慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	マーシャル的均衡理論の特質と意義
Sub Title	Nature significance of Marshallian equilibrium theory
Author	富田, 重夫
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1991
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.84, No.1 (1991. 4) ,p.21- 32
JaLC DOI	10.14991/001.19910401-0021
Abstract	
Notes	小特集 : アルフレッド・ マーシャル「経済学原理」刊行100年
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19910401-0021

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

「三田学会雑誌」84巻1号（1991年4月）

マーシャル的均衡理論の特質と意義

富　田　重　夫

1. はしがき
2. スミスの有効需要の原理
3. マーシャルの均衡価格の形成原理
4. 自然価格論の経済学的意義とその哲学的背景
5. あとがき

1. はしがき

マーシャルの「経済学原理」発刊百周年を記念してここに論じようとすることは，マーシャルのいわゆる正常均衡価格形成の原理の特質を解明することである。ごく一般的あるいは常識的には，マーシャルの有名な鋏の比喩が示しているように，彼の均衡理論は，一方ではイギリス古典学派における労働価値説あるいは生産費説の主張するように生産側の事情に依存するとともに，他方ではすでに経験ずみの限界革命の主張を受けいれて，限界効用説，あるいは需要の原理のような消費側の事情にも依存するものである，たとえ特定の市場の特殊な事情により，あるいは考慮される時間の長短によって，この二つの要因のいずれか一方が，他方に比してより大きな影響力を価格形成に対してもつといった相違は看過すべきではないとしても，基本的な原理としては，いずれの場合においても，価格は生産側の事情，すなわち供給と，消費側の事情，すなわち需要の二つの要因によって形成され，左右されるものであると主張するものである，と見なされている。そしてその意味ではマーシャルの均衡理論は古典派理論と限界学派の理論を折衷，ないし止揚するものと考えられている。

さらにまたマーシャルの需給の価格形成理論は均衡理論と呼ばれるとしても，ワルラスの均衡理論と比べるとき，そこにどのような異同があると考えられるのであろうか。周知のように前者は部分均衡理論であり，後者は一般均衡理論であるといわれる。マーシャルは生産物と生産要素の結合生産や結合需要を考察することによって，需要や供給における諸財の相互依存の関係を熟知していたと思われるけれども，価格形成の一般的原理としては，この相互依存の関係をとりいれた形で定式化するまでには到っていないとみられ，その意味で，たとえわれわれの分析目的如何によっては，部分均衡論的分析の意義は決してこれを否定できないとしても，やはりワルラス的一般均衡理論にまで昇華されなければならない，なお不完全な，あるいは未熟な形態の均衡理論として位置付けら

れるのが一般的であると思われる。

またワルラスとの比較で考えるならば，ワルラスの場合には，需要と供給の均衡をもたらす調整過程において，その調整要因は価格にあると考えられているのに対して，マーシャルの場合には，少なくとも彼の「原理」の最も中心的部分においては，この調整作用の主役は財の数量であると考えられていること，このようなことも今日では一般的によく知られているところである。そしてこのこと自体は否定すべくもない事実であると思われるけれども，問題はこの調整要因は価格か数量かといった相違が何を意味しているのか，そしてそのような相違がより根本的にどのような分析観点や思想に由来しているのかを究明するところにあると思われ，それが本稿における重要な論点にかかわるものである。

さて，以上に述べたようなごく一般的なマーシャルの均衡理論の学説史的位置付け，ないし評価と関連して，マーシャルはイギリスにおける限界革命の荷い手ともいうべき W. S. ジェボンズの理論に対して極めて批判的であったこと，また彼とワルラスの間にも多くの論争のあったこともよく指摘されているところであり，これらを考慮してマーシャル理論の特質とその学説史的由来を考え直してみようというのが本稿の目的である。そして前もって本稿の結論的な主張を明らかにするならば，つぎの如くである。すなわちマーシャルの需給による正常均衡価格の理論は，すでにA・スミスやD・リカードによって論じられた自然価格と市場価格によるところの，スミスのいう有効需要 (effectual demand) の原理 そのものにほかならないということである。さらに詳論すれば，マーシャルにおける需要価格とは古典学派における市場価格であり，また前者における供給価格とは後者における自然価格にほかならず，したがって前述するような，マーシャル的な均衡調整過程の主役が数量にあるというのは，スミスの有効需要の原理と完全に符合すると考えられ，その意味でマーシャル理論は部分的，あるいは副次的に限界分析のある要素をとりいれたとはいえ，その主要な論点と基本的な原理においては，古典学派のそれであり，その再生以外の何ものでもないと考えられる。筆者はすでに「リカードウとケインズ」なる論稿（「三田学会雑誌」第76巻第4号）において，ケインズの周知の有効需要 (effective demand) の原理はスミスのそれにほかならないことを論じたが，ケインズに到る以前に，マーシャルがすでに古典学派を基本的に継承していたのであり，ケインズはただその延長線上にあるにすぎないと考えられる。(1) すなわちマーシャルとケインズの関係でいえば，後者のいわゆる総需要価格と総供給価格とはそれぞれ前者の需要価格と供給価格に数量を乗じて，さらにこれを集計化したものにほかならないと考えられる。

