

流通学生成の経済学的背景

—ねじれ現象の解明—

肥田日出生

1 はじめに

1-1 問題の所在

マーケティングのテキストには通常、この学問は20世紀の初め、1900年頃に米国で開始された、と書かれている。さらにそれはマクロの社会経済学的な視野での流通学(Distribution Economics)に始まり、後にマネジリアル(経営学的)な視点からの論議に重点が移行した、ともある。実際、流通・マーケティング(Marketing)と称される学問分野は今日も、伝統的経済学とほとんど関わりを持たない状態で、独自な分野として展開している。

他方、経済学(Economics)のテキストには、それは1776年に『国富論』の出現とともに始まったとある。またそれは経済現象を認識対象とする学であり、経済現象とは希少性を伴う社会現象であるとも説明している。

流通・マーケティング学は、今日大学において通常、商学部ないしは経営学部の主要科目の一つとして運営されている。経済学はいわゆる経済学部の中心科目となっている。

我々のほとんどはそれらをそういうものだとして受け入れてきた。大学院に進んで研究中心の道

に入る人でも、おおむねその状態で進んできている。

だが原点に返ってみると、そこにはなにか不自然な点が含まれているような感じがする。適切な用語が見つからないので不自然と表現するしかないが、とにかくなにか自然でないものが感じられる。

つまり、流通・マーケティング学も希少性を伴った社会現象を認識対象とされている。それは商品・価格・市場をはじめとする紛れもなき経済現象であり、伝統的経済学の文字通りの主要認識対象である。自然な状態であれば、それは経済学のなかで生じているべきである。

また後にその分野の知識が蓄積されていって専門的に論議されるようになるにしても、それは伝統的な経済学から流通経済学として“枝分れ”する形で生成するはずだ。農業や工業を主対象として専門的に論議する分野としての農業経済学も工業経済学も、それらの分野の知識情報が多量に蓄積されていって、それを専門的に扱う方が効率的になったが故に枝分れ・分離した。

ところが流通経済学はそうではないのだ。そこでは伝統的経済学に流通分野の知識情報が多量に蓄積されて枝分れした、という形跡がみられない

い⁽¹⁾。むしろそれは、伝統的経済学から「距離を置いた」ような形でもって生成している【10】【15】【22】。農業・工業経済学の出現を自然といつていいならば、流通経済学の出現は一種の“ねじれ現象”ともいえそうである。

筆者は今、この事情を伝統的経済学の展開過程に探ってみようと思う。

流通・マーケティング学は今後もし、同じ経済現象を認識対象とする伝統的経済学と協働の道を見出すならば、その知識内容は豊富化すると予想される。また経済学も流通経済学との総合を志していくことによって、飛躍的な充実をうるのではなかろうか。それらのためにも、このテーマの考察は必要な作業に見えるのである。

1-2 実践者意識

さてこうした問題意識を持って経済学説を歴史的に追うにつけて、筆者は一つの観点を導入しようと思う。今日経済学説史は複雑な多面体になっている。それをそのままみていったら、考察は混乱してしまう。やはり一つの観点を定め、そこから見えることを中心に認識していくのが妥当だろう。

筆者はそれを、認識（研究）者の精神的態度に定める。さらに具体的には研究者の心における実践者意識の度合い、ないしは濃度とする。

マックス・ウェーバーは人を学問研究に駆り立てる動機を二つ提示した【2】。実践的意欲（ないしは実践的要請）と知的興味（ないしは知的好奇心）がそれである。

(1) そうしたことが遠因の一つであろう。今日我が国ではそれを流通経済学と称することは少なく、むしろ流通論ないしは流通学と呼ぶことの方が多い。

実践的意欲というのは広い概念である。その含むところは人類のためだけでなく、一国民のため、一企業のため、あるいは自己の利益のために役立てよう等々の様々な意識である。

知的興味とは文字通り「知りたい」という動機である。あるテーマに強い好奇心を抱いたとき、人はその動機にリードされて、調査がいかなる実践目的に役立つかどうかにほとんど関心を払うことなく、研究を続行していくことがある。

知的好奇心はほとんどの人間に生来備わっている心理である。ましてや研究者たるんとするものの心には、例外なく存在するだろう。

だが実践的意欲というのは、必ずしも研究に一般的な動機でないようにみえる。それが研究者の動機として有意味に作動するには、彼の心に実践担当者の心理と同化した意識部分のあることが必要である。そのようにして彼自身が実践者の感覚になっていなければならぬ。研究が常時、実践意識にリードされるという事態は現実的には起きない。こういう意識は、ある程度意志力を働かせて維持していないと放念されていく傾向にある⁽²⁾。

我々はウェーバーの類型を援用して、どちらの

(2) そうであるからこそ、研究者の実践的情熱は教えて表明され言い伝えられるのであろう。経済学では厚生経済学者ピグーの「経済学への志向は貧民街を歩いて抱くあの情熱に支えられるべき」という旨の言はよく知られている。また、物理学の分野ではアルフレッド・バーンハーツ・ノーベル(Alfred Bernhard Nobel, 1833-1896)が「眞の学問とは、人類に役立つものでなければならない」(The true learning must be useful to human beings)と強調したことも伝えられている。ダイナミットは、発明を志向する研究課題としては身の危険を極度に高く伴うものである。実験中の小さな爆発は失明や指の消失に、そして大きな爆発は生命の消失につながりうる。「人類に役立つ眞の学問を」という強い情熱は、かかる課題に彼をして挑戦させ続ける必須動機だったのであろう。

動機が主導するかによって研究を「知的興味リード型」と「実践的意欲リード型」の二つに分けることができるだろう。

知的興味リード型は実践的意欲が関与してこなければ、自然に形成される型と言える。

このタイプには相応の利点がある。その探究は、実践的用途に意識を方向付けられることなくして、知的興味の赴くままに水のごとくすすむ。その結果、意外な発見に遭遇する可能性が出る。いうなれば A を求めて探求し、予期しなかった B を発見することが生じる可能性を持っている。

