

社会主義の消費財流通問題 についての覚書

加藤 義忠

I はじめに

資本主義社会とは異質の社会構成体である社会主義社会やそのもとでの人々の生活ぶりを自分自身の目でじかにたしかめたいというのが、私がマルクス経済学の勉強をはじめてからの長年の夢であった。この夢を現実化するための絶好のチャンスがおとずれた。私に昭和60年度の在外研究員の機会がたえられたからである。

私はモスクワを皮切りに25日間をついやして、ワルシャワ、ブカレスト、ソフィア、ベオグラード、ブタ・ペスト、東ベルリンをみてまわった。⁽¹⁾各国の首都しか視察できなかったうえに、垣間みた程度でしかなかったので、視察にあたいするなどはとてもいえたしろものではないが、それでも首都はなんといってもその国の顔であり、各国の個性がそれなりにあらわれでているので、各国のお国柄を感性的にかぎわけることができる。感性的認識からさらに理解をふかめるためには、この程度の旅程では十分とはいえないことはじゅうじゅう承知しているけれども、この体験が物の見方や考え方の幅を広げるのに役立つのにくわえて、私の専攻分野にかかわっていえば、それ

(1) 当初の計画では、チェコスロバキアのプラハにも2、3日たちよるつもりだったが、アイス・ホッケーの国際試合とかさなりホテルが予約できず、断念のやむなきにいたった。

までなかなか研究の射程にはいってこなかった社会主義の商業機構や流通問題をかんがえるきっかけをあたえることになったのはたしかなことといつてよい。

さて、今日の社会主義の消費財流通部門では、一方でのいわゆる行列と他方でその対極としての滞貨が一般に定常化している。このような事態は、意識的・計画的な経済運営を原則とする社会主義社会では本来生じうるはずのないものであるといつてよい。にもかかわらず、実際においては、このような問題が広範に生じているのは否定しえない事実だから、そこにはなんらかの原因が内在しているはずである。

私は以下において、この原因をえぐりだすとともに、その問題を克服するための若干の方策を私なりにしめそうとおもう。なお、その場合、現代社会主義の中軸に位置するソ連の消費財流通問題の事例を中心的にとりあげながら考察する。

本稿は、上記のようにソ連や東欧社会主義諸国の視察旅行に触発されて企図されたものであるので、経験にもとづく感性的な印象はまだあざやかなのこっているのはたしかだけれども、それを理論的に分析しふかめる作業が、留学づかれやいわゆる逆カルチャー・ショックなどになやまされたために遅々としてすすまず、記念特集号であるのに覚書というスケッチ風のものしかここに用意できなかった。この点をおゆるしねがいたい。

II 社会主義の消費財商業機構の特質とその役割

社会主義社会においても、社会的分業が存在し、かつ全人民的所有と集团的所有と個人的所有に所有がわかれているので、個人的な消費財の大部分は商品として産出され、そして商品流通部門に流入し、そこで貨幣と交換されなければならないが、この消費財流通部門において媒介機能をはたす卸売商業や小売商業あるいはそれらの有機的な連結体としての消費財商業機構は下記のような特質を有し、それにもとづいて固有の機能を遂行している。

社会主義商業には、国営商業と協同組合商業とコルホーズ商業の3つの形

態があるといつてよいが、⁽²⁾これらの商業企業は資材のすべてが社会主義的所有であるので、資本主義的な商業企業とは本質的にことなり、資本家のいない商業企業という一般的特質をもっている。したがって、ここで問題とする消費財商業も資本の利益のためではなくて、国民の生活やその向上のためにのみ存在しているといふことができる。

如上のような本質をもつ社会主義の消費財商業機構の基本的な役割は、つぎのようにまとめることができる。⁽³⁾すなわち、社会主義の消費財商業機構は生産と消費を意識的・計画的に媒介するシステムであるといつてよいが、このシステムはただたんに消費財流通を媒介するだけではなく、それを流通費用節約的あるいは効率的におこなう。社会主義の消費財商業機構も基本的には消費財の生産の大きさとその構造によって規定されているけれども、逆に生産にも反作用をおよぼし、商品の品質を高めたり、品目をふやしたりすることをもとめ、生産を量的質的に発展せしめる。このことは、国民の諸欲求がこの商業機構を媒介項として生産部門に反映されることを意味するが、他方このために、この商業機構は消費部門にたいしてもはたらきかけ、消費者ニーズの調査・研究などをおこなう。それだけではない。消費者の諸欲求に⁽⁴⁾応じるために、商業機構それ自体としても商品取り揃えに工夫をこらしたり、また売買施設・設備の改善をおこなったりする。このように、社会主義の消費財商業機構は「社会主義生産と国民の消費とを、計画的にむすびつける環⁽⁵⁾である」(傍点——井上氏)といふことができる。

