

Title	古典学派における商業理論の展開：アダム・スミスの商業観
Sub Title	The Theory of Commerce in the Classical School
Author	村田, 昭治(Murata, Shoji)
Publisher	
Publication year	1958
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.1, No.3 (1958. 9) ,p.35- 55
JaLC DOI	
Abstract	<p>It cannot be said that Adam Smith has developed a systematic commercial theory. But the influence that the classical Schools' economic theories have had on commercial theory cannot be easily ignored. In addition, the commercial theories developed in recent literatures have been derived largely from the value and price theories advanced by the School. Therefore, it is quite natural that the re-consideration of the economic theories should be given to the concepts formulated by the Classical Schools. In general Smith, Say, Ricardo, M'Culloch and Senior did not regard commercial theory as a separate and distinct discipline. (The Classical economists commonly used the term "commerce", instead of the term "marketing".) Smith's explanation of the economics of commerce stems mainly from the concept of "specialization", which is a major consideration in the thought of the Classical economists. Thus, commerce is drawn directly into the picture by the Classical writers and in the words of Smith : "Every man thus lives by exchanging, or becomes in some measure a merchant, and the society itself grows to be what is properly a commercial society." The theory of commerce is, I believe, essentially a part of economics. However, most students of commerce (marketing) have shown little interest in commercial studies as an economic phenomenon. But recently the need for the economic analysis of distribution has been gradually felt by some students, especially by such English economists as M. Hall and H. Smith. This article aims to contribute to the formulation of a theory of commerce by tracing the development of theories of retail price determination. The first half of this article is devoted to a consideration of the ideas of commerce which were incorporated by A. Smith, J. B. Say and J. R. M'Culloch. Smith emphasizes the functions and the economic significance of the nature and process of commerce on grounds commonly accepted today, though his definition of commerce is very broad. He also justifies the existence of retailers and wholesalers on the basis of services they perform, considering them as the convenient sources of goods to the ultimate consumers. Furthermore he insists that the commercial activity is productive because it creates time and place utilities to commodities, and so retailing is looked upon as part of the process of production. In the latter half, of this article I shall try to explain the approach of the theory of commerce propounded by the Classical School. Smith asserted that perfect competition did prevail even in the retail market and that prices would exactly cover the costs of production, that is to say, retailer's margins would just cover the expenses incurred. In fact, the retail trade in those times was carried out under conditions of perfect competition. Accordingly, he argued that it would be folly for government to regulate retail prices or numbers of retailers. In sum Smith acknowledged the following conditions as essential to competition ; 1. Competitors act independently, not jointly. 2. The number of competitors is sufficient to eliminate extraordinary gains. 3. The economic units possess sufficient knowledge of the market opportunities. 4. There is freedom from social restraint in order to act on this knowledge. 5. Sufficient .time elapses for the resources to flow in the directions and quantities desired by their owners. We all recognize that the basic assumption of perfect competition has played a most important role in the establishment and the development of theoretical economics. In this way, the simplifying devices of assumption and abstraction are commonly used to aid generalization, as J. S. Mill indicates this premise is the first step toward the analysis of economic activities. But I should like to emphasize that if traditional economics holds too closely to such assumptions, it cannot fail to meet many difficulties in the advanced stages of analysis of economic reality. This is the reason that modern economists such as J. Robinson and E. H. Chamberline have offered new tools to analyse the complicated problems in the field of commerce by connecting separate area of pure competition with complete monopoly. Under perfect competition. As Smith thought, merchants could not have any active role in the exchange process in retail markets. This means that there is no room for an individual merchant to establish the price of a commodity by himself. Thus it would not be possible to detect the proper field of commerce. Smith's viewpoint of commerce nevertheless contains many implications that facilitate researches in this field.</p>
Notes	

Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-19580925-04044200

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.

古典学派における商業理論の展開

——アダム・スミスの商業観——

村 田 昭 治

は し が き

ことわるまでもなく、従来、商業学とよばれている学問の内容は、あまりにも漠然とした曖昧なものであり、その理論の貧困、および体系的欠陥は、近年とみに感ぜられながらもその固有の領域の性質についての吟味は等閑に付せられてきた感がないでもない。すなわち、これまでの商業学を仔細に検討すると、科学的な内容をもった商業学の存在については、極めて多くの疑問の余地が残されており、いかなるものを対象とし、いかなる体系をもつべきか、という方法的反省はつねに看過されてきたと云っても過言ではないであらう。筆者は、商業学の科学的接近を志す一人として、本稿においては根本的に商業に関する学説史的な回顧を行い、しがる後に、その基盤にもとづいて方法的吟味へと進み、商業学のあるべき姿を明確にし、その理論的体系化への一助をしたいと思う。

因に商業の本質、商業の概念とはいかなるものであるかの問題に

古典学派における商業理論の展開

ついてみれば、学説史的にも種々の意味に用いられ、内外ともに各学者によって区々な解釈がなされており、明確なものではない。向井博士も云われているように、交換のとり形式、態様の如何を考慮に入れる関係上、商業の定義は人により時代によって異なったもの^(註1)となっている。このことは、それぞれの時代の社会経済的条件により流通過程のとり様相並びに性質が異なるところから生じてきているものと考えられるが、商業を生産と消費との間の領域に生ずるものとして理解し、そこに存在する商業の領域、およびその固有の性質を明確に把握しなければならないことはここに改めて論ずるまでもないことであらう。

では、われわれは、商業をいかなる視角で考察しようとするのか。まず、ここでの研究視角を明らかにしておこう。従来の商業論の研究は経営経済学的研究と社会経済学的研究との二つの観点からの研究に大別されると思われるが、このような区別からすればわれわれのここでとる研究視角は後者、すなわち社会経済学的考察に近

いと云えよう。しかし、それは、わが国で従来考えられているがごとき配給組織論を主たる内容とする商業経済学ではなく、あくまでも理論経済学の一般理論との対応における特殊理論としての理論商業経済学がここでの問題である。

かくして、われわれは商業経済学を経済理論の一つの特殊理論としてみると、商業の成立を交換経済の存立の中に求め、価格の形成を中心として経済構造の論理を展開する。この点で、古典学派が商業の本質の解明において、それを「交換」に捉えたことは、商業に対しての科学的究明への道の第一歩としてみることができであろう。けれども、周知のように、従来、経済理論の考察においては、利潤を追求する経済主体は生産者であり、又同時に原理的には生産者自身が生産物を消費者に販売する売手であって、生産者対消費者の直接的対応以外はすべてそれを無視しうるものとして捨象された。ために、商業にまつわる諸問題は経済理論の中ではすべて生産過程の中に吸収され、無視されてきたといってもよい。しかるに、今日の経済社会ではおおむね生産者が同時に生産的商業者として存在するというより、両者の中間に幾多の卸商、小売商等の純粹商業者がそれぞれの段階に固有の領域を形成している。ここにおいて市場価格は配給過程の各段階で売手と買手との競合により形成される。たとえば、生産者価格、卸売価格、小売価格のごときものである。われわれは、この配給組織の構成員たる純粹商業者^(注2)の持つ独自の領域を商業固有の領域とよぶ。古典学派においては、生産は広

く一切の効用の造出として理解され、生産者は同時に販売者として考えられ、かれらはつねに消費者に対応するものとして存在する。そこでは、たまたま仲介的商人が考えられても、それは、専門化に結びつくスミスの単なる機能分化によるものであって、生産者の販売機能の代行者としてのみ考えられる。したがって、価格の形成についてはその過程で極端に云って無数の交換をくりかえすにしても、それらはすべて単一の交換（一つの価格の成立）としてのみ把握せられる。このような意味で競争的静態的仮説に立脚する限り、そこには商業固有の分析はこれを欠きえたわけである。だがしかし、われわれは、経済理論成立期において占める商業理論の位置はこれを明確なものにすべく、その無視される過程への充分の考慮を当然はらわなければならぬ。そこで以下、筆者は古典学派において見逃しえないすぐれた商業機能観を一瞥し、さらに商業固有の領域が経済理論の中に吸収されてゆく過程に、スミスの商業観を通じて若干の考察を加えたいと思う。

