



## <研究ノート>独占企業の価格政策

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: 佐藤, 浩一 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.24729/00002338">https://doi.org/10.24729/00002338</a>

# 独占企業の価格政策

佐藤浩一

## 一 推測的相互依存の問題

今日資本主義経済のもとにおいて所謂ビッグビジネスが、その発展に果す役割の大きいことは他言を要しないところであるが、然し乍らこれらの企業の市場における行動の理論化、即ち独占理論がクールノーらの古典的理論に対してもどの進展を示すにいたつたかを考えるとき、ゲームの理論等の適応によつて技術的側面における援用があつたとはいゝ、その本質において見るべき飛躍があつたとは恐らくいいえないであろう。そ

の理由には多くのことが考えられるであろうが、一つには著しい経済情勢の変化による企業体質の改善と企業行動の変化が大きく、従来の理論によつては今日の独占市場を把握するには十分でないという点に、独占理論に対する不満足さが表わされてきているといふのである。恰も、「(一九)二十年代において

価格理論の一段の洗練さと再考察が、価格理論自体の基礎に対する一般的妥当性についての疑問を成長拡大し、ついには不完全並びに独占的競争の理論が価格問題に対する新しい道を開いた」<sup>(1)</sup>のと同様に、現在の独占市場についての理論がその体系の優美さをますほど、逆にその前提としての仮設の単純性が、より包括的な理論を要望せしめているといふのであるまいか。

ゲームの理論をして独占市場の分野への適応を活潑ならしめたのは、いうまでもなく独占理論においては、単純（供給）独占の場合を除いて、その中心たる複占や寡占のあるいは双方独占の理論において、今日にいたるまでその問題点がつねに企業者間の価格、非価格面における競争にあり、企業者間のかけひき——共謀か戦斗かという点に存在していたことによるものであつた。古典的複占理論以来数多くの文献に示されているよう

に、互いに相手がどのような態度でいるかを予測する」とによつて自己の価格——数量を決定しようとするものであり、対称複占が非対称複占としてしられてきていたものであった。しかしればいいかえれば推測的相互依存 (Conjectural interdependence) の問題であり、ヒックスが示したように、複占者は各々自己の限界収入=限界費用となる点を決定するのは

$$MR_1 = \frac{\partial}{\partial x_1} (px) = p + x_1 f'(x_1 + x_2) + x_1 f'(x_1 + x_2) \frac{\partial x_2}{\partial x_1}$$

によって決定されるが、これは一部が  $\frac{\partial x_2}{\partial x_1}$  によってあらわり、各々がこれをどう見込むかとどう点に問題が存していただといふ。(3)この点はいつも独占市場の理論を展開するにあたつて問題となつたところであり、独占理論の動態化をめざして寡占市場や独占的競争市場をも一つのモデルの中に含めて分析をすすめた、チエンバリンの「独占的競争の理論」においてさえ、尙その展開が満足すべきものであつたとはいえない。チエンバリンは大集團の企業群と小集團の企業群とにわけて独占的競争市場の均衡を解明したが、均衡点へのプロセスはやはり企業の相互依存——トリフィンによれば、企業の外的相互依存 (External interdependence) にほかならなかつた。大集團の場合には企業の数が多く、しだがつて完全競争市場にほど近く、企業によって他の企業の価格  $P_j$  の動きを与件としてとりえられ、「ある企業による価格の調整は非常に多くの競争者にその影響が散乱

