

商品価格の二重性と市場価格の形成

—池上惇著『経済学への招待』における事例の図式化—

鈴木 敏 紀*

(平成18年9月29日受付：平成18年10月23日受理)

要 旨

本論文は、商品価格が使用価値価格と価値価格の二重性を持ち、それらが市場価格として現れることを論証するものである。それは市場価格を単なる需要曲線と供給曲線との交点とする従来の均衡価格論の論理矛盾を明らかにすると同時に、消費者余剰論及び生産者余剰論に新たな規定を与える市場価格論として意義を持たせるものである。

そのためには新たな概念の創造とその理論的操作が必要となる。その概念とは需要対供給比率を表す「社会的欲求度」、その実体的要素をなす個々人の「個別的欲求度」(不足量対充足量)、需要曲線及び供給曲線に変わる「市況価格線」、及び生産者の論理を示す「限界価格」などである。

消費者余剰論及び生産者余剰論においてこれまでの主観的規定を社会的総過程における客観的規定に置き換えることで、市場価格形成の論理がこれまでの非現実的な空論から実際の理論へと転換するのである。その実際の理論形成において池上惇の「市場価格形成の事例」が大いに役立つものであることを本論文で明らかにする。その「事例」において池上自らがなしえなかった図式化を本論文で試みるに当たって、「超過利潤」及び「生産価格」、「社会的価値」というマルクス経済学概念が応用されている。そうすることで、市場価格論に新地平が切り開かれるものと確信する。

KEY WORDS

price of useful value：使用価値価格
marginal price：限界価格
social value：社会的価値
equilibrium price：均衡価格
producer's surplus：生産者余剰
rate of social wants：社会的欲求度

price of value：価値価格
excess profit：超過利潤
productive value：生産価格
consumer's surplus：消費者余剰
rate of individual wants：個別的欲求度
line of market-sensitive price：市況価格線

1. 池上惇の市場価格形成の事例

池上惇は、市場価格の形成に関してひとつの事例を次のように示している。「営業の自由が確立され、消費者の需要に応じて多数の事業者が自由に競争しながら財を供給すると仮定しよう。このとき、市場経済は、より安く、より質の高い商品を欲する消費者と、高品質の製品をより安く、より速く供給して(よい, 安い, 速い) 需要に応え利潤を最大化しようとする事業者から成り立つと考えてよい。例えば、品質は並製の一個の価格 120 円のパンは、消費者の需

* 社会系教育講座

要が拡大すれば商品の数量が不足し、市場価格が120円から150円に上昇する。この値上がり情報はパンの供給者＝製造業者から見ると市場価格の上昇によって、より利益が上がるから供給を増やしてもよい、という信号である。供給を増やし続けると今度は供給が需要を上回って、パン一個の価格は100円に低下する。今回の値下がり情報は『もうこれ以上供給を増やしても利益が上がらないよ』という信号であり、製造業者は供給の拡大を止める。ここでは、消費者は支出の増加分と効用の増加分を比較して、支出をこれ以上増加しても効用は増加しない点で購入を止めるし、生産者は生産の増加分と利潤の増加分を比較して、これ以上、生産しても利潤の追加がないという状況で生産増加を停止するとみなされている。このような関係者の行動原理を限界原理といい、収穫逡減の法則が作用していると考えられている。これらの行動の結果として、需要と供給が一致したときの価格を均衡価格という。」(注1)、と。

池上はこの「均衡価格」の決定過程を図1のようにいわゆる需要曲線と供給曲線の交点で示しているのであるが(注2)、この図には事例に示された数値が示されておらず、「均衡価格決定の過程」が不明なのである。

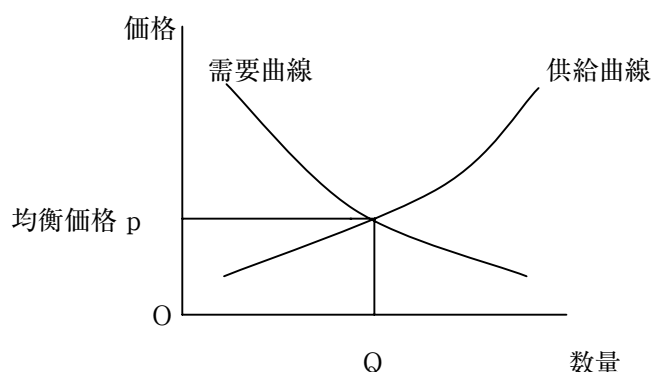


図1. 需要曲線と供給曲線（均衡価格決定の過程）

すなわち池上がこの図で示している均衡価格 p が具体的には150円なのか、120円なのか、100円なのか不明ということである。それぞれの価格で需給が一致しているとも見てできる。またパン一個の値段が150円という価格は生産者にとっては大きな利潤を獲得させる水準であり、100円という価格は生産者に生産拡大を停止させる水準であるということであるが、この「均衡価格決定の過程」図では150円という価格が「より多くの利益が上がる」価格、100円という価格が「利益は上がらない」価格という、それぞれの価格水準での需給関係が不明なのである。

たとえば図2のように図1に150円、120円、100円という価格を入れ、 $p = 100$ 円とした場合、100円より上位の価格帯においては「需要不足＝供給過剰」であり、それより下位の価格帯では「供給不足＝需要過多」ということになるが、池上が事例で述べていることは120円を越え、150円となる価格は需要増加による「需要過多＝供給不足」によって生じた価格であり、100円以下の価格は限界効用がマイナスに転じることによって生じる需要減少に伴う「供給過剰」状態の価格である。したがって100円以下の価格では生産は停止される。池上が事例で言っていることと、図2で示されていることが一致しない。

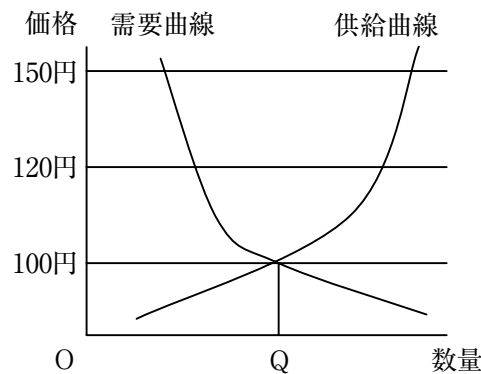


図2. パン一個の需要曲線と供給曲線

つまり図1及び図2で示される需要曲線と供給曲線との交点を均衡価格とする市場価格決定理論は具体的な事例を的確に示すことができないのである。すなわち供給過剰のとき市場価格が高く、需要過多のとき市場価格が低いという現実離れした図となるからである。換言すれば、供給過剰がますます拡大するに従って市場価格が上昇し、需要過多がますます拡大するに従って市場価格が下落するという現実的矛盾をこの均衡価格理論図は示しているのである。しかし池上が事例で述べている事例は論理的に間違いなく、实际的であり具体的であるから彼の事例を素直に示す図を作成しなければならない。それぞれ次元の異なる右下がりの需要曲線(効用)と右上がりの供給曲線(費用)とを交点とする均衡価格決定過程を示す図は用をなさないのである。(注3)

2. 使用価値価格としての市場価格

池上は事例において消費者の論理と生産者の論理をしっかりと区別して論じている。消費者の論理はより安く、より速く、より質の高い商品を欲する。消費者はその欲求を充足するに連れて満足度(効用)が徐々に逡減し(限界効用逡減の法則)、支出に見合うだけの効用が得られなくなると購入しなくなるということである。換言すれば、消費者は自己の欲求が充足するに連れて需要を減少させ、限界効用がゼロとなる点で購入を停止するということであり、逆に欲求が充足せず不足の状態が大きいとき、需要が大きいということであるから、その消費者の需要量の変動はその消費者の個別的な欲求度に比例的に作用すると言うことができる。すなわち、個別的欲求度とは次の式で示される。そして需要量と個別的欲求度との関係を図3のように示されるであろう。

$$\begin{aligned}
 \text{個別的欲求度} &= \{(\text{必要量} - \text{充足量}) \div \text{充足量}\} \\
 &= \text{不足量} \div \text{充足量} \\
 &= \text{欲求量} \div \text{充足量}
 \end{aligned}$$

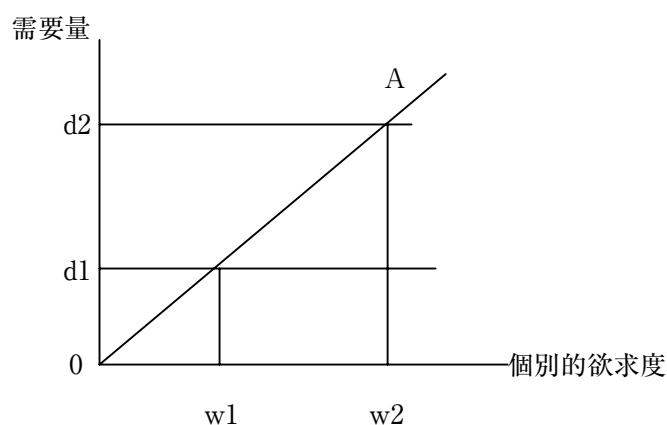


図3. 消費者の需要量と個別的欲求度との関係

図3は、ある財に対する個別的欲求度が w_1 ($< w_2$) のとき、その需要量は d_1 ($< d_2$) ということであり、個別的欲求度が w_2 のとき、需要量は d_2 となることを示している。すなわち、ある財に対する必要量においてそれが充足していれば、その財に対する需要は生じない。反対に必要量に対してその充足率（充足量／必要量）が小さく、不足率（不足量／必要量）が大きければその財に対する需要は大きくなる。