(注1) 向井鹿松「配給市場組織」五頁

(注2) ここで純粹商業とは商品を自ら生産するのではなく、生産されたものを購入し再販売するところのいわゆる転売商業を行う個別経済である。今日の生産の独占化の傾向は市場における価格決定を商業者から生産者の手にうつし、商人は単なる手数料商人にすぎなくされていることを考えれば、現代の商業はすぐれた生

産的商業であるといえる。が、それにもかかわらず、今日の経済制度の下では純粹商業者としての卸商・小売商の存在はいささかも輕視されるべきものではなく、かれらがそれぞれの固有の特殊な領域を形成していることの意味を認めなくてはならない。

経済学の始祖アダム・スミスをはじめとして古典派経済学者が、商業に関して数多の注目すべき見解を展開し、特に経済秩序における配給の職能および組織について充分な認識をもっているというところを、われわれはゆたかなかれらの論述の中から窺知することができる。まず、スミスにおける「商業」の理解においては、「専門化」(specialization)なる概念が密接な関連をもち、その経済学の思索の中で大きな要素をなしている。そこで、古典学派における商業機能論の理解のためには、この「専門化」或は「特化」の概念を明らかにせねばならない。スミスの「分業」論は古典派経済学の理論的根柢として重要な意味をもつとともに、単に技術的分業についての古典的解釈を与えるばかりでなく、交換ならびに流通経済社会の基本的構造を明らかにし、われわれに配給の経済的機能を理解せしめる。分業の發達した社会を流通交換の發達した社会と解すれば、経済生活の進歩は必然的に人間の欲望の積極的増大をもたらすし、職業の分化は交換せらるべき財貨の種類・数量の増大をもたらすが、それに呼応して財貨の商品性はそれだけ高まる。それにとも

なって、産業部門の数をますます多くつくりだす専門化の過程は広汎に推進せられ、交換の領域は拡大し、市場は一定の範囲と深さをもつて展開していく。かくて、生産者と消費者との間に介在して財貨の円滑な流通をはかる配給現象がそこに生れるが、当時は財貨の生産者から消費者への流通過程での交換そのものを商業であるとする考え方が一般的であった。因にステイフエンソンによれば商業の發生と發展を必然的に導く大きな要因として、(一)地球上の天然資源が地理的に不同であり、(二)人間の欲望が異なり、(三)その結果分業が行われる、との三つの条件をあげている。^(注1)この時代はたとえ商人を仲介とする商業が行われていたとしても、商人は当時の経済組織の本質的要素をなすものではなかった。それは未だいわば臨時的なものであって、交換はおおむね生産者と消費者の間の直接の取引によってなされていたのであり、これが「交換即商業説」の背景をなしていたのである。たとえば、その代表者としてメロン(Melou)、カンティヨン(Cantillon)等の商業観が挙げられるが、スミスにおいても「商業は原料品と工業製品との交換である」^(注2)との主張がその論述の中にうかがえるように「交換即商業」の理解がなされた。商業学を経済学より独立した一個の科学として成立せしめようとするれば、商業概念も時代の進展にともなう変化し、かくのごとき「交換即商業説」は万人商人説とでもいうべきもので、もちろん承服しえない把握の仕方という外はないであろう。しかし、経済学の分野において商業を考える場合、スミスが交換をもって商業であるとし

たことに対して、われわれはその論述の上での意味を求めてゆかなければならない。

経済社会の進歩にともない分業がより高度に進めば進むほど、それだけ各社会的分業に干与する個人の活動領域はより専門的になる。「分業が一度完全に行われるようになると、自己の労働の生産物が満し得る人間の欲望は極めて小部分に過ぎない。彼は、自己の労働の生産物中自己の消費する以外の剰余部分を、他人の労働の生産物中の自己の要する部分と交換することによって、その欲望の大部分を満す。」かくて各人はただ交換することによってのみ生活し、各個人の社会の残りの成員に対する依存度の増大、一物を他物と交換しようとする各人固有の性は純粹な形で現われてくる。その意味において各個人はある程度商人 (Merchant) となり、またその社会自身はその程度に応じていわゆる「商業的社会」(Commercial society) となるのである。ここに彼の商業発生の原因が示されている。この商業的社会においては、交換にともなうところの不便をとりのぞくために貨幣が使われるようになり、交換比率の規定としての価値および価格が説明される。この価値論の中心をなすものが自然価格論であり、これが交換によって成立する商業社会の自己法則を示すものにはかならない。^(注4) スミスの主張によると、まさしく商業は社会的分業に基づくものであり、社会成員すべての生活水準の向上は分業による生産力の増加に、生産力の増加は生産物の販売の多寡に、換言すれば、交換と分業に基礎づけられている市場の範囲に

よって左右される。ついで一七六〇年代に始まる産業革命を契機として諸種の機械の発明とその応用を基礎とする工場制度の一般的普及にともなうて、いわゆる機能的専門化が現実に進進せられ、幾多の産業部門が新しくつくり出され、商業の局面でもその分化が顕著におし進められるに至った。^(注5) さて、ここで少しくスミスにみられる商業機能観に注目してみよう。

すでにカンティヨン^(注6) およびデフォー^(注7) (D. Defoe) は、スミスより先に経済的根拠に基いて配給組織の存在について論究しているが、スミスにおける程組織的・総合的なものではなかった。スミスは小売商、卸売商ともに生産と消費の経済的隔離を除去すべく遂行するサービスに基いてそれぞれその存在を正当化した。特に卸商については、商品を豊富な場所より欠乏している場所に運輸するものとして、小売商については、一般消費者にとって諸商品の購買上の便宜を与える財貨の資源として考え、消費者の随時の需要と資力に適合する小口で売却する機関として理解している。^(注8) さらに小売商の本質を、もし小売商が存在しない場合には、各人はその必要とする財貨を彼が今直接に必要とする以上に余計に買っておかねばならないことになるであろうと主張し、たとえば、「肉屋というが如き営業がなかったならば、各人は一時に牛一頭または羊一頭を買わなければならないことになる。そういうことは、一般に金持にとっても不便であるが、貧乏人にとってはなお更である」と論じ、^(注9) 小売商が製造業者や生産者より経済的、能率的に製品の配給をなしうる

ことをあげ、時量的・場所的調節機能を全面的に認めることにより、その存在を正当化した。丁度このスミスの主張を裏づけるかのように、小売商業の数は十七・八世紀には極めて急速な増大を示し、加えて交通業の発達にともなう農村から都市への人口の移動は小売商業の局面に顕著な変貌をもたらした。一方では専門化のより広汎な拡張、発展にともなう種々の型態の小売商が現出した。一般に商業における専門化は二つの型態をとる。すなわち、一つは遂行される経済的機能に基づくものであり、他は取扱われる商品の種別についてである。^(注10)より正確に「分業は市場の広がりによって制限される」という定理は、小さな町や田舎には概して万屋が多く存在し、大都市には単一店と専門店の数が多く占めるという事実の説明を与えてくれる。J・ミルは、「地方の町ではせいぜい一人か、或は二、三人の商人が町全体の消費者の需要を充足する」^(注11)とし、より明確にこれを説明している。十八世紀末の英国では多くの商社は毛織物の輸入からその卸売および小売に至るまでのすべての業務を併せ行っていたが、卸売をやめて小売に専業する者も徐々にみられるようになった。また同様に、絹、羊毛、綿織物、乾物類、陶器類等のごとき各種の商品を取扱っていた商店には、毛織物なら毛織物だけというように単一の商品のみを売買する者がみうけられるに至った。かくて、十九世紀中期までには商品別による専門化がかなりの程度まで進められ、ナイスト・ロム教授によれば、一七五種類にわたる小売店舗がみられた、^(注12)とされる。このように商人の中には、当時す

