

商業の前期的存立構造

小松 勇 吉

- I 商業の生成基盤 — 商品流通
- II 市場
- III 商業資本の運動としての商業
- IV 前期的商業資本による商業の存立構造

I 商業の生成基盤 — 商品流通

私的所有制の確立と社会的分業の発展のもとでおこなわれる生産は、交換のための生産物すなわち商品を生み出す。もともと、生産の増大は交換を生成させ、交換の拡大は生産増大の刺激となるとともに、使用価値のほかに交換価値（価値）を生産物に付与し、かくして生産物は商品に転化し、生産は商品生産の形態をとっておこなわれることになる。有用労働の生産力を増大させ使用価値の質的量的向上をもたらす商品生産のもとで生産された商品は、もともと、価値と使用価値との対立物、私的労働と社会的労働との対立物、物質の人格化と人格の物質化との対立物という内的諸矛盾を含んでいる。したがって、社会的分業と自立的・私的労働を自らの一般的基礎とする商品生産がおこなわれるところでは、すべての商品は全面的にその持ち手が交替することが必要であり、人間労働の社会的質料変換が不可欠である。この商品の持ち手交替＝人間労働の社会的質料変換が商品交換である。商品交換は商品生産の社会的連関の唯一の存立形態として現れるが、それと同時に、自己の商品の譲渡による他人の商品の獲得、使用価値の相互活用を内容とする。⁽¹⁾それは、商品交換が一方では使用価値の持ち手交替という側面と他方では価値実現という側面をもたねばならないことを意味する。商品が価値と使用価値との統一物であるという商品の二重性にもとづく商品交換のこの二重性は、その過程においては使用価値的側面からみた個別的な過程と価値的側面からみた一般的・社会的な過程として現れる。だが、商品生産者＝所有者にとっては、同じ交換過程が個別的

であるとともに、同時に一般的・社会的であることはできない。

交換過程に固有の対立し矛盾する2つの側面に起因するこの交換の矛盾を解決するものとして、規則的な交換の反復のなかで、諸商品のなかから特殊な商品＝貨幣が選出される。したがって、貨幣は、交換の矛盾の必然的展開として出現するが、それは、交換当事者のあいだでおこなわれる自然発生的な社会的な共同行為の結果であり、商品生産の必然的産物であって、他のあらゆる商品にとって一般的等価物として社会的に妥当する等価形態であり、一般的等価物として特殊な社会的機能を独占する。それゆえ、貨幣は純粋に社会的な性質をもつ・交換価値の自立的形態である。

貨幣の出現によって、商品交換の過程は、直接的交換 $W-W$ から貨幣を媒介とする交換 $W-G-W$ に転換するが、ここにおいて、商品交換は、直接には、生産物交換でもなければ、いわんや労働交換でもなく、商品対貨幣の交換、または後述する商品流通と貨幣流通との合体となる。⁽²⁾ところで、貨幣を媒介とする交換の過程は、商品の売り、すなわち商品の貨幣への転化という販売過程 $W-G$ と、商品の買い、すなわち貨幣の商品への再転化という購買過程 $G-W$ とに分裂することになる。換言すると、商品交換は貨幣を媒介とする売買に転化し、その過程は商品の貨幣への転化（販売）と貨幣の商品への再転化（購買）という、商品の対立的・相互補完的な2つの姿態変換の統一という形態をとって現れる。したがって、貨幣を媒介とする商品交換の過程は、 $W-G-W$ という姿態変換過程を描いて循環する交換形式である、とい

うことができる。この過程は、質料的内容からみれば、 $W-W$ という直接的交換過程と同じく商品と商品との交換の過程であり、社会的労働の質料の変換の過程である。したがって、商品交換は、人間諸労働の社会的質料変換という超歴史性を媒介する、諸商品の姿態変換という特殊歴史的な形態である、⁽³⁾ ということができる。

