

## 社会福祉サービスの商品化における「商品」の意味

末 崎 栄 司

### 〔抄 録〕

社会福祉サービス（対人福祉サービス）の商品化には大きな問題点をはらんでいるように思う。この大きな問題点を探るにあたって、まず、大切なことはこの商品化における「商品」とは如何なる意味を有するのかということを決きほぐすことが重要になってくると考えられるのである。その「商品」の意味を決きほぐし、それを手がかりとすることによって、この「商品化」の大きな問題点が明らかになるにちがいないからである。つまり、「商品」そのものの分析を行うと、商品の価値が貨幣へと転化し、そして、その貨幣が剰余価値（価値増殖）を発生させ、その生じてきた剰余価値が資本に転化され、その資本が今以上に極大化し、資本蓄積が拡大化されていくことになる。すなわち、社会福祉サービス（対人福祉サービス）の商品化とは資本蓄積の極大化を可能にさせるという問題をはらんでいることになる。

キーワード：商品，貨幣，使用価値，価値（交換価値），剰余価値（価値増殖）

### 1. はじめに

今日、非貨幣的ニーズの顕在化の中で、そのニーズを充足するために対人福祉サービス（社会福祉サービス）が大きくクローズアップされてきている。そして、その上にこの対人福祉サービス（社会福祉サービス）を商品化していこうとする動きが、日増しに段々と強くなっていくようにも見受けられる。しかし、この商品化の動きが強くなることに関しては大きな問題点が潜んでいるように思うのである。その商品化の推進に関わる大きな問題点を探るにあたって、まず、大切なことはこの商品化における「商品」とは如何なる意味を有するのかということを決きほぐすことが重要になってくると考えられるのである。その「商品」の意味を決きほぐし、それを手がかりとすることによって、この「商品化」の大きな問題点が明らかになるにちがいないからである。その「商品」というものが有する意味や性格、さらには特質といったものを分析し、その分析を手がかりとしながら、この社会福祉サービス（対人福祉サービス）の商品化がもつ本質をえぐり出すことができ、それを通してこの商品化がもつ大きな問題点を

探求していくことが可能になると思うのである。そこで、まず、手始めにこの小論では「商品」が有する意味や性格などについて考察を進めていきたいと思う。

## 2. 商品分析

さて、周知のとおり生産力の発展により、労働（生産）の個人化が起こり、社会的共同労働が私的個人的労働へと転換して、そのことによって社会的分業と生産手段の私的所有とが進んでいく。その結果として従来の生産手段の社会的共有と私的個人的労働（労働の個人化）との間に矛盾的对立が表面化し、この矛盾的对立の解決策として、この私的生産（私的個人的労働＝労働の個人化）に上手く対応できるようにするため、今までの生産手段の社会的共有が私的所有化へと変化・転換されなければならない状況へと追いやられ、ついには私的生産に照応するような生産手段の私的所有が生まれてくることになる。ここから社会的分業を前提条件としながら、生産物の必然的な社会的交換が起こり、その生産物は単に人間的（個人的）な欲求を充足する生産物ではなくて、それが相互に社会的交換されることによって社会の恒久的存続をはかるために不可欠な再生産過程の必然的な作用（働き）を分担する商品となり、今や生産される物財は、単なる物一般ではなく、商品を商品として認めざるを得ない独自で特定の社会的性格を背負った物（物財）に転化するのである。

換言すれば、この商品とは単なる人間の欲求を充たしうる物財に止まるのではなく、まさに、相互に社会的交換されなければならないという性格と必然的に背負わされた社会的な性質をもつ物財に変化をとげるのである。だから、そういう点から考えると、商品とは、自然的な色彩を浴びた物財の姿をとって表れる社会関係（生産関係）であり、あるいは、その意味では社会そのものであるとも言える。けれども、その社会とは社会一般を指すのではなく、物財が商品として社会的に生産されなければならないような特殊化された社会なのである。すなわち、端的に言うならば、この商品においては、商品生産に不可欠であって独自で特有な生産関係（社会関係）が、生産された物財の中に含まれている自然的な属性とは何の関係性もなく、ある一つの社会的な具体的事象となって表れているのである。だから、そうした商品生産に不可欠であって独自で特有な生産関係（社会関係）すべてを投げ入れ、すり込んで固めた物こそが、商品そのものにほかならない。そこから、この商品の奥深くを分析し探究することによって、我々人間は商品生産社会（資本主義社会）の奥底に潜む内部的構造、さらには、その構造の内部的必然性なるものを認識把握することができるであろう。

しかし、この商品分析は自然物としての商品を対象として分析するのではなく、自明の理のように社会的な生産物としての商品、すなわち、生産関係（社会関係）すべてを練って凝縮し固めた商品を対象とし分析を行うのであるから、自然科学のような化学実験や試験管などはあまり役立たないことになる。だから、そこでは科学的な抽象力によって、我々人間は全体的関

連性のもとにおける事物（事象）の内在的本質を最も単純で抽象的な、そして、同時に最も包括的な関係にまでさかのぼり考察を進めていかなければならない。さらに、そこで、その内在的本質の一般的範疇を正しく認識理解した上で、その本質をより現実的な種々なる関係へと具現化し適用をはかることによって、多くの偶然的・偶発的な要素を多く包含しながら複雑に絡み合った現実的社会の内部構造を理論的・論理的に掴むことへと前進しなければならない。

