
名古屋市立大学経済学会

オイコノミカ

第 44 卷 第 1 号

マーシャル『経済学原理』における二つの消費観

三 浦 真 司

平成 19 年 9 月 1 日 発行

マーシャル『経済学原理』における二つの消費観

三 浦 真 司

はじめに. 問題提起—『経済学原理』における二種類の消費観

本論文の目的は、アルフレッド・マーシャル (Alfred Marshall : 1842-1924) の著作『経済学原理』(初版1890年) に注目し、特にその消費観についての考察を行うところにある¹⁾。

現代の経済理論の世界では、単に<消費>というと直ちに<消費購買>のことを意味することが多い。例えばマイクロ経済学の世界で<消費量決定理論>と言ってしまうと、それは直ちに<消費購買量決定理論>、つまり交換を通じて入手する消費対象の量を定める理論という意味になってしまう。しかし本論文でいう<消費>とは消費購買のことではなく、消費することそのものである。例えば、飲食物を購入することではなくて、飲食することを指している、ということである。

本論文では、マーシャルに二つの異質な消費観が含まれていると主張する。一方を<最終的消費観>と呼び、もう一方を<中間的消費観>と呼ぶことにする。これらの概念の意味は、基本的には、消費をそこで終わってしまうような現象として捉える見方を<最終的消費観>と呼び、消費を時間的に後の現象に影響を与える中間的な現象として捉える見方を<中間的消費観>と呼ぶ、と理解して頂きたい。

最終的消費観とは消費を純粋な快楽として捉える快楽主義的消費観であり、対する中間的消費観とは消費を生産的な現象として捉える生産主義的消費観である、と見ることもできる。更には、最終的消費とは消費現象をそれで完結したものとみなす完結的消費なのであり、中間的消費とは消費現象をそれで完結したものではなく、継続してゆくものとみなす非完結的消費なのである、と表現することもできる。「食べる」という消費を例に取れば、それを単に食欲という欲望を満たすところで終わってしまう現象として捉えるような見方が<最終的消費観>であり、一方で、それを将来における身体の維持、体力の増進を可能にするという効果をもった現象として捉えるような見方が<中間的消費観>である。

『経済学原理』における二つの消費観を対比するという観点は、名高い米国の社会学者である

1) 『経済学原理』という書物は本文中にも記載されている通り1890年に初版が出版されているが、改訂作業を何回も繰り返した書物であり、最終的には第八版にまで至った。本書で用いる『経済学原理』は、最終第八版である。『経済学原理』の改訂が具体的にどのように行われたかについては、ギルボウ (G.W.Guillebaud) による詳細な研究成果がMarshall [11] に収められている。

パーソンズ (T.Parsons) の著作『社会的行為の構造』の第四章「アルフレッド・マーシャル」で行われた議論に先駆を見出しうる²⁾。本論文もこのパーソンズの研究に少なからず負っている。パーソンズはマーシャルの消費 (欲求, wants) を、①生物学的欲望、②活動と結び付けられた欲望、③気まぐれな欲望、の三つの範疇に分類することで理解しようとしている。しかし本論文ではこの立場を取らず、二つの分類だけで議論する。本論文の基準をパーソンズ分類と対照させると、①と③を最終的消費観として一括させ、②を中間的消費観と呼ぶことになる³⁾。

パーソンズがなぜ三分類に拘っているのかは、理解に苦しむところである。パーソンズのマーシャル消費研究の中心的な焦点も、結局マーシャルが②の部分に重要視していたという点にあるのであって、①と③を分離することの積極的な意義はパーソンズ研究の内部においてさえ見出しがたい。それ故に本論文においては、最初から①と③を分離して捉えず、最終的消費観として一括させることにした。

パーソンズの他にここでの主題に関連する研究として、出口 [1]、橋本 [2]、岩下 [7]、近藤 [12]、中野 [17]、西岡 [18]、坂口 [22]、などがある⁴⁾。

本論文の第1節では、マーシャルの『経済学原理』において最終的消費観の表れている部分を検討し、一方第2節では、中間的消費観の表れている部分を検討する。第3節では、『経済学原理』第六篇第十三章に登場する生活水準と安楽水準の二概念を、この二つの消費観の分類を通じて解明していく。生活水準と安楽水準の対比を検討することで二つの消費観を対比的に捉えている事実を見出す。第4節では、二つの消費観が消費という現象の見方の問題であるばかりでなく、消費に対する価値判断の問題にまで関わる問題であったことについて、特に中間的な消費に対して価値肯定的であったことについて論じる。最終的には、消費観の検討を通じてマーシャルにおける経済過程の長期性の視点へと辿り付く。

