

価値概念の二重性（2）

—同質性と交換性—

清水 真志

目 次

第1節の要旨	2
2 価値表現と交換要請	3
2-1 「価値＝同質性」と価格の分散・変動	3
2-2 価値表現における「期間」の契機	7
3 価値関係と信用関係	12
3-1 交換力・引力・信用力	12
3-2 価値関係としての信用関係と「人格化」	18
結語	23
編集後記	40

第1節の要旨

商品は「すべて一様に金何円という価格を有しているということからも明らかなように」（宇野 [1964] 21 頁）同質であるというのが、価値概念の一つの典型的な説き方であった。これにたいし近年では、商品流通の不確定性を強調しつつ、いっそう個別の交換関係に密着した価値規定を与えようとする立場が現れてきた。そこでは、商品は「まず何よりも他者の物との交換性を持つ物」（山口 [1985] 15 頁）として定義される。「価値＝同質性」は、実質的に「価値＝交換性」に取り込まれ、固有の契機としては姿を消すのである。

しかし、「価値＝交換性」という規定を前面に押し出すことは、価値表現とは交換要請以外の何ものでもないという理解を招き寄せる。この場合、一回の交換要請をつうじて表現されるのが自商品そのものの価値であり、特定量の自商品の価値ではないことの理由も、十分説得的には説明しがたいことになる。加えて、商品所有者の初発の欲望も、量の知れた消費欲求へと矮小化されてしまう。しかし商品所有者は、たとえ欲しい他商品がなくても価値表現を続行せざるをえないという衝動、いわば純粋な価値表現欲求を抱えてもいる。

交換要請と価値表現との位相差を浮き彫りにするには、「価値＝同質性」を「価値＝交換性」には解消しえない契機として摘出しなければならない。そのことはまた、商品流通の不確定性にたいして、新たな角度から照射を加える上でも必須の作業となる。

第一に問題となるのは、現在交換される自商品とそれ以外の自商品との間の、タテの同質性である。これは、変動準備としての自商品の有用性を含むが、それだけではない。変動準備として使われる予定すらない手持ちの自商品も、その所有者の資産を構成する広義の「準備」としては、今回交換される自商品と同じだけの価値をもつ。こうした、見方次第では「商品＝交換物」ともいえない遊休部分こそ、「商品＝財産」の本来的な余剰性を、あるいは奢侈性を、より純粋な形で映し出すのである。

第二に問題となるのは、自商品とその等価形態に置かれる他商品との間の、ヨコの同質性である。この同質性を拠り所としてこそ、毎回の交換関係の成否やそこでの量的比率の如何に関わりなく、自商品はそれ自身に他商品と「共通のもの」を保持し続けているという、価値の内属性の観念も生まれてくる。またそれは、貨幣形態に至ってかえって決定的な意味を帯びる。商品所有者は、直接的交換可能性をもつ貨幣と、それをもたざる自商品との間に、しかし価値という「共通のもの」の伏在していることを観念してこそ、毎回の価値実現の緊急性の度合いを抑えることができるのである。

商品経済的な「富」としての価値概念は、これらタテとヨコの同質性の輻輳するなかから醸成される。たとえば、タテの同質性は、ヨコの同質性と重なり合って、欲しい上衣は1着だけ

でも、手持ちのリンネルを全て上衣で換算すればX着になるという具合に、一種の計算貨幣(価値尺度)としての機能を等価商品に与えることになる。それは同時に、主観的にはあれそれだけの価値を有するリンネルであれば、たとえ消費対象として無用の「他人のために使用価値」でも、今すぐ上衣その他の商品に換える必要はないという具合に、自商品の「富」としての性格をも再帰的に強化するのである。

総じて「価値=同質性」は、自商品に内在する他商品への「引力」が、一定期間にわたって引き継がれることを含意する。したがってそれは、価値保蔵性の別名でもある。貨幣論の後半部分で持ち出されることの多い「価値保蔵」という概念であるが、その初出の位置は、むしろ冒頭の二要因論にまで繰り上げられなければならない。

価値概念の刷新は、商品の二要因を構成するもう一方の使用価値概念を見直すことにも繋がろう。商品の使用価値は、必ずしも個々の商品体の素材性とは一致しないという標準的・擬制的性格を帯びる。また、商品の使用価値にたいして商品所有者の抱く欲望も、その商品が必需品であると奢侈品であるに関わりなく、自ずから非直接的・奢侈的性格を帯びる。こうした使用価値の欲望論的な特性、「使用価値=異質性」とも「使用価値=有用性(財一般の有用性)」とも割り切ることのできないその非個性性は、商品形態での「富」が保蔵される上での必要条件ともなろう。手持ちのリンネルの一部を古いものから新しいものへと入れ替えても、それらが集合体として担っていた商品性(使用価値と価値)までが取り替えられるわけではない。商品形態での「富」は、一つ一つを取り出せばさまざまな世代のリンネル片が混在しているという、その個体的な素材性の違いを越えて継承され、存続するのである。

2 価値表現と交換要請

2-1. 「価値=同質性」と価格の分散・変動

すでに冒頭でも述べたように、価値概念の内実を交換性へと絞り込もうとする立場は、形態展開の背後にある商品流通の不確定性を掘り下げることこそ、流通論冒頭での労働価値説の論証を廃した宇野の方法の要諦である——しかしその流通論の出発点に、実体規定こそ抜かれているものの、依然として交換関係の個性性と相容れない「価値=同質性」を据えたのでは、折角の形態論的アプローチの意義は台無しになる——という、固有の問題関心に基づいていた。したがってこの立場において、商品販売を不確定性に満ちた「商品の命がけの飛躍」として際立たせずにはいない根因、あるいは価格表示という意味での価値尺度をなお真の価値尺度から隔たらせずにはいない根因、つまり価値表現と価値実現との間の齟齬が強調されることになったのは、理の自然といえよう。しかし前節でも述べたように、他商品への交換要請と、「諸商品

の価値関係に含まれている価値表現」(K., I, S.62, [1] 94 頁)との間にも、一定の距離が潜むものと考えなければならない。これはまた、商品所有者の「欲望」のなかに、他商品の使用価値にたいする欲求と一体化されているとはいえ、それとは概念上区別されるべき欲求、つまり価値実現欲求や、それに先行する価値表現欲求^[32]など、総じて自商品の価値にたいする欲求が潜んでいるのではないか、という問題にも繋がる。

使用価値的な欲求は、他商品そのものを求め、その入手が困難である場合は、他商品を手入手するための交換手段を求める。これにたいし価値的な欲求は、第一に自商品よりも優れた価値保蔵手段を、第二に自商品の価値を実現するための価値尺度＝購買手段を、第三に自商品の価値を客観的に表示ないし評価するための価値尺度＝計算貨幣を、それぞれ求める。こうした分類に対応させるならば、交換要請とは区別された固有の意味での「価値表現」は、使用価値的な欲求ではなく、価値的な欲求に基づくものと考えて差し支えないであろう。むしろ、何れの欲求に基づくにせよ、商品所有者は詰まるところ「貨幣」を求めるのだといっても、別段誤りではない。しかし、そこで求められている「貨幣(機能)」には、欲望の諸分岐を反映して、微妙な位相差が潜んでいることを看過すべきではない。

たとえば、価値的な欲求の方だけを取り上げても、第二の欲求は、自商品に「命がけの飛躍」を行わせる上での外的な目標、その兎も角も物質的な——金紙の別を問わず——実在自体を求めている。また第三の欲望は、たとえ物質的な実在でなくとも、商品世界にあつて統一されているという意味では、かえってより確固たる実在性をもつ尺度を求めている。以上の限りであれば、目標ないし尺度の素材の何たるかは、必ずしも特定されない。「堅い貨幣」(K., I, S.118, [1] 187 頁)でなくとも、実在物としての「堅」さをもつものを目標に据えさえすれば、「商品の命がけの飛躍」は実践されうる。本来「物質」という語が、意識への還元不可能性という意味を含むとすれば、商品経済的な「物質」性とは、意のままにならない売り買いとの非対称性、あるいは直接的交換可能性の謂いであるといつてよい。紙券であれ、購買手段として商品の彼岸に屹立する限りでは、「堅い」物質、「向こう側で、他人のポケットのなかで、物的な堅い実在性」(K., I, S.125, [1] 199 頁)をもつものなのである。しかし、括弧に入れられた素材の問題、つまり物質的な実在自体ではなく、実在している物質自体は何であるかという問題は、第一の欲望によって、また殊に使用価値的な欲求によって、厳しく問われることになる。交換要請の対象となる「貨幣」と、価値表現の材料となる「貨幣」とは、素材面では同一でも、機能面では必ずしも同一ではないのである。

以上の問題は、「価値＝同質性」の契機とも、おそらく密接に関係するもののように思われる。すでに述べたように、「共通のもの」のいわば観念的な実在性は、等価形態が拡散するほど強められる関係にある。しかしその反面、等価形態が拡散するほどに、この「共通のもの」をそれ

自体として取り出すことの無理、あるいはそれを誰もが認めるかたちで表示する手段の欠落も、また自ずから強く意識されざるをえないであろう。価値の内属性、自己同一性についてのリンネルの矜持は、価値尺度の主観性についてのリンネルの自覚を常に伴い、それに毀損されかねない関係にある。

それゆえリンネルは、自他ともに認める「同名の大きさ」を求めずにはいない。実質的使用価値としては無に等しい「名」でも、世代を越えて継承される「商品世界の共同事業」の成果であり、もはや個別商品が任意に改名しうるものでない^[33]という点では、確たる形式的使用価値の手応えをもつ。どんな名であれ、それが価値の「名」(measure of value)である以上、ただの空疎な名目でも、金属の呼称ないし「法定の洗礼名」(K., I, S.115, [1] 181 頁)としての度量衡 (standard of value) でもないのである。この限りでは、金属貨幣ですら、あくまで価値の「貨幣名」(K., I, S.115, [1] 182 頁)として、つまり計算貨幣として現れる。また、こうした「名」にたいするリンネルの欲望は、他商品の実質的使用価値や、それを入手するための交換手段を求めるリンネル所有者の欲望と多くの場合一体化されているものの、決して同一ではない。たとえ交換が成就せずとも、あるいは交換が成就した後でも、自らに「同名の大きさ」を与え続けること自体が、自己同一性についてのリンネルの自覚を護り、あるいは強めるという一種の価値保蔵効果をもつことになる。つまり、自らに「共通のもの」としての実質、価値が内属するからこそ、商品がかえって社会に外属する「共通のもの」としての名前、価値尺度を作り出さずにはいないのである。ここには、最初から労働実体という「共通のもの」が前提されているのであればそれを(内的な)価値尺度とすればよく、これを前提できないからこそ価値実現をつうじた(外的な)価値尺度が必要になるのだ——したがってまた、商品の価値尺度を行うのは、常に価値実現のイニシアティブを握った貨幣の側であり、商品の側ではない——という、一般に流通形態論(あるいは「売る立場」)の名の下に強調されてきた交換性の論理とは、明らかに異なる論理が働いている。価値表現は、目的物にたいする「価値=交換性」の表現という側面だけではなく、価値尺度にたいする「価値=同質性」の表現という側面を兼ね備える。値札を貼ることは、一定額の貨幣へ交換を申し込むことであると同時に、その貨幣額で自商品価値を評価していることの表明でもあるわけである。

このように「価値表現」という概念を捉え直すのであれば、従来十分強調されてきたように思われる価値表現と価値実現との齟齬についても、改めて別の角度からの問い直しが必要となろう。交換要請としては、売れなければ意味はない。しかし、価値表現としては、果たして売れなければ意味はないのか、どうか。いいかえれば、売れさえすればよいのか、どうか。この点を問わねばならない。

この場合、貨幣による商品の価値尺度が、一回の購買で果たされるのか、それとも並んでく

り返される購買をもって果たされるのかという、貨幣機能論の古典的な論点を想起する必要がある。同種商品が幾通りもの価格で表示され、幾通りもの価格を実現しているのを目の当たりにする商品所有者にとって、一度実現されただけの自商品価格が、直ちに自商品価値としての意味をもちうるであろうか。いいかえれば、一度の「命がけの飛躍」の成功体験は、自商品価値にたいする商品所有者自身の評価の正しさを保証しうるであろうか。こう借問すれば、答えは自ずから「否」となる。その価格で売れることもあれば、売れないこともあるという市場関係のなかで、どの買い手による評価が真正であるかを決定づける確たる根拠はない。買い手の無知窮状に付け込んで高く売ることが売り手の常であるとすれば、そうした高値での販売成功を信認して自商品価値の評価までを上方修正することは、いわば自ら無知窮状の買い手に同化することを意味するのであって、それだけ他の売り手から付け込まれる隙を生じることになる。また、交換要請を緊急に実現させるための一時的な値下げであれば、価値評価そのものの改訂を伴う必要はない。売り手は、価格表示と価値表現との乖離を意識しつつ、いわば意図的に価値以下での販売を行うのであり、価格の弾力性はその意味ではむしろ価値の固着性と結びつくことすらある。結局、商品所有者は、一定期間にわたる自商品および同種商品の販売動向と、今後の販売期間の設定などを勘案しつつ、この価格であればただの「価格実現」を超えた「価値実現」が果たされるであろうという水準を各々割り出してゆく以外にないのであって、こうした価値評価——商品の側からの価値尺度——の根本的な主観性は、価格実現——貨幣の側からの価値尺度——を幾度くり返そうと、遂に客観性へ転化するには至らない。

以上はまた、貨幣形態の成立とともに、諸商品間の価格の比較が容易となり、価値表現が半ば「社会的」(宇野 [1950・52] 39 頁)なものになる——あるいは、半ば「客観化」(宇野編 [1967] 265 頁)される——という場合の、「社会化」の内容にも関わってくる。この規定は差し当たり、くり返しの購買をつうじて基準価格を実現させるという貨幣の(外的な)価値尺度機能の、価値形態論の段階における伏線であると見てよい。しかし、価格表示の主観的な偏りを正すべく、近隣の同種商品の値付けに倣うことだけが、ありうべき唯一の「社会化」なのではない。貨幣形態の成立とともに、現在の自商品価格と、過去または将来の自商品価格との比較が可能となることも、「社会化」の一つの態様と考えなければならない。過去または将来の自商品は、そこでは現在の自商品の(内的な)価値尺度、しかも他の同種商品はおろか、貨幣をもってしても代え難い特別な価値尺度に見立てられることになる。商品世界において統一を見た価値尺度も、個別商品のいわば内面においては、交換要請の実現性を測るものと、価値表現の妥当性を測るものとに二重化されて現れるのである。

この意味での価値表現の「社会化」は、たとえば過去に実現を見た価格であれば、これを容易には引き下げないという現在価格の硬直性をもたらさう。あるいは反対に、自商品の一部

についてあえて限定的な値下げに踏み切り、それらを早く売り抜けることで、残りの自商品については以前の価格水準で持ち堪えようとする、現在価格の弾力性と一体化した将来価格の硬直性をもたらさう。総じて、等価商品の使用価値への欲望からは分離した、純然たる価値保蔵欲求、自商品に宿された価値そのものへの欲望を定着させよう。その限りで、かえって同種商品間の価格分散を増幅させる要因ともなるのである。そして、こうした「価値＝同質性」に固有の粘着力もまた、従来もっぱら「商品の命がけの飛躍」の成否——「価値＝交換性」の実現の成否——の不確かさという意味に解されてきたのとは別種の、商品流通の不確定性の一側面をなすものと考えなければならない。

