

# 「市場価値論」考

—需給との関連において—

東 井 正 美

## I 問題の所在

市場価値の諸規定については『資本論』第3部第2篇第10章「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」<sup>1)</sup>において述べられている。そしてこの章は、マルクスの草稿であったことのせいから十分整理されたものとはいわれがたく、きわめて難解なものとして知られている。市場価値法則について明らかでない点が少ないが、とりわけ市場価値に関する諸規定と需給比率との関連においてどのようなものとして理解されるべきかという問題は明らかではない。こんにちでもこの問題の解明が十分なされているとはいえない。

こんにち、日本の学会では、市場価値の諸規定は、需給比率と関連させて説

- 
- 1) Karl Marx, *Das Kapital*, III, Marx-Engels-Lenin-Institut, Moskau, S. 197—225. Karl Marx-Friedrich Engels Werke, Band 25, *Das Kapital*. Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Dietz Verlag, Berlin, 1962, S. 182—209.

長谷部文雄訳『資本論』第3部下(河出書房新社, 1965年)150—171ページ。向坂逸郎訳『資本論』第3巻第2部(岩波書店, 1967年)213—45ページ。マルクス=エンゲルス全集刊行委員会訳『資本論』第3巻第2分冊(大月書店, 1967年)218—50ページ。

訳文は原則として長谷部訳本にしたがうが、向坂訳本および委員会訳本も適宜参照した。

この第10章からの引用に関しては引用ページの明記は省略した。

かれるよりも、むしろ「上・中・下の組合わせ」との関連において説かれるのが常である。そして後者は通説になっている。この点についてはじめて明確にされたのは、山本二三丸教授であった。山本教授は以下のように述べている。

「同一商品を生産しながらそれぞれ生産諸条件を異にし、したがってそれぞれ個別的価値を異にする a, b および c が、生産総量の上でそれぞれどれだけの割合を占めるかということが、『組合わせ』の問題であり、この『組合わせ』のいかんによって市場価値が決定されるのである<sup>2)</sup>」。

本間要一郎教授も、この考え方を基本的に踏襲されて、以下のように述べている。「市場価値を『規定』するものは、いずれかのグループの個別的価値ではなく、上・中・下位の資本グループの生産する、それぞれの個別的価値を異にする商品量の、『組合わせ』である。すなわち、上・中・下位の資本グループのもとの個別的諸価値が、その商品の市場で占める比重に応じて、市場価値の決定に参加するのである<sup>3)</sup>」。

『資本論』第3部第10章での「異常な組合わせ」(ausserordentliche Kombinationen)とは、「(1) 中位大量, 上・下均衡, (2) 下位相対的大量, (3) 上位相対的大量<sup>4)</sup>」の三つの「組合わせ」のうち、「第2および第3の『組合わせ』をさしていったものにほかならない<sup>5)</sup>」と山本二三丸教授は言う。

はたしてマルクスの言う「異常な組合わせ」とは「下位相対的大量」と「上位相対的大量」をさしているのであろうか。これが第1の疑問である。第2に、需要と供給との比率との関連を抜きにして、「中位大量, 上・下均衡」と「下位相対的大量」と「上位相対的大量」のいわゆる「三つの組合わせ」が市場価値を決定するという点に疑問をい置く。

本稿ではこれらの点に関する学説を詮索し、逐条的に吟味、検討し、批判を

---

2) 山本二三丸『価値論研究』(青木書店, 1962年6月)133ページ。

3) 本間要一郎『競争と独占』(新評論, 1974年1月)65ページ。

4) 本間要一郎, 同書, 66ページ。

5) 山本二三丸, 前掲書, 137ページ。

加えるという方法とらない。『資本論』第3巻第10章での市場価値決定のメカニズムを需給比率との関連において正しく読みとることによって「異常な組合わせ」の正しい理解とは何かを明らかにし、市場価値を調整するものは、「上・中・下の組合わせ」ではなくして、実に競争である、ということを明らかにしよう。これが本稿での課題である。本稿は、これまでの「市場価値」論に関する私の諸論稿<sup>6)</sup>の一応のとりまとめである。

## II 市場価値の諸規定と三つのケース

### (1) 市場価値と市場価格

市場価値とは何か。これについてマルクスは、『剰余価値学説史』において次のように定義をなしている。ある特殊な生産部面の「諸生産物がもつ一般的価値は、これと各個の商品の個別的価値との比がどうであろうとも、すべての商品について同じである。この共通な価値こそ、これらの商品の市場価値であり、それらの商品が市場にでてくるときの価値である」<sup>7)</sup>(傍点は原文)。

したがって、市場価値とは、同一生産部面内部で相異なる生産諸条件のもとで生産され、個別的価値を異にする同種の諸商品が同一市場において現われるときにもたなければならぬ「一般的な価値」、または「共通的な価値」のことである。つまり、市場価値は、市場における相異なる個別的価値の「共通的

6) 東井正美稿「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』第17巻第5号, 昭和42年12月), 「地代と市場価値」(同誌, 第18巻第3号, 昭和43年8月), 「マルクスの『市場価値』論について(1), (2), (3)」(同誌, 第19巻第6号, 昭和45年2月, 第20巻第1号, 昭和45年5月, 第20巻第5・6合併号, 昭和46年3月), 「『市場価値論』考」(『金融と経済理論の諸問題』<ミネルヴァ書房, 昭和46年3月>), 「市場価値の諸規定—三つのモデルについて」(同誌, 第22巻第1号, 昭和47年5月)。

7) Karl Marx-Friedrich Engels Werke, Band 26, Zweiter Teil, Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Dietz Verlag, Berlin, 1967, S. 202.

カール・マルクス『剰余価値学説史』第2分冊, 大内兵衛・細川嘉六監訳『マルクス=エンゲルス全集』第26巻第2分冊(大月書店, 1970年1月)265ページ。

な価値」のことである。

市場価値について、『資本論』での問題の箇所では以下のように述べられている。

「相異なる生産部面の諸商品がその価値どおりに販売されるという仮定は、もちろん、商品の価値は重心、すなわち、それをめぐって商品の価格がうごき、それに価格のたえざる騰落が平均化する重心だということの意味するにすぎない。ついで、さらに、つねに市場価値——これについては後述する——が、相異なる生産者によって生産される個々の商品の個別的価値から区別されねばならないであろう。若干のこうした商品の個別的価値は市場価値以下であり（すなわちその生産のためには、市場価値が表現するよりも僅かの労働時間しか要しない）、他のそれは市場価値以上であろう。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見なされるべきであり、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見なされるべきであろう」。

この市場価値の貨幣的表現が市場価格である。しかし市場価格は、需給比率の変動に応じて市場価値を中心として変動する。

「現実の市場価格は、この市場価値よりもときには高く、ときには低く、それに一致することは偶然にすぎない。しかし、ある期間中には諸変動は平均されるのであって、現実の市場価値の平均が市場価値を表わす市場価格である、とすることができる。現実の市場価格が、大きさの点で、量的に、ある与えられた瞬間にこの市場価値に一致するにせよ一致しないにせよ、いずれにしても現実の市場価格は市場価値と共通な質的規定をもつ。その規定というのは、市場にある同じ生産部面のすべての商品は（もちろん質を同じものと前提すれば）、同じ価格をもつということ、すなわち、事実上この部面の諸商品の一般的価値を表現するということである」<sup>8)</sup>（傍点は原文）。

8) Ibid., S. 203. 訳書, 265—6ページ。

市場価格の「変動の中心」をなすものは市場価値である。マルクスが市場価値に関する抽象的規定を述べるときに、「市場価値と異なるかぎりでの市場価格ではなく」、市場価値から背離しない市場価格を取り扱うことをことわっている。市場価値に関する抽象的諸規定を考察するさいにはこの点に留意することが肝要である。