なお以上に論じたように，マーシャルの均衡理論は，その基本的な特質において古典学派の継承であると考えられるが，このほかにも，あるいはそれとの関連において，マーシャル経済学全般の中には多くの古典学派的な要素が見出される。たとえば剰余としての，あるいは準地代としての利

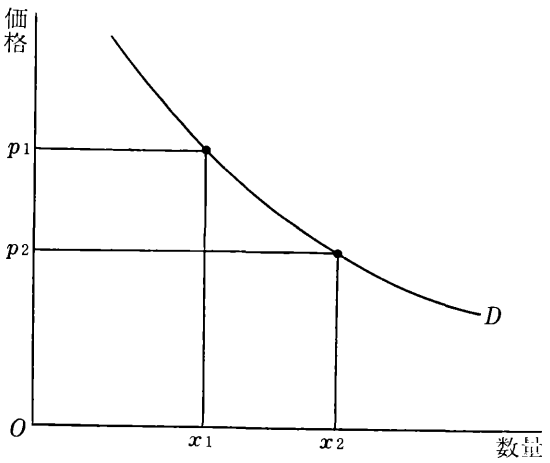
注（1） なおマーシャルの供給価格は古典学派の自然価格であることを明確に指摘したものとして，パルグレイブ palgrave 経済学辞典の中の一つの項目 "Marshall, Alfred" におけるホワイティカー J. K. Whitaker の適確な説明を挙げることができるし，またジョーン・ロビンソンの主張も参照されるべきである。

潤や，自由参入の意味での競争市場の概念などの如くである。他方に限界生産力説についても，マーシャルの場合には純限界生産力説といわれるものであり，通常考えられるような分配理論としての機能を果すものではないことも十分に考慮されねばならないことであろう。

2. スミスの有効需要の原理

われわれはマーシャルの均衡理論の特質を解明するのに先立って，それがその継承であると考えられるスミスの有効需要の原理，あるいはより一般的にスミスやリカードなどに見出されるところの，市場価格と自然価格の関係による数量——それは財一般の産出量を意味することはもちろんであるが，また要素用役，とりわけ労働市場における労働供給量（人口）をも意味していた——の決定の原理がいかなるものであるかを確認しておこう。スミスに関していえば，その「国富論」の第一編第七章「財の自然価格と市場価格」において論じられたところの議論である。

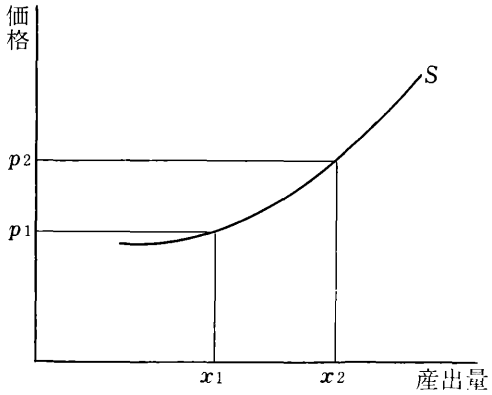
それは要約して以下のように説明することができよう。まずその市場価格というのは，文字通り市場において買い手と売り手の需給関係によって決定される価格である。それは現実に市場で成立するところの価格であり，したがって需要の変化，あるいは供給量の変化によって変動することはいうまでもない。第1図においてD曲線は通常の意味における需要曲線である。すなわちもし価格が p_1 あるいは p_2 であるならば，そのときは需要量はそれぞれ x_1 あるいは x_2 であることを意味している。そこでもし供給量が x_1 であったとすれば，市場で需給を一致させる価格は p_1 であり，これがこの場合のいわゆる市場価格にほかならない。したがって供給量が x_2 であったならば，その場合の市場価格は p_2 であることもいうまでもない。かくしてこの需要曲線Dは一連のいろいろな供給量に対応して成立する市場価格を示す曲線と考えることができ，したがって前述のように供給量の変化によっても，あるいは需要の変化，すなわちD曲線そのもののシフトによっても，市場価格は変化するであろう。



