

商品と貨幣

松田正彦

はじめに

以前、私は価値形態論について考察したことがあるが¹⁾、その後追加したい内容も生じ、またその前後の部分である商品の二要因論・貨幣機能論についても関連して指摘したい点も生じたので、ここではそれらをまとめて考察することにしたい。その際、私の考えている価値形態論の方法は、石橋貞男が論じている、「価値形態論が展開される動力を商品交換の効率性を追求していく観点に求める」²⁾という方法と近いので、前半の関連すると思われるいくつかの箇所では、石橋の研究内容を参照することにしよう。

そこで本稿では、まず、第1節で原理論の始めに措定する商品の2要因論について検討を加えることにし、次いで第2節で価値形態論——商品の交換形態論——を、第3節で貨幣機能論を、考察することにしたい。

1. 商品の2要因

商品は、人類の歴史上古くから存在する。人間はその始めから欲望を満足させる有用な財貨を利用してきたが、しかし有用な財貨であれば、それはすべて商品となるわけではない。商品は、積極的な性質として、まず交換するものとして存在しているからである。

商品は2つの要因から成り立っている。1つは交換を求める性質であり、これを交換性と呼ぶ。もう1つは特定の使用において役に立つ性質であり、これを有用性と呼ぶ。さらに、前者の交換性を特に価値と名づける。

商品において、2つの要因といっても、その中で第1の積極的な要因は価値の方である。商品は、その所有者にとって、自らは使用せずに、他者の所有する商品と交換すべきものとしてある。したがって、その有用性はもともとその所有者に

とってのものではなく、いずれその商品を所有するであろう他者のためのものということになる。つまり商品とは、他者の所有する商品と交換されなければ存在する意味がないものといえよう。交換が実現されないからといって、自らその所有者が使用し消費してしまったのでは、商品とはいえないわけである。商品所有者自らが利用する可能性を排除したものとして、商品は存在する。

とはいえ、商品は有用性がなければ、交換に提供することもできない。そういう意味では、商品社会の中で他の商品所有者の誰かがその有用性を欲することが予想されるものでなければならない。有用性がなければ商品にもならないという意味で、商品を構成する2番目の要因として、有用性という契機も必要となるわけである。

さて、石橋貞男は、「商品としてのAの有用性とは他人のための有用性であり、この他人のための有用性を商品の使用価値という。そして、その商品を交換に提供して、自分が有用性を見いだす他の商品を獲得する手段として使用できるという商品の『有用性』は、商品と商品の交換によって他の商品を引きつける力であり、この商品がもつ交換力を商品の価値と呼ぶ。商品とは、価値としては一定の大きさをもって他の商品との交換を求める性質であり、使用価値としては他人のための有用性である」³⁾と論じている。使用価値という用語は、従来から有用性という意味で使われたり、商品体そのものをさして使われたりしてきた⁴⁾。本稿では誤解を避けるため、商品の有用な性質は有用性、商品そのものを指す場合は商品あるいは商品体、商品とは限らないが有用性を有するものは財貨、というように用語を使うことにする。石橋は、商品の価値を「商品と商品の交換によって他の商品を引きつける力」、したがって「商品がもつ交換力」と規定している。また、「一定の大きさをもって他の商品との交換を求める性質」というようにも説明している。

だが、この「交換力」という説明には、注意ないし留保が必要であろう。「他の商品を引きつける力」というと、商品には、もともとそのような力が「一定の大きさ」として内蔵されている、というようにも受け取れよう。だが、商品にはそのような「他の商品を引きつける力」が「一定の大きさ」として内在しているわけではない。つまり、その「力」によって、必ず決められた交換が実現されるわけではないといえよう。ある1つの商品においても、個々の交換におけるその時々他者との関係によって、様々な「引きつける力」がありうるのであって、ことによっては全く交換できないというように、「引きつける力」が存在しない場合もありうるのである。次節でみるように、交換しようとする商品ないしその所有者の立場は、非直接的交換可能性の形態にあるといえる。そのため「交換力」といっても、他者との実際の交換の場においてはじめて現出するのであり、その大きさもその交換が実現してはじめて決定されることになるのである。商品であるにもかかわらず、時には全く「交換力」がないという場合もありうるというよい。

