



企業目標と目標価格の決定：
マーク・アップと投資(II)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-08-25 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 岡本, 武之 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/00001724

企業目標と目標価格の決定

—マーク・アップと投資（Ⅱ）

岡 本 武 之

われわれは、前稿「マーク・アップと投資⁽¹⁾」において、固定価格市場を形成する寡占産業の巨大法人ないしプライス・リーダーのマーク・アップ価格政策についてポスト・ケインジアン⁽¹⁾の価格理論を批判し、そして、生産物価格の決定については、基本的には、マーク・アップを当該生産物の生産のために実施された投資の内部収益率によって与えられる目標資本収益率に依存させるべきである、という結論を与えた。いうまでもなく、われわれの主張の基礎には、「利潤追求は依然として寡占企業の指導的原則である。」という認識がある。しかし、そこでは、われわれはその意味について十分に議論する余裕がなかった。そこで、われわれは、本稿においても前稿にひきつづき、寡占企業の行動に関する諸問題を取上げるが、本稿では、特に現代の巨大企業の目標と企業利潤との関係について検討を加えようと思う。そして、寡占企業にとって何故に投資に対する目標収益率を達成するための価格政策が重要であるのか、という点について明らかにしたいと思う。

1. 企業の二つの目的と社会的存在としての意義

我が国商法の規定から明らかなように、そもそも会社とは、合名会社、合資会社、株式会社のいずれの形態の会社であっても営利を目的としている。しかも、同時に、いずれの会社も、その定款において、第一に目的を記載することを義務づけられている。いうまでもなく、定款における絶対的記載事項としての会社の目的は会社本来の目的たる営利目的ではない。それは会社の商行為の

(1) 岡本武之 (23)。

対象，すなわち事業目的である。それ故，簡潔に言えば，会社とは営利を固有の目的とする特定の事業目的をもって設立された法人である。

ところで，資本主義経済の成立は経済主体の家計と企業とへの分化によって特徴づけられている。経済学的に言えば，家計は消費主体であり，企業は生産主体である。そして，企業の生産活動とは，単に社会の人々の欲求充足手段となる財および用役の創出のみならず，それらの時間的・空間的移送をも意味している。いうまでもなく，今日では，かかる生産主体としての企業の大部分は株式会社の形態において社会的に存在しているのである。

それ故，会社の事業目的とはそれらの生産活動の具体的な内容を示すものでなければならない。しかし，それが「会社の」事業目的であるということは，財および用役の生産が商品生産として行われるということの意味しているのである。会社の財および用役の生産はそれらを販売するために行われる。しかしながら，会社にとって商品生産は決して利潤獲得のための手段ではない。商品生産それ自身が会社の目的なのである。そして，その商品生産は販売を通して会社に利潤をもたらすかぎり事業として継続されるのである。したがって，われわれは，会社の事業目的にこそ会社の社会的存在の意義があるといわなければならない。すなわち，希少性の支配する世界における，社会の人々の欲求充足手段となる財および用役の供給者であることによって，営利法人としての存在が社会的に正当化され，かつその存在に社会的意義が認められるのである。

かくして，われわれは次のごとくいうことができる。すなわち，企業の目的には営利目的と事業目的の二つがある。そして，営利目的を達成するということは私的な立場における企業存続の条件であり，他方，事業目的を達成するということは社会的な立場における企業存在の条件である。換言すれば，営利という主観的な事業主体の意図と，商品生産による社会的必要に対する貢献という客観的な事業主体の意図とが，両立してはじめて企業の存在は社会的合理性をもちうるのである。したがって，営利を企業本来の目的とし，商品生産をその営利目的を達成するための手段とする考え方は企業の本質を歪曲するものである。

2. 生産の機械主義による企業の巨大化と市場の寡占化

ケインズは、既に1923年に『貨幣改革論』⁽²⁾において、資産家階級が投資家と企業家に分化した事実に注目していた。19世紀の間に成長した株式会社は、株主として「所有するけれども管理しない」投資家階級と「所有しないが管理する」企業家階級を作り出した。しかも、これら二つの社会階級は利害を異にしている。例えば、インフレーションは債務者である企業家にとっては有利であるが、債権者である投資家にとっては不利である。ケインズは、個人主義的資本主義経済が「所有と経営の分離」という新しい段階に達し、財蓄を個々の無機能資本家にゆだね、生産を個々の経営管理者の手にゆだねることになった事実に注目し、この両社会階級間の均衡を攪乱する貨幣価値変動の社会的影響を問題にしたのである。

われわれが注目するのは、その後の株式会社の成長が、ケインズ時代のそれとは比較にならない程の、企業規模の巨大化と市場の寡占化をもたらしているという事実である。それは、「所有と経営の分離」の基礎の上に、両社会階級の相対的地位において企業家階級の圧倒的優位をもたらし、また、かつては社会の主要な貯蓄主体であった投資家階級に対して、企業家階級の経営管理する企業自身が内部留保利潤をもって社会の主要な貯蓄主体を形成するに至っている。このような変化をもたらしたものは一体何であったのだろうか、そこにはいろいろな理由が考えられるであろう。

しかし、われわれには、その最大の原因は生産の機械主義にあったと考えられる。すなわち、企業が生産過程へ機械的技術を導入したことによって、企業自身のみならず企業を取巻く環境の変化をも引き起こしたと考えることができるのである。

第1に、企業の機械的技術の導入は商品生産を合理的・能率的に逐行するための手段であったが、それによって規格化された商品の大量生産がもたらされ、企業にとっての市場を相対的に狭隘化させ、また、市場をして多数の企業を収容する能力を失わしめた。また、その結果、規格化され、大量生産される

(2) Keynes, J.M., (13) Chap. 1を参照せよ。

商品の販売戦略として、広告・宣伝活動と価格政策の重要性が増大した。

第2に、機械的技術への依存は、競争上、科学・技術の進歩に伴い絶えず機械的技術の高度化と大規模化に迫られる。その結果、企業内に巨大な資本の固定化と、更に、耐久性をもったその巨大資本との補完関係において、大規模な雇用の固定化とがもたらされた。また、その結果、企業の総生産費に占める固定費の割合は増大し、そして、最適操業水準（すなわち極小総平均費用産出水準）が上昇した。

