

## マーシャルの競争過程と産業組織

後 藤 晃

産業組織論の理論的な源泉の一つとして、マーシャルの理論が挙げられる。ベインは、産業組織論は、価格理論によるトラストの研究を父とし、産業についての制度的な諸研究を母として生成した、とのべている (J. S. Bain [1])。しかし、この系譜をさらにたどれば、マーシャルという祖父へと至るのである。

マーシャルのこの分野に関する研究は、「経済学原理」と「産業と商業」とにあらわされている (A. Marshall [4], [5])。後者は、その副題「産業の技術と経済組織」及びそれらが様々な階級や国々の状態へ及ぼす影響の研究」が示す如く、その対象とする領域は産業組織論のそ

れと一致している。そこでは、現実には独占と競争の混在こそが一般的であることがまずのべられ、そのような市場構造がどのようなバーフォーメンスをもたらすかについて検討されている。その過程で、潜在的競争 (マーシャルは、これを「間接的競争」と呼んでいる)、参入障壁、既存企業のカルテル等の協調的行動の問題、短期的利潤の追求と長期的な考慮との交錯の問題、期待の問題等が考察されている。このような意味で、われわれはこの書を産業組織論の古典として位置づけることができる。

すると、「経済学原理」の第5編で展開されている均衡理論は、この産業組織論を裏づけるところの価値論であるとみなすことができる。マーシャルの均衡分析を、

このように「産業と商業」との関係においてとらえ、その産業組織論的研究の基礎理論として位置づけ、この観点からこれを再検討することが、この論文の目的である。この均衡理論では、競争は完全なのか不完全なのか、不完全ならロビンソン・チェンバリンの不完全（独占的）競争論とどのように異なっているのか、マーシャルのとらえた産業の姿はどのようなものであったのか、といった点を中心に、分析を進めていこう。

## 二

マーシャルの均衡分析において、どのような市場形態が想定されていたのか、どのような企業行動が想定されていたのか、これらの点は必ずしも明確ではない。競争は完全であると仮定されているのかいまいちなのか、不完全競争の要素が考慮されるとすれば、どのような形で分析が行われているのか、明瞭にのべられていない。そこで述べられている企業のビヘイビアは、確かに完全競争の世界における企業のそれとは異なっている点が多い。この競争の不完全性を意味する論述は、よくいわれるごとくマーシャルの現実性を重視するという態度によって

すべてが説明されるべきものであろうか。サミュエルソンは、マーシャルの論述の中から競争の不完全性をよみとろうとする人々に対し、「彼等は、マーシャルにはすべてのことが述べられているというが、それは辞書にはすべてのことがのっているということと同じだ」と揶揄している (P. A. Samuelson [9])。しかし、マーシャルが競争の不完全性を意味するような論述を行ったとき、それは辞書に新たに一項目を付加するように書きしるしたのではないことはあきらかである。それは、彼の均衡分析と内在的に連関しており、その理論の構成要素として必要不可欠なものであったのである。このような点をあきらかにしつつ検討していこう。

「経済学原理」第5篇がマーシャルの均衡分析の舞台である。ここでは、まず出発点においては、「自由競争」が仮定されている。すなわち、

需要と供給の諸力は制約されることなくはたらい  
ており、売買いずれの側においても業者のあいだの  
稠密な連携は結ばれていない。自由競争が十分に行  
われて、買手は一般に買手仲間と自由に競争す  
るし、売り手も売り手仲間と自由に競争している。

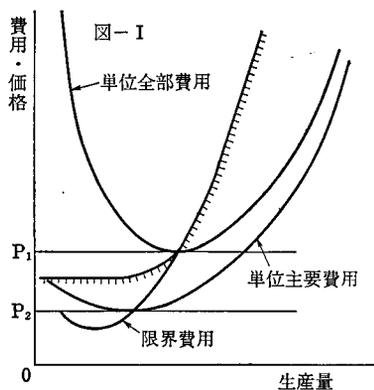
すべてのものは自分のために行動しているのだが、他のものたちがなにをしているのかは十分によくわかっていて、一般には他のものより安い価格で売ったり買ったりはしない。当面、完成財についても生産の諸要因についても、労働の雇用についても資本の借入れについても、こういう条件が成り立つものと想定しておくことにしよう (A. Marshall [4] P. 341)。

