

マルクス價值法則と價格形成の問題

南 亮 三 郎

要 目

- 一、開題・マルクス價值法則の意義及び特性
- 二、商品價值の二要素・費用價格と餘剩價值
- 三、生産價格の形成と平均利潤率の形成
- 四、謂ゆる平均利潤率の謎と價值法則の破綻
- 五、市場價值と市場價格の形成及びその背反
- 六、價格形成の根本動因としての社會的需要の概念

—

價值と價格との關係をマルクスが如何に解釋し、また現實の價格形成と彼れの價值法則とが如何に一致するかに就いては、『資本論』第三卷にその説明が與へられてある。

こゝに改めて云ふまでもなく、『資本論』第一卷に於てはマルクスは資本家的生産行程を取扱ひ、第二卷に於ては流通行程を、而して第三卷に於てはその綜合として、資本の發動行程を全體として論じてゐる。即ち彼れは第三卷に於て市場流通の基本現象をば、彼れが前に掲げた價值學說並に餘剩價值學說と關連せしめて説いてゐるのである。最初の二卷に於ては『商品の價值』といふことが中心問題であり、従つて『商品の價格』といふことには時折解れてゐるに過ぎない。然るに第三卷に於ては價值と價格との關係が中心問題となり、如何にして價值が價格へ溶解するかゞ詳細に説明されてゐるのである。然し吾々の見る所を以てすれば、マルクスの所説はなほ甚だ不充分であつて、疑ひを挾むべき餘地が多々あるやうである。本稿の目的は即ち此の、マルクス經濟學に於ける最大難關の一たる價值と價格との關係——それはマルクス研究の二大權威たるゾムバルトとベーム・バザエルクとに依つて根本的に異なる解釋が與へられて以來、學者の間に論争が絶えない——を究明し、併せてマルクスの著作の正しき理解に貢獻せんと欲するに在る。

先づ最初注意して置かねばならないことは、他の如何なる價值論者に於けると同様にマルクスに於ても亦、『價值』と『價格』とは同視されてゐないといふことである。一般に商品の價格といふときは具體的な商品の分量を意味する。即ち價格は吾々に、或る財を提供することに依つて確定さ

れる他の財の分量又は貨幣額を示す。之に反し、價值は一つの抽象である。即ち吾々が商品の價值といふ場合には常に價格形成の根基となるところの統制原則を考へる。「價值法則」は一切の價格形成に對して決定的且つ根本的な要因を示すべきものであつて、價格形成の根本法則たる價值法則が實際生活上諸々の事情に由つて、即ち例へば、競争や獨占や聯合や租税やに由つて、如何に修正されるかといふことを示すのは『價格論』の任務である。凡ゆる價值學說の試金石は、果してそれが無限に多様且つ複雑なる個々の價格現象に對して決定的な原則を提供し得るか否かに在る。而してそれ以外の目的を價值論は一般に有つてゐないのである。

此の目的を達せんがために今日迄の價值論は大體二つの方向を取つて進んだ。その一は所謂『客觀主義的方向』であつて、何等か一つの客觀的な大さ、即ち例へば商品の生産に充當された労働の一定分量、又は生産費等を求め、之を以て價值の大さに對する決定標準であると説明する。その二は所謂『主觀主義的方向』であつて、價值の大さをば消費者の主觀的な願望又は評價の所産として説明する(1)。

(1) 價值論上の客觀主義と主觀主義に就いては、拙著『流通經濟の原理』改稿版第五十五節、及び『經濟學の基礎的諸問題』第三篇第三節、參照

マルクスは云ふまでもなく此の第一の方向に屬する。彼れは商品交換の事實から發足し、多くの商品がそれに『共通なるもの』に基づいて交換されるといふ事情から推論する。商品が交換關係に於て互に等しいとさるゝところの此の『共通的なもの』をマルクスは『價值』と名づけた。而して此の、商品に共通的に含まれた社會的必要勞働時間——その所謂『價值の實體』 Wertsubstanz——は、マルクスに據れば、價格の眞實なる究極の調節者である⁽¹⁾。價格に尙ほ他の要因が作用すといふこと、從つて價值と價格とが事實上に於て背離すといふことは、價格が詮ずる所、價值の大きさに依つて決定されるといふことを妨げるものではないのである。

(1) 拙著『流通經濟の原理』改稿版第五十六節、及び『經濟學の基礎的諸問題』第六篇第二節參照

此の點に就いてヅムバルトは異なる見解を持し、マルクスに於ける價值法則は全然現實的な妥當性を有せず、そはたゞ經濟學的思惟の補助手段たるに過ぎないと論じてゐる⁽¹⁾。が、吾々は此の見解に同意することを得ない。蓋し斯く考ふことはマルクスの著作の全體の精神と合致しないからである。之に反し、彼れの價值法則は自然法則的な力をすら有するのであつて、此のことからして彼れがその價值概念の現實的な意義を考へてゐたといふことが解かる。試みにマルクス自身の言葉を示すと、

『市場はそれ故に、その關係並にそれを規定する條件が、益々、生産者から獨立した一つの自然法則の形を取るやうに、絶間なく擴張されねばならない』⁽²⁾。

同様に他の場所に於てマルクスは

『社會的必要労働時間は規定的な自然法則として強暴的に作用する』⁽³⁾

と説いてゐる。之に由つて見れば、價值と價格との關係はゾムバルトの解釋よりもより嚴密なるものがある。マルクスに據れば、價格は個々の場合に於て慥かに價值と一致しない。即ち個々の商品の價格は常にその價值以上に又は以下に在る。然し平均的な市場價格に取つては労働の價值はその重力の中心として作用するといふに在る。

(1) Sombart, Zur Kritik des ökonomischen Systems von Karl Marx in Braun's Archiv für soziale Gesetzgebung u. Statistik, Bd. 7, 1894; ditto, Das Lebenswerk von Karl Marx, 1905.

(2) Marx, Das Kapital, Engels Ausgabe, Bd. III 1, s. 226.

(3) Marx, Das Kapital, Bd. I, s. 41.

