

価値表現の両極の「逆の連関」について (上)

——宇野理論の一検討——

尼寺義弘

- はじめに
- 一 宇野氏の問題提起
 - 二 価値表現Ⅱ交換欲望の表現
 - 三 価値表現Ⅱ超歴史的関係の表現
 - 四 宇野氏の価格形態
- 小結

はじめに

1008

価値表現の両極の「逆の連関」は、相対的価値形態と等価形態という価値形態の意義、および、価値形態の「全体的な、または展開された価値形態」より「一般的価値形態」への移行の論理展開において重要な役割を演じている。

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

一

阪南論集 第六卷

二

1009

ところが、宇野弘蔵氏および氏の理論に順ずる人々は「逆の連関」を否定される。その否定の主たる理由は次のようである。

(一) 価値表現は商品所有者の他商品の使用価値に対する交換欲望の表現であり、主観的で一方的な意思表示である。だから、

$20\text{E}\text{のリンネル} = 1\text{着の上着}$

という価値等式は、リンネル商品所有者の上着にたいする交換してほしいという希望の一方的な表明を意味する。したがって、上着商品所有者がはたしてリンネルとの交換を希望するかどうかは、わからない。また、たとえリンネルとの交換を希望したとしても、交換の量(リンネル二〇エレと上着一着)において、はたしてうまく合致するかどうかかわからない。つまり、商品の交換は全く不確実であり、つねに偶然性をともなう「命がけの飛躍」を経験するのである。だから、

$20\text{E}\text{のリンネル} = 1\text{着の上着}$

という価値等式は、自分自身のうちで

$1\text{着の上着} = 20\text{E}\text{のリンネル}$

という逆の価値等式を含んでいるとは、必ずしもいえない、として「逆の連関」を否定される。

この理由は、商品所有者の他商品の使用価値にたいする欲望の表現が価値表現だとする主張にもとづいて、「逆の連関」を否定することにある。つまり、価値等式における商品所有者相互の欲望の一致がみられないのだから、「逆の連関」は成り立たない、とするのである。

(二) 『資本論』は価値形態の論及にすぎだとして、価値実体論をとき、諸商品の等価交換を前提している。すなわ

ち価値表現は同索性関係としての価値関係を基礎としている。だから、

$$x \text{ 量の商品 } A = y \text{ 量の商品 } B$$

といえは、必然的に

$$y \text{ 量の商品 } B = x \text{ 量の商品 } A$$

といえる。つまり「逆の連関」が成り立つとしている。

だが、この表現の仕方は価値表現を価値表現たらしめている核心であるとする氏等のいわゆる両極の「対極性」の規定を不明確とするものである。そして『資本論』は、価値実体論をはじめ述べて等価交換を前提しているから、価値等式の双方の商品は同等量の労働をそれぞれ含んでおり両商品は相互に価値表現しあうことになっている。だから、相対的な価値表現であるとはいえず、相互的な価値表現である。

だが、相互的な価値表現は、氏等のいわゆる価値表現ではないのであるから、「逆の連関」の成立はいえない、とするのである。

これは、結局、価値形態論にさきだって、価値実体論を述べうるかどうか、という問題である。

以上の二つの「逆の連関」否定の理由は、氏等の主張において明確に区別づけられているものではなくて、互いに入り混じり、相い補いあっているものである。

われわれは、以下において、これらの主張を検討していくことにしよう。本号では、理由(一)について考察を加える。理由(二)については次号で検討する。

本稿における記号：は私の強調である。

1010 『資本論』の訳文は大月書店の「国民文庫」岡崎次郎訳（一九七二年）によった。

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

三

阪南論集 第六卷

四

1011

一 宇野氏の問題提起

まず、宇野氏が価値表現をどのように解されているかをみることから始めよう。氏は言われる。

「価値形態の根本は商品の価値を他の商品の『使用価値で表わす』ということにある。リンネルの価値を他の商品^①上衣の使用価値で表わすのですが、ここで上衣の使用価値とは何かというと、リンネル商品の所有者にとって『自己の欲望の対象になる』という意味で使用価値になるのであって、求めてもいない単なる使用価値物でよいというのではない。あるいは『労働生産物である』というだけでもない。『自分が欲する使用価値としての一着の上衣に対してなら、リンネル二〇エスは渡しましょう』というのです。くだいようだが、この点をよく理解してほしい。しかもその上衣なるものはどの誰がもっているかも問題にならないのです。」^②

