

マーシャルの独占理論

伊 藤 宣 広

Marshall's Theory of Monopoly

Ito Nobuhiro

Abstract

In Marshall's *Principles of Economics*, the relationship between Book V, equilibrium theory and Book VI, distribution theory has not been well-investigated. This paper aims to reexamine Marshall's theory of monopoly and present an interpretation that his defense of monopoly is closely related to the idea of "economic chivalry". Marshall shows that a monopolistic firm considers consumers' surplus and does not pursue profit maximization in the short run. A study of economic chivalry in Book VI is essential to understand behaviour of monopolistic firm in Book V.

I はじめに

マーシャルの『経済学原理』（以下、『原理』と略記）の構成は版によって異なるが、大きな改訂のほどこされた1907年の第5版¹以降、第5編の主たる内容がミクロの需給均衡論、第6編がマクロの分配論というスタイルが確立された。この第5編と第6編との関係²をいかに理解すべきか、という点については曖昧なまま残されており、両者の関係を十分に検討した先行研究は、筆者が知る限り存在しない。

マーシャルは、少なくともミクロ理論のある側面においては、近視眼的な短期的利潤最大化より

1 『原理』第5版では1898年の論文「経済学における力学的類推と生物学的類推」の議論が導入されている他、1907年の講演「経済騎士道の社会的可能性」の内容も追加された。

2 マーシャル自身はこれについて、第5編は「価値を支配する諸原因についての我々の知識の理論的な骨格を提示し、それによって次編で始められる〔議論の〕構築（construction）のための道を準備するもの」と位置付けている（Marshall [1920 (1890)] p.324、〔 〕内は引用者）。なお、本稿全体を通じて、引用文に関しては、邦訳が存在するものについては原則として参照したが、必ずしも訳書に従っていない箇所がある。

も長期の帰結を重視している³。そのことは、現代経済学の観点からすれば少々風変りなマーシャルの独占理論を理解する鍵となる。

もとよりマーシャル経済学において、独占分析はそれほど大きな比重を占めるわけではない。また、マーシャルは『原理』においては自由競争論という枠組みに固執し、競争の先にある独占という帰結に容易に辿り着かないよう、苦心して企業のライフサイクル論などを考案した。その意味で、マーシャルは大企業体制の優位性が明らかとなりつつある過渡期の経済学者と言えるが、現代経済学の礎を築いた人物の独占観は注目に値するように思われる。

本稿では、マーシャルの独占モデルを再検討すると同時に、『原理』第5編と第6編とをつなぐ一つの輪として、マーシャルの独占擁護論が、経済騎士道と不可分に結びついているという解釈を提示する。

本稿第2節では、『産業経済学』から『原理』にかけて、独占に対する見方が大きく変化していることを指摘する。第3節では、従来あまりとりあげられなかったマーシャルの独占モデルを再検討し、現代的なモデルとの異同を論じる。それを受けて、第4節では、マーシャルが『原理』になって独占解釈を変えた理由を明らかにする。第5節では、マーシャルの独占理論と消費者余剰の関係に注意を向け、第6節で、マーシャルの独占擁護論の背景に『原理』第6編の経済騎士道概念が存在することを指摘する。

II マーシャルの独占観

マーシャルの自由競争論の特徴、およびそれが現代的な完全競争モデルとほとんど共通点をもっていない点については拙稿 [2010] で具体的に検証した。マーシャルの独占論は、『産業経済学』第3編第4章、『原理』第5編第14章「独占の理論」、そして『産業と商業』の様々な箇所（特に第3編）で展開されている。しかし「正常価値」の定義と同様、独占に対するスタンスに関しても、『産業経済学』と『原理』とで大きな変化がある。

まず『産業経済学』では、現代経済学の常識に照らしても比較的オーソドックスな立場が表明される。

自由競争が存在せず、生産のすべてが一企業の手でないし、供給を制限することを協定している数企業の手にあるところでは、価格は、正常水準よりかなり上に維持されるだろう。価格がこのようにその商品の生産経費（Expenses of production）より高い水準に維持されている

