

商品価値の内在性

— 価値重心説批判 —

小幡 道昭*

目次

1	価値重心説と価値実体説	2
2	実体的存在説と内在的存在説	8
3	市場像の転換	14

はじめに

市場価格はたえず騰落するが、それは基準となる価格に繰り返し引き戻されるという価値重心説は、市場の自己調整作用を重視した古典派経済学のいわばモットーであった。完全情報のもとで仮契約を繰り返す模索過程によって一般均衡価格の成立を説く現代のミクロ経済学も、現実の騰落を市場の摩擦と位置づけることで、古典派の重心説をある方向に徹底したものといつてよい。マルクス経済学もまた、価値法則は不断の不均衡の不断の均衡化を通じて貫徹するというかたちで、この重心説を受容してきた。価格水準の決定原理や調整の難易の評価に違いはあれ、価格の自己調整作用そのものは古典派以来、揺るぎない経済学の常識とされてきた観がある。

しかし、資本主義の歴史的性格を明らかにすべく古典派経済学批判を企図した『資本論』にとって、価値重心説こそまず第一に批判すべきドグマだったのではないか。本稿の課題は、価値重心説の基底とされた既存の価値論を根本から見なおし、その背後に眠っているもう一つの価値論を呼び起こすことで、マルクス経済学独自の新たな市場像を再構築することにある。以下、第1節で価値重心説と価値実体説の結びつきを解き明かし、第2節で価値実体説の蔭に隠された価値内在説を発掘し、第3節でこの価値内在説に基づく新たな市場像を組み立てる三ステップでこの課題に答えてゆく。

* 東京大学経済学部

1 価値重心説と価値実体説

■価値重心説 はじめにここで批判の対象としている価値重心説とは何か、その概要を示しておく。『資本論』で価格変動の重心 Gravitationspunkt という用語がでてくるのは、第3巻第10章における次の一節のみである。

||A| 異なる生産諸部面の諸商品がその価値どおりに売られるという仮定が意味しているのは、もちろんただ、諸商品の価値が重心であり、諸商品の価格はこの重心をめぐる運動し、価格の不断の騰落はこの重心に均等化 ausgleichen される、ということである。(Marx[1893] 187)

この一文は、いちおう「価値は価格変動の重心である」と約言してよいであろう。ただこれは、この命題を主題として積極的に定立しようとしたものではなく、この後、需要供給の観点を交えて市場価値の規定を再考するための導入文に過ぎない。こうした文脈のなかで「価値どおりに売られる」といっても、それは一定の価格に固定されるという意味ではなく、当然「価格の不断の騰落」はあるが、価値はそうした変動のいわば重心のようなものだと付言されたものと読むべきであろう。

したがって、これだけをもって、マルクスの価値と価格の関係論を価値重心説とよぶことには疑義が残ろう。ただ、ここに示唆された重心概念は、古典派経済学の基本的着想に深く根ざしており、マルクスはリカードの投下労働価値説を批判的に整備しながら、暗黙裏にその価値重心説を受容した面がある。これから考えたいのは、この古典派以来、脈々と受け継がれてきたこの価値と価格に対する通念の批判である。重心概念にこだわる理由は、この後、平均概念との対比でもう少し詳しく説明するが、そのまえに、古典派との連続性をみておこう。

■古典派経済学の自然価格 いま述べたように価値重心説は、マルクスに固有なものではない。それは古典派経済学を貫く通念というべきものである。たとえば、リカードの『経済学および課税の原理』も、第1章から第3章で、価値の大きさが投下労働量によって、任意可増性が制約されるときには最劣等条件におけるそれによってきまることを説いたあと、第4章「自然価格と市場価値」を次の一文ではじめている。

||B| 労働を商品の価値の基礎とし、またその生産に必要な相対的労働量を、相互の交換において与えられるべき財貨のそれぞれの数量を決定する法則にするからといって、われわれは、商品の現実価格または市場価格が、この価値、つまり商品の本来的な自然価格から偶然的・一時的に乖離することを否定するものと考えてはならない。(Ricardo[1823] 130頁 88)

これは ||A| の前半とピタリと重なる。これに、利潤率をめぐる資本の競争についての解説が続き、||A| の後半が、例えば次のように提示される。

||C| 絹織物に対するこの増加した需要は、資本と労働の毛織物製造業から絹織物製造業への移転によって、まもなく満たされるであろう。そのとき絹織物と毛織物の市場価格は再びそ

の自然価格に接近し、そこでこれらの商品のそれぞれの製造業者によって通常利潤が得られるであろう。(Ricardo[1823] 133頁 91)

一読のかぎり、この説明はこれ以上解説を要さぬ簡単明瞭さをもち、この第4章自体、きわめてコンパクトに圧縮されている。価値の大きさの決定原理に関してあれほど執拗に『国富論』を批判したりカードも、この点に関しては「『国富論』第7章では、この問題に関するすべての事が最も見事に論じられている」(Ricardo[1823] 130頁 91)と高く評価する。

||D| 自然価格は、いわば、いっさいの商品の価格がそれにひきつけられている中心価格 (central price) である。(Smith[1776] 75)

というスミスの価値重心説は、価値の大きさの決定をめぐる対立をこえて共有された古典派の「常識」なのである。

■平均概念による上書き しかし、『原理』と『資本論』の間には大きな断層がある。それは ||A| の最後に現れている。重心は単に乖離した価格を引きつけるだけではない。重心に「均等化」されるというのである。ここだけでは「均等化」の意味はまだはっきりしないが、この背景には「重心」は同時に市場価格の「平均」でもあるという認識が潜んでいる。マルクスの価値重心説は、平均概念で、いわば上書き^{オーバーライト}されてゆく。平均概念の多用は『資本論』の特徴である。

貨幣の価値尺度機能を論じた節でもその最後のところで、次のように価値と価格のこうした乖離を積極的に評価している。

||E| 価格と価値の大きさとの量的不一致の可能性、または価値の大きさから価格が背離する可能性は、価格形態そのもののうちにある。このことは、価格形態の欠陥ではなく、むしろ逆に、価格形態を、一つの生産様式に —— 規律が、盲目的に作用する無規律性の平均法則 Durchschnittsgesetz としてのみ自己を貫徹しうる一つの生産様式に —— 適切な形態にするのである。(Marx[1867] 117)

ここにでてくる「生産様式」はもちろん資本主義経済のことであり、利潤率の最大化をめざす資本の競争を事実上想定し、価格変動のメリットが「平均法則」の貫徹というかたちで強調されている。この一節は価値の実体と形態を区別した成果として、従来から高く評価されてきたところであるが、しかしこれは同時に重大な難点をも隠している。市場の「無規律性」という用語は、十分に注意してつかわないと、「平均法則」という亀裂にはまり込むことになる。この後詳しく検討してゆくように、市場の無規律性はけっして平均法則でこえられるようなものではないのである。

■価値平均説 「平均法則」という発想は価値を「平均価格」と捉えることに結実する。

||F| 価格が価値から現実に背理している場合には、まず、その価格を価値に還元しなければならない。すなわち、この背理状態を偶然的なものとして度外視し、資本形成の諸現象を純

粹に商品交換を基礎にして考察し、この考察に際しては攪乱的で本来の経過には無縁な付随的事情によって混乱させられないようにしなければならない。なお、知ってのとおり、この還元はけっして単なる科学的手続きにすぎないものではない。市場価格の絶えざる動揺、その高騰と低落とは、補正し合い、互いに相殺し合って、その内的基準としての平均価格 Durchschnittspreis にみずからを還元する。…… 諸価格は平均価格によって、すなわち究極においては商品の価値によって規制される……。私がここで、「究極においては」と言うのは、平均価格は、A. スミス、リカードなどが信じているように商品の価値の大きさと直接に一致するものではないからである。(Marx[1867] 181)