ところで、貨幣を媒介とする商品交換の過程 $W-G-W$ が販売と購買との統一過程であることは、すでに明らかであるが、その販売 $W-G$ は他方では同時に購買 $G-W$ である。すなわち、商品所有者の側からの販売は貨幣所有者の側からの購買である。それゆえ、1つの過程は、同時に2つの側面をもつ過程である。このことは、ある商品の循環における第1の姿態変換 $W-G$ は、常に同時に他の商品の循環における第2の姿態変換 $G-W$ と関連しなければならず、さらに、その商品の第1の姿態変換 $W-G$ はさらにもうひとつの商品の循環における第2の姿態変換 $G-W$ に関連しなければならないことを結果する。それは、諸商品のそれぞれの姿態変換は他の諸商品のそれぞれの逆の姿態変換の対応が必要であり、しかも、その対応が連鎖的でなければならないことを意味することは、いうまでもない。ところが、商品交換の前段階の販売 $W-G$ は、社会的分業の質量編成の自然発生性とそれによって発生する諸事情あるいは競争の必然性によって、偶然性にならざるをえない。⁽⁴⁾ いわゆる販売の偶然性である。かくして、商品の貨幣への実体的転化という商品の販売過程は、偶然に支配され偶然に委ねられる・商品にとっては「命がけの飛躍」の過程となる。

このように、貨幣を媒介とする交換がおこなわれるもとの、それぞれの商品の姿態変換は相互に解けないように絡みあい交錯しつつ、全体として1つの交換連鎖を形成することになるが、この商品交換の連鎖体系の総体が商品流通であり、それは、商品生産に先行して現れ、商品生産が発生する条件のひとつとなる。商品交換は、商品の貨幣への転化と貨幣の商品への再転化を媒介する多数の独立した売買によって構成され、その売買は貨幣の社会的移動を契機として売買連鎖を形成する。この売買連鎖が商品流通である。このことは、また、貨幣を媒介とする個々の交換すなわち売買形態をとる交換は、かならず他の交換を前提とする

だけでなく、それとの解けないような絡みあいにおいてのみ存在し、さらに、それは交換の連鎖を離れてはありえないことを意味する。

それゆえ、商品流通は、個々の交換が相互に絡みあった交換の連鎖体系、個々の交換が相互に絡みあっておこなわれる交換過程の総体、あるいはまた、総体において観察された交換である、ということができる。商品流通においては、貨幣の存在によって直接的交換の直接的・一致性、同時性が、交換過程が販売と購買との対立に分裂し、それがまた解けないように相互に絡みあうことによって、その時間的・場所的・個人的限界が克服され、そのことによって人間諸労働の質料変換がいっそう発展することができる。かくして、商品流通は、商品と貨幣が存在するという一定の経済発展の歴史的段階においてはじめて発生するものであり、この段階において、はじめて人間社会のいっそうの経済的・社会的発展にとっての前提条件が整備されることになる。このような歴史発展的観点から商品流通について考察するならば、先資本主義社会における商品流通では単純商品が流通するにたいして、資本主義社会においては資本としての商品が流通し、商品流通は商品の姿をした資本の流通すなわち資本流通となる。したがって、ここで、商品流通一般についていうならば、それは、一面では単純商品の流通であるとともに、他方では同時に商品資本の姿態変換でもある。

ところで、商品流通を構成する個別的諸交換のひとつにおいて、その販売過程に販売の偶然性が生じたならば、その個別的交換が含まれる交換の連鎖体系が半ばで切断され、その商品流通の展開が停滞するのは必然的となる。これが商品流通の矛盾⁽⁵⁾といわれるものである。

商品流通は、商品と貨幣とをその必要にして十分な存在条件とするものであるが、そこにおいては、貨幣が流通させるのは、商品の交換価値であり、それゆえ貨幣で表現された価値すなわち価格である。したがって、商品流通は、価格を指定することであり、商品がそこで価格に転化される運動であり、価格として規定された交換価値を価格として実現することである。したがって、商品流通のひとつの本質的な規定は、それが交換価値を、しかも価格として規定された交換価値を流通させることである。したがって、商品流通は、一面で