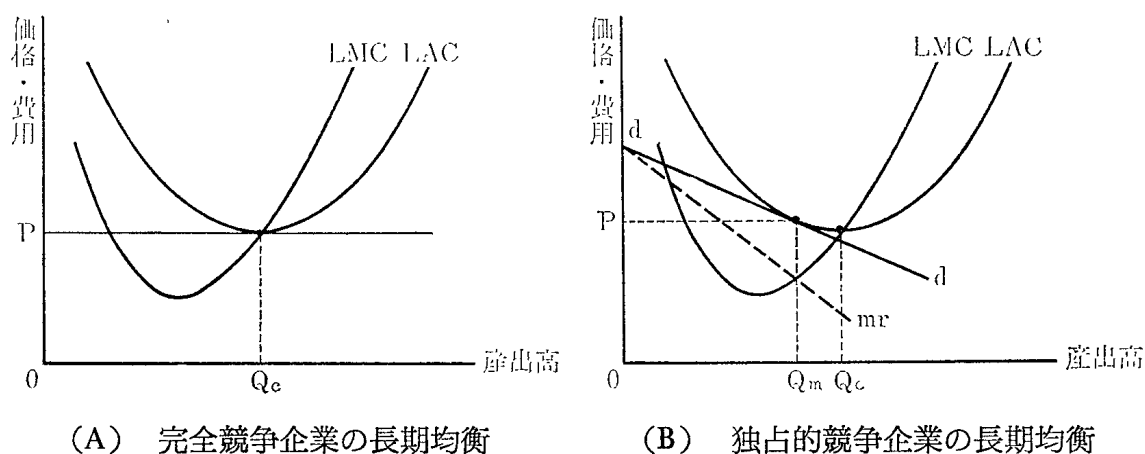
第3に、機械的技術への依存のために、企業は技術的改良や新商品のための研究開発投資が経常的に必要となり、また、競争上の理由から、耐用年数の経過後に置換投資を行うというよりも、耐用年数の経過以前に新投資を行う必要に迫られる。その結果、経営管理者には巨額の投資に必要な資金調達能力と財務上の安全に対する配慮とが要請されるようになった。また、その結果、必要投資資金を内部金融する傾向が強まり、企業の経常利益は、株主への配当として企業外に流出させるよりも、できるかぎり企業内部に留保されるようになった。

このように、企業自身および企業を取巻く環境の変化が現実が生じているにもかかわらず、新古典派経済学者によって支持されてきた伝統的な企業理論では、常に利潤極大化が企業の目標であり、財および用役の生産は、その水準の決定によって利潤極大化目標を達成するための手段にすぎないのである。果たして巨大化し、寡占化した企業にとって利潤極大化は合理的な目標でありうるのだろうか。

3. 利潤極大化目標の特殊性(1)——資源利用の効率性について

企業が希少性の支配する世界に生産主体として存在するということは企業が社会的責任を負うべき存在であるということの意味している。そこで、まず、希少資源の効率的利用という観点から、企業の利潤極大化目標が社会的合理性をもちうるものかどうかを明らかにしておこう。

結論から言えば、利潤極大化が社会的合理性をもった企業目標でありうるのは完全競争企業の場合に限られるのであって、独占的競争企業には妥当しな



第 1 図

い。その理由は、第 1 図のごときほかならぬ新古典派の経済学者達によって説明されてきた完全競争企業と独占的競争企業の長期均衡点を比較すれば、自ずから明らかになるであろう。⁽³⁾(第 1 図における LAC は長期平均費用、 LMC は長期限界費用、 mr は限界収入である。)

まず、完全競争企業は、価格支配力をもたず、市場で成立する価格 P のもとで利潤極大化を達成するためにただ産出量 Q を決定するだけである。そして、長期的には、参入・退去の自由な市場において、同質商品を生産する零細多数の企業間の競争を通して、極小平均総費用産出水準（すなわち第 1 図 (A) の $Q_c =$ 社会的最適操業水準）での操業状態に導かれ、そこで均衡する。したがって、完全競争企業の利潤極大化行動は過剰能力を生まず、資源の最大限効率的な利用をもたらしうことができると期待される。しかし、これに反して、商品の異質化を企て、そして、価格支配力を持つに至った独占的競争企業の場合は、個々の企業が直面する個別的需要曲線 dd が右下がりとなるため、長期均衡状態（すなわち第 1 図 (B) の $Q_m =$ 代表的企業の長期均衡産出水準）においても、極小平均総費用産出水準を達成することができない。したがって、独占的競争企業の利潤極大化行動は過剰能力を生み、資源の最大限効率的な利用を導くものではないのである。

ところで、われわれが日常生活において利用している財および用役の中で完全競争企業によって供給されていると考えられる商品は果たしてどれくらいあるのだろうか。厳密に言えば、経済学上の完全競争市場では、競売人の積み上げ

(3) Chamberlin, E.H., (3) Chap. 5, Ferguson, C.E., (6) Chap. 11を参照せよ。

る価格を公示価格として供給者と需要者が希望する取引量を競売人に申し出で、競売人がその供給量と需要量とを集計して、両者が一致しなければ一致するまで同じ手続きが繰り返され、両者が、一致した時の公示価格を均衡価格と呼んで、この均衡価格で取引を行わせることになっている。⁽⁴⁾しかし、われわれが日常利用する商品についてのこのような競売市場などというのは聞いたことがないのである。つまり、新古典派経済学者が証明してみせた利潤極大化目標の社会的合理性はこのように非現実的な完全競争企業についてだけしか妥当しないのである。一般的に、利潤極大化は、効用極大化とともに、主体的行動の合理性と結びつけて論ぜられてきた。その合理性とは、目的・手段の関係において、一定の手段をもって目的達成を最大化するか、あるいは一定の目的を達成するために手段を最小化する、という意味における効率性と暗に一体化したものであった。しかし、「効率的な行動は利潤極大化行動を必要としない。事業会社は利潤を極大化することを求めなくても効率的であるかもしれない。」⁽⁵⁾ということもできるのである。

4. 利潤極大化目標の特殊性 (2)——目標の確実性について

次に、利潤極大化が企業にとって合理的な目標であるのかどうかということとは別にしても、企業の行動原理として利潤極大化は確かな目標であるのかどうかという問題がある。この点についても、完全競争企業の場合には極大化の目標に何らの不確実性もないということが出来る。何故ならば、完全競争市場においては、零細多数のすべての企業がプライス・テーカーであり、同質商品を生産し、参入・退去が自由で、市場の情報に関して完全な知識をもっているから、市場に参加しているすべての企業にとって（競売人によって示される）市場価格は同一のものであり、1企業の利潤極大化行動が他企業の直面するその市場価格（あるいは需要曲線）に影響を与えることはなく、したがって、他企業の行動によって影響されることなく、その市場価格のもとですべての企業が同時に利潤極大化行動をとることができるからである。

(4) Ferguson, C.E., (6) p. 223 (木村憲二訳, 246頁)を参照せよ。

(5) Papandreou, A.G., (18) p. 206.

