

5. 貨幣 (1) —— 貨幣の発生

- 5.1 商品からの貨幣の発生
- 5.2 第一段階：値札という観点から見た貨幣の発生
 - 5.1.1 最もシンプルなタイプ（個別的等価物の成立）
 - 5.1.2 一般的なタイプ（一般的等価物の成立）
 - 5.1.3 貨幣タイプ
- 5.3 第二段階：ゲンナマという観点から見た貨幣の発生

今回の課題

- 貨幣がどのようにして成立しているかを明らかにする
- 貨幣とは何かを明らかにする
- 貨幣のパワーを明らかにする

キーワード

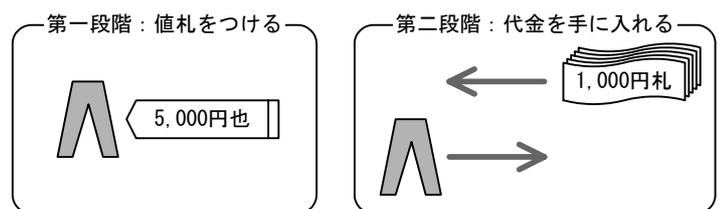
貨幣，直接的交換可能性，等価物，一般的等価物，価格

5.1 商品からの貨幣の発生

最初に，日々の日常で商品が売られるところを具体的に思い浮かべてみよう。

1. 最初に先ず，商品に値札がつく。この値札は一定量のお金である。ここで，既にお金が売り手の頭の中で（観念的に）登場している。商品の運動にそくして言うと，商品が観念的に貨幣になる。
2. その後でお金と引き換えに商品が売り手の手もとを離れて買い手のものになる。ここで，お金は売り手の手の中にゲンナマとして（実在的に）入ってくる。商品の運動にそくして言うと，商品が実在的に貨幣になる。

図 1 貨幣が登場する二つの段階



このように，日々の日常の商品売買において商品が売られる——商品が貨幣の姿になる——プロセスには二段階がある。だから，貨幣の成立も，この二段階に分けて考察することしよう。

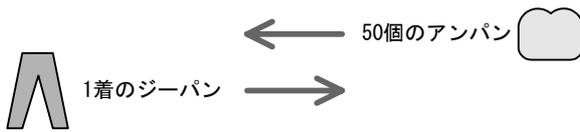
5.2 第一段階：値札という観点から見た貨幣の発生

まず最初に，商品に値札をつけるという観点から貨幣の発生を考察しよう。われわれは既に“価値とは何か”ということを知っている。いまや，“価値はどのようにして表現されるのか”ということ考察しなければならない。

5.1.1 最もシンプルなタイプ（個別的等価物の成立）

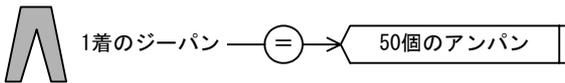
まず，1個のジーパンと50個のアンパンとの交換関係を考えてみよう。

図 2 交換関係



この交換が成立するためには、その前に、ジーパンの所持者は自分のジーパン 1 着の価値をアンパン 50 個で表し（50 個のアンパンをいわば“値札”にし）、逆にアンパンの所持者は自分のアンパン 50 個の価値をジーパン 1 着で表し（1 着のジーパンをいわば“値札”にし）ていたはずである。このように、商品の価値が別の商品で表されることを価値表現と言う。ここでは、ジーパンの側から事柄を考察してみよう。そうすると、ジーパンの側では、“1 着のジーパンは 50 個のアンパンに値する”という価値表現が成立していたことになる。要するに、1 着のジーパンは 50 個のアンパンという“値札”をつけていたのである。

図 3 最もシンプルな価値表現



この段階では、まだ交換が行われていない以上、ジーパン所持者の手元にあるのはジーパンであって、アンパンは“値札”としてしかない——あるいはジーパン所持者の頭の中にしかない——わけである。