この図の特徴は、ある財に対する需要量の変動を個別的欲求度の比例関数として捉え、需要量の変動を客観性を持った実体によって表現していることである。

これはまた、需要と供給との関係についても当てはまる論理を含んでいる。それは、消費者の欲求する量（需要量）が生産量（供給量）を上回ると市場価格は上昇し、その反対に需要量が供給量を下回ると市場価格は下落する、というものである。すなわち、消費者の観点から市場価格の変動を見たとき、この市場価格は供給量対需要量という関係において比例的に決定されるということである。したがって、この市場価格は消費者が商品の使用価値に対して評価するものであるから、それは「使用価値価格」と名づけることができる。この商品の使用価値について、池上は特に固有の物質的及び倫理的規定を含んだ使用価値を固有価値と名づけている。それに従えば、その市場価格を「固有価値価格」と名づけても構わないのであるが、一般的表現としては「使用価値価格」である。この供給量対需要量の社会的関係を「個別的欲求度」概念の社会化された概念に敷衍化すれば「社会的欲求度」と名づけることができる（注4）。これを $D/S = d$ の記号で表し、市場価格（使用価値価格）を P_m として図示すれば、以下のよう示されるであろう。

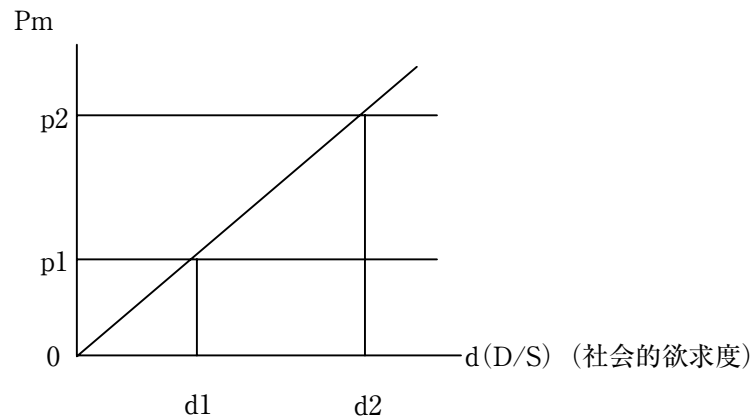


図4. 社会的欲求度と市場価格（使用価値価格）との関係

市場価格（使用価値価格） P_m は社会的欲求度 d (D/S) の増減に比例的に上昇し、そして下落する。したがって、社会的欲求度が d_1 から d_2 と大きくなれば、市場価格（使用価値価格）は p_1 から p_2 へと上昇する。換言すれば、供給量が極めて少ないのに対して需要量が極めて大きいとき、市場価格（使用価値価格）は無限大 (∞) の高さまで上昇するであろう。反対に社会的欲求度がゼロ、すなわち、供給量が極めて大きく、需要量がそれに対してほとんど無に等しいとき、市場価格（使用価値価格）はゼロ (0) にまで下落し、ついにはその商品は廃棄されるであろう。

このように市場価格（使用価値価格）は社会的欲求度の変化に応じて不断に変動するのである。この両者の比例的関係を示す右上がりの線を便宜的に「市況価格線」(line of market-sensitive price) と名づけよう。その意味は、市況（社会的欲求度の変化）によって商品の市場価格が不断に変動するという関係を表現する線という意味である。すなわち、市場価格（使用価値価格）はこの市況価格線上を社会的欲求度の変化に応じて上下に不断に変動するということである。

社会的欲求度はすでに述べたように個別的欲求度の社会的総体を表現するものであるから、需要量が供給量に対して超過している場合、市場価格（使用価値価格）は消費者における購買力の上位者が決定することとなる。反対に需要量が供給量に対して小さく、供給過剰にある場合、市場価格（使用価値価格）は購買力の下位者が決定することとなる。たとえば供給量 1 に対する需要量 10 の場合、すなわち、社会的欲求度が 10 の場合、購買力の上位のものがその商品価格を支配することとなるであろう。つまり他の下位者が追従できないほどの高値で購入するということである。従って、購買力の下位者はその商品を購入し、享受することはできない。購買力の下位者は生産者が供給量を増大していくことに期待する以外方法はない。供給量が増えていくに連れて徐々に市場価格水準は購買力の下位者の水準に移行して下落する。

反対に供給量 10 に対して需要量が 1 の場合、すなわち、社会的欲求度が 0.1 の場合、その商品価格は消費者の低位の購買力に支配されるであろう。なぜならば、その商品価格は買い手の意のままになるからである。そしてこれに応じることのできない生産性の低い劣等な生産者は採算割れを起し脱落を余儀なくされ、生産は停止され、社会全体の供給は徐々に減少するであろう。

以上のように消費者の観点での市場価格とは個別的欲求度の社会化された社会的欲求度の大きさによって比例的に決定される使用価値価格であるということがわかる。その上限は無限大であり、下限はゼロである。(注5)

3. 価値価格としての市場価格

池上は次に生産者の論理を展開する。すなわち「消費者の需要が拡大すれば商品の数量が不足し、市場価格が120円から150円に上昇する。この値上がり情報はパンの供給者＝製造業者から見ると市場価格の上昇によって、より利益が上がるから供給を増やしてもよい、という信号である。供給を増やし続けると今度は供給が需要を上回って、パン一個の価格は100円に低下する。今回の値下がり情報は『もうこれ以上供給を増やしても利益が上がらないよ』という信号であり、製造業者は供給の拡大を止める。」と。

この短くて明瞭な事例の中に豊富な内容が隠されているのである。まず、ここで示されている市場価格は120円、150円、100円である。150円は需要拡大によって生じた供給不足で市場価格が高水準となり「より利益」(超過利潤)の上がる価格であり、100円は「もうこれ以上供給を増やしても利益が上がらない」価格、換言すれば「これ以上、生産しても利潤の追加がないという」価格である。したがってこの市場価格(100円)は「限界価格」(marginal price)といえるであろう。すなわちその市場価格は生産費、すなわち「費用価格」(cost price)に等しい価格というものである。市場価格がこれ以下の価格になると損失が生じて生産は停止されるということである。120円という価格はこれらの中間の価格ということで、「適正利潤」が保証された価格ということができよう。

以上の関係を図5で示すことができる。

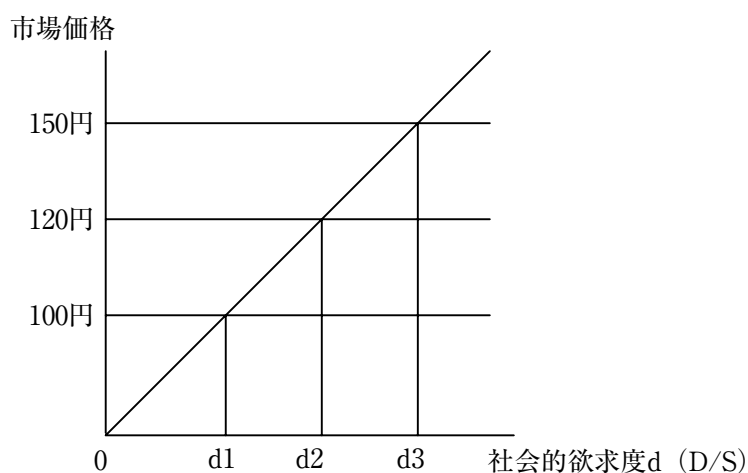


図5. 市場価格決定の過程

「適正利潤」とは資本として社会的平均的水準にある利潤を得ているということで「平均利潤」と考えてよいであろう。「平均利潤」とは社会的総利潤を社会的総資本で除した値である平均利潤率(一般的利潤率)を充用資本価値に掛けた値である。この充用資本価値は不変資本価値

(固定資本磨耗分である減価償却費＋原材料費・補助材料費等流動資本)と可変資本価値(賃金等人件費)から構成されている資本である。なお、平均利潤率(一般的利潤率)は抽象的で観念的な値であるが、具体的・現実的な値としてはさしあたって市場利子率(平均的利子率)を目安としたものとしてよいであろう。(注6)

再論すれば、図5で示されたパン一個の市場価格100円は生産者にとって採算性における「限界価格」(費用価格)で、これ以下の市場価格では損失(赤字)となる価格であるということである。

市場価格が120円の時、それは費用価格(100円)に利潤(20円)が上乗せされた価格である。この価格がいわば「適正価格」であると言えるのは、その利潤が平均利潤と見なされるからである。従って、「適正価格」とは、即ち生産価格(費用価格＋平均利潤)ということである。さらにその生産価格を越えた市場価格150円はそれ以上の利潤(30円)が上乗せされ、積極的な拡大投資に駆り立てる価格である。その価格はいわば超過利潤(特別剰余価値)を実現している価格である。

池上が言うところの「消費者の需要が拡大すれば商品の数量が不足し、市場価格が120円から150円に上昇する。」とは、図5において説明すれば、社会的欲求度が d_2 から d_3 へと移行することによって、すなわち、社会的欲求度 d が1より大($d_3 > 1$)となることによって市場価格が120円から150円に上昇することを示している。

