

4. 商品

- 4.1 商品とは何か？
 - 4.1.0 はじめに
 - 4.1.1 商品とは何か？
 - 4.1.2 他人にとって有用なものとしての商品
 - 4.1.3 価値をもつものとしての商品
 - 4.1.4 私的生産と商品生産
 - 4.1.5 商品を生産する労働の諸性質
- 4.2 商品交換とその原理
 - 4.2.0 商品の交換
 - 4.2.1 形式的自由
 - 4.2.2 形式的平等
 - 4.2.3 私的所有
- 4.3 商品のシステムとしての市場社会
 - 4.3.1 労働の社会的変換としての商品交換
 - 4.3.2 交換関係と生産関係
 - 4.3.3 グローバルなシステム
 - 4.3.4 物件のシステム

今回の課題

- 商品の二要因を明らかにする。
- 市場社会における社会形成を明らかにする。

キーワード

商品, 有用なもの, 価値, 暴力と同意, 形式的自由・形式的平等・私的所有, 生産関係と交換関係, 具体的労働と抽象的労働, 私的労働と社会的労働, 現在の労働と過去の労働, 新価値と旧価値

4.1 商品とは何か？

4.1.0 はじめに

われわれが住んでいる現代社会システムは、流通部面だけを見ると、市場社会として現れる。最初に考察しなければならないのは、市場社会をモノのシステム(物件のシステム)として成り立たせている商品・貨幣、そしてこのシステム(モノのシステム)によって生み出されている当事者たちの関係なのである。

最初にまず、貨幣がまったくないものと仮定して、商品を考察してみよう。そのあとで、商品から貨幣が発生するというところを見るであろう。

現代社会では、ありとあらゆる種類の商品が登場する。ここでは、商品とその根本からとらえるために、

以下の仮定を置く。——(1)競争を制限するものは何もない。(2)商品は、いくらでも生産可能な生産物だけからなる。

4.1.1 商品とは何か？

現代社会では、生産物の大部分は**商品**(commodity)として交換されている。“商品”と言って、われわれが思い浮かべるのは何よりもまず“売りもの”だということだろう。ただ、“売り”と“買い”とが分かれるのは、貨幣が登場した後のことである。フリーマーケットでの物々交換を考えてみればよくわかる。貨幣は登場しない物々交換では、どっちが売ってどっちが買ったのかはつきりしない。この場合には、売る側と買う側と

が分かれていないし、“売る”という行為と“買う”という行為とが分かれていないのである。

もちろん、ここでは、われわれがイメージしなければならないのは、非日常的な物々交換ではなく、日常的な売買である。ただし、このイメージの中から、貨幣をはぎとって（貨幣を無視して）考察を進めなければならない。そういうわけで、ここでは、商品を“交換されるべきもの”というふうに考えておこう。

4.1.2 他人にとって有用なものとしての商品

商品には、それ自身の自然的な性質がいろいろとある。そのような自然的な性質の全体は人間にとって有用なものであったり、無用なものであったりする。それが有用なものである場合に、人間はその商品に**効用** (utility) を感じるのである。

商品は、何よりもまず、有用なものでなければならない。そもそも、誰にとっても役に立たないもの、無用なもの、いらぬものは、商品であるどころか、ただのゴミである。

だが、単に有用だというだけでは十分ではない。あなたが夜食に作るラーメンは、あなたにとって本当に有用なものだろう。だが、あなたが夜食に作るラーメンは商品ではない。あなたが食べてしまえば、ラーメンは商品にはならない。あなたは自分自身と交換することはできないのだから、他人と交換しなければならない。したがって、あなたが作ったラーメンが商品だということは、あなた以外の誰かにとってその自然的な性質の全体が有用なものになっているということである。

はっきり言って、あなたはラーメンというもの（ラーメンの自然的性質の全体）が嫌いで嫌いで大嫌いであってもいいのである。あなた以外の誰かがそれを欲してさえいれば、あなたにとってそのラーメンは立派に商品になるための資格もっている。

だから、商品のそれ自身の自然的性質の全体は、その持ち手にとっては無用なものである。商品所持者にとって有用なのは、商品それ自身の自然的な性質の全体ではなく、商品のが交換の道具だということだけで

ある。つまり、商品は、社会的に——すなわちその持ち手とは別の誰かにとって——有用でなければならない。商品所持者の観点から見ると、商品は“他人”にとって有用でなければならない。

4.1.3 価値をもつものとしての商品

しかし、他人にとって有用だというだけでは十分ではない。あなたがつくったラーメンを腹ペコのAさんにあげたと仮定しよう。そのラーメンがAさんにとってどれほど有用であったとしても、やはりこの行為は贈与（プレゼント）であって、交換ではない。なぜならば、あなたはそのラーメンと引き換えに等価のもの、つまり等しい**価値** (value) のものを受け取ってはいないからである。贈与と交換とを決定的に分けるのは、等価のものと引き換えに、対象の所持者が替わるということである。交換は一方的な行為ではなく、相互的な行為である。

この商品価値とは、個人的・主観的なものではなく、社会的・客観的なものである。すなわち、個人がそれにどのような価値を認めているのかということは問題にはならない。そうではなく、市場で誰しも認めざるを得ないということが問題である。つまり、商品価値とは市場で一物一価の**市場価値** (market value) になるべきものである。

ただし、商品価値は市場で交換された時にはじめて生まれるものではない。もともとどの商品も価値を持っているからこそ、市場で交換される。もし市場でその商品に対する需要がなくて交換されなかったら、それは商品ではなくゴミだったのである。

個々の取引をとってみると、交換比率（貨幣で測ると市場価格）にはいろんなケースがありうるが、長期的なスパンかつ社会的な視野で考えてみると、交換比率は、生産コストを中心に動くことになる。そして、生産コストはこれはこれで商品を生産するのにかかった新旧の労働の量によって規定される。

たとえば、ジーパンとフライパンとの交換を考えてみよう。ジーパン生産者はジーパンと引き換えにフライパンを手に入れるわけだが、いったい、何枚のフライパンと引き換えになるかが問題である。ジーパン1着に対して、フライパン1枚かもしれ

ないし、2枚かもしれないし、3枚かもしれない。この1枚、2枚、3枚というのが、フライパンに対するジーパンの交換比率である。以下では、完全に発達した市場を、ただし、貨幣の媒介は度外視して、イメージしてみよう。すなわち、各生産者はそれぞれの生産に特化して、それを業として営み、かつ、自分が供給する商品の生産者も自分が需要する商品の生産者もいくらかでもいるとイメージしてみよう。

さて、新労働と旧労働とを合わせたトータルコストで考えて、ジーパン1着を生産するのに5時間の労働、フライパン1枚を生産するのに2.5時間の労働が必要だと仮定しよう。ジーパン生産者にとって、ジーパン1着とフライパン1枚とを交換するというのは損な取引である。5時間労働の生産物(ジーパン1着)と2.5時間労働の生産物(フライパン1枚)とを交換するくらいならば、他のフライパン生産者を探した方がいい。あるいは、もしどのフライパン生産者もフライパン1枚とジーパン1枚とを交換しているのだとしたら、フライパンの供給過少＝需要過剰の状態が成立しているか(ジーパン以外の商品に対してもコストよりも高くフライパンが交換されている場合)、それともジーパンの供給過剰＝需要過少の状態が成立しているか(フライパン以外の商品に対してもコストより低くジーパンが交換されている場合)、どちらかになる。その場合には、前者の場合には得をしているフライパン生産者たちがフライパンの供給を増やし、後者の場合には損をしているジーパン生産者たちがジーパンの供給を減らし、やがては両者の交換比率は生産コスト通りの交換比率に近づくであろう。