(2) より詳しくは、井上幸一「社会主義商業とその理論」森下二次也編『商業経済論体系』文人書房、1959年9月、348～355ページ、井上幸一『社会主義商業論』千倉書房、1974年12月、303～322ページ、西岡俊哲「ソ連における商業政策および流通問題」『社会主義経済研究』第4号、1985年4月、68～75ページをみよ。

(3) 社会主義経済における商業機構の全般的な役割については、井上幸一、同上論文、342～346ページを参照せよ。

(4)(5) 井上幸一、同上論文、343ページ。

Ⅲ 社会主義の消費財流通問題

(1) 社会主義の消費財流通問題の特徴的事象

すでに記述したように、現下の社会主義の消費財流通部面においては、行列とその裏面としての滞貨が広く存在しているが、これは高品質の商品あるいはニュー・ファッションの商品⁽⁶⁾あるいは肉類などの購入のために長い行列⁽⁷⁾ができる反面、一般消費者にあまり人気のない商品は売れずに倉庫にうず高くつまれ、在庫の偏在が生じるという現象のことである。国民に長時間の購買行動を余儀なくさせるこの行列は、かつて問題となった全般的品不足と併存するものとはことなり、その基本的な克服のうえに部分的に生じているいわば相対的品不足に根本的に規定されたものといってよい。

この種の事象については、すでに多くの論者の指摘するところである⁽⁸⁾。たとえば、ソ連では買い物に要する時間は消費者の全生活時間のなんと25%にもたっし、しかもその購買に要する時間のなかで行列のために必要な時間が

(6) 基礎的な需要が満たされている状況下では、国民の商品にたいする要求は必然的に高品質で美的感覚にとんだもの、あるいはファッション性の高いものへとつつっていくのは当然のことといてよい(三谷真「社会主義『マーケティング』の試み」神戸商科大学大学院『星陵台論集』第14巻第1号、1981年8月、147ページをみよ)。

(7) 私もモスクワのクレムリンに隣接して、旧時代そのままの姿でそびえたっている巨大な国営百貨店グムのなかやゴーリキ通りに面した商店街のあちこちで、長い行列に遭遇した。しかも、喫茶店の前にも長い行列ができ、若者たちが1～2時間もじっとまっている光景には本当におどろかされた。喫茶店の数が極端に少ないからなのだろう。

(8) 飯尾要『現代流通システムの構造』新評論、1975年1月、227～228ページ、三谷真「社会主義のもとでの市場問題と商業の調整機能について」、前掲論集、第12巻第1号、1979年8月、107～108ページ、陶山計介「ソ連における消費財流通システムと商・工関係」関西大学『商学論集』第27巻第3号、1982年8月、22～23ページ、29ページ、西岡俊哲、前掲論文、67ページ。

実際に買うための時間のじつに5～6倍にもなっている⁽⁹⁾。先進資本主義諸国の消費者からみれば、これは想像をはるかにこえた事態であり、とてもたえられないことであろう⁽¹⁰⁾。

ところで、このような事態は、商品流通の媒介活動という本源的に不生産的な活動を効率的あるいは売買時間節減的に代行することをとうして国民の福祉を向上せしめると同時に生産活動をも拡大せしめるといふ社会主義の消費財商業機構の本来的役割が十全にはたされていないことをしめすものであるといつてよいが、もう1つ忘れてはならない点は、このことは国民の要求する高品質の商品の入手が容易でないことを意味するので、「労働にたいする⁽¹¹⁾刺激の低下」をひきおこす結果にもなっているということである。

(2) 社会主義の消費財流通問題の原因

一方での行列と他方での滞貨という現象は、つきつめれば需要と供給の不一致⁽¹²⁾ないしは生産と消費の矛盾という問題であるということができよう。計画経済を原則とする社会主義体制下では無視しうる程度の不一致ないしは一時的な不一致は生じるとしても、今日問題視されているような事態は本来生じるはずのないものである。それにもかかわらず、現実の問題化しているのは事実である。だとすれば、その問題の原因がどこかにひそんでいなければならぬわけであるが、それは一面では国民経済レベルの計画経済のなかに消費財商業機構がどのように位置づけられているかという点に、他面では

