

「市場機構の限界に関する覚書き」

22	下 4	Journol	Journal
23	13	in”	”in
27	5	成立する	成立する ⁽²⁸⁾
”	下 9	detenmine	determine
30	下 7	Gallraith	Galbraith
”	下 4	2 nd	2 nd ed.
31	11	Gallraith	Galbraith
38	19	Dofman	Derfman
”	”	Sanwelson	Samuelson
39	11	問題	問題
40	19	計画	計画化
43	下 2	” ”	” ” ”
44	17	” ”	” ” ”
45	下 4	多発	自発
46	下 5	選好順位を	選好順位から社会的選好 順位を
”	下 1	基準では	基準で
47	7	ならない、	ならない。
”	8	楯する	墮する
”	10	機構を	機構に

頁	行	誤	正
47	下 1	計画機構	計画化機構
48	12	正公	公正
"	13	計画機構	計画化機構
49	16	Journol	Journal
50	3	Dofb	Dobb
"	7	第 2 部	第 2 節
"	11	Zun.....Ökonomie	Zur.....Ökonomie
"	13	Indirdual	Individual
"	17	Sanvng	Saving
"	19	新野幸次郎	新野幸次郎編

市場機構の限界に関する覚書き

—— ガルブレイスにおける消費者主権否定の方法、および公共経済学の課題にふれて ——

中 村 達 也

目 次

- 〔Ⅰ〕 問題の所在
- 〔Ⅱ〕 ガルブレイスにおける消費者主権否定の論理構造
 - (1)ガルブレイス体系の基本的特徴
 - (2)The Affluent Society
 - (3)The New Industrial State
 - (4)Economics, Peace and Laughter
- 〔Ⅲ〕 消費者主権概念の再構成
 - (1)消費者主権の諸類型
 - (2)消費者主権と消費者選択の自由
 - (3)消費者選択の自由と識別問題
- 〔Ⅳ〕 消費者主権と公共経済学
 - (1)消費者主権と社会的アンバランス論
 - (2)消費者主権の対象領域の拡大と制約条件
 - (3)消費者主権と非市場的機構による制御

〔Ⅰ〕 問題の所在

混合経済ないしは国家独占資本主義と呼ばれる現代資本主義においても、経済的調整の中枢として機能しているのはいうまでもなく市場機構である。その場合、市場機構に対して規範性を付与している基本的前提は、消費者主権の存在であるといつてよい。理論上の仮構としての完全競争市場のもとで、消費者主権の存在を前提として、諸個人の選択の自由と経済的効率が「価格のパラメーター機能」を通じて⁽¹⁾

同時に達成されることをその主旨とするパレート最適が達成されることが、市場機構のもつ規範の一つとされてきた。しかし、バイターの指摘するよう⁽²⁾に、たとえ理念型としての完全競争市場においてさえも、外部性、公共財、収穫逓増のケースにおいては、パレート最適は達成されえず、いわゆる「市場の失敗」(market failure)が生ずることが知られている。さらに、パレート最適は、当初の所得分配を与件として前提した上での経済的効率の達成を意味しており、所得分配それ自体に関しては何らの規定をも含んでいない。したがって、市場機構それ自体は、本来的に、所得分配の不正を解決しえないのである。また、バイターの指摘した上述の三つのケースおよび所得分配の問題は、それがいずれも資源・技術・嗜好一定の下における市場機構の不首尾を示すという意味で、「静態的次元」での市場の失敗といつてよい。これに対し、現在および将来にわたる異時的次元においては、不確実性要素が新たに導入されざるをえず、少数の例外を除けば、将来財に関しては市場そのものが成立しえない。したがって異時的次元における資源配分は、市場機構によつては有効な解決をもたらすことはできない。ピグーおよびセンによる指摘は、消費⁽³⁾者主権との関連でこの問題の存在を示したものといてよく、このことは、資源・技術・嗜好の変化を含む「動態的次元」での市場の失敗が存在することを意味する。そして、これら静態的および動態的次元での「市場の失敗」は、すでに、現代経済学における「常識」の一つに属するといつてよい。

上述の「市場の失敗」は、それが理念型としての完全競争市場が本来的に期待される機能を果たしている場合にも生じうることであつて、そのスケールないし領域が論理構成上、無視しう程の大きさであつた段階においては、現実の市場を、ノルムとしての完全競争市場に可能な限り接近させることが、経済政策上の重要な一課題を形成していた。しかし、現実の市場が理念型としての完全競争市場から大きく乖離し、寡占的市場が成立することによつて、市場の失敗は、市場機構のもつ機能的優位性に対する単なる「例外」としては処理しえない問題を提起することになった。したがって、市場機構それ自体のもつ規範性を改めて検討することは、経済学⁽⁴⁾に対する今日の要請といわねばならない⁽⁵⁾。

その場合、問題を次の二つに大別することができる。すなわち、(1)市場機構によつて、諸個人の福祉ないし経済的公正にかかわる部分がどれだけカバーされ、どれだけカバーされえないか、いいかえれば、アローのいう「市場の普遍性」(univer-⁽⁶⁾

salinity of markets) をめぐる問題がそれであり、さらに、(2)寡占的市場の成立により、完全競争市場の有する様々の規範性が変容をよぎなくされ、いわば市場機構の「麻痺」が生ずることによってもたらされる問題がそれである。前者は、たとえば、公共財ないし環境問題に対する市場機構の限界およびそれに伴う非市場機構の導入の問題をその主内容として含み、後者は、寡占的企業の市場支配力の獲得により、経済理論上これまで与件と考えられていた事項・外生変数を、寡占的大企業が自己の制御下に、すなわち内生変数化することによって、消費者諸個人に与える様々の問題をその主内容として含んでいる。そして「完全競争的な価格メカニズムでカバーされえないような経済環境における資源配分様式の研究」を公共経済学の課題として設定するならば、上述の問題の主要部分は、まさに公共経済学の課題であるといつてよい。

本稿では、これらの問題を、市場機構に一つの規範性を付与してきた消費者主権の問題を検討することを通じて一つのアプローチを試みる。なぜならば、消費者主権は、市場機構の機能的優位性を主張する場合にも、市場の失敗を指摘する場合にも、また明示的と暗示的とを問わず、アプリオリにその存在が前提とされることが多かったのに対し、上述の問題は、いずれも、消費者主権の存在そのものおよびその機能的限界を検討することなしには問題の核心に接近できないと考えられるからである。そして消費者主権の非存在を極限的な形で示したガルブレイスの所論が、現代経済学に対して一つの大きな意味を有するのは、この点をめぐってであるといつてよい。

- (1) O. Lange, F. M. Taylor, *On the Economic Theory of Socialism*, 1938 (土屋清訳『計画経済理論』社会思想社, 1951年, 82ページ)。
- (2) F. M. Bator, "The Anatomy of Market Failure," *Quarterly Journal of Economics*, Aug. 1958.
- (3) A. C. Pigou, *Economics of Welfare*, 1920 p. 25. A. K. Sen, "On Optimising the Rate of Saving," *The Economic Journal*, Sept. 1961, pp. 487~9.
- (4) もっとも、19世紀中葉の古典的資本主義においても、厳密な意味での「完全競争は現実には存在せず……おそらくいまだかつて存在したこともなかった」といってよい (J. M. Clark, "Toward a Concept of Workable Competition." *American Economic Rev-*

iew, June 1940, p. 241)。

- (5) 誤解を恐れずに言えば、「資本論」体系を「資本制的生産様式が支配的に行なわれる諸社会の富は一つの（膨大な商品集聚）として現象し、個々の商品はかかる富の原基形態として現象する。だから、我々の研究は商品の分析をもって始まる」（K. Marx, *Das Kapital*, Bd. I, 長谷部文雄訳『資本論』青木文庫第1分冊、1952年、113ページ）という書き出しで始めたマルクスの意図は、何よりもまず、資本制的市場機構の矛盾の分析にあったといってよい。しかし、外部性や公共財の問題をも含めた近代経済学でのいわゆる「市場の失敗」に対するマルクス経済学からの対応は必ずしも十分なものとはいえないように思われる。その中において、たとえばM. H. Dobb, *Welfare Economics and the Economics of Socialism*, 1969（拙訳『厚生経済学と社会主義経済学』岩波書店、1973年）はその例外といってよい。
- (6) K. J. Arrow, "Political and Economic Evaluation of Social Effects and Externalities, in" J. Margolis, ed., *The Analysis of Public Output*, 1970, p. 3.
- (7) 青木昌彦「公共経済学の課題」（建元正弘・渡部経彦編『現代の経済学2』日本経済新聞社、1970年）12ページ。

〔Ⅱ〕ガルブレイスにおける消費者主権否定の論理構造

(1)〔ガルブレイス体系の基本的特徴〕

経済学上の「通念」(conventional wisdom) 批判ということが、おそらく、ガルブレイス体系の「導きの糸」であるといってよいが、市場機構の有する機能上の優位性の前提をなす「消費者主権」(consumers' sovereignty) 批判を展開し、「消費者主権」に代わる「生産者主権」(producers' sovereignty) を自らの体系の基底としていることは、すでに周知のことさらに属する。しかし、第〔Ⅲ〕章で見るように、一般に、消費者主権概念は、きわめて不明確な規定のままで援用ないし批判の対象とされていることが多く、概念規定の不明確さという点に関する限り、ガルブレイスもその例外ではない。⁽⁸⁾ にもかかわらず、ガルブレイス体系における消費者主権概念を検討することは、とりわけ、次の点において有意義であるといってよい。すなわち、(1)消費者主権の対極概念としての生産者主権を体系の基底にすえ、消費者主権の存在しない経済体制を極限的な形で示すことにより、逆に消費者主権