また、1 独占的競争企業あるいは1 寡占企業だけを考察の対象とし、当該企業に対する需要曲線が独立的に与えられていると仮定できる場合にも、したがって独占企業の場合も、利潤極大化の目標は当該企業にとって何らの不確実性をも含まない。すなわち、企業自身の所有する情報に基づいて $MR=MC$ となる水準に産出量を決定しさえすればよいのである。

しかしながら、不完全競争市場あるいは独占的競争市場において、市場に参加するすべての企業が同時に利潤極大化行動をとると仮定する場合は（またそう仮定しなければ一般的な目標として無意味であるが）その目標に不確実性が入り込むのである。すなわち、同一ないし類似の相互に代替性の強い生産物を生産している企業間には互いにライバル関係があるから、1 企業の行動は他企業の対抗的反応を引き起こし、市場全体としての需要曲線が与えられている場合でも、自己の生産物に対する個別的需要曲線を予想することが極めて困難になるのである。

例えば、同質的な生産物を供給する企業1 と企業2 からなるクールノー的複占市場を考えてみよう。⁽⁶⁾ それぞれの産出量 Q_1 と Q_2 ($Q=Q_1+Q_2$) は同じ価格 P で供給される。市場の需要関数を次のごとく仮定し、

$$P=a-bQ=a-b(Q_1+Q_2), \quad a>0, \quad b>0 \quad (1)$$

そして、それぞれの企業の生産費 C_1 と C_2 をすべて固定費からなると仮定すれば、それぞれの利潤 Π_1 と Π_2 は次のごとく表わせるから、

$$\Pi_1=aQ_1-bQ_1^2-bQ_1 Q_2-C_1 \quad (2)$$

$$\Pi_2=aQ_2-bQ_2^2-bQ_1 Q_2-C_2 \quad (3)$$

それぞれの利潤極大化の条件は次のごとく与えられる。

$$\frac{d\Pi_1}{dQ_1}=a-2bQ_1-bQ_2-bQ_1 \frac{dQ_2}{dQ_1}=0 \quad (4)$$

$$\frac{d\Pi_2}{dQ_2}=a-bQ_1-2bQ_2-bQ_2 \frac{dQ_1}{dQ_2}=0 \quad (5)$$

ここで、導関数 dQ_2/dQ_1 と dQ_1/dQ_2 は、推測的变化 *conjectural variation* と呼ばれるもので、⁽⁷⁾ 一方の企業の生産量の変化に対しライバル企業がどれだ

(6) Chamberlin, E.H., (3) pp. 221-3, Ferguson, C.E., (6) pp. 331-3 (木村憲二訳, 367-70頁) を参照せよ。

(7) Fellner, W., (5) pp. 71-7を参照せよ。

け生産量を変化させるかについてのそれぞれの企業の推測を示すものといえる。クールノーはこれらをゼロ、すなわちそれぞれの企業はライバル企業の生産量を所与と想定して自己の利潤極大化産出量を決定すると仮定した。こうして得られるそれぞれの企業の反応関数は次のごとくなる。

$$Q_1 = \frac{1}{2} \left(\frac{a}{b} - Q_2 \right) \quad (6)$$

$$Q_2 = \frac{1}{2} \left(\frac{a}{b} - Q_1 \right) \quad (7)$$

この(6), (7) 2式を解いて得られる $Q_1 = Q_2 = a/3b$ がそれぞれの企業の均衡産出量であり、これを(1)式に代入して得られる $P = a/3$ が均衡価格である。

このようなクールノー的複占モデルに対して、これまでは、クールノーが推測的变化をゼロと仮定したことに対して批判が向けられてきた。確かに、いずれの企業者も、自己の利潤極大化産出量の決定に対抗してライバル企業の生産量が繰り返し変更されるのを見ているにもかかわらず、決してライバル企業は生産量を変更しないであろうと信じているというのは愚直な仮定といえる。しかし、問題の重要性はむしろ利潤極大化目標の不確実性にこそ見出だされなければならないといえるのである。というのは、利潤目標そのものが、(2), (3)の2式に見られるように、ライバル企業の生産量に依存していて確定的ではないからである。サイモンの言葉を借りるならば、「企業間に不完全競争が行われている場合には、極大化は曖昧な目標である。というのは、1つの企業にとってどの行動が最適であるかは、他の企業の行動の如何に依存しているからである。」⁽⁸⁾そして、「最も困難な問題はつぎのところにある。合理性は、一人の行為者がその敵対者を出し抜くこと、しかし敵対者によって出し抜かれないこと、を要求する。これは、もしすべての行為者にたいして適用されるならば、明らかに両立不可能な要求である。」⁽⁹⁾このような問題は、上記のような数量政策モデルを価格政策モデルに転換しても、企業相互間に利害の衝突があるかぎり、換言すれば、協調的寡占を仮定して独占モデルと同じものにしないかぎり取り除くことができないのである。しかも、これは、市場全体としての需

(8) Simon, H.A., (19) p. 10 (神戸大学経済理論研究会誌, 17頁)。

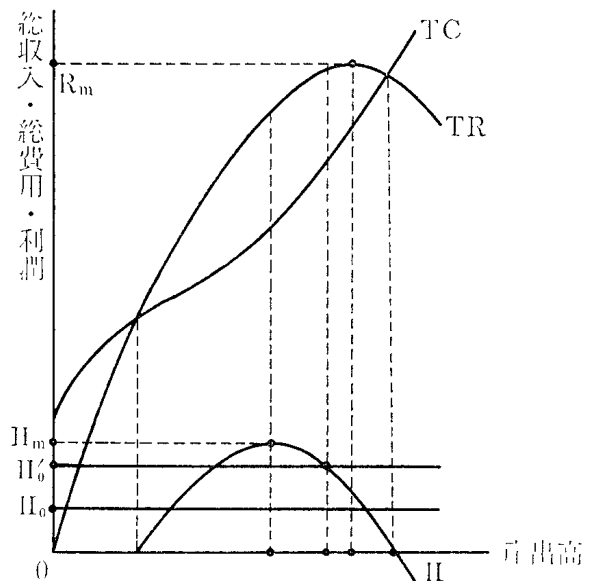
(9) Simon, H.A., (19) p. 13 (神戸大学経済理論研究会誌, 22頁)。

要曲線が確かな情報として与えられている場合でさえ生ずる問題であって、もし市場の需要曲線をも推測しなければならないとすれば、利潤極大化という目標は一層不確実なものになるのである。

5. 利潤極大化目標の特殊性 (3)——評価基準について

新古典派経済学者は利潤極大化は企業の合理的な目標であるという。しかしながら、目標の主體的合理性はいうまでもなく評価基準に依存している⁽¹⁰⁾。すなわち、利潤極大化行動の合理性は、われわれが利潤を唯一の評価基準に選んだときに、またその時に限って、承認することができるのである。したがって企業が営利のみを目的とし、生産活動をその目的を達成するための手段とするならば、生産量を利潤極大化産出水準に決定するということは企業の立場からいって合理的な行動といえる。

しかしながら、近年の多くの研究が示しているように、企業家、ことに巨大企業の経営管理者によって追求される諸目標（もちろん利潤極大化はその一つでありうる）を考慮に入れるならば、企業の合理的な行動は必ずしも利潤極大化を要請しない。換言すれば、企業は利潤極大化を求めなくても合理的でありうるのである。



第2図 ボーモルの静学的売上高極大化⁽¹¹⁾

例えば、ボーモルの売上高（成長率）極大化仮説に従うならば、静学的モデルの場合を描いた第2図に示されているように、企業家は、必要最低利潤（もしくは適正利潤） II_0 が保証されるかぎり、極大利潤 II_m ではなく極大売上高 R_m を追求することの方が合理的なのである。何故ならば、売上高の減少（あるいはマーケット・シェアの減退）によって、

(10) Papandreou, A.G., (18) pp. 205-8を参照せよ。

(11) Baumol, W.J., (2) Chap. 6を参照せよ。

- (1) 消費者に商品の人気が減退しつつあると思わせる恐れがある。
- (2) 銀行や金融機関の信用を損う恐れがある。
- (3) 配給業者に見離される恐れがある。
- (4) 労働者を解雇しなければならなくなる時には人事関係が悪化する。
- (5) 独占力を失い、有効な競争力を失うことになりうる。
- (6) 営業状態の一般的悪化を一層被りやすくなるかもしれない。

