

2013年度政治経済学

小倉利丸*

2011年10月30日

概要

今回は、モノが商品となることによって、そのモノに付与される価値(交換価値)と使用価値についての概要を述べるとともに、商品と労働との関連についての、アウトラインについて説明する。

5 使用価値、交換価値、労働

5.1 使用価値

商品にはのちに述べる交換価値(価値)と使用価値という二つの性質をもつ。このうち「使用価値とは、

1. 「何らかの人間の欲望をみたすもの」「人間生活にとって一つの物が有用であるとき、その物は使用価値になる」
2. 「使用価値は、使用され、消費されてはじめて使用価値として現実のものとなる」
3. 使用価値は買い手にとっての使用価値である。
4. 使用価値は交換価値の「素材的な担い手」である。

市場経済では、商品交換に際して、売り手は様々な「売り込み」活動を行う。その典型は広告であるが、広告の情報が文字通りの商品の有用性を正確に提供するものといえるだろうか。購買意欲を刺激するように有用性についての「演出」を伴うのであって、その「モノ」に即した客観的な事実の提示ではない。しかも、「客観的事実」というものが提示できるのかどうかという別の問題もある。車のスペックはそのカタログに表示されているが、そのスペックを車が本当にもっているのかどうかは、カタログのデータとは別のことであり、実際に検証してみなければわからない。このような、検証を、車の持ち主でもない者に可能な範囲は限られている。むしろ、広告は、客観的な事実のための情報伝達的手段ではなく、市場にアクセスしている人々の欲望を喚起して買い手となるように仕向けることにその主眼がある。買い手を創出する手段としての広告環境によって、逆に「人間の欲望」が生み出されると言っても過言ではないだろう。したがって、「人間の欲望」もまた資本主義的な市場経済のなかで形成される側面をもっており、時代状況や社会関係が異なれば異なる「欲望」が生まれることもありうる。使用価値としてのモノの有用性は、社会環境によって構築されうるものであろう。単なる自然素材そのものを意味すると考えることはできないという点に留意する必要がある。この使用価値と広告による商品の意味形成の特殊性については、次回以降、商品の使用価値についての記号論や言語学を踏まえた分析のなかでより立ち入って検討する。

* ogura@eco.u-toyama.ac.jp 携帯 070-5553-5495

5.2 交換価値

市場経済では商品は貨幣と交換される（売買される）。商品はある価格で貨幣と交換されるわけだが、この交換の割合、つまりアンパン 1 個が 120 円とか、軽自動車 1 台 50 万円といった価格の水準はがどのようにして決まるのかについて、マルクスは商品の使用価値（買い手の欲望）によって説明することはできないとした。空腹な人にとって 120 円のアンパンは、50 万円の軽自動車よりもずっと必要度が大きい。価格と欲望の比較は、ある特定の条件を前提しなければ成り立たない。他方で、空腹であろうがなかろうが市場では 120 円でアンパンが供給されているという客観的な事実がある。この事実を、買い手の欲望の構造とは別に存在する供給を支える労働の構造として明らかにしようとしたところに、マルクスの考え方の特徴がある。以下、この労働と商品との関わりについてのマルクスの考え方を簡単に追いかけてみよう。

市場では商品と貨幣との交換だが、マルクスはとりあえず、商品相互の物々交換を想定して、交換の比率について分析する。^{*1}

交換価値は、まずは量的比率として登場する。量的比率とは、一つの種類の使用価値が他種類の使用価値と交換される割合であり、その比率は時と場所に応じてたえず変化する。だから、交換価値は偶然的で純粋に相対的なもののように見える。

上に引用の最後で「見える」と述べていることに注目しなければならない。経験的には、市場での商品の交換は様々に変動するし、売り手と買い手の主観的な感情によっても個々の取引は左右される。しかし、こうした個々の交換の変動にもかかわらず、市場は、各々の商品について、一定程度の価格水準とでも呼びうるような価格帯を生み出す。アンパンが 100 円で売られたり 150 円で売られることはあるかもしれないが、100 万円で売られるとか、自動車より高い値段がつくということは想定しがたい。マルクスが解明しようとしているのは、こうした一定の価格帯がそれぞれの商品に見出される根拠である。

一つの商品たとえば 1 クォーター^{*2}の小麦は、 x 量の靴墨や y 量の絹や z 量の金などと交換される、つまりさまざまな割合で他の商品と交換される。したがって小麦は、ただ一つの交換価値ではなくて、多様な交換価値をもつ。けれども x 量の靴墨も y 量の絹も z 量の金もともに 1 クォーターの小麦の交換価値である...

