

「差額地代」と「価値」(五)

——白杉庄一郎教授の所説に関連して——

井 上 周 八

一 はじめに

二 工業部門での「虚偽の社会的価値」の固定化を独占利潤の基本的源泉とする白杉氏の見解と、その理論的根拠

三 「虚偽の社会的価値」の第一の実体的基礎——白杉氏の「社会的評価」説の検討

四 「社会的必要労働時間」の解釈におけるいわゆる「生産説」と「消費説」

五 いわゆる「不明瞭な箇所」(『資本論』第三卷第十章)についての諸解釈

六 『資本論』第三卷第十章、とくにいわゆる「不明瞭な箇所」の検討

(一) 市場価値論の意義

五 いわゆる「不明瞭な箇所」(『資本論』第三卷第十章)についての

諸解釈(承前)

「不明瞭な箇所」を「組合せ」の三つの場合と結びつけ、「異常な組合せ」を「組合せ」の問題としてではなく、「不明瞭な箇所」における需給の特殊に異常な場合——限界価値よりみた需給一致の場合——として、高島永幹氏が理解されていたのに対し、同じく「不明瞭な箇所」と「組合せ」の場合とを結びつけ、両者をまったく同一の場合と

「差額地代」と「価値」

して解釈する説——ただし「異常な組合せ」の場合を需給の不均衡な場合そのものとみる点では高島氏よりさらに徹底しているのだが——がある。次に検討させて頂く東井正美氏の所説がそれである。

東井氏はその論稿「いわゆる『不明瞭な箇所』——マルクスの市場価値論について——」（関西大学『経済論集』十七卷五号、昭和四二年十二月）で、氏のように理解すれば、いわゆる「不明瞭な箇所」を誤記としてではなく、正しく解釈できることを論証しようとした。そこでの氏の論旨は、結論的にいえば、いわゆる「不明瞭な箇所」を「組合せ」の問題としてとらえ、マルクスが「異常な組合せ」としているのは、「需要と供給との不均衡のことを意味している」（同誌五七頁）との理解のうえで展開されている。氏はこの立場にたつて、別表を作成されたのであるが、この表作成の前提はつぎの通りである。

一、市場にある商品総量を一〇〇単位とし、優位（最良）、中位（平均的）、劣位（最悪）の条件下で生産されたと仮定する。

二、これらの条件下で生産される商品の個別的価値の比較にさいしては、次のことを考慮する。

①資本の有機的構成には相違がないものと仮定し、すべての資本の構成は、百分比において、二〇分の一七の不変資本と二〇分の三の可変資本とから成っているとすれば、中位的諸条件のもとでの資本の平均的構成は、85c + 15vとこう定式によって表わされる。

②一つの不変な剰余価値率は、いつでも、一〇〇％であると仮定する。

③不変資本がいつでも一様にこの資本の年間生産物に移転すると仮定し、諸条件のもとで機能する諸資本は、それぞれの可除部分の大きさに比例して、一年間に同量の剰余価値を実現するものと仮定する。

表 [I] 第 1 の需給の組合せ (D = S) (計算例)

(剰余価値率 : 100%)

諸条件	資本	剰余価値	価値	商品量	価値総量	平均価格	市場価値	市場価値総量	価値からの価格の偏倚
優位(最良)	95	14¼	109¼	10	1092½	115	115	1150	+57½
中位(平均)	100	15	115 [Ⓐ]	80	9200	115	115	9200	0
劣位(最悪)	105	15¼	120¾	10	1207½	115	115	1150	-57½
合計	300	45	345	100	11500 [Ⓐ]	—	—	11500 [Ⓑ]	0
平均	100	15	115 [Ⓐ]	1	115 [Ⓒ]	115 [Ⓒ]	115 [Ⓓ]	115	—

(註) [Ⓐ], [Ⓑ], [Ⓒ], [Ⓓ], [Ⓐ], [Ⓑ] は単なる符号

表 [II] 第 2 の需給の組合せ (D > S)

(剰余価値率 : 100%)

諸条件	資本	剰余価値	価値	商品量	価値総量	平均価格	市場価値	市場価値総量	価値からの価格の偏倚
優位(最良)	95	14¼	109¼	10	1092½	118 [Ⓓ] / ₂₀	120¾	1207½	+115
中位(平均)	100	15	115	20	2300	118 [Ⓓ] / ₂₀	120¾	2415	+115
劣位(最悪)	105	15¼	120¾ [Ⓔ]	70	8452½	118 [Ⓓ] / ₂₀	120¾	8452½	0
合計	300	45	345	100	11845 [Ⓒ]	—	—	12075 [Ⓓ]	+230
平均	100	15	115	1	118 [Ⓓ] / ₂₀	118 [Ⓓ] / ₂₀	120¾ [Ⓔ]	120¾ [Ⓕ]	—

(註) [Ⓔ], [Ⓕ], [Ⓖ], [Ⓒ], [Ⓓ] は単なる符号

表 [III] 第 3 の需給の組合せ (D < S)

(剰余価値率 : 100%)

諸条件	資本	剰余価値	価値	商品量	価値総量	平均価格	市場価値	市場価値総量	価値からの価格の偏倚
優位(最良)	95	14¼	109¼ [Ⓖ]	70	7647½	111 [Ⓙ] / ₂₀	109¼	7647½	0
中位(平均)	100	15	115	20	2300	111 [Ⓙ] / ₂₀	109¼	2185	-115
劣位(最悪)	105	15¼	120¾	10	1207½	111 [Ⓙ] / ₂₀	109¼	1092½	-115
合計	300	45	345	100	11155 [Ⓒ]	—	—	10925 [Ⓓ]	-230
平均	100	15	115	1	111 [Ⓙ] / ₂₀	111 [Ⓙ] / ₂₀	109¼ [Ⓔ]	109¼	—

(註) [Ⓖ], [Ⓙ], [Ⓙ], [Ⓚ], [Ⓒ], [Ⓓ] は単なる符号

④ 回転期間の相違を無視する。

⑤ 価値どおりの交換・販売という前提のもとでは、一般的利潤率は、諸条件のもとで消費された個々の資本にたいしても、全商品量の価値の生産に充用されている総資本にたいしても、一五%となる。

三、諸条件のもとでそれぞれ生産される商品の個別的価値は、中位(平均)の諸条件のもとでは、一単位につき、 $85c + 15v + 15m = 115'$ 、優位(最良)の諸条件のもとでは、 $80\frac{3}{4}c + 14\frac{1}{4}v + 14\frac{1}{4}m = 109\frac{1}{4}'$ 、劣位(最悪)の諸条件のもとでは、 $89\frac{1}{4}c + 15\frac{3}{4}v + 15\frac{3}{4}m = 120\frac{3}{4}'$ となる。

四、これらの一単位当りの商品の価値は、同時にこの商品に含まれる労働時間を表示するものとする(同上四〇～四二頁)。

さて右の表との関連で氏はマルクスの市場価値規定を次のように要約する。

(1) 表Ⅰの場合には両極の中間にある大量の商品の中位的価値での、または市場にある問題の全商品量の平均価値での、商品の供給が「普通の需要」をみたすばあいには、中位(平均)的諸条件のもとで生産されるこれら大量の商品の個別的価値が市場価値を規定する。

(2) 表Ⅱの場合には市場にある問題の全商品量にたいする需要が「普通の需要」を越えるか、「普通の供給量」が社会的に必要な供給よりも少ない場合には、劣位(最悪)の諸条件のもとで生産されるこれら大量の商品の個別的価値が、市場価値を規制する。

(3) 生産される商品の量が、同種の商品量の中位的価値で販路が見出される程度以上に大きければ、最良の諸条件のもとで生産される諸商品の個別的価値が市場価値を規制する(同上五七頁)。

そして、氏は「以上の市場価値規定に関する(1)は表Ⅰの場合で、(2)は表Ⅱの場合で、(3)は表Ⅲの場合であることは、言うまでもない」(同上)として、さらに、次のようにいわれる。

「まず、説明の便宜上、表Ⅰの場合から出発しよう。というのは、『一定の財貨を生産するために費やされる社会的労働の範囲が、充たされるべき社会的欲望の範囲に照応するならば、したがって生産される商品分量が、不変的需要のもとでの再生産の普通の基準 [der gewöhnliche Maßstab—引用者] に照応するならば、商品は市場価値 (= 平均価格—引用者) どおりに販売される。価値どおりでの諸商品の交換または販売は、合理的なものであり、諸商品の均衡の自然法則である。これから出発して偏倚を説明すべきであって、その逆に、偏倚から出発して法則そのものを説明すべきではない。』マルクスの言う需要と供給とはこうである。供給とは、市場にある問題の全商品量の生産のために必要な社会的労働 (= 社会的必要労働時間) の範囲のことなのである。需要とは、この全商品量によって充たされるべき社会的欲望の範囲——これは、商品が交換・販売されたさいの市場価値で表現される労働時間と考えるおけば良い——のことなのである。商品量が不変な需要のもとでの再生産の普通の基準での商品の供給量とは『普通の供給量』のことなのである。たとえば、表Ⅰの場合には、11500^㉑で、一単位につき115で、表Ⅱの場合には、11845^㉒、一単位につき11845^㉒、表Ⅲの場合には1155^㉓、一単位につき1114^㉓である。『普通の需要』はこの『普通の供給量』に均衡する需要のことなのである」(五七—七八頁)。したがって、氏によれば「普通の供給量」と「普通の需要」とが均衡しているときには、表Ⅰ、Ⅱ、Ⅲのいずれの場合も商品は価値(平均価値)どおりに相互に交換され、販売されうるということになる。もちろん以上の説明は需給一致のもとでの「組合せ」の三つの場合における平均価値としての市場価値の規定についてのべている限りは少しも異存はない。しかし、問題は、表Ⅰおよび

び表Ⅱの場合を、氏が、第二および第三の需給の組合せの場合であり、そこでの市場価値は平均価値によってではなく限界価値によって規定されるものとして解釈されている点である。