に商品別・機能別にその活動を特殊化することによって専門化するのを得策とするものが若干生れた。が、反面、配給経路からみれば生産者と販売者の機能的未分化が残存し、市或は行商の役割が未だ大きかったこと、配給機関をみても生産者・販売者の局面がみられること、技術面でも特殊な技能を必要とし、徒弟制度により従業員への供給の行われたこと、等の諸点が“old system”^(注13)として持続していたことを併せて素描しておかなくてはならない。確かに、社会的分業と大規模生産の発達にともない生産と消費の距離が長大となるにつれて、経済の両極を連絡する連結環として配給の果す役割の重要性は、いよいよ加重せられた。尚又、これに加えて消費欲望の多様化および人口の都市集中化等の傾向が、必須的に専門化を一層推進したものと指摘されねばならない。ここに今日みられるがごときスミスのすぐれた商業機能観が展開されることになる。しかし彼の調和的人生観と資本制生産の未発達は、これ以上の分析への進展を妨げる結果となり、商業社会のもとにおけるあらゆる階級の調和的發展と、その可能性を彼は信じていたように思わしめる。ためにスミスをはじめとして古典派経済学者は、現実の市場における需要供給の対応における困難さ、複雑さ等も、結局においてただ経済的隔離(economic distance)の延長としてのみ把握し、それを商業の領域に固有の問題としては理解しえないことになる。すすんで小論は、古典学派における商業理論の学説史的意義を現代的視角において回顧し、スミスの価格理論の分析を通じて、その一側面

を明らかにすることを目的としている。なぜならば、経済社会の中核的現象である交換＝商業の分野においては、その最も基本的事象たる価格の形成および規定の解明こそ、われわれの意図する商業経済学への中心的な命題に外ならないからである。

(注1) J. Stephenson, "The Principles and Practice of Commerce," 1935, p. 14.

(注2) A. Smith, An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, by E. Caunan Vol. I. pp. 355～

6 大内兵衛訳「国富論」岩波文庫版 (一) 一八一—三頁

(注3) Ibid. p. 24 邦訳(一)五三頁

(注4) 中山伊知郎「国富論」四三頁

(注5) A. Birnie, An Economic History of Europe 1760～1939, 1957 pp. 58～59 当時の商業事情をいふのは Paul Mantoux, La Revolution Industrielle au Xlle Siecle, 1906, pp. 94～98 を詳しう。

(注6) R. Cantillon, Essai sur la Nature du Commerce, 1750, pp. 64～67 参照。

(注7) D. Defoe, "The Complete English Trademan," 1732, I. p. 385

(注8) A. Smith, op. cit. p. 341 邦訳(一)一五四頁

(注9) Ibid. p. 341 邦訳(一)一五六頁

(注10) Ralph M. Hower, History of Macy's of New York 1858～1919. 1946, p. 72

(注11) J. Mill, Elements of Political Economy, 1824, p. 85

(注12) P. A. Nystrom, Economics of Retailing, 1930, I. p. 67

(注13) J. B. Jefferys: Retail Trading in Britain 1850～1950, 1954, pp. 1～9

II

先にケネー (Quesnay) は、その「経済表」(Tableau économique) なる数表を通じて経済社会全体について生産・分配・支出の関連を巧みに数表化したか、かかる関係を決定する条件については明らかにしていない。スミスに至ってはじめて各階級間に財貨の流通する過程についての分析が行われ、それが交換(商業)の過程を通じて行われることが明らかにされ、そこで価格が成立し、これにより経済循環の大きさが決定されると論ぜられた。かくて、まずここでスミスにおける自然価格、市場価格の理解が価格理論の解明への準備段階となる。

価値についての論述において、スミスが「使用価値」と「交換価値」とを明確に区別したことは、ここで改めて述べるまでもないところであろう。彼が最も関心を示したのは後者(交換価値)であり、労働がその真の尺度として考えられた。しかしながら、現実の交換においては、価値は労働の量ではなく他の財貨の量により、普

通は所与の財貨が支配し得る貨幣額によって評価される、と指摘した。さらに、スミスにおいては、賃銀・利潤・地代にはそれぞれ自然率があつて、「ある商品の価格が、その商品を産出し、精製し、市場に搬出するために用いた資本の利潤とを、これ等の自然率に依つて支払うに充分なだけあつて、それ以上でもなくそれ以下でもないならば、この商品は所謂自然価格で売れるのである。」^(註1)現実の市場価格は賃銀・利潤・地代の総計としての生産費（自然価格）を上廻る場合も下廻る場合もあるが、かかる変動を通じて価格メカニズムの働きによって、価格は結局生産費から遠く離れることはない、とする。スミスの市場概念の根柢には、利己心にもとづき、その交換性向によって動かされ、欲求にしたがつて行動する「経済人」^(註2)並びに「自由競争」の二つの本質的要素が指定されている。言葉をかえていえば、自利心の働かぬところに市場はなく、自由競争の行われないところに市場はない、という前提のうえに需要供給の法則がたてられている。したがつて、「あらゆる特定の商品の市場価格は、現実に提供せられる量と、その商品の自然価格を、すなわち、それを市場に提供するために払わなければならない地代、労働及び利潤の全価値を、支払う意志のある人々の需要との間の割合によつて規定される。」^(註3)スミスは市場に提供せられるある商品の量が、有効需要より不足したり、超過する場合の分析を行い、市場にもたらされるすべての商品の量は、自然に有効需要に適合せしめられる、とする。そして「少なくとも完全な自由」^(註4)（perfect liberty）が行

われ、各産業間における労働と資本と土地の移動が妨げられないかぎり、市場価格は継続的に自然価格「中心価格」^(central price)の方に引きつけられるものである。スミスは価格が生産費に一致することを自然的としているが、価格と生産費の一致は、自由競争が完全に支配し超過利潤のない状態をいう。そこでは完全競争が行われて、自然的な望ましい状態にある、ということになる。競争が価格を必然的に生産費の水準に一致せしめるということは、S・ジュボンスに至るまでのスミス学説の唱導者（特に英国における）の出発点となつた。^(註5)ところが、この生産費が平均生産費か限界生産費か、いずれを意味するものであるかというがごとき分析はここでは全くみられない。しかも需要供給は考えるが、それはただその時々の変動の原因として考えられるだけで価格決定原理として考えられたのではない。結局、価格は生産費に落ちつくときとされ、供給の側だけを重視していると云えよう。そして条件的な理論構成についてはこれをすべて近代理論にゆづっている。だが、スミスは偶発事、自然的な原因、或は権力の規制等が長期間にわたつて、自然価格より遙かに高く市場価格を保つようになることをも認めていた。種々な利害の摩擦・衝突等が市場の競争を不十分にしか作用せしめなくしている場合、すなわち、商品の供給が独占的であるという条件下においては、その商品の価格は永い間その自然価格以上にとどまる。そこでは、独占者は常に市場の在庫不足を感じしめ、充分に有効需要に適合せしめないことによって、かれらの製品をその自然価

格をはるかに超えた価格で無制限に売却し、報酬をその自然率以上に高める。スミスはこの独占価格を、「如何なる場合においてもえられるべき最高の価格^(註6)」として規定しているが、正常状態とみないためか触れるところは少ない。しかしして独占価格は商品の市場価格で、一時的または永続的に、その自然価格から離れたものと理解して、独占を事物の自然的状态よりの乖離、或は競争を妨げる場合としてこれを捉えている。このようにスミスは、一つは競争の場合、他は独占の場合と二つの極度に異なった局面における価格理論を展開したが、前者だけがかれの体系の一部をなしており、後者は全くの異質体^(註7)なのである。以上の若干の考察から、価格が生産費によって決定されるというスミスの価格理論は、競争の条件下においてのみあてはまるものであり、独占価格はこの理論の範囲外であることが明らかにされた。ここでわれわれにとって重要なのは、スミスを、かくのごとき分析が卸売市場においても、小売市場においてもともに適応せしめられるものと理解せしめた点である。スミスは卸売商、小売商それぞれの存在の重要性をその機能的側面から述べた後に、かかる商業者は自由放任のもとでは、重要なものは栄え重要ならざるものは亡ぶべく、政府の干渉のごときは最も不可なるものとしている。かくて、生活必需品を始めとして、穀物、オレンジ、葡萄酒、リンネル、ホップ等のそれぞれの商品の取引について述べた。確かにそこでは、スミスはその競争の理論を小売雑貨商の場合に適用し、当時一部に唱えられた小売商の数的制限論を反駁して、