(2) 三つのケース——「中位大量，上・下均衡」，「下位相対的大量」，「上位相対的大量」

マルクスは、「全商品量を、すなわちまず、一つの生産部面の全体を、一つの商品と考え、多数の同種諸商品の価格の総額を、一つの価格に合計されたものと考えれば、事柄はもっと容易に叙述される。そうすれば、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、市場に存在する一定の生産部門の商品量にあてはまる。商品の個別的価値は、商品の社会的価値に一致するということが、いまや、商品総量は、その生産に必要な社会的労働を含むということ、およびこの商品量の価値は、市場価値に等しいというところまで、現実化されている、また一步進んで規定されている。」と述べ、このことを説明するために、以下の三つのケースをこしらえている。

第一のケース（「中位大量，上・下均衡」）。

同一市場に存在する同一生産部面全体の全商品量のうち、「商品の大量が、ほぼ同一の標準的な社会的諸条件のもとで生産されていて、この価値は同時に、この商品の大量をなす個々の商品の個別的価値だと、仮定しよう。いまもし、相対的に小さい一部分は、この諸条件以下で、他の一部分はこの諸条件以上で生産され、したがって、一部分の個別的価値は、大部分の商品の中位的価値よりも大きく、他方の部分の個別的価値はそれよりも小さいのであるが、しかしこの両極は平均されて、両極に属する諸商品の平均価値が、中位の大量に属する商品の価値に等しくなる」と仮定しよう。

第二のケース（「下位相対的大量」）。

「これに反して、市場に出された問題の商品の総分量は同一不変であるが、

しかし、より悪い諸条件のもとで生産された諸商品の価値が、より良い諸条件のもとで生産された諸商品の価値と均衡せず、したがって、より悪い諸条件のもとで生産された商品部分が、中位の商品量に対しても、他方の極に対しても、相対的に著しい大きさをなすものと仮定しよう」。

第三のケース（「上位相対的大量」）。

「最後に、中位の諸条件よりもより良い諸条件のもとで生産された商品分量が、より悪い諸条件のもとで生産された商品分量よりも著しく多く、また、中位的事情のもとで生産された商品分量に対しても、著しい大きさをなすものと仮定しよう」。

三つのケースにおける市場価値の諸規定は以下の通りである。

第一のケース（「中位大量，上・下均衡」）。「その場合には、市場価値は、中位の諸条件のもとで生産される商品の価値によって規定される。総商品量の価値は、中位的諸条件のもとで生産されたものも、それ以下または以上の諸条件のもとで生産されたものも含めての、すべての個々の商品の価値の現実の総額に等しい。この場合には、この商品量の市場価値、または社会的価値——この商品量に含まれている必要な労働時間——は、中位的大量の価値によって規定されている」。

第二のケース（「下位相対的大量」）。「その場合には、より悪い諸条件のもとで生産された商品大量が市場価値または社会的価値を規制する」。

第三のケース（「上位相対的大量」）。「その場合には、最良の諸条件のもとで生産された部分が、市場価値を調整する。ここでは、最良の諸条件のもとで生産された部分がつねに市場価値を規制するような市場の供給過剰を度外視するが、ここでわれわれが問題とするのは、市場価値と異なるかぎりでの市場価格ではなく、市場価値そのものの様々な規定である」。

市場価値に関する以上の諸規定を表示すれば、表 I 「市場価値の諸規定」のようになるであろう。

マルクスは、市場価値に関する上述の諸規定にすぐつづけて、「じつは、全

表 I 市場価値の諸規定

(剰余価値率=100%)

	諸条件別	個別的価値 ( $W=C+V+m$ )	商品量 (個数)	価値 総額	市場 価値	市場価値 総額	特別 剰余価値
第一 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	10	130	12	120	-10
	中位	$12=8+2+2$	80	960	12	960	0
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	12	120	+10
	計	—	100	1200	—	1200	0
	社会的平均	$12=8+2+2$	1	120		12	
第二 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	70	910	13	910	0
	中位	$12=8+2+2$	20	240	13	260	+20
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	13	130	+20
	計	—	100	1260	—	1300	+40
	社会的平均		1	12%		13	
第三 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	10	130	11	110	-20
	中位	$12=8+2+2$	20	240	11	220	-20
	最良(上位)	$11=9+1+1$	70	770	11	770	0
	計	—	100	1140	—	1100	-40
	社会的平均		1	11%		11	

く厳密にいえば（もちろん現実には、ただ近似的に千姿万態の変化としてのみ現われるのだが）」と前置きして、市場価値に関する厳密な諸規定にはいる。

「第一の場合には、中位的価値によって規制される全商品分量の市場価値は、個別的価値の総額に等しい。もっとも、両極で生産された諸商品にとっては、この価値は、それらの商品に押しつけられた平均価値として現われる。この場合には、最悪の極で生産する人々は、彼らの商品を個別的価値以下で売らねばならない。最良の極で生産する人々は、それ以上で売る」。

第二の場合には、両極のもとで生産された個別的価値の分量が、均衡されないで、より悪い諸条件のもとで生産されたものが決定を与える。厳密に言えば、各個の商品の、または全商品量の各可除部分の、平均価格または市場価値は、いまや、相異なる諸条件のもとで生産された諸商品の価値の加算によって、で

てくる商品量の総価値と、この総価値から個々の商品に帰属する可除部分とによって、規定されているであろう。かくしてえられた市場価値は、良い方の極に属する諸商品ばかりでなく、中位の層に属する諸商品さえもの個別的価値より高いであろう。とはいえ、それはなおつねに、不利な極で生産された諸商品の個別的価値よりも低いであろう。市場価値がどの程度までこれに近づくか、または結局これと一致するかは、全く、不利な極で生産された商品量が、問題の商品部面で占める範囲にかかっている。需要がわずかでも超過すれば、不利に生産される商品の個別的価値が市場価格を規制する。

最後に、第三の場合のように、有利な極で生産された商品分量が、他方の極のものに比してのみではなく、中位の諸条件のものに比しても、より大きい場所を占めるならば、市場価値は中位の価値以下に下がる。両極と中位との価値総額の加算によって計算された平均価値は、この場合には中位の価値以下にあって、有利な極が占める場所の相対的大きさに応じて、中位の価値に近づいたり遠ざかったりする」。

市場価値に関する以上の厳密な諸規定を表示すれば、表Ⅱ「市場価値に関する平均規定」となるであろう。

マルクスは、市場価値に関する前述の諸規定を、需要と供給との関連において以下のように述べている。

〔Ⅰ〕「最悪の諸条件、または最良の諸条件のもとで生産される諸商品が市場価値を規制するということは、ただ異常な諸組合わせ (ausserordentliche Kombinationen)のもとにおいてのみ、行なわれることであって、その市場価値もやはり諸市場価格の変動の中心をなす——と言っても、諸市場価格は同一種類の諸商品にとっては同一である」。

〔Ⅱ〕「これに反して、需要が強くて、最悪の諸条件のもとで生産される諸商品の価値によって価格が規制されても需要が収縮しないような場合には、これらの商品が市場価値を規定する。これらのことが可能なのは、需要が普通の需要 (die gewöhnliche Nachfrage) をこえる場合か、または供給が普通の供給

表Ⅱ 市場価値に関する平均規定

(剰余価値率=100%)

	諸条件別	個別的価値 ( $W=C+V+m$ )	商品量 (個数)	価値 総額	市場 価値	市場価値 総額	特 別 剰余価値
第一 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	10	130	12	120	-10
	中位	$12=8+2+2$	80	960	12	960	0
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	12	120	+10
	計	—	100	1200	—	1200	0
	社会的平均	—	1	120	—	12	—
第二 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	70	910	12%	882	-28
	中位	$12=8+2+2$	20	240	12%	252	+12
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	12%	126	+16
	計	—	100	1260	—	1260	0
	社会的平均	—	1	12%	—	12%	0
第三 の ケ ー ス	最悪(下位)	$13=7+3+3$	10	130	11%	114	-16
	中位	$12=8+2+2$	20	240	11%	228	-12
	最良(上位)	$11=9+1+1$	70	770	11%	798	+28
	計	—	100	1140	—	1140	0
	社会的平均	—	1	11%	—	11%	—

