

マーシャル『産業経済学』について：正常価値の理論 vs. 市場価値の理論

関西外国語大学英語キャリア学部教授

滝川好夫

- 1 はじめに
- 2 物々交換経済 vs. 貨幣経済：貨幣
- 3 「使用価値 vs. 交換価値（価値）」と「価格 vs. 価値」
- 4 需要の法則 vs. 供給の法則：需要者価格 vs. 供給者価格
- 5 正常価値の理論 vs. 市場価値の理論
- 6 「需要の変動 vs. 供給の変動」と価格の変化
- 7 おわりに

1 はじめに

『産業経済学』(Economics of Industry)の初版は1879年に刊行されている。「マーシャル『産業経済学』訳者解説」(橋本昭一)によれば、Economics of IndustryのEconomicsとIndustryの用語法について、それぞれ次のような説明がなされている。英語圏で今日の意味での経済学の学術雑誌が公刊されたのは、米国における1885年創刊のQuarterly Journal of Economicsが最初であるが、それまでは経済学を意味する英語はpolitical economyであった。1885年創刊のQuarterly Journal of Economics、1890年創刊のEconomic JournalはEconomics of IndustryのEconomicsを継承している。Economics of IndustryのIndustryは古典派経済学の意味合いを継承している。

マーシャル『産業経済学』はアルフレッド・マーシャルとメアリー・マーシャルの夫婦共著となっているが、内実はアルフレッド・マーシャルによる単著である。同書は、英国ケンブリッジ大学で学位をとる際に経済学を試験科目として選択するモラル・サイエンスや歴史学の専攻生にとっての指定図書であり、橋本昭一氏はマーシャル『産業経済学』を「静態的価格理論の領域での体系は、正常価値と市場価値といった用語の意味の変化等を除けば、1879年(同書一引用者注)でほぼ完成していたといっても過言ではない」(訳書 p.302)と評価している¹。

本稿では、マーシャル『産業経済学』に基づいて、第2節では古典派経済学における「貨幣とは何か」「物々交換経済 vs. 貨幣経済」の違いを検討する。第3節では所有しているものの「使用価値 vs. 交換価値(価値)」、「価格 vs. 価値」の意味を検討する。第4節では、価格は買手の意欲(需要)と売手の意欲(供給)の均衡によって決定されるので「需要の法則 vs. 供給の法則」、そして、2つの需給均衡調整メカニズム「ワルラスの価格調整(価格による需要量・供給量の調整) vs. マーシャルの数量調整(数量による需要者価格・供給者価格の調整)」を検討する。第5節では「正常 vs. 異常」、「正常価値 vs. 市場価値」、「正常価格 vs. 合法的価格」などを取り上げる。第6節では「需要の変動 vs. 供給の変動」と価格の変化を検討する。

2 物々交換経済 vs. 貨幣経済：貨幣

マーシャル『産業経済学』は「あらゆる文明国において、ある種の商品が他財との交換手段および価値尺度、あるいは一般的購買力として選ばれる。この商品は、一般に貴金属、すなわち金や銀のひとつである。定量の鑄貨がこれらの金属によって作られ、政府によって刻印されるが、これらがその国の貨幣である。」(訳書 p.86)と述べ、

¹ マーシャル『産業経済学』は静態的価格理論であるが、「経済学について未だ書かれざる諸章のうち、もっとも重要なもののひとつは、知識がひろまってゆくのが遅いということの結果、経済的諸原因と諸結果との間に介在する時間についてである。」(訳書 p. x iv)と述べ、経済的諸原因と諸結果が同時に生じる「可視的な行為の結果」と、同時には生じない「非可視的な行為の結果(予見すべきもの)」を区別し、「良き経済学者」は可視的な行為の結果と非可視的な行為の結果の両方を見るが、「駄目な経済学者」は可視的な行為の結果のみを見ると論じている。

第1に、一般的交換手段、一般的価値尺度としての機能を果たしている商品が貨幣であり、貨幣の機能として一般的価値貯蔵機能を取り上げていない、第2に、一般的交換手段、一般的価値尺度としての機能を果たしている商品を「一般的購買力」と呼んでいる。つまり、貨幣は「一般的購買力」である。