すなわち、さきの表Ⅰの場合を、氏は「第一の需給の組合せ」(D=I)としており、「この場合には、『市場価値は、中位的諸条件のもとで生産される諸商品の価値 [11500] によって規定される。総商品大量の価値 [115000]』は、すべての個別的諸商品——中位的諸条件のもとで生産された諸商品、ならびに、それ以下または以上の諸条件のもとで生産された諸商品——をいっしょにしたものの価値の現実的総額 $[115000 = 109\frac{1}{4} \times 10 + 115 \times 80 + 120\frac{1}{4} \times 10]$ に等しい。このばあいには、商品大量の市場価値または社会的価値 [115000] ——商品大量中に必然的に含まれる労働時間——は、中位的大量の価値 [11500] によって規定されている。』(「」内は引用者) (同上四五頁) とのべているが、この点には問題はない。だが氏は、第二の需給の組合せ(D=V) || 表Ⅱの場合には劣悪な諸条件のもとで生産される商品大量「の個別的価値 $120\frac{1}{4} \times 10$ 」が、市場価値または社会的価値を規制するとしており、また第三の需給の組合せ(D=I) || 表Ⅱの場合には、最良の諸条件のもとで生産される部分 $[109\frac{1}{4} \times 10]$ が市場価値を調整する、ここでは市場の充溢を度外視するが、市場充溢のばあいには、つねに、最良の諸条件のもとで生産される部分が、市場価格を規制する、だが、ここでわれわれが問題とするのは、市場価格——市場価値と異なるかぎりでの——ではなく、市場価値「(=平均価格) そのものの種々な規定である、とされている。

そして、第二、第三の組合せの場合には、商品は価値どおりに交換され、販売されておらず、需給一致の第一の組合せの場合にのみ、諸商品が価値どおりに交換され販売されている、とする。

つまり、氏は表Ⅰの場合には市場価値は「平均価値」であるとし、この平均価値の観点からみれば、表Ⅱ、Ⅲの場合

でも同様に、平均価値が表Ⅰでは118⁰/₁₀₀、表Ⅱでは111¹⁵/₁₀₀として成立することもありうる。一応はのべているが、しかし表Ⅰ、Ⅱは需給の異常な場合だから、そこでは市場価値は平均価値としてではなく限界価値として、表Ⅲでは120³/₄、表Ⅳでは109¹/₄として成立する、との解釈を示しているのである。それゆえ、氏にあっては、表ⅠとⅡの場合は「『市場価格』＝『市場価値』＝『平均価格』＝『市場価値』から偏倚する」（同上五一頁）、または「商品の『平均価値』＝『平均的市場価格』から、『市場価値』＝『市場価格』は、偏倚」（同上六〇頁）しているのである。

かくして氏は、氏のいわれる需要と供給とが不均衡な異常な組合せのもとにおいては、最悪の諸条件、または最良の諸条件のもとで生産される商品が市場価値を規制するのだから、このような場合には「諸商品は、相互に価値（社会的）どおりに交換され販売されていないことは、言うまでもなからう」（同上五九頁）として、価値とこの場合の市場価値とは異なったものとなるかのような理解を示されている。つまり、市場価値どおりに売られるなら、価値（社会的）どおりに交換され販売されていない、といわれるのである。

以上のような東井氏の所説に対しては、さしあたり次の疑問を抱かざるをえない。すなわち、高島永幹氏の所説を検討したさいにもべたのであるが、「組合せ」の問題と「不明瞭な箇所」の問題は二つの異なる問題を含んでおり、前者にはすこしも不明瞭な点がないにもかかわらず、東井氏は「組合せ」の問題と需給の特殊な場合を取扱った「不明瞭な箇所」の問題とをある場合には同一視ないし混同しているという点への疑問である。氏は表Ⅰを第二の需給の組合せ（D∨S）、表Ⅱを第三の需給の組合せ（D∧S）と表示しておられるが、マルクスにあっては組合せの問題はつねにD＝Sの前提のもとで考察されており、氏自身ものべているように、ただ需要に対する供給が上、中、

下の生産諸条件の企業のいずれがその部門の商品の大量を生産するかにより、市場価値が中位、最良、最悪の個別的価値により規定される点を明らかにしているにすぎない。もともと、需給の組合せという表現それ自体が不正確であり、もし「組合せ」というならば、上、中、下の企業（群の生産物量）の「組合せ」でなければならぬ。

周知のようにマルクスは、異なつた生産諸条件をもつ各個別企業の資本家間の競争による個別的価値の市場価値への還元を、いわゆる「組合せ」の問題として取りあげ（後出注26参照）、同一生産部門内の生産諸条件の異なる上位、中位、下位の三つの企業の生産物量間から成立する市場価値（平均価値）規定についてのべていた。

すなわち、市場に出される問題の商品の総分量は同一不変であるが、「商品大量の市場価値または社会的価値——商品大量中に必然的に含まれる労働時間——は、中位的大量の価値によって規定されている」（『資本論』第三卷二〇八頁、訳⑨二七四頁）という第一の組合せ、「劣悪な条件のもとで生産される商品部分が中位的分量に比しても他方の極端に比しても相対的に大きいと仮定しよう。その場合には、劣悪な条件のもとで生産される商品大量が、市場価値または社会的価値を規制する」（同上）という第二の組合せ、「最後に、中位よりも優良な条件のもとで生産される商品分量が、劣悪な条件のもとで生産される商品分量を著しく超過し、中位的事情のもとで生産される商品分量に比しても著しく大きいと仮定しよう。その場合には、最良の条件のもとで生産される部分が市場価値を調整する」（同上）という第三の組合せ、の三つの場合である。

右の組合せの三つの場合、そのいずれでも需給の一致が前提とされている。そして市場価値は当然上、中、下の企業の個別的価値と正確には一致しえない。それがどの程度一致に近づくかは、上、中、下の各企業の生産する商品量が市場に占める割合（組合せ）のいかんによる。そこではいずれの場合にも、市場価値は上位、中位、下位の企業の

生産物の個別的価値の総和の平均として決定される。だから市場価値は、一面では、ある部面で生産される商品の平均価値とみなされ、また他面では、その部面の平均的諸条件のもとで生産されて、その部面の生産物の大量をなす商品の個別的価値とみなされるのであって、ただ「異常な組合せ」のもとでのみ、最悪の条件下または最良の条件下で生産される商品が市場価値を規制することになるのである。

それゆえ氏の数字例（前掲表参照）を引用すれば、氏もさききのべておられたように、当然のことながら、第一の組合せでは $115\frac{1}{2}$ が、第二の組合せでは $118\frac{1}{2}$ が、第三の組合せでは $111\frac{1}{2}$ が市場価値として成立するのである。

ところが問題の「不明瞭な箇所」は、以上の「組合せ」の場合とは異なり、「組合せ」における比率のいかに抱らず——とはいえ第一の組合せが一般的であり、通常の場合なのであるが——需給が「平均価値」としての市場価値を中心とする価格変動をもたらさない特殊な場合についてのべているのである。だからこのような場合は、 $D \vee S$ の場合ではなく、あくまでも、高島氏も指摘されていたように、限界価値としての市場価値を中心として、 $D \parallel S$ が成立している場合なのである。

このほか東井氏の所説には次の疑問が残る。

①の $D \parallel S$ 、②の $D \vee S$ 、③の $D \wedge S$ の三つの場合、①の場合は需要が大だとなぜ劣悪な企業が生産物が大量であるような「組合せ」となるのか。②の場合はなぜ優良な企業が生産物が大量となるような「組合せ」なのか。

また氏は市場価値を平均価値としての市場価値と、平均価値ではない市場価値（氏はこれを市場価格と表現している）とに区別しているが、ではこの両者の区別によって生ずる市場価値の内容上の相異をマルクス価値論の展開としてど

う説明されるのか。つまり氏の表による〔I〕および〔II〕の市場価値120%、および109%は、それぞれ単なる比率からすればマイナス $\frac{1}{10}$ 、およびプラス $\frac{1}{10}$ となつているのであるがこの点をどう説明されるのか。平均価値と市場価値は「偏倚する」といっただけでは、説明として不十分ではなからうか。氏の理解にしたがえば、異常な場合に成立する市場価値と価値（社会的）は異なるという理解にならざるをえないわけであるが、氏はこの点の積極的説明をどのように展開されるのであろうか。市場価値も、それが第一規定によって成立しようが、または第二規定によって成立しようが、市場価値である点には変わりなく、したがって価値である以上、基本的には社会的価値 \parallel 市場価値であるはずで、第一規定の市場価値はイコール社会的価値、第二規定の市場価値はユニコール社会的価値とはいえないはずであり、もしそのようにいえるとするなら、その理由の説明がなくてはならないはずである。

また氏の表は、優位、中位、劣位の諸条件の企業を表現するのに、有機的構成は同じであるが、ただ一個あたりの個別的価値が大であるか小であるかによって示している。すなわち一個当り商品に含まれている資本（C+V）は優位（最良）の企業では九五、中位（平均）は一〇〇、劣位（最悪）は一〇五であるとして、これらの資本の有機的構成は同一であるとしている。だがこのような表作成の前提は正しいとはいえない。なぜなら、氏も御承知のように、工業にあつては一商品の価値の大小は「有機的構成の差 \rightarrow 同一量の資本投下にもかかわらず生ずる生産物量間の差 \rightarrow 商品一個あたりの価値量の差」という関連によって成立するからである。ただし農業では、まったく同一の生産性をもつ資本、たとえば80C+20Vが投下されるにもかかわらず、土地的条件の差により生産物量間の差が生じ、したがって豊度を異にする農業経営（ただし資本的条件は同一と前提されている）の生産物の単位量あたりの個別的価値の大小が生じ、ここに農業独自の超過利潤 \parallel 差額地代が成立するのである。

(21) 以上のような東井氏の説と同様の考えは大島雄一氏によっても次のようにのべられている。

「第一に、社会的価値としての市場価値と平均的市場価格としての市場価値は、厳密にいうと同じものでないということである。競争による個別的価値の社会的価値への均等化は、販売がなされたかぎりではいかなる市場価格の水準でも作用する。

したがって、社会的価値としての市場価値はあらゆる市場価格のもとで成立する。しかし、平均的市場価格としての市場価値はそうでないことは自明である。この区別は、需給不一致 \parallel 市場価格と市場価値との乖離のもとで市場価値規定を考へる場合に、とくに注意しなくてはならない点である」(『価格と資本の理論』、未来社、一九六五年一月、三四八頁)。