(die gewöhnliche Zufuhr) 以下に減少する場合だけである。

最後に、生産される諸商品の分量が、中位の市場価値で販路を見出す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が、市場価値を規制する」。

〔Ⅲ〕 「需要が供給にくらべて弱ければ、有利に生産される部分が——その多少にかかわらず——その価格が個別的価値にまで収縮することによって、無理やりに場所を占める。市場価値は、供給が需要を甚だしく超過する場合を除けば、最良の諸条件のもとで生産された商品のこの個別的価値とは一致しない」。

〔Ⅳ〕 「そして、第一の背離は、商品量が過小な場合には最悪の諸条件のもとで生産される商品がつねに市場価値を調整し、商品量が過大な場合には最良

の諸条件のもとで生産される商品がつねに市場価値を調整するということであり、つまり、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ずるはずにもかかわらず、両極の一方が市場価値を規定するというのである」。

上の引用文は、いずれも、異常な需給の場合での、市場価値の諸規定に関する叙述である。そして、これらの引用箇所は、市場価値の規定に関して、「不明瞭な箇所」とか「曖昧な箇所」と呼ばれている。

一定の各生産部門の「年々の再生産の商品の分量」すなわち供給を考えて、この商品分量が市場に提供されて、ある与えられた大きさで、「人間の欲望をみたく使用価値」として存在すると想定しよう。商品が使用価値をもつということは、この商品分量は何らかの社会的欲望をみたくさなければならず、「社会的規模」でみたくさなければならない。「一生産部門全体の生産物が一方の側に立ち、社会的欲望が他方の側に立てば、このみたくされるべき欲望の量が本質的契機となる」。商品に対する市場で代表された社会的欲望が需要なのである。

一定の生産部門の「商品分量が市場価値〔イコール平均価値〕どおりに——それ以上でも以下でもなく——売られるような比率に需要供給があれば、需要と供給とが一致する」(〔 〕内は東井)。しがつて、需要と供給とが一致すれば商品は市場価値イコール平均価値どおりに売られる。

「異常な諸組合わせ」・需給不一致のもとでは、諸商品は、市場価値イコール平均価値とは別個の意味をもつ市場価値で販売されるのである。以下、これらの点について考えてみよう。

### III 競争と市場価値

市場価値を成立させるものは競争である。「競争がさしあたり一部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」。

競争には、「資本家間の競争」、「資本家と商品の買い手との競争」、「買い手

間の競争」があり、これらの「競争が作用して、そのために、特殊な生産部面の各個の商品の価値は、この特殊な社会的生産部面の商品総量が必要とする社会的労働時間の総量によって規定されることになり、個々の商品の個別的価値または個々の商品がその特殊な生産者および売手に費やさせた労働時間によっては規定されないことになる」<sup>9)</sup>。

相異なる個別的諸価値が、一つの社会的価値、すなわち一つの同等な市場価値に均等化されるために、同一種類の商品の生産者たちが「共通に商品を提供する一つの市場の現存」と「生産者間の競争」とを必要とする。「個別的色彩を異にする諸事情のもとで生産されている諸商品の市場価格が市場価値と一致して……市場価値から背離しないためには、相異なる販売者たちの互いに加えあう圧迫が、社会的欲望の要求する分量の商品、すなわち社会が市場価値を支払うだけの商品量を市場に投ぜしめるに足りる大いさであることを必要とする」。

「社会的欲望の要求する分量の商品、すなわち社会が市場価値〔イコール平均価値〕を支払うだけの商品量」を余儀なく「市場に出させるに足りるだけ強大でない場合には、商品は市場価値〔イコール平均価値〕以上で販売されるであろう」(〔 〕内は東井)。逆に、「販売者間の競争の圧迫」が強すぎて、社会的欲望の要求する分量」以上に商品分量を市場に出させる場合には、商品は市場価値イコール平均価値以下で販売されるであろう。

マルクスは、市場価値の確定に関する抽象的な叙述を終えて、「市場価値のこうした確定は、現実の市場では、——かように確定された価値どおりに商品量を吸収するだけ需要が大きいものと前提すれば、——購買者間の競争によって媒介される。」と述べ、「商品が使用価値をもつということは、それが何らかの社会的欲望をみたすということにはほかならない。」「一生産部門全体の生産物が一方の側に立ち、社会的欲望が他方の側に立てば、このみたされるべき欲望

---

9) Werke, Band 26, Zwiter Teil, S. 203. 訳書, 第26巻第2分冊, 266ページ。

の量が本質的契機となる。いまや、この社会的欲望の程度すなわち分量を考察することが必要となる。」と述べている。

社会的欲望の量が本質的契機となるのは、「社会的欲望、すなわち社会的規模での使用価値は、ここでは、社会的総労働時間のうち相異なる特殊の生産部に帰属する部分を規定するものとして現象する」からである。だが、「これは、すでに個々の商品の場合に現われるあの同じ法則、すなわち、個々の商品の使用価値はその商品の交換価値したがって価値の前提であるという法則である」<sup>10)</sup>。

(1) 普通の組合わせ・需給一致のもとでの市場価値の確定

マルクスは、市場価値に関する抽象的諸規定について述べている。「市場価値に関してこれまでに与えられた諸規定での想定は、生産される商品の分量は同一不変で与えられたものだけということ、相異なる諸条件のもとで生産されるこの商品分量の成分間の比率だけが変化するということ、および、それゆえにこの同じ商品分量の市場価値がさまざまに規制されるということである。この商品量が普通の供給量 (das gewöhnliche Quantum der Zufuhr) であると仮定し、その際われわれは、生産された諸商品の一部分が、時に市場から引き上げられうるという可能性を度外視する。そこで、この商品量に対する需要もまた普通のもの (die gewöhnliche Nachfrage) であるならば、商品はその市場価値どおりに売られる。前に研究された三つの場合のいずれが、この市場価値を調整するにしても。この商品分量は、単に欲望をみたすものではなく、これをそ

---

10) KⅢ, S. 686. Werke, Band 25, S. 649. 長谷部訳本④159ページ。向坂訳本, Ⅲ, 800ページ。委員会訳本, Ⅲ, 820ページ。

の社会的規模でみtas」。

この商品量が普通の供給量であると仮定し、この商品量に対する需要もまた普通の需要であるということは、この商品種類の総量を生産するために費やされる「社会的労働の範囲」と、みたされるべき「社会的欲望の範囲」との合致を意味しているのである。

この商品種類の総量に費やされる社会的労働の総量が、この商品に対する支払能力ある社会的欲望の量に合致しているならば、「市場価値——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」のである。

繰り返して言えば、「一定の物品の生産に使用される社会的労働の範囲が、みたされるべき社会的欲望の範囲に合致し、したがって、生産された量が、需要が不変な場合の再生産の普通の規模 (der gewöhnliche Maßstab der Reproduktion) に合致するならば、商品はその市場価値どおりに売られる。諸商品の価値どおりの交換、または販売は諸商品の均衡のもつ合理的なものであり、その自然的法則である」。

一定の生産部門における同種の諸商品の「年々の再生産の量」を考え、この「商品量が市場価値どおりに——それ以上でも以下でもなく——売られるような比率にあれば、需要と供給とは一致している」。同一市場に提供されたその商品量が、「社会的欲望の要求する商品量」とが一致するということは、「この一定財貨を生産するために自己の労働を費やすことを任とする社会部分が、自己の欲望をみtas財貨で表わされる社会的労働によって等価を受けとる」ということを意味する。このことは、同一市場で特定の商品総量と社会的欲望を代表する貨幣商品とが相互に価値どおりに交換されたと想定すればたやすく理解されうるのであろう。その場合にはこの商品量を生産するために費やされた社会的労働と、貨幣商品に含まれている社会的労働とは等量であるからである。

