

# 農産物市場における合理性

—— 一 試論 ——

齋藤 一夫

## 一、緒論

二、価格形成の観点から見た市場の合理性

三、商品流通の観点から見た市場の合理性

四、農産物市場における合理性と近代性

五、要約

## 一、緒論

農産物市場は後進的であるからこれを近代化し合理化しなければならぬということとは、これまでもしばしば叫ばれて来た。特に昨今のように国民経済が不況の方向に向い、農業が一般に不利になつて来るとその声は大きくなる。しかし、近代化ないし合理化の目標たるべき市場の近代性ないし合理性とは一体何かということについては、余り明確な回答は用意されていない。そこで本稿ではこの基本的な問題を取上げ、まず仮りに、市場における近代性は当然合

農産物市場における合理性

理性を要求するものであり、近代性は合理性を意味すると解して、

- (一) 農産物市場における合理性とは何か、
  - (二) 農産物市場における合理性はいかなる方法によつてとらえるべきか、
  - (三) 農産物市場における合理性をとらえるに際しては何を指標に選ぶべきか、
- という三つの問題について、若干の私見を開陳して見たいと思う。ところが、近代化された農産物市場の性格を追及して行くと、それらは必ずしも合理性という観点のみからは尽し得ないことが明らかとなるので、市場における合理性の問題と併せて、このいわば合理性の限界を超えた市場の近代的性格についての若干の展望を追加したい。

最初に概念の限定とわれわれの問題の立て方に対する説明から始めよう。

- (一) 市場の概念について。市場という言葉はさまざまな意味に使用されるが、ここでは需要と供給の会合関係、会合の場と解して論を進める。従つて需要自体の問題、生産ないし供給自体の問題は対象とならない。ところで需給会合の結果市場は、(1)価格形成、(2)商品流通の二つの機能を果すので、市場は第一に価格形成の場であり、第二に商品流通の場ないし組織であるといふことができる。従つてわれわれの市場現象に対する接近法もまたこれに応じて二つの方向を持つことになる。即ち第一に価格形成の關係を通して見た市場の合理性とは何か、第二に商品流通の關係を通して見た市場の合理性とは何か。

- (二) 合理性について。市場の合理性に関する論議はもろろん資本主義体制を前提するものであつた。そして資本主義的な合理性を判断するための基本観念は厚生経済学的な伝統に立つ welfare と efficiencyであつたといつてよいだろう。即ち資本主義経済体制の目標は可及的に大きな経済厚生<sup>(1)</sup>の獲得にあり、かかる厚生<sup>(1)</sup>の獲得に能率的に役立つ

つことこそ市場の合理性に外ならないと考えられて来た。もちろんかかる意味の市場合理性は自由主義的な世界観に貫かれて居り、経済厚生は效用という内容を持つた実体であり、能率向上に基く利益は自由競争を通じて結局は消費者に帰属するものと考えられている。しかしわれわれはかかる古典的な見解をそのまま踏襲するわけには行かない。この考え方から一切の世界観的色彩を払拭して客観的・技術的な側面のみを取上げる必要があると思う。即ち経済厚生はその実質的内容が何たるかを問わず、単に客観的に測定し得る貨幣所得の大きいさとしてとらえる。また能率向上に基く利益が誰に帰属するかを問わず、能率の向上自体を問題とする。このようにすれば、市場における合理性とは市場関係者の全体としての貨幣所得の増加に能率的に役立つことであり、合理性は客観的に把握し得るものとなる。もちろん貨幣所得は貨幣価値の変動を消去するために実質所得に換算しなければならず、換算に当つては困難な指数問題があるが、これは一応伏せて置いてもさしたる不都合は生じないだろう。いずれにせよわれわれは市場の合理性を非常に技術的な観点からとらえることにする。(これを技術的合理性と呼んで置こう)。

(三) 問題の立て方について。われわれの主題は資本主義体制を前提するところの農産物市場の在り方ないし性格に関するものである。従つて、市場経済を中心とする資本主義経済の発展と、かかる資本主義経済への小農民経済の適応ということが、われわれの主題の大きな歴史的背景とはなるが、これを追及すること自体はわれわれの課題ではない。この歴史的な背景は農産物の生産・流通に関して、農産物需要の量質における増加、小農民経済における商品の生産の発展、農産物需給流通関係の拡大となつて具体的に現われるが、さらに詳細に見ると次のようになる。

一、農産物需要における量の増加と質の向上。

二、需要される農産物の種類の増加、需要形態の変化。

三、自給生産から商品生産への移行、商品化形態の変化。

四、生産方法の変化、分業化・専門化の発達、特産地の形成。

五、市場範囲、流通範囲の拡大。

このような農産物需給の量的質的の増加、需給流通関係の拡大はそれ自体一つの近代現象であり、かかる成長過程に見られる近代化、合理化のプロセスを追うことももちろん重要な研究課題であるが、これは本稿の視角とは異なる。ここではかかる大きな歴史的な流れを前提した上で、あるいはかかる歴史的過程を背景として、日常生起しつつある市場現象の在り方ないし性格を取上げようとするのである。問題は市場の内容ではなくその形式にある。

註(一) 拙稿「市場についての覺書」、『農業総合研究』八卷二号、昭和二九年)参照。

## 二、價格形成の観点から見た市場の合理性

價格形成の観点から見た市場の合理性はいわゆる市場の完全性と市場の範囲にかかわる。即ち特定の市場が完全市場の理想型に近ければ近いほど、また市場の範囲が大きければ大きいほど、その市場は合理的である。市場が完全であることが何故に合理的かという問いに対しては、他の条件にして等しい限りそれが個々の農産物の能率的な流通を可能にし、また諸市場の連繋関係を円滑にして市場経済全体の能率的な運行に役立つと答えるにとどめよう。

そこで、まず合理・不合理の判断基準たる市場の完全性とは何かを問わなければならぬ。價格形成という観点からとらえられるかぎり、市場は一物一価の法則の妥当する領域であるが、一物一価の法則は単に空間的に妥当するだけでなく、時間的、形式的(商品間、規格等級間の関係)にも妥当しなければならぬ。即ち一定の商品の一定市場範囲内の

