機械を発明して、何千年の間には言うまでもなく、過去数百年間においてさえ、生活の環境と制度のうえに、大きな変化を刻印してきている。

考えてみると、不思議な存在としか言うしかない人間の探求心、知識欲ではあるが、個々の人間について見ると、この探求心、知識欲のあり方に、学習と学問という、その間に質の違いを有する二つの領域を設定できるように思われる。

---

1) マルクス・エンゲルス著作集 (日本での通称は「全集」) 第23巻、マルクス『資本論』第1巻 (Karl Marx, *Das Kapital*, Erster Band, Karl Marx Friedrich Engels Werke, Band 23. Dietz Verlag, Berlin, 1962. 18. Auflage 1993.) を基本とする。

2) 福留久大「『資本論』の沙翁引用—価値形態論の端緒規定」(九州大学経済学会『経済学研究』第85巻第1号、2018年6月刊) 121-133頁。

誰でも学び始めの時期には、先生や教科書の教えを学びこれを習うこと、つまり学習に勤しむ。しかし、どんなに優れた先生や教科書でも完全無欠では有り得ないので、ただ先人の教えを学びこれを習うだけでは、探求心の満足は得られない。先生の教えや教科書の説明に疑問を呈して問うことを始める段階に至る。問うことを学ぶ、つまり学問の領域に進み出て、問いに対する答えを探求する旅が続くことになる。

マルクスの『資本論』にも、学習段階と学問段階を反映する二つの要素・側面が複雑に絡み合いつつ包含されている。一つは、彼がスミスやリカードなどの古典学派を学んで摂取した要素で古典学派の理論とほぼ共通する部分である。基本的に学習段階の成果の部分だと言える。いま一つは、古典学派理論のみならず可能な限りの先行業績を吸収したうえでそれらに徹底した批判を加えて、マルクス独自の思索を練り上げた部分である。彼の学問段階の成果であるこの部分は、一方で古典学派の理論を格段に凌駕する水準に達しながらも、他方で独自の研鑽ゆえになお未完成の部分を残しており、一般に理解が容易ではない理論領域を成している。

2017年は、『資本論』刊行（初版は1867年）150周年に当たっていた。2018年は、マルクス生誕（1818年5月5日）200周年である。マルクスや『資本論』を巡る各種各様の記事が時折一般新聞紙上に見受けられる。

第一の側面、マルクスの学習段階については、例えばこういう説明を記事のなかに見出すことが出来る。〈マルクスの経済学というと、労働価値説、すなわち、各商品に「労働時間」が価値として内在するという考えだと説明されている。しかし、それは、アダム・スミスら国民経済学（古典派経済学）の考えにすぎない。剰余労働の搾取という考えさえ、リカード派社会主義者の見解である〉。柄谷行人、〈カール・マルクス、交換を強いる「物神」の力〉<sup>3)</sup>。

この柄谷見解のうちで、労働価値論部分は、『資本論』第1巻第1章「商品」第1節「商品の二要因：使用価値と価値（価値実体、価値量）」を対象としており、労働搾取論部分は、第5章「労働過程と価値増殖過程」第2節「価値増殖過程」を主な対象としていると考えられる。

第二の側面、マルクスの学問段階を反映するマルクス独自の理論領域に焦点を絞った紹介も新聞記事に見出し得る。〈ここ二百年間に出た人文社会系の本のなかで最も重要な本、『資本論』。フランスの哲学者デリダは、マルクスを読まないことは常に過失となる、とまで言っていた〉。〈まずはっきり述べておく。『資本論』は経済学の本ではない。マルクス自身の語彙を使えば、「経済学批判」。私たちが「経済」と呼ぶ現象を一部に含む人間的・社会的プロセスのすべてが説明されている〉。〈一例を挙げよう。冒頭の商品論のなかに価値形態論という有名な箇所がある。物々交換から貨幣が生まれるまでを描いているかに見えるが、さにあらず。最も単純な価値形態は、「x量の商品A = y量の商品B」という等式で表される。なんだやっぱり物々交換じゃんと思うかもしれない。だが物々交換や数学ならば

3) 柄谷行人、〈カール・マルクス、交換を強いる「物神」の力〉、朝日新聞・2018年6月9日。

左辺と右辺は対照的で、ひっくり返しても同じなのに、マルクスは左辺を相対的価値形態（価値を付与される側）、右辺を等価形態（価値の基準）と呼び分け、両辺の非対称性を強調する。どうしてか）。大澤真幸、〈カール・マルクス『資本論』、私（=物）の価値と他者（=貨幣）の支配と〉<sup>4)</sup>。

この大澤見解では、「どうしてか」の問いに対する答えの部分、つまり価値形態論の核心に関する大澤独自の解釈が後に続いているが、ここでは紹介は以上に留めておく。『資本論』の特徴が価値形態論に現れていると判断した点で、この大澤見解は卓抜だと言える。〈私（=物）の価値と他者（=貨幣）の支配と〉という表題が、〈私（=商品）の価値と他者（=貨幣）の支配と〉に変えられていたら、一層『資本論』に相応しい優れた記事になったはずである。

この大澤見解で採り上げられた価値形態論は、『資本論』第1巻第1章「商品」第3節「価値形態または交換価値」で展開されている。『資本論』では、第2章「交換過程」にも、価値形態に関わる叙述が含まれている。第1章第3節で形態的な面から貨幣発生 of 必然性を説いたのに対して、第2章では内容的な面から貨幣発生 of 必然性の解明を試みたと考えられる。

マルクス・エンゲルス著作集（日本での通称は「全集」）第23巻、『資本論』第1巻（Karl Marx-Friedrich Engels -Werke, Band 23. *Das Kapital*, Erster Band）に内在する二つの側面・要素は、早くもその第1章のうちで、商品の直接交換を想定して展開される第1節の労働価値論と、能動的に交換を求める相対的価値形態に在る商品と受動的に交換要請に対応する等価形態に在る商品との非対称的関係を検討する第3節の価値形態論として出現している。

## 酒亭女将と価値対象性

マルクスが古典学派の水準を凌駕した独自の理論を展開する価値形態論ではあるが、マルクス自身、なおその方法論に揺らぎを免れなかった。その結果、価値形態論が二箇所に分れて論じられることになった。第1章第3節「価値形態または交換価値」で、商品の価値表現の形態的な面から貨幣形態の発生 of 必然性の解明が目指されたのに対して、第2章「交換過程」では、商品所持者の交換行動の内容的な面から貨幣発生 of 必然性の解明が試みられた。

そういう二箇所に分れて説かれる価値形態論の第一の部分、第1章第3節「価値形態または交換価値」の二つ目の文節の冒頭に、商品の価値対象性の捉え難さとは対照的に捉え易さを体現する人物として、シェイクスピア『ヘンリー四世』に登場する酒亭女将クイックリー（Hostess Quickly）が引用される。

〈Die Wertgegenständlichkeit der Waren unterscheidet sich dadurch von der Wittib Hurtig, daß man nicht weiß, wo sie zu haben ist.<sup>[22]</sup>〉

---

4) 大澤真幸、〈カール・マルクス『資本論』、私（=物）の価値と他者（=貨幣）の支配と〉朝日新聞・2017年4月16日。

〈商品の価値対象性は、どうにも捉まえようのわからない代物だということによって、寡婦クイックリーとは違っている<sup>(22)</sup>。〉<sup>5)</sup>

この一文に、[22] (22) として、次のような註記が添えられている。

[22] 〈Shakespeare, „König Heinrich der Vierte“, 1. Teil, 3. Aufzug, 3. Szene.〉

(22) 〈シェイクスピア『ヘンリー四世・第一部』第3幕第3場〉<sup>6)</sup>

この引用文において、マルクスの〈wo sie zu haben ist〉という独逸語表現が、シェイクスピアの〈where to have her〉という台詞と形式が共通するので、『ヘンリー四世・第一部』第3幕第3場 (The First Part of King Henry IV, Act 3 Scene 3) のなかで、次のような引用元に辿り着くことが出来る。

*Falstaff.* Why, she's neither fish nor flesh; a man knows not where to have her.

