市場メカニズムと取引コスト*

池 本 正 純

本論の目的は、一般に「情報コスト」や「取引コスト」と呼ばれる要因を明示的に考慮することによって、従来の標準的価格理論に基づく市場メカニズム論に一定の制約があることを示すとともに、市場メカニズムのもつ存在意義やその限界をとらえ直す新たなフレームワークを探ることにある。第一節では、市場取引が実現するには、情報コストや時間的・空間的摩擦コストがかかることを明示し、それらのコストを有効に処理しながら価格形成を効率的に行う役割を商業が担っていることを明らかにする。さらに取引の円滑な進行を促すうえで、他に従来、考慮されなかったいくつかの情報コストを処理する必要があること、その処理のしかたにも商業がかかわっていることなどが述べられる。

第二節では、情報コストの問題を伝統的価格理論が捨象してしまっているために、市場メカニズムの意義を特殊な形でしか認めないようになってきている点を明らかにしたうえで、あらためて市場メカニズムの存在意義をとらえ直すことが試みられている。

そして最後に、本論文が社研プロジェクト特集の一環として組み立てられていることに鑑み、「市場機構と政府・公

共部門の役割」という統一テーマにかかわる本論文のもつインプリケーションについて簡単に触れている。

一 取引コストと商業の役割

(1) 「集中市場」と「貨幣」との止揚

市場の起源は財の交換にある。利用可能な自然資源と伝統的に受け継いだ技能が、人によってさまざまに異なるゆえに、手に入りやすい財も人によって偏りがある。交換を経ることによってその偏りは解消され、多くの人々のバランスのとれた生活が可能となる。しかし、交換の果たすこの社会合理的な役割がいかに明らかなものとはいえず、交換を円滑に実現していくことは実は容易ではない。

何よりもまず情報コストの壁がある。交換の機会が潜在的に存在していても、そのような相手を探し出し、適当な交換条件の合意に至るまでに手間ひまがかかるであろう。この情報コストを解決するための工夫が「貨幣の使用」であり、「定期市の開設」であった。定期市は人と財を時間的・空間的にひとところに集中させ、交換機会の集中化を企てることによって交換相手の模索を容易にした。各人によって多様に異なる交換希望量のあいだに取引の出会いをつけやすくなることも、それによって容易となる。⁽¹⁾

また、物々交換のままだと、自分の欲しい財を持つ者と自分の手放したい財を欲しがる者とが一致しなければならぬという厳しい条件 (double coincidence of wants)⁽²⁾ が成立しなければならぬが、経済的価値のうえで空間的普遍性 (誰にとっても高い価値をもつ性質) と時間的安定性 (時が移り変わっても高い価値をもち続ける性質) を備えた一般的受領性の高い財を交換手段として仲介させることにより、先の厳しい条件を緩めることができる。まさに「売り手」と「買い手」とを切り離して探せば済むのである。あとは、その交換手段の在庫 (貨

幣残高) が切れないように適当に自らの売りと買いのタイミングを調整することを心掛ければよい。貨幣の使用によって交換機会の発見の場合は、時間的にも空間的にも広げられることになる。

同時に、そのような流通性の高い仲介財は、主観的価値評価のうえで限界の恒常性(保有量がふえても限界効用が下がらない性質)をもっている。他の財の相対的価値評価をする際の安定的な価値基準となることができる。貨幣を使用することによって、個別取引における交換条件の交渉のプロセスは安定化するのである。その他、貨幣として当然備えているであろう物理的性質、つまり分割の容易さにより、交換比率の交渉が物々交換に比べ容易に行えるはずだという点も当然のことながら付け加えておかなければならない。

しかし、これで情報コストがすべて解決できるわけではない。貨幣の使用によって、取引相手の模索は分散したままでもある程度容易になるが、依然として売り手や買い手を模索するのにコストがかかることには変わりがない。とくに生産者は大口で生産物を売却したい希望をもっているのに対し、消費者は小口でしか購入しようとならないという一般的偏りがあるので、個々人が相対で取引の出合いをつけることには大きな困難が予想される。しかも貨幣の使用が浸透すれば、個々の取引における交換条件の違い(価格のばらつき)があらわになる。分散した取引において公正で統一的な価格形成に至るのは容易ではない。個々の取引価格に皆が納得しうるようになるまでに大変な交渉費用がかかってくるはずである。

他方、大口の取引希望量に出会いを見つけたり、多勢の売買取引希望を能率的に処理するための最も直截的な方法は、集中市場を開設することである。多くの人々の売りと買いにかかわる情報を一か所に集中させ、競売(競)を行えば、公正な統一的価格がすみやかに形成されるであろう。しかし、そのような方法を可能とするには、集中市場を開設し運営すること自体にコスト(地代、設備費、人件費)がかかるのみでなく、すべての人や財を一定

の時間と場所に集中するためにコストがかかってくる。空間を移動するためにヒトとモノそれぞれにコスト（交通費、運送費）がかかるし、時間を限定することになるので、ヒトには時間の機会損失が、モノには保管コストがかかってくるであろう。

こうしてみると、貨幣を媒介にした分散した取引も、市場における集中した取引もそれぞれに限界をもってることがわかる。前者では、時間的・空間的摩擦を乗り越えることに伴う取引コストは小さいが、すべての人々が納得できるような公正な価格形成（価格の統一性）や多様な取引希望量の処理能力の面で限界がある。後者はその対極にある。この分散した取引形態と集中した取引形態との双方の長所を実現しながらも、同時にその欠陥を解決するような取引形態が当然要求されるようになる。人々が分散したままで、取引相手の模索や統一的な価格形成を円滑に進行させる手段は他にないものだろうか。じつはその役割を商業が果たしているのである。^③

まず第一に、商人は、交換取引によって利益を得るはずの潜在的な取引希望者に、その実現の機会を広範に明示し、取引機会の実現に伴う多様な取引コストを有効に解決する。

たとえば、商人達は多様な品ぞろえの商品を常時在庫しており、いかなる小口の購入にも応ずる用意をしている。これによって消費者が取引相手を模索する情報コストは格段に軽減される。また商人達は、自らの転売能力にもとづいて、生産者から多様な財をその量のいかにかわらず買取り取る能力をもっている。商人に頼めば、生産者はいつでも自らの生産物を処分できるのである。

また人々がたくましくしてひんぱんに通りがかるような場所（町中）に、常時開かれた店舗があったり、潜在的な取引希望者のあいだを時間を問わず専門的に動き回る商人がいれば、多くの人々が取引実現のためにわざわざ特定の時間と場所に集中すべき制約から免れることができる。それと同時に、商人はモノを空間的に移動させる

輸送コストと、時間的経過のなかでモノを保管する持越費用（保管コスト）とを、その専門性（運輸手段や倉庫の保有）のゆえに効率的に処理できる。

このように、買い取りと転売の継続的な経験を積んだ商人には、生産者と消費者との取引希望を円滑に仲介するうえで専門的なノウハウが蓄積されており、このようなノウハウを備えた商人の存在によってはじめ、分散したままに生活をしている人々のあいだの潜在的な取引機会の発見とその実現とが効率的に行えるようになるのである。それは、とりもなおさず、社会全体の未実現の取引機会、つまり不均衡が商人達によって有効に発見され、解消されていくということである。

第二に、市場における集中的取引によらなくとも、商人の仲介取引を経由する中で、統一的な均衡価格が効率的に形成されるようになる。

財貨を自分の責任で買い取り、転売するかぎり、仕入れ価格も販売価格も相手との交渉次第であり、本来自由である。仲介にあたる商人は、生産者からはできるだけ安く買い取り、消費者にはできるだけ高く転売しようとするであろう。しかし、同業の商人間の競争が働くので、それらの価格は、必然的にある狭い価格帯に落ち着かざるを得ない。安く買いたたく商人には生産者達は出荷を手控えるであろうし、高く売りつける商人には消費者達は立寄ろうとしない。全体の需給関係を正しく見通すだけの専門的な情報能力を備えてはじめて商人は生き残る資格を得ることができるのであるが、仕入れと販売の局面での彼らの間の競争的な取引の中で、密度の高い価格情報が交流するので、仕入れ価格と販売価格のいずれにおいても、そのときどきの需給関係を反映した公正な均衡価格帯が形成されるのにそれほど長い時間は要しないであろう。