3 マーシャルにおける短期と長期の問題をめぐっては複雑な問題があり、必ずしも全面的に長期を重視したと言い切ることはできない。もしマーシャルがあらゆる観点からして長期を重視したのであれば、『原理』の大きな功績の一つである有名な「はさみの両刃」の議論が無意味になってしまうし、またマクロの貨幣理論において、貨幣供給の理論から貨幣需要の理論への重点のシフトを示唆している点、換言すれば、貨幣需要の変動こそが重要と考え、理論としての貨幣数量説にはそっけない態度を示したマーシャルの立場が説明できなくなってしまう。この点については拙著 [2007] を参照されたい。

とき、それは独占価格（Monopoly Price）と呼び得るだろう（Marshall & Marshall [1881 (1879)] p.180）。

マーシャルは生産費（Cost of Production）と生産経費を区別する。前者は「それを生産するために要する努力（efforts）と節欲（abstinences）」（Marshall & Marshall [1881 (1879)] p.73）という実物タームでの生産費であり、後者は「その生産のために要求される努力と犠牲の価格の総計、あるいは換言すれば、市場価格でそれらを購入しなければならない人間が負担することになる経費の総計」（Marshall & Marshall [1881 (1879)] p.74）であり、貨幣タームでの生産費を表す（c. f. Marshall [1920 (1890)] p.339）。

なぜ競争は独占よりも望ましいのか、あるいは、なぜ独占は悪であるのか、という問いに対する一般的な解答は、独占の場合、生産制限がなされ、独占の存在しない場合よりも高い価格が設定されて消費者の利益を損なうから、ということになる。モデル分析こそなされていないものの、『産業経済学』におけるマーシャルの議論はまったく正統的なものである。しかし『原理』以降、マーシャルはこの議論を否定する。

独占者が販売のための生産量を増加させ、……供給価格が需要価格に等しい量を生産するならば、独占収入のすべてを失うであろう。極大独占収入を与える量は、そのような量よりも常にかなり少ないであろう。したがって独占の下で生産される量は、独占の存在しない場合よりも常に少なく、消費者にとって価格は常に高いように思われるかもしれない。しかし必ずしもそうとは限らない（Marshall [1920] p.484）。

その理由について、マーシャルは『原理』の中で3つの論点を指摘している。

第一に、すべての生産が一人の個人ないしは一つの会社の手の中にある時に必要とされる総経費は、同一の総生産が、比較的小規模な多数の競争的生産者の間に分割されている場合に必要とされる総経費よりも、一般的にみて少ない。

第二に、小規模な生産者は、消費者の注意を惹くために相互に争わなければならない。そして単一の企業の場合に比べて、様々な形での宣伝に、合計して、著しく多額の費用を費やさねばならない。

第三に、小規模生産者は、大規模生産から生ずる数多くの様々な経済を利用できることがより少ない。特に生産方法の改善、生産に用いられる機械の改善に対して、多額の支出をするだけの余裕がない（Marshall [1920] p.484）⁴。

4 さらに、『産業と商業』まで含めれば、もう一点、「小企業が1000ポンドを借りることの方が、10倍の大きさの企業が5万ポンドを借りるよりも、さらに困難なことがしばしばある」（Marshall [1919] p.168）と、資金調達容易さにも言及している。

以上の論拠はいずれも大規模生産の優位性を主張するものであり、ここでは大規模生産者が独占企業と、小規模生産者が競争の企業と同一視されているため、独占企業の強みを指摘したものであると言える。第一の論点は規模に関する費用逓減であり、第二の点も同様に費用に関するものであるが、ここで宣伝という、価格以外の手段で競争を行っていることが示唆されている点については拙稿 [2010] でも指摘した。

独占企業は競争的企業に比べ、生産性や費用、資金調達面で有利であるが、ただし、そのことと、独占企業がどのような価格設定をするかとは別の問題である。一般的な議論として、潜在的な参入の脅威を排する参入障壁があれば、独占企業には低価格を提示するインセンティブはない。独占ゆえに価格のつり上げが行われるように思われるが、ところがマーシャルは、現代経済学の常識とは正反対と言ってよい結論を提示する。