地域的な価格差が輸送費用の差に、時間的な価格差が持越費用の差に、規格等級間の価格差が消費者の選択強度の差(完全競争を前提すれば生産費の差)に等しい場合にはじめてその範囲内の市場は完全である。(2) いうまでもなく完全市場は完全競争市場とは異なるから、市場の完全・不完全は独占の有無とは直接的な関係はなく、独占市場であつても一物一価の法則の妥当する限り完全市場である。(3) また市場の完全・不完全は流通費用が多いか少ないか、あるいは流通の担当者が誰であるかということにもかかわらない。要するに市場の完全性は一つの価格の妥当性如何というきわめて形式的な基準から判断されるもので、そのために必要な条件を挙げれば次のようにならう。

(一) 取引関係者の合理的な経済行動。

(二) 取引関係者の完全な市場知識。

(三) 商品の完全な移動可能性。

(四) 商品の形態や品質による分類が正確に行われていること。

(五) 取引に必要な市場組織が確立していること。

次に、特定の市場が合理的であるためには、それが単に形式的に完全市場に近いばかりでなく、市場の範囲ができるだけ広くなければならぬ。市場完全化の程度に差がない限り、範囲の広い市場ほどより合理的である。ところで、市場範囲といえは通常は専ら空間的広がりのみが問題となるが、市場範囲は正確には空間、時間、形式の三つの方向に向つて広がりを持つものと考えなければならぬ。そのうち空間的な広がりは一歩理解し易い。いうまでもなく特定商品の市場が地方市場から全国市場へ、全国市場から世界市場へと拡大するに従つて、他の条件にして等しければその市場の合理性、従つて近代性の程度は高まる。市場の時間的な広がりや空間的な広がりをもそのまま類推して考えれば

ばよい。異なるのは空間において問題となる輸送費用の代りに持越費用が登場することと、市場知識が空間の場合よりも一層不完全で市場範囲の拡大に限界があること（多くは一年以内）である。最後に形式における市場の広がりということには若干の説明がある。一物一価の法則は通常一物即ち一つの種類の商品が他と区別されて明確に存在することを前提しているが、現実には商品の区分は甚だ恣意的なものでその境界も漠然としている。通常一つの商品として扱われているものも実は一つの商品群であつて、これを形態や品質に応じて分類すればいくつもの単位商品に細分することができるし、他の商品群との境界もほとんど消えて来る。いま、一つの商品を取上げてこれを細分すればいくつかの規格等級別の商品が得られるが、この規格等級別の商品の価格差がそれぞれ消費者の選択強度の差に等しい場合にはじめて、一つの群としてのその商品の市場は全体として（特定の規格等級についてはなく、規格等級の全体を通じて）完全であり、完全に一つの市場範囲に属することになる。同様な関係が常識的には異種と見なされている二つ以上の商品についても妥当する場合には、市場範囲は異種の商品間にまで拡大されたことになる。（すべての商品は代替関係によつて結合されている。）形式上の市場範囲の広がりとは以上のような事情を指し、この場合も範囲の拡大はそのまま合理化に通ずる。

要するに、価格形成の観点から見て特定の市場が合理的であるための要件は、空間、時間、形式の三つの方向においてそれができるだけ完全市場の形に近く、しかもかかる形の市場の範囲ができるだけ広いことである。換言すればできるだけ広い範囲においてその範囲内の地域的・時間的価格差、商品間ないし商品の規格等級間の価格差が適正に保たれることである。

以上は市場一般に通ずる合理性の要件であるが、次に判断の基準をここに求めて農産物市場の合理・不合理を論ず

る際にはいかなる特殊事情に注目しなければならぬかという問題がある。この問題の解答を得るには、さきに掲げた完全市場に関する五つの条件の成立をあるいは容易にし、あるいは困難にしている、農産物市場の特殊事情を拾えばよす。

まず第一に、農民の経済活動が古典的な意味における経済合理性に適うかどうか問題となる。今日においては純粋な自給自足経済を営むような農民は殆んど存在しないから、農民は多かれ少なかれ市場取引の訓練を受けて居り、「アイヌ取引」といわれるような非合理的な側面を余りに強調することは誤りであろう。しかし取引の相手たる商業者や近代的大企業と比較して、農民の経済活動が合理性において欠けることの多いことには異論がない。ところで、農民の経済活動がしばしば非合理的であるということは、資本主義的合理性のみを以つては、その行動が割り切れないというほどの意味であるが、そのよつて来る理由としては次の二つの事情を挙げることができる。すなわち、第一は農村社会に特有な伝統的心情と生活様式、第二は経営と家計、自給生産と商品生産の分離しない家族農場において生産が行われるという農民的生産様式である。第一の理由が経済合理性に背反することはいうまでもないが、第二の理由は特異な生産様式に基くものであつて、本質的には経済合理性に背反するものではない。ただ完全市場の成立要件として考えられる限りの資本主義的合理性に背反するという意味で非合理的であるにすぎない。例えば供給が価格上昇期に減少し価格下降期に却つて増加するという農産物に特有な供給曲線、家族労働の評価その他に見られる農民特有の打算法などがそのよい例である。

第二に、農民がかりに合理的に行動するものとしても農民の市場知識が果して完全であるかどうか問題となる。もちろん完全な市場知識というものはあり得ないから、問題は完全ないし不完全の程度に関するものであるが、農民

の市場知識が取引相手たる商工業者や近代的大企業と比較してはるかに貧弱であることには異論ないようだ。その結果、農民の当初の意識においては合理的である行動も、結果から見れば甚だ非合理的な行動に墮してしまふ例が余りにも多い。農民の市場知識の不足はその経済活動における非合理性と相まつて、農産物市場、特に生産者段階の市場の完全市場化の大きな障害となつてゐる。さらに注意しなければならぬことは、農産物の流通には零細、分散した生産物を蒐集して大量化する集荷過程がぜひとも必要であり、この過程が多くなると中小規模の集荷商によつて担当されてゐることである。中小規模の商人は一般に大規模企業と比較して経済的合理性においても市場知識においても劣るのが普通だから、かかる小規模集荷商の介在が農産物市場の完全市場化を阻害する一つの要因となることはいうまでもない。

第三に、農産物の空間的・時間的移動可能性はどうか。農産物の空間的移動可能性、即ち地域間の輸送に耐える性質は、一部の原料農産物を例外として、一般には斂工生産物ほど完全ではないが、今日の輸送技術を以つてすれば生鮮食料品以外は移動可能性が充分あると見てよいだろう。しかし価値に比較して重量・容積の大きい一部の農産物の輸送は経済的に制限される。従つて農産物の中で空間的移動可能性に乏しいのは腐敗性、多嵩性のものであるが、この二つの性質はしばしば同一の商品に重複する。(例えば下級野菜)。次に農産物の時間的移動可能性、即ち貯蔵性に於ては事情は異り、一部の原料農産物を除けば、期間における長短の差はあつても一般に貯蔵性に乏しいことが農産物に共通な特徴となつてゐる。この場合にも貯蔵性に乏しいものが同時に輸送に耐えないものであることが多い。以上のように農産物にはその空間的・時間的移動、特に後者を阻むいろいろな性質があるので、これが市場完全化を阻害してゐる事情に注意しなければならない。



