

マーシャルは、人間の生活や組織のあり方が変化することの重要性を繰り返し述べている。変化といっても漫然としたものではなく、知識、技術、機械など度な分業を達成することが強調される。同時に、差別化によって、より高度な分業を達成することが可能になると、組織や交通・通信ネットワークも必要となる。パートが変化するなら、組織やネットワ

やさしい経済学

危機・先人に学ぶ マーシャル

■ 7 多様性の追求

ークも変化していかなくてはならない。

変化は待っていれば自然と起きるというものではなく、積極的に求める努力が必要ともマーシャルは主張する。変化ではなく「変革」だということである。

マーシャルの主張する分業や差別化は多様性の追求とも言い換えられる。市場

は弱肉強食だという意見を聞くことが多く、勝ち組と負け組をつくりだすと騒がれたこともある。しかし、良い市場を持つ経済では、こうした見方は適切ではない。つまり、弱肉強食による自然淘汰といったことを心配せずに済むのが、良い市場を持つ経済の特徴だといふことである。

マーシャルが重要なのは、それらの部分を組織化する必要があるからだ。大切なのは、それぞれの部分を他の部分につなげる「インターネットエース」をつくることである。自らの専門が他の世界でどのように役に立つかを常に考え、受け皿を広げよと言いたい。

京都大学教授 矢野 誠

ルが言うように、多様化された部分部分を組織化する必要があるからだ。大切なのは、それらの部分を他の部分につなげる「インターネットエース」をつくることは、まずない。

高品質な市場ほど効率性の高い特化や分業を可能にする。つまり、弱肉強食による自然淘汰といったことを心配せずに済むのが、良い市場を持つ経済の特徴だと云ふことである。

専門家が重要といつて云ふ分野に特化し、専門家となるからだ。そうなければ自分が負け組と感じる

ほど幅の多様性を享受する機会に恵まれている。一方、日本人は多様性や変化を嫌う傾向が強く、市場を高質化し、多様性をすばやく社会に組み込む努力を怠ってきた。

これまで変革を避けてきた我が国は1990年以来の長期停滞を経て、根本的な変革の時期に差し掛かっている。それをスムーズに達成していくには、市場の高質化が不可欠である。