

価格、競争、貿易と投資

島 上 健

(序)

筆者は、曾て「個別企業の成長と海外投資」(熊本商大論集55号、昭和55年3月)において、不完全競争市場における個別企業の行動を分析する過程で、一つの産業の生産物が外国へ輸出され、また、外国の同種生産物(完全代替財)が輸入され得る(実際に相互交流が発生するか否かは別として)と仮定し、以下の如きモデルを設定した。

すなわち、一つの産業に属し、いま分析の対象となる企業(以下においては、このような産業、企業を、しばしば当該産業、当該企業と称する)は、同種産業の他企業との間で市場シェア(または供給量)を競うものであることを前提して、当該産業の生産物について、

第 k 需要者(国内の需要者; $k=1, 2, \dots, j$; 外国の需要者; $k=j+1, j+2, \dots, m$)の需要量を x'_k

第 l 生産者(国内の生産者; $l=1, 2, \dots, i$; 外国の生産者; $l=i+1, i+2, \dots, n$)の供給量を q_l

国内生産物価格を P_1

外国生産物価格を P_2

支払い勘定建て為替相場を ρ

第 k 需要者の所得を Y_k

で各々表わし、

第 k 需要者の需要関数を、

$$(1) \quad x'_k = x'_k(P_1, \rho P_2, Y_k)$$

但し、 $k = 1, 2, \dots, j$

$$(2) \quad x'_k = x'_k(P_1/\rho, P_2, Y_k/\rho)$$

但し、 $k = j+1, j+2, \dots, m$

とすることによって、当該企業の供給量を q_i とすれば、

市場均衡式

$$(3) \quad \sum_{k=1}^j x'_k + \sum_{k=j+1}^m x'_k = \sum_{l=1}^{i-1} q_l + \sum_{l=i+1}^n q_l + q_i$$

が得られる。

ここで、国際経済を分析するときの通例に倣って、輸送費、保険料等の諸掛りを無視すれば、一物一価の法則によって、市場均衡状態（最初に述べた仮定によって、ここでの市場は世界市場である）では、

$$(4) \quad P_1 = \rho P_2$$

が成立するはずであって（常に成立しているというわけではない。もし、 $P_1 \neq \rho P_2$ であれば、当該産業の生産物の取引に何らかの制約が存在しない限り、商品裁定が発生して最終的には(4)式が成立する、ということである）、 x'_k が P_1 、 P_2 、 Y_k について0次同次であるとする、任意の正の定数 λ_1 について、(1)式は、

$$(5) \quad x'_k = x'_k(\lambda_1 P_1, \lambda_1 \rho P_2, \lambda_1 Y_k)$$

となり、 $\lambda_1 = 1/\rho P_2$ とおけば、

$$(6) \quad x'_k = x'_k(P_1/\rho P_2, 1, Y_k/\rho P_2) \\ = x_k(P_1/\rho P_2, Y_k/\rho P_2)$$

を得る。

また、任意の正の定数 λ_2 について、

(2)式は、上と同様にして、

$$(7) \quad x'_k = x'_k(\lambda_2 \cdot P_1/\rho, \lambda_2 P_2, \lambda_2 \cdot Y_k/\rho)$$

となるから、 $\lambda_2 = 1/P_2$ とおけば、

$$(8) \quad x'_k = x'_k(P_1/\rho P_2, 1, Y_k/\rho P_2)$$

$$= x_k(P_1/\rho P_2, Y_k/\rho P_2)$$

を得る。

ここで、(6)式と(8)式を市場均衡式(3)に代入すると、

$$(9) \quad \sum_{k=1}^j x_k(P_1/\rho P_2, Y_k/\rho P_2) + \sum_{k=j+1}^m x_k(P_1/\rho P_2, Y_k/\rho P_2) \\ = \sum_{l=1}^{i-1} q_l + \sum_{l=i+1}^n q_l + q_i$$

となる。

ここに、利潤極大のための一階の条件を第*i*企業を除く全ての企業に適用すれば、

$P_1 = \rho P_2 = P$ とおくことによって、

$$(10) \quad \sum_{k=1}^j x_k(Y_k/P) + \sum_{k=j+1}^m x_k(Y_k/P) \\ = \sum_{l=1}^{i-1} q_l(P) + \sum_{l=i+1}^n q_l(P) + q_i$$

を得る。

但し、ここでは、 $x_k(Y_k/P) = x_k(1, Y_k/P)$ であって、 $q_l(P)$ は q_l が P の関数であることを示している。

ゆえに、市場均衡価格 \bar{P} は、

$$(11) \quad \bar{P} = \bar{P}(q_i), \quad q_i = q_i(\bar{P})$$

によって決まり、 \bar{P} は q_i の大きさによって影響を被る（すなわち、完全競争市場においては、いかなる企業も市場価格に影響をおよぼすことができないが、我々のモデルは、 q_i が \bar{P} に影響をおよぼすということによって、不完全競争を前提としている、ということになる）、というものであった。

「個別企業の成長と海外投資」における以下の議論については省略することにして、上述の不完全競争市場における価格決定のための前提をなすものは、明白なる如く「利潤極大化の原理」であったのであるが、前記の(11)式によって市場均衡価格 \bar{P} が一意的に決定され得るのか、あるいは、現実には別の価格決定方式が採用されているのではないか、といった疑問を払拭することができないのである。
(注1)

かくて、再度、価格決定について考え、また「ポスト・ケインジアン」と言われる人々によって近年論じられているように、現代経済における不完全競争（これは、巨大企業組織から成る寡占的競争市場を分析の対象としている）下における企業の行動原理は、かならずしも短期的視野の下での「利潤極大化原理」ではない、ということにも目を向けて*、国際経済へのミクロ経済的観点からのアプローチを行なってみようとするのが本稿での筆者の目的である。

本稿での目的を達成するために、以下において不完全競争市場における価格設定方式との対比を明確にするために、（Ⅰ）においては、完全競争市場における価格決定、および、独占競争市場における価格決定のメカニズムを簡単に述べて、（Ⅱ）においては、不完全競争市場に生産物を供給する寡占企業の意思決定のメカニズムとその一環としての価格設定方式について考え、そして（Ⅲ）では、企業の存立と継続のための第1目標である成長（売上高の増大、企業規模の拡大）を達成するための、企業の戦略、戦術について考察し、その結果としての企業のグローバルな行動（販売活動の一環としての輸出、費用極小化の手段としての原材料、中間財の輸入、あるいは生産要素の安定供給のための開発投資、そして販売促進およびその継続を意図した海外直接投資ならびに、為替相場変動に対処するための逆輸入等）について述べることにしたい。

なお、本稿全体にわたって、当該産業とは製造業であること、そして現実には商社の手を経て行なわれるであろう輸出、輸入は全て当該企業によって直接行なわれるものとし、議論を簡便化する。また、経済モデルの現実対応を高める方法として、不確実性を考慮した議論が盛んに行なわれているようであるが、

* アメリカの経済学者によって、このような議論が行なわれているのであるが、皮肉にも、現実にはアメリカの投資家の行動原則から、アメリカの巨大企業における意思決定は、短期的視野の下での「利潤極大化原理」に根ざしているように思われる。日米貿易摩擦の1つの原因であるアメリカ製造業における空洞化現象は、正にそのことを示しているように思われる。

本稿では、オーソドックスな確定モデルによって考察し、不確実性を考慮した議論は他の機会に行ないたいと思っている。

(I)

まず、価格理論の教科書にしたがって、完全競争市場下における価格決定と企業の行動原理を概観してみよう。

利潤を Π 、価格を P 、生産量=供給量を x 、総生産費を C とすれば、

$$(12) \quad \Pi = Px - C$$

であり、当該企業にとっては所与である P の下で、利潤極大化のための1階の条件から、

$$(13) \quad P - dC/dx = 0$$

を、そして利潤極大のための2階の条件から、

$$(14) \quad -d^2C/dx^2 < 0$$

を得る。

すなわち、当該企業は、 $d^2C/dx^2 > 0$ なる領域において、市場において与えられた価格 P に当該企業の限界生産費 dC/dx が等しくなるように、生産量 x を決定したとき、当該企業は極大利潤を獲得することができる、ということである。

一方、市場価格は如何にして決定されるか、については、企業全体によって与えられる当該産業の生産物（当然のことではあるが、当該産業に属する全ての企業は、完全な同種、同質の生産物を製造しており、消費者にとっては、それらの生産物は全く区別できない）の総供給量と、消費者集団の全需要量が一致するところに決定される、ということになるのである。

完全競争とは、いかなる企業も当該生産物の市場価格に影響をおよぼし得ない、すなわち、当該企業の市場シェアは無視され得る程に小さい、ということをお前提しているわけであるから、当該企業は、その生産量=供給量の大小にか

かわらず、当該生産物の市場価格は変化しないものと看做して行動する。

それゆえに、ある価格設定期間中において、当該企業の生産条件が、(13)式と(14)式を満足する限りにおいて、当該企業は生産物を市場に供給する（当該市場に参入する）ことができるのである。

そこで、実際に如何程の生産が行なわれ得るか、については、当該企業の生産条件が知られなければならない、ということになる。

一般的には、完全競争市場における一企業の生産費条件は、短期的視野（ここでは、ある価格が決定されて、それが変化しない期間である、と考える。理論的には、「短期」とは、資本設備の量が一定不変である期間である。いかなる企業も自己の生産量＝供給量のみを増減することによっては、市場価格に何らの影響をおよぼすことができない、ということをも前提にするとき、市場諸力によって価格が変動しないかぎり、現実既に当該市場に参入してしまっている企業は、資本設備を少なくとも増大せしめる誘因を持ち得ないであろうと考えられるので、「短期」を上述のどちらと解釈しても同じことだと思われる）の下で、逆S字型を描く、と考えられて、図1の如くに表わされる。

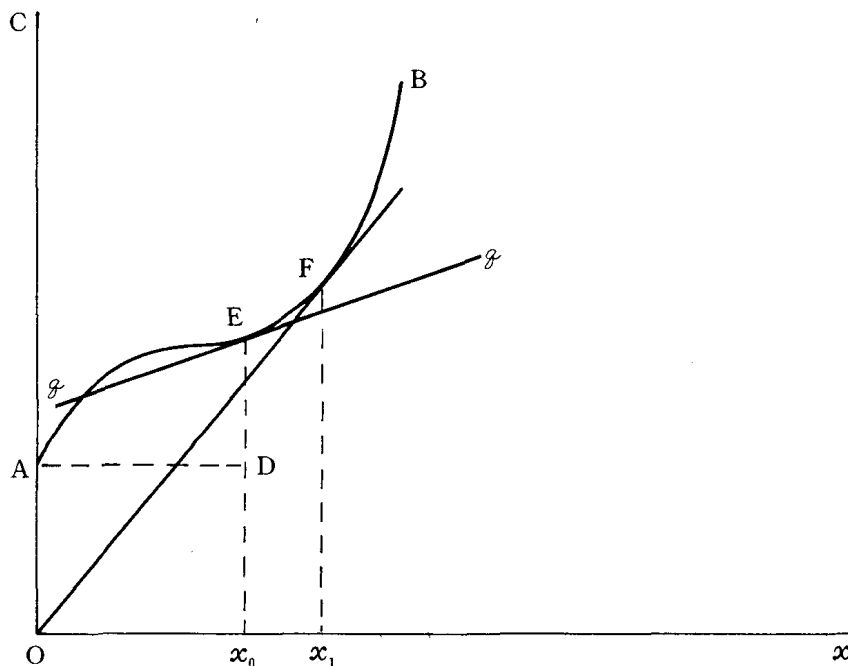


図1

すなわち、上記の図1における曲線ABがそれである。

図1において、横軸 x は生産量=供給量、縦軸 C は生産費、を各々測っている。現実の生産量が Ox_0 量であるとき、 $OA=x_0D$ は固定費を、 DE は可変費を表わし、点 E における曲線 AB の接線 qq の勾配は限界生産費 MC を、線分 OE の勾配 x_0E/Ox_0 は平均生産費 AC を、そして、線分 AE の勾配 DE/AD は平均可変費 AVC をそれぞれ表わしている。また、生産量が Ox_1 になると、原点 O から生産費曲線に引いた半直線と、曲線 AB の接線とが一致するから、このとき、限界生産費と平均生産費とが相等しく、平均生産費が最低値をとることがわかる。