商品に対する供給表は、独占化されていない場合には、上述した独占供給表よりも高い供給価格を示すであろう⁵。それゆえにまた、自由競争下で生産される商品の均衡量は、需要価格が独占供給価格に等しい量よりも少ないであろう (Marshall [1920] p.485)。

つまり、自由競争のもとでは供給曲線は、独占に比べて左上にあるというのである⁶。これは『産業経済学』における評価とは正反対である。こうした立場の転換の理由についてマーシャルは明言していないが、なぜこのような議論になるのか、次節以降で検討することにしたい。

Ⅲ マーシャルの独占モデル

『原理』第5編第14章において独占のモデル分析が展開されているが、マーシャルのこの議論について立ち入った考察がなされることは少ないように思われる。さらに、独占理論をマーシャル体系全体の中で位置付けようとする試みは皆無である。

マーシャルのモデルは、後にロビンソンらの手を経て体系化される現代経済学の周知のモデルといくつかの重要な点で提示の仕方が異なっている。以下、その内容と含意、および問題点を検討していくことにする。

マーシャルの独占モデルは図1 (『原理』480頁の図34) によって説明される。まず右下がりの需要曲線 DD' と右下がりの供給曲線 SS' が描かれる。マーシャルが描いた図では、需要曲線と供給曲線は2度交わっている。

Ox 軸上に任意の点Mをとり、このMから垂線を引く。この垂線と需要曲線 DD' 、供給曲線

5 自由競争企業ではなく、大企業のもとでこそめざましい経済進歩は行われてきたし、また大企業は生活水準の向上にも貢献したというシュンペーターの指摘 (Schumpeter [1950 (1942)] p.82) は、まさしくここでのマーシャルの議論と符合する。マーシャルは、生産性上昇により、供給曲線が右下にシフトした状況を念頭に置いている。

6 厳密に言うならば、独占における供給曲線とは意味のない概念である。このことの含意については後述する。

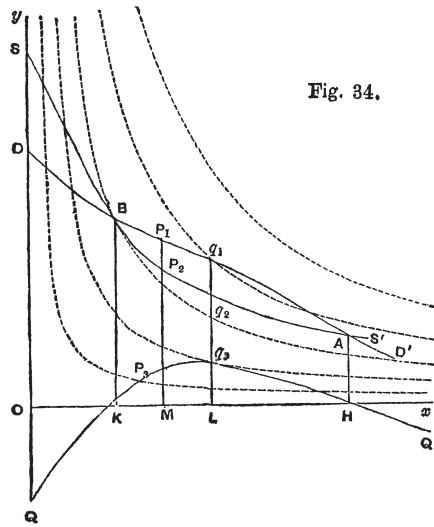


図1 出典 Marshall [1920 (1890) p.480]

SS'との交点をそれぞれ P_1 、 P_2 とする。さらに、垂線上に、 $MP_3 = P_2P_1$ となるような P_3 と取る。点 P_3 の軌跡が曲線 QQ' である。これをマーシャルは独占収入曲線 (monopoly revenue curve) と呼んでいる。独占収入曲線 QQ' 上の点 q_3 から Ox 軸上に垂線 Lq_3 をおろし、 $OL \times Lq_3$ が極大になるならば、点 q_3 は極大独占収入をもたらす点に対応する。この時、独占企業は OL の財を価格 Lq_1 で販売し、その単位当たり経費は Lq_2 である。

需要価格と供給価格の差である q_1q_2 すなわち Lq_3 は、売上数量が OL の時の財 1 単位あたりの独占収入を表す。財は必ず需要価格で販売される⁷。

そして供給価格は事実上、平均費用に相当するものと考えられるため、マーシャルの議論では需要価格 (売上価格) と供給価格 (単位当たり費用) の差が独占収入 (利潤) に相当する。独占収入の総額は、売上数量 $OL \times$ 独占収入 Lq_3 である。独占企業はこの面積を最大化しようと行動する。

