

使用価値とは何か

—そのフェティシズムをめぐって—

What is the Use-value of the Commodity?

篠原 三郎
Saburo SHINOHARA

Abstract

This paper aims to reconsider the theoretical relation between the use-value, which has a social aspect, and the thing of the use-value, and to claim that the two concepts can be distinguished theoretically. Based on the notion of fetishism, I solve the theoretical problem of the use-value for the first time.

まえがき

1. 『資本論』の使用価値規定
2. 商品の使用価値と「文化」
3. 使用価値と使用価値物
4. 商品世界の使用価値

あとがき

ま え が き

いまは女性がズボンをはくのは少しも珍しくはないが、ついこのあいだまで女はスカート、男はズボンと区別されていた。いまでも公衆トイレには女性用にはスカート姿が、男性用にはズボン姿が描かれている。わたくしたちの社会生活の性差のすべてがこのようなジェンダーによって区分けされてできていることは、今日では常識である。

交通信号では、人もクルマも、赤になれば停止するし、青に変われば歩きだす社会的な約束と

なっている。そのルールを変えてもいい性質のものである。しかし、現実には、それどころか、ある小島からクルマ社会に移住するために、横断歩道の渡り方の練習と訓練がなされる必要がある時代である。世の中のすべてが、こういう常識や約束によって形成され、ほとんど疑われることもなく展開されているように見える。しかし、それらは社会的につくられた歴史的な産物なのである。

ところで、わたくしたちが生活していくために必要なすべてのものが売られ、それを買わねば生きていけない商品についても、上述の常識や約束事と同じようなことがあるのではなからうか。

たとえば、商品としての石炭をみると、燃料や化学工業の原料としての使用価値を想像してしまいが、これを絵の具として使うこともできるし、現にその新しい用途を発見し、これを使って活躍している画家もいる。また、「郵便はがき」といえば、通信のために使うのだが、そして、そのような使用価値のものとして郵便局で販売されているわけだが、しかし、メモ用紙として使ってもかまわないはずだ。

しかしながら、普通には、石炭は絵の具として、「郵便はがき」はメモ用紙として売られていないし、又、使用していない。こういう使用価値は常識となっていない。そうだとすると、商品の使用価値というものも、先に述べた常識や約束事と同じように、社会的歴史的に形成されているものなのである。ということは、それらは、変わりうるし、また、変えることもできることを意味している。現に社会も歴史的にそのように動いている。

本稿は、上述してきたような問題関心から現代社会を分析するためには、いかなる方法が要請されるものなのか、このことを述べていくものである。とはいっても、この問題関心は以前からあるもので、近年いくつか稿⁽¹⁾をものにしてきたが、いずれも隔靴搔痒の感が拭いきれず、改めて展開しなおしたものである。

もっとも、本稿でも、方法が、また、方法論が関心の中心になっていくため、現代社会を直接云々する以前の事、具体的には、マルクスの『資本論』の商品世界で議論を展開していくこととなる。

ここでわかりやすくするため論点のようなものをあらかじめ提示しておけば、これまで一般に両者の関係が曖昧であったり、同一視されてきた、商品の使用価値と使用価値物の区別、また、両者の関連の問題、それに、これまで無視されてきた使用価値の物神性問題の二つのことが、重なり合いながら述べられていくであろう。

1. 『資本論』の使用価値規定

マルクスは、「商品が使用価値であるかぎりでは、その諸属性によって人間の諸欲望をみたすという観点からみても、あるいは人間的労働の生産物としてはじめてこれらの属性を得るという観点からみても、商品にはすこしも神秘的なところはない。人間がその活動によって自然素材の形態を人間に有用な仕方に変えるということは、きわめて明白なことである⁽²⁾」という。

果たしてそういいきれぬものであろうか。周知のことであろうが、マルクスのいうところを詳しくみていこう。

「商品は、まず第一に、外的対象であり、その諸属性によってなにか或る種類の人間的欲望をみたす物である。この欲望の性質は、それがたとえば胃袋から生じようと、空想から生じようとすこしも事柄を変えぬものではない。ここではまた、物がどのよう^①にして人間の欲望をみたすか、直接に生活手段として、すなわち享受の対象としてみたすか、それとも回り道をして、生産手段としてみたすかということも、問題ではない^②」。

