

<論説>

価値形態論の論理

——自己外行と自己内行——

古 結 昭 和

目 次

- はじめに
- 第1節 商品の直接規定＝使用価値
- 第2節 商品の内面規定＝価値
- 第3節 商品の反省規定＝価値形態
- 第4節 価値形態の進展と貨幣形態
- あとがき

は じ め に

今日はこれから商品論のうちの価値形態論について論じてみたいと思います。価値形態論はマルクス『資本論』のなかでも大きな山場のひとつで、これまでも多くの人がこれを研究してきましたが、まだなお十分に研究されつくしたとはいえません。ことほどさように価値形態論はむずかしいのです。

わたくしもこれまでいささかこの研究に係わってきましたので、この機会に、基本的な論点に限って、現在の到達点をまとめておこうと思います。その論点というのは、要するに、 x 量の商品Aの価値が y 量の商品Bの使用価値で表現されるということはどういうことなのか、またそれはいかなる論理に基づいているのかということです。この点については、従来の説明をみましても、どうもわかったようでいてもうひとつすっきりしないという歯切れの悪い感じがぬぐいきれなかったのです。

わたくしは、この論点について、ヘーゲルの明らかにしました自己外行と自己内行の同一性の論理に従って説明してみたいと思います。この説明がどれくらいうまくいっているかについては読者の判断に委ねるほかありませんが、わ

たくしには、価値形態論において、この論理が重要な働きをしているように思えてならないのです。

第1節 商品の直接規定＝使用価値

本稿の課題は価値形態論ですが、価値形態というのは商品の価値がとる形態（形式）ということですから、どうしても商品が前提となります。この前提から出発して、内的紐帯を辿りながら、価値形態論に至るという運びになります。こういう次第ですから、われわれは商品の考察から議論を始めるのです。

さて、われわれは眼の前に無数の商品を思い浮べてみましょう。商店の店先やデパートや倉庫の中でもかまいません。この表象から、われわれはスタートするのです。この多彩な商品世界の前に茫然自失しなければ幸です。こうした商品世界を認識していくためには、われわれはどうすればよいのでしょうか。どう考えてみても、この商品世界を構成している個々の商品がどういうものか調べてみる以外にありません。そこでまず、個々の商品を別々に採り上げて、それがどういうものであるかを調べてみましょう。

そうすると、こういうことが分ってきます。すなわち、商品はひとつの物であること、そしてそれは物として諸性質をもっていること、しかもその諸性質は人間にとって有用なものであることなどです。こうした事実に基づいて、商品は使用価値と規定されます。表象の段階では、商品といっても、それは空虚な言葉にすぎませんが、ここでは「商品は使用価値である」という命題が成立しているのです。

ところで、人間にとって有用な、物の諸性質は自然的なものであり、人間は自然的なものを感覚によってとらえるのですから、使用価値は対象的には自然的、主体的には、つまり人間にとっては感覚的なものだけということができません。しかるに、このようなものは、それ自体他のものと無関係に把握されますから、論理的には直接的なものにあたります。日常生活で「見たらわかる」といっている事態がこれです。だから、使用価値というのは、論理的には、商品

の直接規定だといえるのです。あるいは、商品は直接的には使用価値であるといってもよいでしょう。『資本論』の商品論でも、まず使用価値が出てくるのは、それが商品の直接規定だからだと思います。

さあ、こうなりますと、諸商品は、その使用価値が同じなら、同じ商品だということになります。これは商品の、使用価値としての同一性といってもよいでしょう。この同一性によって、その使用価値を同じくする諸商品はすべて1グループにまとめられます。かくして、商品世界は、使用価値を基準として、きっぱりと分類されることになります。大分見通しがよくなりました。

そこで、次の問題は、使用価値の相異なる諸商品の同一性です。ここから価値論が始まるのです。

第2節 商品の内面規定＝価値

第1項 商品の価値

ここで「商品の内面規定」といいますのは、商品についての、われわれ（考察者）の考えということです。一般に「内面規定」というのはそういう性質もっています。ここで大切なことは、われわれの考え＝思考は対象の直接性をこえていくということです。これをいいかえてみますと、思考は感覚の制約を打ち破り、対象の内面に入っていくということになります。しかるに、対象の内面は対象の運動のうちに露呈していますから、思考は対象を運動のうちにとらえることにより、対象の内面を認識することができるのです。あるいは、あるものが本当には（内面的には）何であるかは、そのものがどういう運動をしているかを見ることによってわかるといってもよいでしょう。

われわれは第1節で、「商品は直接的には使用価値である」という規定に到達しました。そこで、われわれは次に商品の運動を考察して、そこに露呈している商品の内面を探っていくことにしましょう。なお、ここでは商品は使用価値としてのみ意義もっています。ですから、商品の運動といっても、それは

結局使用価値の運動なのです。

この観点から商品世界を眺めてみますと、そこでは相異なる商品がさまざまに交換されていることがわかります。しかるに、交換とは、二人の相異なる商品の所有者がその商品の所有を相互に移転することです。これを商品に即してみますと、交換とは、相異なる商品の相互転化と考えられます。たとえば、 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** の交換において、それぞれの商品所有者の手許で、 x 量の商品 **A** は y 量の商品 **B** に転化するとともに、 y 量の商品 **B** は x 量の商品 **A** に転化するということです。こうした相異なる商品の相互転化こそ、商品の運動にほかなりません。そして、相互転化する二つの相異なる商品の関係は交換関係にとらえられます。

特に注意すべきことですが、交換関係にある二つの相異なる商品の相互転化は決して自然的過程ではありません。たとえば、 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** が相互転化するとしますと、この過程においては、 x 量の商品 **A** も y 量の商品 **B** も、それ自体としてはつまり自然的には、何の変化もありません。むしろ変化があったら困るわけです。ここでは、ただ、それらの所有が相互に移転するだけです。つまり、商品の運動というのは、ただそれらの所有の相互移転を意味しているだけです。しかるに、所有の相互移転というのは、商品所有者の意志関係に媒介された社会的過程にほかなりません。だから結局、ここでいう商品の運動は、決して自然的過程ではなく、正しく社会的過程だということになります。

相異なる二つの商品、 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** の交換関係をとってみましょう。 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** は直接的には（使用価値としては）たしかにちがうものです。しかし、これらの交換において実際におきていることは、 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** が相互に等置されるということです。つまり、 x 量の商品 **A** = y 量の商品 **B** という等式が成り立つということです。この事実は、 x 量の商品 **A** と y 量の商品 **B** には、同一のものがあることを示しています。しかもこの等式は、商品の交換という社会的過程においてのみ成立するものですから、この同一のものは社会的なものでなければなりません。

つまり、 x 量の商品 **A** にも y 量の商品 **B** にも、社会的に同一のものがあるということになります。そして、このような社会的に同一のものがさしあたり商品の価値なのです。もちろん、このことはすべての商品についていえます。