右の見解にあつては、市場価値には二つの種類があることになる。

マルクスの市場価値の規定には「平均価値」としての市場価値と、「支配的大量商品の個別的価値」としての市場価値という二つの規定がみられ、これを別箇の規定として、そのいずれが正しいか、などという解釈もみられた——この点、東井氏による両者の規定には「なんらの食い違いも存在しない」(『地代と市場価値』『経済論集』一八卷三号一〇頁)という結論は当然である(拙著『地代の理論』一〇四頁参照)——が、ここで問題とされているのは右のことではなく、市場価値そのものの二つの解釈である。この二つの解釈がなぜ生まれたかといへば、それはマルクスの市場価値規定の「不明瞭な箇所」の理論的内容を正當に把握しえない結果であるように思われる。たとへばその代表的な見解は差額地代論に關してのべられた鈴木鴻一郎氏の「市場価値は価値にあらず」という説である。氏は、市場価値は資本家相互間の競争の産物であり、それは社会的価値が競争によりいかなる条件のもとに決定されるを示し、価値生産の關係はむしろ後景にある、市場価値を唯一の価値となすことは、資本家相互間の關係を労働者と資本家との關係とすりかへることにほかならない(『地代論論争』四〇—五頁参照)と主張され、それ故「市場価値をもって唯一の価値となす見解は恐らく正しくないであろう」といわれるのである。

しかし右のような見解は不正確といわなくてはならない。たしかに「平均価値」としての市場価値のみが価値である、とする立場からみると、第二規定の市場価値は価値にあらず、とすることが正しく思われよう。いうまでもなく、マルクスの市場価値はその本質において社会的価値と同一であり、この社会的価値の大きさは社会的必要労働時間によって決定される。マルクスの価値論が『資本論』冒頭の価値論から上向して社会的価値 \rightarrow 市場価値へと上向的に具体化され、価値 \parallel 社会的価値 \parallel 市場価値という同一性に立つて価値論が展開されていることは、たとえば第三卷第十章からだけでも、次のようなマルクスの叙述にみることができよう。

「差額地代」と「価値」

「第一に、相異なる個別的諸価値が、一つの社会的価値・前述の市場価値・に均等化されておらねばならず、そのためには、同一種類の商品の生産者間の競争、ならびに、彼等が共通に商品を提供する一つの市場の現存が必要である」(『資本論』第三卷二〇六頁、訳(9)二七一頁)。

「商品大量——さしあたり、一つの生産部門の商品大量——の全体を一つの商品とみて、多数の同一諸商品の価格の総額を一つの価格に合計されたものとみれば、事態が最も容易に叙述される。その場合には、個々の商品について語られたことが、いまや文字どおりに、市場にある一定生産部門の商品大量に当てはまる。商品の個別的価値は社会的価値に一致するということが、いまや、総分量はその生産には必要な社会的労働を含むという、および、この大量の価値は市場価値に等しいということとまで、現実化されている。——あるいは一歩すすんで規定されている」(同上二〇七—八頁、訳(9)二七三頁)。

「総商品大量の価値は、すべての個別的諸商品——中位的条件のもとで生産された諸商品、ならびに、それ以下または以上の条件のもとで生産された諸商品——をいっしょにしたものの価値の現実的総額に等しい。この場合には、商品大量の市場価値または社会的価値——商品大量中に必然的に含まれる労働時間——は、中位的大量の価値によって規定されている」(同上二〇八頁、訳(9)二七三—四頁)。

「劣悪な条件のもとで生産される商品部分が中位的分量に比しても他方の極端に比しても相対的に大きいと仮定しよう。その場合には、劣悪な条件のもとで生産される商品大量が、市場価値または社会的価値を規制する」(同上二〇八頁、訳(9)二七四頁)。

「一商品が市場価値で——すなわちその商品に含まれる社会的必要労働に比例して——販売されるためには、この商品種類の総量に費される社会的労働の総量が、この商品に対する社会的欲望すなわち支払能力ある社会的欲望の量に照応しなければならぬ」(同上二一九頁、訳(9)二八七頁。以上いずれもゴチは引用者)。

「市場価値」は、二つの異なった内容をもつという理解に立つ人びとは、右のマルクスの叙述は当然「平均価値」としての市場価値の場合にあてはまることであり、一般的にはそうであるが、特殊な場合に成立する「限界価値」としての市場価値は一般的に成立する市場価値とは異なった内容をもつのだ、と理解されているにちがいない。そしてその理由を、一般に価値が価値であるためには、それは抽象的人間的労働の体化物であり、その大きさは社会的必要労働時間によって規定されるのだから、労働時間という実体の裏づけがない異常な需給の場合の市場価値は異なった意味をもつ市場価値、または価値でない

市場価値である、といわれるのであろう。すなわち、市場価値が平均価値と背離するならば、市場価値＝社会的価値なのだから、社会的価値も平均価値から背離する。そして社会的価値が平均から背離するなら、ある商品の総量も持っている社会的価値の合計はこの商品種類の総量に含まれている労働の総量に一致せず、したがって価値の大きさはそれに含まれている労働量によって規定されないことになる。「ところが、労働価値説、すなわち、商品の価値量がその生産のために必要な労働量だけによって規定されるといふ見解に立つならば、同一量の労働は何のような種類の商品の生産部門に投下されても、その生産部門内の生産諸条件がどのように見解に立つならば、同一量の労働は、生産力の変化も、具体的有用形態の違いに應ずる生産力の違いもありえない。そして、同一量の労働が何の種類の商品の生産部門に投下されても同一量の価値を生産するという命題は、個別的に必要な労働時間が直接に社会的価値を規定するという形で成り立つのではないとしたら、現実の総労働時間すなわち個別的に必要な労働時間の合計が社会的価値の合計を規定するという形で、したがって、個別的価値の合計が社会的価値の合計を規定するという形で成り立つほかないのである。個別的価値の合計が社会的価値の合計に一致するのではなく、ある特殊な生産条件（例えば、宇野弘蔵氏が言われるように資本の追加が行なわれるような生産条件。）の個別的価値に社会的価値が一致するのだとしたら、労働による価値規定は、全体に対しては妥当しないで、部分的にのみ妥当するということになる。さて、個別的価値の合計が社会的価値の合計を規定するとすれば、個別的諸価値の平均が、商品一単位の社会的価値を規定する。こうして、商品の社会的価値がその生産のために必要な労働量だけによって規定されるということは、社会的価値が平均価値に一致することを意味するのである。だから、市場価値が平均価値から背離するというマルクスの命題は、市場価値が社会的価値と同じであるかぎり、彼自身の労働価値説とは矛盾するのである」（金子甫「マルクスの市場価値論の構造とその欠陥」桃山学院大学『経済学論集』第十卷第二・三合併号、一九六九年二月、三七―八頁）。

こうして、商品の価値量がその生産のために必要な労働量だけによって規定されるという見解に立つかぎり、マルクスの市場価値の第二規定は否定されざるをえないか、市場価値には二つの異なった意味をもつ市場価値があるという見解に立たざるをえないか、または金子氏のようにマルクスの市場価値論に根本的欠陥を発見するほかはないか、のようにみえる。つまり、市場価値には二つの異なった意味があるという考え方と、市場価値は第一規定の場合のみが正しく、第二規定はそもそもマルクスのあやまりであるという考え方があられるわけだが、しかしこの双方の見解はいずれも納得できないのであって、私は市場価

値の第一規定と第二規定をみとめ、しかもそれが市場価値としては同一の本質をもつものであると考える。なぜなら社会的必要労働時間、価値、市場価値、生産価格等の諸範疇の成立は、まさに資本制的生産⇨再生産の本質である「競争」を通してのみ成立する範疇にはかならないからである。

そして、社会的必要労働時間による商品価値量の決定を、労働時間の契機のみを主張し、「技術説」としてとらえる見解や、逆に商品価値量の決定を、社会的必要の契機のみを強調して、「需要説」とか、白杉氏の「社会的評価説」として理解する立場や、さらに「不明瞭な箇所」をめぐる、市場価値には、価値である市場価値と、価値でない市場価値がある、とする解釈などは、いずれもマルクス価値論のもつ一側面を強調するというあやまりか、その把握の低次の段階における理解であると思われる。

しかし他面、白杉氏の「社会的評価説」は、マルクス価値論の理解にあたって、ともすれば軽視され、または、単純な「技術説」的見地から、誤まりとして否定されがちであった「社会的必要（欲望）」の契機を、マルクス価値論の理解にあたって、あるべき位置に復位させ、「技術説」的理解の一面性を打破しようとされる試みであった、とおもわれる。このばあいの「あるべき位置」とは、それではどのようなものか、といえ、これこそ、一切の経済的範疇を成立させる根拠であるところの「競争」の視角からの「社会的必要」というモメントが、価値論においてもつところの意義づけであろう。この点は本稿の主要テーマなので、のちに立ち戻らなければならない。

「不明瞭な箇所」での市場価値規定は、市場価値の第一規定にたいして、その第二の規定をなすが、この「第二の市場価値は、実質上、生産価格をさす」として、自説を展開された論稿に、松石勝彦氏の「生産価格と市場価値」(『土地制度史学』三八号)⁽²²⁾がある。すなわち氏は、「不明瞭な箇所」は需給一致の場合の第一の市場価値規定にたいする需給不一致のもとでの第一の市場価値規定であり、第一規定は第二規定の一般的、抽象的規定をなしている、とされる。そして、生産価格は、部門間にわたる諸資本の競争を反映したものであるとはいえ、これを一部門内部からみ

るならば、異部門間の競争を反映した一定の需給比率のもとにおける市場価値形成にほかならないから、第一の市場価値規定のヴァリエーションにすぎず、したがって、第二の市場価値規定は、今度はまた生産価格形成の基礎理論、一般理論となる、だから、市場価値論は、生産価格特有の部門間の関係を導入すれば、生産価格論になりうるのである、という。

(22) 松石氏の所説は、種瀬茂氏の論文「競争の基礎的諸問題」(一橋大学研究年報『経済学研究』9、昭和四〇年三月)に「負うところ大である」とされており、したがって種瀬氏の所説を検討しなければならないのであるが、氏の見解は「私見」の展開の際にやや詳細にふれなければならないので後述する。

