

農林水産政策学 第3講  
市場の失敗1:独占による失敗

2016年4月27日  
有賀健高

# 独占とは？

- ある財やサービス市場における価格決定権が一つの経済主体によってなされている状況を言う。
- 市場に生産者(売り手)が一人しかおらず、供給側の設定する価格がこの独占的な供給者によってコントロールされている場合を売り手独占(monopoly)という。
- 逆に消費者(買い手)が必要価格に対してコントロールする力がある場合は買い手独占(monopsony)という。

# 複占、寡占

- 複占 (Duopoly)
  - ある財やサービス市場における価格決定権が二つの経済主体によってなされている状況
    - 例 コカコーラとペプシ、エアバスとボーイング
- 寡占 (Oligopoly)
  - ある財やサービス市場における価格決定権が三つ以上かつ少数の経済主体によってなされている状況
    - 例 日本の銀行、パソコンのOS
  - カルテル: 寡占企業間で寡占企業だけが市場で有利になることを目的に結ばれる販売協定
    - 価格カルテル、数量制限カルテル、販売カルテル

# 独占市場の特徴

- 独占的な生産者あるいは消費者によって価格が左右されてしまう。
- 独占的な生産者あるいは消費者は価格支配力を持っているため、**プライスメイカー**といわれる。

# 完全競争市場：独占市場の対立概念

- 資源配分が効率的に行われる効率的な市場は完全競争市場である。
- 完全競争市場の特徴
  - 生産者にも消費者にも価格をコントロールする力がない
  - 生産者も消費者も市場で決まった価格を受け入れるため競争市場での経済主体は**プライステイカー**という。

# 完全競争市場の必要条件

1. 市場には多数の参加者がいるため、生産者も消費者も価格に影響を及ぼす力はなく、プライステイカーである。
2. 市場で扱われている財は同質である。
3. 市場参加者は財やサービスに関して完全な情報を持っていること。
4. 長期的には、市場に企業が自由に参入、退出できる状況にあること。

# 独占市場と競争市場の違い

## 独占市場

プライスメーカー  
異質な財も取引  
不完全情報  
参入障壁あり

VS

## 競争市場

プライステイカー  
同質財を取引  
完全情報  
参入・撤退の自由

# 独占の要因

- 参入規制がある場合
  - － 公的な許認可などによる規制 例 1984年のたばこ事業法によりJTは日本国内産の煙草製造の独占を認められている。
- 特許や著作権などがある場合
- 非常に特殊な技術やノウハウが必要な商品市場
- 特定の資源を占有している場合
- 初期投資が大きく規模の経済がある場合（自然独占）



# 自然独占とは？

- 規模の経済が働いて大規模な生産者ほど価格競争で有利となり、小規模生産者が市場から撤退し、大規模生産者によって市場が独占されるようなケース
  - 撤退した生産者が使っていた初期投資で使った資源は無駄になってしまうため、社会的に見た資源の無駄は膨大になってしまうという問題を秘めている。

# 規模の経済

- 製品を多く生産することで生産物1単位あたりの生産コスト(平均費用)が下がる効果を言う。
  - 平均費用: 総費用 ÷ 総生産量
  - 総費用 (Total cost) = 固定費用 (Fixed cost) + 変動費用 (Variable cost)
    - 固定費用: 生産量の大小に関わらず発生する費用
      - 例 機械設備や土地の賃貸料、正社員の人件費など
    - 変動費用: 生産量の大小によって変動する費用
      - 例 材料費や運送費、販売手数料など

# 規模の経済

- 規模の経済がおこる理由
  - 売り上げに対する固定費の割合が下がる
  - 原材料の大量仕入れにより、値引き交渉が優位になる。
- 少品種大量生産型の事業では規模の経済性の追求は効果的。