此のことは尙ほ次の諸所に於て明かに示されてゐる。

『商品の價值の大きはその交換關係を規定する』⁽¹⁾。

『種々なる商品の價格が常に如何なる仕方に於て先づ第一に相互に確定せられ又は規定せられよ

うとも、價值法則はその運動を支配する。そのものゝ生産に必要な労働時間が減ずる所では價格は低落し、それが増加する所では價格は昇騰する』⁽²⁾。

『種々なる生産部門の商品がその價值で賣れるといふことは固より唯だ、その價值がその價格を回轉し、そしてその不斷の高低に一致せしむる重點であるといふことを意味するに過ぎない』⁽³⁾。

『質的に價值と異なつてゐる價格は不合理な矛盾である』⁽⁴⁾。

『價格は通常(normaliter)、貨幣で表現された價值に外ならない』⁽⁵⁾。

- (1) Marx, Das Kapital, Bd. I, s. 30.
- (2) Marx, a. a. O., Bd. III I, s. 156.
- (3) Marx, a. a. O., Bd. III I, s. 157.
- (4) Marx, a. a. O., Bd. III I, s. 339.
- (5) Marx, a. a. O., Bd. III 2, s. 188.

尤もゾムバルトと同様な解釋を爲すものはマルキシストの中にもある。然しそれは極く少數のもので、大多數のものは之れを非難するのである。例へばコンラアド・シュミットは價值法則を以つて『現實の説明に對する一の假定』であるとし、『吾々の思惟に缺くべからざる一概念』であると解釋してゐる⁽¹⁾。然し之れに對しては多くのマルキシストは極力反對する。例へばフォン・ラン

デは曰く、『質的に種々異なる商品を測定し得べき大さとして吾々に表はすために必要なる、吾々の思惟に關する一法則ではないな。價值法則は寧ろ甚だ現實的な性質を有つものであつて、そは人間行爲に關する一自然法則である』と。ラファルグも亦た同様に云つてゐる、——『マルクスは決して假定を立てたのではない、又彼れは作り話を工夫したのでもなかつた。』更に注意すべきは最も専門的なるマルクスの解釋者エンゲルスの、ゾムバルトやシュミットに對する論評である。ゾムバルトの解釋はエンゲルスに取つては廣きに失するものと見える。マルクスの價值法則はもつと狭く、もつと嚴密に解せらるるを適當とする。即ちエンゲルスはゾムバルトの解釋に對して曰く、『余の見る所に據ればかゝる解釋は、此の法則から支配された社會の經濟的發展段階に對して有する價值法則の全體の意義を決して盡してゐない。』またシュミットに對しては曰く、『價值法則は資本家的生産に取つては、一の單純なる假定としてよりも遙かに重大なる且つ特定の意義を有つてゐる』と⁽²⁾。

(1) Conrad Schmidt, Die Durchschnittsprofitrate und das Marx'sche Wertgesetz, Neue Zeit, XI. Jahrg, Bd. I.

(2) vgl. Engels' letzte Arbeit: Ergänzung und Nachtrag zum III. Buch des "Kapital," Neue Zeit, XIV. Jahrg, Bd. I.

されば吾々は、マルクスの價值法則は實際上、價格運動を説明せんとする現實的な意義を有つて

ゐるものと斷定することが出来る。個々の商品の價格が商品の價值より背離してゐる場合に於ても、常にマルクスに従へば、價格運動は價值法則に適合すべきものである。而して此の限りに於ては、マルクスの見解はリカードのそれと略ぼ同じである。たゞリカードは絶對的な價值尺度を見出すことから離れて、商品の相對的な交換價值のみを問題とし、その變動に對しては勞働量が決定的なものであると主張したのである。即ちリカードは自から之れを言明して曰く、

『余が讀者の注意を乞はんと欲するところの研究は、商品の相對的價值に於ける變動の效果に關するのであつて、それらの絶對的價值に係はるのではない(1)。

『余はたゞ、それら「商品」の相對的價值が、それらの生産に費やされた勞働の相對量に依つて支配されるであらうことを主張するに過ぎぬ(2)。

交換價值に就いてはマルクスも亦た同様に、之れを相對的に解釋してゐる。そのことは次の一句に據つて明かである。

『一商品の價值が各々他の商品の價值に對して有する關係は、前者の生産に必要な勞働時間が後者の生産に必要な勞働時間に對して有する關係に等しい(3)。

たゞ此の相對的な交換價值の他に、絶對的な價值の實體を考へたる點に於て、マルクス説はリカ

ド説と異なつてゐるのである(4)。

(1) Ricardo, Principles of Political Economy, Gonnor's ed. p. 16.

(2) Ricardo, *ibid.*, p. 39.

(3) Marx, Das Kapital, Bd. I, s. 6.

(4) 拙著、經濟學の基礎的諸問題、第七篇第四・五節參照

今一つマルクスの價值法則に就いて注意すべきことは、その妥當範圍が著しく限定されてゐるといふことである。

即ち

一、その効果が労働によつて仲介されない商品、例へば土地(1)

二、全然労働から成立するが、然し任意に再生産し得ない労働によつて造らるゝ商品、例へば古

代の遺物、名匠の美術製品(2)

斯くの如き物品は一定の價格を有つが、價值を有たないものである。マルクスは斯く、その價值法則を兩面から限定してその妥當範圍を著しく狭めた。然しマルクスに取つて重要なことは、個々の價格原則を説明せんとすることではなくて、平均的市場價格に就いて價值法則の妥當性を證明せんとすることであつたのである。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 2, s. 173, 162, 188; Bd. I, s. 67.

(2) Marx, a. a. O., Bd. III 2, s. 173, 292.

以下吾々は、その所謂る價值法則を以つて如何にマルクスが、現實の價格形成の問題を説明せんとしたかを吟味しやう。さうして吾々はマルクスの此の證明が結局失敗に歸してゐるといふこと、即ち彼れは歩一歩彼れの價值理論をば此の目的の爲めに制限し、但書を付し、時には全然放棄せざるを得なかつたといふことを示さうと思ふ。

二

マルクスは最終決定的な價格、即ち市場に於て販賣さるゝ商品の價格を研究するに先立つて、先づその所謂『費用價格』Kostpreis を考察する。費用價格とはその商品が資本家自身にかゝつたもの、即ち資本家の費やした費用を示すものであつて、その中にはまだ餘剩價值又は利潤が含まれてゐない。そこで資本家的に生産された各々の商品 (W) の價值を次のやうな式で表はせば、

$$W = c (\text{不變資本}) + v (\text{可變資本}) + m (\text{餘剩價值})$$

費用價格 (\bar{W}) は次の式で表はすことが出来る。

$$k = c + v$$

斯くの如く費用價格は、それに何等の餘剩價值又は利潤の含まれないところの、商品價值の第一部分であるが、それと同時に費用價格は、マルクスに従へば、販賣價格の最低限を爲すものである。『商品の販賣價格の最低限はその費用價格に依つて劃せられる。』⁽¹⁾ 而して商品が若しその費用價格で賣られるならば、それはその商品の價值以下で賣却されたこととなる。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 12.

