

商品の価値と使用価値

小 島 寛

目次

はじめに

- (1) 商品
- (2) 商品価値
- (3) 商品の使用価値
- (4) 使用価値という言葉
- (5) 商品価値の表現 1——宇野弘蔵の等価物量先行決定説
- (6) 商品価値の表現 2——日高普の修正版等価物量先行決定説
- (7) 商品価値の表現 3——小島寛の提供物量先行決定説
- (8) 結語

はじめに

周知のように、資本主義経済の原理論は商品をもって開始される。本稿の目的はこの商品の価値と使用価値に関する問題を検討することにある。最初に、商品とは何かという問題を検討する。その形態と物体に焦点が当てられる。次に、商品の二要因、価値と使用価値について検討する。商品の価値と使用価値について、各々、その内部構造を分析する。続いて、使用価値という言葉について、そこに含まれる価値という言葉に焦点を当てて検討する。最後に、簡単な価値形態における商品価値の表現について検討する。そこでは、宇野弘蔵の等価物量先行決定説と日高普の修正版等価物量先行決定説を紹介し、その問題点を克服するために、私の提供物量先行決定説を提起する。

それらの作業を、商品の分析から開始しよう。

(1) 商品

商品は、物体の所有者がそれを交換に提供しようとすることによって生ずる。彼は、自分の物体を手放して他の物体を交換によって取得しようとするのであり、商品は、こうした、所有者の交換意思と行動によって生まれるわけである。この商品は交換の形態を付与された物体であると定義できる。この、物体に付与される交換の形態、短くいえば、交換形態は、

商品の価値と使用価値

物体を入れる容器のようなものである。したがって、物体を容器から取り出すこともできる。交換形態を外すことによって、商品であった物体は単なる物体に戻るわけである。

商品の形態にたいして、商品の物体とは、交換に提供される物体のことであり、短くいえば、交換提供物のことである。この物体は、容器である交換形態にたいして、いわば、その内容物に該当するわけであるが、それは有形物と無形物に分かれる。

この有形物は、更に生産物と非生産物に分かれる。生産物としての有形物の特徴は、次のとおりである。まず、当然のことであるが、それは生産された、形の有る物体である。例えば、置き時計は生産された有形物である。次に、その使用は生産と時間的に分離して行われる。具体的にいえば、使用は生産の後に行われる。置き時計は、生産された後、時刻を表示し、時間を計り、装飾品として空間を飾る、といった具合に使用される。この使用は生産物としての有形物の消費を伴う。最後に、生産物としての有形物を使用しないで保存することもできる。但し、この保存も消滅から自由ではない。置き時計は使用されないで保存されていても、経年劣化による消滅を免れることはできないわけである。

また、非生産物としての有形物の特徴は、次のとおりである。まず、それは有形ではあるが、生産することのできない物体である。例えば、土地は、埋立地¹⁾を除けば、生産された物体ではなく、自然に存在する物体である。次に、非生産物としての有形物は種々の仕方で使用される。例えば、土地は、地力を使用することによって農作物を育成する。この場合、土地の地力は使用されることによって消費されるわけである。また、土地は、場所として使用されることによって作業場や住居を存続させる。この場合、土地の場所としての使用が消費されるわけである。最後に、土地の保存も可能である。例えば、土地は何も使用せずに保存することができる。その場合、土地の自由使用の機会が消滅する。このように、有形物は、生産物であれ非生産物であれ、保存することが可能である。形が存在するからである。

以上で述べた、物体における有形物にたいして、無形物はどうであろうか。この無形物も生産物と非生産物に分かれる。生産物としての無形物の特徴は、まず、生産された、形の無い物体である。こうした無形物としては、運輸、保管、電気等が存在する。運輸は人や物体を安全に移動する効果であり、保管は物体を無事に保持する効果である。電気は電流によって種々の効果を発揮するエネルギーである。次に、これらの生産物としての無形物ではその使用は生産と同時にされる。それは生産と同時に使用され消費されるわけである。最後に、その無形物を保存することは不可能である。それは使用されなければ、生産されると同時に消滅する無形物である。人は運輸、保管を保存することはできない。電気も蓄電池、揚水等によって貯蔵されるためには、一旦使用され消費されなければならないのであり、そのまま保存することは不可能である。

これにたいして、非生産物としての無形物の特徴は、次のとおりである。まず、それは生産することのできない無形物である。例えば、労働力は物体を生産する能力であるが、無形

物である。それを生産することは不可能である。それは人間生活において形成される以外にない。次に、非生産物としての無形物は使用されることによって消費される。例えば、労働力は使用されることによって労働が支出され、生産が行われる。生産によって労働力が消費されるのである。最後に、非生産物としての無形物を保存することはできない。例えば、労働力を保存することはできない。ある時間の労働力は、その時間内に使用し消費されなければ、何の結果も残さず失われるだけである。無形物は、生産物にしる非生産物にしる、形が存在しない故に、保存することはできないのである²⁾。

以上のように、物体は有形物と無形物からなり、更にそれらは各々生産物と非生産物からなるのであるが、こうした物体に交換形態が付与されると、それは商品の内容物をなすことになる。こうして、商品は交換形態を付与された物体と定義されるのである。