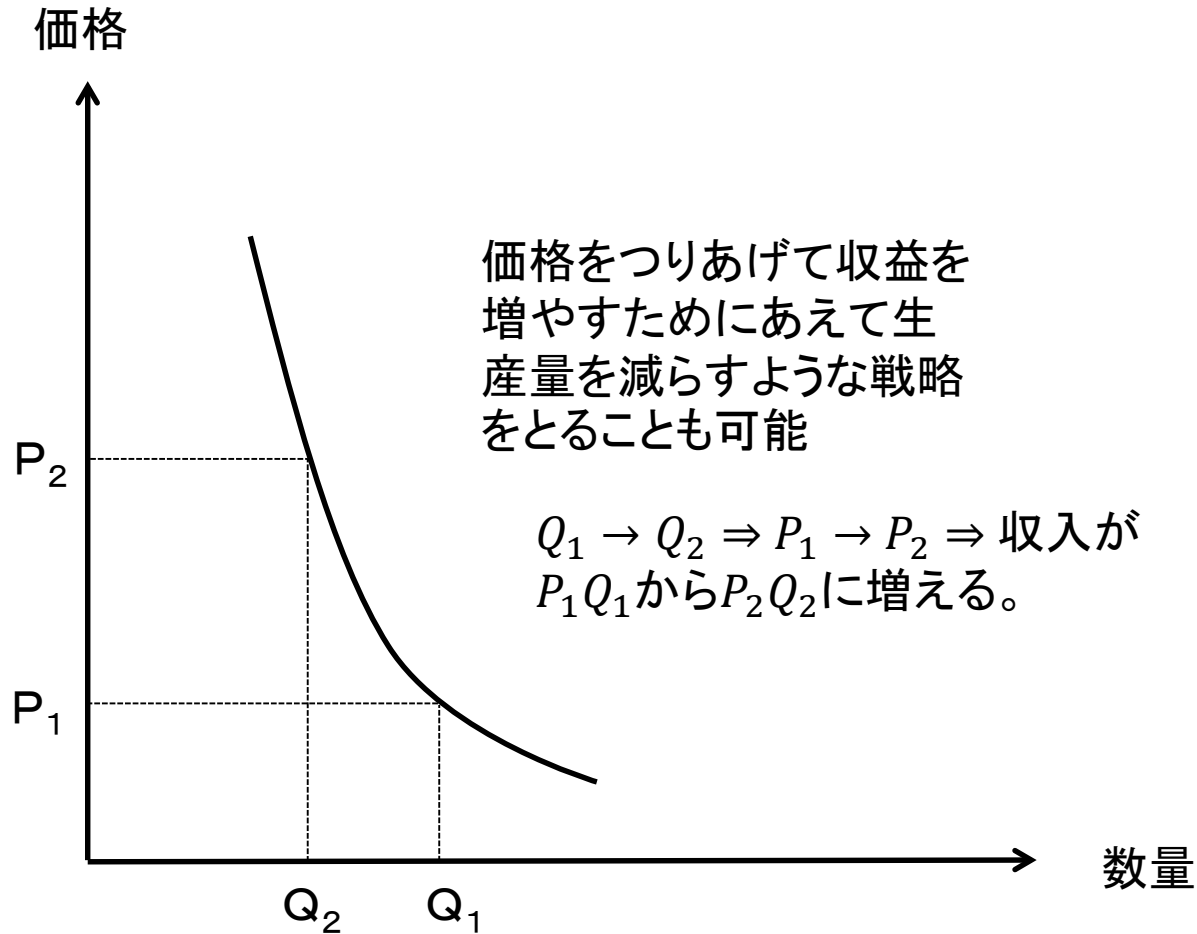
# 独占の問題

- 独占的企業には競争相手がいないため、価格を上げてもある程度の需要を確保できる。
  - 例 ダイヤモンド価格が高いのは希少性だけでなく流通市場の7割から8割がデビアス社1社に独占されてしまっていることも関係していると言われている。
- 高価格のために財やサービスが入手できない人も出てくる。
- 品質が低下し、消費者が不利益を被る場合もある。

# 独占の利点

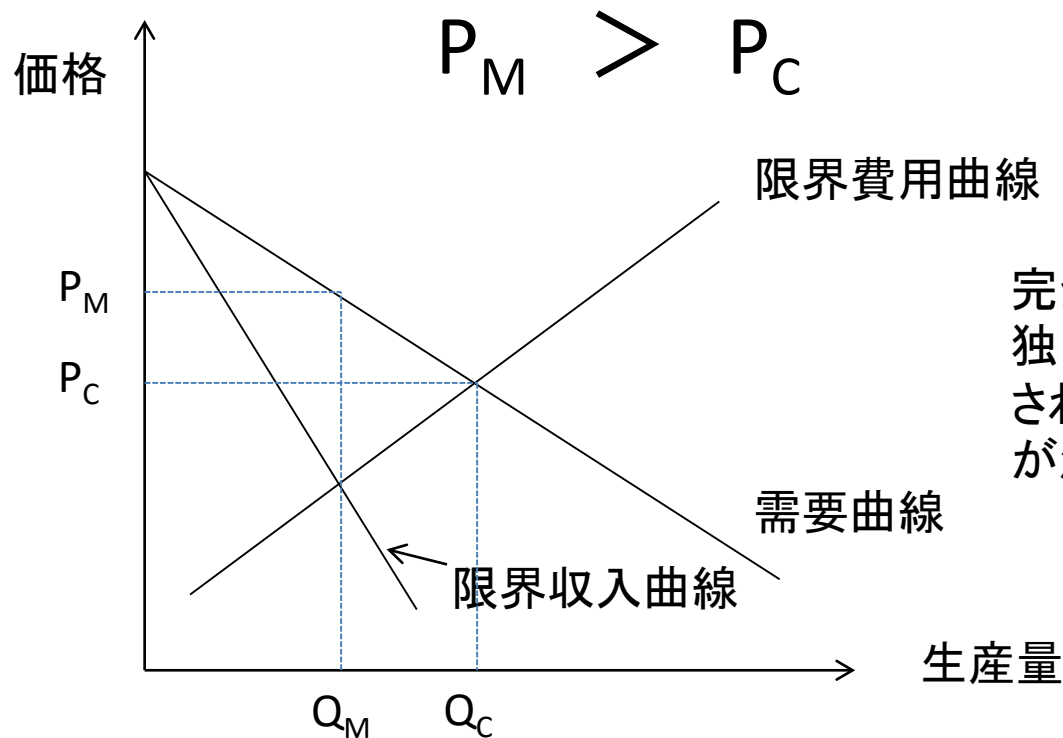
- 競争相手がいないため生産者の利益が安定する分、供給も安定しやすい
- 資源依存型の独占企業の場合、競争市場における企業程たくさん生産しない分、資源の枯渇を遅くすることにつながる。
- 利益が安定している分、新しい技術開発のための研究開発投資(R&D)にお金を注げる。

