

## 利益を生み出す「価格」の秘密

▶▶▶ 明治大学 准教授 飯田泰之

### ■はじめに

経済学の父としてまっさきに思い浮かぶのはアダム＝スミス（1723-1790）だろう。個々人が利己心にしたがって行う経済活動が市場と価格調整を通じて最適な経済環境を達成するという「見えざる手」のストーリーは高等学校課程での「政治・経済」から「現代社会」「倫理」でもなじみ深い。アダム＝スミスに始まり、前回紹介した比較優位説（比較生産費説）を発案したリカードらの経済理論は、今日では古典派経済学とよばれる。

高等学校課程に登場する経済学者をその時代順に整序すると、スミス、リカード、そしてマルクスから突然にケインズへとジャンプしている場合が多い。しかし、マルクスとケインズの間には経済学が遂げた進化（または後述の割り切り）こそが**現代経済学の思想的なコア**ともいえる部分になっている。

### ■価値＝価格とは限らない？

古典派経済学は労働価値説から、価値と価格の問題を考える。ごく単純化すると、商品の価値はその生産に用いられた労働（投下労働）の量から決定されると考えるのが労働価値説である。もちろん、投下労働は直接的なものだけにはとどまらない。例えば、パンをつくるために投下された労働は、パン屋だけで生じているわけではない。原材料をつくるために用いられた労働、パンを焼く設備や店舗をつくるための労働、さらにはパン職人が腕を磨くための訓練という労働……価値は最終的にはなんらかの労働に由来するとした。そして、投下された労働の量・質が等しいならばその価値は同じであると考えたのだ。

労働価値説によると、商品の価値は労働という客観的な尺度ではかることができるということになる。労働に限らず、価値を客観的にはかることができるという考え方を客観価値説という。

客観価値説には、一つは理論的な、一つは実務的な難点がある。

理論的な難点は、価値と価格の関係にある。まったく同じ労働力から生み出された商品だったとしても、それが**実際に売買される際の価格は異なることがありうる**からだ。同じ商品であっても、店舗や時期によって異なる価格で売られている。すると、客観価値説では、価値と価格の差異という難題に取り組み続けなければならなくなる。

さらに、同じ時間訓練され、同じ設備を用いて、同じ時間働いたとしても——その成果が同じとは限らない。例えば、私が10年間ピアノを練習しても他人にとって価値のある演奏はできそうにない（参考までに私は自他ともに認めるかなりの音痴である）。

労働の質、才能、確率的な成果といった工夫によって、論理的にはこの問題を解くことができるのかもしれない。しかし、さまざまな労働の種別や質のすべてを考慮して各商品の価値を算出するのは容易なことではない。

19世紀末、本格的には20世紀以降の主流派経済学は、この価値と価格をめぐる難題を根本的に解消する方法を考案した。客観的な（誰にとっても共通の）価値の存在そのものを否定、または無視したのである。これを主観価値説とよぼう。

主観価値説の価値論はひじょうに単純だ。X君が100円で缶ジュースを買ったとしよう。X君の合理性を仮定するならば、この購買行動から「X君にとって缶ジュースは100円以上の価値がある」ことがわかる。缶ジュースへの主観的評価が100円以下であるなら、100円出して買ったりはしないだろうというわけだ。

重要なポイントは、**ここでの価値はあくまで主観的なもので、当然ながら人それぞれで異なる**という点である。ジュースが大好きなY君にとって

は200円の、甘いものがきらいなZ君にとっては10円の価値しかないとしてもいっこうにかまわない。そして、何よりも客観的な価値という考え方を捨てることによって、ある人の感じている価値と取り引きの価格が異なることは、問題ではなく、あたり前のこととなる。

### ■市場取り引きで生み出される恩恵とは？

人それぞれの主観価値という考え方は**経済状態の効率性をはかる**うえでも有用だ。ある人の主観価値と価格の差は、余剰という厚生指標として市場パフォーマンスの評価に役立てることができる。

200円出してでも買いたいと思っていたY君が、それを140円で買うことができたならば、この購買行動から、60円分の余剰が発生したと考えられる。最大限支払ってもよい額と支払いの差、つまりは思ったよりも安く買った分が消費者にとっての余剰（消費者余剰）である。同様に、生産者にとっても、販売してもよい最低限の価格よりも高く売れた分、生産者余剰が得られる。

より多くの消費者余剰・生産者余剰が生じている状態は、それだけ得をしている経済主体が多いわけであるから、望ましい経済状態であるといっただろう。そこで、市場で発生している余剰の和——総余剰を市場パフォーマンスの尺度（の一つ）とすることができるようになる。

価値が個々人で異なることを認めると、余剰という経済厚生指標を得ることができる。市場からの恩恵を単純な金銭のみではかるという手法には問題点もあるが、その一方で市場パフォーマンスをはかる目安としての有用性は大きい。なお、このような金銭換算を用いない経済厚生基準としてパレート基準があるが、本稿では割愛する（『アクセス現代社会 2014』p.168参照）。

