

アルフレッド・マーシャル(1842~1924年)は英国の大経済学者で、新古典派と呼ばれる現代の経済理論の創始者の一人とされる。ケンブリッジ大学で教鞭をとり、A・C・ピグーやJ・M・ケインズなど、経済学をけん引した多くの弟子から大変に尊敬されていたことでも知られる。マーシャルの流れをくむ経済学者たちはケンブリッジ学派と呼ばれる一大学

# やさしい経済学

## 危機・先人に学ぶ マーシャル

### ■ クールな頭 温かい心



京都大学教授 矢野 誠

派を形成し、現代経済学の発展に大きな貢献をした。

「クールな頭、温かい心」というのはマーシャルの有名な言葉である。これは1885年、ケンブリッジ大教授に就任した際の記念講演で述べられた。しかし、有名であるがゆえに、意図と随分違って伝わっているように感じる。現代に生き

る我々がマーシャルから何かを学ぶには、最初に彼の本当のメッセージに触れておくのもよいだろう。

「クールな頭、温かい心」は、経済学や経済政策に携わるものにとって不可欠の素養だとされる場合が多い。しかし、彼が伝えたかったのは安易なパターンリズム(父権主義)ではない。

大学教授として、学生たち「クールな頭」だけでなく「温かい心」も身に付けてもらい、卒業後、実業の場において、身の回りで起きている生活苦の解決に少しでも手を差し伸べようとする人たちを増やしていきたい、というのが彼の考

えである。マーシャルの思想は、人間は誰もが利他的な心を持つ、という見方に支えられている。

当時、極貧にあえぐ人々がたくさんいた。そうした人たちが、より良い住居、より良い食事、より長い余暇を築くには、より大きな富を作りだし、その富を適切に分配し、利用する必要がある。そのため、一人ひとりが冷静な判断に基づき生産活動に従事すると同時に、少しずつ利他性を発揮することが最も近道だというのが彼の考えである。

現代は当時と比べると、格段に豊かになった。といっても、一人ひとりが「クールな頭」と「温かい心」を持つことが、豊かで明るい経済を創出するために不可欠だということに変わりはないだろう。

やの・まこと 52年生まれ。ロチェスター大博士(経済学)。専門は理論経済学

マーシャルと言われて最初に思いつくのは、その著書『経済学原理』で展開された需要曲線と供給曲線による市場の分析手法である。出版以来120年以上の間、この手法はそれぞれの時代の経済問題の分析と解決に役立ってきた。しかし、今我々が学ぶべきなのは分析手法ではなく、彼の経済学を支えた思想だと思う。マーシャルの本が書かれたのは、第2次産業革命直

# やさしい経済学

危機・先人に学ぶ マーシャル

## 市場をうまく使う

後の「大不況」と呼ばれた時代（1873～96年）である。この不況は73年、ドイツが通貨と銀の兌換（だかん）を停止したことをきっかけ、銀価格が崩落したことをきっかけとしている。米国では、北部大陸横断鉄道の建設を推進していた大銀行が倒産に追い込まれ、鉄道建設への過剰投資が顕在

化した。英国は「大不況」の期間を通じて倒産、失業に悩まされ、国際市場における優位性を失った。「大不況」の時代のように経済がうまく行かなくなると、市場否定の風潮が生まれがちである。しかし、そのような時こそ「市場は良いものだ」ということを再認識する必要があるとい

う主張を「原理」から読み取ることができる。現在はマーシャルの時代とよく似た状況にある。IT（情報技術）革命の後、2000年のITバブルの崩壊、08年の世界金融危機、最近の欧州危機とみてくると、市場がうまく機能しているとはとても言えない。日本経済も同様で、原発事

京都大学教授 矢野 誠

故もあり、1990年代初めからの長期停滞の深刻化に苦悩している。筆者は10年ほど前に、日本社会の問題は「市場の質」の低さに起因すると考え、どのようにしたら、より良い市場が形成できるかという問題を提起した。それと同じ問題意識に立つのが「原理」であるとみることが可能である。