# 独占企業の価格支配力と需要曲線



# 独占企業の設定する価格と完全競争下の企業の設定する価格

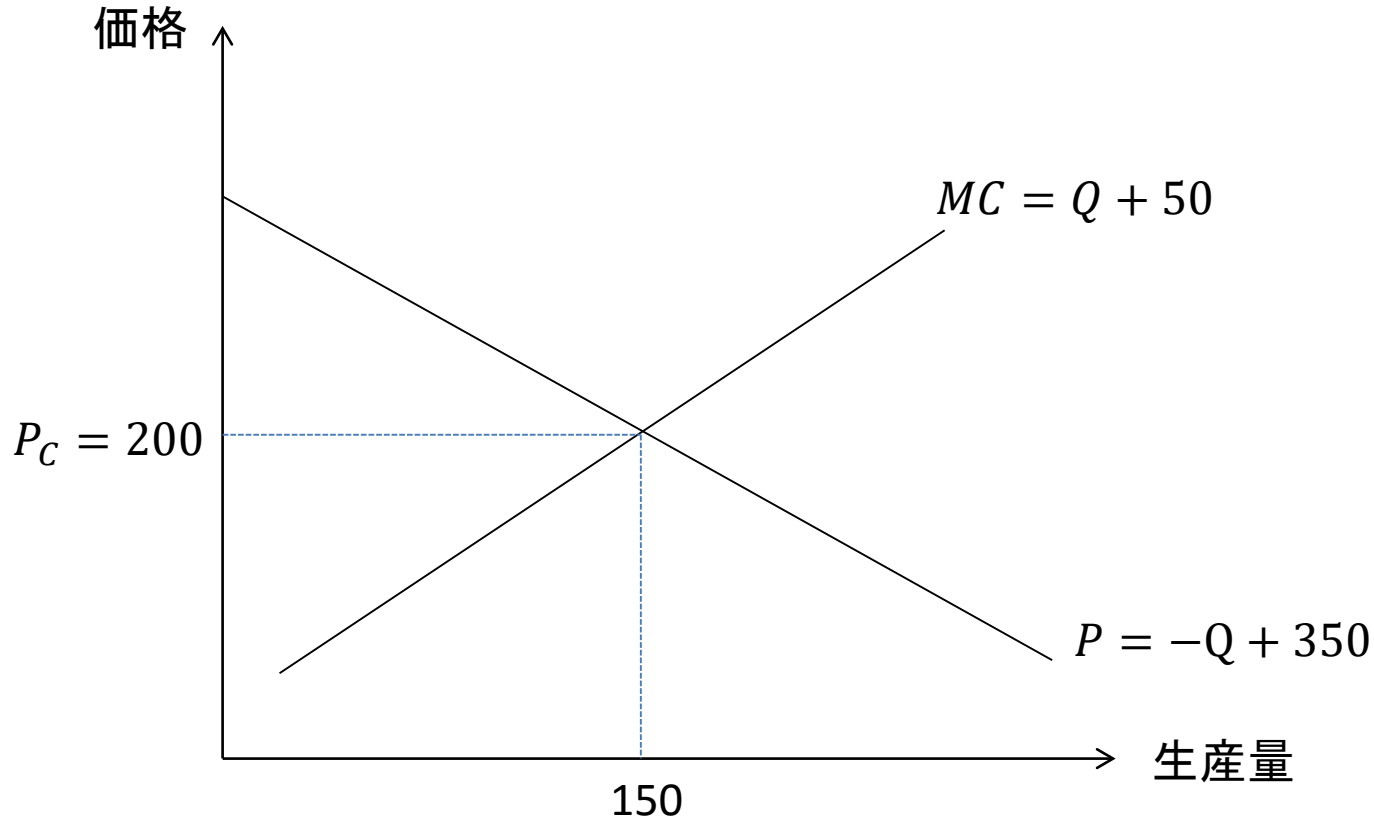
- 独占企業の設定する価格を $P_M$ 、完全競争下の企業の設定する価格 $P_C$ とすると、