されるので、各企業によって感じられる衝撃は極めて小さい、彼らを再調整に導かない」(6)であろう。即ち  $\frac{dR_i}{dp_j}$  (あるいは、 $dR_j / dp_i$ 、 $R$  は各企業の総収入) は無視しうるほど小さいわけである。また小集團の場合(即ち寡占の場合)でも、少數の各企業によってある一企業の価格行動の効果が十分しられ、(例えば価格の切下げ)他の企業によって直ちにこれがまねられるならば、この市場は恰も一独占企業の如くに行動することになり、そこには相互依存の問題は生じないであろう。しかし各企業が自らの企業に対する他企業の価格行動の間接的な動きを無視するとき、即ち相手の価格と産出高の動きを不变とみなすかの如くに行動すれば、ここでは明らかに相互依存関係が問題となつてくる。一企業による販売量を増加させるための価格の引下げは当然企業間に反応を生ぜしめるが、しかしチエンバリンのモデルにとっては前提として、各売手の主観的需要曲線が各企業毎に等しく、またある企業による価格の変化が他企業の総収入に及ぼす影響はすべて等しい。即ち  $\frac{dR_i}{dp_j} = \frac{\partial R_j}{\partial p_i}$  とする symmetry assumption が入つてゐるために均衡へのプロセスは極めて単純化され、結果的には古典的なクールノー、ベルトランの解の一歩前進、「ヒックスワースーチェンバリン解」なる訂正にしかすぎなかつた。しかもトリフィンが指摘するように、同一図の需要曲線によつて大集團の場合の企業間の反応のない仮設と、小集

因の如き反応の生ずる場合と併存せしむるにによる混乱に対する批判を生ぜしめたのである。同一市場形態を分析したロビンソン夫人は、チエンバリンの分析の中の大集団の場合と小集団の中の、市場が一独占体として行動する場合のみをとりあげたために、「個々の企業に対する需要曲線は、その価格の変化が、それ以外の企業が課した価格の変化によって生ずるところの、その企業の販売におよぼす十二分な影響を示すもの」であつて、そこではお互いの反応の効果は既知のものとして把握され、結局は「循環論」をくりかえしていふ。<sup>(10)</sup>

ビショップが最近示してゐるよう<sup>(11)</sup>に、複占のめどりおこやはなるほど戦斗と共謀を行う限界を示す」とは考えられよう。しかしこれを寡占市場へおしひらめようとするとき、単なる利潤無差別曲線による契約曲線のみではなくて、複占のめどりおこはなる<sup>(12)</sup>。「現代資本主義社会の顯著な特徴」である推測的相互依存関係の問題は、かくてこれまで独占市場の中心問題であるにも拘らず十分な満足感を与えていないのは、フェルナーの指摘せる如く「(古)型の寡占分析が) 価格=数量関係のみをとりあつて居るのに、現実世界では他の諸変数もまた考慮されねばならない」<sup>(13)</sup>からにほかならない。フェルナーは双方寡占における交渉範囲内における相互依存の問題の分析方法が、寡占市場における問題の分析へも適応しうるとして、種々の結果

に影響を及ぼす要因を分析しているが、「(寡占)理論構造が(独占的)企業者の市場での地位やその保証への攪乱についての凡ゆる主要な面を包含するならば、完全且適切なものとなる」であらう。しかし当面の問題として、われわれは現実の寡占市場へのアプローチのために単なる需要、コスト面からの価格—数量関係以外に「諸変数」からの考察を必要とするのであるが、しかしその場合寡占企業の価格政策がどのようなるのであるかが更に問題となるであらう。

(註)

(一) K. W. Rothschild, "Price Theory and Oligopoly", *Economic Journal*, 1947, p. 299. ほかに *Readings in Price Theory*, ed. by Boulding & Stigler, 1951, p. 440. これも参考。

(二) これはフェルナーによる表し方を用いたのである。W. Fellner, *Competition among the Few*, 1949, p. 15. 古典的複占理論が今日の寡占理論の発展をなめしめたものだ、これがやがての相互依存(mutual dependence)の問題であった。この学説の展開はチャーチルによって進む。E. H. Chamberlin, "On the Origin of Oligopoly", *Economic Journal*, 1957, pp. 215-216.

(三) J. R. Hicks, "Annual Survey of Economic Theory; The Theory of Monopoly", *Econometrica*, 1935, pp. 12-14, in *Readings in Price Theory*, pp. 323-378. これは第1の複占論の立場からの考察したものであつて、同様に第1の複占者から

の状況である。(これは産出量、かばやの価格、 $MR$  が限界収入と等しい)

(4) E. H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, 1933.