実践的意欲リード型の研究にはそういう意外性は期待しがたいが、他面において前者にない特徴を持っている。この意識を主動因にしていると、他の意識が導出されるのである。

すなわち第一に、全体感が要請されて出てくる。実践活動では、ある部分を看過すると結果が失敗に終わりやすい。だから、「その点は次の論文で……」といったようなスタンスは許されない。必然的に必要認識対象の全体に意識を配ることになり、全体感が維持されていくのである。

第二に現実照応意識が心に常駐するようになる。人間には論理能力が与えられている。これが推論を進めさせる。だがそれは現実妥当性がない状況においても進みうる。結果的に、現実妥当性の欠如した部分を含む理論が形成されうる。

しかしそういう理論を用いれば、実践は失敗に至りやすい。そこで実践者意識が強いと、人は直感的にそれに注意を払うようになる。その結果、現実照応意識が彼の心に常駐するようになるのである。

第三に、調査諸領域の研究の詳細さを、実践上必要なレベルに納めていくようになる。その結果、研究は全体感の中で詳細さを割り振るような形になる。

注がれるエネルギーや費用についても同じである。研究の予算は通常限られている。研究者は各部分に実践上必要な詳細さをベースにして、費用やエネルギーを割り振っていくことになる。

以上の考察から推測できるように、二つのタイプの研究は、その過程も成果も大いに異なる。筆者はこの違いに意識を配りながら、経済学の学説的展開を追ってみようと思うのである⁽³⁾。

1-3 設計士と測量士

ウェーバーの言う二つの動機類型のおのが主導する研究活動に、かなり明確な対応を例示する職業を持つ分野がある。建築分野がそれであって、そこでは知的な情報を提供する職業として、設計士と測量士のそれがある。議論に一層の明確さをうるために、まずこれを比較概観しておこう。

建造物を造るには設計士、測量士、建造者（建築会社）の三者が組み合わさって働くことが必要になる。この際、建築会社は他の二者の働きが形成する情報を用いて、建築活動を実践する存在である。ここでは論理の簡明さのために、建築会社は施主の願望を自らのものとしているとしよう。建築会社が自らの社屋を建設しようとしている状況を想定してもいいだろう。

設計士は建築者に同化した感覚を抱いて建造物の全体観をイメージし、その設計図を描いていく。彼は仕事の中で、ある部分をいま少し詳細、具体

(3) とはいへ研究動機からの学説理論を考察するの難しい。人間の動機にはいろいろある。研究の動機にもたとえば職を得るため、というものもあるし、ライバルを見返してやろうという意識が主動因になっているケースも、全くないことはなさそうである。これらが知的興味や実践的意欲と微妙に混ぜ合わさっていることもある。そうではあるが、本文に示した観点からの考察は、有効な視界を提供してくれそうなのである。

的に把握したいと思う時がある。そうしたとき測量士に発注をする。

測量士は出された注文に応じて、その部分を精密に測量し成果を提供する。設計士は、それを用いて建築会社の求める全体像に設計を近づけていく。建築者はそうしてできあがった設計図に沿って建造物を組み立てていくだろう。

この設計士と測量士という二者の意識特性を意味理解すると次のようになるだろう。

設計士は建てるべき建築物の全体観を意識の中に保つだろう。時として全体観は建造物を囲む景観（ランスケープ）をも含むだろうが、ともあれ彼にとってはこの全体感を適切に意識に抱くことが生命である。いかなる部分を放念しても、建築実践には致命的な瑕疵が生じる。

また彼は、その包括的な全体イメージを徐々にブレークダウンしていって設計図を作成するだろう。彼はその際、実際に建造を実践する立場から見て、各部の詳細さを追求する度合いを割り振る。彼は実践上必要のない詳細さは追求しない。その上で、いま少し具体的で詳細に数値を把握したい領域については、測量士に測量を依頼する。

測量士の仕事はそれを受けた測量数値を取り出すことである。彼の意識はその部分の数値を精密に確定することに限定的に集中するだろう。建物を作り上げる際に抱かれる全体観は、彼の内には通常ない。従って設計の詳細さの割り振りも彼の意識はないだろう。

以上二つの職業は、ウェーバーの二類型動機のおのが主導する調査研究の性格を明確に例示してくれる。このイメージを活かしつつ、経済学説の考察に入っていこう。

2 経済学創始者の思考方式

我が国では経済学の語は「経世済民の学」からきていると言われる。それが推察させてくれるよう、創始者においては研究は高度に設計士的意識のもとになされていた。創始者とはアダム・スミスである。彼は経済現象⁽⁴⁾を独立した一現象として注目し、初めてそれに考察の精力を注ぎ、その成果を『国富論』として1776年にあらわした【36】。

2-1 分業、交換、市場、価格

—キーワードの設定—

この本でのスミスの問題意識は、国民全体を経済的に豊かにする方法の解明をとおして、それを実現できる社会制度を設計するところにあった。そのスタンスは文字通りの設計士のそれであって、彼の論究に全体観があるのは、基本的にそれに由来する。

彼はまず“社会全体の生産量を増やすにはどうすればいいか”という形で問題を設定した。そしてそれには社会に「分業」を広げることだ、と考えていく。次いで、分業を広めるには、「交換」を容易にしなければならないことを見出す。こうして彼の経済理論の基礎概念としての、分業と交換が設定された。その交換の機会が、第三の鍵概念「市場」であった。

次の問題は生産物の分配方式である。国民一人一人が豊かになるには、全体としてのパイが大きくなるだけでは不十分である。少数者がそれを独占したら、多くの国民は豊かになったことにはな