氏の論稿は「市場価値規定について色々議論のあることを知っているが、紙数の関係でそれには立ち入らず」(同上四五頁)に論旨を展開されたものであるが、そこには「不明瞭な箇所」における市場価値の第二規定が生産価格論をさす理由として、次のようにのべられている。

需給不一致のさいの市場価値の第二規定は、実質的には生産価格の基礎理論、抽象理論をなしている。なぜなら、部門間にわたる諸資本の競争や移動は、各部門の供給条件、供給量、したがって需給の比率を変化させるから、資本の部門間競争は、各単一部面にとっては従来の需給比率とは異なる比率のもとでどのような市場価値が形成されるかというそれ自体部門内の市場価値形成の問題に還元され、生産価格形成は、結局のところ、市場価値の第二規定に帰着することになるからである。ここでは、需給不一致の原因が、部門間競争と限定されていないから、その限りで第二規定はまだ生産価格の一般的・抽象的・基礎的規定にとどまる。この第二規定の市場価値から、さらに市場価格は背離して生産価格を成立させるのであるが、「不明瞭な箇所」において、「第一の背離」に対応する第二の「背離」は、

「差額地代」と「価値」

明示されていない。だが、この点をしいて推察すれば、「需要と生産物との間の差が一そう大きければ、市場価格はまた市場価値から背離する」をさすとしか考えようがなく、そうすると市場価格は第一の市場価値、第二の市場価値から二段に背離しえ、第二の市場価値は、実質上、生産価格をさすと思われる。市場価値論といながら、生産価格形成機構を明らかにする第十章段階で扱っていることを想起すべきである。

そして、市場価値の第一規定と第二規定の関連については、第一規定からすれば、すなわち「相異なる諸条件のもとで生産される諸分量間の単なる比率からすれば別の結果が生じるはずにもかかわらず」、需給不一致のときは第二規定のように市場価値が規定されるのである。だから、第二規定は、需給による影きょうを捨象した次元での第一規定に対して、それをとりこんだより特殊的な、より具体的な次元での市場価値規定である。種瀬茂氏は、市場価値の第二規定は「需給不一致の場合における市場価値の特殊規定」であって、「決して前述の市場価値の一般的規定と別箇のものではなく、その条件に応じた具体化、展開とみなければならぬ」（一橋大学研究年報『経済学研究』9、一二七ページ）と云われる。こうして、われわれの見解は、市場価値の第二規定をのべたマルクスの一文中の「市場価値」なる語は「市場価格」の「誤記」であると訂正される見解と真向から対立するものであるし、また需給不一致の場合の「両極端」のいずれかによる市場価値決定を、需給不一致↓市場価格の変動↓供給の増減↓生産諸条件の「組合せ」の変化↓新しい市場価値決定と理解する説とも対立する。この説は、いわゆる「技術説」と同じであって、ある一時点におけるある与えられた需給比率と生産諸条件の「組合せ」のもとにおける市場価値の決定という問題を、供給量や生産条件の時間的変化という不必要な余計な条件を入れて、一時点ずらしてあいまにしたものである。だから、変化した一時点でもう一度あらためて、市場価値決定をやりなおさねばならず、もしそれが新しい「組合わせ」

のもとの決定だというなら、市場価値の第一規定に帰着してしまい、結局、第二規定が生産価格の基礎理論として
もつ意義をまっ殺することになる。市場価値に市場という語がついている理由を、たんに需給の変動や市場価格の
運動を通す点に求める見解も誤りである。なぜなら、市場価値に市場という語がついている理由は、「社会的必要労働
時間」による価値規定を、「現実の市場」における「三面的競争」（生産者間、消費者間、および生産者と消費者の全体を
含む競争）を通して、個別的諸価値の一つの市場価値への均等化にまで「現実化」した点に求めるべきだからである
（『土地制度史学』三八号五〇—五三頁）。

しかし、以上の松石氏の「第二規定＝生産価格論」は、示唆に富む論点を含むとはいえ、結局は誤解であろう。な
ぜなら、マルクスの「不明瞭な箇所」での市場価値の第二規定は、同一生産部門内の競争において、特殊な需給状態
のもとで、市場価値が組合せの場合の算術加重平均とは異つて限界規定を受ける場合をさしているのであつて、同一
生産部門内の競争が必然的に異種生産部門間の競争と結びつき、不可分の競争として存在していることは氏の指摘の
通りであるが、だからといって、市場価値の第二規定は実質上生産価格論をさすとはいえない。

氏は、第二の市場価値規定は、生産価格形成の基礎理論、一般理論となる、とのべていると同時に、第二の市場価
値は実質上、生産価格をさすもの、といわれている。そして、市場価格は、第一の市場価値、第二の市場価値から
「二段に背離」していると考え、この第二の「背離」をマルクスは明示してないが、「しいて推察すれば」として
「需要と生産物との間の差が一そう大きければ、市場価格はまた市場価値から背離する」というマルクスの敘述が、
これをさすしか考えようがない、といわれる。しかし、これはしいて推察した無理な理解である。もし市場価値の
第二規定が生産価格をさす、といえるなら、市場価格の第一規定も同様に異種部門間の競争と不可分に結びついて遂

行される同一部門内の競争によって成立する規定なのだから——氏の理解に立つなら両者の差は結局は第一規定の生産価格は価値と一致する場合であり、第二規定は不一致の場合であるということになってしまふ。つまり市場価値の第一規定は、そこでの資本の有機的構成が、社会的平均的資本であり、したがって、たとえば $80c + 20v + 20m = 120$ の商品価値が $80c + 20v + 20dp = 120$ の生産価格へ転化する部門にのみ該当することになり、そうすると第一規定こそは例外的、特殊的であつて、第二規定こそ一般的な規定であるということになつてしまふ——第二規定のばあいと同様に實質上生産価格をさすといわなくてはならない。すなわち市場価値論はその第一規定も第二規定も、氏自身のよく理解されている如く、生産価格の基礎前提であり、それはより現実に近い段階での考察としては、生産価格論のなかに包摂される規定である。にもかかわらず、第一規定と第二規定には、その内容上、市場価値規定の貫徹上、重要な差が生じているのである。すなわち、市場価値の第一規定は、需給一致下での組合せの問題として考察され、数学的極限において表現すれば算術加重平均で市場価値の大きさが規定されることになる。だから、市場価値の第一規定では、同一種類の商品の個別的価値と市場価値がそのトータルにおいて一致する。そしてこの関係は、生産価格段階では個別的生産価格と市場生産価格とが——決して価値と生産価格とが、ではなく——トータルにおいて一致するという関係として再現される（個別的生産価格と市場生産価格との関係は同一生産部門内の企業と企業との関係である。これに対する価値と生産価格の関係は異種生産部門間の関係である。そしてマルクスが「不明瞭な箇所」でべているのは同一生産部門内のことであることはいうまでもなからう）。ところが、第二規定の場合、個別的価値と市場価値はそのトータルにおいて不一致である。だからここでは「単なる比率」とは別の結果が生ずることになる。そしてこの関係は、生産価格段階では個別的生産価格と市場生産価格とのトータルにおける不一致として再現される。これを簡単な数字例で示せば次の通

I の 1 通常の市場価値規定の場合

生産部門	生産者	c+v	m	iwの 総計	生産 個数	1 個 当 り		mwの 総 計	mw-iw=em		m の 分 配
						i w	m w		1個当り	総 計	
甲	上	90+10	10	110	11	10	11.5	126.5	+1.5	+16.5	26.5
	中	85+15	15	115	10	11.5	11.5	115	0	0	15
	下	80+20	20	120	9	13 ¹ / ₈	11.5	103.5	-1 ⁵ / ₈	-16.5	3.5
計		300	45	345	30			345		0	45

I の 2 通常の生産価格規定の場合

生産部門	生産者	k c+v	dp	ippの 総 計	生産 個 数	1 個 当 り		mppの 総 計	mpp-ipp=ep		総Pの 分 配
						ipp	mpp		1個当り	総 計	
甲	上	90+10	15	115	11	10 ⁵ / ₁₁	11.5	126.5	1 ¹ / ₂₂	+11.5	26.5
	中	85+15	15	115	10	11.5	11.5	115	0	0	15
	下	80+20	15	115	9	12 ⁷ / ₉	11.5	103.5	-1 ⁵ / ₁₈	-11.5	3.5
計		300	45	345	30					0	45

II の 1 市場価格の最劣規定の場合

生産部門	生産者	c+v	m	iwの 総 計	生産 個 数	1 個 当 り		mwの 総 計	mw-iw=ep		m の 分 配
						i w	m w		1個当り	総 計	
甲	上	90+10	10	110	11	10	13 ¹ / ₈	146 ² / ₈	3 ¹ / ₈	36 ² / ₈	46 ² / ₈
	中	85+15	15	115	10	11.5	13 ¹ / ₈	133 ¹ / ₈	1 ⁵ / ₈	18 ¹ / ₈	33 ¹ / ₈
	下	80+20	20	120	9	13 ¹ / ₈	13 ¹ / ₈	120	0	0	20
計		300	45	345	30			400			100

II の 2 市場生産価格が最劣の企業の
個別的生産価格で規定される場合

生産部門	生産者	k c+v	dp	ippの 総 計	生産 個 数	1 個 当 り		mppの 総 計	mpp-ipp=ep		総Pの 分 配
						ipp	mpp		1個当り	総 計	
甲	上	90+10	15	115	11	10 ⁵ / ₁₁	12 ⁷ / ₉	140 ⁵ / ₉	1 ⁴ / ₉	15 ⁸ / ₉	30 ⁸ / ₉
	中	85+15	15	115	10	11.5	12 ⁷ / ₉	127 ⁷ / ₉	1 ⁵ / ₁₈	12 ⁷ / ₉	27 ⁷ / ₉
	下	80+20	15	115	9	12 ⁷ / ₉	12 ⁷ / ₉	115	0	0	15
計		300	45	345	30			383 ¹ / ₈		28 ² / ₈	73 ² / ₈