そして池上は続けて言う。「この値上がり情報はパンの供給者＝製造業者から見ると市場価格の上昇によって、より多くの利益が上がるから供給を増やしてもよい、という信号である。」と。すなわちパンの製造業者は超過利潤を得たことによって積極的に拡大投資を行ってパンの供給を増やす。すると「供給を増やし続けると今度は供給が需要を上回って、パン一個の価格は100円に低下する。」と。すなわち社会的欲求度は d_3 から d_1 へと移行するのであるが、これは社会的欲求度の低下を意味する。この社会的欲求度の低下の背景にはすでに述べたように個別的欲求度が充足量の増大に伴う不足量の減少によって低下し、それが社会全体では社会的欲求度の低下、すなわち供給量に対する需要量の減少となって現れるのである。社会的欲求度 d が1より小($d_1 < 1$)とは供給過剰状態を意味し、市場価格は低下する。その最低線がここでは100円という「限界価格」、即ち費用価格の水準である。社会的欲求度が d_1 からさらに低下すれば、市場価格は費用価格を下回り、損失を出すこととなり、生産は停止されるであろう。その意味で費用価格は「限界価格」となる。

池上は「このような関係者の行動原理を限界原理といい、収穫逨減の法則が作用していると考えられている。」と述べている。

そして最後に池上は「需要と供給が一致したときの価格を均衡価格という。」と言って締めくくっているが、この「均衡価格」とは図5ではどの価格を言えばよいのか。市場価格150円は供給不足のために超過利潤を含んだ高い価格であり、市場価格100円は供給過剰のため採算性において最低限の「限界価格」である。すなわち、「限界価格」とは、市場価格がその価格以下になると損失を生じさせる費用価格に等しい価格である。従って「均衡価格」とは需給に過不足が無く、生産者に「正常な利益」(平均利潤)をもたらす価格でなければならない。その価格は正しく「生産価格」でなければならない。ここではそれが120円ということである。

「生産価格」が市場均衡価格となるということは、生産者にとってまさに社会的平均的生産力をもった商品価値(これを「社会的価値」と言う。)を実現していることを証明するもので、

ここにおいて価値は生産価格に転化するのである。

社会的平均的生産力を持った商品の供給量を満足する需要量があつてはじめて生産価格が市場均衡価格となるのである。したがって池上の言う「均衡価格」とは「生産価格」を指し、「需要と供給の一致」とは「生産価格」が市場価格として実現することではなければならないのである。従って、このことはその商品の欲求が他の消費者にあつても、すなわち「生産価格」に等しくなった市場価格でその商品を購入できない低水準の購買力しかない消費者が存在していたとしても、「需給は一致している」と見なされるということである。

池上が先の事例を上げる際に描いた一般均衡価格理論における図1「均衡価格決定の過程」は、池上の事例における数値の何が「均衡価格」なのか、また生産者にとって「均衡価格」が何を意味している市場価格なのか不明なのである。一般均衡理論の立場で言えば、それは生産者にとって「限界費用」(marginal cost)を示すものなのであろうが、「限界費用」が「均衡価格」であるということは概念矛盾である。なぜならば、「限界費用」が市場価格となると、それは過剰生産状況という生産者にとっては「不適正」な価格を余儀なくされた状況をいうからである。したがって一般均衡価格決定理論は池上にとっても「不適正」な市場価格決定理論であり、矛盾した理論と言ってよいのである。

図5においては3つのどの価格水準においても生産者にとって市場が過熱的か、安定的か、停滞的かを判別できる図となっている。すなわち、この図の特色は、供給に対する需要を表す社会的欲求度(D/S)を横軸にとって、それを縦軸の市場価格と比例的に関係させ、市場価格形成過程を社会的総過程(生産価格形成過程)として客観化させ、総体化させたところにある。

4. 価格低下に伴う消費者余剰の形成とその図式化

池上は次に「消費者の欲求の型が変化する」と需要と供給の関係がどのようなになるか述べている。「さて、ここで、優れた設計者が現れて、従来よりもはるかに優良な質を持ち、単価も安いパンを製造するノーハウを創造したとしよう。そして、その優良なパンの固有価値を享受する能力を持つ消費者が教育や学習の結果として登場したとする。そうすると消費者の欲求の型が変化するので、これを先の需要、供給の関係で見ると次のようになる。

まず、消費者の需要の方は、新たなノーハウが、より安い価格でより多くの効用をもたらすし、他方、供給の方は、従来よりも、より安い費用で、より多くの利益を上げる。この結果、パンの消費は質、量ともに増加し、しかも、費用は従来よりも少なくて済む。消費者には余裕が生まれ(消費者余剰)、生産者にはより大きな利潤獲得の機会がもたらされる(生産者余剰)。」と。(注7)

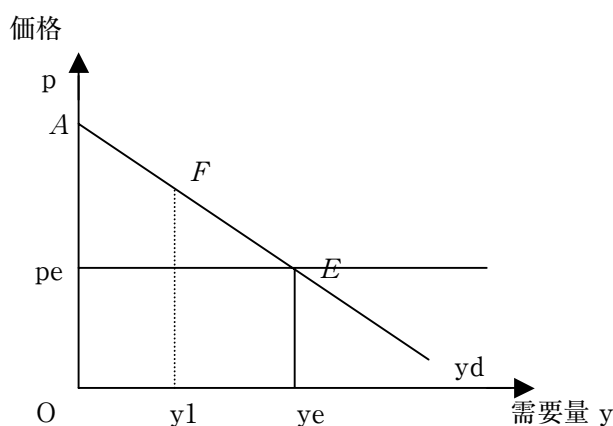
池上の言う「消費者の欲求の型が変化する」とはどのような変化を言うのであろうか。それは新商品のパンが「より安い価格でより多くの効用をもたらす」ことによって、消費者は以前よりもパンの消費量を増加させるという「消費者余剰」(consumer's surplus)を生じさせる、ということである。ところで、この「消費者余剰」とは何か。池上は「余裕」と言っているが、「余裕」とは何か。

「消費者余剰」について、井堀利宏は図6を使って次のように説明している。「その財を y_1 まで購入しているとき、追加的にもう1単位購入を増加させたときの限界的な評価の大きさが、 y_1 での需要曲線の高さ = y_1F の大きさである。これは、家計のその財に対する限界的な支払

い能力である。たとえば、ケーキの価格が1個700円なら1個、500円なら2個、300円なら3個消費したいと考えている家計は、1個目のケーキの限界評価を700円、2個目のケーキの限界評価を500円、3個目のケーキの限界評価を300円と見ている。

したがって、この財をE点まで消費することから得られる家計の評価の総額は、 $AEyeO$ の大きさを表すことができる。これに対して、 y_e までの購入に必要な所得は、 $EyeOpe$ であるから、これとの差額 $AEpe = AEyeO - EyeOpe$ は、家計が y_e までこの財を購入することで得られるネットの利益を示している。これを消費者余剰と呼んでいる。

上のケーキの例であれば、1個300円で購入する際の消費者余剰は、 $700+500+300 - (300+300+300) = 600$ 円となる。」(注8)と。



家計にとって財を購入することで生じる利益である消費余剰は、
需要曲線と価格線との間の面積 $Aepe$ で表される。

図6. 消費者余剰 (井堀利宏著『入門経済学』新世社, 138 ページより)

井堀の「消費者余剰」論は、当然のことではあるが、需要曲線を限界効用曲線及び無差別曲線と同様なものとして描き、主観的評価に基づいた曲線でもって論じていることがわかる。「消費者余剰」を「限界効用」という主観的観念的評価で規定すると、消費者は常に「消費者余剰」を持つこととなる。なぜならば、消費者がある財を実際の市場価格で購入した場合、常にその価格以上を想定した非現実的価格と財の非現実的数量を掛け合わせて「消費者余剰」を割り出すからである。換言すれば、消費者は財の購入に当たって常に観念的ではあるが「余裕」を持って購入していることとなる。換言すれば、消費者は常に最大の「消費者余剰」を実現したと思い込みながら買い物をしていることとなる。井堀の事例に見る「 $700+500+300$ 」という計算は、実際の価格300円以上の非現実的価格を想定して「消費者余剰」を割り出しているのである。その主観的で観念的な評価に基づいた空想的「消費者余剰」は消費者にとって何を意味しているのか。消費者は常に購買行動において「消費者余剰」を生み出し、「利益」を得たとして妄想に浸っているとでも言いたいのであろうか。

「消費者余剰」を主観的観念的評価ではなく、客観的に規定するならば、それは価格の低下によって相対的に所得が増大し、消費者の生活に「余裕」が生じ、消費需要の増大の可能性、あるいは貯蓄率の上昇の可能性をもたらすという所得効果が生じることでなければならない。

換言すれば、「消費者余剰」とは、社会的欲求度に変化がない状態で外部的要因によって市場価格が低下することで、消費者に相対的なプラスの所得が生じ、その分貯蓄を増大させるか、又は消費需要を増大させるという現実的「余裕」が生じることである（注9）。この関係を図7で示せば、「市況価格線」をL1からL2、L3へとシフトさせることで示せる。