の内包している諸問題を裏面から提示していること、(2)必ずしも明確とはいえないが、消費者主権の非存在・生産者主権の定着を、寡占経済との関連で、すなわち、⁽⁹⁾資本主義の段階的相違との関連で把握していること、(3)社会的アンバランス論にみられるように、公共財ないし環境問題に関する事実指摘をすることにより、消費者主権と公共財ないし環境問題との関連を考察する際の素材を提供していること、がそれである。もっとも、ガルブレイスの著作相互間には、以下で見られるように、一定の論理的ズレないし飛躍がないわけではない。しかし、むしろそれは、消費者主権のもつ多様性を示すものであって、単なる論理的不整合として否定しきれない問題を提示しており、上述の問題および市場機構の限界を考える際の素材としての⁽¹⁰⁾有益性を否定するものではない。以下、The Affluent Society, 1958, 2nd ed. 1969; The New Industrial State, 1967, 2nd ed. 1971; Economics, Peace and Laughter, 1971,⁽¹¹⁾に対象を限定したうえで、上述の問題を考察する。

(2) [The Affluent Society]

消費者選好、およびそれを表示する需要曲線ないし無差別曲線の形状と位置は、消費者個人の欲望ないし嗜好を、経済理論における与件ないし外生変数とすることによって、理論分析の対象外とすることが、経済学における従来までの一「通念」を構成してきた。これに対して、ガルブレイスは、消費者欲望ないし嗜好そのものは、寡占的大企業の制御領域内にあるものとみる。すなわち、生産者は、需要曲線ないし無差別曲線を意図的にシフト・変形させうるほどの市場支配力を獲得しているのであり、欲望ないし嗜好そのものは、経済理論における内生変数とすべきことをガルブレイスは指摘している。

もっとも、消費者欲望ないし嗜好の非独立性に関しては、これまでも他の論者による問題提起がなかったわけではない。たとえば、ヴェブレンによる「慣習的なみせびらかしの消費」としての「⁽¹²⁾衡示的消費」、「他人がどうであろうと自分はそれがほしいという絶対的な必要と、それを満足させれば他人よりも偉くなった気がする」という意味での⁽¹³⁾相対的な必要」とを区別したケインズの指摘、個人の選好関数は自己の消費の関数だけではなく、自己の接触範囲内のすべての人の消費の加重平均値の関数でもあることをしめしたデューゼンベリーのいわゆる「デモンストレーション⁽¹⁴⁾効果」、財の効用は、その財を消費することによって直接生ずる「実質効用」と、その財の所有を他人に誇示することによって生ずる「誇示効用」からなり、後者は

ある範囲においてその限界効用が増加することを示した高田保馬⁽¹⁵⁾の指摘、現在と将来との異時点間での消費者選好に関し、他の消費者の選好によって、将来時点に対する自らの選好、自己の世代に属さない将来世代の消費に対する自らの選好が影響されることを指摘した、センのいわゆる「孤立のパラドックス」論⁽¹⁶⁾、など決して少なくはない。

しかし、ガルブレイスの議論は、次の点において上述の議論と区別すべき特徴を有している。すなわち、(1)「近代的な宣伝と販売術が、生産と欲望とを一そう直接的に結びつけており、宣伝と販売術の目的が欲望をつくり出すこと、すなわちそれまで存在しなかった欲望を生じさせるのであるから、自立的に決定された欲望という観念とはまったく相容れない⁽¹⁷⁾」とするのがそれである。消費者の欲望には「その個人自体から生まれるもの」と「個人のためにわざわざ作り上げられるもの」とがあり、「生産者は財貨の生産と欲望の造出という二重の機能⁽¹⁸⁾」をもっており、しかも、その生産は「消費者どおしの見栄張り競争というような受動的な過程ばかりでなく、宣伝とそれに関連した積極的な活動によって、生産は、生産によって充足されるべき欲望をもつくり出す⁽¹⁹⁾」。この、「欲望が生産に依存するようになる」状態を、彼は「依存効果⁽²⁰⁾」(dependence effect)と名づけているのであるが、見られるように、消費者欲望の非独立性を、上述の論者のように対消費者間における外部効果としてではなく、対生産者間における外部効果として強調している点に留意しなければならない。すなわち、消費者個人の選好関数の中に、生産者による広告・宣伝の作用力が変数として入りこんでいることに特徴があるといつてよい。そして、(2)このことはそのような事態を可能にした生産者側の変化、すなわち寡占の大企業の成立とそれによる消費者欲望の操作・管理をその特徴とする「ゆたかな社会」の成立という彼の「段階」認識を構成する一要素でもある⁽²¹⁾。「ゆたかな社会」に対比して、「貧困、不平等、経済危機⁽²²⁾」をその特徴とする社会においては、あるいは、「本当に飢えている人⁽²³⁾」にとっては、「食物の必要について聞かされる必要はない」のであって、そこでの消費者欲望は、「その個人自体から生まれるもの」であって、対消費者間での外部効果も対生産者間での依存効果も存在しえず、そこでの消費者選択は自発性と自立性とを共に保持しているものとみなされている。ガルブレイスの展開している文脈においては、理念型としての完全競争市場が近似的に成立しえたであろう古典的資本主義ないし「貧しい社会」においては、消費者主権の存在は暗黙裡に前提

されているとあってよく、そこにおける市場機構は、消費者主権の存在によって一つの規範性を付与されていた、とあってよい。そして「ゆたかな社会」に対比さるべき「貧しい社会」の市場構造およびそこでの価格メカニズムの機能が、ガルブレイスにあって必ずしも明示的とはいいがたいのは、「新しい事実」を指摘することによって経済学的通念を批判するという、*American Capitalism, 1952* (藤瀬五郎訳『アメリカ資本主義』時事通信社、1955年)以来の彼の叙述様式上の基本的姿勢によるものであって、寡占的大企業の現存という事実、「ゆたかな社会」の成立という事実そのものの指摘の方が、叙述様式上、第一義的重要性をもつと考えられていることによる。

(3) [The New Industrial State]

『ゆたかな社会』の叙述様式に比較し、『新しい産業国家』は、体系構成的な論理一貫性をその特徴としている。そしてその中心概念は、「計画化」であるといつてよい。ここでいう計画化とは、「何が生産さるべきかを決定する機構として価格や市場に頼る代わりに、何が、どのような価格で生産され消費されるかを上から決めてかかること⁽²⁴⁾」を意味する。そして、「成熟した法人企業は、それが物を売る場合の価格と買う場合の価格を管理する手段をもっているのみでなく、さらに消費者がそのような管理価格で買うものにまで管理を及ぼす手段をもっている⁽²⁵⁾」とみるのである。これらの指摘は、たしかに、『ゆたかな社会』における「依存効果」の継承というべきものであるが、単に継承というにとどまらず、巨大企業における計画化を中心に全経済組織が一元的に編成されて「大企業体制」(the industrial system)ないし「新しい産業国家」(the new industrial state)を形成するものとされている。

ガルブレイスによれば、現代経済においては、技術の巨大化の進む中で以下の五つの要因、すなわち、①生産開始から完成にいたるまでの時間の長期化、②必要資本額の巨大化、③時間と資本との流動性の喪失、④専門的組織的な人的資源(テクノストラクチュア technostucture)の必要、⑤個人に代わる組織の必然化により、資本にとって計画化が必然となる⁽²⁶⁾。そしてこの計画化により、資本は、市場における不確定要因を、可能な限り自らの制御変数として自らの支配下に包摂し、長期安定的な成長の維持を可能にする。具体的には、①「市場の止揚」と名づける垂直的統合、②「市場の統制」と名づける売手独占ないし買手独占による市場支配力の発

揮、㊦「市場の機能停止」と名づける価格と数量の長期にわたる契約、が計画化の内容を構成している。⁽²⁷⁾このような計画化の担い手がテクノストラクチュアであり、巨大株式会社からなる大企業体制に対して、国家および労働組合は、その計画化を補完する形で大企業体制にビルト・インされ、かくして、テクノストラクチュアの計画化が一元的に支配する一つの経済組織、「新しい産業国家」が成立する、というのがその主旨である。

このような状況の下では、「経済のイニシアティブが消費者にある」という想定、「生産者が……結局は消費者の指示にこたえる」という意味で指示の流れる方向が「個人から市場へ、市場から生産者へ」という因果連鎖、すなわち彼のいう「公認の因果連鎖」⁽²⁹⁾ (accepted sequence) は、もはや、現代資本主義のリアリティーを十分に描写しうるものではない。因果連鎖は逆転して「生産企業がその市場の支配をめざして進み、さらには、外面上それが奉仕する人々の市場行動を管理し社会通念を形作るまでにいたる」⁽³⁰⁾ という彼のいわゆる「新しい時代の因果連鎖」(revised sequence) が確立する。そこでは、消費者選好を表現する需要曲線ないし無差別曲線は、「関係する諸商品の背後にある販売戦術の一定時点における相対的な有効性を反映」⁽³¹⁾ するにすぎず、それらは販売戦術の従属変数にすぎない。したがって、消費者主権ないし公認の因果連鎖は、現代資本主義における一つの神話である、というのが『新しい産業国家』の基本視角である。