よく「ハサミは使い方次第」といわれる。市場も同様で、使い方を誤れば、いろいろな問題を生じさせる。しかし、うまく使えば社会に大きな潤いを与えてくれる。では、どうしたら市場をうまく使いこなせるのかを考えよう、というのがマーシャルと筆者に共通する問題意識だと言える。現代とマーシャルの時代は違う。だが、豊かで明るい経済を実現するために、混迷の時代を生きた彼の思想から学ぶものは大きい。

価格は取引の良しあしは、市場が長い間の歴史で培った公正性の基準によって定まるとマーシャルは考える。これは筆者が提唱する「市場の質理論」とも共通する見方である。

「ボックリ商法」とか「法外な値段」といったものは洋の東西を問わず、いつの時代にも存在した。そういう商法や価格が横行するようでは、質が高い市場だとは言えない。同

## やさしい経済学

時に、無駄ばかりたれ流している市場も良い市場とは言えない。市場の質は無駄のなさや価格の良さを反映するというのが筆者の考えである。

現代の経済学では、無駄のなさが極めて重視されている。「パレート効率性」という概念は無駄のない状態

を記述する概念であり、現実の市場の機能は、そこで達成される状態と「パレート効率性」な状態との比較で語られる。

一方、良い価格という概念は現代の経済学には登場しない。しかし「法外な価格」という表現も示すように、現実の市場取引は効率性とは別に、公正性という

基準で律され、それによって価格の良しあしが決められているようにみえる。

では、具体的には何を公正性の基準と考えばよいのだろうか。この問題は、マーシャルの時代までは繰り返し検討されてきた。18世紀のアダム・スミスは自然価格（売り手が品物を販売してもよいと考える最低

### 危機・先人に学ぶ マーシャル

## ③ 効率性と公正性

京都大学教授 矢野 誠

の価格)という概念を提示し、市場価格とは別物であるととした。

例えば、独占企業は供給を減らすことで、自然価格より高い価格を設定する(ので良くない)というのがスミスの考え方である。カール・マルクスの搾取理論も適切な賃金率(労働の価格)と現実の賃金率の乖離(かいら)を問題にしていると考えてもよいだろう。

マーシャルはスミスの自然価格という概念を発展させて「正常価格」という考え方を提示した。マーシャルが何をもちて正常価格と定義したのかについては、議論が分かれるかもしれない。正常価格を効率的な取引を支える価格に等しいとみることもできる。と同時に、マーシャルは公正な価格という考え方にも触れ、それも正常な価格であると述べている。

代表的な英語の辞書である「ウェブスター」では、「公正性とは、一般に認められ確立された掟(おきて)、またはゲームや他の競争的活動のルール、に従っていること」と定義される。

公正性を語るには、それが基準とするルールが何かを考へなくてはならない。マーシャルによれば、昔から市場では、お客に逃げられてしまつほど高い利潤率は公正ではなく、ビジネス

危機・先人に学ぶ マーシャル

4 競争というルール

スガしぼんでしまつほど低い利潤率も公正ではない、と考えられてきたという。

この考え方は、ルネサンス時代から培われてきた「レックス・メルカトリス(商務法)」という法体系に基づいている。この法体系は定期市などの場で商業に

関わる人々によって作られた。現代では米国のM&A

(合併・買収法)にも引き継がれ、国際商務の調停の際にも有効と言われている。

レックス・メルカトリスの下では、売り手と買い手が価格に合意できないまま取引を行つてしまつた場合、別の場で同じような品物が同じような状態で取引された際の価格が公正だとみなされる。つまり、公正