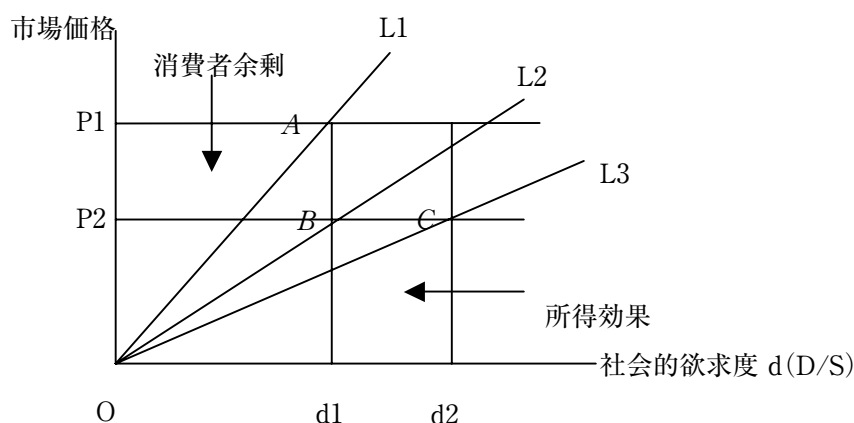


図7. 市場価格の低下による消費者余剰の形成と所得効果

すでに述べたように「市況価格線」は、市況（社会的欲求度 d ）の変化に応じて市場価格がその線上を上下に移動することを示す線なのであるが、価格の変化によって「消費者余剰」が生じ、そのことによる「所得効果」という外的要因が生じると、消費者は必然的にその所得の支出の仕方を変えることとなる。例えば、社会的欲求度（ d_1 ）に変化が無いとすれば、L1はL2へとシフトし、「消費者余剰」分は貯蓄に回される。また価格の低下による「消費者余剰」分が需要増となり、社会的欲求度が d_1 から d_2 へと増大すると、L1はL3へとシフトする。このように「所得効果」がプラスのとき、それは消費者に貯蓄を増加させたり、又は消費需要を増加させたりする。「市況価格線」はそれを示すように下方に角度をシフトする。反対に、「所得効果」がマイナスのとき、「市況価格線」は上方に角度をシフトし、貯蓄も消費需要も減少する方向を示す。

「市況価格線」が下方に又は上方にシフトする要因は、例えば外国為替の変動、国際貿易品価格の変動、人為的な経済政策（金融政策や財政政策等による物価変動）、あるいはまた技術革新（新生産方法の導入など）や政治的変動などの外的要因によるものなのであって、社会的な需給比率を表す社会的欲求度を要因とするものではない。社会的欲求度の変化が市場価格の変動の要因をなすものであり、その逆ではない。市況価格線がシフトする要因が市場価格の変動にあることは間違いない。すなわち、市場価格が先に示したような外部要因によって変動すると、市況価格線は必然的にシフトする。市況価格線のシフトの角度は社会的欲求度が不変である場合と変化した場合とで異なり、またその変化の大きさにもよる。社会的欲求度を変化させる内的要因はその実体をなす個別的欲求度である。その個別的欲求度の変化は財の必要量とそれに対する充足量との関係、すなわち、充足量に対する不足量の関係であるが、この関係も市場価格の変動と関係を持っている。すなわち、個別的欲求度が大きく、従って需要量が大きくなり、それに対する供給量が不十分であれば、市場価格は上昇する。このように内的実体的要因と外的現象的要因はそれぞれ相互関係において存在するのであるが、市況価格線がシフトするというここでの事例においては、外的現象的要因として市場価格の変動が社会的欲求度に

変化を与えうるということである。それは「消費者余剰」が「所得効果」をもたらすという必然的变化を媒介要因としているからである。

例えば図7が示すように市場価格体系が p_1 から p_2 に低下したとする。 p_1 のときの「市況」(社会的欲求度)は d_1 であったのが、市場価格が p_2 に低下したことによって「消費者余剰」($p_1 \cdot p_2 \cdot A \cdot B$ に囲まれた面積)が生じ、それがプラスの「所得効果」($B \cdot d_1 \cdot d_2 \cdot C$ に囲まれた面積)をもたらして、社会的欲求度を d_1 から d_2 へ移行させるのである。この「所得効果」が「市況価格線」を L_1 から L_3 へとシフトさせるのである。もっとも、社会的欲求度に変化が無ければ、 L_1 は L_2 となり、「消費者余剰」分は貯蓄に回される。これも一種の「所得効果」である。

これを個別的家計に例えていうと、幼い子ども3人のいる家庭で、その3人にそれぞれ1個500円のケーキを買って食べさせてあげたいとする。3個で1500円の予算を組むとする。そのケーキが特売で200円に値下げされたとすると、3個で600円の支出で済む。このときその家計での「消費者余剰」は $(500 - 200) \text{円} \times 3 \text{個} = 900 \text{円}$ である。

その家計は900円の「消費者余剰」を得たことになる。この900円は同時に相対的な所得増加(プラス効果)となる。したがってその家計ではさらに多くのケーキを購入するか、またはより高価なケーキを購入するか、他の財の購入に向けられるか(代替効果)、又は貯蓄に回すであろう。このように「消費者余剰」はその余剰分が消費量の増大(需要増)に振り向けられ、又は貯蓄に回されるというプラスの「所得効果」を生み出すという同時存在の概念であることがわかる。

「消費者余剰」の概念は「所得効果」の概念と同時存在の概念として客観的に捉えられるべきものであり、主観的観念的評価という非現実的な概念から客観化された現実的概念に修正されなければならない。(注10)

池上の事例に戻れば、旧商品に対してより安価でより優れた新商品の登場によって生じる「消費者余剰」である。井堀の事例は同一商品の価格低下による「消費者余剰」である。両者に共通することは商品の価格がより安価となったことによって生じる「消費者余剰」ということであるが、井堀の場合はそれは単なる観念的空想として計上されたものである。これに対して池上の「消費者余剰」は価格低下が同時に所得の相対的増加をもたらし、消費量の増大を促して、消費者がより多くの効用を獲得するということを想定している。

そもそも池上の事例では、旧商品パンの価格の低下は過剰生産にその原因があるから、そのパンの価格が低下したからといってそのパンの需要が伸びるというものではない。なぜならばその価格低下の原因は需要減少による社会的欲求度の減少にあるからである。その減少した需要量に適應するためにはむしろ反対に供給量が削減され、市場価格は「限界価格」にまで引き下げられるのである。過剰生産においては市場価格が限界価格を下回る生産性が劣悪な生産者(「劣等資本」)から順に市場から駆逐され、社会的総供給量が調整される。もっとも個別的家計ではそれまで購入できなかった所得水準の消費者が「限界価格」で初めて購入可能となって欲求を徐々に満たすということはある。これが井堀の言う「最貧窮家計」でも得られる「消費者余剰」ということであろう。(注11)

しかし池上の場合は個別的家計での「消費者余剰」を説明しようとしているのではない。より安価でより優れた新商品に対する社会的欲求度の増大と社会的な「消費者余剰」である。従ってこれを旧商品との比較において社会的な「消費者余剰」理論を図式化しなければならないの

である。それはいかにしてか。

図8は池上の事例に基づいて作図されたものである。L1の「市況価格線」は旧商品パンに対するもので、価格が100円の水準のとき、過剰生産状態 ($d1 < 1$) となりその価格はパンの製造業者にとって「限界価格」を示す。新商品のパンはそれよりも安くより優れているため、消費者にとって「余裕」が生まれ、需要を増大 ($d1 < d2$) させるということであるから、「市況価格線」はL1からL2へとシフトする。その角度は「消費者余剰」に対応した「所得効果」に依存する。

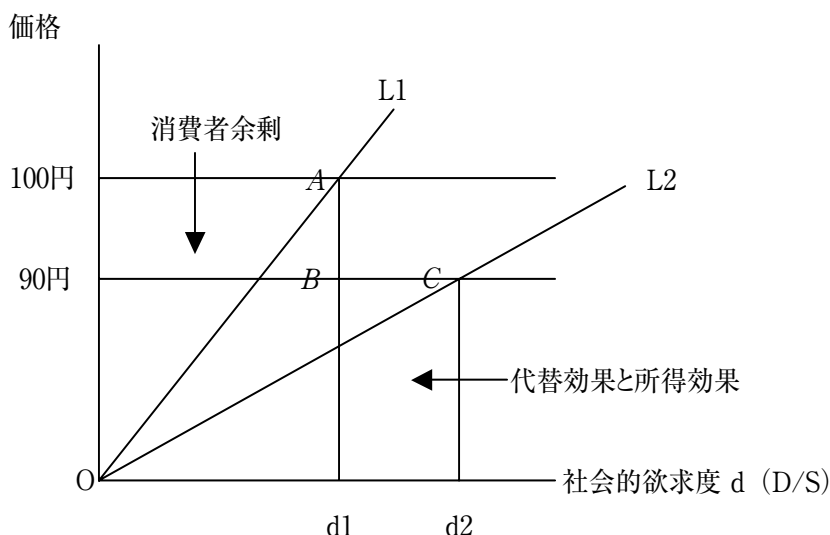


図8. 旧商品のパンと新商品のパンに対する「市況価格線」の勾配変化

図8は基本的に図7と同様であるが、その内実は、図7が価格体系全体の変化によって生じた同一商品の価格低下とそれに対応した「市況価格線」のシフトであり、図8がより安価でより優れた代替品の登場による「市況価格線」のシフト（代替効果と所得効果）を表しているものである。この両図で強調したいことは、近代経済学の「消費者余剰」概念が需要曲線と供給曲線との交点を均衡価格とする一般均衡理論という非現実的な空論で説明されるのに対して、ここでは「消費者余剰」を社会的欲求度と市況価格線との関係、及び「所得効果」との同時存在として客観的に把握しようとするものであるということである。（注12）

5. 「生産者余剰」（超過利潤）の図式化

池上は、「消費者余剰」の次に、より安価でより優れた製品（パン）を創造する生産者もまた同様に「より大きな利潤獲得の機会がもたらされる。」としてそれを「生産者余剰」と言い、それはまた「超過利潤」とも言っているのであるが（注13）、その「生産者余剰」とは何か。井堀の説明を見てみよう。

井堀は、図9に示された peBE の面積、すなわち「供給曲線と均衡価格を通る水平線との間の面積」が「生産者余剰」を表し、それは「財を販売することで得られる企業の利潤」であると述べている（注14）

