

第4章 1930年代の経済学

4-1 企業の変容

両大戦間期に世界経済は大きな変貌をとげる。第一に指摘すべきは、ソ連における計画経済の実現である。第一次世界大戦末期の1917年にロシア革命で成立したソビエト政権は、重要産業や銀行を国有化し、地主の大土地所有を廃止した。戦後復興に成功したソ連は1928年から5カ年計画を実施し、大恐慌期にもかかわらず短期間で急速な重化学工業化に成功する。社会主義計画経済の一定の成功は、資本主義陣営にとって大きな脅威となった。計画経済の実現可能性をめぐって、経済学者の間では社会主義計算論争がたたかわされた。

第二に指摘すべきは、19世紀末にすでに始まっていた企業と市場の変容が決定的になったことである。それまで企業の多くは個人の資金で起業された個人企業であったが、19世紀の終わりになると株式会社が普及していった。株式会社は巨額の資金を市中から広く集めることで大規模な設備を利用した大量生産を可能とした。その結果、競争的な市場は変容し、少数の企業が市場を占有する寡占体制が生み出された。また、資金を供給する株主と経営に専念する経営者との分離が進んだ。

第三に指摘すべきは、1929年10月のアメリカ株式市場の暴落を引き金としてはじまった世界恐慌である。世界恐慌の規模、期間は、それまではぼ10年周期で発生していた恐慌とは全く異質なものであり、従来の経済学では説明不可能な事態であった。資本主義経済は世界恐慌から脱出できないまま長期停滞の様相を示していた。不況克服のために自国産業保護として各国がとった経済のブロック化は、やがて第二次世界大戦を引き起こす原因となっていく。これら経済の変貌は、1930年代になると数々の理論的発展を生み出す要因となった。

株式会社制度がもたらした企業の変容について詳しく見てみよう。個人の資金を中心にして産業革命を最初になしとげたイギリスは、南海泡沫事件に代表される18世紀の苦い経験から株式会社を原則禁止していた。そのためにイギリスは株式会社の展開が遅れた。19世紀後半になると後発国であったドイツとアメリカで重化学工業が成長を開始する。その成長を促したのが株式会社制度であった。十分な資金を持つ資本家がいなくとも、株式の発行によって集められた巨額の資金を使って、重化学工業をたちあげる事が可能となったからである。株式会社は資金を提供し配当を受け取る出資者と、実際に企業を運営していく経営者との分離をもたらした。株式会社による企業の変質という事態に気づいていたマーシャルは、いち早く経営者（企業者）の役割に注目していた。ケインズもまた所有と経営との分離に立脚した独自の階級把握を行なった。しかし、企業の変容に関する実証研究は、二人のアメリカ人による1930年代の研究までまたなければならなかった。

会社法研究者のパーリとエコノミストのミーンズによる共著『近代株式会社と私有財産』（1932年）は、株式会社の所有と支配の関係を分析した。彼らの調査によれば、1920年代アメリカの非金融会社30万社

の全財産の約半分が、そして全所得の40パーセント以上が、わずか200社によって握られていた。少数の大企業が経済を支配していたのである。バーリたちはさらに、「所有と経営の分離」として今日広く知られている大企業の支配関係も解明した。もし、所有者が自らの意志に合致する経営者を選出していれば、所有と経営は一体のものと思なすことができる。しかし、株式所有が分散している場合には、その多くは全く議決権を行使しないか、または議決権を委任委員会に委任していた。その結果、44パーセントの企業において取締役会を実質的に選出しているのは経営者であった。「委任委員会は現在の経営者たちによって指名されるから、経営者は事実上、自らの後継者を指名することが出来る。…この支配形態を正しくは、経営者支配と呼ぶことが出来る」。バーリたちは所有と経営の利害が必ずしも調和しないことを指摘し、特に所有者（株主）の衰退を問題にした。経営者は所有者に大きな利益（配当）をもたらすことを目標とするとは限らないのである。それまでの経済学は企業の目的を利潤最大化として単純に扱ってきたが、現実の企業行動はそれほど単純ではない。例えば、株式会社の利潤は主に配当と投資に分割されるが、その割合をどう決定するかについて所有と経営の間で対立が生じるかもしれない。経営者は市場占有率の拡大を目的にするかもしれないし、企業組織の維持・拡大を第一の目的にするかもしれない。このように企業の存在目的自体が問われることとなった。