つまり商品の価値というのは、商品交換関係において、不確実なものということになる。この不確実性が流通形態としての価値の特徴といえるのである。したがって、価値を「交換力」と規定するとしても、直面する交換の状況ごとにその大きさも、存在の有無自体も変動するという不確実なものとして、その概念を使うべきであろう。この「交換力」を、商品に一定の大きさとして必ず内在するものと捉えてしまえば、商品の価値の説明としては不適切といえるのである。商品の価値とは、「他の商品との交換を求める性質」なのであって、その交換において他の商品をどれだけ「引きつける」かは、常に一定のものとするわけにはいかないといえよう。他の商品所有者との関係性によって、その時々交換で様々な現出するのが、商品の価値なのである。それでは、その商品交換はどのような特性をもって、どのようにして行われるのであろうか。それを、次節で、商品と商品との交換が単純な形態から順次進展して行くプロセスにおいて、説明することにしよう。

2. 商品の交換形態

(1) 簡単な交換形態

いま、コーヒー所有者Aが上着所有者Bの所有する上着を欲し、それらコーヒーと上着の交換を望んでいるとしよう。ところが、Aの所有するコーヒーには、それにそなわっている特定の有用性しかないのである。そのため、Bはそのコーヒーを自己の欲求の対象としない場合があるであろう。つまり、BがAのコーヒーとの交換に応ずるかどうかは不確定なのである。Aは能動的に交換を申し込むのであるが、それは、一方的な交換要求の表明であって、直接的にBとの間で上着との交換を実現させるものではない。逆に、Bは受動的に交換を求められているので、コーヒーと自己の上着との交換を自らの判断で実現させることもできるし、それを拒否することもできる立場にある。

つまり、Bの側が、交換を実現させるかどうかの決定権を有していることになる。これを、Bは直接的交換可能性を有する立場にあるという。それに対し、Aの場合は逆に、非直接的交換可能性の形態にあるということになる。ここでは要するに、AがBの商品を欲して交換を求めるという単純な例によって、交換を求める立場と求められる立場の違いを明らかにしているのである。交換を能動的に求める立場は非直接的交換可能性の形態にあり、交換を求められる受動的な立場は直接的交換可能性の形態にあるというように、両者の対極的な立場の違いが示されているわけである。かくして、交換を求める立場のAは、自己の求める交換を自由に実現できないという困難に直面することになるといえよう。

(2) 拡大した交換形態

これまではコーヒー所有者Aは上着だけを欲していると想定していた。だが、それはもともと複数の商品を欲している中の1つの商品を取り出したものであり、それによって交換を能動的に求める立場と受動的に求められる立場の違いを明示的に示そうとしたのである。つまり、1つの商品を欲するという単純な交換形態によって、立場の違いで規定される直接的交換可能性と非直接的交換可能性の相違を最も分かりやすい形で示したかったわけである。

そこで、もともとAは、上着のほかに鉄や小麦

なども欲していたとしよう。この場合も、Aはそれぞれの商品に対して交換を能動的に行おうとする。そのため、交換の決定権は、それぞれ欲せられている受動的な商品所有者達の方にあるということになる。つまり、Aは複数の商品に対して、いずれも非直接的交換可能性の形態にあるわけである。それは、Aにとって、交換を実現できるかどうかの不確実性が、複數に拡大していることを意味しているといつてよい。

Aは、自己の欲する個々の商品それぞれに対して一方的に交換を求めるだけであるから、簡単な交換形態での交換の困難が拡大しているという、困難性の拡大ないし総和という事態に直面していることになる。かくして、Aはこのような、ますます拡大する交換の困難に直面して、それを打開する道を探すことになるのである。

(3) 全体的な関係を形成する交換形態

Aは拡大した交換の困難に対し、その困難を低減させる方法を模索するであろう。それは次のような行動においてである。Aは欲する商品の所有者に交換を求め、たとえ交換が実現できなかった場合でも、それらの所有者から、彼らが欲する商品についての情報を得ようとするであろう。

いま、Aは10人の商品所有者に対しそれぞれ異なる10種類の商品の交換を求めているとしよう。そのうち、4人の商品所有者が、欲する商品の中で共通に茶を欲しているとしよう。また、3人は共通に砂糖を欲し、2人は共通に塩を欲しているとしよう。このような場合、Aはまず茶を第1の順位で手に入れようとするであろう。何故なら、茶を用いれば、一挙に4人の商品所有者に対して、欲する商品の交換を実現できるからである。Aは、茶そのものを本来的に欲していない場合でも、茶を通じて本来的に欲する商品にできるだけ効率的に到達しようとしているわけである。