「ここで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。この表現は、事実、上衣の所有者には直接関係なく行われる。」^③

引用から明らかなように、宇野氏は価値表現を商品所有者の他商品の使用価値に対する「交換欲望^④」の表現とみておられる。だから、リンネル商品の価値表現において、一着の上衣という商品の使用価値が、リンネル商品の価値表現の材料、価値鏡、として、すなわち価値の結晶、価値そのもの、として存在しているのではなくて、「リンネル商品所有者の欲望の対象として、二〇エルのリンネルの価値を表わすものとなっている^⑤」のである。つまり等価形態に立つ商品の使用価値は欲望の対象そのものであり、そうであるからこそ「等価物^⑥」となる

というのである。したがって、価値表現は商品所有者の「主観的な評価⁽⁶⁾」、「主観的で一方的な意志表示⁽⁷⁾」なのである。

さらに、氏は価値形態の展開された形態である貨幣形態について独得の解釈をされて言われる。「「エレのリンネルは一〇分の一オンスの金というのには、『なるべく高く売ればいい』ということが含まれている⁽⁸⁾」。

この主張は、氏の考える商品所有者が自分の商品をより高く売れるように価値評価する、という主観的な願望の表現を価値表現とみているのである。このように価値表現は、リンネル商品の所有者の立場からいえる一方的な表現であって、上着商品の所有者は、当然、また別の価値表現を要求するのが普通である、として氏は言われる。

「上衣の所有者がその上衣の一着をもって二〇ヤールのリンネルとの交換を要求するということは、このリンネルの価値表現そのものからは当然に出るというものではない。⁽⁹⁾」

氏は、さらに、リンネル一〇ヤールは五封度の茶に値する という価値表現について次のように言われる。

「実際また茶の所有者が、果してリンネルをもってその価値を表現するかどうか、するとしても一〇ヤールのリンネルをもって茶五封度の価値とするかどうかはわからない。茶の所有者が直接かかる表現をするということは、いうまでもなく商品としては例外的といわなければならない。ことによると茶の所有者はリンネルとならば茶を交換に出さないと考えるかもしれないし、交換しようと考えたとしても五ヤールのリンネルとならばいくらかの茶と交換してもよいとするかもしれない。⁽¹⁰⁾」

1012

このように、商品所有者の相互の欲望の合致がみられないこと、そして商品交換はつねに「命がけの飛躍」であること、これらのことから『資本論』のいう「逆の連関」は成立しない、とするのである。

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

五

阪南論集 第六卷

六

1013

そして『資本論』の価値形態において、「両商品がイコール」で結ばれているのを、矢印 \Downarrow で示すのがよいとして言われる。

「ほくもここで(リンネル商品の上衣商品による価値表現——引用者)イコールを使うのが悪いことは、初めからわかっているのです。ただ、『値する』という意味でイコールを使っただけで、『値する』といったからといってリンネルをもっている人が上衣を買うわけにはいかない。上衣のほうからは買うことができる。しかも上衣をもっている人がどこにいるかわからないという妙な表現の仕方ですからね。⁽¹¹⁾」

このように、氏は価値表現を「値する」という意味、以外の意味をも含めて考えておられるようである。だから、リンネル商品所有者が価値表現したとしても、交換のイニシアティブは上着商品所有者がもっていることか、 \Downarrow よりも \Downarrow がよいとするのである。

以上みてきたように、宇野氏等の引用を通して明らかなのは、商品の価値表現にとって商品所有者の欲望が不可欠な役割を演ずること、すなわち、商品所有者の他商品の使用価値にたいする欲望の表現が価値表現である、とされていることである。そして、各商品所有者はそれぞれの欲望にしたがって、一方的で恣意的な価値評価をおこなっていること、すなわち、無政府性の支配する競争の社会、商品世界の現実においては、価値表現の基準 \Downarrow 交換の基準が見い出せないことを強調されるのである。これらが氏の主たる論点である。

- (1) 宇野弘蔵「経済学の効用」一〇四頁。東京大学出版会。一九七二年。以下、「効用」と略記する。
- (2) 宇野弘蔵「経済原論」二二—二三頁。岩波全書。一九六四年。以下、「全書原論」と略記する。
- (3) 宇野弘蔵編「現代経済学演習講座 新訂 経済原論」三六頁。青林書院新社。昭和四二年。以下、「講座原論」と略記す