ところで、われわれはもはやこうした商品の価値を感覚的に知ることはできません。感覚的には、すべての商品ははっきりとちがうものですから。しかし、われわれは思考によってそれを認識することができます。言い換えますと、われわれは思考によって、商品の直接性＝外面を突き抜けて、その内面に到達しているのです。すなわち、商品の内面は価値なのです。あるいは、商品は内面的には価値であるということになります。

このように、商品の価値は思考によってのみ把握されうる社会的に同一のものでありますが、それがわれわれの全くの空想ではなく、商品の内面であるかぎり、それは商品の内部になればなりません。われわれが外部から勝手にそれを商品になすりつけるというわけにはいかないのです。ここでわれわれは考察を労働にまで深める必要があります。

第2項 労働の分析

労働は人間と自然の間の永遠の質料変換ですが、われわれが普通「労働」というとき、それは目的等を規定された労働、すなわち具体的有用労働を意味しています。また実際これ以外の労働はどこにも実在していません。この意味では、具体的有用労働は労働の直接規定といってよいのです。そして、この具体的有用労働は商品の使用価値のなかに結晶しています。

ところで、商品の交換において、相異なる商品が等置されるとき、このことは、労働の観点から見ますと、相異なる具体的有用労働の生産物が等置されていることを意味しています。つきつめて考えてみますと、このことは結局、相異なる具体的有用労働が等置されていることになるのです。ここからわかりますことは、相異なる具体的有用労働には同一のものがあるということです。こうして、相異なる具体的有用労働に同一のもの、すなわち抽象的人間労働がとり出されるのです。抽象的人間労働それ自体はどこにも実在していませんが、

反面すべての具体的有用労働に内在しています。これはたしかなことです。と
いいますのは、具体的有用労働からそれを具体的有用労働たらしめている具体
的諸規定を捨象しますと、抽象的人間労働になる以外にないからです。また逆
にいきますと、抽象的人間労働にある具体的諸規定が加わって、具体的有用勞
働になるということです。この意味では、抽象的人間労働は労働の内面規定だ
といえるのです。

そうだとしますと、相異なる具体的有用労働の生産物（使用価値）に同一の
ものとは、すなわち抽象的人間労働の生産物ということにはほかならないのであ
って、これが商品の価値なのです。換言しますと、商品の価値とは、抽象的人
間労働が対象化されたものなのです。こういう次第ですから、価値の実体は抽
象的人間労働であるといつてよいのです⁽¹⁾。

しかし、ここにまだ問題がひとつ残っています。使用価値から価値が抽象さ
れ、抽象的人間労働が価値の実体であるとしましても、それらは商品の交換と
いう事実から導き出されています。それでは、そもそも商品はどのように交換さ
れるのでしょうか。この点がはっきりしませんと、上の議論も空中楼阁になっ
てしまいます。

この点を解明するためには、労働における人間と人間の関係の側面を考察し
なければなりません。いまの立場からみますと、さきの具体的有用労働（直接
規定）、抽象的人間労働（内面規定）というのは、人間と自然の関係の側面で
問題になる概念だということになります。しかし、人間社会の場合、人間と自
然の関係は、それだけで単独に存在するものではありません。それは必ず何ら
かの人間と人間の関係と結びついています。ですから、労働の考察において
は、人間と人間の関係の側面を欠かすわけにはいかないのです。

それでは、商品生産社会では、労働における人間と人間の関係はどうなっ
ているのでしょうか。商品生産社会は、社会的分業と私的所有を前提とする社会
です。そこでは、各人は他人が必要とすると考えられるものを生産し、自分が
必要とするものは他人が生産していると考えています。だれもがこのように考
えて労働し、生産しています。しかし、この社会には全体的な計画というもの

がありません。つまり、そこでは、人間と人間の意識的な協力関係がないという事です。しかし、意識的であろうとなかろうと、人間と人間の協力関係がなくては人間の社会は成立しません。これまでもそうでしたし、今後もきっとそうでしょう。そうだとしますと、商品生産社会にも何らかの形でこの人間と人間の協力関係があるはずで、そして、これこそほかならぬ商品の交換なのです。

商品生産社会では、商品を生産する各人の労働は直接的には私的労働にすぎません。その私的労働の生産物が交換されてはじめて、実はそれが人間と人間の協力関係の一環をなす労働＝社会的労働であったということが実証されるのです。ですから、実際に交換されるまでは、私的労働はただ可能性としてのみ社会的労働です。しかし、商品生産社会には、私的労働以外に社会的労働になるべき労働はないのです。この意味では、私的労働は必然的に社会的労働です。これはつまり、人類社会の存立条件として社会的労働が不可欠だが、商品生産社会では、労働はすべて直接的には私的労働であるという矛盾です。この矛盾は、論理的には、私的労働の内面は社会的労働であるとかまれます。もちろん、私的労働が社会的労働に転化するのには、私的労働の生産物（商品）が交換されるときだけです。

そして、この矛盾こそ、商品生産社会において「価値」という概念が成立しなければならない根拠をなすのです。直接的に商品（使用価値）を形成するのは、いうまでもなく具体的有用労働です。しかし、ここでは、この具体的有用労働それ自体が直接的には私的労働というあり方をしています。しかるに、私的労働が内面的には社会的労働であるとし、その具体的有用労働が内面的には社会的労働だということになります^(*)。同じことですが、その具体的有用労働の生産物すなわち使用価値が内面的には社会的労働の生産物だということになります。つまり、その使用価値は内面的には人間と人間の協力関係の一環をなす労働の生産物だということです。そして、使用価値のこの「内面」こそ「商品の価値」にほかならないのです。そしてまた、抽象的人間労働がその実体をなすという関係になっているのです。ですから、価値の概念は、商品生

産社会に独特の概念だということになります。

- (1) しかし、だからといって、抽象的人間労働という概念が商品生産社会においてのみ意義をもつということではできません。この概念は具体的有用労働の内面規定であって、労働における人間と自然の関係の側面に関連する概念です。それは、労働における人間と人間の関係の如何にかかわらず、労働の部門間配分に不可欠な概念です。というのは、労働を部門間に配分するためには、社会の全労働を集計しなければならないからです。商品生産社会では、この労働の部門間配分が、商品の価値という形態で、つまり抽象的人間労働が生産物に対象化された形態で行なわれるのです。これが商品生産社会の特殊性です。なお、「価値の実体は抽象的人間労働である」ということは、労働における人間と人間の関係の側面は、その人間と自然の関係の側面に物質的基礎をもっていることを示しています。
- (2) 具体的有用労働は直接的には私的労働であるか、直接的に社会的な労働であるかのいずれかです。そして、それが直接的に社会的な労働であるならば、当然、価値という概念は成立する余地がありません。したがってまた、抽象的人間労働も対象化された形態をとりません。

第3項 商品の内的矛盾

われわれは「商品は内面的には価値である」と規定しました。そこで、商品世界を内面的に考察しますと、商品はすべて質的には同じものになります。ただ量のちがひがあるだけです。商品の外面（使用価値）は区別の世界でしたが、その内面（価値）は同一の世界です。すべての商品が質的に同一物に還元されており、存在するのはその大小という量的規定だけです。個々の商品相互の質的区別は全く消滅しており、相互に互換性があります。つまり、個々の商品は同質の全体の一可除部分となっているのです。商品の運動を考察して、われわれは商品のこういう内面世界に到達したのです。