図で示されている点線の直角双曲線は、収入不変曲線 (constant revenue curves) と呼ばれる。同じ収入不変曲線上にある点から OX と OY にそれぞれ平行線を引くと、両者の積は、同一双曲線上であればどの点をとっても同じになる。不変双曲線は、右上にあるものほど、より大きな独占収入を示す。したがって、極大独占収入をもたらす生産量は、独占収入曲線と収入不変曲線が接する点である。

図1 (『原理』図34) に対してつけられた数学附録22⁸では、需要関数を $y = f_1(x)$ 、供給関数を $y = f_2(x)$ とし、 $[xf_1(x) - xf_2(x)]$ を極大化することによって得られる生産量が極大独占収入をもた

7 ジョーン・ロビンソンは「需要曲線は、これを売手の平均収入曲線 (average revenue curve of a seller) として論ずることが往々にして便利である」と述べている (Robinson [1933] p.21)。

8 それに先立つ数学附録21ではマーシャルは一般均衡分析を展開し、「我々の抽象的な理論が未知数と同数の方程式を持ち、それ以上でもそれ以下でもないことを確かめ」ている (Marshall [1920 (1890)] p.855)。

らすと説明される (Marshall [1920 (1890)] p.856)。なお、『産業経済学』では、価格を y 、販売量を x 、商品一単位あたりの生産経費を z とすると、独占企業は $xy - xz$ を極大化するよう価格を設定すると述べられていた (Marshall & Marshall [1881 (1879)] p.181n)。

この議論は、現代経済学に慣れ親しんだ者ならば独占利潤極大化の条件としての限界収入＝限界費用を連想させる⁹が、マーシャルの議論は現在ミクロ経済学の常識として知られているモデルとは異なる。

まず、図1 (『原理』図34) における供給曲線について考察する。一般に、独占企業に通常の意味での供給曲線は存在しない。価格も供給量も独占企業が決定権をもち、独占企業は自らにとって最も都合の良いただ一つの点を提示できるからである。買い手はそれを受け入れるか購入しないかどちらかしか選択肢がないが、需要曲線上にある限り、定義によって買い手は必ずそれを受け入れる。したがって、供給「曲線」は必要ない。ではマーシャルがわざわざ描いた供給「曲線」にどんな意味があるのか。これまでマーシャルは数学附録では供給関数を $\phi(x)$ と表記してきたが、ここでは $f_2(x)$ と表記している。意図的に記号を変更した理由として、「以前のノートで供給価格が意味していたのと正確に同一のことを意味していない事実を強調するため」(Marshall [1920 (1890)] p.856) という点が挙げられる。

つまり、マーシャルはここで「供給曲線」という概念に複数の定義があり、同じ単語を異なった意味合いに使い分けていることを告白している。ここで、供給曲線が意味するところのものを整理しておこう。まず現代経済学でいうところのオーソドックスな意味での供給曲線は、限界費用曲線の特定期間、一般には限界費用が平均可変費用を上回る部分であるが、この点からしてマーシャルは異なる。なぜならば、マーシャルの企業は限界費用曲線のうち、平均可変費用と平均費用の間にあたる領域では生産を行わないからである。強いて言うならば、限界費用が平均費用を上回る領域が供給曲線ということになるが、これも正確な表現ではない。確かにマーシャルは『原理』の中で「限界費用」や「限界供給価格」(Marshall [1920 (1890)] p.374) といった表現を用いているが、マーシャルの供給曲線は限界費用曲線から導出されるものではなく、限界費用曲線と平均費用曲線を駆使した供給分析は次の世代をまたねばならない。

マーシャル自身の供給曲線の定義に関しては、一つには『原理』第5編第3章に説明がある。供給曲線の形状は、収穫逓減の場合は右上がり、収穫不変の場合は水平、収穫逓増の場合は右下がりであるとされている (Marshall [1920 (1890)] p.346)。ただし、これは「供給曲線」と呼ばれてはいるが、その実体は長期の平均費用曲線である。マーシャルにとって収穫逓増というのはすべて長期の議論であり、収穫逓増の傾向は短期に関しては存在しないと明言されている (Marshall