は価値転態の運動の過程すなわち価値実現の過程であるとともに、他面では使用価値の持ち手交替の過程すなわち社会的物質代謝の過程であり、これらの両面のなかで重要な側面は前者の価値実現の過程である。商品流通は、そのなかに必然的に組み込まれる交換諸当事者の相互の絡みあいの必要から自然発生的に現れながらも、交換諸当事者の主観的な個人的意志から独立しておこなわれる自然発生的な社会的連関として現象し、交換諸当事者が主観的に容喙することのできない客観的な社会的過程として現れる。社会的過程としての商品流通がおこなわれる社会的領域が市場である。

II 市場

専門化した個々の孤立した私的生産者によって生産された商品にとって、自らが売買されることは必要不可欠なことであるが、こうした生産組織＝商品生産のもとで生産された商品が売買されることをつうじて、私的生産者相互間の不可欠な社会的紐帯となるのが市場である。したがって、市場は、社会的分業と商品生産が出現するところで、またそのかぎりにおいて現れ、あらゆる商品生産、したがってまた資本主義的商品生産の一般的基礎であり、その大きさは社会的労働の専門化の程度と密接不可分に結びついている。それゆえ、生産力の発展と社会的分業の拡大は市場をますます大きくする基本的要因である。換言すると、市場は社会的分業と商品生産とを表すもの以外のなにもでもない。⁽⁶⁾

かくして、市場は、商品の買手のすべてが不可避免的に組み込まれ相互に解けがたく絡みあい交錯する・必要かつ必然的な場であるとともに、すべての市場参加者にとっては未知の、客観的に存在する社会的過程として現れる。市場はまた、売手の総体である供給と買手の総体である需要とが相対する場であって、この需要と供給の関係を市場関係というならば、この市場関係は当初から矛盾をはらんでいる。つまり、生産が私的におこなわれる商品生産社会においては、もともと、一般に需要と供給とのあいだに不一致ないし不均衡が存在するものである。だが、商品生産が全面的におこなわれ、商品生産によって維持される、しかもその商品生産が私的なものである資本主義社会においてはそれ以前の社会に存在する需要と供給と

の単なる不一致にたいして、生産と消費とのあいだの矛盾という資本主義に内在する基本的矛盾にねざして、需要と供給との不一致はよりいっそう深刻なものとならざるをえない。⁽⁷⁾

さらに、市場は、それぞれ総体としての売手と買手とが相対し、売手と買手とのあいだで商品の売買と購買とがおこなわれ、この両者によって構成される売買によって価格関係が成立する交換関係である。もともと交換関係は、その純粋な姿では価値どおりの等価交換という法則（価値法則）が作用しておこなわれるものであるから、商品交換の連鎖である商品流通も原則的には等価交換の連鎖であり、したがってまた商品流通がおこなわれる社会的領域である市場も原則的には等価交換の連鎖の社会的領域である、といわなくてはならない。だが、現実の市場においては、需要と供給との相反する力によって「一物一価の法則」が作用し、価格は市場関係が変化することによって変動して、それにしたがって商品の売買がおこなわれる市場価格が決定される（逆にまた、市場関係は価格によって変動する）とともに、売手と買手とのあいだ、売手相互のあいだ、買手相互のあいだ、というすべての市場参加者のあいだの不可避免的な競争（市場競争）によって、市場価格は価値を中心にしてつねに変動する。あるいはまた、労働生産性の変化、社会的需要の大きさと構造の変動によっても市場価格は変動する。それゆえ、この交換関係は、つねに変動する価格関係を内容として構成される、といわなくてはならず、それはまた、換言するならば、価値法則にもとづく自由競争がおこなわれることによって、市場が一定の価格決定機能を持ち、また市場がその機能を維持することができることを意味する。⁽⁸⁾

さらにいうならば、市場における需要と供給とのあいだの相互依存関係が「需要が供給を規定し、供給が需要を規定する」関係であるとともに、「生産が市場を規定し、市場が生産を規定する」という相互依存関係が生産と市場とのあいだに形成される。⁽⁹⁾ 同時にまた、商品生産のもとで生産される商品はすべて市場を目標にして生産されるものであるかぎり、どのような生産条件が社会的に必要であり、商品の価値の大きさを決定し、市場価値を組成するか、は市場においてのみ明らかにされるものである。そうであるならば、商品