な価格というのは、取引に実際に従事する売り手と買い手が決めるのではなく、競争的な立場にある売り手と買い手の取引によって定まるということである。

このような考え方が形作られたのは、参加希望者を締め出してはならないという市場競争の本質が、中世以来、直観的に理解されて

いたからであろう。市場は自由に出入りでき、参加者を選別しないルールだからこそ、逃げよつとする顧客を縛りつけて高い価格を強制するのは公正ではない、とマーシャルは考へたと解釈することもできる。

京都大学教授 矢野 誠

も不思議ではない。

独占権は政府が与えることが多く、その意味では独占価格も「法の内」である。しかし、それをもって公正と即断することはできない、というのが中世以来の伝統的ルールが教えるところである。価格の良しあしは公正性という基準で定まり、その基準の理念は競争にあるという筆者の考へは、マーシャルを受け継ぐものである。

与えられ、競争者が締め出されれば、買い手が納得する公正な価格は形成されにくい。買い手は「法外」な価格を払わされたと感じて

やさしい経済学

市場での公正性の理念は競争にある。この考え方はレックス・メルカトリス(商務法)という中世以来の商取引の伝統を通じて形成されてきた。筆者はそれを「競争上公正性」と呼んでいる。マーシャルは、競争上公正性を反映した価格が形成できなくては、ビジネスの繁栄も望めないと指摘する。その通りで、生産者にとっては自らの生産物の価値が正しく評価されること

## やさしい経済学

### 危機・先人に学ぶ マーシャル

### 適正な価格

が次の生産活動に備えるための必須条件である。モノの価値が適正に評価されなくては、経済の健全な発展・成長につながらないと言ってもよい。こうした考え方は、1980年代から90年代にかけて整備された米国のM&A(合併・買収)法にも反映されている。M&Aでは、

売却後も現経営者が企業に不可欠とみなされ、経営に残ることも少なくない。しかし、その場合は株主を無視し、自らの利益のために売却したという疑義が生じても不思議ではない。そのような疑いが出てくると、経営者は売却が公正に行われたことを自ら立証しなくてはならない。その

際の判断基準が「全体公正性」と呼ばれ、他の買い手発掘のために十分な努力を行ったか、もっと良い値段で買ってくれる買い手がいなかったか、などが検討される。ここからも、市場での公正性の理念が競争にあることがみてとれる。企業という生産の媒体も、起業家や経営者の生産

矢野 誠 京都大学教授

活動を通じて創出される生産物である。80年代の米国で起こったM&Aブームが企業の肥大化・硬直化の是正につながり、その後のIT(情報技術)革命の下地が作られたとも言える。この時期にできたM&A法は、競争に公正性(適正な価格)の基準をおくことで米国の産業構造の転換に寄与した。

わが国では今、ちょっとしたM&Aブームが起きている。NTTによる南アフリカのデイメンション・データ、武田薬品工業によるスイスのナイコメッド、東芝の同ランディス・ギアなど、数千億円を越す買収が行われている。今後は国内でも企業の構造転換のため一段と盛んになるだろう。色々な経済活動が経済の発展・成長を支えるには、競争という理念の下で公正な取引が行われる環境を作ることが不可欠である。

マーシャルは希望と自由と変革が総合的な「効率性」の三要素である、と言う。

彼の「効率性」は現代の考え方よりも広い意味を持ち、「富の形成」といった意味を含む。

現代の我が国が、未来へ向けて明るく豊かな経済を創出するには、マーシャルの言う「効率性」を実現する必要がある。そのためには「希望と自由と変革」が重要だということになる。

# やさしい経済学

## 危機・先人に学ぶ マーシャル

### 希望と自由と変革

では、どうしたら「希望と自由と変革」を実現していくことができるのだろうか。答えは良い市場をつくらなければならない。

筆者の考えである。

マーシャルによれば、当時の植民地は力強さでもエネルギーでも母国をしのいでいる。その理由として、土地が豊かで必需品が安く

手に入ることもあるし、人々の精神力もあるかもしれない。しかし、最も重要なのは希望と自由と変革であり、それこそが新世界における富の蓄積の原動力なのだと思われる。

この話を讀むと、希望とは、自らの求めるものをつかみ取るために、自らの手で自らの生活する社会の将

来を構築できるという強い思いのことなのだろうと思う。そう思った思いがなければ、海の向こうの植民地へ移り住むエネルギーは生まれない。しかし、植民地を持たない現代人はどこに希望を見いだせばよいのだろうか。

