



Title	貨幣と経済を考える：拙著『貨幣の原理・信用の原理』の視点に立って
Author(s)	海, 大汎
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 12, 37-39
Issue Date	2023-03-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/89056
Type	bulletin (article)
Note	研究会報告
File Information	REBN_12_037.pdf



[Instructions for use](#)

<第2回研究会報告書>

貨幣と経済を考える

—拙著『貨幣の原理・信用の原理』の視点に立って—

海 大 汎

一般にわれわれは、貨幣体—金属貨幣や銀行券、エレクトロニック・マネーなどを貨幣と呼ぶことにさしたる違和感を覚えない。しかし厳密に言えば、両者は相異なるものである。貨幣と貨幣体の区別は、商品交換の成立と貨幣概念の生成を理解するための第一歩である。この点を明確にしておこう。個々の交換関係が成り立つには、特定のモノが貨幣の役割を果たさなければならない。そこで貨幣は、交換関係を正当化するために考案されたある種の形式として、また貨幣体は、実際にその役割を果たすモノとして働く。現実経済において使われるあの貨幣体は単に、貨幣という社会的機制を形象化したものにすぎない。貨幣はモノではなく形式である、これが本書を貫く貨幣観である。

確かにこうした貨幣観は、貨幣を一種のモノと同定するいわば即物的貨幣観と相容れない。マルクス経済学は、長らく即物的貨幣観にコミットしてきた。即物的貨幣観は、貨幣が商品の一種であることを説明できても、貨幣自体の存立根拠は説明できない。いいかえれば、ここでは、貨幣とは何かという問いに答えられるツールが用意されていない。そもそも価値形態論においてマルクスが解明しようとしたのは、商品交換の繰り返しによる貨幣商品の登場ではなく、価値表現の展開を通じた貨幣形態の成立である。貨幣形態は、単なる貨幣体ではなく、一般商品と貨幣商品の非対称的で対極的な関係を表象するものであり、商品交換は、この形式(関係)の成立によってはじめて行われる。

ところが他方で、従来のマルクス経済学にお

いては、商品交換の原理が即物的貨幣観によって組み立てられてきたため、現物貨幣と同様に、価値関係の形成因子として働く流通形態としての信用貨幣が、商品論体系—特に価値形態論—の枠内に組み込まれていない。現金売買を商品交換の正則とし、信用売買をその変則とみなす売買規定と、現物貨幣を本物の貨幣とし、信用貨幣をその代理物とみなす貨幣規定に基づいて組み立てられた理論体系(原理論)は、まさに即物的貨幣観によって定礎づけられたものといわざるをえない。したがって、今一度、商品交換の成立と貨幣概念の生成について改めて問う必要がある。これは、貨幣と経済の関係を考え直す上で欠かせない示唆を与えてくれるだろう。

即物的貨幣観を相対化する試みは、商品交換の成立原理を捉え直すことから始まる。商品交換は一般に、私的所有権者としての所有主体と、私的所有物としての商品・貨幣を所与の前提とする。そこにはいってみれば、所有が先で交換が後になるという認識が横たわっているように思われる。原理論における商品交換の展開もまた、こうした認識に基づくものといってよい。しかしそれは、市場の存立根拠を矮小化することになりかねない。マルクス経済学は、商品交換を、人間の本性と関連づけて理解する方法を相対化し、市場という限定的な空間で行われる社会的営みとして捉えてきたが、それによれば、私的所有は、両極商品の価値関係に通底する垂直的なヒエラルキーの所産に他ならない。

市場は、商品流通において交換に出されるモノとそのモノの背後に立つ存在との結びつきについてはいっさい関心を示さない。その対象となるのは、ひとえに両極商品の価値関係を基盤として成り立つ所有主体（私的所有権）の変更（移転）だけである。すなわち、商品体と貨幣体の引き換えそれ自体は、商品交換において副次的かつ二義的なものにすぎないということである。これは、商品体と貨幣体の物理的な位置変更ないし占有状態の変更を交換成立のバロメーターとしてみなしてきた従来の認識を相対化させる。そこで信用売買は、商品交換の変則的な展開ではなく、現金売買と同格な商品交換のもう一つの形式として、また商品交換は、現金売買と信用売買を包括する上位の範疇として規定される。