- る。
- (4) 宇野弘蔵「資本論の経済学」一〇七頁。一九六九年。岩波新書。
 - (5) 降旗節雄 宇野弘蔵編「資本論研究」I二二頁。一九六七年。筑摩書房。
 - (6) 宇野弘蔵「経済学方法論」一九二頁。一九六二年。東京大学出版会。
 - (7) 小林弥六「流通形態論の研究」九九頁。一九六九年。青木書店。
 - (8) 宇野弘蔵「効用」一一五頁。
 - (9) 宇野弘蔵「全書原論」二二頁。
 - (10) 宇野弘蔵「経済原論」上巻、三〇頁。昭和二五年。岩波書店。以下、「旧原論」と略記する。
- (11) 宇野弘蔵「効用」一一四頁。

二 価値表現Ⅱ交換欲望の表現

われわれは、まず、他商品の使用価値にたいする商品所有者の交換欲望の表現が価値表現である、とされる点から考察をはじめよう。

氏は「共同体と共同体との間で出てきた形態⁽¹⁾」が、その内容としての実体をつかまえたのが資本主義であるのだから、「証明の方法⁽²⁾」は、形態が第一に説かれるべきだとして商品形態を歴史的にみておられる。したがって、価値表現を歴史的な商品の発生に関係づけて主張されるのである。

「元来、商品は、直接の交換としては交換されないで、貨幣による流通として交換されるものである。そのことを明らかにするのが、この価値形態論の任務となっている。しかしまた原理的に想定される純粋の資本主義社会は

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

七

1015

阪南論集 第六巻

八

もちろんのこと、現実の資本主義社会でも価値形態の展開そのものを実際上みることはできない。それは貨幣形態のうちには分析的に展開されるにすぎないので、この展開を理解するには、物々交換から貨幣の出現までの過程を頭においてその一面を抽象した形態規定として考えてよいと思う。⁽³⁾

氏は右のように主張される。だが氏の主張を全面的に考察すると、氏の価値形態は物々交換から貨幣の出現までの過程の「一面を抽象した形態規定」ではなくて、歴史的な過程そのものである。なぜなら、他の使用価値にたいする欲望の表現である氏の価値表現は、最初の歴史的な商品交換の発生・使用価値と価値の未分離の段階の交換関係を述べたものであり、氏の価値形態の展開は「交換欲望」の拡大過程を述べたものであるからである。たとえば、「簡単な価値形態」から、「拡大された価値形態」への移行について言われる。

「簡単な価値形態では、リンネル所有者の上衣にたいする交換欲望にもとづいて、リンネルの価値を上衣の使用価値によって表現した。しかしリンネルを商品として所有する者の交換欲望は、上衣のみに限定されているとはいえない。リンネル商品所有者はいろいろな量の種々の使用価値にたいして交換欲望をもつものとするのが当然である。そこでリンネルの価値も拡大された形態で表現されることになる。⁽⁴⁾」

たしかに、商品が発生する最初の交換、氏の「愛用⁽⁵⁾」されるマルクスの「商品交換は、共同体の果てるところで、共同体が他の共同体またはその成員と接触する点で、始まる。⁽⁶⁾」においては、異なる使用対象にたいする欲望が、交換の重要な動機となっている。そして、その交換関係は個人的欲望あるいは恣意的な意志行為によってなされるのである。生産物はこの段階においては、交換によってはじめて商品となるのであり、交換以前に最初から商品として予定されているのではない。だから、使用価値と交換価値との分離が実現されていないのである。マルクスは述べている。

「直接的生産物交換は、一面では単純な価値表現の形態をもっているが、他面ではまだそれをもっていない。この形態は、 x 量の商品 $A = y$ 量の商品 B であった。直接的生産物交換の形態は、 x 量の使用対象 $A = y$ 量の使用対象 B である。」^⑤

だから、「交換される物品は、それ自身の使用価値や交換者の個人的欲望にはかかわりのない価値形態をまだ受け取っていないのである。」^⑥

商品交換は他人の使用対象にたいして、交換者相互の欲望が確実となり、交換が不断にくりかえしおこなわれるようになることが必要である。そして、さらに交換を目的として使用対象が生産されるようになれば、直接的に必要な諸物の有用性Ⅱ使用価値と交換のための諸物の有用性Ⅲ交換価値との分離が実現される。この場合、生産物は交換されるにすぎだつて、 x 量の商品 $A = y$ 量の商品 B という交換価値の姿態、価値形態をもつことになる。つまり、生産物はその使用価値から独立に価値形態をもつことにより、生産物は名実ともに商品に転化されるのである。