しかし、第6編の冒頭において、

ここで、もういちどわれわれは競争が完全なものだと想定しているわけではないことを注意しておいたほうがよいかもしれない (A. Marshall [4] P. 540)。と述べている。これからしられるように、最初に設定された自由競争の仮設は分析の進行していく過程においてゆるめられ、後には不完全競争的な市場構造がとりあげられているのである。ただそのような仮定の変更が明示的に述べられていないため混乱をまねきやすいことは否めない。この仮定の変更がどのような意味をもっているか、どのような意図のもとに行われたか、マーシャルのとらえた産業の姿とどのように関連しているか、という

事柄を考えていこう。

前半の自由競争の仮定の下では、ある財についての需要関数と供給関数が定義され、均衡の成立および安定条件の吟味が行われている。さらに、外生的な需要の変化に対する供給側の短、長期にわたる調整過程の分析も、この仮定の下で行われているとみてよい。ここで注意すべきことは、ここまでの分析において例としてとりあげられているのが、農業(小麦市場)と漁業であることである。これらは、売手買手がともに多数存在し、また製品は同質的である。すなわち、自由競争的な市場構造が存在しているとみなしてもそれほど非現実的ではない産業が例としてとりあげられているのである。このことは、マーシャルの慎重な考慮にもとづいていると考えられる。しかし、製造業(機関車の生産)を例にとって供給行動を説明するところから、状況はいささか異なったものとなってくる。それは、マーシャルの次の様な費用の分類と関係している。すなわち、彼は費用を、経営管理と販売の一般的費用(幹部職員の給与を含む)、一般的物理的減耗、工場の陳腐化による減価償却などからなる補足費用と、原料費、時間給ないし出来高払いで支払う



労賃および操業度に依存する減耗などからなる主要費用とに分類している。前者は長期に関わる概念であり、供給の長期的調整に関する費用である。後者は、短期的調整に関する費用

用であり、原則として短期において回収されねばならない。そこで、将来、補足費用がカバーできると期待されれば、短期においては市場価格がフルコストをわっても、主要費用さえ回収できれば、供給を続行するはずである。しかし、マーシャルは、売手はそのような供給行動はとらない、とのべている。すなわち、売手はもっと高い価格を死守しようとする、というのである。それは以下の二つの理由による。

(1) 低価格で供給に依ると、市場を軟弱にしてしま、将来、需要が回復した時に、顧客に対してもっとよい価格

を払わせる機会を失ってしまう。

(2) 低価格で供給すると、他の生産者のうらみをかうおそれがある。

これについて、ヘーグは次のように言っている(D. C. Hague, [3])。すなわち、第一点については、完全競争の下ではこのようなことが不可能であることはあきらかである。これは個別的な売手について需要の弾力性が有限の値をとることを意味している。あるいは、各売手について「固有の市場」が存在することを示している。さらに第二点は、売手の数がじゅうぶん多数でないことを意味しているとみられる。すなわち、第一点は製品の異質性による市場の不完全性と、第二点は売手数がじゅうぶん多数でないことによる市場の不完全性に対応している。

このことから、売手は主要費用をカバーできても、その価格がある水準以下になると、供給を制限し価格の維持をはかる、という行動をとるのである。このことを、フリッシュの図を借りて説明してみよう(R. Frisch, [2])。

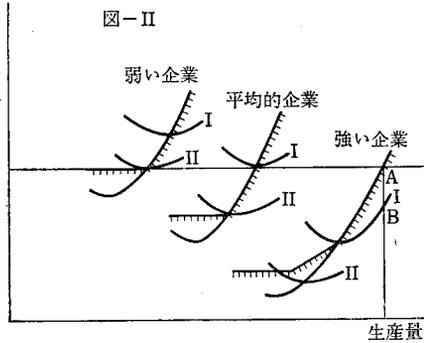
図1-Iにおいて、価格が $P_1$ より高い場合、この企業の

供給曲線は限界費用曲線で表わされる。企業は、市場価格と自らの限界費用が等しくなる点まで生産を行う。価格が  $P_1$  以下になっても、同じ行動がとられるとすると、全部費用はカバーされないが、短期的には主要費用さえ回収できれば生産は行われ、この場合も限界費用曲線がそのまま供給曲線となろう。さらに価格が  $P_2$  以下になると補足費用はおろか主要費用さえもじゅうぶんカバーできないので、もはやこの企業は生産を行わない。市場価格が  $P_1$  と  $P_2$  との間にある場合は、主要費用は全部カバーされているが補足費用は部分的にしか回収されていない、という状況に企業はある。将来、需要が回復するといった期待があれば、短期的にはこのような状況でも供給を続行しよう。このような状況を、フリッシュは、cut-throat competition と呼んでいる。