9 ジョーン・ロビンソンは「限界的な分析方法は、『独占的な純収入 monopoly net revenue』を表示する面積が最大限になるような価格を発見するための、マーシャルによって用いられた方法と正確に同じ結果を生み出すということが明らかである。何故ならば、限界収入と限界費用とが等しくなる場合に純収入が最大限になるからである。二つの方法を、ともに競争と独占の諸問題に応用することができる。マーシャルは、もっぱら『限界的』な方法によって競争的な諸問題を取扱い、もっぱら『面積による areas』方法によって独占的な諸問題を取扱うことにより、独占と競争との人為的な分裂を自分の体系に導入している」(Robinson [1933] p.54n)。

[1920 (1890)] p.805)。そして収穫逓増の議論に「限界」という言葉を用いることを拒否している。したがって、図1（『原理』図34）において限界収入曲線や限界費用曲線が登場しないのは当然である。

また、マーシャルは長期に関して、「収穫逓増の法則にしたがう商品は、あるいは不変の法則にしたがう商品の場合でさえ、供給の弾力性は長期に関しては理論的には無限大である」と述べている（Marshall [1920 (1890)] p.457）。これは、企業は無限に生産を増やすことができるということであり、この場合には平均費用曲線はU字型にならない。図1（『原理』図34）は右下がりの供給曲線で、平均費用が逓減する状況を表している。

IV なぜマーシャルは『産業経済学』から『原理』にかけて独占解釈を変えたのか

次に、現代経済学における独占企業の生産量を決定する条件としての限界収入＝限界費用という状況を考えたい。上述の数学付録による独占収入極大化の条件は $[xf_1(x) - xf_2(x)]$ の極大化であった。これは確かに現代経済学での定義とも合致する。そして、本稿注9の引用文からもわかるように、ジョン・ロビンソンはこれらが同じ結果になることを認めている。

別途、限界収入曲線と限界費用曲線を描くとすると、両者の交点は q_3 と同じ x 座標をとるであろう。これは『産業経済学』でも『原理』でも共通している。しかし、もしそうであるならば、なぜマーシャルは『産業経済学』から『原理』にかけて見解を180度転換させたのか、換言すれば、なぜ『原理』においては独占企業の生産量が競争企業のそれより少なく価格がより高い、という結論に導かれないのか、という問題が出てくる。

図1（『原理』図34）において、独占の供給量は OL であり、独占価格は q_1 である。自由競争の場合、このグラフだけを見るならば、一見すると、生産量と価格は需給均衡点に対応する点 A になるようにも見える¹⁰。点 A と比べると、 q_1 は明らかに生産量が少なく、価格が高い。マーシャルの主張とは逆に、やはり独占が悪という結論になりそうである。ただし、ここで描かれているはマーシャルに特有の供給曲線であり、現代経済学で通常考えるところの供給曲線とは異なる¹¹。 SS' は限界費用曲線ではなく、平均費用曲線であり、点 A は競争市場の均衡条件である価格＝限界費用の条件を満たさない。図1（『原理』図34）に限界費用曲線を描き入れようとしても、収穫逓増という前提条件から問い直さねばならず、これをそのまま生かすことは難しい。しかし、いずれにせよ、マーシャルの結論を導き出すためには、競争市場における均衡点が q_1 よりも左上にこなければならない。この点について、マーシャルは少し離れた箇所で、次のように述べている。

10 図1（『原理』図34）では需要曲線と供給曲線の交点は A と B の2つがあるが、安定均衡は A である。

11 図1（『原理』図34）の SS' を無理やり供給曲線と読もうとするならば、限界費用曲線と平均費用曲線が一致していなければならないが、両者が一致するのは収穫一定（費用不変）の場合のみであり、その場合、供給曲線は図のように右下がりとはならない。