本論文では『経済学原理』における消費観問題の解明を中心課題としていくが、更には消費観問題を他のマーシャル問題と関連づけていく方向が展望できる。

2) パーソンズのマーシャル消費論としては、1931年の論文「マーシャルにおける欲求と活動」もあるのだが、『社会的行為の構造』の前半部の文章がこの論文と実質的に同じであることが、『社会的行為の構造』の中でも断わられている。(パーソンズ [21] p.3.)

”Wants and Activities in Marshall” そのものは、Wood [23] pp.179-208に所収されている。但し、このWoodに収められた論文には重複印刷が存在する。この中のp192の36行目から40行目までの文章は、p.192の41行目からp.193の2行目途中までの文章と全く同じである。この点についてはまた、坂口 [22] の注5を参照のこと。

3) パーソンズのマーシャル理解に関する論文としては、藤田 [5] がこの点を中心に据えて展開している。その他、坂口 [22] の注5・6・8も参照。

4) 但し中間的消費観についての研究は、直接に消費論としてではなく、労働論や有機的成長論などの中に入り込む形で取り上げられることが多い。

1. 『経済学原理』における最終的消費観

マーシャルは、現代のマイクロ経済学の教科書などでもしばしば先駆者、創始者という位置づけを与えられる。ところで、現代マイクロ経済学の教科書で「消費」という概念が登場する場合、ほぼ間違いなく消費は終点として取り扱われる。消費が終点として取り扱われる、ということの意味は、消費という行為がもはやそれ以降の経済過程に影響を与えるものではないという認識が一般的であるということである。通常マイクロ経済理論において消費と結びついているのは、消費財に対する選好ということだけである。消費してあとどうなるか、ということは議論されない。本論文で「最終的消費観」と呼ぶ消費観とは、まさに消費というものをこうした観点から捉える消費観のことである。

『経済学原理』において、こうした現代マイクロ理論に通じる消費観が表れている部分を見出すことができるか、という問いに対しては、全く肯定的に答えることができる。例えば『経済学原理』の第二篇第三章は、本論文の中心主題である「消費」という概念の定義を次のようにして与えている。

「消費は、負の生産 (negative production) と見ることができる。」⁵⁾

「生産」とは、何かを「無」である状態から「有」である状態へと変える行為であるから、「負の生産」として定義された「消費」とは、「生産」の逆、つまり「有」である状態から「無」である状態へと変える行為である、と定義されていることになる。この定義においては、「消費」の破壊性のみが言われている。消費はただ「有」の状態を「無」の状態に変えるというだけなのであるから、そこに生産的な意義などはない。経済過程としては、そこで終了してしまう地点である。ここで表明されているこうした消費観は、「最終的消費観」に属するものである。

また、『経済学原理』の第三篇の第三章で展開される消費の捉え方も、「最終的消費観」であると言える。ここではまず「飽和可能欲求の法則」"law of satiable wants"あるいは「効用逓減の法則」"law of diminishing utility"と呼ばれている心理法則が定立されている。そして、この法則を貨幣の次元に翻案することが試みられ、需要曲線に相当するものが導かれる。現代マイクロ経済学流の消費理論の直接的先駆となった部分である⁶⁾。この第三篇第三章では、消費から得られる効用が、単にそれ自体としてのみ取り扱われている。ここに見える消費観には消費の生産性などは全く考慮されていないのであり、従ってここでの消費観は、消費を単に終点的に見る「最終的消費観」に属すると見ることができる。

5) Marshall [10] p.64. マーシャル [13] p.90.