「各個の有用物、鉄、紙、等々は、二重の観点から、すなわち質^③の面と量^④の面とから、考察される。このような物は、それぞれ、多くの属性の—全体であり、したがって、種々の面からみて有用でありうる。これらの種々の面と、したがってまた物のさまざまな使用方法とを発見することは、歴史的な行為である。有用物の量を計るための社会的尺度^⑤を見いだすことも、そうである。種々の商品尺度の相違は、あるものは計られる対象の性質の相違から生じ、あるものは慣習から生ずる^⑥」。

「或る一つの物の有用性は、その物を使用価値にする。しかし、この有用性は空中に浮いているのではない。この有用性は、商品体の諸属性に制約されているので、商品体なしには存在しない。それゆえ、鉄、小麦、ダイヤモンドなどという商品体そのものが、使用価値または財なのである。商品体のこの性格は、その使用属性の取得が人間に費やさせる労働の多少によるものではない。使用価値の考察にさいしては、つねに、何ダースの時計、何エレのリンネル、何トンの鉄というような、その量的規定性が前提される。種々の商品の種々の使用価値は、特殊な一学科、商品学^⑦の材料を提供する。使用価値は、ただ使用または消費によってのみ実現される。使用価値は、富の社会的形態^⑧がどんなものであるかにかかわらず、富の素材的内容^⑨をなしている。われわれが考察しようとする社会形態の場合には、それは同時に素材的担い手となっている——交換価値^⑩」。

このように理解できる商品の使用価値ゆえ、「すこしも神秘的なところはない」とマルクスはいつているのである。しかし、そのようにいいきれぬものであろうか。

マルクスは自明なものとして「鉄、小麦、ダイヤモンドなど」はと使用価値を例示していたが、なぜ、これらが使用価値としてあげられるのか、人間の「欲望をみたす物」であるからというのみでは、説明が不十分と思えてならない。

2. 商品の使用価値と「文化」

M.サーリンズも、『資本論』のなかでマルクスは、なぜ一定の小麦が、X キンタルの鉄と等価であるかを説明するのに、多くの筆をついやした。平均的に必要とされる社会的労働との関係から等価率を説明するその解答はたしかに鮮やかなものだが、しかしなぜ小麦であり鉄であるのか、なぜいくつかの商品は生産され、交換されるが、他の商品はそうされないかの理由をわれわ

れに示してはいない。『資本論』全巻をつうじて、答えは自明だという確信から、回答されないままになっている⁽⁶⁾」と指摘している。したがって、サーリンズは、こういわれる。

「マルクスは使用価値の社会的規定をすてて、『人間的欲望』を充足させる商品という生物学的事実ととり替えざるをえなかったことに注目しておかねばならない。これは、生産とはたんなる人間生活の再生産ではなく、一定の生活様式の再生産であるという、そのすぐれた理解にも反することにほかならない⁽⁷⁾」。

すでに引用してきたように、一方で物の有用性とその使用方法にかかわって、マルクスは、それらが「歴史的な行為」であることを指摘しながらも、結局、サーリンズの述べていたように、「使用価値の社会的規定をすてて」「人間的欲望」を充足させる「生物学的事実」にすぎぬものと位置づけていたのではなかろうか、ということになってしまう。そんな心配がある。(ちなみに、サーリンズがあげている小麦と鉄の「等価率」の理解の仕方にかかわる問題については、ここでは論及しない。)

こうしてサーリンズは、「人間文化が実践活動からなりたち、その背後に功利的な利害が潜んでいるという考え方に⁽⁸⁾」たいして「文化が物質的制約に順応しなければならぬという事実ではなくて、決して単一ではない一定の象徴体系にしたがって、このことがおこなわれるという事実を、文化の決定的特質——それぞれの生活様式に、それを特徴づける固有性をあたえるものとしての——だと考えるわけである。だから、効用を作り出すのは文化⁽⁹⁾」であることを「人類学的な立場⁽¹⁰⁾」から明らかにしようとされていくのである。