図1から、限界生産費 MC と平均生産費 AC を抜き出せば図2を描くことができる。

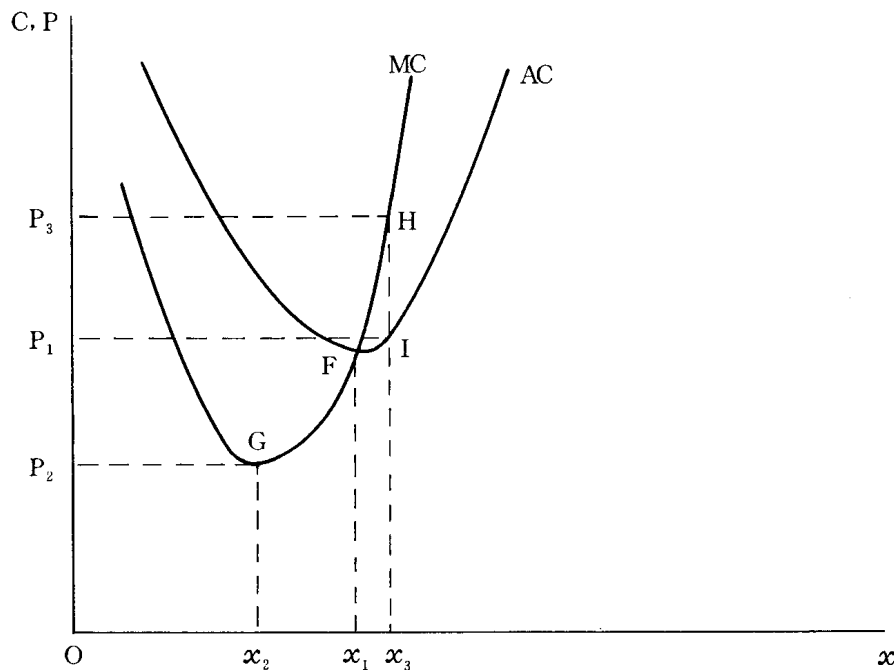


図2

図2において、横軸には生産量=供給量を、縦軸には生産費 C と価格 P を測っている。図1から明白なる如く、平均生産費 AC は、生産量=供給量が微小なときには無限大であって、生産量=供給量が増加するのに応じて逡減し、生産量が Ox_1 のときにその最小値をとる。そして生産量がさらに増加するにし

たがって再び増加していく。図1における曲線 AB の接線の勾配である限界生産費 MC は、生産量が微小なる範囲では、平均生産費 AC よりも小であるが、生産量=供給量が Ox_1 に達したとき MC と AC が一致し、生産量=供給量がさらに増加すると、MC は AC よりも大となる。

当該企業が利潤極大化原理にしたがう完全競争市場にあっては、(13)式と(14)式が満足されていなければならない（あるいは、満足されていればよい）から、市場諸力によって与えられる当該生産物の市場価格が、図2の P_2 よりも大であれば、当該企業によって達成され得る生産量=供給量は、図2における Ox_2 量よりも大となる。

ゆえに、図2における限界生産費曲線 MC のうち、点Gの右側の部分が当該企業による供給曲線を表わすことになる。^(注2)

いま、当該生産物の市場価格が、図2における如く P_3 であるとき、当該企業の生産量=供給量は Ox_3 であり、そのときの平均生産費 AC は x_3I であるから、 $Ox_3 \cdot HI$ = 四辺形 P_1P_3HI の面積、で表わされる利潤が得られることになる。

すなわち、前記の(12)式にしたがえば、図2において、

$$\begin{aligned} (15) \quad \Pi &= Hx_3 \cdot Ox_3 - Ix_3 \cdot Ox_3 \\ &= Ox_3(Hx_3 - Ix_3) \\ &= Ox_3 \cdot HI \end{aligned}$$

であるから、

$$(16) \quad \Pi / Ox_3 = HI$$

によって、線分 HI の長さは、生産量=供給量が Ox_3 のときの利潤率を表わしていることがわかる。

上に述べてきた如く、完全競争市場においては、市場諸力によって与えられた市場価格の下で、個別企業は、その利潤を極大化するように、生産量=供給量の大きさを決定する、というのである。

次に、完全競争との対比として独占下における企業の行動について考える。

再び価格理論の教科書にしたがえば、前記の(12)式で求められる利潤を極大にすることを考えて、(12)式両辺を生産量=供給量 x で微分すると、

$$(17) \quad d\Pi/dx = P + x \cdot \frac{dP}{dx} - dC/dx$$

となり、利潤極大化のための1階条件から、

$$(18) \quad dC/dx = P + x \cdot \frac{dP}{dx}$$

を得る。

独占の場合には、当該企業の生産量=供給量は、当該産業および当該市場の総供給量に等しいから、当該企業の生産量=供給量 x は、その市場価格に影響をおよぼすことになり、(17)式と(18)式における右辺第2項が現れることとなるのである。

通常の場合であれば、供給量の増大は当該市場価格の下落要因であるから、 $dP/dx < 0$ である。

ゆえに、(18)式が満足される時、限界生産費 MC および限界収入 $MR = P + x \cdot \frac{dP}{dx}$ は、いずれも当該生産物の市場価格 P よりも小となる。

ところで、限界収入 MR は、

$$(19) \quad MR = P + x \cdot \frac{dP}{dx} \\ = P \left(1 + \frac{x}{P} \cdot \frac{dP}{dx} \right)$$

と変形することができる。

ここで、 $\frac{x}{P} \cdot \frac{dP}{dx} = \frac{dP}{P} \cdot \frac{x}{dx} = \frac{dP}{P} / \frac{dx}{x}$ となる。

いま、

$$(20) \quad \theta = - \left(\frac{dx}{x} / \frac{dP}{P} \right) > 0$$

とおくと、市場価格 P が需要量 = 供給量となるところに決定されることに鑑みれば、市場価格 P の下での生産量 = 供給量 x は、そのときの需要量でもあることになり、一般にはこれを「需要の価格弾力性」と称している。

すなわち、独占下にあっては、需要曲線の形状を知ることは、当該企業が生産物を供給するときの限界収入 MR を導出できない、ということになる。

かくて、(19)式は、

$$(21) \quad MR = P \left(1 - \frac{1}{\theta} \right)$$

と表わされて、限界収入 MR は需要曲線の形状に依存する（但し、市場において需要量と供給量とが相等しく、市場価格が決定された、その点においてのみ）ことになる。

次にこのことを説明する。

一般的には、ある生産物の需要量は、当該生産物の価格の関数として表わされ、滑らかな右下り曲線である、とされる。

すなわち、当該生産物の需要量を x 、関数を f で表わせば、

$$(22) \quad x = f(P)$$

において、 $f'(P) = df/dP < 0$ であるから、 P に関して x は一様減少である。

関数形が上に如き特徴を有する場合には、明らかにその逆関数を正なる全ての実数 x について求めることができる。

ゆえに、(22)式の逆関数を求めて、

$$(23) \quad P = f^{-1}(x) = g(x)$$

とおけば、(22)式の性質から、

$$g'(x) < 0$$

が得られる。

上の(23)式は逆需要関数と呼ばれるが、以下に描く図3において、これが曲線 DD で表わしてある。

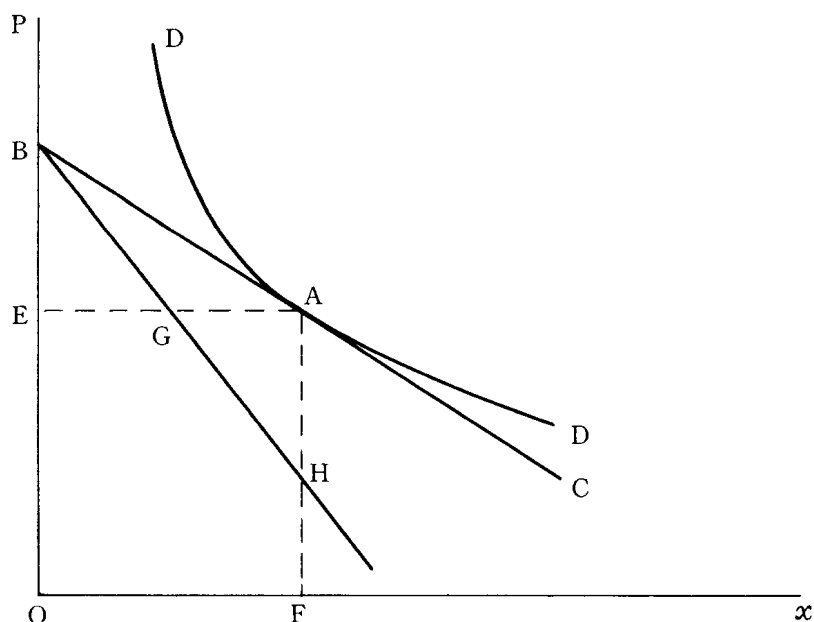


図 3

図 3 の横軸には、需要量、あるいは供給量 x を測り、縦軸には価格 P を測っている。

いま、図 3 において供給量を OF とすると、そのとき、それに等しい需要量 OF が得られて、逆需要関数を表わす曲線 DD から、そのときの市場価格 OE が決まることが示されている。

図 3 における線分 BC は、逆需要関数 DD の点 A （ここでは、需要量=供給量が $OF=EA$ であることを示している）における接線であって、その勾配は、(23)式から、 $dP/dx = g'(x)$ を表わしている。

また、総収入 TR は、 $TR = P \cdot x = g(x) \cdot x$ と表わすことができるから、

$$(24) \quad MR = d(Px) / dx = x \cdot \frac{dP}{dx} + P \\ = x \cdot g'(x) + g(x)$$

となる。

図 3 において、生産量 (=供給量) = 需要量 = OF のとき、 $P = g(x)$ は AF の長さで、 $dP/dx = g'(x)$ は BE/AE に負号を付したもので、そして x は当然の

ことであるが OF の長さで、各々表わされるから、図 3 における如く、点 B から線分 AE の中点 G を通る半直線を引いて、線分 AF との交点を H とすると、 $BE=AH$ となるから、 $(BE/AE) \cdot OF = (BE/AE) \cdot AE = BE$ を得て、

(24)式は、

$$\begin{aligned}
 (25) \quad MR &= g(x) + x \cdot g'(x) \\
 &= AF - OF \cdot (BE/AE) \\
 &= AF - BE \\
 &= AF - AH \\
 &= FH
 \end{aligned}$$

となる。

かくして、逆需要関数 DD から得られる生産量（供給量）=需要量=OF のときの限界収入 MR は、図 3 の FH の長さで表わされ得ることがわかるのである。

そこで、もし考慮の範囲内における逆需要関数 DD を点 A におけるその接線 BC で近似することができるならば、半直線 BGH は当該独占企業にとっての限界収入 MR を表わす直線であると解釈することができる。