6) もっとも、マーシャルが展開しているのは基数効用に基づく需要理論であるから、現代マイクロ経済学が普通使用している序数効用に基づく需要理論とは多少異質ではあるのだが、消費者の心理から価格と需要量との関係性を導く点、更に限界概念を使用する点において、ここでの需要理論がマイクロ経済学の先駆であることを否定することはできない。

2. 『経済学原理』における中間的消費観

第1節では『経済学原理』における最終的消費観の現れている部分を追跡した。経済学の世界には<消費財／生産財>という分類方法が存在する。ここで登場する<消費>は<生産>と対比的に解されたものであって、ここでの消費観は疑いなく<最終的消費観>に属するものである。

『経済学原理』においても、この<消費財／生産財>という分類方法が、マーシャルとほぼ同時代にオーストリアで活躍した有名な経済学者であるカール・メンガー (Carl Menger) の『国民経済学原理』を引き合いに出しつつ紹介されている⁷⁾。

しかしながら注目すべきは、この<消費財／生産財>という分類方法に対して、『経済学原理』において次のような記述も存在することである。

「(<消費財／生産財>という分類方法は) ときおり強調されることであるが、曖昧で大きな実際上の用途があるとはおそらく思われない」⁸⁾

マーシャルは<消費財／生産財>という分類方法に対して、明らかに低評価を与えている。どうしてこのような低評価になったのであろうか？その大きな理由は、彼の消費観が最終的なものに留まらなかったからである。

第1節でも指摘したように、マーシャルはミクロ経済学の創始者の一人であり、<最終的消費観>はミクロ経済学的消費観なのであるが、そのようなミクロ経済学者としてのマーシャル像から逸脱する消費観が、『経済学原理』の内部には存在しているのである。即ちそれが、<消費>を経済過程の終点としてではなく中間点として捉える<中間的消費観>である。

既述の通り、『経済学原理』第二篇第三章では<消費>概念の分析が行われているが、そこには<生産的消費> (productive consumption) という名の概念もまた登場する。そこでの説明によれば、<生産的消費>とは、「富を生産するために富を使用する」⁹⁾という意味を持っている概念であり、更に、「生産的な労働者が行うすべての消費を含めるのではなく、彼らの能率を高める上で必要な消費のみを含めるのが適切である。」¹⁰⁾とも付け加えられている。つまり生産能率を上げるような消費、それを消費することが生産の向上に通じるような消費が<生産的消費>と呼ばれることになるのである。

マーシャルにこうした<生産的消費>という視点があることを知れば、彼が<消費財／生産財>という分類方法に対して低評価を与えた理由が理解できる。通常消費財としてみなされるものであっても、それが労働能率を高める、つまり生産財的性格を持った側面はある。しかし、ある財を消費財か生産財かと分類する視点を強調してしまうと、こうした生産財的性格を持った消

7) Marshall [10] p.64. マーシャル [13] p.91.

8) Marshall [10] p.64. マーシャル [13] p.91. 引用文中の括弧内の文章は、三浦が補ったもの。

9) Marshall [10] p.67. マーシャル [13] p.95.

10) Marshall [10] p.67. マーシャル [13] p.95.

費への視点が損なわれる可能性がある。マーシャルはそうした立場から、〈消費財／生産財〉という分類方法を余り評価しなかったのではないだろうか？

〈生産的消費〉の視点には、消費を時間的に後の現象に影響を与える中間的な現象として捉える見方が含まれており、これは〈中間的消費観〉に属する視点である。〈生産的消費〉の視点に立った消費観は『経済学原理』の様々な部分に見出すことができるが、特に目立つのは「国民所得の分配」と題された第六篇においてである。第六篇の中で中間的消費観が認められる部分は多数あるが、例えば次の通りである。

『経済学原理』第六篇第四章において、労働稼得の上昇が生産的消費を通じて労働者の生産能率を高め、しかもそれがまた労働稼得を高め、また労働能率上昇につながる、という際限なく繰り返されていく過程は、〈累積的な効果〉(effects which are cumulative)と呼ばれて議論されている。そこでは、「高い稼得と強力な性格は、さらに強力な性格とさらに高い稼得に導き、後者はさらに一段と強められた強力さ(strength)とさらに一層高い稼得に導き、そのようにして累積的に進行する」¹¹⁾と書かれている。ここに述べられている「強力な性格」(strong character)とは前後の文脈及び『経済学原理』のその他の部分での用法から判断して、能率の高い労働者の状態を指す概念である。

この事実認識が〈中間的消費観〉と深く結びついていることは明らかである。直接言われていることは、労働稼得の上昇が労働者の生産能率を高める、ということであるが、しかし労働稼得の上昇と労働者の生産能率の上昇が結びつく為には、その中間に〈生産的消費〉がなければおかしい。労働稼得の上昇は直接には消費の上昇をもたらすが、消費には〈生産的消費〉という側面があるが故に労働者の生産能率の上昇をもたらす、という形で理解するのでなければ、何故に労働稼得の上昇が労働者の生産能率上昇につながるのか理解不能である。結局ここで言っていることは、労働稼得の上昇が生産的消費を通じて労働者の生産能率を高め、しかもそれがまた労働稼得を高めて…という按配で、際限なく繰り返されていく過程のことが述べられている。〈累積的な効果〉の基礎にあるのは明らかに〈中間的消費観〉であり、消費と生産性の連鎖関係を強調しているところがこの議論の特徴である。