これは、第1巻第4章「貨幣の資本への転化」で、この転化が「価値どおりに売られる」という条件のもとで達成されるべき点を補述した註の一部だが、転化に関わる記述は……で省略してある。些末なことにも見えるかも知れないが、平均価格を「内的基準」とするのは単なる「科学的手続き」ではなく、市場の現実がそうだからだと明言されている点は、市場像の根本に深く関わる。

さらにまた、ここでは平均価格が同時に「諸価格」と「商品の価値」を関連づける位置におかれている点にも留意する必要がある。最後の一文にでてくる「平均価格」は、現行第3巻で「生産価格」とよばれているものに相当する。『資本論』の「平均価格」は、市場価格と生産価格だけでなく、さらに生産価格と価値をも関連づける二重の結節点となっているのである。

このような「平均価格」は、リカードにもスミスにもみられない。たしかに『国富論』第7章は賃金と利潤の「通常率または平均率 ordinary or average rate」の説明ではじまるが、これはあくまで「自然価格」の「平均率」であり、市場価格の変動を均した『資本論』の「平均価格」とは異なる。

古典派の重心説は、市場価格に対する自然価格の規制作用を説明する理論であり、規制する側も、規制される側も同じ価格の次元に属する。自然価格は特定の価格として歴然と存在しており、市場価格の平均を媒介に推定されるような抽象的存在ではない。平均価格から重心を推定するという発想はできようがない。これに対して『資本論』では、重心は価格から価値のレベルに移され、① 価値の大きさはまず「平均価格」(生産価格)として現れ、② この「平均価格」が同時に騰落する市場価格の平均でもあるという説明になっている。① を平均で求めたことが、② に投映され、重心が「平均価格」で上書きされたのである。

たしかに、十分な期間をとれば平均価格が自然価格に一致する傾向を示すことは古典派でも予想される。しかし、それはあくまで重心の規制作用の結果である。規制力が充分強ければ、両者が一致する蓋然性は高まるが、長期には平均と重心が必ず一致するといった予定調和的予断は古典派でもみられないのである。

■重心と平均のズレ しかし、平均価格として重心を規定することには無視できない欠陥があるを抱えている。平均概念は需要供給の法則に対してきわめて脆弱なのである。

資本構成が異なる産業部門を、いわば一つの工場の異なる生産ラインと見なし、平均的

構成の資本を想定して一般的利潤率を求める『資本論』第3巻の「価値の生産価格への転化」論が、一般的利潤率の需給変動の影響からの独立性を保証できない脆弱性を抱えていることはよく知られている。この計算は、価値どおりの交換のもとで算出された各産業部門の個別的な利潤率を、それぞれの部門のサイズで加重平均するのと同じことになる。その場合、需要の変動によって資本移動が生じ、部門のサイズが変化すると、一般的利潤率の水準も動いてしまう。資本構成が低い部門の比重が高まれば一般的利潤率は上昇し、逆なら逆になる。平均概念を捨て、マルクスが再生産表式で示した部門間の投入産出関係を明示して一般的利潤率を正しく求めれば、このようなことはありえない。

平均価格という概念の脆弱性は、**||F|** の前半における市場価格の平均価格への「還元」にも内包されている。その難点は、次のように考えればすぐわかる。例えば、ある種類の商品の市場価格が(80円, 90円, 100円, 110円, 120円)だからといって、簡単に「平均価格」は100円だというわけにはゆかない。たしかに、販売数量が(10個, 10個, 10個, 10個, 10個)とか(5個, 10個, 20個, 10個, 5個)というように均等に分布していれば、「平均価格」は100円になる。しかし、(5個, 10個, 30個, 4個, 1個)というように分布が下方に偏れば「平均価格」は100円以下になる。また商品価格が(90円, 100円, 110円, 120円, 130円)と上方にズレれば、もちろん「平均価格」も変化する。市場価格の平均価格への「還元」といっても、実際に計算しようとするれば、それは需要供給関係を反映した事後の値とならざるをえない。価格変動に先行して規定される「いっさいの商品の価格がそれにひきつけられている中心価格」(**||D|**)との違いは一目瞭然である。

平均概念の脆弱性は、一般的利潤率と生産価格比は生産と分配の条件によってきまり、需要供給関係から影響を受けることはないという客観価値説の根本を毀損する。にもかかわらず『資本論』が、古典派の重心説を「平均価格」で上書きして受容したのはなぜか。原因は「価値の実体」という概念に潜む。

■価値実体説 『資本論』の「価値の実体」という概念についてはすでに詳しく論じたことがあるので(小幡[2013]第1章)ここでは価値重心説との関連を中心に問題点をまとめておく。価値実体説の特徴は、次の説明に端的に示されている。

||G| 二つの商品、たとえば小麦と鉄をとってみよう。それらのものの交換比率がどうであろうとも、この比率は、つねに、ある与えられた分量の小麦がどれだけかの分量の鉄に等置される一つの等式、たとえば1クォーターの小麦 = a ツェントナーの鉄 によって表わさる。この等式はなにを意味するか? 同じ大きさの一つの共通物 ein Gemeinsames が二つの異なった物のなかにすなわち1クォーターの小麦のなかにも a ツェントナーの鉄のなかにも、実存するということである。したがって、両者はそれ自体としては一方でもなければ他方でもないある第三のもの ein Dritten に等しい。したがって両者はどちらも、それが交換価値である限りこの第三のものに還元されうる reduzierbar ものでなければならない。(Marx[1867] 51)

ここにでてくる「第三のもの」はもちろん、この直前のパラグラフにでてくる靴墨や絹や金のような第三の商品ではなく、商品とは次元を異にする「共通物」である。ポイント

は、フィルターで仕切られた二つの階層にある。モノの量関係である交換比率・交換価値は第一のレベルに属し、これはフィルターを通して第二のレベルのくになにか>に変換される。このフィルターは、属性 Eigenschaft すなわち重い軽い、丸い四角い、白い黒いなど、およそ知覚可能な特徴をすべて除去し（捨象する abstrahieren）、残ったものを抽出する機能を果たす。「還元」というのはこのフィルター透過による抽象化を通じて抽象化する abstrahieren という こととなる を意味する。

『資本論』では、一段階目の還元で自然的属性を捨象して、非自然的属性としての「労働生産物」を抽出し、さらにもう一度フィルタにかけて「抽象的人間労働」に還元して、この最後の抽出物を「実体 Substanz」(Marx[1867] 51) とよんでいる。ただ、価値重心説との関連で重要なのは、次に述べるように、還元の結果よりその手続きのほうなので、ここで商品どうしの関係をその外部の抽象化されたくになにか>で説明するアプローチを広く価値実体説とよぶ。

■質量分離説 注意すべきは、この価値実体説が、価値の「質」と「量」の分離論と不可分の関係にある点である。

||H| ある一つの商品の簡単な価値表現が二つの商品の価値関係のうちどのように潜んでいるかをみつけ出すためには、この価値関係を、さしあたりその量的側面 quantitativen Seite からまったく独立に、考察しなければならない。…… 異なった物の大きさは、それらが同じ単位 Einheit に還元されてはじめて、量的に比較されうるものとなる。……20 エレのリンネル = 1 着の上衣 であろうと、= 2 着の上衣 であろうと、= x 着の上衣 であろうと、…… リンネルと上着とは、価値の大きさとしては、同じ単位の諸表現であり、同じ性質の物であるということ、つねに含んでいる。リンネル = 上衣 が等式の基礎である。(Marx[1867] 64)

価値実体説は、目に見える交換比率がどうであろうと、その背後にそれを成り立たせる「リンネル = 上衣」という、いわば質的等式がまず存在するという質量分離論に立脚している。このように量規定から切り離れた価値実体を想定することで、市場価格はちょうど氷の上をスケートで滑るように、同質な価値平面上を自由に運動できるようになる。価値重心説は、価格の量的変動から価値の同質性を隔離する価値実体説をベースに受容されたのである。