しかし、価格が  $P_1$  以下になったとき、企業はこのような行動をとらない、と前述のごとくマーシャルは主張しているのである。それは、上述の(1)、(2)の理由、すなわち、市場を軟弱にすることに對する懸念と、同業者の恨みをかうことへの恐れによる。このような考慮にもとづいて、売手は価格が  $P_1$  を下回ると、「もっと高い価格を

維持しよう」と (A. Marshall [4] P. 374) して、供給を制限する。その維持しようとする価格は「主要費用に比べると、ほとんどつねにこれを上回っており、一般にはこれより大幅に高い (A. Marshall [4] P. 374)」価格である。このような売手の供給制限政策によって、 $P_1$  以下では企業の供給曲線は限界費用曲線から離れる。その結果、供給曲線は図の影線の如く、 $P_1$  以下のところでキックしたものになる。

このような価格維持を目的とした供給制限政策はもちろん、完全競争市場ではおこりえない。この政策は、「自分自身の利害からかあるいは他の生産者たちとの公式非公式の協定によって (A. Marshall [4] P. 374)」遂行される。付言すれば、このような協定は、反トラスト諸法下のアメリカでは違法であり、例えば、一九二七年の U. S. V. Trenton Potteries のケース、一九六一年の多数の電機メーカーが告発されたケースなどで、有罪判決をうけている (E. M. Singer [10])。フリッシュは、さらに図-I を応用して、次のような企業間の費用構造の優劣についての図をえがいている。図-I において、I は単位全部費用曲線、II は単位主要費用曲線であり、影線



がかかるうじて回収されており、あと少しでも価格が低下すると生産を中止するだろう。この場合、「弱い企業」と「平均的企業」は供給制限政策をとれないことはあきらかである。同じ市場に「強い企業」も存在しており、弱い企業、「平均的企業」が供給を制限しても意味がないことは明らかである。他方、「強い企業」は、価格が自らの単位全部費用以下に低下すると、供給制限政策をとらず、価格の維持をはかるだろう。

マーシャルの均衡論の短期に関する部分を上述の如く

で示したのが各企業の供給曲線である。いま、市場価格はPである。「強い企業」は全部費用がカバーされ、さらに単位当りA Bの準地代を稼得している。「平均的企業」はその全部費用がちょうどカバーされている。「弱い企業」は、主要費用

スケッチしてみると、完全競争は農業、漁業を例にとつた説明においては仮定されているが、製造業を例にとつた供給サイドのビヘイビアの説明においては、競争はもはや完全ではなくなっていることがわかる。それは企業の屈折供給曲線にあらわされる供給制限政策などに端的にあらわれている。これから、次の事がいえる。すなわち、マーシャルの均衡論において、完全競争の仮設はいわば、教育上の便宜のために設定されたにすぎない。つまり、需給両サイドの条件を最も簡単な状態にしておいて、そこでの価格の決定をまず説明する、という目的で完全競争を仮定したにすぎないのである。最も簡単な状況を設定して、そこでのメカニズムをまず検討してから徐々に仮定をはずしてより現実的かつ複雑な分析へと向うのは、経済学では最も一般的な方法である。今日の価格理論のテキストブックにおいても、まず完全競争を仮定して、需要関数、供給関数などを定義することから始めていく方法を、そのほとんどがとっている。マーシャルの「経済学原理」という偉大なテキストブックも、これと同じ意味で完全競争を仮定したにすぎないのである。そこで、完全競争の下での価格決定のメカニズムを、