といえるからである。そして、ボーモルは次のごとく述べている。すなわち、「重役の給料は、企業の収益性よりも、企業の操業規模とはるかに一層密接に相関関係があるように思われる。そして、現代的な社会では、それはしばしば所有と経営の分離によって特徴づけられるが、多くの重役は操業の絶対的あるいは相対的な低下を避けることが賢明であると認めている。……いずれにしても、結果は同じである。——売上高が主要な事業目的に近い地位につくのである。⁽¹²⁾」

また、ガルブレイスは、成熟した法人企業においては、テクノストラクチャ——企業を指導し、企業の意思決定に参加する人々の集団あるいはその組織——の経営目標は社会的意義をもつ目標でなければならない、そして、それは企業の成長であって、もはや利潤極大化ではない、という。⁽¹³⁾ また、目標としての成長と利潤極大化とは、成長のためには資金としての利潤が必要だから、実際上の差異はないという見解に対しても、「成長を極大化するための価格、販売、費用、その他に関する政策は、与えられたどんな計画期間内においても、利潤を極大化するための政策とは異なるであろう。テクノストラクチャの場合のように、危険を極小化すべき特別の理由がある場合には、利潤は極大化されないであろう。」⁽¹⁴⁾と反論する。

また、マリスやウィリアムソンは、経営管理的企業の行動目標は経営管理者の目標にほかならないと考え、経営管理者の一定制約条件のもとにおける効用⁽¹⁵⁾極大化行動を仮定した。ウィリアムソンの経営者裁量モデルを例にとると、経

(12) Baumol, W.J., (2) p. 46.

(13) Galbraith, J.K., (7) Chap. 6 を参照せよ。

(14) Galbraith, J.K., (7) p. 180 (都留重人監訳, 208頁)。

(15) Marris, R., (15), Williamson, O.E., (20).

営者の効用関数 U の中に、近似的に一般管理費と販売費用で表示されるスタッフ S ——これの拡大は給料と優越性（地位，権力，名声）を高め，安全性と専門的能力の充足に貢献する——や経営者の役得 M ，そして，裁量利潤 Π_a ——実際利潤 Π から役得 M と租税 T を控除した後の，最低必要利潤 Π_0 を越える利潤額， $\Pi_a = \Pi - M - T - \Pi_0$ ——が主要要素として含められ，実際利潤が最低必要利潤プラス税額以上あるという制約条件 $\Pi \geq \Pi_0 + T$ のもとで，経営者効用 $U = U(S, M, \Pi_a)$ を極大化するために企業は経営されていると仮定されている。その結果，利潤は経営者の効用極大化目標の1要素にすぎず，経営者がスタッフに対して正の選好をもち，その限界効用がゼロでないかぎり，最適点は利潤極大点から離れたところに与えられることになるのである。⁽¹⁶⁾

いうまでもなく，これらの極大化仮説には疑問点がないわけではない。とりわけ必要最低利潤の水準が何によって決定されるのかという点についての説明が共通して曖昧なままに残されている。したがって，その主張するところをそのまま承認しようというのではない。しかし，企業行動の合理性は評価基準に依存するのであって，既に指摘してきた二つの問題点を別にしても，われわれは，少なくともこれらの仮説を通じて，現代の巨大企業にとっては，利潤以外にさまざまな評価基準があるということ，それ故，「利潤極大化が唯一の主体的合理性をもった目標である。」などとは決して言うことができないということ，あるいは，利潤極大化は極めて特殊な仮定であるということを経営者や消費者に認識しなければならないのである。

なお，経営者の動機との関連において企業の利潤極大化目標はどのような意味をもちうるのかという点についてもみてみよう。ミーンズは，経営者の動機について次の五つを重要なものとして挙げている。すなわち，(1) 権力を得ようとする衝動，(2) 威信を得ようとする衝動，(3) 仕事をうまくやり遂げることの満足，(4) 公共の福祉に対する関心，(5) 個人的利益を得ようとする衝動である。これらの動機の中のどの動機が，企業の利潤追求によってこそ生かされるといえるのであろうか，あるいは，企業の利潤追求によってしか生かされないといえるのであろうか。しかも，ここで問題にしなければならないのは適

(16) Williamson, O.E., (20) Chap. 4 を参照せよ。

当な利潤ではなくて、利潤極大化目標に含意されている超過利潤である。この点について、ミーンズは、「これらの五つの経営者の関心のうち、最初の四つは企業による超過利潤の稼得にもとづくものではないことは、少し考えてみればわかる。⁽¹⁷⁾」という。

高利潤が、権力の拡大に有効であり、威信を得ようとする欲望に満足を与え、仕事に対する満足感を引き出すということがある。しかし、そういうことがあるからといって、高利潤が必要な条件ということにはならないのである。適当に利潤と株式の発行や借入によって調達された資金とをもって、企業が成長し、実業界において成功を収め、仕事それ自体がうまくいっておれば、権力や威信、そして、仕事の満足感に対する経営者の関心は必ずしも利潤極大化と関連をもたないということができる。そして、経営者の関心が社会への貢献にあるならば、この場合にも同じことがいえる。かくして、最大限の利潤をあげることに必然的な関連をもつのは最後の経営者の個人的利益に対する関心である。しかし、この場合にも、今日では、所有と経営の分離によって、経営者の株式の所有が誘因になる程度は小さく、高利潤をあげようとする経営者の衝動は企業利潤と結びついた賞与制度の設置に起因しているのである。

かくして、現代の巨大企業における経営者の動機という点からも、われわれはもはや利潤極大化が一般的な企業目標にはならないと結論せざるをえないのである。この点について、ミーンズは、「このことは、企業の利潤追求衝動が、集団的企業の経営にとって欠くべからざるものではないことを意味する。経営者の仕事を、最大の利潤をあげようとする衝動ではなく、公共の利益に近い何か他の意義をもつものと定義すると、経営者の主要な関心のうち四つを満足させることができ、さらに一方では経営者の仕事の意義を新しく定めて、経営者に報酬を与える賞与制度を設けるとすれば、経営者の個人的な利潤衝動を強めるのに役立つであろう。これは経営者の役割を、賞与制度に変化を加えること⁽¹⁸⁾によって新しく方向づけることができる、ということを示唆している。」と述べているが、もし経営者が公共の利益に役立つように企業を運営することに自