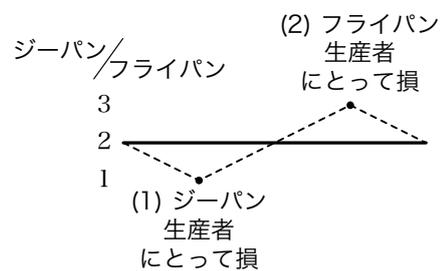
同様にまた、フライパン生産者にとって、ジーパン1着とフライパン3枚とを交換するというのは損な取引である。5時間労働の生産物(ジーパン1着)と7.5時間労働の生産物(フライパン3枚)とを交換するくらいならば、他のジーパン生産者を探した方がいい。あるいは、もしどのジーパン生産者もジーパン1枚とフライパン3枚とを交換しているのだとしたら、ジーパンの供給過少＝需要過剰の状態が成立しているか(フライパン以外の商品に対してもコストよりも高くジーパンが交換されている場合)、それともフライパンの供給過剰

＝需要過少の状態が成立しているか(ジーパン以外の商品に対してもコストより低くフライパンが交換されている場合)、どちらかになる。どちらにせよ、前段落とは逆の運動が生じて、やがては前段落と同じ結果になるだろう。(ただし、厳密にいうと、このような市場での供給量の数量調整が完全に機能するためには、損得しか考えず、損得だけにしがって供給行動を変える資本主義的営利企業の成立が必要である)。

こういうわけで、両者にとって損がない取引、すなわち等価交換は、ジーパン1着に対してフライパン2枚との交換、つまり5時間労働の生産物どうしの交換、コスト通りの交換である。

もし一回こっきりの交換ならば、ジーパン1着とフライパン1枚の交換もジーパン1着とフライパン3枚の交換もありうるだろう。しかし、市場社会においては、たくさんのジーパン生産者とたくさんのフライパン生産者とが、しかも業として繰り返し自分の商品を販売する。このような無数の交換の中で、ジーパンとフライパンとの交換比率の変動の中心は、生産コスト通りの交換比率(どちらも損をしない交換比率)、すなわちジーパン1着とフライパン2枚の交換比率になるだろう

図1 ゴーパンとフライパンとの交換比率



なお、実際には、繰り返しの全面的な交換が行なわれるためには、——いやそれどころかたとえ一回こっきりの交換であろうとも、それが必然的に行われるためには——、貨幣によって販売と購買とが分かれなければならない。貨幣による媒介については、『5. 貨幣』で詳しく論じる。

4.1.4 私的生産と商品生産

4.1.4.1 私的生産

およそ社会を形成するのは人格としての個人である。

したがって、個人的 (individual) という言葉が社会との関連で用いられる。これにたいして、一般に社会から——単に自立しているだけではなく——切り離されている状態のことを私的 (private) と呼ぶ。

“社会から切り離されている”ということは、“社会とは無関係だ”ということではない。そもそも無人島に個人が漂流した場合のように社会と全く無関係になってしまったら、社会的なものとの対立は生まれようがない。そうではなく、社会の一員でありながら、社会と切り離されているということが私的だということなのだ。

社会は個人と個人とを結ぶひものようなものだから、“社会から切り離されている”ということは、“他の個人から切り離されている”ということでもある。

そして、およそ現代社会では、前近代的共同体から個人が——単に自立しているだけではなく——切り離されている。現代社会では、社会から切り離された私的個人という形で個人が自立している。

前近代的共同体では、個人が共同体からも他の個人からも自立しておらず、埋没していた。存続すべきなのは、前近代的家族であろうと前近代的村落であろうと前近代的国家だろうと、ともかく共同体の方であった。“お家のために死んでくれい”とか村八分とか、そういうものである。

江戸時代の村落を考えてみると、そもそも自分の土地の所有権が認められているのは共同体の構成員としてだけであり、むしろ共同体の構成員であるということは所有権に先行している。要するに、個人は共同体の土地を個人の土地として使っているわけである。そして、個人の土地で手に入らないものについて言うと、村の鍛冶屋に鋤を治してもらうのは村の構成員である限りである。また、“お爺さんは山に芝刈りに、お婆さんは川に洗濯に”という場合の山や川は、村の構成員なら誰でも使うことができるが、ヨソ者には使わせてはならない村の入会地であって、燃料や水、その他の自分の田畑で入手することができない富はそこで手に入れる。持続すべきは村落共同体であって、村落共同体あつての個人だし、村落共同体が崩壊したら構成員の生活も破滅する。

これはトップレベルでも同じであって、殿様も家臣団も藩に依存しており、藩を通じて互いに依存し合っている。個々の家臣の代わりはいくらでもいるが、家臣団が、したがって藩がなければ殿様はただの人である。家臣が殿様に対して、“この御方は殿様でござる”とひれ伏しているから殿様は殿様でありうる。逆に、殿様の変わりはいくらでもいるが、お家が、したがって藩がなければ家臣は浪人になる。重要なのはお家の存続であって、アホな殿様がいたら、すげ替えてでもお家を存続させなければならない。

このような状況からの脱却は、現代社会において、振り子の針を逆に振るということによって達成された。すなわち、単に個人が社会から自立するだけではなく、バラバラに切り離され、これを通じてたの個人からもバラバラに切り離されるという仕方で達成された。

個人は私的個人としてプライバシーを持ち、他の個人も国家もこの私的個人の許可がなければ原則的に（犯罪等がない限り）立入を許さない私的な空間の中で消費生活を行っている。消費と同様に生産においても、このような私的な空間において、社会的労働から切り離された私的労働（詳しくは「4.1.5.2 私的労働と社会的労働」）を発揮しているような生産形態が**私的生産** (private production) である。

この私的生産に照応する所有形態が私的所有（詳しくは「4.2.3 私的所有」）である。この意味で、私的生産の構成要素は私的労働および私的所有であると言える。**商品生産** (commodity production) はこの私的生産の一形態、ただし必然的な形態である。

もし仮に社会から切り離された私的個人が完全な自給自足で生活しているのだとすれば、この私的生産は商品生産にはならない。その場合には、そこで行われている私的労働はつねに直接的に自分の生活を媒介しており、社会的労働にはならない。自分が食べる自分だけのハウレン草を自分だけの土地で生産して自分だけで食べるというように。しかし、市場社会では、このような自給自足は原則的に不可能である。したがって、今後は私的生産といった場合にはそれは商品生産と同じ意味のもの

して考えて欲しい。

なお、前近代的共同体を考えてみても、厳密な意味で単一の個人が社会から完全に切り離されて完全な自給自足の生活を送っているということはまずありえない。しかし、より小規模な共同体（家族や部族など）がより大規模な共同体（前近代的国家）から切り離され、後者の干渉を排除するということが普通にあった（ローマの私有地とか日本の荘園制とか）ので、これらを私的生産と呼ぶことはできる。そして、この場合の私的生産においては、商品が生産されているとは限らなかった。

私的生産においては、私利私欲という形で欲求が解放されたのとともに、この私利私欲の実現に必要な限りで能力もまた解放された。この点で、私的生産それ自体、前近代的共同体における生産形態と比べて、生産力の上昇という点で（つまり物質代謝の効率的運営という点で）大きなメリットを持っている。