生産者余剰を消費者余剰と同様に井堀にならって具体的数値を入れた事例で説明すると、生

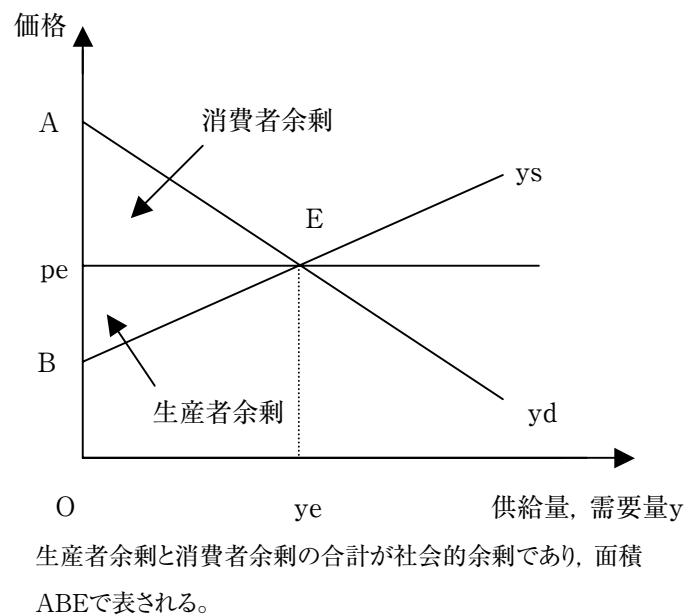


図 9. 社会的余剰 (井堀, 前掲書, p.139)

産者はケーキの市場価格が 100 円のととき 1 個の生産しかしない。200 円ならば 2 個生産する。300 円なら 3 個生産するとする。ケーキの市場価格 300 円での総評価額は $300 \text{ 円} \times 3 = 900 \text{ 円}$ である。ところが実際にそれに要した費用は $100 \text{ 円} + 200 \text{ 円} + 300 \text{ 円} = 600 \text{ 円}$ である。したがって市場価格 300 円での生産者の利益となる生産者余剰は、 $900 \text{ 円} - 600 \text{ 円} = 300 \text{ 円}$ 、という計算になる。ただしこのときの供給曲線は各生産量における限界費用（追加 1 単位を当たりの生産費 = 可変費用）を示すものとするから、その総合計が生産費の総合計となる。したがって総収入の長方形（EpeOye）から総費用を差し引いた三角形の面積（EpeB）が生産者の利益としての「生産者余剰」が計上されるというわけである。

池上は、以上のような「生産者余剰」を言おうとしているのではないであろう。それは「超過利潤」を意味しているものであり、生産費（費用価格）が旧商品のパンの 100 円「より安い費用で、より多くの利益を上げる」価格、例えば費用価格 70 円で生産し、市場価格 90 円で販売する新商品のパンを開発すると、その利潤率は、 $(90 - 70) \div 70 \times 100 = 28.6\%$ という「生産者にはより大きな利潤獲得の機会がもたらされる（生産者余剰）。」ということである。すなわち池上の言う「生産者余剰」概念は「超過利潤」と同義であり、従ってその概念には市場価値、生産価格、平均利潤率等の概念が含まれたものであるということである。これを図式化すれば図 10 のようになるであろう。

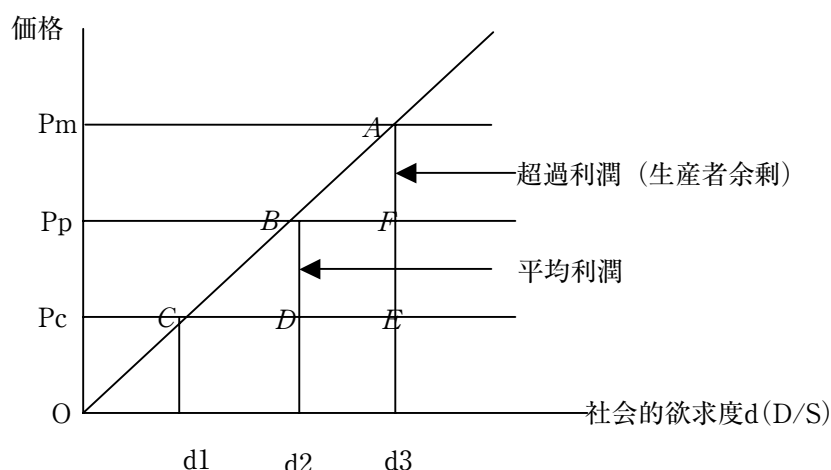


図 10. 費用価格，生産価格，市場価格と超過利潤

P_m は市場価格， P_p は生産価格， P_c は費用価格を意味する。生産価格 P_p は費用価格 + 平均利潤に等しい。平均利潤は社会的総利潤を社会的総資本で除した平均利潤率を費用価格に乗じた値に等しい。「超過利潤」は平均利潤 (BD) を超過した利潤部分であるから，市場価格 (P_m) マイナス生産価格 (P_p) が「超過利潤」(AF) である。池上はこれを「生産者余剰」と言っているのである。

ところで，超過利潤は特別剰余価値を実体とするものであるから，社会的諸商品の平均的価値を意味する「社会的価値」と「個別的価値」の差がプラスのとき，すなわち，生産価格－個別的価値価格 > 0 のとき，個別資本はその差額を超過利潤として獲得できるのである。このときの超過利潤は生産性が劣悪な資本の元で生産された個別的価値におけるマイナス超過利潤の転化形態と見なすことができる。つまり生産価格において形成される超過利潤はプラス（「優等資本」における個別的価値）・マイナス（「劣等資本」における個別的価値）・ゼロとなる利潤ということである。つまり，個別的資本における特別剰余価値，その転化形態である超過利潤はプラスとマイナスが存在しているということである。なぜならば「社会的価値」概念及び「生産価格」概念は社会的平均的概念であるからである。

特別剰余価値 = 社会的価値－個別的価値

超過利潤 = 生産価格－個別的価値価格

しかし図 10 では超過利潤を市場価格－生産価格で表している。

市場価格 P_m が生産価格 P_p に等しくなるとき，社会的欲求度 $d(D/S)$ は d_2 となるのであるが，その値が 1，すなわち $d_2 = 1$ のとき，それが総社会的な需給均衡点ということになる。図 10 が言おうとしていることは，需給が一致するところで市場価格が決定されるというのではなく，市場価格が生産価格に等しくなったとき，需給は均衡している，ということである。なぜならば生産者にとって生産価格は社会的総資本の平均利潤を実現する価格，すなわち商品の個別的価値の社会的平均値であるところの「社会的価値」を実現するものであるからである。すなわち，市場価格は不断の需給変動にしたがって不断に変動するものであって，その不断の変動の収斂すべき中心が理念としての「社会的価値」であり，「生産価格」なのである。従って市場価格が生産価格以下になったとき，それは生産者にとって $d_1 < 1$ ，すなわち過剰生

産＝需要不足と言えるのであり、市場価格がさらに費用価格を下回った場合、生産者にとって生産停止に追い込まれる損失（赤字）となるほどの生産過剰に陥っていると言えるのである。また市場価格が生産価格を上回るとき、それは $d_3 > 1$ ，すなわち需要過多＝供給不足の状態にあるときである。池上はこのとき、生産者は超過利潤（生産者余剰）を獲得すると言うのである。「生産者余剰」と「超過利潤」は厳密に言えば異なる概念であるが、池上の場合、市場価格－生産価格＝超過利潤、としてこれを「生産者余剰」と言っているのである。

「生産者余剰」概念は、一般均衡価格論のもとでは右上がりの供給曲線（限界費用曲線）と「均衡価格」とには含まれた生産者の利益分をいうのであるが、そもそもその「均衡価格」なるものが、非現実的な空論であることはすでに明らかにしているところであるが、また右上がりの供給曲線もまた問題を含んでいる。それは限界費用が最も小さいものから順に大きいものへと生産量を増大させていくように描くのであるが、「限界費用が最も小さいもの」とは、労働生産性が最も高い「優等資本」のもとでの生産を意味し、「限界費用が大きいもの」とは、労働生産性がより低い「劣等資本」のもとでの生産を意味する。したがって市場価格は需給関係において社会的欲求度が高いとき、すなわち $d > 1$ のとき、労働生産性の平均より低い「劣等資本」のもとでの個別的価値、またはその資本の限界費用の点で決まる。したがって高い限界費用の「最劣等資本」は収益がゼロに等しいと言うことができるが、その他のより「優等資本」では収益を獲得することができる。

従って「均衡価格」（需給一致）のときの「価格」が「最劣資本」の「限界費用」であるとするわけには行かない。需給が一致する「均衡価格」とは先にも述べたように「生産価格」なのであって、それは労働生産性の優劣が混在する諸資本の平均的社会的価値がそれを規制するのであって、需給一致の「均衡価格」が労働生産性の最も低い最劣等資本の「限界費用」で決まる、というものではない。「最劣等資本」の個別的価値、あるいはその「限界費用」が市場価格となるのは、生産価格水準から見て需要過多＝供給不足（ $d > 1$ ）のときである。したがって需要が減少し、社会的欲求度が低下するに連れて市場価格は低下し、しだいにそうした「最劣等資本」は駆逐され、市場価格は平均的資本の個別的価値に収斂する。このこと図示すると、図 11 のように示すことができる。