第四に、農産物の販売に當つて形態や品質による分類が正確に行われているか。農産物の科学的・客観的な分類は工鉱生産物よりもはるかに後れている。その最大の理由は農産物が有機生産物であるために科学的分析に適さないことであるが、このほか農産物の大部分が食糧であるという事情も関係する。食糧の価値は消費者の主観的嗜好に強く影響されるので一般に科学的な分析が困難である。高級食料品になるほどこの傾向は強くなる。このような事情があるため、農産物の中でも科学的・客観的分類が進んでいて、規格等級区分が明確で標準化の行われているのは繭、生糸、牛乳、タバコなどのような原料農産物である。米麦などの主要食糧がこれに次ぐ。蔬菜果実のような生鮮食料品、茶のような高級嗜好品になると分類は甚だあいまいなものとなる。また、農産物の分類が一般に生産者段階においてあいまいで、流通加工段階を経るに従つてより精密になつて行く事情にも注意しなければならぬ。生産者の手を離れる時は分類らしい分類のない農産物が少なくない。

第五に、完全市場は取引に必要な近代的市場組織が確立していることを前提しているが、この前提が農産物市場に妥当するかどうか問題である。市場知識が完全であるためには一定の情報組織が必要である。財の空間的・時間的移動性が完全であるためには一定の輸送・貯蔵組織が必要である。市場組織におけるこれらの側面は既に吟味した諸条件の中に含まれているが、このほか商取引の制度・慣習、取引金融組織等が整備されているか否かが価格形成に大きな影響力を持つことを指摘しなければならぬ。特に、農産物市場によく見られるいわゆる「窮迫販売」は市場不完全化の重大な要因となつているが、これは農業金融組織の問題の一環として考えなければならぬ。即ち完全市場という考えはいわゆる「中立貨幣」を前提しているが、貨幣の中立性が成立し得ないところに農産物市場の一つの問題があるように思われる。

以上概観したように農産物市場には完全市場の成立を阻害するさまざまな特殊事情がある。詳細に吟味すればさらに複雑な事情があり、また農産物の種類によつても条件は異つて来よう。しかしいすれにせよ、農産物市場は非農産物市場に比較して一般に完全化が困難だといつてよいだろう。そして市場の完全化を困難にする要因はそのまま市場範囲（一物一価の妥当配用としての）の拡大を困難にする要因でもある。個々の農産物市場を取つて見ると、その市場の不完全の程度に応じて市場内の価格差、即ち地域差、<sup>(4)</sup>流通段階差、時間差、規格等級差が不合理なものとなり、合理的な価格差を回復する力が弱くなる。また市場範囲という観点から見れば、厳密な意味の範囲は市場が不完全になるほど狭少になり、全体としての市場は単一の市場でなく市場複合体としての特徴を濃厚にする。

最後の問題にはいろいろ。個々の農産物の市場について、価格形成の観点からその合理性の程度を測定するにはいかなる方法を採用し、また何を指標に取るのが適当か。方法としては二つ考えられる。第一はいわば直接法で、個々の農産物市場について、完全市場に関する既説の五つの必要条件がどの程度妥当するかを、具体的に吟味することである。すなわち、当該農産物の取引関係者が、(一)どの程度経済合理的に行動しているか、(二)どの程度の市場知識を有するか、(三)当該農産物の空間的・時間的移動可能性はどの程度完全か、(四)規格等級別分類と標準化がどの程度行われているか、(五)市場組織がどの程度に整備されているか、を具体的に吟味することである。具体的な指標としては、問題別に適当なものを発見する必要がある。第二の方法は、個々の農産物の市場価格の分析を通じて市場の完全・不完全、市場範囲の大小を測定し、これから逆に完全市場に関する必要条件の有無とその程度を推定する方法である。以上二つの方法は並行して進めることが勿論望ましい。しかし、第一の方法を全面的に採用することは困難だか

ら、まず比較的容易な第二の方法を実践し、その結果を重点的に第一の方法により確認する行き方が適當であろう。それ故ここでは第二の方法についてのみ説明を加えて置こう。

市場の合理性を把握するための方法としての市場価格の分析は、一口にいえば市場における価格構造の分析である。いうまでもなく、一つの商品の価格というものは単一の価格ではなく、空間、時間、流通段階、規格等級等市場の特殊条件、市場構造を反映する価格複合体であるから、この複合体としての価格の構造を分析することによつて逆に市場の構造を知ることができる。また同様な構造分析を一つの商品と他の商品との関係、即ち通常価格体系といわれている領域にまで拡大して適用し、一定の商品群の市場の構造をとらえることができる。さらに、以上のような価格構造の分析を通じて市場の構造が明らかになれば、市場の範囲の大小についてもおのずから判定を下すことが可能となる。価格構造分析の具体的な方法とその際の指標は以下にならう。

#### (一) 価格の地域差

同一流通段階の各地の市場価格を比較して、その価格差が各市場間の輸送費用に落着く傾向があるかどうか、もしこの傾向があるとすればその強度がどの程度かを測定すればよい。具体的には同一商品、同一時点の各地の市場の価格データを集めて任意の二市場の組合せ毎に相関図を作成する。相関図にはあらかじめゼロ・マージン線（原点を通る対角線）を記入して置く。次に図にプロットした各点を貫く回帰線を記入する。もし市場が完全であるとすれば、ゼロ・マージン線と回帰線の差が輸送費用に等しく、ドットはすべて回帰線に集中するはずである。それ故、ゼロ・マージン線と回帰線の開きが輸送費用に等しいかどうか、および各点の回帰線への集中の程度（相関係数を以つて測る）が市場の完全性、従つて合理性を測定するための指標となる。また市場の組合せの数を次第に増して価格相関のなくなる

まで取れば、市場の範囲が明らかになる。さらに、市場間の価格波及におけるタイム・ラグの大きい場合には、価格の流通段階差（次項）におけると同様に異時点の市場間に見られる相関関係を指標としなければならぬ。