商品生産は、資本主義社会のもとで最も一般的となり支配的なものとなり、この資本主義社会の発展法則（社会＝経済法則）を解明するために、まず、我々がしなければならないことは、この商品というものを正しく捉え掴んでいくことが大切であると言うことである。ここに言う商品とは、商品一般のことである。商品には単純商品と資本主義的商品とがあり、この前者の単純商品とは、商品生産者が自分自身で生産手段を所持し、かつ、自らの労働力を使って生産を行う場合、その人自身は生産を行うための全ての構成要素の所有者として、自分の労働力を投入し費やして作られた商品そのものをも自分自身の所有物として、これを交換することが可能となる。このような商品は単純商品と呼ばれ、資本主義的商品とは異なるものとして捉えられる。それでは、この資本主義的商品とは、一体、如何なるものであるのかという点について解き明かすためには、まず、資本そのものが如何なるものであるのかを正しく理解することによってはじめて分かることになる。しかし、ここで簡単に述べておくと、商品生産が一般化していくにつれて労働力そのものまでもが商品化され、直接生産者（労働者）が生産手段を所持しないで労働力だけを所持するという社会的条件のもとで生産される商品だと言えよう。ここで、取り上げて考察しようとする商品とは、そうした両者の商品を区別する以前の商品一般であり、この商品一般を分析していきたい。

### 3. 商品における二種類の価値

商品とは自然的な物財であるという一側面と、同時に、他面、社会的な物財であるという性格を持つ。ということは、商品は自然的な物財であるという一側面からは、人間自身のある一定の欲求を充足するところの労働の生産物であると言える。それと同時に、他面、商品は社会的な物財であるという性格を持つものであるがゆえに、それは単に労働の生産物ではなく、そこから必然的に他のものと交換されなければならないという宿命をやどすところの、ある一定の生産関係（社会関係）を体現したものであると言える。なぜなら、人間自身の欲求を充足するための労働の生産物そのものが、その固有の目的を達成させるためには、何よりもまず、社会的交換という社会関係（生産関係）に媒介されなければならないからである。このように労働の生産物を商品として商品たらしめる社会関係（生産関係）が、社会的分業と、そして、生産手段とその労働生産物との私的所有にほかならないことになる。

ここで重要なことは資本主義的な生産関係の本質そのものが最も端的で単純な、そして、最

も抽象的な形で表れたものこそが商品にはかならない。だから、商品なる概念を、まず、正しく捉え、この商品を最も抽象的な範疇から、より具体的な範疇へと論理の展開を進めていかなければならない。そして、付け加えておかなば、社会科学としての狭義の経済学とは資本主義の生産関係に隠された秘密を解き明かすことが大きな任務だと言える。

そこで、まず、この商品なるものが如何なるものなのかを正しく捉えることが必要となる。商品とは、一方から見てみると、ある一つの自然的な物財として、人間自身が持つある一定の欲求を充足する有用性（能力）、すなわち、使用価値を持っているのである。その点から考えると、商品とは使用価値という一つの側面を持つものであると言える。だから、財（富）とは、全てこうした使用価値を内容として持つものである。また、同時に、他方から商品を見てみると、一つの社会的な物財としての価値を有している。繰り返しになるが、商品は社会的に交換されなければならない。社会的に交換されないものは、商品ではありえず、商品としての存在意義はない。

そこから、商品は社会的に交換されなければならないという社会的性格を運命的に有しているのである。この点から考えると、商品そのものは交換価値を必然的に有しているということが言えるのであって、そこから、端的に指摘するならば、商品とは交換価値だと言えるということである。この商品の交換価値というものは、商品に宿る価値が、商品の交換過程の中で出現してくる姿（価値）である。換言すれば、交換価値とは、要するに肉眼では見えない社会的本質である価値そのものが、実際に肉眼で見える姿となって表面化した現象形態であると言える。

けれども、こうした商品の価値についての説明では観念的で抽象的な解説であって、その価値の真の姿、つまり、真の本質を掴んだことにはならないであろう。このことが明確にならなければ、商品の本質がはつきりせず、そこから資本の本質も明らかにならず、行きつくところ資本主義社会の発展法則（社会＝経済法則）も解き明かされないことになってしまう。なぜなら、今、ここで考えている商品とは、単に一般的で常識的な存在や事実として経験的に捉えられる商品では明らかになく、この資本主義社会に内在的に存する本質的な根本的關係、すなわち、社会関係（生産関係）の最も一般的で抽象的な概念として捉えられたものこそが商品だからである。そこで、商品における価値の本質とは、一体、何かという疑問がわいてくるであろう。この点を次に見ていきたい。

それでは、そもそも価値とは、一体、如何なるものなのであろうか。すなわち、これは価値の正体（本質）とは、一体、何なのかという疑問である。価値とは、ある一定の社会関係、つまり、人間と人間とが相互に織りなす人間関係を表現していると言える。それでは、そのような社会関係は、具体的には何によって表されているのであろうか。もっと突っ込んで考えてみると、その社会関係を表している正体（本質）とは、一体、何かということである。それが価値の実体とは何かということになる。つまり、手短かに言えば、価値の正体とは労働なのである。