「国富論」の中で次のように論じ、市場における競争の効果についての見事な分析を行った。

すなわち「この種の人々に対して税を課したり、彼等の数を制限したりすることは、全く必要ではない、というのは、この種の人々は如何にその数を増しても、相互に害し合うことはありうるが、社会公共を害する虞れはないからである。例えば、ある特定の都市において売却される雑貨の数量は、その都会及び附近の需要によって制限せられている。それ故に、雑貨商に使われうる資本はそれだけの分量のものを買うに足るだけに限られていてそれ以上であることはできない。そこで、もしこの資本が二人の別々の雑貨商人に分割されるならば、彼等商人をして、それが一人の手にある場合よりもヨリ安く売らしめる。そしてもしそれが二十人に分割されるならば、彼等の競争はまさにそれだけ増大し、彼等がその価格をつりあげるために聯合する機会はそれだけ減るのである。彼等の競争は彼等の内の誰かを亡ぼすに相違ない。しかしそれをどうするかは彼等関係者自身の問題であって、よろしくそれを彼等の分別に任せておいていい。それは消費者を害するものでもなければ、生産者を害するものでもない。いな、それとは反対に、それは小売人をして、全商業が一二の人によって独占されている場合に比して、安く売り高く買わしめるのである。彼等のある者は、弱小な顧客をだましてその必要としないようなものを買わせることがあるかも知れない。しかしながら、重要なものでもなく、また小売商人の数を制限することに

よって、必ず防遏しうるというものでもない」^(注8)と。

ここでの小売商人数の制限反対の主要な論拠は、小売商人の数を規定するものは消費者の需要であること、および小売商人相互の競争は生産者、消費者双方ともに害せず、^(注9)消費者にとってはかえって価格は低廉となる、という点であった。かくのごときスミスの立言は、予定的調和への期待が現実可能であった資本主義の低度な段階においてこそその意義を見出しうるものである。実際十八・九世紀の英国における商人は、個人主義により支配された経済的環境のなかにおいて活動していた。穀物法 (Corn Law) を除いては、十九世紀の英国における政府の役割は主に警察保護契約の強制執行、政府通貨の確立のごときものにのみ限られており、当時の一般的な社会経済はなにもものにも制約せられることのない絶対的自由な活動のもとに放任せられていた。十八世紀後半、および十九世紀前半期には、英国内の商品の流通もおおむね自由に行われていた。^(注10) (特にパーミンガム、マンチェスター等の都市においては自由であった。) ただ当時残されていた若干の制限をここに挙げるならば、それらは、①何人も七年間の徒弟奉公を終るまではどんな仕事にもつけない、②殆んどすべての都会では、徒弟奉公を終わらなければ職をみつめることは不可能であった、③賃銀はしばしば治安判事 (Justice of the peace) の特殊命令によって設定される等の事項のみであった。^(注11) かくのごとき、小売価格に対する政府の干渉は、全くとるにたらぬ程軽微なものであり、その後小売価格の規制は殆んどみ

られなくなった。たとえばロンドンでは、パンの法定価格も一八一五年の法令ですべて廃止された。^(注12) (スミスによればこのパンの公定相場制は、古来の習慣の唯一の遺物であったとされた。) スミスの時代は、経済的自由の発展並びに商業の拡張とともに、英国における小売商業の性質は独占的商人から自由な活動的商人へと変貌をみるに至った時期であり、いわば彼の時代は自利の追求という個人による競争の効果に基づく市場価格論の発展に格好な経済的条件が熟していた、とみるべきであろう。

スミスは小売価格はそれ自体競争によって規制されるもの、と解したにとどまらず、競争はいかなる権力規制にもまして遙かに「よき規制者」である、とまで確信していた。たとえば排他的同業組合がないところでは、競争がパンの価格をいかなる公定相場制よりもはるかによりよく規定するであろう、とした。^(注13) かくして、小売商並びに製造業者の利潤を結果的に合理的な水準に保つべくスミスが競争力に依存したことは、以上の論述からも容易に指摘されうるところである。

さて、ここで、さらに注目すべきスミスの主張の一点は、スミスが特に外観上の利潤を実際に労働の合理的な賃銀とされたものとを間違えて、利潤と考えられるべきものと、賃銀と考えられるべきものとを混同することを当時の最も一般的な誤りとしたことである。そこでは彼は薬剤師の場合の事例を引用して、「薬剤師の利潤は、諺にも、何等か非常に法外なものを指すものとなっている。しかし、

この大きい外観上の利潤は、その実往々労働の当然の賃銀である。薬剤師の熟練は、如何なる工匠に比べても綿密にして微妙なものであり、また彼に与えられる信用も遙かに重要である。彼はあらゆる場合において貧民の医者であり、苦痛または危険が差程大きくない時の金持の医者でもある。そこで彼の報酬は彼の熟練と彼の信用として相応したものでなければならぬのであって、それは大抵彼の売薬の価格から生ずるのである。しかも大きな商業都市において最もよく流行る薬剤師が一年間に売る薬品は、全体で恐らくは三十ポンド乃至四〇ポンドしか元がかからないものである。そこで、万一彼がこれを三百ポンド乃至四百ポンドに売って百割の利潤をうるとしても、それは、彼の労働の合理的な賃銀以外の何ものでもなく、ただそれが、彼がかける唯一の方法として、彼の薬品の価格にかけられているというに外ならぬのである^(注14)とし、外観上の利潤の大部分は利潤の紛装をした実質上の賃銀であるとして、薬剤師の利潤が法外なものとはいえないことを主張した。

さらにスミスは「パンと屠肉の価格は連合王国のたいいていの場所において、一般に、同じかまたは殆んど同じに近い。労働貧民は小売は種々なものを買うのであるが、大抵の物のその小売値は、都会だからといって辺鄙な田舎に比して別に高いことはなく、一般に却って安い^(注15)」として、この觀察が当てはまる理由の説明において、小売商の利幅の決定についての完全な説明をした。すなわち、彼は「ある小さい海港において、ある小さい雜貨商は、わずか百ポンド

の資本に対して四五割の儲けがあるのに同じ町の相当な卸売は一万ポンドの資本に対して八分乃至一割しか儲け^(注16)ない」と述べ、卸商や小売商のために必要とされる技倆が本質的に同一であることから、外観上の利潤の相違を説明した。それゆえに、外観上の利潤から控除される平均利潤はほぼ同じであろう。しかしながら、雜貨商は住民のためには是非必要であっても、市場の狭隘さのため大きな資本は用いられない。ためにその小売商は卸売商のごとき利潤はえられない。より広範囲にわたる大きな市場をもつ大都會においては、前述の条件は当てはまらない。この場合には、富裕な小売商の外観上の利潤と卸売商のそれと大差はないのである^(注17)。スミスは雜貨も肉もその代価は大都會においてはより小さな町と同じ位廉価か、或はヨリ安いという点をこの雜貨類と肉類の二つの商品により説明した。