『新しい産業国家』における計画化のこのような一元的支配のもつ特徴は、『ゆたかな社会』の依存効果と比較するとき一層明白になる。すなわち、「依存効果」は、⁽³²⁾ (1)ハイエクが指摘するように、生産と消費との関係を、前者による後者の「決定」(determine) といった明確な表現を避けて、欲望が生産に「依存する」(depend) とか、あるいは、生産の「果実」(fruits) といった多分にあいまい性を内包する表現がなされているだけでなく、(2)依存効果を生じさせる媒介としての広告や宣伝は、生産の消費に対する一方的な経路としてではなく、「〔諸資本間の〕競争の戦術においても重要であり、ある企業にとっての需要曲線を他の企業の犠牲において動かしたり、あるいは、製品の特殊性の程度を高めることによって需要曲線の形を変えたりする努力を競争的企業は行なっている。欲望造出は、通常、そのような努力の補完的な結果である」⁽³³⁾。すなわち、ここでは、寡占的企業間競争の手段としての広告・宣伝の意味が考慮されているのであり、いいかえれば、生産者の消費者に対す

る操作・管理の程度そのものに対して一定の留保が、したがって消費者主権の否定に対しても一定の留保がなされているとみてよい。

これに対して『新しい産業国家』では、むしろ生産者の消費者に対する操作・管理の「一方向の指示」が強調されており、留保は、そうした「新しい時代の因果連鎖」の作用力の強度に対してよりは、むしろそれが作用する「領域」に対してなされている。たとえば、「大企業体制の外——大会社の範囲の外——では、公認の因果連鎖がいまでも支配している⁽³⁴⁾」という指摘や、「計画化の空隙⁽³⁵⁾」(the planning lacunae) という表現による計画化の欠如領域の存在とそこにおける社会的アンバランスの指摘がそのことを示している。そして、計画化に対するこのような限定と計画化の一元的な浸透による「大企業体制」ないし「新しい産業国家」の成立は、ガルブレイスにおける論理構成上の基本的姿勢によって規定されているといってよい。すなわち、ガルブレイスは、大企業体制ないし「新しい産業国家」を、ミードが批判するような必然論⁽³⁶⁾として描写しているわけではないのである。それは、歴史の必然にしたがって成立する不可避の現実というよりは、むしろテクノストラクチャーの計画化に抵抗する諸力を一切捨象した時に成立する一つの仮構としての経済体制であって、消費者主権に対比さるべき生産者主権が支配する経済体制の一種の理念型として描かれているのである。そして「計画化の空隙」という表現によって示される領域の存在は、こうした理念型によっては包摂しきれない現代資本主義の多面的な現実の残渣とみなさるべきものであって、「大企業体制」ないし「新しい産業国家」は現実の現代資本主義そのものの表現ではないとみるべきであろう。

(4) [Economics, Peace and Laughter]

用語としての消費者主権と生産者主権を明示的に対置させ、具体的な事例によって両概念の比較を試みていることが『経済学・平和・人物論』所収論文（とりわけ第4・9章）の特徴である。消費者主権と生産者主権の対比は、前述の『新しい産業国家』における「公認の因果連鎖」と「新しい時代の因果連鎖」の対比に類似しているが、ここでは、そのような理論上の前提の相違が、現実の経済的事実をいかに説明づけるかに関して決定的な相違をもたらされることが示されている。

ガルブレイスは、現代資本主義の諸問題にアプローチするにあたって、生産者主権を論理展開の基軸としなければならないことを指摘しているのではあるが、それ

は、規範的な意味で、生産者主権を「是認」しているのではなく、現代資本主義の実態を描写するにあたって生産者主権の存在を「前提」にしなければ、そこに描かれる経済像は一つの虚構にすぎないとみるからである。新古典派モデルにおいては「あらゆる変化が市場を通じて伝達され……大きな程度の市場外の説得が行なわれたり、それによって生産が消費者によって求められた変化をうけ入れることを余儀なくされるとか、生産者によって求められた変化を消費者がうけ入れるという制約がなく…最終的指示は個人からくる³⁷⁾とみられているのに対し、自らの立場を「大きな程度の究極の適応が生産者に対して行なわれ……個人の欲望は……それを供給する機構の命令に依存しており、このような適応の実践的な現れとして、生産的企業は市場においてそれ自身の価格を左右する。そして企業はこのような支配を越えて進み、消費者を説得して、適当な対応的な行動をとらせるようになる³⁸⁾」とする生産者主権を、論理展開の前提として設定している。

論理展開におけるこのような前提の相違は、たとえば、以下にみられる八つの事態の評価に対して全く異なった帰結をもたらす。八つの事態とは、すなわち、①テレビの豊富さと住宅事情の悪さにみられるような、財貨生産の組み合わせのアンバランス、②経済的次元と文化的次元における前者の優位性と後者の抑圧、③公共財と私的財とのアンバランス、④軍事的財貨・サービスの拡大、⑤環境破壊、⑥私的財貨消費の病的な拡大、消費の上限界の無制限な上昇、⑦所得の不平等、⑧消費者の市場行動に対する過信、である³⁹⁾。ここで、新古典派モデルにおけるように、消費者主権の存在を前提するならば、上述の八つの事態は、消費者の合理的な選択の結果として是認され、それらは、消費者の厚生に対する否定的要因とはみなされないのに対して、ガルブレイスのように、生産者主権の存在を前提するならば、上述の八つの事態は、消費者の合理的・自立的な選択が阻止されていることの結果として生じたものであって、そこでの消費者選択は、生産者によって操作・管理されたそれであり、生産者による制御の下で事後的に顯示された限りでの選択にすぎない。したがって、上述の事態は、本来的な消費者選好が実現されえていないことの反映ということになる。

これまでの議論から、われわれは、以下との関連で次のような問題を設定することができる。すなわち、(1)ガルブレイス体系においては、消費者主権と生産者主権の対比がしばしばなされているにもかかわらず、比喩的表現を別とすれば、その概

念規定はきわめてあいまい性を含んでいるといわざるをえない。とりわけ、消費者主権および消費者選択の自由あるいは消費者選好の自立性は、相互にいかなる関連を有するのか、(2)消費者主権が問題にされる場合に、たとえば上述の③④⑤にみられるように、市場機構内部における私的財だけでなく公共財ないし環境もが問題にされたり、あるいは、②のように消費者の生活パターンを規定する「文化」の問題までがその対象とされているが、われわれは、消費者主権の対象領域をどのように考えるべきであるのか、また、消費者主権はそれぞれの領域においていかなる制約をうけるのか、(3)かりにガルブレイスの指摘するように、消費者主権がすでに存在していないとすれば、消費者主権の実現されるための条件、メカニズムはいかなるものであるのか、またそれは経済体制の相違といかなる関連を有するのか、がそれである。以下われわれは、主として、(1)の問題を第〔Ⅲ〕章で、(2)(3)の問題を第〔Ⅳ〕章において検討することにする。

- (8) ただし本稿においては、さしあたり第〔Ⅲ〕章までは消費者主権の厳密な規定を行わずに叙述をすすめる。
- (9) ガルブレイスによる「ゆたかな社会」の段階規定は決して明確とはいえない。ガルブレイスの所論をも含めて、現代資本主義と段階規定の問題に関しては、さしあたり拙稿「現代資本主義の特徴」（尾上久雄編『経済体制論』有斐閣、1973年、第4章）を参照されたい。
- (10) この点で、われわれの立場は、たとえばR. M. ソローによって代表される立場とは基本的に異なる。彼は、“The New Industrial State or Son of Affluence,” *The Public Interest*, Fall 1967, において、ガルブレイスの議論が「一つの誇張であり……何の証拠も示していない」（p. 105）として、ガルブレイスの問題提起そのものを否定している。
- (11) J.K. Gallraith., *The Affluent Society*, 1958, 2nd ed. 1969（鈴木哲太郎訳『ゆたかな社会』岩波書店、1960年、第2版、1970年）以下Galbraith〔Ⅰ〕と略記し引用は第2版による。*The New Industrial State*, 1967, 2nd. 1971（都留重人監訳『新しい産業国家』河出書房新社、1968年、第2版訳、1972年）以下Galbraith〔Ⅱ〕と略記し引用は第2版による。*Economics, Peace and Laughter*, 1971（小原敬士他訳『経済学・平和・人物論』河出書房新社、1972年）以下Galbraith〔Ⅲ〕と略記。
- (12) T.B. Veblen, *The Theory of Leisure Class*, 1899（小原敬士訳『有閑階級の理論』岩