第1図

つぎにその自然価格というのは，ある一定の技術状態のもとで，ある任意に与えられる産出（供給）水準を増減することなしに，ちょうど維持する，すなわち再生産するに足る価格を意味している。これは経済主体としての生産者（企業者）に即していえば，彼らが自ら決定した産出量が正当な水準であって，何らこれを増減させる誘因を感じさせない価格を意味するであろうし，あるいはP・スラッファがその「商品による商品生産」——これは純粋に自然価格にのみ関する議論であっ

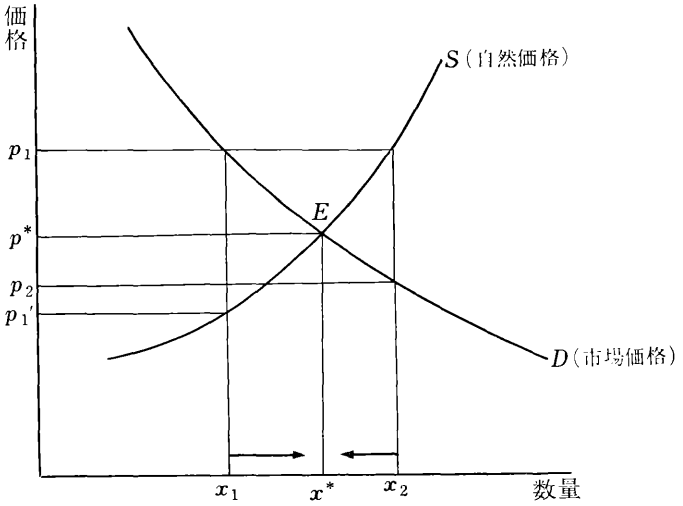
て，市場価格や両者の関係，すなわち有効需要に関する議論は一切含まれていない——において示したところに従っていえば，いくつかの，相互に投入・産出の関係で依存する産業から成り立っている経済体系において，これらの諸産業が，それぞれある一定の産出量をちょうど再生産しうる価格である。さらにこれを第2図によって説明すると，ここに描かれているS曲線は，もし産出水準が x_1 あるいは x_2 に与えられるならば，それらの水準をちょうど維持するに足る価格はそれぞれ p_1 あるいは p_2 であるということを示す曲線，すなわち自然価格曲線というべきものである。この曲線の形状が如何なるものであるかは，ここでは重要な問題ではない。この図のように右上りであるかも知れないし，あるいは水平であるかも知れないし，あるいはまたいわゆる規模の経済のもとでは右下りともなるであろう。むしろ重要なことは，それがいわゆる供給曲線とは異なる意味をもつものであるということである。通常供給曲線というのは，一連の与えられた価格に対応して供給される産出量を示す曲線であり，したがって完全競争，利潤最大化行動の仮定のもとでは，それは限界費用曲線の一部分となることはいうまでもない。これに対して自然価格の理論においては，個別の経済主体がいわゆるプライス・テイカーとなるという意味での完全競争というような市場は仮定されていない。そこで仮定される競争市場というのは，資本の自由移動ないし企業の自由参入を意味するにすぎない。またそこではいわゆる企業の利潤最大化行動といったものを仮定するものでもない。むしろ企業の行動を決定する基準となるべきものはまさに自然価格そのものにほかならない。前述のように市場価格は実際に市場で決定される現実の価格であるのに対して，自然価格は現実にそういう価格が常に成立しているというのではなく，その意味では一つの仮説的な価格ではある。しかしそれにもかかわらず，それが現実的な意義をもつのは，企業が現実に直面する価格，すなわち実際に企業が受けとることのできる価格である市場価格に対して，この仮説的な自然価格がそれ以下あるいはそれ以上，あるいはまたそれと一致するかによって，企業が現在の産出水準を増大，あるいは減少，あはいはまた現状にとどめるかを決定するという意味において，企業行動を律する基準となる価格であるからである。その意味でこれは利潤最大化行動とは全く異なるが，企業行動に関してそれと匹敵する役割を荷っているものということができよう。