同一市場に供給された同種の諸商品の分量が「支払能力ある社会的欲望の要求する商品量、すなわち市場価値を支払いうるだけの商品量」と一致しているならば、需要と供給とは一致している。同種の諸商品の年間再生産量が同一市

場においてすべて購買された場合でも、需要と供給とが一致しているとは必ずしも言えない。もしこの商品量が市場価値イコール平均価値以下で販売されているならば、この商品分量が、支払能力ある社会的欲望の要求する商品量をこえて生産されているのであり、需要と供給とは一致していないのである。逆に、この商品量が市場価値イコール平均価値以上に販売されていたならば、この商品量が支払能力ある社会的欲望の要求する商品量を下回っているのであって、需給は一致していないのである。したがって、商品量の単なる売買からは需要と供給とが一致しているかどうかを判別することはできないのである<sup>11)</sup>。

11) この点について、高島永幹教授は次のように指摘された。需給の一致とは「一般に俗学的見解のように、生産され市場へ供給される商品量が、その価格のいかに問わず、すべて売りつくされることではない。すなわち、商品の売り残りがなければ均衡しているという性質のものではない。」「需給の均衡とは、ほんらい一定の価値を前提とし、この前提のもとにそれぞれ一定のものとして現われる需要と供給とが互いに量的に一致するということである。そしてここに前提される価値は、一般に平均価値を意味することはいうまでもなかろう。需給均衡の想定のもとに平均価値として決定される市場価値は、相異なる生産条件のもとで生産される商品の諸分量間における個別的価値の平均として定められる」(高島永幹「マルクスの市場価値論におけるいわゆる『不明瞭な箇所』について」茨城大『農学術報告』第8号、1960年、184ページ)。

私は、かつて、高島教授のこの見解を肯定しながら(東井「市場価値と需給関係—『市場価値』論(2)—」関西大『経済論集』第20巻第1号、1970年5月、29ページ。)、大島雄一教授が「厳密に言えば、商品が販売されたかぎりでは、販売量については需要供給は一致しているわけである。」(大島雄一『価格と資本の論理』、未来社、1965年1月、350ページ。)という見解に引付けられて、高島教授の見解を否定してしまった(東井「マルクスの市場価値論について(3)」関西大『経済論集』第20巻、第5・6合併号471ページ。)。しかし、その後の市場価値論に関する私の研究の結果として、高島教授の見解こそマルクスの言う「需給の一致」なのであると、ますます確信するにいたった。

マルクスは、「市場価値が何であろうと、それが出てくるためには、需要と供給とが均衡を得ていなければならないことは、凡庸な経済学者でさえ認めざるをえない。」(KⅢ、218:197、長谷部訳本③166。向坂訳本Ⅲ、237。委員会訳本④241。)と述べているが、この文中の「市場価値」には最悪規定と最良規定での市場価値をも含むと誤解し、「最悪規定の場合の市場価値も、最良規定の場合の市場価値も、これらが出てくるためには、需要と供給とが均衡を得ていなければならないであろう。」と主張

同一市場に提供された同種の諸商品の年間再生産量を生産するために費やされた「社会的労働の範囲」が、「みたされるべき社会的欲望の範囲」に合致するならば、この商品分量が、支払能力ある「社会的欲望の要求する商品量、すなわち市場価値を支払いうるだけの商品量」と一致し、需要と供給とが一致しているのである。ここで市場価値とは、単位として役立つ商品の「市場価値の倍数として」表現されている、念のために。上述のことを次のようにも表現しうる。「一定の生産部門の商品分量が市場価値どおりに——それ以上でも以下でもなく——売られるような比率に需要供給があれば、需要と供給とが一致している」。

マルクスは、一定の各生産部門における年々の再生産の分量を考えて、この年間再生産量を生産するために費やされる「社会的労働の範囲」と「みたされるべき社会的欲望の範囲」とが合致し、したがってこの商品分量と「社会的欲望の要求する商品量、すなわち市場価値を支払いうるだけの商品量」とが一致している場合を想定し、この商品分量を「普通の供給量」または「普通の供給」と呼び、「社会的欲望の要求する商品量」を「普通の需要」となづけている。

ところで、マルクスは、「需要と供給とが一致すれば、それらは作用しなくなり、またそれゆえにこそ、商品が市場価値どおりに販売される」と述べ、「需要と供給とがたがいに止揚すれば、それは何ものかを説明することやめ、市場価値には影響しないのであって、なぜ市場価値はまさにこれこれの貨幣額で表現されて他の貨幣額では表現されないかにつき、われわれはまったく暗の中に放置する。資本制的生産の現実の内的諸法則は、あきらかに需要と供給との相互作用からは説明されえない……。というのは、これらの法則は、需要と供

---

した（同上、29—30ページ）。しかし、マルクスが「市場価値が何であろう」と述べている場合の市場価値には決して最悪規定の場合の市場価値も、最良規定の場合の市場価値も、入らないのであって、この市場価値は、さまざまな大きさをもつ平均価値に合致した市場価値のことであった。したがって、「最悪規定の場合の市場価値も、最良規定の場合の市場価値も、これらが出てくるためには、需要と供給とが均衡を得ていなければならない」という理解は誤りであった。

給とが作用しなくなるとき、すなわち一致するときのみ、純粹に現実化されて現象するのである。」と述べている。

そこで需要と供給とが一致している場合の市場価値に関する純粹な決定について考察しなければならない。

さて、問題の商品量が需要が不変のもとで「普通の供給量」であるか、供給量が不変のもとでこの商品量に対する需要が「普通の需要」であるならば、三つのケース——すなわち、「中位大量，上・下均衡」，「下位相対的大量」，「上位相対的大量」——のいずれにおいても、市場価値どおりに販売される。

これを、すでに掲げておいた表Ⅱ「市場価値に関する平均規定」においてみてみよう。三つのケースのいずれにおいても、普通の組合わせ・需給一致のもとで市場価値が、算術加重平均的に決定されている。市場価値は、第一のケース（「中位大量，上・下均衡」）では12であり，第二のケース（「下位相対的大量」）では12%であり，第三のケース（「上位相対的大量」）では11%である。これらの市場価値は，三つのケースのそれぞれにおける相異なる生産諸条件のもとで生産された諸商品の相異なる個別的価値の同一市場における「共通的な価値」であることは，言うまでもない。

市場価値が12とか，12%とか，11%とかいう「数学的極限に到達」できるのは，言うまでもなく競争の作用によってである。

三つのケース——「中位大量，上・下均衡」，「下位相対大量」，「上位相対大量」——において，競争がどのようにして市場価値イコール平均価値を成立させるかについて，向坂逸郎教授は，以下のように明らかにされた。

「いま次のような場合を考えることができる。その生産部門の多くの経営者が，大体中位の生産諸条件をもっている。そして少数の経営者がこれよりすぐれた生産諸条件をもって生産しており，他の少数の経営者が最も不利な生産諸条件をもっている。これらの人々は価格の競争をやる。最も不利な生産諸条件をもっている経営者は，その個別的価値を実現するようできるだけ高い価格で売ろうとする。最もすぐれた生産諸条件をもったものは，その個別的価値が最も低いので，最も強い競争力をもっていて，価格を他の二者に比較してずっと引下げることができる。しかし，その生産物だけで需要を満足させることはできない。そのかぎりでは，価格はこの個別的価値まで低下することはない。最も劣悪な