宇野氏は、使用対象にたいする交換欲望の表現を価値表現だとされる。もし、その理解の仕方が直接的な生産物交換を考えて言われるのだとすれば、その交換関係はまだ使用価値から価値が分離しておらず、したがって生産物所有者の個人的欲望から価値表現が解放されていない段階、すなわち、欲望の表現と価値表現とが渾然一体となっている段階の交換関係である。

生産物は、それ自体に備わる、物理的・化学的等の自然的諸属性、すなわち有用的な性格とともに、社会的な自然属性、社会的に有用な性格、社会的に妥当な性格、すなわち価値性格をもつことによってはじめて商品となる。

生産物それ自体に備わる有用的な性格は、私的所有者の個人的欲望の対象となり、その具体的な生産物そのもの

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

九

1016

阪南論集 第六巻

一〇

1017

において、他の如何なる助力もかりることなく表現されている。これにたいして、社会的に妥当な性格、価値性格は、商品世界の社会的単位であり、目にみえぬ「思惟物」^⑦である。だから、その生産物自体ではけっして表現できない。この価値なるものは、他商品の使用価値を通じてしか表現されえないのである。この価値表現は、私的所有者の個人的欲望からは独立した表現形態であり、商品と商品との関係においてのみ存在しうるのである。

マルクスは価値形態の「単純な価値形態」を詳細に分析するにあたり、直接的な生産物交換という歴史的背景を絶えず表象に浮べている。そして、価値の表現形態を純粹に分析するために、まさに「抽象力の全面的な緊張」^⑧によって、使用価値にたいする欲望の関係を捨象しているのである。このように対象を純化したうえで、本来、欲望の対象である使用価値が何故、価値という社会的関係の物象化された形態となるのかを論究しているのである。

抽象、分析を否定する宇野氏は、使用価値にたいする欲望の表現と価値という社会的性格の表現とを区別することができず、すべて欲望の表現とのみみるのである。

だが、歴史的にみて生産物の交換比率が「貫習的な固定性」^⑨をもつようになれば、二商品の交換関係、たとえば、 $20\text{斤の絹} = 1\text{斤の米}$ において、双方の商品は自然的な諸属性は全く異なるものでありながら、互いに等置されているという事実、すなわち、価値という社会的妥当力においては同一だということが語られているのである。そしてリンネルの価値の姿を上着の体で、逆にまた、上着の価値の姿をリンネルの体で映し出すという関係、価値表現の形態が存在する。これは、もちろん価値等式の左右の商品の交替を意味するが、ともかく商品が商品であるかぎり、その自然的形態と社会的形態をもたねばならない。そして商品は相対的価値形態に立つことによって価値を表現し、同時に、他商品の価値の表現材料となることによって、等価形態に立つ。この場合、同一商品の位置がかわり、二つの異なる商品の価値表現が成立するけれども、使用価値にたいする商品所有者の欲望

という関係を考慮する必要は全くない。なぜなら、価値表現においては自分の価値を表現する商品と表現の材料となる商品との経済的形態規定性の区別と連関を明確にすることが主要な問題なのであるから。

宇野氏は使用価値を欲望の対象としてしかみることができないから、商品所有者相互の欲望の合致がみられるか、どうかかわらないとして「逆の連関」を否定される。だが、久留間敏造氏も述べられているように、「価値表現の最も根本的な問題は、等式の両辺に置かれている商品の等式内における固有の意義を明かにし、それによってまた、価値の表現形態としての等式の意義を明かにすることにある。この目的からいえば、両辺の商品がどんな大きさで等置されたか、或いはまた、それらを等しいとしたことに見込みちがいがなかったかどうか、といったようなことはいわば問題外である。等式は所与のものとして受け取られる。」⁽⁹⁾

だから、価値形態の本来の課題は、価値等式を所与のものとして価値なる社会的性格がいかにして他商品の使用価値で表現されるのか、ということにある。つまり貨幣の、社会的な自然属性の権化の、最も萌芽的形態を「単純な価値形態」の等価形態の商品の使用価値にみなければならないにもかかわらず、宇野氏はその使用価値をたんに欲望の対象としてしかみることができないのである。