(9) 西岡俊哲，同上論文，67ページ。

(10) 私のみたかぎりでは、ソ連や東欧諸国の消費者は長時間を要する行列にあまり苦痛を感じていないようであった。これは、社会的に最低生活が保障されているので、のんびりと生活できるという体制的な優位性からくるゆりのせいかもしれないし、あるいは文句をいってもすぐには改善されるものでもないというあきらめのせいかもしれないし、あるいは両者の合成結果のせいかもしれない。

(11) 陶山計介，前掲論文，30ページ。

(12) 三谷真「社会主義のもとでの市場問題と商業の調整機能について」108ページ。

個別企業レベルの流通活動そのものがどのように遂行されているかという点にかかわっているといてよい。もちろん、いずれの原因も両レベルに関連するものではあるが、しかし主たる側面はいずれかのレベルに属している。

ともあれ、消費財流通領域においてあらわれている行列や滞貨という流通問題は現象的には同じようにみえても、その原因はおおむね5つに類別化できよう。なお、このように類別化したからといって、このことはそれぞれの原因がかさなって現出する場合があることをさまたげるものではない。

第1に、小売店舗の売り場面積が絶対的に不足しているうえに、貧弱なものが多い。セルフ・サービス方式等の革新的な販売方式を導入した大型店舗が部分的に設置されているけれども、けっして十分とはいえず、大半は老朽化した小規模店舗で、しかも絶対的に不足している現況にある。たとえば、ソ連での小売店舗の数は1982年に約70万店であり、その平均売り場面積は約70㎡で、しかも老朽化して再建ないし改築を必要とするものは全体の75%にもたつする。それだけでなく、店舗総面積にしめる売り場面積の割合が低いことが、⁽¹³⁾小売店舗の売り場面積の絶対的な不足を促進せしめている。⁽¹⁴⁾

とまれ、これらのことは消費財商業機構の整備・拡充のために、広義の意味での資源が十分に配分されなかった結果生じたものであるといてよいが、事実ソ連においても第2次大戦後の都市人口の急増にたいして、生産部門の優先的拡充政策や軍事重視などの事情に規定されて、十分に対応できて

(13) 西岡俊哲、前掲論文、67ページ、78ページ。なお、私が感じたかぎりでも、とりわけモスクワは都市の大きさにくらべて小売商業の総売り場面積が極端に小さいようにおもわれた。ちなみに、ソ連と日本とは体制や地理的条件をことにするうえに、日本の場合小売商業の売り場面積総計が過剰気味であるので、単純な比較はつつしまなければならないが、参考までに大づかみにしていえば、ソ連では日本の約2倍の人々が生活しているにもかかわらず、ソ連の小売商業の総売り場面積は日本の約半分であり、したがって人口1人あたりの売り場面積の大きさは日本の約25%にしかすぎないのである（通商産業大臣官房調査統計部編『我が国の商業—1981—』通産統計協会、1981年3月、23～26ページをみよ）。

(14) 西岡俊哲、同上論文、78ページ。

いない点が指摘されている。⁽¹⁵⁾しかも、この国家の対応の不十分性にくわえて、計画の未達成がこの分野でも常態化しているだけに、事態はいっそう深刻であるといわなければならない。

第2に、販売効率がわるいうえに、店員の接客サービスがかならずしもよくない点をあげることができる。⁽¹⁷⁾うえて記した店舗の小規模性や貧弱さは販売の非効率とサービスの低下を結果するとはいちがいにはいえないけれども、ソ連においてはかなり相互連関性があるようにおもわれる。商品取り揃えの仕方や陳列方式や会計の仕方や買い物客のさばき方が旧態依然たる状態で、きわめてよくないの⁽¹⁸⁾にくわえて、店員の接客態度が不親切であり、供給者側にたった、いわば物を売ってやるというふうにもみえた。このことは、商業機構へのフォンドや優秀な人材の投入および商業活動の管理が十分でないことに根本的に起因するといつてよい。だが、この点は別にしても、消費財商業機構それ自体の内部で、科学的で革新的な販売技術を導入し普及せしめたり開発したりしようとする意欲がまったくないわけではないが、⁽²⁰⁾まだ十分でないのはたしかである。もっとも、接客サービスを向上させようとするれば、労働者のこの分野への配置がかならずしも十分とはいえない条件下では労働強化につながるのかもしれないが、店員教育が不足していることはうたがう余地のないところであろう。