*Hostess.* Thou art an unjust man in saying so: thou or any man knows where to have me, thou knave, thou!

坪内訳 〈フォルスタッフ だって、魚でもなければ四脚でもない。どう始末していいか分からん物だからだ。

内儀 そんなことを言ふなァあんまりです。おまえさんだって、誰だって、私をば好いやうに始末するぢゃないの? こん畜生!〉<sup>7)</sup>

中野訳 〈フォルスタッフ なぜって、お前、魚でもなきゃ、四つ脚でもねえ、てんで為体 (えてえ) の知れねえ代物だからよ。

女将 まあ、ひどいこと言うわねえ。あたしがなんだから、お前さんだって、誰だって、わかってるはずじゃないか、この碌ろくでなしがよウ〉<sup>8)</sup>

この形式の共通性ゆえに引用元の推定は容易であるが、引用部分の内容に立ち入ると、マルクスの引用とシェイクスピアの原文とは、「捉え難い」対象が、異なることが判明する。マルクスでは、〈man nicht weiß, wo sie zu haben ist (どこでそれを捉えればよいか分からない)〉と言うとき、捉える対象の目的語 'sie' は、〈Wertgegenständlichkeit 「価値対象性」〉の代名詞である。それに対して、シェイクスピアでは、〈a man knows not where to have her. (どこで彼女を捉えればよいか分からない)〉と言うとき、捉える対象の目的語 'her' は、〈Hostess Quickly 「女将クイックリー」〉の代名詞である。こうして、マルクスの意図とは逆に、「女将クイックリー」もまた「捉え難い」存在だということになる。沙翁からの引用の形式と内容に齟齬が生じている。

5) Karl Marx, *Das Kapital*, Erster Band, S.62. 岡崎次郎訳『資本論』国民文庫、第一分冊93頁。なお翻訳は適宜変更した場合がある。

6) Marx, a.a.O., S.848. 前掲訳書407頁。

7) William Shakespeare, *The First Part of King Henry IV*. 『ヘンリー四世・第一部』。シェイクスピア著、坪内逍遙訳『ザ・シェイクスピア全戯曲 (全原文+全訳文)』(第三書館、1989年刊) 169頁。

8) 中野好夫訳『ヘンリー四世』第一部 (岩波文庫、1969年刊) 125頁。

この不一致をどのように解くか。前稿「『資本論』の沙翁引用—価値形態論の端緒規定」では、マルクスのクイックリーに対する評価は、『ヘンリー四世・第二部』に登場するクイックリーに依って決定されていると考えた。理由は、マルクスが〈寡婦クイックリー Wittib Hurtig〉と呼んでいること。『ヘンリー四世・第一部』ではクイックリーは「ちゃんとした男の女房」であり、寡婦ではない。さらに、酒亭経営者として海千山千のしたたかさを見せており、フォルスタッフの言う通り「捉え難い」女性として描かれている。『ヘンリー四世・第二部』に移ると、フォルスタッフに良いようにあしらわれる浮気女として描かれることになる<sup>9)</sup>。

女将クイックリーに浮気女としての烙印を押す英語圏シェイクスピア学者の指摘は、注目に値する。James C. Bulmanは、〈Mistress Quickly is given an idiosyncratic way of speaking through which she unwittingly reveals her sexual history. (女将クイックリーは、癖になった風変わりなしゃべり方を通じて、無意識の裡に自分の性的遍歴を暴露することになる)〉として、次のような例を挙げている。フォルスタッフを告発したことを巡って、クイックリーは言う。〈and my case so openly known to the world (あたしが訴訟に踏み切ったことは、もう世間様でもご承知なんだから)〉。Bulmanの註解。〈her‘case’—a slang term for a vagina—is ‘so openly known to the world’〉。‘case’「訴訟」には俗語として「女性性器」(a slang term for vagina)の意味が隠されていて、クイックリーの性器を大勢が知っていることを示唆しているというわけである<sup>10)</sup>。

J. Madison Davis and A. Daniel Frankforterは、クイックリー(Quickly)の名前そのものに浮気女を思わせる言外の意味が隠されていると言う。〈Her name may be from ‘quick lay,’ though ‘quick,’ meaning ‘alive’ was used often in sexual contexts, referring to genitalia, (Quicklyという彼女の名前は、‘quick lay’「素早い性交相手、簡単に寝る女」に由来するのだろう。‘quick’という言葉は、「生き生きとした、活発な」という意味を持つけれど、しばしば性的な文脈で、生殖器を意味するものとして用いられる)〉<sup>11)</sup>。

『ヘンリー四世・第一部』では「ちゃんとした男の女房」であり、酒亭女将として海千山千性を発揮していたクイックリーが、『ヘンリー四世・第二部』では、寡婦となって、娼婦性を帯びた浮気女に零落している。こうして、マルクスがクイックリーを「捉え易い」と判定する根拠は『ヘンリー四世・第二部』に在ると考えられる。

そういう「捉え易い」寡婦クイックリーとは対照的に、商品の価値対象性は極めて「捉え難い」存在である。その理由を、マルクスは、寡婦クイックリーの引用に続けて、こう述べる。「商品体の感覚

9) 福留、前掲稿、126-128頁参照。

10) James C. Bulman, “Henry IV, Part 1 and 2”, *The Cambridge Companion to Shakespeare’s History Plays*, Cambridge University Press, 2002, p.172

11) J. Madison Davis and A. Daniel Frankforter, *The Shakespeare Name Dictionary*, Garland Publishing, Inc. 1995. p.406

英語学専攻の田島松二教授の教示によると、〈lay = 性交の相手〉という用例は、1930年代以降に見られるようになった若者仲間の俗語単語であって、シェイクスピア時代には用例が見られないものである。Quicklyと‘quick lay’との語呂合わせは、後世の用法をシェイクスピア時代に当てはめる誤解の可能性がある。

的に粗雑な対象性とは正反対に、商品の価値対象性には一分子も自然素材は入っていない。それゆえ、ある一つの商品をどんなにいじりまわしてみても、価値物としては相変わらず捉えようがないのである」<sup>12)</sup>。つまり、価値対象性は、自然素材に依る有形物でないので単一商品を扱っている限り「捉え難い」ということになる。

それにすぐ続けて、マルクスは、「捉え難い」価値対象性の捉え方について、こう言う。「とはいえ、諸商品は、ただそれらが人間労働という同じ社会的な単位の諸表現であるかぎりでのみ価値対象性をもっているのだということ、したがって商品の価値対象性は純粋に社会的であるということを出すならば、価値対象性は商品と商品との社会的な関係のうちにはしか現れえないということもまたおのずから明らかである」<sup>13)</sup>。

「思い出すならば」という言い方に、注目が必要である。「思い出す」ということは、その時点以前に、思い出す対象となる事物が生起していることを前提とする。この場合であれば、商品は人間労働という社会的な単位の表現として価値対象性をもっていること、したがって商品の価値対象性は純粋に社会的であるということについて、この時点以前に説明がなされているのでなければならない。そうでなければ、思い出しようもないのである。実際の『資本論』においては、そのような説明がなされているだろうか、それが問題である。第3節に先行する第1節「商品の二要因 使用価値と価値（価値実体、価値量）」と第2節「商品に表される労働の二重性」におけるマルクスの議論を検討する必要がある。すぐに次節で検討するように、マルクスは、この時点以前に価値対象性について成功裡にそのような説明を与えたとは言えないのである。「価値対象性」については言うに及ばず、「価値」そのものについてさえ明瞭な説明を欠いたままに推移していると言わねばならない。その点にこそ価値対象性の「捉え難さ」の理由が求められるはずである。

## 一章一節と二節の見解

第1章第1節「商品の二要因 使用価値と価値（価値実体、価値量）」の検討課題は、表題から窺える通り、「資本主義的生産様式」の下での商品の「価値」と「価値を形成する実体すなわち労働」との関連を解明することである。第2節「商品に表される労働の二重性」では、その労働の性質についてさらに深めた解明が試みられる。この二つの節で展開されるマルクスの見解の概略を辿ってみる。