4.1.4.2 商品生産

商品生産では、私的生産者は自分が行う私的労働の生産物を自分自身で消費するのではなく、市場で交換する。

前近代的共同体における商品生産の場合には、あくまでも自給自足が基本であって、自分が消費する分を越えるサ surplus（剰余生産物）の部分だけを市場で販売するというものだった。これにたいして、現代市場社会では、そもそもすべての生産物を商品として生産している。たとえば農業を考えると、現代市場社会にマッチした商品生産では、自分が生産した生産物は（自家消費用に控除することなく）すべて市場で販売し、自分が食べる農産物は消費手段市場で購買し、肥料だけでなく来年度の種子も（生産物の一部を種もみとして控除するのではなく）生産手段市場で購買する。

もともと、日本の自営農家、特に兼業農家でここまで徹底している農家は少ないだろう。実際にここまで徹底するのは、自営業者ではなく、資本主義的営利企業である。たとえば、自動車メーカーは、決して従業員や株主のために自動車を生産するのではなく、そもそも市場で販売するために、商品として販売する。従業員や株主に優待販売する場合でも、あくまでも従業員や株主は市場で自動車を

割引購買するのである。資本主義的営利企業は、部品を生産手段市場で購買するし、またおよそ人間ではないのだから消費手段として自家消費したりなどしない。それだけではなく、資本主義的営利企業は、そもそも労働力についても他人（つまり従業員）の労働力を労働力市場で購買するし、貨幣資本そのものについても他人の貨幣資本を金融市場（貸出市場・証券市場）で購買するし、土地についても他人の土地を土地市場で借り入れる。

もし市場で自分の生産物が売れたとしたら、労働で考えると、それらを生産した私的労働は社会的に有用だった、はじめて社会的労働になった、はじめて社会的分業の一環になれたということである。逆に、もし市場で自分の生産物が売れなかったとしたら、労働で考えると、それを生産した私的労働は無意味だった、社会的労働になれなかった、社会的分業の一環になれなかったということである（一部は売れたが売れ残りがでた、売れたがコスト以下の価値でしか売れなかったという場合はそれらの中間である）。商品生産では、私的労働が発揮された時点では、それが社会的労働になれるかどうかはわからないのであって、私的労働と社会的労働とは分離している。このような私的労働と社会的労働との分離こそが商品生産の本質である。言葉を換えて言うと、社会的労働から切り離された私的労働が、「4.3.2 交換関係と生産関係」で見る商品生産関係を形成する。

商品生産においては、社会との関連において自己利得の原則と自己責任の原則とが成立している。すなわち、法に違反しない限りでは、いくらでも自分の私的利益を社会から獲得してもいいし、逆に商品が売れなかったからといって社会に補償を求めるということはできない。

4.1.4.3 本来の私的生産

市場社会が想定している経済主体は、前近代的共同体から自立し、しかも社会の中で互いにバラバラに切り離されている私的個人であった。この観点から見ると、消費と同様に生産をも、私的個人が、すなわち自営業者が担っているというのが市場社会に最もマッチしている。このような自営業における私的生産を本来の私的

生産と名付けよう。

実際に統計上、自営業をカテゴライズする場合には、家族従業者がいても自営業に含まれる場合が多い。純粹に私的個人だけでの生産形態は非常に少ないからである。しかし、ここでは、理論的に純粹な形態を想定しているから、家族従業者すらない、純粹に私的個人だけでの生産をイメージしよう。

これは先取りになるが、現代市場社会において、主役となっている私的生産は、本来の私的生産(自営業)ではなく、資本主義的な私的生産(資本主義的な生産)である。

私的生産者のプライベートな空間に多数の従業員同士の、また従業員とその雇用者である資本家との社会関係が入ってくるのが資本主義的生産である。要するに、資本家のプライベートな空間に、赤の他人である従業員が多数入り込んで資本家の命ずるままに働いているのが資本主義的生産である。

この資本主義的生産も私的生産である。なぜならば、このようなプライベートな空間の内部は市場の外部であって、市場の場面で現れるのは、私的生産者(つまり資本家)が自分の私的労働で生産した商品を私的所有していると言うことだけだからである。実際、買い手にとっては、自営業者が生産したか資本家が生産したかということはどうでもいいのであって、重要なのは価格と品質(付帯サービス等を含む)とである。

前近代的共同体や資本主義的生産と比較しての本来の私的生産の特徴は以下の通りである。

一方では、第一に、前近代的共同体と比較すると、自分自身の欲求を私的欲求として自由に追求することができるという意味では、私的生産者自身の創意工夫が、遥かに生きてくるだろう。

たとえば、奴隷制はもちろんのこと、江戸時代の日本の農業でも、生産力が上昇した分が年貢に取られてしまう限りでは、農民の創意工夫は発揮されにくいだろう。だからこそ、江戸時代でも、新田開発なんかにおいては一定期間の年貢免除のような

私的生産の原則が導入されざるをえなかったのである。

これに応じて、自分の私的な能力(労働力)も上昇するだろうし、また労働手段の改良も進むだろう。つまり、生産力が上昇するだろう。

第二に、資本主義的生産と比較すると、自分自身の私的な労働力だけを使って、自分自身の私的な生産手段(土地を含む)だけを使って、業を営むという意味では、別の労働者を雇えばいいのだから無理に働いて自分の労働力を破壊してしまったり(人間破壊)、他の土地を借りればいいのだから後は野となれ山となれという感じに自分の土地を浪費してしまったり(自然破壊)するということは、少ないだろう。

しかし、他方では、資本主義的生産と比べると、生産の内部で組織の力、チームの力を使いにくいという点、また科学的知識の意識的・計画的適用が決定的になっているこんにちの生産過程に必要な巨額の機械設備と巨額のR&D(研究・開発)費用負担に耐えにくいという点で、生産力の上昇には限界があり、資本主義的営利企業との競争(特に価格競争)にはなかなか勝てないだろう。本来の私的生産者が十分に勝負できる領域は、単なる品質競争ではなく、たとえば、職人的な、あるいは半芸術的な品質での競争のように、社会の全生産から見ると、かなり小さい領域に限定されるだろう。

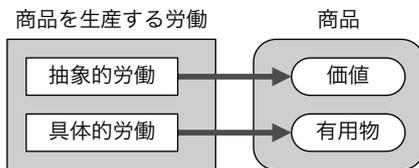
4.1.5 商品を生産する労働の諸性質

4.1.5.1 具体的労働と抽象的労働

ジーパン生産者Aとフライパン生産者とがジーパン1着とフライパン2枚という比率で交換する場合に、Aの観点に立ってみると、Aがフライパンを欲求している——またはフライパンに有用性(効用)を感じている——のは、フライパンが、フライパンを生産するという具体的労働の生産物だからである。もしシャツを生産するという具体的労働の生産物であったら、それはフライパンではなくシャツになってしまい、Aにとっての有用物ではなくなってしまうだろう。すなわち、有用物を生産するかぎりでは、労働は具体的労働である。

これにたいして、Aがフライパン2枚と引き換えにジーパン1着を引き渡すのは、フライパン2枚もジーパン1着も、——“ジーパンを生産する”という具体的労働と“フライパンを生産する”という具体的労働とがまったく違うにもかかわらず——どちらにも同じコストがかかっているからであり、つまりは、支出された抽象的労働の量が同じだからである。どの商品も——有用物としては全く違っていても——価値としては全く同じものであり、労働もまた——有用物を生産するかぎりではたがいに全く違っていている具体的労働であっても——価値を生産するかぎりでは全く同じものである。したがって、価値を生産するかぎりでは、労働は抽象的労働である。