- 波文庫、1961年、85ページ)。
- (13) J. M. Keynes, *Essays in Persuasion*, 1931 (教仁郷繁訳『説得評論集』ペリかん社、1969年、~~337~~ ページ)。
- (14) J. S. Dusenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, 1949(大熊一郎訳『所得・貯蓄・消費者行為の理論』巖松堂、1955年、~~34-44~~ページ)。
ミシヤンも同様の指摘をしている。E. J. Mishan, *Growth: the price we pay*, 1969 (都留重人監訳『成長の代価』岩波書店、1971年、174ページ)。
- (15) 高田保馬『消費函数の研究』有斐閣、1957年、~~14-16~~ ページ。
- (16) A. K. Sen, "On Optimising the Rate of Saving," *The Economic Journal*, Sept. 1961, pp. 487~489.
- (17) J. K. Gallraith [I], 邦訳、149ページ。
- (18) 同上、149~150ページ。
- (19) 同上、150ページ。
- (20) 同上、152ページ。ミシヤンにも同様の指摘がみられる。E. J. Mishan, *op. cit.*, 邦訳164ページ。
- (21) 注(9)を参照。
- (22) J. K. Galbraith [I], 邦訳、5 ページ。
- (23) 同上、151ページ。
- (24) J. K. Galbraith [II], 邦訳、54~55ページ。
- (25) 同上、295 ページ。
- (26) 同上、39~43ページ。
- (27) 同上、57~61ページ。
- (28) ガルブレイスによれば、国家は、テクノストラクチャの計画化の及ばない領域である総需要の管理、専門的人材の供給、賃金・物価の悪循環の調整、巨大技術開発のリスク負担をすることによって大企業体制の一環として組み込まれるものとみている。また労働組合は、全般的賃金上昇により、かつて*American Capitalism*, 1952 (藤瀬五郎訳『アメリカの資本主義』時事通信社、1955年、第9. 10章)で提起した「拮抗力」(countervailing power)としての役割を喪失した、とみている。これらの点に関しては、さしあたり拙稿「寡占経済体制論」(伊東光晴・新野幸次郎編『寡占経済論』有斐閣、1970年、第4章)を参照されたい。
- (29) J. K. Galbraith [II], 邦訳、294~295ページ。
- (30) 同上、296ページ。

- 31) 同上、304ページ
- 32) F.A. Hayek, "The Non Sequitur of Dependence Effect," *Southern Economic Journal*, Apr. 1961.
- 33) J.K. Galbraith [I], 邦訳、154ページ(傍点は引用者)。
- 34) J.K. Galbraith [II], 邦訳、296ページ。同様の主旨のことが第2版へのまえがきの中で、批判者に対する弁明として新しくつく加えられている(邦訳、16～17ページ)。
- 35) 同上、第31章。
- 36) J.E. Meade, "Is 'The New Industrial State' Inevitable?" *Economic Journal*, June 1968.
- 37) J.K. Galbraith [III], 邦訳、90ページ。
- 38) 同上、93ページ。
- 39) 同上、107～113ページ。
- 40) 「文化」の問題をも含めて総体としての社会体制の中で消費者主権の問題を位置づけようとした興味深い試みとして、いわゆるラディカル・エコノミストの一メンバーと目されるH. ギンティスの次の論文がある。H.Gintis, "A Radical Analysis of Welfare Economics and Individual Development," *Quarterly Journal of Economics*, Nov. 1972.

〔Ⅲ〕 消費者主権概念の再構成

(1) [消費者主権の諸類型]

経済理論において用語としての消費者主権が明示的な形で初めて現われたのは、1934年のハット論文においてであるとされているが⁽⁴¹⁾、彼はそこにおいて、民主的政治機構との対比において、資源配分の究極的な支配力としての主権(sovereignty)を有する消費者と、それに奉仕・服従する「家来」(subject)としての生産者を対置させている。しかし、前章での行論からもわかるように、われわれがここで問題とすべきことは、まさに「究極的支配力」の内実であるのに対して、彼の場合には、それは比喩的表現の域を越えるものではなかったし、現在においても状況は必ずしも大きく変っているわけではない。しかし、概念規定上のそのようなあいまい性を内包したまま、「市場経済においては、つねに消費者主権の前提がなされている⁽⁴²⁾」⁽⁴²⁾とあってよい。そして、それは、消費者主権が、実現されるべき一つの目標として

の「規範的」な用法としての場合も、また、現実に市場経済において消費者主権が実現されているとする「叙述的」な用法としての場合にも、状況はほぼ同じである。

たとえば、(1)ガルブレイスは、「〔消費者〕個人が経済制度における支配力の最終的な源泉である⁽⁴³⁾」とする立場を、消費者主権ないし「公認の因果連鎖」と考えている。もちろん、「支配力の最終的な源泉」がいかなる媒介項を経て、現実には、消費者の「主権」が実現されるかということこそが問題ではあるが、消費者主権の抽象的・一般的規定それ自体としては、この規定はきわめて明快である。これに対して、(2)ハリスの消費者主権把握によれば、「購買者が、個々にではあるが、何百万という全体として価格に反応し、同時に価格を変化させる。消費者は、自らのドルによって投票を行なう。購買者は、選択をすることの中で相対的な価格によって自ら誘導されながら、生産資源の配分を方向づける⁽⁴⁴⁾」ことが消費者主権の内容を成すものとされている。すなわち、この規定は、市場における消費者選択という具体的な行動によって資源配分がある一定の方向づけを受けることをもって消費者主権の存在を確認しているといつてよい。さらに、(3)ガルブレイスがしばしば自らの批判対象としているサムエルソンによれば、「〈何が〉作られるかということは、消費者たちのドル投票によってきまる。それも、投票場で2年に一回というような方法によってではなく、あれではなくこれを買うという彼らの毎日の決定によってである⁽⁴⁵⁾」ことが消費者による主権の行使の内容とされているが、しかし、彼の場合には、「消費者の投票はそれ自体では〈何が〉生産されるかということを決定はしない……需要は財の供給と出会わなければならない。そこで、企業の費用を考慮した供給決定が、消費者の需要と合わせて、〈何を〉という問題を決定するのに一役をかう⁽⁴⁶⁾」という留保が付されていることに留意しなければならない。

すなわち、ガルブレイスによる規定は、ハットと同様、経済における究極的支配力の担い手としての消費者およびその有する主権を、きわめて一般的な形で規定しているにすぎず、その具体的発現メカニズムの分析を欠いているのに対し、ハリスの指摘は、対象を市場における消費者選択に限定している点で、消費者主権の具体的規定とはいえるが、市場における消費者選択が、資源配分をいかにして規定するかというさらに具体的な媒介メカニズムの規定を欠いていると同時に、サムエルソンと同じく、対象を市場機構内部における私的財に限定している点は、第〔IV〕章で明らかになるように重要な問題点を残すことになる。これに対して、サムエル

ソンの規定は、市場における消費者選択が、必ずしも消費者の選好をそのまま実現しえない事態を、生産の側からの制約条件という形で示している。すなわち、彼の指摘は、市場における消費者選択は、何らかの制度的条件なしには、消費者主権をそのまま直ちに実現しうるものではないことを含意しているといつてよい。したがって、われわれは、まず、市場における消費者選択の自由と消費者主権とを一応理論的に区別した上でその相互連関を考慮しなければならない。

(2)〔消費者主権と消費者選択の自由〕

上述でのいくつかの規定に対比して、グロスマンによる規定は、消費者主権と消費者選択の自由を明確に区分した数少ない例外といつてよい。彼によれば、「主権とは、生産決定の終局的なよりどころに関する事」であり、「消費者選択は、生産された消費財が世帯間に分配される方法に関する事」⁽⁴⁷⁾である。したがって「何が生産されるのかを究極的に決定するのが……もし消費者であり（たとえば、市場において有効需要を働かせることによって）かつ生産が消費者の選好に密接に適合している⁽⁴⁸⁾」ならば、消費者主権が支配しているとみなしうるのに対し、「世帯が、消費者としての資格で、購買の対象となりうるどんな財貨をも自由に購入できる（もちろん、世帯の購買力ないし信用の範囲内で）」⁽⁴⁹⁾ならば、消費者選択の自由が存在することになる。すなわち、消費者選択の自由は、所与の所得を前提として所与の市場において消費者が自立的・自発的な選択を行ないうるか否かを問題にしているのに対し、消費者主権は、必ずしもその対象領域を市場機構内部における私的財に限定していない。すなわち、「生産決定の最終的よりどころ」という場合の生産の概念は、それ自体では、公共財ないし生活基盤としての環境をも含むより一般的な消費ないし享受の対象の設定を可能にするものといえる。そして、消費者主権は、それら広汎な消費ないし享受の対象に対して、消費者選好に適合する仕方では生産が行なわれるか否かを問題にしているのである。いいかえるならば、消費者選択の自由は、消費者主権の実現を可能にするための一要因を構成しているにすぎず、前者の成立は後者の成立のための必要条件ではあるが十分条件ではない。したがって「何をどれだけ生産するかを、中央の計画者が自分で決定し、消費者に主権を与えることを拒みながら、小売の段階では、もちろん各世帯の所得の範囲内で、自由な選択によって、消費財を個々の世帯に分配する」という「消費者主権の

欠如と消費者選択の自由の存在⁽⁵⁰⁾」の組み合わせや、ロビンソンの指摘するように、「資本主義体制と全く同様に生産者主権であり、生産者が提供するものを消費者に受け取らせるための販売強制の初歩的形態を進展させ始めている」ようなタイプの⁽⁵¹⁾社会主義経済、すなわち消費者主権と消費者選択の自由の両方が共に存在しないようなタイプの社会主義経済の一バリエーションも、理論上は存在しうるといってよい。いいかえれば、消費者主権が成立するためには、単に市場における消費者選択の自由を保障する条件だけでなく、市場の外において消費者選好の実現を保障しかつ市場機構それ自体を制御しうるといふような、市場機構を越えた何らかの機構ないし枠組みが必要とされるのである。この意味で、消費者主権の問題は、本来的に、それらの機構ないし枠組みの組織化の問題や「市場の失敗」をも包摂しうるといふ概念であり、公共経済学との接点をもたざるをえないのである。