### 〈分析対象としての商品〉

第1章第1節は、「資本主義的生産様式が支配的に行われている社会の富は、一つの『巨大な商品の集まり』として現われ、一つひとつの商品は、その富の基本形態として現われる。それゆえ、われわれの研究は商品の分析から始められる」<sup>14)</sup> という一文から始まる。ここで、マルクスは、分析対象が資本主義的商品であることを明示する。

12) Marx, a.a.O., S.62. 前掲訳書93頁。

13) Marx, a.a.O., S.62. 前掲訳書93頁。

14) Marx, a.a.O., S.49. 前掲訳書71頁。

続いて「商品」の説明が為され、商品の「使用価値」と「交換価値」が登場する。「商品は、第一に、外的対象であり、その属性によって人間の何らかの種類の欲求を充足させる物である。この欲求の性質は、それが例えば胃袋から生じようと空想から生じようと、少しも事柄を変えるものではない」<sup>15)</sup>。「ある一つの物の有用性は、その物を使用価値にする」。「使用価値は、ただ使用または消費によってのみ実現される」。「使用価値は、富の社会的形態がどんなものであるかにかかわらず、富の素材的な内容をなしている。われわれが考察しようとする社会形態にあっては、それは同時に素材的な担い手になっている — 交換価値の」<sup>16)</sup>。

#### 〈交換と使用価値の捨象〉

交換価値の考察に際して、マルクスは、次のように諸商品の直接交換を想定する。「交換価値は、まず或る一種類の使用価値が他の種類の使用価値と交換される量的関係・割合として現れる」<sup>17)</sup>。「或る一つの商品、例えば1クォーターの小麦は、X量の靴墨とか、Y量の絹とか、Z量の金とか、要するに色々に違った割合の諸商品と交換される」<sup>18)</sup>。

この交換関係から、「第一に、同じ商品の妥当な諸交換価値は、一つの同じものを表現している、第二に、交換価値は、一般にただそれと区別される或る実質の表現様式、『現象形態』でしかありえない」<sup>19)</sup>ということが導きだされて、この「一つの同じもの (ein Gleiches)」 「或る実質 (einer Gehalt)」を探求する過程へと進む。マルクスは、次のようにその探求過程で商品の使用価値は捨象されると述べる。「諸商品の交換関係を明白に特徴づけているものは、まさに諸商品の使用価値の捨象である。そのなかでは、一つの使用価値は、それが適当な割合でそこにありさえすれば、他のどの使用価値とも丁度同じだけのものと認められるのである」<sup>20)</sup>。「使用価値としては、商品は何よりもまず色々に違った質であるが、交換価値としては、商品は何よりもただ色々に違った量でしかありえないのであり、したがって一分子の使用価値も含んでいないのである」<sup>21)</sup>。

#### 〈同一人間労働への還元〉

この使用価値の捨象とともに、諸商品に共通な「一つの同じもの」「或る実質」は、次のような形で、抽象的人間労働に還元されることになる。「労働生産物の使用価値を捨象するならば、それを使用価値にしている物的な成分や形態をも捨象することになる。それは、もはや机や家や糸やその他の有用物ではない。労働生産物の感覚的性状はすべて消し去られている。それはまた、もはや指物労働や建築労働や紡績労働やその他の一定の生産的労働の生産物でもない。労働生産物の有用性と一緒に、労働生産物に表されている労働の有用性は消え去り、したがってまたこれらの労働の色々の具体的形態も消え去り、これらの労働はもはや互いに区別されることなく、すべて悉く同じ人間労働に、抽象

15) Marx, a.a.O., S.49. 前掲訳書71-72頁。

16) Marx, a.a.O., S.50. 前掲訳書73頁。

17) Marx, a.a.O., S.50. 前掲訳書74頁。

18) Marx, a.a.O., S.51. 前掲訳書74頁。

19) Marx, a.a.O., S.51. 前掲訳書75頁。

20) Marx, a.a.O., S.52. 前掲訳書76頁。

21) Marx, a.a.O., S.52. 前掲訳書76頁。

の人間労働に、還元されているのである」<sup>22)</sup>。

〈抽象的人間労働と価値〉

こうしてマルクスは、「価値」について「抽象的人間労働」との関係において、次のように結論的規定を与える。それがいわゆる労働価値説の端緒を成す。「今度はこれらの労働生産物に残っているものを考察してみよう。それらに残っているものは、同じ幻のような対象性のほかには何もなく、無差別な人間労働の、すなわちその支出の形態に関わりのない人間労働力の支出の、ただの凝固物の他には何もない。これらのものが表しているのは、ただその生産に人間労働力が支出されており、人間労働が積み上げられているということだけである。このようなそれらに共通な社会的実体の結晶として、これらのものは価値—商品価値である」<sup>23)</sup>。「諸商品の交換関係そのもののなかでは、商品の交換価値は、その使用価値と全くかわりのないものとしてわれわれの前に現れた。そこで実際に労働生産物の使用価値を捨象してみれば、ちょうどいま規定された通りの労働生産物の価値が得られる。だから、商品の交換関係または交換価値のうちに現れる共通物は、商品の価値なのである」<sup>24)</sup>。「或る使用価値または財貨が価値を持つのは、ただ抽象的人間労働がそれに対象化または物質化されているからでしかない。ではその価値はどのようにして計られるのか。それに含まれている『価値を形成する実体』の量、すなわち労働の量によってである。労働の量そのものは、労働の継続時間で測られ、労働時間はまた一時間とか一日とかいうような一定の時間部分をその度量標準としている」<sup>25)</sup>。

〈個別的労働力の社会化〉

この労働価値説において度量標準となる「労働の量」について補足説明が行われる。マルクスは、前節末尾に特記した問題、つまり「商品は人間労働という社会的な単位の表現として価値対象性をもっていること、したがって商品の価値対象性は純粋に社会的であるということ」もまた、この補足説明によって明らかになることを意図したと考えられる。

「一商品の価値がその生産中に支出される労働の量によって規定されているとすれば、或る人が怠惰または不熟練であればあるほど、彼はその商品を完成するのにそれだけ多くの時間を必要とするので、彼の商品はそれだけ価値が大きい、と思われるかもしれない。しかし、諸価値の実体を成している労働は、同じ人間労働であり、同じ人間労働力の支出である。商品世界の諸価値となって現れる社会の

22) Marx, a.a.O., S.52. 前掲訳書77頁。ここで述べられる〈商品の使用価値の捨象に伴う使用価値を生産する有用労働の捨象＝抽象的人間労働への還元〉という論理には、第1章第2節「商品に表される労働の二重性」における「具体的有用労働」と「抽象的人間労働」の区別の論理が先取りされていることが注目される。その先取りの事情を示すものとして、第1章第2節の始まりの文章と終りの文章を挙げてみる。始まりの文章「最初から商品はわれわれに対して二面的なものとして、使用価値および交換価値として、現れた。次には、労働も、それが価値に表されている限りでは、もはや使用価値の生みの母としてのそれに属するような特徴を持っていないということが示された。このような商品に含まれている労働の二面的性質は、私が初めて批判的に指摘したものである」(S.56. 訳書82-83頁)。終りの文章「すべての労働は、一面では、生理学的意味での人間の労働力の支出であって、この同等な人間労働または抽象的人間労働という属性においてそれは商品価値を生産する。すべての労働は、他面では、特殊な、目的を規定された形態での人間の労働力の支出であって、この具体的有用労働という属性においてそれは使用価値を生産する」(S.61. 訳書91頁)。

23) Marx, a.a.O., S.52. 前掲訳書77頁。類似の見解を第1章第2節においても見出すことが出来る。「商品の価値は、ただの人間労働を、人間労働一般の支出を、表している」(S.59. 前掲訳書87頁)。