### (二) 価格の流通段階差

市場が完全であれば流通段階間の価格差は流通加工費用に等しいはずであるから、価格差と流通加工費用との相関の強度が市場の完全性を測る第一の指標である。（具体的な測定法は地域差の場合と同じ。）ところが流通段階の異なる市場間の価格波及関係には通常は比較的大きなタイム・ラグがある。そこで流通段階別の市場関係においては、単に市場間の価格相関度が強いということばかりでなく、価格波及におけるタイム・ラグがなるべく小さいということが市場完全の度を測るもう一つの指標となる。タイム・ラグを具体的に知るためには、流通段階の異なる任意の二市場について、時点を異にする幾組かの価格データを組合わせて相関係数を計算して見て、その中から係数の値の最大なもの（相関々係の最も緊密な時点の組合せ）を発見すればよい。

### (三) 価格の時間差

市場における価格の時間差として問題になるのは、一年以内の短期的な価格変動、特に季節変動における価格差と価格の安定性である。もともと完全市場という概念は非常に静態的なものだから、これを経済全体が発展し需給が大きく変動する年々の関係に適用することには無理があろう。<sup>(6)</sup>

個々の農産物の市場について季節変動の観点からその完全の度を測るには、特定の生産期を基準として翌年の生産期に至るまでの一カ年内の各時点（月、旬、週など）毎に、その時点まで生産物を持越すに必要な平均持越費用を概算して正常な季節変動曲線を描き、これと、各時点の実際の平均価格をもとにして画いた実際の季節変動曲線とを比較

すればよい。正常曲線に対する実際の曲線の偏差の大小が市場の完全性を測る指標となる。生産季節がかなり長い場合には生産時期による生産費差と品質差を修正して正常変動曲線を画かなければならぬ。

次に、市場が時間的に完全であるためには、単に各時点の平均価格が正常な季節価格に合致するというだけでは足りない、各時点の価格はできるだけ変動が少なく安定的でなければならぬ。この価格の安定度をとらえるには単位期間（年、月、旬、週、日など）の平均価格に対する実際価格の偏差（もちろん正常な季節的変化を消去する）を測ればよい。

#### (四) 規格等級間の価格差、商品間の価格差

規格等級に分類された一つの商品、あるいは常識的に異種と見なされる二つ以上の商品からなる一つの商品群が、全体として一つの市場に属しかつこの市場が完全であるためには、規格等級間の価格差ないし商品間の価格差がそれぞれの規格等級ないし商品に対する消費者の選択強度の差に等しくなければならぬ。ところが消費者の選択強度は理論上はともかく、実際には測定不可能だから別の方法を考えなければならぬ。幸いにして農産物市場には供給独占の要素が比較的稀薄なので次の便法を採用することができる。即ち、完全競争市場においては価格は生産費に一致し、価格差は消費者の選択強度の差に等しいという原理を応用して、規格等級間ないし商品間の価格差がそれぞれの生産費差に等しいかどうか、あるいはこれからどれだけ離反しているかということを指標に取つて市場の完全性を測定する方法である。もちろんこの方法は、明確に供給独占の行われている商品、および結合生産関係において生産されて生産費計算の困難な商品には適用し得ないという欠点を持つてゐる。しかし現在の段階ではこれに代るべき方法はないようだ。

註(七) G. S. Shepherd, *Marketing Farm Products*, 2nd ed., 1947, pp. 399~409. 以下同。ただしヘンフォードは完全競争

市場と完全市場を同一視しているので、「形式」(form)の観点から見た完全市場の条件は価格の品種別・規格等級別価格差が生産加工費の差に等しいことがあるとしている。

(3) 完全市場が独占と両立し得る概念たることはビグーによつて明確に指摘されている。前掲拙稿「覺書」一五四―五五頁および一五九頁註2参照。

(4) 価格の流通段階差は価格の空間差と時間差の合成である。また加工費用をも含むことが多い。加工過程を経た商品は厳密には加工前の商品と同一ではないが、加工度の軽いものは便宜上同一商品と見なして大過ないであろう。

(5) 拙稿「青果物価格の構造」(農業総合研究)六巻四号、昭和二七年)はかかる観点からの価格分析の一つの試みである。

(6) われわれは一カ年以内の短期的な価格変動の態様と価格安定性を問題とする。完全市場という観点を一カ年を超える長期の市場現象に適用することも不可能ではないが、このためには生産要素市場をも含めた広い範囲の動態市場を想定しなければならぬので、われわれの立場からは実用価値が少なく考える。また、一カ年を超える長期についての需給安定、価格安定の問題は主として動態過程における需給の均衡に關係するものであつて、流通市場の問題というよりは、むしろ需供給自体の問題であると考える。

### 三、商品流通の観点から見た市場の合理性

農産物市場における合理性の第二は、できるだけ大量の農産物が、できるだけ広い範囲で、できるだけ能率的に流通することである。もちろん商品流通上の合理性は価格形成上の合理性と表裏一体の關係に立つて居り、価格が合理的に形成されることが商品流通の能率的たるための条件であり、逆に流通組織の確立していることが価格形成を合理的ならしめるための条件である。従つて価格形成の場としての農産物市場の完全化を阻む諸条件はそのまま商品流通の合理化を阻む要因となるが、ここではやや視角を変えて商品流通の観点から農産物市場の特殊事情をもう一度考へて見よう。

## (一) 流通範囲

個々の農産物の市場は、他の条件にして等しい限り、当該農産物の流通範囲が広ければ広いほど合理的であるといふことができる。さきに価格の観点から市場範囲の問題にふれたが、かかる市場範囲をいけば実体的に裏づけるものは商品の流通範囲に外ならない。流通範囲拡大の効果は、第一に必要な供給の不規則な変動に対する中和作用を増すことである。特に農産物は年々の豊凶による供給変動がはげしいので、流通範囲の拡大によつてこれを中和する必要がある。効果の第二は、右の中和作用を通じて価格の安定化をもたらすことである。第三は、適地適作主義の貫徹、特産地の形成を容易にし、また零細な副業的生産物に商品化の機会を提供することである。

流通範囲の大小は農産物の物理的な性質、需要供給の特質、流通上の制度的・技術的諸条件等により決定される。輸送貯蔵に耐え、容積に比して価値が大きく、需要の普遍的な商品ほど流通範囲が広く、反対に輸送貯蔵に弱く、価値に比して容積が過大、需要の特殊的な商品ほど流通範囲は狭くなる。また流通技術の進歩が流通範囲の拡大をもたらすことにも特に注目しなければならない。