ちなみに、消費財商業機構のサービスのわるさは商品の購買時点だけにあらわれている現象ではなく、購買以降にも延長され、いわゆるアフター・サ

(15) 長砂實・芦田文夫編『ソ連社会主義論』大月書店、1981年3月、26～27ページ、西岡俊哲、同上論文、82～83ページ。

(16) 西岡俊哲、同上論文、83ページ。

(17) 三谷真「社会主義のもとでの市場問題と商業の調整機能について」112ページ。

(18) 飯尾要、前掲書、228ページ。

(19) 三谷真「ソ連邦における商品流通部門の労働の効率性の向上問題について」、前掲論集、第13巻第2号、1980年12月、74ページ。

(20) 西岡俊哲、前掲論集、79～82ページをみよ。

ービスのわるさとしても問題となっている。⁽²¹⁾

第3に、サービスのわるさは購買時点やそれ以降のみならず、それ以前でも同様にみられ、販売にかんする情報の決定的な不足として現出している。つまり、新製品の発売日や場所、数量などにかんする事前情報がきわめて不足⁽²²⁾しているのである。

第4に、商品取り揃えの仕方のまずさは小売部門だけの問題ではなく、さらにさかのほれば卸売部門の商品取り揃え機能が十全にはたされていないことにもとづく。たとえば、ソ連では1982年には、商品在庫の約8割が小売段階に存在していたし、また卸売基地の稼働率は65~70%程度だといわれている。⁽²³⁾

第5に、根底的には商業管理機構の複雑性⁽²⁴⁾や硬直性に規定され、消費者の⁽²⁵⁾欲求に合致した商品の生産が相対的に不足し、「品種構造の不適用」⁽²⁶⁾が存在している。このことは、消費者のニーズを正確に把握し、それを生産にフィード・バックさせるという消費財商業機構の本来的役割が十分にはたされていないことを意味する。たとえば、ソ連では新製品にたいするある程度の意見聴取がなされたり、また消費者の欲求や需要の分析、予測のための調査がなされてはいるが、生産段階へのフィード・バック効果は小さいうにタイム・ラグも大きく、消費段階から生産段階へのフィード・バックを媒介する

(21) 西岡俊哲，同上論文，83~84ページ。

(22) 西岡俊哲，同上論文，84ページ。

(23) 西岡俊哲，同上論文，78ページ。ちなみに、純粹流通ではなくて生産活動の一種としての保管，運送等のいわゆる物的流通にかんしても未整備な状況下にあるといつてよい（同上論文，67~68ページ，78ページ）。たとえば，野菜，果物，じゃがいもの生産額の4分の1以上が輸送，保管段階でいたんでしまうといわれている（陶山計介，前掲論文，30ページ，なお，西岡俊哲，同上論文，67~68ページをも参照せよ）。

(24) 西岡俊哲，同上論文，83ページ。

(25) 陶山計介，前掲論文，29ページ。

(26) 飯尾要，前掲書，227ページ。

商業機構の本来的役割が十分にはたされていない状況にある。⁽²⁷⁾

以上のように、消費財流通部門に生起している行列と滞貨という問題の原因として5つのものを析出することができるが、つぎにこの問題を解決する方策を私なりに提示し、むすびにかえたい。

IV む す び

一般に流通問題の解決の方策には、消費財流通部門内部だけで独自になしうるものやさらに生産部門をふくめた再生産過程全体とのかかわりにおいて連携してでないと不可能なものやより広く政治領域との関連をぬきにしてはできないものがある。期間的には、短期日のうちになしうるものと、そうではなくて中・長期を要するものがあり、また金銭的にはあまり費用を必要としないものと巨額の投資を要するものがある。現在生じている消費財流通問題も、このような基準でこまかく区分したうえで、具体的にきめこまかな方策をたてなければならぬのはもちろんのことであるといつてよいが、私にはその十分な準備がないので、以下においてはごく大まかな方策を私なりにのべるにとどめざるをえない。

現下の消費財流通問題を解決するための基本的方策は、大きくわけて3つあるとおもわれる。1つめは、従来のような生産優先や軍事重視の姿勢を根本的にあらため、流通や消費という国民生活に密着した部門をより重視し、全体の計画的な経済運営のなかにバランスよく位置づけることである。社会主義建設の初期のころとはことなり、現下においてはそのために外部より投入しうるファンドや人材などの蓄積がある程度なされているようにおもわれる。だとすれば、既存小売店舗の改築や革新的な販売方式をとり入れた大規模小売店舗などの増設や科学的な販売技術および情報処理技術を修得したすぐれた人材を配置することによって消費財商業機構を充実するために、より積極的な姿勢でのとりくみが可能となろう。なお、既述のように今日ソ連で