24) Marx, a.a.O., S.53. 前掲訳書77-78頁。

25) Marx, a.a.O., S.53. 前掲訳書78頁。

総労働力は、無数の個別的労働力から成っているのではあるが、ここでは一つの同じ人間労働力と見なされるのである。これらの個別的労働力の各々は、それが社会的平均労働力という性格を持ち、このような社会的平均労働力として作用し、したがって一商品の生産においてもただ平均的に必要な、または社会的に必要な労働時間だけを必要とする限り、他の労働力と同じ人間労働力なのである」<sup>26)</sup>。

## 学習段階の価値実体論

『資本論』第1章第1節や第2節の見解について、他のあらゆる議論と同様に、正と負の様々な要素・側面が含まれていることは言うまでもない。以下では、主として、マルクスが、スミスやリカードの思考枠を超えられずに議論に幾つかの重要な弱点を残していることを指摘する。しかし、それがマルクスの議論のすべてではない。マルクスとしては、スミスやリカードの思考枠を超えるために思索に思索を重ねて第1章第3節や第2章の見地に到達し得たのである。そこに繋がる正の要素・側面も第1章第1節や第2節の議論に含まれている。ここで採り上げる負の要素・側面ゆえに第1章第1節や第2節の議論が全否定されるものではないことは重ねて注意しておきたい。

### 〈商品規定の正負の両面〉

最初の〈分析対象としての商品〉部分の見解の検討から始めたい。「商品は、第一に、外的対象であり、その属性によって人間の何らかの種類の欲求を充足させる物である」という規定は、評価して敷衍すべき正の要素・側面と批判して是正すべき負の要素・側面を併せ持っている。まず評価すべきは、「人間の欲求を充足する対象の属性」に着目したことである。「人間の欲求を充足する対象の属性」という表現は、「人間＝主体」「対象＝客体」「属性＝性能」と無理なく読み替えることができるので、〈価値とは、「主体の欲求をみたす客体の性能」である<sup>27)</sup>とする価値の一般的定義と重なることになる。「人間の欲求を充足する対象の属性」は、「商品の価値」や「商品の使用価値」を含めて、価値の一般的規定として通用するものと言える。商品価値について人間主体との相関において論ずる視点が認められる。ただ、その点が意識的に強調された形跡は乏しく、惜しまれるところではある。この事実が有する意味合については、後に立ち返って言及することになる。

一種の皮肉と言わなければならないが、評価すべき点が、この場合には、直ちに弱点となって作用する。「人間の欲求を充足する対象の属性」や「主体の欲求をみたす客体の性能」が、価値の一般的規定として通用するならば、商品にも適用されるが、商品でない（売り物でない）、衣・食・住の日常生活に用いられる生産物の多くのもについても、「外的対象であり、その属性によって人間の何らかの種類の欲求を充足させる物である」という規定が妥当する。必ずしも商品に固有の特徴を説明する規定ではないのである。商品の特徴づけとしては的確性を欠くと言わねばならない。

この的確な商品規定の欠如ゆえに、第1節の終わり近くになって、マルクスは、商品と生産物の区別について、次のような追加の説明の必要に迫られたのである。「自分の生産物によって自分自身の欲

26) Marx, a.a.O., S.53. 前掲訳書78頁。

27) 見田宗介『価値意識の理論—欲望と道徳の社会学』（弘文堂、1966年刊）17頁。

求を充足させる人は、使用価値はつくるが、商品をつくらない。商品を生産するためには、彼は使用価値を生産するだけでなく、他人のための使用価値、社会的使用価値を生産しなければならない<sup>28)</sup>。

この追加説明ではなお不十分と考えたエンゲルスは、「第四版への註記」として、更に次の追記を加えることになった。「しかも、ただ単に他人のためというだけではない。中世の農民は領主のために年貢の穀物を生産し、坊主のために十分の一税の穀物を生産した。しかし、年貢の穀物も十分の一税の穀物も、他人のために生産されたということによっては、商品にはならなかった。商品になるためには、生産物は、それが使用価値として役立つ他人の手に交換によって移されなければならない<sup>29)</sup>。

マルクスは、後の第5章「労働過程と価値増殖過程」第2節「価値増殖過程」において、「販売を予定されている物品すなわち商品」という規定を与えている<sup>30)</sup>。第1章第1節において、他人のための使用価値としての販売目的の財貨が商品であることが、明確に規定されるべきであった。価値概念が、主体と客体の（人間と対象の）相関関係に根ざすこと、そのことが十分に考慮されなかったことと合わせて、冒頭商品規定に残る弱点の一つと言わなければならない。

#### 〈使用価値の捨象の無理〉

「販売を予定されている物品すなわち商品」という商品規定が明確に意識されるならば、〈交換と使用価値の捨象〉に関わるマルクスの見解が大きな弱点を抱えていることが容易に判明する。「販売することを予定されている物品すなわち商品」という特質上、商品は買手を見つけて販売されなければならないものであり、そのためには商品に含まれる使用価値を買手から欲求されることが事の始まりである。そのうえで価格提示を行って貨幣所有者の同意を得なければならない。商品販売はなかなかの困難事なのである。「1クォーターの小麦は、X量の靴墨とか、Y量の絹とか、Z量の金とか、要するに色々な違った割合の諸商品と交換される」という直接交換の想定、「諸商品の交換関係を明白に特徴づけているものは、まさに諸商品の使用価値の捨象である」という認識は、商品経済の事実から乖離した想定に基づいての議論であり、商品の特質に即した見解とは言えないのである。

#### 〈資本主義規定の不徹底〉

さらに、重ねて的確性の欠如が指摘されるのは、資本主義規定の不徹底である。マルクスは、第1章第1節の冒頭部分に、「資本主義的生産様式が支配的に行われている社会の富は、一つの『巨大な商品の集まり』として現われ、一つひとつの商品は、その富の基本形態として現われる。それゆえ、われわれの研究は商品の分析から始められる」という一文を置いて、分析対象が資本主義的商品であることを明示していた。資本主義の特質について、マルクス自身は、第4章「貨幣の資本への転化」第3節「労働力の売買」において、「資本主義時代を特徴づけるものは、労働力が労働者自身にとって彼の持っている商品という形態をとっており、したがって彼の労働が賃労働の形態をとっているということである。他方、この瞬間からはじめて労働生産物の商品形態が一般化されるのである」と述べている<sup>31)</sup>。したがって、〈同一人間労働への還元〉や〈個別的労働力の社会化〉など「労働」を論ずるに

28) Marx, a.a.O., S.55. 前掲訳書82頁。

29) Marx, a.a.O., S.55. 前掲訳書82頁。

30) Marx, a.a.O., S.200. 前掲訳書326頁。

あたっては、生産に従事する人間から見ると労働過程、生産される財貨から見ると生産過程、合わせて労働生産過程が設定されねばならない。さらに資本主義的労働生産過程については、「労働力の商品化」に基づく「賃労働」が前提される必要がある。労働力商品化が実施されて労働市場で労働力が購入され、資本家ないしその代理人の指揮命令下で賃労働が行われることを通じて、はじめて抽象的人間労働が実現される。個別的労働力が社会的平均労働力として作用することも可能になる。第1章第1節では、労働力の商品化も労働生産過程もまだ説かれていない以上、そこでの労働と生産は小生産者によるものと成らざるを得ない。事実、前述の補足説明で、「或る人が怠惰または不熟練であればあるほど、彼はその商品を完成するのにそれだけ多くの時間を必要とするので、彼の商品はそれだけ価値が大きい」と述べられている通り、「彼」は労働者であり商品所有者であるから、自分の生産手段を自分の労働力と結びつけて労働し生産する小生産者に他ならない。小生産者による商品生産は、歴史的に見て封建社会や資本主義社会に部分的分散的に存在したに過ぎず、一つの社会で支配的存在になることはなかった。それらの商品の生産を担う個別的労働力が社会的平均労働力として作用する可能性も有り得なかったのである。マルクスは、「商品世界の諸価値となって現れる社会の総労働力は、無数の個別的労働力から成っているのではあるが、ここでは一つと同じ人間労働力と見なされるのである」と主張は出来ても、商品経済の事実に基づいて論証するには至らなかったのである。