次にAは、砂糖を第2の順位で手に入れようとするだろう。3人の所有者に対して3種類の商品を一挙に手に入れることができるからである。また、塩を第3の順位で手に入れようとするだろう。この場合も2種類の商品を一挙に手に入れることができるからである。こうしてコーヒー所有者Aは、この順位で、つまり媒介的な機能を持つものとして茶を最初に、欲する商品の列に付け加えることになる。したがって、茶はAのコーヒーに対

して直接的交換可能性の形態に立つことになる。コーヒーを欲する商品所有者は、コーヒーとの直接的な交換がうまく行かない場合は、茶を手に入れればよいわけである。

さて、他の商品所有者はAと同じ順位で、つまり茶を第1の順位で、砂糖を第2の順位で、塩を第3の順位で、手に入れようとするとは限らないであろう。だが、茶を手に入れれば多くの商品を一挙に交換で獲得できる、と比較的多くの商品所有者が判断すれば、そして茶が広範囲の商品に対して直接的交換可能性を有しているという情報を多くの商品所有者が得ることになれば、さらに多くの商品所有者達が、媒介機能を持つものとして茶を捉えることになるだろう。つまり、これまで媒介機能を有するものとして茶以外の商品を第1順位にしていた商品所有者達も、茶を第1順位にするようになるであろう。その結果、さらにまた茶を欲する商品所有者が増大し、それによって茶の直接的交換可能性の発揮できる範囲がますます拡大することになるといえよう。こうして全体的な関連が形成されて行くのであり、それによって茶があらゆる商品所有者から交換を求められる受動的な立場に立つようになれば、茶はこの社会のどの商品所有者に対しても直接的交換可能性を有するようになるわけである。

こうしたプロセスの結果、Aはまず最初に、茶を交換の媒介物として手に入れようとするであろう。だが、Aにとって、今度は茶が直接的交換可能性の形態にあることになり、自己のコーヒーは、やはり非直接的交換可能性の形態にあるということになるといえよう。つまり、交換実現の決定権は茶所有者の側にあるのであって、Aにとって、茶との交換が不確実であるという困難性は依然として残ることになるのである。とはいえ、Aにとって、いまや交換の不確実性は、茶に対してだけのものになったといつてよい。他のすべての商品は茶をもってすれば直ちに交換可能となったからである。そういう意味からすれば、以上の事態によって、交換の不確実性は低減したといえるであろう⁵⁾。

だが、この茶に集中的に残った交換の不確実性がさらに低減するというプロセスは、存在しないのであろうか。この状態のままでは、交換の効率性は高まったとはいえ、限界があることになる。

石橋はこうした問題について、次のように考察している。すなわち、「交換するのに最も経済的効率のよいやり方をすべての商品所有者が模索している。その結果、すべての商品所有者はある1つの共通の商品との交換を求める方式を展開していくことになる⁶⁾」と石橋は述べたうえで、この「方式」を次のように2つの経路によって説明している。「第1の場合は、直接的な欲望の対象として自分の商品の等価形態には置いていないが、ある商品の等価形態に逆に自分の商品が置かれていて、まずその商品を獲得し、さらにその商品を等価形態に置いている商品と交換するというように、直接的交換性が発揮できる商品への交換を繰り返していけば、いずれ自分の直接的欲望の対象たる等価形態の商品と交換できるかもしれない。この場合には、一方では、自分の商品を欲する所有者の商品についてもそれを等価形態に置くことで、等価形態に置かれる商品の追加を図りながら、他方では、直ちに交換できるものなら何とでも交換するというのではなく、それが自己の直接的欲望の対象をできるだけ効率よく手に入れる商品でなければならない⁷⁾」。

石橋は、「直接的交換性が発揮できる商品への交換を繰り返していけば、いずれ自分の直接的欲望の対象たる等価形態の商品と交換できるかもしれない」と述べているが、この方式で「直接的欲望の対象たる等価形態の商品」に行きつくかどうかは、「直ちに交換できる」商品への交換の繰り返しの連鎖が、「自己の直接的欲望の対象をできるだけ効率よく手に入れる商品」と交差しうるかどうかという点にかかっている。実はこの交差しうるかどうかという点がこの議論の重要な問題といつてよい。だが、ここではとりあえず、石橋の「自分の商品を欲する所有者」の連鎖という論点、つまり「直接的交換性が発揮できる商品への交換を繰り返す」という論点、を評価しそれを後の議論に活かすことにしよう。