しかし、目に見える現象の背後に同質な実体が存在するという認識の枠組は、いかにして根拠づけうるのか。これは論証されるような命題ではなく、一つのものの見方、ドクトリンというほかない。多様な物的存在の背後に、それらを超越した質料一般が実在するという立場は、形相の質料に対する優越性をとくプラトンのイデア論あたりにまで遡れるのかもしれないが、少なくともマルクスの時代にはもう完成していたニュートン物理学の力学的世界観に通じる。そしてそれは今もなお、通念として広くわれわれの認識を拘束している。

しかし、これはあくまで一つの世界観であり、広い意味でのイデオロギーにすぎない。古典派が当然視してきた価値重心説、あるいは需要供給の法則は、このようなイデオロ

ギーを背景にしているのであり、マルクスの経済学批判はまさに古典派のドグマを可視化するはずのものだった。ところが、『資本論』はその出発点において、リカードがスミス価値論批判として提示した、ある意味では即物的な投下労働価値説をより深く厳密に規定すべく、価格現象の背後に同質の価値実体を設定したことで、結果的にかえって古典派の隠れたイデオロギーに自縛された観が拭いきれないのである。

■価値見做説 価値実体説は、一つの見方にすぎぬものを唯一の立場に普遍化しただけではない。それは価値の量規定に深刻な亀裂をもたらした。価値の大きさは、実際の労働時間によって直接規定されるのではなく、価格を一回経由して再評価され「見做される」関係がそこには含まれるという立場である。自然価格にとどまるかぎり、それはどこまでいっても市場価格を引きつけ規制する力を具えた重心であり、市場価格の変動によって変更を迫られるようなことはありえない。このような修正はリカードをはじめとする古典派にはみられない契機である。

ところが、重心を平均価格で上書きし、その背後に価格とは次元を異にする抽象的人間労働の存在を考えると、労働の量規定には価格変動を通じて再評価される余地があるようにみえてくる。価値形態としての価格を通じて、価値実体としての労働量が再評価される関係を明らかにした点にこそ、リカードの素朴な投下労働価値説を超えるマルクス価値論の核心があるのだという価値見做説はさまざまなバリエーションを伴い誘発されてきた。

事実、『資本論』の端々にこうとれる記述は散見される。たとえば、複雑労働の単純労働への還元ではこうした視点が端的に表出しているが（小幡 [2014] 20-23）、「商品の命がけの飛躍」と「市場の胃の腑」を論じた長いパラグラフを圧縮した次の一節にも見做説への予兆が窺える。

||I| ここでは、対象を純粋に考察しなければならず、それゆえその正常な進行を前提しなければならぬ。いずれにせよ、およそ過程が進行するならば、したがって、商品が売れなくなるのでない限り、商品の形態変換はつねに行なわれる。もっとも、異常な場合には、この形態変換において実体——価値の大きさ——が減らされたり増やされたりすることはあるだろうが。(Marx[1867] 122)

「市場の胃の腑」についてはリカードも『国富論』のそれを引いて論及しているが（Ricardo[1821] 訳下 283 頁）、その内実はいずれも一種の有効需要論であり、市場価格が下がれば価値量も減少するという解釈を許す ||I| との間には明確な一線が画される。もし ||I| から「異常な場合」という付帯条件を外し、価値の大きさを決定する労働量はストップウォッチで計測される物理的時間ではなく、市場価格を通して再評価された社会的時間であるというように拡大解釈すれば、労働価値説はつねに成り立つが、それは市場価格と独立に自然価格はきまるといって客観価値説の根幹に背馳する。客観価値説は価値重心説と強い親和性を示すが、価値平均説とは反りが合わないのである。

これまでの考察を振り返ってみると、価値平均説に基づく見做された関係としての労働価値説に理論的意義をみいだすことは難しい。価値の大きさを説明する理論に限れば、価値平均説の基底をなす価値実体説から、前提条件を明確にすれば確実に導出できる客観価

値説のラインに戻るのがやはり正着なのである。しかし、ここが肝心要のところだが、客観価値説への回帰は、必ずしも価値重心説の支持を意味しない。『資本論』の商品論から価値実体説を除却すると、そこには独自の価値存在が現れる。そして、このもう一つの価値論こそ、古典派の客観価値説と価値重心説で構成された市場像、自然価格から自由に騰落する市場価格による事後的調整、意図せざる結果、神の見えざる手、こうしたドグマを根底から覆す**基点 支点**となるのである。

2 実体的存在説と内在的存在説

■**実体と形態の二分法** マルクスの『資本論』冒頭の価値論が、実体と形態の二層で構成されていることはよく知られている。第1節「商品の二要因」で価値の実体規定を論じたところで、

||J| 研究の進行は、価値の必然的な表現様式または現象形態としての交換価値にわれわれをつれもどすであろうが、やはり、価値は、さしあたり、この形態から独立に考察されなければならない。(Marx[1867] 53)

と予告し、第3節**㊦**で「価値形態」**を**の考察をはじめると同時に

||K| 商品の価値対象性は、どうつかまえたらいいかかわからないことによって、寡婦のクイックリーと区別される。商品体の感性的にがさがした対象性とは正反対に、商品の価値対象性には、一原子の自然素材もは入り込まない。だから、一つ一つの商品を好きだけひねくり回しても、それは、価値物としては、依然としてつかまえようがないものである。とはいえ、商品が価値対象性をもつのは、ただ、それが人間的労働という同じ社会的単位の表現である限りにほかならないこと、それゆえ、商品の価値対象性は純粹に社会的なものであること、を思い出せば、それがただ商品と商品との社会的関係においてのみ現われうるということも、おのずから明らかである。実際、われわれは、諸商品の交換価値または交換関係から出発して、そこに隠されている諸商品の価値の足跡をさぐりあてた。いまや、われわれは、価値のこの現象形態に立ち返らなければならない。(Marx[1867] 62)

と回帰している。二つの価値論はそれなりにうまく整理されているように見える。

私もかつては、価値実体を抽出する「タテの展開」と、貨幣形態を導出する「ヨコの展開」という二分法で整理し、ただ二商品の等置から労働価値説の論証をおこなうことは無理であるばかりか、貨幣の必然性を説くヨコの展開を縦の関係が制約しているという二重の難点をかかえていると考え、先にヨコの展開を進めたうえで、タテの展開は労働力商品化を基礎に価値法則の論証として再構成すべきだと論じた(小幡 [1988])。

しかし、これでは根本的に不十分であった。このようなかたちで価値実体説を**存続させる温存させる**かぎり、古典派の重心説の軌道から最後の最後のところで離脱できない。むしろ、実体と形態の二分法は、いま述べたように、価値から自由に運動する市場価格観を**強化 補強**し、需要供給の法則を受容する通路を用意することにつながっていたのである。

■価値実体説の撤収 価値重心説に端的に示される古典派のドクマを棄却しようと思えば、マルクスのとらなかつた道を進まなくてはならない。ここでは二つのステップをふんで先に進む必要がある。

第一のステップは、価値実体と価値形態という関連づけを見直すことである。すなわち、二商品が等置されている関係から「第三のもの」「共通物」という価値実体を抽出し、この実体を「抽象的人間労働」に還元する『資本論』の一連の手續き（第1章第1, 2節）を棄却し、先行してその存在を明らかにされた「実体」に対する「形態」という捉え方を意識的に撤去するということである。

『資本論』の実体概念は複雑であるが、単純化すれば現象に対する「本質」という一面をもつ。現実に見る現象はいずれも不完全であり、その背後に不変の本質が存在するという発想は、なにもプラトン以来の西欧哲学の専売ではない。「現象に目を奪われるな」といった警句として人口に膾炙する。これは、本質こそ真の存在であり、現象は特殊なバイアスの加わった「仮象」だという通念につながり、極端にゆけば、目に見えるのは仮の存在、見えぬものこそ真の存在であるというパラドキシカルな主張となる。