次節では、商品の二要因の一つ、商品価値について考察しよう。

(2) 商品価値

周知のように、商品には二つの要因がある。価値と使用価値である。

まず、商品の二要因における要因という言葉は、どのような意味で使用されているのだろうか。私は、この要因を互いに全く異質であり、かつ分離不可能な部分という意味で使用している。したがって、価値と使用価値が商品の要因であるということは、両者は全く異質であり、かつ分離できない部分であるということである。

商品の二要因のうち、商品所有者にとって、もっとも大事なものは商品価値である。それは商品の積極的要因であり、商品所有者にとってもっとも大事な性質、能力のことである。この商品価値は、価格変動の重心として作用する生産価格によって表現される重心価値のことではない。それは商品が本来的に持っている個別的な価値のことである。この商品価値は交換力と変態力³⁾を二つの因子とする。この因子とは、互いに全く異質であり、かつ分離不可能な部分のことである。それは、上述の要因と同じ性格であり、この要因を構成する部分であるから因子となる。要するに、商品の二要因の一つである価値は、交換力と変態力からなる二つの因子によって構成されているわけである。

商品価値における交換力とは、他の商品にたいする交換能力のことである。それは、外部の商品にたいして発揮される能力である故に、商品価値の対外的因子となる。他方、変態力とは、一般的に、ある姿態が他の姿態に変換する能力のことである。したがって、それは、商品価値においては、ある商品姿態が他の商品姿態に変換する能力ということになる。そして、変態力は、一般的には、ある姿態の所有者の内部で作用する能力であり、商品ではその所有者の内部で作用する能力である。それ故に、変態力は商品価値ではその対内的因子となる。

商品の価値と使用価値

また、商品価値における交換力は、他の商品に交換を働きかける動力であり、そのために商品価値の動力的因子となる。この交換力には受動的交換力と能動的交換力が存在する。受動的交換力は、相手側からの交換出動によって他の商品を受動的に取得する交換能力である。この交換力は、相手側からの交換出動によって受動的に実現される。これは、従来、価値形態論で相対的価値形態に立つ商品の価値として考察されてきたものである。それにたいして、能動的交換力は、商品自らの交換出動によって他の商品を能動的に取得する交換能力である。この交換力は、自分の商品の交換出動によって能動的に実現される。このように商品価値の交換力は受動的に実現されるか、能動的に実現されるかによって、受動的交換力または能動的交換力となる。この受動的交換力は、商品が他の商品に交換を求めることによって商品価値の動力的因子となり、能動的交換力は、商品が他の商品との交換に直接出動することによって商品価値の動力的因子となる。両交換力とも、商品が他の商品に交換を働きかける動力であり、その点で商品価値の動力的因子となるわけである。

他方、商品価値における変態力は、商品姿態が他の商品姿態へ変換する点で、商品価値の遷移的因子である。この遷移的因子の遷移とは、商品所有者の内部で結果的に姿態を変換することを意味する。商品価値における交換力は、外部の他の商品にたいして交換を働きかけることによって、商品価値の動力的因子となる。それにたいして、商品価値における変態力は、商品所有者の内部で結果的に商品が他の商品に姿態を変換することによって、商品価値の遷移的因子となるわけである。

更にまた、交換力は、他の商品にたいする交換能力として、貨幣登場前の商品価値の形態的因子となる。商品価値における交換力は、貨幣登場前の商品に固有の能力として存在するわけである。他方、変態力は、一般的に、ある姿態が他の姿態に変換する能力であり、価値の本質をなす。それは、貨幣登場前の商品価値においては、形態的因子である交換力と対をなしてその本質的因子となる。

こうして、商品価値は、交換力を対外的因子、動力的因子、形態的因子とし、変態力を対内的因子、遷移的因子、本質的因子とする。この変態力は交換力の実現によって結果的に実現される。商品価値において、交換力がその動力的因子として、変態力はその遷移的因子として機能するわけである。そして、商品価値における変態力は、商品から他の商品へ姿態変換することによって、結果的に交換力実現の成果を新たな商品姿態において具体化する。このようにして、商品価値における交換力と変態力は、互いに必要な、かつ分離不可能な二つの因子、動力的因子と遷移的因子として機能するのである。

こうした動力的因子と遷移的因子の関係は、貨幣の購買手段価値⁴⁾ および貨幣登場後の商品価値においても存在する。貨幣の購買手段価値においては、動力的因子は購買力、遷移的因子は変態力である。購買力はその実現によって変態力を実現する。それにたいして、その変態力は、貨幣から商品への姿態変換によって、購買力実現の成果を商品姿態において具

体化する。また、貨幣登場後の商品価値においては、動力的因子は販売力、遷移的因子は変態力であるが、この販売力はその実現によって変態力を実現し、その変態力は、商品姿態から貨幣姿態への変換によって、販売力実現の成果を貨幣姿態において具体化するのである。

以上を要するに、商品価値における交換力は、他の商品にたいする交換能力であり、実現の仕方によって受動的交換力または能動的交換力となる。また、交換力は、他の商品に交換を働きかける動力であるために商品価値の動力的因子、商品所有者の外部にたいする能力であるために商品価値の対外的因子、他の商品にたいする交換能力として貨幣登場前の商品に固有の能力であるために商品価値の形態的因子となる。