完全競争企業は $P=MC$ で、独占企業は利潤が最大化される $MR=MC$ で生産量が決まる。

MR: 限界収入  
MC: 限界費用

# 独占価格と完全競争価格：数値例



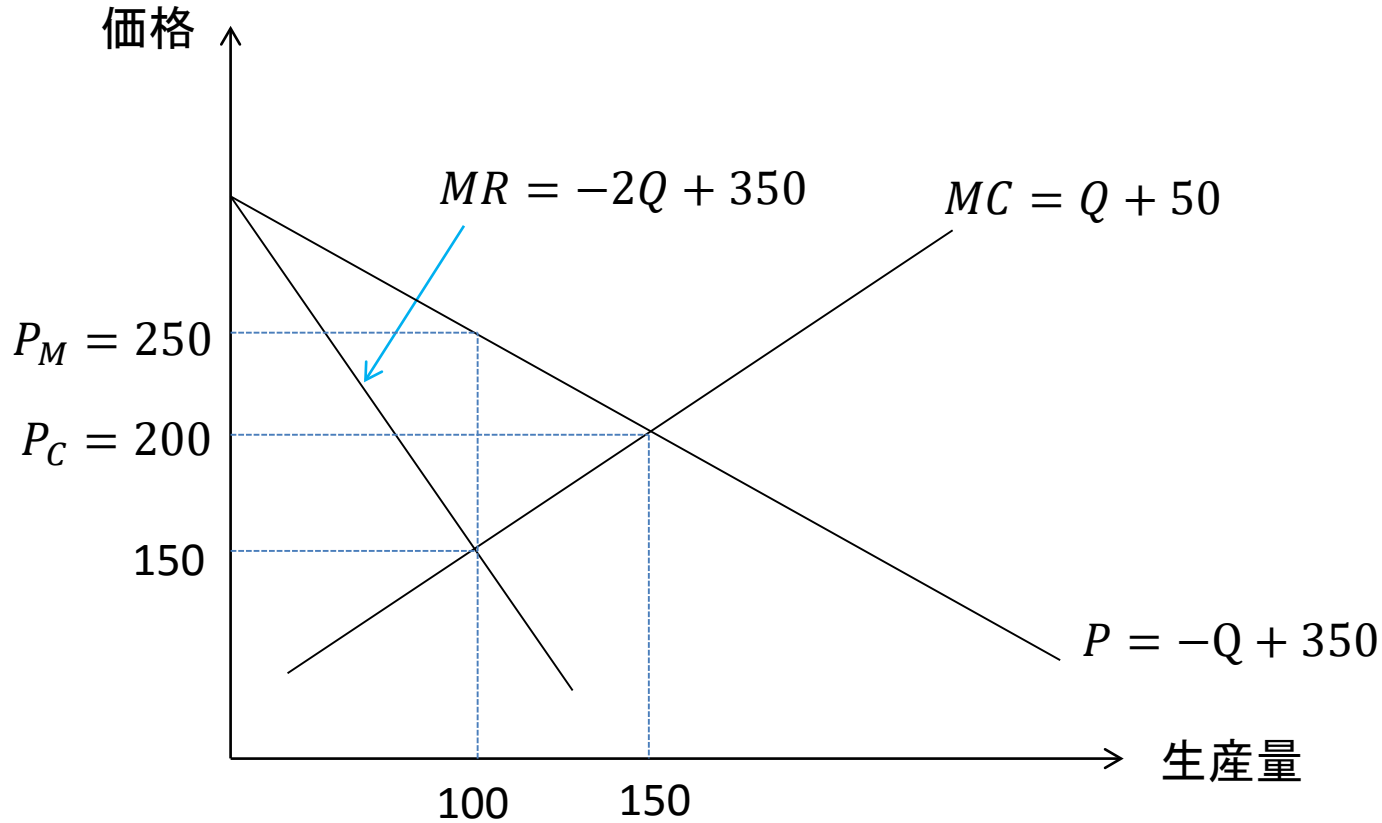
## 完全競争市場の生産量と価格

完全競争市場下では生産量は価格と限界費用が一致するところで決まる：

$P = MC \Leftrightarrow -Q + 350 = Q + 50$ 。これより完全競争市場における生産量は $Q = 150$ となり、完全競争市場における均衡価格を $P_C$ とすると $P_C = -150 + 350 = 200$ となる。