4-2 ケンブリッジ費用論争とロビンソンの不完全競争論

マーシャルは現実の経済には競争的市場と収穫逓増産業とが共存しているとして、それらを統合的に説明するために収穫逓増の主要な要因を外部経済に求めた。しかし、マーシャルの説明にはいくつかの問題があった。鉄鋼業や化学工業は大規模な固定設備を使用する産業である。これらの産業では固定費を製品の販売によって回収しなければならないが、販売量が増えれば増えるほど、製品一個あたりに占める固定費の割合は低下する。したがって、内部経済にも収穫逓増の主要な要因が存在していると考えるのが自然である。

マーシャルの前提を問題にした弟子たちは、「ケンブリッジ費用論争」と呼ばれる論争を起こした。ここから寡占論が展開されていく。論争の口火を切ったのは、イタリア出身の経済学者で後にケンブリッジ大学の教授となるスラッフア（1898-1983）であった。その「競争状態における収穫法則」（1826）という論文は、マーシャルが導入した外部経済の想定を問題にした。部分均衡論は「他の条件一定」という仮定から出発したにもかかわらず、生産の集積という他企業に依存する外部経済の導入は「他の条件一定」からの逸脱に他ならなかった。また、収穫逓増の要因を外部経済に求めるマーシャルの説明も、現実を反映したものとは言いがたかった。市場の狭さこそが収穫逓増産業の生産量の増大を妨げているというのがスラッフアの考え方である。「価格の引き下げなしで財をより多く販売することは困難である」。この指摘は競争と独占との中間領域、すなわち不完全競争が存在することを示唆していた。

注：スラッフアは限界理論を用いない独自の体系を構築していく（『商品による商品の生産』1960）。その体系は、新古典派経済学と相容れず、むしろ古典派経済学に近い。スラッフアを継承した学派は

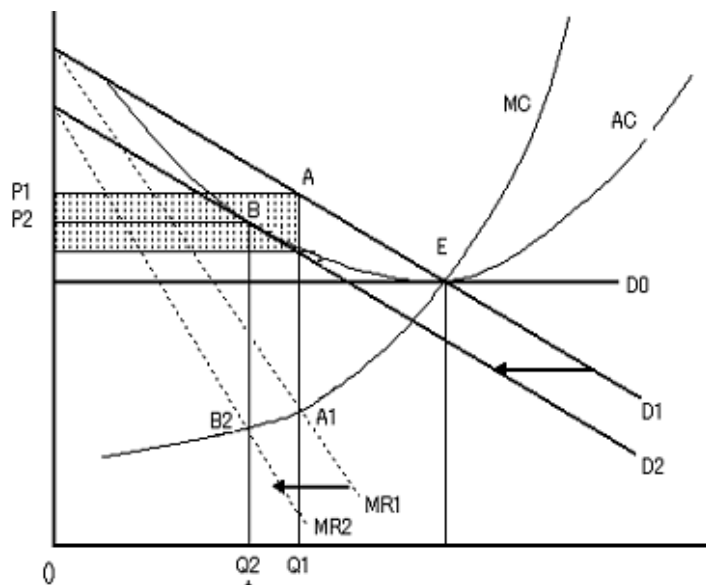
「ネオ・リカードィアン」と呼ばれている。新古典派経済学を批判する有力な学派として大きな影響力を持っている。

スラッファの問題提起を寡占論の方向へ発展させたのが、ケンブリッジ大学でピグーのもとで学び、スラッファの影響を強く受けていた女性経済学者ジェーン・ロビンソン（1903-1983）である。彼女は市場の構造に着目し、その寡占論を『不完全競争の経済学』（1933）として発表した。完全競争が想定する水平の需要曲線は、個別企業にとって価格への影響を完全に無視して販売量を決定できることを意味する。逆に、企業は価格に影響を与えることが出来ず、仮に販売価格をわずかに引き上げようとするれば、直ちに需要がゼロになることを意味していた。この完全競争の想定は現実の市場とは合致しない。第一に現実の市場には輸送費が存在する。売り手と買い手が一カ所に集まっていないために、遠くの供給