此處に既に吾々は、その所謂る價值法則の根基から離れた一の價格形成に當面する。即ちマルクスの價值法則に従へば、商品價值は費用價格と餘剩價值とを加へたるもの、

$$W = k + m$$

でなければならぬが、然し價值法則は究極に於て價格を規定すべきものであるから、此の場合餘剩價值は零、即ち

$$m = 0$$

と假定せねばならぬ。然しこれはマルクス自身が字義に拘泥して云ふやうに、『資本家的生産に基づいては決して起らない』⁽¹⁾ 場合である。而かもマルクスは慥かに言葉を續けて斯う云つてゐる。

『特殊なる市場の情勢の下に於ては、商品の賣價はその市場價格に、又はそれ以下にさへ下ることがあり得る』と。また他の場所では斯うも云つてゐる、『最も悪い條件の下に生産された商品は容易にその費用價格をさへ回収し得ないことがあり得る。』⁽²⁾——此處に於て吾々は、費用價格は價格から離れてゐるに拘らず、價格は價值に適應せず、却つて費用價格に適應するやうな仕方では價格形成は行はれるといふマルクス自身の承認の確定されることを知るのである。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 11.

(2) Marx, a. a. O., Bd. III 2, s. 158.

次に商品價值の第二部分たる餘剩價值 *Mehrwert* 或は利潤と稱せらるゝものは、可變資本の充當に應ずるところの價值増殖である。マルクスに従へば、生きた勞働力のみが新しき價值を造出する。即ち可變資本は先づ第一に、費用價格に含められたる價值部分、即ち充當された勞働力の費用を回收し、更にその他に生産行程に於ける勞働力の資本家的利用に由つて生ずるところの餘剩價值を供給する。勞働力はその價值に於て、即ち勞働力の維持に必要な生活資料の價值で買取られる。而してその價值以上に勞働者に依つて生産さるゝものがマルクスの所謂餘剩價值に他ならない。

然らば餘剩價值は一般に謂ふところの利潤 *Profit* と如何なる關係を有つてゐるか。マルクスに

據れば餘剩價值は、充當された資本の一部分、即ち可變資本部分から生ずるものであるが、資本家的生産者の見地から觀察すれば、それは生産に投下された全資本に對する増加として現はれるのである。されば餘剩價值は生産行程に於て現實的に新しく造出された價值であり、利潤は資本家の見地より見たるものであつて全資本に算當された價值増殖であるといふことが出来る。同様に賃銀は資本家の見地よりすれば、全勞働力に對する支拂であるやうに見えるが、而かもマルクスに従へば、賃銀は勞働力の一部分の支拂に過ぎないから⁽¹⁾、利潤は外見上は全資本に對する、然し實際上はたゞ資本の一部分に對してのみ算當さるゝ價值増殖に他ならぬのである。

(1) 拙著、流通經濟の原理、改稿版一七六——一七七頁、人口法則と生存權論一〇六——一〇七頁參照

さて餘剩價值は如何にして價格形成に入り込むか。此處に於ても亦た吾々は、マルクスが、價格は果して費用價格に迄低下し得るや否やの問題に關する説明に於けると同様に、價格の、價值より著しき背離を認めてゐることを注意せねばならぬ。

商品の價值は前述の如く、マルクスに従へば

$$W = c + v + m$$

であるから、それが價值通りで賣られるものとするれば全體の餘剩價值が回收されることとなる。然

るにマルクスは、價格が價值より背離する場合を考察し、そして彼れは、價格が著しく價值より背離せるにも拘らず資本家は尙ほ常に利潤を獲得し得るといふ結論に達してゐる。今マルクスの掲げた例に就いて云へば(1)、

商品價值 = 500 円

費用價格 = 600 円

なりとせば、此の商品は例へば五一〇、五二〇、五三〇、五六〇、五九〇磅で、即ちその價值より夫々九〇、八〇、七〇、四〇、一〇磅以下で賣られ得やう。然しその場合でも尙ほ且つ夫々一〇、二〇、三〇、六〇、九〇磅の利潤がその販賣から獲得されるのである。マルクスは故に曰く、『商品の價值とその費用價格との間には明かに、諸々の販賣價格の不定の系列が可能である』(2)と。かくしてマルクスは、商品がその價值以下に於て賣られる場合に於ても利潤は如何にして獲得されるかといふ問題に回答を與へるに際しても、再び價格の、價值よりの著しき背離を示してゐるのである。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III, I, s. 11.

(2) Ebenda, s. 12.

右述べた費用價格に於ては、商品は一生産部門から考察され、そして此の生産に投下された勞働力から生ずる餘剩價值——その大小を問はず——が利潤となつて現はれると前提した。然し此の説は尙ほ實際の價格問題に對する單なる序説に過ぎない。即ち商品の販賣價格は、發展せる資本家的生産方法の下に於ては、所謂『生産價格』Produktionspreisの大小に依るものである。然らば商品の生産價格とは如何なるものかといふに、これはマルクスによれば、次の式を以つて表はし得る。

$$\text{生産價格} = \text{費用價格} + \text{平均利潤}$$

此處に所謂『平均利潤』Durchschnittsprofitとは、種々なる生産部門に於ける諸々の利潤を一つの中數的利潤に平均したものである。而して此の平均利潤なるものが價格形成に入り來たる。そこで、此の平均利潤の形成に於ける價值と價格との關係を理解するためには、吾々は先づ、マルクスに依つて用ひられた二三の基礎概念——餘剩價值率・利潤率・資本組成——を説明して置かなければならぬ。

吾々は既に餘剩價值は、マルクスに據れば、全資本の中の可變部分から生ずるといふことを考察

した。然るに餘剩價值は二つの仕方て測定される。『餘剩價值率』 Mehrwertrate はその一であり、『利潤率』 Profitrate はその二である。先づ第一の餘剩價值率とは、餘剩價值の之れを生ずる可變資本部分に對する割合、即ち

$$\text{餘剩價值率} = \frac{m}{v}$$

であり、利潤率とは、餘剩價值の全資本に對する割合、即ち

$$\text{利潤率} = \frac{m}{c+v}$$

である。換言すれば利潤率は、生産物の價值の殘餘の、投下された全資本に對する關係である。即ち餘剩價值率は唯だ可變資本に依つて決定されるに過ぎないが、利潤率は可變資本と不變資本との兩者に依つて定められる⁽¹⁾。そこで利潤率に影響を及ぼすものには次の二要因がある。