古典派のドクマといったのはこのような価値=本質観であり、『資本論』の価値実体説はこのドクマを洗練したものとなっている。現象としての価格は、需給関係で自由に動くが、その背後にこの運動を規制する価値が存在する、だから本質はこの価値どおりの世界を考察することで明らかにされる、という考え方である。たしかにこのようなアプローチは、複雑な世界を理解する手段として一定の効力を発揮する。しかし、これは独自の世界観に立脚した一つのアプローチであり、唯一絶対の方法ではない。この価値=本質観を相対化しないかぎり、『資本論』をベースにマルクス経済学が独自に明らかにしようとしてきた、「貨幣が実在する市場」の実像に迫ることはできないのである。

■価値の内在性 第二のステップに移ろう。問題は、価値実体説をとらないということは、価値は存在しないということの意味するのか、である。実体説にたつと、価値はただ実体としてのみ実在するようにみえるから、実体説を棄却すれば、当然、価格と区別される価値の存在も否定されたことになりそうである。しかし、結論は逆になる。実体説を棄却することで、商品価値の独自の存在のしかたははっきりと浮かびあがってくる。この新たな価値概念に基づいて、貨幣の存在もはじめて明らかになる、これが帰結なのである。

この結論は、『資本論』の価値形態論（第3節）を批判的に解釈することで得られる。ただテキストに即した検討は別に試みたので（小幡 [2013] 第1章）、ここでは、価値内在説として価値形態を捉えかえすと、価値実体説の何がどう変わるのか、ポイントとなる点をいくつか摘記することにする。

① 価値実体から価値対象性へ ||J| で予告され、新たに ||K| ではじまる価値形態は、いったい<何の>現象形態なのか。||K| のテキストを追ってみると、それはここまで「還元」を通じて抽出された「実体」ではない。「価値対象性」Wertgegenständlichkeit という見馴れぬ用語が登場し、これが現象するかたちになっている。この「対象性」の「性」と訳された -keit は、おそらく「状態」を指すもので「性質」を示すわけではない。だから「対

象として存在する価値」といった意味になるのであろう。これから現象しようとして向こう側に立っている価値であれば、「どうつかまえたらいいかわからない」と修飾することも可能であろうが、すでにその「足跡をさぐりあてた」実体に対して「つかまえようがない」というのはどうみても矛盾である。価値形態として現象するのは価値実体ではないのである。

事実また、**||J|**における「つれもどす zurückführen」、**||K|**における「立ちかえる」zurückkehren ということがもし交換価値を抽象的人間労働に還元したプロセスをただ逆にたどるだけであれば、価値形態論に固有の意味はない。実体を主語にして、これが現象するとしたのでは、分かっている道を引き返すに過ぎないことになる。価値形態の新たな出発点となりうるのは、フィルターで濾過される以前の「価値対象性」とでもよぶほかない<何か>なのである。

ただここではっきり断っておく必要があるが、**||K|**で価値対象性が価値実体と明確に区別されていると主張しているのではない。ここでも「価値対象性」はただちに「人間の労働という同じ社会的単位」に結びつけられており、またすでに価値の実体規定を与えたところでも「幻のような対象性 gespenstige Gegenständlichkeit」(Marx[1867] 52)という表現がでてきており、テキスト解釈上は両者を別種と読むのは無理である。両者を区別し価値形態論の出発点を新たに「価値対象性」として再規定すべきだというのは私の批判である。この場合の「価値対象性」とは、目に見える商品体の世界の向こうに立ってはいるが、それ自身は直接みることのできない価値そのもの Wert an sich という意味になる。大切なのはこの概念のほうであり、これを指示するのに「価値対象性」という訳語は日本語としていかにも不適切である。すでに価値実体説を棄却した以上、紛れはないと思うので、以下では単純に「価値」の一語をもってこれにかえることにする。

価値形態の考察の出発点を、抽象的人間労働に還元された価値実体ではなく、現象の向こうにたっている、それ自身ではつかみようのない存在としての価値に据えなおせば、価値が現象形態の外部に実体として実在するという価値実体説との絶縁は歴然となる。器と中味に準え、器を入れ替えても不易不動の実体に対して、形態をその仮象と捉える、価値実体説に制約された価値形態論から離脱すること、これが価値内在説の出発点となる。

②質量分離説から立ち現れ説へ いま述べたように「価値対象性」という用語は日本語としてはたしかに馴染みにくい**||K|**の文脈に即してみると、「商品体の感性的にがさがさした対象性」と対をなす概念であることは明らかである。ここで感性的 sinnlichといわれているのは、五感でわかるという意味であろう。逆にいえば、価値対象性は直接知覚できないという意味で「どうつかまえたらいいかわからない」わけである。

そのかぎりでは、価値形態論でも二つの次元が想定されているといってもよいが、それは質量分離説における、量的比率としての現象と、その背後に抽出される同質な実体という異次元性ではない。非感性的な領域と感性的な領域が反応する世界の表と裏なのである。ここでは、直接目に見えない価値の大きさが、特定の商品の物量として、だれにでも共通な単位で数えられるすがたで示される。価値の実体規定が現象にフィルターをかけて濾過する質料分離説に対して、価値形態論では、知覚できない非感性的な性質が、知覚できる感

性的な世界に立ち現れる瞬間に照明が当てられるのである。

③本質：現象から表現：実現へ このような立ち現れ説における「現象」は、純粋なアイデアとしての「実体」があり、この不完全な似姿としてさまざまな現実が存在するという、いわば本質本位のもとでの現象とは根本的に異なる。ここではむしろ鮮明な「現象」が優位にたち、それと一体となって「どうつかまえたらいいかわからない」対象性は仄見えるのである。現象 *Erscheinung* という用語が、本質・現象という関係を同時に含むとすれば、この立ち現れ説には不適切である。たとえば、マルクスが「交換価値は、一般にただ、それとは区別されうるある内実の表現様式 *Ausdrucksweise*, 『現象形態』 "*Erscheinungsform*" でしかありえない」(Marx[1867] 51) と、後者にのみわざわざ引用符を付している。これこそこの用語の不適格性の証左だとなどというのは、自分の主観をテキストに読み込むフェティシズムの極みだが、ただ私がこれを一つのヒントに、価値形態の規定として、実体や本質と離縁できない「現象形態」より「商品に内在する価値の大きさの表現様式」のほうが適切であると考えに至ったのは事実である。

この「表現」 *Ausdruck* という単語は、もともとフランス語の *expression* の翻訳といわれるが、これは「印象」 *impression* と対をなし、ドイツ語でも同様に *Eindruck* と訳される。いずれにせよ、*impression* が *expression* と合致したとき、ちょうど活字が紙にプレスされるように、表現内容が「実現」される。価値表現が貨幣によって一律になされ、貨幣による売買の連鎖で取り結ばれる市場では、売り手の表現が買い手の印象と合致すれば契約が成立し、商品価値の表現は一定の価格として実現され、印字された履歴はもはやもとに復することはない。売買というラチェットのかかった不可逆的取引の特性は、表現・実現の基本関係を基礎にすることではじめて、理論的に分析することができるのである。

④等号から主述へ 『資本論』の価値形態論で用いた等号 $=$ では、他方でマルクス自身が強調した相対的価値形態と等価形態との違いを不明確にしてしまうのではないかという懸念は、従来から繰り返し指摘されてきた。価値形態が表現様式であるとするれば、 $3+7=6+4$ という同値性を表す数学の等号に馴染まないのは自明である。ある対象の特性は同一物 *the same thing* で表現できないことはだれでも知っている。「私は私だ」はつねに真だがなにも表現していない。表現というのは、同じでないもの *something different* を等しいもの *something equal* に仕立てることではじめて可能となる。こうした表現の特性を簡潔に表示したいのであれば、 $A=B$ に換えて繫辞を介した主述関係で $A \text{ is } B$ というのがよい。 $A \text{ is } B$ は必ずしも $B \text{ is } A$ にはならない。その理由を説明するのは厄介だが、そうならないルールは自然言語に埋め込まれ、だれもがそれを知っている。