さらに、他商品の使用価値にたいする欲望の表現、あるいは、「交換したいという希望を表明」することを価値表現とするのは、商品の交換が成立するための素材的動機を述べたものにすぎない。

商品交換は他商品の使用価値にたいする交換欲望がなければ、そもそも成立しないであろう。なぜなら「いろいろな商品の素材的な相違は、交換の素材的な動機であり、商品所有者たちを相互に相手に依存させる。というのは、彼らのうちのだれも自分自身の欲望の対象はもっていないで、めいめいが他人の欲望の対象をもっているのだからである。」⁽¹⁰⁾

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

一一

阪南論集 第六卷

一一

1019

このように、他商品の使用価値にたいする交換欲望の表現を価値表現とみることは、私的所有と社会的分業にもとづく商品社会においては、商品の使用価値の素材的な相違にたいする特定の欲望の表現であり、交換の素材的動機である。たとえば、AとBという商品所有者がいて、AがBの商品との交換を望むが、はたしてBがAの商品との交換を望むかどうかかわからない、という関係が交換の素材的動機であり、相互に相手に依存している関係である。だから、他商品の使用価値にたいする欲望の表現は交換の前提ではあっても、けっして商品社会に独自の社会的関係である価値の表現形態ではない。

- (1) (2) 宇野弘蔵「効用」一四頁。
- (3) 宇野弘蔵「講座原論」四三—四四頁。
- (4) 宇野弘蔵「講座原論」四〇—四二頁。
- (5) 宇野弘蔵「効用」一一頁。
- (6) (7) K. Marx, Das Kapital. Buch I, M-E Werke, Bd. 23, S. 102. Dietz Verlag Berlin, 1962.
- (8) K. Marx, Das Kapital. Buch I, Werke, Bd. 23, S. 103.
- (9) K. Marx, Das Kapital. I, 1. Auflage, S. 17.
- (10) K. Marx, Das Kapital. I, 1. Auflage, S. 15.
- (11) K. Marx, Das Kapital, Buch I, Werke, Bd. 23, S. 89.
- (12) 久留間敏造 向坂逸郎・宇野弘蔵編「資本論研究」二三五—二三六頁。河出書房版。昭和二十三年。
- (13) K. Marx, Das Kapital. Buch I, Werke, Bd. 23, SS. 174-75.

三 価値表現Ⅱ 超歴史的関係の表現

二で、われわれは、欲望の表現と価値表現との区別と連関を歴史的な関係において述べてきた。次に、われわれは、宇野氏の欲望の表現が交換の素材的動機であるとともに、また、あらゆる社会に共通な超歴史的な関係の表現であることをみよう。

氏が価値表現を「自分が欲する使用価値としての一着の上衣に対してなら、リンネル二〇エレは渡しましょう⁽⁴⁾」あるいは「価値形態は、一商品の供給によってその商品の供給者が社会的に需要するものを、一定の使用価値の一定量を求めるという最も原始的な形態で示すもの⁽⁵⁾」とすることは、使用価値と使用価値との関係を述べたものであり、その関係を商品所有者の欲望が結びつけるのである。この関係についてマルクスは述べている。

「商品は、使用価値、すなわち、人間の欲望のなんらかの体系を充足する対象である。これは商品の素材的な側面であって、もっとも相違した生産時代にさえも共通でありえ、したがってその考察は経済学のかなたにある。⁽⁶⁾」

「有用物としては、商品は、それがその所持者以外の者のための使用価値であり、かくして社会的な欲望を充足するかぎりにおいて、社会的な規定性をもっている。しかし、その有用的な諸属性がその商品を何びとの欲望に關係させるかにはかわりなく、その商品は、かかる属性によってはつねにただ、人間の欲望に關連した対象となるだけであって、他の諸商品にたいする商品とはならない。単なる諸使用対象を商品に転化するものだけが、諸商品の商品として相互に關係させ、したがってまた社会的な關係に置きうるのである。ところで、このものこそ諸商品の価値なのである。⁽⁷⁾」