(注) iw=個別的価値, mw=市場価値, em=特別剰余価値, ipp=個別的生産価格,
mpp=市場生産価格, dp=平均利潤, ep=超過利潤

りである。

すなわち、市場価値の第二規定は、生産価格論段階で考えれば、たとえば下方の限界規定のばあいは、最劣等の企業が平均利潤を得られる（表Ⅱの2の下の生産者が一五の平均利潤を入手する）ような、需給の特殊な状態での市場生産価格規定に照応する——もちろん限界規定的な市場価値の場合の上、下への市場価値規定を、たとえばさきの数字で考えたままであり、上、下へのひらきについても、いろいろでありうることはいうまでもない——と考えられるのである。だから、マルクスの市場価値の第二規定は生産価格論ではない。生産価格論で、価値と市場生産価格との大きさに不一致が生ずるが、この差異は、工業の社会的・標準的な資本構成と、ある特定の生産部門での資本構成との差を一原因として生じるのであって、その特定部門の企業の上、中、下の生産物の「比率」とは直接関係がない。「単なる比率からすれば別な結果が生ずるはずにもかかわらず」というマルクスの「問題の箇所」のことはからしても、第二規定が生産価格をさすものではないことは明らかである。

なるほど、ある特定の生産部門の商品の生産価格の大きさがその価値の大きさと一致しないのは、もし商品がその価値通りに販売されるなら、有機的構成の高い部門に投下された資本はより少ない利潤を、逆は逆を入手することになり、このためより多くの利潤を求めて諸資本が競争し、この結果、事後的・傾向的に平均利潤の法則が成立するようない、したがって商品の価値を生産価格へ転化させるような需給間の比率が生まれるからであった。しかし、この場合の需給間の比率は、決して「不明瞭な箇所」でマルクスがのべている需給の特殊に異常な場合ではなく、逆に生産価格論段階で需給の通常の場合——なぜなら、この場合にこそ部門間競争が自由に行なわれ、競争を妨げるなんらの人為的、自然的独占はないものと想定され、平均利潤（率）が成立するものとされているからである。松石氏は平均

利潤(率)の成立する状態を、第二規定の場合の需給の特殊な場合(氏によれば不均衡の場合)と考えているが、これは誤解であろう——なのである。そして、市場価値の第一規定についてみると、特定生産部門での商品総量の個別的価値と市場価値は一致するし、またこのことを生産価格論段階で見ると、個別的生産価格と市場生産価格の総計は一致する。さらに社会全体としてみるならば、個別的価値と市場価値との、またその生産価格論段階では、個別的生産価格と市場生産価格との総計を一致させるのである。これにたいして市場価値の第二規定についてみると、特定生産部門内の個別的価値と市場価値の総計は不一致であり、したがって、生産価格論段階では、個別的生産価格と市場生産価格の総計も不一致となる。そしてこの結果、社会全体をみても、個別的価値と市場価値との総計、および生産価格論段階での個別的生産価格と市場生産価格との総計は不一致となるのである。つまり市場価値の第一規定と第二規定の関係は、生産価格論段階でも、生産価格の背後にある法則として、再認されるのである。『資本論』で展開されている諸理論、諸法則は、それ以前に展開されている諸理論、諸法則の発展であり、それら先行の諸理論、諸法則を基礎、前提として含んでいるのであるが、市場価値と生産価格の場合にも、このことが当然あてはまっていることはいうまでもない。

また松石氏は——種瀬氏も同様に——市場価値の第二規定を「需給不一致の場合」とよんでいるが、これは不正確であろう。第二規定は競争の異常な状態における「特殊な需給の場合」ではあるが、「限界価値」としての「市場価値」のもとでの需給の一致の場合とみるべきではなからうか。もし第一規定を「需給一致の場合」とよぶなら、第二規定も特殊な状態のもとでの「需給の一致の場合」なのである。つまり、競争条件の異常な、特殊な需給状態のもとでの需給の一致——第二規定によって成立する市場価値(さらには市場生産価格)が再生産の基準となる状態——が、

市場価値の第二規定の場合、と解されるのである。

六 『資本論』第三卷第十章、とくにいわゆる「不明瞭な箇所」の検討

(一) 市場価値論の意義

そこで次に、『資本論』第三卷第十章でのマルクスの所説に移ろう。一八六五年に書かれたとみられるこの章は、まえにもふれたように、マルクスの未完の章の一つであり、大島雄一氏も指摘しているように、「第一章は、さいごの総括での一章(第三卷第五〇章『競争の仮象』)を別にすれば、『資本論』全体の中で『競争……』という表題をもつ唯一の章」(『価格と資本の理論』三三七頁)である。⁽²³⁾

(23) 第十章は「競争」ということばをもつ表題を掲げ、個別的価値からの市場価値の成立を「組合せ」の問題としてとらえ、需給の種々な対応関係と、そこでの市場価値と市場価格との関連、さらにはそこでの異常な需給関係のもとでの最悪または最良の条件下における市場価値規定などを考察している。しかし「『需要供給関係が作用する基礎』である『資本制生産過程の総姿容への洞見』がまだあたえられていないかぎり、この競争分析および諸範疇の総括はまだ抽象的である。じつさいそれは、資本蓄積運動を導入した、第三卷第一章『法則の内的諸矛盾の展開』によって補足されており、さらにより具体的な信用・産業循環等の分析によって補完されるべきことはいうまでもない。しかし、こうした限界内ではせよ、競争の分析および競争論的総括がここであたえられている」(同上三三八頁)。とはいえ、右でいう「競争」とは資本制社会の一般的法則を明らかにする限りでの「競争」である。

すなわち、『資本論』第三卷第十章は、「競争による一般的利潤率の均等化。市場価格と市場価値。超過利潤」と題されている。そして、いわゆる「市場価値論」とよばれる部分もまたこの章に含まれており、「価値論はまさしく本章ではじめて完成されている」(ローゼンベルグ『資本論註解』、訳第三卷第一分冊一七五頁)とまでいわれた章であ

る。ところで、マルクスの指摘によれば、市場価値は理論的にも歴史的にも生産価格に先行する。それ故市場価値論は、マルクスの上向法的叙述に従えば、当然生産価格論の前に展開されるはずであるにもかかわらず、一般的利潤率の形成と商品価値の生産価格への転化が説かれた後に説かれている。そこで「第三卷第十章が果して本来的に市場価値論を展開する章であると考えてよいかどうか」という疑問が出され、マルクスのこの部分の叙述は未整理のための混乱であるかのような印象を与えている。編纂者エンゲルスも『資本論』第三卷の序言で、この巻は各篇の冒頭はかなりの入念な仕上げと文章の推敲をみせているが、先へ進むほどスケッチ的で、脱漏や附随的論点に関する余論が多くなり、「これらの余論のための決定的な位置は後日の整理に委ねられたままとなり、生れ出るままに書き下された思想を表現する文章がますます長く、錯雑したものとなった」（四頁、訳⑧一七頁）とのべているが、ローゼンベルグの推測のように、この第十章は右のエンゲルスの「評言が完全にあてはまるような章の一つ」であり、マルクスにより後日の整理が行なわれたら、より厳密な位置づけと理論的順序をみせたであろうと思われる箇所である。

マルクスが八、九、十章で取り扱う課題は、一般的利潤率の成立と、それにもなう価値の生産価格への転化であり、一般的利潤率、生産価格とは何か、それはどのようにして成立するか、という点の解明である。「ブルジョア社会に敵存する一般的利潤率と生産価格は価値法則と矛盾するや否や」という疑問、この疑問が根本法則としての労働価値説にもとづいて解明されて始めて、自由競争段階の資本主義的再生産の基準としての、特定商品の生産価格のことも意義が明らかにされるのであり、調整的市場価格の本質としての市場生産価格、現実の価格変動を規制する市場生産価格の意義、社会的労働配分においてその果す役割が明らかにされるのである。だから、価値↓社会的価値↓市場価値の発展としてのみ生産価格は把握されねばならないのであるが、とはいえ、第十章が『資本論』の篇別構成から

みて、市場価値論それ自体のための章でないことは明らかである。

第三卷第二篇は表題の示す如く利潤の平均利潤への転形を扱っているが、最初の第八章では、異種生産部門間には有機的構成と回転期間の差異があり、搾取率を同一として、商品が価値どおりに販売されるとすれば、産業部門ごとに異なった利潤率（特殊的利潤率）が生ずること、したがって、同じ剰余価値率のもとでは、同じ有機的構成をもつ資本にとつてのみ——回転時間を同じと前提すれば——同量の資本では同じ時間内に同じ大きさの利潤を生むという法則があてはまることが指摘されている。

しかし右の点は、あくまでも「商品はその価値どおりに売られるという、総じてこれまで吾々の展開の基礎上で妥当する」（『資本論』一七八頁、訳⑨二三四頁）ことがらである。しかるに現実では、右のような「相異なる産業部門にわたつての平均利潤率の相違は、資本制生産の全体制を止揚することなしには実存せずまた実存しえない」（同上）のである。ここに価値理論の必然的展開と現実の矛盾——ブルジョア経済学の最高峰に達したりカードが解決しえなかつた価値と生産価格の矛盾も、またこの点と関連する——が存在する。このため、「価値理論はここでは現実的運動と一致しえず、生産上の事象的諸現象と一致しえないかに見え、したがって、これらの現象を把握することは総じて断念されねばならぬかに見える」（同上）のである。

右の難問は次の第九章で解決される。すなわち、第九章では、各特殊的生产部門内の利潤の平均率から全生産部門を通しての平均利潤率が形成され、結局資本全体の生産した剰余価値が各資本に平均的に分配されるような価格で生産物が販売される関係の説明が与えられるのである。そしてこの第十章の始めで、第九章で説明された社会的平均資本の構成をもつ生産部門の商品の価値は、その生産価格と一致し、剰余価値は利潤と一致することが確認されたの

ち、いかにして諸利潤率の一般的利潤率への均等化が行なわれるかという「本来的難問」(同上二九九頁、訳(9)二六二頁)が取扱われているのである。ところで一見すると、この問題は既に前章で解決済の問題であるかのようにみえる。だが実はそうではない。第九章では、一般的利潤率とは何であり、したがって生産価格とは何であるかは考察されたのであるが、それがどのようにして形成されるかという問題は論じられてはいなかったのである。つまり八、九章では、一般的利潤率が特殊的利潤率さらには社会の総価値に基礎づけられており、生産価格が、市場価値と異なるものであると同時に、市場価値したがって価値に基礎づけられたものである点、すなわち、生産価格とは何か(was)という課題が解明されたのたいして、十章では、生産価格がどのようにして(wie)成立するかが、したがって、そのような生産価格を成立せしめる、諸資本の競争を推進力とする、メカニズムが取扱われていたのである。「けだし、この均等化は明かに結果であり、出発点ではありえない」(同上)からである。そして、この問題に対する答が第十章の「競争による一般的利潤率の均等化」という表題のもとで与えられているのである。