者から商品を購入するためには輸送費がかかる。したがって、輸送費分をまかなえない価格差は需要に影響を与えない。第二に消費者のブランドに対する信頼がある。少しぐらい安い商品が現れても、使い慣れている商品を選び続けるだろう。宣伝広告なども、こうしたブランドに対する信頼を高めることにつながるはずだ。これらの要因が存在するために、ある程度価格を引き上げても需要はゼロにならないし、逆にある程度価格を引き下げても需要が一挙に増大することはない。こうして、個別企業が直面する需要曲線は水平ではなく右下がりになる。これがロビンソンの考えた「不完全競争」の市場である。

完全競争ならば個別の企業にとっての需要曲線は D_0 のように水平になるが、不完全競争ならば、 D_1 のように右下がりの需要曲線になる。供給量を追加1単位増加させたときの収入の増加を「限界収入」と呼ぶ。数学的には収入を供給量で微分したものである。限界収入は不完全競争を考える時のキー概念である。需要曲線 D_1 から導出された限界収入が MR_1 である。企業は利潤を最大化させるために、限界費用と限界収入が一致する点 (A_1) で生産量 (Q_1) を決定する。なぜならば、 $MR > MC$ の



範囲では、生産量を増やすほど費用よりも収入の増加の方が大きいから利潤が増加する。そこで、 $MR=MC$ となる Q_1 での生産で利潤が最大となる。この時、価格は P_1 となり、利潤は点線部分となる（利潤＝（価格－平均費用）×生産量）。

長期では利潤があれば他企業の新規参入がおきる。新規参入はこの企業からシェアの一部を奪うことになるだろう。その結果、個別需要曲線は下へとシフトするはずだ。参入が続けばやがて平均費用と価格が一致する (B) まで、需要曲線はシフトし続けるはずだ (D2)。こうして利潤が消滅し、新規参入が停止するところで均衡が生まれる。このような不完全競争下での均衡をロビンソンは「完全均衡 (full equilibrium)」と呼んだ。ここまでの説明が成り立つのは、平均費用が右下がりの範囲であることは明らかだろう。完全競争ならば平均費用が最低となる点 (E) で均衡するが、不完全競争の場合にはその手前で均衡してしまう。点 E での均衡と比較すれば、消費者余剰、生産者余剰ともに小さくなっている。すなわち、効率的な生産が実現する前に均衡していることになる。これは生産力の上昇が不完全競争を発生させると、生産力上昇の効果が十分に発揮されないことを意味した。マルクスの生産力と生産関係の矛盾をロビンソン流に表現したものと言えよう。

平均費用が右下がりの範囲内ということは、収穫逓増の範囲内での議論ということになる。また、他企業との競争が全く存在しないわけではないし、企業の新規参入が想定されている。したがって、独占ではない。こうしてマーシャルを悩ませた競争と収穫逓増の共存という事態を、寡占市場の構造に着目することでロビンソンは整合的に説明したことになる。

ここで不完全競争と完全競争における需要曲線の性質を調べてみよう。P を価格、Q を需要量、e を需要の価格弾力性、R を収入、MR を限界収入 (marginal revenue) とする。

$$e = - (dQ / dP) * (P / Q)$$

$$\therefore dP / dQ = - (P / Q) * (1 / e) \quad (1)$$

$$R = PQ$$

$$\therefore MR = dR / dQ = d(PQ) / dQ = (dP / dQ) * Q + P \quad (2)$$

$$(1) \text{を}(2) \text{に代入すると } MR = - (P / Q) * (1 / e) * Q + P = P (1 - 1 / e) \quad (3)$$

$e > 0$ であれば(3)から $P > MR$ となるから、グラフで示したようにMRは必ず需要曲線の下に位置することになる。ところで、完全競争ならば個別の企業が直面する需要曲線は水平となるが、それは $e = \infty$ を意味する。 $e = \infty$ を(3)に代入すれば、 $MR = P$ となる。つまり、完全競争では価格=限界収入が成立する。完全競争における利潤最大化条件は 限界費用=価格 であるが、それは限界費用=限界収入=価格が成り立つ不完全競争の特殊ケースと見なすことができる。さて、 $1 / e$ が大きければ、生産量を通じて企業は価格をコントロールする力が強いことになる。したがって、 $1 / e$ は企業の価格支配力を示す指標と見ることが可能で、「ラーナーの独占度」と呼ばれる。ロビンソンは、同じ財を生産する企業数、買い手の立場で見た生産物の代替の可能性、この2点に独占度は依存すると考えた。