それにたいして、変態力は、一般的には、ある姿態が他の姿態に変換する能力として価値の本質となる。それは、商品価値においては、ある商品姿態から他の商品姿態に変換する能力として、その本質的因子となる。また、変態力は、一般的に、その姿態の所有者の内部で作用する能力であり、商品価値では、それは商品所有者の内部で作用するためにその対内的因子となる。そして、変態力は、商品価値の動力的因子である交換力の実現によって商品所有者の内部で結果的に実現されるのであり、その点で、商品価値の遷移的因子となる。

次節では、商品の二要因の他の一つ、商品の使用価値を考察しよう。

(3) 商品の使用価値

使用価値という言葉には、実は問題が存在するのであるが、それは後に本稿「(4) 使用価値という言葉」で検討することにして、差し当たりここでは使用価値という言葉を使用して論を進めることにする。

私はこれまで商品の使用価値を次のように考えていた。すなわち、使用価値⁵⁾は、一般的には人の役に立つ性質、すなわち有用性⁶⁾であるが、商品の使用価値は、一般的な有用性ではなく、他人のため⁷⁾の有用性であり、更に、商品価値の担い手⁸⁾でもある、と。要するに、商品の使用価値は、他人のための有用性であり、商品価値の担い手である、というわけである。

上の説明の難点は、他人のための有用性における他人の意味が曖昧なところにある。商品の使用価値をより明確にするためには、この他人の意味を直接的に規定しなければならない。それでは、この他人とは如何なる人物であろうか。結論をいえば、その他人とは商品の交換相手のことである。したがって、商品における他人のための有用性とは、交換相手のための有用性である。このように、他人のための有用性を交換相手のための有用性と改めるほうがより直接的な表現となり、その意味はより明確になる。そこで、商品の使用価値を規定し直すと、それは、交換相手のための有用性であり、商品価値の担い手である、ということになる。この商品価値の担い手というのは、商品価値が存在するために必要な条件のことであり、

商品の価値と使用価値

約めていえば商品価値の存在条件という意味である。

この、商品の使用価値における二つの能力、すなわち交換相手のための有用性と、商品価値の担い手という二つの能力は、性質を互いに全く異にし、かつ分離できない部分であり、つまり前述した因子である。したがって、商品の二要因の一つである使用価値は、交換相手のための有用性と、商品価値の担い手という二つの因子から構成されることになる。

この二因子構成において、交換相手のための有用性は、交換相手にとっての能力ということからも明らかなように、商品の使用価値の対外的な性質についての規定である。したがって、それは商品の使用価値の対外的因子である。また、商品価値の担い手は、その商品所有者にとっての能力であるから、商品の使用価値の対内的な性質についての規定であり、したがって、それは商品の使用価値の対内的因子である。

こうして、商品の使用価値は対外的には交換相手のための有用性として、対内的には商品価値の担い手として役に立つのであり、したがって、前者は商品の使用価値の対外的因子、後者はその対内的因子ということになる。

次節では、使用価値という言葉について検討しよう。

(4) 使用価値という言葉

前節「(3) 商品の使用価値」で、商品の使用価値を、対外的には交換相手のための有用性であり、対内的には商品価値の担い手であると定義したが、実は、この使用価値という言葉自体にそもそも問題がある。それは、使用価値という言葉が商品価値にも使われている価値という言葉を含み、しかもその価値の意味を明確にしていない、という問題である。

使用価値は、一般的には、役に立つ性質、有用性のことであるが、一体、この商品価値にも使われている価値という言葉はどのような意味なのであろうか。一つの可能性は、使用価値における価値という言葉が、商品価値における価値と同じ意味であるということである。商品価値は、私見では前述したように、対外的、動力的、形態的には交換力であり、対内的、遷移的、本質的には変態力である。また価値そのものは変態力のことである。しかし、使用価値は、そもそも、一般的に、役に立つ性質、有用性のことであるから、上述の商品価値や価値そのものとは概念的にも機能的にも無関係であり、したがって、使用価値における価値という言葉と、商品価値における価値とは同じ意味ではないことになる。

また、一般的な使用価値ではなく、商品の使用価値の場合は、その価値という言葉はどのような意味であらうか。私見では前述したように、商品の使用価値は、対外的には交換相手のための有用性であり、対内的には商品価値の担い手である。この商品の使用価値の規定には、商品価値の担い手という内容が含まれているから、商品の使用価値という言葉における価値と商品における価値は別物ということになる。

このように、一般的な使用価値という言葉における価値、商品の使用価値という言葉における価値の意味が不明瞭であり、そこに問題があるわけである。そこで、以後、意味が不明な価値という言葉を含む使用価値に替えて有用性という言葉を用いることにする。商品の二要因は、価値と使用価値ではなく、価値と有用性とするのである。

そのためには、前節「(3) 商品の使用価値」で述べた内容を一部変更しなければならない。ここでは、商品の使用価値は、対外的には交換相手のための有用性であり、対内的には商品価値の担い手である、と定義されていたが、これを次のように変更することにする。すなわち、商品の有用性は、対外的には交換相手のための功用であり、対内的には商品価値の担い手である、と。

ここでは、商品の使用価値に替えて商品の有用性という言葉を採用し、また交換相手のための有用性に替えて交換相手のための功用という言葉を使用している。有用も功用も、それ自体は役に立つことを意味する言葉であるが、しかし、商品の有用性、交換相手のための功用ということになると、その内容は大きく相違する。前者は、交換相手のための功用と、商品価値の担い手という二つの性質を有する概念であるのに対して、後者は、交換相手にとって役に立つことを意味する概念であるからである。この内容の相違を明確にするために、商品においては有用性、交換相手のためには功用という言葉を使い分けたわけである。