そうだとしますと、商品は外面と内面、すなわち使用価値と価値の矛盾ととらえられます。つまり、商品のありのままの姿（使用価値）とその本当の姿（価値）がちがうのです。しかし、この矛盾はまだ内的な矛盾にすぎません。つまり、それはわれわれ（考察者）にとっての矛盾にすぎないのです。例えてみますと、わたくしがだれかの意見のなかに矛盾を認めても、当の本人がまだ

それに気付いていないというような状態です。わたくしにとってはいくら相手の矛盾が明らかであっても、当人がそれを認めないのでは、これ以上どうすることもできません。

どうしてこうなるかといいますと、本節では、われわれは一貫して考察者の立場に立ってきたからです。したがって、商品のうちに矛盾を発見しましても、それは所詮われわれにとってのものにすぎないのです。だから、この上は、商品のいうことを聞いてみなければなりません。そして、商品自身が「自分は矛盾している」というならば、そのときこそわれわれの認識が根拠を得るわけです。われわれの認識が正しいかぎり、商品はきっとそう告白するはずす。

第3節 商品の反省規定＝価値形態

第1項 価値表現の論理

前節では、商品は直接的＝外面的には使用価値、内面的には価値と規定されました。しかしこれまでのところ、商品が価値と規定されるのは、われわれ（考察者）の思考によってにすぎません。ですから、価値という規定は、商品自体にとってはあずかり知らぬことになるのです。実際、商品自体をどんなに調べましても、価値というものはどこにも見出すことができません。それは、商品の内面として、われわれの抽象的思考のなかにあるだけです。

しかし、価値というものが本当に商品の内面にあるものならば、それは単にわれわれの認識対象に止まっているものではなく、商品自体に即して表現もされていなければなりません。もしそれが永遠に内面に止まっているものならば、それは内面にさえ値しません。外面に現われてきてこそ、内面は内面としての意義をもつのです。外面に現われてこない内面など無意味です。立派な詩の一編も作らず、自分には詩才があると称している「詩人」を、われわれは何と評したらよいのでしょうか。

われわれは「商品の内面は価値である」と規定しました。もしこの規定が本当ならば、価値は商品に即して表現されているにちがいないのです。逆にいいますと、このことが確認されてはじめて、さきの規定が本当だと保証されるわけです。このように、価値の表現というのは論理の重要な一步前進をなすものですが、この価値表現の論理こそ価値形態論の内容にほかならないのです。そこで、これから価値表現の論理をさぐっていきましょう。

さて、ある商品、たとえば x 量の商品Aの価値表現というのは、一体どんな事態なのでしょう。 x 量の商品Aがある量（ x 量）の使用価値であることはすぐにわかります。この商品を見さえすればよいのです。こういうのを直接的というのでした。しかし、この商品が価値であるということは、見ただけではわかりません。もちろん聞いても触れてもわかりません。つまり、価値というものは感覚的な事実ではないのです。それはこれまでのところ、われわれの思考によってのみ把握される内面的なものでした。だから、 x 量の商品Aの価値表現というのは、 x 量の商品Aの内面を表現するということになるのです。

もともと「表現」ということは、内面に潜んでいるものが「表に現われる」ということです。価値表現についていえば、「内面に潜んでいるもの」とはもちろん価値にあたります。そして「表に現われる」ということは、外に現われるないし外面化するということですが、ここで特に注意すべきことは、この外面化ということはずなわち感覚の対象になるということなのです。われわれはよく「思想を表現する」といいます。この場合、思想は思考の対象ですが、それを感覚の対象にすることを「表現する」というのです。また、絵画についていいますと、絵画は感覚（視覚）の対象ですが、実はそのうちに画家の内面が「表現」されているのです。このほか、音楽などについても同じことがいえるでしょう。

そうだとしますと、価値の表現ということ、商品の内面である価値が外面化する、つまり感覚の対象になるということにほかなりません。有体にいえば、目に見えない価値というものを目に見えるようにするということなのです。それでは、いかにして価値という内面的なものが外面的に表現されるので

しょうか。この論理こそ価値形態論の核心をなすものです。

この論理を本当に理解するためには、ヘーゲルの明らかにしました自己外行＝自己内行の論理が不可欠であるように思われます。そこで、必要なかぎりで（しかもわたくしが理解しているかぎりで）、この論理を説明してみましょう。ここで、自己外行とか自己内行とか、一見むずかしそうな用語が出てきましたが、いっていることはそんなにむずかしいことではないと思います。自己外行というのは、**aus sich gehen** で、要するに自分の外へ出ていくということです。そしてまた、自己内行というのは、**in sich gehen** で、つまり自分の内へ入っていくということです。そして、ヘーゲルの慧眼は、この自己外行と自己内行が同一だとしたところに輝いています。すなわち、自分の外への一步一步が同時に自分の内への一步一步だということです。

しかし、よく考えてみますと、自己外行には二つのあり方があるということがわかります。そのひとつは、何かあるもの **A** が他のもの **B** になるということです。これはすなわち「変化」ということです。この **A**→**B** という変化を考えてみますと、**A** と **B** は直接的にはちがうものですから、**A**→**B** が **A** の自己外行になっていることはまちがいありません。しかし、この自己外行が実は自己内行にもなっているのです。ということは、すなわち、**B** はすでに **A** のなかにその内面として含まれていたということです。逆にいいますと、すでに **A** のなかにその内面として含まれていたものだけが **B** として出てくるのです。

たとえば、卵からヒナがかえる「変化」を考えてみましょう。卵→ヒナはたしかに卵の自己外行です。しかし、ヒナはすでに卵のなかにその内面として含まれていたはずですから、卵→ヒナは卵の自己内行でもあるのです。この論理は「発展の論理」ととらえられると思います。しかし、わたくしの考えの至らないところもありますし、また本稿と直接に関係があるわけでもありませんので、この論理についてはこれくらいにしておきます⁽¹⁾。

自己外行のもうひとつのあり方は、何かあるもの **A** が、自分の直接性を失わないで、自分の外に出ていくということです。さきほどの変化の場合には、**A** は自分の直接性を失ってしましますが、ここでは、**A** はそれを失わないので

す。この場合には、**A**は他のもの**B**と出会い、これと何らかの関係をとり結ぶほかありません。これが**A**の自己外行なのです。しかるに、この**A**の自己外行が、同時にまた、**A**の自己内行にもなっているのです。どうしてかといいますと、**A**が**B**とある関係をとり結ぶことにより、**A**は新たな内面規定に到達するからです。これが**A**の自己内行なのです。

たとえば、**A**がある人**B**を師とするということは、**A**が自分を弟子と規定することなのです⁽²⁾。**A**が自分の外へ出て**B**と出会い、**B**と師弟関係をとり結ぶことは**A**の自己外行ですが、このことがまた同時に、弟子という自分の内面に到達する**A**の自己内行にもなっているのです。