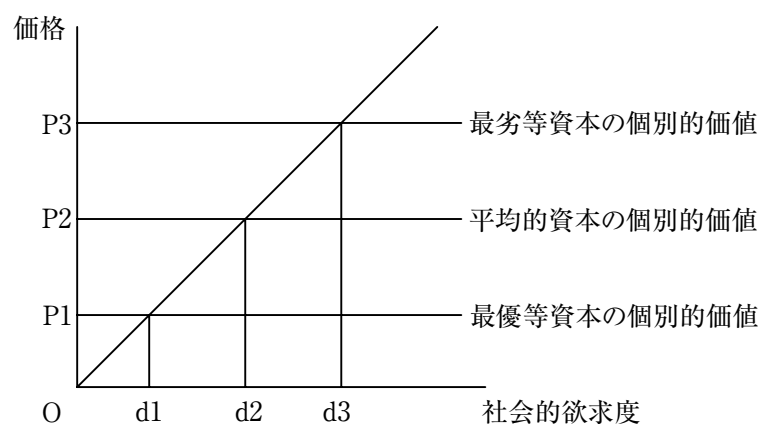


図 11. 市場価格と個別的価値との関係

労働生産性に優劣があるそれぞれの資本の個別的価値を P_3 （「最劣等資本」の個別的価値）、 P_2 （平均的資本の個別的価値）、 P_1 （「最優等資本」の個別的価値）とする。社会的欲求度が高い $d_3 > 1$ のとき、市場価格は P_3 となり、平均的資本及び最優等資本はそれぞれ利益（超過利潤）を獲得することができるが、「最劣等資本」は何らの利益も得られない可能性がある。しかしそれでも $d > 1$ という供給不足の状況によってその劣等資本は市場に参入できる。しかしこの場合、「平均的資本」も「優等資本」も大きな利益を獲得しているので、積極的な投資を展開し生産の増大を図るであろう。すると供給の増大、需要の充足状況から社会的欲求度は d_3 から d_2 へと低下し、市場価格は平均的資本の個別的価値に収斂する。このとき、「最劣等資本」は駆逐される。「平均的資本」の個別的価値（生産価格）が市場価格を支配する。しかし「最優等資本」は超過利潤を獲得しているので、投資をやめずに生産を拡大する。社会的欲求度はさらに低下し、ついに d_1 まで低下すると、市場価格は P_1 という「最優等資本」の個別的価値水準にまで低下し、それまでの「平均的資本」を駆逐する。「優等資本」同士の熾烈な価格競争が展開されることとなるであろう。それはますます資本にとって悲惨な結末をもたらす。利潤率のいっそうの低下である。そこで諸資本はこのような過剰生産を引き起こしている商品生産を停止し、池上の言う「固有価値」（優れた質の商品）の創造に向かわざるを得ないのである。（注 15）

6. まとめ—池上の事例の理論的貢献と限界—

以上見てきたように、池上の「消費者余剰」及び「生産者余剰」（超過利潤）概念は、井堀らの近代経済学教科書の一般均衡価格理論で説明するものとは異なり、实际的であり、一定の客観的合理性を持った説明として評価できる。ただ池上は彼自身、その事例を図式化せず、またしえなかった理由は、あの一般均衡価格理論への囚われと「社会的欲求度（ D/S ）」概念を創造できなかったことによる。さらに自ら消費者の立場に立った「固有価値」という個別的な使用価値概念を強調しながら、使用価値価格（池上の言葉で言えば「固有価値価格」）概念を創造できず、また池上の特有の概念である「ノーハウ・物質・エネルギー」という生産の三要素を「価値価格」概念として創造できなかったことによるのである。すなわち、池上は、商品にはその内実を構成する使用価値と価値という二要素を実体とする価格の二重性を明確に自覚されていなかったために、彼自身の事例を図式化しえなかったのである。従って、池上が自身の新たな概念（固有価値、ノーハウ・物質・エネルギーという生産の三要素）を用いた事例を素直に図式化したならば、これまで展開してきたような新たな市場価格理論が構築されるのではないだろうか。

注及び参考文献

- (1)池上惇著『経済学への招待—現代経済のしくみと日本経済—』有斐閣, 1994年, 31～32ページ。
- (2)同上書, 30ページ。
- (3)すべての近代経済学の教科書はこの一般均衡理論を土台に理論を構築している。岩井克人・伊藤元重はその編著『現代の経済理論』（東京大学出版会, 1994年）で次のように述べている。
「完全競争市場の分析を中心とした一般均衡理論は、ある意味では経済学そのものであると

いっても過言ではない。現在においても、様々な経済現象について分析する上で、この考え方がすべての基礎になる。それだけでなく、この完全競争経済のモデル分析では、現在においても依然として重要な理論的進展が続いているのである。」(5ページ)と。

こうした空論を基礎とした理論をいくら積み重ねても空論で終始する以外に道はないであろう。近代経済学が現代資本主義の危機的な窮乏化を解明し、解決の道を提言することは不可能なのである。

- (4)「個別的欲求度」及び「社会的欲求度」の概念については、鈴木敏紀「市場価格形成の論理—吹春俊隆著『経済学入門』批判」(上越教育大学研究紀要 第25巻, 第1号, 平成17年9月)を見よ。
- (5)使用価値価格の上限が無限大であるといっても、それは消費者の購買力(所得の大きさ)に依存するものであるから、現実的には無限大ではない。このような事例はいくらでもある。骨董品、美術品、工芸品、宝石、貴金属、記念品等のはなはだしく希少性の高い(社会的欲求度の高い)品物については想像を超える値が付くのであるが、一般的商品においてもその生産が需要に間に合わず、供給不足となれば必然的に市場価格(使用価値価格)は高値がついて上昇する。

右下がりの需要曲線においても最初の1単位の価格が最大の価格を指すようになっており、数量が増えるにしたがって価格もゼロに接近して低下していくのであるが、それは消費者の限界効用逓減の法則に対応した需要曲線であるからである。この需要曲線と「市況価格線」との相違は、後者は需給関係を表した社会的欲求度との関係から市場価格(使用価値価格)を客観的に示すものであるのに対して、前者においては限界効用と価格との主観的な関係を示すものに過ぎないのであって、またその需要曲線は所与の価格に対応した限界効用の値(価格と数量に囲まれた面積)を示しているものであるから、市場価格の決定過程を論じているものではないともいえるのである。なぜならば、初めから一定の市場価格を前提としているからである。

- (6)市場利子率(銀行の一般的貸出金利)は社会的総資本に対して斉一的に決定される。従って社会的総資本としてその利潤率(平均利潤率)が市場利子率より高位にあるとき、資本は好況を呈し、積極的に借入れを行い投資を拡大する。市場利子率は資金需要の増大に伴って徐々に平均利潤率の高さまで上昇する。市場利子率が平均利潤率の高さまで上昇すると社会的総資本は積極的投資のインセンティブを欠き、拡大投資を停止し、資金需要は停滞する。平均利潤率が低下し市場利子率がそれを越えた状態になると、資金需要は減退し、資本はむしろ縮小を余儀なくされ、景気は下降局面に入る。市場利子率は低下した平均利潤率まで低下する。換言すれば、資本は市場利子率が自己資本利潤率を下回っていれば、積極的投資を行い、市場利子率が自己資本利潤率を上回ると消極的投資ないしは合理化投資を行う。すなわち、資本は自己資本利潤率と市場利子率との関係で景気動向を判断し、投資活動を決断する。この関係を一般式で示せば以下のように論証できる。

$$Ca \text{ (社会的総資本)} = Cb \text{ (社会的総自己資本)} + Cc \text{ (社会的総他人資本)}$$

Ma : 社会的総利潤,

$m' = Ma/Ca$: 平均利潤率

$R = Ccr$: 社会的総支払利子

r : 市場利子率

$$p' : (\text{社会的総自己資本利潤率}) = (Cam' - Ccr) / Cb = (Ma - R) / Cb = P / Cb$$

$P = Ma - R$: 社会的総企業者利得

$$\begin{aligned} p' &= \{ (Cb + Cc) m' - Ccr \} / Cb \\ &= (Cbm' + Ccm' - Ccr) / Cb \\ &= \{ Cbm' + (m' - r) Cc \} / Cb \\ &= m' + (m' - r) Cc / Cb \end{aligned}$$

① $m' > r$ のとき, $p' > m' > r$ $Cc/Cb > 0$

市場利子率が平均利潤率よりも低いとき, 社会的総自己資本利潤率は平均利潤率よりも高く, 社会的総資本は積極的投資のインセンティブを得て, 拡大投資に走る。資金需要は増大し, 市場利子率は上昇する。景気は好況を呈する。

② $m' < r$ のとき, $p' < m' < r$

資金市場が加熱し, 市場利子率が平均利潤率よりも高くなると, 社会的総自己資本利潤率は平均利潤率よりも低くなり, 社会的総資本は積極的投資のインセンティブに欠け, 投資の拡大を停止する。資金需要は停滞し, 景気は不況局面に入る。

③ $m' = r$ のとき, $p' = m' = r$

市場利子率が平均利潤率に等しくなると, 社会的総自己資本利潤率は平均利潤率に等しくなる。すなわち, 社会的総自己資本利潤率が市場利子率に等しいということは, 同時に平均利潤率に等しいということがいえるのである。

以上のことから言えることは, 各個別資本の投資のインセンティブが自己資本利潤率と市場利子率との差にあるということである。自己資本利潤率が市場利子率より高ければ, その個別資本の業績は社会的総資本のなかで平均以上であるといえるのであり, 反対に自己資本利潤率が市場利子率より低ければ, その個別資本の業績は社会的総資本のなかで平均以下であるといえるのである。