とすれば、交換関係を形づくる社会的機制としての貨幣もまた、現物貨幣と信用貨幣を包括する上位の範疇として捉え直す必要がある。両者は、価値関係の形成因子として働くものとして、ひとまず価値形態論—価値表現の展開を通じて貨幣形態の成立を論証する理論領域—によってその存立が根拠づけられる。しかし、従来の原理論では、信用貨幣は、貨幣論の一領域—いわば支払手段論—および信用論にその理論的根底をなすものとされていて、価値関係の形成因子として働く信用の質的側面が浮き彫りにされていない。これは、貨幣商品を理解するにあたって大きな障害となっている。そこで決定的な役割を果たしているのは、原貨幣を交換媒体と同定する従来のアプローチである。

原貨幣＝交換媒体という認識の裏には、いわゆる間接化の論理（間接交換）が横たわっている。それは要するに、私的欲望の集団的なシンボルを交換媒体に据えることで、個々の主体の私的欲望（価値表現）からもたらされる商品社会の価値体系を確立するということである。しかしこれは、私的欲望の集団的なシンボルが仮に商品（A）から商品（B）へと一変した場合に、そのモノの貨幣的地位をもはや保障してく

れない。それだけでない。より根本的な問題は、私的欲望の集団的なシンボルなるものが一般的交換媒体になりうるか、いや、そもそも私的欲望の集団的なシンボルなるものを特定できるだろうかということである。したがって、価値形態論における貨幣生成の論理構造を吟味し直す必要がある。

原理論の単純な商品流通は、商品間の交換関係を媒介する流通空間としての市場をモデルとしている。しかしそれは、市場の一面にすぎない。それだけではない。そうした原市場像は、商品交換の一般の媒介物として働く原貨幣と表裏の関係にある。いわば商品としての貨幣である。ところで、貨幣生成の論理構造は、貨幣の商品としての側面を導き出す効率性＝計算合理性の回路だけでなく、貨幣の富としての側面を導き出す盲目性＝非合理性の回路も同時に組み込んでいる。特に後者の回路は、特定の象徴的対象物の獲得を希求することを特徴とするが、両者の回路の接合は、その象徴的対象物を一般的媒介項に据えることで、商品社会における一つの価値体系（観念体系）の確立を実現させる。

このことは、特定の象徴的対象物が貨幣商品として出現する一連の過程である。商品世界における貨幣商品の出現は、貨幣表象を身体化するモノの実在化にとどまらず、貨幣という擬制的観念体系の成立を意味する。そこで信用貨幣（兌換銀行券やクレジットカードなど）は、現物貨幣（金属貨幣や不換銀行券・預金通貨など）とともに、価値関係の形成因子として働く貨幣商品の一形態としての地位を与えられる。同時に、貨幣を商品世界の覇者とみなす従来の貨幣観と、市場を買うために売る交換方式を始めとする流通空間とみなす従来の市場観は相対化される。そこで市場は、単純流通とともに価値保蔵を自己目的化する流通空間として、また貨幣商品は、物神性に呪縛された方便的存在として姿を現す。

以上の考察から次のことが結論として得られ

る。すなわち、資本主義社会の物的土台は、終わりのない自己増殖の車輪を回す資本によって構築され運営されるが、そうした社会の下部構造は、貨幣という擬制的観念体系なしにありえないということである。これは、原貨幣をひとまず交換上の便宜的道具として扱ってきた従来の貨幣論の貨幣認識と相容れない。その意味でいえば、少なくとも近代世界においては、貨幣の存在を否定しようとする試みは意味をなさず、貨幣の存在を相対化しようとする試みもまた、最初からその限界を内包せざるをえない。

通貨にはある程度モデル化が効くが、貨幣にはそれができない。貨幣は、人間社会の観念体系の所産、いわば非常に人間的なものなのである。

参考文献

海大汎 [2021] 『貨幣の原理・信用の原理－マルクス＝宇野経済学的アプローチ』 社会評論社。