もっと正しく言うならば人間の労働，あるいは，抽象的労働だと言うことになる。この点をもっと少し具体的に見てみよう。

例えば，我々人間は経験的で体験的な事実に基づいて，農民や菓子職人などが行うそれぞれの具体的労働は，農民ならば米や野菜といった人間のある一定の欲求を充たす使用価値を作り，菓子職人ならばお菓子やケーキといった使用価値を作るという具合に，それぞれの具体的労働は，それぞれ違った使用価値を作ることになるということが理解できる。ところが，交換される商品同士（商品相互）の量を決定する標準（基準）となる労働，すなわち，単位となる単純労働が作り出すものは，価値（商品価値）である。この価値の大きさが単位としての単純労働（単位労働）の大きさ，すなわち，この単純労働に費やされた労働時間の長さによって決定されることになる。それによって商品の等価での社会的な交換が行われるのであり，価値（商品価値）はこの交換の過程を通して，はじめて交換価値として表れてくるのである。

つまり，ここで述べたような交換される商品相互の量を決定する標準（単位）となる労働，すなわち，もっと具体的に言うならば，一つの共通な単一性を持つ労働こそが，商品価値（価値）を作るところの労働となる。この労働とは，かの人間のある一定の欲求を充たす使用価値を作り出す具体的労働（有用的労働）に対して，抽象的労働（人間の労働）というものになる。そして，この抽象的労働とは，ある特定の使用価値を作り出すところの有用性という性格を捨象した労働一般として捉えられていることになる。

だから，商品を生産する労働は，人間のある一定の欲求を充足する使用価値を作る具体的労働と価値を作る抽象的労働（人間の労働）との統一体である。そして，一定の商品を生産する労働は，その商品を作る特定の作業としての具体的労働と，他の商品と交換されることによって一定の交換価値として表れるところの価値を作り出す共通的で標準的な抽象的労働（人間の労働）との統一体だと言うことである。すなわち，一定の商品を生産するに際して，具体的労働は，その商品の使用価値を作り，抽象的労働は，その同じ商品の価値を作り出す。ゆえに，商品とは使用価値と価値とが統一化，あるいは，統合化<sup>(1)</sup>されたものとなる。しかも，この使用価値と価値という両者の間には何らの共通する関係性や項目もないことになる。また，商品それ自身が人間の持つある一定の欲求を充足する限りでは使用価値となり，この使用価値はあらゆる社会体制（社会制度）のもとでも富（財）の具体的内容を表す。ところが，価値は，労働の生産物を商品として取り扱うところの特定の社会体制（社会制度），すなわち，資本主義制度を前提としながら，その社会体制（社会制度）の中で生産手段の所有関係をめぐって張りめぐらされる生産関係（社会関係）の表れであると言える。このように見ると価値とは，資本主義制度というものを前提とした社会的なものであり，使用価値とは人間のある一定の欲求を充たしていくものであるという自然的（本能的）な色彩が強いものと言える。そこから，この両者は，お互いが相反した対立的な矛盾物であって，価値の中には使用価値のかけらも含まれない。こうして，この両者が互いに対立した状態のまま，一つの労働の生産物の中にこ

の両者が矛盾的に統一（統合）されているものこそが、商品なのである。

#### 4. 価値と貨幣との関係性

商品とは、価値と使用価値という両者の対立し矛盾した統一体であることが分かった。価値は抽象的労働（人間の労働）が対象化されたものである。つまり、それを具体的に言うと、価値とは一定時間内に費やされた抽象的労働（人間の労働）が商品それ自体の中に入り込み凝結して出来上がったものである。それゆえ、価値それ自体は、固有で独自の形をまだとっていないことになる。価値は、常に商品という形をとって存在し、使用価値としての商品それ自体の姿を借りて価値は存在するだけである。使用価値としての商品は、当然に人間のある一定の欲求を充足していくものであるという自然的（本能的）な形態のまま表れているが、価値そのものも、また、使用価値としての商品という自然的（本能的）な形態の姿を借りて存在するのである。だから、ある商品は、その自然的な（本能的）な形態のままでは使用価値の姿でもあれば、さらには価値の姿にもなる。そこから、必然的にこの時点においては価値から離れて使用価値は存在せず、逆に使用価値から離れて価値は存在しないことになる。こうした両者が生まれてくる原因は、まったく矛盾的に対立しながらも、一つの商品の中では統一されたものとして表れてくる。しかし、相互に矛盾的に対立している両者は、しだいで対立を激化させ、互いに分裂しなければならない状況に追いやられていく。

この両者が分裂すれば、使用価値は使用価値として独立し、同様に価値は価値として独自に存在することになる。そこから両者の対立的な矛盾的統一は壊れて、分裂し対立の道を辿ることになる。しかし、こうした分裂的に対立しながらも、価値と使用価値とは、本来、共に一商品の中に同居し不可分の二要因として存在するのであるから、商品が商品としてなくなる限り、恒久持続的に対立的分裂のままで終わることは許されない。この価値と使用価値との二つの要因は、再び統合され、そして、再統一されて、より高次の再結合がなされなければならない。この両者の対立的分裂に媒介されて出来上がった新しい再統合において、価値は自らをはじめて現実的な価値となり、また、同様に使用価値もはじめて現実的な使用価値に変化する。こうしたプロセス全体は、商品という抽象的な範疇がそれ自体を実際に具現化していく論理的プロセスであると同時に、商品生産の社会形態が生成し進展していく史的発展過程の流れをまとめたものであるとも言える。