総じてここには、商品が「同質性」を放棄して「交換性」に特化しえないとすれば、その商品によって構成される商品流通も、不断の価格分散を受け入れざるをえず、また商品流通における価格分散が不断であるとすれば、その商品流通に在籍する商品も、放っておけば減損しかねない「同質性」の回復にますます勤しまざるをえないという関連を読み取ることができよう^[34]。分散性と同質性という、一見すると相反するかに思われる特質は、価値概念において矛盾なく並立するわけである。

2-2. 価値表現における「期間」の契機

このように、交換性と並記されるべき価値のもう一つの本質が、同質性の論理と結びついた「富」としての性格、価値保蔵性（≒価値増殖性）に求められるとすれば、価値表現としての価値形態も、また自ずから「期間」の契機を含んでいることになる。価値形態は、今日の消費対象であれ、明日の消費対象であれ、兎も角も現在入手すべきさまざまな他商品があり、それらは必要性の度合いこそ異なるものの、何れも現在の欲望対象＝交換対象として同格であるという、いわば時制なき商品世界の広がりの中かで展開するだけではない。「商品範囲」（宇野 [1950・52] 37 頁）の拡大とは、空間的な拡張だけではなく、時間的な延長をも意味するものと解さなければならない。もとより『資本論』の交換過程論でも述べられるように、商品交換の発展の度合いもまた、広さと深さという二種類の尺度によって計られるのである（K., I, S.102, [1] 160 頁）。

しかもこのことは、商品世界のそこかしこに分散する他商品の価値表現を渉猟するには、どうしても時間が、つまり流通期間が掛かるという、消極的な意味において理解すべきではない。むしろ、交換要請の実現を求めるだけでも、自ずから「期間」の問題に直面せざるをえないことは確かであろう。しかしここでは、価値表現ならではの積極的な期間設定、評価（価値表現）時点からの交換（価値実現）の先送り——逆にいえば、交換時点からの評価の前倒し——こそが問題となるのである。また現に、資本の下での流通期間も、たとえその短縮が課題となる場

合ですら、上記のような積極・消極の両義性を有しているといつてよい。売り手の付くところまで値を下げることだけが、期間短縮の術ではない。むしろ、事前に評価を固め、相応しい売り先を探すための余裕を設けてこそ、交換条件の交渉を有利に運ぶこともできるのである。

形態Ⅱを例にとって考えてみよう。複数の等価商品をリストアップすることは、それらを現在一度に入手しなければならないことを必ずしも意味しない。今すぐ実現されないからといって、自商品の価値がそれだけ減じるわけではない。したがってまた、逆にいえば、リストアップされる等価商品は、今すぐ使用可能な状態で実在している必要もないであろう。形態Ⅱの等価形態に置かれた商品列のうち、たとえば第一列の上衣1着は現在必要で、したがって現在交換を申し込まれている物在であるかも知れないが、第二列の茶1キログラムはそうであるとは限らない。茶は、今すぐ必要だというわけではないし、そもそも上衣1着のように、目の前に現物として存在しているのではないかも知れない。そうした茶でも、これを現時点で等価商品列のなかに加えておくことは、価値表現としては十分意味をもちうる。また交換要請としても、将来の入手の困難、いわば値上がりを見越した予約としての意味をもちうるのであり、その場合には交換要請の狙いも、等価商品の使用価値から離れて、むしろその価値へ、あるいは手持ちの自商品を元手としたいわば資産運用へとシフトする。そしてこのように、将来時点での交換比率を、現時点で確定しておくように持ち掛けることは、その間の自商品の価値保蔵性を前提し、かつ対外的に表現することになるのである。

翻って考えてみると、今すぐ必要な上衣1着だけを等価形態に据えたのでは、反作用的に自商品の方も、今すぐその価値を実現されるべきものとして規定されざるをえない。結果的に価値実現までに時間が掛かるということはあるにせよ、こうした価値形態は、自商品の価値＝価値保蔵性の十全な表現とはならないであろう。自商品の価値＝価値保蔵性を表現するという目的に照らせば、できるだけ遠い将来時点での商品世界のなかから等価商品を選び出すこと、それだけにまた、手に触れて確かめることのできる現時点での素材性からも遠い等価商品を選び出すことこそ、理に適うのである。その価値物としての実在性さえ疑わしいところがなければ、今すぐ袖を通すことのできない将来の上衣も、「商品」たるに十分な資格を有するのであって、目の前の上衣に何ら引けを取るものではない。しかも厳密に考えるならば、どれほど上衣を矯めつ眇めつ眺めたところで、どうやら確からしさを増すのは、上衣の使用価値物（商品体）としての実在性であって、価値物としての実在性ではない。使用価値の耐久性と価値の保蔵性との違いからすれば、商品体そのものは無傷なままそこに宿された価値のみが急激に目減りしてゆく、いわゆる「道徳的磨損」に晒されやすい商品種も少なからず存在しえよう。ここにはまさに、「このような上衣の属性（価値体としての属性；引用者）そのものは、上衣のどんなにすり切れたところからも透いて見えるわけではないが」（K., I, S.66, [1] 100頁）という、価値関

係の本源的な不確かさがある。それでも、商品世界のそこかしこで等価商品に選ばれているという事実自体、いいかえれば形式的使用価値としての実在性（転売可能性）自体が、上衣に価値物としての確かな手応えを与えることになる。とまれ、以上のような積極的な意味での「期間」は、その事前の確定性ないし計画性、あるいは将来時点の先取りという点にかんして、流通期間よりもむしろ信用期間に通じるといってよい。形態Ⅰから形態Ⅱへの展開は、たんなる欲望対象の空間的拡散としてではなく、「期間」の契機を取り込んだ等価形態の時間的拡張として押さえることもできるのである。

とすればまた、形態Ⅱにおいて複数化された等価形態は、価値の表現材料がたとえ一種類の貨幣商品に統一された後も、なお一種類の貨幣価格のうちに収斂されるとは限らないことになろう。くり返し述べてきたように、「価値＝同質性」の本質は、その時々々の価値実現の成否を超えて、ある時点での価値評価が据え置かれるという点にあった。もとより、価値実現と価値評価とが無関係でありうるはずもないが、といては価値評価そのものが、逐一「日々の物価表」（K., I, S.75, [1] 116 頁）に記載されるわけでもない。冒頭の商品所有者といえども、売買に臨んでは、買い手の目に晒されることのない——しかし貸し手や出資者の目には晒されることのある——計算表、会計帳簿を持参するはずだという点では、すでに一端の資本家としての顔をもつのである。そしてこの帳簿には、現在表示した価格とは別に、今期できうればここまで釣り上げたいと希望している価格、または次期実現するであろうと予想される価格までが、併記されているものと考えべきであろう^[35]。これらの表示されざる価格は、事実上の信用価格といってよい。頭のなかで得手勝手な貨幣額を思い浮かべ、それを自商品に等置したということのみが、商品所有者の「観念」的性格の全てではない。むしろ具体的な貨幣額を等置した途端、その貨幣額では本当は賈われないかも知れないという、得手勝手な自商品の価値額を思い浮かべてしまうという点にこそ、一枚の値札からは到底伺い知ることのできない、いわば価値本来の不可測性^[36]に由来する商品所有者の根深い「観念」的性格が存するのである。

この場合、たとえば当座の貨幣需要から、値札を 100 円から 90 円に書き換えたところで、予想価格までが自動的に 90 円に「修正」されるとは限らない。むしろ、予想価格（＝評価額）を 100 円に保つためにこそ、緊急避難的に表示価格（＝実売額）が 90 円に下げられることもありうる。この緊急避難がくり返されて常態と化したとき、はじめて予想価格自体の見直しが断行されるのである。1 着の上衣を是が非にでも入手するべく、リンネルの提供量が 21 ヤール、22 ヤールと積み増される毎に、リンネルの「価値＝交換性」は、下方修正されて表現され直すことになろうが、「所有者にとって他の商品との交換の基準となる、その価値」（宇野 [1964] 22 頁）、いいかえればリンネルの「価値＝同質性」は、「リンネル 20 ヤールは 1 着の上衣に値する」という初回の表現のまま、少なくとも一定期間は持ち越されるかも知れない。「交換の基準」と、

実際の交換比率とは、むしろ合致しないのが常であろう。

以上の意味では、買い手による価値尺度は、価格表示の主観的な偏奇を「修正」することとはむしろ反対に、予想価格そのものを売り手と共有すること、売り手の「独りよがり」(宇野 [1952] 177 頁) に荷担することまでを、時として含んでいる。たとえば、商業資本間の転売をつうじて商品の予想価格(資産価格)が釣り上げられてゆく好況末期の投機的現象は、そのことを端的に示している。表示価格を実現することだけが目的なのであれば、目の前の買い手によって一回承認されるだけでも事足りる。しかしそれでは、自商品の秘めたる価値、予想価格までが承認されたことにはならない。この承認は、将来の販売予想そのものが審査に付され、共有化される関係、端的には信用関係をつうじて与えられるのである。実際、好況末期の投機的な在庫形成も、信用関係の全面的な利用をつうじて行われる。本来「独りよがり」にすぎない販売予想も、複数資本間でくり返し承認されることで、一種の共同主観的な現実へと転化するものであり、この現実を共有する複数資本の間では、未だ実現されていない予想価格は、しかし現在実現されている表示価格以上に、確たる「価値」の形態として通用するのである。

もともと価値形態の展開には、交換要請の成就を求めるという筋と、価値表現の完成を求めるという筋——「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」(K., I, S.62, [1] 94 頁)——との二つが並存していたといつてよい。第一の筋についていえば、直接的欲望対象への交換要請を成就させるために、間接的欲望対象(交換手段)を等価形態に加えようとする迂回的な交換要請こそが、結果的に多くの商品所有者によって共通に欲せられる商品を生み出し、形態Ⅱから形態Ⅲへの移行をもたらすものと規定される。第二の筋についていえば、形態Ⅰにおいて価値はなお特定の使用価値から独立した表現を獲得するに至っておらず、そのことが形態Ⅱへの移行を必然化する——「個別的な価値形態はおのずからもっと完全な形態に移行する」(K., I, S.76, [1] 118 頁)——という規定、しかしその形態Ⅱも、等価商品列が無際限に引き延ばされるという点では「未完成」(K., I, S.78, [1] 121 頁)であるという規定^[37]、そして形態Ⅲにおいてはじめて、価値は全ての商品に共通の性質として表現され、商品は互いに価値として関係し合い、「商品世界の価値」(K., I, S.80, [1] 125 頁)そのものが表現されることになるという規定、等々がある。しかし、価値表現の完成度は、貨幣形態をもって最高水準に達するものと見るべきではない。

価値と価格(交換価値)との区別という絶対価値説の本義に立ち返るならば、価格とはあくまで価値の一つのあり方、あるいは表示時点でのあり方を表現するものにすぎない。さらに、その表示時点においても、この価格がたとえば他の同種商品の価格と釣り合うものであるか否かは一目瞭然であるものの、この価格が果たして価値に見合うものであるか否かについては、

売り手自身にとっても常に不透明性が付き纏う。しかも売り手は、価値とのいわば主観的（不可視）な釣り合いを犠牲にしても、他商品の価格とのいわば客観的（可視的）な釣り合いを取ることを、時として余儀なくされましょう。こうした、価値尺度の統一とともに高められた商品世界の競争圧力によって、価格と価値との齟齬はいつそう広げられることになる。それとともに、商品に内在的な交換価値なるものは「一つの形容矛盾〔*contradictio in adjecto*〕であるように見える」（K., I, S.51, [1] 74 頁）という外観、「価値＝価格」という社会的通念も完成してしまう。その点では、かえって交換要請としては最も原始的な形態 Iこそ、価値の内属性を、いわば最も不純化の程度の浅いままに護るための縁になるといえないこともない。そこでは、上衣をめぐる他商品との競争関係も、上衣との交換比率を目まぐるしく変動させ、リンネルに内在的な交換価値なるものを「一つの形容矛盾」と見せる程までには、なお全面化されるに至らないのである。

とはいえ、このように価値関係を、商品世界の競争圧力の十分及ばない特定の交換関係として狭く閉じてしまえば、リンネルの価値自体も、ただ上衣1着にたいして据え置かれた20ヤールの個別的価値、20ヤールの内属性として表現されるに過ぎなくなろう。価値の内属性を、ただ護るのではなく、社会的に表現し、かつ保蔵するという目的に照らせば、形態 I はやはり外すべき枷とならざるをえない。要するに、諸々の仮空性を拭いえない価値とは、その時々の変動こそあるものの、各時点ではあくまで確定的なものとして表示されざるをえない一種類の価格を材料としては、およそ表現され尽くすことのないものなのである。それはまた、貨幣にたいする交換要請の成就としての「価格実現」と、貨幣を用いた価値表現の成就としての「価値実現」との間の齟齬にも通じる。

したがって、保蔵性（内属性）と不可測性を特徴とする価値は、使用価値との間に「内的な対立」（K., I, S.75, [1] 117 頁）を抱えるだけではなく、相対性と可測性を特徴とする価格との間にも、いま一つの「内的な対立」を抱えていたことになる。貨幣の排出をもって価値と使用価値との対立を克服することは、価値と価格との対立を新たに抱え込むことに等しい。とすれば、価値が貨幣という使用価値からも独立していることを示すことは、価値形態論の次元では未決の課題として商品に残されざるをえない。そしてその課題の克服は、より高次の形態展開、資本へと持ち越されざるをえない。その意味において資本形式は、「過程的な価値」（Marx [1861-63] III, S.129, [7] 234 頁）の紡ぎ出すいわば第二の価値形態であるといってもよい。資本としての運動をつうじて、価値は「それが価値だから価値を生む、という神秘的性質」（K., I, S.169, [1] 270 頁）を受け取るといってよいが、その神秘性は、商品自体が蔵していた、しかし貨幣形態ではかえって希薄化せざるをえない、価値本来の特質でもあったわけである。

結局、交換性と同質性という価値の二重性は、その表現形態として、複数種類の、あるいは

複数時点の価格を要請せざるをえない。一定期間にわたる同質性の持続としての価値保蔵性は、一時点の価格によっては表現されるべくもない。したがって、現金価格と信用価格——その表示こそ現時点でなされるが、あくまで将来の予想価格との比較で尺度される——とが並立するという価格の二重構造は、商業信用の特性というよりも、むしろ商品価値そのものの本質に由来するといえよう。そのことを踏まえれば、商品間の形態的な同質性を、たとえ当座の例解^[38]としてではあれ「金何円という価格」（宇野 [1964] 21 頁）の次元、つまり現金価格の次元で押さえるという方法には、やはり決定的な疑点を打たざるをえないことにもなる。もとより、資本間で取り結ばれる商業信用それ自体の検討は、本稿の課題ではない。しかしこれまでの議論は、ごく本源的な商品世界における価値規定を論ずる上でも、ある程度まで後の信用論の展開を予料する必要があることを、自ずから示唆するのである。これまでに述べてきた価値規定の二面、特に「価値＝同質性」を、改めて信用論的な視角から問い直すこと、それが次節の主題となる。