上述のことは、スミスのいわゆる「見えざる手」による予定調和や、その現代的表現である「すべての競争均衡はパレート最適点であり、すべての最適点は競争均衡である⁽⁵²⁾」という、いわゆる「厚生経済学の基本定理」で示される議論が、直接的に消費者主権の実現を意味するのではない点に留意すべきことを示している。消費者選択の自由は、すぐれて市場機構内部における問題であり、したがってそこにおける経済的効率性を対象とする厚生経済学とかわるのに対し、消費者主権は、よりトータルな存在としての消費者を問題とし、市場機構を越えた領域における消費ないし享受をも問題にするという意味で、厚生経済学を越えて公共経済学とのかわりをもつものといえる。もちろん、このことは、消費者選択の自由のもつ重要性をいささかも減ずるものではない。なぜならば、現代資本主義においては、「市場の失敗」の表現で示されるような市場機構を越える領域での消費者主権の非実現と同時に、市場機構内部において消費者選択の自由を制約する様々の条件が構造的に定着し、消費者主権実現のための必要条件の重要な一環がほりくずされているからである。

(3) [消費者選択の自由と識別問題]

市場において顕示される消費者行動は、基本的には、消費者自らの選択の結果を示すものといつてよいが、しかし、このことは、消費者の選択が、強制や抑制のない、自立的・自発的なものであることを必ずしも意味しない。消費者選択の自由が

消費者主権の重要な構成要素となりうるためには、選択の自立性・自発性が確保されていなければならないが、われわれは、この問題をローゼンバーグにしたがって次の二つに分類して考えることができる。⁽⁵³⁾すなわち、(1)消費者が、自らの欲望を満たすのにふさわしい財を市場において見分け識別できるだけの十分な情報ないし知識と能力をもっているか否か、(2)消費者は自らの内発的・本来的な欲望を正しく判断できるか否か、である。これら二つの問題は、通常、「識別問題」(identification problem) とよばれているものであるが、消費者選択の自由は、これら二つの問題に対して肯定的な解答が得られるときにはじめて消費者主権の一構成要素としての意味をもつとよい。しかし、この両者はいずれも、現代資本主義においては、大きな制約を受けているといわなければならない。

(1)に関していえば、理念型としての完全競争市場における定義としての完全知識を別とすれば、古典的資本主義においてさえも、財に関する消費者と生産者のもつ情報の量と質は決して対称的ではない。とりわけ、技術進歩と生産諸力の発展による消費財の範囲と多様性が増大している現代資本主義において、価格競争に代わって非価格競争が競争の有力かつ主要な手段として定着していることを前提として認めるならば、シロス＝ラビーニの指摘のように⁽⁵⁴⁾「製品差別型寡占」(differentiated oligopoly) の存在の意味を簡単に捨象することはできない。消費者のもっている潜在的選好の一部を表層に押し出し、他の一部を深層へ押し戻すような、生産者による操作・管理を通じて、消費者のもつ情報ないし知識が一定のバイアスを受け、消費者は自らにとって必要な情報ないし知識を容易には得られないという、シトフスキーのいわゆる「情報不足市場」⁽⁵⁵⁾(the uninformed market) が広汎にみられるようになる。逆に、生産者と消費者の間における情報のこのような非対称性の存在が、生産者による消費者欲望の開発を成功裡にすすめる一理由をも形成している。その意味で、情報不足市場と寡占的支配の成功は、相互補完的な関係にたっているといつてよい。

(2)は、すでに第〔Ⅱ〕章でもふれたように、消費者の選好を規定する消費者欲望が、消費者自身の本来的欲望から生じた自立的・自発的なものであるか否かに関連している。すなわち、消費者欲望が、何らかの外部効果によって一定のバイアスを受け、しかもそのバイアスがバイアスとして意識されない状態の存否が問題とされる。この外部効果はさらに次の二つに類別される。すなわち、①消費者間における

外部効果、消費者個人の選好関数の中に他の消費者の消費量や消費物が変数として入ってくる事態、②消費者と生産者との間の外部効果、消費者個人の選好関数の中に生産者による広告・宣伝などによる操作・管理による影響が変数として入ってくる事態、がそれである。①は第〔Ⅱ〕章ですでに述べたようなヴェブレン、デューゼンベリー、ケインズ、高田保馬、センなどの指摘⁽⁵⁶⁾にみられたように、消費者選好の自発的・自立的な側面が失われ、消費者が自らの本来的欲望が何であるかを知りえないことをその主要内容としているが、これは、消費者の単なる主観的・心理的次元の問題としては処理しえない論点を含んでいる。すなわち、①のような消費者選好の不確定性は、②における寡占的企業による消費者欲望の操作・管理の前提条件を構成しているのであって、それは、寡占的企業による大量生産の対応物を構成している。すなわち「消費者個人は、彼の欲するいかなる財の集合によっても自らの買物かごを満たす自由が依然与えられてはいる。しかし、彼の選択する財の性格は、大多数の人の嗜好や欲望によって彼に押しつけられたものである⁽⁵⁷⁾」というだけでなく、ハンセンの指摘するように「消費者の欲望はもはや個人的選択の問題ではなく、それは〔生産者によって〕大量生産されるのである⁽⁵⁸⁾」。したがって、「生産が少数者の嗜好を無視し多数者に適合するものにまず第一に迎合するような傾向を増大させる⁽⁵⁹⁾」といった事態は、現代資本主義においては、決して例外的事例ではない。

ガルブレイスの「依存効果」ないし「新しい時代の因果連鎖」は、上述のような事態を、一つの理念型としての「大企業体制」ないし「新しい産業国家」として極限的に示したものと見てよいが、彼における消費者主権の否定は、上述の議論からわかるように、識別問題、とりわけその中の(2)の②を主な対象としたものであると見てよい。もちろん、消費者選択の自由の否定要因は、消費者主権の必要条件に対する否定要因であり、その限りでたしかに消費者主権の否定ではありうるが、消費者主権の多面性を考慮するならば、ガルブレイスによる否定は、否定のあり方としては、きわめて不十分なものといわざるをえない。しかも、消費者主権の問題を、主として市場機構内部における消費者選択の自由に限定してしまうならば、公共財ないし環境に対する消費者選好という、すぐれて現代的課題に対する有効性を欠いてしまうのであって、第〔Ⅳ〕章でふれるように、彼の「社会的アンバランス論」の不明確さもここにその一因を求めることができる。

- (41) W.H. Hutt, "Economic Method and the Concept of Competition," *South African Journal of Economics*, March 1934.
- (42) F.M. Fisher, Z. Griliches and C.Kaysen, "The Costs of Automobile Model Changes Since 1949" *The Journal of Political Economy*, Vol. LXX, No. 5 (Oct. 1962), p. 434.
- (43) J.K. Galbraith [II], 邦訳、299ページ。
- (44) C.L. Harris, *The American Economy*, 4th ed. 1962, p. 380.
- (45) P.A. Samuelson, *Economics*, 8th ed. 1970 (都留重入訳『経済学(上)』岩波書店、1971年、73ページ)。
- (46) 同上、74ページ。
- (47) G. Grossman, *Economic Systems* 1967 (大野吉輝訳『経済体制論』東洋経済新報社、1969年、16ページ)。
- (48) 同上、16ページ。
- (49) 同上、13ページ。
- (50) 同上、16ページ。
- (51) J. Robinson, "The Affluent Socialism," in C.H. Feinstein ed., *Socialism, Capitalism and Economic Growth*, 1967 (水田洋他訳『社会主義・資本主義と経済成長』筑摩書房、1969年、227~228ページ)。
- (52) R. Dofman, P.A. Sanwelson, P.M. Solow, *Linear Programming and Economic Analysis*, 1958 (福岡正夫他訳『線型計画と経済分析(II)』岩波書店、1959年、507ページ)。
- (53) J. Rothenberg, "Consumers Sovereignty," in *International Encyclopedia of the Social Science*, 1968, Vol. 3, pp. 329~332.
- (54) P. Sylos-Labini, *Oligopoly and Technical Progress*, 1962 (安部一成訳『寡占と技術進歩』東洋経済新報社、1964年、14~16ページ)。
- (55) T. Scitovsky, *Welfare and Competition*, 1961, p. 334.
- (56) 本稿第[II]章の注(12)~(16)を参照。
- (57) T. Scitovsky, "A Critique of Present and Proposed Standards," *American Economic Review*, May 1960, pp. 17~18.
- (58) A. Hansen, "The Economics of the Soviet Challenge," *Economic Record*, Ma-

rch 1960, p. 10.