(17) Means, G.C., (16) p. 279 (伊藤長正, 他訳, 264頁)。

(18) Means, G.C., (16) p. 281 (伊藤長正, 他訳, 266頁)。

分自身の利益を見出だすようになるならば、利潤極大化目標は完全にその基礎を失うことになるのである。

6. 巨大企業の目標と社会的意義

企業の営利目的はすべての企業に共通でかつ固有のものである。しかし、企業の事業目的は個々の企業によって特定されなければならない。それは、何を商品として生産するかという事業内容を社会に向かって表明することである。経済学は「何を」「如何に」「誰のために」生産するかという問題を取り扱う学問だといわれてきたけれども、生産主体としての企業が何を商品として生産するかという企業の事業目的に言及されることは殆んどない。むしろ、伝統的経済学は「何を」という問題以外の問題を技術論的に取り扱っている。それは、伝統的経済学が利潤極大化とか効用極大化という経済主体の最適化行動を仮定し、その目標達成のためのルールを確立することに主としてかかわってきたためではないかと思われる。しかし、企業が生産主体として社会的に存在しうるのは「何を」商品として生産するかというその事業目的ゆえである。企業は社会の人々が必要とする財および用役を商品として生産し、供給することを通して社会に貢献しうるのである。また、社会の人々の必要に応えうる財および用役の生産主体であってこそ企業はその営利目的を達成しつつ社会的に存在し続けることができるのである。したがって、企業の事業目的は企業の社会的存在の条件として極めて重要な地位を占めるのである。

さて、それでは、特定の事業目的をもって設立された企業、ことに現代の巨大企業は、如何なる目標を掲げて経営されており、あるいはまた、経営されるべきであると考えられているのか。

ガルブレイスは、「社会の目標、組織の目標、個人の目標の間には一貫性がなくてはならない。そしてまた、組織と個人がこれらの目標を追求するように仕向けるいろいろな動機の間にも一貫性がなくてはならない。」⁽¹⁹⁾といい、「テクノストラクチャの構成員である個人が成熟した法人企業の目標に共鳴するの

(19) Galbraith, J.K., (7) p. 167 (都留重人監訳, 189頁)。

は、社会的意義をもつ目標または社会的意義をもつと彼が思う目標にその企業が共鳴しているからである。⁽²⁰⁾ という。そして、彼は、「テクノストラクチャの目標としての企業の成長は、一貫性の原則によって強く支持されている。経済成長くらい強く公言された社会的目標はない。社会が成功しているか否かの判断基準として、国民総生産の年間の増加くらいほとんど異論なしに受容られているものはない。⁽²¹⁾」といい、「社会的な目標としての経済成長について意見が一致している以上、テクノストラクチャのこの目標は強い社会的意義をもつ。⁽²²⁾」という。しかも、「成長という目標は、決定に参加し企業を指揮する人たちの個人的および金銭的な利益と完全に両立する。⁽²³⁾」という。

しかしながら、企業の成長は、単なる量的拡大としての GNP の成長のように、社会の人々によって受け入れられるものではない。鉄鋼や造船の場合にみられるように、単一製品の企業の成長には需要のみならず生産の最適規模という点からも自ずから限界があるし、健康や環境に影響を与えることによって、生産物の中には生産の増加はむしろ社会的に望ましくないということになる場合もありうる。もちろん、製品の多様化を通じての成長によって社会の人々の生活の多様化に貢献している企業も多い。しかし、企業の成長が市場との相対的な関係において独占的傾向を強める場合には、目標としての企業の成長は必ずしも社会的支持を受けるとはかぎらない。また、実際には、企業の成長は、それ自体が目標でなくても、社会的意義をもつ他の諸目標のもとにおいて達成されることもあるのである。

例えば、1960年にアメリカ電信電話会社 (ATT) の社長の職にあったカッペル氏はコロンビア大学で、「目標こそ、未来をきづく」と、次のような講義を与えている。すなわち、「一般に目標とは、何らかの種類の『狙い』ないし『目的』のことにすぎないが、私は、目標をいまだ達成していない何か、すなわち努力し、近づき、到達すべき何かという意味で用いている。それは人の創造力を刺激し、その達成のためにこそ働きたいという気持ちを起こさせ、達成の方

(20) Galbraith, J.K., (7) p. 174 (都留重人監訳, 196頁)。

(21) Galbraith, J.K., (7) pp. 181-2 (都留重人監訳, 202頁)。

(22) Galbraith, J.K., (7) p. 182 (都留重人監訳, 203頁)。

(23) Galbraith, J.K., (7) p. 180 (都留重人監訳, 201頁)。

法は未知であるが、完成の暁には満ち足りた誇りを感じうるもの、を与えるような狙い、ないしは目的をさしている。……将来を築きあげる目標とは、こうしたより広範な目的を確立する目標のことである。それは身近なものから遠大なものへ、現在を将来へ、個人を企業へ、そして、企業の利益を国民の福祉へと関連づける。そこに大きな社会的意義があるのである。⁽²⁴⁾」そして、彼は、1878年にはじめて設立された電話会社の初代の総支配人であったベイル氏が掲げていた「われわれは、あらゆる人が、あらゆる場所で、世界中のだれとも、またどこでも、迅速に、低料金で、満足に通話できるような電話組織をつくるのだ。」⁽²⁵⁾という目標を例に挙げ、技術が未発達であった当時は夢のように思われたに違いないこの目標が現在を築きあげたのだというのである。

もちろん、カッペル氏も、彼の新しい目標を、「簡単にいえば、それは、われわれの回線網によって利用できるサービスの選択の幅を、自由競争における企業が顧客に与える選択権に匹敵するような程度に広くすることである。」⁽²⁶⁾と述べ、しかし、彼は、同時に、ベル・システムの利益に関するもう一つの目標を掲げたのである。彼は、「企業の成長力を維持し、国家の要求に応じうるようなサービスを提供するためには、かろうじて資本を引きつけうる最低限度の利益だけに甘んじてはられないことは、明らかである。われわれは、この見解が一般に受け入れられることを目標として行動しているのである。」⁽²⁷⁾という。そして、「十分な収益は、われわれが経済的に設備を設計し、建設することを可能にするが故に、消費者の立場からも重要である。……経済的な建設をするには、最初に多くの費用を支出しなければならない。そのためには、企業の財政状態は優秀でなければならない。すなわち、長期的観点からして、出費を少なくするには最初に巨額の投資をしうるだけの力をもっていなければならないのである。」⁽²⁸⁾と述べている。更に、設備保全、作業方法や管理方法の改善、研究投資に回すだけの資金的余裕があれば、それなしには不可能と思われる良質で経済的

(24) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 54—5頁)。

(25) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 57頁)。

(26) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 71頁)。

(27) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 72—3頁)。

(28) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 75—6頁)。

なサービスが将来、長期にわたって提供できるということはいうまでもないことである。ここに、カッペル氏が、「当社の利益が、繁栄し、成長しているなんらの規制も受けていない産業のそれと、合理的な均衡を保っていなければならない⁽²⁹⁾」という利潤目標をも掲げた現代的な意義がある。新しい時代には新しい目標が必要というわけである。