『資本論』の等号を用いた形式化は、同質の価値実体を想定することで、価値表現としての価値形態論を制約してきた。この制約を解除できれば、価値形態の分析は「 A は B である」という自然言語の世界に立ち戻って独自に進めることができるようになる。「リンネル20エレは1着の上衣である」というのはどこかぎこちないが、「このリンネル1エレは100円である」というのは、「彼は教師だ」というのと同じように自然にきこえる。主語にたつものは特定化が必要で、述語におかれるものは一般性が求められる。「リンネル20エレの価値の大きさは1着の上衣である」でもなお不自然なのは、1着の上衣

に等価物としての一般性が欠けているからであろう。商品価値の表現は、他の商品との交換可能性という直接知覚できない性格の、しかも知覚できる量的な評価となる点で、一般の表現に比べてはるかに複雑な性格をもつ。こうした意味で、価値実体説から離脱した価値形態論は「表現の言語学」「評価の論理学」として再建されることになるが、その詳細は別稿に移す。

⑤実体的存在説から内在的存在説へ 量的評価を表す主述関係という言語分析に引き戻してみると、価値の「存在」にも新たな光を当てることができる。価値実体説の棄却が価値の存在そのものの否定に見えるのは、等号による等置表示に基づく特殊な実体的存在しか認めぬためである。これは、現実の価格現象は価値の不完全な現れであり、真の価値は現象を捨象し、共通物を抽象することではじめて把握できるという一つの基本スタンスに止まる。もしこれが存在に関する唯一の考え方だと決めてかかれば、それはドグマというほかない。そして、繰り返し述べてきたように、価値重心説はこのドグマの延長線上に位置するのである。

なにかが「ある」ということは、多様な現象の背後に不変のアイデアが「ある」というかたち以外にも考えられる。その可能性は、自然言語において「ある」がどのように用いられているかを反省してみれば見えてくる。「この商品には100円の価値がある」という場合、たしかに主語として、価値は存在する。しかし、その存在のしかたは実体的存在説とは異なる。この主語的存在は、価格による表現様式を離れて、価値形態の外部に存在するのではない。商品の価格として表現されることで立ち現れる存在である。このように主語たりうる価値が「ある」からこそ、「その大きさは100円である」という評価も可能となる。「価値は、さしあたり、この形態から独立に考察されなければならない」(IIJ)とすることで抽出されるのではない。価値は商品の価値形態のうちに「内在」する。だから、現象形態を捨象すれば、現象する側の価値も消えてなくなる。内在的存在説は実体的存在説と根本的に異なるもう一つの基本スタンスを形づくるのである。

■種の属性としての価値 直接知覚できない価値を知覚できるかたちで表現するという状況は、特殊な環境のもとで必然化する。世の中にたった一つしかないという商品ではこのような表現は意味をもたない。個々の商品を孤立させて捉えた場合も、同様に表現の意味は失せる。その価値を表現する商品所有者が、価値を商品に内属する対象として評価するのは、自分の商品が、混ぜたら区別のつかなくなる同種大量の商品に取り囲まれているという特殊な環境下にあるためである。交換相手となる商品所有者の目から見れば、自分の商品はこの同種大量の商品の一部でしかない以上、同種商品全体に共通な価値として自己の商品の価値を評価せざるを得ない。商品の価値には、その所有者の評価を拘束する独自の規制力が発生する。商品に価値が内在するという事態は、同種大量の商品が多数の所有者によって分有されており、その間に競争的關係が作用していることを前提とする。磁性体が特定の磁場で一定の磁気を帯びるように、同種の商品ではどの個体も、市場という一つの〈場〉において、一定の大きさとして表現可能となる。商品価値は、個々の商品にバラバラに点在するのではなく、〈種〉の属性として内在するのである。

■単価表現 種の属性としての価値という概念は、単価表現の問題につながる。『資本論』における簡単な価値形態 リンネル 20 エレ = 1 着の上衣 は、最後はリンネルの「価格形態」リンネル 20 エレ = 2 ポンド・スターリング にゆきつく。しかし、この価格形態は宇野弘蔵がかつて指摘していたように不自然なかたちになっている。通常の商品価格は、リンネル 20 エレ = 2 ポンド・スターリング というかたちをとらず、リンネル 1 エレ = 2 シリング という単価表示になる。この単価は、もちろん 1 エレだけ売るという意味ではなく、保有するリンネルはすべて同質で同じ価値をもち、この単価でいくらでも売るという表示になっている。この同種同価値の原理は、自分の保有する商品に限定されるわけではない。自分が売ることが許されるのはもちろん自分の所有する商品だけだが、買い手の目にはだれのものであれ同種はみな同種に映ることはどの売り手でもわかる。自分の商品だけが特別の価値をもつと考えると値付けをする理由はどこにもないのである。1 エレ = 2 シリングで売れるのは 20 エレ までかも知れないが、この価格は市場に存在するすべてのリンネルに内在する価値の表現なのである。

■市場価値の基礎 この価値概念はまた、『資本論』第 3 巻第 10 章の市場価値論にも通じる。商品の同種性はあくまでも、混ぜたらわからなくなるという外形の同一性による。一般に同種のモノが大量に存在する状況は、自然界に広くみられる現象というよりは、多様な外的自然に何らかのかたちで人手が加わった結果として生みだされる。「大量生産」される工業製品はその典型といてよいが、穀物や鉱産物のような一次産品でも、人間による加工管理によって、はじめて同じ品質の大量の物財は生産される (Marx[1893] 191)。ただ、こうした同種大量性は、同時に生産条件の多層化を不可避とする。市場価値の概念は、異なる生産条件で生産された商品でも、同種の商品は同じ価値をもつことを基礎にしている。これは市場価格が一つになる、いわゆる一物一価の法則とは基本的に異なる。価格が一つにきまるから、価値の大きさも一つになるというのではない。同種であるが故に市場価値は一つなのであり、この市場価値がどのように市場価格を規定するのか、これが基本問題となる。

『資本論』の市場価値論は、異なる生産諸条件のうち、「どれがどのように市場価値の水準を決定するのか」という問題に集中し、その前提となる「同種商品は同一価値をもつのはなぜか」という問題を理論的に掘りさげるものにはなっていない。市場価値論の解決を困難にしている根因はここにある。市場価値を論じた第 10 章は、その後半で需要供給の法則にしたがって変動する市場価格を市場価値に絡ませることで、価値が価格を規制するという原則に緩みを与えかねない議論 方向に進む。この根底には、価値の形態としての価格の外部に抽象的な価値実体を措定する価値の実体的存在説があり、そして **||A|** のような価値重心説がこれに重ねられる。ここでは単一生産条件を前提に規定される生産価格を重心に市場価格が上昇下落する関係が、そのまま複数生産条件下の市場価値に重ねられ、同じく価格変動の重心が市場価値であるといった横すべりの推論と紙一重のところまで接近する。仮に価値重心説を認めるとしても、生産価格が重心たりうるのは生産条件が単一という前提によるのであり、この前提を外しておきながら、同じ重心概念で市場価値の大

きを逆に推定するのは論理的に誤りであることは明らかである。市場価値論の基礎となる種の属性としての価値が、市場価格に対してどのような規制作用をおよぼすのか、この点を掘りさげておくことが問題の解決の第一歩となるのである。