1020

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

一三

阪南論集 第六卷

一四

1021

このように、使用価値および使用価値にたいする欲望の關係は、経済学の考察外にあり、価値という商品社会に独自の社会的単位の表現形態とは全く無縁である。価値表現は使用価値にたいする欲望の關係ではなく、商品と商品との關係においてのみとりうる社会的關係である。そして、商品の価値対象性は自分自身の身体で表現できないから、他商品の使用価値を通して、つまり「回り道⁽⁸⁾」をすることによってのみ現象しうるのである。そして、「そうするためには、その商品はただ、他商品を自分にたいして等価物として等置しさえすればよい。一商品の使用価値が他のある商品のために存在するのは、全くただ、それがこの他商品の価値の現象形態として役立つかぎりにおいてのみである⁽⁹⁾。」だから、他商品の使用価値が価値形態、価値物そのものとなっているのである。つまり、使用価値は直接的な価値の定在として他商品のために存在しているのである。

本来、経済学のかなたにある使用価値が、価値形態、社会的形態、社会的關係の権化として現われる。つまり等価値態に立つ商品の使用価値は価値なのである。ここでは、商品の二要因は分裂するのではなくて、使用価値は価値であり、価値は使用価値である、というように互いに相手を予想しあう關係、「反照⁽¹⁰⁾」關係にある。ここに使用価値が果す「一つの新しい役割⁽¹¹⁾」がある。使用価値は単に価値の担い手という規定にとどまらず、新しい経済的形態規定性をもつのである。宇野氏はこの新しい規定性を理解されない。

次に等置される二商品の価値等式をⅡよりもⅠで表現するのがよい、とすることについて述べよう。氏は言われる。

「ぼくもここでイコールを使うのが悪いことは、初めからわかっているのです。ただ、『値する』という意味でイコールを使っただけで、『値する』といったからといってリンネルをもっている人が上衣を買うわけにはいかな⁽¹²⁾。」

「この場合に重要な問題は、価値表現では矢がついていいのですが、しかし買うときには、等価物のほうが買うのです。」⁽⁹⁾

このように、氏は「値する」とリンネル所有者がいったとしても、上衣を買うことができない。交換の実現のためのイニシアチブは上衣所有者が握っている。だから、ⅡをⅠにするのがよいのである。ここでも、氏は使用価値にたいする欲望という関係にもとづいて、交換の実現のことを絶えず念頭において価値表現を理解するのである。まず、氏はⅡとおけば、直ちに両辺の商品が交換されるかのように考えているのが問題である。Ⅱは、氏も言われるように、一商品が他商品に値する、という意味であり、交換が実現される、ということを意味しない。二商品の交換関係は、たとえ価値どおりの交換、等価交換が前提されている場合でも、直ちに実現されるわけではない。商品の交換過程は、使用価値としての商品と、価値としての商品との同時的な実現の過程である。だから、交換の実現のためには、交換の素材的動機である商品所有者の他商品の使用価値にたいする欲望の相互の合致が絶対必要である。ここに、交換実現の困難さ、「命がけの飛躍」がある。つまり、商品の使用価値にたいする欲望が交換の実現において不可欠の役割を演ずるのである。だから、Ⅱは、二商品が等価関係にあることを示しているのであって、交換の実現を示すものではない。

1022

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

一五

1023

阪南論集 第六卷

一六

の実現の条件は商人がやっていることであり、ここで対象となっていては無縁である。

このように、価値表現と交換の実現とを混同し、同一化するところに宇野氏のようなⅡをⅠにする問題が入りこむのである。

氏は、交換のイニシアチブ、つまり「上衣のほうからは買うことができる。」ということを強調されるが、価値表現では交換のイニシアチブ、実現の条件は問題とならない。

価値表現の理解において、Ⅱこそ生命であり、等価とされた二商品の社会的意義をみななければならないのである。

- (1) 宇野弘蔵「効用」一〇四頁。
- (2) 宇野弘蔵「経済学と哲学」「思想」一九七〇年。第三号。所収。同書八二頁。
- (3) K. Marx, Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie. S. 763. Dietz Verlag Berlin, 1953.
- (4) K. Marx, Das Kapital I, 1. Auflage, S. 28.
- (5) K. Marx, Das Kapital, Buch I, Werke, Bd. 23, S. 65. 久留間鮫造氏の「価値形態論と交換過程論」岩波書店。昭和三十三年。は「回り道」について全面的な考察を加えた力作であり、私自身の価値形態の理解を明快にして戴いた著書である。
- (6) K. Marx, Das Kapital I, 1. Auflage, S. 20.
- (9) 宇野弘蔵「効用」一一四頁。
- (10) 宇野弘蔵「効用」一一三頁。
- (11) 宇野弘蔵「旧原論」三〇頁。