(27) 西岡俊哲、前掲論文、84ページ。なお、飯尾要、同上書、228ページにおいても、同趣旨の指摘がなされている。

は革新的な販売方式の導入が部分的におこなわれていることは事実といつてよいが、しかしまだ十分なものとはいえない。

2つめは、経済のみならず政治や文化をふくめた全般的な領域における反民主主義的で非合理的ないわゆる官僚主義的な管理運営を根底的にあらため、社会主義の理念にもとづいた民主主義的で合理的・効率的な管理運営の原点にたちかえらなければならない。官僚主義的なやり方が改善されれば、商業労働者の労働意欲が高揚し、効率が上昇するのにくわえて、計画が迅速に達成されるようになるのは理の当然であるといつてよいが、さらに意思疎通がスムーズになるので、問題点にすばやく対応できるようにもなろう。その結果、たとえば消費者のニーズが生産段階に正確かつ迅速にフィード・バックせしめられ、消費者需要に適正に対応した生産計画の作成が可能となるであろう。なお、この点についても一定の改善措置が講じられつつあるが、まだ十分とはいえない。⁽²⁸⁾

3つめは、消費財商業機構それ自体の内部において、可能なかぎり改善の努力を傾注しなければならない。この部門だけでの努力にはもちろん限度があり、前述の2つの課題の克服に大きく依存することはいなめないけれども、固有の範囲内でそれ自体としてつぎのような意欲的な対策が講じられなければならない。たとえば、部分的に導入されているセルフ・サービス方式などの前進的な販売方式を一段と普及せしめるのはもちろんのこと、商品取

(28) 陶山計介、前掲論文、37～38ページ。

(29) セルフ・サービス方式が資本主義下の大規模小売商業企業によって導入された場合、この方式によってもたらされる売買費用節減の利益は基本的には大規模小売商業企業によって取得され、顧客としての一般消費者にはほとんど還元されず、そのうえ消費者にとっては接客サービスの低下が惹起せしめられる。ところが、社会主義下の小売商業企業によってこの方式が採用された場合、一般にその資本主義的制約が克服され、売買費用の節減の利益が国民に還元されるのはもちろんのこと、さらに有用な商品情報の提供などもなされ、接客サービスも改善されたものとなる可能性が生じてくるといつてよいが、実際にその可能性が現実化されつつある。このような事情については、つぎのような叙述が参考になろう。「セルフサービス店の店員は、技術的作業をおこなう店員とい

り揃えの方法や購買客の移動のさせ方や会計の方式や在庫管理の仕方などにかんして、科学的で合理的な技法を積極的に導入したり、すすんで研究開発するようにつとめなければならない。そのうえ、消費者にたいしても商品販売にかんする情報を正確かつ迅速に提供しなければならない。このような諸改革をおこなうさいに、電子的な情報処理技術のよりいっそうの導入・普及が大きな促進条件となるのはいうまでもない。⁽³⁰⁾それだけではない。商業労働者の労働意欲を向上せしめるために、店員教育を改善しなければならないのはたしかであるが、さらに労働の質や各人の労働の成果を科学的に正確に評価した賃金体系の確立がのぞまれる。

うでで記したように、私は消費財流通部面で生じている流通問題の基本的な解決方を3つに区分して提示したが、この点にかかわって最後に、市場機構の導入方式についての論議に一言しておこう。

行列や滞貨という流通問題の解決の1つの方策として、計画的な経済運営という基本的な枠組みを保持したうえで、市場機構の機能のある程度利用す

うのではなく、販売の組織者となっている。セルフサービス店の店員は情動的な機能を果たしているのである。彼らは労働時間の89%を、購買者が商品を選択するための相談や助言や援助に費やしている。ここに従来の店員とのちがいがあ。……こうした販売過程の進歩的方法は、購買者の最適時間水準や最適な商業サービスの授与にとっての重要な前提をつくり出している。それらは商業における科学的な組織化の主要な方向のひとつとしてあらわれてきている。商業サービスの組織化のすべての面を改善するような販売過程の進歩的方法は、商業における労働支出および物的支出の効率性水準に積極的な効果を与えている。セルフサービス店の労働の生産性は、従来の方法をとっている店舗よりも20—30%高くなっている。セルフサービスの正しい組織化は、住民のための好条件をつくり出し、購買者の時間支出を短縮し、商業労働者の労働を軽減することになる。すべてこれらは、労働の効率性の水準を向上させ、商業サービスの水準を増大させる。セルフサービスはそのひとつの方向である」(三谷真「ソ連邦における商品流通部門の労働の効率性の向上問題について」75—76ページ)。