3 市場像の転換

■二つの市場像 商品価値の内在的存在説は、実体的存在説に基づく価値重心説に変わる、新たな市場像の展望を開く。価値重心説は、一方で価値実体を価値形態の外部の抽象的人間労働に還元し、他方で、重荷のとれたこの価値形態に、需要供給の法則にしたがい自由に浮動する市場価格を投影することで、「絶えざる不均衡の絶えざる均衡化」という価値の価格に対する規制作用を確認するかたちになっていた。しかしこれでは、スミスやリカードが「自然価格と市場価格」として描いた事後的調整の説明原理を補強するだけで、その背景をなす予定調和的な市場像をこえることはできない。

たしかに、商品の生産に比例した価値どおりの交換こそ「正常な進行」(II)を意味し、それからズレた価格での売買は対称の純粋な考察では捨象すべきだ、といった硬直的・形式的な「価値どおりの交換説」よりは、市場価格の変動を織り込んだ価値重心説のほうが市場の捉え方としてはまだマシかもしれない。だが、このような相対評価では、『資本論』に内包された古典派をこえる固有の市場像を肝心のところで捉え損なう。『資本論』の価値論を最悪な方向で解釈し、その反動の力で古典派の「自然価格と市場価格」に回帰するにすぎない。価値実体説こそ、まず疑ってかかるべき躓きのもとだったのである。

これに対して、価値内在説は一見したところ、「価値どおりの交換説」にもどるかにみえながら、実質において価値重心説をこえる新たな市場像を準備する。ここからふり返ると、価値どおりの交換を「正常」と見なす立場も、価格変動による事後的調整を重視する立場も、いずれも同じ価値の実体的存在説に立脚した右と左の違いにみえてくる。

■在庫と貨幣がある市場 これまで検討してきたように、商品に価値が内在するのは、混ぜたら区別のつかなくなる同種大量の商品が多数の売り手によって競争的に売られる環境に起因する。価値内在説は、一方で在庫の存在する市場を前提とすると同時に、他方で価値形態の展開を通じて貨幣を必然的な存在にする。

このことは、マルクスの『資本論』の出発点をリカードの『原理』のそれと比べてみればはっきりする。すでにみたように(2頁)リカード体系が第1章「価値について」ではじまるのに対して、『資本論』は「商品」をその出発点におき、たしかに一方でリカードの労働価値説を実体論として深化させながら、しかし他方でリカード体系にはみられない貨幣論へ。商品の価値形態から導出された『資本論』における貨幣は、スミスのいう「商業の普遍的用具」、リカードの交換媒体としての貨幣と決定的に異なる。この貨幣は、多種多様な商品がすべてそれで価値を表現する結果、表示された価格でなら何でも即座に買える直接的交換性を専有し、そのため必要が生じるまで保持される。この売り買いとが分離した状況は、価値増殖を求めて売買を繰り返す資本の生成につながってゆく。

価値形態論における価値の内在性を起源とし、商品、貨幣、資本とつながる一連のライ

ンは、「ブルジョア経済学によって決して試みられることもなかった」(Marx[1867] 62) とマルクスが自負した『資本論』の特徴とってよい。このラインは、このあと価値実体論に基礎をおく剰余価値論と蓄積論の展開の地下をくぐって、第2巻「資本の流通過程」のはじめの二つの篇、資本循環論と資本回転論で再浮上する。ここでは、資本の運動の内部に取り込まれた準備としての貨幣と商品在庫が流通資本として規定され、さらに売買に関わる費用の存在も明示されてゆく。

しかし、ここまで準備が整いながら、第3巻では **||A|** の価値重心説に回帰してしまう。『資本論』は古典派の自然価格と市場価格の枠組を最後まで批判しきれずに終わる。こうした古典派の予定調和的な市場像がもつ強力な磁場を脱し、新たな市場像を構築するには、どうしてこえなければならない二つの関門がある。第一に、古典派の自由な価格の騰落運動に対して、在庫と貨幣の存在する市場における価格現象を明示的に描いてみせること、第二に、古典派のシンメトリカルな調整原理に変わる、新たな編成原理を積極的に提示すること、この二つの関門を通過する必要があるのである。

■定価問題 第一の難問は、価値重心説の騰落運動にかえ、どのような価格現象を具体的に描き出せるのかに関わる。この問題は、価格は重心を中心に対称に分散変動するという通念をカッコに入れ、在庫のある市場における価格現象を、もう一度直視することで解決するほかない。たしかにこの現象は、売りをまつ大量の商品在庫の存在が一種のバッファとしてはたらき、需給変動で市場価値が騰落するのを緩和する過程として外からでも観察できる。いわゆる価格調整ではなく、数量調整がなされているのだということにつきるように見える。しかし、重要なのはこうした鳥瞰的な観察ではなく、この市場の状況のなかに身をおいて、内側からこの状況がどのようにみえるのか、追体験することである。これによって、なぜ商品在庫が存在し続けるのかもはじめて明らかになる。

商品在庫を抱えた主体の視線で眺めてみよう。ここでは、同種大量の商品群の一部がランダムに売られ流出すると同時に、新しい同種商品が次々に流入してくる。市場に存在する在庫の総量は、この流出流入を通じて拡張を繰り返すであろうが、同種大量性は基本的に維持される。全体を見渡すことのできない個々の売り手の目からみれば、つねに同種商品が五月雨的に販売される過程がみえるだけで、同種商品の絶えざる流入は、事実上、無限の在庫があるのと同じことになる。こうした状況のもとでは、たとえ需要が供給を上まわり、バッファが収縮していると感じても、個々の主体は容易に価格を上げることはできない。周囲より少しでも上げれば、自分ひとりが売れなくなるだけである。また逆にバッファが収縮していると思って、価格を多少引き下げたとしても、周囲の売り手が値下げに追従する可能性があり、必ずしも早く売れるとはかぎらない。同種大量性を具えた商品の価格は、一定の水準から離れにくくなり膠着性を帯びるのである。

こうして同種大量の商品在庫が存在する市場では、定価あるいは標準価格による販売が広くみられるようになる。これはあくまで市場のバッファ機能に起因するのであり、需要と供給とが均衡するように数量が調整されることによるものではない。したがって生鮮食料品など、バッファ機能を欠くタイプの商品では、定価を考えることはできない。たしかに、日々入荷する鮮魚に一見したところ同種大量にみえても、それはその日かぎりのもの

であり、今日売れなければ明日、明日売れなければ明後日と持ち越しても品質の変わらないネジやクギのような在庫を形成することはない。しかし、資本主義的に生産される大部分の商品は、ネジやクギのように売れ残った古参の商品も新参の商品と混ぜたらわからなくなる同種商品として競争的に販売されるのである。

■価格の下方放散 もしかりに、すべての商品がまったく同一の定価で販売されるとすると、どういう現象が発生するのか。個々の商品に着目してみると、それが市場に持ち込まれてから販売されるまでに要する期間がマチマチになるはずである。たとえば、在庫商品が10個あり、日々1個が売れ日々1個が補充されるという単純なケースを考えてみよう。もちろん実際には、売れる数と補充される数は変動し、在庫の量も増減するのだが、ここでは流入と流出が同量という意味で需要と供給がつねに一致している単純なケースを考えてみる。どの商品も1日目に売れる確率は $1/10$ 、したがって売れない確率は $1 - 1/10 = 0.9$ となる。1日目に売れなくて2日目にも売れない確率は 0.9^2 だから、2日目までに売れている確率は $1 - 0.9^2$ 、同様にして n 日目までに売れている確率は $1 - 0.9^n$ となる。

n が無限大になれば、たしかに、この値は1に収束する。ところが、最長の販売期間は無限大になる。いつまでもまてば必ず売れるということは、いつまでもまても売れないことがあるというのと同じである。永久に売れない可能性がある以上、平均流通期間はそもそも規定できないように思われる。しかし、何日目に売れるかの確率はそれぞれわかっているから販売期間の平均値は存在する。この場合には $1日 \times 0.1 + 2日 \times 0.9 \times 0.1 + 3日 \times 0.9^2 \times 0.1 + n日 \times 0.9^{n-1} \times 0.1 + \dots = 5日$ となる。ただし、平均販売期間が存在するからといって、たとえばその倍の10日20日もまてば必ず売れるという保証はない。期間がたてば、当然その日までに売れている確率は上昇してゆくが、どこまでいっても売れない可能性は残る。