# 独占価格と完全競争価格：数値例

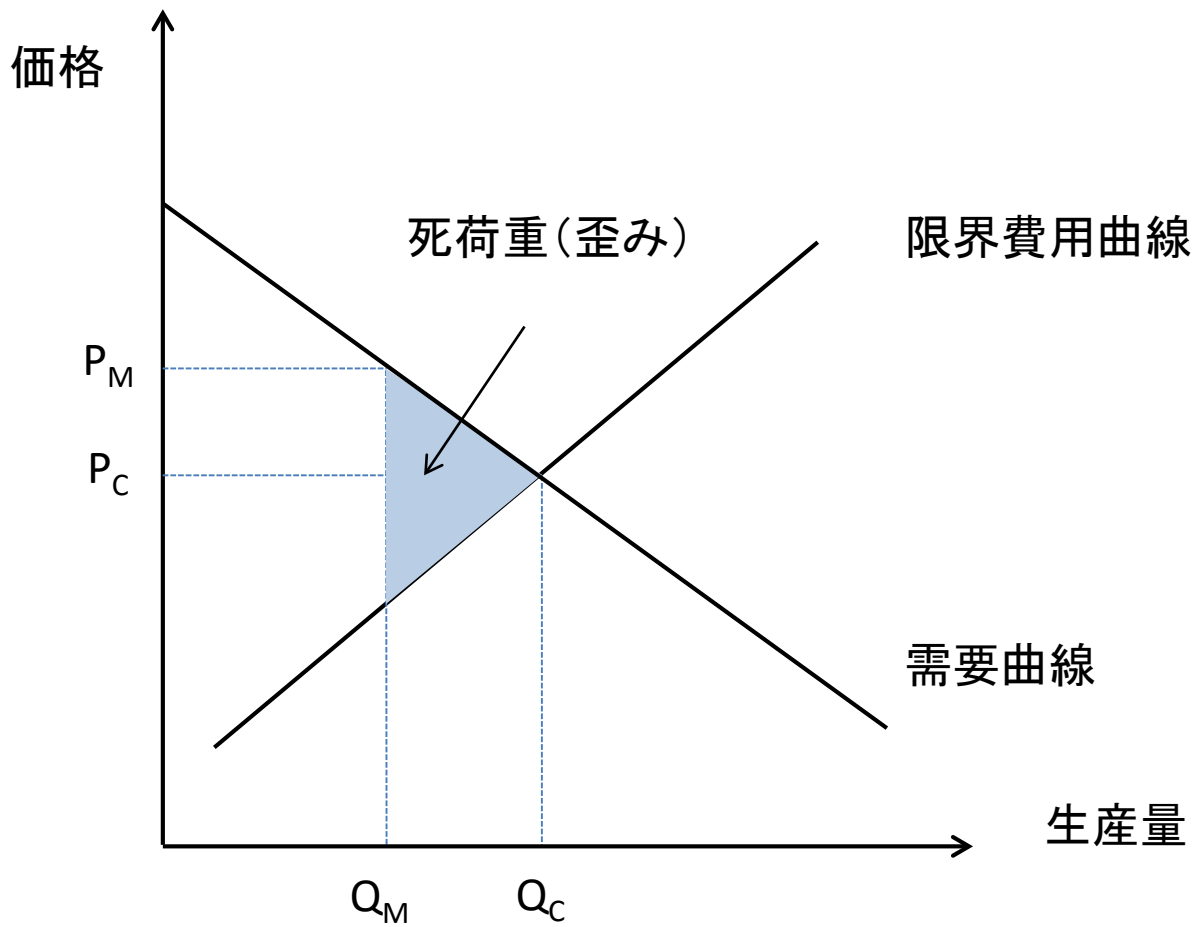


## 独占市場の生産量と価格

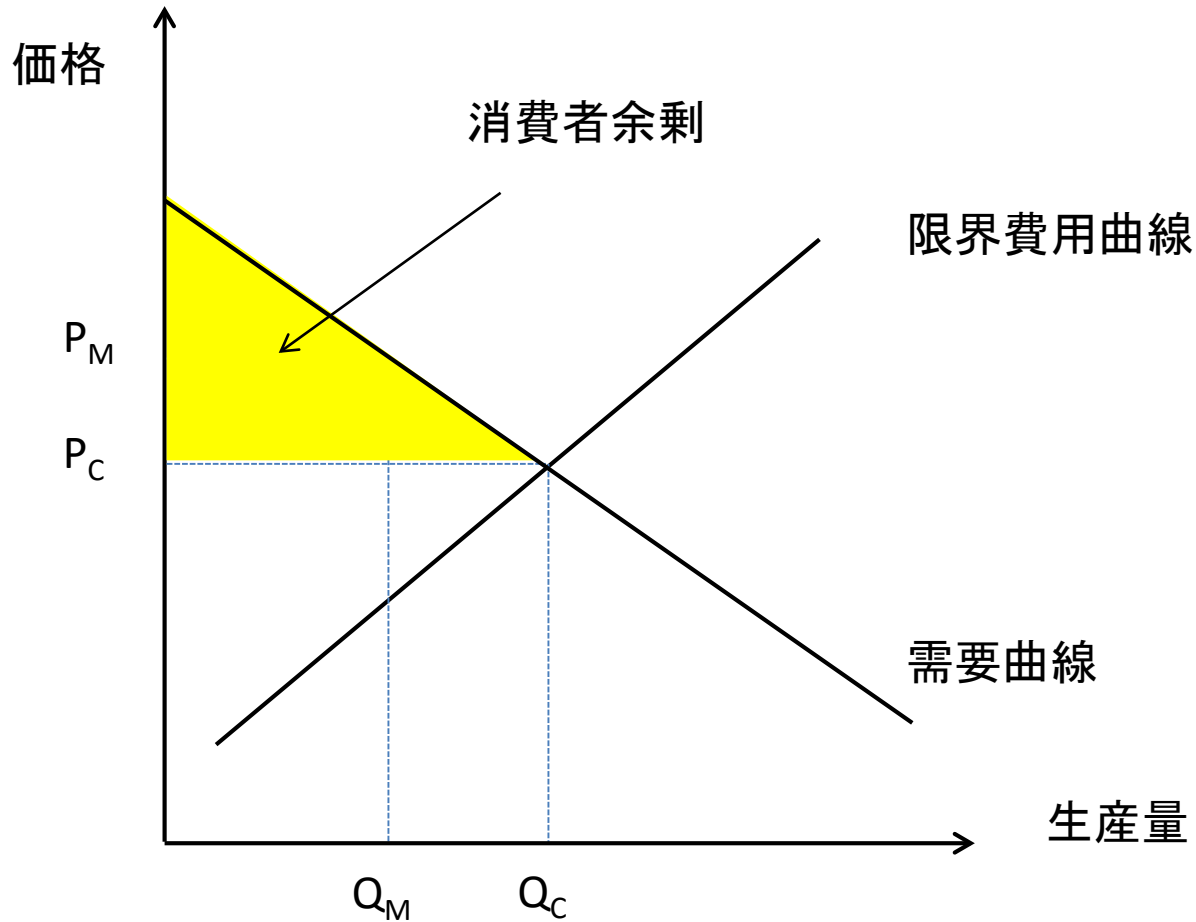
企業の利潤を $\pi$ とすると $\pi = P(Q)Q$  より、限界収入  $MR = d\pi/dQ = P'(Q)Q + P(Q) = -2Q + 350$ 。  
独占企業の生産量は限界収入(MR)と限界費用(MC)が一致する点で決まる：

$MR = MC \Leftrightarrow -2Q + 350 = Q + 50$ 。これより独占市場の生産量は $Q = 100$ となり、  
独占価格を $P_M$ とすると $P_M = -100 + 350 = 250$  となる。