農業、漁業を例にとって説明した後に、さらに進んで完全競争の仮定をゆるめて、製造業を例にとって企業理論を展開していったのである。(もちろん完全競争下では、企業は数量調節者にすぎず、企業理論が展開される余地はない)。これから、マーシャルの理論的なノルムが、「完全競争の理論」を展開することにあつたのではないことが明らかであろう。それはあくまで説明上、あるいはベダゴギカルな便宜のために完全競争の下での価値の決定を論じたにすぎない。彼の理論的なノルムは、企業の行動と市場の形態を相関的にとらえることであつたのである。つまり、企業の供給制限政策を主な内容とする(長期では次節にみる如く新たな要素がさらに加わることが)ところの、企業理論を含んだ市場の均衡理論を展開しようとしたのである。これらの点は、長期の理論を検討した後に、もう一度ふれよう。

### 三

これまでは、主にマーシャルの短期均衡分析について検討したが、次に長期の分析についてみてみよう。長期均衡の枠組としての定常状態を、マーシャルは次のよう

な形でとらえている。すなわち、産業を構成している諸企業は、それぞれ、誕生し成長し、やがて衰退していく。企業はこのようなライフサイクルを辿るので、産業内には、成長期にある企業、衰退局面をむかえている企業等、ライフサイクルの様々な段階にある諸企業が併存している。すると産業の均衡は、成長している企業の生産の拡張が、衰退していく企業の縮小によってオフセットされ、産業の集計的産出量を一定にとどめる状態としてとらえられる。このことは、森とそれを構成する樹木との関係に例えられている。個々の樹木は芽をふきやがて大木となりついに枯れていくが、全体としての森の姿は一定している、という有名な森と木の例である。このように、長期では、均衡は産業についてのみ考え、その産業内の企業は不均衡にあるという形をとらえている。このことで、マーシャルは実際の産業の姿をより現実的にとらえることができ、また、彼の生物学的なアナロジーを反映した企業理論を均衡理論の中にくみこむことができると考えた。この企業のライフサイクル仮説は、マーシャルも一部で認めるごとく、株式会社制度の発達によって必ずしもプロジブルでなくなったといえるかもしれない。

産業の長期的均衡をこのような枠組で考えるとすると、次に産業の供給関数と需要関数を考えねばならない。産業の供給の主体はもちろん企業であるが、企業についてライフサイクルを考へており、一産業の中に様々な局面にある企業が併存している状態を考へている。すると産業の供給行動を適切に代表する企業を選択することが困難になる。そこでマーシャルは「代表的企業」という工夫でこの問題に対処している。「代表的企業」は、産業のミニマチュアであり、産業の動向を正確に反映する。この代表的企業の平均生産費（正常利潤を含む）がその産業の長期正常供給価格になる。（この「代表的企業」という工夫によって集計の問題が回避されている。同様に、チェンバリン、ロビンソンの理論では、「シンメトリイの仮定」によって産業内の企業が費用、需要の条件において全て同一とされ、この問題が処理されている（R. Triffin [11]）。

さて、流行の変化、代替品の産業の不況等によって、当該産業の需要が増大したとしよう。その結果、正常供給価格を上回る価格が実現し、この状態がじゅうぶんな期間続くものとする。すると、この状況は、産業内の諸

企業のライフサイクルに影響する。つまり、「勃興していく企業の成長をはやめ、衰退していく企業の没落を、よし防止することはできないとしても、いくらかこれを抑制していつて、結果としては総生産量を増大させていこう（A. Marshall [4] P. 343）。

このように、価格が正常供給価格を上回ると、企業のライフサイクルというチャネルを通じて産業の生産量が增大する。この結果、外部経済および内部経済が実現され、代表的企業の単位費用に低下傾向がはたらくだろう。しかし、例えば、生産要素が物理的に限られているような場合は、単位費用に対して上昇圧力が働くかもしれない。このような収益逓増傾向と収益逓減傾向のどちらが強くなるかは、その産業によって異なるが、マーシャルは収益逓増の傾向が一般的であるとするとする。これは、彼の工場への調査旅行からの結論であると同時に、「自然が生産にはたす役割は収益逓減の傾向を示すが、人間のはたす役割は収益逓増の傾向を示す（A. Marshall [4] P. 38）」という彼のいわゆる「有機的成長」の考え方と色濃く関連しているといえよう。