だから、ここで述べようとするのは、価値と使用価値との矛盾的・対立的な統一体としての商品が分裂し対立して、その一要因である価値が独立して自立的な一つの存在となる論理的な過程である。この価値の自立化・独立化したものこそが貨幣となるのである。

商品は価値と使用価値との統一体であり、使用価値としては自然的な形態を持ち、価値としては一定の社会的な形態（交換的な形態）としての価値形態を有する。使用価値としての自然

的な形態は現實的・具体的にそのあるがままの容姿で掴み取ることができるけれども、しかし、商品の社会的な形態（交換的な形態）としての価値形態は、社会関係というのものもとでしかその姿を表さない。なぜなら、価値そのものが、既に論述したように、ある一定の社会関係を表すものにほかならないからである。そこで、このある一定の社会関係とは、自ずと分かるように、商品の社会的な交換関係としてのみ表れてくるのである。なぜなら、最も抽象的な概念としての価値は、まだ、それだけでは何の具体的・現實的な姿や形態をとっているとは明らかに言えない。

ところが、価値それ自身が現實的・具体的な世界へと滑り出していくと、それは一定の具体的な形をとらざるを得ない。価値が実際に表れ動き出すためには、必然的に商品それ自身が大きく動き出し、他の商品と交換されなければならないことになる。価値は商品の中にある矛盾的对立物としての使用価値と、いまだ分離していない状況にあるからである。そして、この商品自体が動き出すとは、端的に言えば、ある商品が他の商品と交換されるということであり、いわゆる、社会的な交換関係が取り結ばれることになる。商品とは交換されることを宿命づけられた生産物のことであって、交換されることこそが、商品が商品として成立するための不可欠な事項となる。そこから、商品がまさしく商品として人間社会の現實の世界へと足を踏み込むこととは、商品が社会的な交換関係を取り結ぶことを意味することになる。このように商品が交換関係に入り込むと、そこでは価値がある一定の姿をとって価値形態となり、交換価値という形態をとりながら表面化してくることになる。

この価値形態の発展過程を探究することが重要であり、その点をもう少し深く掘り下げて考えていかなければならないであろう。この点を考えて行くにあたって、少し付け加えておきたいことは価値そのものが歴史的にも論理的にも、やがて具現化・現実化して貨幣という貨幣形態にまで独立化（自立化）していく発展過程を分析することに、このことはほかならないということである。

## 5. 価値から貨幣への発展過程

### (1) 初歩的な価値形態

商品とは抽象的労働（人間的労働）の凝結体として価値であるが、具体的労働（有目的労働）の結晶体としては使用価値となる。ところが、この後者の使用価値とは、商品生産者にとっての、明らかに使用価値ではない。いわゆる、商品生産者以外の他人にとっての使用価値（社会的な使用価値）となる。他人の欲求を充足するための使用価値であるということになるのである。そこから、商品は常に他人の欲求を充足するために社会的に交換されなければならない。この場合の商品交換の量的な比率は、商品に共通する価値を一つの基準として、価値の等式で決められる。例えば、

$$a \text{ 量である X 商品} = b \text{ 量である Y 商品}$$

という交換するための等式が成り立つとする。この等式では左側の商品も右側の商品も両方とも、言うまでもなく商品であることにはちがいが無い。しかし、重要なことは両商品が交換関係に入ると、X商品とY商品のもたらず働きが、一変してまったく異なってくる。というのは、この交換関係のもとでは、X商品の価値が、Y商品の使用価値を鏡として表されているのである。自分自身の容姿は自分で見ることは不可能であり、鏡を使って見るしか方法がないのと同様に、商品の価値も交換する相手の使用価値を鏡として自分の商品の価値を映し出すしか見ようがないということである。この価値を映し出すことができるのは、その価値が交換される相手の商品の価値と同等であるという社会的なやり方や過程でのみできるということである。

だから、X商品がY商品と交換されることは、X商品の価値がY商品自体で表されるということであって、X商品の価値が使用価値としてのY商品に等しい形で表現されるということになるのである。こうして、自分自身の価値（X商品の価値）を、他の使用価値としての商品（Y商品）を鏡として、それ（Y商品）に等しいという形で相対的に表される商品（X商品）を、相対的価値形態にある商品ということになる。そして、自分の価値を表すのではなく、単純に自分の商品（X商品）の等価物として自分の商品（X商品）の価値を表す鏡となるにすぎない他の使用価値としての商品（Y商品）は、等価形態に位置する商品となっているのである。

最も抽象的な範疇に属する商品とは、価値と自然的形態のままの使用価値との矛盾的統一体とみなされることは言うまでもないが、その性格を持つ商品が現実的・実際的な商品世界へと一歩、滑り出していくと、価値と使用価値の二者は矛盾的対立という状況の中で両端に分離（分化）し、その商品に内在する一方の価値は等価物としての他（相手）の商品体そのものとして表れ、そして、その商品に内在する他方の使用価値はその自然的形態のままの姿で相対的価値形態として表現されることになる。だから、ある一つの商品の価値は、その商品そのものが相対的価値形態をとり、他（交換相手）の商品の使用価値に等価形態をとらせることなしには表すことはできない。