また、松下電器産業を中心とする松下グループの創設者松下幸之助氏は、経営を発展させていく上で、「この会社は何のために存在しているのか。この経営をどういう目的で、またどのようなやり方で行っていくのか⁽³⁰⁾」という経営理念を確立することの重要性を指摘している。そして、また、企業の社会的存在の意義と利潤との関係についても、「住宅に限らず、あらゆる生活物資、さらにはサービスとか情報といった無形のものを含めて、人びとの生活に役立つ品質のすぐれたものを次々と開発し、それを適正な価格で、過不足なく十分に供給するというところに、事業経営のまた企業の本来の使命がある。……たしかに利益というものは、健全な事業活動を行っていく上で欠かすことのできない大切なものである。しかし、それ自体が目的かという点、そうではない。根本はその事業を通じて共同生活の向上をはかるというところにあるのであって、その根本の使命をよりよく遂行していく上で、利益というものが大切になってくるのであり、そこのところをとりちがえてはならない⁽³¹⁾。」と述べ、また、「さらにもう一つ大切なことがある。というのは、企業がこの人間の共同生活の限りない生成発展に貢献していくためには、企業自体が生成発展していかななくてはならない。つまり、常に新たな研究開発なり、設備投資というものをして、増大している人びとの求めに応じられる体制にしていかななくてはならないわけである。ところが、そうした開発なり投資にはそれだけの資金がいる。その資金をどのようにしてつくるかということだが、……やはり、それをみすからつくる⁽³²⁾しかない。そのためには利益を得て、それを蓄積していくということになる。」と述べている。

(29) Kappel, F.R., (11) (富賀見 博訳, 73頁)。

(30) 松下幸之助 (22) 7頁。

(31) 松下幸之助 (22) 25—6頁。

(32) 松下幸之助 (22) 38—9頁。

これら巨大企業の経営管理者の考えには、ATT は公益事業会社であるから当然のこととしても、共通して、企業の社会性あるいは社会的責任を重視する姿勢を読み取ることができる。また、そこには、社会に貢献するための企業の成長、そして、これの基礎ともなる社会に貢献するための投資、また、この投資を可能ならしめるための利潤、という位置づけのあることをも読み取ることができる。すなわち、利潤は企業の目標を達成するための必要条件である。企業経営をもって社会に貢献するためには、企業に投資された資本に対して適当な利潤を生み出さなければならない。それ故、依然として利潤追求は企業の指導的原則であるということができるのである。これは会社固有の営利目的という点からも認められなければならない。しかし、現代の巨大企業にとっては、もはや利潤追求だけが目標ではないということがいえる。そして、会社の事業目的との関連においては、企業の目標は、資本と労働という社会的資源の効率的利用を通じて、社会の利益に合致することが要請されるのである。

7. 資本利益率と資源利用の効率性

われわれは、前稿において、必要投資資金をマーク・アップ決定因とするポスト・ケインズ派の価格決定方法を退け、マーク・アップを標準能力稼働率における目標資本（粗）利益率に依存させるべきであると主張した。そこで、何故にマーク・アップ価格決定を資本利益率に依存させることが望ましいのか、ここでは、資源利用の効率化という企業の社会的責任との関連において、それを明らかにしておきたい。

いうまでもなく、企業は継続的事業の組織体である。長期的耐久性をもち、しかし、耐用年数の相違からくる様々な年齢構成をもった資本設備の固定化と、これに対する資本投資を反復しながら、企業は維持されている。したがって、資本の利用に関する効率性は長期的観点から判断されなければ無意味である。もし仮りに短期的利潤極大化の目標が設定されるならば、将来に備えて、資本設備の維持、修繕、あるいは改善や研究開発のための支出は抑制されるかもしれない。それでは維持という企業の本質的な要請に応えることはできない。したがって、短期的利潤の大ききで資本利用の効率性を判断するのは不適

当である。そこで、われわれは、投下され、運用される資本の効率性の指標となりうるものとして資本利益率を用いるのである。

すなわち、資本純利益率は定義的に次のごとく表わすことができる。

$$\rho_n = \frac{R-C}{K} = \frac{PQ-C}{K} \quad (9)$$

ただし、 ρ_n = 資本純利益率、 R = 総収入、 C = 総費用、 K = 総資本、 P = 生産物価格、 Q = 産出量（または販売量）、である。したがって、 ρ_n の上昇は、 P を一定と仮定すれば、所与の K に対して、 C に対する Q の相対的増加、 Q に対する C の相対的減少か、あるいはその両方を意味することになり、 K の運用効率の上昇を意味するのである。

ところで、この場合にも、 ρ_n の極大化の条件を Q について求めると、次のごとく完全競争企業の短期利潤極大化条件と同じものが得られる。

$$\frac{d\rho_n}{dQ} = \frac{1}{K} \left(P - \frac{dC}{dQ} \right) = 0, \therefore P = \frac{dC}{dQ} \quad (10)$$

しかし、完全競争企業は限界費用逓増状態で操業していると想定されているのに対して、寡占企業あるいは大企業の操業状態は、カレツキが仮定し、ポスト・ケインズ派経済学者が仮定したように、⁽³³⁾ 能力産出高以下の水準で限界費用は一定（したがって平均可変費用も一定）と想定することができる。それ故、寡占企業や大企業にとって利益率極大化は、利潤極大化と同じく、目標としては意味をなさないといわなければならない。

なお、現代の大企業においては、生産の機械主義により、巨大資本の固定化のみならず大量の雇用の固定化をも生んでいる。単純化して、賃金費用をすべて固定費に含め、次のごとき企業を仮定してみよう。(1) 総雇用量 L と資本ストック K （前期末に時価評価される）は所与、(2) 生産物価格 P 、生産物一単位当たりの使用者費用（原材料費のみ） u 、俸給としての賃金率 w 、減価償却率 δ は所与、とする。この時、この企業の一定の標準産出高水準 Q_s における純利潤 Π_n は次のごとくなり、

$$\Pi_n = (P - u)Q_s - wL - \delta K \quad (11)$$

また、資本純利益率 ρ_n は次のごとく与えられる。

(33) Kalecki, M., (9) p. 44, Eichner, A.S., (4) pp. 57—8 を参照せよ。

$$\begin{aligned} \rho_n &= \frac{1}{K} \{ (P-u) Q_s - wL - \delta K \} \\ &= \left(1 - \frac{u}{P}\right) \left\{1 - \frac{wL}{(P-u)Q_s}\right\} \left(\frac{PQ_s}{K}\right) - \delta \quad (12) \end{aligned}$$

(12) 式の、第1のカッコは売上高に占める(粗)付加価値率、第2のカッコは(粗)付加価値における利潤分配率、第3のカッコは総資本回転率である。したがって、原材料消費の節約(付加価値率の引き上げ)により、また、作業方法を改善したり労働意欲の改善を図って労働生産性を上昇させる(利潤分配率を引き上げる)ことにより、更に、生産方法を改善したり資本設備の技術的改良を通じて資本の生産力を上昇させる(総資本回転率を引き上げる)ことによって、資本利益率を上昇させることができる。このように資本利益率は資源の利用における効率性と直接的関係をもっている。それ故、われわれは資本利益率を資源利用の効率性の指標として用いることができるのである。