小麦の交換価値は靴墨のある量でも絹のある量でもその他の商品のある量でも表現することができる。これらの交換全体をコントロールしている社会関係はいったい何なのか？なぜこうした交換割合が形成されるのか？マルクスは、これらの交換をコントロールする事情として、これらの商品はいずれも「労働の生産物」であるという共通の性質をもっていることに着目する。

このように、商品の交換比率（価格）は、この商品の生産に投じられた労働量によって規定されるという考え方を労働価値説という。労働価値説は、経済を人間の労働に基づく人間社会に不可欠なシステムであるという社会観を前提としている。つまり、経済活動がどのような社会であっても、歴史上さまざまな社会があるとしても、人々が労働によって社会の必要なモノを生み出してきたのであれば、市場経済の商品売買もまた、労働との関わりを想定して、両者の間の関連を論じうるのではないかと、という社会観に基づいている。

^{*1} 市場経済は物々交換の経済とは違い、必ず貨幣が介在する。したがって、物々交換モデルを想定することには異論もあるが、古典派以来、簡単に交換モデルを考えるとときには物々交換モデルを用いることがある

^{*2} 重量の単位、約 12.7kg

5.3 商品に表現された労働の二重性

労働は、人間がある特定の使用価値を生産するために具体的に行使する人間の心身の能力であるという意味では具体的な行為だが、他方で、労働は「時間の労働」というように、時間の継続で量るような量的な行為でもある。たとえば、アンパンを生産するには、小豆からアンを作るのに a 時間、パン生地を作るのに b 時間、これらを足すと a+b 時間というような加算によってアンパンの生産に必要な労働量を計測する。マルクスは、こうした時間によって計量可能な労働の側面を「抽象的人間労働」と呼び、この意味での労働の大きさが交換価値の大きさを規定すると論じる。

5.3.1 具体的有用労働

商品は使用価値と交換価値（価値）という二つの要因をもつと同時に、この商品を生産する労働についても、使用価値を生産する具体的有用労働と価値の大きさを規定する抽象的人間労働という二つの側面をもつことになる。

商品交換は、様々な具体的有用労働からなる様々な使用価値をもつ商品を相互に交換しあうことである。この有用労働という側面に着目したとき、次のような社会関係が前提されていなければならないことがわかる。

1. 社会的な分業が存在すること。
2. 生産者たちが自立的に互いに独立していること。
3. 有用労働という側面では「労働はあらゆる社会形態から独立した人間の生存条件であり、人間と自然とのあいだでの素材のやりとりであり、つまり人間生活を媒介するための永遠の自然必然性である。」
4. 労働が使用価値を生み出す唯一の源泉ではない。「人間はたえず自然諸力によって援助される」

労働の有用性が様々な商品を形成するという意味で、労働は市場経済を維持する上で欠かせない。しかし、労働だけで使用価値を生み出すことはできない。「自然」が果たす役割が欠かせない。そもそも人間は自然の中で生きてきた存在であり、自然から切り離された生きてゆくことはできない。

5.3.2 抽象的人間労働

人間の労働という行為は、社会の必要に応じて、ある人々の労働は a という商品の生産のために、別の人々は b という商品の生産のために用いられる。人々の労働行為は、一生にわたって同じ行為に固定されているわけではないし、一日のなかでも種々の労働をあれこれこなす。a のための労働と b のための労働は「質的に異なる労働」だといえるが、同時に「二つの異なる労働様式が同じ個人の労働の変容」でもある。労働という行為は、労働する個人にとっては具体的なあれこれの労働として実感され、経験されるが、社会的にこうしたあれこれの労働を評価し、需要に応じて生産を調整し、労働の社会的な配分を調整する場合などでは、様々な労働は「労働時間」として評価される。

我々の資本主義社会では、労働需要の方向が変わるに応じて、人間労働の特定の割合が、あるときは裁縫労働の形態で、あるときは織布労働の形態で提供される。このような労働の形態変化は摩擦なしではおこなわれないかもしれないが、それでもおこなわれざるをえない。生産活動の規定性を、したがって労働の有用な性格を無視するなら、労働に残るものといえば、それが人間労働の支出であるという事実だけである。裁縫労働と織布労働は、質的に異なる生産活動であるとはいえ、どちらも人間の脳髓・

筋肉・神経・手等々の生産的支出である。この意味でともに人間の労働なのである。それらは人間の労働力を支出する二つの異なる形態であるにすぎない。(略)商品の価値は人間労働自体を、すなわち人間労働一般の支出を表現している。(略)人間の労働は、ふつうの人間なら誰でも特別の発達を経ることなく自分の肉体的な有機組織のなかに平均的にもっている単純な労働の支出である。単純な平均労働そのものは、たしかに国や文化段階の違いによってその性格を変えるが、現にある一つの社会では一定している。複雑になった労働は相乗された、あるいは倍加された単純労働にすぎない。

5.4 なぜ「労働」にこだわるのか

市場経済で取引される商品の交換価値(価値)の大きさが、この商品を生産するために投じられた労働量によって規定されるという考え方は、経済学のなかで合意がとれた主張ではない。古典派経済学では、商品の価値と労働の関連は次のように論じられていた。