こうした価値形態は、商品が交換されるのではなくて、生産物が交換によって商品となる段階を表すものである。だから、そこでははじめから商品として生産されたものが交換されるのではなく、生産物が偶発的・偶然的な事情によって交換されることに基づいて、一時的・偶然的に商品へと転化する段階を表していることになる。そこから、この価値形態は、論理的に眺めてみると、商品の交換過程の、あるいは、貨幣の発生過程の最も単純な一般的形態であって、歴史的に見てみると偶発的・偶然的で単一的形態であり、自給自足の経済のもとで偶然的・偶発的に生じた余剰生産物を起因にして生まれてくるものである。



## (2) 全体的価値形態

初歩的で簡単な価値形態のもとでは、論理上は交換を複雑ではない単一的現象として見たのであり、歴史的には生産物が偶然的な事情によって他の生産物と交換される際の商品の価値が如何なる表現形態をとるのかを追求してきたのであった。しかし、交換が理論的には単一的現象ではなくて複雑に入り組み多数の商品が交換され、さらには歴史の見地からは単純に偶然的・偶発的な商品交換ではなくて、他の種々なる生産物とも交換される段階に到達すると、商品における価値の表現の仕方、すなわち、価値形態は次のようになる。すなわち、それは従来より、一歩、前進して、X商品の価値はY商品以外のZ商品やV商品といった商品でも、同じように表されることになり、初歩的で単純な価値の表現である価値形態は、拡大化された価値形態へと移行し発展をとげることになる。例えば、

$$a \text{ 量である X 商品} = b \text{ 量である Y 商品} = c \text{ 量である Z 商品} = d \text{ 量である V 商品} \dots$$

といった具合に拡大化された価値形態をとることになっていく。

この場合の拡大化された価値形態のもとでは、例えば、ある商品(X商品)の価値を映し出す鏡、すなわち、等価形態にある商品(交換する相手の商品の使用価値)がY商品とかZ商品とか言うように多くあるわけだから、X商品の価値がY商品、Z商品、V商品などの姿をとって表れ、新しい鏡(等価形態にある新たな商品)が増加するたびに、そのX商品の価値の姿は変化して統一することはできない。それだけではなく問題なのは、X商品ではなくてY商品の価値を分析し掴もうとする場合には、Y商品以外の他の全商品を一つ一つ鏡(等価形態にある商品)としなければならないわけであるから、X商品の価値を映し出す鏡とY商品の価値を映し出す鏡とは、その鏡の構造や構成がまったく異なってくる。すなわち、全体的に見れば、X商品の価値を映し出す場合には、例えば、Mという鏡を使い、そして、Y商品の価値を映し出す時にはNという鏡を用いて映し出していくという具合になる。そうすると、X商品における価値の姿とY商品における価値の姿とを正しく的確に比較検討できないという問題が起こってくるのである。

そこで、こうした不的確で不完全であることを起因にして、商品の価値を表すにあたっては価値そのものの表現の形態、すなわち、価値形態が、より一層、発展しなければならないことになる。

## (3) 一般的価値形態

先に述べた全体化(拡大化)された価値形態のもとでの

$$a \text{ 量である X 商品} = b \text{ 量である Y 商品} = c \text{ 量である Z 商品} = d \text{ 量である V 商品} \dots$$

という式は次に述べる単純な価値形態の集計から成り立っていることが分かる。つまり、

$$\begin{aligned} a \text{ 量である X 商品} &= b \text{ 量である Y 商品} \\ a \text{ 量である X 商品} &= c \text{ 量である Z 商品} \\ a \text{ 量である X 商品} &= d \text{ 量である V 商品} \\ a \text{ 量である X 商品} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

という具合に成り立っていることが理解できる。

それではこれらの式は、一体、何を表しているのか。つまり、それは X 商品というものが、その X 商品以外の他の Y 商品、Z 商品、V 商品などといった諸々の商品と交換されることを意味し、逆に、反対側から見てみると、すなわち、Y 商品、Z 商品、V 商品などの諸商品の側から見れば、Y 商品、Z 商品、V 商品などのそれぞれの商品が、それぞれに X 商品と交換されることを意味する。この際に重要となることは Y 商品の価値、Z 商品の価値、V 商品の価値などの諸商品の価値が、全部、使用価値としての X 商品によって表されることを意味することにもなる。つまり、上記の式における右辺の Y 商品、Z 商品、V 商品などの諸商品の価値が、全部、左辺の使用価値としての X 商品によって表されるということになる。

こういったことから、Y 商品、Z 商品、V 商品などといったそれぞれの商品の価値は、使用価値としての X 商品という単一の共通な鏡によって統一的に表されることになる。こうした価値表現の形態こそが一般的価値形態と言われるものになるのである。ここでは公平で共通な単一の鏡としての X 商品（使用価値としての X 商品）が等価形態を持つ唯一の商品として表されているのであるから、X 商品以外の他の Y 商品、Z 商品、V 商品などといった諸商品の価値は、全て統一的な標準（基準）で示され測定されることになる。このような意味での等価形態にある商品こそが一般的等価物となる。