こうした論理は「関係の論理」または「反省の論理」として知られていますが、わたくしは、もともどって、「自己外行と自己内行の同一性の論理」と考えた方がわかりやすいと思います。もちろん、ここでいう「自己外行」は「自分の直接性を失わない自己外行」であることを忘れてはいけません。以下の議論はこのことを前提しています。

価値形態論は実はこの自己外行＝自己内行の論理に基づいて構築されているのです。まず問題状況を整理しておきましょう。ここに x 量の商品**A**があります。これが使用価値であることは直接的に明らかです。しかし、これが価値であることは、われわれ（考察者）には明らかですが、直接的には明らかではありません。そこで、 x 量の商品**A**が価値であることを直接的にも明らかにすること、すなわち x 量の商品**A**の価値を表現することが問題になります。

それでは、 x 量の商品**A**の価値表現はいかにして行なわれるのでしょうか。それは、 x 量の商品**A**が、自分と同じものだとして、つまり自分の方からはいつでも交換可能なものとして、他の商品たとえば y 量の商品**B**に働きかけることによってなのです。このことは、論理的には、 x 量の商品**A**の自己外行ととらえられます。すなわち、 x 量の商品**A**は自分の外へ出ていき、他のものすなわち y 量の商品**B**と出会い、これと同一関係を結んでいるわけです。つまり、 x 量の商品**A**は「自分は y 量の商品**B**である」といっているのです。

しかるに、 x 量の商品**A**の自己外行は、また同時に、その自己内行でもあ

ります。それでは、 x 量の商品Aは、この自己内行において、どういう新たな内面規定に到達しているのでしょうか。これは、 x 量の商品Aが、その自己外行において、何に会い、それといかなる関係を取り結んでいるかを見ればわかります。しかし、これはもうすでにわかっています。すなわち、 x 量の商品Aは、その自己外行において、 y 量の商品Bに出会い、これと同一関係を取り結んでいるのです。そうだとしますと、 x 量の商品Aがその自己内行において到達する内面規定とは、 x 量の商品Aと y 量の商品Bに同一のもの——すなわち、われわれのすでによく知っている価値にほかならないのです。まとめていいますと、 x 量の商品Aが y 量の商品Bと同一関係を取り結ぶということが、すなわち、 x 量の商品Aが価値であるということになっているのです。さらにいいかえてみますと、 x 量の商品Aが「自分は y 量の商品Bである」ということが、すなわち、 x 量の商品Aが「自分は価値である」ということなのです。つまり、 x 量の商品Aが自己外行において y 量の商品Bに到達するということ、すなわち、それが自己内行において自分の価値に到達するということになっているのです。(3)

こういう次第ですから、 y 量の商品Bは x 量の商品Aの価値であるといつてよいのです(4)。 y 量の商品Bは、使用価値としては、たしかに x 量の商品Aとちがうものです。しかしそれにもかかわらず、ここでは、 y 量の商品Bが x 量の商品Aの価値になっているのです。「 x 量の商品Aの価値を見ただけで、 y 量の商品Bを見よ！」というわけです。

x 量の商品Aの価値は、まえには(第2節)思考によってのみ把握されうる内面的なものでした。ところがいまでは、 y 量の商品Bが x 量の商品Aの価値なのです。こうなりますと、われわれは x 量の商品Aの価値を直接的(感性的)につかむことができます。つまりここでは、価値という内面的なものが、 y 量の商品Bの使用価値という手でつかみうる外面的なものになっているのです。そして実はこのことこそ、 x 量の商品Aの価値表現にほかならないのです。すなわち、 x 量の商品Aの価値が y 量の商品Bの使用価値で表現されているのです。

このように、 y 量の商品 B の使用価値が x 量の商品 A の価値なのですが、この場合、価値が y 量の商品 B の使用価値のなかに内在しているというわけではありません。そうではなく、 x 量の商品 A のなかに内在している価値が、 y 量の商品 B の使用価値という姿・形をとって感覚界に現われ出ているのです。これはどういうことでしょうか。

一般的にいいますと、このことは、あるものの内面に潜在しているものが、ある姿・形をとって外面に現われ出ているということです。あるものの内面というものは、それ自体としては姿・形のないものであって、思考の対象ではありませんが、感覚の対象ではありません。それが感覚の対象になるためには、どうしても何らかの姿・形をとらなければならないのです。そして、内面がある姿・形をとって外面化しているとき、その姿・形は、それ自体として意義をもつのではなく、正に「内面の現われ」として意義をもつのです。

こういう「姿・形」のことを、論理的には、「現象形態」といいます。そして、内面が「外面化する」ことを「現象する」といいます。ここに出てくる「象」は「目に見える姿・形」という意味です。ですから、「現象する」とは「目に見える姿・形をとって現われる」ということであって、「外面化」と同じ意味になるのです。これに関連して、そこに現われている内面のことを「本質」といいます。つまり、本質はある姿・形をとって現象するというわけです。だからまた、「現象形態」というのは、本質が現象するときの「姿・形」という意味になります。この場合、「形態」と「姿・形」は同じ意味です。どちらもドイツ語では **Form** (形式) にあたります。

こういう次第ですから、 x 量の商品 A が「自分は y 量の商品 B である」というとき、 y 量の商品 B は、 x 量の商品 A の価値という本質が現象する「姿・形」になっているのです。だから、 y 量の商品 B (使用価値) は x 量の商品 A の価値の現象形態であるといつてよいのです。

- (1) 商品の交換過程はこの論理でとらえられます。
- (2) このほか、たとえば、映画などによく出てきますが、何か緊張した場面があって、「相手の動きを見よう」ということになります。これなども、この自己外行=自己内

行の論理に基づいています。すなわち、「相手の動き」のなかに「相手のねらい」が現われているのです。つまり、相手の自己外行が同時に相手の自己内行になっているのです。ですから、われわれは「相手の動き」を見れば「相手のねらい」がわかるのです。「相手のねらい」とはもちろん「相手の内面」です。もっとも相手が上手ならば、この論理を逆用して、相手はわれわれを欺くこともできます。このほかにも、さがせば例はいくらでも見つかります。この論理はとても深い意味をもっていると思います。「友を見れば人がわかる」などということもこれの例です。

- (3) 久留間鮫造氏は、 x 量の商品 **A** = y 量の商品 **B** において、 x 量の商品 **A** は y 量の商品 **B** を自分に等置してこれを価値体とし、そのうえではじめて y 量の商品 **B** で自分の価値を表現するのだとされています。これが氏のいわゆる「回り道」です。しかし問題は、「 x 量の商品 **A** が y 量の商品 **B** を自分に等置してこれを価値体とする」論理です。この論理の解明は氏の所説のなかにはないように思います。そしてこの論理こそ、自己外行 = 自己内行の論理にほかならないのです。マルクスのいう「回り道」とはこの「自己外行」のことだと思います。
- (4) これが交換価値の規定です。 x 量の商品 **A** の交換価値は y 量の商品 **B** なのです。やがて本文の説明でわかりますように、 y 量の商品 **B** は x 量の商品 **A** の価値の現象形態です。ですから、交換価値は価値の現象形態といってよいのです。また、価値形態というのは、価値の現象形態ということで、交換価値と同じ意味になるのです。