3. 生活水準と安楽水準

第1節と第2節において、〈最終的消費観〉と〈中間的消費観〉とが『経済学原理』において現れている様をそれぞれ明らかとした。しかしながら、『経済学原理』においてはこの二つが直接対比的に記述されているわけではない。二つの消費観を対比させるという作業はマーシャル自身に直接由来するのではなく、(例えばパーソンズのような)研究者によって設定されたものである。

11) Marshall [10] p.560. マーシャル [16] p.83.

しかし、直接対比しているわけではないにせよ、間接的にはそれに通じるような対比を行っている部分を『経済学原理』に見出すことができないだろうか？この問いに対しては『経済学原理』第六篇第十三章に対比されている、生活水準 (standard of life)¹²⁾と安楽水準 (standard of comfort)¹³⁾という二つの概念に着眼することで答えることができる。この第3節では、生活水準と安楽水準の関係を、最終的消費と中間的消費に関わる問題として捉えることを試みる¹⁴⁾。

生活水準という概念は、以下のように定義される。「欲求に対して調整される活動の水準を意味する」¹⁵⁾すぐに続けて、「生活水準の上昇は支出において注意と判断の増大に導き、食欲を満たすだけで、体力の強化 (strength) に役立つことのない飲食と、肉体的ないしは道徳的に不健康な生活の様式を避けるように導く、知性と精力と自尊の念の増大を意味する」¹⁶⁾とある。生活水準の上昇とは単なる食欲を満たすことによって達成されるものではなく、“strength”を高めることによって達成されるもの、と言われている文章を判断すれば、この<生活水準>とは<生産的消費>の水準のことではないかと思われる。

更に、「任意の職種ないし等級にとっての生活水準の上昇は、彼らの能率を高め、それゆえに、彼ら自身の実質賃金を上昇させるであろう。」¹⁷⁾とも語られている点も注目できる。この文章の方が、生活水準の上昇と生産能率の上昇、及びその帰結としての賃金上昇との関連が明白である。

以上から、<生活水準>は<中間的消費観>に通じる消費のあり方の水準とみなし得ることになる。

12) 「生活基準」という訳語が使用される場合も多い。この概念の訳語については、橋本〔4〕pp.112-113を参照。

13) 「安楽基準」という訳語が使用される場合も多い。この概念の訳語については、橋本〔4〕pp.112-113を参照。

14) 生活水準と安楽水準という二つの概念は、マーシャル研究者の間では良く着眼されるが、解釈が難しい概念であって、それらが何を意味するかについて研究者間の十分な一致が得られていない。この二概念については、「はじめに」で紹介したパーソンズの研究もここに注目している他、出口〔1〕、橋本〔2〕、岩下〔7〕、近藤〔12〕、西岡〔18〕、坂口〔22〕、などがここに着眼している。

15) Marshall〔10〕p.689。マーシャル〔16〕p.268。

16) Marshall〔10〕p.689。マーシャル〔16〕p.268。

この引用文は永沢訳をそのまま使用したのだが、この部分の原文は、“an avoidance of food and drink that gratify the appetite but afford no strength”となっている。「体力の強化」という訳だと非常に肉体的な力の上昇のみをイメージされかねないところもあるが、そうではないだろう。ここでの“Strength”は、本論文の第4章でも既に紹介済みの『経済学原理』第四篇第五章の表題「人口の健康と強力さ」に出てくる「強力さ」(strength)と同じ意味であろう。この章の冒頭では「肉体的、知的、ならびに道徳的な健康と強力さ」(Marshall〔10〕p.193。マーシャル〔14〕p.85.)という表現が使われているから、この生活水準という概念の定義との関連で出てくる“strength”も肉体的なものばかりではなく、知的・道徳的な側面をも含めたものとして理解すべきであろう。また労働賃金の上昇が労働生産性を高めることを述べた『経済学原理』第六篇第二章第三節でも、生産性の向上が肉体的・知的・道徳的な“strength”を高めると表現されているし、加えてやはり同様の議論が展開されている『経済学原理』第六編第四章第一節でも、労働生産性の向上を“strength”が高まることとして表現していたからである。