ここに、当該独占企業の短期総費用曲線が、完全競争市場の下における企業のそれと類似しており、逆 S 字型を描くものとする、上に得られた限界収入線 MR と、平均生産費曲線 AC から導出される限界生産費曲線 MC とを同一平面に描くことによって、独占下における企業の価格決定行動を説明することができるのである。

図 4 において、横軸には生産量（=供給量）と需要量 x を測り、縦軸には生産費 C と価格 P を測っている。曲線 AC は前記図 2 におけると同じ平均生産費曲線であり、曲線 MC は同じく限界生産費曲線である。

曲線 DD は前記図 3 における逆需要関数を表わす曲線であって、曲線 DD を直線（点 A における接線になっている）C で近似できると仮定したときに、それから導出される限界収入線が MR で表わされている。

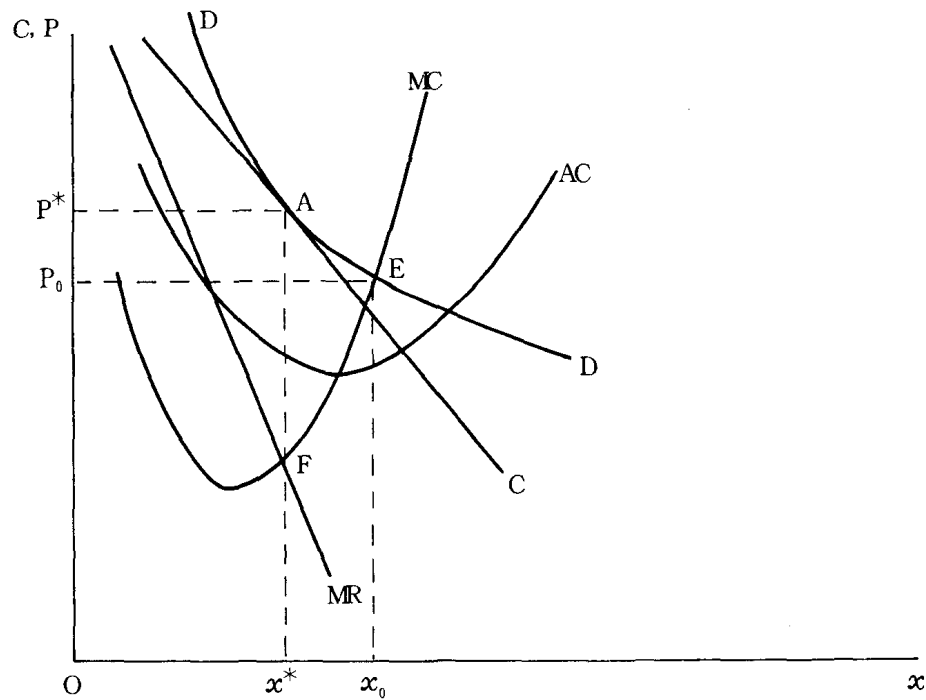


図 4

ここに、直線 C または逆需要関数を表わす曲線 DD と限界収入線 MR の関係は前述のとおりである。限界収入 MR と逆需要関数 DD との関係は、既述の如く、図 4 においては、点 A においてのみ意味を有するのであるが、ここでは、価格設定にかかわる時間範囲にわたって曲線 DD が直線 AC によって近似され得るものと仮定して議論を簡便化する。

(18)式から明白なる如く、 $MC=MR$ なることが利潤極大化のための 1 階の条件であるから、図 4 における点 F が、その条件を満足している。図 4 には明示していないけれども、利潤極大化のための 1 階の条件を満足する点が、図 4 における点 F の左上方にもう 1 つ存在する。しかしながら、利潤極大化のための 2 階の条件は、(17)式を x で微分して負となることであり、そのことから、限界収入線 MR の勾配が限界生産費曲線 MC の勾配よりも小でなければならない、ということになる。この条件は、図 4 では点 F においてのみ満たされているから、当該企業の供給量は、図 4 の Ox^* 量で最適、ということになる。生産量=供給量が Ox^* のとき、同量の需要が得られ、逆需要関数から、市場価格 P^* が決定されることになる。

ここで、完全競争市場（明白なる如く、ここでは供給者は当該企業のみであるから、純粋な完全競争市場とは言えないが）との比較を行なうならば、需要曲線 DD と供給曲線 MC との交点によって決まる市場価格は P_0 であり、そのときの供給量＝需要量は Ox_0 である。

図4において明白なる如く、 $P^* > P_0$ 、 $Ox^* < Ox_0$ であるから、消費者余剰の減少が生産者余剰の増加によっては相殺され得ず、非ゼロ和ゲーム（通常は、和がマイナス）となることになって、独占による経済厚生^(注4)の減少効果が説明されるのである。

以上、我々は価格理論の教科書にしたがって、完全競争市場下における企業行動と、独占市場下における企業行動について概観してきたのであるが*、後に述べる現代的寡占市場下における巨大企業の行動との対比において、上述の二つの市場における企業に共通する企業観を明白にするために、ここで古典学派、あるいはその流れを正統に継承したと考えられる新古典学派における企業観について考えてみたいと思う。

企業論の教科書を繙くと、企業の初期形態は、ワンマン・ビジネスであるとされている。ここに、ワンマン・ビジネスとは「古典的企業」とも言われ、単一の事業単位から成り、個々人の手によって生産した商品を市場で販売する。そして、自己の必要とする財（原材料や中間財である生産財と、自分および家族の衣食住に供するための消費財）を市場から購入する。

したがってワンマン・ビジネスにおいては、一個人が企業の所有者であると同時に企業経営者でもある。さらには、当該企業で生産に直接携わる労働者でもあって、自から生産計画と生産手段に対する直接的な支配力を有する。

一方、このワンマン・ビジネスにあっては、生産と消費は完全に分離されており、当該企業生産物の消費者は、当該生産物の生産手段からは完全に切り離

* ここでの企業行動は、供給量の決定と価格設定である。

されていて、それに対する直接的支配力を有していない。

すなわち、当該企業にとっての外部者である、ということになる。

しかしながら、全ての企業がワンマン・ビジネスである状況の下にあっては、当該企業の生産物の消費者は、他方においては、別の生産物に関して、その生産者である、ということであって、貨幣が存在するところでは、貨幣を交換のための媒介手段として使用し、生産者相互間で各人の生産物が交換される、ということになる。かくて、このような状況の下にあっては、ミクロ的な生産者の利益（所与の生産条件の下での利潤、あるいは収入＝所得の極大化）と、消費者の利益（所与の収入＝所得の下での効用極大化）とは究極的には一致する傾向があつて、それらの一致する点（したがって、古典学派の理論は、長期静学となるのであろう）において、生産者均衡と消費者均衡が同時に成立し、さらに「見えざる手」に導かれて市場均衡が成立するとき、マクロ経済的には「セイの法則」が成立するところの「一般均衡状態」が実現されることになる。

歴史的に次の段階に登場する企業形態は、工場所有者兼工場経営（管理）者と工場労働者とが分化した工場制企業である。ここでは、企業内分業（これは、経営管理者と工場労働者の分化という意味であつて、A・スミスが「諸国民の富」で描写したマニュファクチュア「ピン工場」の分業＝生産行程の分化、とはニュアンスを異にする）が発生することになる。

それゆえに、この段階では、労働者＝消費者（古典的企業＝ワンマン・ビジネスの段階では、消費者は他方においては生産者兼企業経営者であつたが、この段階においては、消費者は、全ての生産物についての消費者である）は、企業の外部者であつて、生産手段の直接的支配から切り離されることになる。

すなわち、ここでの消費者は、かならずしも他方における生産者にはならないのであるから、ミクロ的に生産者の利益と消費者の利益とが合致するとは限らない。むしろ、生産者余剰と消費者余剰とは、相対立するものとして把握されることになる*。

以上に述べた二形態は、所謂「個人企業」と考えられるが、企業の生産活動の継続と、それに基づく生産規模の拡大によって、個人、あるいは少数の経営者集団、またはその家族等による資金供給量では、当該企業の資金需要を賄うことが困難になると、所有権の分割と利潤分配の交換条件によって、多数の個人や団体から資金の供給を受けるカンパニーやコーポレーションが出現してくることになる。

その最も典型的なものが「株式会社」である。

株式会社においては、増資による資金供給増大を通じて企業規模を拡大するにしたがって、一個人、少数の仲間、あるいは一団体によって供給し得る資金量には限界があるだろうから、株式所有の分散＝所有権の分散が進行し、全ての所有権者が企業の外部者（一個人の株式保有シェアは、各々当該企業の全発行株式数に比して非常に微小となるために、議決権を保有してはいるものの、実際にそれを行行使することはほとんど不可能になる）と化して、所謂「経営者＝経営管理者」への経営委託が進展する。かくて、株式会社の規模拡大に対応して「支配なき富の所有、および所有なき富の支配」が出現し、企業的意思決定は、専門的経営技術者集団＝テクノクラートによって行なわれる、という「経営者支配」が一般化してくることになる。

かかる段階にまで発展した株式会社においては、本来の企業所有権者＝株主は、資本市場が自由競争（全ての種類の資本市場が互いにオープンであって参入障壁がない状態）であれば、株式利回りは銀行預金金利に等しくなると考えられるから、金利生活者と同一視され得ることになり、社会的には貯蓄と投資の分離が発生することになる。

一方、企業内部に関しては、産出量の増大とその継続は、多数工場制企業へ

* しかしながら、この場合も長期的視野の下では、マクロ経済的には「セイの法則」が成立し、一般均衡が実現する。

の発展、あるいは、既設工場内部における使用設備のヴィンティジ化による、経営視野の長期化と、経営管理者層の分業化を要求することになるであろう。ここに、経営管理者層の分業とは、単一の工場あるいは事業所の最適操業度、または、最適生産量に関する生産技術側面を重視した工学的技術的意思決定機構と、当該企業の全工場および全事業所への人員配置、資金配分、新工場設置等の総合的、統括的意思決定機構との分化である。前者は、工場の現場責任者、あるいは中間管理者層によって行なわれる戦術的意思決定、後者は、当該企業のトップ管理者によって行なわれる戦略的意思決定と言ってよく、後者には戦略的な価格設定が含まれる。

この場合の「価格設定」では、単に市場条件によって与えられた価格の下で最適生産量を決定するというのではなくて、自企業の市場シェア、当該企業が属している産業の生産物に対する需要の成長性、等を考慮しながら、当該企業の成長発展を促進し、前述した個人企業（ワンマン・ビジネスと工場制企業）段階では基本的には考慮の外におかれていた企業の継続性を意図した意思決定が行なわれることになる。

かくして、この段階に到達した株式会社は、古典的企業ワンマン・ビジネスや、新古典派的業主経営者制企業（proprietorship）とは明確に区別されるべき企業形態として把握されるべきである、と考えられる。

（II）

さて、我々は多数工場制企業への発展、あるいは、既設工場内部における使用設備のヴィンティジ化による経営視野の長期化という段階にある企業での意思決定、すなわち、長期的視野の下で行なわれる意思決定について考えることにしよう。