(1) 物々交換経済

財貨・サービスが、貨幣を用いることなく、相互に交換される経済は「物々交換経済」と呼ばれ、買手と売手との間に何らの差異はない。すなわち、物々交換経済では財貨・サービスの買手は同時に財貨・サービスの売手であり、財貨・サービスの売手は同時に財貨・サービスの買手である。物々交換を行う人は「買う」・「売る」を同時に行っているため、買手と売手との間に何らの差異はない。

(2) 貨幣経済

財貨・サービスが、貨幣を用いて交換される経済は「貨幣経済」と呼ばれ、買手と売手との間に差異がある。買手は、特定の商品を手に入れようとして、それと交換に一定量の貨幣、つまり商品一般にたいする支配権（一般的購買力）の一定量を供給する。売手は、所有している商品の一部を手離そうとしており、それと交換に一定量の貨幣、つまり商品一般にたいする支配権（一般的購買力）を需要する。財貨・サービスの買手は売手へ貨幣を支払うだけで、財貨・サービスの売手ではない。財貨・サービスの売手は買手から貨幣を手に入れるだけで、財貨・サービスの買手ではない。貨幣経済では、「買う」と「売る」は同時行為ではないので、買手と売手との間に差異がある。

貨幣経済においては、「商品の買い（貨幣の売り）」と「商品の売り（貨幣の買い）」は同時ではなく、時間の長短はあろうが、貨幣は商品の買手・売手によって一時保有される。しかし、マーシャルにおいては、貨幣の一般的価値貯蔵機能は認められていない。貨幣はつねに商品だけと交換されるものと想定され、貨幣の保有（保蔵）には意味をもたせていない。

3 「使用価値 vs. 交換価値（価値）」と「価格 vs. 価値」

(1) 使用価値 vs. 交換価値（価値）

ある1人が所有しているものを評価しようとする際には、「使用」と「交換」の2つの方法がある。第1の評価方法は「使用」によるものであり、その人は、その人自身にとっての、そのものの使用による快楽ないし満足の量によって評価し、その価値は「使用価値」と呼ばれる。第2の評価方法は「交換」によるものであり、その人は、それと交換に手に入れることができるものによって評価し、その価値は「交換価値」と呼ばれる。

「交換価値」はたんに「価値」と呼ばれ、諸商品間の関係を意味し、第1に、例えば商品Aの価値と商品B,Cの価値の関係を上げると、「商品Aの価値は商品Bの価値に対して上昇、商品Aの価値は商品Cの価値に対して下落」などと言ひ、第2に、商品Aの価値と他のすべての商品（商品一般）の価値の関係を上げると、「商品Aの価値は上昇、商品Aの価値は下落」などと言う。

マーシャルの「商品Aの価値」は交換価値であり、それは第1に商品B,Cなどに対する交換価値であり、第2に他のすべての商品（商品一般）に対する交換価値である²。

(2) 価格 vs. 価値

1つの財貨・サービスが交換される際の、貨幣の数量がそのものの価値を表し、それは「価格」と呼ばれる。もし商品Aが稀少となり、商品Aの価格が上昇し、その他すべてのものの価格が変わらなれば、商品Aの一般的購買力、すなわち価値（交換価値）の上昇が生じる。貨幣の価値が下落、すなわち貨幣が他のすべての商品について以前よりも少量しか購入できない場合、商品Aの価格は上昇したが、商品Aの価値（交換価値）ないし一般的購買力は変化しない。商品Aの価格は上昇しても、以前と同一量の他商品の購買力を保有するだけである³。

貨幣、商品A、その他すべての商品を相互交換するとき、第1に、商品Aの価格が上昇し、その他すべての商品の価格が変わらなれば、商品Aの他のすべての商品に対する交換価値は上昇している。第2に、貨幣の価値の下落は、商品Aおよびその他すべての商品の価格の上昇を意味し、商品Aの他のすべての商品に対する交換価値は不変である。

4 需要の法則 vs. 供給の法則：需要者価格 vs. 供給者価格

商品の価格は買手の意欲（需要）と売手の意欲（供給）の均衡によって決定される。

(1) 需要の法則（買手の行動に関する法則）：需要者価格

商品に対する需要量は価格に依存し、需要量は価格の減少関数である。マーシャルは、価格は買手にとっての「最終効用」（限界効用）の尺度を示し、商品の買手にとっての「最終効用」（限界効用）は、その商品のある特定の量と、それを有用とする特定の人間とに依存していると論じている。マーシャル『産業経済学』は「ある商品の、ある人にたいする効用は、その時にその人が所有しているそのものの量、およびその人がそのもの、ないし、その代替品として役立つ他のものを所有する機会、または所

