

經濟論叢

第139卷 第4・5号

- 生成期のマーケティング論(上)……………近藤文男 1
- 電電公社民有化会計の經濟的帰結(2・完)……醍醐聰 20
- 多国籍企業の地理的展開における
研究活動の役割……………ジャンカルロ・ノニス 35
- 12月危機とシャット……………山中浩司 53
- 修正寄与率についての一試論……………橋本勝 69

書評

- David Reisman, *The Economics of Alfred
Marshall*, Macmillan, 1986. ……………根井雅弘 83
-

昭和62年4・5月

京都大學經濟學會

〈書評〉

David Reisman, *The Economics of Alfred Marshall*, Macmillan, 1986, ix+433. pp.

根 井 雅 弘

かつてあるマーシャル研究家は、「はっきり間違うよりもぼんやりと正しい方がよい」というウィルドン・カーのモットーは、またマーシャルのモットーと言ってもよいかもしれない、と述べたことがある。(G. F. Shove, “The Place of Marshall’s *Principles* in the Development of Economic Theory”, *Economic Journal*, Vol. 52, December 1942, pp. 249-329.) 経済理論家の目からは、マーシャルのそのような態度はけっして容認すべきではないものにつつたかもしれない。実際、ポール・A・サムエルソン教授のような理論家は、「私が経済学で、もっとも過大評価されている通貨の候補にしたいのは、アルフレッド・マーシャルである」(『経済学と現代』、福岡正夫訳、日本経済新聞社、1972年、82ページ。)と述べ、理論家としてのマーシャルの力量を割引く考えを持っているようである。

ところで、わが国は、J・A・シュムペーターを介して近代経済学が導入されたという独特の歴史を持つ国であるため、彼の尊敬したレオン・ワルラスの流れをくむ経済学が学界に対して圧倒的な影響力を及ぼしてきた。その方面での日本の経済学者(特に、数理経済学者)のすぐれた業績を評価するにもとより評者はやぶさかではない。しかしながら、そのことゆえに、19世紀から20世紀への変わり目にあたってアングロ=サクロン諸国の経済学を支配したのがアルフレッド・マーシャルであったことが、ともすれば見落とされやすいように思われる。本学の菱山泉名誉教授の言葉を借りれば、「その当時には、ワルラスやシュムペーターではなく、マーシャルこそが欧米学会を支配していたのであり、彼の創設したケンブリッジ学派が新古典派の牙城であったし、新古典派経済学とは、何よりもまず、マーシャルが再構築したイギリス古典学派経済学の「現代版」(modern version)を指していた」(『エコノミクス巡礼②:ディヴィッド・リカード』『経済セミナー』1987年6月号、78ページ。)のである。

評者が、外国人によって書かれた久々のマーシャル研究書であるデイヴィッド・ライスマンの『アルフレッド・マーシャルの経済学』を取り上げる意味の一端も、そのことを再確認することにある。本書の構成は次のとおりである。

- 1 イントロダクション
- 2 需 要
- 3 供 給
- 4 経済と規模
- 5 不経済と規模
- 6 市場構造
- 7 分 配
- 8 土 地
- 9 労 働
- 10 資 本
- 11 組 織

経済学史の書物には、いくつかのタイプがあるけれども、本書は、たとえばシュムペーターの『経済分析の歴史』（1954年）のように、過去の経済学説を自ら正しいと信ずる理論（シュムペーターの場合は、一般均衡理論）の眼鏡を通して評価した研究書ではない。むしろ本書は、マーシャルの経済学説を彼に忠実にできるだけ網羅的に提示することに集中した書物と言えるであろう。そのタイプの研究としては、広く文献を渉猟した上で書かれている点で、本書は成功した部類に属していると思われる。しかしながら、われわれは同時にそのような学史の限界も認識しなければならないと評者は思う。例をあげながら、その点を少しく説明してみよう。

第2章から第5章にかけての内容は、マーシャルの需要供給均衡理論に深くかかわってくるきわめて重要な部分である。ライスマンは、マーシャル経済学の“Key concepts”であるところの時間区分・直接費および間接費の区別・正常性・代表企業・内部経済等々を詳細に説明しているのだけれども、残念ながらマーシャルの需要供給均衡理論の核心を描き出すことにいまひとつ成功していないように思われる。マーシャルの経済学の生成過程を考える場合、「収益遞増の下での競争均衡」の可能性をめぐる問題がマーシャルに投げかけたインパクトをけっして無視してはならないと評者は思う。マ