専門的な情報能力を備えた商人間の競争の中から、効率的に均衡価格が形成されるので、すべての取引希望者

が集まらなければならないような集中的市場への要請は消滅する。商業はまさに均衡価格を模索する価格メカニズムの中核的役割を担っていることになる。

このように商業活動は、一方では分散した貨幣取引の情報面での制約を、他方では集中的な市場取引の物流コスト面での制約をのりこえるとともに、両者の機能の肩代わりをも務める。商業は貨幣のもつ意義（取引の分散性）を有効に生かし、かつその機能（取引相手の模索コストの削減）を補完する。そして商業は、競合する商人間の密度の濃い情報交流によって、集中的市場の機能を代替することになる。その意味で、商業は「第二の貨幣」であり、「第二の集中市場」といえる。貨幣の場合は、交換に供する財を特定することによって、また集中市場の場合は交換を行う時間と空間を特定することによって情報コストの削減を図ったのであるが、商業の場合には、交換を取りつくことを専門的に担う人間が現われることによって、その効果もたらされる。しかも商業の場合には、時間と空間とによって拘束されることに伴う取引コストをその專業性のゆえに効率的に解決することができる。

人々は分散したままに生産や消費の経済活動を営み、商業によってその取引と価格形成に凝集力を与えられる。つくられるべき商品の種類やその技術が伝統的に与えられた状況では、生産と消費とのあいだの調整は、すべて価格調整を通じて行なわれるが、その均衡をもたらすべき価格の模索は商業活動の中で行なわれている。市場メカニズムの機能の本質は、競争的な商人のあいだの情報ネットワークの中に具体的な形で見出すことができる。

(2) 現金取引・現物取引の制約

貨幣と集中市場の機能を商業が代替・補完するという点に関連して、さらにもう一つ重要な点をつけ加えておかなければならない。貨幣の使用や財貨の集中によって、取引機会の発見は確かに容易になる。しかし、経済活動の量的拡大に伴って貨幣取引や現物取引の制度そのものが大きな桎梏となってくる局面が現れる。つまり、現金決済と現物受け渡しの制約である。

現金決済を行うためには、貨幣を常時もち歩かなければならない。そのこと自体に危険が伴うのみならず、現金の手当てができるまで、いくら有利な取引機会に出合おうとも、それを実現できないという機会消失のおそれがある。長い時間のパースペクティブのもとでは、収入と支出とからくる現金の出入りが十分バランスするはずだという見通しがたとえあっても、収入と支出のタイミングのずれがあるため、短期的には手元に現金が不足する局面がある。このようなとき、現金決済の建前は、せっかく見出し出した取引機会を実現するのに大きな制約となる。

また、手元に受け渡しすべき現物がなければ取引契約ができないとなると、これと同様の制約に見舞われるであろう。売り手に潜在的に引き渡すべき財と明確な意思があるにもかかわらず、その現物を目のあたりで受け渡しする段階でしか取引が成立しないと、売り手にとってのみならず、買い手にとってもタイミングのよい取引機会を失うことになる。

非人格的な（不特定多数の人々の間の）取引を前提にした単なる貨幣や集中市場の取引制度があるだけでは、これらの潜在的取引に実現の機会を与えることはできない。しかし、商業には、自らの情報能力にもとづいて、これらの制約からくる機会消失のコストを解決する可能性がある。というのは、商人の継続的な取引経験により、取引相手に関するパーソナルな情報を蓄積することは容易となるからである。商人はその蓄積された情報にもと

づいて、取引相手の信用度を見積っている。その信用が高ければ、当の取引相手は現金決済や現物引き渡しとの制約からある程度免れることができる。

まず、現金の支払いを現物商品の引取り後に行ってもよい（つまり信用取引が許容される）となると、現金を持ち歩くコストが消滅するだけでなく、現金をタイミングよく手当てできないときに生じる取引機会の消失を防ぐことができよう。それは商人にとっても取扱い高の増加に貢献し、彼の利益につながる。その代わり商人には一定の集金コストや融資コスト、さらには、貸し倒れの危険負担コストなどが担われることになる。

信用供与は生産者に対してもなされる場合がある。資本に余裕のない生産者に前金や原材料を渡して、商品の事後的納入を契約することが可能となれば、資本力や受注能力の限界のために仕事の量を制約されている零細な生産者にも生産活動の機会が与えられることになる。もちろん、その便宜を与える商人には、資本を固定化する危険負担コストがかかってくる。

また、取引に際し、現物引渡しの建前を緩め、現物商品を契約のかなり後の時点で引渡せばよい（つまり、先渡し契約に基づく取引が許容される）となると、遠く離れた場所（倉庫）に保管されていたり、これから船積する予定の財貨についても取引をタイミングよく実現する機会が与えられ、場合によっては収穫前の生育中の作物についても取引機会が与えられる。しかしここでは、保管中・輸送中のさまざまな事故や災害（たとえば火災、盗難、海上事故）からくる危険損失を保証する費用を商人が負担することが必要となってくるはずである。

このように、取引契約の円滑な進行を促すところの便宜は、多数の取引を仲介するうえで専門的な業務経験を豊富に積んだ商人の情報能力や信用供与能力（危険負担能力）が存在してはじめて、可能となるのである。交換機会の実現に要する情報コストの削減に、貨幣と集中市場は貢献するはずであるが、しかしその機能は完全で

はない。商業はその代替的な役割を担うのみならず、現金取引と現物取引によっては決して実現しえないような取引機会に対しても、有効にその実現の機会を与えることができる。商業は「第二の貨幣」「第二の集中市場」であるのみならず、貨幣と集中市場との制約をさらに乗り越える。現金取引・現物取引のシステムは、商人を通じた信用取引・先渡し契約のシステムによって補完される。

(3) その他の情報コスト

以上で見てきたように、商業は、交換利益の実現に伴って発生する取引コスト（情報コストや時間的・空間的摩擦コスト）を有効に処理する。とくに情報コストとして、これまで、取引相手となりうる適当な人間を探し出す「対人情報コスト」（取引相手模索機能）と、交換条件（価格）を交渉するに要する手間ひまである「価格交渉コスト」（価格形成機能）とを重点的にとりあげ、貨幣や集中市場の機能との絡みの中で商業の役割を論じてきた。しかし、取引実現に伴う情報コストに含まれ、しかも商業がその処理に深くかかわっている重要なものもありながら、まだ説明されていないものはいくつか残されている。一つは、財の品質の鑑識コストであり、第二は契約後に取引の履行を保証するコスト、そして第三は、取引契約のやり直しに伴うコストである。これらについて簡単にふれておこう。

① 品質鑑定コスト

第一は、取引の対象となっている財の品質の鑑定にかかわっている。これまでは暗黙のうちに、取引される財の品質を認識するうえにおいては何らの障害も存在しないものと仮定していた。商品名や銘柄を指定するだけで財の種類が当然の如く認定され、品質の均質性が保証されるような財であれば、品質の確認に要するコストは極

めて小さい。たとえば、穀物や豆類は各単位が自然に標準化されており、品質の相違は小さい。そのようなものであれば、現物を将来引渡すことを約束する先渡し契約もやりやすくなる。

しかし、一般的には、取引される財の品質の保証は自明のことからではない。そうであるがゆえに、財の受取り手（買い手）にとって品質の保証は重大問題となる。契約の場に取り引される現物すべてがそろっていても、購入後の責任は買い手が負わざるを得ないので、買い手の側に品質を見究わめる鑑識力が要求される。財の品質を見究わめるのに神経を使った労力が必要であったり、またその能力を涵養するのに買い手になんらかの修練が必要であれば、それはまさに買い手に固有に伴う取引コストとして考慮されねばならない。