² マーシャル『産業経済学』は「あらゆるものの個々の価格（交換価値—引用者注）は、（中略）買い手にたいするそのものの使用価値によって制約される。」（訳書 p.100）と述べている。

³ 貨幣の購買力が変化しないのであれば、商品Aの価格の上昇ないし下落は、つねに商品Aの一般的購買力ないし交換価値の上昇または下落を意味する。

有することを期待できる機会に依存している。」(訳書 p.88)と述べ、ある商品の、ある人の「最終効用」(限界効用)は、その人の当該商品保有量、および当該商品ないし代替商品の保有機会に依存していると論じている。また、「かれが1つのものに支払おうとする価格は、かれにとっての、そのものの効用のみならず、またかれの資産、すなわち処分可能な貨幣ないし一般購買力の量にも依存する。かれが裕福であるばあいよりも、貧しいばあいの方が、より大きな効用が、かれをしてそれを購入するように誘導するために必要であろう。」(訳書 pp.88-89)と述べ、需要者価格は「最終効用」(限界効用)のみならず、資産・所得にも依存していると論じている。

(2) 供給の法則(売手の行動に関する法則): 供給者価格

一商品を生産することによって、生産者(売手)は報酬として最小いくら受け取りたいのであろうか。マーシャル『産業経済学』の例示にしたがって、一人の大工(供給者)が販売用に箱(商品)を作るとき、報酬として受け取りたい最小金額(供給者価格)を計算しよう。一人の大工(供給者)は自分自身の賃金(それほど苦勞のいらぬ他の仕事によって稼ぐことができそうな賃金:機会費用)、原材料費(箱を作るのに利用された木材、鍵などの価格)、その他の流動資本の価格、固定資本減耗(建物、機械その他の利用された固定資本の減耗)、賃貸料(作業場の賃貸料)、流動資本・固定資本を購入した資金の利子、税金を考慮しなければならず、それらの合計をマーシャルは「生産経費」と呼んでいる⁴。

マーシャル『産業経済学』は、生産者の唯一の目的は「生産される量を生産経費に等しい価格でそれを売り尽すことである」(訳書 p.96)と述べ、「価格>生産経費」のとき供給は増え、「価格=生産経費」になるまで、売手間の競争は増え、買手間の競争は減る、「価格<生産経費」のとき供給は減り、「価格=生産経費」になるまで、売手間の競争は減り、買手間の競争は増えると論じている。現代経済学では、これをマーシャルの数量調整と呼び、「需要者価格>供給者価格」のとき供給は増え、「需要者価格<供給者価格」のとき供給は減ると論じている。

完全競争(自由競争)市場の下においては、単一の生産者は、価格を統御できない。一商品の全生産者の関心は市場向け生産量の見積もりであり、一方で、もし見積もった生産量が小さく、価格が生産経費を上回る、つまり需要者価格が供給者価格を上回る気配があるならば、生産者はできうる限り生産量を増やして、かれが予測する高価

⁴ マーシャル『産業経済学』は生産費を「生産経費」と「生産実費」の2つの意味で使用していることから混乱が生じていると指摘し、「生産経費」は生産のために要求される努力と犠牲の価格の総計であり、「生産実費」は生産するために要する努力と節欲であると論じている。地代は生産経費の中に含まれていない。一人の大工が雇われ、雇用者(企業経営者)が供給者であるとき、企業経営者の労働に対する報酬(「事業経営の稼得」「監督賃金」)も「生産経費」に含まれる。

格（高い需要者価格）から、できるかぎり利益を増やそうとし、生産者が供給を増やせば、価格は生産経費に向かって下落する。他方で、もし見積もった生産量が大きく、価格が生産経費を下回る、つまり需要者価格が供給者価格を下回る気配があるならば、生産者はできる限り生産量を減らして、かれが予測する低価格（低い需要者価格）から、できるかぎり損失を減らそうとする。生産者が供給を減らせば、価格は生産経費に向かって上昇する⁵。