17) Marshall〔10〕p.689。マーシャル〔16〕p.268。

一方、生活水準と対になっている安楽水準については、こう定義されている。「安楽水準という言葉は、おそらくは粗野な欲求が支配的であるかもしれない、人工的な欲求の単なる増大を示唆する言葉である。」¹⁸⁾

また別の部分で使われている〈安楽水準〉という言葉の用法を探る為に、第六篇第十三章からいったん離れて、同じ篇の第一章「分配の予備的な展望」に戻ってみる。するとその第一節で、第六篇で追求されるべき課題の一つとして、次のようなものとされている。「慣習的な必需品すなわち安楽水準の演ずる役割はどのようなものであるか。」¹⁹⁾

ここで安楽水準と同義的な概念として使用されている「慣習的な必需品」とは、『経済学原理』第六篇第二章第三節に登場する概念である。この節では慣習的な必需品について、「人々は、それらの大部分をなしで済ませるよりは、厳密な意味での必需品を断念するであろう」²⁰⁾ような性格のものとされている²¹⁾。更に慣習的な必需品は、「それらが多いほど、人間は生産要因としては非経済的になる」²²⁾と言われており、その消費の生産的性格がはっきりと否定されている点に注意したい。

その上で、この不生産な慣習的な必需品が安楽水準と同義的な概念と理解されている点から判断すると、〈安楽水準〉は、生産要因としての非経済性によって特徴づけられているのではないかと考えられる。そうであるならば、生産要因としての経済性を強調した〈生活水準〉との対比性は明確である。即ち、それ故に、〈安楽水準〉は〈最終的消費観〉に通じる消費のあり方の水準、として理解できよう。

以上で見てきたように、〈生活水準〉が〈中間的消費観〉に通じ、〈安楽水準〉が〈最終的消費観〉に通じるのであれば、両消費観はマーシャル自身の手によって対比的に捉えられていたと見ることができることになる。

18) Marshall [10] p.690. マーシャル [16] p.269.

この引用文の特に「人工的な欲求」なる概念は、不可解な概念である。先の引用文の原文は、“(standard of comfort is) a term that may suggest a mere increase of artificial wants, among which perhaps the grosser wants may predominate.” となっている（括弧内は三浦が補ったもの）。「人工的な欲求」と訳されたのはこの中の “artificial wants” という部分である。この “artificial” については意味が不可解であるが故に、パーソンズを始め注意している研究者もいる。この点については、坂口 [22] の注5を参照。

パーソンズ [21] p.21あたりから私が判断する限り、パーソンズは “artificial” という形容句を、人間にとって本来的なものではない、というほどの意味で解釈しようとしているらしい。

19) Marshall [10] p.509. マーシャル [16] p.2.

20) Marshall [10] p.529. マーシャル [16] p.40.

21) 『経済学原理』第六篇第二章第三節においては、慣習的な必需品は厳密必需品 (strictly necessary) 及び習慣的な安楽品 (habitual comfort) と並ぶ、必需品三分類の一つとして与えられている。厳密必需品とは「どの部分が切り詰められても仕事が能率的に出来なくなる」(Marshall [10] p.529. マーシャル [16] p.40.) ような財のことであり、また習慣的な安楽品とは「すべての人がそのようにするというわけではないが、いちじるしく窮迫した場合にも、それらを完全になしで済ませることをしない人々がいるであろう」(Marshall [10] p.529. マーシャル [16] p.40.) ような財のこととする。

22) Marshall [10] p.530. マーシャル [16] p.40.

4. 二種類の消費に対する価値判断

第3節では、『経済学原理』第六篇第十三章で登場する〈生活水準〉と〈安楽水準〉という二概念の定義を吟味することを通じて、それらは〈中間的消費観〉と〈最終的消費観〉にそれぞれ通じる消費のあり方の水準ということを確認した。

ところでこれらの二概念は、単なる事実認識の手段として登場したという性格よりも、価値判断の基準として登場したという性格のほうが色濃い。つまり、〈最終的消費観〉と〈中間的消費観〉との対比は、マーシャルにおいては単なる見方の問題ではなく、消費のあり方についての是非の問題になってくるのである。