- (59) M.H. Dobb, *Welfare Economics and the Economics of Socialism*, 1969 (拙訳『厚生経済学と社会主義経済学』岩波書店、1973年、320ページ)。

〔IV〕 消費者主権と公共経済学

(1) 〔消費者主権と社会的アンバランス論〕

私的財とは異なり、公共財あるいは生活の基盤を構成する環境は、一般的に、「非競争性」と「非排除性」をその特徴とし、市場そのものが成立しえないことによって私的財と区別される。⁽⁶⁰⁾しかし、私的財と同様、それらは消費者個人による消費ないし享受の対象であることにはちがいが無い。しかも、消費者主権の問題に関していえば、市場機構を通ずる私的財に関してよりも、むしろ非市場機構を通ずるそれらの財に対する消費者選好の問題こそが消費者主権の現代的課題であるといつてよい。ガルブレイス体系の中においては、いわゆる「社会的アンバランス」(social unbalance) 論がこれと関連する。

① 〈The Affluent Society〉。「私的に生産される財貨およびサービスの供給と国家によるそれとの間の満足な関連」を「社会的バランス」⁽⁶¹⁾ (social balance) と呼ぶならば、「ゆたかな社会」は、この社会的バランスを喪失していることをその特徴としている。彼によれば、「豊富な分野と貧弱な分野との境界線は、私的に生産・販売される財貨と公共的なサービスとの区別にほぼ等しい。前者が豊富であることと後者が貧弱であることは、驚くほどの対照をなしている。そればかりでなく、私的に生産される財貨が豊富なことは、公共的サービスの供給の危機をもたらす大きな要因にもなっている」⁽⁶²⁾。このような私的財と公共財とのアンバランスを事実として指摘した上で、彼は、その主要な理由の一つとして、私的財に対する「依存効果」の成立と公共財に対するその不成立⁽⁶³⁾、「依存効果」による私的財向け需要の増大と公共財向け財源のひっ迫を対比させている。ガルブレイスによれば、そもそも「消費者は公共財と私的財との間の自立的な選択」⁽⁶⁴⁾ を行う条件を有していないのであって、その帰結として、たとえば「自動車道路よりも自動車の方が重要視され……家庭用真空掃除機が尊重されるのに、道路用掃除機は不幸な支出とされ……われわれの家はきれいで道路がきたない」⁽⁶⁵⁾ といった事態がもたされるのである。

彼によるこの社会的アンバランス論は、まず何よりも事実としてのアンバランスの存在を指摘することに力点がおかれていて、アンバランスを生起させるメカニズムそのものについては必ずしも明確な分析はないといってよい。すなわち、ガルブレイスによれば、社会的アンバランスの主要な原因は、私的財に対する依存効果を通ずる消費需要の増大であり、このアンバランスを阻止する具体的政策手段は、彼によれば「売上税」設置による必要以上の消費需要のセーブと、売上税による財政資金の豊富化によって公共部門を拡大すること、に求められている⁽⁶⁶⁾。しかし、われわれは次節以降との関連で次のことをここで指摘しなければならない。すなわち、(1)もしも「消費者が公共財と私的財との間の自立的な選択」を確保しなければならないとすれば、現存の生産構造およびそれによる「依存効果」を前提にして「売上税」による私的財の消費需要を削減することよりも、論理的には、まず第一に、依存効果を生み出している生産構造そのものが問題とされなければならない。そして第二に、それと同時に、公共部門に対する消費者の自立的な選択を顕示し実現させるメカニズムを新たに創り出すことが問題とされなければならない。ところでガルブレイスは、(2)この社会的アンバランス回復の決め手として、国家の介入および財政の膨張を一般的な形で指摘しているのであるが⁽⁶⁷⁾、その場合には、消費者の自立的な選択の顕示される「場」そのものの創出が国家の介入と結びつくメカニズムを具体的に明らかにしなければならない。なぜならば、市場機構において解決しえない問題を計画機構にゆだねるだけでは「市場の失敗」や「市場の外部性」に対比さるべき「計画の失敗」や「計画における外部性」を何ら排除してはいないからである⁽⁶⁸⁾。

⑧ 〈The New Industrial State〉。『ゆたかな社会』における社会的アンバランス論は、ある意味で『新しい産業国家』に継承されてはいるが、しかし、その位置づけはかなり異なったものとなっている。第〔Ⅲ〕章でもふれたように、ガルブレイスは巨大法人企業におけるテクノストラクチャが、自らの目標である「安定と成長⁽⁶⁹⁾」の実現のために、個別企業内部のみならず、国民経済全体をも包摂しようような一元的な「計画化」の支配が「大企業体制」ないし「新しい産業国家」を成立させる、とみるのであるが、そこでは「大企業体制の顕著な業績は、すべてこうした計画化の結果である⁽⁷⁰⁾」とみなされている。すなわち「計画化」を一つの基底概念として成立する理念型としての「大企業体制」ないし「新しい産業国家」がきわめて極限的な形で描写されているといってよい。しかし同時に、「計画化の空隙」

という表現の下に、都市問題、住宅問題を含む生活環境の混乱が具体例として示されている。⁽⁷¹⁾「一部の場所では、市場の反応がいぜん生きている。他方、非常に広範な分野では、そうした反応に頼ることはできない。そこでは、市場は、需給の多少とも包括的な計画化に道をゆずらざるをえない。……計画化が要請されているところで市場に頼るといことは、どうにもならぬ混乱を招くことになってしまう⁽⁷²⁾」という指摘はそのことの表明でもある。しかし、このような見方は二重の意味で問題である。すなわち、(1)テクノストラクチャの計画化が一元的に経済社会全体を貫徹するものとする「理念型」としての「大企業体制」ないし「新しい企業国家」にとっては、上述のような事態は、体系にとってのいわば「異物」を示すものであり、「計画化の空隙」という表現が示すように、それは体系構成上の不整合を示すものといつてよい。⁽⁷³⁾逆に、(2)上述のような事態そのものを重視するというのであれば、単に「計画化の空隙」といった形での問題設定では不適切であるといわねばならない。むしろ、それは、『ゆたかな社会』における社会的アンバランス論のように、現代経済における重要な経済問題の一つとしての位置づけが与えられなければならない。

しかし、『新しい産業国家』における新しい論点は、むしろ彼が「審美的」(aesthetic)次元の問題とよぶものにあるといつてよい。すなわち、それは、人間のもつ芸術への志向に代表されるように、経済的財貨・サービスとは異質のものに対する欲求に関わる問題であり、それと経済的欲求とのアンバランス、ないしは、前者の后者に対する立ち遅れがその内容をなしている。しかも「審美的目標を強調することは、消費者の管理に大きく干渉すること⁽⁷⁴⁾」であるという意味で、この両者は相対立する関係にあり、審美的目標は、「景観よりも動力線を、自然や河川や国立公園よりも水力開発を、都市空間より高速道路を、自然の山々より鉱石採取を、歴史の雰囲気をのこす広場よりショッピング・センターを、そして地上の静寂より高速の空の旅を、それぞれに求める要求と競合する⁽⁷⁵⁾」。もちろん、これらは、広義の社会的アンバランスといつてよいが、トータルな存在としての消費者の多面的選好を問題にしていると同時に、経済的財貨・サービスおよびそれとは異質かつ多面的な「審美的」次元への志向をどのように比較・評価するかという、かつて「効用の個人人間比較の否定⁽⁷⁶⁾」によって提起された問題に類似したより困難な問題を再びもちこむことになる。

◎ 〈Economics, Peace and Laughter〉。第1章「経済学と生活の内容」および第9章「公共建築と公共工事に⁽⁷⁷⁾関する若干の省察」は、いずれも、『ゆたかな社会』における社会的アンバランスを⁽⁷⁸⁾確認した上で、『新しい産業国家』における「審美的」次元の問題を具体的に適用したものといつてよい。「経済問題が解決されるとともに、人々は、環境の美ということにますます関心をいだくようになり、人々は、財貨の獲得から、その財貨をエンジョイしうる環境の獲得へとすすむようになったと思われる。しかし、経済的業績と美的な業績との調和は、考えられない。その反対に、少なくとも目先の問題としては、矛盾を考えなければならない」⁽⁷⁹⁾。このような認識を前提として、たとえば、「生活空間を気持ちのよいものにしようとするならば、商工業を生活空間から分離することは不可欠のことであり、製鉄所もサービス・ステーションも審美的にみてありがたい隣人ではない。それと同じように、よい劇場やよい音楽は、ムードの保護が要る。それらのものは、下剤の宣伝のための音楽騒ぎと隣り合わせにしたらうまくゆくはずがない」という指摘や、あるいは「効率ということは、都市の交通計画や超高速道路の設計の美学に反対する有力な権利をもってはいない。しかし、安い費用での機能だけを強調する建築業者が住んでいる煉獄は、道路を完成したときに自分たちの仕事が終るのだということをいまお信じており、そして自分たちの道につづいてくる広告業者という蝗の虫害を除くために働こうとしない道路設計者や建設業者もいられるように拵げておくに⁽⁸¹⁾ちがいない」という指摘は、それが単に事実指摘に終わっているという、すでに触れた批判点が妥当する。しかし、これらの事実指摘を素材にして、われわれは、以下の第(2)(3)節との関連で、消費者主権の問題に関し次のような問題を設定することができる。まず、(1)単に公共財というだけでなく、より広義の概念としての環境に対して、その消費者・享受者である消費者の選好がいかにして顯示されるのか、私的財に対する選好の表示に対比される公共財ないし環境に対する選好の「場」はいかにして設定されるべきであるのか、(2)審美的次元の問題をも含めて、もしも「経済的成果の査定基準が、われわれがどのくらい沢山のものをつくるかということではなく、生活をまあまあの状態、もしくは快適な状態にするために、いかなることをやっているか」⁽⁸²⁾が問題であるとすれば、ここでとりあげられるべきことは、市場における特定の一財に対する選好ではなく、消費者の「生活パターン」を規定する質的「構造」をもった、ロビンソンのいう「⁽⁸³⁾一群」の財の選好が問題とされる。