生産の構造は、市場をとおして社会的需要の大きさと構造とにたいして自然発生的に適應するものとならざるをえなくなることから、市場は、社会的再生産の均衡の唯一にしてすべてを包含する・社会的生産の規制者として現れ、資本主義的生産様式の成立とともに、完全な支配と全面的な普及性をえることになる。

他方では、後述するように、商品流通が商業資本の運動としての商業によって代表されるようになると、市場におけるほとんどすべての売買が商業によって媒介されることになって、そこでは、市場そのものが、生産価格+商業利潤=商業的販売価格をめぐる商業資本のあいだの競争の場として現れるようになる。それだけではなくて、やがては、商業が商品流通を代表しえなくなると、市場は、費用価格・生産価格または市場価値を基礎とする産業資本相互の直接の競争の場として現れ、⁽¹⁰⁾あるいはまた、産業資本と商業資本とのあいだの垂直的競争が展開されることになる。

ところで、市場はまた、そこでおこなわれる売買をつうじて商品の二重的側面すなわち使用価値と価値とがそこでそれぞれ実現される場所である。すなわち、商品生産のもとでは、使用価値は他人にたいする有用物として生産されるものであるから、その持ち手が替わることが必要である。したがって、市場は、一面では使用価値の持ち手の交替がおこなわれる場として現れる。価値は自らの形態を商品から貨幣に姿態変換すべきものであるから、それがおこなわれる場所が必要である。したがって、市場は、他面では価値形態の交替すなわち価値の実現がおこなわれる場である。ただし、この両側面が個々に現れるというのではなく、市場はこの両側面が統一して現れる場であることは、いうまでもない。このような商品の実現の担当者については、商品流通が商業によって代表される段階では、商業資本が商品の実現を自らの固有の機能として、これを専門的に担当することになるが、他方では、商業がほとんどすべての売買を媒介することがなくなる段階では、産業資本自らがこの機能の直接的な担当者となる。市場においては、商品生産社会の全面にわたって、商品の実現がおこなわれるとともに、商品に含まれる労働の社会的性格が最終的に認知され、社会的質料変換が最終的に達成される。

III 商業資本の運動としての商業

商品流通が交換を拡大し、この過程のなかに入りますます多くの人間と労働生産物を引き入れて、それが時間の経過とともに生産にたいして一定の影響をあたえて、商品生産のひとつの条件となり、市場の恒常的拡大が商品生産の生存条件となったことは既述したところから明らかである。また、全面的な交換としての商品流通が社会的過程として個別的諸交換の連鎖体系であり諸交換の絡みあいの総体あるいは諸売買の連鎖の総体であって、つまりは商品流通が個別的諸交換あるいは個別的諸売買を自らの構成要素とするものであること、さらに、個別的諸交換あるいは個別的諸売買にはそれぞれが自己のうちに販売の偶然性を潜在的に内包していることも、既述したとおりである。

だが、個別的諸交換あるいは個別的諸売買の過程において販売の偶然性が顕在化し、それにもとづく商品流通の矛盾が発生した場合、社会的労働の質料変換に支障をきたすのみならず、社会的分業と生産力のいっそうの発展とそれにもとづく市場拡大の影響とによって自らの規模をますます拡大化する商品生産にたいして、商品流通の矛盾が商品生産の発展を阻害する要因となることは否定することができない。かくして、商品流通の矛盾を克服し商品流通の停滞を除去するものとして現れたのが再販売購入を組織的・継続的におこなう商業である。さらには、商業は、商品交換のある程度の発展にともなって必然的に発生した交換過程の矛盾が生みだす運動である商品流通⁽¹¹⁾としての新しい特殊な形態である、ということが出来る。あるいはまた、換言していうならば、商業は商品生産の生成と発展とによって歴史的に条件づけられたものであって、社会的分業の発展にともなうますます増大する生産と消費とのあいだの時間的・場所的・個人的諸分離の克服を基本とする流通機能の専門的担当者として1つの社会的分業として自然発生的に出現した、生産者でもなければ消費者でもない、それらとは異質の第三者である商人がおこなう独自の活動様式である組織的・継続的な再販売購入が商業の本質である。

商業は、生産者あるいは消費者が意識的におこなうというのではなく、商人がもっぱら多数の生産者と多数の消費者とのあいだに介在しておこなう組織的・継続的な再販売購入である。商人は、