(3) 需給均衡メカニズム

需給均衡メカニズムには「ワルラスの価格調整 vs. マーシャルの数量調整」があるが、マーシャル『産業経済学』は、一方で、「価格の上昇が需要量を減じ、供給量を増やし、また価格の下落が需要量を増やし、供給量を減じる」（訳書 p.97）と述べ、完全競争（自由競争）が価格（交換価値）をして「需要量＝供給量」にさせるようにする価格調整を論じ、他方で、「生産された量が、生産経費（供給者価格－引用者注）にちょうど等しい価格（需要者価格－引用者注）で売られる時、均衡にあり」（訳書 p.98）と述べ、完全競争（自由競争）が生産量をして「需要者価格＝供給者価格」にさせるようにする数量調整を論じている⁶。

5 正常価値の理論 vs. 市場価値の理論

橋本昭一氏は、マーシャル『産業経済学』について「静態的価格理論の領域での体系は、正常価値と市場価値といった用語の意味の変化等を除けば、1879年（同書－引用者注）でほぼ完成していたといっても過言ではない」（訳書 p.302）と評価している。ここでは、マーシャルの「正常 vs. 異常」、「正常価値 vs. 市場価値」、「正常価格 vs. 合法的価格」などを取り上げる。

マーシャル『産業経済学』は、価格（一商品の交換価値）は買手の意欲と売手の意欲、つまり需要と供給によって決定されるとし、次のことを論じている。

(1) 正常 vs. 異常

「木の枝が風によって揺らぐ」こと、つまり価格が需給の不均衡によって変化することは「自然の法則」に従っているとみなされ、「自然の法則」が機能しないときは「異常」と呼ばれる。価格の決定が「自然の法則」に従い、そして「風が止んでいる」あるいは「風があらゆる方向から等しく吹いている」状態のこと、つまり価格が需給均

⁵ 生産業者・取引業者は、価格のあらゆる変動を予測しようと努めている。価格の上昇を予想するならば、供給を増加させ、それによって利潤を増やそうとする。逆に、価格の低下を予想するならば、損失を回避するために、供給を抑制する。

⁶ マーシャル『産業経済学』は「最近では、個人や仲介業者の、物価を均等化する行為は、蒸気機関、鉄道および電信によって大いに促進されている。」（訳書 p.195）と述べ、情報の完全化が価格均等化をもたらすことを指摘している。

衡の位置にあることは「正常」と呼ばれ、「自然の法則」に従った需給均衡価格は「自然価格」「正常価格」と呼ばれる。

(2) 完全自由競争市場下では「平均価格＝正常価格」

風が方向によって等しく吹いていないときは「木の枝が風によって揺らぐ」、つまり価格が需給不均衡によって変化する。完全自由競争市場下では、変化する価格の平均は最終的に正常価格と同じである⁷。

(3) 完全自由競争市場下では「生産経費＝正常価格」

生産者間の完全自由競争下、正常価格は生産経費と等しい、つまり正常価格は生産経費で決定される。

(4) 正常価値 vs. 市場価値

マーシャル『産業経済学』は「正常価値の理論は、市場価値のあらゆる類の不規則性と不均等性を解明してゆく出発点である。」(訳書 p.181)と述べ、「正常価値 vs. 市場価値」は『正常価値は完全自由競争』 vs. 『市場価値は経済的摩擦を引き起こす無知、偏見、因習など』とすることができる。「完全自由競争」は積極的な力であり、「経済的摩擦を引き起こす無知、偏見、因習など」は必ずしも些細な事柄ではないが、消極的な抵抗である。完全自由競争の積極的な力はそれがいかに小さなものであれ、最終的にはあらゆる経済的摩擦を克服する。正常価値は完全自由競争市場で決定され、市場価値は無知、偏見、因習などの経済的摩擦を引き起こす要因によって、正常価値を中心に上下する。すなわち、市場価値は正常価値へ絶えず向かっている⁸。

(5) 「正常価値は長期」 vs. 「市場価値は短期」

時間は「経済的摩擦をひきおこす因習、無気力、無知その他あらゆる受動的要素を克服するに必要な時間」(訳書 p. x iii)であり、長期では完全自由競争市場が支配的であり、短期では因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす要因が支配的である。因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす要因を、短期では克服できないが、長期では克服できる。正常価値は長期において生じる価値であり、市場価値は短期において生じる価値である。