ロビンソンの不完全競争論にはいくつかの問題点もあった。第一の問題は、全ての企業の費用曲線を同じものと見ている点である。これはマーシャルの長期均衡に含まれていた問題でもある。第二の問題は、

個別企業が直面する需要曲線が無頓着に1本だけ想定した点である。つまり、他企業の価格政策が与える影響を無視した寡占論ということになる。この点がチェンバリンらによって批判されていく。もっとも、左翼的な関心の強いロビンソンにとって主要な関心は、寡占理論そのものではなく、市場経済を批判するところにあった。不完全競争における非効率の指摘にとどまらず、彼女は市場経済における労働者の搾取の告発まで行っている（「ロビンソンの搾取」）。企業は、一方では労働市場において労働者に対して独占力を発揮できる少数の買い手として、他方では製品市場において独占力を発揮できる少数の売り手として、二重に労働者を搾取している。このようにロビンソンは市場経済を批判した。完全競争ならば労働者と資本家は対等な地位にあると言えるかもしれないが、不完全競争下では労働者は経済的に弱い立場に立たされているというのである。マルクスとは全く異なる意味で、市場が生み出す搾取の存在をロビンソンは提起したのである。

4-3 独占的競争から寡占理論へ

アメリカの経済学者チェンバリン（1899-1967）は、ロビンソン『不完全競争の経済学』刊行と同じ1933年に『独占的競争の理論』を発表する。チェンバリンは、企業が価格支配力を有している点では独占であるが、同時に競争にもさらされている状態を「独占的競争」と呼んだ。ロビンソンとチェンバリンの議論には類似点も多いが、相違点もある。ロビンソンも含めて新古典派の企業は、所与の状況の下で利潤を最大化させるという意味では受動的な存在であった。これに対してチェンバリンは企業の主体的な競争戦略に着目した。



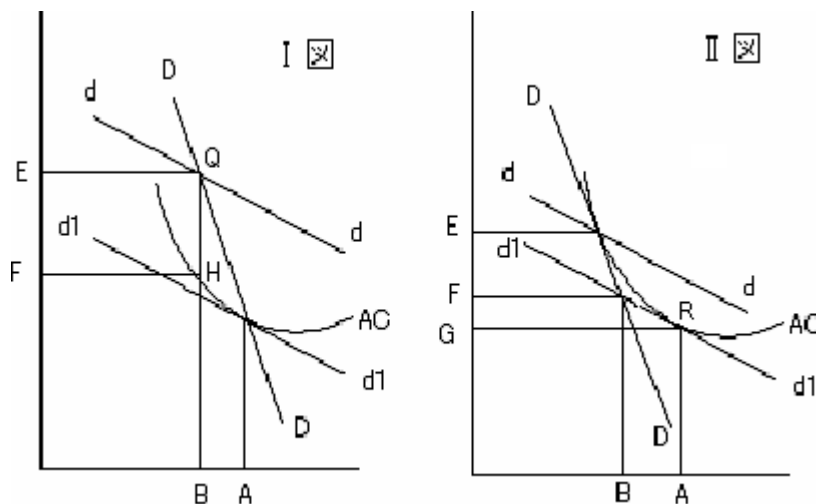
第一の競争戦略は広告等によって生み出す製品差別化の戦略である。1920年代のアメリカで広告費は非課税の費用に認められることで爆発的に増大していた。消費者のブランドに対する信頼や商品の選り好みは消費者の主体的選択のように見える。しかし、実際には自社製品の特長を強調することで企業が生み出したものに他ならないとチェンバリンは指摘した。第二次大戦後にガルブレイス（1908-2006）は、大企業によって消費者の嗜好が操作されている事態を、消費者主権の幻想として批判的に論じた。チェンバリンの指摘はガルブレイスの議論を先取りしたものと言える。

「この〔広告費の支出〕要因は独占的競争に特有なものである。なぜならば、純粹競争〔＝完全競争〕の条件のもとでは、どの生産者も広告なしで望みどおりの数量を販売できるから、広告は無意味となる。広告からの利潤は、(a)欲望がもっとも効果的に満足させられる手段についての買手側の不完全な知識、および(b)広告あるいは販売アピールによって欲望を変えうる可能性、これら二つの事情によって可能となる。」（『独占的競争の理論』90頁）

第二の競争戦略は価格政策を通じたシェアの奪い合いである。チェンバリンは個別企業が直面する需要曲線が2種類あると考えた。一つは他企業も当該企業と同じ価格を設定する場合の需要曲線（D）で、も