自らの、独自の媒介的な売買行為をおこなうなかで基本的な売買機能を中心とする商業諸機能を専門的に遂行することによって、時間的・場所的・個人的に分離した多数の販売と多数の購買とを自らの掌中に集中することによって、これを調整し結合することができ、しかも、これを大規模に専門的に処理することができる。これによって、市場に商人が介在しない場合に切断されたかもしれない諸販売と諸購買との一致が、あるいは需要と供給——市場関係等の変動によって不一致がみられがちな——との一致が、商人の独自の活動によって可能となり、商品流通の矛盾は克服され、それをつうじて社会的労働の質料変換と商品生産の増大、市場の拡大が期待されるものとなる。ここにおいて、商業が自然発生的な社会的分業の1部分として生成し、市場を目指す商品生産に転化させるほどの大きな影響を生産にあたえながらも、それ以降は、形成された商品生産が増大することにとまらぬ商品流通の拡大、市場の拡大によって、こんどは自らが必然的にいっそう拡大的に発展することになる。

しかしながら、ここで予め留意しておかなくてはならないことは、後述するように、商業が生成する起因については、以上のとおりであるとしても、商業は、いうならば、当初からよりいっそう多くの利潤を追求する商業資本の運動として展開され、商品流通の矛盾の克服と商品流通の一層の拡大は、こうした基本的性格の商業の展開をつうじてはじめて達成されえた、ということである。

商品流通の矛盾は、商人が介在しその再販売購入によって完全に克服されるものではない。それは、社会的分業と生産力の新たな発展にもとづいて商品生産がいっそう発展する状況のもとでは、それに対応して商品流通もまた発展するが、同時に、商品流通の矛盾もまた従来とは異なった形態で新たに拡大的に展開されるものであることは、注意されるべき点である。

商品生産と商品流通がおこなわれるところ、つまり商品経済がある程度発達したところで自然発生的、必然的に生成した商業は、ここに新たな形態を商品流通にあたえることになることは、すでに指摘したとおりである。すなわち、商人は売買交換諸当事者のあいだに介在して独自の媒介的売買＝再販売購入をおこなうが、この商人がおこな

う諸売買の系列が商品流通のなかで新たに形成され、したがって、総体としての商品流通は、個々の交換系列W—G—Wとそれを媒介する商人の売買系列G—W—Gとから形成される。このうち、商人の売買系列から形成される商品流通の範囲のみが商業の領域である。以上のとおり、商業は、総体としての商品流通が形成する総過程のうちで、特殊な、独自性をもつ中間的・媒介的な部分であり、再販売購入からなる商品流通の部分である。このことから、第1に、商品流通が担っている使用価値の持ち手交替と価値形態の交替・価値の実現という機能を商業が担当すること、第2に、商業は価値の実現を基本的機能とし、使用価値の持ち手交替は、基本的機能の遂行にあたっての必要な前提としておこなわれるにすぎないことが明らかとなる。

このことから、商業は使用価値的側面と価値的側面を同時に併せもつものである、ということができよう。だが、ここで留意しなくてはならないことは、交換ないしは流通における使用価値と価値との関係について、つぎにあげる2点である。第1は、もともと、交換は相異なる使用価値の持ち手の交換にすぎないが、貨幣の出現とともに、それは購買と販売という形態をとって成就されることになるが、それは商品の姿態変換にほかならない。このことから、交換は、使用価値の持ち手交替が商品の姿態変換によって媒介されるようになる、⁽¹²⁾ ということである。第2に、したがって、このように含意される交換の総体としての商品流通にとって、いっそう重要なことは、自らの過程が商品が価格に転化される運動としての過程である⁽¹³⁾ ということである。

以上のような留意点を考慮したうえで、使用価値と価値との関係を中心にして、改めて商業の本質を考察するならば、商業は、商品流通の新しい特殊な形態として、その本質的側面が使用価値の制限から解放されて価値の交換すなわち価値の姿態変換と商品生産における社会的に必要な労働支出すなわち価値の補填をおこなうこと、したがって、交換価値の媒介をおこなうことが、その本質である、といわなければならない。それゆえにこそ、商品流通の発展にとまらぬ、交換価値のための「商品のための交換」G—W—Gが使用価値のための「交換のための交換」W—G—Wから自