条件をもつものは、その価格をできるだけ高めようとするが、この力は、最もすぐれた生産諸条件をもつものの競争力のために貫かれえない。部門全体の生産物は与えられた需要を充足せしめるに必要である。そこで、もし最も優良な生産諸条件をもつ生産者と最も劣悪な生産諸条件をもつ生産者の競争が相均衡化すれば、この生産部門の生産物の価値は、その大部分を生産する中位の生産諸条件をもつ生産者の生産物の個別的価値によって決定される。もし両端の力が相伯仲していなければ、中位的条件の生産物の個別的価値からいずれか一方のより強い方に、多少とも近づいたところで平均されてこの点で決定される。」

「次に市場価値の成立について次のような場合もありうる。最も劣等な生産諸条件をもつ経営の生産物が、この部門全体の生産物の大部分を占めており、中位的諸条件をもつ生産物も、最もすぐれた諸条件をもつ生産物も比較的少量であるとする。いうまでもなく、与えられた需要に対して、この生産部門の生産物の全量が必要なのであるから、この生産部門の商品の価格決定にとっては、劣悪な生産諸条件をもつ生産物の個別的価値は、決定的な意味をもっている。しかし、もちろん、この生産物のみをもってしては、この需要を充たすことはできないのであるから、この競争においては、最もすぐれた生産諸条件をもつ生産物も、中位のそれをもつ生産物も、一定の圧力をもちうる。劣悪な生産諸条件をもつ生産物は、この個別的価値どおりに売られるわけにはいかない。なぜかというに、よりすぐれた生産諸条件をもつ商品が、少量ではあっても、存在し、その競争力によって価格は圧迫されるからである。かくして、この場合においては、市場価格は最も劣悪な生産諸条件をもつ経営の生産物の個別的価値に極めて近く決定される。」

「最後に、最もすぐれた生産諸条件をもった経営の生産物が、この生産部門の全生産物中で圧倒的多量を占め、これに対して中位の生産諸条件をもつ生産物と劣悪な生産諸条件をもつ生産物とは、相対的にはるかに少量であるとする。この場合には、もちろん、これら二つのより劣等な生産諸条件で生産された商品も、需要を充足するために必要であるから、最もすぐれた生産諸条件をもつ生産物は、その個別的価値で売れることをしない。必ずそれ以上の価格をもって売れる。中位的のおよび劣悪なる生産諸条件をもつ生産物は、むしろその個別的価値をもって売れることはできない。かれらはその商品を売るためには、価格をその個別的価値以下に引下げざるをえない。かくして、競争は価値の平均化を行ない、市場価値は、最もすぐれた生産諸条件をもつ生産物の個別的価値に近く平均され、ここで決定される。この市場価値は、いうまでもなく、中位的な個別的価値より低く決定される。すぐれた生産諸条件をもつ生産物は、中位的価値以下で自己の個別的価値以上に売られるからである。」<sup>12)</sup>

こうして三つのケースのいずれにおいても、「同じ生産部面のなかの競争の結果として生ずるものは、この部面の商品の価値を、その部面で平均的に必要とされる労働時間によって規定すること、つまり市場価値の成立である」<sup>13)</sup>。

12) 向坂逸郎『マルクス経済学の基本問題』（岩波書店、1962年12月）、265—70ページ。

販売者間の競争による市場価値のこうした確定は、かように確定された市場価値どおりに商品総量を吸収するだけ需要が大きいのと前提すれば、現実の市場では「購買者間の競争によって媒介される」。

一定の生産部門におけるある種の商品が「市場価値どおりに、——すなわちその商品に含まれる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や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対応しなければならないが」、「競争は、すなわち需要と供給との比率の諸変動に対応する市場価格の動揺は、各商品種類に費やされる労働の総量を、上の社会的欲望の量の限度に帰着させようとする」。

需要と供給との変動は、市場では生産者間の競争と消費者間の競争とによって生じうる。マルクスは言う、「供給は、一定の商品種類のもろもろの販売者または生産者の合計に等しく、需要は、同じ種類のもろもろの購買者または消費者（個人的または生産的なそれ）の合計に等しい。しかも、この合計はともに、統一として、集合力として、相互に作用しあう。個々人は、ここではただ、一社会的勢力の部分として、集団の分子として、作用するのであって、競争が生産および消費の社会的性格を発揮させるのはこの形態においてである」。

#### (2) 「異常な組合わせ」・需給不一致のもとでの市場価値

いよいよ「異常な組合わせ」のもとでの市場価値の規定についての考察にはいることにしよう。

マルクスは、「この商品量が普通の供給量だと仮定して、……この商品量に対する需要も普通の需要ならば、商品は……その市場価値どおりに販売される。この商品量はある欲望をみたすばかりでなく、これを社会的規模でみたく。」という叙述にすぐ続けて、以下のように述べている。

「これに反し、この商品量が需要よりも小さいか大きい場合には、市場価値

13) Ibid., Werke, Band 26, Zwiter Teil, S. 205. 『マルクス＝エンゲルス全集』第26巻第2分冊, 269ページ。

からの市場価格の背離が生ずる。そして第一の背離は、商品量が過小な場合には最悪の諸条件のもとで生産された商品がつねに市場価値を調整し、商品量が過大な場合には最良の諸条件のもとで生産された商品がつねに市場価値を調整するということであり、つまり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ずるにもかかわらず、両極の一方が市場価値を規定するということである。需要と生産物量とのあいだの差がいっそう大きければ、市場価格も市場価値から上下にいっそう大きく背離するであろう。

ここで述べられている市場価値は、算術加重平均的に決定される市場価値とは相異なるものである。この市場価値は、最悪の諸条件、または最良の諸条件のもとで生産される諸商品の個別的価値によって規定されたものである。

マルクスは、「最悪の諸条件、または最良の諸条件のもとで生産される諸商品が市場価値を規制するということは、ただ異常な諸組み合わせのもとにおいてのみ、行われることである」と述べ、最悪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ということが、「可能なのは、需要が普通の需要をこえる場合か、または供給が普通の供給以下に減る場合だけである」と述べている。これらの叙述から、「異常な組み合わせ」とは需要と供給との不一致であるということが読みとられうるであろう。

たしかに、「異常な組み合わせ」に対する普通の組み合わせを、マルクスは明らかにしていない。しかしながら、マルクスが、「平均価値での、つまり両極の中間にある商品大量の中位価値での、商品の供給が普通の需要をみたく場合には、云云。」と述べていること、「この商品量が普通の供給量であり、……この商品量に対する需要もまた、普通のものであるならば、商品はその市場価値どおりに売られる。」と述べられていること、さらに「一定財貨を生産するために費やされる社会的労働の範囲が、みたされるべき社会的欲望の範囲に合致し、したがって、生産された商品量が、需要が不変な場合の再生産の普通の規模に合致するならば、商品はその市場価値どおりに売られる。」と述べていることからして、普通の組み合わせとは、需要と供給との一致であると理解されう

るであろう。需給の一致とは、すでに明らかにしておいたように、同一市場に存在する同種の諸商品の年間再生産量を生産するために費やされた「社会的労働の範囲」と、「みたされるべき社会的欲望の範囲」とが合致しており、したがってこの商品量と支払能力ある「社会的欲望の要求する商品量、すなわち市場価値を支払いうるだけの商品量」とが一致しているということの意味する。この場合における商品量が「普通の供給量」であり、「社会的欲望の要求する商品量、すなわち市場価値を支払いうるだけの商品量」が「普通の需要」である。したがって、「普通の供給量」と「普通の需要」との結合が普通の「組合わせ」と考えうるであろう。

「異常な組合わせ」とは、普通の組合わせの裏返しであって、需要が不変のもとで、再生産される量が、「普通の供給量」でないような需給の不一致、または供給量が不変のもとで需要が増減して「普通の需要」でないような需給の不一致をいう。「異常な組合わせ」を、「一定財貨を生産するために費やされる社会的労働の範囲」と「みたされるべき社会的欲望の範囲」との異常な結合、つまり両者の不一致と考えると、内容的には同じことであろう。したがって、「異常な組合わせ」とは需要と供給との不一致にほかならない。