雜貨類の場合には、運送費は今考えられている二つの都市（大都會と小都市）においても同じ程度と仮定した。大都會では小売商に大きな資本を使用せられるが（たとえば、雜貨商を営むのに一万ポンドもの資本が使われる）、一二つの小売商の賃銀は同じ額であろうから、大都會における小売商は小都市の小売商よりヨリ少ない単位当りの利潤しか受けとりえない。このために、大都會の雜貨商はより廉価で売却できるであろう。そして、首都では、小売商の商品は雜貨店の競争のために小都會又は田舎の村落においてより概して安い^(注18)のはこの理由にもとづくのである。

スミスは肉についても本質的に同様の分析を用いて説明を加えて

いる。肉の価格は小都市で購入されても、大都市で購入されても殆んど同じである。これは運送費が大都市の肉屋では、遠い地方から運ばねばならないものであるからより高くなり、商品の原価は高められるという事実によって説明される。すなわち、肉については、原価を高めるまさにその原因が、外観上の利潤を減少せしめるのである。この場合には市場が広いから小都市の肉屋の場合よりも大きな資本が使用されるから、小売商の外観上の利潤を減少せしめることになるが、一方の低めるところを他方（より多く資本に対して小売商にそれだけ附加される利潤）が高め両者は相互に相殺される。かくして、肉の価格は競争のために丁度生産費用を償う。これがたゞ穀物や家畜の価格にはこの王国の諸地方を通じて差異があるが、パンや肉のそれには全国大部分を通じて購買の地位にもかかわらずあまり差がないのである。^(注19) かくして彼は、より大きな財産は小都市におけるよりも大都市における事業によって創られると論じた人々に對して、大都市においてさえも大資産というものは、努力と勤儉と注意の長年月の生活の結果である、^(注20)とまで論じた。

以上、われわれは、スミスの『国富論』に述べられたことを基礎にしながら、小売価格の決定を中心にその生産費説を考察したが、要するに、小売商人は通常、合理的な利潤をもち、競争の自由なところではその正常利潤より多くはえられないことが明らかにされた。では、このことが、古典派経済学の商業理論の展開においていかなる意味をもつであろうか、これがわれわれの次の問題——古典

学派商業理論の理論的反省——となる。

(注1) A. Smith, op. cit. p. 57 邦訳(一)一四頁

(注2) 吾々がわれわれの食事をうることができるのは、屠殺者、醸造者又はパン製造者の恩恵によるのではない。そうではなくして、彼等自身の利益に対する彼等の尊重のおかげである。

(Ibid. p. 16 邦訳(一)四〇頁)

(注3) Ibid. p. 58 邦訳(一)一五頁

(注4) Ibid. p. 58. p. 64. p. 101 邦訳(一)一五、一二六、一九五頁。スミスにおいて「完全な自由」(perfect liberty)という言葉はしばしば使われるが、これはスミスにおける純粹要素の探求のための問題單純化への手段としての一仮定であった。

(注5) Emile James, Histoire Sommaire de la Pensée Economique, 1955, p. 76

(注9) A. Smith, op. cit. p. 63 邦訳(一)二五頁

(注7) E. Heilmann: History of Economic Doctrines, 1945,

p. 65. p. 67 喜田村浩訳「経済学説史」一〇七、一〇九頁

(注8) A. Smith, op. cit. pp. 341~342 邦訳(一)五六—五七頁

(注9) 時折、小売商が消費者を欺瞞する事実は、一般の社会的関心を引く程には重要なものではないと主張して、次のように述べている。「庶民の間に一般的に泥酔の風を起させるのは、酒店の数が多からではない。他の原因によって起ってくるそういう風

が、必然に多数の酒店に仕事を与えるのである。」

(Ibid. p. 342 邦訳①一五七頁)

(注10) Ibid. p. 121. p. 143 邦訳①二三四、二七五頁

(注11) J. R. McCulloch, The Principles of Political Economy. 1830, p. 324

(注12) A. Smith, op. cit. vol. I p. 144 邦訳①二七七頁

(注13) Ibid. p. 144 邦訳①二七七頁

(注14) Ibid. p. 113 邦訳①二一八—一九頁

(注15) Ibid. p. 76 邦訳①一四九—五〇頁

(注16) Ibid. p. 114 邦訳①二一九頁

(注17) Ibid. p. 114 邦訳①二二〇頁

(注18) Ibid. p. 114 邦訳①二二〇頁

(注19) Ibid. p. 115 邦訳①二二二頁

(注20) Ibid. p. 115 邦訳①二二二頁

三

分業の高度な発展にともない生産と消費との連絡を可能ならしめるべく介在する配給組織は当然複雑困難なものとなるが、スミスにおける小売価格は、既述のように小売の特殊性をもつ段階における需給の対応から形成される価格ではなく、原生産費と卸・小売の段階における経済的隔離を克服するのに要するいわゆる生産費用の合計したものにすぎない。しかればなぜ配給費用が広義の生産費とさ

れるのか。このことは、商業が果して生産的であると見做されるかどうか、という問題に関連する。フィジオクラット (Physiocrats) は農民労働のみが生産的であるとし、商人や手工業者の労働は有用ではあるが生産的ではないと考えた。ためにその考察は必ずからかたよったものとなったが、これに反して、スミスは農業のみならず商工業をも販売しうるものの価値を増加するから生産的であるとなし、あらゆる産業の生産性を認めた。尤も、彼はフィジオクラットの影響を未だ完全に脱することができず、農業労働にヨリ多くの生産性を認めていたとはいえ、よく労働一般にその生産性を認めたのである。すなわち、ケネーにあっては商業利潤は商業において直接生みだされるものではない。したがって、商業利潤は商品の価値・価格にはなんらの影響も及ぼさない。ところが、スミスにおいては商業労働はそれ自体価値を生みだすものであり、この過程において用いられた労働は商品の価値・価格を高め消費者にわたる価格を構成するのである。かくのごとく、スミスは小売商が創造する時間的・場所的分割の効用を認めることから、次のように主張する。「小売商人の資本は、彼の財貨の買入先たる卸売商人の資本を、その利潤をも加えて償還し、以て彼をしてその業務を継続させるものである。この資本が直接に雇傭する生産的労働者は小売商人自身のみである」(注1)。かくて、一般に商業に結びつけて考えられる経済的隔離の克服のための努力のすべてが、スミスの所論においては商業の領域に属するものではなく生産の領域に属すべきもので

ある。したがって、卸売価格・小売価格等がともに単に費用の合計としてのみ考えられる限りは、云うまでもなくそこには特別に商業者固有の積極的な活動領域は存在せず、卸商および小売商自体のもつすぐれて政策的な問題はおこりえない。その結果、生産と消費との財貨の移動過程における多くの隔離において多数の配給機関が介入するにしても、その間に要する費用はすべて生産費であり、卸売価格も小売価格もすべて原生産費とこれらの中間費用の加算の結果にすぎない。したがって、小売価格の説明も配給過程の小売の段階における需給の対応により形成される価格としてその形成の過程をその固有の問題とするのではなくて、単に最終の価格決定に至るまでに要費される費用の合計として把握せられている。さてここで、スミスの商業（交換）論の根柢に横たわる基本的な特質を要約しよう。

一、彼はすべて経済活動における終局の目的は、生産よりもむしろ消費であるという事実^(注1)に明快な認識を示した。この点で、ミスは重商主義経済学者とは全く異なる。

二、小売商は時間的、場所的効用を創造するものとし、小売商は生産過程の一部を形成するものとした。

三、価格は、結局完全競争の下においてはまさに生産費を償うものとした。すなわち、小売商の利幅は招来した費用を丁度補填すると。

一般に一八五〇年以前の学者—A・スミス、J・B・セイ、^(注2)D・

古典学派における商業理論の展開

リカード^(注3)、R・マルサス、J・R・マカロック、N・W・シーニ^(注4)等とはともに、ただスミスの理論を反映し、完全競争が小売市場においてさえも一般的であり、生産費用の合計と異なる小売価格の存在は例外的なもので、原則は競争が小売価格をそれまでに要した諸生産費の合計と一致すべく規制する、と主張した。かくのごとき自由競争または完全競争を仮定する経済学説は、十九世紀前半において一般に経済学者のとりどころであった。因にスミスにおいては競争について五つの条件が考えられている。^(注5)