それ故、マルクスは第十章での論旨を次のように始める。「生産諸部面の一部分で充用される資本は、中位的または平均的な構成、すなわち、全くまたは近似的に社会的平均資本の構成を有する。かかる部面では、生産された商品の生産価格が、貨幣で表現されたその商品の価値と、全くまたは近似的に一致する。他の仕方では、数学的極限に到達できなければ、つぎの仕方では到達できるであろう。競争が社会資本を相異なる生産部面に配分して、各部面における生産価格が、この中位的構成の部面における生産価格すなわち $K+Kp$ (費用価格、プラス、費用価格に平均利潤率を乗じたもの)にならって形成されるようになる。だが、この平均利潤率は、かの中位的構成の部面つまり利潤が剰余価値と一致する部面における百分比的に計算された利潤に他ならない。だから利潤率はすべての生産部面で同一、すなわ

ち、資本の平均構成が支配的に行われるこの中位的生産部面の利潤率に均等化されている。したがって、すべての相異なる生産部面の利潤の総額は剰余価値の総額に等しくなければならず、また、社会的総生産物の生産価格の総額はその価値の総額に等しくなければならぬ。だが明かに、構成を異にする生産諸部面間の均等化は、つねに、それらの部面を中位的構成の部面——これが社会的平均に正確に照応するか近似的にのみ照応するかをとわず——と同等にする方向に向かわねばならぬ。さらに、多かれ少かれ近似的な諸部面の間でも、観念的な・すなわち現実には現存しない、中位状態を志向する——すなわち、かかる中位状態を中心におちつく傾向のある——均等化への傾向が生ずる。だから、こうした仕方では必然的に、生産価格を価値の単に転化された形態たらしめる傾向、または利潤を剰余価値の単なる部分——といっても、各特殊の生産部面で生みだされた剰余価値に比例して分配される部分ではなく、構成の如何をとわず同等な大いさの資本分量にたいし、社会的総資本によって生みだされた剰余価値全体中の同等な大いさの前（可除部分）が帰属するように、各生産部面で充用された資本の分量に比例して分配される部分——に転化させる傾向が、支配的に行われる」（『資本論』第三卷一九七—八頁、訳⑨二六〇—一頁）。この結果「明かに平均利潤は、各生産部面における資本分量に対しその大いさに比例して分配された剰余価値の総分量以外のもではありえない」（同上九九頁、訳⑨二六二頁）。

以上のようにのべたのち、「本来的難問」は、諸利潤率の一般的利潤率への均等化はいかにして行なわれるかということであり、「けだし、この均等化は明かに結果であり、出発点ではありえない」からであるとしているのである。そこでこの点のマルクスの所説をきこう。

不等量の生きた労働を運動させる諸資本は不等量の剰余価値を生産する。この場合剰余価値率は、労働者間の競争

や、一生産部門から他の生産部門への彼らのたえざる自由な移動という条件のもとで、同一であるということが前提される。この一般的な剰余価値率は理論的前提のみならず、資本制生産様式の事実的前提である。

そこで資本集団の有機的構成の相異により、相異なる利潤率が成立することになるが、資本はより多くの利潤を求めて利潤率の低い部面から去って高い部面へ移る。この絶えざる移出入により、相異なる生産部門における平均利潤が同一となるような、したがって価値が生産価格に転化するような需給間の比率が生ずる。

さて、諸商品が単純に商品として交換される場合と、資本の生産物として交換される場合とは、「明かに二つの全く異なる事柄である」（同上二九九頁、訳(9)二六三頁）。そこで「全困難の根源は、諸商品が単純に商品としては交換されないで、資本の生産物として交換されるということにある」（同上二〇〇頁、訳(9)二六三頁）。マルクスはいう、「労働者たち自身がめいめいの生産手段を所有し、自分の商品を相互に交換しあう」（同上、訳(9)二六四頁）いわゆる単純商品生産を想定すれば、だいたい結論が出てくると。右の場合、各部門の資本構成の差異に応じて、資本制的に表現すれば、利潤率ははなはだしく相違するにもかかわらず、各生産物は資本の生産物ではないから、そのような「利潤率の相違はどうでもよい」（同上二〇二頁、訳(9)二六五頁）のである。

ところで、資本制社会では生産物は単純に商品としてではなく、資本の生産物として交換される。もし商品がその価値通りで販売されるなら同一量の資本をみると有機的構成の低い部門に投下された資本は、より高い利潤を、逆に高い生産部門に投下された資本はより低い利潤を実現する。つまり、商品と商品との現実での交換にあたって、相異なる生産部門のあらゆる商品が、その価値（マルクスは生産価格にたいして、商品の価値を現実的価値ともよんでいる）で販売されるとすると、当然相異なる生産部門では、はなはだしく相異なる利潤率が成立する。これに対し、諸商品が資

本の生産物となることにより、右の価値規定はそのままでは資本制商品に適用されない。これこそはミスが逢着した価値論上の困難であり、リカードも解決しえなかった価値と生産価格の関連という周知の難問であった。ではこの両者の関係はどのように把握すべきであろうか。

松石勝彦氏は、商品の生産価格での販売はいかにして行われるかという右の課題は、その対立物をなす価値どおりでの販売との対比のうちに、さらに一そう掘り下げられ、ふえんされているとして、生産価格での販売と価値での販売についてのマルクスの叙述にふれ、「生産価格での販売は、価値での販売を否定することを通してのみ成立しうるから、両者の対立を浮き彫りにし、困難の所在を指摘することは、課題の解決を容易にする」として、二つの販売の対立面を指摘したのち、「さて、これらの二つの販売は、対立物をなすばかりでなく、同時にまた、相互に次のような関連に立つ。『諸商品のその価値どおりの交換……は、資本主義発展の一定の高度を必要とする生産価格での交換よりもずっと低い段階を必要とする。……商品の価値を理論的にのみならず歴史的にも生産価格の先行者とみなすことは、事態適応的である』(Kapital. III. S. 202)」とマルクスを引用し、続けて、「みられるように価値と生産価格、およびこれら二つの価格による商品の交換は、理論的にも歴史的にも二つの『段階』をなし、そして『先行者』と後続者との関係に立つというのである。とすれば、両者の関連を歴史的にだけつかむとすれば、明らかに不十分であろう。いわゆるエンゲルスの『「資本論」第Ⅲ巻への補足および補遺』も『ここで問題なのは、純論的過程ばかりではなくて、また歴史的過程や思考におけるその説明的反映であり、歴史的過程の内的諸関連の追跡である』(Ibid. S. 30)とのべ、正当にも問題は『純論的過程』と『歴史的過程や思考における……反映』の両者にあることを明示し、そのうえで、マルクスの第一〇章の叙述では、『歴史的過程』については『スケッチ的輪廓を与えているにすぎない』

から、『もっと詳しく立ち入ろう』(S.31)と『補遺』・『補足』したのにすぎない。だから、『歴史的過程』を重視するあまり、それでもって『純論理的過程』に代えるとするならば、エンゲルスの『補遺』の意図を見誤まることにならうし、また第Ⅲ巻第一〇章の論理的展開を少しもみていないことになる。現に、第一〇章でのマルクスの叙述は、『歴史的過程』については、『生産手段が労働者に属する』『土地所有農民』・『手工業者』などについて簡単にふれているにすぎず、大部分『純論理的過程』を取り扱っているのである。そこで、問題は、マルクスが簡単にふれ、エンゲルスが『補遺』した『歴史的過程』を十二分にみとめたうえで、価値の生産価格への転化という『純論理的過程』をどう理解すべきか、ということにならう」として、「純論理的過程」を以下の如く説明された。

一般にある範疇が他の範疇の「理論的」な「先行者」であるというとき、「先行者」である範疇は、後続の範疇の成立過程において一定の役割を演じなければならない。さもなければ、両者の間には理論的な先行―後続関係があるとは言えず、両者は何の関連もないバラバラの「二つの全く異なる事柄」にすぎないことになる。だから、後続者の成立機構は「先行者」のそれぬきにはとうてい孝えられず、それを止揚し、一環としてふくむものとしなければならぬ。より高次の論理段階では「先行者」の成立はより高次の後続者によって止揚され、そのなかに含有せられ、その有機的一環として位置づけられ、従属的に再編成される。「転化」とはこうしたものである。価値が生産価格の「先行者」であるということは、文字どおり、価値が生産価格よりも「先行」する段階にあるということだけにとどまらず、価値についての諸条件や成立機構などが生産価格においても、特定の修正と編成がえを受けて、再現されるということである。マルクスが、これ以降において、生産価格や生産価格での交換を直接的に追求することをせず、むしろ価値そのものについて価値どおりの販売の条件をたずねたり、価値を個別的諸価値の一つの市場価値へ

の均等化として具体化したりするのも、こういった理由からである。「先行者」のより深い解明は、「先行者」と後続者とが右のような論理的関連に立つのであるから、同時に後続者のより深い解明となる（以上「生産価格と市場価値」『土地制度史学』三八号四四—四五頁）。

歴史的発展と論理的発展の關係や、『資本論』の弁証法的な向上的叙述からみて、右の松石氏の所説はこれとはことなる解釈が存在するとはいへ、正当であらう²⁴。

『資本論』の研究対象は、資本制的生産様式である。したがって、ここでは、商品の価値も、剰余価値もそのままでは現象しないし、また商品の価値とおりの交換や、市場価格が商品の価値および市場価値を中心として変動するということもない。ここでは、剰余価値ではなく、利潤（さらには利益）という範疇が、また価値および市場価値ではなく、市場価格が、現象する。だが、だからといって、商品の価値、その質の規定としての抽象的人間的労働や、その量の規定としての社会的必要労働時間、剰余価値、市場価値、生産価格などの諸範疇が無意味であるなどということではできない。なぜなら、これらの基礎的範疇を本質とし、そのうえに立って、より具体的な、現象に近い経済的諸範疇が成立しており、より具体的な現象に近い諸範疇は、より抽象的な本質的諸範疇の理解のうえに立ってのみ理解できるからである。こうした意味で、市場価値法則は、資本制社会の生産価格段階では、現象的に存在せず、それは商品生産段階の法則であるともいえよう。しかし、生産価格は市場価値の理解なくしては理解しえず、市場価値法則のより具体的展開としてのみ存在しえたのであるから、こうした意味からいえば、市場価値法則はまた資本制社会に実在する本質的法則である。