第 2 項 抽象的人間労働および社会的労働の外面化

人間と自然の関係の側面からみますと、商品には二重の労働が対象化されてきました。すなわち、商品は、使用価値としては、具体的有用労働が対象化されたものであり、価値としては、抽象的人間労働が対象化されたものでした。そして、具体的有用労働は労働の外面であり、抽象的人間労働はその内面でした。

そうだとしますと、 x 量の商品 **A** が「自分は y 量の商品 **B** である」という価値表現において、実際におきていますことは、 x 量の商品 **A** を作った具体的有用労働 **A** の内面である抽象的人間労働が、 y 量の商品 **B** を作った具体的有用労働 **B** の「姿・形」ととって、外面化 = 現象しているということです。つまり、具体的有用労働 **B** が抽象的人間労働（具体的有用労働 **A** の内面 = 本質）の現象形態になっているということです。このことは、自己外行 = 自己内行の論理から直ちに出てきます。

抽象的人間労働それ自体はどこにも実在していません。実在しているのはあくまで具体的有用労働だけです。しかしそれにもかかわらず、この場合には、具体的有用労働**B**が、抽象的人間労働の実在する姿として意義をもっているのです。

人間と人間の関係の側面からみますと、商品生産社会では、労働は直接的＝外面的には私的労働であり、内面的にのみ社会的労働でした。ところで、 x 量の商品**A**が「自分は y 量の商品**B**である」というとき、このことが意味しているのは、 x 量の商品**A**は y 量の商品**B**と同じである、それらはいつでも交換されうるといことです。つまり、このことは、 x 量の商品**A**が交換されるという使命をもつこと、そしてその相手が y 量の商品**B**であることを意味しているのです。

x 量の商品**A**を作った労働は直接的には私的労働にちがいません。しかし、 x 量の商品**A**の価値表現において、実際におきていることは次のようなことです。すなわち、 x 量の商品**A**を作った私的労働**A**は、自分の外へ出て、 y 量の商品**B**を作った私的労働**B**と出会い、これと協力関係＝社会的同一関係をとる結びことにより、自分の内へ入り、社会的労働すなわち協力労働の一環であるという自分の内面に到達しているということです。つまり、ここでも、私的労働**A**が私的労働**B**に到達するという自己外行が、同時にまた、私的労働**A**が社会的労働に到達するという自己内行でもあるのです。

この関係はわかりにくいのですが、要するにこういうことです。すなわち、私的労働**A**は、私的労働**B**を直接的に社会的な労働にすることによって、自分自身を社会的労働にすることです。ここで私的労働**B**が直接的に社会的な労働であることはたしかです。なぜかといいますと、ほかならぬ x 量の商品**A**が「自分はいつでも y 量の商品**B**と交換されうる」といっているからです。私的労働**B**は、特に何もしないで、そのままの姿で、私的労働**A**のための労働になっているのです。

ところで、 x 量の商品**A**が「自分はいつでも y 量の商品**B**と交換されうる」というならば、当然その裏では、「 y 量の商品**B**はいつでも自分つまり x 量の

商品Aと交換されうる」といえます。交換は相互的なものですから。ここから出てくることは、私的労働Aは私的労働Bのための労働すなわち社会的労働であるということです。結局、私的労働Bが直接的に社会的な労働であるということは、私的労働Aが社会的労働であることの反映だったわけです。

第3項 商品の反省規定

これまでの考察で、商品の内面が外面化しているということがわかりました。商品の内面とは価値であり、その外面とは使用価値でした。ですから、商品の内面が外面化するとは、商品の価値が使用価値となって感覚界に姿を現わすということでした。これが価値表現ということでした。そして、この価値表現の論理の解明が本節の（ひいては本稿の）根本問題をなしています。わたくしはその解明をヘーゲルの自己外行＝自己内行の論理に求めました。

この論理は、われわれ（考察者）の思考の論理（第2節）とは全然ちがいます。考察者の思考の論理では、対象の外面から内面へ入っていくのは考察者の思考それ自身です。たとえば、 x 量の商品A＝ y 量の商品Bをとってみましょう。交換という事実から、使用価値の相異なる二つの商品、 x 量の商品Aと y 量の商品Bを等置して、さてこの二つの商品が等置されているかぎり、そこには同一のもの・共通のものがあるにちがいない……と追求していくのは、典型的な考察者の思考の論理です。

われわれはこの論理にしたがって、商品の価値やその実体としての抽象的人間労働また社会的労働などの重要な内面的諸規定に到達します。しかし、それはあくまで考察者の思考のなかにある規定にすぎないのです。たとえば、「商品は内面的には価値である」といってしまっても、それは考察者の規定であって、商品自身はこの規定に全く無関心です。「ああ、そうですか。しかし、わたしは使用価値ですよ」というようなものです。対象に内面的な規定は、対象にとって外的な（つまり考察者の）規定にはかならないのです。

しかし、自己外行＝自己内行の論理はそうではありません。この場合には、動くのは対象自身です。つまり、対象自身が自分の内面を外面化していくので

す。だから、われわれ（考察者）はその過程を見て、ただそれを叙述すればよいということになります。たとえば、 x 量の商品Aの価値表現をとってみましょう。ここでは、自己外行＝自己内行の運動を行なう主体は、 x 量の商品Aそれ自体です。 x 量の商品Aは外面的には y 量の商品Bに到達しますが、このことがまた同時に、 x 量の商品Aが自分の内面＝価値に到達することになっているのです。だから、 x 量の商品Aが「自分は y 量の商品Bである」ということは、それが「自分は価値である」ということと同じことなのです。つまりここでは、「自分は価値である」と商品自身が語っているのです。これが商品の反省規定です⁽¹⁾。

反省規定というのは、自己外行＝自己内行の論理から出てくる、あるものの内面規定のことです。あるものはたしかに自己外行によって他のものに出会い、それとある関係をとります。しかしそれが同時に自己内行にもなっていて、結局は自分の内面規定に行きついているのです。そしてこれがあるものの反省規定なのです。ですから、ここでは、あるもの自身が自ら自分の内面を開示しているわけです。このことが決定的に重要なことです。

しかしこのことは、考察者の与える対象の内面規定が重要でないということではありません。それにはそれなりの任務があるのです。つまり、考察者は思考によって、対象がやがて開示すべき内面をあらかじめ明確に規定しておくのです。しかるのちに、対象自身が自分の内面を開示します。このことによって、考察者の与えた内面規定が確認されるわけです。それと同時に、考察者の与えた内面規定は以前は対象自身にとっては外的なものでしたが、それが実は対象自身にとって内的なものであったということになるのです。

- (1) 商品の反省規定と考察者の与える商品の内面規定を混同してはいけません。この二つは論理としては決定的にちがいます。この両規定を混同するか、少なくとも明確に区別していない価値形態論は、すべてニセモノであるといわざるをえません。商品の反省規定を確立したところに、マルクスの価値形態論の意義があると思うのです。