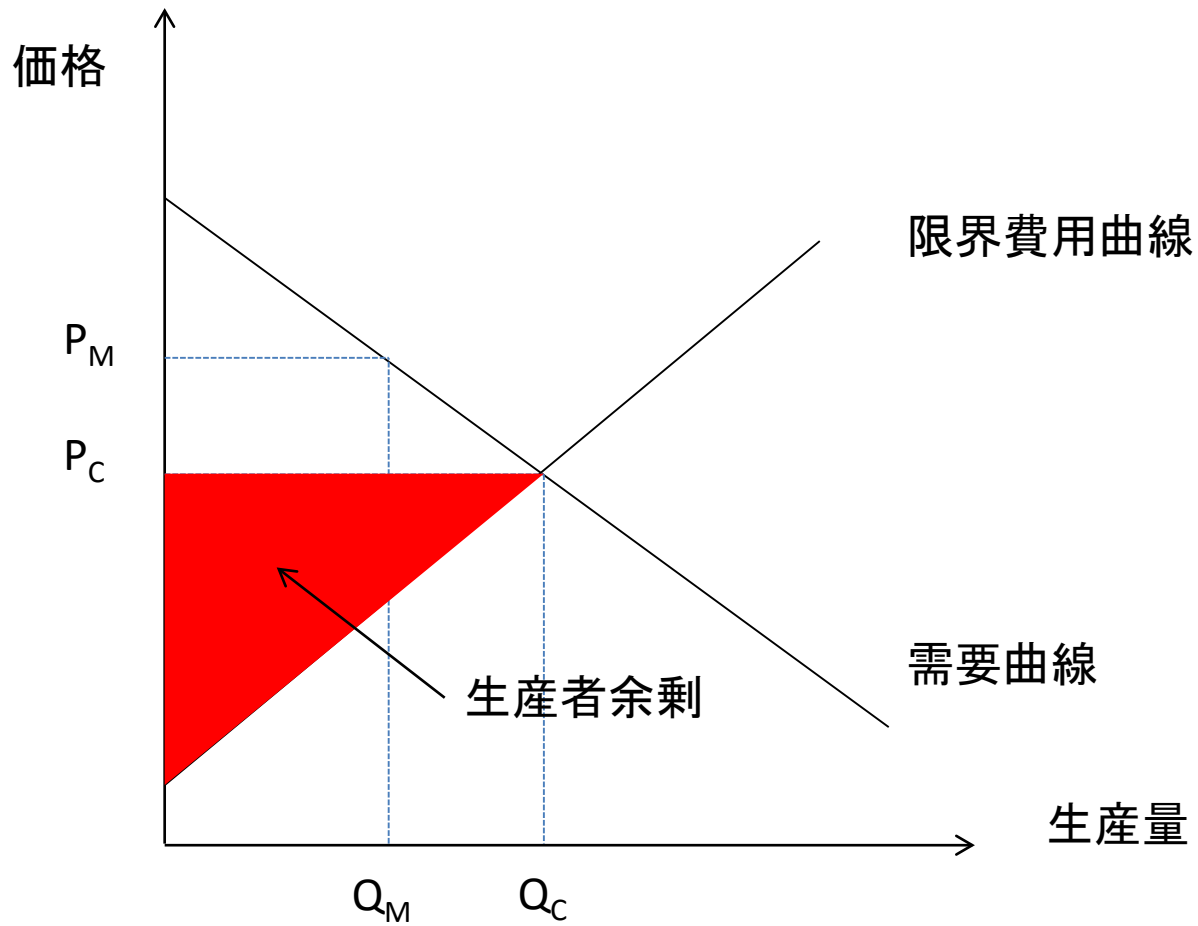
# 独占による市場の歪み



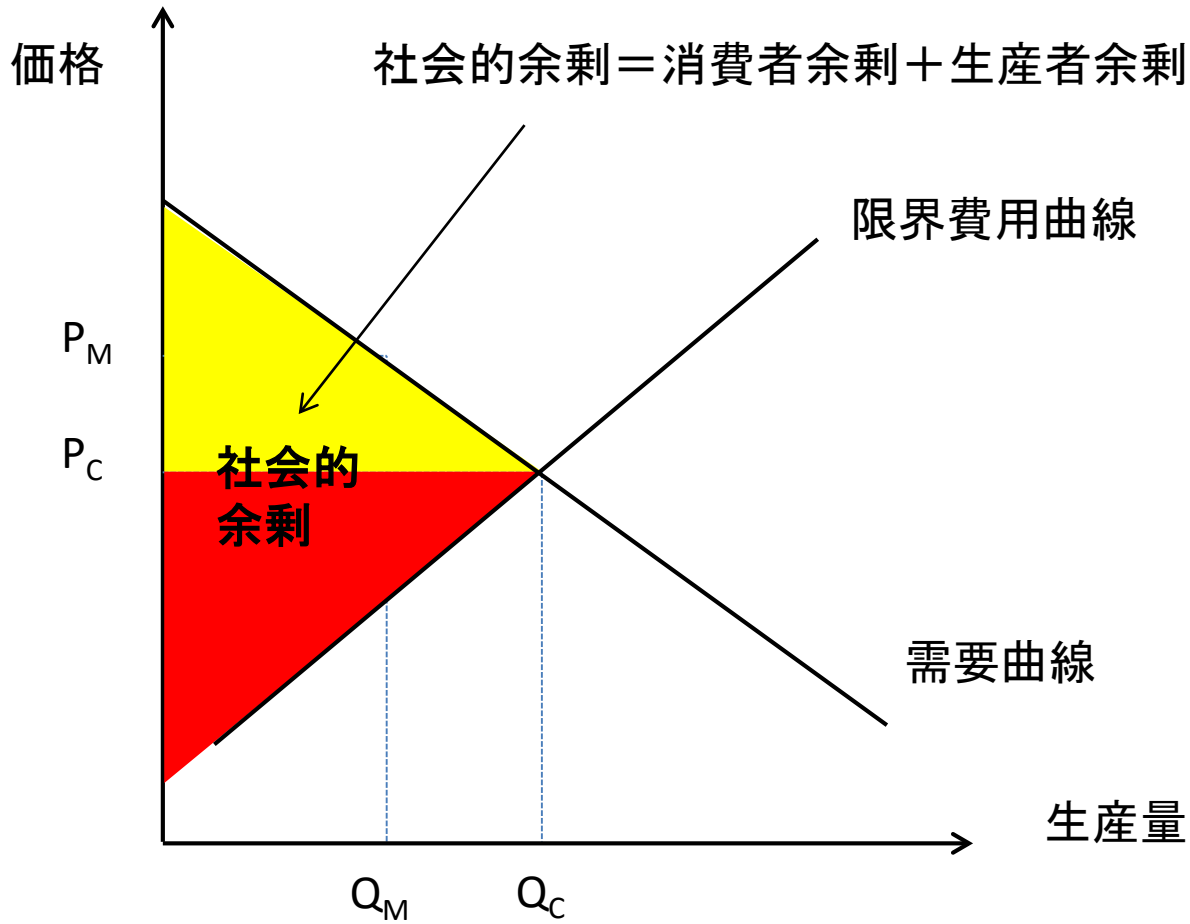