こうして、商品は価値と有用性という二要因によって構成され、この有用性は、対外的には交換相手のための功用として、対内的には商品価値の担い手として機能する。この功用は、交換相手のための能力であるから、商品の有用性における対外的因子である。また、商品価値の担い手は、その商品所有者にとっての能力であるから、商品の有用性における対内的因子となる。商品の有用性はこの二つの因子から構成されるわけである。

次の三節では、商品価値の表現について考察する。最初に、宇野弘蔵の等価物量先行決定説を紹介しよう。

(5) 商品価値の表現 1——宇野弘蔵の等価物量先行決定説

宇野弘蔵は、商品価値の表現について、次のように述べている。

「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」(宇野⑤ 22 頁)というリンネル商品の価値表現は、「リンネルの所有者が、商品として有するリンネルの内から二〇ヤールをとって、己れの欲する一着の上衣に対して、誰か一着の上衣をもって交換を求めるものがあれば、二〇ヤールのリンネルを渡してよい、という形でリンネルの価値を表現するものである。」(同上 22-23 頁)

商品の価値と使用価値

ここでは、「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」という関係において、「リンネルの所有者」は、「商品として有するリンネルの内から二〇ヤールをとって、己れの欲する一着の上衣に対して」交換を要求するということが指摘されている。宇野は、この関係を、「リンネルの所有者」によるリンネル商品についての主観的な価値表現であり、一方的な価値表現であるとしているわけである。

更に、宇野は、この、商品価値を他の商品量で主観的に、一方的に表現することについて、次のように説明を加える。

「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」（前掲）という、「このいわゆる簡単なる価値形態にあっては、リンネル商品の所有者にとって上衣が使用価値として、勿論、自己の商品との交換によって得られるべき商品としてではあるが、しかしリンネルが商品としてその所有者にとっては非使用価値であるのと反対に、その一定量が、例えば一着なり、二着なりがあげられ、それに対してリンネルは商品として所有するものの中から二〇ヤール、その他、適当と考えられる量が採り上げられて対置されるものとしなければならない。いいかえれば 二〇ヤールのリンネルの価値を表示するというのではなく、リンネルの価値を表示するために、この場合は二〇ヤールがとられたにすぎない。この表示では、価値を表現される商品が、この場合はリンネルであるが、その量を、むしろその使用価値によってリンネルの価値を表示する上衣の量に対応して、規定されることになる。」（宇野⑤ 23頁）

この文章では、まず、「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」という価値形態において、上衣の「一定量が、例えば一着なり、二着なりがあげられ、それに対してリンネルは商品として所有するものの中から二〇ヤール、その他、適当と考えられる量が採り上げられて対置されるものとしなければならない」ということが提起されている。欲する上衣の量がまず決まり、それに応じて、リンネル商品のなかから「二〇ヤール、その他、適当と考えられる量が採り上げられて対置される」とされているわけである。

更に、上の引用文において、「この表示では、価値を表現される商品が、この場合はリンネルであるが、その量を、むしろその使用価値によってリンネルの価値を表示する上衣の量に対応して、規定されることになる」と説明され、そこにおいて、リンネルは「価値を表現される商品」、上衣は「価値を表示する」商品であり、このリンネルの量は「上衣の量に対応して、規定されることになる」ことが強調されている。

要するに、宇野は、「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」という簡単な価値形態において、リンネル商品所有者は欲する上衣の量を一着とまず決定し、それに応じてリンネル商品の提供量を二〇ヤールと決定するのであり、このリンネルは「価値を表現される商

品」, 上衣はリンネル商品の「価値を表示する」商品である, とするのである。この主張を, 等価物である上衣の量が先に決定されることから, 等価物量先行決定説と呼ぶことにする。

次節では, この宇野の等価物量先行決定説にたいする日高普の修正版等価物量先行決定説を紹介しよう。

(6) 商品価値の表現 2——日高普の修正版等価物量先行決定説

宇野の等価物量先行決定説について, 日高普は次のように問題を提起する。

簡単な価値形態において, 「目的物の商品量がまずきまりそれに応じて提供物の商品量がきめられることを明らかにしたことは, 宇野氏の数多くの功績の一つである。そして氏はふれなかったが, ある量をもった目的物商品の価値がまずきまり, それに等しいと思われるだけの提供物商品の量があとからきめられるということなのではないのか。さてそこで価値を表現するのは, 提供物か, 目的物か。」(日高⑥ 62-63 頁)

ここで日高は, 宇野が「目的物の商品量がまずきまりそれに応じて提供物の商品量がきめられることを明らかにしたことを高く評価する一方で, 「ある量をもった目的物商品の価値がまずきまり, それに等しいと思われるだけの提供物商品の量があとからきめられるという」日高独自の宇野解釈を前提に, 「さてそこで価値を表現するのは, 提供物か, 目的物か」と問題を提起する。