### ■利益の源泉は価値観のへだたり

主観価値と余剰というツールを用いると、交換に関して、より興味深い知見を得ることができる。それが、どのような相手との取り引きが得かという問題だ。

A君はお父さんの取り引き先からあるアイドルの

握手券をもらったとしよう。しかし、A君はアイドルにまったく興味がないので、この握手券を1000円もらえれば手放してもよいと考えているとしよう。一方で、大のアイドル好きのB君はなげなしの9000円を払ってでもその握手券をほしいと考えているとする。この2人間で5000円で握手券の売買が行われたならば、A君は4000円、B君もまた4000円の余剰を得ることになる。

この余剰は、「2人の好み」、つまりは主観価値にへだたりが大きいからこそ生まれているという点に注目されたい。例えば、まあまあアイドルが好きな2人——握手券を4500円で売ってもよいC君と5500円ならば買ってもよいというD君の間の取り引きでは両者の余剰を足しても1000円にしかならない。

価値観は人それぞれに異なり、**価値観のへだたりが大きいからこそその間の取り引きには大きな利益がある**というアイデアは、狭義の経済問題をこえて、社会・文化・生活を考えるうえで新たな視点を提示してくれるものといっただろうか。「みんなちがって、みんないい」(金子みすゞ)を経済学的に勝手に解釈すると、「みんな違ってもいいんだよ」ではなく、「みんな違うからこそ、交渉・取り引きは大きな利得を生む」と考えられるのだ。

### ■実社会のマネジメントにおける「ダイバーシティ」

生産活動においても、異なる者同士の取り引きほど得られる利得は大きい。前回紹介した比較優位説（比較生産費説）においても、両国の技術構造（機会費用構造）が異なるほどに分業の利益は大きくなるということが証明される。

価値観が異なる、得手不得手が異なる——違うからこそ、協力や協働、交渉や取り引きの利得が大きくなるという考え方は、現代のマネジメント理論におけるダイバーシティ（多様性・多様化）の議論の根拠となっている。**年齢や性別、国籍や民族、学歴や職歴といった特性を異とするメンバーがともに働く環境にあったほうが、新しいアイデアや効率的な作業の遂行を行うことができる**という議論がマネジメントにおけるダイバーシティ推進の根拠とされる。ダイバーシティの有用

性に関する実証研究はまだ発展途上であるが、多様性が組織の効率を高めるとする研究も多い。

現代経済学誕生の契機となった客観価値から主観価値へのジャンプは、その後の経済学の数理的

な発展に資するのみならず、より身近な問題に関する大きなヒントともなるのだという点は、経済学を学び始めるうえで知っておいて損はない議論なのではないだろうか。

## チャレンジ Challenge

### 総余剰を計算してみよう！

自動車市場において、自動車一台を100万円で買ってもよいという人が10人、90万円までなら出してもよいという人が10人、80万円ならば買うという人が10人、70万円ならば買うという人がさらに10人いるとしよう。この市場の需要曲線は図1のように階段状になる。ここで市場価格が70万円であった場合、購入される量は合計40台となるだろう。

このときの消費者余剰を考えよう。100万円で買ってもよいという人が70万円で買えたならば、「思ったより30万円安く買えた」という経済的利益、つまりは余剰が生じる。このような人が10人いるのだから、ここで生じる消費者余剰は300万円（30万円×10）である。同様に90万円までなら出せるという10人からは計200万円の、80万円まで出せるという10人からは計100万円の消費者余剰が生まれる。なお、70万円ならば買ってもよいという人が70万円で購入したという場合には余剰は発生しない。

これらを足し合わせると、図1の市場では、合計600万円の消費者余剰が発生していることがわかるだろう。そして、これは需要曲線と価格から

水平に引いた直線で囲まれる図形の面積に等しいことがわかる。

需要曲線の構造が図2のようになめらかな形状であったとしても、「需要曲線と縦軸＝価格で囲まれる図形の面積」が消費者余剰になるという性質は変わらない。図1の階段状の需要曲線の目盛りを細かくしていけば図2の需要曲線になるからだ\*。

生産者側の余剰も同様に、供給曲線と価格で囲まれる図形の面積が生産者余剰となる。すると、需要曲線と供給曲線の交点、市場均衡での取り引きにおいては両曲線で囲まれる部分の面積が総余剰となる(図2)。総余剰は均衡での取り引きにおいて最大化されることをp.4の練習問題で確認していただきたい。

※参考 このとき需要曲線の関数（正確には逆需要関数）を、 $P$ を価格、 $X$ を需要量として $P=f(X)$ とすると、斜線部の面積である消費者余剰は、

$$\int_0^{X^*} \{f(X) - P^*\} dX$$

となる。現在では数学を用いなくて授業が行われる経済学部は皆無といってよい。大学で必修科目の単位を得るためには基礎的な微分・積分の知識が要されることは進学前に知っておいてほしい。