一、餘剩價值の割合

二、資本の價值組成

即ち是れである。次に後者に就いて若干の説明を與へよう。

(1) 拙著、流通經濟の原理改稿版二八七頁註參照

資本の有機的組成とは勞働力に置き換へらるゝ可變部分と、諸々の生産手段から成立すを不變部

分との關係に就いての資本の組合せを意味する。資本の組成は二つの方面から觀察され得る。一は技術的觀察であつて、資本が一定數の勞働者と一定量の生産手段とに分割さるゝ割合を觀察し、他は資本部分の價值に就いての觀察、即ち勞働力の價值と生産手段の價值との關係を觀察する。前者を技術的組成といひ、後者を價值組成といふ。然るに資本の價值組成は技術的組成に依つて決定せられ、又之れを反映する限り、マルクスは之れを名づけて資本の『有機的組成』と謂つた。而してマルクスの重視したものは、云ふまでもなく此の有機的組成である(1)。

(1) 拙著、流通經濟の原理、改稿版一九四頁註三、入口法則と生存權論、一〇四頁註四、參照

さてマルクスの餘剩價值論に基づけば、餘剩價值はたゞ可變資本からのみ生ずるものであり、且つ利潤といふのはたゞ此の餘剩價值を表現する一形態に過ぎないので、種々なる産業部門に於ては、資本の種々なる有機的組成に應じて不平等なる利潤率が現はれざるを得ない。之れに就いてマルクス自身が掲げてゐる例を以つて示せば(1)、

生産部門 A に投下されたる資本及びその組成は

全資本 700
 { 100 可變資本
 600 不變資本

とし、また生産部門Bに投下された資本はAに於けると同額であるがその組成は異なり

$$\left. \begin{array}{l} \text{全資本 } 700 \\ \text{可變資本 } 600 \\ \text{不變資本 } 100 \end{array} \right\}$$

とすれば、Aに於ては七〇〇の全資本の中、僅かに一〇〇が生きた労働力を運轉するに過ぎない。即ち例へば、労働者一人に続き一週六〇時間の労働を爲すものと假定せば、一〇〇労働週又は六、〇〇〇時間の生きた労働を運轉するに過ぎない。然るに生産部門Bに於ては全資本はAと同じであるが、可變資本部分が六〇〇であるから、六〇〇労働週又は三六、〇〇〇時間の生きた労働を運轉することとなる。従つてAに於ける資本が五〇労働週又は三、〇〇〇時間の餘剩労働を獲得する場合には、Bに於ける同額の資本は三〇〇労働週又は一八、〇〇〇時間の餘剩労働を擧げることとなる。かくして資本家に依る労働搾取の程度を同一と假定すれば

$$A \text{ に於ける利潤率} = \frac{100}{700} = 14\frac{2}{7}\%$$

$$B \text{ に於ける利潤率} = \frac{600}{700} = 85\frac{5}{7}\%$$

であつて、後者は前者の六倍の利潤率を示すこととなるのである(2)。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 125.

(2) 利潤率の差別性は資本の種々なる有機的組成に依つてのみならず、更にマルクスに依れば資本の回轉時間 *Umschlagzeit* の差別性に由つても生ずる。が、今は之を省略する。

マルクスに據れば、平等なる有機的組成の資本に對してのみ、平等なる餘剩價值率に於て平等なる利潤率が生ずる。然し實際生活上の事實は著しくその趣きを異にする。否な寧ろその反對が現實の事實である。即ちマルクス自身も亦た認めてゐるやうに、資本の有機的組成は夫々異なるに拘らず種々なる産業部門に於ける利潤率は決してかゝる差別性を現はさず、却つて寧ろ資本の有機的組成からは獨立して、種々なる生産部門に於ける利潤率平均の傾向が現はれる⁽¹⁾。而して此のことはマルクスの云ふやうに『その價值理論が實際の運動と一致しないこと、生産の事實現象と一致しないこと』⁽²⁾を示す。マルクス自身は此の矛盾を解かうとして非常なる苦心をした。然し彼れがその説明を興ふるに際しては、又もや價值と價格との事實上の背離を許容しなければならなかつた。然りマルクスに於ては、價值と價格との背離といふことが、平均利潤率の形成と生産價格の形成とを説明するの可能性を興へてゐるのである。

(1) 平均利潤と差別餘剩との關係に就いては、拙著、流通經濟の原理、改稿版第五十九節參照

(2) Marx, *Das Kapital*, Bd. III 1, s. 132.

惟ふに生産部門の内部に於ける資本の有機的組成が利潤率を決定するものであるならば、各部門

に於て種々様々な利潤率が成立せねばならぬ筈である。マルクスの掲げた表を以つて示すと、利潤率は次の如く異なつて来る(1)。

資 本	餘剩價值率	餘剩價值	生産物價值	利 潤 率
I 80c + 20v	100%	20	120	20%
II 70c + 30v	100%	30	130	30%
III 60c + 40v	100%	40	140	40%
IV 85c + 15v	100%	15	115	15%
V 95c + 5v	100%	5	105	5%

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 133.

此處に於てマルクスは平均利潤率を得んがために、五つの部門に投下された資本の合計から出發する。即ち

資本の合計 = 500

餘剩價值の合計 = 110

商品の全價值 = 610

マルクスは此の五〇〇をば單一の資本と解し、第二より第五に至るまでの各資本は單にそれを構成する種々なる部分と解する。そこで資本の平均的組成は

$$500 = 390c + 110v \text{ 又は } 78c + 22v$$

となる。こゝに於て資本各一〇〇に對する平均餘剩價値は二二となり、平均利潤率は

$$\text{平均利潤率} = 22\%$$

となつて現はれる。即ち餘剩價値が五種の資本に平等に配分されるならば、次表のやうな等しい平均利潤率が成立するのである(1)。

資 本	餘剩價値	商 品 の			商品の價格	利 潤 率	價格の價値 よりの背離
		價 値	費 用 價 格	價 格			
I 80c+20v	20	90	70	92	22%	+ 2	
II 70c+30v	30	111	81	103	22%	+ 8	
III 60c+40v	40	131	91	113	22%	- 18	
IV 85c+15v	15	70	55	77	22%	+ 7	
V 95c+ 5v	5	20	15	37	22%	+ 17	

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 135.