はじめに戻るが、わたくしもある点でこのサーリンズと共通するような疑問を感じるのである。

マルクスは、一方で「商品を生産するためには、彼は使用価値を生産するだけでなく、他人のための使用価値、社会的使用価値を生産しなければならない⁽¹¹⁾」ともべているのだ。使用価値は「他人のための」ものでなければならないのである。したがって、「鉄、小麦、ダイヤモンドなど」であるという理由だけで、自動的にそれらが使用価値となっているのではない。「他人のための」という関係が必要なのである。この「他人のための」とは、商品世界では、買い手のためのことを意味している。買い手が使用価値と評価し、購買してくれない限り、その使用価値は実現されない。すでに引用してきたように、マルクスは、「商品は、まず第一に、外的対象であり、その諸属性によってなにか或る種類の人間欲望をみたす物である」として使用価値の説明に入っていったが、それが「人間欲望をみたす物」かどうかは、マルクスが決めるものでなく、買い手が決めていくものなのである。もちろん、いうまでもなく、そのまえに売り手は、この商品を市場へ持参し、売れることを期待しているわけで、市場での使用価値にたいする評価を気にしている。商品の使用価値は、社会的関係に晒された存在なのである。そのような意味での社会的規定を受けているのである。

マルクスは、「或る一つの物の有用性は、その物を使用価値にする」とのべていたが、この「有用性」こそ、まさに、社会的評価そのものと考えべきものであろう。

しかしながら、先にみたサーリンズのいうように、(この「有用性」概念に近いと思われる)

「効用を作りだすのは、文化」である、とはいいい切れるものであろうか。

それが欲求にもとづくものであれ、欲望にもとづくものであれ、人間が生きていくために必要なものが、商品として売られ、それを買ってしか生きていけない商品世界での商品の使用価値の評価は、当然のこと、売り手と買い手という商品関係のなかで展開されるのである。『資本論』でのような商品世界では、前者は、利潤目的に自分の商品の使用価値を高価で売りこもうとしているし、後者は、なるべく安い価格で希望する使用価値を求めようとしているわけで、サーリンズのように、「文化が物質的制約に順応しなければならぬという事実ではなくて……効用を作りだすのは、文化」であるとは、単純にいい切れないようになっている。

そのうえで、「近代社会の経済的運動法則を明らかにする⁽¹²⁾」ことを「最終目的⁽¹³⁾」とし、「人が問題にされるのは、それが経済的諸カテゴリーの人格化であり、特定の階級関係と利害関係とを担うものである限りで⁽¹⁴⁾」あるとする『資本論』では、「文化が物質的制約に順応しなければならぬ」ものと想定され、考察されている。それゆえ、サーリンズの期待するような「一定の生活様式の再生産」の解明とか、あるいは、「効用を作りだすのは、文化」であるとは、考察の抽象のレベルと方法からみてもいいえなものである。マルクスは、資本主義の経済理論として『資本論』を彼なりに展開しようとしているのである。そういう意味でも、またサーリンズのように、単純に、「マルクスは使用価値の社会的規定をすてて、《人間的欲望》を充足させる商品という生物学的事実ととり替えるをえなかった」ともいえないであらう。

3. 使用価値と使用価値物

問題は、しかし、残っている。なぜ、わたくしやサーリンズを感じる疑問が起きてくるのかという問題である。その原因は、商品の使用価値を問題としながら、肝心の使用価値の規定の仕方に不明確さ、ないし、不十分さがあったからではなからうか。マルクスはこういていた。

「或る一つの物の有用性は、その物を使用価値にする」といいながら、「この有用性は空中に浮いているのではない。この有用性は、商品体の諸属性に制約されているので、商品体なしには存在しない。それゆえ、鉄、小麦、ダイヤモンドなどという商品体そのものが、使用価値または財なのである」とのべていた。

すなわち、「商品体そのものが、使用価値または財」であることが強調されることによって、その分、それを使用価値にしている「有用性」問題が軽視され、ひいては短絡的に「使用価値は、特殊な一学科、商品学の材料を提供する」ものと位置づけられていったところに原因とその特徴があったようにみえるのである。