ずから分離して形成され、その形態がすべて再販購入という流通形態をとり、そこにおいては、交換価値はいたるところでこの流通形態すなわち商業によって媒介されるようになったわけである。したがって、商業の使用価値的側面が意味する社会的質料変換、商品の所有名義変更は、商品が価格に転化される過程、交換価値が媒介される過程を本質的側面とする商業の $G-W-G$ の過程に媒介されて、結果的に推進されるにすぎない、といわなければならない。

ところで、単純な商品流通の直接的な形態は $W-G-W$ であるが、質料的には $W-W$ に帰着し、ここでは諸商品の循環は存在するが貨幣の循環は存在せず、貨幣は出発点から絶えず遠ざかって復帰しない貨幣の通流があるだけである。このことから明らかのように、 $W-G-W$ は、異なる使用価値の交換あるいは使用価値の獲得と実現を最終的な目的とする過程である。これにたいして、この $W-G-W$ を媒介し結合させるものとして現れる発展した商品流通すなわち商業は、販売のための購買という流通形式 $G-W-G$ をとることは、すでに明らかである。この流通形式は、全体としては単純な商品流通を媒介するものであるが、ここでは商品が価格に転化されるという、この流通形態すなわち商業の本質を再確認したうえで、さらに、ここで指摘しなくてはならないことは、商品が転化された価値形態であり、販売の結果としての貨幣がもはや単に商品交換の過程を媒介するものではなく、自らの過程の後段階である商品の販売それ自体が商品流通の社会的関係からの強制となって現れ、やがてはその強制において、それ自体の本質のなかで販売の自己目的が貨幣そのものとなり、貨幣の獲得が唯一の目的となり、それが $G-W-G$ の規定的目的となり推進的動機となっている、ということである。

かくして、貨幣獲得を自己目的とする販売が、販売のための購買 $G-W-G$ の本質を形成することになる。だが、この過程は、単にはじめに投下した貨幣の回収のみを目的とするものではなく、その両端に現れる貨幣の量的差異の獲得を規定的目的とするものとなる。そうであるかぎり、この過程は、 $G-W-G'$ と表現されなければならない。したがって、再販購入がおこなわれる過程は、 $G-W-G$ という、商品から貨幣へという単

なる価値の姿態変換の過程ではすでになく、はじめに投下した貨幣よりも多い貨幣の獲得、換言すると、貨幣が自らの価値を増殖する流通方式、つまりは流通の客観的内容である価値の増殖を表現する、前貸貨幣額よりも大きい貨幣額の回収という、しかもそれ自体の本質のなかに無限の反復がおこなわれる可能性を含む流通方式 $G-W-G'$ である。したがって、発展した商品流通すなわち商業にとっては、生まれながらにして、はじめに投下した貨幣額よりも多くの貨幣額の継続的獲得それ自体が、その独自の再販購入という運動の最終的目的である、といわねばならない。

ところで、一般的にいて、不断の自己増殖運動を繰り返す価値が資本であり、また価値増殖のために投下される価値が資本であって、それは、自らが絶えず一方の価値形態から他方の価値形態に移行するという運動をおこなわなければならない。資本が描く運動形式は、単なる $G-W-G$ ではなくて、それ自体の本質のなかに自己増殖を規定的目的とするだけではなく、自らが無限の反復をおこなう可能性を内在的に含む $G-W-G'$ であり、これが資本の運動を表す流通形式である。それは、 $G-W-G$ という流通形式が単に価値の形式的な姿態変換の運動を示すものであるにすぎないのにたいして、 $G-W-G'$ という流通形式は、実質的な姿態変換、つまり自己増殖を表現する流通形式であり、ここでは最初の貨幣はもはや単純な貨幣ではなくて資本としての貨幣である。