要するに「異常な組合わせ」とは需給不一致のことである<sup>14)</sup>。言い換えれば、「異常な組合わせ」とは、一定の商品種類に費やされる社会的労働の範囲と、この商品に対する支払い能力のある社会的欲望の範囲との不一致のことを意味しているのである。前者の範囲——同一市場にある供給量——と、後者の範囲——「この商品に対する市場で代表された欲望・需要」——との組合わせは種々であるであろう。この両者の合致・需給一致が普通の組合わせであり、両者の不一致・需給不一致が「異常な組合わせ」なのである。

14) 「異常な組合わせ」を需給の不一致としてはじめて理解されたのは、吉村勳教授であり、教授は「この『異常な組合わせ』とは、価値の場合に前提され当然であった供給と需要との終局的な一致の崩壊である」(吉村勳『現代の賃金論』日本評論新社、1961年11月、29ページ。)と述べられた。「異常な組合わせ」を需給の不一致としてみめかれたのは、けい眼といえよう。

ところで、山本二三丸教授は、「同一商品を生産しながらそれぞれ生産諸条件を異にし、したがってそれぞれ個別的価値を異にする  $a$ ,  $b$ ,  $c$  が、生産総量の上でそれがどれだけの割合を占めるかということが『組合わせ』の問題である」とされ、教授は、「異常な組合わせ」は、「劣悪な条件」のもとで生産される商品部分が相対的に大きいという「組合わせ」のことであり、または「優良な条件」のもとで生産される商品分量が相対的にいちじるしく大きいという「組合わせ」のことだと言われ、この「組合わせ」の「いかんによって、市場価値が決定される」と言われている<sup>15)</sup>。

今日では、「組合わせ」を「上、中、下の組合わせ」と考えられるのが通説となっている。

しかしながら、「中位的大量、上・下均衡」、「下位相対的大量」、「上位相対的大量」は、市場価値に関する抽象的規定を説明するために設定された「三つのケース」であって、これらの三つのケースが市場価値を決定するものではない。「下位相対的大量」と「上位相対的大量」の場合においても、マルクスは市場価値に関する厳密な諸規定すなわち平均規定を与えていることに注意しなければならない。「下位相対的大量」と「上位相対的大量」を「異常な組合わせ」と考え、これが市場価値の最悪規定と最良規定を可能とするならば、「下位相対的大量」と「上位相対的大量」の場合においても、市場価値に関する厳密な規定、すなわち平均的な諸規定が与えられるのはなぜかということを説明することができなくなるであろう。もちろん、いわゆる「上、中、下の組合わせ」は、平均価値の大きさには関係があるであろう。

マルクスは『剰余価値学説史』において言う。

「どの部類〔「一つの部類は、中位の諸条件のもとで生産する。／もう一つの部類は、平均的諸条件よりも良い諸条件のもとで生産する。／最後に、第三の部類は、平均的生産諸条件よりも悪い諸条件のもとで生産する。〕（傍点は原文）」が平均的価値を確定する

15) 山本二三丸『価値論研究』（青木書店、1962年6月号）133ページ。

のに決定的であったかということは、主としてこれらの部類の数的関係または比例的數量関係によって定まるであろう。もし中位の部類が数のうえではるかに優勢であれば、これが平均的価値を決定するであろう。この部類が数のうえでは劣勢であれば、そして平均的諸条件よりも悪い諸条件のもとで労働する部類が数のうえでは有力かつ優勢であれば、これがその部面の生産物の一般的価値を決定する。といっても、その場合に、この部類内でさらに最も不利な立場に置かれている個々の資本家こそがこの決定をするのだと言おうというのでは、けっしてない。またそうしたことはとてもありそうにもないことである」<sup>16)</sup> (傍点は原文)。

上の引用文中に「これらの部類の数的関係または比例的數量関係」とあるが、これには「企業者たちのいろいろな群の『数的関係または比率的數量関係』とマルクスがここで言っているのは、これらの群のそれぞれによって市場に出される生産物量のことである。」<sup>17)</sup>という注解がある。

「どの部類が平均的価値を決定するのに決定的であったということは、主としてこれらの部類の数的関係または比例的數量関係によって定まるであろう。」という場合の、「平均価値」の確定とは、平均価値の大いさの確定のことであろう。平均的諸条件のもとで生産する部類が他の二つの部類に比して数的に有力かつ優勢であればあるほど、この全生産部面で生産される全商品の全量の生産に必要とされる労働の量は、ますます大きくなるのであろう。したがって、その商品量の総価値額はますます大きくなるのであろう。それゆえに、その平均価値はますます大きくなるのであろう。平均的諸条件よりも良い諸条件のもとで生産する部類が、他の二つの部類に比して数的に優勢であればあるほど、その商品量の総価値額はますます小さくなり、したがってまた平均価値もますます小さくなるのであろう。もし中位の部類が数の上ではるかに優勢であれば、これ

16) Werke, Band 26, Zwitter Teil, SS. 264—5. 『マルクス＝エンゲルス全集』第26巻第2分冊, 264—5ページ。

17) 同上訳本, 注解, 10ページ。

が平均価値の大きさを確定するのに決定的であろう。

したがって、「どの部類が平均価値を確定するのに決定的であったかということ」は、「どの部類が平均価値の大きさを確定するのに決定的であったかということ」として読みとらなければならない。

このような平均価値の大きさの確定は、言うまでもなく、「相異なる諸条件のもとで生産された諸量のあいだの単なる比率」によるものである。

したがって、いわゆる「a, b, cの組み合わせ」は、「相異なる諸条件のもとで生産された諸量のあいだの単なる比率」を意味し、平均価値の大きさの確定には関与するであろう。しかし、市場価値がかく確定された平均価値の大きさであるためには、「需要が、ちょうど商品量をかように確定されたその価値をもって吸収するだけの大きさである」ということを前提としていなければならない。もしも「需要が、ちょうど商品量をかように確定されたその価値をもって吸収するだけの大きさで」なければ、「相異なる諸条件のもとで生産された諸量のあいだの単なる比率から、別の結果が生ずるはずにもかかわらず、両極の一方が市場価値を規定する」ということになるであろう。

需要と供給とは、「実際には決して一致せず、また仮りに一致しても、その一致は偶然であり、したがって科学的にゼロとすべきであり、生じないものと見なすべきである。しかるに経済学において、需要供給が一致すると想定されるのはなぜか？現象を、合則的な・概念に照応する・姿態において考察するため、すなわち現象を、需要供給の運動によってもたされる仮象から独立させて考察するためである」。

したがって、マルクスは、普通の組み合わせ・需給一致を想定し、そのもとでの市場価値の諸規定を考察することにより、市場価値が算術加重平均的に決定されるということ、市場価値が「なぜまさにこれこれの貨幣額で表現されて他の貨幣額では表現されないか」ということ、諸商品が市場価値——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」——どおりに販売されるということなどを明らかにしようとしたものであろう。つまり、マルクスは、普

通の組合わせ・需給一致のもとでの市場価値イコール平均価値どおりの諸商品の販売は、「合理的なものであり、諸商品の均衡の自然法則である」がゆえに、市場価値が算術加重平均的に決定されることを明らかにすることから出発したのであろう。

しかしながら、「需要と供給とは実際に決して一致しない」のであるから、マルクスは、需要と供給との不一致のもとでの市場価値の諸規定を考察しなければならなかったのであろう。「異常な組合わせ」・需給不一致のもとでの市場価値の諸規定は、「実際のなもの」であり、これらが、最悪の諸条件または最良の諸条件のもとで生産される諸商品の個別的価値による市場価値の規定にほかならないのである。