## (二) 流通量

特定の商品の市場は流通範囲が広いばかりでなく流通の量が多ければ多いほど合理的であるといふことができる。流通量の増加は需給の増大と流通技術の進歩によつてもたらされるが、これについては特別の説明を要しないであらう。

## (三) 流通能率

商品流通における合理・不合理を論ずるに当つて問題の中心をなすものは、何といつても流通が能率的か否かとい

うことである。商品の流通範囲と流通量の大小は経済の発展や流通技術の進歩の総合的な結果であつてそれ自体を政策的に動かし得る余地が少ないが、流通能率に関する諸要因には政策的に改変し得るものが多く、これによつて中間費用の節約はもちろん流通範囲の拡大、流通量の増加もある程度可能となるからである。商品の流通とは生産者から消費者への生産物の物理的・社会的移転の謂いであるが、この移転の能率に關係する諸要因は三つの群に分つことができる。即ち、(一)商品流通のための物理的な技術と施設、(二)流通のための社会的な技術と制度、(三)流通市場の組織である。

商品の流通能率に関する第一の要因たる物理的な技術と施設とは、商品の輸送、貯蔵、秤量、選別、格付、混合、検査等主として商品の物理的な移転に關係するものである。既に述べたように、農産物にはこれらの物理的な移転能力に欠けるものが多いので、右の技術と施設の進歩は流通能率の向上、従つて流通範囲の拡大、流通量の増加に大きな意味を持つ。

流通能率に関する第二の要因は社会的な技術と制度である。商品の物理的移転に關する技術・施設が確立してゐるとしてもこれを運営するための社会的な技術と制度が完備していなければ流通は能率的に行われぬ。また商品の社会的な移転(所有權の移転)に關する技術や制度も流通能率に大きな影響を持つ。農産物市場の後進性はさきの物理的な流通技術・施設におけるよりもこの社会的な流通技術・制度において大きいことに注意しなければならぬ。主な例を挙げると、度量衡制度、規格等級および検査制度、販売・購売・宣伝・市況調査・市場分析に關する技術と制度、簿記・經理技術と制度、取引技術と取引形態、公正取引を保障するための法規や制度、金融・保険に關する技術と制度等である。



流通能率に關する第三の要因たる流通市場の組織は、商品の物理的・社会的移転に關する技術、施設、制度とこれを駆使する各流通段階の流通担当者を組合わせた体系である。流通組織に關して問題となるのは、中央市場を中心とする商品の集中・分散の体系がどの程度完成しているか、流通段階の数が果して適正か、各段階の担当者の経営規模が適正かどうかということである。完全に組織化された市場は商品取引所（標準品の現物・先物取引が行われる）を備えた中央市場を中心に商品の集中分散の体系が確立して、商品取引所で形成される標準価格は迅速に各地、各段階の下部市場に伝達されて取引を円滑にする。市場組織化の程度は農産物の種類によつて異なる。米、その他の食糧農産物や生糸のように大量に商品化され、格付、標準化の容易な農産物においては組織化の程度が高く、茶、いぐさのような高級品、特殊品においては低い。大都市に中央卸売市場を持つ生鮮食糧品はその中間に位置すると見てよいだろう。さらに、流通組織が完全であるためには単に形式的に組織化が完成しているだけでは足らない、流通段階の數と各段階の流通担当者の経営規模がまた適正でなければならぬ。この問題は農産物市場において特に重要である。既に述べたように農産物は零細な規模で、複合的に、しかも分散して生産されているので、これを商品化するには蒐集、大量化という特殊業務を必要とするが、かかる集荷業務に關する現存の機構が果して合理的かどうか特に問題だからである。しかしこれは流通担当者の問題とも関連するので次節において取上げよう。

商品流通の観点から個々の農産物市場の合理性を測定するにはいかなる方法により、何を指標とすべきかという問題にはいろいろ。

既に述べたように、特定の商品の市場はその商品の流通範囲と流通量が大きければ大きいほど合理的であるが、この流通範囲と流通量の測定に關しては特別の説明を必要としない。できるだけ多くの統計資料を蒐集し整理すればよ

い。ただし流通範囲の測定に当つては流通の客体たる商品をまず産地によつて限定して仕事にかかる必要がある。 (例えば秋田米の流通範囲、日本茶の流通範囲というふうに) かくして測定された流通範囲と流通量の大小はそのまま合理化の程度を示す指標として役立つ。

次に、流通能率の良否はいかなる方法により、何を指標として測定すべきか。これは流通合理性の測定における中心問題である。流通能率の測定法としては、さきに述べた価格形成における合理性の測定の場合と同様に、直接法、間接法の二つの方法が考えられる。第一の直接法は、個々の農産物市場について流通能率に關係する諸要因の一つ一つをしらみつぶしに當つて合理化の程度を判定する方法である。第二の間接法は、流通能率の良否が結局流通費用の多寡となつて現われることに着目して、流通費用の調査分析から間接に流通能率の良否を推定する方法である。

流通能率の直接測定法は、価格形成における合理性の直接測定法に比較して実行し易い。商品流通に關する、(一)物理的技術と施設、(二)社会的技術と制度、(三)市場組織、の三つの群に分類される諸条件(個々の条件は既に列挙したから省略する)の一つ一つが成立するか否かを指標に取るだけで、概ね合理化の程度を判断することができる。もし個々の条件の成立の強度を知る必要がある場合には改めてその強度を測るための指標を求めればよい。

流通能率の間接測定法は流通費用の大小を指標とするものである。ところが流通費用の測定に關しても実は直接、間接の二つの方法がある。直接法とは特定の商品について生産地から消費地までのその流通過程を追及して實際の流通費用を調査する方法、間接法とは特定商品の流通段階別の平均価格を調査して、流通段階別価格の開差から平均的な流通費用を推定する方法である。いずれも一長一短があり、併用することが恐らく望ましいと思われるが、いずれにせよかくしてさまざまな流通費用が算定されれば、これについての相互比較を試みなければ流通能率の測定はでき

ない。——例えば同一商品についての地域比較・年次比較・国際比較、異種商品間の比較など。ところが同一商品の同一時点についての流通費用の比較には問題はないが、そのほかの場合には流通費用の絶対額を比較することは全く無意味なので、何等かの共通尺度に換算した上で比較しなければならぬ。流通費用の大小は通常生産者価格あるいは消費者価格に対する比率の形で比較されるが、流通費用自体の変化よりも分母となる価格の変化の方が大きいのが普通だから、かかる方法は流通能率測定の見地からは殆んど役に立たない。同一商品の年次比較においては生産財価格指数と賃銀指数を組合わせてデフレーターに使用することが一つの方法であらう。同一商品の国際比較に当つてはコリン・クラークにならつて賃銀単位をデフレーターにすることも一つの方法である<sup>(8)</sup>。また異種の商品間の比較においては重量単位ないし容積単位に換算して見るのも一つの試みである。いずれにせよ適当なデフレーターによつて共通尺度に換算された流通費用の大小は流通能率を知るための指標となる。