(5) R. Triffin, *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*, 1940, pp. 6-11. ルートマップ然て理論、むしろ依存の問題を正面からおさえて分析し、また論理的ではなし。彼の意図からいふと、従来の独占市場の形態の分類が、単に右下の需要曲線によって完全市場と分離し、また企業者の数によって分類の基準とする反対し、交叉弾力性の概念を利用するなどより積極的な分類を明確なものとする。

"Monopoly in Particular-Equilibrium and in General-Equilibrium Economics," *Econometrica*, 1941, pp. 121-127. 最近の立場から更に明確に、その立場を分類し、各立場の解説を示したのが、特に積極的展開を示すところだ。

(6) Chamberlin, *Theory*, p. 83.

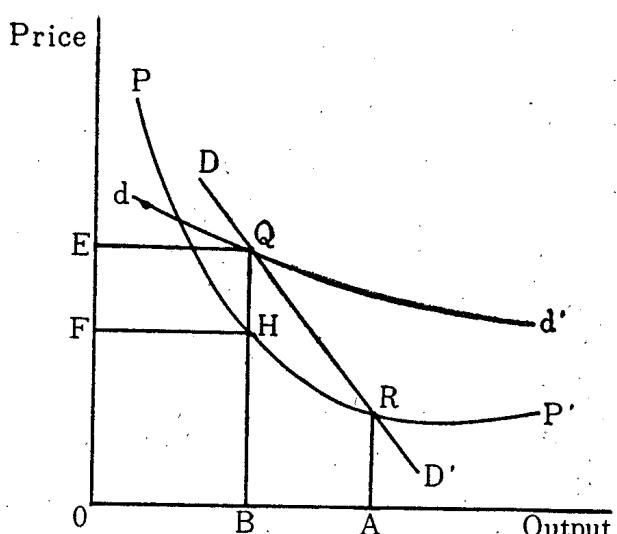
(7) 図は左下のとおり、 $PP'$  を各企業の平均費用曲線、 $DD'$  を現実

な生産需要曲線、 $dd'$  を各企業の主觀的需要曲線とする。今

産出量が  $OB$  のときは各企業の産出量の価格は  $QB$  で、各企

業は  $Q$  点における主觀的需要曲線をもつておる。大集団の場合には自由参加、小集団の場合は参加不能を前提として、ある企業がその価格をひき上げたる仮設の如く等しく  $dR_j$  を生ずるが、各企業

が、それを等しく價格をひき上げたるに現実に発生する需要の変化は、結果  $DD'$  曲線の下方への移動である。そして産出量  $OA'$



R点で各企業並んでその産業全体が均衡に到達する。

(8) Triffin, *Monopolistic*, pp. 33-36.

(9) J. Robinson, *The Economics of Imperfect Competition*, 1933, p. 21.

加藤泰男訳、不完全競争の経済学、昭和三十二年、11月販。

(10) Triffin, *Monopolistic*, pp. 68-70.

"Duopoly; Collusion or Warfare?" *American Economic Review*, 1960, pp. 933-961.

(11) A. Henderson, "The Theory of Duopoly," *Quarterly Journal of Economics*, 1954, p. 575. ハーバードの原の立場、寡占市場の高い價格を保持したる企業や低い價格を保持する企業に対して長期間低い價格を保持するものもかかる脅威 (Threat) の場合を示してゐる。

(12) Fellner, op. cit., p. 96.

(14) op. cit., pp. 24-33. ジュラル、最近双方寡占における交渉がたる、売却の傾向の心理的側面からの考察によつて双方寡占

の理論の前提の検討が行なわれてゐるが、S. Siegel, & L. E. Fou-raker, *Bargaining and Group Decision Making*, 1960. や  
広義のかかひもの問題に対する考察を示したショラングの著書と  
ふむと、その検討は他の機会に委ねたこと略へ。T. C. Schell-ing, *The Strategy of Conflict*, 1960.

(15) Rothschild, op. cit., p. 463. ロスチャイルドの論文は、  
寡占市場を分析するうえにおいて、価格理論の寡占市場分析への方  
向を示すものとして暗示に述べられてゐる。

## II 価格指導と管理価格

寡占市場における価格以外の非価格面における競争は、周知  
のとく、チャンバリンらによって示されているように生産物  
の差別化や販売面における競争としてあらわされる。そしてこの  
ことは所謂動態的競争過程の問題として、一企業による先導  
的行動と、それに対する反応の継起によって、それが価格その  
ものの面によるものか、あるいは生産物の品質によるものか、  
また販売面や生産過程によるものか、何れの面によるものであ  
つたにせよ、複雑な局面を開拓するにいたるのである。