石橋はさらに続けて次のように論じる。「第2の場合は、自分の直接的な欲望の対象として拡大された等価形態に置かれたさまざまな商品がそれぞれ、さらにその先の等価形態に置いている商品も、間接的な交換の媒介物として利用できるものとして、自分の拡大された等価形態にそれらを追加するという場合である。等価形態と直接的には

交換ができない場合でも、等価形態の商品の所有者が欲している商品となら交換できるかもしれないからである。それでも交換できなければ、さらにその先の等価形態に置かれている商品との交換まで求めることになる⁸⁾」。

この「第2の場合」の説明は、上述の私の議論に近いであろう。しかし、たとえば先の私の例を使えば、コーヒー所有者Aが10種類の商品を欲していて、それを所有する10人の商品所有者も仮にそれぞれ10種類ずつの商品を欲しているとすれば、この場合、それだけで100種類の商品になり、さらにそれらを所有する商品所有者達も10種類ずつ欲しているとすれば、1000種類の商品が等価形態に加わることになる。このように莫大な数となる商品所有者にAは接触して交換を求めるというわけであろう。そこでは、Aが交換を求める商品は、石橋自身もいうように「無限に拡大していく傾向をもつ⁹⁾」ことになる。石橋はそのため、「無限に拡大される等価形態を効率よく獲得するためには、それらの最大多数によって共通に求められている商品との交換を目指すということにならざるを得ない¹⁰⁾」と指摘する。先の私の例では、この「最大多数によって共通に求められている商品」を、Aの欲する商品の所有者達の「最大多数」が欲する商品、としたわけである。私がそこで主張したかったことは、相対的に「最大多数」の商品所有者の欲する商品が、各商品所有者の商品経済的な利益の追求行動の集合によって、最終的にはすべての商品所有者が欲する商品となるということなのである。そのようなものとして、商品所有者達が交換の効率性を追求するプロセスを示したわけである。

石橋の独自性は、この「第2の場合」と「第1の場合」とを、統合させ関連させて論じていることにある。すなわち、「2つの場合は、選び出す商品群と方向性は違うが、同じ1つの市場の商品を母胎にしていることと、効率性の原理を同じにしているので、結局1つの同じ商品に行き着く¹¹⁾」。その「絞り込みは、全商品所有者のうちの最大多数が共通に欲して等価形態に置いている商品を軸に収斂していくであろう。第2の場合において等価形態のある意味で無限に拡大していく中では、これまでは欲望の対象となっていなかった商品を追加することになるとともに、その中には、第1

の場合において見た商品が含まれてくる可能性が大きい。つまり、交換が成立する商品が増えてくる可能性がある¹²⁾と説明しているのである。

ただ、「第2の場合」の「無限に拡大していく」等価形態の商品の中のどれかに「第1の場合」の商品の連鎖が交差する可能性はあるとしても、その場合は、本来的に欲する1種類の商品ないし限定された数種類の商品との交換にしか辿り着くことができないであろう。石橋も、「交換の効率性の観点から、その交換によって、できるだけ多くの等価形態に置かれている他の商品、ひいては直接的欲望の対象である商品を一挙に獲得できる商品との交換を求めべきということになろう¹³⁾と述べ、「媒介物がすべての商品所有者が共通に欲している商品になっていれば、自分が欲する商品の所有者も当然その媒介物を欲しているのである¹⁴⁾と説いている。そして「2つの場合は、選び出す商品群の性質が異なるが効率性の原理から絞り込むことで結果的には同じとなる¹⁵⁾と論じている。結局、「第2の場合」では、あらゆる商品所有者が欲する共通等価物の必要性が説かれているのであり、その共通等価物と交換できるためには、それと「第1の場合」の「直ちに交換できる商品」の連鎖とが交差しなければならないということであろう。その交差はどのようにして可能となるのだろうか。そのプロセスを、以上の石橋の説いた内容を参考にしながら、再び先の私の例を使って考察することにしよう。

(4) 貨幣の存在する交換形態

いま、コーヒーを欲している塩所有者Cがいるとしよう。また、もともと茶を所有しているXが鉄を欲し、それを鉄所有者Yから交換で手に入れようとしているとしよう。茶は、今やすべての商品所有者から欲せられているため、Yの鉄に対しても直接的交換可能性の形態にある。そこで、XはYから容易に鉄を交換で得ることができるであろう。次に、YがXから得た茶を使って、Cから塩を交換で手に入れるとしよう。ここでも、Yの茶は、Cの塩に対して直接的交換可能性の形態にあるので、容易にその交換を実現できることになる。そしてさらに、Cがその茶を使ってAからコーヒーを交換で手に入れるとしよう。以上のプロセスが実現されれば、その結果、ようやくAは茶を手に入れることができるのである。