一、競争者は各個独自に合理的な活動により利潤の極大化に努める。

二、すべての競争者の数は余計な利潤を消去するに充分に足るほどであること。

三、各経済単位は市場情況についての高度な知識をもつ。

四、競争者はすべて社会的規制から離れて各自の知識に基いて自由に活動する。

五、資源がその所有者によって欲せられる面に、欲せられる分量だけ移動せしめるのに充分な時間が経過する。

かくて、古典派経済学以来の伝統的な経済理論の特色の一つは、つねに理論構成の前提に競争状態（理想の状態）を仮定することによって完全市場を研究対象として、独占やその他の諸障壁によって生ずる事態は経済の病的な乃至は例外的な事態とし、完全競争と完全独占の二つの極限的なものに即して市場における価格形成の現実を

理論的に説明しようとする点にあったと云えよう。経済理論の發展をその基本的前提となつてゐる自由競争概念の精密化の過程としてみると、スミスにおいては「完全な競争」は未だ方法的な意味で意識的に前提とされたのではなく、「商業の完全な自由」というような言葉を用いて、むしろ経済体系の理想状態をもたらすための実践的意味をもつものとして重要視されてゐた。^(注6)（傍点筆者）この場合においては、たとえば配給経路は歴史的に生成したもので、商品市場価格の關係により無意思的に流通し、かつ市場価格に關する一般理論は若干の修正を加えて小売価格の説明のためにも適用せしめられてゐることは既述のとおりである。ここにおいては云うまでもなく市場価格の最終的形成者である配給機關が、純粹商業者としてその独自の政策的^(注7)工作など（価格操作）を考慮する余地は全くないといつてよい。かくて、政府が小売商の数や小売価格を規制するのは全く馬鹿げたことであり、競争のみが唯一、最上の規制者であると論じた。なぜかというに競争は、自然に小売価格をして卸売価格に小売商の費用を附加したものをまさに補填せしめるにすぎない水準に至らしめる、と考えられるからである。かくのごとく、古典学派の時代においては、現実はまだ完全競争の世界であるとの想定の下に、一般に完全競争の価格理論が考えられ、實際においても不完全競争の諸現象は未だ顯著な段階ではなかつた。ただ完全市場の諸条件における主たる例外的なものとしてあげうるものは、小売商が顧客よりも取引の事情についてヨリ高度の知識を

もつてゐるといふことのみにとどまる。それ故、そこでは広告を始めとする販賣努力介入の余地はなく、スミスやリカードにおいて全く広告がとり上げられなかつたのも、この時代にかんがみてむしろ當然の結果であつた。又、商人は交換において積極的な役割を果しえないし、果すべき領域をもたないとすれば、商人はそこではなんらの影響をも及ぼしえないし、いわゆる「固有の商業」の入り込む余地は全く存在しえず、そこでの商業は理論的には原生産者と最終消費者との直接的交換と全く同一視できるものである。したがつて、自由競争下では購買は常に販賣と一致することになる。もとより社会的分業によつて交換的経済事象が生じて、生産者と消費者とが直接的にのみ取引を行い、^(注8)両者の間に介在する仲介機關もすべて生産の延長たる活動を行うものと理解された時代では、商業固有の領域が見失われてしまふのは至極當然の歸結である。この意味において、伝統の経済理論が完全競争的前提から出發する時、それらは實質的には商業固有の分析を欠き得る論理構造をもつものと考えられる。それは、販賣の政策的分野などにまつるすぐれて戰術的な要素をもつ諸問題が全く存在しうる余地（販賣費の介入）をもちえないという意味において、商業の理論を欠いてゐたのである。もし、その経済理論の中に商業の分析の存在を認めるにせよ、けだしそこでとり上げられてゐるのは、生産物を作ると共に売却する者としての企業者（Producer-Retailer）、^(注9)いわゆるせいぜい生産的商業者の段階にとどまるものであつた。

以上の論述から明らかなように、スミスにおいては商業の領域の独自性・特殊性は無視せられ、商業を生産の延長として理解し商人をも生産者であるとするが、とき見解を生むのであって、そこでは商業乃至交換は生産と消費との単なる対応として考えられた。これが先に述べたように商業を交換とし、その本来の機能は、生産者と消費者の対応を障碍なくおこなわせることにあるとされた理由である。^(注10) スミスにとって何よりも重要なことは、その理論の体系化であり、正常状態の分析であり、競争理論の純化であったわけである。^(注11)

かくして、完全競争の仮説に立脚する古典学派経済理論が、今日のごときかかる諸条件の満足されない現実の商業問題の分析に充分にたえないことは云うまでもない。したがって、スミスの経済理論は、重商主義的経済政策を後退せしめ、経済の自由、国家の不干渉を主張し、資本主義的な経済論を生成する準備行程を構築するにとどまるもので、商業の局面においても、今日の商業理論の確立にとって直接的に必要且つ有効な理論は未だ充分に形成されないままで終ったという外はないであろう。しかし、このことは、スミスの卓越した商業機能観（配給諸機能への認識）を否定し、そのことを意味するものではないことをここに附記しておきたい。

(注1) A. Smith, op. cit. Vol. I. p. 342 邦訳(一)一五八頁

(注2) J. B. セイは、小売商業の存在を正当化した後で、小売商を最終の生産者として言及し、更に小売価格については生産費

古典学派における商業理論の展開

論を展開した。すなわち、セイは「各生産者は自己に先だてる生産者に対して生産物の価値とその時まで与えられたる加工の価値とを立替え、生産の階段上における其の後継者は前者の支払いたるものと、商品が自己の手を通過するに当って取得した価値とを償還し、最後に、小売商人たるを常とする最終生産者は自己の立替の総額と自ら生産物を与えた最終の加工とを消費者から償還される」と論じた。要するに、「生産物の価格は各地においてそれぞれ其の生産費が之をして到達せしむる為に決せられる」とした。(J. B. Say, "Traité D'économie Politique, cinquième edition, II 1826, p. 233. p. 169 増井幸雄訳(下) 九四—五頁 二二—二二頁)

(注3) マカロックは小売価格の説明において、競争が小売商によって遂行されたサーヴィスの価値と等しくなるように小売商の利潤を規制する、と主張した。彼の「経済学原理」は英国をはじめ欧州大陸においてもあまねく読まれたが、小売価格については殆んどその論旨のすべてはスミスを踏襲したにすぎない。彼は卸商と小売商との業務の分離を「経済性」の面から言及し、卸商と消費者との間の小売商の介在への反対論は、全く根拠のないものであると断言した。

(J. R. McCulloch, op. cit. pp. 160—67 p. 140)

(注4) シーニョアは一般に小売商は取引する生産物の価値を附加することを認めて、「多くの場合、各自が使用せらるる場所まで

の距離の大小が、その相対的価値の重要な一構成要素となつてゐるのに気付く」(N. W. Senior: *Political Economy*, Sixth ed. 1872, p. 22 高橋誠一郎、浜田恒一共訳 四七頁)と論じてい

る。さらに小売商によつて附加された価値を小売商がその利幅で収支償わなければならない諸費用を分析することによつて説明した。その分析においてシーニョアは葡萄酒の例を引いて「その葡萄酒の一部は年月の力で改善するまで保留され、一部は即時販売のために在庫商品として置かれるが、結局全部を売り、その代金の一部は建物の建っている土地の地代に、一部は番頭、門番、売子其の他の労働者の賃銀に、一部は建物機械の保存に、一部は倉庫や店の在荷を維持するために、葡萄酒、蠟、キルクの仕入に払出される」(ibid. p. 61 邦訳一三二頁)とした。