こういう次第で、前々節末尾に特記した問題、つまり「商品は人間労働という社会的な単位の表現として価値対象性をもっていること、したがって商品の価値対象性は純粹に社会的であるということ」もまた、この段階で明らかにするには無理があったと言わなければならない。

〈価値概念の明確性欠如〉

〈個別的労働力の社会化〉の問題を、第1章第1節や第2節において説明することに無理があることを、マルクスが自覚していた形跡がある。第1章第3節に至って、こういう見解を示している。「われわれが、価値として商品は人間労働の単なる凝固である、と言うならば、われわれの分析は商品を価値抽象に還元しはするが、しかし、商品にその現物形態とは違った価値形態を与えはしない<sup>32)</sup>。

商品の使用価値を捨象するとともに具体的有用労働の側面を捨象する、残った交換価値を抽象的人間労働に還元する、その論法で「価値として商品は人間労働の単なる凝固である」という結論に達した。しかし、その論法では、価値の表現形態・現象形態としての価値形態は全く明らかにし得なかった。商品の価値対象性は「捉え難い」状態にとどまったままである。そういう反省の弁として聞くことが出来るかも知れない。

「商品の価値を形成する実体すなわち労働」という見解を、マルクスは、学習過程においてスミスやリカードの古典学派と共有していた。残る問題は、この価値実体に関わる見解を、如何に論理整合的に説明するか、であった。同時に、他方で、商品形態から貨幣形態が分化し、貨幣の特有の運動から資本形態が発生する、商品—貨幣—資本の展開過程を究明する価値形態論が、マルクス独自の学問分野として形成されつつあった。価値実体論と価値形態論をどのように区別しどのように組み合わせ

31) Marx, a.a.O., S.184. 前掲訳書299頁。

32) Marx, a.a.O., S.65. 前掲訳書98頁。

叙述するか、大いに悩むところだった。最終的には、マルクスは、『資本論』第1章第1節・第2節を、価値実体論の説明に充てることにした。それは、商品価値を形成する労働を最初に説く古典学派の伝統的思考をマルクスも踏襲した結果である。価値形態論は、第1章第3節「価値形態または交換価値」と第2章「交換過程」において展開されることになった。

その結果、労働生産過程や労働力商品化を説明する以前に、商品経済の事実と乖離した前提で、短兵急に価値実体としての労働を論議する仕儀に立ち至っていた。肝心の「商品価値」について、価値概念について明示的な定義づけを欠いたままに、価値が価値実体に密着した形で説明されており、価値は抽象的人間労働の凝固物であるかの如き印象を生むことになっている。

例えば、註23)の引用を見ると、「それらに共通な社会的実体の結晶として〈Als Kristalle dieser ihnen gemeinschaftlichen gesellschaftlichen Substanz〉」という微妙な語句を伴いながら、「これらのものは価値—商品価値である〈sind sie Werte—Warenwerte〉」と述べている。「これらのもの」に該当するのは「人間労働力の支出のただの凝固物」「人間労働が積み上げられている」ものである。それゆえに、「人間労働力の支出の凝固物」「人間労働の凝固物」が「価値、商品価値」である、と言っているように読める。

註25)の引用を見ると、そういう読み方は誤読であり誤解であることがわかる。「ではその価値はどのようにして計られるのか。それに含まれている『価値を形成する実体〈wertbildenden Substanz〉』の量、すなわち労働の量によってである」と言うように、労働は、価値そのものではなくて、価値を形成する実体に他ならない。

しかし、「労働は価値そのものではなくて、価値を形成する実体に他ならない」とすると、今度は、価値そのものとは何か、という疑問が答えられないままに、残ることになる。

註32)の引用においては、「価値として商品は人間労働の単なる凝固である〈als Werte sind die Waren bloße Gallerten menschlicher Arbeit〉」と述べている。「人間労働の凝固物」が「価値、商品価値」だと言っているわけで、すぐ上で「誤読であり誤解である」と言った言葉を取り消さなければならないことになる。

このような次第で、繰り返しになるが、「価値概念について明示的な定義づけを欠いたままに、価値が価値実体に密着した形で説明されており、価値は抽象的人間労働の凝固物であるかの如き印象を生むことになっている」のである。

#### 〈価値実体論の弱点四つ〉

以上の批評を通じて、マルクスの第1章第1節第2節の見解について、次の四つの弱点を指摘できる。(一) 諸商品が直接に交換されるものと想定されており、商品交換の困難は問題とされていないこと。(二) 商品の使用価値が捨象されており、商品がその使用価値において欲求されることは考慮されていないこと。(三) 諸商品に共通なものは、抽象的人間労働の凝固物であるとされていること。この見解は、労働力・資金・土地などの労働生産物でない商品には適用されないし、労働生産物である商品について「労働の凝固物」だと言うのは同義反復だという批判を免れない。(四) 価値概念について不可欠な主体客体間関係の意識が希薄で、明示的な定義づけが行われないうままに、価値が価値実体に

密着した形で説明されており、価値は抽象的人間労働の凝固物であるかの如き印象を生んでいること。

### 一章三節と二章の見解

第1章第3節「価値形態または交換価値」の課題を、マルクスはこう述べる。「諸商品は、それらの使用価値の雑多な現物形態とは著しい対照をなしている一つの共通な価値形態——貨幣形態をもっているということだけは、だれでも、ほかのことは何も知っていなくても、よく知っていることである。しかし、いまここでなされなければならないことは、ブルジョア経済学によってただ試みられることさえないこと、すなわち、この貨幣形態の生成を示すことであり、したがって、諸商品の価値関係に含まれている価値表現の発展をその最も単純な最も目立たない姿から光まばゆい貨幣形態に至るまで追跡することである。これによって同時に貨幣の謎も消え去るのである」<sup>33)</sup>。

この見解で注目されるのは、一方で、誰もが知っている商品経済の事実、商品パン1個は金60円である、商品洋服1着は金6万円であるという風に、商品の価値は「一つの共通な価値形態——貨幣形態」を以て表現されているという当たり前の事実を改めて取り上げたことである。その着眼の鋭さには驚嘆させられる。

と同時に、他方で、商品の価値は、貨幣の一定量で、つまり「貨幣形態」で、表されているのであるが、その貨幣形態は、「諸商品の価値関係に含まれている価値表現」つまり「価値形態」の最も発展した完成形態と考えて、「価値形態または交換価値」を、未発達萌芽形態から完成形態である貨幣形態まで、「その最も単純な最も目立たない姿から光まばゆい貨幣形態に至るまで追跡すること」である。その分析力の強さには感服のほかない。

これによって、第一に、商品が交換されその価値が実現されるための前提として、商品の価値が表現される仕組が解明されることになる。第二に「同時に貨幣の謎も消え去る」ことになる。「貨幣の謎」とは何か？商品を持っていても望みのままに商品を持って貨幣を入手できるとは限らない。しかし、貨幣を持っていれば、何時でも何処でもどのような商品でも購入できる。どうして貨幣が商品に対してそういう強大な力を持つに至ったか、それがここでいう「貨幣の謎」で、その解明が価値形態論のいま一つの課題である。その二つの課題を、〈A〉「単純な個別的偶然的価値形態」(形態Ⅰ)、〈B〉「全体的な展開された価値形態」(形態Ⅱ)、〈C〉「一般的価値形態」(形態Ⅲ)、〈D〉「貨幣形態」(形態Ⅳ)という順路で果たして行くことになる。

#### 〈人類史初の価値形態論〉

この価値形態論の構想は、彼以前には提起されたことのない、彼独自のものであるとの自負をマルクスは抱いていた。すぐ前にも「ブルジョア経済学によってただ試みられることさえないこと」という記述が見られた。『資本論』初版序文にも「貨幣形態をその完成した姿とする価値形態は、非常に無内容で簡単である。それにもかかわらず、人間精神は2000年以上も前から、空しくその解明に努めて