図 2 商品の二要因と労働の二側面



4.1.5.2 私的労働と社会的労働

商品生産は私的生産である。私的生産では、私的な商品生産者が、誰の命令を受けるのでもなく、自分の判断で、自分でリスクを背負って、プライベートな領域で、生産物を生産する。このような私的生産において行われている労働が私的労働である。

ところが、商品交換が成立するという事は、この私的労働が社会的分業の一環として、社会的総労働の一部として、つまり社会的労働として通用するという事である。けれども、もしかしたら、ある商品生産者の商品を望んでいるものは誰もいないのかもしれない。売れなければ、生産物の生産に支出された私的労働は社会的労働ではなかったということになる。ところが、生産物は、売れなければ商品ではなく、従ってまた価値をもっていない。だから、商品が価値をもっているということは、価値を形成する労働が社会的労働なのだということを含んでいるのである。

市場社会のメンバーの全員が必要としているパン

の量が5000キロ（5トン）であると仮定しよう。そして、話を簡単にするために、市場社会のメンバーはどんなにパンの値段が安くなっても5000キロしかパンを必要としない（需要が値段に対して完全に非弾力的である）と仮定しよう。さらに、この市場社会には200人のパン屋がいると仮定しよう。

市場社会では、パン屋（パンの生産者）たちは互いに申し合わせて合計5000キロのパンをみんなで作るのではなく、どれほど詳細なマーケットリサーチをしようとも、結局のところ、自分でリスクを背負って、見込生産する。だから、パン屋たちは合計5000キロのパンをつくるには限らない。他の199人のパン屋たちがそれぞれ25キロのパンをつくっているのに、ある一人のパン屋が“こいつは売れそうだな”と勘違いして、たった一人で125キロのパンをつくってしまったら、100キロのパンは余ってしまうであろう（ $[(25 \times 199) + (125 \times 1)] - 5000 = 100$ ）。この場合には、余った100キロのパンは全く売れない。もちろん、パンが売れない不幸なパン屋は、125キロのパンを勘違いしてつくってしまったパン屋であるかもしれないし、あるいは25キロのパンしかつくらない他のパン屋たちがこのとぼちちりを食べうかもしれない。だが、いずれにしても、5100キロ（ $(25 \times 199) + (125 \times 1)$ ）のどのパンにも私的労働が支出されたが、社会的労働として認められたのは、結局のところ、この中で5000キロのパンに支出された私的労働だけであり、残りの100キロのパンに支出された私的労働は社会的労働としては認められなかったのである。

さて、社会的労働の問題を考える際には、二つの観点が必要である。

第一。すでにみたように、商品はその生産者以外の誰かにとって社会的に有用でなければならない。このことは、労働にそくして言うとも、有用物を生産する具体的労働の質が社会的に有用でなければならないということの意味する。（これは価値の問題ではない）。

第二。商品の価値を生産する抽象的労働の量は社会的に必要な分だけしかカウントされない。すなわち、価値の大きさを決めるのは社会的必要労働の量、すな

わち社会的労働の一定分量である。

たとえば、市場社会に 100 人のジーパン生産者がいると仮定しよう。さらに、この中の 99 人はジーパン 1 着を生産するのに 5 時間を費やし、たった 1 人のジーパン生産者 Z だけはジーパン 1 着を生産するのに（理由はわからないが、多分へたくそなため）10 時間を費やすと仮定しよう。この場合に、Z のジーパンだけ、他のジーパン生産者のジーパンの 2 倍の価値をもつだろうか？ そうではあるまい。Z のジーパンの価値は、その他のジーパン生産者のジーパンの価値と同様に、1 着当たり 5 時間にしかカウントされないだろう。この場合には、ジーパン 1 着を生産するのに社会的に必要な労働の量は 5 時間になる。Z はジーパン 1 着を生産するのに 10 時間もの私的労働を費やしたが、そのうち価値としてカウントされるのは 5 時間分だけである。

4.1.5.3 現在の労働と過去の労働

商品を生産する生産過程では、まさに現在、労働が行われている。このように流動状態にある労働を**現在の労働**（あるいは、生きた労働）と呼ぼう。しかし、この段階ではまだ商品は完成しておらず、したがって“商品の価値”もまた形成途上にある。

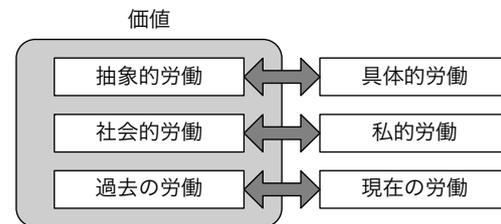
商品が市場に持ち込まれた時点で、すでにその商品の生産過程は終了している。したがって、商品の価値になっているのは、すでにその商品を生産するのに支出され、すでにその商品と一体のものになっている過去の労働（あるいは死んだ労働、対象化された労働）である。

少しややこしいが、過去の労働と旧労働とを区別して欲しい。商品価値として現れている限りでは、新労働も旧労働も、どちらも過去の労働である。たとえば、シャツの価値として現れている限りでは、シャツを生産するのに要した新労働も、シャツの原料である綿布の生産に要した旧労働も、どちらも過去の労働である。何故ならば、どちらの労働も、シャツが商品として市場に出てくる時点ではすでに終わってしまっているからである。

これにたいして、現在の労働とは、まさにに今、

現在進行形で行われつつある労働のことである。たとえば、シャツが商品として完成するまでの間に、シャツ製造工場の中で今まさに行なわれている労働が現在の労働である。

図 3 価値をなす労働の三つの特質



4.1.5.4 新価値と旧価値

すでに見たように、実際の生産では生産手段が使用され、この生産手段の大部分はそれ自体、労働の生産物であり、したがってそれを生産するにはコストがかかっている。さらに、市場社会においては、そのような生産手段は市場で商品として調達するのが基本である。

これまでの記述では、この点をずっと曖昧にしてきたが、商品の価値を考える場合に、その商品の生産過程に支出された新労働だけではなく、その商品を生産するのに必要な生産手段の生産過程に支出された旧労働もカウントされなければならない。新労働も旧労働も、どちらも“過去の労働”という点では同じであり、合算される。上記のように、生産手段を商品として市場で調達した場合には、この生産手段自体に価値があったわけである。もし今期に生産した商品の販売によって旧労働分のコストを回収することができなければ、商品生産者は、次期の生産を行うための生産手段を市場で調達することができなくなってしまうだろう。新労働・旧労働の区別に応じて、商品の価値は新労働分の**新価値**（すなわち付加価値）と、旧労働分の**旧価値**とに分けることができる。

たとえば、シャツ 1 着を生産するのに社会的に必要な労働時間（新価値）が 1 時間であると仮定しよう。そして、シャツ 1 着を生産する際に使用された生産手段の価値（旧価値）が 2 時間であると

仮定しよう。この場合には、新商品としてのシャツ | の価値は3時間になるわけである。

----- Memo -----

4.2 商品交換とその原理

4.2.0 商品の交換

これまで、商品とは何かということを考えてきた。商品は、生産されただけでは無意味であり、交換されてはじめて意味をもつ。そこで、今度は商品の交換の過程を考察してみよう。ここでは、二人の商品所持者が市場で出会い、商談を行い、合意にいたって、交換すると仮定する。