すべてこれらのものを置いて、シーニョアはその他になお小売商は利潤をもつものとした。この利潤の一部は、小売商人の家族を養育するに用いられ、残りの部分は小売商人の慰安或は新規の資本を創造するのに費消されるものである。そこでの利潤率は貨物が小売商において留保せしめられている時間の平均に比例している。(ibid. p. 617 邦訳一四四頁)

自由競争の下においては、すべての利潤は競争により平均化される。特別な比率は一部は労働の生産性に、又一部は前払いと収益との間に経過した時間に依るものである。

(注15) G. J. Stigler. *Perfect Competition Historically*

Contemplated. (The Journal of Political Economy Feb., 1957 p. 2)

(注9) 山川義雄「経済理論と配給理論」一頁 早稲田政治経済学雑誌第一二二号「商業の自由」は「完全競争」のもつ方法論的意義と共通のものをもつことは云うまでもない。

(注7) C. J. Ratzlaff, *The Theory of free Competition*. 1936, p. 64

(注8) なお当時は未だ地方購買 (country buying) 或は市場に商品の出荷されるのをまたず直接生産者から欲する商品を購入する型が一般に多く見られた。R. L. Shawver, *The Development of Theories of Retail Price Determination*. 1955 p. 37

(注9) 山川義雄「経済理論と配給理論」早稲田政治経済学雑誌第一二二号三頁

(注10) 山川義雄 前掲論文 二頁

(注11) 山川義雄「経済理論と配給理論」早稲田政治経済学雑誌第一二八号二八頁。

四

古典学派において厳密に規定されたような条件が満たされる限り、小売市場においても完全に競争的な価格の成立は考えられるし、極く限られた場合ではあるが、これに近い場合が現実にないで

もない。しかるに、実際には殆んどすべての場合現実は何程かそれから乖離している。すなわち、多くの場合生産者にとっても消費者にとっても市場の完全さを阻害し、合理的な判断を妨げる要素が現実の売買過程においては惹起する。社会的分業が顕著におし進められ、生産と消費との経済的距離が隔たるにつれて市場の見透しは次第に困難の度を加え、価格成立の場としての市場が幾多の複雑な領域をもつに至ると、そこではスミスにおける理論的純化はその意義を失う。尤もスミスの時代のイギリスは、世界資本主義の先進国として、個人の自由と産業の自由の旗標の下に重商主義の束縛を打破し生産力が飛躍的に発展した時代にあり、国内市場では生産者即販売者の局面が未だ支配的であったことを考えれば、この純化も一応の妥当性をもちうるものと云える。しかしながら、問題が生産と消費との直接的対応としてではなく、それを媒介する流通の領域（商業の領域）においてみられなければならないとき、もはやスミスにおけるがごとき単純化はここでは許されない。すなわち、たとえば、現実の小売市場では売買の一方の相手方が消費者であって、経済人でないことを主たる特質としている。生産者と商人或は卸商・小売商の間の取引の場は、基本的には売買双方とも打算的見地からのみ行動するところの、いわばすべて金銭的利益によって決定せられる極めて合理的な市場である。しかるに、小売市場すなわち、対消費者の場合になると彼の行動を「品物が安く買える」という金銭的利益の一点のみから判断することは許されず、そこに多くの複

雑困難な問題をもたらしすにはおかぬ。消費者の購買動機について見てもその市場行動には多分に便利、気分、感情等の云わば感情的な非合理性、不採算性が支配的である。もちろん小売店のなかにも近代的大規模小売店にみられるように、顧客の経済的利益にのみ訴えて代価を安くすることにより、より多くの顧客を引きつけるものがあるが、それは小売業者の大部分を占める単純店舗に典型的な営業形態ではない。このように非合理性をもつ小売市場においては、一般に小売商がその商品に課する価格は完全な自由競争の原則によって定まるものではない。生産者と消費者とが経済的に隔離せられていて、両者の連結が全く商業者へののみ依存せねばならないときには、その商業者は生産者の単なる販売代理人ではなくて、商業者はそれぞれ独自の分野と領域をもつことになり、彼の自主的意志に基づく価格形成力が優位をしめるのは明らかである。これが、商業の領域に固有な問題の一つである。小売市場には、いわゆる不完全競争・独占的競争、（時には部分的地域の独占）と称される競争が行われる。かかる競争の下では、小売業者は自ら独力で自己の販売する商品の売価を決定し、（製造業者により売価が決められている場合を除いて）独自の方策にしたがって売価を勝手に左右しうるのである。そこでは小売商の数が多ければ多い程、代価は安くなるであろうというスミスの原則は貫徹しえないのであって、終局的には自由競争の法則が働くけれども、個々の品物の一時的、地域的な代価についてはむしろ準独占代価の法則が支配する。したがって、小

売商はその代価を独自の意志に基いて、最も利益になるようにところに定めることができるわけである。^(注4)そこでは、生産者価格・卸売価格・小売価格の差異における特殊性の吟味は、単なる生産諸費用の差でなく、商業固有の領域の問題として考察せらるべきものである。このことは、小売市場には小売商の数が多い場合においても完全な自由競争が行われえないことを意味するものである。

一八五〇年以後、英国においては小売商業の性質は急速な変貌をみるに至った。均一価格政策は商業者により一般に採られるところとなり、競争の排除を可能ならしめる大規模小売商は、小売市場においてかなり大きな勢力をもつに至った。^(注5)以上のような小売市場の変貌は、経済理論の研究にも反映しないではいかなかった。すなわち、交換は経済社会の全構造によっても影響をうけ、差異を生ずるものであることに認識が示された。かくして、小売市場や小売価格について、J・S・ミルの「経済学原理」(Principles of Political Economy)における小売価格と卸売価格との対比、或はA・マーシャルの「記念論文集」(Memorials of A. Marshall)の中に収録されている「小売価格の考察」K・ウィクセルの「経済学講義」(Lectures on political Economy vol. 1. (1934))の中の限定的競争下の価格形成(Pricing under Limited Competition)における小売商の価格形成(Pricing in retail trade)などの文献が現出した。かくして、小売市場はもちろんのこと卸売市場さえも決して完全な競争市場として考えられるべきものではなく、一方に

おいて競争的な要素をもちつつ、しかも他方において独占的な要素をもつという意味で競争と独占の両勢力の競合した中間的な状態にあるものとして、これに分析を加えたロビンソン(J. Robinson)流の、或はチェンバリン(E. H. Chamberline)流の見解が、卸売・小売という商業の領域の経済的分析を意図する場合の理論的用具として用いられるに至ったことは決して偶然ではない。^(注6)このように、競争と独占との二つの領域を結合する経済理論は、従来の非現実的な完全競争の仮定を排除して、独占・不完全競争の下における価格決定についての問題の展開を通じて、より一層経済学を現実に近づけるべくその理論的武器をわれわれに与えた。^(注7)われわれは、それによつてはじめて現実の商業の成立をヨリよく説明しうるものとなり、すすんで現実の商業政策に対しての理論的根拠をも与えられた。しかして生産と消費との運河を連結する商業の領域では、価格の決定が種々の複雑な錯綜のうちになされることが認められ、それ迄等閑視されていたか、或は見落されていた領域に惹起する諸問題について、不完全・独占競争の理論を分析用具として適用した研究が若干試みられてきた。英国における最近の商業理論のもつ傾向はその一つの現われと云えよう。

これを要するに、一九三〇年以前の経済学の想定した市場形態の下においては、商業者固有の活動領域はもとより存在しえないし、商業者は生産者の単なる分身か、代理人にすぎず、生産されるものはすべて原理的には生産的売手により売却される。したがって、商