⁷ マーシャル『産業経済学』は、「一商品の市場とは、その商品が同時には2つの異なった価格を持つことができないような競争が、購買者間にも、また販売者間にも、存在する、ひとつの場所である。」(訳書 pp.84-85)と述べている。

⁸ 正常価値は、固定されたものではなく、経済変動の作用を受けて、時代とともに緩やかに変化する。

(6) 「正常価値は能動的要素」 vs. 「市場価値は受動的要素」

正常価値は自己利益（自分自身とその家族の物質的利益）のみを仮定しているわけではないが、他人利益重視よりは自己利益重視を想定している。能動・受動は自己利益を積極的に増進させようとするか否かにかかわるものであり、正常価値はすべての人が自分自身の経済的利益だけをすばやく見つけ出し、それを増進させようとする能動的原理によって生じる。市場価値は因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす非能動的（受動的）要素によって生じる。

(7) 「正常価格は供給」 vs. 「市場価格は需要」

価格（価値）は需要と供給の均衡によって決定され、生産業者と取引業者は市場価格のあらゆる変動を予測しようとする。正常価格（平均価格）は、各々の年において、供給を需要と調整することに生産業者が失敗することにより変動する。日々の市場価格は生産業者の行動によるよりは、むしろ取引業者の行動によって決定される。日々の市場価格は、取引業者の予測と交渉により、その年の平均価格（正常価格）の上下どちらかへ揺れ動く⁹。

(8) 正常価格 vs. 合法的価格

価格が需給の不均衡によって変化することは「自然の法則」に従っているとみなされ、「自然の法則」に従った需給均衡価格は「正常価格」と呼ばれる。価格の決定が法律や当局の命令に従っているとき、その価格は合法的価格と呼ばれる。

6 「需要の変動 vs. 供給の変動」と価格の変化

(1) 「需要の一時的変動 vs. 需要の緩慢かつ徐々の変動」と価格の変化

マーシャルは商品需要の変動を「一時的変動 vs. 緩慢かつ徐々の変動」に分けている。商品需要の一時的増大は、商品価格を引き上げ、労働賃金と資本利潤を正常水準以上に引き上げる。商品需要の緩慢かつ徐々の増大は、一方で、それに見合った労働と資本の供給を引き起こすので、労働賃金と資本利潤はほぼ正常水準にとどまり、他方で、分業の増加や大規模生産から生じる種々の経済を享受するので、生産経費、したがって正常価値を引き下げる。新商品に対する需要は新しい供給源の開発と生産技術の改良を促すことがありうる。しかし、総じてみれば、商品需要の増大はほぼつねにそれを生産する困難さ、したがって正常生産経費・正常価値を高める。

すなわち、第1に、商品需要の一時的変動は、供給増大の対応をさせる時間がない

⁹ 製造業者が多くの固定資本を使用すればするほど、財の価格が正常価値以下に大きく落ち込んだのちにおいてさえ、工場の操業をつづけようとする気持ちが大きくなり、かくして価格をさらに一層下落させることになる。

ので、商品価格を引き上げ、商品価格の引き上げは利潤と賃金を正常水準以上に引き上げる。第2に、商品需要の緩慢かつ徐々の増大は、供給増大の対応をさせる時間があるので、一方で、資本と労働の供給を引き起こし、利潤と賃金はほぼ正常水準にとどまり、他方で需要増大に対応する供給増大は規模の経済を享受するので、生産経費、したがって正常価値を引き下げる。第3に、新商品に対する需要は新しい供給源の開発と生産技術の改良を促すことがありうる。第4に、総じてみれば、商品需要の増大はほぼつねにそれを生産する困難さ、したがって正常生産経費・正常価値を高める¹⁰。