(4) ここで経済現象とは、マックス・ウェーバー風に「希少性に制約されたる現象」としていいだろう【1】。

らない。そこで分配という課題は自然に現れるのだ。

スミスはそれを、市場における価格の問題として捉えた。価格とは交換比率である。だから比率が平等になれば、分配は平等になされることになる。

これは今日当たり前のような思考方法になっているが、当時としては画期的なアイデアであった。スミスはこうしたアイデアを泉の湧くごとく次々にこの著書に出現させている。ともあれかくして第四のキーコンセプト「価格」が登場した。

2-2 市場価格および平均価格の概念

市場での価格はどう動くか。スミスは次にこれを考究する。その際彼はまず、市場への参入と退出が完全に自由な状態を想定した。これを基軸イメージにして現実を分析しようとしたのである。

彼はそこで実現されるであろう価格を「自然価格」と呼んだ。また彼は別のところでそれを「平均価格」と呼んでいる。だが、両者の指す実体は同じものである。

平均価格もこれまたすぐれてイメージ上の価格である。もしも社会に情報が完全に行き渡っていて、どの業種にも参入が自由で、かつ、どの業種からの退出も自由であるならばどうなるか。そこではある業種 A での収益が他の業種 B より少ないならば、A で働く人は B に移ろうとするだろう。

さすれば、A の供給は減って価格（これは実際の価格であり、スミスはこれを「市場価格」と呼んだ）は上昇に向かい、B の供給は増えてその市場価格は下降傾向をたどる。それは A、B 両者の収益が同じになるところまですむであろう。

すべての業種において参入も退出も自由な社会であれば、このようなことが社会全体で自然に起きるだろう。その意味をも込めて、そこにおいて

実現されるとイメージできる価格をスミスは「平均価格（自然価格）」と呼んだのである。

だから平均価格とは、社会全体の人々の収益を等しくするように諸業種において実現している価格の集合ないしはセットということになる。また我々は、そのうちの一業種のものを取り出してそれを平均価格ということもできる。スミスの自然価格（平均価格）とはそういう概念である。

2-3 平均価格は市場価格の特性把握のための概念

スミスはこの平均価格を、現実の価格（市場価格）の特徴を把握する基軸に定めた。これを基準にしてみると次のことが浮上する。すなわち市場への参入退出が自由であるほど、平均価格は市場価格を自らに引力もってするように引きつけるだろう。実際の市場価格は変動するが、それは平均価格の軸からいわば引力を受けつつその周囲を上下するであろう。

だが現実にはこの引力が効かなくなっている状況もありうるだろう。スミスはそのケースにも論究している。その価格が後の近代経済学におけるいわゆる独占価格である。それは情報完全度が低く、市場への参入退出の容易度が低いことと表裏をなしている。

後年の経済学者にはほとんど見逃されてきたことだが、スミスはこの状況を具体的に考察している。整理するならば次の四つであろう。

(1) 高利益の情報が普及していないとき

ある業種での収益が高くてもそれが情報として伝わっていかなければ、そこに参入しようとする人は出現しない。従って収益は高いままとなる。

スミスは事例を挙げていないが、日本でかつて盛んだった富山の薬売りはその例であるように見

える。彼らは行商の姿や振る舞いに裕福さを決して出さない。地元でも住居は外側を質素にし、入り口を狭くする。その一方で内部は広く、内装・インテリアは豪華である。このようにして彼らはひそかに豊かさを楽しむのであって、外部者は彼らの高収益をほとんど知ることができない。その結果、彼らの仕事への参入を志向することができなかった。

(2) 製造ノウハウが独占されているとき

ここでは高収益の情報を得ていても、製造技術を入手できないが故に外部者は参入できない。

製造業では製法を秘密にすることがよくある。現代の例といえば、高級焼き肉レストランの“たれ”や人気ラーメン店のスープなどがこれに含まれるだろう。また国家権力によって法的にノウハウの独占が保護されるケースもこれにはいる。かつての味の素のグルタミン酸ソーダはその例である。

(3) 同業者の間で共謀があるとき

同業者の間で陰での談合がなされて競争がなされないときには、外部者が参入するまでの一定期間その業者たちが高収益を享受することがある。また参入者も同じような行動をとれば、その期間は長引く。さらにそうした仲間内のいき方が国家権力によって保護されている時は、それが長期的なものになる。西欧重商主義時代の貿易業者や我が国江戸時代の株仲間などはその例であろう。

(4) 売り手と買い手の間に立場の強弱があるとき

スミスはこの例として、親方と職人の間の賃金（労働の価格）決定をあげている。親方は通常豊かであって、この交渉が成立しなくとも明日の生活に困ることはない。一方職人は往々にして明日

の食費を持たないことがあり、交渉がまとまらないと苦しい。そこで親方は本来の平均価格より低い価格を提示でき、職人はそれを飲むことが多い。こうしたことがあちこちで起きたら、職人の労働の価格（賃金）は、平均価格を下回ったままで推移しやすいという。

スミスはこのように市場で平均価格の引力が機能しなくなるケースを具体的に考察している。その心は、現実の市場ではこういうことが起きるのでこれらを見逃さないで有効な政策をうつように、ということだったと考えられる。ともあれこれは文字通りの独占理論であって、スミスはこの問題をもカバーしているのである。

なお付言すれば、第四のケースを経済全般の状況だと一般化して、後に経済理論を展開したのが他ならぬマルクスである。彼においては親方は資本家に、職人は労働者になってはいるが、とらえているポイントと理論のフレームはスミス経済学の枠の中にある。

3 スミスの現実照応意識

3-1 考察は終始具体的

スミスは後年の多くの経済学者によって、古典的な（時代遅れという意味での）経済学者ということにされてきた。彼はまた市場は自由放任しておけば自動的に機能するという放任主義の市場理論を展開した、と一般にみられてきている。