すなわち、ある生活パターンと他の生活パターンとの間での選択問題が新たにとりあげられなければならない。

(2)〔消費者主権の対象領域の拡大と制約条件〕

市場機構内部での私的財に関して、消費者主権は、その一構成要素である消費者選択の自由が、「識別問題」でみられたような制約をうけているために、消費者選好は、結果的に必ずしも消費者主権を満たすものではないのに対し、公共財ないし環境に対する消費者選好は、まさにその選好が顕示さるべき「場」を容易にもちえない点にその特徴があるといつてよい。しかも、そのように、消費者の本来的な選好が顕示されうるメカニズムを持ちえないことから生ずる様々の事態が、現代資本主義におけるきわめて重要な経済問題を構成しているといつてよい。したがって、消費者主権の問題を、従来の伝統的な市場機構の領域だけでなく、非市場機構をも含めた領域へと拡大することは、消費者主権論の現代的課題であるといえる。

私的財と異なり、公共財は、ある個人がその用役を享受しているとき、他の個人に対してもその同じ用役が同時に提供されるという「非競合性」と、その用役の享受を何れの個人も妨げられないという「非排除性」をその特徴としている⁽⁸⁴⁾。また、公共財は、その用役の享受者すべてに対して同一の数量が与えられるために、各個人の選好の相違は、それだけの数量の公共財に対する需要価格の相違として現われるはずであり、したがって、社会全体の需要曲線は、個々人の需要曲線を「タテに」合計することによって得られるはずである。そして、もしも、公共財に対するこのような選好を知りうるならば、それは、何らかの計算価格により市場機構を通ずることによって私的財と類似した経済的調整がなされることを期待できる。しかし、公共財の特徴は、まさに、個々人の需要曲線そのものを知ることができず、したがって適用すべき計算価格自体が存在しない点にある。いわゆる「タダ乗り」(free-rider)の問題はこのことの端的な表現である。

このことは、逆に、消費者の側からみれば、自己の選好を顕示することに対する様々の制約という形で現われる⁽⁸⁵⁾。まず、(1)、公共財ないし環境に対する選好は、それが有効な形で顕示されるためには、一定の費用を必要とする。市場機構を経ずに自己の選好を顕示するということは、対計画機構あるいは対生産者など当事者どおしによる何らかの形の「交渉」を含まざるをえず、そのために必要とされる経済的

・非経済的費用は決して無視しえない。しかも、これらの費用に伴う実質的費用は、消費者諸個人の所得水準との相対関係によって規定される。したがって、低所得グループに属する消費者は、高所得グループに属する消費者に比較して、自己の選好を顕示することに対する費用面での制約条件が相対的に大きいといつてよい。たとえば、彼らの欲求はそれが事後的に顕示された選好としてみる限りでは、好ましくない環境ないし公共財提供を是認する方向にバイアスがかかる傾向があるといえよう。そして一般的に選好顕示化のための必要費用が大であればあるほど、事後的に顕示される選好は、むしろ現状肯定的なバイアスをもったものとして現われざるをえない。すなわち、選好の顕示は所得分配のあり方と相対関係を有しそれによって大きく規定されざるをえない。もちろん、この点は、市場機構内部における私的財に対してもいいうことであり、ドップが指摘したように、「経済の領域では〈複数投票〉は例外ではなくて通則である。しかも、この複数投票たるや、他の者は一票を投ずるのに対して、あるものは一千票もしくは一万票を投ずるといふほどに甚だしいのである」⁽⁸⁶⁾。したがって消費者主権が実現されるための必要条件として、われわれは、すくなくとも所得分配の著しい不平等に対する何らかの規定が入らざるをえないことを認めなければならない。また、(2)、公共財ないし環境に対する選好の顕示は、私的財の場合以上に、消費者と計画機構ないし生産者の間での情報の不平等性の存在によって左右される。そしてこのことは、上述の所得分配によって規定される選好顕示のゆがみと相乗的に作用することによって、事後的に顕示されたものとしての選好が、一定の現状肯定的なバイアスを伴うという結果をもたらす。とりわけ、公害の被害者による、現状に対する否定的選好がその顕示化に大きな制約を受けていることは、このことを端的に表現している。そして、環境ないし公共財提供に対する選好がそのようなバイアスをもっていることが、逆に、私的財に対する消費者選好のあり方をも規定するのである。すなわち、(3)、消費者は、単一の財のみを消費するのではなく、複数のある「パターン」をもった消費、あるいはロビンソンのいう「一群」の財を消費するのであって、その中には、公共財や環境条件の劣悪さをカバーする意味をもつ消費財が含まれている。たとえば、前述のガルブレイスの指摘にもあったように、住宅事情の悪さを補う意味をもつものとしての耐久消費財需要の異常な増大は、このことを示している。したがってこのような消費パターンを、消費者の本来的欲求の顕示されたものとみることは必ずしも

妥当ではない。公共財ないし環境条件と私的財とは相互に関連して一つの「消費パターン」を形成しているのであって、私的財に対する選好は、前者に対する選好顯示およびその実現度の関数であるといつてよい。さらに、そのようにしてなされる私的財に対する選好は、すでに第〔Ⅳ〕章で指摘したもの以外に次のような制約を受ける。すなわち、(4)、動態的次元における消費者選好の問題がそれである。一般に消費者は、市場に現存する財と現存していない財との間での選択を行なうことはできない。消費者の選択は、現存する財の中から、より好ましくないものを追放する方向には作用しうが、逆に消費者の欲求する財が市場から消えた場合にそれを呼びもどしたり、まだ存在していない新しい財に対する消費者の欲求を表示する手段を、消費者は市場においてもっていない。消費者選好は、需要結果を通じて価格運動に反映されるにすぎず、単一の評価パラメーターとしての価格の中に、素材的富としての財のもつ質的多様性や消費者の新しい欲求を反映することは本来的に不可能である。いいかえれば、「生産者は、消費者がその中からしか選択を行ないえないところの市場商品の範囲を決定する⁽⁸⁷⁾」のであり、その意味で、(ガルブレイスの依存効果とは異なるが⁽⁸⁸⁾)消費は生産に依存しているといふことができる。

(3)〔消費者主権と非市場機構による制御〕

生産決定の究極の原因が消費者の選好にあることを意味する消費者主権は、その対象領域が、単に市場機構内部だけでなく、それを越えた公共財ないし環境にまで及ぶないし及ぶべきものであると同時に、消費者主権の実現に対する制約も多層的であることが前節までで示された。そこで、もしもわれわれが消費者主権の実現を経済体制の有効性を規定する厚生の規範として前提するのであれば、問題は次のようになる。すなわち、消費者主権を実現するために市場機構のなしうる部分は何であり、非市場機構によらざるをえない部分は何であるのか、またその場合、非市場機構はいかなる構成をもつべきであるか、である。すでに、第〔Ⅲ〕章および第〔Ⅳ〕章(1)・(2)節での指摘から明らかなように、市場機構内部で消費者主権が実現されるためには、少なくともその必要条件である自立的・多発的消費者選択の自由が獲得されなければならない。そして、そのための最低限必要な条件は、消費者選択における外部効果の除去であり、それには、何らかの形の規制を伴わざるをえない。すなわち、消費に対する生産の外部効果ないし依存効果の発生因に対する規制と、

消費者間の外部効果ないし衛示的效果やデモンストレーション効果に対する規制がそれである。前者に対する規制は、もしそれが有効に行なわれるとすれば寡占的大企業による大量生産様式そのものに対する規制を含まざるをえないという意味で、現代資本主義体制そのものあり方とかかわり、後者に対する規制は、独立した個人としての消費者の自立的・自発的選好に資するためという意味で、規制はおのずから制約されざるをえない。同時に、これらの規制は、生産者と消費者のもつ情報の著しい非対称性の是正を含んでいなければならない。

しかし、より根本的な問題は、かりに上述の規制が望ましい形で実現されたとしても、消費者による自立的・自発的選好は市場機構によっては部分的にしか実現されえないという点である。所得分配問題、公共財提供および消費者の時間選好の問題がその例としてあげられる。消費者主権概念それ自体の中には、所得分配に対する規定は含まれてはいないが、所得分配の著しい不平等性は、前節で指摘したように、消費者選択に一定のバイアスを与えることにより、消費者の本来的な選好の顯示をさまたげる。その意味で、所与の所得分配を前提として、市場機構によって達成されるパレート最適が、当初の所得分配に対して相対的關係にあるのと同様に所与の所得分配を前提とした消費者主権論および消費者主権実現の諸手段は、当初の所得分配に対して相対的であるといわなければならない。したがって、著しい所得分配の不平等性を除去することは本来の消費者主権実現の一条件であるといつてよい。しかし、市場機構のもつ機能それ自体の中には、所得分配に対する調整は含まれておらず、それは非市場機構による制御の対象とされなければならない。その場合、マルクスの指摘する⁽⁹⁰⁾ように、所得分配が生産手段の所有様式ないしは生産関係によって規定されるとすれば、消費者主権の問題は経済体制そのものあり方を問う視点を新たに導入せざるをえない。さらに、公共財提供の問題は、その提供を消費者諸個人の選好に基づいて行なうとすれば、消費者の選好を顯示するための「場」である非市場機構そのものの「創出」が問題とされねばならない。その場合、アローが指摘したように、諸個人の選好順位を導出するルールないし方法が存在しないという、いわゆる「不可能性の定理」(impossibility theorem)を前提とすれば、たとえば消費者選好に「二分型」ないし「単峰型」といった特定の付帯条件を導入しなければ社会的選好を設定することができない。その場合にはいかなる⁽⁹¹⁾基準では付帯条件を設定するかという問題が新たに登場することになる。さらに、消