品質確認に不確実性が伴わざるを得ないような状況で取引を円滑に行わしめるためには、売り手は、買い手にかかるこの負担をある程度肩代わりし、緩和する手段を講ずる必要がある。たとえば、品質を保証する旨を契約の中に折り込むとか、引き渡した商品に瑕疵があった場合には返品コストを負担するとかの措置である。いずれにせよ、取引される財貨の品質の認定にかかわって情報上の摩擦が存在する場合には、その摩擦を乗り越えるだけの認識能力が買い手になれば、取引の成立は困難になるであろうし、また取引の円滑な進行をもたらすためには、買い手のその負担を軽減する制度的工夫（返品制）が必要となる。

この局面でも、売り手の信用は、この情報コストを削減するのに有効に作用するであろう。売り手になんらかの形で（たとえば過去の取引の実績とか今後の取引関係の永続性の見込などから）備わってくる信用は、品質確認に要する費用や品質を保証するための費用を緩和する役割を果たす。相手が信頼できれば、たいした品質上の確認もせずに安心して商品を受取ることができるのである。

商人を仲介にした取引は、この品質の鑑識コストという面でも、情報コストを効果的に節約しているというこ

とができる。不特定の生産者や消費者が直接出合って取引をしなければならぬとしたら、このコストの処理は容易ではない。特定の種類の商品を専門的に扱う商人であればこそ、鑑識のノウハウが蓄積され、鑑識コストを安く処理できるのであり、また、そのような信頼をかちえた眼の肥えた商人の手を経ていけばこそ、消費者は安心して購入することができるのである。商人の品質鑑定能力と品質管理にかかわるノウハウへの信頼が、消費者の鑑識コストを不要なものとし、取引の円滑化に貢献するのである。

② 契約履行保証コスト

情報コストに関連しながらも、まだ説明されていない第二のものは、契約を確実に履行することを保証するコストである。たとえ条件（取引対象や価格）の折り合う取引相手が見つかり、契約にこぎつけたとしても、その契約の忠実な履行はある程度まで相手の人格的要素に依存しており、保証のかぎりではない。取引相手を選ぶ際には、単に取引対象や取引条件にかかわる情報的側面のみならず、相手のパーソナルな信頼度に関するものまでを含めた広範な情報能力が必要となる。

契約成立後、売り手は商品を確実に届け、買い手は代金を確実に支払うということが、お互いの信頼関係から保証されているのであれば、この問題にかかわってコストはなんら生じない。しかし、とくに当事者達が見ず知らずの者同士であったり、遠隔地に離れていたりして、過去に取引経験があまりない場合には、契約の履行を保証するようななんらかの措置をコストをかけてでも講ぜざるを得ないであろう。たとえば、買い手の代金支払いを保証する「信用状」を信頼のおける第三者（資本金のある商人⇨銀行）に発行してもらうとか、売り手の出荷を確認し、その引き取りを保証できるような証券（船荷証券や倉荷証券）をしかるべき第三者（物流能力を備えた商人⇨船会社、倉庫会社）に発行してもらうとかの措置である。このような手続きを経れば、取引契約の成立

は当然円滑化する。しかし、その保証手続きにはそれなりのコストがかかることはいうまでもない。

先ほど、財の品質鑑定コストが契約成立に先立って必要となるはずのものが、事後的に品質に問題があることがわかったときに返品の手続きが保証されれば、事前の品質認定コストが緩和され、取引契約が円滑化するのであることを述べたのであるが、信頼のおける第三者の保証手続きというサービスをコストを払って購入することによって出荷や支払いの確約がとれ、契約の履行の見通しが立ちやすくなるというのも、それと対応した関係と見ることができる。

こうしてみると、地域的に遠く隔たったまま分散して経済活動を行っている消費者と生産者とが直接交換取引を行うおとしたら、契約の履行を保証するコストはきわめて高いものになるだろう。たとえ明示的な保証費用を支払わないでおいたとしても、取引が完了するまでの不安は、お互いに並たいていのものではないであろうし、おそらく紛議は続出するであろう。したがって、取引契約の円滑な進行は妨げられる。

だが、特定の地域社会に長年根をおろし、継続的な取引実績を重ねている商人を介してであれば、生産者達はその代金支払いになんの不安もなく出荷ができるであろうし、消費者は注文した商品の到着をなんの疑念もなく待つことができる。否、商人達はむしろ生産者達に対しては代金の前払い、消費者は注文した商品の到着をなんの疑念もなくという形で取引の円滑化を一層積極的に押し進めようとする傾向さえある。生産する立場から見ても、消費する立場から見ても、商人の備えた信用や信用供与能力は、取引の遂行を保証する役割を果たし、社会全体の取引機会を円滑な実現を促進しているといえることができる。

③ 契約改訂コスト

財の品質の鑑定コストと裏腹の関係にあるものとして返品コストがあり、適切な取引相手を見い出す対人情報

コストと裏腹の関係にあるものとして取引履行保証コストが存在することを説明してきた。価格交渉に伴う情報コストについてもこれに対応したことが考えられる。これが第三に、説明しようとする契約改訂コストである。

契約が成立してまもなく、当事者達が予想もしていなかったような需給環境の激変が生じ、すでに契約しておいた価格で取引を実行することがあまりに非現実的となることがある。このとき契約価格の変更をいずれかが願い出るような事態がたいてい発生する。このような事態は、生産計画や買いつけ計画を長期的見通しの上に立って行わざるを得ず、取引契約を長期の先渡し契約で行っている場合に発生しやすい。こうした契約を消費者と生産者とが直接に結んでいたら、上記の非常事態に際し、個人的に耐えがたい危険損失が発生し、頻発するであろうトラブルの処理に大変手間がかかる。

しかし、もし取引が商人を仲介して行われていれば、生産者と消費者とが直接そのような長期間にわたる硬直的な契約を取結ぶ必要性からそもそも免れるであろうし、在庫能力や資本金を備えた商人との契約であるならば、当事者達の長期的・継続的取引の経験と、その中で培われた信頼関係をバックにして、妥当な契約価格の変更に乏しければ、急激な状況変化からくる一方的な危険損失を一時的に肩代わりし、将来の長期的な顧客関係の展望の中でその負担を回収する方が講じられる可能性がある。商人達は、急激な需給変動から発生する長期契約の危険とそれに伴う紛議を処理するうえで、有効なバッファの役割を果たすことができるであろう。

だが、先渡し契約が商人を仲介して行われることにより、取引が円滑化されるとは言え、先渡し契約のもつ硬直性そのものが解決されるわけではない。その問題の解決は、先渡し契約の転売市場として商人間に発達した先物市場制度によって図られることになる。

a表 取引遂行コスト

コスト 局面 コスト 対象	情報処理	空間移動	時間経過
取引主体 (ヒト)	対人情報コスト (紹介斡旋業)	交通費 (旅客業)	時間の機会費用 (代理業)
取引対象 (モノ)	品質の鑑識コスト (鑑定業)	運送コスト (運輸業)	保管コスト (倉庫業)
取引条件 (カネ)	価格交渉コスト (ブローカー業)	集金・送金コスト (為替業)	融資コスト (金融業)

b表 取引遂行に伴う不確実性コスト

コスト 局面 コスト 対象	情報処理	空間移動	時間経過
取引主体 (ヒト)	取引履行保証コスト (信用状発行料, 船荷 ・倉荷証券発行料)	交通傷害保険料	定期生命保険料
取引対象 (モノ)	返品コスト	運送保険料 海上保険料	盗難保険料 動産火災保険料
取引条件 (カネ)	価格契約変更コスト (商品先物市場)	書留料	貸し倒れ保険コスト