商品は、売買という商品関係のなかで存在している。繰り返すように、売り手にとって、商品は、使用価値と評価されなければならない存在なのである。つまり、有用性のあるものと認められていなければならない。「この有用性は」、「鉄、小麦、ダイヤモンドなどという商品体」の「諸属性に制約されている」ものであっても、有用であると買い手に評価され、認められなくて

は、そのものは使用価値にならないのである。それゆえ、売り手も、そういう買い手の目を考慮してそのものを商品として売り出しているはずである。その限りで、商品の使用価値は社会的な規定を受けざるをえない関係にあり、またそのような性格をもっているものなのである。したがって、「使用価値は、富の社会的形態がどんなものであるかにかかわらず、富の素材的内容をなしている」とは規定できないものなのである。したがって、二重の修正が必要である。一つは、使用価値は、「富の社会的形態」と関係あるもの、したがって、歴史的性格をもっているものとする。二つは、使用価値は、「富の素材的内容」ではないということである。

あらためて、問題を見直すとすれば、その所在は、使用価値が「富の素材的内容」となり、みえることによって、商品の使用価値の社会的規定性が疎外されている事実にある。使用価値の物神化であるし、物神性である。そのため、たとえば、ウランだって、石油だって、商品世界のなかでその有用性が発見され、商品として登場したのであって、初めから、商品であったわけではない。しかし、そう思わないでいるのは、まさにその使用価値の物神性によるものである。同じように、「鉄、小麦、ダイヤモンドなど」も商品世界のなかで、それぞれが使用価値と見做されることによって、「鉄、小麦、ダイヤモンドなど」として存在しえているのである。つまり、マルクスのいうように、「或る一つの物の有用性」が自動的に「その物を使用価値にする」のではないのである。有用性そのものが、使用価値であり、商品関係のなかで「或る一つの物」に有用性があると見做されれば、それがその「物」の使用価値とみえ、そうなるだけなのである。そして、その「物」が、使用価値物であり、「商品学の材料」となっていくものなのであろう。したがって、使用価値は、本来、交換価値の「素材的担い手」ともなりえないものである。「物」の属性として使用価値がみえるために、「素材的担い手」にもみえるだけである。

しかし、このように、使用価値を有用性と規定しなおしたからとはいえ、前述してきたように、『資本論』の「最終目的」は「近代社会の経済的運動法則」の分析にあるのであって、サーリンズがいうような「一定の生活様式の再生産」の展開を期待することは無理であろう。文化にみられる「一定の象徴体系」まで対象に含めた資本主義社会の現実を考察しようというのであれば、「近代社会の経済的運動法則」の原理論的認識を基礎に、それに対応した社会的歴史的に具体的な研究方法が用意されなければならないのである。そのためにも、『資本論』での使用価値論は、再検討されねばならないのである。

商品の使用価値が、そのような社会的規定を受けたものであれば、その使用価値物の生産にかかわる具体的有用労働も、当然なこと、社会的規定を受けた存在となる。資本主義という商品世界のもとで行なわれる生産過程における具体的有用労働は、資本・賃労働の関係のなかで利潤目的の商品生産として展開されている。その意味でも、そこでの具体的有用労働は、社会的規定を受けていると同時に、歴史的規定を受けた存在なのである。この生産過程と具体的有用労働の問題については、これ以上の言及は別稿⁽⁴⁵⁾としておきたい。

4. 商品世界の使用価値

ところで、この社会的歴史的ということに関わって、宇野理論に依拠されて活躍されている永谷清氏の以下のような主張がある。

「自然法則のようなものは、社会体制がいかに変わろうとも、社会がどう歴史的に発展しようとも、同じであるかぎり超歴史的といってよい。技術や使用価値も物質同様に、経済学にとって外部にある超歴史的な前提といってよい（技術水準は歴史的な産物であるが、社会的なものと同様に比較されるかぎり、物質と同じく自然的なものに入る）⁽¹⁶⁾」。