だから、商品交換の原始的初期的段階においては、自給自足経済を前提としながら物々交換が行われ、しだいに交換が進展し一般化するにつれて、商品の中でも誰もが必要とし、そして、長く保存できるものが、やがて商品の交換過程の内部で、この公平で共通な一つの鏡としての一般的等価物に選ばれることになる。そこから、今や労働の生産物はこうした性格をもつ一般的等価物と、まず、はじめに交換され、そして、この一般的等価物を仲介役にしながら、他のどのような労働の生産物とも交換可能になっていく。こうしてこの一般的等価物を仲介役として展開される商品の交換こそが商品の売買となる。すなわち、この商品の売買とは商品の価値表現を表した形態である価値形態が、第二番目の価値形態である「拡大化された価値形態」から第三番目の価値形態である「一般的価値形態」に発展したことを示すものであると言える。

#### (4) 貨幣形態

そして、商品の価値を表現する価値形態は、より一層、発展して一般的価値形態から最後の段階となる貨幣形態へと移行して行く。この貨幣形態とは、既に述べた一般的価値形態において、一つの公平（平等）で共通な鏡としての一般的等価物たる X 商品（少し前に述べた例で言うと）が、「ある分量の金」と入れ替わり、この「ある分量の金」そのものが一つの公平で共通な鏡である一般的等価物となって最終的に固定化した場合に、その一般的等価物としての「ある分量の金」こそが貨幣であって、この貨幣そのものを使って商品の価値を表現していく価値形態が貨幣形態となるのである<sup>(2)</sup>。

だから、この一般的等価物であるこの貨幣という商品によって、ある一つの商品の価値を表した価値形態こそが価格形態、あるいは、単に価格となるのである。

以上のように、商品の価値を表現する形態、すなわち、価値形態は、まず、最初に初歩的で単純な価値形態から出発して、第二の拡大化された価値形態へと向かい、そして、次に第三の段階である一般的価値形態へと進み、最終的には貨幣形態という段階に到達することが分かった。こうした価値形態の発展の四段階を通過して、商品の価値はとうとう自立化・独自化をついに果たすことができ、我々の肉眼で捉えることができる形態を持つ貨幣になるのである。言うまでもなく、生産手段の私的所有と社会的分業のもとにおける人間自身の血と汗とに基づく単純（単一）で共通な労働の結晶物である抽象的労働（人間的労働）は、商品というものの価値（交換価値）を生み出す。あらゆる商品に内在するこの価値は、非常に掴みにくいものである。

しかし、この商品の価値は、社会的な交換を媒介としながら、やがて、その本質（正体）を具体的に表し、そこから、既に述べたように価値形態の最終的な発展段階になると、最初に掴まえ捉えることができなかつた商品の価値が、とうとうついに自立的で独自の存在として貨幣となっていく。言うまでもなく貨幣は一つの物として存在する。その貨幣は人間のある一定の欲求を充足する使用価値を少しも持たない社会的な物であって、特殊な社会関係（交換関係）に基づいて生まれてきたものである。

## 6. 貨幣と商品流通

こうして商品とは、ついに、商品に内在的に存在する価値が交換を通して、貨幣になる。このことによって使用価値としての商品と価値としての貨幣とに表面的で外化的な分裂を行うが、しかし、この分裂を起こした二者は、再度、統合されなければ商品は商品としての証である現実的で実際的な商品として成立することはできない。だから、この外化的（外部的）に分裂した使用価値（商品）と価値（貨幣）との両者が現実的で実際的な生きた商品になるためのプロセスこそが、商品流通の過程となるのである。

それゆえ、商品交換は、商品の奥底に潜む内部的矛盾を表面化させ、商品（使用価値）と貨

幣（価値）に分裂させると同時に、その両者の分裂した状態を修復し、再び再統合させていくのである。あらゆる商品は、その所有者にあっては使用価値はないが、しかし、その商品の非所有者にあっては使用価値が存在するという矛盾的關係性が出来上がり、そこから商品は社会的に交換されることを通して、商品の全ての所有者を変えなければならないことになる。商品交換の必然性がここにあり、商品が商品であるためには社会的に交換される必要性があるということになる。

そういう点から考えると、商品の所有者は自分自身の商品と交換して他人の商品を購入しようとする場合、明らかに購入する商品は独自の使用価値を持つものであるはずである。けれども、商品の所有者は自分の商品を他人が必要とするかどうかにかかわらず、換言するならば、所有する自分の商品が他人にとって使用価値を有するかどうかに関係なく、自分自身が必要とする他人の全ての商品と交換しようという行動に出る。こうした行動は全ての商品の所有者に該当し、その所有者たちは自分が持つ商品自体を他のあらゆる商品に対しての一般的等価形態にある商品として位置づけようとする。しかし、そのことを裏返して見てみると、あらゆる他の商品の所有者もそれと同じことを考えて同じことをしようとするから、行き着くところ、如何なる商品をとっても一般的等価形態をとり得ない。つまり、あらゆる商品の価値の測定が、公平（平等）で共通な単一の標準（基準）で測ることができないことを意味する。