(4) 取引コストと商業の分化

商業の役割に基本的にかかわっている取引コストについて様々な形で説明してきたが、ここで取引コストを一般的な形でもう一度分類し整理しておく。取引とは、ヒトとヒトとの間をモノとカネとが交換される過程である。取引コストもヒト、モノ、カネの三つの対象にかかわって発生してくる。

また、取引コストが発生するプロセスを概念的に三つの局面に分けて考えることができる。つまり、契約交渉の局面(情報処理の局面)、空間移動の局面、時間経過の局面である。取引コストが発生する三種の対象(ヒト、モノ、カネ)と三種の局面(情報処理、空間移動、時間経過)とに対応して、計九種のタイプの取引遂行に要する費

用が考えられる。(a表参照)

取引コストを考える際に、さらに重要な点は、取引の契約・実行のプロセスそのものが、不確実な要素からくる危険にさらされているという点である(b表参照)。取引契約の円滑な進行を図るためには、これらの危険損失がなんらかの形で防止されなければならない。専門的な仲介人として信用を得た商人を介して多くの取引が行われるのは、不確実性に対処する上での危険コストが、取引履行の信頼性、品質の保証、妥当な価格改訂といった形でまさにそのパーソナルな信用にもとづいて極小化されるからに他ならない。

商業組織が十分に発達を遂げていない未分化の段階では、これらの取引コストの多くは、商業を営む単一の経営体によって総合的に担われていたはずであるが、商業機能の分化・専門化が進むと、それぞれの取引コストの負担が、独立した専門業務として担われるような場合もでてくる。各欄のカッコ内はその例示である。

適切な取引相手を見い出すうえでの情報コストのみを専門的に処理する紹介斡旋業の場合には、取引契約を実際に行うのは最終的な売り手と買い手であり、斡旋業者が自己の勘定で取引をする(買い取り・転売をする)わけではない。一般に代理業と呼ばれているのは、本来の取引主体(販売主)に代わって、買い手を探し出すのに要する情報コストと時間コストとを負担しているところの手数料商人である。

商人が買い手に信用(支払いの猶予)を供与したときの融資コストは、通常、販売価格に折り込まれているが、手形や売掛金の買い取りを通じて専門的金融業によってその融資が肩代わりされると、融資コストは金利として明示的に料金化する。もちろんこの金利費用は、現金支払いを猶予することによって、買い手に実現可能な取引機会を拡大する便宜を与えたことに対する対価である。

b表の多くは保険業として営まれている。たとえば、取引主体が商談をまとめるために特定の地域(遠隔地や

危険の伴う地域)におもむかねばならないときには、交通費や時間の機会損失がかかってくるのみならず、乗物を利用した空間移動のプロセスで発生する危険損失を保証するために交通傷害保険料が必要となるし、商談をまとめる期間に特定の危険が固有につきまとうときには、その間についてのみ有効な定期生命保険に入る必要が出てくる。モノを輸送したり、保管したりしている最中においても、不確実な要因からくる危険損失を保障する保費費用が必要である。

ただ、取引履行保証コストについては、それをビジネスの対象として専門的に担う商業が存在する。たとえば、支払いを保証する信用状の発行は金融業が、また出荷を確認し、商品の引き取りを保証する船荷証券・倉荷証券の発行は船会社や倉庫業などの物流業が専門的に行っている。

いうまでもないが、商人の融資が手形の買い取りを通じて金融業によって肩代わりされれば、貸し倒れの危険も金融業に転嫁されることになる。それゆえ手形の割引率(金利)には、貸し倒れ危険の保険料も同時に含まれていることになる。

また、返品コストや価格改訂コストの多くは、取引当事者の間(仲介商人との交渉)で処理せざるを得ないがただ商品取引所に上場されている商品については、先物取引を通じて先渡し契約の硬直性から解除されることが可能となっている。価格変動に伴うリスクは先物市場に参加する人々によって担われており、先物市場は価格変動リスクを処理する保険市場として機能している(先物取引については次の(4)を参照されたい)。

もちろん、以上で説明してきた取引コストは、一回限りの取引にまつわるコストにすぎない。商人が継続的に取引を仲介していくためには、仕入れの滞りや一時的な品切れにも対処しうるように、自らの判断で一定程度の在庫を保有しておくなければならない。豊富な品ぞろえがあれば、それだけ顧客の便宜は増し、客足を引きつけ

ることができよう。また在庫が常時備えられていればこそ、不意に訪れる販売機会をもらさずものにする事ができるのである。

しかし、在庫保有には多くの費用がかかる。たとえば、資金を商品在庫としてねかせることに伴う金利費用、倉庫料、品質管理費用などである。とくに価格変動の激しい市況商品や、長時間の保存が効かない生鮮品、あるいは、流行りすたりの激しいファッション商品などについては、その在庫保有に固有な危険負担が発生する。商人はそれぞれ特有な市場の動向に関する自らの情報能力と先見能力とによって、仕入れと販売をすべき商品の種類や数量、あるいはタイミングを調整し、在庫保有に伴う危険を克服しようとする。

取引の円滑な進行を維持するために不可欠な在庫保有の危険負担に、生産者が直接耐えるのは容易ではない。販売のノウハウを備えた多数の商人が、流通在庫として製品の大部分のものを保有するがゆえに、危険の分散と危険の克服とが可能となる。商人が生産物を買って在庫保有の役割を担ってくれることによって、生産者達は特定の生産活動に安心して専心することができる。また商人の仕入れ態度の中に様々な商品の売れ行きや売れすじの情報が示されることになり、生産者の側での生産物の種類や数量の決定に示唆を与えることになる。このように需要の情報は商業を経由して生産者達に伝えられ、在庫リスクを極小化し仲介利益を大きくしようとする商人達の努力や競争を通じて、生産と消費の需給バランスがとられるように促がされるのである。

(5) 卸売価格の形成——価格メカニズムの中核

生産者と消費者とはそれぞれ空間や情報の壁によって隔てられ、分散して生活しているが、商業はその壁をのりこえ、個々の経済活動が全体として合理的に編成されるように凝集力を与える役割を果たしている。分散した生

産者と分散した消費者とを連結するその商業にも、生産者に近接した卸売業と、消費者に近い小売業との分化が見られるし、卸売業自体がさらに産地に近いものと、消費地に近いものとに分化することがある。

小売業は消費者の購入の便宜を図るべく、関連した商品をきめ細かく品ぞろえし、消費者に必要なが生じたそのつど、小口でも購入ができるような態勢を整えている。他方、生産者に近い卸売業は、扱う商品の範囲を専門的に絞り、生産者の便宜に適うよう、ロットの大きい取引を行っている。

価格決定のイニシアティブは、自らの責任で製品を買い取り、在庫保有や販売上のリスクを積極的に担う商人なら誰にでも与えられているが、価格形成全体を見渡してみれば、ロットの大きなまとまった量を継続的に取引し、流通在庫の主要部分を抱える卸売業者間の競争で、相場の実勢が形成されることが多い。その段階に、在庫保有のリスクのみならず、生産と消費に関する末端の情報が集まることになるからである。特定の商品を専門的にかつ大量に扱う卸売商人の間の競争や相互の転売のプロセスの中で、そのときどきの需給状況の変化に関する密度の濃い情報が、口コミや電話注文などを通じて集中的にかつひんばんに交わされることになる。したがって卸売価格や業者間の転売価格のばらつきが修正されるのにそれほどひまはかからない。「問屋仲間相場」と呼ばれるものは、この卸売段階における競争的価格形成の典型例である。

また、商人同士の転売のプロセスで、とくに大口取引の場合、直接の相対売買では売りと買いの出会いがなくなつつけられないことがある。その支障が大きいときには、その出会いをつける役割を担う専業のプロローカーが現れることがある。商人同士の売買希望はプロローカーに集中的に継ぐことによって、折り合いのつけられる価格と数量が容易に見えてできるようになる。プロローカーを介して結ばれた通信網（たとえばテレフォンマーケット）が、いわば集中市場と同様の情報集中機能と均衡価格模索機能を果たすことになる。

