

## 1999年の本。

ところが七〇～九〇年代には、状況が大きく変わった。国家統制や規制が、経済やビジネスの新分野への飛躍を邪魔し、そのために経済の活力が失なわれ、新しい雇用もつくりだせなくなった。そこで「個人の利己心にまかせ、自由にビジネスをやらせよう」という考えが主流となり、**市場主義に戻ったのだ**。

では、個人の利己心や自己愛の追求とは、経済学的にはどういうことなのか。

それは「限界便益が限界費用より大きいとき人間は同じ行動をつづけ、両者が等量になるまでやめない」という「**限界理論**」で示される。利益になる行動をとるとコストもかかる。が、利益の増加分のほうがコストの増加分より大きい限り、人は利益を生み出す行動をつづけるというのだ。あたりまえのようだが、大切な市場の原理である。

なお「**限界**」とは**経済学特有の用語で「増加分」という意味**。行動を増加したとき、利益とコストの増加分で比較するのが経済学の考え方である。

## 市場の原理

### 需要と供給の原理

価格は、需要と供給がちょうど一致するところで決まる。

### 選択と競争の原理

買う者が自由に選択でき、売る側は競争によって買い手を獲得するのが市場経済である。安値競争で得をするのは消費者だが、企業がむりに安値にすると供給がつかなくなり、結局は消費者の選択の幅がせばまってしまうことになる。

### 弾力性の原理

これは**変化への反応速度**のことで、たとえば価格が一〇%上がったために需要が一五%減少した場合「その需要は価格に弾力的だ」という。弾力的かどうかの要因は、①代替物があると弾力的になる、②時間がたつと弾力的に変わる、③企業や家計で占める割合が高いと弾力的となる、の三点をおぼえればよい。

**流動性のワナ**とは、不況で物価が下がると、消費者が「物価はさらに下がるだろう」と考えて消費しない経済のことである。世界中で日本だけが陥っている症状だが、これが世界中に蔓延する恐れがあるというのだ。

ところが九〇年代に入ると、この関係が変わり、**サービス業を伸ばすのは製造業ではなくサービス業だ**という新しい関係が出てきた。サービスがサービスを生む新しい時代になったのである。たとえばウィンドウズのようなパソコンの OS ソフトが売れると、パソ

コン本体よりも、パソコンの本やスクール、あるいは応用ソフトのほうが売れる関係になってきたのである。

サービスがサービスを生む経済を「ソフト経済」と呼ぼう。九〇年代以降の先進国の経済はソフト経済になっており、日本経済も、すでにサービス業が単独でも本格的に伸びるソフト経済になっている。市場経済になると、このトレンドはいつそう加速される。

市場経済では、勝ち組と負け組が明快に分かれる。これまでは負けても復活の道はあったが、これから伸びるソフト経済では、敗者は苛烈なまでに勝者に差をつけられるのが市場の法則である。

そうなる理由は、前項でふれた「収益逡増原理」で考えるとわかりやすい。

ミクロ経済学の基本原理に、収益の逡増と逡減の理論がある。生産に必要な土地、労働、資本の三つを生産要素というが、これをたとえば二倍にふやしたとき、生産量も二倍になった場合を「収益不変」と呼ぶ。二倍以上になれば「収益逡増」であり、反対に二倍以下なら「収益逡減」である。

こうした考えのもとには農業である。農業は土地の生産性にしばられるので、肥料をいくらふやしても、もう収穫はふえないという生産規模がある。そこが収穫不変であり、それ以前が収益逡増（ふえるから肥料をやる）、以降が収益逡減（肥料をやってもふえない）だ。

・・・

収益逡増原理の下では、成功者がいつそう成功し、敗者はますます負けていく。一度成功すると、収益逡増のメカニズムがはたらくことによって、それがデファクトスタンダード（世界標準）となる。ソフト経済は、勝者をいつそう強くし、敗者をいつそう弱める。マイクロソフトの一人勝ちをみれば、これがわかるだろう。

つまりビッグバンは、土地もち老人とか事業家の金融資産を増殖させるのである。資産をたくさんもつ人がいつそう強くなるのが、金融の市場化である。

市場における人材の値段とは、その人にいくらかせぐ力があるかで決まる。

女性の一時間あたり賃金が高くなり、子育て、料理、掃除などの家事コスト（古典的な女子の家庭内労働コスト。この大きさは類似のサービス価格で算定する）を上回った。市場主義的にいえば、女性は、外に出てはたらく便益のほうが、家で家事をする便益よりも大きくなったのである。こうなると、家事サービスを外部から購入したほうが得だ。そこで、こうしたサービスが商売になってきたのである。「若い女性は家事が嫌い」と評す人もいるが、そんな好き嫌いの話でなく、どちらが得か損かの話なのである。高給とりの女性が、市場の原理どおりに行動しているということだ。

高齢者雇用の利点をあげよう。①すでに知識が豊富で研修のコストがかからない。商品知識などが豊かなのは有利だ。②接客経験が豊富でサービス産業向きである。これは今の産業構造に合っている。③無断欠勤をしないなど昔の労働倫理をしっかりともっている。賃金が安い。貯金と年金があるから、かせぐのは小づかいぐらいでよい。⑤社会保険コストが低い。年金積み立てがいらず、子供がいないので医療保険も安くすむ。このように利点が多いから、市場にまかせると、高齢者の参入にともない、雇用もふえるのである。

長野県小川村「おやき」

刻んだ野沢菜漬けなどを油でいためた具をうど

ん粉の皮で包んだもので、この地方の昔からのおやつであった。

だが、商品化にあたっては当初から東京市場に照準を合わせている。東京のデパートで試食してもらい、東京人にあわせて塩を減らし、皮を柔らかくするなど改良を重ねた。

おやきをつくっているのは、一か月以上の研修をつんだ地元のおばあさんたちである。小川の庄の社員百十人のうち六五%が六十歳以上で、高齢者については定年がない。ほとんどの人が月に二十日強はたらいて、十万円前後の収入がある。小川村は一人暮らしの老人が多いので、ここでの仕事で集まり、仲間とおしゃべりしたり、お客とふれあうことが楽しみになっているようだ。