この宇野解釈における, 「ある量をもった目的物商品の価値がまずきまり, それに等しいと思われるだけの提供物商品の量があとからきめられるという」ことは理解し難い。というのは, この場合, 「ある量をもった目的物商品の価値」はどのようにして「まずきま」るのであろうか。商品価値の大きさは他の商品量で評価される以外にないのであるから, 後者なくして前者はどのようにして評価され決定されるのであろうか。不明というほかはない。日高独自の宇野解釈とした所以である。

さて, それはともかくとして, 日高は, 上の引用文において, 宇野が提供物リンネルを「価値を表現される商品」(前掲), 目的物上衣を「価値を表示する」(前掲) 商品であるとしたことにたいして, 「価値を表現するのは, 提供物か, 目的物か」と問いを發したわけであるが, この問題にたいして, 日高は次のように解答を与えていく。

「まず欲望の対象としての五ポンドの茶がきまったとする。その価値量に見当をつける。こちらも提供物を同じ価値量提供しなくてはならないと思う。リンネルは何ヤールにしてみるか。一九ヤールにしてはすこし少なすぎはしないか。とって二一ヤールにしては多

商品の価値と使用価値

すぎる。二〇ヤールがちょうど、両方の価値が等しいであろうと考え、リンネル二〇ヤールを提供して五ポンドの茶に申込みをする。そのときリンネルの価値を茶で表現しているのだろうか。まず一九ヤールのリンネルの価値を表現しようとしてみて、やめ、次に二一ヤールを表現しようとしてみて、やめ、二〇ヤールになったのだろうか。その間五ポンドの茶は不動のまま一貫してリンネルの価値を表現するための材料になっているのだろうか。そんなことはあるまい。五ポンドの茶の価値を表現しようとして、その表現の材料としてのリンネルの量を増減させたのであろう。材料を増減させて、茶の価値を表現したのである。あるいは茶の価値を表現するために、リンネルの量を調節したといった方がよい。」(日高⑥63頁)

みられるように、日高は、リンネル所有者が「リンネル二〇ヤールを提供して五ポンドの茶に申込みをする」場合、彼は「五ポンドの茶の価値を表現しようとして、その表現の材料としてのリンネルの量を増減させた」、あるいは「茶の価値を表現するために、リンネルの量を調節した」と主張するのである。

これは、既述した宇野の等価物量先行決定説の修正版である。宇野は、上述の等価物量先行決定説で、リンネル商品所有者は、まず欲する上衣の量を一着と定め、次にそれに応じてリンネル商品の提供量を二〇ヤールと決定するとし、この場合、リンネルは「価値を表現される商品」(前掲)、上衣はリンネル商品の「価値を表示する」(前掲)商品である、と説明していた。

これにたいして、日高は、宇野が「目的物の商品量がまずきまりそれに応じて提供物の商品量がきめられることを明らかにしたこと」(前掲)を高く評価する一方で、提供物リンネルは「茶の価値を表現する」商品、等価物茶は価値を表現される商品である、と修正したのである。日高は、宇野の等価物量先行決定説の後半部分を修正したわけであり、この点で日高の説明は修正版等価物量先行決定説となる。

そして、日高は、「価値を表現するのは、提供物か、目的物か」(前掲)という問いにたいして、次のように結論する。

「リンネル一ヤール＝三〇〇円の論理的根拠にはリンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶と
いうかたちがある。つまり商品が貨幣というあらゆる使用価値の商品経済的代表者、商品
経済的富の結晶に交換を求める論理的根拠に、たまたま欲求する特定の使用価値に交換を
求めるというかたちがある。そしてその交換申込みはまず、欲求の対象としてある特定の
使用価値の大きさの価値量を考え、見当をつけた価値量と等しいような手持ち商品の提供
量をきめる。目的物の価値の大きさが提供物に表現され、両方の価値が等しいと判断して
はじめて申込みがおこなわれるのである。だからリンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶は、

リンネル一ヤール＝三〇〇円のばあいと逆に、五ポンドの茶の価値をリンネル二〇ヤールで表現しているのである。交換申込みはリンネルの所有者から茶の所有者に向かっておこなわれる。しかし価値表現は、五ポンドの茶がリンネルを材料としておこなうのである。貨幣への交換欲求でなしにもっと下向して特定の使用価値への交換欲求に至ってしまったら、問題はまず目的物の価値であろう。つまりその価値を提供物で表現するのである。」(日高⑥ 69-70 頁)

ここで日高は、貨幣形態「リンネル一ヤール＝三〇〇円」においては、リンネル商品所有者が「リンネル一ヤール」の商品価値を「三〇〇円」で表現するのにたいして、簡単な価値形態「リンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶は、リンネル一ヤール＝三〇〇円のばあいと逆に、五ポンドの茶の価値をリンネル二〇ヤールで表現している」と結論するのである。

次節では、宇野弘蔵の等価物量先行決定説と日高普の修正版等価物量先行決定説を批判し、私の提供物量先行決定説を展開しよう。

(7) 商品価値の表現 3——小島寛の提供物量先行決定説

確かに、貨幣形態「リンネル一ヤール＝三〇〇円」においては、「リンネル一ヤール」の商品価値は「三〇〇円」によって表現されている。リンネル商品所有者は「リンネル一ヤール」の価値表現について金額を調整するからである。しかし、日高のいうように、「リンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶は、リンネル一ヤール＝三〇〇円のばあいと逆に、五ポンドの茶の価値をリンネル二〇ヤールで表現している」ということができるのであろうか。