第2図

以上のように市場価格との比較において企業行動を左右する基準となる自然価格はその内容としては，通常考えられているいわゆる供給曲線が限界費用曲線を意味するのとは異なって，むしろすべてのコストの単位当り平均費用に単位当り利潤の自然率（企業が現在の状態に満足する利潤率）を加えたものと解するのが適当であろう。この点についてはつぎの節においてマーシャルの供給価格に関連して再び検討するであろう。ここでは以上の自然価格と市場価格の関係を，前記の第1図と第

2図を一つにしたつぎの第3図によって再述しておこう。いま企業が x_1 だけ産出したとしよう。そのとき企業がこの産出を増減することなく再生産しうる自然価格は p_1' であり，他方市場にこの産出量 x_1 だけが供給されたとき，現実に企業が受けとることのできる市場価格は p_1 であるから，結局この (p_1-p_1') だけ，企業が現実に獲得する利潤の市場率がその自然率を越えることとなり，企業は産出を x_1 より増大するであろう。それは既存の企業がなす行動の結果としてのみならず，前述のような競争条件が満されるかぎり，新企業の参入によって結果するであろう。反対に企業が x_2 を産出したときには，(p_1-p_2) だけ利潤の自然率がその市場率に及ばない故に，企業は x_2 より産出を減小させるか，あるいは企業の流出が生ずるであろう。かくして最終的には市場価格が自然価格に一致するE点において産出量 x^* と価格 p^* が決定されるであろう。この産出量水準 x^* においては市場価格が自然価格に一致している故に，これ以上産出水準を増減される誘因は存在しないから，その意味で均衡状態にあるといってよいであろう。しかしその点において利潤が最大となるという保証はなく，またそのようなことを求める原理でもなく，ただ利潤の市場率がその自然率に等しくなるというだけである。すなわち，企業が現状に満足する自然率を実際に市場率として受け取っているということである。そしてこのように産出量の変化によって市場価格も変化し，それがそれに向って引きつけられる中心価格といわれる自然価格に一致する点に産出量そのものが決定されるというのが有効需要原理にほかならないのである。



第3図

3. マーシャルの均衡価格の形成原理

われわれがここに検討しようとしているのは，マーシャル経済学の中で特にその価格形成にかかわる議論であるが，さらに前もって若干の限定と注意を加えておくことが必要かつ便利であろう。まずわれわれはマーシャルの価格形成の理論を，彼の「原理」における主張に関連して検討する。またさらにその中で周知のように，マーシャルは一時ないし市場均衡と正常均衡（短期と長期の）を区別したが，以下では主としてその長期正常均衡を念頭において考察をするであろう。つぎに，これもまたよく知られているところではあるけれども，マーシャルには「産業」について独得な構

想があった。すなわち一つの産業を見ると，その中には，今まさに上昇過程にある伸び盛りの企業があるかと思えば，他方にはすでに成熟の域に達したものもあり，あるいはさらに老衰化しつつあるものもあって，それらはその生産方法や規模において異なり，また商品の差別化も存在し，決して一様な企業によって構成されているわけではない。そこでいわゆる「代表企業」の発想が出てくるわけである。それは個別の企業ではあるが，産業を代表するもの，いわば全体の縮図であり，したがってこの代表企業の行動を分析すれば，あとは単にそのスケールを大きくすることによって，産業全体の動きをも知ることになるのである。それ故に価格形成についてもこの代表企業に関して考察するであろう。最後にマーシャルは独占における価格形成なども論じているけれども，ここでのわれわれの考察は競争市場のそれに限定される。しかしながらマーシャルの競争というのは決していわゆる完全競争を意味するものではなく，商品の差別化をも考慮するときには，むしろ後の不完全競争に類する市場が考察されている。したがってプライス・テイカーの完全競争ではなく，それ故に個別の代表企業の当面する需要関数も決してその弾力性は無限大ではないのである。マーシャル的競争の唯一の特質は自由参入にあると考えるべきであり，このような性質の競争市場における価格形成を検討するであろう。

予備的説明は以上に止めて本論に入ろう。鋏の両刃の比喩にしたがって，その長期正常均衡価格も原則として需要と供給の関係に依存していることはいうまでもない。問題はその需要側の事情，すなわちそのいわゆる需要価格（表），および供給側の事情すなわちそのいわゆる供給価格（表）がどのような意味をもつものであるかを明らかにすることである。