また、卸売価格の模索が、明示的に集中市場の形をもって、より組織的に行われることがある。專業の商人達だけが定期的に集まれば事足りるので、集中することに伴うコストはそれほど大きくはない。中央卸売市場や商品取引所がその例である。

鮮魚や青果といった生鮮食料品は、出荷された品ものごとに微妙に品質に差があり、現物を鑑定したうえでないと値段を決められない。生産者から出荷されたものすべてについて現物を眼の前にしてせりで値段を決めていくのが中央卸売市場のシステムである。その市場は、生産者から荷を受け、せりにかけることを委託された卸売会社（荷受人）と、地域の小売商へ転売する目的で品物をせり落し、仕入れを行う仲卸業者（仲買人）とから組織されている。

仲卸業者達は、自らの顧客である小売商達の品ぞろえの特徴、その日の天気や気温、日にち、曜日などを総合的に判断して、小売商達が買いつけにくくであろう品物の種類や量を予想したうえで、早朝のせりに参加し、仕入れを行う。もちろん、質の良いものを高く買いすぎたり、売れそうにないものを沢山仕入れすぎたりすれば、彼らの損失にただちに結びつくので、せり落すときには、その日に出回っている出荷量の多さや個々の品物の品質を十分に見極めなければならない。需要に適合した仕入れを行おうとする仲買人達のせりを通じて、個々の商品の品質、需給関係などにかかわる様々な情報が総合され、卸売価格の中に集約されていくのである。仲買人達は末端の情報を予知するアンテナであると同時に、その情報を価格形成に継ぐ通信回線の役割を果たしている。卸売市場の価格メカニズムの中核は、彼らの情報を察知し、処理するノウハウにあるといってもよい。

一方、取引される商品の規格化・標準化の程度が高く、品質の均質性が保証されているようなものについては現物が手元になくとも取引契約が可能となる。その結果、先渡し契約にもとづく取引が自然に発達する。その先

渡し契約を集中的に組織化したものが商品取引所における先物市場である。

先渡し契約 (forward) は、将来の価格が不確定でかつ不安定な状況のもとで、将来、財を引き渡すという約束のもとに、現在その価格を確定しておく契約である。この契約を生産者やユーザーが卸売段階の商人ととり結ぶことによって、生産者は出荷計画が建てやすくなり、消費するユーザーも調達コストが事前に確定できることになる。だが、単なる先渡し契約のままでは、それが限られた相手との相対取引にすぎないこと、相互の力関係によって価格交渉に公正を期し難いこと、またいったん結んだ取引契約を解除することも容易ではないといった制約がある。それゆえ、取引の出会いをつけるのが容易でなかったり、弱気にすぎた契約を解除してもう一度契約し直すということもむずかしい。

このような制約は、先渡し契約を集中的に組織化した先物取引 (futures) の制度によって解決することができ。先物取引の特徴は、将来に、定められた単位の現物商品の引き渡しを受ける権利そのもの (先渡し契約) を転売し合うところにある。先渡しげんげつの期限 (限月) ごとにその「権利」の価格形成を行い、転売に伴う決済を組織的に集中的に行う場が商品取引所である。

先物取引は、現物の商品を扱う専門的な商人達の延取引のぶから発達したといわれている。⁴⁾ 長い将来の先渡し契約で商品を仕入れた商人は、その商品を手にする前 (未到着) でも、有利な買い手が見つければ、その入手権利を転売してしまう。その転売のプロセスは何人も商人の間を経由することがある。彼らの予想する将来価格はそれぞれ違うであろうし、また転売価格が日々刻々変化するので、転売によって利益を稼ぐ機会がしばしば発生するからである。結局、当の商品は最終的な買い手のところへ直送され、転売した商人達は代金の授受だけに終る。このような取引が多く商人達を通じてひんばんに行われるようになると、一件の転売のプロセスごとに代

金の決済を行うのではなく、このような取引を行う商人達が同一の商品ごとに一堂に会し、先渡し契約の転売をすべて一か所に集中して行うのが便利となる。まず何よりも、売りと買いの出合いがつけやすくなるし、先渡し期間の長さごとに、統一した公正な契約価格を集中的な競売^{ばい}で済みやかに形成することができる。また、売りと買いの取引を併行的に行なった者については、代金の差額だけを取引所を通じて授受すること（差金決済）にすれば、決済の手続はきわめて簡便になるであろう。それに応じ、先に売り契約をしておいて、後に買い戻すような取引にも差金決済を適用することが可能となる。

こうして、商品取引所は、もはや現物商品の取引や受け渡しのためというよりも、将来にまたがる売買契約上の権利を転売しあう場（先物市場）としての存在意義をもつようになる。つまり、商品市場は、将来の不確実な価格変動からくるリスクを回避するための有効な保険市場として、現物取引とは別の独立した機能を果たすようになる。

一般に生産者は、将来時点での値下がり^げが心配であり、ユーザーは値上がり^がが気がかりとなる。それゆえ、前者は相対的に安い値段でも事前に売り契約を結び、後者は高い値段でも買い契約に応じようとするリスク回避の性向をもっている。したがって、危険負担能力（情報能力や資本力）に長けた者には両者のあいだに投機的に介入することによって利益を得る潜在的な機会が存在している。先物市場には、資本力のみならず、情報能力や予見能力を備えた広範な投機的商人が結集してくることに^{なり}、危険回避的な取引希望に対して果敢に買い向かったり、売り向かったりして、リスクプレミアムを獲得しようとする競争が展開される。投機利益はまさに危険負担の利益であり、広範な投機意欲を結集することができてはじめて、リスク・ヘッジも円滑に処理可能となる。

先物市場における投機のもう一つの重要な役割は、時間的な資源配分をすみやかに改善する点にある。たとえ

ば、現物価格が長期的な需給関係から見て低すぎ、近い将来に価格上昇が見込まれると予想する投機家は、先物を安いうちに買って置く。時間が経過するうちにその予想通りになり、買い建てた先物の価格がしだいに上昇してくれば、投機家はそれを転売して値上がり分だけ利益を得る。また、逆に、現在の価格が高すぎ、近い将来に値下がりするような状況にあるとき、それを予想しえた投機家は、先物価格が高いうちにその売り契約をしておく。後になって、その先物が実際に値下がりしてきたときに、投機家は相殺的な買い契約を建て（買い戻しを行い）、先に高い値段で売り契約をしておいたものとの差額だけ利益を獲得する。

前者の投機行為は、結果的に将来価格の値上がり傾向を先物価格の上昇という形で一般に告知することになり、将来時点に至ったときの現物価格の騰貴を抑える働きをする。生産者は現在の出荷を控え、ユーザーは買い急ぐので、現在の安すぎる価格は速やかに修正されるのである。また、逆に、後者の投機取引は、将来の現物価格急落の要因を、先物価格の低下という形であらかじめ広く知らしめることになり、将来時点に至ったときの価格の下落幅を緩めるのに貢献する。早いうちから、現物の在庫所有者は売り急ぎ、ユーザーは買い控えるようになるので、現在の高すぎる現物価格はすみやかに修正される。

このように先物取引は、将来に予想される価格変動につけることによって利益を得る機会を投機家達に提供するが、彼らの発揮する鋭敏な情報能力が、予想されうる環境条件の多様な変化を読み込んだ先物価格を形成させていく。そして、その先物価格に一般の人々が適応的に行動することによって、資源の異時点間の配分がすみやかに改善されていくのである。先物市場には、将来の需給状況に関して専門的商人達が察知した広範な情報が集められ、彼らの高度な情報処理と予見能力を通じて、その情報が先物価格に凝縮され集約されている。先物市場における投機的活動がなければ、一般の生産者やユーザーが価格変動のリスクから免れる方途を見出すのは