図34の記号に従えば、LはHのかなり左の方に必然的に位置するとしても、もし独占が存在しないとすれば、SS'は現在の位置よりもはるか上方に位置し、DD'との交点は、図のA点のはるか左方に位置するであろう。またLの左方に位置することも起こり得ないことではないかもしれない (Marshall [1920 (1890)] p.485)。

『産業と商業』でも、同様の趣旨の説明がなされる。

独占者が、その生産物の消費を普及させるために、直接の総収入を極大にする価格よりも低い価格で売ることは、繰り延べられた利益の期待に対する一種の資本投下であり、大々的な広告に対する資本の投下の特定の形態と考えてよいであろう。すべてこのような費用は、適切に考案されるならば、設備の一層有利な拡張や、労働の一層の細分化を容易にし、生産費を減少させる傾向があるであろう。このような工夫は、生産費の大幅な減少をもたらし、独占者の純収入を極大にする価格が、将来の利益のための投資として最初に採用された価格よりも、さらに低い価格に低下するかもしれない。独占者の純収入が増加し続けると同時に、価格もまた低下し続けるかもしれない (Marshall [1919] pp.405-406)。

つまり、理論的に解釈するなら、マーシャル的な独占企業の行動は、その生産性の上昇、生産費の低下をもたらし、費用曲線を大きく下方にシフトさせる。そのことによって、競争状態に比べ、より安い価格で財を提供することも可能となる。その場合、独占企業と競争企業とで異なる2本の供給曲線が描かれねばならない。実際にはマーシャルが描いている曲線は1本のみであり、独占企業と競争企業をグラフ上で比較しようという試みはなされていないためわかりにくいですが、上に引用した文章によって、独占企業が競争企業よりも望ましい側面に関して、一応の理論的説明は与えられている。つまり、マーシャルが『産業経済学』の独占批判から『原理』の独占擁護に転じた理由は、理論的な次元からすると、独占企業による生産性上昇、費用低下の観点からであった。

しかし、これで終わりではない。自由競争下の企業に比べて費用条件で優位に立てたとしても、独占企業はその気になれば消費者に高い価格で売りつけることもできるはずである。ではこの点をマーシャルはどう考えたのか。

V 独占企業と消費者余剰

上述の議論に続き、独占者は消費者の利益を考慮に入れて行動する、という議論が展開される。

独占者は、消費者余剰の増大を、自らの独占収入の等量の増大と同等と見ることはないとしても、例えば2分の1ないし4分の1の大きさの増大と同じだけ彼にとって望ましいと見なすと

いう想定のもとに、独占者の行動を支配する計算について、若干の計算をすることが望ましい（Marshall [1920 (1890)] p.487）。

独占者は、独占利潤の極大化ではなく、独占利潤に消費者余剰の一定割合を加えたものの極大化をめざすというのである。これは純粹理論の見地からは、にわかには受け入れがたい主張だろう。『産業と商業』でも、同様の議論が見られる。

遠大な視野をもつことができる独占者は、当座の独占収入は減少するとしても、結局において彼の利益を増大させるような、どのような新たな便益を現在および将来の顧客に対して提供できるかを、絶えず考慮する（Marshall [1919] p.406）。

すべてこれらの場合に独占者が期待することは、消費者にとって役立つ財を彼らの注意を引くように努め、その財に親しむ習慣を育てるような価格で提供して、彼らがそれを最善に利用できるように援助することから生ずると思われる利益の大きな分け前を獲得することである。実際には、独占者は、彼の唯一の目的が即時的な収入を増すことである場合に彼が課する価格と、消費者に与える利益を彼自身の利益と同じ価値として評価した場合に課する価格の間の、ある妥協点を採用する（Marshall [1919] p.406）。

生産者が、近視眼的な観点でなく、長期的な利潤を考慮して行動すると、結果的に消費者の利益を鑑みることになる、というロジックである。ではなぜマーシャルがこのような主張をするかという、その手掛かりが『原理』第6編における経済騎士道の議論にあるように思われる。