この価値表現において、左辺のジーパンの地位と右辺のアンパンの地位とはずいぶん違う。価値が表現されているのは 1 着のジーパンの方である。これにたいして、50 個のアンパンはジーパンにとって**等価物**——すなわち、“価値が等しいもの”——である。ただし、50 個のアンパンが等価物であるのは、ジーパンにとってだけのことである。そこで、このような二商品の関係における等価物を個別等価物と呼んでおこう。

等価物である 50 個のアンパンの方は、1 着のジーパンとなら、いますぐただちに交換できる。この“いますぐただちに交換できる”という性質のことを“直接的交換可能性”と言う。アンパンの所持者の方が“ジーパンが欲しい”という欲求をもっていなければ、交

換は不可能である。

これにたいして、1 着のジーパンの方は直接的交換可能性の地位にはない。つまり、（1 着のジーパンと 50 個のアンパンとで価値が同じであっても）50 個のアンパンと“いますぐただちに交換できる”ということにはならない。ここから交換が成立するかどうかは、もっぱらアンパンの方にイニシアチブがあるわけだ。

すでにみたように、市場社会においては、商品は人格と人格とを接着させるグローバルなパワーをもっていた。価値表現の中では、商品のこのパワーは、どの商品でも同じようにもっているのではないことになる。すなわち、左辺の方にある商品、つまりジーパンは必ずしもアンパンと交換できるとはかぎらないが、右辺（＝等価物）の方にある商品、つまりアンパンはジーパンとなら必ずや“いますぐただちに交換できる”わけである。つまり交換関係という社会関係を形成するパワーをもっているのはアンパン（＝等価物）の方なのである。とは言っても、アンパン（＝等価物）がそのようなパワーをもっているのは、ジーパンがそれで価値表現しているからでしかない。だから、実際には、アンパン（＝等価物）のパワーは、ジーパンからもらったものでしかないのである。実際にまた、ジーパンの方でこの価値表現をやめてしまえば、アンパンはただちにこのパワーを失うわけだ。

この場合には、50 個のアンパンが“いますぐただちに交換できる”のはジーパンに対してだけのことである。つまり、個別等価物は、ただ特定の商品に対してだけ直接的交換可能性の形態にあるわけだ。したがってまた、アンパンがパワーをもらったのも、ジーパンからだけである。

このような最もシンプルなタイプの価値表現では、はっきりするのは、ジーパンとアンパンとの交換比率だけである。ジーパンとフライパンとの交換比率はさっぱりわからない。個別等価物は、いわば貨幣の赤ちゃんである。

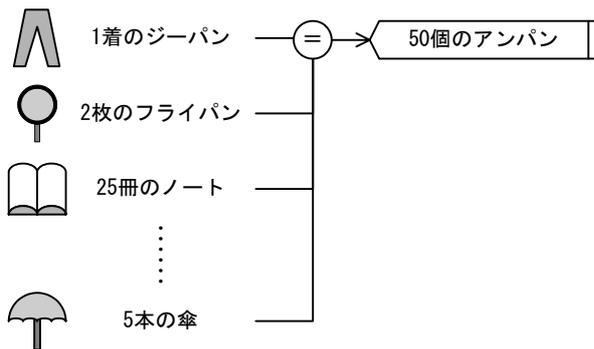
5.1.2 一般的なタイプ（一般的等価物の成立）

もし最もシンプルなタイプの価値表現の後で、これから 1 着のジーパンと 50 個のアンパンとの物々交換が

行われるとしたら、おなじような価値表現がアンパンの側でも行われていたのだ、ということになるだろう。だが、ここでは、ひとまず交換のことは無視して、この価値表現を純粹に考察することによって、価値表現そのものの発展を見ていこう。そうすると、価値表現の行き着く先は以下のようなものになる。