第4項 商品の外的矛盾

商品の価値表現が以上のようなのだとしますと、商品はいまや外的矛盾だということになります。どうしてかといいますと、たとえば、 x 量の商品Aは、それ自身 x 量の商品Aという使用価値でありながら、「自分は y 量の商品Bである」といっているからです。 x 量の商品Aは、直接的＝外面的に、 x 量の商品Aという使用価値であると同時に、 y 量の商品Bという使用価値であるということになりますが、これが x 量の商品Aの直接的＝外的な矛盾なのです。これはもちろん、使用価値と価値という商品の内的矛盾が、商品の価値表現にもなって、外面化してきたものにほかなりません。

しかし、 x 量の商品Aはあくまで x 量の商品Aという使用価値の姿・形をしていますから、それが直接的に矛盾したものであることを天下に周知させるために、それに札が貼り付けられるのです。その札には「わたしは y 量の商品Bである」と書いてあります。もちろん、商品には手足がありませんから、自分で自分に札を貼ることはできません。それは人間の代理人（商品所有者）がするのです。まあ、札を貼る代りに、代理人が口で言ってもかまいません。どちらにしても同じことです。そこで、人は x 量の商品Aという使用価値を見、またそこに貼り付けられている札を見て、「はあ、たしかに矛盾している」と納得がいくのです。

こうした商品の外的矛盾を止揚するのは、最終的には、商品の交換だけです。しかし、交換過程論に入る前に、なおこの矛盾の発展過程を見ておかなければなりません。この矛盾が商品世界全体の外的矛盾になったとき、交換過程論に移行していくのです。

第4節 価値形態の進展と貨幣形態

商品の価値表現は、 x 量の商品A＝ y 量の商品B（ x 量の商品Aは y 量の商品Bに値する）でつきるわけではありません。それはやがて貨幣形態へと進展していく価値形態の端初にすぎないのです。それは個別的な価値形態ととらえ

られます。

第1項 個別的な価値形態

x 量の商品 **A** = y 量の商品 **B**

この価値形態の含んでいる内容については、すでに前節で十分に考察したつもりです。ここでは、本節の立場から、いくつかの補足をしておきたいと思えます。

まず「個別的な価値形態」という場合の「個別的な」というのは、ただひとつの他の商品 (y 量の商品 **B**) の使用価値で表現された、ただひとつの商品 (x 量の商品 **A**) の価値表現を、ただそれだけとして (他との関連なしに) 見ているということです。ある商品つまり x 量の商品 **A** を採り上げ、その価値表現を見るときには、端初としては、こうなる以外にないのです。

しかし、いかに個別的とはいえ、この価値形態は、以下のすべての価値形態に共通する普遍的意義をもっています。だからこそ、われわれは前節で、この価値形態をあのようにくわしく考察したのです。この価値形態それ自体ははなはだ単純なものです、それはまことに「複雑怪奇」ならぬ「単純怪奇」なしろものでした。

y 量の商品 **B** が出来た関連からいいますと、 y 量の商品 **B** = x 量の商品 **A** (y 量の商品 **B** は x 量の商品 **A** に値する) ともいえます。しかしこの価値表現は、表題の価値表現と同じではありません。前者では y 量の商品 **B** の価値が表現されていますが、後者 (表題の方) では x 量の商品 **A** の価値が表現されています。このことは、自己外行 = 自己内行の論理から自明のことでしょう。なお、この二つの価値表現は十分に両立します。それぞれの運動の主体が違っているのですから、これも当然のことでしょう。

さて、 x 量の商品 **A** の価値表現において、 x 量の商品 **A** の価値がほかならぬ y 量の商品 **B** で表現されるということは、ひとつの偶然です。なにも y 量の商品 **B** でなければならぬという理由はないのです。 z 量の商品 **C** その他どんな商品でもよいのです。これにはもちろん論理的な根拠があります。自己外行 = 自

己内行の論理において、あるものAが自分の内面に到達するためには、他のものたとえばBに到達する以外にないのです。そして、BはAの本質の現象形態でした。しかしこの場合、Aは必ずBに到達しなければならないということはないのです。何ならCでもその他のものでもよかったのです。ですから、AがBに到達したというのはひとつの偶然なのです。だが、BがAの本質を現わしているということだけは必然的です。これだけは動きません。だから、こういわなければなりません。すなわち、本質が現象するときには偶然性を媒介にすると。俗に「一を聞いて十を知る」といいますが、この諺もここから来ていると思います。それはつまり、偶然的な現象を見て、それが現わしている本質を洞察することですから。

そうだとしますと、 x 量の商品Aは、単に y 量の商品Bばかりではなく、その他のいろいろの商品に働きかけて、自分の価値を表現していくこととなります。そして、 x 量の商品Aは、その働きかける商品の範囲が広がれば広がるだけ、それだけ自分のより深い内面＝価値に到達することになるのです。そして、最終的には、 x 量の商品Aは自分以外の他のすべての商品に働きかけることとなります。こうして、価値形態は次の段階へ進展していきます。

第2項 特殊な価値形態

第1款 ひとつの商品の内面の全面的外面化

$$x \text{ 量の商品 A} = \begin{cases} y \text{ 量の商品 B} \\ z \text{ 量の商品 C} \\ \vdots \end{cases}$$

「特殊な価値形態」にいう「特殊な」というのは、並列に並ぶものがいくつもあるうちのひとつという意味です。図を見ればわかるとおり、 x 量の商品A = y 量の商品Bという価値表現は、 x 量の商品Aの、いくつもある価値表現のひとつになっているわけです。このことは、 x 量の商品A = y 量の商品Bに限らず、 x 量の商品A = z 量の商品Cなどについても同じです。それらはいずれも特殊な価値表現です。

ここでは、 x 量の商品 A は他のすべての商品に関係しており、それだけに、より深い自分の内面に到達しているといえます。換言すれば、 x 量の商品 A に関するかぎり、それは自分の内面を全面的に外面化しているということです。すなわち、 x 量の商品 A の価値はいまや他のすべての商品の使用価値で表現されています。他の商品のひとつひとつは、 x 量の商品 A の価値の偶然的な現象形態にすぎませんが、 x 量の商品 A の価値そのものは、この現象形態の全体の中かで完全に表現されていることになります。まあ「完全に」とはとっても「完結」しませんが……。

しかしこうなりますと、全く同じ資格をもって、 y 量の商品 B や z 量の商品 C その他すべての商品について、同じような価値表現が成り立つことになります。なぜかといいますと、自己外行＝自己内行の運動を行なっているのは、何も x 量の商品 A だけに限らないからです。すべての商品がこの運動を行なっています。そこで、はなはだ錯綜した、もうひとつの特殊な価値形態が得られます。