さて以上の考察により、市場価値と生産価格との関連、したがって第十章で展開された市場価値論のもつ意義およ

びその位置づけは、不十分ながら、ほぼ明らかにしえたであらう。

(24) ところでこのようにマルクスの方法にたいする正しい理解を示しながら、松石氏が市場価値の第二規定は実質上生産価格をさす、という見解を示されたのは残念であるが、マルクスの方法を無視して本質として作用するところの等価交換の法則を否定し、価値↓社会的価値↓市場価値↓市場生産価格の観点に異説を称える立場がある。たとえば前稿の注(20)で論及したように桜井毅氏は『資本論』第三巻第十章の、いわゆる市場価値論について、それは「概して、諸商品の個別的価値が、市場の競争を通して市場価値として社会的価値を規定する、いわば個別的価値の社会的価値への整約の機構を明らかにするものと考えられているのであって、その面では既にいくつかの秀れた研究がおこなわれ、発表されているのであるが、その議論の多くは、反面において、背後に価値から市場価値へ、市場価値から生産価格へという論理的移行ないしは平面的展開を、歴史的・事実的な展開に照応するものとみなして、それにほとんど何の疑問の提起をおこなうことなく承認し、そのような考え方の基礎の上に考察を加えているのである」(桜井毅「市場価値論の問題」、鈴木鴻一郎編『利潤論研究』東大出版会、一九六〇年一二月、一〇五頁)とのべ、「『資本論』第三巻の第十章が生産価格を明らかにしようとする意図ではじまっているにもかかわらず、いわゆる市場価値論といわれるものがその内容の大部分を占めている。しかも市場価格の変動の中心点として市場価値をおさえ、それを生産価格の成立を明らかにするための前提として考察していることは、明らかに等価交換を商品の生産価格での交換に先行する存在としてとらえているからに外ならない。たんに社会的労働配分が価値を基礎にしておこなわれるということばかりでなく、社会的労働配分そのものが商品の等価交換を通しておこなわれるという想定がなされている。価値規定を等価交換と不可分のものとするところに、価値から生産価格への転化が商品の交換比率の修正として理解される通俗的見地が生ずる。マルクスの方法の一面からでてくるこのような見地に立つ時、市場価値規定は生産価格の成立を説いたあとで説かれなければならないという必然性は、むしろ、そこに認めることができないのではないかと考えられる。つまり逆に、価値から生産価格への転化という考え方は、市場価値規定を生産価格成立の前提としてあらかじめ明らかにすることを要求するのではないかと思われるのである。いいかえれば、マルクスの価値通りの商品交換からはじめて資本の競争による生産価格の成立を説くという方法をとる限り価値通りの交換そのものの意義を、市場価値としてあらかじめ説かねばならない筈であり、その方がむしろ、歴史にも照応する論理というたてまえからいっても、自然であるようにみえる。しかるにマルクス自身は、第

「差額地代」と「価値」

十章を生産価格論のあとに展開していることは明白な事実なのであって、第十章をたんに市場価値論として理解したのでは、上に述べたように、納得し難いものがあると考えられるのである。問題はだから、第十章の意図をさぐることに解決を見出す外ない」（同上二三四—六頁）とのべている。

右のような理解は、「市場価値論が生産価格論のあとから説かれている」からという理由で、価値↓市場価値↓生産価格へと上向的、発展的に理解されなければならないマルクス価値論の構造を否定するものである。なるほど形式的順序としてはあとからではあるが、この場合内容的にはどうかか問題であって、内容的にみると、市場価値が生産価格のあとに説かれているという理解も誤まりである、生産価格を説明する理論的前提として、理論的内容としてはあとからではなく、市場価値が説明されているのである。もちろんマルクスの叙述が完全に推敲されたとしたら、叙述の上向的、弁証法的構成はより完成され、桜井氏のいわれるように、価値、社会的価値、市場価値、生産価格という抽象から具体への価値論の発展がよりよく叙述されたであろう。だがこの点が不十分であったとしても「市場価値規定は生産価格の成立を説いたあとで説かれなければならないという必然性」などまったくなく、そのように十章の市場価値を位置づけることはできない。氏のいわれる「あとから説かれる必然性」などないからである。生産価格論は、価値論を前提とし、そこから展開されねばならないこと、「生産価格の前提は一般的利潤率の実存であり、一般的利潤率はまた、各特殊の生産部面それぞれの利潤率がすでに同数の平均率に還元されることを前提とする。これらの特殊の利潤率はどの生産部面でも m_c に等しく、本巻第一篇で行われたように商品の価値から展開されねばならない。この展開なくしては、一般的利潤率は（したがって商品の生産価格も）没感性的で没概念的な表象たるにとどまる」（『資本論』第三卷一八二頁、訳(9)二四〇頁）こと、たとえマルクスが『資本論』の第一巻で、価値、社会的価値のより具体的範疇として市場価値論を展開しておらず、三巻十章で始めて市場価値についてのべており、その意味でたしかに市場価値論の取り扱いが、『資本論』の弁証法的、上向的構成のなかで、必ずしも納得的ではないとしても、マルクスの市場価値論は、価値↓社会的価値↓市場価値↓生産価格という論理的位置づけにおいて理解すること、これが正当なマルクス価値論の把握といえよう。

資本制的商品の価値は $c + v + m$ から構成されている。マルクスは資本制社会の研究を商品の分析から始めるのであるが、その場合彼の上向法に従い、資本制商品から資本の生産物という性格を捨象し、商品の価値の質の規定、価

値の量の規定、さらにその形態の規定から始めている。

もちろん商品は価値物として、客観的には、質、量、形態の統一において存在しており、客観的には、質、量、形態は分離して存在しえない。しかし、客観的事物を、思惟の抽象力によって、頭脳において再生産するにあたっては、客観的事物、たとえば商品⇨価値物を、質、量、形態の順で認識しなければならなかった。

ところで、マルクスは『資本論』三巻十章で、生産価格の説明のために、市場価値をとりあげ、その場合、『資本論』の始めでのように個々の商品ではなく、同一種類の商品を全体としてとりあげ、考察している。すなわちマルクスは事態を「最も容易に叙述」（『資本論』三巻二〇七頁、訳(9)二七三頁）して、さしあたり一つの生産部門の商品大量の全体を一つの商品とみて、多数の同一商品の諸価格の総額を一つの価格に合計されたものとみれば、「その場合には、個々の商品について語られたことが、いまや文字どおりに、市場にある一定生産部門の商品大量に当てはまる。商品の個別的価値は社会的価値に一致するということが、いまや、総分量はその生産に必要な社会的労働を含むという、および、この大量の価値は市場価値に等しいというところまで、現実化されている——、あるいは一步すすんで規定されている」（同上二〇七—八頁、訳(9)二七三頁）とのべ、第一巻第一章の段階における個々の商品の価値にとって妥当する諸条件が、この第三巻第十章では、ある商品種類の総額の価値にとっての諸条件として再生産されている点の指摘を行なっている。

一般に資本制社会を研究対象とする経済学（狭義）上の諸範疇は「競争」を媒介として成立するが、三巻第十章の表題の一部が「競争」となっているのは、市場価格はもちろん、市場価値および生産価格の成立が競争の結果であることのためであり、この章以前で展開された価値、社会的価値も、「競争からの抽象」として成立した範疇だからで

ある。

このことはまえにも指摘したところであるが、マルクスは、『経済学批判要綱——ノートⅥ』で「価値はそれにふくまれた労働、またはそれが生産されるのにかかった労働時間によって規定されないで、それが生産されるのにかかる労働時間または再生産のために必要な労働時間によって規定されるといふ基本法則」は「競争のうちにこそ存在する」とのべ、価値の大きさを規定する「社会的必要労働時間」という範疇も「資本それ自体の運動によって規定されたもの」である、とのべている。また「労働者相互間の競争」も「諸資本の競争の別な形態にすぎない」とのべ、自由競争が発展すればするほど資本の競争の結果成立する経済的諸規定、諸法則は純粹に成立・貫徹するのであって、「ブルジョア経済のどんな範疇でも——たとえば価値規定のような最初の範疇も——、自由競争によって、すなわち諸資本相互間の交互作用として、また資本によって規定された他のあらゆる生産関係と交易関係の交互作用として現れる資本の現実的過程によって、はじめて現実化しないものはない」(『経済学批判要綱』五四五頁、訳Ⅲ六〇一頁)のである。それ故、個別的労働時間の社会的必要労働時間への還元、個別的価値からの市場価値の成立という事態も、競争の結果成立するのであって、マルクスはこの点、「ある特別な生産部門における商品の価値は、この特別な社会的なる生産部門の商品の総量が必要とする社会的労働時間の総量によって決定される。そして、個々の商品、個別的価値、すなわち、その個々の商品のためにその特別の生産者と売手とが費した労働時間によっては決定されない」(『剰余価値学説史』第二巻第一部五七頁、訳五五頁)という事態は、「一部分は資本家相互の間の、一部分は商品の買手と資本家との、ならびに商品の買手相互の間の競争」(同上)の作用の結果である、とのべている。

そして、当面の市場価値についていえば、それは同一生産部門内の競争にほかならない。マルクスはいう。「競争

が——さしあたり——一局面でなしとげるのは、諸商品の相異なる個別的諸価値から一つの同等な市場価値および市場価格を成立させることである。しかるに相異なる諸部面における諸資本の競争は、はじめて、相異なる諸部面間の諸利潤率を同等にする生産価格を生ぜしめる。後者のためには、前者のためによりも、資本制生産様式の一そう高度な発展が必要である」(『資本論』第三卷二〇五—六頁、訳(9)二七一頁)。