そこには以下の三つの原理が生じるのであって、それが市場社会において人々の意識を規制する規範になる。すなわち、市場社会が成立し、持続していくためには、以下の原理が公正なものとして通用しなければならない。それに反する現実には、市場社会の原理から見ると、不公正なものである。

これまでのどの人類社会／共同体も、労働による社会形成の原理とは異なって、多かれ少なかれいつの間にか無自覚的に、形成されてきた。したがって、ルールや規範が先にあってそれに基づいて社会／共同体がつくられたのではなく、その社会／共同体を安定的に持続させるものがルールや規範になってきた。ましてや、後述するように、全体としての市場社会はいつの間にか無計画に、無自覚的に成立してしまっているのだ。しかしまた、市場社会を構成する個々の商品交換は利益を求めて自覚的に行われるものであり、ここで当事者同士の間からルールや規範が必然的に生まれる。

4.2.1 形式的自由

第一に、商品交換においては、形式的に見て、商品所持者相互間での**自由** (freedom) の原理が支配する。そもそもどの人類社会においても、労働による社会形成の原理は労働する個人が社会的に自由だということであった。市場社会においては、私的労働そのものの内部ではなく——そもそも私的労働では社会から切り離されて私的生産を行っている——、労働労働そのものの外部にある交換において、しかも労働そのものの内容とは無関係に、つまり形式の上で、おのおの私的

な個人が自由に社会を形成する。

市場では、商品所持者たちは互いに自由意志で交換している。もし条件が合わないのであれば、無理に交換する必要はない。

たとえば市場価値が 100 円である商品について、買い手の側から言うと 120 円の値札が付いていたら無理に買う必要はないし、売り手の側から言うと 50 円で買いたいといっている客に無理にその値段で売る必要もない。

ただ両者の自由意志の一致——合意——に基づいてのみ商品交換は行われる。そこには形式上、暴力が入る余地はない。

逆に、もし商品所持者が自由でないのであれば、商品交換という形式が成立する必然性がない。

たとえば、奴隷は自由人ではない。奴隷は、それ自身が商品として交換されるのであって、しかるに自分の意志で自由に市場に行って商品交換の当事者になることはできない。

しかしまた、この自由は形式的な自由、タテマエの上での自由である。交換者が市場の外部で、したがってまた交換過程の外部で、特に労働過程の内部で、真に自由な人格であり、またこの資格で商品と交換するに至ったのかはわからない。ただし、それはあくまでも市場の外部での話である。市場の内部では、交換者どうしはあくまでも自由だというタテマエに立っている。

たとえば、資本主義的な市場社会においては、市場で文具を買ったのは、自分の自由意志ではなく、会社の業務命令に基づくのかもしれない。

それにもかかわらず、文具市場の内部では、取引は自由意志に基づくというタテマエで行われるしかない。もちろん、実際には、買い手は法人の表見代理として、法人の名義で、法人宛の領収書で、買

うかもしれない。それならばそれで、やはり法人という私的所有者の「自由意志」——実際には会社法人は人間ではないから意志などは持っていないのだが——に基づいて購買がおこなわれる。

4.2.2 形式的平等

第二に、商品交換においては、形式的に見て、**平等** (equality) の原理が支配する。そもそもどの人類社会においても、労働による社会形成の原理は労働する個人どうしが互いに社会的に平等だということであった。自由と同様に、市場社会においては、私的労働そのものの内部ではなく、労働労働そのものの外部にある交換において、しかも労働そのものの内容とは無関係に、つまり形式の上で、二人の私的な個人同士が対等に(平等に)社会を形成する。

上記の自由が一方的な自由——たとえば一方が自由人であり、他方が奴隷であるという関係——ではなく、互いに等しく自由であるという意味では、商品所持者たちは互いに平等である。この平等は交換そのものの内容に即しては以下の点に表れる：

1. 価値の観点からは、等価交換が行われる限り、プライマイゼロであって、どちらも一方的に得したり損したりしない。
2. 有用なものの観点からは、どちらも、不要なものを手放して必要なものを取得したのだから、満足している。

不要なものというのは、もちろん、自分で消費しないという意味で不要なのであって、交換のためには必要なものである。私がおにぎり屋で100円のおにぎりを買う場合に、自分で消費するのに必要なおにぎりを手に入れるために喜んでそれと引き替えに100円を手放すのであって、その意味ではこの100円は不要なものである。

逆に、もし商品所持者どうしがたがいに平等でないのであれば、商品交換という形式が成立する必然性がない。

たとえば、江戸時代の百姓身分とお殿様とはたがいに対等(平等)ではない。両者の関係が不平等で

ある以上、等価のものと引き換えに生産物を引き渡す——つまり交換する——必要はない。お殿様が剰余生産物を一方的に年貢として徴収すればいい。

しかしまた、この平等は形式的な平等、タテマエの上での平等である。交換者が市場の外部で、したがってまた交換過程の外部で、真に平等かどうかは担保されない。ただし、それはあくまでも市場の外部での話である。市場の内部では、交換者どうしはあくまでも平等だというタテマエに立っている。

たとえば、資本主義的な市場社会においては、会社と個々の従業員とでは経済的な力が全く異なるのであって、この点は労働力市場が需要超過であり売り手有利になろうと変わらない。たとえば会社の方はたくさんいるうちの一人の従業員が自発的に退社してもなんとかなるが、従業員の方は(社会保障がない限り)会社から解雇されるとたちまちに生活に困ることになる。

それにもかかわらず、労働力市場の内部では、タテマエ上は買い手(会社)も売り手(従業員)も互いに対等(平等)である。そこでは、タテマエ上はあくまでも、買い手が売り手を選ぶことができるのと同様に、売り手も買い手を選ぶことができ、互いに条件はイーブンである。

4.2.3 自己労働に基づく個人的な私的所有

第三に、商品交換においては、**私的所有** (private property) の原理、より正確には自己労働に基づく個人的な私的所有の原理が支配する。

4.2.3.1 所有の私的性格

そもそもどの人類社会においても、労働による社会形成は人格形成と人格相互の自覚的相互性を通じて、所有関係の形成にまで至った。市場社会においては、これは、互いにバラバラな——社会からも他の私的個人からも切り離された——私的個人による私的な、すなわち排他的な(他人をも社会をも排除する)所有の形成として現れる。

『3. 社会と労働』の「3.2.2.3 所有」で見たように、そもそも所有とは自分の意志と他者の意志とを媒

介した物件所持、換言すると社会的に承認された物件所持である。従って、市場社会であろうとあるまいと、人間が社会を形成する限りでは必ず所有が発生する。また、しばしば排他的な所有、すなわち私的所有だけが所有だとイメージされているのとは違って、たとえば社会の構成員全員が自由にアクセスできる物件に対する共同所有（＝共有）もまた所有の一形態である。

なお、市場社会が、前近代的共同体が解体されて、個人が社会から自立化し、社会から切り離されているという状態を前提する以上、原理的に見て、この私的所有は私的個人による所有、すなわち**個人的な私的所有** (individual private property) である。

前近代的共同体を特徴付ける所有（特に生産手段に対する所有）は、共同体による所有、すなわち**共同体的な所有**であった。たとえば、イエによる所有、ムラによる所有、藩による所有、幕府による所有、等々。これにたいして、前近代的共同体が解体されて、個人が自立化している以上、市場社会を特徴付ける所有は個人による所有、すなわち**個人的な所有**になる。