マーシャルによれば，まず前者，需要価格とは，ある一定の期間内において商品の任意のある数量がその買い手を見いだすことのできる価格を意味している。あるいは買い手がそれだけの数量を購入するのに支払ってもかまわないと考える最高の価格を意味している。さらにいいかえるならば，それだけの数量が市場に供給されたならば，それがすべて売りつくされうる最大限の価格をいうのである。そしてこの任意に与えられる商品の数量のそれぞれの大いさに対応して需要価格が考えられ，しかもこの市場に供給される数量が多くなればなるほど，それらが買い手を見いだしうる需要価格は低下すると考えられている。すでによく知られているように，通常需要曲線（関数）というのは任意に与えられた価格に対して買い手が購入しようとする商品の数量を示すものであるから，マーシャルの需要価格表は価格と数量の依存の方向が全く逆転しているわけである。しかもそれは依存の方向が逆であるというだけではなく，マーシャルの需要曲線は，もしある数量が市場に供給されたならば，それがちょうど売りつくされる，すなわち同じことであるが買いとられる価格を示しているのであるから，これは明らかに前の節で示したところの古典学派の市場価格以外の何ものでもないのである。

つぎにマーシャルの（長期正常）供給価格について考察しよう。彼においてそれはある任意の産出量に対して，企業がそれだけの数量を継続して産出することができる最小限の価格を意味している。あるいは別のいい方をすれば，現行のある産出量に対して，この正常供給価格が確保されると

期待されるならば，企業をして現行水準を増減することなくちょうどこれを維持せしめるにたる価格である。ある産出水準をちょうど再生産せしめるにたる価格という基本的な意味で，これがいわゆる自然価格と何ら異なるものでないことは明らかである。

需要価格の場合と同様，一連の供給量に対してそれぞれその供給価格が対応し，供給価格表すなわちマーシャルの供給曲線（関数）が構成される。しかし通常の供給関数が一連の与えられた価格に対してどれだけの供給がなされるかを示すのに対して，価格と供給量の依存の方向が逆になっていることもいうまでもない。また需要関数については減小関数と考えているのに対して，供給関数については，いわゆる内部および外部経済の関係によって，逓増，不変，逓減の場合を区別したことも周知のところである。しかし，これらについてはここでは問題とはしない。むしろ重要なことはこの供給価格がどのような要素から構成されているかである。

前述のように，供給価格はある産出量を再生産しうる価格であるから生産費と関係することは当然のことである。しかしそのためにはその産出を実現するためにどのような要素を選び，どんな方法によって行うのかが決定されなければならない。マーシャルにおいてはそれはいわゆる代替の原理によって費用を最小にするような要素と方法が確立される。この原理はいわば適者残存の自然淘汰の作用をなすものと見なされ，これによりある一定の数量を産出する最適の方法が決定される。これが決定されるならば，この数量を産出するためのいわゆる主要費用と補足費用および正常利潤を加えて，その生産物単位当りの値がその数量に対する供給価格となる。このような供給価格については二つのことを指摘することが重要であろう。すなわち一つにはそれは正常利潤を含んでおり，それが何を意味しているかということ，二つにはそれは正常利潤を含む平均費用を示すものであるということである。まず第一の点について，そもそもマーシャルにとって利潤とは何であったのか，彼においては生産は単に資本と労働の結合によって行われるものではなく，企業によって経営され，組織されなければならないと考えられ，したがって利潤は資本の供給，経営と組織の三つの要素に対する報酬と見なされている。それ故に，かつて古典学派においてそうであったように，利潤は本来剰余(residual) としての所得を意味している。かくして短期の考察の場合のようにそれらの要素の供給が制限されているときには，いわゆる準地代といわれるわけである。長期の場合にそのような制限がないときには，ある企業，あるいはある産業において，ある一定の産出を維持するのに必要なこの要素を他に転用せしめる誘因をもたらすことなく確保するにたる利潤，すなわち正常利潤——いわば利潤の自然率である——というものが考えられ，したがって前述するように長期正常供給価格を考える場合には，他の費用項目とともにこの正常利潤がその構成要素の一つと考えられるのである。

もう一つの論点，すなわちマーシャルの供給価格が正常利潤を含む平均費用であることが注意されなければならない。通常の限界分析的立場においては供給曲線は限界費用曲線の一部である。それは企業の利潤最大化行動の仮定に由来しており，さらに根本的にはL・ロビンズのいう経済学の稀少性定義，すなわち多様な目的に対する稀少な手段の選択的配分，あるいは限られた手段によっ