第 2 款 すべての商品の内面の全面的外面化

$$\begin{array}{l}
 x \text{ 量の商品 A} = \left\{ \begin{array}{ll} y \text{ 量の商品 B} & y \text{ 量の商品 B} \\ z \text{ 量の商品 C} & z \text{ 量の商品 C} \\ \vdots & \vdots \end{array} \right\} = x \text{ 量の商品 A} \\
 \\
 y \text{ 量の商品 B} = \left\{ \begin{array}{ll} z \text{ 量の商品 C} & z \text{ 量の商品 C} \\ \vdots & \vdots \\ x \text{ 量の商品 A} & x \text{ 量の商品 A} \end{array} \right\} = y \text{ 量の商品 B} \\
 \\
 z \text{ 量の商品 C} = \left\{ \begin{array}{ll} \vdots & \vdots \\ x \text{ 量の商品 A} & x \text{ 量の商品 A} \\ y \text{ 量の商品 B} & y \text{ 量の商品 B} \end{array} \right\} = z \text{ 量の商品 C} \\
 \\
 \vdots & \vdots & \vdots & \vdots
 \end{array}$$

左右二列の図を書きましたが、本質的な意味をもっているのは左の列だけです。右の列は左の列から自動的に出てきます。つまり、右の列は左の列を組み変えただけなのです。右の列の各項は左の列のどこかに明示的に入っています。まあ、こういうように整理しておくで見やすくなりますので、ここに載せ

ておきます。

マルクスは『資本論』（現行版）ではこの価値形態を特に項目としてとり上げていませんが（ただし初版・本文にはあります）、わたくしは論理の脈絡上ここに入れた方がよいと思います。

前款では、 x 量の商品 **A** = y 量の商品 **B** という価値表現は、上図左列上段の価値表現のひとつという意味で「特殊的」なのだと指摘しました。しかし、この価値表現は、上図右列中段の価値表現のひとつという意味でも「特殊的」なのです。このことはこの価値表現に限りません。どの価値表現もすべてこうなっています。これが本項を「特殊的な価値形態」とした理由です。

さて、ここでは、すべての商品がそれぞれ自己外行 = 自己内行の運動を行なって、それぞれの内面に到達しています。しかも、この自己外行は自分以外のすべての商品に働きかけるという徹底したものですから、その自己内行は、おのおのの商品の運動としては、最も深い内面に達しています（しかしそれはまだ真の内面には達していません。後述参照）。それぞれの商品は、自分の価値を他のすべての商品の使用価値で表現しています。しかも、すべての商品が同じことをするわけですから、事態は相当に複雑なものになっています⁽¹⁾。

しかし、この価値形態を全体としてみた場合、それには価値の概念にそぐわない面があります。それがどこに出ているかといいますと、商品はすべてその価値（本質）が同じであるのに、その現象形態が一致していないということです。上図左列を見ますと、そこではたしかに、それぞれの商品が自分の価値を全面的に表現しています。しかし、これを全体として見た場合、それぞれの商品の価値の現象形態はバラバラで一致していません。つまり、この価値形態では、すべての商品の内面 = 価値が同一であるということが表現されていないのです。複数のものの現象形態が一致してはじめて、それらの内面 = 本質が同一であるということが表現される——つまり外面的にもわかるようになるのです。

しかし、われわれ（考察者）の眼から見ますと、この価値形態のなかにすでにこうした価値の統一的表現の可能性が潜んでいることがわかります。どうし

てかといいますと、この価値形態のなかにすでにたとえば上図右列上段の価値表現が含まれているからです。この価値表現が上図左列から自動的に出てくることはすでに述べました。この価値表現では、 y 量の商品 B、 z 量の商品 C その他すべての商品 (x 量の商品 A は例外) は自分の価値を x 量の商品 A (使用価値) で表現しています。そうだとしますと、 x 量の商品 A を唯一の例外としまして、すべての商品の価値の現象形態 (x 量の商品 A) が一致していますから、それらのすべての商品の内面 = 価値が相互に同一のものであることが表現されていることになるのです。

しかるに、こういうことがいえるのは、われわれ (考察者) にとってだけです。実際には、上図左列が成り立つかぎり、上図右列上段のみならず右列中段、下段その他が同時に成り立っているのです。ですから、上図右列の任意のひとつをとり出して、「価値は統一的に表現されている」というわけにはいかないのです。まあ、そういつてみても、それは商品世界に係わりのない外的言明にすぎません。まことに、内的なものは外的なものなのです。

しかし、われわれ (考察者) が本当に対象の内面を正しく把握しているとするならば、対象自身が運動してその内面を外面化していくはずです。そして正にこのことがここでおきるのです。すなわち、諸商品は自分たちのなかからひとつの商品を選び出して、他のすべての商品がこの商品の使用価値で自分たちの価値を表現するのです。これはもはやわれわれ (考察者) の運動ではなく、正に諸商品の運動です。

さきにもみましたように、すべての商品はそれぞれ自己外行 = 自己内行の運動を行なっています。それぞれの商品は最初、ただひとつの商品に関係するだけでした。そして次には、自分以外のすべての商品と関係を取り結びました。しかし、ここまでの商品の運動は、それぞれの商品毎の、個々別々のものでした。つまり、それぞれの商品は、他の商品とは無関係に、いわばそれぞれ勝手に、自己外行 = 自己内行の運動を行なっていたわけです。そして、その結果が、商品世界全体としての、統一的価値表現の不可能ということでした。

そこで諸商品は、相互に関連をもちながら、自分たちの価値を表現する商品

を共通のものにしていきます。つまり、諸商品はそれぞれ自己外行＝自己内行の運動を行ないませんが、その際に働きかける商品を共通のものに限定していくのです。このことは諸商品の共同行動としてのみ可能です⁽¹⁾。すなわち、諸商品は共同的に自己外行＝自己内行の運動を行なうわけです。このようにしてのみ、商品は自分の真の内面に到達することができるのです。

もちろん、こうした「諸商品の共同行動」が成り立つためには、商品世界のなかからひとつの商品が選び出され、それはこの共同行動から排除されなければなりません。どの商品が選び出されるかはさしあたり偶然的ですが、とにかくひとつの商品が選び出されることだけは必然的です。この選ばれた商品の役割は、専ら他のすべての商品の価値の現象形態になるということです。この商品以外にこの役割を果たす商品はもはやありません。上図でいいますと、右列のなかでただひとつたとえば上段の価値表現だけが成り立つということです。ここに完成された価値形態が現われてきます。

- (1) 価値形態論に商品所有者の欲望を持ち出して、価値形態論と交換過程論を混同する人がいますが、感心できません。価値形態論で問題になるのは、あくまで商品の価値表現です。そこからでてくることは、商品の内面＝本質＝価値が他の商品の使用価値として現象するということです。この過程には、商品所有者の欲望は無関係です。商品は、その所有者の欲望如何にかかわらず、自分の価値を他のすべての商品の使用価値で表現するのです。価値形態論としてはこうなるほかないわけです。価値形態論に商品所有者の欲望を持ち込むのは無用の試みといわざるをえません。