とは言っても、市場社会を前提する限りでは、個人的も私的も同じようにイメージされるから、「個人的な私的所有」というのは同義反復に感じられるかもしれない。しかし、資本主義社会としての現代社会においては、実際には私的生産者の主要部分は、自営業者個人でないばかりか、資本家個人でさえない。そうではなく、私的生産者の主要部分は、自然人（＝生きている個人）から区別された法人に、すなわち会社法人になっていく。こうして、資本主義社会としての現代社会においては、市場社会の原理は否定されて、生産の結果としての商品についても生産の前提としての生産手段についても、物件に対する所有は私的個人によるのではない所有、会社による所有、つまり法人による所有になっていく。たとえば、自動車メーカーを考えると、自動車生産工場についても売りに出されている完成車についても、物件を所有しているのは経営者個人でも株主個人でもなく、法人としての会社である。つまり、この物件に対する所有形態は、確かに私的所有ではあるが、もはや個人的な私的所有

ではなく、法人による私的所有である。

4.2.3.2 私的所有の正当化の形式

また、そもそもどの人類社会においても、所有は、対象の単なる所持ではなく、社会的に承認されている所持だった。市場社会においては、これは、やはりバラバラな——社会から切り離されて——独立した私的個人が交換過程で互いに私的所有者として承認し合うという形で現れる。

ジーパンの所持者 A とフライパンの所持者 B を例にとろう。ここで、A がいきなり B をぶんなぐって、フライパンを奪ったとしたら、これはドロボーであって、商品交換ではない。A は商品所持者ではなく、ドロボー野郎である。したがってまた、A のジーパンは商品ではなかったということになる。商品が商品であるためには、商品の持ち手はドロボーであってはならないわけである。暴力ではなく、双方の同意が商品交換の条件である。ここで、“商品”という“モノ”（正確には物件）が人々（正確には諸人格）の行動の規制原理になっているわけである。

この極めて自明のことから商品交換の重大な事実が浮かびあがってくる。商品交換が成立するためには、したがってそもそも商品が商品であるためには、以下のことが必要になる。——A はフライパンが（私的＝排他的に）B のものであるということを認め、それと引き換えにジーパンが（私的＝排他的に）自分のものであるということを認めてもらう。同様に、B もジーパンが（私的＝排他的に）A のものであるということを認め、それと引き換えにフライパンが（私的＝排他的に）自分のものであるということを認めてもらう。つまり、A と B とは私的所有者として互いに承認しあう。——ここで、商品の私的所有が発生する。このように、互いの商品の私的所有が確立したからこそ、その上で、交換によって、互いの商品の私的所有権を移転しあうことができる。すなわち、A はジーパンの私的所有権を手放して、それと引き換えにフライパンの私的所有権を獲得し、B はフライパンの私的所有権を手放して、それと引き換えにジーパンの私的所有権を獲得する。

市場社会の純粹モデルでは、諸個人が共同体から自立化しており、かつ諸個人の個々の交換の総和としてしか市場社会は存在しない。だから、このたった二人の、社会から切り離された私的個人が自由意志で行う相互的承認がそのまま社会的承認として通用する。

もちろん、最終的には、社会が国家という形で私的所有権を保証している。しかし、私的所有権そのものは私的個人の間から生じるのであって、決して国家から生じるのではない。たとえば、土地などの登記はこのようなたった二者間での承認を国家が社会的承認として保証したものである。土地売買・賃借等にもなう不動産登記の変更で国家が行っていることは私的所有を上からつくりだすということではなく、私的個人間での関係を消極的に追認するという点だけである。むしろ、国家が積極的に介入するのは、私的所有が侵害された場合である。そのような場合には、立法府が制定した成文法に基づき、行政府が強制力を用いてこの侵害を排除し、司法府がこれを裁定する。

そして、私的所有権を尊重するという規範意識も市場社会においては商品交換という形式から生まれる。市場社会の大部分のメンバーにとっては、窃盗をやらないのは、刑法で禁止されているから（あるいは警察につかまるから）ではなく、そもそもやらないのが当然のことだからである。

4.2.3.3 私的所有の正当化の内容

それでは、この私的所有を成立させる承認の内容は何だろうか。これもまた、私的所有を成立させる商品交換という形式によって制約されている。すなわち、ドロボーは商品交換ではないのだから、あからさまにドロボーしたものを正当な所有物だと承認するのは商品交換に矛盾する。そうすると、その所有物は私的所有者の正当な努力で、ズルせず取得されたというタテマエが成立する。要するに、“私が汗水垂らして取得したものとあなたが汗水垂らして取得したものとを等価交換しましょう”ということになる。このことを理論的に整理していうと、自己労働に基づく私的所有ということになる。要するに、私的所有という結果は労働という原因によって正当化されるしかない。

ところが、まさに商品の交換過程は労働過程から切

り離されている。たとえば、リンゴの交換は林檎の栽培・収穫とは場所的にも時間的にも異なる。また、それだけではなく、そもそも、交換は公開された市場で行われているのに対して、私的労働が発揮される私的生産は関係者以外立入禁止のクロードでプライベートな空間で行われている。

中には、実演販売のように、あるいは寿司屋のカウンターのように、あるいは医療サービスのよう、比較的交換と労働とが近接していたり、労働が商品の買い手の目に見えたりするような商品もある。しかし、この場合にも、原理的に見て、労働と交換との間には目に見えない壁がある。客といえども、寿司屋のカウンターの中にずけずけと入っていいものではなからう。

だから、実際には、どのような労働が行われていたのか、はたして商品の売り手が本当に労働したのかということは、わからないことが多い。しかし、このこと自体は、自己労働に基づく私的所有という原理を損なうものではなく、むしろ、一般化する。と言うのも、もし市場からは労働過程がブラックボックス化されており、かつそれにもかかわらずドロボーは商品交換を成立させないのであれば、商品交換が成立するためには、その所有が自己労働に基づいていると商品所持者どうしが互いに想定するしかないからである。ただし、それとともに、自己労働に基づいているという原理は本当かどうかはわからないタテマエになる。しかしまた、それはタテマエとして当事者の意識を制約することになる。つまり、この基準から私的人格による対象の所持が正当な私的所有かどうか判断されるということになる。

ここでは、新たに生産された生産物の交換を想定している。現実には、もちろん、不動産なんかを考えると、ドロボーでも労働でもなく、たとえば親からの無償譲渡で正当に取得したということがありうるだろう。この場合には、等価交換という原則は成立しないが、自由意志による譲渡という原則は成立しているのだから、そして、本当かどうかはわからないが、ともかく、親は汗水垂らしてこの不

動産を取得したのだろうし、親がさらに無償譲渡を受けたのであろうと、さかのぼっていけば、どこかで自己労働に基づく私的所有に行き着くのだらうというフィクションが成立する。

以上、商品交換において必然的に形成され、市場社会を特徴付ける所有は、その対象へのアクセスの仕方にそくしては私的所有であり、その主体にそくしては個人的な所有であり、その正当化論拠にそくしては自己労働に基づく所有である。——一言で言うと、自己労働に基づく個人的な私的所有である。