ところで最終的消費と中間的消費との区別を評価問題に拡張する場合には、次のような注意を要する。単に事実認識の手段として見る場合だと、二つの違いは目に入れる視野の相違として整合性を取ることが可能である。ここで言わんとすることは、『経済学原理』の中で次のように言われている整合性の取り方である。

「われわれが研究のために人間生活の経済的側面を分離することが有益であるのは、単に一時的、暫定的な研究段階に限られている。また経済的側面の全体像をその一つの概観の中に注意深く統合するようにしなければならない。」²³⁾

ここでは、広い視野で見れば全体的である事実も、分離された部分的事実として研究することの有意義性が述べられている。このような方針は、最終的消費と中間的消費との間の関係に適用することも可能である。ある消費現象について、それを広い視野を見れば中間的消費であったとしても、消費の後に生じる生産への影響を取って見つめようとしなければ、それは最終的消費のように見ることができる。このような場合だと、ある現象が最終的消費であることは、それが中間的消費であることと矛盾しない。

事実認識の場合ならばこのような区別を行うことも方法論的便宜として正当化されうるが、価値評価を問題にする場合にはこのような方法を持ち込むことは不適である。評価問題として最終的消費を評価するとしたら、それは中間的消費と現象として別個のものであるからでしかあり得ないだろうし、中間的消費を評価する場合も同様である。つまり、最終的消費と中間的消費の違いは視野の相違によって得られるものではなく、あくまでも現象としての相違でなければならない。従って評価問題になる場合には、中間的消費と最終的消費との対比は、前者は続く経済過程に対して影響がある消費を指すのに対して、後者は影響がない消費と見る以外にないということである。

この点を踏まえて、マーシャルの両消費に対する価値判断のあり方を見ていく。

生活水準と安楽水準の分類が登場する『経済学原理』第六篇第十三章において、マーシャルは中間的消費、即ち生産性を持った消費の増大を価値的に良いものと評価し、最終的消費、即ち生

23) Marshall [10] p.85. マーシャル [13] pp.122-123.

産性を持たない消費の増大を（多少の留保はあるが）基本的には価値的に悪しきものとしている。このことは次の引用文からも確認できる。

「全国民の生活水準の上昇は、国民分配分を大幅に増大させ、おのおのの等級と、それぞれの職種に属する分配分の分け前をも増大させるであろう」²⁴⁾

国民分配分（national dividend. 国民所得national incomeと同義）の増大を良きこととするのが第六篇の根本にある思想であることは、『経済学原理』全体を読めば明らかに伝わってくる。従って、やはり生活水準の向上は、すなわち中間的消費の増大は、マーシャルにとって良いことなのである。

それに対して、安楽水準の向上に対する低評価の証拠として、次の文が挙げられよう。

「欲求の増大の直接的な効果は単に人々をより悲惨にするだけである。」²⁵⁾

「欲求の増大」とは、安楽水準の向上を指している。もっともすぐ後で生活水準の向上につながる間接的な効果を除けば、という留保の仕方をしてはいるのだが、基本的には低評価である。

マーシャルの中間的消費に対する価値肯定的姿勢は、別の箇所からも読み取ることができる。『経済学原理』第六編が始まってすぐの第一章第二節において、経済学説史の議論が行われる。ここで注意したいのはその焦点の中身である。

つまりこの節では、フィジokrat（Phisiocrat）、アダム・スミス（Adam Smith）、マルサス（T. Malthus）、リカード（D.Ricardo）、ミル（J.S.Mill）といった人々の学説の検討に引き続く形で、「ウォーカーを始めとするアメリカの経済学者たち」“Walker and other American economists”²⁶⁾について書かれている²⁷⁾。

このウォーカーの見解を、マーシャルは『経済学原理』第六編第一章第二節において次のような形で紹介している。

「高賃金がそれを受け取る人々の能率を増大させるだけでなく、彼らの子供や孫の能率をも増大させる効果に関して、注意深い研究が始められた」²⁸⁾。

そして、ウォーカーらによって認識が始められた高賃金の能率性という事実について、マーシャルは、「この事実は、人類の将来にとって、われわれの知っている他のいかなる事実よりも大きな希望を与える事実」²⁹⁾であると評している。

ウォーカーについてマーシャルが述べていることから分かることは2点ある。

24) Marshall [10] p.689. マーシャル [16] p.268.

25) Marshall [10] p.690. マーシャル [16] p.269.