さて然らば平均利潤率は如何にして成立するか。マルクスの説明に據れば、總ての商品はその價值通りに賣らるゝものではなく、一部はその價值以上に、また一部はその價值以下に賣られる。即ち右の場合には諸商品は $n+n+n+n$ のだけ價值以上に販賣され、 $m+m+m$ のだけ價值以下に販賣される。かくて價值に對する價格の過不足は、餘剩價值を均等に配分することに依つて互に相殺されるのである。若し商品がその價值通りに賣らるゝものとすれば、前表第一の場合には、費用價格が七〇であり利潤はその可變資本部分に應じて二〇であるから、價格は九〇でなければならぬ。

第二の場合には、費用價格が八一であり利潤はその可變資本部分に應じて三〇であるから、價格は一一一でなければならぬ。而して此の場合の利潤率は三〇%となる。以下之れに準じて、價值と價格とが一致する場合には種々様々の利潤率が現はれるのである。然るにマルクスは、價格は價值より背離して形成さるゝものとし、種々なる利潤率の代りに二二%といふ中數の利潤率を得てゐる。マルクス自から曰く、『商品の一部がその價值以上で賣らるゝと同じ比例で他の一部がその價值以下で賣られるであらう。而して第一から第五に至る總ての利潤率が、資本の種々なる有機的組成に關係なく、平均されて二二%となるのは、かゝる價格で商品が賣らるゝ場合に於てのみ可能である。』⁽¹⁾ かくして生産價格が事實上價值と一致するはたゞ例外の場合だけであつて⁽²⁾、大部分の發

展せる産業に於ては、價值は原則として生産價格以下に在るのである⁽³⁾。

- (1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 135.
- (2) Marx, a. a. O., Bd. III 2, s. 291.
- (3) Marx, a. a. O., Bd. III 2, s. 292.

四

斯くの如き利潤率の平均を齎らす原動力は、マルクスに據れば自由競争である。曰く、『是等種々なる利潤率は競争に由つて一つの一般的な利潤率——それは是等一切の種々なる利潤率の平均である——に平均される。』⁽¹⁾ 『資本はより低き利潤率の一部面から引上げられて、より高き利潤をもたらすところの他の部面に投下される。利潤率が一方で下り他方で上るに應じて行はるところの、此の不斷の引揚げと投下とに由つて、一言以て之れを云へば、種々なる部門間に於けるその「資本の」配分に由つて、種々なる生産部門に於ける平均利潤が同一となり、従つて價值が生産價格に轉化するやうな需給關係が作用する。』⁽²⁾

- (1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 136.
- (2) Ebenda, s. 175—176.

右引用した所は或る批評家（ベーム・バヴェルク）をして、全三卷四冊に亙るマルクス資本論の中の最も薄弱且つ最も不満足なる箇所なりと評せしめた所である⁽¹⁾。即ちマルクスはその所謂『平均利潤率の謎』*Das Rätsel der Durchschnittsprofitrate* を解かんとして遂にその目的を達し得なかつた所である。マルクスの價值學說に據れば、生きた労働のみが價值を増殖し餘剩價值（利潤）を生産するものであるから、各生産部門に於て利潤が等しいといふことは價值法則の背違を意味するであらう。これは寔に一つの大きな矛盾でなければならぬ。マルクスは此の矛盾を解かんとして簡單に、價格は價值法則に依つてではなく競争に依つて決定される、即ち競争は利潤率を平均せしめ、而して此の平等なる利潤率は價格形成に入り來たと説くのである。然り、生産價格及び一般利潤率の概念は、個々の商品が價值通りに賣られないといふことに基づく。されどそこには、常に價值法則は價格を支配せずといふ認承のみならず、更に労働量ではなく、それよりも廣きもの——マルクスの學說とは全然矛盾するところの——生産費なるものが、究極のところ價格を規定すといふ認承が成立するのである。従つて之れを推して論ずれば、マルクスは價值・價格論上の生産費說に到達せざるを得なかつたものと云ひ得よう。なぜならば彼れ自から、商品價值の一部分即ち利潤は單に可變資本に従つてではなく、投下された全資本に従つて算當されるといふことを認めてゐるの

て、彼れは價值及び價值尺度に對しても亦た當然に、生きた勞働のみが決定的なものではないといふことを承認せざるを得ないであらうから。

(1) Böhm-Bawerk, Zum Abschluss des Marx'schen Systems, Festgabe für Karl Kries, herausg. von Boenigk, Berlin 1896.
(English tr., Karl Marx and the Close of his System)

由是觀之、マルクスに残された途は二つあるのみ。價值は經濟的範疇として恐らく種々の役目を演ずるであらうけれども價格問題の認識には毫も役立たないと説くことはその一途であり、價值學説は全然誤りだと告白することはその二途である。マルクスはその何れをも擇ばざればこそ、價值學説の基礎を固持せんとして、遂に次のやうな説明を加ふるに至つたのである。曰く、「商品の價值がそれに含まれた勞働に依つて決定されるといふ事實は、たゞ斯くの如き大ざつばな、且つ概念で擲み得ないやうな形態 *vergrößelter und begriffsloser Form* で猶ほ現はるゝに過ぎない」(2)と。

(2) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 151.

價格が事實上價值法則に依つて規定せらるゝは僅かに次の三つの場合である。

(一) 或る生産部門に於て資本が恰度社會的平均資本の組成を示す場合。然し此の場合にはマルクス自から全く偶然のものとして考へてゐるので、こゝでは除外して差置ない。

(二) 短期間に於ける價格變動の場合。短期間に於ける生産價格の變動は一見した所では常に商品の價值變化から、即ちその生産に必要な労働時間の總量に於ける變化から説明されるやうである。然しこれも亦た承認することは出来ない。蓋し高度に發展せる資本主義經濟秩序の下に於て資本の著しき移動性の可能なる場合には、短期間に於ても亦た價格の變動は、費やされた労働時間の分量上の變化からではなく、資本市場の諸關係に於ける變化から、甚だ容易に説明され得るからである。