だがこれは誤解もいいところであって、今述べた四つのケースが示す事態——すなわち市場価格が平均価格から乖離した状態が続く事態——は“放任しておいた時に”起きうる、というのが彼の基本的な認識である。後に完全市場と呼ばれるこことなるスミスの市場概念（平均価格を実現する

自由市場のイメージ)は、現実の市場価格を特徴的に把握、整理する用具にすぎない。いわば現実を個性的に認識するための礎石である。

こうした具体的な考察部分があるのを知らない経済学者も数多い。その状態で、スミスを単純な自由放任市場主義者であると非難するのはほとんど常識のようになってきた。

だが今見たところからも明らかなように、実のところでは彼の主眼は、現実の市場価格のあり方を認識するところにあった。そして彼の展開する理論は、その実践者感覚のゆえにいつも経験現実と照応させられていた。「現実照応意識の維持」——これが彼の一貫してとったメソッドである。

3-2 スミスが分業に焦点を絞った過程

——現実照応意識の事例——

スミスが現実照応意識を維持しつつ考察を進めたことを明確に証明する事例がある。前述のように彼のそもそもの問題設定は、いかにしたら国民は経済的に豊かになれるかであった。そしてまず一国全体の生産物を増やすこと、いわゆるパイを大きくすること、から彼は考えを始めていった。

パイを大きくするには所与の国民でもってする生産力を高めねばならない。その方策として当初彼の意識にあったルートは二つあった。一つは所与の国民の中で働く人の比率を高めることであり、今ひとつは所与の労働人口でもってその効率を上げることであった。

素朴な筋道として、100人の内50人が働くよりも80人が働く方が生産力は高まるだろう。だから、前者の方策は常識的にも浮上する。だがここで彼はこのルートを、世界の現実と照応している。そして欧州に見られるような国民が豊かな生活をしている国と、インドなどの人民が貧しい暮らしをしている国とを比較し、現実は逆になっ

ていることに気づくのである。

それによって彼は、可労人口比率⁽⁵⁾の高いことは国民の豊かさの原因には少なくともなりえなさそうだ、という事実判断をする。そしてこの道に沿するそれ以上の推論をやめるのだ。その結果残ったのが後者の労働効率を高める道となり、その方法として着目したのが分業だったのである。

もしここでスミスに現実照応意識が希薄だったらどうなっていたか。彼は両者のルートに関して推論を進めていったであろう。そしてスミス経済学は、現実に妥当する命題と妥当しない命題とが“入り乱れた”学説になっただろう。それは論理的にも極度に複雑なものとなつたであろう。

彼のうちに維持された現実照応意識は、その危険からスミス経済学を守った。筆者の知る範囲では、このことにも多くの経済学者は意外に気付いていない。だがこれは、経験科学というものを方法論的に真正面から考えるものにとっては、看過すべからざる重要ポイントではなかろうか。

3-3 「国富論」は流通学の商品特性論までカバーしている

スミスのスタンスは、市場に関する彼の考察をも具体的なものにしている。市場とは流通の一局面であるから、これを流通ということもできる。彼はその局面での価格の動きも“具体的に”考えている。

たとえば、供給過剰になったときの価格動向を論じるときにも、一般考察で終てはいない。彼はオレンジと鉄くずを持ち出す。そしてオレンジの供給過剰はその価格を激しく低下させ、鉄くずはそうでもないという。

理由はオレンジの売れ残りは速やかに腐敗して

(5) 筆者はこの言葉を、働くことが出来る人口の比率という意味で用いる。

しまうが、鉄くずはそうではないというところにある。だからオレンジは投げ売りされるが、鉄くずは供給側にその必要は小さいと論じるのである。

この商品類型はなんと、後世にマーケティング・流通論に登場するところの耐久性商品（durable goods）、腐敗性商品（perishable goods）そのものである。先に結論的な大筋を云えばマーケティング学では、伝統的経済学に欠如している流通という独自な領域に考察を推し進め、独自な知識用具を作っていた——こう見ることが出来る。だがその場合の「経済学」は限定的な意味で受け取るべきであって、現代流通学におけるこの基本概念は、創始者の経済学においてはすでに存在していたのだ。

このことが意味するところは深い。だが当面は以下を指摘するにとどめよう。すなわち彼がこうした商品類型論を国富論の中で展開しているのは、問題意識が経済現象“全体に”行き渡っているからである。彼にとっては流通現象もまた希少性に制約された現象、すなわち経済現象に他ならないのである。

現実照応意識を維持しつつ経験的現実として素直に経済現象を考察していく。そうすれば研究者は自然に流通現象にも遭遇することになる。なのにこれが後世になって、流通学独自な概念として登場することになる。なぜそんなことになったのか？

4 近代経済学の方法論

我々は経済学創始者の意識には、設計士と同様な実践者意識が濃厚にあったことを確認した。それに付随するものとして経済社会にかんする全体感もあった。理論を展開する過程において、それを現実実在と照応する意識も保たれていた。そし

て——本稿ではその具体的考察は省略したが——彼の著作においては実践的必要に照らして個々の各論への考察の詳細さは実践的に割り振られている。

ところが経済学ではこれらの姿勢が、彼の後継者のなかで崩れていったのである。その過程は様々な形態をとって延々と続いたが、いま本質的なところをかいづまんで概観しよう。

4-1 法則的モデルへの憧れ

スミスの後に最初に有名になった経済学者はリカードである。彼は「近代経済学の父」と呼ばれることがある。スミスが「経済学の父」といわれるのに対比しての呼び名である。

近代経済学の名には、以前の経済学よりもより体系的、論理的、法則的であるというニュアンスが込められている。あるいはより自然科学的、物理学的という自覚意識があるといつてもいいだろう【13】。

スミスの論述には今日でいうところの「記述的（descriptive）」なところが多くを占めている。それは彼が論理能力に劣っていたということを示すものではもとよりない。これまでみてきたように、彼は常に現実照応意識を維持し、自らの推論を具体的な歴史事実と照応し、妥当な面に方向付けようとした。従って歴史的な事実記述が周期的に出てくるのは自然なことなのだ。