33) Marx, a.a.O., S.62. 前掲訳書93-94頁。

きたのである」という文章がある<sup>34)</sup>。さらに、第1章第4節「商品の物神的性格とその秘密」においても、「古典派経済学の根本欠陥の一つは、商品の、また特に商品価値の分析から、価値をまさに交換価値となすところの価値形態を見つけ出すことに成功しなかったということである。A・スミスやリカードのような、まさにその最良の代表者においてさえ、古典派経済学は、価値形態を、全くどうでもよいものとして、また商品そのものの性質に外的なものとして、取り扱っているのである」と強調している<sup>35)</sup>。

価値形態論は、このようにマルクスによってはじめて本格的に開拓された理論領域であるだけに、マルクス自身も、その議論に不十分な部分を残さざるを得なかった。ここでは、「一章一節と二節の見解」におけるとは正に逆向きに、マルクスの弱点には寛容に接し、その長所を強調することになる。

〈商品所有者の交換要請〉

マルクスの価値形態論が優れていると思われる要因の一つは、第2章「交換過程」の存在である。ここでマルクスは「商品所有者〈der Warenbesitzer〉」を登場させている。それによって、商品経済の事実在即した主体客体関係が明示され、事実在即した論理展開が可能になっている。そのことは、第2章の次のような文章において明瞭である。「商品は、自分で市場に行くことは出来ないし、自分で自分たちを交換し合うこともできない。だから、われわれは商品の番人、商品所有者を捜さなければならない」<sup>36)</sup>。「商品には欠けている、商品体の具体的なものに対する感覚を、商品所有者は自分自身の五つ以上もの感覚で補うのである。彼の商品は、彼にとっては直接的使用価値を持っていない。もしそれを持っているなら、彼はその商品を市場に持って行かないであろう。彼の商品は、他人にとって使用価値を持っている。彼にとっては、それは直接にはただ交換価値の担い手であり、したがって交換手段だという使用価値を持っているだけである。それだからこそ、彼はその商品を、自分を満足させる使用価値を持つ商品と引き換えに、手放そうとするのである。すべての商品は、その所有者にとっては非使用価値であり、その非所有者にとっては使用価値である」<sup>37)</sup>。

〈単純な個別的価値形態〉

このような商品所有者の交換要求に支えられて、第1章第3節の価値表現形態が機能し得ることになる。その様相を、一番目の、A)「単純な個別的偶然的価値形態」の分析について、見ることにする。そこでは、最も単純な価値表現形態が次の形で提示される。「x量の商品A = y量の商品B、またはx量の商品Aはy量の商品Bに値する」、(20エレのリンネル = 1着の上着、または20エレのリンネルは1着の上着に値する)<sup>38)</sup>。「ここでは二つの異種の商品AとB、われわれの例ではリンネルと上着は、明らかに二つの違った役割を演じている。リンネルは自分の価値を上着で表しており、上着はこの価値表現の材料として役立っている。第一の商品は能動的な、第二の商品は受動的な役割を演じている。第一の商品の価値は相対的価値として表される。言い換えれば、その商品は相対的価値形態にある。

34) Marx, a.a.O., S.11-12. 前掲訳書21-22頁。

35) Marx, a.a.O., S.95. 前掲訳書149頁。

36) Marx, a.a.O., S.99. 前掲訳書155頁。

37) Marx, a.a.O., S.100. 前掲訳書157頁。

38) Marx, a.a.O., S.63. 前掲訳書94頁。

第二の商品は等価物として機能している。言い換えれば、その商品は等価形態にある<sup>39)</sup>。「20エレのリンネル = 1着の上着」という等式の成立の背後には、次のような状況が存在している。リンネル商品の所有者が1着の上着を必要として、その交換のために自己の所有するリンネルを20エレ提供するから交換に応じて欲しい、と上着商品の所有者に呼びかけ働きかけている。上着所有者は、その呼びかけ働きかけを受けて、提示された条件に満足できれば応諾し、不満であれば拒否する。そういう過程で、リンネル商品の価値が上着商品を材料として表現されることを示すものであって、商品同士の交換を示しているのではない。そういう事情を考慮すると、第1章第3節と第2章は、現行『資本論』の如く別建てにするのではなく、第2章の論理を第1章第3節に摂取して統合した一本建ての構成が望ましいのかも知れない。

それはともかく、両方の商品所有者の姿を透明人間化して、空中に浮かぶ両商品の動きだけを掬い取ったものが商品の価値形態だと言える。交換要請を受けた側の商品所有者には、交換の成否の決める力が与えられる。その動きを商品に即して見ると、次のように成る。「一商品A（リンネル）は、その価値を異種の商品B（上着）の使用価値で表現することで、商品Bそのものに一つの独特の価値形態、等価物という形態を押し付ける。リンネル商品はそれ自身の価値存在を顕わにしてくるのであるが、それは、上着がその物体形態とは違った価値形態をとることなしにリンネル商品に等しいとされることによってである。だから、リンネルは実際にそれ自身の価値存在を、上着が直接にリンネルと交換され得るものだということによって、表現するのである。したがって、一商品の等価形態は、その商品の他の商品との直接交換可能性の形態である<sup>40)</sup>。交換を求めたリンネル商品は上着商品を入手できるとは限らないのに対して、交換を求められた上着商品は、望めば何時でもリンネル商品を入手できる直接交換可能性を持ち得ることが明らかにされる。等価形態に置かれた商品の持つこの直接交換可能性（unmittelbare Austauschbarkeit）こそが、貨幣が商品に対して有する強大な力、何時でも何処でも任意の商品を買い得る力の萌芽形態なのである。

簡単な価値形態における以上のような動きが、以下のように総括される。「或る一つの商品の単純な価値形態は、異種の一商品に対するその商品の価値関係のうちに、すなわち異種の一商品との交換関係のうちに、含まれている。商品Aの価値は、質的には、商品Aとの商品Bの直接交換可能性によって表現される。商品Aの価値は、量的には、商品Aの与えられた量との商品Bの一定量の交換可能性によって表現される。言い換えれば、一商品の価値は、それが『交換価値』として表示されることによって独立に表現される。この章（第1章—引用者）のはじめに、普通の言い方で、商品は使用価値であるとともに交換価値であると言ったが、これは厳密に言えば間違いであった。商品は、使用価値または使用対象であるとともに『価値』なのである。商品は、その価値が商品の現物形態とは違った独特の現象形態、すなわち交換価値という現象形態を持つとき、そのあるがままのこのような二重物として現れるのである。商品は、孤立的に考察されたのでは、この交換価値という形態を決して持たないのであり、常にただ第二の異種の一商品に対する価値関係または交換関係のなかでのみこの形態

39) Marx, a.a.O., S.63. 前掲訳書94-95頁。

40) Marx, a.a.O., S.70. 前掲訳書106-107頁。

を持つのである」<sup>41)</sup>。

〈貨幣形態に至る諸形態〉

〈A)「単純な個別的偶然的価値形態」(形態Ⅰ)〉では、リンネル商品の価値が、リンネル商品所有者が需要する上着商品によって表現される。リンネル商品所有者が他の多くの商品を需要するのに応じて、リンネル商品の価値は他の多くの商品によって表現される。〈B)「全体的な展開された価値形態」(形態Ⅱ)〉が見られることになる。リンネルのみならず多くの商品の所有者がそれぞれに多様な商品を需要すると、多数の「形態Ⅱ」が展開される、そのなかで商品所有者の多くから共通に需要される商品(例えばリンネル)が浮上する、多くの商品の価値が「一般的等価物」としてのリンネルによって表現されることになる。〈C)「一般的価値形態」(形態Ⅲ)〉が登場する。一般的等価物としての適性を満たす商品種類が社会制度的に定着することで「貨幣商品」が特定されて、〈D)「貨幣形態」(形態Ⅳ)〉の誕生となる。