したがって, $m' > r$ のとき, 総社会的に自己資本利潤率が市場利子率を上回る状態であるから, 投資は全社会的規模で展開されることとなり, 景気は過熱を帯びることとなる。反対に, $m' < r$ のとき, 総社会的に自己資本利潤率が市場利子率を下回る状態であるから, 投資は全社会的規模で停滞ないしは縮小し, 景気は冷え, 不況となるのである。

こうした市場利子率の動向が景気を反映することから, 意識的な金利政策が採られる。すなわち不況のときは自己資本利潤率よりも低い低金利政策が採られ, 間接金融の積極化による資本蓄積を促し, 景気浮揚策が図られるのであり, 好況のときは資金需要の過熱を冷やすために金利の引き上げによる高金利政策が一步先んじて採られ, 間接金融の消極化を図ることで資本蓄積を抑制し, 景気の抑制策が取られるのである。

以上見てきたように, ここで展開された利子論はこれまでの支配的な流動性選好説や IS-LM 分析と異なることが理解されるであろう。社会的に画一的であり斉一的な利子率の値が具体的に何を表現しているものなのかをこれまでの利子論は語ってはいない。しかし鶴野昌孝は「利子率に高さは一般利潤率の高さによって規定される。」(『資本論体系6 利子・信用』浜野俊一郎・深町郁弥編集, 有斐閣, 1985年, 36ページ)と述べ, マルクスの利子論を

展開しているのであるが、その結論は「平均利子率は一般的利潤率を基礎とするにもかかわらず、一般的利潤率とは反対に、その限界をどんな一般的法則によっても画定できないものである。」(同上, 39ページ) というものである。それを受けた『新マルクス事典』において「利子率は一般利潤率と異なり、それを決定する内的法則はない。貸手と借手の競争関係において偶然的に規定され絶えず変動する。」(的場昭弘+内田弘+石塚正英+柴田隆之編集, 弘文堂, 平成12年)と説明されているなど, 論証抜きの非科学的な利子論は受け入れられない。

先の社会的総自己資本利潤率 $p' = m' + (m' - r) C_c / C_b$ において p' を r の関数として変形すると, 以下のような関係方程式及び図が得られる。($C_c / C_b = k > 0$: 社会的総自己資本対社会的総他人資本比率, これを便宜上「間接金融係数」と名づけることとする。またこれによって引かれる線を「利潤・利子率線」と名づけることとする。)

この図からわかるように, 利子率 (r) の上限は $(1+k) m' / k$, 下限はゼロ (0) である。即ち, 利子率は, 平均利潤率 (m') と間接金融係数 (k) の大きさに規定されているということである。またこの利子率の高低は平均利潤率との比較における相対的なものであり, その高さはあくまでも m' と k の大きさに規定され, その限界が明確に画されているということである。

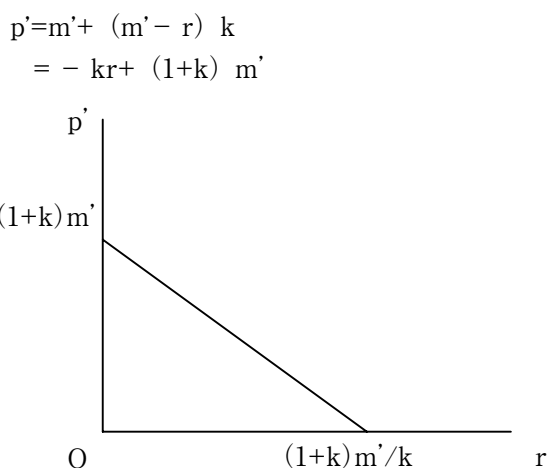


図 a. 社会的総自己資本利潤率と利子率との関係

例えば, 間接金融係数 $k = 1$ のとき, 利子率 r の上限は $2m'$ (平均利潤率の2倍) である。 r がその上限である $(1+k) m' / k$ を超えると, 社会的総自己資本利潤率 p' はマイナスとなり, 社会的総自己資本は縮小を余儀なくされる。 $k = 10$ のとき, r の上限は $1.1m'$ となり, 間接金融係数 k が大きくなればなるほど利子率 r の上限は平均利潤率 m' に接近し, r がその下限であるゼロに接近すると社会的総自己資本利潤率 p' は限りなく $(1+k) m'$ まで上昇する。

このことを示す典型的な事例はこの数年継続されてきた日本銀行の「ゼロ金利政策」と量的緩和策である。これは正に以上の関係を示している。日銀のこれまでに例のない超低金利政策と量的緩和策が, 不況に喘いできた企業の自己資本利潤率を上昇させ, 積極的な設備投資を促し, 景気を回復させたのである。

なお, 利子率を貨幣の需要曲線と供給曲線との交点で決定されとする近代経済学の一般均衡理論を模倣したマルクス経済学理論がある。それによれば, 「中央銀行, 銀行の純貸出量は $L_c + L_b$ と, 非銀行民間, 政府の計画純借入量 $B + B_g$ を図示すると図のようになり, 利子率は両者を一致させる点で定まる。中央銀行が貸出し L_c を増加させたり, 法定準備率

を引き下げたりすると、曲線 L_c+L_b は上方へ移動し、利子率は低下する。また、政府が借入 B_g を増加させたとき、中央銀行がこれを全額引き受け L_c を増加させた場合には、曲線 L_c+L_b と曲線 $B+B_g$ は同量だけ上方へ移動し、さしあたって、利子率は変化しない。しかし、政府の借入 B_g の増加が、中央銀行の L_c によって吸収されないときには、曲線 $B+B_g$ が上方に移動し、利子率は上昇する。」(置塩信雄 + 鶴田満彦 + 米田康彦著『経済学』大月書店、1988年、139—140ページ) と。しかしここでは利子率の限界が述べられていないばかりか、利子率の示す意味も述べられていない。その変動を両曲線の単なるシフトで済ましているだけである。

なお、ここで述べられている記号の意味は以下の通りである。

H : 中央銀行券、中央銀行預かり金 $L_c = H + \text{中央銀行資本金}$

L_b : 非銀行民間への貸付と中央銀行よりの借り入れの差 : 銀行の純貸付

H_b : 市中銀行の保有する現金 (中央銀行券 + 中央銀行預金)

D : 銀行の負債 (預金) $L_b+H_b=D + \text{銀行資本金}$ λ : 法定準備率

$D \times \lambda = H_b$ $L_b = (1/\lambda - 1) H_b + \text{銀個資本金}$ $L_b = \beta (1/\lambda - 1) H + \text{銀行資本金}$

β : 中央銀行から供給される現金 H のうち、銀行が保有する割合 ($\beta < 1$)

B : 非銀行間の純借入量 (企業の借入と家計の貸出の差)

B_g : 政府の財政赤字をまかなうための国債による借入

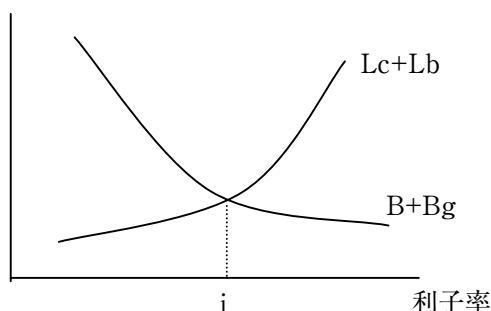


図 b. 利子率の決定要因 (同上, 139 ページ)

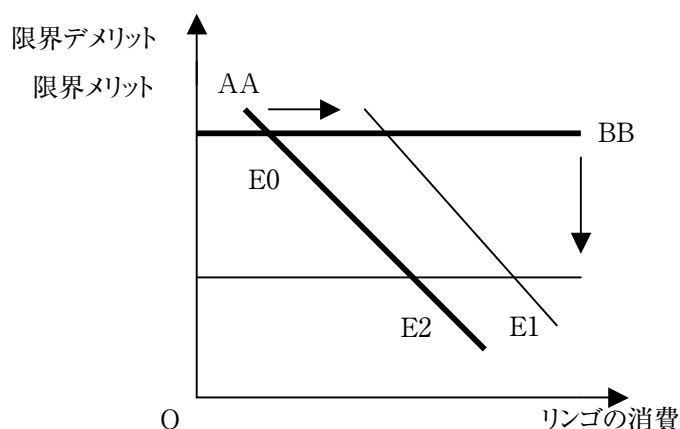
なお、この図では横軸に利子率が示されているが、原点及び縦軸が何であることを示していない。しかし縦軸は明らかに貨幣の貸出・借入量を表し、原点はゼロである。この図で明らかのように、結局は貨幣の貸出量 (供給 : 右上がり曲線) と借入量 (需要 : 右下がり曲線) との交点を均衡点とする利子率を描いているに過ぎない。この図及び解説では、利子率の数値が何を意味するかを論じてはいない。また同様にこの図は貨幣の借入需要が無限大に増大する状況において利子率が限りなくゼロに接近し、反対に借入需要がゼロに接近する状況において利子率が無限大となるという非現実的状況を示している。もっとも利子率が一人歩きし、極端に高くなれば誰も貨幣の借手はいなくなり、需要はゼロになるであろうが、貨幣の需要が旺盛なときに、利子率がゼロに接近したり、借手 (需要) が皆無のときに、利子率が勝手に無限大になることは現実の経済社会ではありえないことである。

(7)池上, 前掲書, 33ページ

(8)井堀利宏著『入門経済学』新世社, 1997年, 138—139ページ (答えは300円となっているが,

これは明らかに600円の計算間違いである。)