(2) 供給の変動と価格の変化

供給の変動は、価格に大きな変化をもたらすが、簡単に代用品が見つかるものや、まったくそれなしでも済ますことができるものの価格はわずかしか変化させない¹¹。

7 おわりに

本稿では、マーシャル『産業経済学』に基づいて、次のことを明らかにした。

- (1) 貨幣経済においては、「商品の買い（貨幣の売り）」と「商品の売り（貨幣の買い）」は同時ではなく、時間の長短はあろうが、貨幣は商品の買手・売手によって一時保有される。しかし、マーシャルにおいては、一般的交換手段、一般的価値尺度としての機能を果たしている商品が貨幣であり、貨幣の機能として一般的価値貯蔵機能を取り上げていない。貨幣はつねに商品だけと交換されるものと想定され、貨幣の保有（保蔵）には意味をもたせていない。
しかし、貨幣はつねに商品だけと交換されるものではない。伝統的金融政策は貨幣と債券の交換による金利の操作を行うものであり、伝統的金融政策（量的・質的金融政策）は貨幣と株式・外貨建て資産・土地などとの交換による株価・為替レート・地価などの操作を行うものである。
- (2) 貨幣、商品A、その他すべての商品を相互交換するとき、貨幣の価値の下落（上昇）は、商品Aおよびその他すべての商品の価格の上昇（下落）を意味し、商品Aの他のすべての商品に対する交換価値は不変である。
- (3) 需給均衡メカニズムには「ワルラスの価格調整 vs. マーシャルの数量調整」があるが、マーシャルは、一方で、完全競争（自由競争）が価格（交換価値）をして「需要量＝供給量」にさせるようにする価格調整を論じ、他方で、完全競争（自由競争）が生産量をして「需要者価格＝供給者価格」にさせるようにする数量調整を論じている。

¹⁰ 流行の変化などにより需要の変化を予測できなかったときは、供給増大の対応をさせる時間がないので、商品価格を引き上げる。

¹¹ マーシャル『産業経済学』は「ものの価格は、投機業者が存在しないばあいほどには、ある時に大きく落込み、他の時に大幅にあがることはない。」（訳書 p.195）と述べている。

需給均衡メカニズムには「ワルラスの価格調整 vs. マーシャルの数量調整」があると一般には指摘されているが、マーシャルは需給調整メカニズムとして価格調整と数量調整の両方を取り上げている。

- (4) 長期では完全自由競争市場が支配的であり、短期では因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす要因が支配的である。経済的摩擦を引き起こす要因を、短期では克服できないが、長期では克服できる。正常価値は長期において生じる価値であり、市場価値は短期において生じる価値である。

一般に「完全競争市場 vs. 不完全競争市場」の枠組みで、完全競争市場均衡が最大の効率性を達成するとされているが、完全競争市場は長期においてのみ機能するにすぎないのであり、短期では市場メカニズムに頼ることはできない。

- (5) 正常価値はすべての人が自分自身の経済的利益だけをすばやく見つけ出し、それを増進させようとする能動的原理によって生じる。市場価値は因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす非能動的（受動的）要素によって生じる。

完全競争市場均衡が最大の効率性を達成することから、一般には市場メカニズムが重要視されているが、市場は短期においては因習、無気力、無知などの経済的摩擦を引き起こす非能動的（受動的）要素に支配され、効率性を達成できない。

- (6) 正常価格（平均価格）は、各々の年において、供給を需要と調整することに生産業者が失敗することにより変動する。日々の市場価格は生産業者の行動によるよりは、むしろ取引業者の行動によって決定される。日々の市場価格は、取引業者の予測と交渉により、その年の平均価格（正常価格）の上下どちらかへ揺れ動く。長期においては供給要因、短期においては需要要因が支配的である。

- (7) マーシャルは商品需要の変動を「一時的変動 vs. 緩慢かつ徐々の変動」に分けている。第1に、商品需要の一時的変動は、供給増大の対応をさせる時間がないので、商品価格を引き上げ、商品価格の引き上げは利潤と賃金を正常水準以上に引き上げる。第2に、商品需要の緩慢かつ徐々の増大は、供給増大の対応をさせる時間があるので、一方で、資本と労働の供給を引き起こし、利潤と賃金はほぼ正常水準にとどまり、他方で需要増大に対応する供給増大は規模の経済を享受するので、生産経費、したがって正常価値を引き下げる。

需要の増大が緩慢かつ徐々でなければ、供給は対応できず、価格の上昇をもたらす。しかし、需要の増大が緩慢かつ徐々であれば、供給は対応でき、価格の下落をもたらすこともありうる。

【参考文献】

Marshall, A. and M.P. Marshall, The Economics of Industry, London : Macmillan and Co. Second

Edition,1881（橋本昭一訳『産業経済学』関西大学出版部、1985年3月）。
滝川好夫『アベノミクスと道徳経済』神戸大学経済経営研究所研究叢書75、2015年3月。