左辺の方には市場にあるすべての商品種類が現れて、右辺（等価物）の方にはただ 1 種類の商品種類だけが現れるというタイプである。

図 4 一般的なタイプの価値表現



いまでは、右辺にあるアンパンですべての商品の価値が表現されている。このように、すべての商品にとって等価物になっている場合に、それを**一般的等価物**と呼ぶ。

ここで、ついに全商品の交換比率がはっきりするようになる。すべての商品の価値がアンパンの量で表現されているのだから、あとはアンパンを介して、相互の価値比較が可能になっている。たとえば、1 着のジーンズの価値も 2 枚のフライパンの価値も同じく 50 個のアンパンに等しいのだから、このことを介して、1 着のジーンズの価値と 2 枚のフライパンの価値とが等しいことになる。

右辺の商品で自分の価値を表現しているのは左辺の商品群の方だが、力を持っているのは右辺の商品の方である。いや、左辺の商品の数が多ければ多いほど、それだけますます右辺の商品は力を持つことになる。いまや、一般的等価物は、どの商品とも“いますぐただちに交換できる”ようになっている。

一般的等価物になると、貨幣まであと一步のところまできている。問題なのは、一般的等価物はどれでもいいということだけである。すなわち、上の例では一般的等価物はアンパンだったが、べつにジーンズでもいいしフライパンでもいいしノートでも（……以下略）。

3.1.3 貨幣タイプ

形の上では、貨幣タイプは一般的なタイプと変わらない。問題は、等価物が一つの商品に固定されているという点だけにある。一般的なタイプの場合には、等価物はたった一つではあったが、しかしその“たった一つ”はなんでもよかったのである。ここで、貨幣を定義することができるようになる。——“貨幣 (money) とは、一般的等価物の地位に固定された物のことである”。

われわれが既に見たように、人格は商品を通じてグローバルな関係を結んだ。つまり、商品はグローバルなものであった。いまや、貨幣は（それ以下の価格をもつものであれば）なんでも、“いますぐただちに交換できる”。いまや、貨幣こそがグローバルな関係を形成するパワーをもっている。そもそも商品には、そういうパワーがあったはずである。ところが、いまや、貨幣が登場すると、そういうパワーは貨幣の方に移しかえられてしまうのである。

つまり、なんでも交換可能であるということは、貨幣所持者はどの商品所持者とも貨幣を通じて社会関係を結ぶことができるということの意味する。それでは、商品所持者の方はどうかと言うと、商品が必ず売れる（貨幣と交換される）とはかぎらない。このことは、商品所持者は必ずしも貨幣所持者と社会関係を結ぶことができるとは限らないということの意味する。だから、商品のグローバルな性格を体現するのは商品ではなく、貨幣なのである。

貨幣が成立すると、個々の商品の価値表現は、あの最もシンプルなタイプになる。ただし、等価物の位置（右辺）には、もはや、特定の商品である貨幣——この例では金——しか現れないようになっている。これがわれわれが日常目にしている価格である。

5.3 第二段階：ゲンナマという観点から見た貨幣の発生

次に、商品はゲンナマと引き換えに手放されるという観点から、貨幣の発生を考察しよう。すでに見たように、商品所持者と商品所持者とは、商品の交換過程で向かい合う。「4. 商品」では、われわれは、貨幣がなくても商品どうしの交換がスムーズに進むと仮定していた。だが、すぐにわかるとおり、社会的なレベルでは、これはほとんどありえない仮定である。

たとえば、いま、ジーパン生産者、アンパン生産者、フライパン生産者という、たった3人の構成メンバーからなる市場社会をイメージしてみよう。さらに、旧価値(旧労働)はないものとした上で、次の仮定をおこう。

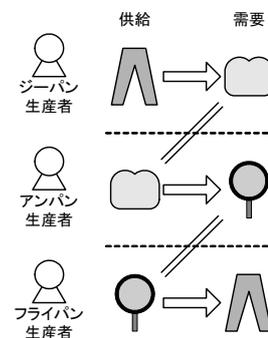
- 総供給：ジーパン生産者は5時間でジーパン1着を生産することができ、アンパン生産者は0.1時間でアンパン1個を生産することができ、フライパン生産者は2.5時間でフライパン1枚を生産することができる。ジーパン生産者もアンパン生産者もフライパン生産者も1日5時間、労働する。したがって、ジーパン生産者は1日にジーパン1着を生産し、アンパン生産者は1日にアンパン50個を生産することができ、フライパン生産者は1日にフライパン2枚を生産することができる。
- 総需要：ジーパン生産者はアンパン50個を欲求し、アンパン生産者はフライパン2枚を欲求し、フライパン生産者はジーパン1着を欲求している。