そこで、新しい均衡は、ライフサイクルの変化を通じ

て増大した生産量と、外部経済および内部経済の実現を通じて低下した価格の下で成立する。

しかし、ここで困難な問題が生ずる。すなわち

もしどれかひとつが、収益増の法則にしたがうならば、競争関係は間もなくなくなってしまいうだろう。たまたまその商品が一時的に他の商品より優位にたつと、その使用の増加が供給価格をひきさげ、したがってさらに売れゆきを拡大させ——さらにその供給価格はひきさげられる。このようにしてその優位性はたえず増大していつてついに競争商品をまったく市場から駆逐してしまうことになる (A. Marshall [4], P. 391)。

この収益増法則と競争均衡の両立の可能性という問題を、マーシャルの問題と名付ける。この問題は、マーシャルが価値論を構成していく際に最も頭を悩ませた問題であった。マーシャルは、一八七〇〜八〇年代に、工場の実地調査を行い、製造業においては、収益増の法則が妥当していること、それにもかかわらず、競争が存続していることを確認し、このような産業社会の状態を究明する理論の研究へと向うことを記している (Dixon

ed. [7])。

他方、このような産業社会の現実を理論的に解明していく、という要請の他にも、このマーシャルの問題は、彼にとつて大きな意味をもっていた。マーシャルは、産業社会の理想状態を「自由な産業と企業」と呼んでいた。それは、どちらかといえば小規模な競争的企業からなり、その企業はそれぞれ企業心と創意の豊かな経営者に導かれている (いわゆる「マーシャルリアン・ビジネスマン」)。そこでは、習慣にしばられた社会の怠惰、停滞と比べ、合理性が行動の中に貫かれている。他方、官僚的機構の硬直性と比べると、融通性、柔軟さと自由裁量の余地とがある。この官僚機構の硬直性について、マーシャルが念頭においていたのは、重商主義的独占統制と、当時漸く顕著になってきた大規模な企業、政府統制等であった。このような内容をもつ「自由な産業と企業」という概念は、マーシャルの Social Darwinism 的な社会哲学 (有機的成長の理論) を社会科学としての経済学の中に反映させていくための概念であり、その意味で、価値的要素といえよう (T. Parsons [6])。これに経済理論の中で対応していくのが、収益増の法則と競争である。

すなわち、成長要因としての収益逓増の法則と、構造要因としての競争である。ここでいう競争とは、身分的拘束と慣習への従属からの解放と、活力、創意、企業心を挫折させるような大規模組織が存在しないこと、をその内容としている。マーシャルの競争ないし競争過程の背後には、このような含意があることに注意しなければならない。

このような意味で、マーシャルの問題、すなわち、収益逓増の法則と競争均衡の両者を相関的、統一的に説明する理論の必要性は、マーシャルにとって重大なものがあつたのである。これが、企業行動(Ⅱ収益逓増)と市場構造(Ⅱ競争均衡)とを、相関的、統一的にとらえる、という理論的ノルムと対応してくる。そこで、この問題をマーシャルが自らの理論においてどのように解決していったかという点について検討してみよう。その解答は実はすでに部分的に提示されている。すなわち、収益逓増傾向の実現を阻む要因として、(一) 企業のライフサイクル、(二) 市場の不完全性、の二点が存在するのである。

まず、第一点について、マーシャルは次の様にのべて

いる。

ある商品の価格がその商品を生産する産業の漸進的な発展の結果低落していくという傾向は、その事業を拡張していく個別の企業が急速に新しい経済を導入していく傾向とはまったくべつのものであるといふことなのである。……個別の企業の興隆と衰退はしばしば起るであろうが、産業全体としては長い波動をくぐりぬけていき、いな波動もなくいちずに前進していくことさえあるであろう。

すなわち、収益逓増傾向は内部経済ではなく外部経済によつてもたらされるのであり、個別企業は、「有能で企業心に富んだ製造業者であつても」、「かれの力が衰えはじめると、その事業はまさにその勃興をもたらしたと同じ原因のいくつかのはたらきによつて衰退していく(A. Marshall [4] P. 457)」のである。この企業者能力の衰退によつて企業の拡張には限界が画されることになる。

第二の競争の不完全性については、短期均衡の説明においても、供給制限政策との関連ですでにのべた。しかし、収益逓増法則との関連において、このことはいっそ

う明確になる。

しかし、これらのケースにおいては、それぞれが同じ欲望をみたしているわけではなく、多少とも異なった欲求ないし趣味を充足しているのだ。すなわち、それらのどれがすぐれているかに関してはなお多少とも意見の相異があるとか、それらのうちには特許その他の方法である企業の独占物となっているものがあるとかいった場合がこれである。このような場合には、慣行や広告の力によって多くの競合品が長期にわたって市場で競争しつづけていこう。