う一つは他企業が価格を変えず、当該企業だけが価格を変化させる場合の需要曲線（d）である。製品価格引き下げのケースを考えてみよう。他企業も同時に価格を引き下げるDの場合には、販売量はそれほど増大しない。これに対してdの場合には、他企業よりも安く販売することでシェアが拡大するために販売量は大きく増大する。こうしてdの傾きは緩やかになる。

企業数が増えないケースから見てみよう（I図）。今、価格Eの状態、すなわち生産量Bで生産が行なわれていたとする。このとき平均費用（AC）はFであるから、利潤はEFHQとなる。さて、dに沿って、この企業だけが価格を下げる事ができたとする。このとき平均費用よりも価格は高いから



利潤は増大する。しかし、やがて他の企業も価格を下げてくるだろう。その結果、この企業が直面する需要曲線はDとなる。このような引き下げによる利潤とシェアを増大させる戦略は、新たに下にシフトしたd1が平均費用曲線と接する生産量Aの状態になると均衡する。なぜならば、仮にこの企業だけが価格を変化させる戦略を行使したとしても、d1曲線に沿った販売しかできないから平均費用以下での販売となる。したがって価格の変更は利潤を減少させてしまう。よって生産量Aが均衡生産量となる。

次に企業の参入と退出によって企業数が増えるケース（II図）を見てみよう。今、価格Eの状態、すなわち生産量Bで生産が行なわれていたとする。これは需要曲線と平均費用曲線が接する場合であり、ロビンソンの完全均衡と同じである。ロビンソンはここで均衡が安定すると思ったが、チェンバリンはこの均衡は不安定だと思った。なぜならば、個別企業にはdに沿った価格戦略の余地が残されているからである。そこで価格を引き下げて利潤を増大させたとしよう。I図のケースと同様に、dに沿った利潤の増大は短期的なものでやがて他の企業も価格を引き下げるであろう。その結果、直面する需要はDとなり、例えばFまで価格が下がってしまったとする（生産量はB）。このとき価格は平均費用より下であるから損失が発生している。損失を回避するために企業の退出が始まるであろう。企業の退出は当該企業のシェアを大きくするように作用する。つまりDが右へとシフトする。このシフトはRを通る位置までくると安定する（生産量はA）。このとき、(1) $p = AC$ かつ(2) D（図では省略）とAC曲線との交点でdとクロスしている。この状態にいたるともはや価格戦略を発動する余地がなく、また利潤がゼロとなるので参入退出が起きえない。この状態をチェンバリンは「集団均衡」と呼んだ。

この説明では限界収入と限界費用が登場しない。チェンバリン自身は限界理論に従わない企業の行動も

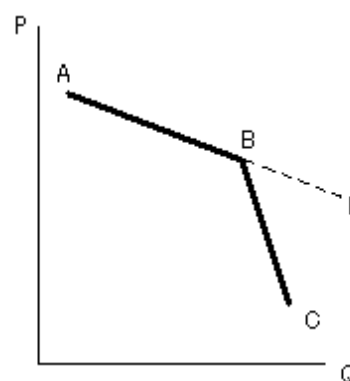
視野に入れており、限界収入と限界費用を不問に付したのは意図的なものでもあった。しかし、価格決定論としては不十分な側面があると言わざるをえない。ただし、企業の行動が他の企業の行動によって左右されるというアイデアは高く評価することができる。推測的な相互依存関係という後のゲーム理論を用いた寡占論の展開を準備する役割を果たしたからである。

4-4 屈折需要曲線とフルコスト原則

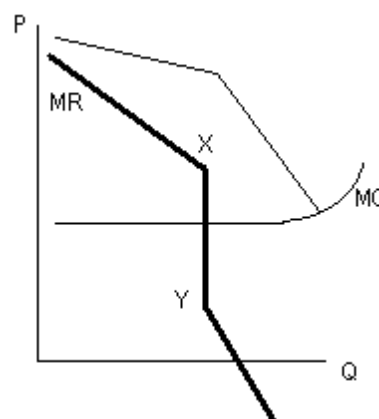
少数の企業によって市場が占有されていると価格の変化が生じにくくなる。価格の硬直性は1920年代に現れはじめた新しい経済現象であった。アメリカの経済学者スウィージー（1910-2004）は論文「需要と寡占の状態」（1939年）において、たとえカルテルによる価格協定が存在しなくとも価格が硬直的になりうることを説明した。スウィージーもチェンバリン同様に2組の需要曲線を用いた。しかし、別々の2本の曲線としてではなく、途中で折れ曲がる1本の需要曲線にまとめ上げた。この曲線はその形状から「屈折需要曲線」と名づけられた。