て何かを最大化するという経済問題の把え方に依存している。しかしすでに限界革命を経験したとはいえ，マーシャルにどれだけこの限界主義経済学の精神と性質が浸透していたのであろうか。確かにたとえば彼がクールノーに従って独占企業の利潤最大化による産出量と価格の決定の議論を展開したのを見いだすことができる。しかし彼は基本的には経済学の物質主義的定義の立場に立ち，企業行動についても原理的には利潤最大化の仮定をしたわけではない。むしろそうであるからこそ平均費用を意味する供給価格と需要価格の関係で産出量の決定をしようとしているのであり，その点においても前節で明らかにした自然価格の考え方と完全に一致するということができるであろう。

最後に以上に論じた需要価格と供給価格によって産出量が決定されるメカニズムを前掲の第3図によって考えておこう。その図のD曲線とS曲線はそれぞれマーシャルの需要曲線と供給曲線としよう。いま企業が x_1 を市場に供給するならば，これが買い手によって購入しつくされる価格，すなわち現実に市場で成立し，売り手が手に入れることの出来る価格は p_1 である。他方この x_1 だけをちょうど継続して供給するに足る供給価格は p_1' であるから，企業は(p_1-p_1')の，正常利潤に対していえば意外の利潤を受けとることとなり，企業は供給を x_1 より増大させる，あるいは自由参入の可能な競争市場においては新規の企業の流入によって，x_1 以上の供給がなされるであろう。供給量が x_2 である場合には，これと反対のことがおこり，結局価格と供給量はそれぞれ p^* と x^* に決定されるであろう。それは供給量 x の変化を通じて現実の価格である需要価格が仮説的な価格である供給価格に近づき，これと一致したということ，あるいはちょうど正常利潤が実現し，意外の利潤が0になったということであり，それは正常利潤の定義によって企業はこれ以上 x^* を増減せしめる誘因をもたない故に，均衡にあるといってよいであろう。

このようにしてマーシャルの価格形成の原理は本来第3図で説明しようとした市場価格と自然価格による古典学派の有効需要の原理の再現，あるいはそれ以外の何ものでもないことは明らかであろう。なお補足としてこの均衡点Eにおいては正常利潤が実際に市場で実現したことを意味するだけであって，決して利潤の最大を保証するものでもなければ，また元来そのようなものを求めているのでもないことを重ねて注意しておこう。

4. 自然価格論の経済学的意義とその哲学的背景

前の節で論じたように，マーシャルの需給均衡の理論はその基本的性格において，スミス，リカードの市場価格と自然価格による均衡理論の継承，再現，ないし装を新たにしたその変種とみなすことが正しいとすれば，古典学派からマーシャル，ケインズに到るイギリス伝統の経済学に太い一貫した骨組が見出されることになるとともに，同じく均衡論といわれながら需給の市場価格にのみ焦点をおくワルラス的立場とは根本的に異なる分析の視点と方法に立脚するものであり，したがって前者はこれをより一般化して後者に到るべきだと考えるようなことは，極めて皮相的な，むしろ直截にいって間違った主張というべきであろう。

しかしながら問題は，単にこれらの諸立場が一線を画して区別されるべきであるというだけでなく，それらの区別が，そしてとりわけこの論稿においては，この区別による比較を通じて，イギリス伝統の経済学がどのような経済学的意義をもつと考えられるのか，そしてさらにその哲学的バックボーンをどのようなところに求めるのが適切であると考えられるのか，こういった論点を明らかにすることが必要であろう。まずその経済学的意義について考察しよう。第一に指摘されねばならないことであり，またそれは当然のことと思われることでもあるが，自然価格と市場価格による数量・価格決定の伝統的理論は，数量・価格に関する経済現象を，生産（者）の観点からこれに接近し分析しようとするものである。第二節で描いた図によってこれを述べるならば，需要曲線Dは生産者にとってはもちろん与えられたものであり，そこで供給がx_1，あるいはx_2，すなわちその均衡値x^*以下，あるいはそれ以上のいずれの場合においても，そのときの需要に反応して調整を行うのは生産の側にある。消費ないし需要の側はそのときどきに調整されて提供された供給量を単に受動的に受けいれるだけであり，そのような形でそのときどきの市場価格が成立すると考えられている。試みに通常のワルラス的な市場調整のメカニズムを考えてみると，いわゆる競売人の存在を想定するならば，超過需要，あるいは超過供給のいずれの場合においても，競売人によって新たな価格が提示され，売り手も買い手も単に受動的にこれに対応すると考えられる。このようなセリ市場のケースは特殊なものとしてこれを別として，より一般的なケースにおいては，超過需要のときには需要の側に競争の力が作用して価格はセリ上げられ，また超過供給のときには供給の側の競争の作用によって価格はセリ下げられると考えられ，売り手市場か買い手市場かによってそれぞれ調整の主役が異なることとなる。市場は売り手と買い手によって構成されているのであるから，ときに応じて売り手が，あるいは買い手が主役となる非対称性は，むしろそれが市場のロヂックであることを物語るものと解釈しうるのである。それに対して常にいかなる場合にも生産の側に調整の主役の役割を求めるマーシャル的理論は，本来的に生産のロヂックによっているというべきである。