業者は、彼本来の商業者としての方策を講ずることは当然出来ない。十八・九世紀の古典的経済学者によって構想された完全競争市場は資本主義の高度化にともなうて現実から遠ざけられ、いまや完全競争の仮説のもとに構想せられる小売価格の形成の可能性は全く考えられなくなった。実際、ロビンソン夫人の云うように、完全競争の仮説は、価格の分析を単純化するのに非常に便利ではあるが、それが現実の世界において満足せられると期待すべきなんらの理由も存在しない。^(注8)かくて、幾多の非現実的な条件に立脚して、市場の不完全性をもたらず諸要因を捨象した仮説の上に導かれたイギリスの伝統的経済学が、すでに仮説において商業の分野を排除してしまっているとするM・ホール女史の主張はまさに首肯しうるところである。かかる理由からしてこれらの仮説は商業の分析にあたつては、最も重要な現実部分を排除している点において悪しき仮説と云わねばならない。^(注9)ただし、厳密な意味での競争はこのように制限されているとはいえ、「完全競争」の主要な諸前提が理論経済学の確立と発展の上に重要な役割を果たしたことは見逃しえないし、確かにこれらの仮説は現実の経済活動の分析に当っての第一次的仮説となるべきものである。だが、しかし伝統的経済学がかかる諸前提にあくまでもとらわれている限りは、さらに一步前進した高次の分析の段階において種々な困難に直面することは必至である。^(注11)その意味において古典学派的経済理論は、それを直ちに現実の複雑な商業の領域の分析に適用するにはそれに充分な態勢と分析用具を欠く無力な

ものと云わねばならない。ここに新しいヨリ現実的な仮定に立脚した動態的な研究方法と考察が価格構造、売価方策等の理論的解明のために求められてきた理由がある。元来商業の理論を欠いている経済理論を商業の分野に適用できるか否かは、筆者をして云わしむれば標あれど弓なき弓術に等しく、現代の商業問題の考察に当って改めて反省すべき重要な側面であるように思う。

以上、A・スミスを中心として、古典学派における商業理論について若干の考察を加えたが、かれらにおいては暗黙の裡に「完全競争」が不可欠な前提とされ、その下における価格決定論は競争構造の特質に照応して一般に生産費説の唱導がその中心をなし、経済理論の成立過程においては商業の特殊性が生産過程の中に吸収され、商業領域の独自性は無視されることになった。それにもかかわらずわれわれは、スミスにみられる商業機能分析の意義を(専門化との関連において)見失うものではない。もとよりこの問題は以上で終るものではなく、次の機会に展開するところであるが、J・S・ミル、^(注12)J・E・ケアンズ、^(注13)H・シイジウィック^(注14)等が、漸次具体的に小売市場の不完全性の諸要因——①人間は自由意志をもつ ②経済生活には様々なものが織込まれて複雑をきわめている ③人間の経済知識の不正確——等の交換における質的差異に着目し、諸製品間の価格差異・配給過程での価格差異について若干の論究を行ったことにつらなる。さらにその後、古典学派経済理論の単純なかつ厳格な仮説を修正、限定する過程を通じて、伝統の経済理論を現実の複雑

な商業領域におこる問題の分析に適用しうるものたらしめようとする試みが、マーシャル等によって代表される新古典学派によってなされることになった。価格決定の問題は、さらに現段階の資本主義経済における競争構造に典型的と思われる「不完全競争」下の価格決定の様式、さらには少数巨大企業によって産業が統制・支配せられてゐる寡占形態の下における価格決定、非価格競争の基本的姿態を折出し、検討を加えねばならない。この場合、従来の配給論における商品別研究が、取引商品の種類により流通段階に種々の差異が生れることを明らかにしているが、われわれは、小売市場における商品別による価格形成の問題を考察する場合に、十二分にその技術的成果を摂取し、その分析に役立てるべきだと考える。ただ紙幅の限られた本稿では、商業経済学の学説史的回顧の基本的出発点として、完全競争下の価格理論に分析を限定し、経済学の祖スミスの立言を通じて古典学派におけるその分析視角を明らかにするにとどめた。

一九五八年五月稿

(注1) 市場における取引関係の不透明性或は取引行動の非合理性については福田敬太郎博士が「消費者市場の不完全性」について、取引の不円滑、価格の不適正の傾向の強く働く点につき言及している。(国民経済雑誌第九四巻第一号)

(注2) A. Marshall, Retail Prices in Memorials of A. Marshall, ed. by A. C. Pigou, 1925, p. 353

(注3) H. Smith, Retail Distribution 1937, p. 127

(注4) 向井鹿松「小売市場の特質と不完全競争」中央大学七〇周年記念論文集二八七頁

(注5) J. B. Jefferys, op. cit. pp. 1~39

ジイフアリイは特にこの時期を革命的变化の時代であるとし、その要因の一つは社会経済的基盤の変化に求め、今一つは配給構造それ自体がもつダイナミックな性質に求めている。

(注6) J. Robinson, The Economics of Imperfect Competition 1948 p. 21 E. H. Chamberline, The Economics of Monopolistic Competition, 1956, p. 116 チェンバリンもロビンソンも現実の事態を競争的にして独占的な混合形態としてみて、これらの事態に妥当する理論の形成を試みたが、その重点はむしろ競争理論に対する徹底した批判にあった。すなわち、完全競争の前提にたつ理論が、販売者の需要創造及び増加のための一切の努力を何の意味もない、無効なものとしているに対して、この理論は生産費と販売費の俊別から、そのような行為、努力が必要であり、かつ有効なものであるという理論的根拠を明らかにした。(山川義雄「経済理論と配給理論」(一)一五—一六頁早稲田政治経済学雑誌二二一号)

(注7) H. W. Huegy, Price Decisions and Marketing Policies "Changing Perspectives in Marketing," 1951, pp. 228~9

(注8) J. Robinson, op. cit. p. 88

(注9) M. Hall, *Distributing Trading*, 1944 p. 30. p. 38 片岡一郎訳「商業の経済理論」三六頁 四五—四六頁 H. Smith, op. cit. pp. 126~7

(注10) J. S. ミルの言葉によれば、「政治経済学は競争の原理によって始めて科学の性質をもつと主張しうるに至る」 J. S. Mill, *Principles of Political Economy*, ed. by Ashley, p. 242

(注11) Y. Yamakawa, *The Formation of the Major Pre-nise of Modern Economics*, Waseda Journal of Political Science and Economics, No. 116 p. 158

ハイエクの完全競争の仮説と現実の競争についての所説の要旨に省察を加えることは、われわれの考察を進める上に役立つところが非常に多い。ハイエクの見解の要旨は不完全競争が現実の競争の実態であって、企業経営者は、かかる現実の事態に即応する競争を与えられたものとして受取り、これに対処しうるよう行動態様を定めるべきであるとするものである。(F. A. Hayek, *The Meaning of Competition-Individualism and Economic Order*, London, 1952, pp. 92~106) 山東茂一郎「独占的競争と配給経営」商学研鑽六九—八〇頁参照。

(注12) ミルは卸売商業を商業取引としてみたが、小売売買は、*「怠慢やつまらぬみえ」* (indolence and vulgar finery) により特

古典学派における商業理論の展開

色づけられるとした。かくて、ミルによれば、実際に顧客によって支払われる小売価格は、競争よりむしろ慣習によって決定される。(J. S. Mill, op. cit. pp. 242~3 p. 246 pp. 440~1)

(注13) ケアンスの主張によれば、競争は小売価格の決定には極めて緩慢にしか作用しないので、小売商の過剰と小売資本の過剰をもたらすことになる。(J. E. Cairnes, *Some Leading Principles of Political Economy*, 1874, pp. 109~15)

(注14) 十九世紀も終末に近くなると、小売価格決定の局面に対するそれまでの理論に対する不満がしだいに具体化されてきた。それと同時に、一方において小売価格の高価なる理由についての分析がなされるに至った。シイジウィックは、小売価格は市場価格を決定する法則の適用できない例外的なものであるとして、「独占」或は「結合」なる項目のもとで論じている。(H. Sidgwick, *The Principles of Political Economy*, 1901, pp. 338~355)