26) Marshall [10] p.510. マーシャル [16] p.10.

27) ここで言われているウォーカーとは、米国の経済学者フランシス・アマサ・ウォーカー（Francis Amasa Walker, 1840-1897）のことである。ウォーカーとマーシャルの関係については、西岡 [19] 及び西岡 [20] を参照。

28) Marshall [10] p.510. マーシャル [16] p.10.

29) Marshall [10] p.510. マーシャル [16] p.11.

I：事実認識の問題として、高賃金が生産能率を上昇させるものと、マーシャルは考えている。
II：価値判断の問題として、生産能率を上昇させるような高賃金を、マーシャルは歓迎している。

ということである。IIの価値判断がIの事実認識を踏まえていることは言うまでもない。

このIの事実認識が<中間的消費観>と深く結びついていることは明らかである。直接言われていることは、労働稼得の上昇が労働者の生産能率を高める、ということではしかないが、この背景に<生産的消費>という側面がなければならないことは、本論文第2章で<累積的な効果>に関連して述べた場合と同様である。これを踏まえてIIの部分を解釈すれば、マーシャルの中間的消費に対する価値肯定的姿勢を示すものと見ることができよう。

ウォーカーのような同時代の経済学者と連動しつつ、マーシャルは<中間的消費観>、更には中間的消費に対する価値肯定的姿勢を形成していったのである。

おわりに

本論文では、第1節と第2節で<最終的消費観>と<中間的消費観>の現われをそれぞれ確認した。その上で、第3節において両消費観と<生活水準／安楽水準>論との関連を示すことで、両消費観がマーシャル自身の手によって対比的に捉えられていた事実を明らかとし、更に第4節において両消費観に対してマーシャルが価値判断を加えており、特に中間的な消費に対して価値肯定的であった事実を確認した。

それでは今後に残された課題として何があるかということになると、この二種類の消費観がマーシャル体系の他の部分との間でどう位置づけるかという問題がある。この課題は非常に大きな範囲に広がり得る性格を持っているが、その一つの方向性としてマーシャルの時間論との関連性を追及するという方針があり得る。

マーシャルは時間問題を重視していた経済学者として知られている。しかしながら、時間の問題を取り上げるといっても、一般的にはそのアプローチの取り方は尚も多様であり得る。マーシャルにおける時間の取り扱いはどのようなものであったか？その典型を見るためには、『経済学原理』第五篇第五章において行われている、価格決定の問題を期間の長短に応じて四つに分離した議論を参照するのが良い³⁰⁾。

そこで行われている議論は、簡略に記述すれば次のようなものである。

もっとも短い期間は生産量を変えられない期間であり、従って生産者の手もとの在庫量に基づいて価格が決定される。二番目に短い期間は生産量に変えられるが固定的生産設備を代えることができない期間であるために、固定設備費用以外の費用が価格決定に介在する。三番目に短い期間は固定設備も代えられるため、固定設備費用もまた価格決定に介在する。最も長い期間では、

30) Marshall [10] p.378-379. マーシャル [15] p.79.

更に知識や人口の変化も価格決定に関わる。

以上の期間による分類は、生産事情に基づく分類であって、消費に関わる分類ではない。しかし、時間幅によって見方を変えるという発想が、マーシャルにおける時間問題の取り扱いとして重視されていたことは十分参考に値しよう。本論文での課題であった消費観問題を、時間論と繋ぎ合わせることによって拡張していくことはできまいか？

例えば、仮説的ではあるが、次のような考え方によって拡張していくこともできよう。消費という事実を極めて短期的な視点から観察すれば、後々の影響などが見えてくるはずはないから、それは単にそれ自体として完結した事実として認識されるより他ない。その事実の影響の有無などはある程度時間幅を取ることによってしか判定し得ない問題だから、消費という事実を中間的な現象として見つめるためには、多少なりとも長期的視点に立つことが不可欠である。

消費をそこで時間的に完結する過程として捉える〈最終的消費観〉に対して、〈中間的消費観〉は、消費という現象を時間的に非完結な、終わることなき過程として捉えるところにその本質がある。マーシャルが中間的消費に肯定的だった事実と繋ぎ合わせて考えれば、経済過程への長期性の視点こそ彼にとって重要な経済認識のあり方だったと捉えることができるのではなかろうか？このように考えていけば、消費観問題と時間論問題はリンクしていくことになる。