このようにわれわれは同じ現象をいろいろな観点から異なる視角をもって接近することが可能なわけであり，それぞれにその意義を認めなければならないと考える。ただ批判されるべきは，そのような観点の相違を無視し，一方をもって他方を否定し，あるいは包摂しうるかの如く思い誤ることである。たとえば部屋の中央にあるテーブルの上に置かれた花瓶も，これを窓際に立って見るのか，あるいは反対側からながめるのか，あるいはまた真上から見下すのかによって，その形も色合も異なることは明らかなことである。しかも観察するためには必ずどこかの位置に立って，何らかの視角をもって見るしかないのであるから，その観察結果が異なることも避けられないことである。そして必要なことはこれらの異なる結果にそれぞれどういう意義を見出すかである。

このような意味で，マーシャル的な生産のロヂックの意義を求めるとすれば，その一つの重要な要素は「時間」の重要視にあると思われる。生産は内在的，本質的に時間を要する経済活動である。

需要はなお瞬時にこれを変更し，あるいはそのときどきの事態に適応していくことができるけれども，生産は決してそうはいかない。マーシャルにおいて一時均衡とか，短期と長期の正常均衡が

区別されたということ，そしてこのような区別が重要な意味をもってなされているということが逆にその理論の性格を示すものということができよう。ワルラス的理論においては，純粋交換の場合はもちろんのこと，生産を含む体系としても，瞬時の生産といった仮定をするしかないであろうし，そのように生産にとって不可欠な時間の要素を欠いているということが，逆にその理論が本来的に市場のロヂックであることを証明するものである。

ところで古典学派的な自然価格と市場価格の関係による有効需要の原理が本来的に生産の観点に立つ理論であるというのは，一見逆説的に思われるかも知れない。とりわけケインズの有効需要の原理に基づく経済学は需要を重要視するものと解せられ，これに対して供給側の要因を第一義的に考えるべきだとするいわゆるサプライ・サイダーの経済学の出現はこの感を深めるであろう。この一見逆説的と思われる事態をどのように解すべきであろうか。有効需要の原理が生産の観点に立つ理論であるというのは，実は一見して思われるように逆説的でも，あるいは矛盾したものでもなく，むしろ当然のことなのである。まずいうまでもなく生産者は与えられた技術的条件のもとで，当面する市場の状況に適応して，その生産量，供給量を調整し決定するものである。その意味で生産者にとって生産量は自らの判断と決意によって決定することのできるものである。これに対して需要は生産者にとっては外生的に与えられるしかないものである。たとえ現在では広告宣伝によって需要を開発するということも，生産者にとって一つの重大な仕事となっているとしても，最終的に需要の大きさを決定するのは需要者自身であり，したがって生産者はこれを単に受動的に受け容れるしかない。だからこそ生産者にとって重要なこと，重大な関心をもたざるをえないことは，他者である需要者がどれだけの需要をもつかということである。需要が与えられれば，あとは自らの力でもって供給をそれに適応させることができるであろう。このようにむしろ生産者の立場に立って事態を考察しようとするからこそ，有効需要の大きさが問題となるのである。このように解すれば，有効需要の原理と生産の観点というものは互いに矛盾するどころか，むしろ当然の結び付きと考えるべきものである。しかしこのように主張するからといって，逆にサプライ・サイダーの経済学が生産の観点と無関係であるとか，あるいは矛盾するものであるとかいうものでないことはもちろんのことである。