費者の時間選好の問題は、消費者選択の対象そのもの、すなわち与件そのものの変化に対する評価を消費者にゆだねることを意味するが、その場合には、ピグーの指摘したような、消費者の「将来を見通す能力」⁽⁹⁴⁾ (telescopic faculty) の欠如ないしそれに類した制約条件⁽⁹⁵⁾が入りこまざるをえない。そしてこれに対しては「〔消費者の〕選択に制約を与えるような何らかの尺度が、彼の厚生を増大させることは明瞭」⁽⁹³⁾という前提にたった、いわゆる「温情的干渉主義」(paternalism)が、計画化機構を通じて行なわれなければならない、しかし、それは、制度的条件いかなでは悪しき干渉主義に帰する可能性がないとは決していえない。

みられるように、消費者主権の問題をめぐる、市場機構の解決しえない諸問題を、何らかの非市場機構をゆだねることは、それ自体では問題の解決にはなりえない。なぜならば、「市場の失敗」や「市場に対する外部性」との対比でいえば、非市場機構の領域においても「非市場機構の失敗」ないし「非市場機構における外部性」の発生を何ら排除してはいないからである。そして、公共経済学は、この非市場機構における意志決定の分析を含む点で、厚生経済学と相違するといつてよい。もちろん、ガルブレイスの『新しい産業国家』におけるように、テクノストラクチュアが大企業の目標に「共鳴」(identification)することによって、大企業を自らの目標に「適合」(adaptation)させ、大企業が社会全体の目標に「共鳴」することによって、社会の目標を大企業の目標に「適合」させるという相互作用を通じて、終局的にテクノストラクチュアの目標が社会の目標を規定し、テクノストラクチュアの計画化の下に社会全体が包摂されるという想定の下では上述のような困難な論理的問題は始めから回避されているといつてよい。ただ彼の体系の中では、大企業体制に対する唯一の拮抗力としての「教育者・科学者階層」⁽⁹⁶⁾ (the educational scientific estate) の存在が救いの神 (deus ex machine) として意識されているにすぎない。

ガルブレイスと異なって、もしわれわれが上述のような問題の存在を前提とすれば、混合経済ないし国家独占資本主義と呼ばれる現代資本主義における市場機構と計画化機構の共存する経済体制の評価に対して、一定の問題視角を得ることができると。すなわち、現代資本主義は生産手段の私的所有を前提とした個別資本による個別計画と生産の社会的無政府性をその特色とする点で古典的資本主義と共通するが、非市場機構たる計画機構は、これらの前提と基本的に抵触しえないという意味で

「制度的硬直性」⁽⁹⁷⁾ (the institutional rigidity) をその制約条件としている。そしてこのことが、現代資本主義における計画化が、必ずしも消費者選好を反映させよう内容をもちえていないことは、たとえば、産軍複合体制の成立に端的に表現されているといつてよい。ドーフマンが指摘するように⁽⁹⁸⁾、現代資本主義社会は、「多くの利益集団に分けられ……政府デジションは、政府とこれら諸集団との関係に依存しており」消費者選好の実現に対しては、一定の制約があるものとみなければならぬ。逆に、上のような「制度的硬直性」を前提にしないならば、計画化は、それだけ自由度をますことになる。たとえば、「市場の失敗」の構成要素である外部性や公共財をも考慮に入れた「社会的費用」や「社会的便益」を価格体系の中に算入できるという「価格体系に入る項目の包括性」⁽⁹⁹⁾を得ると同時に、社会的アンバランス論の中で問題にされた住宅問題、都市交通、医療などのように、すでに市場機構内部に包摂されている部分を、「効率性」と対比するべき「正公」の視点から、計画機構による公共的供給に移行する可能性も潜在的に生まれる。そして、この自由度の拡大は、一面で「計画化の失敗」の発生を排除しないとはいえ、消費者選好の顕示とその実現をより包括的に反映し、したがって消費者主権の実現を潜在的に可能にする前提を与えるものといつてよい。したがって、消費者主権の問題は、本来的に比較経済体制論への志向をもたざるをえないのである。

(60) 公共財の定義に関しては、現在のところ確定して市民権を得たものがあるというわけではない。これらの点に関しては、さしあたり、村上泰亮「公共財の定義」(建元正弘・渡部経彦編『現代の経済学(2)』日本経済新聞社、1970年、第4章)を参照されたい。

(61) Galbraith [I]、邦訳、229ページ。

(62) 同上、225ページ。

(63) たとえばガルブレイスは次のような表現をしている。「今や最高の発展段階に達したマスコミの力は、社会の耳目をより多くのビールに向けるけれども、より多くの学校には向けない」(同上、225ページ)。

(64) Galbraith [I]、邦訳、233ページ。

(65) 同上、127ページ。

(66) 同上、280～283ページ。

(67) 同上、274～287ページ。

- (68) この点に関しては、本稿、第〔IV〕章、第2・3節をも参照。
- (69) 大企業体制におけるテクノストラクチャの目標をめぐる論点に関しては、さしあたり、小泉進「現代の大企業体制論」（季刊『現代経済(6)』日本経済新聞社、1972年、6月号、所収）、および拙稿「寡占経済体制論」（伊東光晴・新野幸次郎編『寡占経済論』有斐閣、1970年、第4章）などを参照されたい。
- (70) Galbraith〔II〕、邦訳、475ページ。
- (71) 同上、475～485ページ。
- (72) 同上、484ページ。
- (73) この点は、第2版に新たに付け加えられたまえがきにも触れられている（同上、10～18ページ）し、本文中でも、さらに、次のような指摘もみられる。「大企業体制の外にある非常に大きな領域——零細な小売業者、修理屋、独立の職人、理髪屋、造園師、出版屋の世界——では、市場はほぼ満足に、あるいは非常にうまく働くものである」（同上、476～477ページ）。
- (74) Galbraith〔II〕、邦訳、467ページ。
- (75) 同上、467ページ。
- (76) L. Robins, "Interpersonal Comparisons of Utility," *The Economic Journal*, Dec. 1938. さらに、これらの問題が登場してきた背景などについては、M.H.Dobb, *Welfare Economics and the Economics of Socialism*, 1969（拙訳『厚生経済学と社会主義経済学』岩波書店、1973年、第1部）などを参照されたい。
- (77) ガルブレイスは、この章を、*Economics, Peace and Laughter*, 1971, の中でも、最重要なものであるとのべている（Galbraith〔III〕、邦訳、2ページ）。
- (78) Galbraith〔III〕、邦訳、20ページ、32～33ページ。
- (79) 同上、38～39ページ。
- (80) 同上、39ページ。
- (81) 同上、306ページ。
- (82) 同上、1～2ページ。
- (83) J. Robinson, "The Affluent Socialism," in C.H. Feinstein ed., *Socialism, Capitalism and Growth*, 1967, p. 187（水田洋他訳『社会主義・資本主義と経済成長』筑摩書房、1969年、227ページ）。
- (84) 本稿、注(60)を参照。

- (85) これらの点に関しては、都留重人『公害の政治経済学』岩波書店、1972年、第4章、西部
 邁「公害問題と消費者主権」（『経済セミナー』1971年3月号）をも参照されたい。
- (86) M.H. Dofb, *Political Economy and Capitalism*, 1950（岡稔訳『政治経済学と資本主義』
 岩波書店、1952年、170ページ）。
- (87) E.J. Mishan, *Growth: the price we pay*, 1969（都留重人監訳『成長の代価』岩波書店、
 1971年、162ページ）。
- (88) 本稿、第〔Ⅱ〕章、第2部を参照。
- (89) もちろん、これとは別の前提を設定することによって議論をすすめることは可能ではある。
 これらの点に関しては、さしあたり、G. Grossman, *Economic Systems*, 1967（大野吉
 輝訳『経済体制論』東洋経済新報社、1969年、第1章）を参照されたい。
- (90) K. Marx, *Zun Kritik der politischen Okonomie*, Moskau, 1934（武田隆夫他訳『経済
 学批判』岩波文庫、1956年）「序説」（一）の2を参照。
- (91) K.J. Arrow, *Social Choice and Individual Values*, 1951.
- (92) 稲田猷一『新しい経済学』日本経済新聞社、1965年、23～32ページ。
- (93) E.J. Mishan, *The Costs of Economic Growth*, 1967, p. 118.
- (94) A.C. Pigou, *Economics of Welfare*, 1920, p. 25.
- (95) A.K. Sen, "On Optimising the Rate of Savings," *The Economic Journal*, Sept. 1961,
 pp. 487～489.
- (96) Galbraith〔Ⅱ〕、第33章、および拙稿「寡占経済体制論」（伊東光晴・新野幸次郎『寡占
 経済論』有斐閣、1970年、第4章）を参照されたい。
- (97) J. Drewnowsky, "The Economic Theory of Socialism," *Journal of Political Econ-*
omy, Aug. 1961, p. 351
- (98) R. Dorfman, "Social Decisions without Social Preferences," M. Kaser et al (ed-
 s.) *Planning and Market Relations*, 1971, p. 119.
- (99) O. Lange, F.M. Taylor, *On the Theory of Socialism*, 1938（土屋清訳『計画経済理論』
 社会思想社、1951年、123～125ページ）。