こうした問題点は商品の生産が進展するにしたがって、全商品がその中に内在する価値を表すために、ある特定の一つの商品を一般的等価形態にある商品として選択し、この選出された一般的等価形態にある商品を他のあらゆる商品から切り離し、そして、区別して貨幣に置き換えることによってなんなく問題解決がなされていくのである。

この貨幣は他のあらゆる商品が持つ使用価値と同じような独自で固有な、かつ、特定で実質的な性格を有する使用価値を持つものではなく、逆に、この貨幣は他の全商品と同様な特定で実質的な使用価値の性格を根底から喪失することによって、社会的で形式的で一般的な性格を有する使用価値を持つことになるのである。このことは他の全商品との全面的な交換において、貨幣が固定的な一般的等価物となり、全商品の価値の統一的な鏡と位置づけられることによって可能となる。こうした一般的等価形態に位置する貨幣そのものは、あらゆる労働の生産物を相互に社会的交換するために、そのあらゆる労働の生産物を公平で共通な一つの基準に還元することができるという役割を持つと同時に、そのあらゆる労働の生産物を交換する際に生まれてくる交換割合（交換比率）をできうる限り大きくしたいという人間の一般的欲望をかき立てる役割も貨幣は持つのである。そこから、この貨幣はあらゆる商品の所有者にとって一般的な交換手段、すなわち、商品の流通手段としての社会的で形式的で一般的な使用価値を内包することになる。

だから、こうして貨幣という商品は、自分自身が価値（交換価値）であるということが、一般的等価形態に位置する商品であるとともに、一般的な交換手段としての社会的で形式的で一

般的な使用価値を持つようになり、そこから貨幣である商品は、必然的に価値という側面を持つと同時に、他面においては使用価値をも持つものであるという矛盾的対立の統一体として、自分の肉体を完成していくのであった。このことの意味することは、ある一つの商品が貨幣に転化することによって現実的な商品となり、価値（交換価値）と使用価値との矛盾的統一体となることを表しており、そこからあらゆる商品が、単純に観念としての商品ではなく現実的・実証的な商品になるための不可欠な条件とは、必然的に貨幣というものに絶えず転化されなければならないということである。どのような商品も、売られて交換されて貨幣とならなければ、観念的な商品であっても実証的・現実的な商品にはなることができない。

この貨幣は商品界の頂点に君臨するものであり、自分（貨幣）の商品体（肉体）が価値だけを映し出す鏡面となることによって、社会的な交換ごとに商品の価値を映し出すことが出来るのである。

こうして、ある特定の商品そのものが貨幣となると同時に、商品界全体なるものは、一般的な商品（使用価値）と貨幣（交換価値）とに分裂していくのである。なお、念のために付け加えておくと、この貨幣も商品であることは言うまでもないが、貨幣商品という特殊な商品となるのである。そして、商品は観念的には価値と使用価値との矛盾的統一体の姿をとって表れるが、しかし、この両者の内在的な矛盾的統一体は商品そのものが社会的な交換へと滑り出していくと、外化的・外部的に分裂し、そこから、相対的価値形態に位置する商品は、その自然的形態のまま使用価値として表現され、等価物たる商品は価値（交換価値）として表現されることになる。このような価値（等価物、等価形態）と使用価値（相対的価値形態）との外化的・外部的な分裂に起因して、前者の価値が自立化・独立化して貨幣に転化し、その他の多くの諸商品はその自然的形態のまま使用価値として表れてくるのである。ここで外化的・外部的な分裂、すなわち、今や貨幣形態という姿をとって表面化し抜け出した価値と自然的形態のままの使用価値とに分裂することが完成するとともに、如何なる商品も外部化（外化）した商品自身の価値、すなわち、貨幣形態という姿をとって脱出した価値を、再度、奪い返して、それと使用価値とを再び統合（結合）させるのでなければ、実証的で現実的な商品とはなり得ない。

だから、あらゆる商品は貨幣に転化されること、すなわち、売買されることによって貨幣形態という姿をとって脱出した価値を奪い返して、再び統合（結合）を果たすことにより、価値（貨幣）と使用価値（商品）との再統合を完成させるのである。だから、商品の価値が貨幣に転化されるということは価値（貨幣）と使用価値（商品）との統一体になることにほかならないのである。

こうして、ある特定の商品が貨幣になれば、あらゆる他の諸商品は、自分自身が等価物としての貨幣になるため一度は商品の交換過程（流過程）に顔を表すが、しだいに、生産的に消費されるとか、個人的に消費されるとかその消費の仕方は異なるが、しかし、その使用価値を自己実現して、商品の交換過程（流過程）から姿を消していく。ところが、貨幣が持つ社会

的で形式的で一般的な使用価値は、その貨幣以外の全商品の価値を映し出す等価物たる鏡になることを任務とするのであるから、必然的に貨幣はこの商品の交換過程（流通過程）の中に恒久的に自分の肉体（商品体）を置かねばならないことになる<sup>(3)</sup>。貨幣は貨幣である限り、商品の交換過程（流通過程）から姿を消去することはできず、この貨幣をこれ以外の他の特別な具体的使用価値として、つまり、例えば装飾品などとして使うことは許されない。もし、使えば、もはや貨幣ではなくなる。だから、貨幣はそれ自身が持つあらゆる具体的使用価値を喪失するからこそ、他の全商品の価値（交換価値）を表すことができるのであり、それゆえ、全ての人がこの貨幣を自分の商品の対価として受け取るのである。