(三) 未だ資本家的生産方法發展せず、競争に基づく平等なる利潤率も存在せず、生産手段は全て労働者自身に屬するところの原始的經濟狀態に於て。マルクスに従へば、此の場合には商品の價值は常に理論的にのみならず歴史的にも亦た生産價格の前提として考察されるものである。斯くの如き原始狀態に於ては一の生産部門に投下された生産手段は他の生産部門に移動すること甚だ困難であるから、マルクスに據れば、平均利潤率なるものは未だ現はるゝに至らない。平均利潤率の現はるゝは自由競争の可能なる資本家社會に於てあり、同時にマルクスの餘剩價值學説は此の發展せる資本家的生産方法を前提としたものである。さればマルクスの價值法則は資本家的生産方法の出現と同時に止むものであり、その所謂餘剩價值の形成が不可能である場合にのみ存するものである。

る。これに就いてエンゲルスは『ノイエ・ツァイト』第十四卷に掲げたる彼れの最後の勞作『資本論第三卷補遺』の中で次のやうに云つてゐる。『マルクスの價值法則はかくて經濟的に、生産物を商品に變へる取引が始まつてから吾々の年代記に依る十五世紀に至るまでの年代に互つて一般的妥當性を有つ。然るに商品取引の起原は有史以前の時代に、即ちエヂプトは紀元前五千年から二千五百年に、バビロニアでは四千年前に跡づけ得るので、價值法則は五千年乃至七千年の間支配して來たのである。』⁽¹⁾

(1) Engels, Ergänzung und Nachtrag zum III. Buch des "Kapital." Neue Zeit, XIV. Jahrg., Bd. I, s. 39.

さてマルクスが斯く自説を確立するために原始状態を持ち出すのは正しいか否かといふことは姑らく論外に置くとするも、少くとも此の全體の議論は正當であらうか。吾々は此處でも亦ベーム・バッエルクに於けると同様に『否』と答へざるを得ない。事實上は斯くの如き原始的經濟關係の下に於ても亦た、不變資本のより大なる活動は價格形成に影響を及ぼすものである。資本家的經濟秩序の下に於ける大部分の價格に就いては、常に、それがマルクスの價值法則に依つては、却つてそれから離れて成立するといふことが確定される。さればマルクスが或る所で『價值が生産價格に轉化すると共に價值決定の基礎自體が目に見えぬものとなつて了ふ』⁽¹⁾と云つてゐるが、これは

寧ろ次のやうに云ひ改むべきである。曰く『此の轉化と共にマルクスの價值決定の基礎自體が崩壊して了ふ』と。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 147.

所謂る生産價格がそれに含まるゝ平均利潤率によつて既に價值法則からの背離を意味すとすも、尙ほマルクスが價格と價值とが略ぼ一致する場合に必要と考へた前提に二つあることを注意せねばならぬ。即ちマルクスは曰く、『諸商品の依つて相互に交換される價格が、略ぼその價值と一致するやうになるには單に左の諸事情を必要とするのみである。』⁽¹⁾

(一) 『種々なる商品の交換が、最早や純偶發的なもの又は單に特發的なものだけに止まるものはなくなる。』かくして此處では發展せる商品生産といふことが前提とされてゐるのである。

(二) 『直接の商品交換(物々交換)が問題たる限り、兩當事者ともその相互の需要に略ぼ一致した比例量に於て是等の商品を生産すること。而して此の事たる、販賣に就いての相互の經驗に伴ふものであつて、連續的な交換そのものゝ結果として生ずるものである。』マルクスは此處で特に重大なる一制限を加へてゐる。それはこゝでは社會的需要なるものが考察されてゐるといふことである。『資本論』第一卷に於て價值を論ずる場合には、マルクスは常に、何等か客觀的に生産關係か

ら決定さるゝものを考へた。即ち技術的條件に基づいての社會的必要労働時間なるものが決定的であつた。然るに今、價值と價格との一致が問題とさるゝに至るや、社會的要求に應じた労働のみが考慮の中に入れられてゐるのである。

(三) 『販賣が問題たる限り、契約當事者の一方をして價值以上に販賣するを得せしめ、又は價值以下に賣拂ふを餘儀なからしむる何等の自然的又は人爲的獨占存せざること。』此處にも亦たマルクスは、その價值法則の妥當性を著しき程度に制限すべき前提を置いてゐる。その所謂自然獨占には一面、自然あ特惠、例へば水力、土地の性質等に基づくものがあり、他面、人間の特殊な技能、發明の秘密等に由るものがある。然し實際上は此の種の獨占は特に著大なる役割を演じてゐるのである。又その所謂人爲的獨占には專賣特許、カルテル等の如きがあり、現實の競争價格の形成は常に之れに依つて多少とも影響を受けてゐるのである⁽²⁾。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 156.

(2) 拙著、流通經濟の原理、改稿版二二六—二二七頁參照

以上掲げた三つの前提は、斯くして、『價值』が『價格』に對して決定的である場合を著しく減縮する的作用を有つてゐる。蓋し實際の事情は第二に想定された條件とは著しく異なり、また第三

の自然的及び人爲的獨占は近代の資本家的經濟秩序の下に於て重大なる意義を有つてゐる。結局マルクスの價值法則は、何等の自然的又は人爲的獨占も作用せざるところの『任意に再生産し得る財』に對してのみ妥當性を有つてゐる。然り乍ら事實、どれ程多くの商品が此の範疇に屬するであらうか。之に反し、實際上多くの商品は技術的にか人爲的にか、多少とも獨占性を有つてゐる。加ふるに個々の企業家の特殊なる能力才能は益々その製品の獨自性を深めるものである。マルクスは名匠の美術品は任意に再生産し得ないといふ理由で價值論から除外してゐる。然しその何處に限界を劃し得るであらうか。發明の秘密とか特殊な技術的熟練とかの現はるゝ一切の工場製品は、同様に任意に再生産し得ないものである。

五

その所謂る生産價格の形成に際しては、斯くの如く、價格の、價值よりの著しき背離が確定されたのであるが、これに關連して究明するを要するは、市場價值と市場價格との形成及びその背反である。今迄考察して來たところの、價值から背離した生産價格は、種々なる生産部門に投下された資本の利潤率に應じて社會的利潤を配分することに依つて成立した。而してその場合、個々の生産