ここで述べた見解は余りにも簡略であり不十分である。更に加えれば、消費観問題と関連付けられる可能性を持ったマーシャル体系の他の側面は、時間論に限られているわけではない。いずれにせよ、こうした方向性を発展させていくことで、本論文で取り上げた消費観問題は更なる広がりを得ていくことができるであろうが、これは今後に残された課題である。

参考文献

- [1] 出口康博, 「マーシャル経済思想における経済進歩と福祉について」, 『白鷺論叢』(大阪府立大学), 第15号, 1983年, pp.49-64.
- [2] 橋本昭一, 「マーシャル賃金論の形成」, 『経済と社会の基礎分析: 北野熊喜男博士古稀記念論文集』古稀記念論文集刊行会, 1979年, pp.355-372.
- [3] 橋本昭一編, 『マーシャル経済学』, ミネルヴァ書房, 1990年.
- [4] 橋本昭一, 「日本におけるマーシャル研究」, 『関西大学経済論集』, 第39巻第6号, pp.91-126.
- [5] 藤田暁男, 「マーシャル経済学にかんする T. パーソنزの研究について」, 『経済学部論集』(金沢大学), 第8巻第2号, 1988年, pp.1-34.
- [6] 井上琢智・坂口正志編, 『マーシャルと同時代の経済学』, ミネルヴァ書房, 1993年.
- [7] 岩下伸朗, 「マーシャル分配論についての一考察—「進歩」の視座との関連で—」, 『福岡女学院大学紀要』, 第2号, 1992年, pp.171-194.
- [8] Keynes, J.M., *Essays in Biography* [The Collected Writings of John Maynard Keynes, Volume I], Macmillan, 1972.
- [9] J・M・ケインズ, 『人物評伝』, 大野忠雄訳, 東洋経済新報社, 1980年.
- [10] Marshall, A., *Principles of Economics* (9th.ed.), with annotations by G.W. Guillebaud, Volume I "Text", Macmillan, 1961.
- [11] Marshall, A., *Principles of Economics* (9th.ed.), with annotations by G.W. Guillebaud, Volume II "Notes", Macmillan, 1961.
- [12] 近藤真司, 「「生活基準」の経済学」, 橋本昭一編『マーシャル経済学』, ミネルヴァ書房, 1990年, pp.96-127.
- [13] A・マーシャル, 『経済学原理 第一分冊』, 永沢越郎訳, 岩波ブックサービスセンター, 1985年.
- [14] A・マーシャル, 『経済学原理 第二分冊』, 永沢越郎訳, 岩波ブックサービスセンター, 1985年.
- [15] A・マーシャル, 『経済学原理 第三分冊』, 永沢越郎訳, 岩波ブックサービスセンター, 1985年.
- [16] A・マーシャル, 『経済学原理 第四分冊』, 永沢越郎訳, 岩波ブックサービスセンター, 1985.
- [17] 中野聡子, 「A・マーシャルと功利及び効用の思想」, 『三田学会雑誌』(慶応義塾大学), 第84巻第1号, 1991年, pp.64-80.
- [18] 西岡幹雄, 「マーシャルの人的資本論の展開」, 『経済学論叢』(同志社大学), 第36巻第1号, 1985年, pp.1-54.
- [19] 西岡幹雄, 「フランシス・A. ウォーカーの経済思想と初期マーシャルの経済学説」, 『経済学論叢』(同志社大学) 第37巻第1・2号, 1986, pp.156-186.
- [20] 西岡幹雄, 「マーシャルとフランシス・ウォーカー—19世紀後半の英米における「正統派経済学の再建」—」, 井上琢智・坂口正志編, 『マーシャルと同時代の経済学』, ミネルヴァ書房, 1993年, pp.162-192.
- [21] T・パーソنز, 『社会的行為の構造 第二分冊』, 稲上毅・厚東洋輔・溝部明男訳, 木鐸社, 1986年.
- [22] 坂口正志, 「有機的成長論」, 橋本昭一編, 『マーシャル経済学』, ミネルヴァ書房, 1990年, pp.214-250.
- [23] Wood, J.C. (ed.), *Alfred Marshall, Critical Assessments*, Volume I , Croom Helm, 1982.

(2007年5月22日受領)

平成19年9月1日発行

編集者 名古屋市立大学経済学会
名古屋市瑞穂区瑞穂町字山の畑1

印刷所 株式会社正鶴堂