当面の使用価値規定についていえば、この永谷氏にかぎらず一般的に、「物質同様に、経済学にとって外部にある超歴史的な前提」と認識されているので、氏だけの問題でない。宇野理論に依拠されようが、また、非宇野派であれ、有用性としての使用価値と使用価値物の区別がなされていないのである。使用価値は、使用価値物の諸属性に制約されるとしても、そこから自立して発展しうるのである。たとえば、ゴッホの絵画を美術品として鑑賞したく所有したいと思うものもあれば、たんなる室内装飾のため、あるいは、自己顕示のため、さらには、投機対象として所持したいと考えるものもある。それぞれの人によって有用性としての使用価値の内容が違っている。にもかかわらず、ゴッホの絵画という使用価値物自体には変化がない。同一である。画商である売り手は、限りない多様な有用性があるはずのなかから、特定の有用性を使用価値としてゴッホの絵画を売りこもうとしているだけなのである。

このように使用価値物を使用価値とするなら、永谷氏の上述のような理解のように取り扱われてしまう。しかし、商品の有用性としての使用価値は、商品世界、ないし商品関係のなかで生起している事実なのである。商品の交換価値と同じように、社会的なものである。けっして、「超歴史的な前提」ではないのである。

永谷氏は、上述の論稿とは別の論文で『資本論』の価値形態論にかかわりながら、使用価値と価値の二要因をめぐって、以下のようにものべていたはずである。

「商品とは抽象的には、内的に価値と使用価値の二要因をもつことによって商品といってよいが、具体的に商品たることを示すためには、対極的な二商品の交換関係において、価値形態と使用価値形態をとることによって、示す以外にない。つまり商品形態とは、相対的価値形態にあるか、等価値形態のどちらかにある形態で示すしかない。同時にどちらの形態にもあることはできず、また他方なしに一方の形態であることもできない。商品形態は、すべての商品が同時に一樣である形ではありえないのであって、相対的価値形態と等価値形態との二極に分裂し、しかも対応しあってしかありえないのである。商品形態の必然的な二極性を示すことこそ、価値形態論の意義といってよい⁽¹⁷⁾」。

したがって、「商品は直接に見れば使用価値あるいは物であるが、それでは商品の使用価値とはいえない。商品の使用価値であることを示すには、価値表現の対極的な二商品関係の中にあっ

て、対極的な使用価値形態のどちらかをとる以外にない。……（中略）……マルクスは使用価値形態を現物形態 Naturalform とすることによって、二つの使用価値形態のどちらも、またその対極性も不明確にしている⁽¹⁸⁾」と、永谷氏はいわれる。

このように、使用価値は、単純に、その「交換価値」の「素材的担い手」となっているわけではないのである。『資本論』にいう、いわゆる「単純な、個別的な、または偶然的な価値形態⁽¹⁹⁾」に例示されているような「20 エルのリンネルは1着の上衣に値する⁽²⁰⁾」という商品関係のなかで具体的に存在しているのである。そのように考えるのである。

けっしてこのように商品の使用価値は、「超歴史的な前提」ではありえなかったはずである。にもかかわらず、この永谷氏の認識においてさえ、使用価値と使用価値物の混同が起きてきている原因の一つは、まさに商品の使用価値の物神性に基づくものであろう。「商品が使用価値であるかぎりでは……商品にはすこしも神秘的なところはない」とあったが、そうではなかったのである。このように、使用価値と使用価値物が一般に区別されずにきたために、商品の使用価値の物神性問題も、不幸にも無視されてきてしまったのである。

わたくしたちは、バスという、乗り物という使用価値を想像するのだが、これもフェティシズムなのである。場合によっては、倉庫としても利用できるし、住居としてさえ使用できるのである。商品の使用価値の物神性に支配され、他の有用性の発見、さらには想像に及びにくくなっているのである。

ともあれ、使用価値は商品の交換価値と同じように、物の諸属性と切り離されてよいのである。ここでまた、永谷氏の後の論文の続きをみていこう。氏の価値形態論展開の独自の取り組みに学びながらも、そのなかでの使用価値理解に焦点をおきつつ読んでいこう。氏はこうのべていく。