ところで最近におけるわが国の寡占的企業の存在する市場、  
とくに寡占といわれる鉄鋼や電器製品、自動車、化繊等の市場  
における企業行動はどのような特色を示しているであろうか。  
その産業がこれから需要を拡大していくとする未成熟産業の

場合であるならば、これらは既に成熟する寡占産業  
においては、最近の高度成長下の経済のもとにおいてこれらに  
属している企業が最も意を用いているのは、価格切下げによる  
価格面での競争よりも、非価格面——とくに新製品、広告宣伝、  
販売網の組織化という面において激しい競争をしている点に目  
新しさがみられる。その理由はまた今日の著しい技術の進歩が  
従来の旧い設備を急速に償却せしめ、その上豊富な新製品の出  
現に対応すべく過度の設備投資を行わしめている。このことは  
企業の規模の拡大と共にその組織の複雑化をすすめる反面、そ  
の活動、とくに市場操作での機動性を低下せしめ、市場の変動  
はリスクを大ならしめている。即ち価格の安定こそがこれらの  
企業にとって最も望ましいことであり、価格面での競争を  
そいできた大きな原因であろう。そしてここに価格以外でのコ  
ストの面での競争、あるいは生産性の向上による競争が激しさ  
をましてきた。このような局面はとりもなおず、寡占市場の最  
も特徴である価格の硬直性を生ぜしめている。ところでこの価  
格の硬直性は從来から、所謂「屈折需要曲線」によつて最もよ  
く説明されてきたところであつた。しかし今日における価格の  
硬直性はむしろそのような需要の局面における説明からではな  
く、以上の如き理由から企業者側が価格指導制（price leadership）によつて価格がきめられ、他の企業者がこれに追随する

形をとっていると考えられる。これはカルテルの如く企業者間の協定によっていつくられるものではない。そしてこの価格指導のもとに今日 creeping inflation の問題と共に、とくにその原因として生産者側のコスト面からの賃銀引上げと共にあげられている管理価格 (Administered price) をとつてある点こそはまさに現在の独占企<sup>(3)</sup>業の価格政策の局面を示してゐるものにはかならないであろう。

価格指導制の問題はこれまでステイグラーやマーカムらによつてとかれてきたといふのであるが、この指導制のタイプは、(1)支配的企業の価格指導 (dominant firm price leadership) と(2)指標的企業の価格指導 (barometric firm price leadership) にわけられ、マーカムは更に、(3)特殊指標的企業の価格指導 (an extreme form of the barometric type or price leadership in line of overt agreement) を加えてくる。わが国で寡占市場のやういへん典型的な市場と見られる鉄鋼業の価格決定は、この第一の型に一番近いと考えられるものであるが (所謂建値制), しかし前述の理論によれば、支配的企業によってその利潤の極大点 (限界収入 = 限界費用) となるところに価格が設定され、他の企業がこれに追随するという結果をうむ。しかし現実においては支配的企業はつりあげうる最高の価格を決定しないかわりに、景気の変動にともなう需要の変化にはかかわりなく

その価格を維持している。<sup>(5)</sup> ここに従来の価格指導制にはみられた管理価格のもとにおけるそれの特色がみられ、今日の独占企業は短期における極大利潤よりも長期における安定利潤を求める、更にまた短期における需要の変化に対してよりも長期における高率の資本の蓄積を要求している。鉄鋼の如く直接最終需要量に影響しない産業は、価格の弾力性が低く、したがつて価格切下げ競争が有効な効果をうまず、また前述の如き理由 (機構の増大) によつてこのようないくつかの価格政策は更に維持されるであろう。ボールディングはこの価格指導制について、費用の面からこれを分類し、費用の異なる企業よりなる寡占市場においては低費用で高能率なる企業によつて決定される価格に、高費用の企業が追随するタイプをあげている。<sup>(6)</sup> しかし管理価格のもとにおいては、企業者達はむしろ表面的には共存共榮 (live and let-live) の政策をとりつつ、高費用の企業を基準として価格を決定し、低費用の企業は一そ<sup>(7)</sup>うの超過利潤の傾向のあることは注目すべきことであろう。この価格の安定化を求める方向が更に鉄鋼業においては、競争部品といわれる範囲のものにして (棒鋼、線材等) まで所謂公開販売制度のもとに硬直化せしめていく。<sup>(8)</sup> しかし理論的にはこれは明らかにカルテルと同一の機能を有するものと考えられよう。