「異常な諸組合わせ」・需給不一致が実際的であるのだから、「中位大量，上・下不均衡」という第一のケースにおいても、最悪の諸条件または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ということが考えられると思われる。しかし、第一のケースでは、この点が取り扱われていない。何故か？「中位大量，上・下均衡」という最も理想的な——「現実には現存しない」ような——「中位的」・「社会的平均」構成をまず想定し、次に需要と供給とが一定していると想定し、「資本制的生産の現実の内的諸法則」を明らかにしようとしたものと思われる。この場合に、「三面の競争」の作用によって需給一致のもとで成立した市場価値は、「一面では平均価値」であり、「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」でもある。最も理想的な市場価値——「その商品に含まれる社会的必要労働に比例して」——どおりの商品の販売を出発点となしたと思われる。したがって、第一のケースでは、「異常な諸組合わせ」・需給不一致のもとでの市場価値——平均価値イコール市場価値とは別個のもの——の諸規定を取り扱わなかったと考えられる。

しかしながら、「需要が供給にくらべて弱ければ、有利に生産される部分が——その多少にかかわらず——その価格が個別的価値にまで収縮することによ

って、無理やりに場所を占める。」（傍点は東井）と述べられてあり、「生産される諸商品の分量が、中位の市場価値で販路を見出す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が市場価値を規制する。」（傍点は東井）と述べられてあることからして、「中位大量，上・下均衡」という第一のケースにおいても「異常な諸組合せ」・需給不一致のもとでの、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による市場価値の規制も考える余地が残されているように思われる。

先に掲げた表Ⅰ「市場価値の諸規定」の第一ケースにおいて、「平均価値〔12〕での、つまり両極のあいだに横たわる商品大量の中位価値〔12〕での商品の供給〔100個〕が普通の需要〔支払能力ある社会的欲望の要求する商品量〕をみたくず場合には、市場価値〔12〕以下の個別的価値〔11〕をもつ商品は特別剰余価値〔+1〕または超過利潤を実現するが、市場価値〔12〕以上の個別的価値〔13〕をもつ商品の方は、それに含まれる剰余価値の一部分〔1〕を実現することができない」（〔 〕内は東井）。

「これに反して、需要が強くて、最悪の諸条件のもとで生産される諸商品の価値〔13〕によって価格が規制されても需要が収縮しないような場合には、これらの商品が市場価値を規定する」。「最後に、生産される諸商品の分量が、中位の市場価値で販路を見出す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が、市場価値を規制する」。表示すれば表Ⅲ「需給不一致のもとでの市場価値の諸規定」の通りである。

表Ⅲでの「異常な諸組合せ」・需給不一致のもとでの市場価値の諸規定に関する説明は、「下位相対的大量」という第二のケースと、「上位相対的大量」という第三のケースとにおける「異常な組合せ」・需給の不一致のもとでの市場価値諸規定に関する説明と原理的に異なるところがない。したがって、「中位大量，上・下均衡」という第一のケースでは、「異常な諸組合せ」・需給不一致のもとでの市場価値の諸規定を取り扱う必要がなかったものとも考えられうる。

表Ⅲ 需給不一致のもとでの市場価値の諸規定

諸条件別		個別的価値 ( $W=C+V+m$ )	商品量 (個数)	価値 総額	市場 価値	市場価値 総額	特別 剰余価値
最 悪 規 定	最悪(下位)	$13=7+3+3$	10	130	13	130	0
	中位	$12=8+2+2$	80	960	13	1040	+80
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	13	130	+20
	計	—	100	1200	—	1300	+100
	社会的平均	$12=8+2+2$	1	120		13	—
最 良 規 定	最悪(上位)	$13=7+3+3$	10	130	11	110	-20
	中位	$12=8+2+2$	80	960	11	880	-80
	最良(上位)	$11=9+1+1$	10	110	11	110	0
	計	—	100	1200	—	1100	-100
	社会的平均	$11=8+2+2$	1	120		11	—

さて、「異常な組合わせ」・需給不一致のもとでの市場価値の諸規定を第一、第二のケースで考察しよう。

「下位相対的大量」という第二のケースにおいて、「一定種類の商品について需要が供給よりも大きければ、特定の限界内では、ある買手が他の買手よりも高い値をつけ、かくしてこの商品をすべての買手にとって市場価値よりも高価にするが、他方では、売り手たちは共同的に高い市場価格で売ろうとする」。

このように、問題の市場に提供される商品量が需要よりも小さい場合には、競争の作用によって、市場価格は、市場価値イコール平均価値から上方に背離する。この市場価格は、上昇後まもなく最悪の諸条件のもとで生産された大量商品の個別的価値の高さに達するであろう。したがって、最悪の諸条件のもとでの大量商品の個別的価値が市場価格を規制することになる。これら大量商品の個別的価値が市場価格を規制しても、「需要が強くて、需要が収縮しないような場合には」、最悪の諸条件のもとでの大量商品の個別価値が、市場における「一般的な価値」または「共通な価値」となるであろう、すなわち市場価値となるであろう。

マルクスは、最悪の諸条件のもとで生産される商品が市場価値を規定することが可能となるのは、「需要が普通の需要をこえる場合か、または供給が普通の供給以下に減少する場合だけである。」と述べている。この点について考えてみよう。

すでに明らかにしたように、一定の生産部門における同種の諸商品の総量を生産するために費やされる社会的労働の総量が、この商品に対する支払能力ある社会的欲望の量に合致するならば、これらの諸商品が市場価値（イコール平均価値）どおりに売られるような比率に需要供給があり、これらの商品の総量すなわち供給量と、これらの商品に対する「市場で代表された支払能力ある社会的欲望」すなわち需要とが一致しているのである。この場合における「供給量」が「普通の供給量」であり、この商品に対する支払能力ある社会的欲望が「普通の需要」である。

したがって、「需要が普通の需要をこえる場合、または供給が普通の供給以下に減少する場合には」、諸商品が市場価値イコール平均価値どおりに売られるような比率に需要と供給とがなっていないのであり、したがって需要と供給とが一致していないのであり、したがってまたこの商品総量を生産するために費やされる社会的労働の総量がこの商品に対する支払能力ある社会的欲望に合致していないのである。この場合に、諸商品は、市場価値イコール平均価値どおりに販売されないのである。それゆえに、最悪の諸条件のもとで生産される商品が規制する前述の市場価値は、平均価値どおりの市場価値とは別個の市場価値であることは明らかである。

このことを、先に掲げた表 I 「市場価値の諸規定」で考えてみよう。

「下位相対的大量」という第二のケースにおいて、100 という商品量が需要よりも小さい場合には、市場価格は12%という平均価値から上方へ背離し、最悪の諸条件のもとで生産された大量商品の個別的価値13の高さに達するであろう。13という個別的価値によって市場価格が規制されても、「需要が強くて需要が収縮しないような場合には」、最悪の諸条件のもとで生産された大量商品

の個別的価値<sup>13</sup>が市場価値を規制する。このことは、12%という市場価値を調整したときの需要の規模、すなわち「普通の需要」よりも需要が大きくなることにより生じうるのである。または、13という市場価値を前期に調整したのとは「別の規模で再生産がおこなわれて」この商品種類の生産に費やされる社会的労働の大きさが、この商品に対する社会的欲望の大きさにとって過小となったことにより生じたものである。

最悪の諸条件のもとで生産された商品の個別的価値が市場で「一般的な価値」となる場合には、その商品総量の市場価値は、その商品総量を生産するために費やされる労働時間(1,260)よりもより多くの労働時間(1,300)を代表する。

この商品総量に含まれる社会的労働時間1,260時間は、13労働時間という市場価値の「倍数として表現されうる市場価値」1,300労働時間で売られる。100個という商品量が含むより遙かに多量の「社会的労働を代表する」。1個当たりの商品の必要労働時間が12%にもかかわらず、それがあたかも13労働時間であるかのように売られるのである。したがって、「必要労働時間はここでは別個の意味を含む」<sup>18)</sup>。

次に、「上位相対的大量」という第三のケースにおいて「最良の諸条件のもとで生産される部分が、市場価値を調整する」ということについて考えてみよう。

供給が「需要よりも大きければ、まずある者が安く売りとばそうとするので他の売手たちがこれにつづかねばならないが、購買者たちの方は、共同的に市場価格をできるだけ市場価値以下においておし下げようとする」。

問題の市場に提供される商品量が需要よりも小さい場合には、競争の作用によって、市場価格は、市場価値イコール平均価値から下方に背離する。この市

---

18) vgl. KIII, S. 685—6. vgl. Werke, Band 25, S. 648—9.