ところで、一度決定された価格のもとでの資源利用の効率化は確かに資本利益率の上昇をもたらすけれども、われわれの主張するマーク・アップ価格決定方法では、もともと資本利益率そのものがマーク・アップ決定因として価格決定の際に用いられている。したがって、標準操業産出高水準において、目標資本利益率を不当に高く設定することも可能なのである。しかし、この場合の高資本利益率は、資源利用の効率化と無関係であるということはもちろんであるが、生産物価格をも不当に高くすることになるから、社会の利益と対立を生ずるだけでなく、その生産物に対する需要の制約のためにその目標率の達成を困難にする可能性がある。したがって、目標資本利益率の設定においてはその生産物に対する需要が計算に入れられていなければならないといえることができるのである。ここに、前稿において、われわれが目標資本利益率をその資本設備の建設に先立って投資決意がなされた時の将来の予想収益に基づいて計算された投資の内部収益率(あるいは資本の限界効率)に関連づけた理由がある。また、この点において、ブルッキングス研究所の大企業における価格決定に関する調査において、「投資に対する目標収益を達成するための価格形成⁽³⁴⁾」が最も多くの会社によって支配的なものとして挙げられたという事実との関連が生ずるこ

(34) Kaplan, A.D.H. *et al.* (10) p. 130 (武山泰雄訳, 159頁)。

とになるのである。

8. 目標価格の決定と投資の内部収益率

さて、われわれが前稿でみたように、「ポスト・ケインズ派の論者たちは、諸企業の行動目標は、最低限度の利潤の制約を受けつつ、時間を通じて売上収入の成長を極大化することであると主張する。⁽³⁵⁾」それは、ボーモルの売上高成長率極大化仮説とガルブレイスのいうテクノストラクチャの経営目標に合致するが、既に指摘したように、その目標のもとに巨大化した企業があるにしても、現代の大企業の目標は単に成長にだけあるとは決していえないのである。また、われわれが前に、アイクナーのマーク・アップ決定モデルとウッドの利潤マージン決定モデルを通じてみたように、⁽³⁶⁾ポスト・ケインズ派経済学者は、寡占企業の価格理論として、プライス・リーダーのマーク・アップ価格決定原理を仮定する。これはホールとヒッチのフルコスト原理に合致するが、彼らの特徴は、フルコスト原理においては単に慣習的なものとされていた利潤のためのマーク・アップ比率を、企業が内部金融しようとする必要投資資金の大きさに依存させた点に認められる。「ポスト・ケインズ派経済学者は、工業化された資本主義経済の製造工業部門における寡占諸企業の価格設定行動は、投資支出のための内部的源泉から生ずる資金に対する需要によって説明されうると主張する。⁽³⁷⁾」したがって、現実の諸価格はその時々⁽³⁷⁾の需要状態を反映するというよりも、企業が必要とする内部必要資金額を反映したものになるのである。

彼らは、「需要の役割は、諸市場を一掃し、有名なワルラス型均衡を達成するように、自動温度調節装置のように諸価格を調整することではない。それどころかむしろその役割は、期待される収益性に及ぼす効果、したがって投資に及ぼす効果を通じて、より長い期間にわたり産業間に諸資源を移動させることである。⁽³⁸⁾」という。すなわち、「新規投資に対する期待利潤率が需要の恒久的変化

(35) Kenyon, P., (12) pp. 37—8 (緒方俊雄, 他訳, 48頁)。

(36) Eichner, A.S., (4), Wood, A., (21), Hall, R.L. and G.C. Hitch (8)。

(37) Kenyon, P., (12) p. 38 (緒方俊雄, 他訳, 49頁)。

(38) Kenyon, P., (12) p. 40 (緒方俊雄, 他訳, 50頁)。

を示すのに十分なほど異なり、それにより産業間における諸資源の移動を必要とさせるようになると、必要な留保利潤を生成しうるように、投資計画が策定され、利潤マージンが調整されるであろう。⁽³⁹⁾」というのである。

われわれが、このようなポスト・ケインズ派の価格理論を批判した理由は次の点にある。そもそも生産物価格は、企業が、社会の人々が必要とする財および用役の生産を商品生産として完了する最終段階において、供給者として需要者と交渉をもち、需要者をして企業目標の達成と企業存続の可能性について評価を下させる、企業にとっては販売戦略上の鍵なのである。それにもかかわらず、ポスト・ケインズ派経済学者は、その決定の際に、一方では、計画投資の期待収益率を問題にしながらかその生産物の生産に実際に稼働されている資本の収益率については全く考慮せず、他方では、成長という目標だけを取り上げ、価格政策を通じて達成されるべき収益目標については全く配慮が欠けていた。また、もし企業に対して社会的責任が問われ、社会への貢献が企業の目標の一つとなるならば、生産物価格の決定にもその企業目標が反映させられなければならないであろう。それ故、われわれは、必要投資資金をマーク・アップ決定因とするポスト・ケインズ派の主張を退け、次式のごとく、マーク・アップを標準能力稼働率における目標資本（粗）利益率に依存させるべきであると主張したのである。

$$P = AVC + \rho \frac{\kappa}{\nu} \quad (12)$$

ただし、 P = 生産物価格、 AVC = 平均可変費用、 ρ = 目標資本（粗）利益率、 ν = 標準能力稼働率、 κ = 資本係数、である。

そこでは、われわれは雇用の固定化を考慮に入れなくて賃金費用のすべてを可変費に含めていたが、現代の大企業の特徴としての雇用の固定化を前提に、俸給としての賃金をその他の販売費用と共に間接費として独立させ、また、更に、減価償却費を独立させて資本利益率を粗概念ではなく純概念で与えることにすれば、(12)式は次のごとく書きかえることができる。

$$P = AVC + \mu + (\rho_n + \delta) \frac{\kappa}{\nu} \quad (13)$$

(39) Kenyon, P., (12) p. 41 (緒方俊雄, 他訳, 51頁)。

ただし、 μ = 平均間接費用、 ρ_n = 目標資本純利益率、 δ = 減価償却率、である。

われわれは、その $\rho (= \rho_n + \delta)$ を、次のごとく、その資本の耐用年数の期間 t にわたる前もって計算された投資の内部収益率 r を目標収益率として達成するように与えたのである。

$$K = \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=1}^n \frac{\Pi}{(1+r)^t} \quad (14)$$

$$\rho = \frac{\Pi}{K}, \quad \rho_n = \rho - \delta \quad (15)$$

いうまでもなく、その投資 K による将来の予想収益 Q_t の推定は、現存の資本設備をもって生産を開始する時に完成生産物の販売を通じて得られるであろう売上高を推定する企業者の短期期待とは異なり、現存する関連資本設備の上に、その投資される資本資産の存続期間にわたる、その時々々の需要および経常的費用に関する予測という企業者の長期期待を反映しているのである。したがって、それを平均化して目標収益 Π とすることができるのであり、また、生産物の販売量についても好・不況期を平均した目標水準が与えられ、これによってその資本設備の標準操業率 ν の決定が可能になるのである。したがって、こうして決定される生産物価格は目標価格であり、しかも、特定の年あるいは比較的短い期間に適用されるのではなく、比較的長い期間に対して適用されるものとなるのである。

以上のような目標価格あるいは目標収益価格の決定方法は、実務的には、古くから行われていたと考えられる。ミーンズによれば、このような価格決定方法は、1924年に、当時デュポンにいたブラウンによって次の5段階に分けて述べられていたということである。⁽⁴⁰⁾

- (1) 目標資本収益率を決定すること。
- (2) 標準操業度を決定すること。
- (3) 標準操業度における単位当たり生産費（可変費と固定費）を見積もること。
- (4) 標準操業度で操業するために必要な販売量において目標収益率を達成す