図のABCが当該企業の直面する屈折需要曲線である。ある企業の価格の引き上げと引き下げに対して、他社のとる行動に相違が生ずることからこのような屈折が生まれるとスウィージーは考えた。今、現行の価格と需要量がB点であったとする。この企業が単独で価格を引き上げたとしても、他社はそれに追随して価格を引き上げないであろう。その結果、当該企業はシェアを大幅に喪失することになる。これがABの部分である。この部分はチェンバリンのd曲線に相当する。他方、この企業が価格引下げを実施した時には、他者はシェアを奪われないように価格引下げ戦略をとると考えられる。これがBCの部分に相当する。この部分はチェンバリンのD曲線に相当する。なお、スウィージーによれば、企業は実際のデータから屈折需要曲線を導出するのではなく、あくまで企業の推測にもとづく想像上の曲線であるとしている。



費用曲線についてスウィージーは遊休固定設備が存在している状態を想定していた。固定設備が完全に使用されるまでは収穫逡減が作用せず、変動費に比例して生産量が増大できるとした。そのために、水平部分を持つ限界費用曲線を考えた（ただし、この想定は本質的なものではない）。屈折需要曲線から限界収入曲線を導くと、屈折点の生産量で不連続な区間を持つ曲線となる。ロビンソンのところで見たとおり、限界収入=限界費用が利潤極大化の条件である。したがって、企業はMRとMCが交わる屈折点の生産量で生産を行



なうことになる。さて、貸金率や原材料費の上昇や下落があったとしても、限界収入XYの範囲内をMCが通過している限りでは、現行の生産量と価格を維持することが有利となる。もし、価格を変動させるような行動をとれば利潤が減少してしまうからである。こうして需要曲線の形状から価格の硬直性が発生することが説明されたのである。

スウィージーの議論はひとたび決定された価格が硬直的となる理由を説明しえたが、なぜその水準で現行価格が成立したのかを説明していなかった。この問題に一定の解答を与えたのが、オックスフォード調査から導出された「フル・コスト原則」である。

ロックフェラー財団の支援によって、オックスフォード大学の経済研究所は1935年から景気循環の調査を実施した。この調査から、投資の決定に利子率がほとんど影響を与えていないといった興味深い事実がいくつも明らかになった。価格決定方式の解明もその一つである。それはハロッド(1900-1978)らによって学会報告され、後にホールとヒッチによって論文発表された(「価格理論と企業行動」1939年)。新古典派経済学にとって、限界収入や限界費用は企業行動を決定するきわめて重要な役割を果たしているはずであった。しかし、製造業者や小売商へのインタビュー調査によれば、企業は需要弾力性を推定していないばかりか、限界費用も算出することなく生産量を決定していた。企業は利潤最大化行動をそもそもとっていなかったのである。彼らが採用していたのは、後に「フル・コスト原則」と呼ばれるやり方であった。調査対象38社のうち、この方式に厳格に従うとしたのは12社、例外的な場合を除いて原則として従うとしたのが18社となっていた。その要点を単純化して示せば、平均費用に慣習的利潤率(しばしば10%)を上乗せした価格決定方式である。すなわち、 p を価格、 a を平均費用、 r をマークアップ率とすれば、 $p = a(1 + r)$ となる。ホールとヒッチは、企業は需要曲線を認識できないためにフル・コスト原則をとらざるをえないと考えた。

フル・コスト原則は現行の価格水準に一定の説明を与えたことになる。しかし、慣習的な利潤率がなぜ10%となるのかを説明していない。また、例えば当該産業の中である一社だけ生産費の削減に成功したとしても、屈折需要曲線が示しているように必ずしも価格を低下させる必要はない。むしろ寡占市場では価格の硬直性こそが特徴であった。その企業はマークアップ率を上昇させるという対応をとるであろう。したがって、慣習的な利潤率が安定しているとは限らないのである。その後の寡占理論は、企業とはそもそも何を目的に行動するのかという根本的な問題を投げかけながら展開していくことになる。