容易ではないし、また社会的に見て時間的な資源配分を改善する方法を講じることも難かしい。

二 市場メカニズムの意義

(1) 「市場の失敗」と「理論の失敗」

周知のように標準的な価格理論は、一方で消費する人々の嗜好や欲求度、他方で利用可能な資源量を与えられたものとし、消費者の欲求を充たすべき商品の種類や品質、ならびにそれらを生産する技術を所与としたうえで展開されている。さらに、それらの各商品の生産や取引に参加する人々が、多数存在し、需給の状況や価格に関する情報がすみやかに遍くゆきわたるという仮定を置くときに、「完全競争均衡」の達成が保証されることになる。つまり、社会的に見て最適な資源配分がそこで達成されるのである。

需給状況についての情報がすべてコストなしで入手できるという仮定は結果的に、集中的市場が何ら時間的・空間的摩擦コストも伴わずに開設できるということを仮定するに等しい。あるいは、需給関係にかかわる情報が即座に知られなくとも、それが十分にゆきわたるほどに十分な時間を許容する長期的な調整結果を問題にしようとしているのだと解釈することもできる。しかし、その場合には、もう一つの重要な仮定としてある需給条件（利用可能な資源、生産技術や嗜好）が一定であるという仮定そのものが、時間を延ばすほど維持し難くなるという現実的制約を被ることに注意しておかなければならない。しかも、情報がゆきわたるのに時間がかかることそれ自身がコスト要因の問題としてはね返ってくるはずだという認識が、そもそも伝統的価格理論には欠落している。⁵⁾つまり、ここでも情報を発見したり、それがゆきわたるのに伴うコストの問題が安易に捨象されていることになる。

とりわけ、供給が非弾力的な「一時的」均衡においては、生産物がすべて出荷されたうえで、競りで価格づけが行われる「卸売市場」⁶のようなタイプのものが想定されている。ここでは、限られた供給量に需要量を適合させるうえでの価格調整の機能が、きわめて敏速に作用するものと考えられている。しかし、注意が必要なのは、供給の弾力性を規定する時間の長さを短く制限するということと、需要状況に関する情報がすみやかに入手できるということとは別のことがらだという点である。前者を短くしたからといって、後者が短時間になるという保証はない。あきらかに、情報をすみやかに入手する工夫、つまり集中的市場がそこで仮定されている。

全体の需給状況にかかわる情報の入手に何ら時間やコストを要しないとすれば、当然、商業の存在意義は薄れてくる。この問題にかかわってさらに重要な仮定は、取引されるべき商品の種類や品質を所与としている点である。実際には、取引すべき商品の取引条件の模索のみならず、どのような（種類や質の）商品が所望され、生産可能であるのかということ自体が模索の対象となるはずである。この仮定によって、必要となる情報の範囲そのものが極めて限定されたものになっているとできよう。取引対象となるべき商品の種類や、取引に先立って確認されるべき商品の品質がすべて与えられ、それらの確認にかかわって発生してくるのであろう情報コストが何ら必要とされないというのであれば、商業の役割は雲散霧消してしまうであらう。

情報処理の側面から見て標準的価格理論に特徴的なもう一つの興味深い点は、一般均衡の成立を安易に認める性格にもある。一般均衡は、ある一つの財の取引についてのみならず、あらゆる財の取引に関する需給情報が容易に集中してくるといふ仮定に基づいている。すべての財に集中市場が存在するのみならず、それらの市場自体がすべて相互連関的に円滑に作動するようにさらに集中的に組織されているようなモデルが想定されている。あらゆる財の取引をひとときに集中して行うのであるから、各人について販売価値と支払価値との合計が相殺し合う

ような取引制約をおけば、貨幣を導入する必然性は存在しなくなる。重要なのは各財の間の相対価格（交換比率）のみであり、すべての取引は集中市場の帳場（清算所）における帳簿上の記載のみを通じて決済可能となる。必要なのは記帳上、共通の計算単位としてどれか一つの財を指定することのみである。このようにすべての財の需給の状況が容易に見通せるほどに取引を集中的市場を通じて徹底して組織化することが可能だとすれば貨幣の役割は雲散霧消してしまふ。貨幣の存在意義はひとえに情報の不完全性に依存しているはずなのに、時間的・空間的摩擦を乗り越えるコストをなら伴わずにすべての財の取引を統一的に組織しうるような集中市場を仮構的に想定することによって、情報の完全性が導き出される。それによって貨幣の意義にリアリティが失われるのみならず、決済のシステムを支えている商業の役割が見失われる結果となる。

従来、標準的価格理論では、情報の不完全性や取引コストの存在を「市場の失敗」する要因として採りあげてきた。たしかにそのような要因があるときには、価格理論で純粋な形で定義した「最適状態」の達成は寛束ないであろう。しかし、現実の市場経済は情報が不完全であるにもかかわらず、作動している。否、じつは市場システムは情報が不完全であるからこそ作動しているのである。

すでに前章で明らかになったように、価格メカニズムは商業によって作動せしめられている。商人達は、需給の情報が完全にゆきわたらないような状況の中で、自らの情報能力を駆使して、その状況につけ入ることによって利益を得ようとしている。そのような商人間の競争の中で、様々の財貨の「相場」というものが形成され、多くの人々の眼に明らかになってくる。全体としての需給の状況をはかりかねている多くの人は、当面その相場をたよりに自らの経済活動を営むことになる。

しかし、その相場に社会全体の情報が時期をずらすことなく完全に反映されているかどうかは保証の限りでは

ない。すべての人々が価格情報に機敏に反応しているとは限らないからである。価格情報に機敏に反応するには一定の資質が要求されるであろうし、そもそも情報の伝播には時間的・空間的摩擦を乗り越えなければならぬという制約がある。商業が活躍する余地もまさにここにある。商人達は情報の不完全性につけ入って生きている。しかしまた、その利益を自由に追求することを社会的に許容することによって、財の配分と価格形成が適正化する方向に向かうのである。適正化の度合いは、商人達の情報能力と競争的な活気に依存している。

経済的な意味をもつ情報は社会のすみずみに潜在しており、その情報を各人は自らにかかわりのある範囲でしか保有していない。そのように分散した情報を、しかもその伝播に摩擦の伴う多様な情報を、価格という人々の眼に触れやすい客観的情報の形に集約するのが市場システムである。このシステムは一つの社会情報システムに違いはないのだが、その情報を集約させる凝集力がなければ、円滑に作動しない。分散した情報を有効に利用することによって利を得る機会が与えられることによってはじめ、多様な情報は価格に反映されるようになり、価格形成は効率的に適正化する。生産者と消費者とがそれぞれ多数いさえすれば価格メカニズムが自動的に円滑に作動するわけではない。需給状況にかかわる情報を価格形成のプロセスに意図的に仲介する主体が存在してはじめて価格メカニズムは作動するのである。

情報の不完全性や摩擦コストによって市場システムが「失敗」するわけでは決してない。情報の完全性を仮定して展開される理想的な「価格理論」が破綻するにすぎない。情報の不完全性が存在するにもかかわらず、市場経済は現に作動している。「市場が失敗する」のではなく、「理論が失敗する」というのが事態の真相である。