(9)「所得効果」について、井堀はこれも以下の図で説明している。



リンゴの価格が低下すると、限界メリット曲線AAは上方にシフトし、限界デメリット曲線BBは下方にシフトする。E0からE2へのうごきは代替効果であり、E2からE1への動きは所得効果である。

図c. 所得効果と代替効果

ただし、「所得効果」は何もプラス効果のみではない。マイナスの場合もあるのであるが、一般的にプラスの場合を「正常財」、マイナスの場合を「下級財」と称する。また「ギッフェン（Giffen）財」と呼ばれるものもあり、これは、所得効果の大きさが代替効果の大きさを上回っているケースをいう。（同上、42-43ページ）

このように、井堀も指摘しているように「所得効果」は「価格の低下」とともに生じる効果で、それは必然的に代替効果、即ち需要量への変動を引き起こすものとしている。ここでは何も代替品が登場してきているわけでもないのであるが、それは需要曲線が無差別曲線と同様のものとしていることからくる論理である。もっとも新古典派経済学を基礎とした近代経済学の一般的教科書はすべて同様に説明していることである。問題は、これらの理論において「消費者余剰」を主観的に評価し、それを客観的な存在としての「所得効果」とを混合して論じているところにある。「消費者余剰」も「代替効果」も「所得効果」と同様の客観的レベル（社会的総過程）で概念化されなければならないということである。

(10)これまでの「消費者余剰」概念は需要曲線と価格とで説明するもので、それは、主観の評価（「限界効用」と客観的実在（市場価格）とを混合して説明するもので、それは非合理的である。なぜならば、それは需要曲線が「無差別曲線」「限界効用曲線」という個人的主観の評価を基礎としたものであるにもかかわらず、そこに「価格」という社会的客観的実在を当てはめているからである。それらを混合して右下がりの曲線を用い、「消費者余剰」を説明するのであるが、個別次元において妥当することが即全社会的次元において妥当するとは限らない。例えば、個別的主観的な「効用」に関して言えば、財の追加1単位当たりの「限界効用」は逓減し、それは限りなく「無」（0）に近づくであろう。しかし市場価格が限りなくゼロ（0）に近づく、社会的需要が無限大（ ∞ ）になるとか、又は同様に社会的需要が無限大（ ∞ ）になるにしたがって市場価格が限りなくゼロ（0）に近づくということは現実的な経済社会

においてはありえず、非現実的であり、空論でしかないのである。

例えば次のような練習問題がある。「需要曲線が次のような式で表されるものとしよう。

$$x = -2p + 500$$

ただし、 x = 需要される数量、 p = 価格である。(数量と価格の単位は適当にとる。)」(大塚勇一郎・永井進・岩本武和著『基本 現代経済学入門』有斐閣、1997年、27-28ページ)
解答

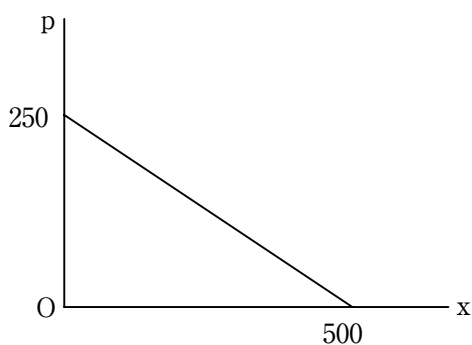


図 d . 同上, 28 ページ

練習問題としてこのような問題が出されているのであるが、数学として、あるいは個人的主観的効用としては成り立ちうるものでも経済理論として、あるいは客観的現実的経済社会において甚だ非現実的空論というほかないであろう。なぜならば社会的需要量が最大の500もあるときに市場価格がゼロとなるとき、また社会的需要がゼロのとき価格が250であるとかは全くの空論としか言いようのないものである。

また倉澤資成も同様の練習問題を出している。「パンの需要曲線が $x = 100 - 2p$ ($50 \geq p \geq 0$) で表されるとします。 x はパンの需要量、 p は価格です。 $\Delta p = 5$ として、A, B での価格弾力性を求めなさい。」として右下がりの需要曲線（ここでは直線）上に A (40, 20), B (20, 60) を示して、その価格弾力性を求めているのであるが、その後の問題には、「毎月のパンの価格と需要を調べてみると、価格が高い月ほど需要量も多いことがわかりました。この結果から、パンの需要曲線は右下がりではなく、右上がりであるといえるでしょうか。この問題を考えるには、まず次ぎの2つのケースで、毎月の均衡価格と需要量がどうなるかを検討してみるとよいでしょう。

- (1) 需要曲線を一定と仮定し、原料の価格変動等のためにパンの供給曲線が毎月変化する場合。
 - (2) 供給曲線を一定と仮定し、所得の変化等のために需要曲線が毎月変化する場合。」
- (『入門 価格理論』日本評論社、第2版、1988年、30-31ページ) と。

以上からわかるように、初めに需要曲線、供給曲線があり、それぞれを恣意的にシフトさせながら交点をずらすというやり方を求めているのである。それは不斷に変動する市場価格が常に需給の均衡価格とする考え方からくるものである、前者の需要曲線の弾力性問題は個人的主観的評価を示したものに過ぎず、後者の問題はその個人的主観的表現である需要曲線を客観的な市場価格形成の論理に持ち込んだ非現実的理屈を述べようとしているものなのである。

こうした空論を基礎とした一般均衡価格理論もまた空論でしかないと言わざるをえないのである。伊東光晴は次のように述べている。「従来の経済理論の基礎を再考させる事例は、現代経済の問題のなかに数多い。そしてそのゆきつくところは、今までの近代経済学がその基礎に持っていた消費者主権の形骸化である。現代経済学の発展のひとつの道は、こうした問題を現実のなかで再考するなかから生まれるであろう。」（『経済学を問う 第1巻 現代経済の理論』岩波書店、1998年、296ページ。）と。

- (11)井堀のみならず一般の近代経済学教科書は「消費者余剰」概念を無批判的に一般均衡価格理論という非現実的理論でもって説明している。すでに伊東光晴が、その著で指摘しているように「消費者余剰論」はパラドックスを含んでいるものなのである（伊東、同上書、292－296ページ）。すなわち、個人的主観的にそして一時的に消費者余剰を実現したとしても、総社会的に消費者余剰が実現するとは限らず、むしろマイナスとなる事例が多々あるからである。しかし、伊東もその概念の「社会化」（社会的価値体系及び価格体系のもとでの位置づけ）の試みはしていない。

- (12)鈴木敏紀著「市場価格形成の論理」（『上越教育大学研究紀要 第25巻、第1号、平成17年9月』）52ページを見よ。

- (13)池上は次のように「生産者余剰」を「超過利潤」と同義に使用している。「機械によって製造された糸や織物は手仕事に頼っていた同業者たちよりも多くの利益を機械を採用した資本家にもたらし、特別に有利な競争条件は超過利潤（生産者余剰）を増加させた。」と。（池上、前掲書、43ページ）

- (14)井堀、前掲書、139ページ。

- (15)池上は「固有価値」概念の将来性について次のようにその重要性を説いている。「文化のみならず、環境への関心も飛躍的に高まりつつある現在、『固有価値』の意味するものは、ますます、重要性を帯びてきて、社会的な関心も強まっている。この語の再生と現代的評価によって、ややもすれば、『進む現実』との距離が拡大して、『苦境に立ちやすい経済学』が新たな活路を僅かでもみいだせることが出来るならば、これほど、幸せなことはない。」（池上惇著『文化と固有価値の経済学』岩波書店、2003年、86ページ）と。池上はこの「固有価値」概念に未来への希望を託しているのであるが、その概念は「人権擁護」と「自然保護」という現代的課題を内包した社会的価値体系としての倫理的規範性を本質とするものである。従ってその概念が経済理論体系にどのような地位を占めるのかが判然としないのであるが、池上がその概念を市場価格形成の理論の中に組み入れたならば伊東光晴も述べているように経済学に「新たな活路」が見出せるのではないだろうか。

なお、資本主義が「進む現実」の論理は、自由競争を勝ち抜いた高い労働生産性を持つ大規模で少数の「優等資本」が、利潤率の低下を防ぐために様々な方策をとることであるが、その一つがカルテル、トラスト、コンツェルン等の独占資本を形成することである。資本主義は、帝国主義、国家独占資本主義へと変貌し、池上の言う「進む現実」は、「市場の失敗」「国家の失敗」となって現れる。そして「経済学は苦境に立たされている」のである。

The Dualism of Prices of Commodities and The Formation of Market Price

— Schematization of The Cases of “Invitation to Economics” by Jun Ikegami —

Toshiki SUZUKI *

ABSTRACT

This paper demonstrates that prices of commodities have dualism of price of value and price of useful value, and those prices appear as market price. That makes clear logical contradictions of the theory of equilibrium price that market price is the point of intersection of demand and supply curves. And at the same time this paper makes clear that we have to give new prescriptions to the concepts of consumer's surplus and producer's surplus as the new theory of market price

It is necessary that we create new concepts and operate those concepts theoretically. Those are “rate of social wants” , that means the rate of demand to supply, “rate of individual wants”, that means the rate of deficiency to sufficiency, and “line of market-sensitive price”, that means the line which is different from demand curve, and “marginal price”, that means the price below which business suffers losses. That is equal to cost price.

In this paper we try to schematize the Ikegami's cases and we bring into practice “excess profit” and “productive price” and “social value”, those are concepts of Marxian political economy. So that we will open up a new ground level of the theory of market price.

* Division of Social Studies : Department of Humanities and Social Science