この一連のプロセスでAが茶を入手するためには、茶がXから出発してCまで到達していなければならない。つまり、コーヒーとの交換を欲しているCまで茶が到達しているかどうか、という問題である。これは偶然としかいいようがないであろう。例えば、途中の過程で、Cの所有する塩を欲するYまで茶がきていなければこの連鎖は成立しないであろうし、さらにそのYまで茶が到達しているためには、XがYに対して茶を鉄との交換で提供していなければならないであろう。この連鎖のどこか一箇所でも途切れていれば、C、そしてAまで、茶は到達しないわけである。

そこで、Aまで茶が交換行動の連鎖によって到達するという、その可能性を高めるためには、まず、①コーヒーを欲する者がCだけでなくより多数となることが必要であろう。次に、②茶の量が社会的にもともと比較的多く存在していて、Cを含むコーヒーを欲する商品所有者に茶が到達しやすくなっていることが必要であろう。そのためには、この茶のような立場に立つ商品が、常に広く欲求されていると同時に、一般的に消費されて消滅してしまうような財貨ではないことが望ましいであろう。①はAの所有物であるコーヒーが広く社会の需要にこたえるものという条件を示している。②は商品所有者間に流通する茶が増大することが、交換を促進するためには必要であることを意味している。

以上の2点は、茶がAに到達することを促進するが、しかしそれでも必ず到達することを保証するものではない。とはいえ、①と②の達成されている程度が、到達の不確実性に影響を与えるとあってよいであろう。そこでAとしては、この不確実性を低減するために、まず、(a)社会的需要に応じた商品を持つとすることになろう。そのためには、Aは社会の個々の商品所有者の欲望について、つまり社会的な需要について情報を収集し調査しなければならないであろう。次に、(b)Aは、自己の商品を欲するCと出会えるような積極的行動をとることになろう。すなわちCなどコーヒーを欲する商品所有者と出会えるであろう場所や時機について、情報を収集し調査することになるのである。さらに、逆にコーヒーを欲する商品所有者に、自己の商品や出会える場所・時機について情報を発信し、両者の出会いの促進を図るこ

ともなろう。また潜在的な欲求者にもこの商品についての情報を発信し、このコーヒーに対する欲望を顕在化させる行動もとるであろう。Aはこのように情報に関係する活動を行うことによって、茶との交換、そして本来的に欲する商品との交換を効率的に行うことになるのである。

また、コーヒーを欲する商品所有者——たとえば上述のCのような商品所有者——に、一般的な直接的交換可能性を有している茶の到達する可能性が増大すれば、それに伴ってコーヒー所有者にとって、交換の不確実性は縮小するであろう。

先に(3)で見たようなプロセスによって、Aは10種類の商品に対する交換の不確実性を、茶という1種類の商品に対する交換の不確実性に、集中し転化した。そしてさらに、この茶に対する交換の不確実性は、上述の社会的な商品所有者の行動によってさらに低減することになるわけである。

かくして、茶で示された社会的な直接的交換可能性を体現するシステムが商品社会において形成され、それが一般的に広まれば、交換を実現する効率性は増大することになる。この場合の茶のように、社会的に直接的交換可能性を集中的に体現したものが、貨幣である。

これまでは、茶をこのような立場に立つものと想定してきたが、実際にはどのような有用性を有する商品が貨幣としての適性をもつのであろうか。まず、もともと比較的多くの商品所有者が欲しているという条件が必要であった。先のAが欲する商品の例でいえば、その10人の商品所有者のうち、4人が共通に欲している商品というのがその出発点であった。そのような共通性の程度の高い商品とは、常に広く求められ続けると同時に、すでに現在一定量を持っているとしても、さらに増大させて所有したいという欲求が絶えず生じているものでなければならないであろう。つまりそれは、生活に直接必要なものではなく、直接的な必要性からは遠い奢侈品となるであろう¹⁶⁾。この点は、先の、広く商品所有者間に行きわたっているという条件にも合致する適性といえる。第2に、先の例で、XからY、C、Aへと貨幣は持ち手を変えていたが、この場合、その都度必要量を提供できるよう、分割したり、結合したりできるものでなければならない。そうでなければ、これもまた多くの商品所有者に広く行きわたることに