だがリカードにはこのあたりが欠陥に見えたようである。彼はもっと法則的ですっきりした理論モデルの作成を志した。彼はこう考えた——モデルは現実ではなく、現実とは別に作られる模型であって、それでもって現実に接近する枠組みであり、すぐれて論理的たるべきもの——と。この考えに発したやりかたが、後に近代経済学的方法といわれるようになっていった【17】。

この作法は流行していった。スミスは古典派とみなされていく。後年「古典派」の概念は広がりもするが主たるニュアンスが「今なされているような近代的手法に目覚めていなかった昔の人々」という、ネガティブなものであることには変わりなかった。

この方法論はもっともらしい。だが若干の注意をもってみる必要がある。「理論は現実とは別物」という点をよく考えてみると、それは別に目新しい指摘でもなんでもないことに気づく。

そもそも言葉にしたものそれ自体がすでに現実実在とは別物なのである。言葉は概念でもってできているのだから、当たり前のことだ。概念とは現実実在そのものではない【18】。

スミスの記述的な論述も、言葉でもって構成されている。故に実在とは別物であり、それは一つのモデル（模型）なのだ。たとえ記述的な要素を多く含むとしても、それは言語モデル（verbal model）というモデルである。いわゆる近代経済学的方法に付き従う人々は、そのことを看過した。そして自分たちの理論は従来のものとは一線を画した法則理論であり“すぐれもの”だと錯覚してしまった。

時代の空気も影響しただろう。19世紀は自然科学礼讃を起点にした科学主義が吹き荒れた世紀であった。この時代の経済学者は、社会科学もニュートン物理学のように、簡素な一般法則として現実を説明出来るようにならねば、と真剣に思ったのであろう。「万物には、他者を引きつける力があり、その力は自らの質量に比例し、他者との距離の二乗に反比例する」という命題にみられるような簡明な法則が社会現象にもあって、それこそが経済学者の見出すべきものと信じたのであろう。学者もまた“時代の子”であった。

こういう思いは研究者に実践者意識、ひいては

現実照応意識を放念させていくものである。近代経済学者たちは経験現実から目を離し、“そのままで”推論によって法則的モデルを形成してしまうというスタンスを固めていった【16】。

その様子はかのリカードにおいてすでに現れている。彼の代表的大著での価格論をみると、そこでは「需要と供給の関係で決まる」という思想を実質的に超えた論述に出会うことはない【24】。

具体的な商品特性をふまえた価格論がない。リカードにおいては価格動向を説明する「モデル」は、一般法則モデルで十分だったのだろう⁽⁶⁾。

もちろんスミスも一般的論議を展開している。だが彼の場合それは具体的・個別のケースを“洞察したうえでの”一般化の成果である。それが彼の一貫した理論構築方法だから、流通もそこで起きている具体的ケースを踏まえずには論じない。

ところが近代経済学においては、流通領域のことは「需要と供給の関係で価格が決まっていく」という一命題ですべて処理ずみの課題となっていく【27】【28】。これでは現実照応の余地はない。伝統的経済学におけるその状況は、流通・マーケティング学が発生する時まで続いていった⁽⁷⁾。

4-2 初めに実在照応感なきモデルは修正不可能

もう一つ見逃してならないことがある。「理論はモデル（模型）であって現実ではないから」といいつつ短い数式モデルで書けるような簡明な法則を求める思想は、研究者の現実照応意識を別の面からも希薄化させていく【17】。

近代経済学は、こうした自らの行き方に関してさらなる方法論的根拠を付け加えた。その主旨は

(6) のみならずそれこそがすぐれていて、近代自然科学に匹敵する近代的な経済理論だったのだろう。

(7) 基本的にはそれは今日までも変わらず続いている。

「理論は仮説だから初めは単純でも、後に現実と照応させて修正し、妥当性を高めていかなければいい」というものであった【26】【27】。

この見解は、言葉としては非常に最もらしい。そこでほとんどすべての経済学者はそれを納得してしまった。だがこれにも注意が必要である。結論から言えば、このメソッドでは現実妥当性は高まらないかなのだ。

そのことを悟らってくれるのは哲学者ベルグソンの次の言葉である【18】。「もし最初に既成諸概念をしりぞけ、現実の直接的ビジョンを獲得し、しかる後、この実在をその分節を考慮しながら細分していくならば、その時にこそ自己の考えを表明するために形成すべき新しい諸概念は、対象の寸法に合わせて裁断されるのである」

彼は実在の寸法に合わせて裁断された概念、理論をうるには、まず最初に対象実在が発するオーラを霧囲気として直感受容せねばならないことを指摘している。得られたオーラに近い理論をうるには、その霧囲気という風船に言葉を貼り合わせていくような作業が必要といっている。そうしたときにだけ、対象実在が変化した時にもその変化に合わせて概念や理論を裁断し直していくことが出来ると教えているのだ。

しかしに理論は所詮仮説だから初めは単純なものでいい、と信じる理論構築の過程では、出発点において現実実在のビジョンを十分に得ようという心労作業がない。そういうステップを飛び越えて論理モデルを作ってしまう。ベルグソンの言葉をかりていうならば対象実在の「直接的ビジョンをうる」ための努力ステップがない。

たとえば限界理論はそのステップを踏むことなくして、いきなり数学の微分の考え方を、収益や費用に当てはめて論理的なグラフを“一般的に”描く。あるいは移動平均の概念をそのまま持って

きて平均費用曲線を描く。その出発点には観察した「経験的素材との照応」という意識はない。その状態で“カタチだけ”を作ってしまう【13】【17】。

するとその次に経験素材と照応させて修正するという作業は実際には出来なくなるのである。なぜなら出発点において現実実在への照応をしていないと、そのモデルはどこが現実と対応しどこが対応していないかを検討する側面・余地を持たないことになるのだから。