VI 生活基準と経済騎士道の経済学的含意

『原理』第6編第13章では有名な生活基準および経済騎士道の思想¹²が展開される。社会的貧困の除去、社会改良はマーシャルにとって重要な課題であったが、その解決にあたって、マーシャルは労使双方に努力を求めた。労働者が低賃金→貧困→貧しい教育→低生産性→低賃金といった貧困の悪循環から脱却するためには、賃金水準の引き上げが重要であると考えられた。マーシャルは、企業者側に対し、道義的見地からではなく、「高賃金の労働は一般に能率が高く、それゆえ高価な労働ではない」（Marshall [1920 (1890)] p.510）として、経済的観点からその利を説いた。高賃金の経済論である。それは同時に、経済騎士道の実践でもあった。

12 経済騎士道とは端的に言えば、富裕者、実業家の側における公共精神の発揮であり、彼らが労働者の福祉を考慮に入れた上で事業に成功を収めることに誇りを見出す、という理想である。詳細については Marshall [1907] および Marshall [1920 (1890)] p.719等を参照。

しかし、それで自動的に状況が改善されるわけではない。なぜならば、労働者がたとえ高賃金を得たところで、それを浪費してしまうだけであれば、何もならないからである。そこで、マーシャルは生活基準の概念を持ち出し、教育の重要性を説く。

マーシャルは労働者が自堕落な生活様式を改め¹³、企業が公共精神を発揮することを期待した。ある意味においては、非常に甘い、楽天的な見通しであるとも言える。

経済騎士道のアイデアは、一見すると、単なる理想論を述べたものにすぎず、理論的根拠をもたないマーシャルの願望にすぎないようにも見える。マーシャルの思想、主義主張ではあっても理論ではない。実際、これは経済学史でマーシャルを解説する際には、ひとつの考え方として紹介されることはあっても、マーシャルの経済学体系にとって必ずしも本質的な要素とは考えられないし、また、経済騎士道の考え方が遺産として現代経済学に受け継がれているということもない。

しかし短期と長期の問題を考えた時に、企業は短期的利潤最大化を追求するのではなく、長期を見据えて行動すべき、という主張は、企業の経営理念としてはそれほど馬鹿げたものとは言いきれない。目先の利益にこだわって顧客を失ってしまうことは賢明な態度ではないだろう。もちろん、独占に関してこうした議論が成り立つためには参入の自由が確保されているということは大前提ではある。

言うまでもなく、経済騎士道に則った行動は、少なくとも短期的な利潤極大化という観点からすれば、企業にとって合理的な行動ではない。ピグーになると、私的限界純生産物と社会的限界純生産物の乖離が主張されるが、経済騎士道に即した行動とは社会的限界純生産物の極大化を目指すことに等しい。もし私的企業がそのような行動をとるならば政府が市場に介入する理由はなくなるが、マーシャルが政府介入についてあまり積極的でなかったのは、経済騎士道への期待感の裏返しであったかもしれない。

企業が、経済騎士道に照らして誇れるような活動を行うならば、長期的な繁栄につながる。ここには短期的利害と長期的利害の相反、近視眼的行動への戒めがある。そしてマーシャルにとって社会的貧困の除去、社会改良という観点からの規範的議論は、合理的経済人モデルの結論よりも重いものであった。

Ⅶ 終わりに

『原理』以降、マーシャルは単純に独占を善悪のどちらかと決めつけてしまうのではなく、その功罪について多面的に検討している。そして、独占を弾劾するどころか、むしろ好意的な評価も目立つ。他方、独占を全面的によしとすることもなく、独占擁護論のような議論を展開しつつも、マ

13 もし経済学が「快楽と苦痛の微積分学」であり、消費者が快楽の最大化をめざして行動するならば、生活基準よりも安楽基準の方が選好されてもおかしくはない。そして経済学の論理はそのことを否定しない。しかし、長期的にみた場合、この結論はくつがえされる。マーシャルの安楽基準は短期の経済厚生の大きさを問題にし、生活基準は長期の経済厚生に照準を合わせたものといえる。