周知のように、先の単純な価値形態から、商品の交換関係が「全体的な、または展開された価値形態⁽²¹⁾」、「一般的価値形態⁽²²⁾」へと、（永谷氏の途上の諸論点は省略するが）展開されていくと、とくに、「一般的価値形態になると、相対的価値形態に立つ機会の多い商品と等価値形態に選ばれる機会の多い商品との差別が生じているが、けっしてどの商品もどちらかの形態の位置に固定化されてしまうことはありえない⁽²³⁾」と、永谷氏は理解されたうえで、「一般的価値形態」と、つぎの段階にあらわれる「貨幣形態⁽²⁴⁾」とは、「マルクスの考えとは反対に⁽²⁵⁾」質的に違った段階の形態のものと位置づけ、そのことを、氏は、強調されるのである。そのことの意味を知るために、氏の説明をもう少し紹介させていただきたい。

「単純、拡大、一般の価値形態の展開では、使用価値で価値を表現する際、等価値形態の商品の使用価値に対する価値表現者の欲望が前提とされた。しかし貨幣形態での価値表現では貨幣形態の金商品の使用価値に対しては、欲望の完全な捨象が成立している。……（中略）……貨幣形態では相対的価値形態と等価値形態の絶対的な固定化が起り、直接的交換可能性は金の物的属性として現われる⁽²⁶⁾」。「マルクスが単純な価値形態の等価値形態で指摘した Naturalform が価値形態にある、という関係はここで初めて成立する。これによって等価値形態は金商品の独占となり、諸商品は生れながらに相対的価値形態にしか立てないものとして現われる⁽²⁷⁾」。

このように、また、わたくしたちが日常に身近にみられるごとく、商品の価値表現は、貨幣による価格表示の形式でおこなわれるようになる。ここでは、永谷氏が述べていたように、「貨幣形態の金商品の使用価値に対しては、欲望の完全な捨象が成立している」。正確に言えば、金自身の使用価値が貨幣に変身してしまっているのである。こうして、たとえば、リンネルの価格は、いくらなら売れるだろうかという、商品所有者の「主観的行為⁽²⁸⁾」である判断を介して表示されるようになる。さらに、この段階で考えられることは、このことは永谷氏が特に述べていることではないが、商品所有者はやはり「主観的」に、その物自体をリンネルという使用価値であると自己主張できる事態にも達しているといえるのではないか、ということである。したがって、新しく発見・創造される商品も、このような商品世界では、容易に登場しやすい客観的事態になっているということである。今日のわたくしたちの現代社会はその見本である。

つまり、商品の二要因が等価形態と相対的価値形態という対極的な関係のなかでしか、現実には存在しえなかったはずの商品関係のそれまでの社会的痕跡が消えて、リンネル自体の物的属性として価値がみえ、また、使用価値も物自体の属性として現われてきているのではなからうか。また、『資本論』の冒頭で、商品が使用価値と価値の二要因からなると抽象的に規定されているのは、社会的痕跡の消え去った段階での抽象的な認識にかかわってなされたものではなからうか。したがって、単純な価値形態でみられたような商品所有者の欲望や、等価形態に立つ買い手の関心がなければ、成立しないし、また、実現しえなかったという商品関係の社会的条件もみえなくなっている。商品の価値も、使用価値も、その社会関係としての形態の物神化にともない、物の自然的属性となってしまっているのである。したがって、商品の使用価値は、すでに、たびたび指摘してきたように、単純に、「交換価値」の「担い手」とはいえない関係にあるとみることができる。

ともあれ、再度繰り返すように、永谷氏の価値形態論にかかわる論稿を読んでいく限り、使用価値は、初めにみてきた氏の所説にいられているような「超歴史的な前提」とは考えられない。にもかかわらず、こうなってしまったのは、先述したところの使用価値の物神性に災いされたり、『資本論』での使用価値規定の曖昧さ、不十分さを、氏もそのまま引きずってしまっているからであろう。

この点、宇野弘蔵氏による商品の使用価値と価値をめぐる説明はわかりやすい。つぎのように述べている。

「商品は、種々異ったものとして、それぞれ特定の使用目的に役立つ使用価値としてありながら、すべて一様に金何円という価格を有しているということからも明らかなように、その物的性質と関係なく、質的に一様で単に量的に異なるにすぎないという一面を有している。商品の価値とは、使用価値の異質性に対して、かかる同質性をいうのである⁽²⁹⁾」。