いま、考察の対象となる当該企業は、3つの工場を保有していると仮定する。この仮定の下での生産費と生産量の関係が、前記図1にならって描かれる。

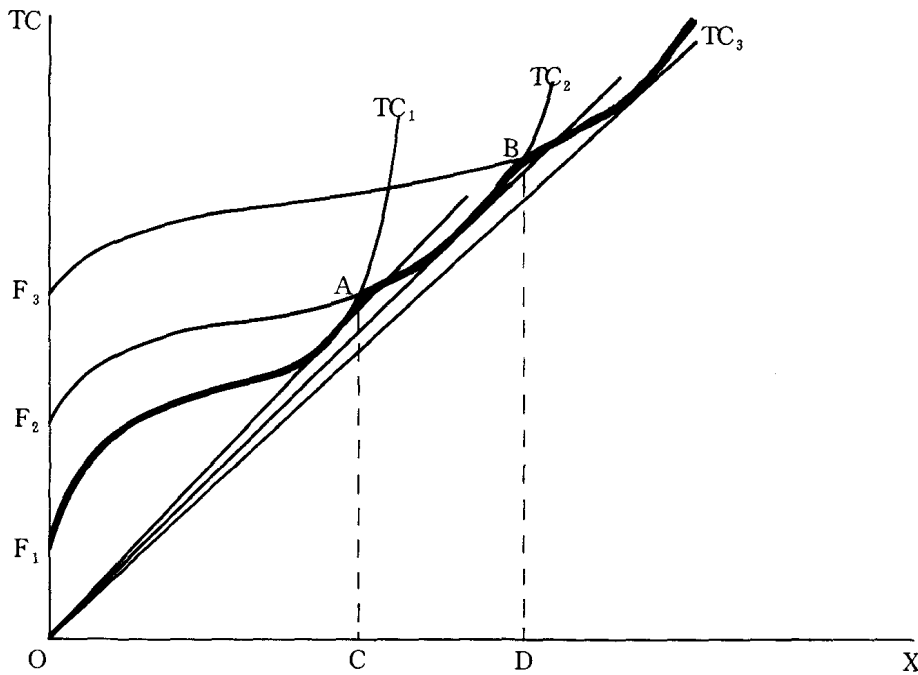


図 5

図 5 において、横軸には当該企業の生産量を測り、縦軸には総生産費を測っている。

曲線 $F_1A \cdot TC_1$ は、1 工場のみを使って生産を行なうときの総生産費曲線を表わす。曲線 $F_2AB \cdot TC_2$ は、2 工場を同時に操業させるときの総生産費曲線を表わしており、曲線 $F_3B \cdot TC_3$ は、3 工場全てを同時に操業せしめるときの総生産費曲線を表わしている。

生産量が OC の範囲内にあるときには、当該企業では、第 2、第 3 工場は建設されておらず、第 1 工場のみで生産し、供給している、と考えると、前記図 1 と、それから導かれた図 2 における平均生産費曲線 AC と限界生産費曲線 MC とにかかわる議論が妥当する。

なお、当該企業の意思決定が、短期的視野の下で行なわれ、戦略的意思決定機構と、戦術的意思決定機構とが未分化である、という意味では、図 1 に基づく完全競争に関する議論と、図 3、図 4 に基づく独占に関する議論は共通点を有する、と言ってよいだろう。

そこにおいては、当然のことながら、操業度、あるいは最適操業度という概念は、陽表的には述べられることがなかったし、「セイの法則」に対する信頼

が議論の前提となっていたために、そのような概念を考える必要もなかったと言ってよいのかも知れない。

さて、図5について、生産量がOCとODの間になったときには、2つの工場を同時に操業することが、総生産費TCを極小にし、生産量がODを越えるときには、3つの工場を同時に操業せしめるとき、総生産費TCが極小であることが示されている。したがって、当該企業の市場シェアによって獲得しうる需要量が、図5における点Cや点Dを越えようとするとき、第2工場、あるいは第3工場を建設するか否か、建設する場合には、何処に建設するか、また、その工場の生産能力をどの程度にするか（その程度に応じて、図5の点Dの位置が変化する）、といった決断は、当該企業のトップ経営（管理）者によって行なわれるべき戦略的意思決定に属することになる。

一方、1工場のみが操業中であるときに、OC間のどこに生産量を決めるとき利潤極大になるか、あるいは2工場が同時に操業中であるときにCD間のどこに生産点を決めるか、そして3工場全てが操業せしめられたとき、点Dの右方のどこに生産点を確定すべきか、という決断は、戦術的意思決定に属することになるであろう。

このとき、当該企業では各工場の最適操業度という概念が陽表化してくることになるであろう。

図5に基づいて、次の図6を描くことができる。

図6の横軸には生産量 x を測り、縦軸には生産費 C と価格 P を測っている。実線の波型線ACは平均生産費を、破線の波型線MCは限界生産費を、各々表わしており、いずれも図5における総生産費曲線から導出されたものである。

ここでは、生産規模の拡大（工場数の増加）に対応して、平均生産費、限界生産費を表わす両曲線が各々右下方にシフトする形になっている（各々の頂点が右下方へ移動している）のが特徴である。このことは、通常「大規模生産の利益」として捉えられている。

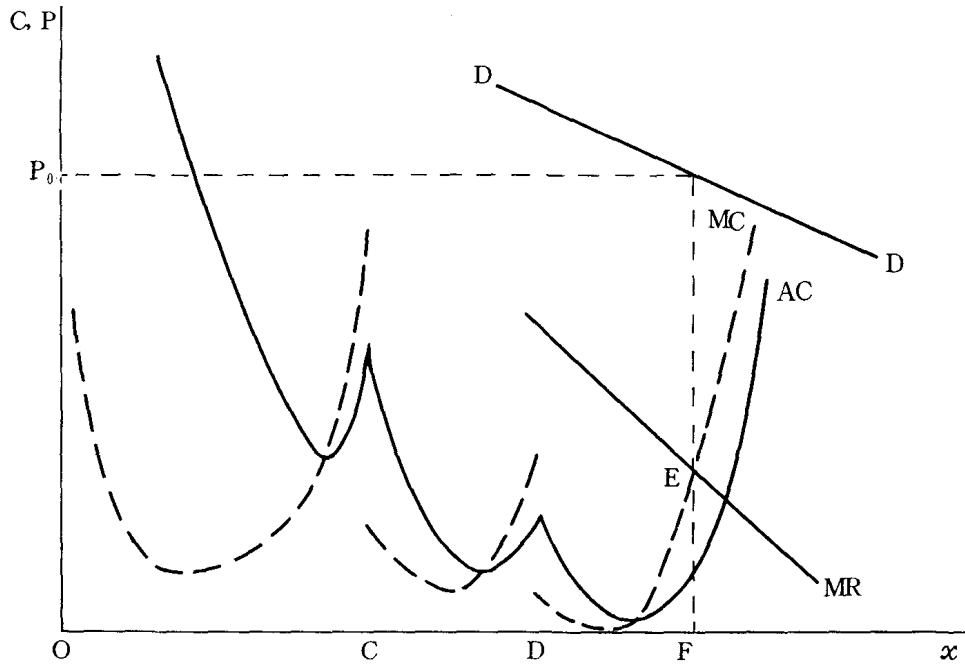


図 6

もう一つの特徴は、大なり小なりの差異はあるにしても、限界生産費曲線 MC が不連続である、ということである*。

いま、逆需要関数から得られる限界収入曲線 MR が、図 6 に描かれている如きものであったとすれば、もし、当該企業が第 3 工場を設置し、第 4 工場をさらに増設する予定はない、という状態であるならば、利潤極大を目標するとき、そのための 1 階の条件と 2 階の条件は、図 6 の点 E において満足され、最適生産量は OF であり、それは当該企業に賦与される需要量に等しく、逆需要関数が DD であるとすれば、そのとき、市場価格は P_0 に決まる。

このときの価格決定は、前記図 4 に関して議論された独占市場下における価格設定と同様に、直接的には当該企業の意思決定の対象物である、ということになる。

しかしながら、当該企業が操業している工場が第 1 工場と第 2 工場であって、第 3 工場の設置が計画段階にあるときには、図 6 においては、明白なる如く、

* 通常は、図 5 における生産費曲線 TC_1 、 TC_2 、 TC_3 の包絡線として長期生産費曲線が描かれるので、図 6 における MC は不連続とはならない。しかし、1 企業のみを考慮するときには、図 6 の如く MC は不連続になると理解することもできよう。

利潤極大化のための1階の条件を満たす点を直接には求めることができない、すなわち、限界生産費MCと限界収入MRとが一致する点がある^(注5)、与えられた(逆)需要関数の下では、長期的には利潤極大化の条件が満足され得ない、ということになる。

かかるとき、当該企業は、新工場を設置しないで、そのとき限界生産費の上昇に見合うような価格騰貴を招来せしめるのか、それとも計画段階にある新工場の建設を実行し、供給量を増大せしめることによって市場価格を低落せしめるかの決断をせまられることになるであろう。^(注6)すなわち、ここでは、価格は当該企業経営(管理)者の意思決定によって騰落し、市場諸力によって外生的に決定されることはないのである。

かくして、図1、図3、図4に関して説明した完全競争市場下における企業の行動や、独占市場における単一工場での生産活動を前提にしたと考えられる企業の行動のいずれとも異なる議論を必要とすることになるであろう。

多数工場を擁する企業の生産活動を考慮する場合、図6で見られるように、かならずとは言えないかも知れないが、一般的には当該企業の市場シェアは、無視され得る程に微小であると考えるよりは、当該市場に対して大なり小なりの影響を与え、当該産業の生産物の市場価格に影響を与え得る程のものであると考えることが妥当であるように思われる。

そこで、以下においては、寡占市場下における企業行動を考察することにする。

ミクロ経済学が教えるところの寡占市場下における企業の行動原理は、次の如きものである。

いま、議論を単純明解にするために、企業の数 n を2(かくて、厳密には「複占」ということになるが、ここでは、当該企業にとって、他の企業群は全て競争相手であり、集团的に(結託して)当該企業に対抗して同一步調(行動)をとり、その成果をそれらの企業規模に応じて公平に分配する、と考えることに

する) であると考え、それらを企業1と企業2とする。そして、各企業は、価格設定に関して各々3つの代替的戦略をもっている、と仮定^(注7)する。

最も単純な例が、下の表1であって、そこでは、Hは高価格戦略を、Mは中位価格戦略（議論の本質上は、この戦略は考えなくてもよいであろう）を、そして、Lは低価格戦略を各々意味している。

そして、各企業が任意に戦略を選択したときの成果（これは、あくまでも1つの例示に過ぎない）が、各項に記入されている。

表1の第*i*行第*j*列の欄（*i, j* = 1, 2, 3）のカッコ内には、各企業が任意に選択した戦略の組合せによって、各企業が獲得することのできる利得の組が書き込まれている。

表1

企業1 の戦略	企業2の戦略		
	H	M	L
H	(100, 100)	(40, 110)	(20, 120)
M	(110, 40)	(70, 70)	(30, 90)
L	(120, 20)	(90, 30)	(50, 50)

カッコ内の左側の数値は、企業1の利得を表わし、カッコ内の右側の数値は企業2の利得を表わしている（企業の行動目標が利潤の極大化であるならば、これらの数値は利潤を表わしており、また、企業の行動目標が売上高あるいは収入の極大化ということであれば、これらの数値は売上高あるいは収入を表わしている、と解釈すればよい）。

いま、企業1が戦略Hを選択したとすると、もし企業2が同時に戦略Hを選択するならば、その結果、利得として第1行第1列の数値の組（100, 100）が得られる。すなわち、この場合には、各企業は各々100の利得を獲得するこ