ところで「市場価値を成立させるのは同一部門内の諸資本の競争だけではない」として、久留間鯨造氏は、「同一部門内の諸資本の競争、というとき、普通には、いろいろに違う個別的価値を市場価値に帰一さず競争が考えられているのですね。ところが、この市場価値への帰一は同一部門内の資本家相互間の競争だけによってもたらされるのかというと、そうではない。それには買手も役割を演じるのです。買手は商品をできるだけ安く買おうとする。売手はできるだけ高く売りたいが、自分の生産した商品はコストが高くついているのだから高く買ってくれといっても、そんなことは通用しない。同じ品質の商品であれば、買手はいちばん安く売る者から買おうとする。そこに売手と買手との間の競争がはたらく。また買手の間にも競争が行われます」(『マルクス経済学レキシコン』の栞)一号、一九六八年四月)とのべているが、このことは市場価値の成立が部門内競争によるというのは誤りだ、ということにはならない。

市場価値の成立は売手と買手との競争を前提とし、もしくは売手と買手の競争を含みながらの同一生産部門内の競争である。しかしその能動的な主役は特殊な生産部門内の生産者であり、資本家である。だから同一生産部門内の競争は市場価値を成立させる、とマルクスはしているのである。ところで、この個別的価値からの市場価値の成立は「資本論」第三卷第十章の表題にもあげられている「競争」の結果であるが、以下この点をあらためて考察してみよう。

ある商品を生産するに必要な個別的労働時間(個別的価値)からの、その商品を生産するに社会的に必要な労働時

間（社会的価値）の成立は、需給の一致を前提すれば、個別的労働時間の算術加重平均として表示することができるのであるが、このことの客観的必然性は商品生産社会における生産者たる売手と購買者たる買手との競争およびそれぞれの内部での競争などの競合的合力の結果である。この競争の結果、商品の個別的価値からの社会的価値の形成は、たえざる需給の変動、価値と価格の乖離を通じ、決して確定されえない永遠の動搖の平均、重心点として、つまり傾向的法则として、事後的に成立するものである。

そして、この商品の個別的価値から成立する社会的価値は、通常の場合その種の商品の平均価値である。マルクスは商品の価値の平均的性質について次のようにのべている。「労働時間によって規定された商品の価値は、商品の平均価値であるにすぎない。平均、それが一時代を通じての平均数値として合算してひきだされるかぎりでは、外在的抽象として現れる平均——たとえば一ポンドのコーヒーが一シリングであるというばあい、この平均は、たとえば二五年間のコーヒー価格からひきだされたものであるというように。だがこの平均は、それが同時に、商品価格が一定期間にわたって経過する変動の推進力ならびに運動原理としてみとめられるとき、きわめて現実的である。この現実性は、ひとり理論的に重要であるばかりではない——つまり、それは商人的投機の基礎となっており、投機の確率計算は、変動の中心とみなされる中位的な平均価格からも、この中心以上ないし以下の高位平均と低位平均とからも出発する」（『経済学批判要綱』五六頁、訳一五八—九頁）。

したがって各個の商品はその個別的価値をもっていると同時に社会的価値をもっている、といえるのである。このような個別的価値と社会的価値との関連に着目して、かつて小池基之氏は「個別的価値と社会的価値の同時生産」説を、山田勝次郎氏は「社会的価値Ⅱ市場価値が個々の商品の個別的価値の均等化されてゆく究極点である」という

説を、となえた（拙著『地代の理論』八四頁以降参照）のである。

そこでこの個別的価値からの社会的価値の成立における競争の果たす役割をより立入ってみるならば、(1)需給を一致させる傾向（価格が価値を中心として変動する傾向）と、(2)個別的労働時間を社会的必要労働時間に還元するという傾向、の二つに認識上では区別することができるし、区別して認識しなければならない。

まず(1)の傾向（法則）からみよう。まえにもふれたように、商品生産社会では、生産者は自分自身の計算で商品生産を行ない、社会的にいかなる質の商品がどれだけの量で要求されるかを、事前に知ることができない。そして競争は日々需給を変動させる。ではそれにもかかわらずなぜ結局は需給の一致の傾向をもたらすことができ、かつ理論的には需給の一致を前提できるのであるか。まず社会の需要では購買されえない商品はその社会的必要労働時間以下でしか販売されえない。このことは、生産者にお前は販売できない余分な生産をしているのだと感得させ——逆の場合とは逆である——かくして需給を間接的に調節する。だから、長期的、傾向的にみれば、特定商品に費される社会的労働の総量と支払能力ある社会的欲望の総量とは一致する、ということが出来る。

次に(2)の傾向（法則）であるが、(1)のような意味で需給の一致が事後的、傾向的に考えられるのであるが、そのような場合でも、ある商品の生産者の個別的労働時間はその社会的必要労働時間以上もしくは以下である。たとえば社会の支払能力ある欲望が三〇〇個のx商品を必要とし、このx商品をaは一個あたり八時間、bは一〇時間、cは一二時間で生産したとしよう。生産者a、b、cがもしx商品をその個別的労働時間で販売しようとするならば、純理論的にいうと需要はaに集中し、aの生産物は売切れ、次にbの生産物が売切れ、最後に需要はcの生産物に向けられるであろう。そこでaはかれの八時間の労働生産物を交換においてそれ以上の社会的必要労働時間の他の生産物と

交換できるし、cはaと逆の立場に立つ。この結果はどうなるか。右の競争による諸変動はa、b、cの生産者がその個別的労働時間のいかんにかかわらず、かれらの生産物を一〇時間の生産物として他商品との交換に応ずるという中心点を上下することとなる。もちろんa、b、cの各個別的労働時間それ自体も固定的ではなく、長い目でみれば生産力の発展につれ一般に短縮される傾向にあり、社会的必要労働時間も短縮の傾向をもつ。またこれに伴い需給の一致点それ自体も変化する。それ故現実では需給の一致、ある商品がその社会的必要労働時間どおりで他の商品と交換されることは偶然以外にはありえない。したがって、ある商品が社会的必要労働時間を離れて、たえず他商品と交換されているというを通じてのみ、ある商品の社会的必要労働時間は存在することができる。

以上のように、需給一致の傾向、および商品の価値の大きさを規定する社会的必要労働時間の個別的労働時間からの形成という二点は、いずれも競争の結果である。競争は右の二点を内的不可分の関係において貫徹し（現実においてこの二種の作用は不可分の運動として遂行される）、決して確定されえない事後的・傾向的法則としての価値法則を成立させる。こうして需給の一致も、個別的価値からの社会的価値の成立も、まえにも指摘した如く、それはマルクスのいわゆる「競争からの抽象 Abstraktion aus der Konkurrenz」（『剰余価値学説史』第二巻第二部一三七頁、訳一三七頁）である。エンゲルスもこの点につき、「競争の諸変動、したがってまた商品の価格の諸変動によつてのみ、価値法則が商品生産において実現され、かつ社会的に必要な労働時間による価値の決定が、一つの現実となるのである。価値の現象形態が、価格が、一般にその表示する価値とはまったくことなる様相を呈するということは、大部分の社会的諸関係とともに、価格がになつて一つの運命なのである。……交換者たる商品生産者たちの社会において、労働時間による価値決定は、競争が価格に影響をあたえるという形態をとおしてのみおこなわれうるのである」

(全集第四卷五六五—六頁、訳四七三—四頁、傍点引用者)とのべ、「競争は、交換者たる生産者たちの社会において、商品生産の価値法則を実現するものであるが、それはまさにそうすることによって——ただし一定の諸条件があつての話だが——社会的生産の可能なる唯一の秩序と可能なる唯一の組織とをつくりあげるものである、ということ。生産物の価格の下落または騰貴ということによつてのみ、孤立した商品生産者たちは、社会がどのような生産物を必要とし、しかもそれらの生産物をどれほど必要としているのかを、にが経験をあじわいながら知るのである」(同上五六六頁、訳四七四頁)とのべている。

このように、需要供給を規制するものは競争であり、競争にもとづいて成立する交換価値、価値法則にはかならず、また特定商品の個別的価値をして社会的価値たらしめるのも、同じく競争の結果なのである。「社会的欲望に対応する社会的労働の配分」も、「各個の商品はその個別的価値が如何に相異しようともその商品の現実的価値は社会的価値である」という法則の貫徹も、ともに、無数の個別的、私的交換現象の背後にあつて、この現象そのものを規制するところの法則である。すなわち、商品価格の変動を究極的に規制し、社会的欲望と、これに対応する生産物の供給を調整するものは、商品の交換価値すなわち価値であり、また一定の割合で労働の分割が貫徹される形態、それがまさにこの生産物の交換価値なのである。

ところで右の競争は、いわばさしあたり同一生産部門内の競争の認識であるが、これにたいして、生産価格の成立は、マルクスの指摘のごとく、異種生産部門間の競争の認識である。この点の認識上の区別は前提的に必要である。しかし、同一生産部門内の競争(↓市場価値の成立)と異種生産部門間の競争(↓生産価格の成立)は、現実の資本制社会では、からみ合い、区別しがたく、同時的競争として行なわれている。つまり、市場価値の成立、ついで生産価格

の成立などという段階的なものではないのだが、われわれの認識においては理論的には別個のものとして、抽象より具体へ、すなわち市場価値の成立↓生産価格の成立という順序で考察される。こうして、第九章で生産価格を解明したあとのこの第十章では、生産価格の成立の理論的前提としての市場価値の問題をマルクスは考察しているのである。現実の市場価格は市場生産価格によって規定される。この市場生産価格は異種生産部門間の競争により成立する。

しかしこの市場生産価格が成立するためには、同一生産部門内の競争による市場価値の成立が不可欠の前提をなしている。そしてこの二つの競争の間には資本にとつての境界線は存在しない。それ故、競争による個別的利潤率の一般的利潤率への均等化を問題とすにあたって、このような一般的利潤率の成立という結果が、各特殊的生产部門内の利潤の平均率の成立を理論的前提とし、この特殊の利潤率の成立は、各生産部門内における市場価値の成立を前提としていたが故に、三卷十章において市場価値論が展開されざるをえなかつたのである。もちろんマルクスにして時間的余裕があつたなら、その叙述は改善されえたということも、一つの妥当な考えではあろうが。