ところで、商業が交換価値の専門的媒介を組織的、継続的におこなうことが、その本質的側面であることをさきに明らかにしたが、ここで留意しなくてはならないことは、すでに触れたように、商業が単なる交換価値の媒介だけを規定的目的としているのではない、ということである。商業は、すでに商品が価格に転化される過程である発展した商品流通の展開の必然的結果として販売の自己目的が貨幣の獲得となり、交換価値の媒介をつうじて投下した貨幣を自己増殖させることが、その規定的目的であり推進的動機となる、と考えるのが本質的に妥当である、ということである。そうであるかぎり、商業が描く運動過程は単なる $G-W-G$ ではなくて、商品をより高価に販売するための購買である $G-W-G'$ である。

このことは、商品生産とそれに対応する発展し

た商品流通すなわち商業において資本が貨幣から転化して発生する歴史的な前提であることを表している。これが含意することは、第1に、より多くの貨幣を得る資本の眼にみえる運動の姿を示す流通方式が発展した商品流通すなわち商業の運動過程 $G-W-G'$ においてはじめて現れること、第2に、商業の運動過程が資本の一般的な流通方式を表現していること、第3に、資本の発生的形態が商業に従事する資本であること、これである。換言すると、 $G-W-G'$ という資本の運動過程は、始源的には商業資本の運動過程として現れたが、それは商業資本にだけみられる形態ではなくて、資本の基本的・近代的形態である産業資本も自己を商品に転化し、その商品の販売によって自らをより多くの貨幣に再転形する $G-W-G'$ という過程を経過するものであり、また利子生み資本も $G-W-G'$ が短縮されて $G-G'$ として現れる。結局、 $G-W-G'$ は、資本の眼にみえる運動の姿を表す資本の一般的な流通形式であり、それをはじめて歴史的・具体的に体現するのが商業資本である、ということが出来る。それゆえ、商業は、単なる価値の姿態変換、交換価値の媒介のみを目的とする運動 $G-W-G$ をおこなうのではなくて、発展した商品流通のもとで発生し、価値の姿態変換、交換価値の媒介をおこなうなかで自己増殖運動を繰り返す資本、すなわち流通のなかでのみ滞在し、より多くの価値の獲得を追求することが目的である独自の再販売購入 $G-W-G'$ を組織的に反復することをつうじて、全体としての商品流通を効率的に媒介する商業資本の運動としておこなわれる。

IV 前期的商業資本による商業の存立構造

先資本主義社会において、発展した商品流通が資本の出発点となって、資本は流過程のなかではじめて生成し、そこでのみ滞在する商業資本としての形態をとって成立した。すなわち、商品流通は使用価値の持ち手交替と価値形態の交替という2つの側面をもっていることは、すでに指摘したところであるが、いま使用価値の交換という商品流通の質料的側面を度外視すると、発展した商品流通においては、その最後の産物として貨幣が資本の最初の現象形態として現れ、商人の財産としてつねに実存する貨幣財産は、生産が未発展で

あるほど、ますます商人の手元に集積されて、その貨幣はつねに自己増殖する資本として機能することになる。したがって、発生史的には、資本はいたるところでなによりもまず、貨幣の形態で、貨幣財産——商業資本および高利貸資本——として発生し存在したわけである。それは、自立的な商人の貨幣財産が流過程の諸極である生産者自身にたいする流過程の自立化の結果であるとともに、生産物は流通においてはじめて交換価値として現れ、商業をとおして生産物は商品となり、また商業が生産物の商品化を発展させたからである。

したがって、発生史的には商業資本の形態をとる資本は、流通部面に押し込められて、その機能がもっぱら商品交換の媒介にあることから、その実存のための条件は流通の専門的媒介という社会的分業の特殊な一環としての商業が一定の発展段階に達したときに発生する。したがって、商業資本の存在と運動は生産の必然的な延長ではなく、生産から純粹に自立したものであるかぎり、流過程が自立化することを前提にして、流通によって媒介される生産を支配する以前に、商業資本は自らの成立をみることができた。それゆえ、資本の機能それ自体として現象した商業資本は、歴史的にもっとも古い、かつ唯一の自由な定在様式として存在したのであるが、自らはいまだ生産を包摂せず、ただ自立化した流過程という、いわば外から生産過程を支配し、生産にたいする絶対的自立性のもとに、生産と消費との切断、流通の未発展、市場の未発展などの諸条件を背景に、不等価交換にもとづいて自らの利潤をもっぱら譲渡利潤として価格差から取得した。