私が考える答えは起業であり、産業の創出である。

京都大学教授 矢野 誠

我が国も優れた技術をたくさん保有している。にもかかわらず、1990年代から続く長期停滞に原発事故が追い打ちをかけ、我々は希望に満ちた社会の未来像を描けないでいる。それは一人ひとりが起業に関わり、新しい社会を支える生産技術や産業の創生に携わっていく道が閉ざされているからではないだろうか。そうはいっても、すべての人が起業家になれという

わけではない。高質な資本市場、特に高質な株式市場は普通の人が自分の未来を託すに足る生産技術や産業を選択できる場を提供する。多くの人に株を買ってもらえる企業や業種は投資資金の調達が容易になり、拡大する。人々が投資選択を通じて自らの将来を託せる社会を形成できる経済こそ、現代社会に希望の光をもたらすものだということである。

マーシャルは、人間の生活や組織のあり方が変化することの重要性を繰り返し述べている。変化といっても漫然としたものではなく、知識、技術、機械などの差別化によって、より高度な分業を達成することが強調される。同時に、差別化によって分かれたパーツを統合するために、組織や交通・通信ネットワークも必要となる。パーツが変化するなり、組織やネットワ

## やさしい経済学

ークも変化していかなくてはならない。  
変化は待っていれば自然と起きるといえるものではなく、積極的に求める努力が必要ともマーシャルは主張する。変化ではなく「変革」だということである。  
マーシャルの主張する分業や差別化は多様性の追求とも言い換えられる。市場

は弱肉強食だという意見を聞くことが多く、勝ち組と負け組をつくりだすと騒がれたこともある。しかし、良い市場を持つ経済では、そうした見方は適切ではない。多様性を追求することで、人々は自らが最も得意とする分野に特化し、専門家となれるからだ。そうなれば自分が負け組と感じる

ことはまずない。  
高質な市場ほど効率性の高い特化や分業を可能にする。つまり、弱肉強食による自然淘汰といったことを心配せずに済むのが、良い市場を持つ経済の特徴だということである。  
専門家が重要といっても、いわゆる「専門バカ」では意味がない。マーシャ

### 危機・先人に学ぶ マーシャル

## 多様性の追求

京都大学教授 矢野 誠

ルが言うように、多様化された部分部分を組織化する必要があるからだ。大切なのは、それぞれの部分を他の部分につなげる「インターフェイス」をつくることである。自らの専門が他の世界でどのように役に立つかを常に考え、受け皿を広げよと言いつつ換えてもよい。  
マーシャルの時代から1世紀以上の技術革新の積み重ねの結果、現代社会は当時とは比べものにならない

ほど幅の多様性を享受する機会に恵まれている。一方、日本人は多様性や変化を嫌う傾向が強く、市場を高質化し、多様性をすばやく社会に組み込む努力を怠ってきた。  
これまで変革を避けてきた我が国は1990年以降の長期停滞を経て、根本的な変革の時期に差し掛かっている。それをスムーズに達成していくには、市場の高質化が不可欠である。

マーシャルの「経済学原理」では、全編を通じて「経済的自由」の重要性が強調される。当時のビジネスや産業は以前とは異なり、自立的で先見力に富んだ自由な選択によって導かれるようになった。それが「経済的自由」である。

# やさしい経済学

「経済的自由」が確立できたのは「意図に基づいた思考」ができるようになったからだとマーシャルは言う。しかし、それは産業社

会に暮らす「都会人」の話で、産業社会から離れた人々は「意図に基づいた思考」の訓練が十分ではない。社会全体の生活水準を上げるには、これができる人を増やす必要がある。それには良い教育が不可欠だとマーシャルは教えている。