このことは、売れない場合に備えるといっても、すべてを完全にカバーすることはできないことを意味する。ここでさらに、どこまでも永遠にまつことはできないという条件を追加すれば、必ず値引き販売が発生する。この値引きは、周囲の売り手の追従を許さないものでなければ無意味である。それは事実上、競争からの離脱を意味する。こうして、大多数の商品が長短さまざまな期間をかけて定価で販売されるなかで、販売期間の偶然的な遅れに直面して値引き販売が散発する。これが価格の下方放散である。

この放散現象は、価値実体論が許す需要供給の変動による自由な価格の運動と明確に区別する必要がある。これは、価値の規制作用が及ばないから発生するのではない。逆に内在的価値が在庫の価格に強い膠着性を与える結果なのである。したがって、生産価格が成立し、定価に生産技術的基礎が与えられても、放散現象が消滅することはない。販売価格の基準が明確になれば、むしろ放散はより顕著なものとなる。ただし、生産価格による規制作用は、あくまで価格放散の補強要因であり、この現象自身の主因ではない。その第一要因は同種大量の商品在庫の存在にある。このことはすでに指摘したように(13頁)、市場価値の基礎を想起すればわかる。生産条件に基づく個別生産価格がバラバラであっても、同種商品であれば、まず市場価値は存在する。市場価値論は生産価格論をいわばオー

バー・ライトする上位規定なのである。

■資本移動の契機 価値重心説からの離脱を阻む第二の難問に移ろう。価値重心説は価格変動を契機とする資本移動を通じて部門編成が実現されると説明してきた。これに対して、下方放散のもとで、社会的再生産の編成はどのように進むのか、調整過程の積極的説明が求められるのである。

商品価値の内在性から導出される価格の下方放散の態様と、価値実体説のうえに打ち立てられた価値重心説の価格変動の態様とは明らかに異なる。価値重心説では、超過需要が発生すれば市場価格が生産価格以上に上昇し、平均利潤以上の超過利潤が生じ、平均利潤以下の利潤しか生まない生産部門からの資本移動が誘発される。こうしたかたちで需要の変化に供給が追いつく事後的調整が繰り返されるといふ価格機構の見方はたしかに明快で説得力をもっており、そのため広汎に受け入れられてきた経済学の常識中の常識といつてよい。

そうした常識からすれば、市場価格は生産価格を超えられず、ただその下方にバラつくだけだという説には強い違和感を覚えて当然である。しかし、下方放散現象は、価値重心説で説明されてきた、個別資本の部門間移動による事後的調整原理そのものに反するものではない。逆にその基本原理を実態に即し、より正確に分析することを可能にする。「価値実体説+価値重心説」対「価値内在説+下方放散説」という対比を知るのに必要な範囲で概説しておこう。

■粗利潤率と純利潤率 ポイントは、利潤率の計算に流通過程の諸要因を明確に組み込み、生産的要因だけを反映した粗利潤率 R と、流通的要因を加味した純利潤率 r を区別し、両者の関係を明確に示すことにある。 R は産業資本が瞬時に売買をすることができるかと仮定したときの利潤率である。しかし、生産過程には固定資本が投下されているため、販売期間の変動によって生産が中断すれば多大な損失が生じる。これを避けるためには、流通過程に対しても資本を投下し費用を支出し、販売期間の変動を吸収するバッファを準備する必要がある。 r はこれら流通資本と流通費用を勘案した利潤率である。説明の便宜のため、いくつかの簡単な前提を加えれば二つの利潤率は次のように定義できる。

$$\begin{aligned} \text{粗利潤率 } R &= \frac{\text{粗利潤}}{\text{固定資本} + \text{流動資本}} \\ \text{純利潤率 } r &= \frac{\text{粗利潤} - \text{流通費用}}{\text{固定資本} + \text{流動資本} + \text{流通資本}} \end{aligned}$$

■利潤率の下方分散 各種商品の生産に単一の生産技術が存在し、投入と産出に一定の比例関係があれば、 R は各部門において一意にきまる。固定資本の制約がなく、資本の移動が自由であれば、この R に関して部門間で均等な一般的利潤率 R^* と、それに対応した一組の生産価格比がきまる。一つの生産技術で同種商品を大量生産する社会的再生産は、この客観価値説に必要な諸条件を基本的に具備している。

このとき、個別産業資本 i の純利潤率 r_i は、上の定義式から必ず R^* 以下になる。こ

の乖離の程度は、販売期間のランダムな変化に対応するため、個別資本が区々なサイズのバッファを準備するためにバラツキを示す。流通資本が大きければ、値引きの必要は減るがそれ自身純利潤率を押し下げる。逆に流通資本が少なければ、それ自身は純利潤率を押し上げるが、頻繁の値引きで純利潤率が低下することにもなる。こうして、生産過程にみられる技術的確定性を欠く流通過程の攪乱因子 $\xi_i (> 0)$ によって、個別産業資本の利潤率は一般的利潤率の下方に分散するのである ($r_i = R^* - \xi_i$)。

■放散と分散 この利潤率の下方分散は、市場価格の下方放散と明確に区別する必要がある。両者はその形状において、すでに明らかに異なる。市場価格の場合は、大部分の商品が定価で販売されるなかで部分的に下方に放散する (図 1)。これに対して利潤率の場合は、どの産業資本も多かれ少なかれ流通資本を投下し流通費用を支出しなくてはならない以上、天井の一般的利潤率から離れて下方に分散する (図 2)。個別的利潤率は、市場価格が定価から下方に放散するのとは異なり、一般的利潤率の下方に分散するだけである。市場価格の場合には、放散の程度が大きくなれば、市場価格の平均値も必ず低下するが、個別的利潤率の場合には、分散が大きくなっても平均値が下がるとはかぎらない。蓋然性は低くても、バラつきを弱めながら全体として下がったり、逆に分散を拡大しながら上限に近づいてゆく可能性も排除できない。

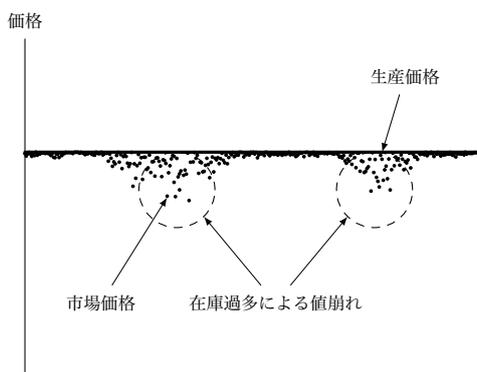


図 1 市場価格の下方放散

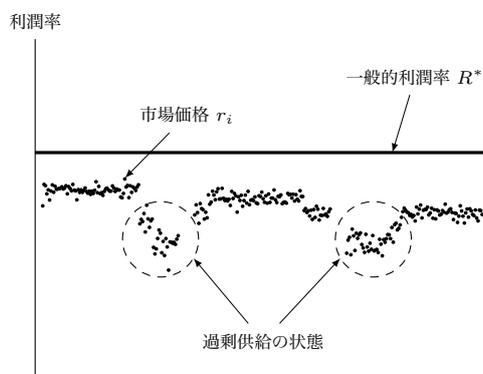


図 2 利潤率の下方分散

市場価格の下方分散は、利潤率の下方分散を生む一因であるが、唯一の原因ではない。たしかに、ある部門で滞貨が増大し投げ売りする資本が増えれば、そうした部門の純利潤率はバラツキを強めながら全体として下方にシフトする。しかし、利潤率の下方分散そのものは、まず第一に、流通資本と流通費用によって生みだされる。過剰生産による値崩れがみられず、すべての資本が生産価格で定価販売していても、これを支える流通過程のバッファの存在が、流通資本の投下となって純利潤率計算の分母を増大させ、流通費用の支出となって分子を減少させる。この攪乱要因 ξ_i によって個別資本の純利潤率の下方分散そのものはひろく発生する。在庫の増大によって誘発される市場価格の下方分散は、利潤率の下方分散の追加要因として作用するのである。