とができる。

また、企業2が戦略Lを選択しているときに、企業1が同時に戦略Mを選択するならば、その結果は第2行第3列の数値の組(30, 90)が得られるのであって、企業2が90の利得を獲得するのに対して、企業1はわずか30の利得を得るにすぎなくなることが示されている。

上の2つの場合は、いずれも2つの企業が各々全く無作為に戦略を選択する場合における利得の組を表わしていた。

ここで、もし企業2が戦略Lを選択することが、企業1によって予測されたり、あるいは確実視されたりするならば、そのとき、企業1の選択すべき戦略は、表1によればL以外には^(注8)ない。

その結果、各企業が得る利得は(50, 50)ということになる。

また、企業2が戦略Mを選択することが、企業1によって予測ないし確実視されるときには、企業1によって選択されるべき戦略は、上のケースにおけると同じく戦略Lということになる。

その結果、各企業は(90, 30)の利得を手に入れることになる。

さらに、企業2が戦略Hを選択することが、企業1によって予測されたり確実視されるときには、企業1は、合理的行動として、戦略Lを選択すると考えられるから、その結果、各企業の利得は(120, 120)ということになる。

かくして、上に述べた3つのケース(企業1と企業2を逆にしても議論は同様である)については、企業2(自分が選択する戦略を相手企業によって見透かされている企業)が如何なる戦略を選択しようとも、その選択が企業1(相手企業)によって予測ないし確実視されているときには、企業1(相手企業)が選択するべき戦略はLに確定することになる。

ゆえに、そのとき、企業2(自分が選択する戦略を相手企業によって見透かされている企業)が選択するべき戦略もLということになる。

その結果、各企業が獲得する利得は(50, 50)となって、企業全体で獲得す

る利得の合計は最小という一種の不合理的結果が現出することになる。

すなわち、競争相手の手の内を予測して合理的行動を行なう結果、かならずしも最適値には到達しない、という不合理を生み出すことになるのである。

このことは、企業1と企業2を入れ替えて考えても、表1の利得は可逆的（逆裏対称）にできているから、全く同様に成立する。

かくて、両企業は、各々戦略Lを選択し、その結果として、市場価格なり売上高なりは低位安定ということになって、企業の合理性からは、最も望ましくない状態を招来せしめることになるのである。

ところで、前にも述べたように、現代の企業の行動原理は、かならずしも短期的な利潤極大化ではない、^(注9) としても、当該企業の名目的所有者＝企業の外部者と化した株主、への配当の経費化と株価安定^(注10)という条件の下で、最大限の企業成長を達成するためには、各企業の戦略遂行によって獲得される利得（それが、例え一回限りの戦略であったとしても、各回毎の戦略について同様の行動を継続するならば、それは結果においては、長期的な利得極大化のための必要条件であろう）は、与えられた条件の下では最大であることが望ましい、と考えられ得る。

そうすると、上記の表1に与えられた状況の下では、合理的企業行動として選択されるべき戦略の組は（H・H）であり、その結果として得らるべき利得は（100, 100）でなければならない、^(注11) ということになる。

ここに各企業が相手企業の戦略を予測する場合に得られた非協調的な低利得均衡（L, L）＝（50, 50）から、企業の協調的な合理的行動の結果として到達されるべき高利得均衡（H, H）＝（100, 100）への移行のためには、企業間において、何らかのルール（あるいは、罰則）を伴う協力関係が設定されることが必要になるであろう。

なぜならば、いま、罰則やルールなしで初期において企業間の合意に基づいて、各企業が戦略Hを選択せしめられることによって、利得の組（100, 100）

が得られていたとする。

このとき、確かに当該産業に属する企業の利得の合計は $100+100=200$ 、であるから、表1に与えられた状況の下では、所謂「共同利得の極大化原理」には合致している。しかしながら、各企業が初期における合意事項を遵守すべきルールを設定せず、また罰則もなかったとすると、各企業の個別的合理主義の観点から考えると、もし、相手企業が戦略Hを選択することが確実であるならば、自企業は最適戦略Lを選択して、相手企業を出し抜き、自企業は相手企業の犠牲の下で120の最大利得を確保することができるのであるから、企業間の初期の合意に違反した企業に対して、この場合には、H以外の戦略を選択したときに得られる超過利得の最大値（ $120-100=20$ ）を帳消しにするような罰金を課することなしには、高利得均衡（H, H）が維持されることができないからである。

すなわち、企業の個別的な合理性を前提にする限り、高利得均衡は不安定なのであり、また、企業の個別的合理性と集団的合理性との間には、この場合は、斉合性がない、ということである。

かくて、表1に示された状況の下では、企業間における協力（あるいは結託）が、罰則を伴って堅固であるとき、それが暗黙裡の了解という形であれ、公開されたものであれ、市場では高価格の下で両当事者企業間での市場（需要）分割が行なわれることになる。

ところで、このようにして決定された価格は、所謂「価格カルテル」として、法的には排除される可能性もある。また、この場合、価格の絶対値がどのように決まるか、については何も言っていないのであるから、価格決定については、別に考察を要する、ということになるであろう。

そして、もう一つ、もし、競争相手が外国企業である場合には、協調的な高価格戦略（結託に基づく高価格戦略）を選択し得る可能性は、競争相手が自国企業である場合に比べると小さくなって、競争的低価格均衡（非協調的低利得

均衡)に落ち着く(このことは、国内企業のみによる競争である場合でも、当該産業への新規参入が可能である場合には、同じことが発生する、と考えられよう)ことになるであろう。

そこで、まず、寡占市場において絶対価格がどのようにして決定されるかを見てみよう

A・S・アイクナーにしたがえば、寡占市場における協調的価格決定は、所謂「価格先導者=プライス・メイカー」によって行なわれ、絶対価格水準は、次の如くにして決定される。

すなわち、在庫投資を無視することにして、生産量=市場への供給量(=当該企業産出物に対する需要量^(注12))と考える。

総収入(供給額) $TR = \text{総生産費 } TC + \text{企業賦課金 } CL$ である。

ここに、「企業賦課金=CORPORATE LEVY」とは、当該企業がその戦略的目標である長期的成長の最大化を可能にするための投資支出を賄うために、当該企業の内部的源泉から利用可能な資金額であって、減価償却引当金、価格変動準備金等の内部留保金を含み、企業会計上公認されている未処分利益の他、戦略的資金としての研究開発費および公告費等が含まれる、と定義されている。

ここで、

$P \equiv$ 当該企業製品の絶対価格水準(ここでは、価格設定者によって設定される価格)、

$VC \equiv$ 可変費、

$FC \equiv$ 固定費(株主に対する配当の経費化現象がみられる現代株式会社制度の下にあっては、通常概念で考慮される管理者層に支払われる給与(俸給)、確定利付債券所有者に支払われる利子、経常的事務経費、の他に、実質的には企業の外部者と化した株主に対して支払われる配当が含まれる、と同時に、戦略的支出として前に述べた研究開発費および公告費は除外される)、

$CL \equiv$ 企業賦課金(前述)、

価格、競争、貿易と投資

SOR≡標準操業度、

ERC≡工学的生産能力、

とすると、上の式で、総収入は価格と供給量（=需要量）との積であるから、

$$(26) \quad \text{総収入} = P \cdot \text{SOR} \cdot \text{ERC}$$

となる。

また、総生産費は、可変費と固定費の和であるから、

$$(27) \quad \text{総生産費} = VC + FC$$

である。

かくて、上述の、総収入=総生産費+企業賦課金、という式から、

$$(28) \quad P \cdot \text{SOR} \cdot \text{ERC} \equiv (VC + FC) + CL$$

が成立する。

(28)式両辺を、生産量（=供給量）=SOR・ERCで除してやると、

$$(29) \quad P = \frac{VC}{\text{SOR} \cdot \text{ERC}} + \frac{FC}{\text{SOR} \cdot \text{ERC}} + \frac{CL}{\text{SOR} \cdot \text{ERC}}$$

となる。

ここに、(29)式右辺第1項は、生産量（=供給量）1単位当りの可変費であるから、平均可変費（AVC）と呼ばれ、右辺第2項は、生産量（=供給量）1単位当りの固定費ということで、平均固定費（AFC）と呼ばれる。

かくて、(29)式は、

$$(30) \quad P = AVC + AFC + \frac{CL}{\text{SOR} \cdot \text{ERC}}$$

と表わされ得る。

後に示す価格決定の幾可学的表示に資するために、ここで、A・S・アイクナーにしたがって、AVC, AFC, およびCL/SOR・ERCについて簡単に説明しておこう。

AVCは、生産物1単位当りのベースでの、生産過程に直接従事した労働者

に支払われた賃金と、投入された原材料価格の和である。

かくて、賃金率および投入原材料価格の変化、または、工学的技術係数の変化によってAVCは変化することがある。

A・S・アイクナーは、工学的技術係数の変化に伴うAVCの変化は、ある単一の価格設定期間ではもとより、単一の計画期間においてさえ、寡占的市場に生産物を供給する現代的大企業にあっては、現在操業中の生産設備の生産能力の大部分が旧来の技術係数によって（資本設備のヴィンティジによって）支配されており、最新鋭の資本設備をもつ工場の生産（もし、それがあったとしても）量は、多数工場を擁している当該大企業の総生産量に比べると、その限界的部分であるに過ぎない、と考へて、現実に進行しつつある技術係数の時間を通じての変化（技術進歩の当該企業資本による体化）は、無視され得る、と考へる、と同時に、賃金率および投入原材料価格の変化の可能性を認識してはいるものの、「他の事情にして等しい限り」という仮定をおくことによって、それらの可能性を排除し、AVCは一定であつて、当該企業が生産を行なうと考へられる産出量の範囲にわたつて、それが限界生産費（MC）に等しくなる、と仮定している。

AFCについては、A・S・アイクナーは次のように述べている。

すなわち、株式会社の初期形態においては、企業活動の結果として獲得された経常収入から、当該会計期間中に償却された（あるいは、償却されたと看做された）資本を含む、全ての費用を差引いた残余が、当該企業の利潤として全て株主に配当される（ここでは、マルクス経済学の用語で言うところの「単純再生産」が行なわれている、と考へることが出来る。また、歴史的には、大航海時代に、多数の資金供与者＝株主からの資金を集めることによって、一航海により得られた利潤を全て株主に分配する、ということであつた、と言われている）のであるから、株主の側からみると、配当額（率）もさることながら、配当の存在そのものも大きな不確実性（時には、その不確実性は、企業経営者

による会計上の恣意的操作によって創出されたり高められたりすることもあるであろう)に支配されることになり、株主としての資本投下は一種の賭であったと考えられ得る。

ところが、前にも触れたように、現代的な大企業体制下における株式会社制度では、かかる不確実性を極力回避することが、企業経営(管理)者に課された責務となっている。^(注13)

すなわち、そこでは、配当は予め定められた比率で実行されることが慣例化し、制度的には、株主の企業外部者化、あるいは、株式の確定利付債券化が促進せしめられて、配当は、企業経営(管理)者にとっては経費であると看做されるに至っている、ということである。

かくて、ここでのAFCには、経済学の通常概念に含まれる諸費用の他に、配当が含まれているのである。

次に、(30)式の右辺第3項である $CL/SOR \cdot ERC$ は、事前概念での平均企業賦課金である、とされている。

ここに、ERCは、一企業体(多数工場から成る当該企業)の工場管理者、またはそれらの技術者集団によって当該工場の生産設備について別々に計算された生産能力の和であるから、厳密に言えば、推定値ということになる。