3 価値関係と信用関係

3-1. 交換力・引力・信用力

本稿のこれまでの議論の骨子は、「価値＝同質性」を、価値保蔵性と読み替えるべきである、という主張に纏められよう。ただ、こうした読み替えは、そもそも通常用語法として、一種の自家撞着を含むもののようにも見える。つまり、価値保蔵性という場合の「価値」とは何かという方向に一步議論を進めるや、直ちに「価値＝同質性（＝価値保蔵性）」という初発の規定へと送り返されることになり、そうした堂々巡りのなかで、結局「価値」という概念自体が宙に浮いてしまうのではないか、という自家撞着である。このアポリアを回避しようとするれば、価値保蔵性という場合の「価値」には、少なくとも「価値＝同質性」とは別の規定が与えられなければならない。とって、それを直ちに「価値＝交換性」と同定してよいのか、どうか。商品の内に保蔵される「価値」とは、他商品への交換要請をつうじて発現し、他商品の側から尺度される「交換性」と密接に結びつくことは確かであるが、果たしてそれに即一的に対応するのか、どうか。この点が問題となるのである。

すでに冒頭で述べたように、現時点における価値概念の有力な定義の一つは、「他者の物との交換性」（山口 [1985] 15 頁）というものである。この場合、さらに重ねて「交換性」とは何かと問われるならば、それは「他の商品を引きつける性質」（山口 [1985] 15 頁）であるというのが、一般的な回答になろう。しかし本稿の立場からすれば、通常同一視されるこれら二つの性質の間、または「交換力」^[39]と「素材的なすべての要素にたいするその商品の引力

Attraktionskraft」(K., I, S.147, [1] 234 頁)との間には、微妙ではあるが看過することのできない相違がある。

むろん、幾ら「交換力」を行使しようにも、肝心の「引力」を欠いては交換要請の成就する見込みはなく、詰まるところ「交換力」も無効になると考えれば、こうした区別はおよそ無意味であるように見える。交換関係が、二者間でのいわば双方向の行為の合致としてのみ成立する以上、交換する側は交換される側ともいえ、「交換力」を発揮して自らを押し出した側は、そのまま相手を「引力」によって引きつけた側ともいえる、というわけである。交換関係のみを価値表現(価値実現)の結果と考え、この結果をいかなる概念によって記述するかということに問題を限定するのであれば、確かにこうした区別は相対化されよう。もとより交換要請は、自ら交換の場に出向するという側面だけではなく、相手を交換の場に引き入れるという側面を有している。それでもなお、次の点が問題とならざるをえない。すなわち、他商品と交換(売買)されるということのみが、他商品のありうべき唯一の引きつけ方であるとは限らない。あるいは、そこで惹き付けられる他商品所有者の欲望は、交換(売買)から使用(消費)へと直結するような、直接的欲望だけであるとは限らない。その欲望を惹き付けるのは、価値ではなく、むしろ「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」(K., I, S.147, [1] 234 頁)という性質、すなわち使用価値の方であろう^[40]。しかし価値は、「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」(K., I, S.147, [1] 234 頁)のであり、そのようなものとして、いわば非直接性を帯びた所有欲や価値保蔵欲をも惹き付ける。そして、これらの欲望の充足は、欲望対象によって表わされているのが所詮有限の「社会的な富の大きさ」でしかないことによって、必然的に一種の欲求不満を伴わざるをえない。すなわち「引力」は、欲望を惹き付けると同時に、新たに喚起せざるをえないのである。

たとえば自商品が、それを入手した他商品所有者によって直ちに費消されることなく、暫くの間保有されるという場合を考えてみよう。この場合、「価値=交換性」の論理に絞り込んで考えるならば、自商品は他商品所有者の手に渡った段階で、彼の商品を引きつけ終わり、彼の欲望をも惹き付け終わったものと断じざるをえない。それはもはや、商品としての「引力」を失ったただの財であり、「素材的な富の一つの特殊な要素」として、財一般の有用性によって消費欲を満たすにすぎない。その場合の商品世界とはまさに、「売れたときはじめて使用価値として役にたつことができるのであるが、そのときはもはやそれは商品ではなくなっている」(日高 [1983] 17 頁)という、厳格な退去命令の執行される世界である^[41]。しかし、自商品の惹き付けた他商品所有者の欲望のなかに、仮に所有欲や価値保蔵欲が一定の比率で混在していたとすれば、事情は異なろう。これらの欲望にたいしては、保有期間中も消えることなく「引力」が作用し続けているのであり、しかもその作用をつうじて、所有欲や価値保蔵欲そのものも潤

れることなく喚起され続けることになる。これらの欲望は、単発的な「価値＝交換性」のうちに解消されてゆく直接的欲望をある段階で切り離し、継続的な「価値＝同質性」へと向かうのである。自分にとっては非使用価値でも、それが「価値」を保蔵する商品なのであれば、十分欲望対象とはなりうる。その商品に諸多の他商品が引きつけられるのであれば、そのことが理由となって、自商品もまた引きつけられる。しかし、欲望対象であるからといって、交換対象であるとは限らない。むしろそこでは、交換に供さずとも、あるいは一度交換を終えようとも、依然として欲望対象であり続けるという継続性ないし保蔵性、つまりは資産（財産）としての性質こそが、「社会的な富」たる所以として欲望的となる。ある意味で、価値とはそれ自体、商品の内に仕込まれた価値増殖への誘引なのである。

もっとも、再度交換の場に引き出され、さらに別の商品を引きつける際に、商品の「引力」は再生するのだという理屈も成立しないわけではない。確かに、あくまで商品所有者間の個別的な交換関係に即して価値概念を定義するのであれば、そう考えるのがむしろ正着であるかも知れない。しかしその場合、他商品への「引力」は、交換関係の度ごとに現れては消える、まさしく「電気火花のような実在性」(Kr., S.180, [訳] 331 頁)として抽象化される以外にはない。すると当然、空白期間の置かれた前後の引力を、果たして同一の引力と考えてよいのかという疑問が生じることにもなる。この疑問が、少なくとも当事者の立場においては封じられていることこそ、商品が「それ自体で価値という属性を持っているかのように」(山口 [1985] 15 頁)認識されること、つまり価値の内属性の、必須条件をなすのである。そして、観念的ながらもこうした内属性に裏打ちされた保蔵性があるからこそ、購買過程の終点と生産過程の始点との狭間に走る「価値＝交換性」の切れ目にもかかわらず、「価値＝同質性」の方は不断に自己を増殖してゆくという、産業資本の運動もまた可能となるのではないか。それ自体としては売るための商品でも買うための貨幣でもありえず、したがって何ら「交換力」をもちえないはずの生産資本も、資金動員力の少なくとも副次的要因ともなりうれば、資本価値の評価対象ともなりうるだけの「価値」を保持していることは否めない。商品の「価値＝引力」は、交換（売買）の場面でこそ「交換力」となって発現するが、それ以外の場面では「信用力」として自らを保存するわけである。

問題を別の角度から捉え返すならば、次のようになる。すなわち、「他の商品を引きつける」という場合、この「他の商品」が商品所有者の欲望対象のみに限られる根拠はない。他商品とたんに遭遇したのではなく、自商品の方がそれを引き寄せたのだと見るからには、欲望対象ならざる他商品までもが、しかし欲望対象と何ら変わりなく「素材的なすべての要素」を構成するものとして、同時に集まってくるものとしなければならない。それらの他商品は、自商品の「価値＝交換性」を発揮するべき目下の対象とはなりえないが、自商品の「価値＝同質性」を

表現すべき材料とはなりえよう。商品所有者自身の関心は、もっぱら意中の等価商品を引きつけるか否かに注がれ、その他の商品は眼中にないかも知れないが、いわば商品の関心——別言すれば、消費者としてではなく、資産保有者としての商品所有者の関心——はその限りではない^[42]。商品の有する「引力の程度」(K., I, S.147, [1] 234 頁)は、どれだけの量の他商品を引きつけるかという尺度、いわば「引力」の作用範囲だけではなく、どれだけの期間引きつけるかという尺度、いわば「引力」の作用期間によっても測られる。したがって、「交換力」の表現ではなく、「引力」の表現として見た場合、商品の価値形態はどうしても複数種類の、また複数時点の等価商品を必要とするであろうことが、2-2の末尾に続いてここでも再度確認されるのである。

もっとも、「信用力」を決定する要因は、必ずしも一通りではない。いかに商況の芳しい資本といえども、マルクスのいわゆる「機能資本家」(K., III, S.383, [7] 99 頁)のように、自己資本を一切投下することもなく高い受信力を備えているというケースは、原則的には想定しがたいであろう。与信力にせよ、信用期間中の与信資本の循環を繋ぐための遊休資金や原料在庫の存在、あるいは他資本から確実に信用で買いうるという受信力を必須の前提とするが、他にも、信用調査費用や債権取立費用といった「信用関係にともなう流通費用」(日高 [1966] 155 頁)によって高められもする。また翻って考えてみれば、通常の現金取引にも、ある程度これと同様のことが当て嵌まる。商品の「価値=引力」を保存しようとするれば、同種商品の価格動向を追跡しつつ自商品の評価額を適宜改訂するための市場調査費用や、自商品の価格をたんに表示するだけでなく公示し、場合によっては自社の販売実績や財務状況までを通知するための広告宣伝費用^[43]など、むしろ売買費用に分類されるべき特殊な「保管費用」が投下されなければならないのである。しかし「信用力」を、現在の購買力(交換性)としての貨幣債務を創り出すという信用創造の、その創造力——この力が、どの資本を対象として、いかなる条件の下に発現しうるかは別として——と解するのであれば、受信資本の側での将来の資金形成こそが「信用力」の核心をなすという見方が、近年の信用論研究では徐々に定着しつつあるといつてよい^[44]。この場合、将来の資金形成の成否は、したがってまた債務履行の成否は、むしろ受信資本の側での将来の商品販売の成否に懸かってくる。とはいえ、返済の原資となるべき「価値」自体は、別段受信資本によって創り出されるわけではない。それは、商品の形態ですでに現存している。受信資本の生産過程をつうじて増殖される「価値」、延いては、現在信用で売られる商品に内属する「価値」こそが、貨幣の形態で将来還流するのである。

商品 W の価値は、将来の貨幣還流を待たずとも、現在の信用販売でひとまず実現され、受信資本の下での姿態変換=自己増殖を開始する。その場合、受信資本の生産する W' の価値は、W' に固有の価値と目することができようが、同時にまた、W' によって継承された W の価値と目

することもできよう。成程一度売れた W は、直ちに受信資本によって生産的に消費され、もはやそれ自体としては「商品」でない、つまり「交換性」を有しうるものでない。また当然、債権＝債務関係を解消する「決済性」を有しうるものでもない。資金還流が遅滞したからといって、W を次善の支払手段に充てることは不可能であろう。商品で支払うことの無理は、商品で買うことの無理にも増して、貨幣の特権性を浮き彫りにするわけである。しかしまた W は、その販売と引き替えに入手した商業手形に、ただの空手形（架空資本の創造）とは異なる「貨幣性（通用性）」を現在もなお与え続けているのであって、その意味では無価値であるとも断じえない。現実には二者間で商取引が行われ、W という「価値物」が引き渡されたという実質こそが、新たに三者以上の信用関係が展開される上での基礎となる。初発の商品 W の価値は、W' の「交換性」として継承され、現金貨幣での実現——それは見方次第では、「商品にとっての『命がけの飛躍』の最終的完成」（日高 [1966] 71 頁）といえるかも知れない——を待つその間にも、手形の「貨幣性」に引き継がれての流動化（輻輳流通）を先行的に開始し、異なる売買関係をつうじて実現を重ねてゆくのである。さらに、与信資本の当事者的な意識に照らしても、自分が信用で売った商品 W の価値が、現在いかなる価値形成＝増殖過程の最中にあるかという、その受信資本の下での姿態変換の進捗について、支払の完済されるまでは決して無関心でありえないであろう。それまで別個の資本に営まれ、売買関係に隔てられてきた複数の生産過程は、債権＝債務関係という新たな括りの下に、今や事実上一つに連結されて現れることになる^[45]。したがって、他商品 W' の将来の価値実現をモニタリングすることは、詰まるところ、一度実現した自商品 W の価値の後の成り行きを追跡することにも等しい。自商品 W と他商品 W' とは、内製化された部品と製品とがそうであるように、表面的な自他の別を超えて、いわば擬似的な血縁の繋がりを獲得する。つまりは、使用価値の個性を超えて、価値の継承性を獲得するのである^[46]。この継承性は、1-1 で述べた自商品と他商品とのヨコの同質性の、おそらく一つの発展形と見ることができよう。

また信用関係とは、以上の意味では、自商品 W の価値の内属性にたいする信頼の別名に他ならず^[47]、信用価格とは、現金価格ともまた別種の、自商品 W の価値形態に他ならない。むろん、どの資本が与信相手ないし受信相手であるかによって同種商品でも区々となる信用価格は、その分散性だけを取れば、現金価格よりも不純な、いわば正確さを欠いた価値形態であるようにも見える。しかしこの分散性は、仮に信用で売れなかったならば切り下げられる以外になかった W の、また信用で買えなかったならば切り下げられる以外になかった W' の、それぞれの現金価格が据え置かれることと結びついている点を忘れてはならない。一方が撓むことで他方を固定させるという、こうした価値関係の連携性は、まさに W と W' との間に潜んでいる擬似的な血縁の繋がりを証明する。そして当然、この繋がりを利用することで強められた価格変動へ

の抵抗庄、つまり価値保蔵性は、2-1の末尾で述べた意味での商品流通の不確定性を、いっそう増幅する要因ともなるのである。

受信資本 A と与信資本 C との間に挟まれた与信＝受信資本 B にとっては、今や A の下であって、それ自体としては「交換性」も「決済性」も有しない自商品 W こそが、自身が A とともに連帯責任を負うところの、C への貨幣債務を裏打ちする資産となる。それは、銀行資本にとっての割引保有手形と同様であろう。あるいはまた、A や C 以外にたいして別途販売されるべき手持ちの自商品 W こそが、C への貨幣債務を負う上での広い意味での「支払準備」となる。それは、銀行資本にとっての保有有価証券（国債や優良株）と同様であろう。A の下での将来の資金形成の遅滞に備えることは、自商品 W の価値の内属性にたいする信頼を直ちに毀損するものではなく、むしろ反対にその信頼の上にこそ成り立つ。このように、内外の別個の売買関係をいわば一続きの債権＝債務関係として連結させる商業信用は、単発的な「価値＝交換性」には還元しえない「価値＝同質性」の契機を、現金販売における以上に顕在化させるわけである。

この節での議論を敷衍すれば、「信用力」と「信用度」（日高 [1966] 109 頁）^[48] という、通例ほぼ同義と考えられている二つの概念の間に、しかし厳密には一定の区別線を引かなければならない、という見解にたどり着くこともできよう。すでに述べたように、「信用力」の発現条件は、同種商品にかんしても決して一様ではない。与受信資本間にありうべき諸々の量的条件の不一致は別としても、与信資本の捻出しうる信用調査費用や債権取立費用、信用期間中に流用しうる遊休資金など、いわば信用関係を外側から支える資金のストックやフローの多寡に応じて区々となる^[49]。こうした変動性や分散性だけを取れば、「信用力」なるものは、商品間の同質性のうちに根を張るとは到底いいがたい、純粋に相対的な概念でしかなく、むしろ商品間の異質性にこそ帰属させるべきもののように思われなくてもいい。とはいえ、「交換力」の発現条件といえども、不確実な商品流通にあっては同種商品間でのバラツキが幾らでも生じうる。資金状況の逼迫している資本であれば、他の同種商品よりも不利な条件での売り急ぎを余儀なくもされようが、そのことが「交換力」の内属性そのものを否定する理由とはなりえない点については、すでに再三にわたって論じてきた通りである。したがって、「信用力」という概念は、「信用力」の実現性の度合いを指す「信用度」という概念とは、あくまで別異のものと考えべきなのである。