概略のところ、以上のような価値形態の展開を、マルクス自身の言葉で、辿ってみたい。

まず簡単な価値形態から一般的価値形態まで(「形態Ⅰ」「形態Ⅱ」「形態Ⅲ」)について。「前の方の二つの形態(形態Ⅰおよび形態Ⅱ—引用者)では、商品の価値をただ一つの異種の商品によってであれ、その商品とは別の一連の多数の商品によってであれ、一商品ごとに表現する。どちらの場合にも、自分に一つの価値形態を与えることは、いわば個別商品の私事であって、個別商品は他の諸商品の助力なしにこれを成し遂げるのである。他の諸商品は、その商品に対して等価物という単に受動的な役割を演ずる。これに反して、一般的価値形態(形態Ⅲ—引用者)は、商品世界の共同事業としてのみ成立する。一つの商品が一般的価値表現を得るのは、同時に他のすべての商品が自分たちの価値を同一等価物で表現するからに他ならない。そして、新たに現われるどの商品種類もこれに習わなければならない。こうして、諸商品の価値対象性は、それがこれらの物の純粋に『社会的な定在』であるからこそ、ただ諸商品の全面的な社会的関係によってのみ表現されるのであり、したがって諸商品の価値形態は社会的に妥当する形態でなければならないということが、明瞭に現れてくるのである」<sup>42)</sup>。

次に、一般的価値形態から貨幣形態への移行について。「一般的等価形態は価値一般の一つの形態である。だから、それはどの商品にでも付着することが出来る。或る商品が一般的等価形態(形態Ⅲ)にあるのは、ただ、それが他のすべての商品によって等価物として排除されるからであり、また排除される限りでのことである。そして、この排除が最終的に一つの独自の商品種類に限定された瞬間から、はじめて商品世界の統一的な相対的価値形態は客観的な固定性と一般的な社会的妥当性とを勝ち得たのである。そこで、その現物形態に等価形態が社会的に合生する特殊な商品種類は、貨幣商品になる。言い換えれば、貨幣として機能する。商品世界のなかで一般的等価物の役割を演ずるということが、その商品の独自の社会的機能となり、したがってまたその商品の社会的独占となる。このような特権的地位を」「ある一定の商品が歴史的に勝ち取った。すなわち、金である」<sup>43)</sup>。「貨幣商品として

41) Marx, a.a.O., S.74-75. 前掲訳書115頁。

42) Marx, a.a.O., S.80-81. 前掲訳書125-126頁。

43) Marx, a.a.O., S.83-84. 前掲訳書130-131頁。

機能している商品での、例えば金での、商品の単純な相対的価値表現は、価格形態である」<sup>44)</sup>。

日本では、1871（明治4）年に純金23.148トロイ・グレイン（＝1500ミリ・グラム）を1円と呼ぶと定められた（新貨条例）。ついで日清戦争後の1897（明治30）年に純金2分（＝750ミリ・グラム）を1円と呼ぶことに改められた。こうして、日本では、例えば次のような価格形態を眼前に見ることになったのである<sup>45)</sup>。

- 1 エレのリンネル ⇒ 3グラムの金（⇒4円）
- 1 着の上着 ⇒ 60グラムの金（⇒80円）
- 1 トンの鉄 ⇒ 120グラムの金（⇒160円）
- 1 単位の商品 A ⇒ y グラムの金（⇒4/3y 円）

### 学問段階の価値形態論

『資本論』第1章第3節と第2章で扱われる価値形態論に至ると、マルクスは、古典学派の伝統的思考枠を超克して、商品経済の事実に即応した彼独自の論理展開を可能とすることになった。その結果、第1章第1節と第2節で扱われる価値実体論で見られた弱点を克服し得たのである。価値実体論に見られた弱点（一）（二）（三）（四）とは異なる見地、そこに潜む弱点を克服する見地を、特色（一）（二）（三）（四）として、確認することを試みたい。

特色（一）。相対的価値形態に在る商品の所有者は交換を望みながら交換実現の保証はなく、等価形態に置かれた商品の所有者は交換を求められたことによって相手に対する直接交換可能性を持つことになる。その点で、第1節で弱点（一）として「諸商品が直接に交換されるもの」と想定されていたのとは異なる見地が、商品所有者の欲求の存在状況とともに提示されているのである。

特色（二）。相対的価値形態にある商品リンネルの価値が商品上着の身体で表現され、一商品の価値が他の商品の使用価値で表現される。この表現の背後には、リンネル商品の所有者が上着を必要として（＝上着に使用価値を認めて）、その交換のために自己の所有するリンネルの幾らかを提供するから交換に応じて欲しい、と上着商品の所有者に呼びかけ働きかけている状況が存在している。ここでは、使用価値の存在が重視されており、それが捨象されているのではない。その点で、第1節で弱点（二）として、商品の使用価値が捨象されていると表現されたのとは反対の見地が示されている。

特色（三）。諸商品に共通なものとして「一つの共通な価値形態—貨幣形態」つまり価値の貨幣による表現としての価格を持つことが指摘されている。第1節で弱点（三）として「諸商品に共通なものは抽象的人間労働の凝固物」とされていたのとは異なる見地が認められる。「価格を持つこと」が、まぎれもなくあらゆる商品に共通する属性であることは、明白な事実であって一点の疑問の余地もない。

特色（四）。弱点（四）についても、第3節にはそれを克服する新たな見地が認められる。「流動状

44) Marx, a.a.O., S.84. 前掲訳書132頁。

45) 福留久夫『ポリチカルエコノミー』（九州大学出版会、2004年刊）101頁、110頁。マルクスは＝（等号）を用いているが、相対的価値形態にある商品の能動性を示すために>（矢印）を加えて、⇒の記号で表示している。

態にある人間の労働力、すなわち人間労働は、価値を形成するが、しかし価値ではない。それは凝固状態において、対象的形態において、価値になるのである。リンネル価値を人間労働の凝固として表現するためには、それを、リンネルそのものとは物的に違っていると同時にリンネルと他の商品とに共通な『対象性』として表現しなければならない<sup>46)</sup>。労働は、価値ではない、価値を形成するものだ、と述べられている。「価値」と「価値を形成する労働」＝「価値実体」とを明確に区別する見地が示されている。「価値」と「労働」が明確に区別されるとすると、それでは「価値」とは何かという問いが残る。それに答えるのが、註41)の引用の次の部分である。「一商品の単純な価値形態は、異種の一商品に対するその商品の価値関係のうちに、すなわち異種の一商品との交換関係のうちに、含まれている。商品Aの価値は、質的には商品Aの与えられた量との商品Bの直接交換可能性によって表現される。商品Aの価値は、量的には商品Aの与えられた量との商品Bの一定量の交換可能性によって表現される」。ここには、「価値」を「交換可能性」(die Austauschbarkeit)を意味するものとして把握する見地が打ち出されている。第1節における「価値実体」に密着した形での「価値」理解の水準を明らかに超越しているのである。

経済用語として「価値」＝「交換可能性」は、他の任意の商品の一定量に対するその商品の交換力・購買力を意味するものとして用いられている。「価値」が「交換可能性・交換力・購買力」を意味することが明確になるのに伴って、「価値」を、抽象的人間労働がその実体となり、価格という形態をとって表現されるものと理解することは、さほど困難ではなくなってくる。「価値」(価値そのもの・価値自体)と「価値実体としての労働」と「価値形態としての価格」との三者の関連の把握も容易になることは確実である。

## 価値および価値対象性

マルクスが、「使用価値」の対概念として「価値」を説明するのは、第3章「貨幣または商品流通」第3節「貨幣」a項「貨幣蓄蔵」のなかの次の文章の登場まで待たなければならなかった。「使用価値としての商品は、ある特殊な欲望を満足させ、素材的な富の一つの特殊な要素をなしている。商品の価値は、素材的な富のすべての要素にたいするその商品の引力の程度を表わし、したがってその商品の所有者の社会的な富の大きさを表わしている」<sup>47)</sup>。

ここでは、商品の価値は、「素材的な富のすべての要素にたいするその商品の引力」を意味するものとされている。前述の「交換可能性」に替わって「引力〈Attraktionskraft〉」が用いられているが、「富のすべての要素」を引き付け得る力という点で、「交換可能性・交換力・購買力」と同一の意味を持つと言えるだろう。

社会科学・人文科学における価値を巡る定義は幾十通りにも及ぶ。見田宗介は、それらの諸定義を批判的に検討したうえで、明晰に洗練された形で、「価値とは『主体の欲求をみたま、客体の性能』で