したがって、先資本主義社会における商業は、生産過程から自立化したままの流過程においてはじめて生成した唯一の実在する資本の運動として、生産過程から自立したままで生産過程を直接掌握するにいたらず、したがって、ただあたえられた前提として生産に関係するにすぎない商業資本の運動として現れた。いうならば、商業は生産とは異質の存在として活動し、両者は相互に対立するものとして現れたわけである。とはいえ、商業は、生産と消費とのあいだに介在するという、資本の定在様式と運動とによって、未発展な生産をおこなう生産者を市場から遮断するとともに、

消費者を生産者から切断することができたことから、そのことをつうじて、一面では生産を支配するという絶対的自立性を獲得することができ、他面では消費者にたいする優位性を確立することができた。その意味において、商業は、交換目当ての商品生産を部分的にはあれ発展させ、その範囲を拡大し、それを多様化し普遍化させえたかぎりにおいて、社会的生産の規制者であり、また経済の全領域を規定しその発展を規定する存在であった、といてよい。したがって、先資本主義社会における商業の前期的な存立条件は、前期的資本がまだ生産に入り込まず、商品生産が全社会的な規模な達することなく部分的におこなわれ、また、市場の前期的独占が形成されていて、市場において不等価交換がおこなわれていたことを前提として形成される。

商業資本は、高利貸資本とともに、先資本主義的条件のもとでは、資本の基本的にして唯一の形態であり、歴史的には産業資本の形成に先行して成立し、産業資本の形成の不可欠な歴史的な前提条件であり、したがって、商品流通と商業とが資本主義の歴史的な前提となった。だが、留意しなくてはならないことは、商品流通と商業の発展それ

自体が、前期的資本の存在と発展それ自体が、そのまま、資本の基本的・近代的形態としての産業資本に自生的に直接に転化したわけではない、ということである。前期的資本の発展は、それ自体としては、産業資本すなわち資本主義的生産様式が発生するための十分な条件ではない。前期的資本が資本主義的生産様式の成立にたいしてなしえたことは、前期的資本が資本主義的生産様式を直接につくり出すことにあるのではなくて、つぎの諸点にある。第1に、商人の手元に集中し蓄積された貨幣財産が資本として生成し、第2に、それがもっぱら交換価値を目指す生産、市場を目指す商品生産の発展を促すとともに、自らはそれに必要な市場の拡大を図り、第3に、そのことが自然経済の基礎を動揺させ崩壊させて、商品貨幣経済への移行の道を拓き、さらに、商品貨幣関係の領域を拡大し、第4に、いたるところで多かれ少なかれ使用価値の生産をおこなう生産組織にたいして影響をあたえて、単純商品生産者の分化をいっそう強める、など、資本が形成されて生産を包摂し資本が生産を支配しうるための条件、すなわち、資本主義的生産様式が生み出されるための前提条件をつくり出した、ということである。

注

- (1) 宮崎犀一「市場・体制・歴史」、宮崎犀一・山中隆次編『市場社会—思想史にみる—』、リブレポート、1992年、185—186ページ。
- (2) 同上、185ページ。
- (3) 同上、186ページ。
- (4) 同上。
- (5) 森下二次也編『商業経済論体系』、文人書房、昭和34年、13ページ。
- (6) 五十嵐喬『商業学原論』、御茶の水書房、1964年、24ページ。
- (7) 保田芳昭・加藤義忠編『現代流通論入門』、有斐閣、

昭和63年、86—88ページ。

- (8) 和田重司「市場と国家と価値法則」、宮崎犀一・山中隆次編、前掲書、23ページ。
- (9) 宮崎犀一、前掲論文、宮崎犀一・山中隆次編、前掲書、189ページ。
- (10) 同上。
- (11) 石原忠男・鶴田満彦『経済学』、三和書房、昭和42年、196—197ページ。
- (12) 森下二次也『現代商業経済論』、改訂版、有斐閣、昭和35年、295ページ。
- (13) 同上、296ページ。