(40) Means, G.C., (16) pp. 236-8 (伊藤長正, 他訳, 222—4頁), (17) pp. 220—1 (独禁政策研究会訳, 371—3頁)。

ることができる価格を算定すること。

- (5) この目標価格を実際の市場状態に照らして検討し、それを実際の価格として採用するかもしくは修正すること。

また、アダムスとランツィロッチィも、目標価格設定方式に含まれる主要なステップとして、上記の(1)から(4)までを挙げている。⁽⁴¹⁾

ただし、彼らは、目標収益率を決定するに当たって是非とも考慮すべきことは、「どんな資本収益率だと新しい競争をこの特定産業に持ち込むことになるか、どんな率ならそれを立入らせずにすむかについての考慮である。」⁽⁴²⁾という。この点について、われわれはケインズ的な長期期待に基づく投資の内部収益率(あるいは資本の限界効率)⁽⁴³⁾をそのまま適用したが、彼らは参入の可能性の高い競争関係にある寡占企業を考慮しているといえることができるであろう。

しかし、新しい参入者を刺激するかどうかということは実際に実現している資本収益率に依存することであって、また、価格決定の際に参入の可能性について考慮しようと思うならば、実際の市場状態に照らして目標価格を検討する第5の段階において考慮することができるのであるから、われわれにはまず最初に目標資本収益率を決定するに当たっては、あくまで確かな経済的計算に基づいて行われることが望ましいのではないかと考えられるのである。

かくして、ブルッキングス研究所がアメリカ企業について行った調査結果では、大企業、殊にそのプライス・リーダーの価格決定における態度と慣習は、まず第1に「投資に対する目標収益を達成するための価格形成」ということであつたが、われわれには、ここに、それは(13)式のようなものであり、したがって、現代の寡占企業の価格決定方法は、新古典派経済学者の主張するような利潤極大化原理に基づくものでもなければ、また、ポスト・ケインズ派経済学者の主張するような極大成長のための必要投資資金の内部調達を目的としたマーク・アップ価格決定方法でもない、と結論しなければならないのである。

(41) Adams, W. and R.F. Lanzillotti, (1) pp. 16—7 (独禁政策研究会訳, 33頁)。

(42) Means, G.C., (17) p. 220 (独禁政策研究会訳, 371頁)。

(43) Keynes, J.M., (14) p. 135.

参 考 文 献

- (1) Adams, W. and R.F. Lanzillotti, "The Reality of Administered Prices", in *Administered Prices: A Compendium on Public Policy*, Subcommittee on Antitrust and Monopoly of Committee on the Judiciary United States Senate, 1963, pp. 5-21 (独禁政策研究会訳, 管理価格, ペリかん社, 1967年, 17-46頁)。
- (2) Baumol, W.J., *Business Behavior, Value and Growth*, Rev. Ed., 1967 (伊達邦春・小野俊夫訳, 企業行動と経済成長, ダイヤモンド社, 1962年)。
- (3) Chamberlin, E.H., *The Theory of Monopolistic Competition*, 6th Ed., 1950.
- (5) Eichner, A.S., *The Megacorp and Oligopoly*, 1976 (川口 弘監訳, 巨大企業と寡占, 日本経済評論社, 1983年)。
- (5) Fellner, W., *Competition Among the Few*, 1960.
- (6) Ferguson, C.E. and J.P. Gould, *Microeconomic Theory*, 4th Ed., 1975 (木村憲二訳, 新訂 微視的経済理論 下, 日本評論社, 1978)。
- (7) Galbraith, J.K., *The New Industrial State*, 1967 (都留重人監訳, 新しい産業国家, 6版, 河出書房, 1969年)。
- (8) Hall, R.L. and C.J. Hitch, "Price Theory and Business Behaviour", *Oxford Economic Papers*, No. 2, May 1937, reprinted in *Oxford Studies in the Price Mechanism*, ed. by T.Wilson and P.W.S. Andrews, 1951, pp.107-38.
- (9) Kalecki, M., *Selected Essays on the Dynamics of the Capitalist Economy 1933-1970*, 1971.
- (10) Kaplan, A.D.H., J.B.Diram and R.F.Lanzillotti, *Pricing in Big Business, A Case Approach*, 1958 (武山泰雄訳, ビック・ビジネスの価格政策, 東洋経済新報社, 1960年)。
- (11) Kappel, F.R., *Vitality in a Business Enterprise*, 1960 (富賀見 博訳, 企業成長の哲学, ダイヤモンド社, 1969年)。
- (12) Kenyon, P., "Pricing", in *A Guide to Post-Keynesian Economics*, ed. by A.S. Eichner, 1978, pp. 34-45 (緒方俊雄, 中野 守, 森 義隆, 福田川洋二訳, ポスト・ケインズ派経済学入門, 日本経済評論社, 1980年, 45-55頁)。
- (13) Keynes, J.M., *A Tract on Monetary Reform*, 1923. *The Collected Writings of John Maynard Keynes*. Vol. IV, 1971.
- (14) Keynes, J.M., *The General Theory of Employment, Interest and Money*, 1936, *The Collected Writings of John Maynard Keynes*. Vol. VII, 1973.
- (15) Marris, R., *The Economic Theory of 'Managerial' Capitalism*, 1964 (大川 勉, 森 重泰, 沖田健吉訳, 経営者資本主義の経済理論, 東洋経済新報社, 1971年)。
- (16) Means, G.C., *Pricing Power and Public Interest*, 1962 (伊藤長正, 北川勝己, 高野清美訳, 企業の価格決定力と公共性, ダイヤモンド社, 1962年)。
- (17) Means, G.C., "Pricing Power and the Public Interest", in *Administered Prices* :

- A Compendium on Public Policy*, Subcommittee on Antitrust and Monopoly of the Committee on the Judiciary United States Senate, 1963, pp. 213—39 (独禁政策研究会訳, 管理価格, ぺりかん社, 1967年, 361—403頁)。
- (18) Papandreou, A G., “Some Basic Problems in the Theory of the Firm”, in *A Survey of Contemporary Economics*, Vol. II, ed. by B.F.Haley. 1952, pp.183—222.
- (19) Simon, H.A., “Theories of Decision-making in Economics and Behavioural Science”, in *Surveys of Economic Theory*, Vol. III, 1966, pp. 1—28 (神戸大学経済理論研究会訳, 現代経済理論の展望Ⅲ, ダイヤモンド社, 1972年, 3—48頁)。
- (20) Williamson, O.E., *The Economics of Discretionary Behavior : Managerial Objectives in a Theory of the Firm*, 1967 (井上 薫訳, 裁量的行動の経済学, 千倉書房, 1982年)。
- (21) Wood, A., *A Theory of Profits*, 1975 (瀬地山敏, 野田隆夫, 山下 清訳, 利潤の理論, ミネルヴァ書房, 1979年)。
- (22) 松下幸之助, 実践経営哲学, PHP 研究所, 1978年。
- (23) 岡本武之, 「マーク・アップと投資」大阪府立大学 経済研究, 第31巻第1号 (1985年12月)。