また、SORは、当該企業のトップ経営管理者によって設定された価格(ここでは、議論の性格上、当該企業の戦略的意思決定として価格が設定される、すなわち、当該企業のトップ経営管理者によって価格が設定される、と考えている)の下で、当該産業製品に対する総需要のほぼ一定割合(同業他社は、全て当該企業の価格追随者である、と看做されているから、予想される総需要と予想される当該企業の当該産業生産物市場におけるシェアとの積を、経験的に計算することが可能である)として計算された当該企業自身に向けられる需要の予想量を、短期的変動にも対応し得る余裕をもってクリアーするために必要^(注14)と考えられる経常的操業度である。

以上の2つの理由によって、SOR・ERCは事前概念で捉えられていることになり、例えば、分子のCLが確定値であっても、 $CL/SOR \cdot ERC$ は、事前概念である、ということになるのである。

かくして、当該産業製品に対する経常的総需要が予測され、当該企業のCL必要額（あるいは、その希望金額）が決定されると、経験上算出され得る市場シェアと、当該企業の生産費条件（技術係数）から得られるSOR・ERC、およびVCとFCとが確定することによって、当該企業によって当該産業の生産物価格Pが設定されることになる。

これを図示すれば図7の如くである。

図7は、A・S・アイクナーによって描かれたものであるが、横軸には技術的生産能力に対する利用度SORが測られている。縦軸には、価格Pと生産費Cが測られている。

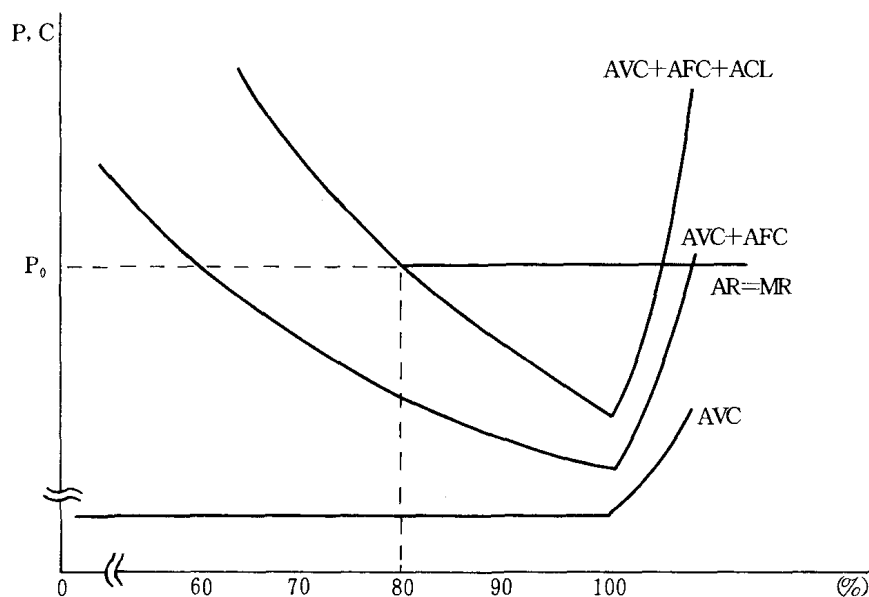


図7

前述した如く、当該企業が生産を行なうと思われる産出量の範囲（したがって、現在操業中である当該企業の全工場の技術的生産能力に対する利用度＝操業度が100%以下の範囲＝当該企業が需要予測に失敗しなければ、操業度100%以下で生産が行なわれる、と考えてよからう）にわたってAVCは一定であり、

価格、競争、貿易と投資

それはMCに等しい、ということであるから、AVC線は、技術的生産能力に対する利用度が100%以下の範囲においては、横軸に平行に描かれている。

AFCは、前述したところによって明白なる如く、株主に対する配当を含んでおり、経済変動の拡張期にあつて、当該産業および当該企業の生産物に対する超過需要が顕現化（これは、当該企業が需要の予測に失敗したことを意味する）することによって、当該企業の技術的生産能力に対する利用度が100%を超えてしまう場合を除いた、通常の利用度範囲においては、FCの性質によって、それ（AFC）は逡減的であるから、AVC+AFC線は、図7における如くに描かれ得る。

次に、CLの必要額は、生産計画の初期において、当該企業によって決定され、技術的生産能力利用度の経常的範囲では固定されている、と考えられるから、 $ACL = CL / SOR \cdot ERC$ は、技術的生産能力利用度の増加（但し、100%以下の範囲である）に伴って減少する。

よって、AVC+AFC+ACL線は、技術的生産能力利用度100%以下の範囲にわたって右下りとなる。

かくて、設定される当該企業生産物価格は、次の如くである。

いま、当該企業の生産物に対する需要量が、当該企業の技術的生産能力に対する利用度80%によって生産され得る供給量によってクリアーされ得る大きさであると予想（あるいは予測）されたとすると、そのとき、図7の横軸上80%点に垂直に立てた半直線（図では破線になっている）と、AVC+AFC+ACL線との交点として、当該企業生産物の価格 P_0 が決定され、当該産業における他の企業は、それに追随する（かならずしも同一価格を付すとは限らないであろう）ことになる。

このようにして決定された価格が、当該産業における価格設定者と価格受容者（プライス・テイカー）＝追随者との間で選択される戦略の組が、前記の表1における（H, H）であり、利得の組が（100, 100）となって、その状態に

落ち着くについては、価格受容者＝追随者もまた、与えられた費用条件の下で
 [価格設定者にとっては、上に得た価格 P_0 は、戦略Lということになるであ
 ろうから、 P_0 よりも高い価格を設定することが可能であれば、そのときには、
 事後概念のACLあるいはCLが、希望量であった事前概念のACLあるいはC
 Lよりも大となるから、現実獲得されるCLは意外の収入を含（これは、も
 ちろん配当として企業外部に漏出することはない）んで大きくなるゆえに、戦
 略資金の増大が、当該企業の目標である成長率を高めることをより容易にする、
 という意味において、戦略Hを選好しないという理由はない、と考えられる]、
 戦略Hを選択するのであり、戦略Lを選択することはない、という確たる理由
 が存在しなければならない。

ところが、前にも見たように、表1に関して言えば、各企業が相手企業の戦
 略を前読みして自己の戦略を選択（このようなケースが、むしろ一般的である
 と考えられよう）する場合には、落ち着くべき戦略の組は、周知の如く、(L,
 L)ということになった。そして、そこでは、戦略の組が、企業（あるいは産
 業）にとって望ましい状態である(H, H)に落ち着くためには、罰則を伴う
 結託を要する、ということであった。

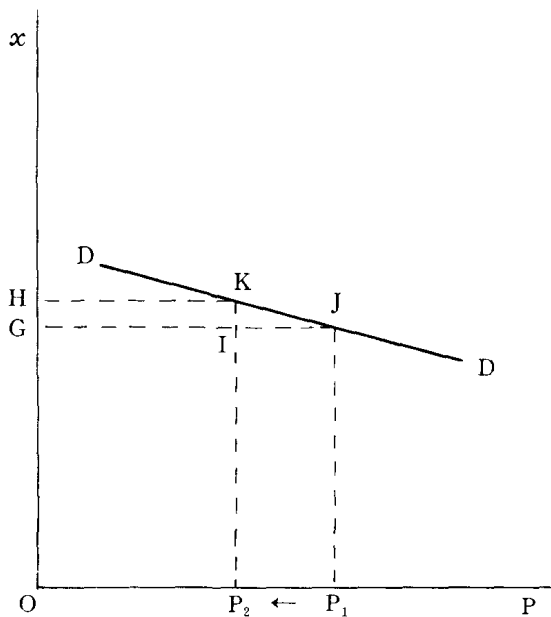


図 8

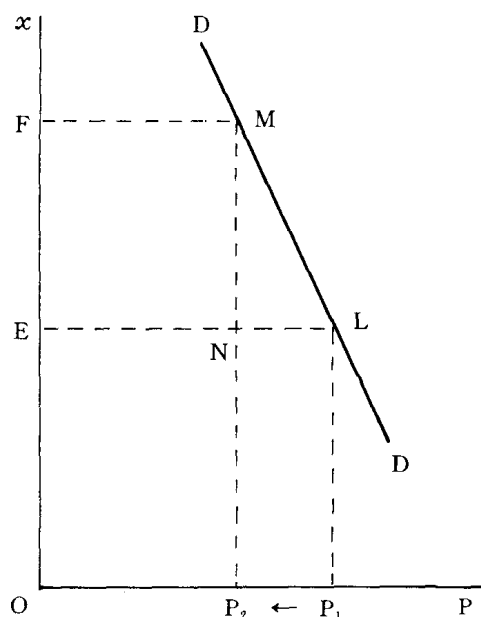


図 9

ここでは、そのような結託（前にも述べたように、このような結託は、「価格カルテル」として、法的に排除される場合が考えられる）を要することなしに、戦略の組が、(H, H) となる可能性のあるケースについて述べてみよう。

上の図8と図9は、代数的説明と幾可的説明との関係を、より直截簡明にするために、横軸に価格を測り、縦軸に数量を測っている。

曲線（実際は直線で描かれているが）DDは、需要関数を図示したものである。

ここで、需要の価格弾力性について考えてみると、(20)式から $-dx/x \cdot P/dP$ であるから、

図8の場合には、

$$(31) \quad \theta_1 = \frac{GH/OG}{P_1P_2/OP_1} = \frac{GH}{OG} \cdot \frac{OP_1}{P_1P_2}$$

であり、

図9の場合には、

$$(32) \quad \theta_2 = \frac{EF/OE}{P_1P_2/OP_1} = \frac{EF}{OE} \cdot \frac{OP_1}{P_1P_2}$$

である。

図8と図9においては、 OP_1 と P_1P_2 は各々同じ長さに描かれており、また、 $OG=OE$ となるように描かれている。明白なる如く、 $GH < EF$ となっているから、 $\theta_1 < \theta_2$ である。

すなわち、図9に描かれている需要曲線から得られる需要の価格弾力性は、図8に描かれている需要曲線から得られる需要の価格弾力性よりも大である。

ここで、市場価格が P_1 から P_2 へ下落するときの効果について考えよう。

図8では、価格下落による需要量の増加は微少であって、需要額＝売上収入は、四角形 OP_1JG の面積から四角形 OP_2KH の面積へと変化している。かならずこのようになるとは限らないのであるが、図8に関しては、四角形 P_2P_1JI

の面積と四角形GIKHの面積を比較することによって明白なる如く、総収入は減少している。

一方、図9では、価格下落による需要量の増大は、図8におけるよりも大きく、需要額=売上収入は四角形 OP_1LE の面積から、四角形 OP_2MF の面積へと変化している。四角形 P_2P_1LN の面積と四角形 $ENMF$ の面積を比較すると、図9に関しては、収入が明らかに増加していることを見ることができる。

売上収入の増大と利潤増大とは、かならずしも同値とは限らないけれども、価格を引下げることのメリットは、図9における場合の方が図8における場合よりも大きい（あるいは、価格引下げのデメリットは図9における方が図8におけるよりも小さい）と考え得ることを否定できないと思われる。

すなわち、需要の価格弾力性が小さい場合には、企業の側からは価格を引下げることによるメリットは小さい、または、そのことによるデメリットは大きい、ということができる。

一方、容易に推定できるように、価格引上げに関しては、需要の価格弾力性が小さい場合には、企業の側からは、価格を引上げることによるメリットは大きい、または、そのことによるデメリットが小さい、ということになる。