日高は、宇野に習って、「リンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶」において、リンネル商品所有者の欲する茶商品の目的量が五ポンドにまず決定され、それに応じてリンネル商品の提供量が二〇ヤールに調節されると考えている。この考え方の特徴は、交換に提供できるリンネル商品量が有限であることを度外視していることである。このために、まず等価物である茶商品の量が欲望に応じて五ポンドに決まり、それに応じてリンネル商品の提供量が二〇ヤールとされるのである。しかし、リンネル商品所有者が所有するリンネル商品量も、またそのなかから他商品との交換のために提供できるリンネル商品量も有限であり、したがって茶商品との交換のために提供できるリンネル商品量も有限である。そうであるなら、まず、他商品との交換のために提供できるリンネル量のなかから、茶商品にたいする提供量が二〇ヤールと定められ、それに応じて欲する茶商品の量が五ポンドに定められることになる。リンネル商品所有者は、他商品との交換に提供できる量のなかから選択されたリンネル二〇ヤールに応じて、欲しい茶商品の量を五ポンドに調節するわけである。

一般的にいて、各商品所有者が所有する商品量も、またそのなかから他商品との交換の

商品の価値と使用価値

ために提供できる商品量も、更にまたそのなかから具体的に欲しい商品との交換のために提供できる商品量も有限である。それを前提にするならば、欲しい商品との交換に提供する商品量がまず決定され、次にそれに応じて欲しい商品の量が決定されることになる。その場合、提供物は価値を表現される商品であり、等価物は提供物商品の価値を表現する商品となる。

これは、宇野の等価物量先行決定説、日高の修正版等価物量先行決定説にたいして、提供物量先行決定説となる。上述したように、宇野の等価物量先行決定説は、等価物商品量が先に、それに応じて提供物商品量が後に決定され、この等価物商品が提供物商品の価値の表現材料になるというものであった。また、これも上述したように、日高の修正版等価物量先行決定説は、前段では宇野と同様に、等価物商品量が先に決定され、それに応じて提供物商品量が後に決定されるのであるが、後段では宇野とは逆に、提供物商品が等価物商品の価値の表現材料になるというものであった。それにたいして、私の提起する提供物量先行決定説は、前段では宇野、日高とは逆に、所有商品量等が有限であるために、そのなかからまず提供物商品量が先に決定され、次にそれに応じて等価物商品量が決定されるものであり、後段では宇野と同様に、等価物商品は提供物商品の価値の表現材料になるというものである。

この提供物量先行決定説では、例えば、「リンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶」における「リンネル二〇ヤール」の表記も変更されることになる。そこでは、提供物商品は「リンネル二〇ヤール」、すなわち商品名・量の順で表記されているが、私の提供物量先行決定説では、提供物商品は二〇ヤールのリンネル、すなわち量・商品名の順で表記される。この、二〇ヤールのリンネル、量・商品名の表記は、有限のリンネル商品所有量のなかから、したがって有限の、他商品との交換に提供できるリンネル商品量のなかから、二〇ヤールが茶商品にたいする提供物商品量として先行的に決定されたことを示している。それにたいして、貨幣形態「リンネルーヤール＝三〇〇円」においては、提供物商品はリンネルーヤール、すなわち商品名・一単位量と表記されている。これは、リンネルーヤールがリンネル商品所有量等の有限性とは関わりなく選択された量であることを表示しているわけである。

こうして、リンネル商品の簡単な価値形態は、「リンネル二〇ヤール＝五ポンドの茶」と異なって、二〇ヤールのリンネル＝五ポンドの茶と表記されることになる。リンネル商品所有者は有限の、他商品との交換に提供できるリンネル商品量のなかから先に提供物商品として二〇ヤールを決定し、次にそれに応じて等価物商品として茶商品量を五ポンドと決定するわけである。

その場合、二〇ヤールのリンネルはその価値を五ポンドの茶によって表現される商品であり、五ポンドの茶はリンネル商品の価値を表現する商品である。その点では、リンネルーヤール＝三〇〇円においてリンネルーヤールが三〇〇円によって表現され、三〇〇円がリンネル商品の価値を表現するのと同様である。違いは、提供物商品では、二〇ヤールは有限な、他商品との交換のために提供できるリンネル商品量のなかから選択された特定量であるのに

たいして、一ヤールはそれとは関わりのない一単位量であることである。また、もう一つの違いは、等価物である五ポンドの茶商品は消費対象であるのにたいして、三〇〇円は交換手段であることである。

(8) 結語

本稿「(1) 商品」では、商品が次のように分析された。商品とは交換形態を付与された物体のことである。この物体は有形物と無形物からなり、更にそれらは各々生産物と非生産物に分かれる。その所有者によって、ある物体に交換形態が付与されると、その物体は商品の内容物となり、また交換形態が外されるならば、商品の内容物は単なる物体に戻る。

本稿「(2) 商品価値」では、商品価値が次のように分析された。商品には価値と使用価値からなる二つの要因がある。この要因とは、互いに全く異質で、かつ分離不可能な部分という意味である。ここでいう商品価値は、価格変動の重心として作用する生産価格で表現される重心価値のことではない。商品が本来的に持っている個別的な価値のことである。それは商品所有者にとってもっとも大事な性質、能力のことである。この商品価値は交換力と変態力を二つの因子とする。この因子は、互いに全く異質で、かつ分離不可能な部分を意味する。それは、上述の要因と同じ性格であり、この要因を構成する部分である故に、因子と称する。つまり、商品の二要因の一つである商品価値は、交換力と変態力の二つをその因子とするわけである。