これは非常に重要なことだから繰り返し換言しよう。そういう修正は実際には、モデル作成者が“現実実在のどのあたりを意識してこれを作ったか”という意味理解があってはじめて成り立つものである。現実妥当性を高める“修正”が可能になるのはそのときだけなのだ。

5 “巨匠” ウェーバーの影響

5-1 学問動機二類型と“没価値論”

20世紀になると経済学における実践者意識の希薄化をさらに助長させる巨人が現れた。マックス・ウェーバー（Max Weber, 1864-1920）がその人であって、彼はリカード（David Ricardo, 1772-1823）に1世紀ほど遅れて登場している。

ウェーバーが人を学問研究に駆り立てる動機として実践的意欲（ないしは実践的要請）と知的興味（ないしは知的好奇心）を提示したことは前述した。

この簡素な類型化が彼のもう一つの有名な見解と組み合わさったとき、経済学における実践者意識の希薄化に彼は一役買うことになる。彼の見解とは「価値判断は客観的なものであり得ないが故に、社会科学は論者の価値判断から自由でなければならない」であった【1】。この主張は我が国で

は「没価値論」とも名付けられ広く普及した。

この見解からすると、研究者が実践者意識を抱くことには注意が必要となりがちである。人が実践をする際には実践目的を抱く。目的は価値判断の産物である。だから論究される内容には当事者の価値判断が介入しやすいのだ、と。

この概念が「学問は自由たるべき」という理念と短絡していった。結果的に「学問の探求は自由でなければならず、学間に携わるものがその本質により近くあるためには研究は知的興味を主動機とすべし」といった思想を生んでいった。主知主義的な研究こそが学問の基本姿勢たるべきとする考えである。筆者はウェーバーの時代より半世紀も後に学問環境に入ったが、日本という東洋の島国では当時もこの姿勢に高い格調を感じる人々が少なくなかった。

実際のところはどうか。ウェーバーは価値判断と並んで価値関係という言葉を用いている【1】。価値判断という語で彼が言おうとしているのは、価値意識要素に序列をつけることであるが、価値関係はある価値意識要素に「関係づけて」現実を切り取り概念を形成することである。

たとえば国家のなかで人民に主権がおかれるに対して高い価値意識を抱くと、人の心には民主国家という国家概念が形成される。対して国家君主に主権がおかれることに高い価値意識を抱くと、人の心にはそれに「関わらせて」王国という国家概念が形成される。

そしてこういう作業は社会科学に不可欠であって、これを否定したら我々は何も言えなくなってしまう。価値関係という作業は必要であって、そのための価値判断ならこれもまた必要なのである。

実践目的とはなにか。方法論的に言うと、目的とは「未来の結果の表象（イメージ）」である。そして実践目的とは、実践主体に「願望された

（将来の）結果のイメージ」であろう。そしてこれを「結果のイメージ要素」としてその原因との関係が考察されている限りでは、そこには価値判断が論者の主観として“入ってきている”ことはならない。このイメージ要素が結果の概念として描かれる際に、価値関係づけがなされているだけなのである。

ウェーバーが警告したのは、価値判断そのものが自明の命題として客觀性の装いを持って科学の理論に混入してくることであった。けれども彼以降の多数の人々の意識内では、実践的要請に応じようとするものは、すなわち価値判断に左右されるものであって客觀的でない、という類の短絡に結実していった。そしてこれが経済学から実践者意識を希薄化させた効果は大きかった。多くの研究者が実践的意識を持つこと自体に二の足を踏むようになったのである。

5-2 “理解” の歴史学

経済学から実践者意識を希薄化させるにつけて、ウェーバーが果たした役割はもう一つある。それは彼が自らの方法論を用いて研究した主要な対象が社会経済の「歴史」だったことから出ている。社会経済史学は知的興味に終始リードされても成立しうる学問である。のみならずむしろ多くの場合、そうであることによってますます客觀的であるという外觀を呈する学問である。その領域でマックス・ウェーバーは天才の名にふさわしく、社会事象を切り裂くメスの鋭さとセンスをもって読むものを魅了した。

彼は『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』において、西ヨーロッパにおける資本主義精神の勃興とプロテスタンティズム（とりわけカルヴァン主義）の倫理との間にある因果の糸を解きほぐした。前者が後者に大きく貢献したとい

う“解明”に知的衝撃を受け、その労作における明晰さを賞賛してきた人は多い。

けれども実践者の感覚を濃く持つ者にとっては、それは手放しの賞賛に値するだけのものとはなりにくい。これらの仕事は社会に設計図を描こうとする実践的意欲とはほとんど無縁なのだ。

この労作は邦訳が、岩波の文庫本一冊になる分量である。そこでは上記二つの要素の因果関係のみが、詳細かつ延々と探求されている。設計者感覚に満ちた研究者がそれを読めば「で、それでどうだというんだ？（So what?）」という感慨が浮上するだろう。

だが彼のこの作品は名声を得た。その高さのあまりか、それを時代を超えて普遍的な、この宗教倫理と資本主義精神との因果関係をあかすものと短絡する人も多い（その多くは、個別的事実の解明と一般法則記述との違いに盲目であるが）。だが実のところそれは、この時代、この地域の個別的な歴史事実の解明以上のものではない【3】。

もちろんウェーバーには歴史研究から一般論を帰納した労作もある【4】【5】。だが彼の仕事の中心は経済「史学」であった。そこにおいて「事象の縦糸と横軸とを解きほぐす」ことであった。彼の主要目標は社会経済史の“個別的理解”にあったのである。

その成果が最大の名声を得た。そういうただ黙々と具体的な歴史の因果の糸を解きほぐす作業に、学問科学における輝きをみる人が多かったことが、経済学から実践者意識を希薄化させるのにかなりの貢献をしたのである。