電気製品や自動車、繊維等の産業は、マーカムの(2)に属する

ものであるが、このでは更にマーカムが指摘するように競争的なものと独占的なものとに細分されよう。前者の最も典型的なものは自動車産業であり、この産業は現在その成長が著しく、したがって既成の産業に比して需要の弾力性が大きいために寡占市場でありながら価格は硬直化せず、価格分化を生ぜしめている。しかしこれとてただ価格政策にのみ重点がおかれてはいる。ではなく、むしろ新製品における競争と販売網の系列化による争いによって、各企業は売上利潤の減少より市場占拠率の増大を求めている点に注意しなければならない。これに対して織維産業におけるナイロンは、独占的というより管理価格をしくじることによって価格の安定化を生ぜしめ、さらに中小企業の系列化に対し競争を激化ならしめている。

こののようなわが国における最近の独占市場の動き、とくに價格政策上の変化はこれまでの理論にみるが如き価格の操作による相互依存関係ではなく、コストの切下げのある技術の革新が導入されてもそれは価格の切下げとはならず、一方におけるコストの切下げによる利潤の増大、したがって設備投資の拡大と、他方、新製品や販売網の系列化等による市場占拠の拡大による利潤の発生という二面における企業間の競争、相互依存関係にこそ独占市場の特色を把握していかなければならぬであらう。この意味において、このような独占市場の管理価格の動

きや、極大利潤よりも総収入の増大、したがって市場占拠率の拡大を求める企業者の市場行動は、再びフル・コスト原則による分析を再現せしめていふことは、独占理論の研究にとって興味あることとしわねばならない。<sup>(10)</sup>

まだこれまでの独占理論においては企業の集中化（Concentration）などと強調してきたが、今日においてはむしろこのような集中化より、中小企業や金融機関をも含めた企業の系列化が問題になっている。ロスチャイルドが指摘するよろど、「(市場における寡占者の地位の) 保障は、危機のときに、原材料や財政的供給源からその地位を脅かす圧力を減ずる」とによつてさえられてくる。より大きな寡占者達は、この危機を縦の統合（Integration）あるいは少くとも兼設重役会とか、株式所有によって保護するであろう。最近数十年における兼設重役会の著しい成長は、寡占市場状態の拡大の本質的な結果<sup>(11)</sup>であった。貿易の自由化に対処する独占的企業がこのような傾向を強め、更にまた関連産業への進出は独占企業、市場の体質を一そつ変化させていくであろう。<sup>(12)</sup>

(註)

- (1) たとえばシェンバーリンは非価格領域での競争を、価格＝数量、生産物＝数量、広告＝数量、価格＝生産物、価格＝広告、広告＝生産物の対関係を取扱ひ定式化を試みてゐる。E. H. Chamberlin, "The Product as an Economic Variable",

*Quarterly Journal of Economics*, 1953, pp. 1-29.

(2) いよいよ、価格の硬直性についての重要な面からの説明はこの屈折需要曲線によるのが理論的に最も妥当たるふとされた。

*Readings in Price Theory*, op. cit., の第五章の中の諸論文参照。しかし供給面からの説明は所謂価格協定、カルテルによる説明が中心であると言ふべき。

(3) ルイ・マハーナーの原因として管理価格をあげた代表的なものとして、J. L. ハーランの論文があげられるが由来。<sup>20</sup> C. L. Schultze, *Recent Inflation in the United States*, Study paper on Study of Employment, Growth, and Price Levels, No. 1, 1959. ものの御用意されたのが由来。<sup>21</sup> その動向は、米国の上級司法委員会のレポート、独占小競争における報告と詳しく述べる。 *Administered Prices*, Steel, Report of the Committee on the Judiciary, U. S. Senate, made by its Subcommittee on Antitrust and Monopoly, 85th Congress, 2nd Session, 1958.