ならないのである。第3に、先のX、Y、C、Aと持ち手を変えていく間、貨幣として利用される限り、それは本来の有用性は利用されず、その商品体は消費されないであろう。また、その先の持ち手交換にも貨幣として物的に維持されていくことになるであろうから、それは物理的に変化しにくい耐久性が必要となるであろう。これも、多くの商品所有者に貨幣が行き渡るために、必要な条件となるのである。第4に、持ち手交換やその途中の保管に便利なように、少量でも価値量が大いともみなされるものが選択されるであろう。貨幣になりうる諸商品の中で、以上の条件に合致しないものは次々に脱落していくことになる。その結果、例えば貴金属のような素材の商品が、貨幣として選択され残ることになるわけである。

さて、もはやAは、本来的に欲する商品に対して直接交換を求めるような行動はとらず、まず、貨幣に対して交換を求めるようになる。一般の商品はすべて非直接的交換可能性の形態にあり、貨幣のみがそれらに対して直接的交換可能性の形態にあるからである。Aは、貨幣のもともとの商品体にそなわっていた有用性ではなく、すべての商品に対して交換が可能という媒介性を求めて、貨幣との交換を欲求する。その際、Aは将来生ずるかもしれない欲望を考慮すれば、できるだけ多くの貨幣を交換で手に入れておこうとするであろう。したがってどれだけの量の貨幣を欲すればよいか、という数量規定は示せなくなる。つまり、商品所有者はいわば無限大の貨幣量を欲しているわけである。だが、それでは自己の商品に関する、貨幣に対する交換欲求を表示できないであろう。

また、交換を実現できる決定権を持つのは、交換において受動的な立場の貨幣の側なのである。したがって、Aのコーヒーをどれだけ欲するのかという点も貨幣所有者の側が決定できることになる。複数の貨幣所有者がその都度、Aに対して欲するコーヒーの量を提示することになるわけである。とはいえ、能動的に交換を要求しているのは、Aの側であるから、まず先に、貨幣に対して交換を申し出る必要があるといえよう。そこでAは、貨幣所有者が、自由に欲するコーヒー量を示すことができるように、1単位のコーヒーについて希望する貨幣量を申しでることになる¹⁷⁾。これが商品の価格である。

3. 貨幣の機能

前節までは、商品所有者の立場から、交換の効率性を追求する行動によって、貨幣が発生する過程を理論的に考察した。だが、貨幣が生成しても、商品所有者が貨幣に対して非直接的交換可能性の立場にあることに変わりはない。そのため、貨幣による購買が商品売買を実現させ、商品を流通させることになるのである。本節では、その貨幣の機能と運動が、市場の構造を形成する過程を考察することにしたい。

(1) 購買機能

商品と貨幣の交換における直接的交換可能性は貨幣の側にあるので、売買の実現は、貨幣が購買することによってはじめて行われる。この貨幣の機能を購買機能という。この貨幣の購買機能によって、商品の価格も実現されるのである。勿論、商品所有者が自己の商品の1単位について交換を希望する貨幣量を提示することから、交換のプロセスは始まる。だが、その価格はあくまでも、売り手である商品所有者のできるだけ高く販売したいという希望を体現したものであるにすぎない。貨幣所有者である買い手が、その表現価格に対し価格の引き下げを図り、売り手・買い手の両者の「交渉、駆引」¹⁸⁾を通じて売買が成立し、そこではじめて価格が実現することになる。売買実現の決定権は貨幣所有者の側にあるので、最終的な価格の決定も、「交渉、駆引」を通じた貨幣所有者の購買に大きく依存することになるわけである。

(2) 価値尺度機能

こうして、個々の売買ごとに商品の価格は変動することになる。商品の価値はそこでの個々の価格によって示されることになる。宇野弘蔵は、「一定の価格をもって供給せられる商品は、その商品の需要者たる貨幣所有者によってその価格をもって購買されるとき始めてその価値を社会的に確認されることになる」と述べている。またさらに続けて、「しかもそれは売れなければ価格を下げ、売れれば価格を上げるという関係を通して行われる。事実、商品の価値は単に1回の売買によって社会的に確認されるというものではないのである。需要供給の関係によって常に変動する価格をもって幾度も繰り返えされる売買の内に、その価格の変動の中心をなす価値関係として社会的に確認され