1. アダム・スミス 「あらゆる物の真実価格、すなわちあらゆる物がそれを獲得しようとする者に真に値するのは、それを獲得するための骨折りと煩苦である。」「労働は、すべてのものに対して支払われた最初の価格-本来の購買貨幣であった」(『国富論』)
2. デヴィッド・リカード 「欲望の対象物たる財貨の遙に最大の部分は、労働によって得られる」「物の交換価値について論じる際には、我々は常に、人間の勤労の発揮によって分量を増減することができ、かつその生産には競争が際限なく働くよな物のみを意味する」(『経済学及び課税の原理』)
3. レオン・ワルラス 「利用でき量が限られている物は、価値があり交換されうる。希少な物が一度専有されると(そして希少なもののみが専有され、また専有される物はすべて希少である)これらすべての物の間に一つの関係が成立する。」「(『純粹経済学要論』)

最初の二人は古典派に属する。ワルラスは19世紀末の限界効用学派である。ワルラスになると交換を規定する関係のなかに労働が積極的な要素としては入ってこない。古典派やマルクスは、経済を人間の労働に基づくものという社会観を採用したが、限界効用学派は、物が消費者(買い手)にとって希少であるかどうかという観点を重視する社会観に基づいているといえよう。

5.5 労働価値説についてのよくある「誤解」

労働価値説では、商品の生産に投下された労働時間の大小によって、商品の価値(交換価値)の大小が規定されると主張するが、もし、そうであれば、同じ商品の生産であっても、なるべくサボってゆっくりと時間をかけて働いた方が労働時間は長くなり、商品の価値も高くなるのだろうか?あるいは、生産性の低い技術を使った方が生産性が高く短時間で生産ができるような技術を使って商品を生産するよりも商品の価値は高くなるのか?こうした個々の労働者のモチベーションや資質、あるいは技術の差異がストレートに商品の価値に反映するわけではない。

個々の労働力が社会的にみて平均的な労働力の性格をもち、そのような社会的平均労働力として活動し、したがってひとつの商品を生産する場合にも平均的な、または社会的に必要な労働時間だけを費やすかぎりにおいては、これらの個人的な労働力のいずれも、他の労働力と同じ人間の労働力である。社会的に必要な労働時間とは、社会的に正常な現在の生産条件、および社会的平均度をもつ熟練と労働強

度をもってなんらかの使用価値を創出するために要求される労働時間のことである。

商品の価値は、その社会における平均的な労働や技術によって決まるのであって、個々のさまざまな差異をそのまま反映しない。

また、どのような労働も具体的な労働という側面をもつから、労働の困難さや熟練の必要などについても様々である。したがって、a という労働の 1 時間と b という労働の 1 時間が常に等しい抽象的人間労働として等値できるとは限らない。同一の労働時間であっても、複雑な労働は単純労働よりもより多くの労働量となる、ということが一般には言える。

このように、個々の様々な事例を念頭に置いた場合に、労働価値説をどのように具体例に適用可能なのかについて説明することは必ずしも容易ではない。労働価値説は、統計データから労働時間を割り出して集計するといった手法でその理論的妥当性が証明できるような理論かどうかについても諸説がある。

5.6 マルクスの商品分析で欠落している問題

マルクスの商品分析は、古典派経済学を継承して、二つの前提を置いている。ひとつは、商品の使用価値は、自明なものであるということ、二つめには、商品の生産には労働が必要であるということ、である。このうち労働については『資本論』の第一巻全体を通じて非常に詳細な検討が加えられ、労働と資本の利潤との関係について、重要な問題提起（剰余価値説）を提起した。他方で、使用価値については、ほとんど立ち入った検討を加えていない。しかし、「水」すら商品となる現代の資本主義における商品のありかたを論じるためには、この自明なものこそむしろ検討に値する問題をはらんでいるとみるべきなのだ。なぜ「水」すら商品になりえたのか？市場に出せば売れるというわけではない。そこにはペットボトルの水を需要する幾つもの条件があり、こうした条件を生み出す、商品を供給する側の意図や資本主義というシステムそれ自身の問題もある。この点を次回は述べる。

5.6.1 補論：＜労働力＞と土地の商品化

資本主義的な市場経済が他の社会や歴史的に資本主義よりも前の時代の市場経済と決定的に異なるのは、＜労働力＞^{*3}と土地が商品として売買可能になったことである。

とくに＜労働力＞の商品化が市場経済にもたらす影響は大きい。＜労働力＞商品化とは、＜労働力＞を売って得た代金（賃金）で生計をたてることで、現代の大半の人々の労働の基本的な形態である。賃金で生活することは、生活必需品が市場で供給されることが前提される。同時に、租税も賦役労働や現物によるのではなく、貨幣での支払いとなるので、貨幣所得が大前提をなす。したがって、＜労働力＞商品化によって、一挙に市場経済が社会全体に広がるきっかけを与えることになる。＜労働力＞は人間の労働能力を労働市場を通じて資本に販売するという極めて特異な商品である。この特殊性については後に論じることになる。

^{*3} 労働力ではなく＜労働力＞というように括弧を付して表示するには理由がある。労働力とは人間の労働することができる心身の能力のことだが、この労働の能力をどの程度発揮するのかは、労働者の労働意欲や労働を強制する外的な環境—機械のスピードなど—に依存する。労働能力を常に 100 パーセント発揮するとは限らないところが労働力の特徴でもある。＜労働力＞とは労働力の発揮度の可変性を含意した表記である。