あった。

少なくとも経済学（経済現象を対象とするという意味での広義の）においては放置しておけば、学問が年齢を重ねるにつれて測量士的仕事をする職業研究者の比率が増大する傾向を持つ。理由は一つにはこうした種類の仕事の方がカタチ（業績）を造りやすいことにある。形ある業績を造ることはこの世界で職業を得るために必要であり、それを素早く造るものがすみやかに職を得やすいのである。

それに加わって第二に、こうした類の業績はそれを評価するものの理解能力を超えることが少ないことがある。これもまた職の得やすさにつながっている。

対して実践者感覚をもって広大な全体観を背景にする仕事は、それを評価する先任者たちのうちの少なからぬ者の能力を超えることがままある。人間世界の常として、どんなすぐれたものであっても評価する先任者の理解能力を超えたたら、短期的には肯定的な評価は得られにくい。人は自分のキャパシティーを超えたものを正当に評価することは出来ないので。その結果、ますます測量士的業績を作る人の方が職を得るのに有利になる。

かくして測量士的な研究をするものの比率は職業集団の中で時と共に増えていく傾向を持つ。それはある時から加速度的に進んで、ついには職業人として採用される研究者の大半が測量士的研究者、という事態にさえ至る。こうして広義の経済学は時と共に実践的活力が希薄という意味での“青白い”ものになっていく傾向をたどったのである。

6 経済学職業集団の動向

経済学者という職業集団が生成していった動向にも、実践者意識を希薄化させる働きを持つ面が

7 〈補論〉

—二つの学問動機と実践者感覚の濃淡—

学問動機を「知的興味」と「実践的意欲」に見出すというマックス・ウェーバーのすてきなアイデアは、学問活動をこの二つでもってクリアーカットに分類できるという印象を与えがちである。天才という定説を得た社会科学者は人々の意識に巨大な影響をあたえるものなのだ。

筆者も当初その影響を大いに受けたが、学問生活を続けるにつれてウェーバー的な見解には注意深く対処する必要がある、と考え始めた。本文で述べたところと重なる部分が若干あるが、正確さのためにここでそれを再論しておく。

その第一は本文に述べたものである。人間の意識は複雑なものである。実際に学問研究をするものの心には、この二つの動機意識が入り混じることも少なくないはずである。それを踏まえてウェーバーの概念をもちいて現実を把握するならば、どちらが探求の「主動機」であるかによって学問を二つの類型に分ける方が妥当だろう。

第二。実践的意欲を主動機にする探求にも知的興味は常時併存している。それは実際の探求活動においては、臨機応変に関与してくるものなのだ。その際研究者は、実践的要請に応じようという動機を一旦離れることになる。そうして知的興味にリードされて見出した結果を、一呼吸おいて実践的要請による研究に組み入れていく。

第三。他方、知的興味を主動機とする研究にはこうした探求動機のミックスが自然発生しないことがむしろ多い。ほとんど知的興味のみで探求が終始することの方が、心情的には自然なのだろう。医学や建築学などの実践科学でも、俗に「重箱の隅をつつくような研究」という言葉がある。これ

は知的興味に終始する研究を端的に表現しているだろう。

—こうした考察から筆者は次の方向をうる。すなわち学問（主として社会科学分野での）研究という行為の特性をさらに見極めるには、実践的要請のありかたに焦点を当てて追求する必要がある、と。

その点をより直接的・効果的に把握するために研究を—

- (1) 実践的関心（または意欲）が濃い研究
- (2) 実践的関心（または意欲）が薄い研究

—の二つに分けてみるのも一案だろう。

研究者は通常実践者ではない。にもかかわらず研究に実践意欲が濃いとはどういうことか。当の研究者に実践に携わる当事的な感覚がある、ということだろう。認識論的に云えば、実践当事者の動機に主観的に同化し追体験した感覚が彼にはある—これである。

8 まとめと展望

「理論は模型（モデル）だから単純なのは当たり前。後にこれを現実と照らして修正すればいいのだ」という近代経済学者のもっともらしい言に、ほとんどの社会科学者は惑わされ丸め込まれ続けてきた。

もしも“経験”科学という言葉と、その認識のあり方を入念に考察していれば、それは避けられたであろう。だが歴史をやり直すことは我々には出来ない。

前述のようにリカード以降の近代経済学では、市場・流通の問題は「需要と供給の相互関係で価格は決まっていく」という命題だけで処理されてきた。そしてその価格の実体はスミスの考案した自然価格（平均価格）であった。

スミスはそれを、現実の市場価格を把握する基軸であり一つのイメージ上の理想型として提示した。市場情報の完全度や市場への参入と退出の容易度が高いほど、市場価格がそれに引力で惹かれるがごとくに引き寄せられる基軸と考えていた。

ところが近代経済学においてはそれは、市場において「つまるところは実現する“現実の”価格」として扱われるようになったのである⁽⁸⁾。コペルニクス的転回とすらいえそうな、学問前提の大転換である。だがこれは間違った方向への大転換だ。自然価格が現実実在であれば、もはや価格についてはそれを適用して考察していくべきことになるのである【26】。

その視点は以後も続いていった。かくしてワルラスはその平均価格群の相互関係を考察していく、一般均衡論を展開することになった。マーシャルはその一つを考察して、需要曲線と供給曲線とがX字形に交わる、かの有名な「ハサミの理論」を提示することになる。それがワルラスに対比して部分均衡論と呼ばれているのは周知である。