したがって、かかるケース=需要の価格弾力性が小さいケース（巨大企業によって市場が分割されていたり、製品差別化が進行している寡占市場においては、このような状態となっている可能性が大きいと考えられよう）では、表1の低価格均衡（L, L）に落ち着く可能性は小さいであろうと言ってよからう。

すなわち、需要側面をも考慮すれば（それが供給側の対需要者政策によって創出せしめられた場合であっても）、企業の個別的行動の合理性と集团的行動の合理性との間に存在した不斉合を解決してやる（特に、寡占市場においては）ことが可能（その可能性が大きい）である、と行うことができよう。

最後に、図5、図6と図7の関係を簡単に述べておこう。図7においては、明白なる如く、当該企業の技術的生産能力の利用度100%以下の部分に関し、

A・S・アイクナーによって特徴的な説明がなされているのであるが、これを図6との関連で言えば、図6におけるCD間について成立する説明であると考えることができよう。また、図6ではMR線が右下りの直線として描かれているのであるが、これは需要関数を右下りの直線として特定化し、直線DDで表わしたためであって、厳密には、前にも述べたように図6における点Eだけが有意味である。

需要曲線が、定義通りに原点に対し右下りの曲線であるとき、MRの有意味な点列が、図6における如く右下りとなる必然性はない。また、図7においては、横軸に、生産量ではなくて技術的能力の利用度が測られており、利用度が高まれば生産量が増加するのは明らかではあるが、需要曲線を図7に描くのは不可能（もし描くとすれば、右下り曲線ではなくて、横軸に垂直な直線となるであろう）であろうから、需要曲線DDから限界収入線MRを導出するのは、図7においては無意味である。

また、図7においては、大規模生産（大量生産）を前提にしているから、ARとMRとが等しいと看做すことも否定できない。

一方、図5におけるOCの長さが非常に大であるときには、図6のAC線はMC線とともに、もつとフラットになることが予想されるから、図7のAVC線とAVC+AFC線の形状が、図6のMC線やAC線と矛盾するものではない、と考えることができよう。

(III)

上述の(I)と(II)においては、競争形態の如何にかかわらず、国内市場と外国市場を類別しないで議論してきた。

本節では、まず、寡占市場下における企業行動を、国内市場と外国市場を類別して考察する。したがって、自国企業が外国市場へ進出（具体的な方法としては、生産物輸出、特許ライセンスの供与、直接投資による海外生産が考えら

れる)する場合を考察の対象とするであろう。

稀に見られる国際的寡占、あるいは、国際的独占の場合を別にすると、一般的な寡占市場における企業の寡占企業としての守備範囲は、国内市場に限られ、A・バーノンの言う「プロダクト・サイクル」の第1段階にある企業が第2段階へと展開して、当該国(自国)内の企業群のみで外国市場を分割するケース(このような状況は、日本企業群による欧米VTR市場での行動として観察された、と言われている。)でなければ、外国市場への参入は、少なくとも、国際的な結託(自国企業のみで行なわれるもの、自国企業と外国企業との間で行なわれるものの双方において)に基づく協調的寡占という市場形態を予想するよりも、自国企業(群)が外国市場へ進出するときの、外国市場において在り得べき市場形態は、例えば、熾烈な市場獲得競争を伴う競争的寡占の状態であると予想することの方が妥当ではないかと思われる(但し、これは筆者の私見である)。

諸々の参入障壁を乗り越えて、当該企業が有する潜在的輸出供給力を、現実の輸出供給として顕現化せしめるためには、外国市場における当該企業生産物の販売代理店系列の整備のために必要な経費、国内市場仕様生産物を外国市場仕様に変改造するための費用等、多額の固定費を必要とすると同時に、現在のように、管理為替相場制下にあつて、外国為替相場の大幅変動が、協調介入という手段によって、極力回避される(ただし、現実には市場相場の変動傾向を追認する傾向が見受けられるようだが)という状況ではあつても、日々のスポット相場は大なり小なり変動しているのであり、先物為替市場の整備が行なわれているにもかかわらず、為替リスクの回避が完全でない場合には、輸出額の受領金額に何がしかの変動が伴って、契約時における予想に反するケースが発生することもあると考えられ得る。このような場合には、価格変動準備金の計上等によって、予想され得る損失の補填を必要とするであろう。

また、長期的に、当該国の輸出競争力が強く(前述のA・バーノンのプロダ

クト・サイクル理論や、赤松要の「雁行形態的發展理論」において、当該国の産業構造が世界市場の需要の成長径路に同調して、当該国の主要産業が同時に成長発展期＝輸出力増強期である、という状況を考えることができるであろう)、マクロ経済的に国際収支（特に経常収支）の黒字が継続的に現れる、と予想される場合には、管理為替相場制の下にあっては、介入相場の下落（自国通貨の外国通貨に対する切上げ）が発生することは確実視され得るのであるから、当該産業のプロダクト・サイクルが次段階へ移行することを見越して海外支店網（海外の代理店系列を、直営支店系列に変換する）の整備、あるいは、生産部門の海外移転等、に要する資金（当然のことであるが、これらの資金は、前述の「企業賦課金」に含まれる）を準備しなければならない。

したがって、海外市場への進出は、一般的には生産費増大要因（少なくとも、短期的にはそうである）である。

そうであるにもかかわらず、生産物市場条件は、前述の如く、一般的には競争的であると考えられるから、価格戦略について言えば、前記表1にしたがって、企業1を当該自国企業、企業2を外国（群）と読み替えると、戦略の組の行き着く先は、明白なる如く低価格均衡 $(L, L) = (50, 50)$ である、ということになる。

すなわち、徹底的な製品差別化政策を実行することによって、独占的競争状態を招来せしめ得ることなしには、当該自国企業の価格戦略は、低価格戦略とならざるを得ないのである。

かくて、かかる状態（競争的寡占下にあって、当該自国企業が独占的競争状態を招来せしめることができている状態）の下にあっては、当該自国企業が設定する価格は、国内市場では高価格、外国市場では低価格（但し、この低価格というのは、外国市場における外国企業によって設定された価格と比較したものであるから、かならずしも自国内市場において設定された当該自国企業生産物価格と比較して低価格ということにはならないかも知れない）ということ

であれば、国内市場で設定される価格は、当該自国企業が輸出を行わない場合に比べると、企業賦課金を全て（あるいは、主として）国内市場で確保しなければならない分だけ高くなる、ということを実証することができる。

それゆえに、可能性としての外国市場における需要を確保するための価格戦略は、所謂「ダンピング」を招来せしめる可能性を大とする、と行うことができるであろう。

外国市場が寡占状態にある場合、上に述べたような価格戦略を選ぶことによって、一旦外国市場に参入することに成功したならば、当該国内企業は、そのとき以後、外国企業の価格戦略に追随してやるだけでよい、ということになる。なぜならば、もし外国企業（群）が結託して当該国内企業の外国市場への参入時における低価格戦略に対抗して低価格戦略を選び、それを継続するときには、確保した市場分け前（当該国内企業生産物に向けた外国市場における需要）の減少＝逃避を避けるためには、当該国内企業は、設定している価格を引上げることは不可能であろうし、逆に、外国企業（群）が、当該国内企業を外国市場から追い出すことを諦めて、当該国内企業の外国市場での追随を見越して価格引上げを図るときには、プライス・リーダーとなった外国企業が設定する価格を上回らない範囲で、自企業生産物価格を引上げてやればよいからである（そうすれば、価格競争力は維持され得る）。

前のケースでは、当該企業が国内市場において設定する価格は、当該企業が外国市場へ進出したときの低価格戦略が継続されることになるであろう。

後のケースでは、企業賦課金は外国市場における売上げ分にも転課することが可能になるであろうから、前のケースに比べると、当該企業が国内市場で設定する価格は、その分だけ下落せしめられることが可能であるから、外国企業による自国市場への逆参入の可能性をそれだけ小さくしてやることができるであろう。

さて、次に、図を使って、前に述べたような、外国の需要を確保する過程に

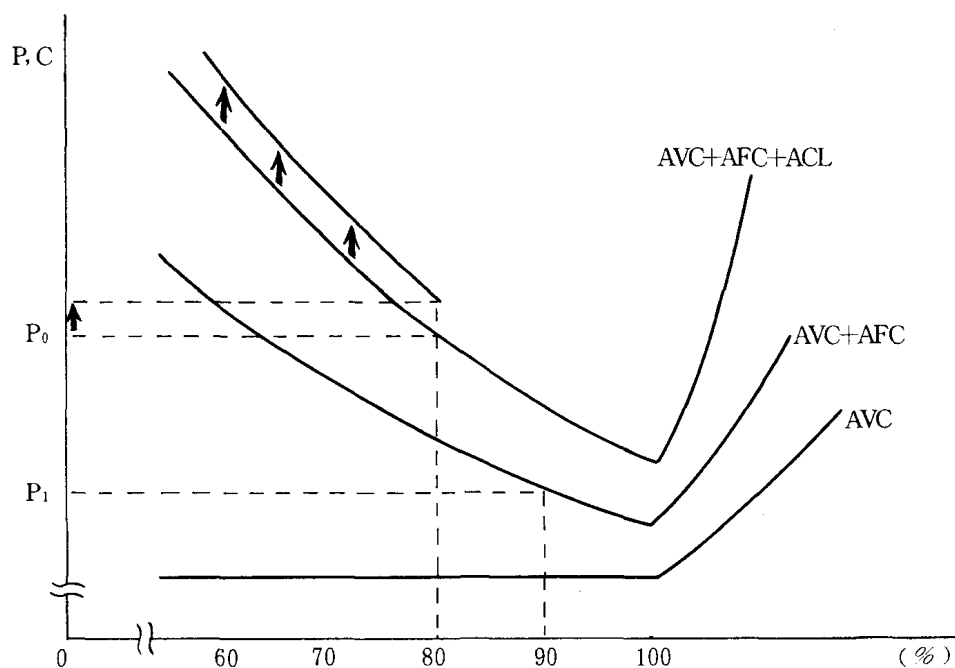


図10

において、ダンピングを招来する傾向のあるケースについて説明しよう。

ここでは、図7を応用した上図10を使うのが便利である。

図10では、新工場の操業を考慮しない（前出の図6や後出の図11に関して言えば、第3工場が操業していない状態を考えることである）で、国内需要のみ対応する操業度（技術的生産能力の利用率）が80%のとき、国内供給価格 P_0 が決定されるのに対して、外国市場における当該企業生産物に対する（輸入）需要に対応するために、国内における既存工場の技術的生産能力の利用率が10%引上げられて、90%になるケースが描かれている。

前述した如く、当該国内企業が外国市場に参入するために、外国市場において設定する価格が、低価格戦略となり、なおかつ当該国内企業の短期的な、あるいは経常的な損失を回避するためには、当面、外国市場で設定する価格にはCLを含ませない、という方法をとることが考えられ得る。その場合には、技術的生産能力に対する利用率90%の点で、 $AVC+AFC$ 線から決定される価格は P_1 となって、国内市場で設定される価格 P_0 よりも小となる。