(30) 三谷真，同上論文，74ページ。

るという考え方が⁽³¹⁾ある。このような考え方があらわれる基盤として、社会主義社会のなかに十分把握しきれない不確実で不透明な部分がいまなおのこっているという発達段階およびその不確実ないし不透明さを解明しようとする努力の不足という現状が存在しているようにおもわれる。なぜならば、市場機構は無政府的な状況を想定してはじめて作動するものだからである。もっとも、上述のような状況を前提するかぎり、このような考え方も一定の意味をもつものとおもわれる。ただし、この考え方が実行にうつされた場合、行列や滞貨への対応は迅速かつ柔軟になり、したがってそれらはたしかに少なくなろうが、しかし需給を事後的にしか調整できないという市場機構の欠陥が、なんらかのかたちで国民に不利益としてはねかえることになるのはさけられないし、また商業機構それ自体の問題点が軽視され、合理的な解決がより困難なものとなるおそれがある点にも注意しなければならない。

ともあれ、市場機構の導入という方式は、それが部分的なものにとどまるにしろ、不確実で不透明な領域をもちこむものである⁽³²⁾といつてよい。したが

(31) 飯尾要，前掲書，232～244ページ，三谷真「社会主義のもとでの市場問題と商業の調整機能について」110ページなどをみよ。

(32) 飯尾要氏は，計画経済という基本的枠組みを保持しつつ市場機構を導入することによって，一般に社会主義的流通部面に不足している自決性あるいは自主性が高められ，その結果商業機構に柔軟性があたえられることになるといわれている（同上書，244ページ）。たしかに，氏が主張されるように，市場機構の導入によって自決性が高められ，商業機構の柔軟な対応力が向上するであろうけれども，自決性を高めることはこの方式の導入によらずとも，社会主義的民主主義の理念を徹底化することによっても可能なはずであり，しかもこの方向が将来の発展において主流をなすものとおもわれる。とまれ，飯尾氏は，一般論的に市場機構導入のメリットをのべられたあとで，下記のようにそのデメリットをも指摘されている。「市場導入はたしかに全流通システムに柔軟性をあたえるメリットをもつ。しかし自決条件というものは部分システムの多様かつ不確実な反応を許すことにより全体システムの硬直性を防ぐわけである。これを社会的流通システムにおいて機能させることは，……全体としての協業に不確実性ももちこまれることにより柔軟性ももちうるのである。その意味で市場導入は全体的流通の中に不安定性の自然発生性，相互整合の欠如をもちこむ

って、私見によれば、この種の問題の克服のために、かくのような方式を部分的かつ一時的にとらざるをえないにしても、将来的にはそれはすでにのべたような解決策を十全に採用し、計画経済にもとづく意識的・計画的な流通運営を格段に徹底することによって十分に解決しうるはずである。このことについて、長砂實氏はすでにつきのように的確にのべられている。「社会主義的生産物の生産構造を社会的欲望の構造によりよく照応させる問題、具体的には生産物実現の一定の『困難』をたえず克服していく問題は、市場メカニズムにますます全面的に依拠していくことによって解決されるべきではなく、市場メカニズムの補足的役割を重視しそれを十分に利用しながらも、しだいにその役割を減退させ、生産の直接に社会的な性格をますます強め、計画の科学的性格と効率をますます高めることによって解決されるべきである。計画と市場の結合の発展方向は、両者の関係の固定化ではなく、また、市場による計画の従属化でもなく、計画の主導的役割をたえず高めて、計画と市場の結合そのものを止揚していくものでなければならぬのである」⁽³³⁾。

ことは否定できないのであり、そこに中央規制、中央計画との結合も必要となる。しかし、中央規制のフレームにより利用したとしても、市場導入がメリットをもつ場合だけでなく、メリットがないか、またはデメリットの大きい場合も考えねばならない。一般にいつて市場導入はいわばデシジョンの“微調整”ともいえるものを重視するのにたいし、デシジョンの“大変わり(おおがわり)”はむしろ充分な協議による計画によった方がよい。これらを考えるならば、社会主義の計画経済的流通システムにおける市場導入の是非を一義的に、また平板に一樣なあり方で決定できると考えることの非合理性が明らかとなる」(同上書、244～245ページ)。

(33) 長砂實『社会主義経済法則論』青木書店、1969年11月、283～284ページ。