(2) 不確実性と企業家機能

この問題が、もっとも先鋭な形で現れてくるのが、「将来財市場の欠如」という名の「市場の失敗」である。一般的な財について将来財市場は存在しない。存在するとしても、将来の事態にかかわるかぎられた危険をカバーするための保険市場でしかない。将来財市場が存在しないとすれば、あとは予想価格にもとづいて行動するほかはない。しかしその予想価格は不確実なものでしかないので、誤算がつねにつきまとう。投資が過大となったり過少となったりするので資源が浪費される可能性が強い。つまり「市場は失敗する」というわけである。しかし、将来財市場が存在しないことを「市場の失敗」として片づけてしまうことは安易にすぎる。現在の市場経済は、将来を見越した生産活動をその重要部分として包摂しながらも作動しているからである。ここでも「失敗」しているのは、特殊な形で純化された価格理論の方なのであり、市場システムそのものではない。「失敗」とはいっても不確実性が存在しない特殊な理論によって説明される「最適な状態」が達成されないというにすぎない。各財について将来財市場が存在しないとしても、将来財の需給に関しては、別の形で市場システムが機能している。この問題を明確にするためには、商人が市場経済を組織するうえで重要な役割を果す段階からさらに経済が進展し、商人の機能が企業家機能へ転換していくプロセスを認識しておく必要がある。つまり、財の移転（空間的仲介）をその主要な任務とした商人からさらに発展して、資源の加工・転換（時間的仲介）をその主要な任務とする企業家を輩出すべく市場経済は発展してきたという点である。

(3) 不確実性と事業機会

自分の置かれた自然環境や伝統的に受け継いだ技術を生かしながら、必要な資財を自ら手当てし、近隣の人々の日々の必要を充たすべく何らかの消費財を各々が供給しているような経済（農業や手工業を中心とした経済）

では、生産者が意図的に大きな利益をつかむ機会は限られている。手がけられる生産物の種類も、戦略を展開するに可能な時間的視野も限定されている。技術が慣行的なものにとどまり、生産量の調整が自然環境の変化に大きく左右されるとしたら、もはや積極的な意味での戦略性は、生産活動に入り込む余地がない。

生産的資源の利用法や移動性が限られている社会では、生産活動は生業の域を出ることはできず、むしろ経済的利益を戦略的に獲得する機会は、空間的移動性をその本性とする商業に握られることになる。商人は情報能力と物流能力を武器に、隔てられた地域間の多様な財貨の交換取引を仲介することにより、売買価格の差額から戦略的に利益を得ることができるといえる。その取引の実現によって商人自身も大きな利益を稼ぐであろうが、商人の仲介機能を利用する人々も生産者余剰や消費者余剰を獲得することができる。

経済活動を、単に日々の糧を得るための慣習的な営みから、戦略的に利益を獲得するための企業活動へと脱皮させた最初の経済主体は商人であったと言えよう。企業家的活動の原型は商業にあった。また、潜在的な取引機会の実現の方途を効率的かつ安定的に講じてくれる商業があつてはじめて、人々は自らの与えられた自然環境と技術の特性に安心して身を委ね、分業の利益を享受できたのである。商業によって社会的分業の体系は、合理的に編成され組織化された。

ところで、生産活動がその多くを自然や慣行に拘束された生業の段階を脱皮し、大量生産や大量の資源移動によって特徴づけられるような近代の経済に移行すると、戦略的な事業経営の機会は大幅に拡大する。それは二つの市場の形成に関連して生じてくる。一つは、原材料や機械設備などへの生産特化、つまり垂直的分業の深化過程で出現してきた生産財市場の形成であり、もう一つは、工場や会社組織といった生産単位の中での分業体制、つまり、自由な協業の編成の中で現われた生産要素市場（労働市場や資本市場）の広範な形成である。

それまで生産とは、自分で調達可能な限られた資源（自分のまわりの自然的資源と自分の労働）を用いて、そのときに必要とされる決められた財貨をつくるという行為にすぎなかったのであるが、生産活動をとりまくあらたな市場環境のもとでは、モノをつくるための資源そのものが取引の対象となり、かなり将来の時点にまでわたって販売すべき製品を生み出すために、それらの資源を編成し稼働させるということが、生産活動の重要な内容となる。つまり生産活動そのものが、現在のインプットと将来のアウトプットとのあいだに仲介利益（利潤）を見出そうとする「商業的行為」の対象として位置づけられるようになる。戦略的な事業機会は、完成された消費財の流通取引に介入することにおいてのみならず、生の資源が製品へ加工され完成されるまでのプロセスに介入することにおいても発生する。

とくに、大量生産技術の開発によって生産過程そのものが自然的制約を直接受ける要因は小さくなるであろうし、生産的資源の移動が活発化し、その編成が自由に行えるようになると、資源をどのように編成し組織するかによって引き出しうる資源の能力も可変的な性格を帯びてくる。また、多様な生産的資源と可能な製品群との相対的な価格比の中から仲介機会を見出し利益を実現していく洞察力や仲介能力は、企業家によって千差万別である。ニーズに適合する製品が何であるかという判断そのものが、企業家の創意に依存した問題となる。こうなる純粋な「価格理論」の諸前提のほとんどが崩れ去ってしまうだろう。

(4) 予見能力の結集

このような市場環境の中で、潜在的な事業機会を実現していくためには、生産技術のみならず、需給の動向にかかわる時間的視野の広い情報能力（長期的な予見能力）がいっそう厳しく要求されるようになる。この要求に

応えようとするのが企業家に他ならない。企業家達はすべて将来財の市場を目ざしてその成功を競い合っているといえる。市場経済とは究極のところ、この企業家達の予見能力を結集するシステムに他ならない。将来が不確実であるから市場が失敗するのではない。将来が不確実であるからこそ、その予見能力に依りて利益を獲得する機会が開かれるのであり、その利益を自由に追求する行為が許容されるからこそ、秀れた予見能力を結集できるのである。市場経済の強みはまさにこの将来の不確実性という状況の中でこそ発揮される。

予見能力に乏しい企業家達は、このシステムのもとでは事後的に敗退するという形で淘汰されることになるが、企業家達の予見能力を事前にチェックする市場システムがないわけではない。市場経済システムの中で、将来財市場の需給調整に最も深くかかわっているのが貯蓄・投資市場、つまり資本市場である。貯蓄はいわば将来財需要に対応するマクロ的変数であり、投資は将来財の供給能力を示すマクロ変数である。しかし毎期の貯蓄額の大きさから将来財需要の具体的な姿が明らかになるわけではない。貯蓄そのものが主観的には将来の不確実な支出に備えるという極めてあいまいなものでしかない。しかしそれにもかかわらず企業家達は将来の需要を予想し、投資を決断する。その判断を事前的にチェックする一つの変数は利子率である。しかし単なる一般的利子率の水準というのみでは、マクロ的な投資水準を規制するということはできても、個別の企業家の先見力をチェックしているわけではない。その役割を果しているのは、金融市場におけるチェック、つまり銀行による個別企業の貸付審査であり、特定企業の発行する債券の格付けであり、特定企業の増資時の株価である。自らの製品に対する将来の需要を見こした投資活動が、どれだけ社会的評価に耐えうるほど「客観的正当性」をもちうるかは、このように金融市場での資金調達の際の企業（家）の評価を通じてなされている。

もちろんその評価がつねに正しいわけではない。高い株価が、経営者の誤った投資方針のために暴落すること

があるし、高い成長性を秘めた小企業への融資を銀行が滞らせたために、その成長の芽がつみとられることもある。明らかにこれらは「市場の失敗」という性格をもっている。しかし、こういった事態が発生する可能性があるからといって市場システムそのものがそのまま崩壊するわけではない。将来が不確定で誤りの可能性に充ちているから市場が失敗するのではない。むしろ不確定であるからこそ、より正しく予見することに利益が伴うのであり、だからこそ情報能力や予見能力に磨きをかけようと資本供給主体（株主や金融機関という名の企業家達）は努力するのである。資本市場は製造業者達の予見能力にもとづく将来財市場の需給調整の健全性を側面からチェックする市場システム（資本供給者達の競争の場）としての役割を果している。

製造業を営む企業家は、現在の生産的資源（労働や資本財）のインプットを将来の消費財のアウトプットへ専門的に仲介する「商人」であるといえるが、銀行などの金融機関は、貯蓄主体から企業へ資金を専門的に仲介する「商人」であるといえよう。一般の財貨を取り扱う商人が、財貨の品質のみならず、顧客についてのパーソナルな情報を保有してはじめて、取引が円滑に進行するように、製造業者たる「商人」も、設備や労働者の潜在能力を見極め、それをニーズに適った製品に転換する仲介能力をもたなければ、生産要素市場と製品市場との適切な連係は期待できない。そしてそれと同じように、貯蓄資金の「仲介商人」たる銀行も、調達した資金の性格に応じて融資先を適切に審査する能力をもたなければ、貯蓄・投資の健全な循環は阻害されてしまう。