それでは、商品所有者の欲望はどんな役割を果たすのでしょうか。たとえば、 x 量の商品Aの所有者の場合を考えてみましょう。 x 量の商品Aの価値表現は、上図左列上段のようになっています。そこで、この商品の所有者が何をするかといいますと、かれは自分の欲望に従って右に並んでいる商品のうちたとえば y 量の商品Bに価値表現を限定するのです。もちろんこのことは、 y 量の商品Bがかれの欲望の対象であることを示しています。かれは、 y 量の商品Bと引換えにのみ、かれの x 量の商品Aを引渡すつもりなのです。 x 量の商品Aの所有者がこういうことをするとしますと、当然他の商品の所有者も同じようなことをするにちがひありません。そうなりますと、一体、全体的な商品交換はうまくいくのでしょうか。これが実は交換過程論の問題なのです。「商品所有者の欲望」は交換過程論で取り扱うのが正当であろうと思われま

- (2) マルクスは、ここでいう第2項第1款の価値形態を「逆転」させて、第3項の「普遍的な価値形態」を導き出していますが、その「逆転」の真相はこの「諸商品の共同行動」だと思います。というのは、もしこの「逆転」がわれわれ（考察者）の操作だとしますと、それは商品世界に係わりのないものになってしまうからです。

第3項 普遍的な価値形態

$$\left. \begin{array}{l} y \text{ 量の商品 B} \\ z \text{ 量の商品 C} \\ \vdots \end{array} \right\} = x \text{ 量の商品 A}$$

これが「普遍的な価値形態」だというのは、ここでは諸商品が自分の価値を他の商品の使用価値で表現するとともに、その現象形態を共通のものにすることによって、諸商品の価値が同一のものであるということが完全明瞭に表現されているからです。たとえば、 y 量の商品 B の価値の現象形態は x 量の商品 A です。そして、 z 量の商品 C の価値の現象形態もやはり x 量の商品 A です。そうしますと、 y 量の商品 B の価値は z 量の商品 C の価値と同一であると単純明快に推論することができます。このことは、価値としては、 y 量の商品 B は z 量の商品 C と同じだということを示しています。こうしたことは他のすべての商品についていえます。結局、この価値形態は、価値としてはすべての商品が同一のものであるということを上なく単純に言い表わしているのです。「普遍的な価値形態」といわれる所以です。

早速断わらなければなりません、これにはひとつ例外があります。それはいうまでもなく x 量の商品 A です。 x 量の商品 A は自分の価値を自分自身で表現することはできません。ですから、その価値を表現するためには、前項第2款の図の左列上段の価値表現をとる以外にありません。

どうしてこういう例外が生ずるかは、普遍的な価値形態が形成されてきた由来をみるとすぐにわかります。前項第2款の図の左列において、 x 量の商品 A 以外のすべての商品が自分の価値を表現する商品を x 量の商品 A に限定するからこそ、普遍的な価値形態が形成されてきたのです。 x 量の商品 A はその例外となるほかありません。

x 量の商品Aは他のすべての商品の価値の唯一の現象形態ですから、他のすべての商品はもはや価値の現象形態ではありません（例外は除きます）。このことは、商品世界が使用価値としての商品と価値の現象形態としての商品に二分されることを示しています。商品の共同行動だけがこの二分を打ち立てるのです。そして、この二分はもはや決して商品の共同行動の変化なしに変化することはありません。逆にいいますと、商品世界のこの二分が、商品の共同行動（相互的関連）を立証しているわけです。

x 量の商品Aが他のすべての商品の価値の唯一の現象形態だとしますと、 x 量の商品A（使用価値）を生産した具体的有用労働は、商品世界全体の抽象的人間労働の唯一の現象形態になっています。抽象的人間労働はここに十全にその姿を現わしています。また、 x 量の商品A以外のすべての商品を生産したおのおの私的労働は、それぞれ x 量の商品Aを生産した私的労働を直接に社会的な労働にしていますから、 x 量の商品Aを生産した私的労働は、商品世界全体における唯一の直接に社会的な労働になっています。これに対応して、他のすべての商品を生産した労働は、それぞれ具体的有用労働および私的労働に純化されています。つまり、労働の次元でもこの二分が打ち立てられているのです。

ところで、商品世界のなかから、諸商品の共同行動によって、専ら他のすべての商品の価値を表現する商品として、ひとつの商品が弾き出されることは必然的ですが、それでは、一体どの商品が弾き出されるのかということになりますと、これは偶然です。どの商品も全く同じ資格をもっています。したがって、この決定は論理的には出て来ません。

それにもかかわらず、ひとつの商品が弾き出されなければならないとしますと、この価値形態には外面的に、すなわち商品世界の社会的慣習として、他のすべての商品の価値を表現するのに都合のよい商品が選び出されるということ以外にありません。つまり、必然性が貫徹するとき、偶然性を媒介にするというわけです。歴史上、こうして選び出された商品がいくつかありましたが、最終的には商品金がこの地位を得たのです。

第4項 貨幣形態

$$\left. \begin{array}{l} x \text{ 量の商品 A} \\ y \text{ 量の商品 B} \\ z \text{ 量の商品 C} \\ \vdots \end{array} \right\} = v \text{ 量の貨幣金}$$

貨幣形態が普遍的な価値形態と異なるのは、かしこではまだ偶然的として残されていた選出されるべき商品の決定が、ここでは商品金だと具体的に確定されているということだけです。その他の論理的性格は全く同じです。このとき、商品金は貨幣と規定されます。

貨幣以外のすべての商品は自分の価値を貨幣の分量で表現します。すなわち、それらの商品の価値は貨幣という現象形態をとっています。簡単にいいますと、それらの商品の価値は貨幣形態をとっています。つまり、貨幣形態とは、貨幣以外のすべての商品の価値がとる、貨幣という現象形態のことなのです。

そうだとしますと、物質金の一定分量は、その本来の意味の他に、貨幣金の一定分量という意味をもってきます。そこで、貨幣金の分量であるという意味を明瞭に表現するために、物質金の一定分量に貨幣名が与えられ、以後これを単位として商品の価値が表現されることになります。つまり、商品の価値は価格形態をとるわけです。ちなみに、わが国の貨幣法（明治30年）第2条には「純金ノ量目 750 ミリグラムヲ以テ価格ノ単位ト為シ之ヲ円ト称ス」と規定されています（現在では死文ですが）。

だから、商品の価値の貨幣形態は、その本当の意味では、商品の価値の価格形態なのです。そしてこの商品の価値の価格形態を以って、商品の価値表現は完結することになるのです。

商品世界の外的矛盾は、ここで頂点に達しました。そこで、次の問題は、この矛盾の止揚——すなわち、商品交換の考察です。

あ と が き

「価値形態論の論理」というテーマは以前から気になっていたテーマのひとつで、一度機会をみてまとめておきたいものだと常々思っていました。いまそれを果たして清々しています。

いうまでもなく、価値形態論についてはたくさんの文献がありますが、今回はそれにとらわれず、マルクスの叙述にさえとらわれず、全く自由に、わたくしの理解している価値形態論を述べることに専念しました。

本稿を書いて、ヘーゲルの自己外行＝自己内行の論理の深さに改めて打たれました。今後また別の方面でこの論理を深めてみたいと思います。ヘーゲルの論理学については、牧野紀之氏および許萬元氏の諸著作から多くを学びました。ここに記して感謝いたします。