逆に、信用関係の反復をつうじて刻々と大きさを変えてゆく、その変数を「信用力」と名づける場合、それは商品に内在的な価値とはもとより無関係な性質として、あるいは商品市場を舞台とする商業信用ではなお何かの関係を残すかに見えるものの、貨幣市場ではそれを明確に断たれるべき性質として抽象化されざるをえない。こうした「信用力」は、あくまで信用関

係の内に出自を有し、信用関係に固有の要因によって決定されるものと考えざるをえない。また実際、「信用力」は、そうした市場関係一般に直接由来するものではない外来性なり外面性なりを有することも確かであろう。銀行資本の信用力にせよ、純然たる信用調査能力の高さによって、あるいは長期にわたる信用調査によって蓄積された信用情報の、いわば無形資産としての厚みによって裏打ちされる側面のあることは否めないであって、それらは商品の売買関係とは差し当たり関わりのない基準である。とはいえ、この側面が全てなのではない。前段でも述べたように、銀行資本の信用力には、銀行資本の資産内容の健全性によって、取りも直さず銀行資本の下に集積された割引保有手形の優良性によって裏打ちされる側面もあるのであり、この後者の側面において、手形の発行に際して売買された W ないし W' の「価値＝引力」と結びつくのである。そして、こうした「信用力」そのものと「信用度」との間の齟齬は、交換可能性としての「交換力」そのものと、その時々々の販売動向で左右される「交換力」の実現性の度合いとの間の齟齬にも、やはり符節相合する関係にある。

3-2. 価値関係としての信用関係と「人格化」

問題は結局、交換関係と価値関係（商品関係）との区別という、ある意味では古典的な論点へと回帰することになる。価値関係とは、交換関係の他にも、信用関係や結合関係など、やがては各々別個の市場機構へと結実すべき関係性を内に秘めているのであって、またそのようなものとして初発の商品世界を構成するのである。そのことは、価値関係とはもっぱら商品市場のみを支配する原理であるのか否か、つまり貨幣市場や資本市場とはその商品市場を介して間接的に繋がるだけなのか否かと借問すれば、直観的にせよ明らかとなろう。貨幣市場を流通する資金（貨幣の使用権）にせよ、資本市場を流通する資本（出資持分）にせよ、それらは原基形態を迎れば商品という範疇に行き着くのであり、したがって明らかに価値関係の埒外に出るものではないという点にこそ、「商品の二要因」に始まる流通論の基本認識があったわけである。とすれば、価値関係はその個別性の内に、何れも個別性に含まれるとはいえ相互に比較すれば歴然と異なる二つの特質、すなわち交換関係に顕著な不特定性（匿名性・単発性）と、信用関係に顕著な特定性（記名性・継続性）とを両立させていることになる。信用で売るということになれば、売れさえすればよいということにはならないし、買い手が誰であろうと構わないということにもならない。信用価格は、それさえ支払えば自由に買えるという表示価格ではないのであって、信用売買はその意味では、通常の売買関係とは異なり、買い手が一方的に直接的交換可能性を独占するとは必ずしもいいがたい関係をなすのである。

したがってまた、価値関係の内に「商品体の具体的なもの」（*K., I, S.100, [1] 157 頁*）への感覚を取り戻すという、通常の意味での「人格化 Personifikation」だけでは、商品世界において

信用関係が展開されるにはなお不足であると考えなければならない。確かに、陳列性（現物性）という狭い枠に嵌められた商品範囲を打ち破るための条件は、「価値＝交換性」と相補う「価値＝同質性」のなかに、いかえれば価値保蔵性の契機のなかに、すでに先駆的に認められはする。事実、「価値＝同質性」の表現される形態Ⅱでは、目の前にある他商品と同じ資格で、目の前にはない他商品、つまり将来時点での他商品までが等価商品列に加えられるのである。しかしまた、商品が生粋の「犬儒派」（K., I, S.100, [1] 156 頁）であるからといって、いかなる他商品でもその等価商品たる資格を得るわけではない。商品所有者の欲する種類の他商品ですら、同断である。ここでは、むしろ商品所有者の欲望内容自体が、素朴な交換関係とは別の観点から組み直されることになる。すでに2-2でも述べたように、たとえ目の前になく、手で触れることのできる「商品体」をもたない他商品でも、形式的使用価値としての実在性、いかえれば価値物としての手応えに不安さえなければ、これを等価商品列に繰り込むことに支障はない。目の前の「商品体」は、その手応えを確認するための一つの材料とはなりうるが、その決め手となるわけではないのである。したがって、形態Ⅱを展開するためには、同一の「商品体」をもつ数多ある同種商品のうち、何れとの間には交換関係のみを結ぶべきであり、何れとの間には信用関係までを結んでもよいかという、個別具体的な選別を付ける必要がある。交換関係においては埋もれたままの、いわば「商品（≠商品体）の具体的なもの」への感覚を呼び覚ますという「人格化」が求められるわけである。

むしろ原理論としては、たとえ返済可能でも踏み倒すことがありうるというように、商品所有者の人格そのものに関わる信用リスクまでを問うには及ばない。しかし、そうした原理論にあっても想定せざるをえないのは、たんなる鑑定眼とは異なる特殊な審査能力、すなわちどれほど目を凝らしても違いの見えない「商品体」の数々から、「価値＝信用力」の違いを読み取りうるし、また格付けずにはいられないという、いわば資産運用者（≠消費者）ならではの分節能力であろう。この能力は、他商品に「価値＝信用力」ありと見るや、その名義人は個人であれ、集団であれ、法人格であれ構わないという具合に、かえって本来の意味での人格的区別を不問に付すという方向に働く。こうした事実上の資本家的活動、つまり「資本の人格化」が、すでに初発の「商品の人格化」において要請されるという点が、やはり重要であると思われる。

もとより、商品の内に宿されているか、宿されることの予定されている「価値」そのものを摘出し、計測する手立ては求めうべくもない。このいわば価値尺度の本源的な不確かさ、マルクスの文言に倣っていえば、商品の「どうにもつかまえようのわからない」（K., I, S.62, [1] 93 頁）価値対象性は、価値実現の以前のみならず、以後にも付き纏う。したがってまた商品は、所有者自身によって評価されるだけでなく、外部の非所有者からも査定され、くり返し格付けられることを、最初から余儀なくされているのである。通常価格として表示されるのが、如何

ほどかの販売期間を経た後に売り手の下に還流するであろうと予想される貨幣額、その意味でいわば商品の潜在的な「購買力」に他ならないとすれば、現金貨幣によるごく素朴な「価値＝交換力」の値踏みでさえ、やがて信用関係を作り出すべき「価値＝信用力」の見積もりとして人目に晒され、尺度されるものと考えなければならない。さまざまな種類の、さまざまな時点の他商品によって自商品を評価するという形態Ⅱの必然性、あるいはそこでの「人格化」の必然性は、元を質せば、「価値」それ自体の不可測性——交換性にせよ、同質性にせよ、見方次第ではむしろこの不可測性の裏返しとも映ろう——のうちに淵源するといつてよい。

以上の観点に立てば、従来の「人格化」概念は、交換関係において要請されるタイプのそれに偏しているという点で、いかにも狭すぎるものであったことが判然としよう。むしろ、商品から資本へという流通形態の展開に伴って、「人格化」概念もその内実をさまざまに豊富化させることは確かである。たとえば、貨幣の資本への転化を目前に控えた貨幣所有者にたいして負荷されるのは、個人的な消費欲の節制に始まり、致富欲、飽くなき蓄積衝動の担い手という意味での「人格化」である。さらに、第一部「資本の生産過程」の第三篇「絶対的剰余価値の生産」以降には、舞台を生産部面に移し、生産過程の指揮監督を自ら行うか、他人の行う指揮監督の人格的な権威づけを行うという意味での「人格化」までが求められるに至る。しかしまた、こうした諸々の分岐を加えた「資本の人格化」といっても、数多ある商品のなかから特定の使用価値物を識別するための感覚を補い、特定の使用価値物との交換を実践するための手足になるという、初発の「商品の人格化」の延長線上にあることも、また間違いのないところであろう。致富欲や蓄積衝動にせよ、買いたいものを買わずに貯め込むという個人的な節欲として説かれる限りでは、特定の使用価値物に結びついた交換主体の消費欲のいわば陰面という側面を残している。そこでは致富欲も、金という「商品体」の美的使用価値にたいする消費欲、その意味での「黄金欲」(Kr., S.194, [訳] 356 頁)に埋め込まれている。他人の労働の指揮監督にせよ、労働力という「商品体の具体的なもの」についての感覚を、交換過程で打ち切ることなく、その後の消費過程＝生産過程の最中まで保ち続けることと考えられなくもない。以上のような、総じて交換関係における「人格化」概念をそれほど膨らませたところで、信用関係における「人格化」概念までをその外延に取り込むことは難しいのである^[50]。

いま一度立ち戻って考えてみると、一般的等価物の析出という「商品世界の共同事業」の最終的な担い手とされていたのは、商品ではなく、その「人格化」としての商品所有者であった。とすれば、数多ある商品のなかから特定の使用価値物——直接的欲望対象であれ、間接的欲望対象であれ——を識別し、それとの交換を実践するというだけでは、初発の「商品の人格化」の意味としてもなお不十分であったと断じなければならない。蓋し、自らの直接的欲望の成就を先送りして、もっぱら間接的欲望対象たるに最も適格な商品の検索に打ち込んだところで、

その検索がせいぜい個別分散的な「私事」として行われる限り、その時々の一義的な正解を探り当てるには至らないという点にこそ、商品世界の無規律性の根源があったからである。確かに、形態Ⅰにおける等価形態の特定性が高いほど、選外に漏れた商品の種類はそれだけ膨大とならざるをえない。そのなかから特定の使用価値物を識別するためには、いかなる使用価値物も自らの等価物として無差別であるという商品の不感無覚、「犬儒派」の寛大さは、商品所有者によって強力に断ち切られる必要があるだろう。とはいえ、形態Ⅱまでの価値形態の展開を牽引してきたのが、せいぜい「商品体の具体的なもの」への感覚を研ぎ澄ますという程度の、純然たる「個別商品の私事」に止まる「人格化」にすぎないとすれば、商品世界が全体として一般的等価物にたどり着くまでの道程も、「個別商品の私事」の分散や変動とともに、初手から阻まれざるをえない。各自の交換手段を検索するという意味での「人格化」であれば、交換関係における「人格化」の埒外に出るものではなく、したがってまた交換関係そのものの特質、つまり相手は誰であっても構わないが、相手の欲望内容が変化するや関係そのものも消滅するという匿名性と単発性とを、決して免れるものではないのである。過去の関係によって引き続き現在の関係が規定されるという、いわば商品世界の自己言及のループも、それらを免れるほど高速には回転しえない¹⁵¹⁾。

したがって、交換関係とは反対の特質、つまり記名性と継続性とを備えた信用関係が、すでに初発の商品世界のなかに潜んでいることこそ、何らかの非商品経済的な制度の手を借りることなく「商品世界の共同事業」が施行される上で、やはり必須の条件になると考えるべきであろう。たとえ自らを取り巻く商品世界の事情が変わりつつあるとしても、互いに互いの将来を引き当てにするという形態Ⅱを経由した段階では、もはや自らの当初表明した欲望内容を変えることは容易でない。そのような、信用関係におけると同様の対外的な縛りの効いた商品世界でこそ、短時日のうちに果たしえない等価形態の「一般化」もまた可能となる。異他的に対立するかのようにも見える「個別商品の私事」と「商品世界の共同事業」であるが、それらの萌芽は、何れも価値関係の一環をなすというべき交換関係と信用関係として、実は「価値」という範疇の下に矛盾なく統合されているわけである。

このように、価値概念の二重性という観点から「人格化」概念に反省を加えてみると、商品世界を語る上で原理論に導入されてきた二種類の言語、いわゆる「商品語 *Waresprache*」と「人間語」との種差 (K., I, S.166, [1] 101 頁) が、改めて問題とならざるをえない。この種差は、たとえばリンネルが自らの価値実現のためには相手を選ばないのにたいし、リンネル所有者はそれを自らの欲する他商品のみ限定しようとするという齟齬として、いいかえれば使用価値的な「欲望」の有無として、マルクス以来語られてきたとあってよい。この種差は、自商品の側に「価値と使用価値との内的な対立」(K., I, S.75, [1] 117 頁) を生み出す要因ともなる。こ

れにたいし、従来捨象されてきた「リンネルの所有者の欲望」（宇野・向坂編 [1958] 157 頁）への着眼をもって始まった行動論的アプローチの展開は、商品関係において経済主体の担うべき役割を増やすことで、事実上「商品語（価値形態論）」と「人間語（交換過程論）」とを融合させようとする試みであったと総括することもできよう。この試みによって、相対的価値形態と等価形態の間には、商品流通の無規律性そのものへと繋がる非対称性ないし「逆関係」の不可能性が、明確に読み出されることになったわけである。

とはいえ、この試みはまた、「商品の命がけの飛躍」の困難を前面に押し出すことで、商品流通の無規律性を、価値実現の不確定性という一点に狭窄するという理論上の弊害を伴うものであったとも考えられる。「個々の流通主体の不均質性」（山口 [1985] 12 頁）が殊更に強調される所以も、やはり販売価格の分散や変動など、総じて価値実現の不確定性を際立たせようとするところにある。こうした傾向が、根本において「価値＝交換性」という一元的な把握に結びついてきたことは、もはや多言を要しないであろう。しかし「欲望」とは、何も使用価値的なそれのみとは限らない。別言すれば、独りリンネル所有者ばかりが欲望主体なのではない。むしろリンネルはリンネルで、自らの価値に向けられた固有の欲望を有している。そして、リンネル所有者とリンネルとのそれぞれ、あるいは買い手たるリンネル所有者と売り手たるリンネル所有者とのそれぞれが抱く欲望内容の齟齬という意味であれば、「人間語」と「商品語」との間には、確かに看過しえない種差があるといわなければならない。それはまた、価値規定そのものの二重性とも関係するのである。

リンネルには欠けている「商品体の具体的なもの」への感覚を代理してくれる反面、それへの個人的欲望に絡め取られがちなリンネル所有者は、リンネルの唯一の「人格化」でも、完全な「人格化」でもない。他商品であれ貨幣であれ、何らかの具体的な「商品体」をもった等価物を獲得しようとするリンネル所有者の欲望は、自商品についてはもっぱら「価値＝交換性」の実現を求めるに急であろうが、それは必ずしもリンネルの欲望には合致しないのである。価値の内実が「交換力」から「信用力」へと豊富化されてゆくにつれ、価値へと向けられたリンネルの欲望内容も、その場その場での「交換力」の実現から、一定期間にわたる「信用力」の保蔵へ、さらには擬制的な資本価値の増殖へと、段階を追って高次化を遂げることになる。等価形態は、個人的欲望を喚起する「商品体」の手応えを失って、将来支払われる貨幣額へ、また実現性のない——いざ売却すればより少ない「交換力」をしか実現しえない——評価額へと、ますます抽象性の度合いを増してゆく。リンネルはその都度、自らの新しい欲望を託すのに相応しい相手を求めて「人格化」を反復せざるをえないのであって、それは初発のリンネル所有者という個人からどれほど隔たろうと、資本の常道から逸脱した「脱人格化」（飯田 [2001] 376 頁）なのでは決してない^[52]。したがって、万事が「人間語」で綴られてゆくかに思われる行