なお、従業員一人当りないし単位労働時間当りの商品流通量を指標とする流通能率測定法のあることを追記して置こう。しかしこの方法は資本効率を明らかにし得ないので第一次近似法としての価値を持つにすぎないであらう。

註(7) 農産物の取引形態とその後進性については野崎保平「農産物取引形態の近代化とその経済的意義について」(協同組合経営研究所報告一五号、昭和二九年)を参照せよ。

(8) Colin Clark, *The Conditions of Economic Progress* 1st ed, 1940. 金融経済研究会訳第九章三七七―九七頁参照。  
コリン・クラークは歐米一五カ国の鉄道運賃の大小を比較するに当つて、まず各国別に鉄道貨物運搬人、鉄道トラック労働者および機械組立工を総合した平均一時間当りの・各国貨幣で表わした賃銀を計算し、次にこの賃銀を以つて各国の鉄道運賃(各国の貨幣で表わされる)を割つた数字(即ち賃銀単位で表現した各国の鉄道運賃)を算出し、これを比較のためのデータとした。ただし国際間に賃銀水準の大きな開差の存する場合には右の方法は適当ではないと思われる。

## 四、農産物市場における合理性と近代性

われわれはまず仮りに、市場における近代性とは市場における合理性と同意義であると解して前節までの論議を展開した。しかも合理性という観念を世界観や立場による制約からできるだけ解放された形で、いわば技術的合理性(仮設された価値目標に対する手段としての適合性)として取上げようと試みた。このような技術的観点に立つ限り、市場の合理性に關係する諸要因はすべて何等かの形で、(一)価格形成、(二)商品流通の二つの市場機能に技術的に關係するものとして整理することができる。従つて市場における何等かの近代現象がもし合理的であるとすれば、それは多かれ少なかれ合理的な価格形成、合理的な商品流通に關係するはずである。従つてまた市場における近代現象がすべて合理的なものであるとすれば、われわれが試みた二つの観点からの市場分析によつて市場の近代的な性格は蔽い尽せるはずである。

ところが、かかる技術的な観点がある程度押し進めて行くと、それ自身近代的なものには相違ないが、どうしても右の技術的な観点からはとらえ尽せないようなさまざまな市場の性格に直面するのである。近代の經濟活動が古い形の不合理を破砕して新しい合理を確立すると同時に、反面において新しい形の不合理を生みつつあるということがその理由の第一である。また合理・不合理を判断するための共通の価値観点を欠くような新しい市場現象の発生していることがその理由の第二である。具体的な例として、商人に代る生産者あるいは消費者の流通加工段階への進出という近代現象を取つて考えればこの關係は理解し易い。即ち商品の生産・消費体制の變化、流通技術の進歩があつて、これによりよく適合するために生産者・消費者の進出があつたと考えられる限りこの現象は合理的であるが、それが

単なる進出のための進出に終つて流通能率が却つて低下したとすればそれは合理性に反する。また生産者・消費者の進出が流通能率に何等の変化ももたらさなかつたとすれば、それは分配問題にすぎなかつたことになるから、客観的に合理・不合理を判定すべき共通の価値基準を欠くことになる。

さて、農産物市場について近代的と考えられる諸性格を追求して行くと、右に述べたような意味で、技術的観点からは割り切れないいくつかの性格を発見することができる。しかしここではその中で特に重要と思われる次の二つの性格に言及するにとどめよう。(一)いわゆる「商人排除」の傾向にかかわるもの、(二)独占的大企業に進出にかかわるもの。

### (一) 農産物市場における「商人排除」

農産物市場における近代的性格の第一が価格形成および商品流通の二つの観点から見た技術的合理性であるとするば、これに次ぐ第二の近代的性格はいわゆる「商人排除」の傾向とこの傾向の結果と見なされるさまざまの特徴が市場に存在することである。一般に「商人排除」といわれる傾向は資本主義後期の市場に特有な現象であるが、これがいかなる理由から発生し、いかなるプロセスを経て発展して来たかを理解するためには、産業としての商業の特殊性とそれに特有な発展法則にまで立入る必要がある。しかしかかる問題に深入りすることはわれわれの主題の範囲を逸脱するので、ここではその概略にふれるにとどめる。<sup>(9)</sup>

一般に商業の発展を規制する要因は、(一)生産過程における変化、(二)消費過程における変化、(三)流通過程自身の内部的变化の三つであり、これに政策の影響が加わる。ところが商業の産業としての基本的な特徴は生産過程ではなく流

通過過程を担当することであり、流通過程においては、大規模生産の利益も技術進歩の機会も比較的乏しいから、商業の発展は内部の動因によるよりも外部の生産・消費体制の変化、あるいは国家の政策に影響されて発生することが多いと考えられる。もちろん流通過程は需要創造、市場拡大の機能を備えているため、流通過程からの働きかけによって生産・消費体制が変化し、これが逆にはね返って流通過程自体を変えろという関係があるので、商業発展のそもその原動力は何かということは簡単にきめかねる。しかし原動力がいずこにあるかということにかかわりなく、通過過程の変化は直接的には主に右の三つの要因に基いて発生するものと考えてよいだろう。今日までに商業の発展して来た大きなコースを振り返つて見ると、中世末期の間屋制を中心とする商業の市場経済支配体制から出発して、市場経済の拡大にもなつてまず資本主義前期の「商人介入」の段階を経過し、ついで資本主義後期に至つて「商人排除」の段階に達したとすることができる。但しここに商人というのは自己の危険負担において流通業務を担当する独立の企業者で通常は比較的の小規模のものというほどの意味である。いずれにせよこのような商業の発展を直接的に支えて来たものは右に述べた三つの要因で、各段階の流通体制と生産・消費体制の間には一定の対応関係がある。まず間屋制に対応するものは小規模で資力薄弱な生産者と、分散した僅かの消費需要であつた。商人介入の傾向に対応するものは、規模を若干拡大しながら数を増した生産者と、都市を中心を増大しかつ流通範囲の拡大した段階における消費需要であつた。即ち生産・消費量の増加は商人の数をいわば横の関係において増加させ、流通範囲の拡大は流通過程の延長と系統商人の数のいわば縦の増加をもたらした。最後に商人排除の傾向に対しては、流通量と流通範囲が大きくなつていけばかりでなく、大規模生産が普遍化し、消費ないし消費財購入規模もまた拡大した段階の生産・消費体制である。