補論：生産手段の所有と生産物の所有

もちろん、生産には生産手段の所有が前提される。しかし、生産手段の私的所有自体は生産物の私的所有として交換過程において社会的承認を受け取ったのである。たとえば、パンの主要原料は小麦粉である。したがって、パンの生産には、パン生産者による小麦粉の私的所有が前提される。しかし、パン生産者によるこの小麦粉の私的所有それ自体は、その前に、パン生産者が小麦粉市場で小麦粉生産者から小麦粉を購入する

際に社会的承認を受け取っている。

また、もちろん、土地のように、労働生産物ではないような生産手段もある。しかし、土地は、もともと未開地であったのならば労働によって開墾されたというタテマエになる。そして、通常の売買であろうと、賃貸借であろうと、ともあれ土地も市場で売買されるのであって、その際にこの土地に対する私的所有がたえず承認されているのである。

『3. 社会と労働』において、どの人類社会でも所有は社会による承認を前提し、そしてそもそも社会は労働から生まれるのだから、労働の社会的なやり方が生産関係という規定的な社会関係を、そして生産関係が所有関係を生み出すということを見た。このことは、労働の場面と承認の場面とが分離した現代市場社会において、明瞭に現れる。

このように、商品交換において、自由と平等とが必ずや発生せざるをえない。そして、この自由と平等とを統一しているのが私的所有者という人格である。

4.3 商品のシステムとしての市場社会

4.3.1 労働の社会的変換としての商品交換

『2. 労働と社会』ですで見たとおり、およそどんな社会でも、社会的分業が行われるかぎり、具体的労働が“社会”というフィルターを通じて変換された。市場社会では、商品の交換こそがこのフィルターの役割を演じるのであり、商品の交換が意味しているのは具体的労働の変換なのである。

さきほどの例では、ジーパン生産者 A はジーパンを生産する具体的労働しかしていないが、ジーパン 1 着とフライパン 2 枚との交換を通じて、5 時間分のジーパン生産労働を 5 時間分のフライパン生産労働に変換したのである。同様にして、A は他のジーパンを、同じ価値をもつさまざまな商品と交換するであろう。こうして、ジーパン生産労働は、同じ労働時間分の、さまざまな具体的労働に変換されるであろう。

4.3.2 交換関係と生産関係

すでに見たように、自分で自分と商品を交換することはできない。だから、商品交換において商品所持者たちの社会的な関係が作りだされる。このように交換において作りだされる、商品所持者たちのあいだの関係が**交換関係**である。

それでは、この社会的な関係は、商品が売られるときに初めて作りだされるのであろうか？ そうではない。われわれが知っている現代社会では、圧倒的に大多数の生産物は、たまたま交換されるのではない。生産する時にすでに——いやそれどころか生産する前からすでに——生産者たちは交換を予定して、すなわち商品として生産物を生産しているのである。たまたま余ったものを商品として交換しているのではないわけである。こうして、単にある商品と別の商品との交換のたびに、商品の持ち手たちが個々別々に結ぶ社会的関係（交換関係）を越える広がりをもつような、人々の関係がすでに生産において成立している。われわれ

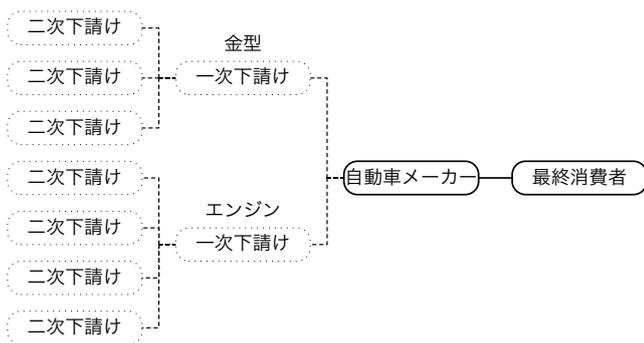
はこのような関係を生産関係と呼んだのだった。市場社会のメンバーはだれでも生産関係、**商品生産関係**を結んでいる。したがって、交換関係は商品生産関係の実現形態なのである。

4.3.3 グローバルなシステム

社会的分業が発展した市場社会では、当事者たちは、さまざまな生産物を欲しがる（＝欲求の多様化）のにもかかわらず、一つの生産物しか生産することができない（＝労働の一面化）。たとえば、パン生産者はシャツも食器棚も欲求するだろうが、シャツも食器棚も生産することはできない。当事者たちは、自分が持っている一種類の商品を手放すことによって、さまざまな他人が持っているさまざまな商品を手に入れる。これが商品交換だった。だから、市場社会では、商品は、個人が自分の狭い能力を超えて他人と関わらざるをえないところで生まれるのであり、個人が個人のクローズドな世界を抜け出てオープンに他人と関わりあうところで生まれるのである。商品は、その所持者を、個人の枠を越えて他人（他の商品所持者）とつきあわなければならないようにするという意味で、そもそもグローバルな存在である。

しかも、商品交換のネットは、際限なく広がっていく。たとえば自動車を考えてみると、自動車を生産するにはさまざまな部品が必要である。それらの部品自体が、一次下請けの前に二次下請けで生産された商品を利用している。したがって、自動車を商品として手に入れるということは、単に自動車メーカーと関係を結ぶだけでなく、一次下請け、二次下請けなどの全部品メーカーと関係を結ぶということの意味するのである。

図 4 グローバルな市場の一環としての交換



歴史的に見ても、商品はグローバルな世界に生まれたと考えられる。共同体の中で家族・部族が自給自足していた限りでは、ローカルな共同体の中には商品交換は生まれてくる必然性はない。そうではなく、共同体の中にはないものを他の共同体から手に入れなければならない時に——しかも戦争などの暴力的手段によっては手に入れることができない時に——、共同体と共同体との間で商品交換が（たとえば海辺の共同体の魚と山中の共同体の茸との商品交換が）行われたのである。

ただし、次回に見るように、商品のグローバルな性格を体現するのは商品自身ではなく、貨幣である。

4.3.4 物件のシステム

4.3.4.1 物件のシステム

4.3.4.1.1 現実そのもの

すでに「4.1.4.1 私的生産」で見たように、前近代では諸個人は共同体に、またそれを通じて他の諸個人に依存していたのに対して、現代市場社会では諸個人が社会から、それを通じて他の個人からバラバラになってしまっている。しかし、今度は諸個人は、共同体や他の個人に依存するのではなく、商品という物件に依存してしまっている。

諸個人が労働において承認しあって自覚的に形成するのが本来の社会であるにもかかわらず、市場社会では、社会的労働そのものにおいては承認しあうことなしに、商品という物件の交換においてたった二者が承認しあい、自覚的に社会関係を形成しているだけである。ただ商品という物件が売れたということによつ

て事後的に私的労働が社会的分業の一環になり、したがって社会的労働として自らを実証する。したがって、全体としての市場社会は個々の当事者たちの自由意志によっては制御することができないものである。

こうして、市場社会全体を考えると、商品生産者たちが私的生産において、社会的分業の中でいつの間にか知らず知らずのうち結んでいる生産関係も、あらゆる富が商品という形で生産されており、これから交換されるという、諸商品の関係、すなわち諸物件の関係として現れる。

それだけではない。そもそも社会形成主体である人格が自分の対象に向き合ったときに、自分の対象は物件という性格を受け取った。要するに、物件とは人格の対象、人格が社会の中で好きにできるものでしかなかった。しかし、市場社会では、単に諸人格の関係が諸物件の関係として現れるだけではなく、むしろ個々の物件が、個々の商品が、ただのモノではなく、諸人格の関係を詰め込んだものであり、諸人格の関係そのものなのである。