ーシャルは最後まで自由企業体制の支持者であり続けた¹⁴。

マーシャルが集産主義を拒否し、自由企業体制を支持したこと、競争は悪しきものではあるが、それでもまだましな制度として受け入れたこと、こうした議論からすると、手放しの独占擁護論は出てこないはずである。大規模企業と小規模企業について、どちらがよいか、マーシャルは曖昧な発言をしている。マーシャルの立場は市場の全面讃美でもなければ独占の全面讃美でもない。マーシャルが擁護するタイプの独占は、経済騎士道を身につけた企業者による独占であり、これまで経済学で伝統的に糾弾されてきた独占とは全く異なる。

本稿では、これまで評価の定まらなかったマーシャルの独占理論を、その体系全体の中で位置付けようとする試みを行った。その過程で、『原理』第5編と第6編をつなぐ鍵として、経済騎士道の概念に着目した。これは単なる一思想ではなく、短期的利害よりも長期的利害を重視すべしという理論的なメッセージをも内包しているというのが筆者の主張である。

通常、独占企業が悪とされる理由は、消費者の利益を損なうからであるが、マーシャルは、そうした議論を否定する。マーシャルの独占企業は騎士道精神を発揮することを期待されており、独占企業が消費者の利益を損なうとは考えられていないのである。マーシャルの独占擁護論は経済騎士道を前提として成り立っており、純粋なモデル分析のみによっては、理解が難しい側面もある。その後の歴史をみると、本来不可分であったマーシャルの思想は捨てられ、理論のみが継承されることとなった。しかし、もとより思想の裏付けなしには成立し得なかったマーシャル独占擁護論に関しては、完全に捨て去られることになったのである。

（いとう のぶひろ・本学経済学部講師）

【参考文献】

- Marshall, A. [1907] “Social Possibilities of Economic Chivalry” in *Memorials of Alfred Marshall*, ed. by Pigou, A. C. 1925, pp.323-346. (永澤越郎訳『マーシャル経済論文集』岩波ブックサービスセンター、1991年)。
- [1919] *Industry and Trade*. (永澤越郎訳『産業と商業』岩波ブックサービスセンター、1986年)。
- [1920 (1890)] *Principles of Economics: An Introductory Volume*, 8th edition. (1st ed. 1890). (永澤越郎訳『経済学原理』岩波ブックサービスセンター、1985年)。
- [1961] *Alfred Marshall Principles of Economics Ninth (Variorum) Edition with Annotations by C. W. Guillebaud, Volume II Note*.
- Marshall, A. & Marshall, M. P. [1881 (1879)] *Economics of Industry*, 2nd edition. (1st ed. 1879). (橋本昭一訳『産業経済学』関西大学出版部、1985年)。
- Robinson, J. [1933] *The Economics of Imperfect Competition*. (加藤泰男訳『不完全競争の経済学』文雅堂書店、1956年)。

14 マーシャルは『原理』第4編において、第4の生産要素として「組織」の重要性を強調した。これは収穫逓減を収穫逓増に転化させるもので、内部経済による長期の収穫逓増を示唆する。しかし同時にこれはマーシャルにとって、あまり強調しすぎると都合が悪いものでもあった。なぜなら、内部経済による生産性の優位は、理論的に独占に帰着すると考えられた一方、現実には完全独占は普遍的にみられる現象ではなかったからである。組織の改善による収穫逓増が競争論に与える影響について、マーシャルは頭を悩ませたかもしれない。

- Schumpeter, J. A. [1950 (1942)] *Capitalism, Socialism and Democracy*, 3rd edition. (1st ed. 1942). (中山伊知郎・東畑精一訳『資本主義・社会主義・民主主義』東洋経済新報社、1995年)。
- 伊藤宣広 [2007] 『ケンブリッジ学派のマクロ経済分析——マーシャル・ピグー・ロバートソン——』ミネルヴァ書房。
- [2010] 「マーシャルにおける自由競争概念」『高崎経済大学論集』第53巻第1号、89-102頁。