つぎに検討されねばならないことは自然価格論の哲学的背景である。まずマーシャルについてはそのいわゆる騎士道精神なるものが思想的基盤としてあることがいわれている。しかしこれがマーシャル経済学全般をどのようにして，またどれほど基礎付けるものであるのか，とりわけ本稿の主題であるマーシャルの正常均衡価格形成の原理に焦点をおくとき，その関連付けを求めることは容易ではないであろう。他方マーシャルの価格形成原理が古典学派以来の自然価格論にほかならないとして，それでは後者の哲学的背景が如何なるものであったのかを求めることもまた容易なこととは思われない。それは一つにはその論者自身において必ずしも自覚的に意識され，さらに論及されているとは思われないことによるし，またその論者たちの中に統一的なものが見出されうるといったものでもないことによるであろう。そこで以下においては古典学派やマーシャル経済学の哲学的

基礎を文字通り学説史的に究明するというのではなく，これらの，とりわけ自然価格論が論理的にどのような哲学的立場ともっとも整合的に結びつきうるのかという観点から考察してみよう。すでに他の機会において論じたように，筆者自身は自然価格論の論理的にもっとも適切な哲学的背景として，人類の存続，再生産の思想を挙げることができると思っている。

すなわち人間は，これを他の動物と比較するとき，いろいろな面において特質をもっている。その優れた知力は到底他の動物の及ぶところではないし，また事前に目的，計画を立てて意識的に行動するというのも，その結果の巧拙は別として人間特有の行動様式であろう。あるいは義務感，責任感から笑いの有無，さらには単なる種の保存の本能以上の享楽としての性といったものに到るまで，それらは人間にのみ見出される特質であろう。これらも確かに事実であるが，それと並んでもう一つ重要な人間の特質がある。それは直立歩行により手が自由であり，それによって手を道具として用い，さらに道具を作ってこれを使用するものであり，このようにして自らの生存，存続のために必要な生活資料を自ら再生産する存在であること，したがって人間の存続はその必要な生活資料の自らの手による再生産の可能性に依存しているということである。人間はもちろん意識的存在であるが，しかし単に意識的であるのではなく，また同時に身体的存在である。この意識的，身体的存在としての人間の存続にとって以上のような再生産の可能性は決定的といわなければならない。そして自然価格の問題はまさにこの人間の生存にとって不可欠な生活資料の再生産を可能ならしめる価格を求めるものである。この価格を中心として実際の市場価格がそれ以上かあるいは以下であるかによって拡張かあるいは縮小かが左右されると見るわけである。人間の生存は個別主体のレヴェルにおいて，あるいは産業レヴェルにおいて，また一国経済のレヴェルにおいて，そしてとりわけ現在においては世界的規模において問題とされており，当然自然価格もこれらの各レヴェルにおいて思考されうるし，されなければならないであろう。いずれにせよ自然価格理論の哲学的基礎を人間存在のための再生産の可能性に求めることは，少なくとも論理的に極めて自然なことであり，整合的なことといってよいであろう。

5. あとがき

以上の諸節で論究したようにわれわれの基本的な主張は，マーシャルの需給均衡の理論は，実はスミス，リカードの古典学派の再現であり，ここにスミス，リカードからマーシャル，ケインズに至るところの，自然価格（供給価格）と市場価格（需要価格）の関係による有効需要の理論を説く立場が，経済学の歴史を貫く一つの大きな潮流を形成している，ということである。

これに対立するものが限界主義の経済学，特にワルラス的一般均衡理論の潮流である。ワルラスとC・メンガーを始めとするオーストリー派の異同も一つの興味ある学説史的問題を構成するものであろうが，それは他の機会に譲ろう。少なくともわれわれの主張するようなマーシャルとワルラスの対決的把え方は，古典学派の客観価値説と限界革命による主観価値説の折衷，ないし止揚とし

てのマーシャル的均衡論，さらにその部分均衡論からより完成された理論としてのワルラス的一般均衡論への昇華といったような学説史的位置付けを根本的に否定するものである。

マーシャルとワルラスのそれぞれに代表される二つの独立した経済学の潮流という構想は，ロビンズの物質主義定義か稀少性定義かという経済学のもっとも一般的，基礎的な立場の対立を含み，さらに生産の視点か市場の視点かという経済問題への接近方法の相違を意味し，そしてまた企業行動の仮説に関して正常利潤の追求か最大利潤の追求かの区別を含意し，さらには競争概念，利潤の意味，価格形成のメカニズム，限界概念の意味と適用などについての主張や理解において相違と対立を結果するものである。このような広範にして重大な問題についての見解にかかわるものとして，本稿におけるような両者の対立的把握に対する適否の判定は学説史的に重要な論点を構成するものと考えるのである。

（名誉教授）