部門に於ける商品は價值通りに賣られるといふことが暗黙の中に前提されてあつた。

處て吾々が、種々なる生産部門を離れて、個々の生産部門そのものを取つて見ると、こゝにも競争が行はれて、恰かも種々なる生産部門に於ける資本の競争と相似たる平均をもたらずといふことが明かとなる。競争は先づ一の生産部門に於て、種々なる商品の種々なる個別的價值から平等なる『市場價值』Marktwertと『市場價格』Marktpreisとを形成せしめる。個々の生産者は、云ふまでもなく、種々なる個別的條件の下に活動するものである。而して此の個別的なる生産條件に基づいて成立するところの個別的價值は、競争に由つて、市場價值——一部門内に於て生産された諸商品の平均價值——と平均する。諸商品の個別的價值なるものは、當該生産者が必要とする労働時間の平均量よりも大なるか小なるかに依つて、或る場合には市場價值以上に在り、或る場合には市場價值以下に在るのである。

此處に注意すべきことは、若しかゝる市場價值が成立するならば、同じ部門の商品は初めて價值通りに——マルクスの意味に於て——賣られるといふことである。而してこゝでは、前にマルクスに依つて等閑に付せられた社會的需要といふ因子が頗る重視されて來るのである。即ちマルクスは同じ生産部門、同じ種類、並に略ぼ同じ品質の商品がその價值通りで賣らるゝためには、次の二前

提を必要とすと説いてゐる。

(一) 先づ第一は當該商品の賣手の間に充分なる競争が存在せねばならぬといふことである。曰く、『種々なる個別的價值は一の社會的價值、即ち上述の市場價值に平均化して居らねばならぬ。而してそれには、同種商品の生産者間に於ける競争と、及び彼等が共同にその商品を提供すべき市場の存在とを必要とする。』⁽¹⁾かくして種々なる條件の下に生産されたる商品は、競争に依つて、一の市場價值を保有することとなる。而して市場價值が價格形成の上に現はるゝためには、社會がそれに對して市場價值を支拂ひ得るやうな分量の商品が、市場に存在することを要する。若し商品の存在量充分ならざるときは、商品は市場價值以上に賣られるであらうし、また存在量餘りに多いときは、商品は市場價值以下で賣飛ばされねばならないのであらう。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 159.

然らば市場價值は——一部門の生産物の全量が社會的需要に應じたものであるとの前提の下に於て——何に依つて決定されるであらうか。或は、市場價值は如何なる商品の個別的價值に依つて決定されるであらうか。マルクスに據れば、これには三つの場合が可能である。

(a) 此の種品商の大量が生産さるところの條件が大體平等である場合。此の場合には此の大量の

商品の中位の價值に依つて市場價值は決定せられる。蓋し、より劣悪なる條件の下で生産さるゝ商品の比較的小部分は、より有利なる條件の下で生産さるゝ商品の比較的小部分と平均されるからである。此の場合には商品の市場價值又は社會的價值は、中位に在る大部分の價值に依つて決定される。而してこれは、價值がマルクスの所謂社會的必要勞動時間に依つて決定され得る唯一の場合である。

(b)之に反し、劣悪なる條件の下に生産さるゝ商品部分が甚だ大であつて、到底勝れたる條件の下に生産さるゝ部分と平均され得ない場合。此の場合には劣悪なる條件の下に生産さるゝ商品の個別的價值が、市場價值に對して決定的である。

(c)前の場合とは反對に、普通以上に勝れたる條件の下に生産さるゝ商品量が甚だ大であつて、劣悪なる條件の下に生産さるゝ商品量を遙かに超過せる場合。此の場合には、云ふまでもなく、前者の商品量が市場價值に對して決定的である。

以上三つの場合は何れも、生産物の全量が社會的欲望に應ずるといふ根本前提の下に論ぜられてゐる。そこで吾々が此の前提を取り除いて、社會的欲望そのものゝ成立を論題とするならば、これに吾々は、マルクスに依つて説かれてゐる第二點——『需要』といふことに到達するのである。

(二) 與へられた商品量に對する需要がそのまま變化しないならば、以上三つの場合に於て

市場價值＝市場價格

である。之に反し、次の二つの場合が現はるときは、市場價格は市場價值から背離することとなる。

(a) 商品の需要が供給量よりも大なる場合。此の場合には凡ゆる事情の中で最劣等の條件で生産さるゝ商品が、市場價格に對して決定的なものとなる。

(b) 需要が供給量よりも僅少なる場合。此の場合には市場價格は、最も有利なる條件の下に於て生産されたる量に依つて決定される。

由是觀之、價格に對して決定的なものは、決して『社會的必要勞働時間』ではない。否、此の價格形成の根本原則は、最早や價值法則の修正され限定されたものとは云ひ得ない程度に、種々なる仕方に於て破られてゐる。かくして吾々『價格』はマルクスの意味に於ける『價值』に依つて決定されるのではないと論斷することが出来る。吾々は寧ろ、價格は種々なる要因の全系列——社會的必要勞働量は單にその中の一要因たるに過ぎない——に依つて決定されるものと考へるのである。殊にマルクスの重視する如く、競争の諸現象が價格に重大なる影響を與ふるものであるならば、彼

れの價值法則は如何にして價格の説明に役立ち得るであらうか。マルクスは或る所で『利子歩合の形成は全く無法則且つ任意に行はれる』ので、利子に『自然』率は存しないと云つてゐる⁽¹⁾。が、これと同じことが、自由競争の支配下に於ける一切の商品の價格決定に當籤まらないであらうか。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 1, s. 341.

吾々の考ふる所によれば、マルクスの價值法則——それが價格形成に係はる限り——が無効たらしめらるゝ事情に三つある。第一は、市場價值の形成に依つて。即ち此の市場價值——それは種々なる個別的價值の平均である——に對して決定的なるものは、所謂社會的必要勞働時間ではなくて、商品の大量が生産さゝるところの生産條件に依つて種々異なる、それ以上の、及び以下の分量である。第二に、市場價格は社會的需要の成立に由つて市場價值から背離する。此處でマルクスは、彼れの社會的必要勞働時間の範疇は重大なる修正を受くべきことを認むる。或る商品の生産に費やされたる社會的勞働の分量が、充たさるべき社會的需要の範圍に適應する場合にのみ、商品はその市場價值で賣られる。然らざる限り商品は、或は市場價值以下で、或は以上で賣られるのである。第三に、恰かも生産價格——その中の一要素を爲す平均利潤なるものは、既に述べた如く、價值と價格の背離に依つて成立する——が、種々なる生産部門に於ける諸資本の競争に依つて成立し

た如く、こゝでは同一生産部門の内部に於ける競争に依つて、市場価格は市場価値より背離し、或はそれ以上に、或はそれ以下に於て成立する。——かくして吾々は、マルクスの價值學説は到底、現實の價格形成を説明し得ないといふ結論に達するのである。

尙ほ、以上三點の中の第二點——社會的需要——は特に重要なるが故に、節を改めて今少しく精細に吟味して見よう。

六

マルクスは『資本論』第一卷に於て、社會的必要労働時間は、これが投ぜらるゝところの商品に對する需要がそれに應じた分量で存在する場合にのみ、價格に對して決定的であると論じてゐる。即ち曰く『市場が亞麻布の全量一エレンにつき二志の正常價格で吸収し得ないならば、そは餘り多くの社會的労働時間の部分が亞麻織の形態に投ぜられたことを證明する。その結果は、個々の亞麻織業者が社會的に必要なる以上の多くの労働時間を彼れの個別的生産物に投下したのと同じである。』⁽¹⁾

(1) Marx, Das Kapital, Bd. I, s. 71—72.