(4) J. S. Stigler "The Kinky Oligopoly Demand Curve and Rigid Prices", *The Journal of Political Economy*, 1947, pp. 432-458, or, *Readings in Price Theory*, op. cit., pp. 410-439. J. W. Markham "The Nature and Significance of Price Leadership" *American Economic Review*, pp. 891-905, or, *Readings in Industrial Organization and Public Policy*, ed by Heflebower, & Stocking, 1958, pp. 176-189. おのの價格指導論といふて、既に永島清助教授が述べた市場に関する研究を示すものであるが、貿易統計の大である。品目別競争を表したものである。永島清「價格指導の実態」という

根論叢、第一长期、昭和二十八年、二五二四九頁。その他價格指導についての文献が多いが、例えばマーリーは價格指導を行なう大企業とその追随者との関係によって、因の型が在り得るかを示す。<sup>22</sup> F. Machlup, *The Political Economy of Monopoly*, chap. 5, 1952.

(5) ルイ・マハーナーは紙幅の都合上具体的に一々示すわけにはいかないが、例えば三十一年以後における競争価格である棒鋼と管理価格である素鋼板の動きを比較すれば明らかである。

(6) 従来の價格指導の理論においては價格変動が、指導制のやうに方針が大変わらぬが、それが小規模から大規模に論点が下がつて、Stigler, op. cit. マトイクレーは價格指導制のやうに並んで價格変動が小規模から大規模したが、今日ではむしろ管理価格のやうにおこる企業は價格の安定を求めるため硬直化を強めるのみである。

(7) Boulding, *Economic Analysis*, 1955, chap. 30.

(8) 市場制度は事実上のカルテルであるが、独占禁止法は認められない。行政指導もさへなくみだらにねおどらねむるわれる。若尾裕純編「日本のシックルシッカ」昭和三十六年、101-110頁。現在わが国では独占禁止法の存在によ拘らずその認可のあるカルテル價格は多いが、景況の変動に対する動的な管理價格に比して大きい。御園生等「日本における独占價格がみるかの存在の基礎」経済評論、昭和三十五年一月号、五百一六七頁。

(9) 永島助教授の指摘が述べる。マーカムのルイ・マーティンの意味については明確でない。永島助教授、前掲、四一頁。

(10) 最近の比較的指摘したのがルーニー Romney Robinson, "The Economics of Disequilibrium Price", *Quarterly Journal of Economics*, 1961, pp. 199-233. もある。その

ジョン・W・ベヌの価格分析について W. Baumol, *Business Behavior, Value and Growth*, 1959. Duesenberry, *Business Cycle and Economic Growth*, 1958. Modigliani "New Developments on Oligopoly Front", *Journal of Political Economy*, 1958, pp. 215-232. H. Edwards, "Price Formation in Manufacturing Industry and Excess Capacity,"

*Oxford Economic Papers*, 1955, pp. 94-118. 等の文献をあげる。

並、トマスの産業競争、寡占、寡占競争の市場に分類し、競争、寡占の理論を述べたものとして L. W. Weiss, *Economics and American Industry*, 1961. が最もよく引用される。この分析の立場からみると、その理論が何故かトマス・ヘンリクソンのやうな「一連のテイリングが指揮する」現象の寡占理論は「近年の多くの研究にも採り入れ、通経済学の最も不満足な分野の一である。例えば、そこに市場の種々の状態の巨視的分野の衝撃等、動態化の十分な理論がない。理論上のこのギャップがみたれねえから、種々の市場形態の効果は条件づけられた形にならざる」やうだ。Boulding, op. cit., p. 649. メントマハの一般均衡論からの異議も十余点はこなだら。Triffin, op. cit.

(11) Rothschild, op. cit., pp. 459-460.

(12) ジュラ企業の統合による市場構造の変化と価格の関係をたる分析が、特に F. Machlup & M. Taber, "Bilateral Monopoly, Successive Monopoly, and Vertical Integration", *Economica*, 1960, pp. 101-119. がよく述べてある。二三十件ほどの書籍がある。系列化の特徴の原因や、管理価格の維持の様々な困難による企業集中化の速度の低下を示す見方がある。総括生等、前提。これが

は寡占企業の価格政策をカルカル化への移行へと導くものである。