るのである」¹⁹⁾と説明している。

宇野は、1回の購買でまず商品の価値は「社会的に確認される」とした後、さらにそれは、繰り返しの購買で「価格の変動の中心をなす価値関係として社会的に確認される」と説いているのである。このような2段階の購買によって、商品の価値は「確認」ないし「確認」されるというのであるが、前者は、売り手の表現価格では「直ちに社会的なる評価をうけたものとはならない」²⁰⁾ということを主張しているものといえる。それに対し後者は、商品の価値は、繰り返しの購買によって「価格変動の中心をなす価値関係として社会的に確認される」というわけであるから、これは価格水準の形成と関係させて論じているとみることができる。

この点について、日高普も次のように説明している。「売買が並んでくり返しおこなわれるなかで、商品の価格はある水準に落ち着くことになる。ある水準に落ち着かせることで、貨幣は商品の価値を尺度するのである。……貨幣のこの機能は、売り手が商品の価格を表示することでおこなわれるのでないのはもちろん、たまたま一度だけおこなわれた売買についておこなわれるのでもない。並んでくり返しおこなわれる商品売買での価格水準をつうじておこなわれるのであって、これで商品の価値は尺度されるのである」²¹⁾。

日高は、「売買が並んでくり返しおこなわれる」と「商品の価格はある水準に落ち着くことになる」というように述べている。貨幣がある商品種類を繰り返して購買することによって、それに一定の価格水準が形成されるというのであれば、確かに貨幣の機能として価格水準形成機能があるということになるだろう。そして、その価格水準の形成によって、商品の価値も尺度されることになりそうである。だが、繰り返しの購買で価格水準は形成されるであろうか。

まず、買い手である貨幣所有者が交換実現の決定権をもつのに対し、売り手は非直接的交換可能性の立場にあるため、自ら設定した価格をそのまま実現できるわけではない。また、あらかじめいくらで販売できるのかも分かるわけではない。個々の売買で、買い手・売り手の両者の「交渉、駆引」で売買の実現が決まる以上、それぞれの実現価格はその時々個別的な売買で決定されるこ

とになる。売り手は自らの過去の実現価格や他の売り手の実現価格を基準にし、さらに将来のその商品の需給の動向を予想して、できるだけ高い価格を設定することになるであろう。その価格に対して、直接的交換可能性の立場にある買い手は、その商品の他の実現価格を基準にし、さらに将来の需給動向を予測したうえで、できるだけ安く購買しようと売り手との間で、「交渉、駆引」を行うことになる。

この場合、個々の売買は相互に影響を及ぼし合うということはいえよう。だが、それはそれぞれの売り手・買い手が他の売買に関する情報を得ることによってである。ところがその情報は完全情報ではないため、個々の売り手・買い手は異なる情報を入手したり、あるいは同じ情報を入手した場合でも不完全情報に基づくことによって異なる判断をしたりするのであって、そのため結局、彼らはそれぞれ異なる行動をとることになるのである。その結果、同じ商品種類の売り手同士、買い手同士であっても、売買に際しての「交渉、駆引」という行動は異なるものとなり、そこから商品売買の実現価格も異なるものとなる。以上のことから、商品の価格は何らかの幅をもって実現されることになるのである²²⁾。

さらに需要が供給を上回れば、需要競争によって買い手はより高い価格で購買せざるをえなくなり、他方供給が需要を上回れば、供給競争によって実現価格は下がることになる。ある一時点での商品の実現価格は、いくらかの幅をもって存在するが、それも時間とともに需給の動向によって変動するのである。このような価格の変動に対して、売り手・買い手とも需給の動向について情報を収集する必要があるであろう。だが、それもやはり不完全な情報であるため、売り手同士でも買い手同士でも、それぞれその情報に基づいて不均質な行動をとることになる²³⁾。そして、その売り手と買い手の行動である「交渉・駆引」によって価格は実現されるのであるから、実現価格は個々に異なったものとならざるをえないわけである。こうして、「商品の価格はある水準に落ち着く」ことにはならず、商品の価値も、1回ごとの購買によって実現される価格として尺度されることになるのである。

このように、商品の価格が不確定なものとして

実現されながら、貨幣の購買によって市場の構造は形成されるのである。それに対し、変動の中心としての価格水準の形成は、市場の運動によってなされるのではなく、資本による生産過程の運動によってはじめて実現されることになるといえよう。

(3) 流通手段機能

先の例で、Xは貨幣で購買することによって、Yの所有していた鉄を得ていた。Yはその貨幣でCの商品である塩を購入し、それによって塩はCからYに持ち手を変換していた。その貨幣でCはAからコーヒーを購入し、さらにAはBから上衣を購入するのである。これらの一連のプロセスによって、コーヒーはAからCに、上衣はBからAに持ち手を変換したわけである。