また、外国市場で回収あるいは獲得することができないCL分を、国内市場

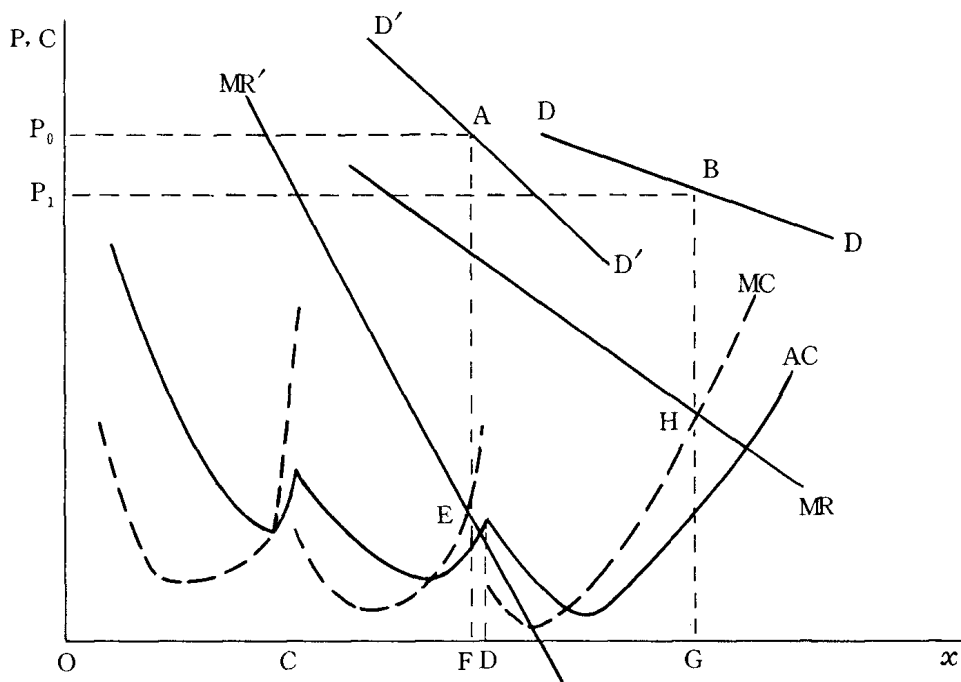


図11

における設定価格によって取り戻すということになれば、図10における $AVC + AFC + ACL$ 線の、80%点およびその左側部分において、この曲線が上方へシフトすると考えられるから、国内市場において設定される価格 P_0 は、さらに騰貴することになる。

次に、外国市場において、当該国内企業が需要を確保した後、独占的競争状態を現出せしめたときの、当該国内企業による価格設定について図示する。これは、前出の図6を利用した図11によって説明することができる。

図11は、前出の図6に国内需要線（当該企業の市場シェアによって決まる個別需要線；厳密に言えば、点Aにおける逆需要関数の接線である） $D'D'$ と、それから導出される限界収入線 MR' 、および外国での当該企業生産物に対する需要をそれに加えた世界需要線（厳密には、点Bにおける世界全体の逆需要関数の接線である） DD と、それから導出される限界収入線 MR を分けて描いたものである。

費用条件は、図6におけると同じであると仮定されている。

いま、当該企業が国内市場にのみ生産物を供給する場合に、当該企業は、偶々

第1工場と第2工場を操業中であったとすると、当該企業の生産量は、CD間の点Fに決まり、国内需要線（逆需要関数）から、（供給）価格 P_0 が決定されることになる。

ところで、図11においては、当該企業が外国市場に参入する場合、第1工場と第2工場を操業せしめるだけでは供給余力（輸出余力）が不足する（図11では、点Fは点Dに非常に接近しており、技術的生産能力の利用率100%点に接近していると考えられる）ので、新しく第3工場を操業せしめることによって、外国市場における需要に対応することになるであろう。

そうすると、図11においては、生産点は、点Fから点Gに移転する。

すなわち、限界生産費と限界収入とが一致する点は、点Eから点Hに移るのである。

そうして、当該企業生産物に対する自国内需要と外国市場における需要を加えた総需要線（逆需要関数）DDから、当該企業が世界市場（あるいは外国市場）で設定することのできる価格が、図11では P_1 に決定されることになる。

前にも述べたように、規模の経済性を反映して、生産費曲線（AC線もMC線も）が右下方へシフトしていることのために、ここでは、 P_1 は P_0 よりも小となっているのである（もちろん、このことが常に成立するとは限らないであろう）。

そして、この場合、当該企業の生産量はOGであって、その中のFG量が輸出されることになる。

また、この場合、当該企業は、国内外市場で統一価格 P_1 を設定してもよいし、内外価格に格差を設けて、国内市場では P_0 、外国市場では P_1 を設定（この場合は、前に述べたように、ダンピングのケースとなる）することも可能であるが、いずれにしても、価格 P_1 は、当該企業が設定し得る供給価格の下限を画すことになるのである。

このようにして、国内外市場において価格が設定された場合、価格受容者と

して行動する他企業はもとより、価格設定者としての当該企業内部にある中間管理者層にとっても、この価格の設定期間中においては、設定された当該産業の生産物価格（供給価格）は所与であると看做されて、価格受容者である他の企業は、商品差別化政策等の非価格競争の手段によって、その企業に賦与された需要を維持し、市場シェアの維持あるいは拡大を企図することになるであろう。

また、当該産業の生産物価格を設定した企業を含む当該産業に属する全ての企業の工場技術者や中間管理者層は、確定した供給価格の下で、各企業工場の技術的生産能力の利用率を動かすことによって、AVCを低下せしめることにより、当該企業の短期的利潤を高くすることが、与えられた使命ということになるであろう。

また、長期的観点からは、 $AVC+AFC$ を小さくすることも必要になるであろう。

AVCの低下のためには、言うまでもなく生産要素価格の低下、投入要素量の節約（技術の効率向上）を要するのであり、AFCあるいは $AVC+AFC$ の低下のためには、さらに工場立地（海外直接投資を含む）を含めた考察を必要とすることになるであろう。

もし、前出の図11において、第3工場が海外に立地するというのであれば、その場合、当該企業の全生産量の中で、OF量は国内工場で生産し国内市場に供給され、FD量は国内工場で生産され海外市場で供給され（製品輸出）、そしてDG量は海外工場で生産され海外市場に供給されることとなる。

（注）

- (1) 筆者自身は、長い間このことには気付かないでいた。最近、ある方に質問を受けて、もう一度考え直すことにしたのである。
- (2) MC線の中で点Fよりも右上部分は、利潤が正であることによって、明

らかに供給曲線となる。問題はMC線のGF部分である。価格が P_1 と P_2 の間にあるとき、当該企業は供給によって経常損失を被る（価格はACよりも小である）。しかしながら、MCはカバーされているから、固定資本の減価償却はできないものの、経常的な生産活動は行なわれ得る（固定資本を喰いつぶした状態でなければ）と思われる。それゆえに、供給曲線はMCの点Gの右上部分である、と考えられる。

- (3) 経済学が教えるところ（通常の消費者行動の分析）では本文の如くである。しかしながら、現実の消費行動をみると、高価格であることが需要を維持、あるいは増大せしめることがある。これは、所得効果が代替効果を凌駕することによって生じる健全なる非常識に基づく場合（一般的には、このような財をギッフェン財と言う）のみならず、所得分配の均等化（低位均等ということであるかも知れない）現象がみられるときには、消費者は「需要の差別化」＝他人とは異なる財、あるいは他人が所有していない財を保有することによって欲望満足の程度（この場合は「見栄を張る」ということであるかも知れない）を高めることがあって、それは決して例外的な行動であるとは言えないのではなかろうか、と考えられる。このような場合には、経済学で教えるところの「健全な常識」に基づいて成立する本文(22)式についての説明は逆転することになる。
- (4) MC線とDD線、および線分AFで囲まれる領域が、完全競争の場合と比較した独占の場合における経済厚生への減少分を表わしている。
- (5) もちろん、第3工場が設置されていなければ、限界生産費曲線MCは図6の点Dの右側部分で急激に上昇するから、技術的生産能力の利用率100%に限りなく接近した点においてMCとMRは交わり、そのときには、逆需要関数DDから、図6の P_0 よりは高い価格が設定され得ることになる。但し、継続的に生産活動を行なっている企業が、需要予測に失敗しない限り、価格上昇を引き起こす前に（技術的生産能力の利用率が100%に接近

する前に) 第3工場を操業せしめて、市場シェアの増大と確保を企てるであらう。

(6) これは、前注(5)とも関連するのであるが、当該生産物に関する需要の価格弾力性の大きさにかかっている。後出の図8と図9についての説明を参照。

(7) 需要の価格弾力性の大きさ如何で、対抗する2企業が高価格戦略を選択したときの利得が、低価格戦略を選択したときに得られる利得よりも小さくなる場合も考えられ得る。

また、ここでは、絶対価格がいくらであるのかは問題にしていないから、後に述べるように価格決定方式を表わすものではない。

(8) 企業2が戦略Lを選ぶという条件の下で、企業1が最大利得を得るのは、企業1が戦略Lを選択するときである。但し、企業1と企業2との間で「共同利得極大化」の下に、上に得られる利得 $(L, L) = (50, 50)$ との差額を分配するという約束がある場合には、企業2が戦略Lを選ぶという条件の下で、企業1は戦略Hを選択し、差額 $50 - 20 = 30$ を企業2から補償してもらうことにすると、この場合は、企業2は $120 - 30 = 90$ の利得を得るから、本文における場合よりも有利となる。

このように、種々のゲームを考えることができる。

(9) 本文で述べたように、設備投資や工場新增設を考慮に入れる場合には、短期的あるいは経常利潤を極大化することは、企業行動の第1目標ではなくなると考えられる。

(10) 現実には、新株発行による資金調達のために株価を高めに誘導することがあるであらう。しかし、この場合、配当率一定の下では、経費化した配当額も増加することになるから、戦略的に利用し得る資金を増大せしめるという観点からは、株価の高値誘導は、かならずしも望ましいとは言えなくなる。

- (11) 無条件にそうなるわけではない。この場合は、企業全体が獲得する利得の和が極大になる「共同利得極大化」原則に基づいている。
- (12) 不完全競争市場に生産物を供給している企業は、市場において常に需給逼迫状態を現出せしめるように供給量を調整し、価格を下方硬直化させる、と考えることによって、供給量=需要量、が成立すると仮定できる。もし、そうでなければ、以下の議論において、TR や CL は予想値ということになって、(30)式でPを確定することができなくなる。
- (13) 注(10)でも述べたように、このことは株主の保護と同様に、長期的には、企業の資金調達を安定化せしめる手段でもある。
- (14) 事前概念として捉えられた(30)式右辺第3項を、如何程事後概念で捉えられるべき値に接近せしめるか、ということが、当該企業の経営管理者および技術者を含む中間管理者層に課せられた責務となるであろう。
但し、本文で述べたように、寡占市場下にあっては、需要予測は、完全競争下におけるよりは容易であると思われる。
- (15) ここで、 P_0 は供給価格であり、設定価格の下限を画する。

参考文献

- (1) 福岡正夫『ゼミナール経済学入門』（日本経済新聞社）昭和61年
- (2) 奥野正寛、鈴木興太郎著『ミクロ経済学II（モダンエコノミクス2）』（岩波書店）1988年
- (3) A・S・Eichner *The Megacorp and Oligopoly* Cambridge Univ. Press, 1976, 川口弘監訳『巨大企業と寡占』（日本経済評論社）1983年

(1989年12月28日)

Summary

This paper consists of three parts.

The purpose of this paper is mentioned in the introduction.

In (I), we refer to the price setting on the perfect competition market and the price fixing up mechanism under the monopolistic competition.

In (II), we think about the decision making and the price determining mechanism of an oligopolistic corporation which is supplying the products to the imperfect competition market.

In (III), we treat some strategies and tactics of a corporation to attain the growth as the first aim of one's behavior.

(1989. 28th. Dec.)