商品価値における交換力は、他の商品にたいする交換能力である。それは交換出動によっては能動的交換力として実現され、また交換受け入れによっては受動的交換力として実現される。交換力は実現の仕方によって能動的交換力または受動的交換力となるわけである。この交換力は、交換に出動する、または交換を求めることによって他の商品に交換を働きかける動力となり、そのために商品価値の動力的因子となる。また、それは、商品所有者の外部にたいする能力である点で商品価値の対外的因子となり、更にまた、他の商品にたいする交換能力として貨幣登場前の商品に固有の能力であるために、商品価値の形態的因子となる。

他方、変態力は、一般的には、ある姿態が他の姿態に変換する能力であり、価値の本質である。それは、商品価値においては、ある商品姿態から他の商品姿態に変換する能力となり、商品価値の形態的因子である交換力にたいして、その本質的因子となる。また、変態力は、一般的に、その姿態の所有者の内部で作用する能力である。それは、商品価値では、商品所有者の内部で作用する点で、商品価値の対外的因子である交換力にたいして、その対内的因子となる。更にまた、商品価値における変態力は、交換力の実現によって商品所有者の内部で結果的に実現される。そのために、この変態力は、商品価値の動力的因子である交換力にたいして、その遷移的因子となる。

商品の価値と使用価値

本稿「(3) 商品の使用価値」では、商品の使用価値が次のように分析された。私は、これまで商品の使用価値を、一方で他人のための有用性、他方で商品価値の担い手であると規定していた。しかし、前者における他人の意味が明確でない故に、これを交換相手のための有用性に改めて、商品の使用価値を、交換相手のための有用性、商品価値の担い手という二つの因子構成に規定し直した。この因子とは、互いに性質を全く異にし、かつ分離できない部分として、要因を構成するものである。要するに、商品の二要因の一つである使用価値は、交換相手のための有用性をその対外的因子、また商品価値の担い手をその対内的因子として、その二つの因子から構成されるとしたわけである。

本稿「(4) 使用価値という言葉」では、使用価値という言葉が次のように分析された。その言葉には、商品価値にも使われている価値という言葉が含まれ、しかもその価値の意味が不明確である、という問題が存在する。私見では、商品価値は交換力と変態力とをその構成因子とし、また価値そのものは変態力であるとしたのであるが、これらの商品価値と価値そのものにたいして、使用価値という言葉における価値の意味は不明というわけである。そこで、以後は、意味不明な価値という言葉を含む使用価値という言葉を避けるために、使用価値を有用性という言葉に替えることにする。商品の二要因は、価値と使用価値ではなく、価値と有用性となるわけである。これを受けて、本稿「(3) 商品の使用価値」で述べた、商品の使用価値は、対外的には交換相手のための有用性であり、対内的には商品価値の担い手である、という定義を次のように変更した。すなわち、商品の有用性は、交換相手のための功用であり、商品価値の担い手である、と。この功用は、交換相手のための能力である故に、商品の有用性において対外的因子であり、商品価値の担い手は、その商品所有者にとっての能力である故に、商品の有用性において対内的因子となる。

本稿「(5) 商品価値の表現1」では、宇野弘蔵の等価物量先行決定説が次のように紹介された。すなわち、宇野は、「リンネル二〇ヤールは一着の上衣に値する」(前掲)という簡単な価値形態において、上衣の「一定量が、例えば一着なり、二着なりがあげられ、それに対してリンネルは商品として所有するものの中から二〇ヤール、その他、適当と考えられる量が採り上げられて対置される」(前掲)とし、この場合、リンネルを「価値を表現される商品」(前掲)、上衣を「価値を表示する」(前掲)商品として、等価物量先行決定説を提起した。

本稿「(6) 商品価値の表現2」では、日高普の修正版等価物量先行決定説が次のように紹介された。すなわち、日高は、宇野が「目的物の商品量がまずきまりそれに応じて提供物の商品量がきめられることを明らかにしたこと」(前掲)を賞用する一方で、「リンネル二〇ヤール=五ポンドの茶は、リンネル一ヤール=三〇〇円のばあいと逆に、五ポンドの茶の価値をリンネル二〇ヤールで表現している」(前掲)と結論した。日高は、宇野の等価物量先行決定説の前半部分を支持する半面、後半部分を修正することによって、修正版等価物量先

行決定説を提起したわけである。

本稿「(7) 商品価値の表現 3」では、私の提供物量先行決定説が次のように提起された。日高は、宇野にしたがって、「リンネル二〇ヤール=五ポンドの茶」において、茶商品の目的量がまず五ポンドに決定され、それに応じてリンネル商品の提供量が二〇ヤールに決定されるとしていた。これは、リンネル商品所有者が所有するリンネル商品量も、またそのなかから他商品との交換のために提供できるリンネル商品量も、したがって茶商品との交換のために提供できるリンネル商品量も有限であることを度外視した考え方である。そのために、リンネル商品所有者は、これらの量に配慮することなく、まず自分の欲望にしたがって等価物である茶商品の量を五ポンドと定め、それに応じてリンネル商品の提供量を二〇ヤールとすることができたのである。