こゝに既に、純粹技術的見地に基づいて生産部門から造出されたところの社會的必要労働時間は、價格を説明するには不充分であることが、明かに示されてゐる。價格形成を説明するに重要なことは、たゞ單に、技術の一定段階が要求するよりも、また労働者の平均的技能に適應するよりも、より多くではなく又より少くではないところの労働が商品に充當されるといふことではなくて、市場が吸収し得るところの労働の分量が重要なのである。尤も『社會的必要労働時間』は、技術的方面から離れて社會的需要に關係せしめらるゝならば、第一卷に於て價值の根基として展開されたものとは全然異なる意義を有つに至るといふことは、マルクス自身の承認する所である。即ち彼れは或る所で斯う云つてゐる。『例へば社會的欲望に比較して餘りに多量の綿織物が生産されたと假定し、而かも此の織物總産額に依つて實現さるゝ労働時間は、與へられたる條件の下に必要であるところの労働時間に過ぎぬものと假定せよ。斯く假定しても尙ほ此の特殊の部門に於て餘り多くの社會的労働が支出されたこととなる。換言すれば生産物の一部は不要となるのである。されば此の全生産物は、必要な比例の下に生産されたものとして販賣されるの外はないのである。種々異なる特殊的生产部門に使用し得べき社會的労働時間分に對する斯くの如き量的制限は、畢竟するに價值法則一般の更に展開せる言ひ現はしに過ぎぬ。尤も必要労働時間は此の場合異なつた意義を含む』

こととなるのである。即ち社會的勞働時間中の斯々量のみが社會的欲望を満足せしむるに必要であるといふことになる。これが制限は使用價値に依つて與へられる。』⁽¹⁾

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 2, s. 176.

されば例へばフォン・ランデに於けるが如く、マルクスの價値概念をば、恰かも社會的需要といふことが既にその中に含まるゝものゝ如く解するは、誤りであると云はねばならぬ。『社會的必要勞働時間』の概念を斯く廣く解することは、第一卷に於てマルクスの與へてゐる説明と一致しない。價値が基本的に説明されてゐるところの第一卷に於ては、技術的條件の外の如何なるものも問題ではないのである。需要といふことは考慮の中に入れられてゐない。たゞ價格形成が時折關説されてゐる所では、一定形態の需要に由つて價格は技術的意義に於ける社會的必要勞働から背離すといふことが説かれてゐるに過ぎないのである。

翻つて思ふに、マルクスは、彼れが以つてその價値學說に修正を加へんと欲したところの上記第二點に於て、生産手段の私有と、生産者の自由競争と、及び生産物の交換とを特色とする經濟秩序の内部に於て價値を論ずる限り、如何なる説明に於ても常に必ず問題の中心とせざるを得ないと、この決定的要素を實際上云ひ當てゝゐる。即ち他人の爲めにする使用價値の生産といふことが論

ぜらるゝ限り、商品の價值に對する決定的な問題は、之れに依つて、果してまた如何なる程度に於て、消費者の欲望は充たさるゝかといふこと、是れである。他の一切のものは第二次的の役割を演ずるに過ぎない。費用支出も亦た附隨的に考察さるべきものである。凡ての客觀主義的價值學説は此の主觀的要素を等閑に附することに由つて方法論上の進路を誤つてゐる。不變資本・可變資本の二大生産要素の中、後者のみ價值増殖を爲すと説く勞働價值學説も亦た、此の誤りに陥つてゐるのである。

之を要するに、生産行程と流通行程とを統一して考ふことなく、これを全然分離して考へた所に、マルクス價值學説の根本缺陷がある。マルクスは價值をば生産の見地からのみ考察した。即ち彼れは商品の生産に充當された勞働時間の一定分量をば『價值』と名づけ、商品はその價值通りに賣られるといふ前提の下に全ての推論を爲したのである。尤もマルクスは、商品は流通行程に於て初めてその價值を實現し得ることを認めてゐる。曰く『各商品はたゞ流通行程に於てのみその價值を實現し得る。而してそれが、果してまた如何なる程度で實現するかは、全くその時々々の市場の情勢に依存する。』⁽¹⁾而かも彼れはその價值論に於ては、これから引離して考察し得ると信じたのである。従つて彼れは、價值の大さと價格の大さとを相一致するものとして考察するために、『社會的

必要労働時間』以外の、價格形成に影響を及ぼすところの他の一切の要素をば、無視し得べきものとし、或は寧ろ價值法則に適合しないところの諸々の價格條件をば、原則からの例外と考ふるに至つたのである。價值の研究に於て、生産行程と流通行程とを引き離し、前者から或る價值の假定を立て、次でその現實の妥當性を檢せんとすることは、根本的の誤りである。吾々は現實の價格から出發し、そしてその背後に横はつてゐる法則を認識することに努力せねばならない。而して此の爲めに重要なるは、商品の生産てふ客觀的事實ではなくて、主觀的な欲望——需要——の成立といふ問題でなければならぬ⁽²⁾。

(1) Marx, Das Kapital, Bd. III 2, s. 179.

(2) 拙著、流通經濟の原理、改稿版二七七頁以下參照

——一九二五年一月稿——

（附記）本稿は主として左の二著に據り紹述せるものである。

Diehl, Ueber das Verhältnis von Wert und Preis im ökonomischen System von Karl Marx, Jena 1898.

ditto, Sozialwissenschaftliche Erläuterungen zu David Ricardos Grundgesetzen der Volkswirtschaft und Besteuerung, Bd. I,

3. Aufl. 1921, s. 94 ff.