動論的アプローチにおいても、否むしろ、行動論的アプローチにおいては尚更、不均質な経済主体間にさらなる多様化の芽を撒く根因、すなわち「商品語」の特異性は、重要な意味をもつと考えられるわけである。

結語

本稿を締め括るに当たって、改めて強調しておきたいのは、以下の六点である。

第一に、近年の原理論研究の展開をつうじて徐々に消極化されつつある「価値＝同質性」であるが、それは『資本論』において説かれるような実体的同質性とは異なる、しかも「価値＝交換性」とも同一ではない、固有の形態的な規定性として確保されなければならない。

第二に、そのことは、商品の内に蔵される「富」としての性質、もとより消費用の準備とは異なる、しかも交換用の準備にも止まらない、その特殊な予備性と関係する。商品は、商品経済的な「富」の基本形態として、他商品との交換関係を離れてもなお一定期間は「価値＝同質性」を保つ。したがって、一定期間にわたって価値を保蔵しようという性質こそが「富」の所以をなすとすれば、本稿は「価値＝交換性」にたいして、「価値＝保蔵性」という規定性を対置するものといえることができる。

第三に、従来の原理論研究で強調されてきたのは、もっぱら価値表現と価値実現との間の齟齬であった。しかしそれ以前に、価値表現と交換要請の間にも、一定の齟齬があることを看過すべきではない。価値表現は、目的物にたいする「価値＝交換性」の表現と、価値尺度にたいする「価値＝同質性」の表現という二面を兼ね備える。値札を貼ることは、一定額の貨幣に交換を申し込むことであると同時に、その貨幣額で自商品価値を評価していることの表明でもある。

第四に、「価値＝同質性」の本質が保蔵性にあるとすれば、それを表現する価値形態は、自ずから「期間」の契機を孕んで複数化せざるをえない。こうした本源的な価値形態の複数性は、形態Ⅱで端的に示される場所であるが、貨幣形態を経た後であっても、なお価格の複数性として残留する。そのことを踏まえれば、「金何円」という一種類の現金価格を例証とする、宇野以来の「価値＝同質性」の説明方法は、やはり採りえないものとなる。

第五に、交換関係をつうじて即時に他商品を手に入ることのみが、価値実現の唯一の態様ではない。将来時点での他商品の譲渡と引き替えに自商品を引き渡すこと、交換関係と同時に並行的に債権＝債務関係を結ぶことも、価値実現のありうべき一つの態様である。「価値＝交換性」を実現させる上では次善の（非本来的な）方法でしかない信用関係も、「価値＝同質性（保蔵性）」を表現する上では、むしろ最善の（本来的な）方法となる。したがって、現金価格と信用価格

とは、前者を本体としてそこから後者が派生したというよりも、むしろ等位的な関係にある二種類の価値形態と考へなければならぬ。そこでは価値保蔵の方法も、自商品の価値をその商品体ごと密封することから、他商品の商品体へと継承させつつ運用することへと更新される。そして信用関係は、「価値＝交換性」の実現を促す一方で、価格の硬直化をもたらす「価値＝同質性」をも強め、かえって現金売買における以上に商品流通の不確定性を増幅する一因ともなるのである。

第六に、こうして「価値＝同質性」に多方面からの照射を加えると、議論は最終的に、「価値＝同質性」の表現や実現を託すのに相応しいのは誰かという問題、いわば商品所有者の原理像にまで行き着くことになる。商品関係が、萌芽的にはあれむしろ本来的に信用関係を含むものであるとすれば、他商品間に使用価値的な区別を付けるという意味での「人格化」、つまり個人的欲望の担い手としての商品所有者は、もはや「商品の人格化」の理想的な態様であるとはいいがたい。交換関係を越えて信用関係へ、さらに資本関係へと多型化する商品関係は、商品所有者にたいしても、個人資本家をもって典型とはなしがたい多型性を与えるのである。

以上に列記した本稿の結論は、冒頭商品論の価値規定という問題設定を越えて、自ずから貨幣論的な含意を、さらには資本規定との係脈をも伴うものであった。「価値＝同質性」は、その表現形態として複数の価値形態を要請するが、それだけではない。「価値＝同質性」のいっそう動的な表現形態として、いいかえれば一定期間にわたる「価値＝価値保蔵性」の表現形態として、複数の資本形式をも要請せずにはいないのである。事実、 $W \rightarrow G$ や $W = G$ などの空間的な表現ではなく、 $W - G$ という時間的な表現に置き換えられた価格形態は、商品売買形式 ($G - W - G'$) での資本の運動の一部を含んでいる。しかしまた、価格形態に先行する価値形態、「リンネル 20 ヤールは 1 着の上衣に値する」という形態 I も、これを W (リンネル 20 ヤール) $- W'$ (上衣 1 着) という時間的な表現に置き換えれば、断片的にせよ資本の運動の一部、いわば商品交換形式 ($W - W' - W''$) というべき資本形式の運動の一部を、すでに含んでいることが理解されよう。今なお上衣との交換を成就していないリンネル、つまり W' との間を実線で結ばれてはいない W も、 W' を尺度として価値を評価され、表現されたその時点から、すでに「資産の評価値の増進」(小幡 [2004] 19 頁) を目指す運動の緒に就いたことになるのである ($W \cdots W'$)。もっともこうした見方は、 $W - W'$ の次にはまた別の $-W$ が続き、 $W - G$ の次にはまた別の $-W$ が続くという具合に、時間的に相前後する二回以上の価値表現を予定する場合にのみ成り立つものであろう。一回の価値表現のみを取り出せば、件の形態 I も、むしろその場での一度限りの物々交換に準えられ、「リンネル 20 ヤール = 上衣 1 着」と表現されることを免れない。こうした表現から、異時点間にまたがる等置関係、現在から将来へと引き継がれる同質性を読み取ることは至難となる。しかしその点では、「リンネル 1 ヤール = 金何円」と

いう価格形態にせよ同様であろう。現在の表示価格は、リンネルの「価値＝交換性」を漏れなく表現し尽くしているかも知れないが、一度の売買によって実現されるわけではないリンネルの「価値＝価値保蔵性」の方は、「金」というただ一種類の等価物への交換要請を行っただけでは、未表現のままに残されることになる。ここに、商品の価値形態が価格形態に統一されることはまた別に、資本形式という、いわばもう一つの価値形態が要請されざるをえない所以があったわけである^[53]。

このように資本形式論が、第二の価値形態論という側面をもち^[54]、それが先行する価値形態論とむしろ共立する関係にあるとすれば、理論体系上の位置において資本形式論とは隔たりのある二要因論に、しかし内容上はすでに資本形式論への足掛かりが潜んでいることを指摘したところで、論点先取との批判には当たらないことになろう。このことはまた、価値（商品）から貨幣へと至り、それがさらに蓄蔵貨幣規定を経た後に資本へ展開するという、通常の流通論の行論とは別に、むしろ価値と資本とを直結する行論が成立しうることを示唆してもいる。価値形態論は、価値実現を求める諸商品が、価値形態の貨幣形態への収斂をもたらすという筋（W—G）だけではなく、価値保蔵を求める諸商品が、むしろ貨幣という特定の使用価値物からの離脱（W—G—W'）をもたらすという筋をも併せもつ。蓄蔵貨幣の形成は、変動常なき商品流通において価値保蔵を図る上で、唯一の手段でも、最善の手段でもないのである。そしてこうした、価値形態論の筋の二重性、つまり直接上衣への交換要請を行っても容易には成就しないという価値実現の困難と、リンネルの価値を継承させるのに上衣だけでは十全でないという価値保蔵の困難とが隣接しているという点に、貨幣形態の固有の意義、交換手段としての貨幣の必要性とは区別されるべき貨幣形態の必然性の一端も、おそらく蔵されているものと推察できるわけである。

しかしくり返しになるが、この貨幣形態の必然性が、萌芽的にせよすでに資本形式の必然性をも含むものであったことが、やはり忘れられてはならないように思われる。貨幣形態の必然性をめぐって常々価値形態論研究の議題に上がってきたのは、「商品の本性のうちに眠っている使用価値と価値との対立」（K., I, S.102, [1] 160 頁）という文言^[55]、つまり価値を内属させているという使用価値と、偶々その使用価値に寄生しているという価値との間の矛盾であった。しかしこの「対立」は、通説にあるように現金貨幣の発生のみを必然化し、かつ現金貨幣の発生をもって克服されるものと結論づけることはできないのである^[56]。しかも問題は、現金貨幣による価格実現を経てもなお結了するわけではない。商品はこの「対立」を克服する方途を、A商品の価値がたとえば資本の運動を介してB商品（新製品）の使用価値へと内属したり、さらに信用関係を介してC商品（他商品）の使用価値にも内属したりするという具合に、多種多様な展開をくり広げる価値関係のうちに探らなければならない。しかし、そうした多種多様性

は、B 商品や C 商品以下の複数の他商品の使用価値を価値表現の素材とする A 商品の形態Ⅱにおいて、すでに予示されていたところでもあろう。信用関係や資本関係の起点をなすのは、現金貨幣による売買関係であるよりも、むしろ「商品の本性」、商品の価値関係に他ならないわけである。

なお、ここに至って、交換性と同質性という二つの契機が、本稿において価値概念の「二重性」とみなされることの含意も、いっそう厳密に定義づけることが可能となろう。「同質性＝交換性」と考えた場合、価値概念の実質はあくまで交換性にあり、同質性の方はその実質を容れるための器にしかすぎないという理解になる。商品が「すべて一様に金何円という価格を有している」という事実は、その事実そのものとは別個の内容を指示している一種の記号、マルクスの文言を借用すればまさに「社会的な象形文字」(K., I, S.88, [1] 138 頁)とみなされる^[57]。したがって、その記号の意味について、「所有者にとって、その幾何かによって他の任意の商品の一定量と交換せられるべきもの」(宇野 [1964] 21 頁)という解説が、急いで補足されなければならない^[58]。同質性は、あくまで交換性の裏面として限定的に説かれるか、いっそう説かれないということになるわけである。こうした理解、いわば実質上の一本化説は、すでにくり返し述べてきたように、本稿として採りうるものではない。したがって同質性は、交換性に置き換えることのできない、何らかの別の実質をなすものと考えなければならない。しかしその場合でも、なお二つの考え方の分岐がありえたといつてよい。一つは、同質性と交換性とが等位並列的な関係に置かれるという考え方(「同質性/交換性」)、したがって価値概念をヨコに広がりのある面の構造をもつものとして捉えるいわば二本立て説であり、もう一つは、同質性の下に交換性と保蔵性とが包摂されるという考え方(「同質性(交換性・保蔵性)」)、したがって価値概念をタテに深さのある層の構造をもつものとして捉えるいわば入れ子説である。二本立て説の場合、なるほど同質性は、一体化説におけるような交換性との密着的関係からは離床することになるだろうが、その分今度は、「すべて一様に金何円という価格を有している」という事実それ自体の一様性、つまり価格形態そのものの同一性からの距離を失い、それとの密着的関係へと着床することにもなりかねない。そうなれば、いきなり「金何円＝同質性」から始めるといふ最初のボタンの掛け違えにこそ、価値概念の無用の混乱を招いてきた元凶があったのではないかとの指摘も、確かに受け入れざるをえないものとなる。事実、宇野の価値規定に寄せられてきた批判の多くは、こうした二本立て説の弱さ、特にそこでの同質性規定の曖昧さを衝いたものに他ならない。これにたいして本稿は、あくまで入れ子説を採るもの、いいかえれば一本化説と二本立て説との中間に定位するものであり、したがって交換性と同質性との関係は、本稿においては二面性や並立性ではなく、正しく「二重性」とみなされるのである。

この「二重性」の観点に立てば、何かと難の多い「すべて一様に金何円という価格を有して

いる」という文言にも、また別の意味が読み取られないでもない。すなわち、それ自体としては観察可能な、経験的事実に即したこの文言が、しかし仮に二要因論という分析的領域において何らかの意味をもちうるとすれば、それは畢竟「金何円」という値札が、商品にとって外から添付されたただの名目ではないからに他ならない。落掌された商品体の表面から値札を剥がしても、値札によって表示され、その値段で計測されるという属性を商品が有していたという事実は、なお消し去りがたいものとして残る。とすれば、件の文言の力点も、自分以外の物によって価値を尺度されうるし、また尺度されざるをえないという商品の側の一様性にこそ置かれているのであって、少なくとも価値を尺度する側の一様性、金という素材の特定性の方に置かれているわけではないと、本来解釈すべきであろう。「金何円」は、文字通りに貨幣形態を指すと同時に、貨幣形態を含めた価値形態そのものの謂いでもある。価値尺度の素材の違いだけを見れば、かえって商品間の異質性の証左とも取られかねない形態 I も、それが全ての商品にとって等しく避けがたい「価値表現の廻り道」の、やはり等しく避けがたい最初の廻り方であるという意味では、商品間の同質性の例解たるに不足はない。また、そこで例解される同質性、つまり価値の不可測性とおそらく表裏一体の関係にある価値尺度の不可避性は、むしろ交換性と無関係ではないが、しかしまた交換性そのものでもない。価値尺度の不可避性は、尺度される価値の中身とはまた別に、それ自体として価値の属性を、いわば形相的な属性をなすのである。思えばこうした、相手がただの上衣であれ、金であれ、それらによって大きさを計測されるという点に違いはないという性質、いわば表現＝評価の次元における一様性にこそ、商品が資産として有する同質性を解説するための鍵も、また眠っていたといえるのかも知れない。

注

- [32] 周知のようにマルクスは、商品の交換関係のなかに、自分の気に入った他商品の使用価値を獲得しようとする欲望と、相手にとって自商品が使用価値を有するか否かに関わりなく、「自分の商品を価値として実現しようとする」欲望との両立を読み取っている (K., I, S.101, [1] 158 頁)。また山口 [1985] は、一般的等価物の発生とともに、あくまで自分の求める他商品を手に入れるための手段として、必要量の一般的等価物を獲得しようとする行動とは別に、新たに「自分の所有する商品の価値表現そのものを目的とする行動」(28 頁) が展開され、やがて後者の行動が支配的になると述べ、そこから貨幣形態における単位表示を導き出している。しかしこうした、交換性そのものを一般的に表現する「価値表現のための価値表現」(29 頁) が、単位表示を固有の形式とするか否か、また貨幣形態に先行する価値形態では想定しえない行動であるか否かについては、再考の余地があるように思われる。
- [33] 任意の商品のなかから選び出されたはずの一般的等価物が、しかし一度選び出されるや、「新たに現われるどの商品種類もこれにならなければならない」(K., I, S.80, [1] 125 頁) という強制力を付帯することになる根拠も、ここにあらう。
- [34] Balibar [1993] は、商品の交換価値が、所によって、また短期的にも長期的にも変動するものであることを断った上で、しかしそうした変動は「商品とその価値との内在的な関係という仮象を消散さ