このようなことから、貨幣とは商品であり、商品でなければならないことは明確である。そして、商品を生産する社会でのみ貨幣そのものが必然性を有するのであり、それゆえ、商品生産の社会で貨幣の存在を撤廃するかどうかの議論を行うことすら、無意味だと言わなければならないことは明確である。さらには、商品生産という社会関係がなくなれば、必然的に貨幣そのものの存在も不必要とならざるを得ないことも自明の理であろう。

## 7. 貨幣から資本へ

今までは、商品の分析を行い、そこから商品の価値そのものが貨幣へと転化することの発展過程を見てきた。そのことを踏まえた上で、この貨幣が必然的に資本に転化されていくのである。商品の流通過程（交換過程）とは、裏面から見れば貨幣の流通過程に他ならない。そこから貨幣の流通はやがて自立化して、貨幣自身が自己増殖し、そこから貨幣は資本に転化していくのである。つまり、貨幣が資本に転化するためには、その貨幣が貨幣の流通過程で、より一層、増大した貨幣に変化して戻ってくる必要がある。すなわち、出発点にある貨幣が剰余価値を含んで戻ってくる必要がある。それゆえ、資本を分析する場合、最初に考えなければならないことは、この剰余価値が、なぜ、どのように生まれてくるのかという問題である。

すなわち、この問題に対する答えは端的に言うならば、まず、労働力という商品が、剰余価値なるものを生み出すのである。労働力という商品だけは労働させられることによって、新しい価値（剰余価値）を作り出していく性格を持つ。それは労働力という商品を生産する特定の具体的労働が同時に抽象的労働（人間的労働）として新たな価値（剰余価値）を作り出して行くからである。このように考えてくると、例えば、ある商品生産者が自分の生産手段を所持し、自らの労働力とそれとを結合させ、商品生産を展開する場合、その商品生産者は全ての生産要素の所有者として、自分の労働が対象化された商品をも自分の所有物として、これを交換していく。こうした過程を経て出現してくる商品とは単純商品と呼ばれることは言うまでもない。この単純商品の生産過程は使用価値を生産する労働過程と価値（交換価値）を生産する過程と

が合体したものであるが、しかし、貨幣が剰余価値を発生させるようになると、その生産過程は資本主義的商品を作る資本主義的生産過程となり、使用価値を生産する労働過程と剰余価値を生産する価値増殖過程とが統合されたものとなる。ここから剰余価値（価値増殖）を生ずる貨幣は資本へと転化することになる。

だから、結局、商品の価値そのものが貨幣へと転化され、そして、その剰余価値（価値増殖）を生ずる貨幣は資本へと転化されていくことになるのである。そこから社会福祉サービスの商品化とは、そのサービスという「商品」がもつ価値が貨幣へと転化され、その貨幣が剰余価値（価値増殖）を発生させ、その生じてきた剰余価値が資本に転化され、その資本が、今以上に極大化し資本蓄積が拡大化されることを意味することに他ならないことになる。

〔注〕

- (1) 例えば、この商品における「使用価値」と「価値」について次のような金子ハルオのすぐれた指摘がある。つまり、金子は「このように、商品の価値または価格と、その商品をつかえばどれだけ役だつかということ（すなわち商品の使用価値）とは、ほんらい、べつのことなのです。この点をしっかりつかんでおくことは、のちに、賃金の本質をつかみ、資本主義の搾取のしくみを理解するうえで、決定的に重要です。」（金子ハルオ著『経済学（上）——資本主義の基本的理論——』新日本出版社、1968年、52頁）と述べられている。この指摘は商品そのものの「価値（価格）」と「使用価値」との本質的な相違を正確に認識理解することが資本主義社会のもとの「搾取構造」をはじめとするこの社会をつらぬく社会＝経済法則を正しく掴むことができるということを言われていると思うのである。それゆえ商品の二つの価値をしっかりと把握することが大切となる。
- (2) この点について三野村暢禧の次のような的確な指摘がある。つまり、三野村は「一般的等価形態にたつ商品はあれこれの商品でありうるが、これが最終的に金に固定されると貨幣形態が成立する。」（三野村暢禧「第3章 商品と貨幣」（金子ハルオ編著『資本主義の原理と歴史』青木書店、1979年、45頁、所収））と述べられている。すなわち、ある分量の金が一般的等価物となって最終的に固定化した場合に貨幣形態が確立してくるということである。
- (3) この点について大河内一男は次のように述べている。つまり、大河内は「だから、貨幣を媒介とすることなしには、実は商品の流通そのものになりたないのだといたらいいだろう。」（大河内一男著『経済入門』青林書院新社、1978年、176頁）という適切な指摘がなされている。これは必然的に貨幣が商品の交換過程の中に貨幣自身の肉体を恒久的に置かなければならないことを意味するのである。

〔付記〕

本稿は平成22年度（2010年度）の佛教大学からいただいた1年間の長期研修の研究成果の一部である。つまり、平成22年度（2010年度）の佛教大学からの教育職員研修の研修費を受けた研究成果の一部である。

（すえざき えいじ 社会福祉学科）  
2011年10月25日受理