長谷部訳本④159ページ参照。向坂訳本Ⅲ, 800—1ページ参照。委員会訳本Ⅲ, 820—1ページ参照。

市場価格は低下後まもなく、最良の諸条件のもとで生産される諸商品の個別的価値に等しくなるであろう。したがって、最良の諸条件のもとで生産された大量商品の個別的価値が市場価格を規制することになる。この個別的価値によって市場価格が規制されても需要が増大しないならば、最良の諸条件のもとでの商品の個別的価値が、市場での「一般的な価値」となるであろう。したがって、「生産される諸商品の分量が、中位の市場価値で販路を見出す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が、市場価値を規制する」。そうしたことが生じうるのは、需要が「普通の需要」以下に減少した場合、または供給が「普通の供給」以上に増加した場合だけである。

先に掲げた表 I 「市場価値の諸規定」において最良規定をみてみよう。

第三のケースにおいて100個の商品量が売買されている。この100個が支払能力ある社会的欲望が要求する商品量に一致しているかどうかは不明である。この商品量はその欲望の要求する量と一致していれば、諸商品は、11%という市場価値どおりに売れる。しかし、100個という商品量はその社会的欲望の要求する商品量よりも大きければ、11%という市場価値以下で売らねばならない。需要が「供給にくらべて弱ければ、有利に生産される部分が——その多少にかかわらず——その価格を個別的価値にまで収縮することによって、無理やりに場所を占める」。したがって、11という個別的価値が市場価格を規制する。その個別的価値が市場価格を規制しても需要が増大しない場合には、「最良の諸条件のもとで生産された商品がつねに市場価値を調整するということであり、つまり、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ずるにもかかわらず、両極の一方が市場価値を規定することである」。ここで「別の結果」とは、11%という平均価値のことである。

いまや、「最良の諸条件のもとで生産される諸商品が、市場価値を規制する」。市場価値は11である。11という市場価値は、11%という平均価値イコール市場価値とは別個の意味をもつものである。

この商品種類の一定分量は、「その生産のために必要な社会的労働しか含ま

ないかもしれないが、そしてこの側面から考察すれば、この商品種類全体の市場価値は必要労働だけ表わすものであるが、しかも、この一定商品が当時の社会的欲望をこえる程度に生産されたとすれば、社会的労働時間の一部分が浪費されたのであって、その場合にはこの商品分量は、市場では、現実にそれが含むよりも遙かに少量の社会的労働を代表する。……だから、これらの商品は市場価値以下で売りとばされねばならず、その一部分はまったく売れなくなることもありうる」。文中での市場価値とは、平均価値に等しい市場価値である。

問題の市場で、100個という商品は、市場価値イコール平均価値以下で売りとばされるのであるが、そのさい最良の諸条件のもとで生産された大量商品の個別的価値が「一般的な価値」となる場合に、諸商品100個は、11という市場価値で売りつくされるのである。11という市場価値の「倍数」として表現された市場価値1,100労働時間は、その商品量の生産に費やした1,140という社会的労働時間よりも「遙かに少量の社会的労働を代表する」。

最悪の諸条件または最良の諸条件のもとで生産された諸商品の個別的価値によって規定された市場価値も「市場価格の変動の中心」をなすのであり、需要と生産物量とのあいだの差が、さらに大きければ、市場価格は、規定された市場価値から上下にいつそう大きく背離するであろう。これが第二の背離であろう<sup>19)</sup>。

「生産される商品の分量と商品が市場価値で売られる分量との差は、二つの原因から生じうる」。再生産が、「与えられた市場価値を調整したのとは別の規模で再生産が行なわれ」、需要が「同一不変であるのに、供給が変化」したために、「相対的な過剰生産または過少生産が生じた」場合であり、他方では、「再生産すなわち供給は同一不変であるが需要が減少または増加した場合である」。

以上で、市場価値の諸規定が需給比率との関連においてとらえられているこ

---

19) 松石勝彦「生産価格と市場価値—『資本論』第三卷第10章の解明」、『土地制度史学』(第38号, 1968, 1) 50ページ。

とが明らかとなった。現実の市場では生産者間の競争、生産者と購買者との競争、購買者間の競争のいわゆる「三面の競争」の作用は、「需要と供給との比率の諸変動に対応する市場価格の動揺」を通じて、一定の商品種類の総量に費やされる社会的労働の総量を、この商品に対する支払能力ある「社会的欲望の量の限度」に帰着させ、市場価値を、その「数学的極限」において、算術加重平均的に決定する<sup>20)</sup>。この場合には、諸商品はその市場価値どおりに——すなわち、それに含まれている社会的に必要な労働に比例して——販売される。

一定の各生産部門における年間再生産の同種の商品分量が、現実の同一市場において、需要が不変のもとで供給が「普通の供給量」でない場合、またはこの商品分量が不変だと仮定して、需要が「普通の需要」でない場合に、いわゆる「三面の競争」は、その商品分量を生産するために費やさせる「社会的労働の範囲」と「みたされるべき社会的欲望の範囲」とを近似的に一致させるにと

---

20) この点について井上周八教授が以下のように整理されたのは、教授の洞察力のすどさを示す。

「通常の場合は、競争の結果、需給の変動そのものが、平均価値によって規制され、市場価値の大きさは、数学的極限において表現すれば、算術加重平均（平均価値）に落着く。第二規定〔最悪規定と最良規定—東井〕の場合ではそうではなく、両極端の一方の個別的価値が市場価値を規制し、かくして成立した市場価値が市場価格の変動の中心となる。すなわち両極端の一方の個別的価値が市場価値となり、この市場価値が需給変動の中心となる。市場価値が算術加重平均として決定されるのも競争の結果であったが、両極端の一方による市場価値も競争の結果である」（井上周八『『差額地代』と『価値』』(6)―白杉庄一郎教授の所説に関連して、『立教経済学研究』第23巻第3号、(1969年12月53―4ページ)。

なお、競争と市場価値に関しては、その「先駆的業績」といわれる尾形憲「マルクスにおける競争の概念について」（法政大『経済志林』第26巻第2号、1958年4月）をはじめ、海野八尋「市場価値と競争」（東京都立大『経済と経済学』第29号、1971年3月）、本間要一郎『競争と独占』（新評論、1974年1月）における第二章「市場価値論における競争の基礎規定」、平田喜久雄編『資本の論理』（法律文化社、1972年11月）における第二章「市場価値論」等々のすぐれた諸論稿があり、いずれこれらの所説を検討してみたいと思っている。本稿は、『資本論』第3部第10章での市場価値と需給比率との関係を競争の視点から理解することにとどめることにした。

どまり、最悪または最良の諸条件のもとで生産された諸商品の個別的価値を、それぞれ、「一般的な価値」、すなわち平均価値イコール市場価値とは「別個の意味をもつ」市場価値となし、このもとで諸商品を市場に現われせしむるのである。

この場合には、諸商品は、最悪または最良の諸条件のもとで生産された大量の商品分量に含まれている社会的必要な労働に比例して売られるのであって、この部面全体での全商品量の総額から個々の商品に帰属する可除部分、すなわち平均価値＝平均価格に近似的に売られているのである。