せる」わけではなく、かえってこの「仮象」に、商品に接近しうる諸条件はおおよそ諸個人の意志とは関わりなく決定されるという「追補的な客観性」を授けることになり、そこにこそ超感性的な「商品の物神性」の本質があると述べている（〔訳〕87-88頁）。しかし、むしろ問題はもう一歩先にある。すなわち、あたかも諸個人の意志から独立しているかに見える価格変動の波に晒されたとしても、それを受けた諸個人の意志がなお自商品の表示価格に拘ることこそ、「諸商品（食料、衣服、機械、原材料、奢侈物、文化的な財、さらに売春する男と女の身体、要するに生産されるか消費される人間的対象の世界全体）が……ある交換価値をもっていると見える」（〔訳〕89頁、傍点は原著者）という「仮象」の、さらなる追補的な強化があるものと見なければならぬ。事実、「食料」と「文化的な財」とでは、その価格変動の振幅にせよ頻度にせよ必ずから異なるであろうが、そのことが両者の「物神性」の有無または程度に影響するとは必ずしも考えられぬであろう。「商品の物神性」の所以は、あたかも個々の表示価格から独立して動くかに見える——したがってともすれば、諸個人からだけでなく諸商品からも独立しているか見え、結果的にただの相対性＝外在性に堕しかねない——「価値＝交換性」の、その運動性の内にのみ存するわけではない。交換価値が変動するのであればなおさら不変でなければならないという「価値＝同質性」の、その粘性の内にも存するのである。おそらく重層的な構造を有するであろう「商品の物神性」であるが、その最深の根拠を司るのは、尺度される分量こそ減っても同一の性質を「もっている」ことに変わりはないという、価値の内属性なのである。

- [35] マルクスは、三循環形式の統一ないし過程的な価値としての資本は、「ただ観念的に計算貨幣の姿でさしあたりは商品生産者または資本家的商品生産者の頭のなかに存在するだけ」の「象徴的な模像」にすぎないのであり、したがってまた資本の運動は、「価格決定や商品価格の計算（価格計算）をも含む簿記」によって絶えず確定され、調整される必要があると述べている（*K., II, S.135, [4] 221 頁*）。この意味において、価値表現という営みは、他商品にたいする交換要請としての実践的性格の内に、いわば価値それ自体の「象徴的な模像」を拵え、それを他商品に投影するという観念的性格を秘めてもいるのである。
- [36] 周知のようにこの不可測性は、「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つかまえてやがらない」（*K., I, S.62, [1] 93 頁*）、「金が貨幣であり、したがってすべての他の商品と直接に交換されうるものだけということを知っていても、それだからといって、たとえば10ポンドの金にどれだけの価値があるかがわかるわけではない」（*K., I, S.106, [1] 167-168 頁*）というように、マルクスが再三にわたって強調した点でもあった。なお小幡〔2005〕は、貨幣額とは異なる「貨幣価値の不可測性」（69頁）に起因する不断の転売活動として、資本の運動を位置づけている。
- [37] 大島〔1974〕は、形態Ⅱが形態Ⅰの「総和」であるとすれば、その等価商品列はもはやそれ以上引き延ばされえないものとして、マルクスの指摘とは逆に「完結」されていると考えなければならず、したがって形態Ⅲはこの形態Ⅱの欠陥とは別に、誰もが買い手を求めるがまた誰もが売り手でしかありえないという「交換過程の真の矛盾」から導出されるべきであると述べている（110-127頁）。本稿注20も参照せよ。和田〔2003〕もこれと類似の観点から、マルクスによって列挙された形態Ⅱの欠陥は、商品の交換価値はいずれ単一不変の形態によって表現されなければならないという前提、つまり価値形態はいずれ価格形態に到達しなければならないという前提の上に主張しうるものにすぎず、その点でマルクスは「論証すべきものを論証の与件としてしまう循環論法」に陥っていると論定している（19頁）。
- [38] 宇野自身、「マルクスのあげている交換価値としての規定と、ぼくのいう、そういう一様な価格をもつというのと、どちらが質的一様性を誰にもわかるように示すことになるのか。その点を考えてもらいたい」（宇野編〔1967・68〕I, 238頁）といった発言からも伺われるように、「すべて一様に金何円という価格を有している」云々という導入部を、理論的な説明というよりも、現象に即した例解と考えていた節が濃厚であった。山口〔1987〕105頁、112頁、清水敦〔2006〕69-70頁も参照せよ。
- [39] マルクスは、ベイリーの「ある物の価値がその購買力であるとすれば、買われるべきあるものがないからではない。したがって、価値は、積極的なものまたは内在的なものを指すのではなく、単に、二つの物が交換可能な商品として相互に相対する関係を指すにすぎないのである」（Bailey〔1825〕S.4-5,〔訳〕29頁、傍点はMarx〔1861-63〕Ⅲ）という文言を引いた上で、そもそも「購買」とは貨幣以前に成立しうる概念ではないという理由から、「購買力」という文言は、「ある物などの交換『力』」に置き

換えられなければならないと主張している (Marx [1861-63] III, S.137-138, [7] 248-250 頁)。その上で、力と関係とを混同するペイリーにたいし、次のように「交換力」の内在性という論点を対置している。「ある物の他の物にたいする関係とは、二つの物の関係であって、その関係がどちらか一方に属していると言うことはできない。これに反して、ある物の力というのは、たとえこの内在的な性質がただ他の物との関係でしか現われないとはいえ、その物に内在的ななにかあるものである。たとえば吸引力は、たとえ吸引されるべき他の物が存在しないかぎり『潜在的』であるとはいえ、物そのものの力である」(Marx [1861-63] III, S.138, [7] 250 頁)。『資本論』初版において、「商品の社会的形態と、価値の形態 (Wertform) または交換可能性の形態 (Form der Austauschbarkeit) とは、一つで同じなのである」(Marx [1867] [訳] 66 頁、傍点は原著者) と述べられる場合の「交換可能性 (Austauschbarkeit)」も、内容的には「交換力」とほぼ同義であろう。なお鎌倉 [1996] は、「交換性」は価値の質的規定であるのにたいし、「交換力」は価値の量的規定であるとして、両者の間に一応の区別を設けている (55 頁)。これにたいし、たとえば山口 [1996] では、「ある商品の他の商品にたいする引力・交換性・交換力」(73 頁) という三通りの価値規定——山口のいわゆる「広義の価値」規定——が与えられつつも、これらは内容的には相互に置換可能なものとされている。

【40】奥山 [1990] は、価値概念の内実をまず交換性として押さえ、これを直ちに「他の商品を引きつける性質」(15 頁) と言い換える山口 [1985] にたいし、「商品の『他の商品を引きつける性質』というのは、価値ばかりでなく使用価値にもあてはまること」(324 頁) という疑問を呈し、なお立ち入った叙述の必要を訴えている。その点に関連して、『資本論』にも、「もとの商品形態からの離脱は、商品の譲渡によって、すなわち、商品の価格ではただ想像されているだけの金を商品の使用価値が現実に取り寄せる瞬間に、行なわれる」(K., I, S.123, [1] 195 頁、傍点は引用者) とする記述がある。K., I, S.121, [1] 192 頁も参照せよ。

【41】マルクスは、一度売れた商品は流通から脱落して消費へ入るといふ商品流通の原則を説いた上で、「商品が何度も繰り返して売られる場合、といっても、それはここではまだわれわれにとって存在しない現象なのであるが」(K., I, S.130, [1] 206 頁)、その場合の商品も、やはり最終的には同一の原則に服するという旨の注記を加えている。このことはまた商業資本を、高利資本とともに「商品生産者からの詐取」を事とする資本の「大洪水以前の姿」(K., I, S.178, [1] 288 頁) として捉え、商品から資本に掛けての展開ではそれらを極力捨象するか、脇に廻そうとする、『資本論』の前半体系の方法論そのものの特徴を反映してもいよう。商業資本は、利子生み資本と同様、歴史的な発生順序こそ産業資本に先行するものの、あくまで「資本の近代的な基本形態」をなす産業資本の「派生的な形態」と位置づけられるわけである (K., I, S.179, [1] 289-290 頁)。

なお宇野 [1950・52] は、日高と同様、商品は「交換されるもはや商品ではなくなり、単なる使用価値となる」(29 頁) と述べつつも、そこに「もっとも商品経済の発展と共にいわゆる耐久性のある使用価値だと消費者の手にあっても使用価値の消耗するにしたがって価値を喪失する商品と看做される」(30 頁) という注記を加えている。「看做される」ということに、幾分擬制的な、本来そうではないがそう観念されるといった意味合いまでが付与されているのか否かは判然としないものの、留意すべき記述といえよう。冒頭商品の抽象性をめぐる議論のなかでも、単純商品と比べてもなお一段本源的な位置にあるものとして、物々交換の対象となる生産物を取り上げた上で、これを「交換によってはじめて商品となり、しかも交換されるとすでに商品ではなくなるというような瞬間的商品」(宇野 [1947] 216 頁) と述べている箇所がある。付近の記述と対照させるならば、「継続的に繰り返して市場に提供せられるものでないもの」、偶然的または例外的に取引対象となることもあるが「元来は商品とはいえないもの」というのが (宇野 [1947] 212 頁)、単純商品ならびに「瞬間的商品」に当たろう。これらの記述の限りでは、「交換されるとすでに商品ではなくなる」という定義が、仮に形態規定としての商品全般に該当するもので、資本家的商品もその例外ではないとしても、商品形態による背後の生産関係の包摂が進むにしたがい、「交換されるとすでに」という瞬間性の程度なり、「商品ではなくなる」という否定性の程度なりは、徐々に弱められてゆくものと考えられなくもない。商品が「継続的に繰り返して市場に提供せられる」という事態は、さしあたり資本家的な商品生産の確立を指しているようだが、それはまた一定大量をなす商品に荷の形成を伴い、資本家的な商業機構 (転売機構) の確立をも伴うのである。

- 【42】清水敦 [2006] は、「B 商品との交換を望む A 商品所有者にとっては、B という特定の商品に対する A 商品の交換力が問題となるが、……価値そのものは不特定の、すなわち『他の任意の商品』に対する交換力である。また商品所有者にとっても、特定商品を交換対象に選定しない限り、価値はこうしたものとしてある」(70 頁、傍点は原著者)と述べている。
- 【43】この意味において、個々の商品体に値札を貼るだけでは、価格シグナルを市場へ発信したことには必ずしもならない。またやはりこの意味において、広告宣伝費用とは、必ずしも販売される個々の商品体に投じられる費用と考える必要はない。資金動員＝調達能力としての信用力や、その指標としての経営規模や経常利益など、自らの資本機能そのものを広告するための費用と捉えることもできよう。現金売買に伴う流通費用も、萌芽的にせよ、信用関係や資本結合に伴う流通費用をすでに含んでいるのである。もっともその場合には、流通費用の所期効果そのものを、従来のように販売を促進して現金貨幣を早く入手すること、つまり流通期間を短縮することに限定せず、むしろ広義の価値増殖(≠貨幣増加)を効率化することとして措き直す必要がある。
- 【44】山口 [1984] (特に 44-46 頁、77-86 頁)、竹内 [1997] (特に 41-103 頁)を参照せよ。なお、これらの論者において、受信資本の側での将来の資金形成は、商業手形や銀行券といった貨幣債務の実質的な流通根拠とみなされている。しかし、貨幣債務が流通することは、信用関係が形成および拡張されることと同義であろう。したがって、本文に述べたような意味では、貨幣債務の流通根拠そのものを「信用力」と読み替えても、別段差し支えないように思われる。仮に、「信用力」という語をそれとは別様に定義したところで、将来の資金形成への信頼が損なわれる際には、どれほど遊休資金が潤沢であろうと、どれほど信用調査費用を投下しようと、そこに信用関係の結ばれる余地は生じないという事実自体は否定できないのである。
- 【45】山口 [1984] は、たとえば織物業者 B の約束手形で、紡績業者 A が綿花栽培業者 C から原料を購入するという商業信用の意義を、流通過程に媒介された三者間の関係にある程度止揚し、「B、A、C の生産過程が互いに連結されてあたかも一資本に統合されたかのごとき関係」(61 頁)を作り上げるといふ点に求めている。商品 W を信用で買うことは、この商品 W の販売の困難を引き受け、それを自商品 W' の販売の困難へと振り替えるという、流通過程の委譲＝代位関係を事実上内包しているわけである。したがって、商品 W の販売の困難が極めて深刻である場合には、現金価格以下の信用価格という、通常想定されてきたのとは反対の条件での取引が成立することもありえよう。そこでの与信資本の目的は、もはや独力では持ち堪えることの難しい自商品 W の価値を、受信資本の協力の下、現行の水準に据え置くことにこそ存するのであって、この目的を達成するためのいわば手段として、実質的利子を取得することは見送られる。信用価格は、仮に信用取引が成立せず、値下げの断行やむなきに至った場合の架空の現金価格よりは高く、現に表示されている現金価格よりは低い、ということになるわけである。日高 [1983] 218-19 頁も参照せよ。
- 【46】このように商品 W の使用価値が、産業資本を与信相手とする場合のように、別の W' へと変換されるか、あるいは商業資本を与信相手とする場合のように、W のまま保存されるだけかといった、いわば商品種ないし商品体の次元に属する区別は、信用関係の本質までを変化させるわけではない。しかも、不特定多数の信用関係に与りうる資本のみが銀行資本になるのだとすれば、個々の商品種ないし商品体を隔てている素材の別が、「価値＝同質性」によってどの程度まで越境されるか、またそうした越境の程度が、どの程度まで社会的に共有化され、「社会的価値」のそれとして認定を受けるかは、貨幣市場における信用関係の組織化の程度にたいして決定的な影響を及ぼすことになる。
- 【47】いいかえれば、もしも自商品の中に、目にこそ見えないものの疑いなく価値という性質が宿されているのだとすれば、それは自商品の商品体がたとえ丸ごと別個のものに取り替えられて、さながら別個の商品のような外観に変わろうと、なお揺るぎなく自己を保護しうるのははずだという推論、いわば価値の内属性についての拡大解釈が、信用関係の基底をなすといってもよい。その意味において、近代的な信用関係の出自は、貨幣素材の預託を伴うような貨幣取扱業務(貨幣蓄蔵)の委託ではなく、価値保護そのもの、したがってまた資本機能そのものの委託に求められなければならない。また、端から見て寄生的性格とも外面的性格とも映るのは、おそらくは与信行為に付き纏う、こうした内なる自己信認的性格に他ならないであろう。さまざまな不連続面を含んだ他資本からの支払還流も、自己信認のフィルターを通せば、途切れることなく続く自資本の運動の一部、つまり自商品価値の姿態変換