すなわち、このような市場においては、差別化された種々の製品が存在しており、各企業は自らの「特定の市場」をこえて販売するためには、大幅な価格切下げか販売費用の大幅な増加が必要であり、事実上非常に困難である。

ところがこういう業種においては企業はどれもある特定の市場を自あてとした販路しかもっていない傾向があるのだ。市場が限定されているので、その生産を性急に増大したりすると、そこから起る経済の拡充とは比較にならないほど大幅な需要価格の低

落がその市場でおきやすい。いっそうひろい視点からみればその製品はひろい市場を自あてとして生産されているといえるのだが、このひろい市場に比べればその生産は小規模のものにすぎないとしても、固有のせまい市場ではその生産の拡大によって大幅な価格低落がおこるのである。

このように、製品は同質的ではなく差別化されており、価格切下げ等によらねば販売を拡張することができないのである。そこで、収益逡増の傾向は、このような販路の拡張の困難さによって、実現することが困難になる。

マーシャルの想定していた産業の長期の状況を要約すると、以下のようなになる。すなわち、産業については、外部経済により収益逡増傾向が存在している。しかし、その産業を構成する個別企業は(一)ライフサイクルの経過によって、また(二)販路拡張の困難さによって、さらには(三)販路拡張に要する時間が経過する間にライフサイクルが経過してしまうことによって、収益逡増の傾向は抑制される。言葉をかえれば、これらの企業の拡張を阻止する要因と収益逡増の傾向とのバランスにおいて、産業の均衡を考えているのである。このように、

方向の相反する二つのベクトルのかねあいにおいて均衡を考へる。この均衡は、以上からあきらかなごとく、完全競争均衡でも独占均衡でもない。これがマーシャルの競争均衡である。すなわち、マーシャルの競争均衡は、不完全競争均衡である。さらに、上述の引用から、収益増の産業では、供給曲線は自らの傾きよりも急な傾きをもつ需要曲線と対応するので、そこでの均衡は、マーシャルの意味で安定的である。

四

以上のことから、結論的に次のことが言えよう。マーシャルの均衡理論においては、完全競争の仮定は、いわばベダゴギカルな意味で仮定されたのであり、そのことから、マーシャルの均衡理論の理論的なノルムが、「完全競争の理論」とでもいうべきものを展開することになったとはいえないことがわかる。マーシャルの意図した均衡理論は、企業行動と市場構造を相関的にとらえることとであり、前者は収益逡増法則に、後者は競争均衡にあらわされている。マーシャルの均衡理論が、このような形をとったのは、いわば必然的なものであった。という

のは、一つには、工場での実地調査で、企業には収益逡増傾向が働いているのにその市場では競争が存続していることを確認し、その解明に努力したことであり、さらにもう一点は、有機的成長の理論という彼の理論の基本的性格が、企業の創造的破壊、革新という成長要因と競争という構造要因を統一的に説明することを要求したからである。このような要求が、マーシャルの均衡理論の基本性格を形成したといえる。マーシャルのこのような「企業行動と市場構造を相関的にとらえようとする理論が、「産業と商業」へと展開して行くのである。

- (1) J. S. Bain, "The Theory of Monopolistic Competition After Thirty Years, The Impact on Industrial Organization" A. E. R. May 1964
- (2) R. Frisch, "Alfred Marshall's Theory of Value" Q. J. E. Nov. 1950
- (3) D. C. Hague, "Alfred Marshall and the Competitive Firm" E. J. Dec. 1958
- (4) A. Marshall, *Principles of Economics* 9th ed.
- (5) ———, *Industry and Trade* 3rd ed.
- (6) T. Parsons, *The Structure of Social Action*
- (7) A. C. Pigou, ed. *Memorials of Alfred Marshall*
- (8) D. Robertson, *Economic Commentaries*

(9) P. A. Samuelson, "The Monopolistic Competition Revolution" in *Monopolistic Competition Theory*, ed. by Kuenne

(10) F. M. Singer, *Antitrust Economics*

(11) R. Triffin, *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*

(一橋大学大学院博士課程)