このように、市場経済のどの部分をとりあげても、取引や価格形成が何らの仲介努力を要さずに行われるという純粋な「価格理論」が直接適用できるような局面は存在しない。情報の不完全性はあらゆるところで「価格理論の失敗」を待ち受けている。しかしながら、それにもかかわらず、市場経済が作動しているのは、不確実性をのりこえる役割を引受ける経済主体が存在しているからに他ならない。それが商人であり、企業家であり、

銀行家である。否むしろ、不確実性が存在するからこそ、それを乗り越えることに利益の機会が伴うのである。市場メカニズムとは、不確実性を処理する能力を結集するために、その不確実性につけ入ることによって利益を得る行為を自由に許容するシステムに他ならない。

市場制度があれば、最適な資源配分の達成が自ずと保証されるのではない。それは「価格理論」で想定する純然たる「価格調整」が何らの摩擦コストも伴わずすみやかにゆき尽すという仮定のもとでの虚構である。資源の有効な配分や利用が、市場メカニズムを支える商人や企業家たちの創意や活気に依存しているというにすぎないのである。

三 一つのインプリケーション

本論文の公共的規制にかかわるインプリケーションについて簡単にふれておきたい。

本論文で強調したことは、情報の不完全な状況の中で市場メカニズムを作動させるためには、財やサービスの取引を意図的に仲介する主体がどうしても必要となるという点であった。それが商人であり、企業家であり、金融機関であった。これらの主体は、自らの潜在的顧客層（最終的取引希望者）に関する情報を蓄積し、同時に全体の需給関係を将来にまで見通す能力にも長けている。その情報能力があるがゆえに取引の円滑な進行が促がされ、仲介する商品の適切な価格づけも可能となる。

もちろん、情報の不確実な中でその情報能力を生かすところに仲介人の機能があるのであるからには、多くの人々の無知につけ込んで暴利をむさぼることも一方の可能性としてある。

これらの仲介人を通じた取引が、消費者余剰や生産者余剰の増大につながることを保証するためには、確かに

仲介人達の間の競争が十分に行われなくてはならないのはいうまでもない。しかし重要なのは数の多さばかりではない。数がどこまで多ければ、競争性が確保されるのかは、理論的には決められない。しかも、価格の公正さを仲介人の数の多さによって保証できるのは、取引される商品の同質性が確保されている場合に限られる。

取引される商品の品質が十分に保証されていないような状況下では、むしろ顔の定まらない不特定多数の人々と取引を行うことは危険である。取引の有利性は、少々の価格の安さよりも、品質がつねに保証されていることによってもたらされることが多い。となると取引の公正さを保証するものは、むしろ仲介人の過去から現在に至るまでの取引実績を踏まえた信用であり、将来も良好な顧客関係（信頼関係）を維持することを迫る社会関係の永続性であろう。仲介人となりうるのは、社会的に信用を勝ち得た者であり、今後もそうであり続けるであろうと期待される者に限定されるはずである。

しかし、それにもかかわらずもしそのような社会関係（地域に根を下ろし、長年商売を続けるといったような人間関係の定着性）が切れたところに、仲介人が現れてくる場合には、自然発生的な信頼関係の形成にもとづく円滑な取引の進行は期待しがたくなる。なんらかのトラブルが発生してくる可能性が強い。政府の規制が必要となるのは、このように自然発生的な社会的信頼関係が形成されることが期待しえないときである。

このような場合、政府が仲介人としての資格や責任を明確に規定し、取引にかかわる明示的なルールを定める必要がある。さもなくば、トラブルの多発によって、社会的に意義のある取引そのものが衰退してしまう恐れがあるだろう。

もう一つ中間的なケースとして考えられることは、取引する参加者を一般の（末端の）生産者や消費者まで含めず、仲介取引をしている業者の間でだけ行うように参加者を自主的に限定する場合である。このような市場

は現実にも多数存在する。短期金融市場、外国為替市場に見られるようなインターバンク市場、生鮮食品の卸売段階での中央卸売市場、商品取引の分野でのLME（ロンドン金属取引所）などがそうである。そこではお互いに取引を継続的に行い相互に信頼が保てるからこそ、取引秩序が自ずと維持できることになる。

しかし、もし取扱い高をさらに増加させるために市場参加者の枠を広げたいと思うときには、自主的な規制では無理がある。不特定多数の顧客まで含めて取引を行わしめるためには、明示的なルールを確立しておく必要がある。トラブルの処理システムが客観的な形で法制化されてはじめて、一般の人々も参加する誘因が生まれてくるはずである。アメリカにおいて先物取引が広範な顧客層を背景にして発展しているのは、CFTC（商品先物取引委員会）による厳しい監視のもとで明示的なルールが維持されているということがその重要な基盤となっている。この点はとくにLMEと対照的である。

以上で示唆したように、公正な取引秩序を保障する上で、取引主体間の社会関係の時間的継続性から必然的に要請される信用の形成が重要なものとして浮かびあがる。必ずしも取引主体の数の多さが重要となるわけではない。むしろ、数の多さは不特定多数の人々の間の取引としてあらわれるのが現実的であり、その場合には取引主体間の信用の欠落を補うべく取引の明示的なルールの設定と厳格な監視が公的な立場から要請されることになる。

* 本論文の趣旨の一部は、すでに「経済セミナー」一九八〇年一二月号に発表している。本論文における全体の論脈を明確にするために一部ここでも再述べたことをあらかじめ御了解いただきたい。

(1) 定期市の起源は宗教的祭事であったといわれている。要するに人と財とが集まるところには必然的に交換機会にかかわる情報が集まってくる。はじめは、宗教的行事のために人が集まり、祭事の供物のために財がもち寄せられたのであるがそれが交易のための恰好の機会を提供することになる。市（交換取引の場）の機能が祭事の機能から自立し、経済的な目的のために市が開かれるようになったとしても不思議ではない。次を参照のこと、Hicks, J., *A Theory of Econo*

mic History, 1969, pp. 26-27 (新保博訳『経済史の理論』昭和四五年、p. 45)

- (2) Jevons, W. S., *Money and the Mechanism of Exchange*, 1875, p. 3.
- (3) 市場メカニズムを作用させるうえでの商業機能の重要性の指摘を筆者が最初に行ったのは、「シュンプターの資本主義観」専修大学社会科学研究所月報 No. 171. (一九七七年一月号)においてであった。そこでは次のような表現を用いた。「市場経済」については、従来、資源の効率的配分をもたらす資本主義に固有な社会的機構として捉えられ、それを内生化していない計画経済は必然的に、非効率な体制にならざるを得ない、と言われてきた。しかし、筆者自身の考えによれば、資本主義における市場は最終需要者とメーカーとの間に抽象的にタダで存在しているわけではなく、具体的には「商業」というサービスマン産業の形で受肉している。いってみれば、市場経済は商業部門抜きでは存在しないものであり、市場を機能させるためにそれだけのコストをかけているのである。完全情報(確実性)を前提にした経済モデルに引きつけて資本主義を解釈し、短絡的に社会主義との比較を行うことは許されない。」(p. 2).
- (4) 以下の先物取引にかかわる叙述は、木原大輔『商品取引所と先物取引』昭和六〇年に負うところが大きい。
- (5) Stigler, G. J., *The Economics of Information*, *The Journal of Political Economy*, June 1961. はその稀な例外の一つである。
- (6) 生鮮食品の卸売段階で競り形式の集中的市場が組織されているのは日本独特の制度だと言われている。秋谷重男『中央卸売市場』昭和五六年参照。