実に都合がいいこの仮定のもとでは、総需要と総供給とは、物量で見ても価値量で見ても完全に一致している。しかも、ジーパン生産者はなにもタダでアンパン50個をよこせなどと子供じみたことを言っているのではなく、アンパン50個と同じく5時間分の価値をもつジーパン1着と引き換えに、等価交換で、どちらも損することなく、アンパン50個を手に入れようとしている。同じことは、アンパン生産者、フライパン生産者にも言える。しかし、それにもかかわらず、ちょうど三すくみのような状態になってしまい、まったく交換が行

われないわけである。

- ジーパン生産者は、ジーパン1着と引き換えに、アンパン50個が欲しいが、フライパンは要らない。
- アンパン生産者は、アンパン50個と引き換えに、フライパン2枚が欲しいが、ジーパンは要らない。
- フライパン生産者は、フライパン2枚と引き換えに、ジーパン1着が欲しいが、アンパンは要らない。

図5 交換が全然成立しない状態



もちろん、これが市場社会でなければ、たとえば、独裁者が無理やりにジーパン生産者からジーパンを取り上げてフライパン生産者に分配する、などといったことも可能であろう。しかし、そんなのはもはや商品交換ではない。

構成メンバーがたった3人しかいなくてもこういうことが起こるわけだから、構成メンバーが多ければ多いほど、ますます全般的な交換が困難になるわけである。

商品には“他人にとって有用なもの”と“価値をもつもの”という二つの要因があった。“他人にとって有用なもの”である以上、その所持者の手からそれを欲求する者の手に移り、持ち手を換えなければならない。しかもまた、“価値をもつもの”である以上、その所持者が欲求する等価の商品に姿を換えなければならない。

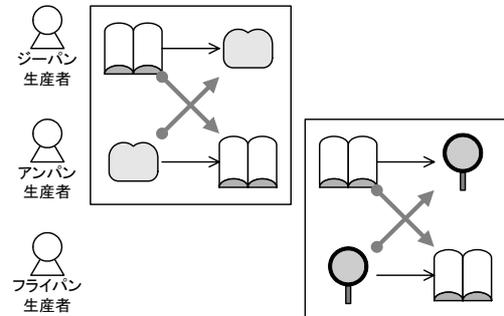
上例で言うと、アンパン 50 個は、アンパン生産者の手から、それを欲求するジーパン生産者の手に移っていかなければならない。しかもまた、アンパン 50 個は、アンパン生産者が欲求する等価のフライパン 2 枚と引き換えに譲渡され、こうして同じ価値がアンパンの姿からフライパンの姿に換わらなければならない。

この問題を解決するためには、商品所持者たちが交換過程で行う共同行為によって、なんらかの商品が一般的等価物として排除されざるをえないのである。一般的等価物が成立すると、“その所持者の手からそれを欲求する者の手に移る”という契機と“その所持者が欲求する等価の商品に姿を換える”という契機とを分けることができる。

たとえば、ノートが一般的等価物になったと仮定しよう。そして、アンパン生産者に視点を固定しよう。そうすれば、まず、アンパン生産者はジーパン生産者に等価のノートと引き換えにアンパン

を譲渡し、こうしてアンパンに対する社会的欲求を充たし、次に、今度はこうして手に入れたノートと引き換えに等価のフライパンを入手し、こうして自分自身の欲求を満たすことができるようになる。

図 6 交換が可能になった状態



こうして、一般的等価物が実際に成立する。さらに、この同じ過程——交換過程——が繰り返されるうちに、一般的等価物がある特定の商品に固定され、こうして貨幣が成立するわけである。