しかし、一般的に、商品の所有量も、またそのなかから他商品との交換のために提供できる商品量も、更にまたそのなかから具体的な商品との交換のために提供できる商品量も有限である。そうとすれば、まず欲しい商品との交換に提供する商品量が決定され、次にそれに応じて欲しい商品の量が決定されることになる。この場合、提供物は価値を表現される商品であり、等価物は提供物商品の価値を表現する商品となる。

これが私の提起した提供物量先行決定説であるが、その前段は、宇野、日高とは逆に、商品所有量等が有限である故に、まずそのなかから提供物商品量が決定され、次にそれに応じて等価物商品量が決定されることを主張し、その後段は、宇野と同様に、したがって日高とは逆に、等価物商品は提供物商品の価値の表現材料になることを主張したものである。

この提供物量先行決定説では、「リンネル二〇ヤール=五ポンドの茶」の表記は、二〇ヤールのリンネル=五ポンドの茶、に訂正される。提供物商品は、「リンネル二〇ヤール」、商品名・量の順ではなく、二〇ヤールのリンネル、量・商品名の順で表記されるわけである。後者の表記は、リンネル商品所有量等が有限であるために、二〇ヤールが茶商品にたいする提供物商品量として先行的に決定されたことを示している。それにたいして、貨幣形態「リンネル一ヤール=三〇〇円」では、提供物商品リンネルは、その所有量等の有限性とは関わりなく一ヤール単位の価値表現である故に、リンネル一ヤール、商品名・一単位の順で表記されるのである。

注

- 1) 埋立地は、湖沼池川海等に土石、塵芥を投棄することによって生産された土地である。埋立はしばしば行われるわけではないが、土地そのものの生産である。それにたいして、造成地は山野の土石、樹木等を取り除いて整地、あるいは盛り土したものである。しかし、それは土地そのものの生産ではなく、変形である。したがって、土地は、埋立地を除けば、非生産物としての有形物である。

商品の価値と使用価値

- 2) 因みに、無形物は形がないために保存できないのにならして、無形のことは有形物化することによって保存できる。例えば、貨幣、有形物、そして名義等を貸借する場合、そこに生ずる債権債務関係は無形のことであるが、これは借用証書に有形物化することによって保存できる。また、信用による商品売買における債権債務関係も無形のことであるが、これも手形や帳簿記載の仕方では有形物化することによって保存できる。
- 3) 商品価値を交換力と規定した嚆矢は、小島①である。更に、それを基礎に、交換力と変態力を商品価値の二つの因子としたのは小島②である。
- 4) 私見では、貨幣価値には、購買手段価値のほかにも、購買準備手段価値、支払手段価値、支払準備手段価値、兌換手段価値、兌換準備手段価値、貸付手段価値、貸付準備手段価値、蓄蔵手段価値が存在する。それらについては、小島③を参照されたい。
- 5) 『資本論』は使用価値について次のように述べている。「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。」(マルクス④ 73 頁。K., I, S. 50)
- 6) 『資本論』は使用価値と有用性について次のように説明している。「ある一つの物の有用性は、その物を使用価値にする。しかし、この有用性は空中に浮いているのではない。この有用性は、商品体の諸属性に制約されているので、商品体なしには存在しない。」(マルクス④ 73 頁。K., I, S. 50)。ここでは、「ある一つの物の有用性は、その物を使用価値にする」とあるように、「有用性」は「物を使用価値にする」原因とされ、「使用価値」はその結果とされている。前者と後者は相違するものとして位置づけられているわけである。それと異なって、本稿は、本論で述べたように、一般的な使用価値を有用性として説明していた。そこでは、取りあえず両者は同義であると考えているからである。取りあえずとしたのは、本稿で後に、使用価値という言葉を検討するからである。
- 7) 『資本論』は「他人のための使用価値」(マルクス④ 82 頁。K., I, S. 55) について次のように述べている。「自分の生産物によって自分自身の欲望を満足させる人は、使用価値をつくるが、商品はつくらない。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、社会的な使用価値を生産しなければならない。」(同上)。そして、この文章に続けて、エンゲルスは限定を加えている。「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。」(同上)
- 8) 『資本論』は商品価値の担い手について次のように述べている。「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。」(マルクス④ 73 頁。K., I, S. 50)

参考・引用文献

- ①小島 寛 「価値の尺度——宇野弘蔵の所説によせて——」法政大学大学院『経済学年誌』第 13 号 1976 年 3 月

- ②小島 寛 「商品価値について」『東京経学会誌』第 277 号 2013 年 2 月
- ③小島 寛 「貨幣価値について」『東京経学会誌』第 285 号 2015 年 2 月
- ④カール・マルクス 岡崎次郎訳『資本論〔1〕』国民文庫 大月書店 1972 年 3 月。K. Marx, Das Kapital, Bd. I. In: Marx-Engels Werke 23. Dietz Verlag, 1962. 以下, 引用にさいしては, 本文のように略記する。
- ⑤宇野弘蔵 『経済原論』(全書版) 岩波書店 1964 年 5 月
- ⑥日高 普 「パリはミサに値するか」『マルクスの夢の行方』青土社 1994 年 4 月

附記 本研究にたいして, 2016 年度「東京経済大学国内研究費」が交付された。