46) Marx, a.a.O., S.65-66. 前掲訳書99頁。

47) Marx, a.a.O., S.147. 前掲訳書234頁。

ある」と定義する。この凝縮された定義を解きほぐすと、注目点として、「価値とは、人々の欲求に最終的な基礎をおくもの」であること、「価値とは、主体の欲求の相関概念であって、対象自体に内在しているものではない」こと（「猫に小判」というように、小判を欲求する主体が世界から消滅すれば、小判自体に価値はないこと）、「価値は、主体の属性ではなく、客体の『属性』（性能、性質）である」こと（リンゴの価値は人々の食欲や絵心などに起因しているが、価値自体はリンゴの側の属性として付着していること）（小判やリンゴは『価値である』（be）のではなく、『価値がある』（have）のであること）などが挙げられる<sup>48)</sup>。

マルクスは、第1章の冒頭部分で「人間の欲求を充足する対象の属性」に着目した。「主体の欲求をみたす客体の性能」に重なる規定と言える。ただ、彼はその規定を主として使用価値に限定して用いた。本来は、経済用語としての「価値」＝「交換可能性・交換力・購買力・引力」についても、「人間の欲求を充足する対象の属性」「主体の欲求をみたす客体の性能」として把握される必要があるはずである。使用価値としての商品が「ある特殊な欲望を満足させ、素材的な富の一つの特殊な要素をなして」直接に生活手段として「人間の欲求を充足する」とき、価値としての商品は、「素材的な富のすべての要素にたいするその商品の引力」を発揮して、回り道をして生産手段として役立つ諸商品の入手を通じて「人間の欲求を充足する」ことになる。

商品の価値の概念について、以上のような位置づけをするとき、問題の「価値対象性」は、どのように捉えられるのだろうか。一般的に、対象（Gegenstand）とは、それに向かって行為・精神活動が行われるとき、見られるもの、聞かれるもの、動かされるもの、考えられるものなどのような客体と考えられる。対象性（Gegenständlichkeit）とは、その客体が行為主体や意識主体に対峙して現れる対象としての在り方と言えよう。「主体に対峙して現れる対象としての在り方」と言うとき、形容詞〈gegenständiglich〉が、「具象的な、具体的な」という意味をも合わせ持つことに注目する必要がある。つまり、客体・対象が主体・人間に対して、その有する属性・性能・性質を、如何なる「具体的・具象的」な形で表現することが出来るか、という問題になる。

商品価値について言えば、価値実体に即しては、その「交換可能性・交換力・購買力・引力」は如何にしても「捉え難い」。価値形態に及んではじめて、そして最終的には、貨幣形態＝価格において、その「交換可能性・交換力・購買力・引力」が「具体的・具象的」な形で現れて、人間主体の「捉え得る」ところになるのである。

そういう事情は、註41)として引用した文章の後半部分によく説明されている。「この章（第1章－引用者）のはじめに、普通の言い方で、商品は使用価値であるとともに交換価値であると言ったが、これは厳密に言えば間違いであった。商品は、使用価値または使用対象であるとともに『価値』なのである。商品は、その価値が商品の現物形態とは違った独特の現象形態、すなわち交換価値という現象形態を持つとき、そのあるがままのこのような二重物として現れるのである。商品は、孤立的に考察されたのでは、この交換価値という形態を決して持たないのであり、常にただ第二の異種の一商品

48) 見田宗介「価値」（『新社会学辞典』有斐閣、1993年刊）196頁。

に対する価値関係または交換関係のなかでのみこの形態を持つのである」。

「商品は、使用価値または使用対象であるとともに『価値』なのである」。その商品の「使用価値または使用対象」の有する属性・性能・性質は、現物を見れば捉え得る。しかし、「価値」の有する属性・性能・性質は、現物を見ただけでは捉え得ない。捉え得るのは、「その価値が商品の現物形態とは違った独特の現象形態、すなわち交換価値という現象形態を持つとき」、つまり価値形態においてである。そのとき、商品は、使用価値および交換価値として「そのあるがままのこのような二重物として現れるのである」。

「価値形態または交換価値」において、商品価値の有する「交換可能性・交換力・購買力・引力」が「具体的・具象的」な形で現れる、というときに、「価値」と「価値対象性」の差はどこにあるか。「価値」は「交換可能性・交換力・購買力・引力」である。それに対して、「価値」＝「交換可能性・交換力・購買力・引力」の現れ方・現象形態（その名称が「価値形態または交換価値」）を含めて、「価値」の主体に対する在り方・存在状況を示す概念が「価値対象性」である、と言えよう。

「価値」と「価値対象性」の差は、註42)として引用した文章の後半部分について明らかにすることが出来る。「一般的価値形態（形態Ⅲ－引用者）は、商品世界の共同事業としてのみ成立する。一つの商品が一般的価値表現を得るのは、同時に他のすべての商品が自分たちの価値を同一等価物で表現するからに他ならない。そして、新たに現れるどの商品種類もこれに習わなければならない。こうして、諸商品の価値対象性は、それがこれらの物の純粋に『社会的な定在』であるからこそ、ただ諸商品の全面的な社会的関係によってのみ表現されるのであり、したがって諸商品の価値形態は社会的に妥当する形態でなければならないということが、明瞭に現れてくるのである」。〈(die Wertgegenständlichkeit der Waren, weil sie das bloß „gesellschaftliche Dasein“ dieser Dinge ist, auch nur durch ihre allseitige gesellschaftliche Beziehung ausgedrückt werden kann,) 諸商品の価値対象性は、それがこれらの物の純粋に『社会的な定在』であるからこそ、ただ諸商品の全面的な社会的関係によってのみ表現されるのであり〉という部分で、「諸商品の価値対象性」が単数表現であることが注目される。「諸商品の価値」であれば、複数の商品に内在する諸「価値」として複数表現になると考えられる。ここでは「価値対象性」は、諸「価値」に共通する主体に対する在り方・現れ方を示す一般的価値形態という単一の存在を表現しているのである。そのことが単数表現に反映されていると考えられる。

「価値」と「価値対象性」の差が、より明瞭に現れるいま一つ別の用例を示しておきたい。「単純な個別的偶然的価値形態」（形態Ⅰ）の説明において、「商品価値の分析」をリンネル商品自身が「商品語で」語る形式の次のような叙述がある。「労働は人間労働という抽象的属性においてリンネル自身の価値を形成すると言うために、リンネルは、上着がリンネルに等しいとされる限り、つまり価値である限り、上着はリンネルと同じ労働から成っている、と言うのである。自分の高尚な価値対象性が自分のゴワゴワした布の肉体とは違っていると言うために、リンネルは、価値が上着の如く見える、したがってリンネル自身も価値物としては上着にそっくり瓜二つである、と言うのである」<sup>49)</sup>。使用価値

49) Marx, a.a.O., S.67. 前掲訳書101頁。

としての商品リンネルは、リンネル自身の「ゴワゴワした布の肉体」として存在している。それに対して、商品リンネルの「価値」＝「交換可能性・交換力・購買力・引力」は、リンネル自体に即しては捉えられない。等価形態にある上着に等しいものとして現れている。その意味で、リンネルの価値対象性はその使用対象性と異なるものとして存在していることは明白である。それゆえ「価値対象性」に代えて「価値」を用いて「自分の高尚な価値が自分のゴワゴワした布の肉体とは違っている」と叙述したのでは、辻褄が合わないこともまた明らかである。＜(Wert aussieht wie ein Rock) 価値が上着の如く見える＞という部分について言えば、「価値が上着の如く見える」ことが、価値の主体に対する在り方・現れ方としての「価値対象性」である。したがって、「価値」を「価値対象性」と入れ替えて、「価値対象性が上着の如く見える」と叙述すると、重複表現となるわけで、その不自然さが歴然となる。このように、「価値」と「価値対象性」は、それぞれに独自の意味内容を有する概念として両立しているのである。

〔九州大学名誉教授〕