「意図に基づいた思考」というのは、行為や事象の原因と結果を、様々な可能性を考えて分析するということだろう。ある行為が原因となり次の行為を引き起こされる場合も多い。そのような行為と行為の連鎖の中では、行為の結果として起きる行為についても結果を考えなくてはならない。

産業社会を支える「意図」に基づいた思考を育てるには、高質な社会科学教育が欠かせない。自分の置かれた状況で、どのような意図をもって相手が行動するのか、その行動が自分や第三者にどんな効果を持つのか、そうしたことを広く深く考える訓練をするのが、本当の意味の社会科学教育である。

マーシャルの「クールな頭」というのは「意図に基づいた思考」ができる能力のことだろう。また「温かい心」というのは、第1回で述べたように、自らの経済活動を通じて多数の人に恩恵を提供したいと願う利他的な心のことである。

## 危機・先人に学ぶ マーシャル

## ⑧ 意図に基づく思考

矢野 誠

京都大学教授

「意図に基づいた思考」を身に付けた人が格段に増えた。そういう人がどれだけいるかが、その国の経済力を決めていると言ってもよいかもしれない。にもかかわらず、日本人は苦手とする一方で、「意図的な行為」というと、悪だくみに聞こえてしまう。そういう現状は高質な社会科学教育でしか打破できない。

マーシャルの「クールな頭」というのは「意図に基づいた思考」ができる能力のことだろう。また「温かい心」というのは、第1回で述べたように、自らの経済活動を通じて多数の人に恩恵を提供したいと願う利他的な心のことである。

そうした能力と心を併せ持った人々がより多く参加する市場では、高い効率性が達成でき、より公正な取引が可能になる。それが高質な市場である。



経済学におけるマーシャルの最大の功績は、市場を通じて売り手も買い手も潤う可能性を厳密な経済モデルに基づいて示したところだろう。良い市場は極めて利他的なことを示したといってもよい。

「確実なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし」とは、江戸時代末に呉服店として急成長を遂げた現在の高島屋の創立者が、店是として定めた言葉

## やさしい経済学

である。当時の経済にも市場の利他性を理解する人がいたということである。

良い取引というのは、単に自分だけを潤すのではなく、取引相手も同じように潤してくれる。洋の東西を問わず近代から現代に至るまで、経済は市場から利他性を引き出すことで発展してきたと言ってもよい。

利他性の強い市場が賣の高い市場である。今世紀に入り、世界経済は高質な市場を維持できているとは言い難い状況にある。リーマン・ショックによって一般の機関投資家が大きな損失を被ったことが示すように、現代の金融市場は素人が手を出すと火傷をする鉄火場のような状態にある。

誰かが得をする分だけ他の人が損をする鉄火場は利他性とはほど遠い市場である。世界の資本形成をつかさどる金融市場が鉄火場になつては、それと運動する世界市場全体の質も高いとは言えない。

振り返ると、過去の大きな経済危機は市場が利他性の創出機能を失ったときに

### 危機・先人に学ぶ マーシャル

## 利他性強い市場

京都大学教授 矢野 誠

起きたことが分かる。19世紀にマルクスが問題にした資本家による労働者の搾取も、1930年代の大恐慌も、80年代終りの我が国の不動産バブルも、現代の金融危機も、市場の質が低下し利他性を失った市場で起きた危機と考えられる。

過去の経済危機を乗り越えることができたのは、適切な社会システムが形成されたことだ。21世紀の

世界に望まれるのは、構成員一人ひとりが豊かな生活を創り出していける利他的な市場に基づく経済である。20年を超す長期停滞を経験し、原発危機が収まらない我が国は、社会システムを見直し、利他性の強い市場経済を形成しなくてはならない。それが、マーシャルから学ぶべき最大の教えだろう。

(次回からは「ブローデル」を掲載します)