■追加的アクション 個別産業資本に部門間移動の誘因を与えるのは、純利潤率の部門間格差である。しかし、個別資本の純利潤率 r_i は、一般的利潤率 R^* の下方に分散して発現する。需給関係の変化は個別資本の部門間移動を促すが、それはこうした分散のうちに透けてみえる利潤率の格差を通じて進む。

古典派が立脚した市場の自己調整作用は、商品在庫と貨幣を捨象し、固定資本が課す制約を留保するという二つの隠れた条件に支えられていた。リカードの『原理』のように第1章「価値について」ではなく、第1章「商品」ではじめたマルクスの『資本論』の体系は、まさにこの隠れた条件を理論的考察の場に引きだす意味をもっていた。価値形態論のうちに埋め込まれていた価値内在説を掘り起こし、理論の基軸を貨幣が存在し商品在庫が充填された市場に正置してみれば、古典派以来の自己調整的市場という寓話をもはや信じるわけにはゆかない。古典派が依拠した、需要が増えれば価格があがり、それは利潤率の上昇に直結し、資本移動によって供給が増えることでもとの水準に引き戻され、逆なら逆になるという命題は一般性を失う。需給の調整はたしかに進むには進むが、それは固定資本の遊休を回避するためのバッファに投下された流通資本を含んだ個別資本の利潤率構造を介して辛うじて達成される。

バッファを介した需給調整の回路は多様だが、ここでは重心説との対比で、その一つを例示しておく。供給に対して需要が増大した場合、重心説では市場価格が上昇し、それに連動して利潤率も上昇する。これに対して、商品在庫が充填された市場では定価が上昇することはない。ただ、在庫量が収縮する結果、価格の下方分散が収縮するだけである。たしかに需要増大は、商品資本と貨幣資本で構成される流通資本のうちで後者の占める比率を高める効果をもつが、この比率が高まっただけで、ただちに個別資本の純利潤率が上昇するわけではない。

在庫が減って貨幣が増えても、流通資本の総額が変わらぬ以上、純利潤率計算の分母は変わらない。貨幣資本の相対的増加が純利潤率の上昇につながるのは、貨幣準備の余裕を基礎に、例えば、自己の商品在庫を現金価格以上の価格で信用売りするといった追加的アクションが必要となる。商業信用を利用した、さらなる利潤追求である。貨幣資本の余裕をベースとしたさまざまな取引が追加されることで、需要の増大ははじめて純利潤率の下方分散の状態に反映され、資本移動を誘発するのである。

■市場機構と景気循環　これが唯一の回路というわけではないが、需要の変化は資本間にさまざまな二次的取引を派生させることで、資本の移動を通じた部門間の調整は達成される。ただそこには重い媒体が介在し、産業資本は商業資本や銀行業資本との分業関係の形成を不可避とする。貨幣と在庫が存在する市場はその内部から、資本主義を特徴づける市場の機構化を必然ならしめるのであり、この機構化ぬきに、古典派の自己調整的な部門編成を期待することはできない。市場の機構化は、それがなくても本質的には可能な生産編成の自律的調整をただ促進するだけの補助的要因ではなく、それなくしては調整困難な必須要件なのである。

利潤率の下方分散のもとでは、産業資本どうしの単純な競争だけで社会的再生産を円滑に組織することはできない。信用機構を典型とする複雑な市場機構の媒介を必須とする。このことは同時にまた、資本主義のもとでの生産編成がつねに安定的に進むとはかぎらないことを意味する。市場を通じた需給調整はあくまで条件つきのものであり、状況によっては商業資本や銀行業資本が逆に産業資本による生産編成を激しく攪乱する副作用を伴う。景気循環を構成する好況と不況という二つの相そのものは労働市場を基底とするが、好況から不況、不況から好況への相転移の様相はこの攪乱作用によって左右される。古典派の価値重心説を脱却しないかぎり、マルクス経済学もこうした景気循環を内包した原理論を再構築できず、ただ、あるときは市場の自己調整作用を価値法則の名で闡明し、あるときは『資本論』の断章をもってその不安定性を揚言するといった二重基準にいつまでも甘んじざるをえないのである。

■結語　最後に本稿のバックグラウンドにふれておく。事の起こりは労働市場だった。周知のようにリカードは「労働は、売買され、また分量が増減されうる他のすべての物と同様に、その自然価格と市場価格とをもっている」(Ricardo[1821] 135頁 93) と述べ、その基礎として「人口法則」を認めた。マルクスはこれを「経済学的ドグマ」と一蹴し、資本主義的蓄積の「突然かつ飛躍的な膨脹」「突然な収縮」(Marx[1867] 667) を許す巨大なバッファとして「産業予備軍」が常駐する労働市場を対置した。

問題は、この産業予備軍の存在は労働市場に特異な現象なのか否かにあった。こうした観点で『資本論』第2巻を読むと、商品在庫が存在し貨幣準備を必要とする市場が浮かびあがってくるのであり、この観点からみれば、産業予備軍も商品在庫の一種であったことがわかる。ただそこではなお、商品在庫の存在は当然の事実として前提され、それ以上理論的に追求されてはいない。

ここから、本稿への長い旅ははじまった。労働市場にも一般商品の市場にも通底する、在庫が存在する市場像は、けっきょく商品価値の基本概念に立ちかえり再構築するほかない。こうして『資本論』の価値論を掘りさげてみると、表層を覆う価値の実体的存在説とこれと不即不離の古典派的価値重心説という地層の下に、内在的存在説にもとづく貨幣と在庫の存在する市場像が埋もれているのがわかる。この地層の発掘は、価格の下方分散、利潤率の下方分散という市場の実相の解明を通じ、価値重心説の予定調和的な市場観に変わる、景気循環を随伴する新たな市場像につながっていた。マルクス経済学は、その基礎

を批判的に再検討することで、古典派の価格調整論をある方向に純化したミクロ経済学の一般均衡論に対局する充分頑健な価値と価格の理論を構築することができる（小幡 [2016]）、これが本稿の着地点である。

参考文献

- 宇野弘蔵「恐慌論の課題」1967年、『マルクス経済学の諸問題』、一 岩波書店、1969年、
119-131頁 所収。
- 小幡道昭『価値論の展開 —無規律性・階級性・歴史性』東京大学出版会、1998年。
- 小幡道昭『価値論批判』弘文堂、2013年。
- 小幡道昭『労働市場と景気循環 — 恐慌論批判』東京大学出版会、2014年。
- 小幡道昭「マルクス経済学を組み立てる」『経済学論集』（東京大学）第80巻第3・4号、
2016年。
- Marx, Karl, *Das Kapital* Band I, 1867, nach der vierten Auflage 1890, in *Marx-Engels Werke*, Band 23, 1962.
- Marx, Karl, *Das Kapital* Band II, 1885, in *Marx-Engels Werke*, Band 24, 1963.
- Marx, Karl, *Das Kapital* Band III, 1893, in *Marx-Engels Werke*, Band 25, 1964.
- Ricardo, David, *On the principles of political economy and taxation* in *The works and correspondence of David Ricardo Vol.1* 1821, in Cambridge University Press, 1951.
- Smith, Adam, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* 1776 in *The Glasgow edition of the works and correspondence of Adam Smith* 2, 1976.