こうして市場現実を具体的に考察する余地は、

(8) ウェーバー的概念枠を援用すればここで「事実判断と価値判断の混同」が起きたということになる。より平たく言えば「事実と願望との混同」であり、さらにより日常語的に言えば「～である」と「～であって欲しい」との混同である。とはいって、いま我々のごとき凡人にこうした洞察ができるのは、ウェーバーがこの優れた概念枠を作ってくれたことによるところが大きいだろう。その意味ではこうした混同が起きていた時期は、彼の労作が出現する前のことであったから、まあ、仕方ないと言えるかもしれない。だがそうすると、スミスはさらに以前の人なのにどうしてそうならなかったか、との疑問もある。これについて誤解を恐れず結論的に言えば、彼の卓越した知的素養による、ということになるだろう。スミスは英國、とりわけスコットランド地方に18世紀に生じた知的黄金時代に生き、デビッド・ヒュームらとの親交を通してこうした混同を避けるだけの認識論的素養を身につけていたのであろう。

経済学から閉め出されてしまった。以後そのままできたので、実践世界では流通における“現実的な”知識への需要は高まる一方であった。

そしてついに1900年代初頭、米国で流通経済学、すなわち流通・マーケティング学が産声を上げた。本稿に考察した知的風景のゆえに、それは従来の経済学の「外で」発生した。実践的な流通経済知識への切望がねじれて噴射し、別世界に着地した観がある。

そこには米国に特有のプラグマティズム、とりわけウイリアム・ジェームズの認識哲学が醸成した、実践者意識の濃厚な土壤があった【12】【16】。そこで花開いた流通学はまた相応の性格を帯びることになる。だがその考察は別稿にゆずらねばならない。

(完)

参考文献

- 【1】 ウエーバー、マックス著、出口勇蔵訳（1962）『社会科学および社会政策の認識の「客觀性」』、『ウエーバーの思想』、世界大思想全集18、河出書房新社。
- 【2】 ———、出口勇蔵訳（1962）『職業としての学問』、『ウエーバーの思想』、世界大思想全集18、河出書房新社。
- 【3】 ———、阿部行蔵訳（1962）『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の「精神」』、『ウエーバーの思想』、世界大思想全集18、河出書房新社。
- 【4】 ———、黒正巖、青山秀夫訳（1954）『一般社会経済史要論』（上巻）、岩波書店。
- 【5】 ———、黒正巖、青山秀夫訳（1955）『一般社会経済史要論』（下巻）、岩波書店。
- 【6】 ウエーバー、マリアンネ著、大久保和郎訳（1963）『マックス・ウエーバー（I）』、みすず書房。
- 【7】 ———、大久保和郎訳（1965）『マックス・ウエーバー（II）』、みすず書房。
- 【8】 片岡一郎（1964）『流通経済の基本問題』お茶の水書房。
- 【9】 加藤勇夫（1982）『マーケティングアプローチ

- 論——その展開と分析——』、白桃書房。
- 【10】 小原博 (1987)『マーケティング生成史論』税務経理協会。
- 【11】 ——— (1994)『日本マーケティング史』中央経済社。
- 【12】 ジェイムズ、ウィリアム著、舛田啓三郎訳 (1957)『プラグマティズム』、岩波書店。
- 【13】 辻村江太郎 (1979)『経済学名著の読み方』日本評論社。
- 【14】 富田重夫 (1966)『経済学方法論』日本評論社。
- 【15】 橋本勲 (1975)『マーケティング論の成立』ミネルヴァ書房。
- 【16】 肥田日出生 (1979)『現代マーケティング論考』中央経済社。
- 【17】 ——— 編著 (1979)『経済学とマーケティング学との対話』ダイヤモンド社。
- 【18】 ベルグソン、アンリ著、矢内原伊作訳 (1965)『思想と動くもの』、ベルグソン全集7、白水社。
- 【19】 ボバー、カール・R.著、森博訳 (1995)『果てしなき探求——知的自伝——』(上)、岩波書店。
- 【20】 ———、森博訳 (1996)『果てしなき探求——知的自伝——』(下)、岩波書店。
- 【21】 ホール、マーガレット著、片岡一郎訳 (1957)『商業の経済理論——商業の経済学的分析——』東洋経済新報社。
- 【22】 光澤滋郎 (1990)『マーケティング論の源流』千倉書房。
- 【23】 宮澤永光・宮原義友・望月光男 (1992)『現代商業学』同文館。
- 【24】 リカードウ、デビット著、羽鳥卓也、吉澤芳樹訳 (1987)『経済学および課税の原理』(上・下巻)、岩波書店。
- 【25】 ロビンソン、ジョーン、イートウェル、ジョン著、宇沢弘文訳 (1976)『現代経済学』岩波書店。
- 【26】 ロビンソン、ジョーン著、宇沢弘文訳 (1973)『異端の経済学』日本経済新聞社。
- 【27】 ———、宮崎義一訳 (1966)『経済学の考え方』岩波書店。
- 【28】 ———、山田克己、米倉一良訳 (1969)『経済学の曲り角』新評論。
- 【29】 Bartels, Robert, (1962), *The Development of Marketing Thought*, Irwin.
- 【30】 Borden, Neil H., (1957), *Note on the Concept of Marketing Mix*, Harvard Business School.
- 【31】 ———, (June 1964), "The Concept of Marketing Mix," *Journal of Advertising Research*, Vol. 4.
- 【32】 Dean, Joel, (1951), *Managerial Economics*, Prentice Hall.
- 【33】 Howard, John A., (1963), *Marketing Management — Analysis and Planning* (Revised Edition), Richard D. Irwin Inc.
- 【34】 Kotler, Philip, (1967), *Marketing Management*, First edition, Prentice Hall.
- 【35】 ———, (1984), *Marketing Management*, Fifth edition, Prentice Hall.
- 【36】 ———, (1988), *Marketing Management*, Sixth edition, Prentice Hall.
- 【37】 MacCarthy E. J., (1960), *Basic Marketing — A Managerial Approach* —, Irwin.
- 【38】 Shaw, Arch W., (1915), *Some Problems in Market Distribution*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- 【39】 Smith, Adam, (1975), *Wealth of Nations*, Clarendon Press.

(2005年10月13日経済学会受理)