たとえば、スーパーの店頭に並んでいるトマトは、商品としては、社会的労働になるべきトマト農家の私的労働を担っており、トマト農家とスーパーとの社会関係を担っており、スーパーと消費者とのこれから形成されるべき社会関係を担っている。

そして、諸物件のこの関係の中で、物件に人格が振り回されてしまっている。なにしろ、市場社会という社会に参加するためには、商品という物件を交換しなければならないのだから、商品という物件は諸人格が市場社会に参加するための入場チケットであり、個人と個人とをくっつけるマジックアイテムである。商品を生産し、商品を交換するということは、なるほどタテマエ上は人格の自由意志に基づくが、しかし、もしそうしなければどの人格も市場社会では生きていけない。商品が売れるかどうか、商品が買えるかどうか、個人が市場社会で生きていけるかどうかを決める。だからまた、人々は商品が売れるかどうかで一喜一憂し、時に商品の売買を人格の尊厳や個人の健康よりも優先しかねない。このように、またすでに見たように、商

品という物件の運動が人格の行動を規制するのであり、またこの物件の運動をスムーズにすすめられるように、諸人格が従うべきルールが決まってくるのである。

このように物件が人格の行動を規制するというのは商品の場合には、まだわかりにくい。しかし、貨幣という物件になると、だれもがこの単なる物件に振り回されるということが明白になる。さらには、資本という物件になると、特にその完成形態である株式会社になると、ただの物件である株式会社が人格のふりをして、他の人格を雇用し、他の人格に業務命令を下すということが明白になる。

4.3.4.1.2 現実から生じる意識

商品に人格が振り回されてしまっているというのは疑いようもない事実であり、またこのような事実が生じる客観的根拠と現実の仕組みがあった。要するに、諸人格の行為（私的労働）と、この行為によって形成され、またひとたび形成されるとその中でこの行為が行われる諸人格の関係（商品生産関係）とが、このような現実を生み出している。

しかし、私的生産の場でも市場の中でも、自分と自分の商品しかないプライベートな空間から、自分の行為に関わりなくすでに出来上がってしまっている物件のシステムを眺めるといふ場面では、個々の当事者の意識には、もともと人々が知らず知らずのうちに形成したこの仕組みの全体像は映らずに、人々が、自分では制御しきれない市場の中で翻弄されて、商品に振り回されているという光景だけが目に入る。

そこで、なにか、商品がそういうパワーをそれ自身で持っているかのように勘違いしてしまいがちである。——しょせんは商品が人格を振り回すことができるのも、人格がそういう仕組みを知らず知らずのうちに作ってしまい、いつのまにかそういうパワーを商品に与えてしまったからにすぎないのにもかかわらず。たとえば、商品が生まれながらに価値を持っているように勘違いしてしまう。——本来、商品価値なんてものは、どの人類社会でも行われなければならない、社会的欲求の制約下での、社会的分業の割り振り、そしてそれを通じてのそれぞれの生産物への労働コストの割り振

りを、市場という特殊なやり方で行ったものであるのにもかかわらず。

そして、この意識は、特定の歴史的・社会的形態における人格の労働（つまり私的労働と社会的労働との分離）とは無関係に、そもそも、もともと、つねに、いつの時代でも、当然のこと、当たり前のこととして、商品という物件のシステムが、換言すると市場のシステムが空気のように存在し、商品はそもそもそういうパワーを持っているかのように勘違いしてしまう。この意識は現代社会を支える意識中の一方であって、この勘違いした意識から見ると、現代社会は自然なもの、当然なもの、永遠不滅なものである。

4.3.4.2 人格のシステム

4.3.4.2.1 現実そのもの

さて、いくら商品が人格の関係そのものであるとは言っても、商品に脚が生えるわけでもなく、商品に意志が生まれるわけでもない。したがって、市場社会全体において諸人格が知らず知らずのうちに託した商品の運動は、今度は実際の交換において、意志をもって私利私欲を追求する個々の人格の自覚的行為（＝交換）に託され、またこの人格が自覚的に形成するたった二者間での自覚的關係（＝交換関係）に託される。

ところがまた、商品所持者たちが自由・平等な私的所有者として形成した、交換におけるたった二者の関係を考えると、それは人格同士のまぎれもない自覚的な関係である。知らず知らずのうちに契約を結び、いつの間にか商品を交換してしまったなどということがあろうはずもない。この交換自体は、社会全体の観点から見ると、物件の運動を、つまり商品の売買を成り立たせる——それを通じてもともと私的労働において形成されていた商品生産関係を実現し、市場社会を成り立たせる——ような人格の行為である。要するに、商品の運動を人格が担っているわけである。その意味では、このような人格の自覚的行為とたった二者の人格の自覚的關係とは、商品の運動と諸商品の間での関係とを実現したものにはすぎない。

4.3.4.2.2 現実から生じる意識

たった二者の人格が自覚的に交渉し、契約し、商品交換するという場面では、当事者は、今度は商品という

物件に振り回されていたことなどすっかり忘れて、たった二人の人格が自覚的に社会関係を結んだという経験だけを受け容れる。

そこで、商品交換における人格の原理だけをとりだして絶対化してしまいがちである。すなわち、バラバラな諸個人が、物件なんて関係なく、ただ自分の（＝人格の）私利私欲にだけ従って、ただ自分の（＝人格の）自由意志だけで、ただ自分（＝人格の）の自覚的なふるまいだけで、グローバルな社会を、うまくいけば誰もが満たされるべき共同利益を、形成したのだと思いがちである。——実際には、このバラバラな個人の自覚的・人格的な行動とバラバラな二人の個人間での自覚的・人格的な関係とは、人格がそれに先だって形成してしまっている商品運動と諸商品の関係とと実現するものであるのにもかかわらず。そして、この意識は、二者の自覚的な社会関係の形成以外の場面を無視して、交換以外の場面を無視して、現代社会では、実質的自由、実質的平等、労働に基づく個人的な所有が実現したと思いがちである。——実際には、交換以外の場面では、要するに交換から区別された労働の場面では、実際にどうなっているのかはわからないのだが。この意識は、社会から切り離されたバラバラな私的個人を個人の自立と思込み、社会全体の利益を顧慮しない私利私欲の追求を欲求の全面的解放と

思込み、商品の生産に特化した能力を能力の全面的解放と思込み、タテマエの上での自由を実質的自由と思込み、タテマエの上での平等を実質的平等と思込み。

この思込みの激しい意識から見ると、要するに、現代社会は誰もが実質的に自由・平等で、誰もが頑張ったら報われる（もちろん、運・不運や生まれつきの能力は別にして）社会だから素晴らしいのである。この意識は現代社会を支える意識中のもう一方であって、この思込みの激しい意識は、現代社会をより積極的に正当化する。

4.3.3.3 物件のシステムと人格のシステムとの対立

このように、現実において、物件の原理が人格の原理を生んだのだが、両者は正反対に対立している。したがって、現代社会においては正反対な原理が併存し、対立している。

また、この現実の対立構造に応じて、物件のシステムという現実を取り違えて受け取る勘違いした意識と、人格のシステムという現実を一面的・不十分に受け取る思込みの激しい意識とが、対立し合いながらも場面を分けて併存し、あっちの現実的場面ではあっちの意識が、こっちの現実的場面ではこっちの意識が、というように、てんでバラバラに現れる。

2019/04/03 16:26 最終更新