ところで、農産物市場における「商人排除」の傾向には、一般の市場における場合と異つた特殊事情の存することに注意しなければならぬ。それはまず第一に、小農的生産様式を基礎とする農業の発展は技術的には必ずしも商人の排除を必要としないという事情である。いうまでもなく、わが国のような小農国における市場経済の発展は農業経営規模の拡大はもたらさず、従来のままの小規模経営を基礎とする商品化量の増大をもたらした。即ち農業は都市の需要増加に適應するために、小規模経営の数の増加、個々の経営における生産性の向上と商品化率の引上げ、農業経営の若干の専門化・分業化、特産地の形成などを通じて農産物の供給力を増加させて来た。しかしこのような形での農業の適應は、小規模生産に特有な生産物の集荷過程を必ずしも容易にするものではなく、従つてさきに述べた商人介入の傾向を助長こそすれ、商人排除の傾向を必然的に内包するものではない。工業における市場経済への適應が主に生産規模の拡大による生産増加という形を取り、これが原料購入、製品販売の両側面において旧来の商人を排除して来た事情とは対照的である。

第二の事情は右の裏腹の關係として、農産物市場における商人排除の傾向が主として農業生産過程以外のいわば外部的理由に基いて發生してゐることである。外部的理由の第一は農産物加工業における生産規模の拡大である。例えば近代的産業にまで成長した製糸業が養蚕業の周辺からほとんど一切の商人（繭仲買人、繭問屋、蚕種商その他）を排除してしまつた事情を想起すれば充分であらう。理由の第二は都市における農産物消費量の増加と流通・消費体制の變化である。都市においては農産物需要の増加に対応して新しい流通組織が確立され、これが集荷段階を担当する商人の排除を可能にした。米や蔬菜果実の場合がよい例である。また消費体制の變化としては、家庭外の給食設備、例えば大規模飲食店、旅館ホテル、寄宿舎、職場給食、学校給食などが發達して消費規模が大きくなつたこと、消費組合

などの形で消費財購入規模が拡大したことを挙げることができる。しかしこのような消費体制の変化から直接影響を蒙るのは小売段階の小中商人で、集荷段階への影響は間接的である。農産物市場における商人排除の傾向を発生せしめた第三の理由は、農民の経済的・社会的意識の向上と政府の政策によつて裏づけられた、協同組合組織の発達である。協同組合組織の発達は、たとえこれが農民の創意に基いて発生した場合でも、その発生の理由を生産過程内部の技術的事情に発見し得ない限り、正確には生産過程としての農業の外部の理由に基くものといわなければならぬ。協同組合組織が政府の政策によつて上から押しつけられた場合はいうまでもない。

要するに、農産物市場の一つの近代的性格を表わす商人排除の傾向は、非農産物市場の場合と違つて、生産過程自体の変化を理由とするものではなく、むしろ外部事情の変化を理由として発生しているといふことができる。このことは農産物市場、特に集荷段階の市場における商人の排除が必ずしも技術的合理性に貫かれていないことの大きな理由となる。協同組合の進出による商人の排除が、農民の政治勢力や政府の政策によつて強力に推進される場合に特にそうである。

近代化された農産物市場は「商人排除」が進行了た結果、さまざまな新しい特徴を身につけて来た。列挙すれば次のようになる。

(一) 旧来の商人機構に伴い勝ちであつた前資本主義的取引形態の打破。——この点に関する限り商人の排除は市場の合理化に通ずる。

(二) 農民の流通加工段階への進出。——主として協同組合の形を取る。農民の利益が増進するばかりでなく、農産物の価格形成・流通組織が客観的に合理化された場合にはじめて、農民の進出は近代的にして、かつ合理的であるとい



うことができる。

(三) 農民と大規模農産物加工業との直結。——次項に取上げるように、流通過程は合理化されるが、需要独占市場となり、市場操作が行われれば新しい形の不完全市場が発生する。

(四) 農民と都市消費者との直結。

註(9) 詳しくは谷口吉彦「商業発展の特殊性」(内池廉吉博士還暦祝賀記念「商学論集」、昭和一二年所載)を参照せよ。ただし

谷口博士の所説においては流通過程外の要因の流通過程への影響が強調され、流通過程からの働きかけによつて生産・消費過程が変化し、これがはね返つて流通過程自体を変えろという面が無視されている。なお本論における「商人排除」および「商人介入」という表現はほぼ谷口博士の用法に従つたものである。

## (二) 大企業の市場支配と農民の市場地位

近代化された市場の性格の第一が価格形成および商品流通における技術的合理性であり、その第二がいわゆる「商人排除」の傾向であるとすれば、第三の近代的性格は巨大企業の市場支配とその結果としての消費者および中小生産者の新しい市場地位である。

大企業の市場支配の問題は経済学において、古くは古典的な独占理論として、近年は不完全競争論、独占競争論、市場形態論などの形で、主として支配者としての大企業の側を中心にとらえられて来た。しかし最近是需要分析の発達に並行して、消費性格の問題ないし消費者の市場地位の問題として被支配者の側から同一の問題に接近しようとする努力が見られるようになった。<sup>(10)</sup>

問題の核心は古典的な経済理論が前提していた完全競争と消費者自律の原則とが事実的にも理論的にも崩壊して来

た事情にある。古典的な考え方においては、消費者は社会全体として見れば生産者と同一人に外ならないから、社会全体としての経済活動は結局己れの欲する財を欲する数量だけ生産する孤立経済人の生産・消費活動にもたとえ得べく、消費者の欲求こそ価値の根源であり経済活動の最高の統制者に外ならないとされていた。このような考え方は消費者がその消費生活において完全な自律能力を持つことと、競争が完全で企業者の需要創造 (demand creation) が行われないことの二つの条件を前提する。しかしこの二つの条件は資本主義の初期の段階においては事実的にも理論的にも概ね妥当したかも知れないが、多かれ少なかれ独占力を備えた大企業が出現し、また消費者の生活自律能力が喪失されてからは、事実的にも理論的にも妥当性を失つて来た。市場は完全競争市場に近い形、あるいは完全競争市場に近づきつつある形から独占競争市場に変化し、市場の支配権は消費者から大企業の手に移動したと考えるよりだろ。近代的な大企業は単に需給関係を操作するだけでなく、広告・宣伝その他の活動を通じて個々の商品に対する需要を創造する。また金融操作を通じて市場全体の需要の大きさを変える能力をも持つに至っている。