四 宇野氏の価格形態

次に、われわれは価格形態について氏が特有な解釈をされていることを考察しよう。氏は言われる。

「一エルのリンネルは一〇分の一オンスの金というのには、『なるべく高く売ればいい』ということが含まれているわけだが、しかし、ここでは売手の価値表現の形態だけをいっているもので、ほんとうをいうと、『そんなに高く売れるのなら、おれのところでもリンネルを作ろう』というのでリンネルの生産が増大されることになる、事情が変わってすることも含まれる。⁽⁹⁾」

まず、価格形態は「なるべく高く売ればいい」ということが含まれる、とするこの主張は、氏のいわゆる「欲望」をもつ商品所有者が、自分の商品をより高く評価したいという主観的な願望を表わしている。だが、市場においては、各商品所有者がそれぞれ自分の商品をより高く売ろうとして、価格について互いにあいまい、結局、商品交換の一般的な基準としての客観的に妥当な価格が成立する。だから、個々の具体的な交換は客観的に妥当な価格を基準として行われるのである。だから、個々の商品所有者といえども「なるべく高く売ればいい」という利害関係に直接、結びつく主観的な価格形態は、「彼等自身にとって有害とこそなれ決して利益となるもの⁽¹⁰⁾」でないことを知っているのである。マルクスは述べている。

「市場価格の絶え間ない振動、その上昇と低下は、互いに償い合い、相殺されて、おのずからその内在的基準としての平均価格に還元されるのである。この基準は、たとえば、いくらから長い期間にわたるすべての企業で商人や産業家の導きの星となる。つまり、彼はいくらから長い期間を全体として見れば、商品は現実にはその平均価格より

価値表現の両極の「逆の連関」について(上)

一七

阪南論集 第六卷

一八

1025

も安くも高くもなくその平均価格で売られるということを知っているのである。⁽¹¹⁾」

さらに、氏が「そんなに高く売れるのなら、おれのところでもリンネルを作ろう」ということは、現実の世界、無政府性の支配する競争の世界、を考へておられるようである。だが「競争の科学的な分析は資本の内的な本性が把握されたときにはじめて可能になる⁽¹²⁾」のであって、価格形態とは何か、を論ずる段階では、全く不要な問題の混入を意味する。

このように、氏の主張には、当面、対象となっている問題に、直接それとは関係のない他の諸問題を混入させて、対象そのものを抽象し、分析することを放棄しているのである。

- (1) 宇野弘蔵「効用」一一五頁。
- (2) 福井孝治「経済と社会」三〇六頁。日本評論社。昭和十四年。
- (3) K. Marx, Das Kapital, Buch I, Werke, Bd. 23, S. 181.
- (4) K. Marx, Das Kapital, Buch I, Werke, Bd. 23, S. 335.

小 結

われわれが、これまで論及してきた宇野氏の価値表現の特徴を整理すると次のようになる。

(一) 他商品の使用価値にたいする商品所有者の交換欲望の表現を価値表現とする主張は、使用価値と価値との未分離の段階の生産物交換を述べたものである。そして、使用価値にたいする欲望の表現は、交換の素材的動機を述べたものであり、価値の表現ではない。

(二) 使用価値にたいする欲望の表現は、あらゆる社会に共通な、超歴史的関係を表現するものであり、商品世界に独自の価値という社会的性格の表現ではない。ⅡをⅢとする誤り。

(三) だから、等価形態に立つ商品に貨幣の萌芽的形態をみることはできない。そして欲望の対象だから等価物となる、とされる。

(四) 氏の価値表現は、交換実現のための条件が中心問題となっており、利害関係に直接結びついている商人的根性が氏の主張をリードしている。

(五) 価値表現の理解に無政府性の支配する競争の世界を混入させることは、価値表現の分析の意義を失わせるものである。

氏は、商品所有者相互の欲望の合致がみられないことから「逆の連関」を否定される。だが、以上述べてきたように、氏の価値表現がそもそも商品所有者の欲望の一方的な表現であり、本来の価値表現ではない、ということから氏の主張の前提そのものが成り立たない。だから「逆の連関」否定の理由は成功していないのである。(未完)

一九七二年九月三〇日