の延長とみなされるのである。

- [48] 日高 [1968] 16 頁、日高 [1983] 224 頁、大内 [1978] 147 頁も参照せよ。
- [49] 竹内 [1989] は、受信資本に予想される将来の利潤率だけではなく、受信資本の過去の返済実績や固定資本その他の手持ち資産を含めた現在の資本規模を、信用力の一部に加えている。竹内 [1996]、竹内 [1997] 63, 70 頁、宮澤 [1996] 42, 52, 55 頁も参照せよ。さらに浦園 [1995] は、売買の慣習的な反復性や規則性といった非市場的要因までを、信用力の追加的要因として挙げている。浦園 [1992] 271-272 頁、植村 [1997] 324-326 頁も参照せよ。また山口 [1985] は、従来「信用力」として一括されてきた受信資本の資金動員力と受信資本の資金融通力を、それぞれ「受信力」と「与信力」として明確に区別している (224-25 頁, 231 頁)。
- [50] 資本結合の関係における「人格化」概念についても、これと同様であろう。その結果、機能資本家や貨幣資本家はおろか、結合資本家一般までもが資本の「人格化」という範疇から締め出され、早々に「資本家＝個人資本家」という基本線が固められることになるのである。拙稿 [2003] 149-157 頁、拙稿 [2006] 51-53 頁、および本稿注 12 を参照せよ。
- [51] 置塩 [1993] は、全ての商品所有者がそれぞれの判断に基づいて独自に間接交換の途を模索することは、ほとんど禁止的なまでに膨大な情報や時間、コストを要さざるをえず、しかも商品所有者の「欲望行列」が分解不可能 (incomposable) であるという前提を外した場合、結局目的の商品に到達しえないか、交換そのものが不成立に終わることさえありうると述べ、こうした個別的な間接交換の無理を克服するものとして貨幣の必然性を導き出している (84-88 頁)。奥山 [1999] も、刻々と変化する他者の形態Ⅱの内容を正確に、しかも瞬時に確認しようような情報収集手段は存在しない以上、交換の媒介物を検索する商品所有者も、「形態Ⅳの迷宮」に分け入り「媒介物の媒介物」までを深追いすることは留保せざるをえないと述べ、ある程度まで絞り込まれた複数の媒介物に待機するという「商品経済的なリアリズム」を追求した結果として貨幣が析出されるのであり、その意味で「貨幣の必然性は、私的な商品所有者の存在ばかりでなく、他者の拡大された価値形態を、完全に知ることはできない、ということにある」という結論を下している (281-282 頁)。
- [52] このように、個人資本がいわば資本の本来の姿であるという発想に基づいて、株式資本の変異性、およびそれが支配的な企業形態となった自由主義段階以降の変異性を強調する議論は、殊にマルクス経済学には数多い。すでに宇野 [1971] も、株式資本における資本家は、経営機構に直接関与すると否とに関わらず「単なる産業資本家とは異なった性格をもたざるを得ない」ものとし、そう判断される根拠の一つとして、株式資本における「生産過程の機械化と、それに対応した経営の組織化」が、本来産業資本に濃厚であったはずの「個人的性格を脱却せしめることになる」という点を挙げている (160-162 頁)。また須藤 [1984] は、株式資本における経営機構のシステム分化やそれに伴う人的契機の消極化を、個人資本には起こりえない「資本の自立化 (自律化)」として論じている。さらに西山 [1983] は、大企業からその支配者たる資本家の姿が消え失せた現代の日本経済を、サラリーマン経営者を筆頭として、労働者による共同支配体制の敷かれた「脱資本主義社会」(15 頁) であると断じている。これらと逆向きの、しかしまた本質的には通底する議論といえようが、Attali [1988] は、個人株主の株式所有時間がほんの数分にまで短縮され、「経営するのはもはや資本家ではなく、資本であるという事態がしだいに進行」している現代の株式会社を、「正体不明の全体主義的な国家とほとんど同様に、抽象的で匿名的で無情なものとなった市場の要求によって占有〔憑依〕され」ているという点で、かえって儀礼的秩序の神々に律せられていた資本主義以前の時代を彷彿させるものと総括している ([訳] 474-475 頁、傍点部は原著者)。
- [53] その意味において価値概念は、「価値の姿態変換」という概念の前提をなすだけでなく、むしろその帰結といってよい側面を有してもいる。資本概念の定立とともに、それまで「商品の変態」(K., I, S.118, [1] 188 頁) や「商品の循環」(K., I, S.126, [1] 200 頁) といった類義語の数々に半ば埋もれていた「価値の姿態変換」は、他の語をもって置き換えることのできない特殊な概念として打ち立てられる。同時に、労働価値説論証部分において交換比率や価格との実体上の区別を強調されながらも、それらとの形態上の区別をなお鮮明にしえなかった価値概念も、新たに「姿態変換＝自己増殖する運動体」という表現形態を与えられ、もはや個々の実現価格とは混同されるべくもない固有性を獲得することになるのである。以上の経緯を踏まえてみれば、貨幣章以降は事実上廃棄されることになる「商品の変

- 態」や「商品の循環」といった文言も、軽々に無用視されるべきではない。これらの文言は、後になって与えられる資本概念の正式な定義を踏まえて見れば、いかにも正確を欠いたものと映るが——たとえば、宇野編 [1967・68] I, 283-284 頁、宇野 [1969] 90-98 頁を参照せよ——、資本概念が正式に登場するまでのいわば代役としては、一定の必要性を有していたと考えられなくもないわけである。
- [54] 価値形態論と資本形式論との間に、主として方法上の類似性を読み込んだものに、小林 [1972] がある。しかしそこには、商品の価値形態が必然的に貨幣形態へとたどり着くように、資本形式もまた最終的には産業資本形式へとたどり着くのであって、ただその産業資本形式の最も抽象的で基礎的なあり方を探るならば、商人資本形式へ下向せざるをえないという具合に、「資本=産業資本」という理解を根拠づけるという弊害をも付随している。小林 [1977] 7-13 頁も参照せよ。マルクスも、古典派経済学によって必然的に看過されてしまう資本主義経済(ブルジョワの生産様式)の特殊歴史性を、「価値形態の、したがって商品形態の、さらに発展しては貨幣形態や資本形態などの独自性」(K., I, S.96, [1] 150 頁)と総括している。商品・貨幣・資本は、どれも大文字の「価値形態」の構成部分と見なされているわけである。こうした視角は、価値形態論の独創性を前面に掲げた『資本論』に特有のものであるとは、必ずしもいえないように思われる。Marx [1861-63] III, S.129, [7] 234 頁、Marx [1861-63] III, S.134, [7] 243 頁も参照せよ。
- [55] マルクスはこの文言を、「商品のうちに包みこまれている使用価値と価値との内的な対立」(K., I, S.75, [1] 117 頁)、「使用価値と価値との内的な対立」(K., I, S.119, [1] 189 頁)という具合に、一種の鍵概念として反復使用している。
- [56] 小幡 [2006] は、強制通用力を与えられて流通する国家紙幣とは異なり、資産価値の裏付けに基づいて発行される信用貨幣であれば、その発生の必然性を、商品貨幣説の埒内でも十分原理的に説きうるものとしている (16-24 頁)。
- [57] もっとも、マルクスが「価値は、むしろ、それぞれの労働生産物を一つの社会的な象形文字にするのである」と述べる場合、この「象形文字の意味」は、直ちに抽象的人間労働の結晶化に求められているように思われる (K., I, S.88, [1] 138 頁)。確かにその場合、「価値の額に価値とはなんであるかが書いてあるのではない」というマルクスの指摘は妥当しようが、反面、価値形態ないし価格の方は、特に解説の労を要しない、ごく日常的な表音文字として捉えられることにもなる。しかし、価値の形態規定をめぐる諸説の分岐からも知られるように、「金何円」もまた、価値の実体規定ほどではないにせよ、その額に書かれた定義が一通りではないという不透明性を帯びているのである。
- [58] 山口 [1987] は、「商品の同質性とは、個々の商品は他の任意の商品と交換せられるべきものであるという点で互いに同質な一面を有しているという意味のものである」という読み替えを行った上で、価値概念はまず交換性の規定から始められるべきであり、したがって仮に同質性と二本立てで規定する場合でも、宇野の新『原論』の「同質性→交換性」という叙述の順序は、逆転されなければならないと述べている (112 頁)。

参考文献

- Althusser, L., Rancière, J. et P. Macherey [1965] *Lire le Capital*, tome I, Francois Maspero.
今村仁司訳『資本論を読む』(上)、ちくま学芸文庫、1996年。
- Aristotle [1926] *The Nicomachean Ethics*, tr. H. Rackham.
高田三郎訳『ニコマコス倫理学』上・下、岩波文庫、1971年。
- Attali, J. [1988] *Au propre et au figuré : Une histoire de la propriété*, Fayard.
山内昶訳『所有の歴史——本義にも転義にも——』法政大学出版局、1994年。
- Backhaus, H. G. [1978] “Materialien zur Rekonstruktion der Marxschen Werttheorie 3,” in *Gesellschaft 11*.
- Bailey, S. [1825] *A Critical Dissertation on the Nature, Measure and Causes of Value*, R. Hunter, London, rpt. Augustus M. Kelley, NY.
鈴木鴻一郎訳『リカードウ価値論の批判』日本評論社、1947年。
- Balibar, É. [1993] *La philosophie de Marx*, éditions La Découverte, Paris.

- 杉山吉弘訳『マルクスの哲学』法政大学出版局、1995年。
- Bidet, J. [1985] *Que faire du Capital ? Matériaux pour une refondation*, Klincksieck, Paris.
今村仁司・竹永進・山田鋭夫・海老塚明訳『資本論をどう読むか』法政大学出版局、1989年。
- Böhm-Bawerk, E. [1896] *Zum Abschluß des Marxschen Systems*, in F. Eberle (Hrsg.), *Aspekte der Marxschen Theorie* 1, 1973.
玉野井芳郎・石垣博美訳『論争・マルクス経済学』法政大学出版局、1969年。
- Castoriadis, C. [1978] “From Marx to Aristotle, From Aristotle to Us,” in *Social Research*, Vol. 45-4.
- Göhler, G. [1980] *Die Reduktion der Dialektik durch Marx : Strukturveränderungen der dialektischen Entwicklung in der Kritik der politischen Ökonomie*, Stuttgart.
- Hilferding, R. [1904] *Böhm-Bawerks Marx-Kritik*.
玉野井芳郎・石垣博美訳『論争・マルクス経済学』法政大学出版局、1969年。
- Keynes, J. M. [1931] *Essays in Persuasion*, London.
救仁郷繁訳『ケインズ・説得評論集』ペリかん社、1969年。
- Marx, K. [1859] *Zur Kritik der politischen Ökonomie*, Erstes Heft, Volksausgabe, besorgt von Marx-Engels-Lenin-Institut, Moskau.
資本論草稿集翻訳委員会訳『マルクス資本論草稿集③：経済学草稿・著作 1858-1861年』大月書店、1984年。
引用は (Kr., S.194, [訳] 356頁) のように行う。
訳文は、武田隆夫・遠藤湘吉・大内力・加藤俊彦訳『経済学批判』岩波文庫、1956年、によっている箇所もある。
- Marx, K. [1867] *Das Kapital*, Bd.I, Erster Aufl., Hamburg.
岡崎次郎訳『資本論第一巻初版』国民文庫、1976年。
- Marx, K. [1861-63] *Theorien über den Merhwert*, in *Marx-Engels Werke*, Dietz Verlag, Berlin.
岡崎次郎・時永淑訳『剰余価値学説史』[1] - [9]、大月書店、1970-71年。
- Marx, K. [1862-64] *Das Kapital*, Bd.I, II, III, in *Marx-Engels Werke*, Dietz Verlag, Berlin.
岡崎次郎訳『資本論』国民文庫 [1] - [9]、1972年。
引用は (K., I, S.51, [1] 75頁) のように行う。
- Menger, C. [1923] *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*, 2. Aufl., mit einem Geleitwort von Richard Schüller, aus dem Nachlaß herausgegeben von Karl Menger, Wien und Leipzig.
八木紀一郎・中村友太郎・中島芳郎訳『一般理論経済学1・2』みすず書房、1982-1984年。
- Simmel, G. [1900] *Philosophie des Geldes*, Duncker & Humblot GmbH, Berlin.
居安正訳『貨幣の哲学 (新訳版)』白水社、1999年。
- Исаак Ильич Рубин [1929] Маркс и Бэйли, К. Истории текста первой главы «Капитала», К Маркса, гл. II.
佐藤金三郎訳「マルクスとベイリー」横浜国立大学『エコノミア』第72号、1981年。
- Исаак Ильич Рубин [1930] Очерки по Теории Стоимости Маркса, с новым дополнением к статье «ОТВЕТ КРИТИКАМ», ИЗДАНИЕ ЧЕТВЕРТОЕ, Государственное Издательство, Москва Ленинград.
竹永進訳『マルクス価値論概説』法政大学出版局、1993年。
- Чепченко, А. Ю. [1988] Идейная борьба вокруг «Капитала» сегодня, Политиздат, Москва.
竹永進・染谷武彦・原伸子訳『現代「資本論」論争——イギリス・西ドイツ・日本——』大月書店、1989年。
- 安部隆一 [1951] 『『価値論』研究』岩波書店 (『安部隆一著作集』第3巻、千倉書房、1993年)。
- 伊藤誠 [1981] 『価値と資本の理論』岩波書店。
- 伊藤誠 [1989] 『資本主義経済の理論』岩波書店。
- 伊藤誠 [2006a] 「価値概念の深化とその歴史的基礎：マルクスのアリストテレスとの対話から」『國學院経済学』第54巻第3・4合併号。
- 伊藤誠 [2006b] 『資本論を読む』講談社学術文庫。
- 伊藤幸男 [1997] 『貨幣の原理と展開』中部日本教育文化会。
- 植村高久 [1997] 『制度と資本——マルクスから経済秩序へ——』御茶の水書房。