大企業による市場支配という市場一般の近代的性格は、右のように主として企業と消費者の関係として取上げられているが、わが国のような資本主義後進国においては単にそれだけでなく、大企業と、農民をも含めた意味の中小企業との関係としてもとらえることができる。中小企業は通常家族経営の形を取るから、消費者として大企業の支配の対象となるばかりでなく、生産者としても同じく大企業の支配下に立つ。前項に述べた「商人排除」の傾向も多分に大企業の市場支配に関係するものであつた。同じ意味で大企業による中小工業排除の傾向も取上げることができる。ところが、農民の場合には中小商工業者と違つて、生産者としては「排除」されることなく単に「支配」されるにとどまることが特徴といえる。

近代市場における大企業と農民との間の支配・被支配の関係は、(一)農産物の販売関係、(二)農業生産資材の購入関係、(三)消費財の購入関係、の三つの側面において発見することができる。従つて農産物市場における大企業の支配と農民の市場地位の問題は、農業をめぐる諸市場における大企業の支配体制と農民の全般的な市場地位の一環として理解しなければならぬ。むしろ、農産物市場における大企業の支配は農産物加工業の大規模化した部門に限られるから、化学肥料のような農業の各部門に通ずる生産資材の購入面、あるいはいわゆるマス・コミュニケーションやデモンストラーション効果によつて動かされる消費財購入面における大企業の農民支配の問題の方がより重要だといつてもよいだろう。

最後に、農産物市場における大企業の支配は具体的にはいかなる形を取り、またどのような特徴を市場に与えているか。

まず第一に挙ぐべきは、すでに前項に述べたことと重複するが、農産物集荷過程における集荷商人の排除とその結果たる大企業と農民の直結であろう。この場合、商人の排除は農民の集荷段階への進出を意味するものではなく(形式的にはそう見えるかも知れないが)、実質は大企業の集荷段階への進出を意味する。しかも大企業は集荷段階を超えて生産段階にまで支配力を及ぼすことが往々にしてある。かつての養蚕業における特約組合がそのよい例であろう。

第二に、大企業の手による農産物流通過程の技術的合理化がある。農産物の流通加工過程を大企業が支配するようになる、一般に農産物の流通範囲が拡大し、流通量が増し流通技術が進歩して流通能率を増す傾向が強い。(もちろん流通過程の合理化が大企業の出現を容易にする面もあるが)例えば藕取引に見られる検定制度は農産物取引においては最も科学的・合理的な制度の一つであるが、これを創始したのは郡是製糸であつた。また農産物の中で流通過程が技

術的に最も合理化されているのは繭・牛乳・甜菜など大規模加工工業に直結する原料農産物である。

第三には、新しい形の需要独占市場の形成がある。中小規模の集荷商の支配する古い形の農産物市場も決して完全競争市場ではない。それは地域的・人格的な独占要素を含み、市場知識の不足、不公正な取引の横行、商品移動の困難などの理由から一種のいわば古典的な不完全競争市場を形成する。大企業の進出はこのような古典的な形の不完全競争市場の二掃を可能にするが、その反面市場は新たに強力な需要独占の影響下に立つことになる。しかもこの需要独占は市場の完全化をもたらさず、独占者の市場操作や価格政策による新しい形の市場不完全化をもたらすのが普通である。

要するに、加工流通段階に大企業が進出するようになった農業の部門においては、生産者は中小集荷商の古い形の・技術的には不合理な支配から脱するとともに、大企業の新しい形の・技術的には合理的な支配の下に立つことになる。この事情をわれわれは農産物市場の近代的な性格の一つとして教える。

註(10) 不完全競争論、独占競争論、市場形理論、消費者の市場地位等に関する文献は前掲「舊書」における引用を参照せよ。な

お次の論文を追加して置こう。Rolf Goeh, Geldsystem, Produktion und Nachfrage, *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, Band 164, 1952.

## 五、要 約

市場における近代性とは必ずしも市場における合理性と同義ではない。しかし何といつても市場についての中心問題は市場の合理・不合理に関するものであるから、まず客観的な市場合理性という観点からとらえ得る限りの側面を

突きつめ、その限界に達して後、かかる観点からとらえない市場の近代的性格についての若干の展望を試みた。

(1) 市場の合理・不合理は価格形成の観点および商品流通の観点からとらえることができる。価格形成の観点から見て市場が客観的に合理的であるためには、それがいわゆる完全市場の理想型にできるだけ近く、かつ、かかる形の市場の範囲ができるだけ広いことを必要とする。農産物市場について、かかる意味の合理性を具体的にとらえるためには、市場の特殊事情を反映する農産物価格の構造を分析する必要がある。この場合、市場に見られる各種の価格差（地域差、流通段階差、時間差、規格等級間・商品間の価格差）が適正かどうかということが、合理性を測るための指標となる。

(2) 次に、商品流通の観点から見て市場が客観的に合理的であるためには、できるだけ商品の流通範囲が広く、流通量が多く、流通能率が高くなければならぬ。農産物市場についてかかる意味の合理性を具体的にとらえるための方法にはいろいろあるが、流通能率の測定、特に流通費用の分析を通ずる流通能率の測定が中心問題となろう。そして、流通費用の大小が市場合理性をとらえるための主な指標となる。

(3) 最後に、以上のような客観的な合理性（立場や価値観点から解放されているという意味で技術的な合理性）という観点からはとらえない市場の近代的性格の中から、特に重要な二つの性格を指摘した。すなわち、第一が市場における「商人排除」の傾向、第二が大企業の市場支配とその結果としての農民の新しい市場地位、これらの性格は市場における合理・不合理の問題と密接にからみ合つて存在するが、かかる形式的な観点からはとらえない側面を併有している。

以上がわれわれの論旨の要約である。これで冒頭に掲げた設問に対する解答は一応出そろつたと考える。

そもそも農産物市場における不合理や後進性を憂え、市場の合理化、近代化をとなえるに際しては、一体いかなる事態を憂え、いかなる事態の実現を望むのかを明確に認識しなければ主張が弱くなる。この点を明確にするための一つの考え方を提供することが本稿の目的であつた。