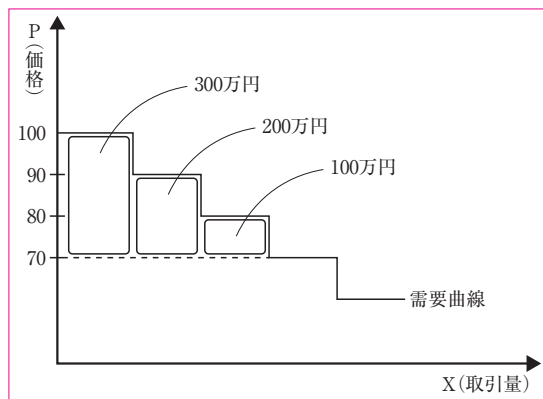


図1

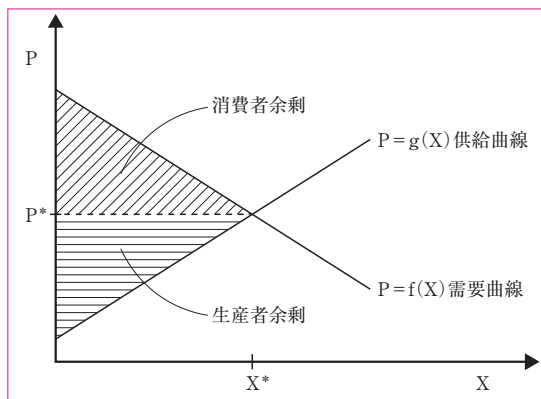


図2

## 利益を生み出す「価格」の秘密 練習問題

- Q1** 価値は主観的で、人それぞれで異なることの問題点は何か？ 主観価値とは「それにいくらまでなら払えるか」という意味であるとしたうえで、あなたが感じる「歴史的な文学作品」と「アイドルの写真集」の主観価値の比較を例にして述べなさい。
- Q2** p.3の図2において、均衡 ( $X^*, P^*$ ) 以外での取り引きでは総余剰はどのように変化するか？ 政府などの介入（価格規制）により均衡よりも低い価格での取り引きが強制されていた場合を例にして答えなさい。
- Q3** p.2に出てくるA君、B君の間での「アイドルの握手券」取り引きにおいて、両者の余剰の合計は取引価格に関係なく一定であることを確認しなさい。

## ◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇ 練習問題 解説と解答 ◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

**Q1** 多くの人が歴史的な文学作品よりもアイドルの写真集を高く評価しているでしょう。このとき、ハードな主観価値説にしたがうならば、多くの人が主観的にそう思っているのだから平均的にはアイドルの写真集のほうが価値が高いということになる。しかし、ここまでの断定はどうもしっくりこないという人もいるかもしれない。そこで登場するのが方法論的個人主義とよばれる、いわばソフトな主観価値説である。これは客観的価値などないと断じるのではなく、客観的な価値はあるかもしれないがそれを明らかにするのは難しく、さらに客観価値がわからなくても経済分析や予想のうえでは困らないので、ひとまずわきにおいておくという考え方である。あくまで考える方法として個人主義的に考えているというわけだ。主流派の経済学者は誰もが主観価値説に立脚して事物の分析を進めるが、その際にハードな主観価値とソフトな主観価値のどちらに依拠しているかは人それぞれのようにである。

**Q2** 図3のように、均衡価格よりも低い価格水準  $P_L$  では、低価格ゆえに供給量が小さくなるため、取り引きは  $X_0$  の水準までしか行われぬ。そのため、消費者余剰は斜線部、生産者余剰は横線部となり総余剰は均衡での取り引きよりも小さくなる。

この説明は最高家賃制度の問題点を明らかにしてくれる。家賃価格を抑えることは確かに消費者

(ここでは部屋の借り手)の余剰を上げるかもしれない(消費者余剰も下がる場合もある)。しかし、それを上まわる生産者(ここでは部屋の貸し手)余剰の低下が生じる点に留意する必要がある。価格規制が効率を低下させることは規制により価格を均衡水準よりも高く保った場合にも同様に発生する点もあわせて確認されたい。

**Q3** 両者の間で3000円で握手券が取り引きされたとき、A君の得る余剰は2000円、B君の得る余剰は6000円となり、その合計は8000円である。これは握手券が5000円で取り引きされたときの余剰の合計と変わらない。このように、交渉による価格の変化は余剰の取り分(分配)を変化させるのみで、総余剰(効率)には影響を及ぼさないことがわかる。なお、1000円以下や9000円以上ではそもそも取り引きが行われぬため余剰は0になる。

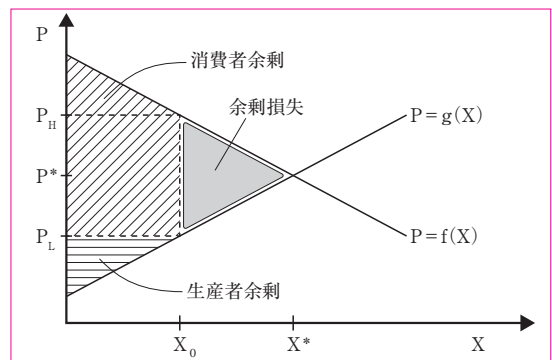


図3