ーシャルは、その可能性を論証するために、外部経済という一種の便法的概念を考案したのである。マーシャルの論証に潜む致命的欠陥は、彼の権威が欧米の経済学界を支配したために、1920年中葉に到るまで等閑に付されていた。（言うまでもなく、評者は、Piero Sraffa, “Sulle Relazioni fra Costo e Quantità Prodotta”, *Annali di Economia*, 1925, pp. 277-328. の学界に及ぼした衝撃を念頭に置いている。）しかるに、ライスマンのこの本には、そういう問題意識が稀薄であるように思う。スラフファの名前は、この本全体を通じてもたったの二ヶ所、それもあまり核心を貫くとは言いがたいところに登場するのみである。

第6章は、マーシャルの市場構造にかんする考えを、完全競争・独占的競争・独占・寡占のそれぞれについてやはり詳細に説明している。尊敬すべき努力であると思う。ライスマンは、新古典派経済学——ここでは、今日普通使われている意味においてこの言葉を用いる——のように独占と競争を峻別する考え方と違って、マーシャルはそうした二分法では現実の世界をとらえることができないことを認識していたことを強調したのであろう。彼がその証拠としてマーシャルの次の文章を引用し、そこに「自然は飛躍せず」というマーシャルのモットーを見てとっているのは卓見である。すなわち、「独占と競争は観念的には遠く離れているが、実際には見分けがたい程度でもって一方から他方へ移っており、ほとんどすべての競争的な企業のなかに独占的な要素が存在しており、また、現代において実際上の重要性を何ほどか持つようなほとんどすべての独占は、その力の多くを不確な条件のもとで保有しているに過ぎず、したがって、直接間接の競争の可能性を無視するならば、遠からずして独占力を失うことを、間もなく明らかにするであろう。」(Alfred Marshall, *Industry and Trade*, 4th edition, 1923, p. 397. 永沢越郎訳『産業と商業』第3巻, 信山社, 1986年, 4ページ。)

しかし、欲を言えば、マーシャルの市場構造論とワルラスのそれとの比較をまじえながら議論してもよかったのではないかと思う。

第7章から第11章にかけての内容は、マーシャルの分配理論と関係している。というのも、マーシャルは生産要因として、土地・労働・資本・組織の四つを取り上げたからである。ライスマンは、そこでも、賃金・地代・利子（および利潤）についてのマーシャルの考えを申し分なく説明していると言ってよいであろう。しかし、マーシャルの経済学体系をクリアに提示するという点では、それは少しく不十分の観を与えるように思

われる。

マーシャルの分配理論が問題となるのは、それが彼の『経済学原理』（第1版1890年、第8版1920年）の核心をどうおさえるかという解釈にかかわる問題だからである。通説は、マーシャル体系の核心を、需給均衡理論を展開した第5編であることとらえている。経済分析の歴史という観点からは、『原理』の中で第5編がもっともすぐれていることを評者は否定しないし、後世に残ったのもその第5編であった。しかし、マーシャル自身は、第5編は予備的なものであり、構成は第6編「国民所得の分配」からはじまると考えていたのである。(Alfred Marshall, "Distribution and Exchange", *Economic Journal*, Vol. 8, 1898.)

とすれば、マーシャル体系にとっての第6編の持つ意味をもう少し掘り下げる必要があるであろう。その点で重要となってくるのは、マーシャルが分配論を重視したミルから経済学の研究をはじめたこと、企業者階級への経済騎士道の教育と労働者の社会教育とを軸として国民分配を増加させるという経済進歩に彼が期待をかけたこと、したがって古典派経済学の賃金基金説の批判を企てたことであるように評者には思われる。思想的な影響から言えば、ダーウィンやスペンサー流の進化論思想がマーシャルに及ぼしたインパクトも無視することはできない。以上のすべてが、ライスマンの叙述には欠けている。

すでに述べたように、19世紀から20世紀にかけての世紀の変わり目に、アングロサクソン諸国の経済学界を支配したのは、マーシャルの権威であった。したがって、マーシャル研究家は、マーシャルがその権威を確立していく過程とその権威が崩壊していく過程を解明するという課題を果たすことを要求されているのである。

ライスマンのこの研究書は、マーシャルについての網羅的な知識を与えるという点では充実した内容を有する書物である。評者はその努力を深く尊敬するものである。しかしながら、マーシャル経済学の体系のクリアな提示をもとめるような読者に対しては、少しく不満をおぼえさせる書物であるかもしれない。