以上のように、貨幣が持ち手を変換するたびに、各商品所有者の商品は1回ずつ持ち手を変換することになる。貨幣と商品は逆向きに動くのであるが、貨幣は同一のものが持ち手を変換して行くのに対し、商品は異なるものが次々に持ち手を変えることになる。つまり、貨幣は消費されず、商品所有者の間を流通し続けるということになる。貨幣がこの流通の途中で市場から引き上げられれば、その先の商品の持ち手変換という商品流通は実現されなくなる。貨幣が流通し続けることで、個々の商品の売買も次々と実現されるわけである。

だが、直接的交換可能性が貨幣の側にあるということは、貨幣の流通が中断されるかどうかは貨幣所有者によって決定されるということである。中断されれば、貨幣の流通があれば実現されたであろう一連の商品売買も実現されなくなるといえよう。この意味でも、商品の販売は、社会的な市場機構において不確定ということになるわけである。

(4) 富の保存・蓄積機能

貨幣は直接的交換可能性の形態にあるので、いつでもどこでも、そして貨幣の量的制限を別にすれば、何でも購入できる。したがって、貨幣を所有しているということは、富一般を保有していることになるのである。貨幣を流通から引き上げて、手元に留めるということは、貨幣所有者にとっては、富の保存手段として貨幣を機能させていることを意味する。だが、貨幣は直接的交換可能性の形態にあるとはいえ、量的な面で制約をもつもの

といえよう。そこで、その限界を打開するために、貨幣を単に保有するだけでなく、それを追加して保有しようとする行動が貨幣所有者によってとられることになる。この貨幣を追加的に保有することは、富の蓄積をもたらすものといってよいであろう。貨幣所有者はこの貨幣保有の追加的な拡大によって、市場で商品を購入する際の量的制約を解除しようとしているわけである。だがこれは、同時に貨幣の流通市場からの引き上げを伴うため、商品の流通を一時的にせよ阻害することになるといえよう。商品の側からすれば、市場の不確実性をもたらす追加的な要因となるのである。

さらに、この貨幣の保有・蓄積は新たな流通形態を生み出すことになる。流通から引き上げる貨幣の総量を加速度的に増大させるために、いったん引き上げた貨幣を流通市場に再投下し、その後再び回収するという形式が発生する。これが、流通形態としての資本となるわけである。

注

- 1) 松田正彦『市場の不確実性と資本のシステム』ナカニシヤ出版、2002年。
- 2) 石橋貞男「交換方式としての価値形態論」『経済評論』和歌山大学、第311号、2003年1月、1頁。
- 3) 同、3頁。なお、引用文中の／は、引用文が改行されていることを示す。
- 4) 馬渡尚憲「商品の価値形態と貨幣(上)」『研究年報・経済学』東北大学、第40巻、第3号、4頁、を参照されたい。
- 5) 以上の論理はすでに、松田『市場の不確実性と資本のシステム』36-39頁、で明らかにしている。
- 6) 石橋「交換方式としての価値形態論」9頁。
- 7) 同、9-10頁。
- 8) 同、10頁。
- 9) 同上。
- 10) 同、10-11頁。
- 11) 同、11頁。
- 12) 同上。
- 13) 同上。
- 14) 同、13頁。
- 15) 同上。
- 16) 宇野弘蔵『経済原論』(合本改版)岩波書店、

1977年、37頁、40頁、を参照されたい。

- 17) この点に関して石橋は、「それぞれの貨幣所有者の欲望の大小にしたがって商品と貨幣との交換が決定できるように、商品所有者は、自らの1取引単位を取りだし、それと交換力が等しいと考えた貨幣の一定量との交換を求める。これは、1取引単位が、貨幣の一定量に値するという主観的な交換要求となって現れる。需要者は、自らの欲望にしたがって欲する量だけ商品を容易に獲得できるように変化する」(「交換方式としての価値形態論」16頁)と述べている。
- 18) 山口重克『経済原論講義』東京大学出版会、1985年、35頁。
- 19) 宇野『経済原論』(全書版)岩波書店、1964年、31頁。
- 20) 同上。
- 21) 日高普『経済原論』有斐閣、1983年、29-30頁。
- 22) 山口『経済原論講義』36-37頁、57頁、を参照されたい。
- 23) 同、57頁、を参照されたい。