- 宇野弘蔵 [1947] 『価値論』 河出書房 (『宇野弘蔵著作集』 第3巻、岩波書店、1973年) .
- 宇野弘蔵 [1950・52] 『経済原論』 岩波書店 (『宇野弘蔵著作集』 第1巻、岩波書店、1973年) .
- 宇野弘蔵 [1952] 『価値論の研究』 東京大学出版会 (『宇野弘蔵著作集』 第3巻、岩波書店、1973年) .
- 宇野弘蔵・向坂逸郎編 [1958] 『資本論研究』 至誠堂.
- 宇野弘蔵 [1962] 『経済学方法論』 東京大学出版会 (『宇野弘蔵著作集』 第9巻、岩波書店、1974年) .
- 宇野弘蔵 [1963] 『価値論の問題点』 経済学ゼミナール (2)、法政大学出版局.
- 宇野弘蔵 [1964] 『経済原論』 岩波全書.
- 宇野弘蔵編 [1967] 『現代経済学演習講座・新訂経済原論』 青林書院新社 (『宇野弘蔵著作集』 第2巻、岩波書店、1973年) .
- 宇野弘蔵編 [1967・68] 『資本論研究』 I-V、筑摩書房.
- 宇野弘蔵 [1969] 『資本論の経済学』 岩波書店 (『宇野弘蔵著作集』 第6巻、岩波書店、1974年) .
- 宇野弘蔵 [1971] 『経済政策論 (改訂版)』 弘文堂 (『宇野弘蔵著作集』 第7巻、岩波書店、1974年) .
- 宇野弘蔵 [1973] 『資本論五十年』 上・下、法政大学出版局.
- 浦園宜憲 [1992] 『景気循環論の方法』 山口重克編 『市場システムの理論——市場と非市場——』 御茶の水書房.
- 浦園宜憲 [1995] 「市場経済と人間存在」 杉浦克己・高橋洋児編 『市場社会論の構想』 社会評論社.
- 大内力 [1978] 『信用と銀行資本』 東京大学出版会.
- 大内力 [1980] 『経済学方法論』 東京大学出版会 (『大内力経済学大系』 第1巻、東京大学出版会) .
- 大内力 [1981] 『経済原論』 上、東京大学出版会 (『大内力経済学大系』 第2巻、東京大学出版会) .
- 大内秀明 [1964] 『価値論の形成』 東京大学出版会.
- 大島雄一 [1974] 『価格と資本の理論——現代マルクス経済学の一展開—— (増補版)』 未来社.
- 大淵素行 [1971] 「労働価値学説論証体系批判 (1)」 新潟大学 『経済論集』 第10号.
- 置塩信雄 [1993] 『経済学はいま何を考えているか』 大月書店.
- 奥山忠信 [1990] 『貨幣理論の形成と展開——価値形態論の理論史的考察——』 社会評論社.
- 奥山忠信 [1999] 『富としての貨幣』 名著出版.
- 小幡道昭 [1988] 『価値論の展開——無規律性・階級性・歴史性——』 東京大学出版会.
- 小幡道昭 [2004] 「種の属性としての価値」 東京大学 『経済学論集』 第70巻 第1号.
- 小幡道昭 [2005] 「貨幣増加と価値増殖——『貨幣の資本への転化』 説批判——」 東京大学 『経済学論集』 第71巻 第1号.
- 小幡道昭 [2006] 「貨幣の価値継承性と多態性——流通手段と支払手段——」 東京大学 『経済学論集』 第72巻 第1号.
- 片桐幸雄 [2007] 『スラッファの謎を楽しむ——『商品による商品の生産』を読むために——』 社会評論社.
- 鎌倉孝夫 [1970] 『資本論体系の方法』 日本評論社.
- 鎌倉孝夫 [1971] 『資本論とマルクス主義』 河出書房新社.
- 鎌倉孝夫 [1984] 『現代社会とマルクス——マルクスの論理はいかに生きるか——』 河出書房新社.
- 鎌倉孝夫 [1996] 『資本主義の経済理論——法則と発展の原理論——』 有斐閣.
- 久留間鮫造 [1957] 『価値形態論と交換過程論』 岩波書店.
- 久留間鮫造 [1979] 『貨幣論——貨幣の成立とその第一の機能 (価値の尺度) ——』 大月書店.
- 河野惟隆 [1972] 「資本制的私有制下における社会的分業と階級関係」 東京大学 『経済学研究』 第15号.
- 小林弥六 [1972] 『流通形態論の研究』 青木書店.
- 小林弥六 [1977] 『価値論と転形論争』 御茶の水書房.
- 小林弥六 [1978] 『経済原論』 御茶の水書房.
- 小林弥六・三輪春樹・佐藤公俊・松崎昇・宮寄晃臣・長谷部孝司 [1987] 『経済原論 (2)』 学文社.
- 清水敦 [2006] 「貨幣の本質とその能動性」 小幡道昭・青才高志・清水敦編 『マルクス理論研究』 御茶の水書房.
- 清水真志 [2003] 「企業統治と市場機構」 『香川大学経済論叢』 第76巻 第2号.
- 清水真志 [2006] 「資本市場と企業統治」 『マルクス経済学の現代的課題』 第I集 第3巻、SGCIME 編 『グローバル資本主義と企業システムの変容』 御茶の水書房.

- 清水真志 [2007a] 「商品の使用価値と商品所有者の欲望」小幡道昭・青才高志・清水敦編『マルクス理論研究』御茶の水書房。
- 清水真志 [2007b] 「商品世界と使用価値 (1) (2)」『専修大学社会科学研究所月報』No.527-528.
- 清水真志 [2007c] 「商品所有者の『欲望』と商品流通の基本構造」日本流通学会編『日本流通学会誌・流通』No. 20、芽ばえ社。
- 下平尾勲 [1986] 『貨幣と信用——形態論研究——』新評論。
- 鈴木鴻一郎 [1959] 『価値論論争』青木書店。
- 鈴木鴻一郎編 [1960] 『経済学原理論』上、東京大学出版会。
- 須藤修 [1984] 「株式資本と資本の自律化」伊藤誠・櫻井毅・山口重克編『利子論の新展開』社会評論社。
- 田中史郎 [1991] 『商品と貨幣の論理』白順社。
- 竹内晴夫 [1989] 「信用関係と利子率の格差」東京大学『経済学研究』第 32 号。
- 竹内晴夫 [1996] 「信用の不確実性と制度的対応」河村哲二編著『制度と組織の経済学』日本評論社。
- 竹内晴夫 [1997] 『信用と貨幣——貨幣存立の根拠を問う——』御茶の水書房。
- 武田信照 [1982] 『価値形態と貨幣——スミス・マルクス・ヒルファディング——』梓出版社。
- 竹永進 [1977] 「S. ベイリー価値論と 60 年代初頭のマルクス」大阪市立大学『経済学雑誌』第 77 巻第 1 号。
- 竹永進 [1983] 「価値概念の『証明』について」『中央大学経済研究所年報』第 14 号。
- 玉野井芳郎 [1977] 『経済理論史』東京大学出版会。
- 大黒弘慈 [2000] 『貨幣と信用——純粋資本主義批判——』東京大学出版会。
- 大黒弘慈 [2005] 「マルクスとアリストテレス——交換における同一性と類似性——」京都大学大学院人間・環境学研究科『社会システム研究』第 8 号。
- 大黒弘慈 [2006] 「主体の二重化 (経済学における)」『マルクス経済学の現代的課題』第 II 集第 3 巻、SGCIME 編『現代マルクス経済学のフロンティア』御茶の水書房。
- 中野正 [1958] 『価値形態論』日本評論新社 (中野正著作集刊行委員会編『中野正著作集』第 1 巻、日本評論社、1987 年)。
- 永谷清 [1975] 『科学としての資本論』弘文堂。
- 永谷清 [1997] 『資本主義の核心』世界書院。
- 西口直治郎 [1979] 「マルクス価値論の発生論的方法——続・I. I. ルービンの価値論——」大阪市立大学『経済学雑誌』第 80 巻第 1 号。
- 西山忠範 [1983] 『脱資本主義分析——新しい社会の開幕——』文眞堂。
- 尼寺義弘 [1978] 『価値形態論』青木書店。
- 長谷部孝司 [1988] 「購買手段としての貨幣と価値尺度論の展開」『筑波大学経済学論集』第 20 号。
- 日高普 [1966] 『商業信用と銀行信用』青木書店。
- 日高普 [1968] 『銀行資本の理論』東京大学出版会。
- 日高普 [1974] 『経済学 (改訂版)』岩波全書。
- 日高普 [1983] 『経済原論』有斐閣。
- 日高普 [1994] 『マルクスの夢の行方』青土社。
- 広田精孝 [1984] 「価値形態論と交換過程論」『資本論体系』第 2 巻、有斐閣。
- 廣松渉 [1987] 『資本論の哲学 (新版)』現代評論社。
- 降旗節雄 [1965] 『資本論体系の研究』青木書店。
- 降旗節雄 [1976] 『マルクス経済学の理論構造』筑摩書房。
- 正木八郎 [1983] 「マルクス価値形態論の論理構造について」大阪市立大学『経済学雑誌』第 83 巻第 6 号。
- 正木八郎 [1989] 「マルクス価値論の再検討 (2)」大阪市立大学『経済学雑誌』第 90 巻第 2 号。
- 見田石介 [1968] 『宇野理論とマルクス主義経済学』青木書店。
- 宮崎晃臣 [1981] 「価値概念の検証」『筑波大学経済学論集』第 7 号。
- 宮崎晃臣 [1984] 「価値形態論的方法的留意点 (1)」『筑波大学経済学論集』第 13 号。
- 宮澤和敏 [1996] 「信用力と信用取引」『茨城大学人文学部紀要 (社会科学科)』第 29 号。
- 村上和光 [1991] 『価値法則論体系の研究——現代経済分析の理論的基礎——』多賀出版。
- 望月俊昭 [1981] 「価値形態論における〈本質の同等性〉について」成城大学『経済研究』第 75 号。

- 山口重克 [1984] 『金融機構の理論』 東京大学出版会.
山口重克 [1985] 『経済原論講義』 東京大学出版会.
山口重克 [1987] 『価値論の射程』 東京大学出版会.
山口重克 [1996] 『価値論・方法論の諸問題』 御茶の水書房.
吉沢英成 [1981] 『貨幣と象徴——経済社会の原型を求めて——』 日本経済評論社.
渡辺寛 [1968] 「価値と価値形態」 鈴木鴻一郎編 『マルクス経済学の研究』 上、東京大学出版会.
和田豊 [2003] 『価値の理論』 桜井書店.

社会科学研究所 定例研究会 報告要旨

2008年7月25日(金) 定例研究会報告

テーマ: 「現代の家族を考える—国籍法婚外子差別規定最高裁違憲判決を契機に」
(NPO 現代の理論・社会フォーラムと共催)

報告者: 椎名規子氏(茨城女子短期大学)

コメント: ①木幡文徳(法学部)
②菅原和之氏(「なくそう婚外子差別 つくれ住民票」裁判原告)

司会: 古川 純(法学部)

時間: 18:00—20:15

場所: 神田校舎7号館784教室

参加者数: 15名

報告内容概略:

最高裁大法廷(裁判長=島田仁郎長官)は6月4日、フィリピン国籍の母から生れた後に日本国民の父に認知されたがその父母は法律上結婚をしていないという子ども(婚外子または非嫡出子という)10名が原告となって日本国籍の確認を求めた裁判で、国籍法の婚外子の国籍取得を否定した規定を一部違憲とする判断(多数意見9名と意見1名の計10判事の意見、反対意見は計5名)を示し、救済として10名の子どもたちが法務大臣に国籍取得届を提出したことをもって日本国籍を取得したと認めた。多数意見の違憲判断と子どもたちに対する日本国籍認定は実に画期的である。

国籍決定には血統主義(ドイツ・イタリアなどのヨーロッパ大陸諸国、中国・韓国・北朝鮮・日本など)と生地主義(アメリカ合衆国・イギリス、ブラジルなどの南米諸国など)がある。旧西ドイツの連邦憲法裁判所は1974年、イタリアの憲法裁判所は1983年、それぞれ父系血統主義を憲法違反と判断した。1950年制定の日本の国籍法は父系優先血統主義をとってきたが、父が外国人で母が日本国民の場合にその子どもが出生による日本国籍を認められないのは女性差別で憲法14条の平等原則違反だという裁判が起こされてきた中で、1984年の国籍法改正により「日本国民とする」のは「出生の時に父又は母が日本国民であるとき」(2条1号)と改められ、父母両系血統主義となった。問題は、国籍法3条1項が「父母の婚姻及びその認知により嫡出子たる身分を取得した子で20歳未満のもの」は「認知をした父又は母が子の出生の時に日本国民であった場合において、その父又は母が現に日本国民であるとき」は、「法務大臣に届け出ることによって、日本国籍を取得するこ

とができる」と定める規定から排除されるケースである。日本国民である母の非嫡出子（婚外子）は出生により母と法律上の親子関係が生じるし、日本国民である父が胎児認知した子は出生時に父と法律上の親子関係が生じるとされるから、2条1号で生来的な日本国籍となるが、しかし法律上結婚をしていない日本国民の父と外国人の母との間に生れた子どもで父から出生後に認知を受けた子どもは、両親が結婚をして事後的に「嫡出子」（法律婚で生れた子）の地位を取得してはじめて日本国籍を取得できる（今回の10名の子どものように「非嫡出子（婚外子）」のままならば国籍は認められない）、というように狭く限定し多くの婚外子を排除しているのである。

最高裁大法廷が制定当初は合理的であった規定を今日では違憲と判断した理由には、国際的に婚外子に対する法的差別的取り扱いを解消する方向にあること、我が国の経済・社会の変化によって夫婦共同生活のあり方を含む家族生活や親子関係に関する意識も一様ではなくなってきていること、家族生活や親子関係の実態も変化し多様化してきていることなどをあげている。最後に報告者は、家族法における普遍的価値としての人権認識の必要性と女性の自立の社会的制度的保障の実現を強調した。

コメントの概要：（1）木幡所員は、多数意見は国籍法の広い婚外子排除の規定を元々は合理的なものであったと評価しているが、その背後には家制度と結びつく家族の団体主義的考え方があったと思われると述べ、それを今回の判決で婚外子に国籍を認めることで子ども個人の戸籍を作ることになり、結果として多数意見は家族に関する個人主義的な発想へと転換したといえるのではないかと指摘した。（2）菅原氏は、法律婚ではなく事実婚を選んだ夫婦関係を前提にあらゆる婚外子に対する差別をなくすという立場から、事実婚の父＝菅原氏が子の出生届出にあたり「嫡出でない子」という表記を強制されることを避けようとしたところ、世田谷区で当該出生届けが不受理となりそれを理由に住民票の記載をしない処分をされたことの処分取り消し請求と当該子の住民票作成の義務付け請求を闘っている裁判原告として、まさに変化し多様化している日本社会の家族の現場からコメントされた。菅原氏の裁判は東京地裁で勝訴したものの東京高裁では逆転敗訴となり最高裁に上告中であるが、今回の大法廷判決の婚外子差別違憲判断がどのように影響するか、注目される。討論では、男女共同参画社会からのアプローチの必要や、今後課題となる移民受け入れ政策（人口の1割）を媒介に考えると国籍と家族の関係の見直し、さらには国籍そのものの見直しが可能になるのではないかと、などの意見が出され、限られた時間内ではあるがたいへん有意義な議論がなされた。

記：専修大学法学部・古川 純

2008年7月25日（金） 定例研究会報告

テ ー マ : Slovenia and EU

報 告 者 : Dr. Stanko Pelc, University Primorska, Faculty of Education Koper

通 訳 : 松尾容孝（本学文学部）

時 間 : 16時～18時

場 所 : 専修大学生田校舎 M841 小会議室

出席者数 : 8名

報告内容概略 :

1550年にPrimož Trubarがスロベニア語で聖書の翻訳を出版して以来、スロベニアは今日の独立国にむけて歩んできた。発表は、まず、汎スラブ主義、政治的自治、国民国家の3方向の歴史的相克、ヨーロッパにおいてスロベニアが占めてきた位置、国境の移り変わりにみる隣国との関係を回顧した。そのあと、戦後のユーゴスラビア連邦共和国の1構成国、1991年の独立、2004年のEU加盟の政治的画期との関係を念頭において、貿易統計やGDP指標により経済状況の推移が提示された。ユーゴスラビア内の工業先進地としての経済成長が80年代以降の政治的動向の中で鈍化し、さらに急速にマイナス成長に陥ったこと、しかし最悪のマイナスを示した91年の独立年から数年を経て再び経済成長基調に転じて今日に至っていること、工業から第三次産業へと産業構成が推移しており、諸経済指標によりEU加盟27カ国のなかで経済成長率は堅調だがインフレ率が高いこと、特に牽引する産業部門を持たず、今後の経済の推移に不確定要素が多いことが示された。

発表は経済状況を中心に行われたので、質疑では、社会主義構成国からEU加盟国への政治的変革が経済と如何に切り結んできたのか、今日および今後スロベニアがとろうとする政治経済の方向などについて、出席者との間で多くの質問と応答がなされた。

記 : 専修大学文学部・松尾容孝

〈編集後記〉

月報 8 月号をお届けします。今年の夏は、2007 年に気象用語として追加された(新しいはずの)「猛暑日」がすっかり定着してしまった感があります。今月号の論説は、前号に引き続き「価値概念の二重性」、その後半部分となります。暑中ですが、クールな論理展開で涼をおとりください。

(K. N)

神奈川県川崎市多摩区東三田 2 丁目 1 番 1 号 電話 (044)911-1089

専修大学社会科学研究所

(発行者) 内田 弘

製作 佐藤印刷株式会社

東京都渋谷区神宮前 2-10-2 電話 (03)3404-2561