商品の使用価値を、「特定の使用目的に役立つ使用価値」と表現しているごとく、価値の性質がそうであったと同じように、「その物質的性質と関係」ないようにも説明されている。また、そのように受けとめ、そのあとに展開されていく氏の、商品から貨幣、資本へと続く流通論を説

んでいく方が、氏の所説は、明快で分かりやすい。

しかしながら、他方で、「商品にあっては、その所有者、いかえれば売手にとっては、その使用価値は、価値の担い手として意義があるにすぎない⁽³⁰⁾」と語られて、又、氏が書かれた他の『経済原論』でも同趣旨のことが述べられているのだが、それをみると、やはり宇野氏も、その辺を曖昧にしていたように思われてならない。そういう認識が生まれざるをえない理由は、すでに主張してきた通りである。

あとがき

以上、商品の使用価値と使用価値物の区別・関連、また、使用価値の物神性問題を諸説によりながら論じてきたが、それへの問題関心は、「まえがき」でも述べてきたように、現代社会に生きるわたくしたちのあり方を考えるためのものである。

(1999年3月5日、記)

注

1. 一点あげておけば、つぎのものがある。

篠原三郎『『管理の二重性論』と物神性論』、篠原三郎・中村共一編著『市場社会の未来』所収、ミネルヴァ書房、1999年。

2. K. Marx, Das Kapital, Erster Band, Dietz Verlag, Berlin, 1953, S.76. (『資本論』, 第1巻第1分冊, マルクス=エンゲルス全集刊行委員会訳, 大月書店, 1961年, 129ページ)
3. K. Marx, a.a.O., S. 39. (邦訳, 第1巻第1分冊, 67~68ページ)
4. K. Marx, a.a.O., SS. 39~40. (邦訳, 第1巻第1分冊, 68ページ)
5. K. Marx, a.a.O., S.40. (邦訳, 第1巻第1分冊, 68~69ページ)
6. M.サーリンズ『人類学と文化記号論』, 山内 訳, 法政大学出版局, 1987年, 197ページ。
7. M.サーリンズ, 前掲書, 198ページ
8. M.サーリンズ, 前掲書, 1ページ。
9. M.サーリンズ, 前掲書, 2ページ。
10. M.サーリンズ, 前掲書, 1ページ。
11. K. Marx, a.a.O., S. 45. (邦訳, 第1巻第1分冊, 77ページ)
12. K. Marx, a.a.O., S. 8. (邦訳, 第1巻第1分冊, 20ページ)
13. K. Marx, a.a.O., S. 8. (邦訳, 第1巻第1分冊, 20ページ)
14. K. Marx, a.a.O., S. 8. (邦訳, 第1巻第1分冊, 20ページ)
15. 篠原三郎・中村共一編著, 前掲書の拙稿を参照されたい。
16. 永谷清「1920年代ソ連の価値論争への評価」, 『思想』891号, 岩波書店, 1998年, 83ページ。
17. 永谷清「価値形態論の偉力」, 『信州大学経済学論集』第33号, 信州大学, 1995年, 58ページ。
18. 永谷清, 前掲論文, 58ページ。

19. K.Marx, a.a.O.,S. 53. (邦訳, 第1巻第1分冊, 90 ページ)
20. K.Marx, a.a.O.,S. 53. (邦訳, 第1巻第1分冊, 90 ページ)
21. K.Marx, a.a.O.,S. 68. (邦訳, 第1巻第1分冊, 114 ページ)
22. K.Marx, a.a.O.,S. 70. (邦訳, 第1巻第1分冊, 118 ページ)
23. 永谷清「価値形態論の偉力」, 62 ページ.
24. K.Marx, a.a.O.,S. 75. (邦訳, 第1巻第1分冊, 126 ページ)
25. 永谷清「価値形態論の偉力」, 63 ページ.
26. 永谷清, 前掲論文, 63 ページ.
27. 永谷清, 前掲論文, 62 ページ.
28. 永谷清, 前掲論文, 63 ページ.
29. 宇野弘蔵『経済原論』, 岩波書店, 1964年, 21 ページ.
30. 宇野弘蔵, 前掲書, 23 ページ.