# 完全競争市場下での消費者余剰



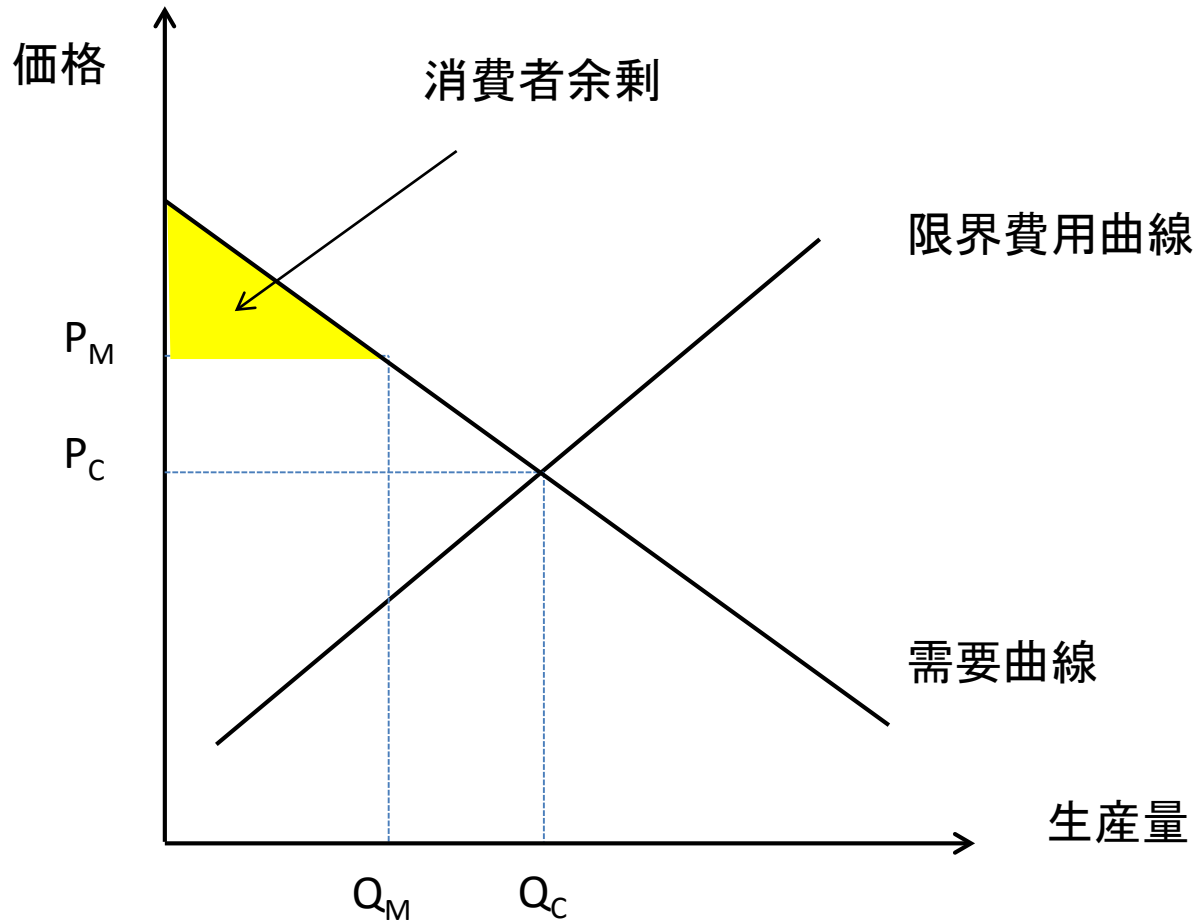
# 完全競争市場下での生産者余剰



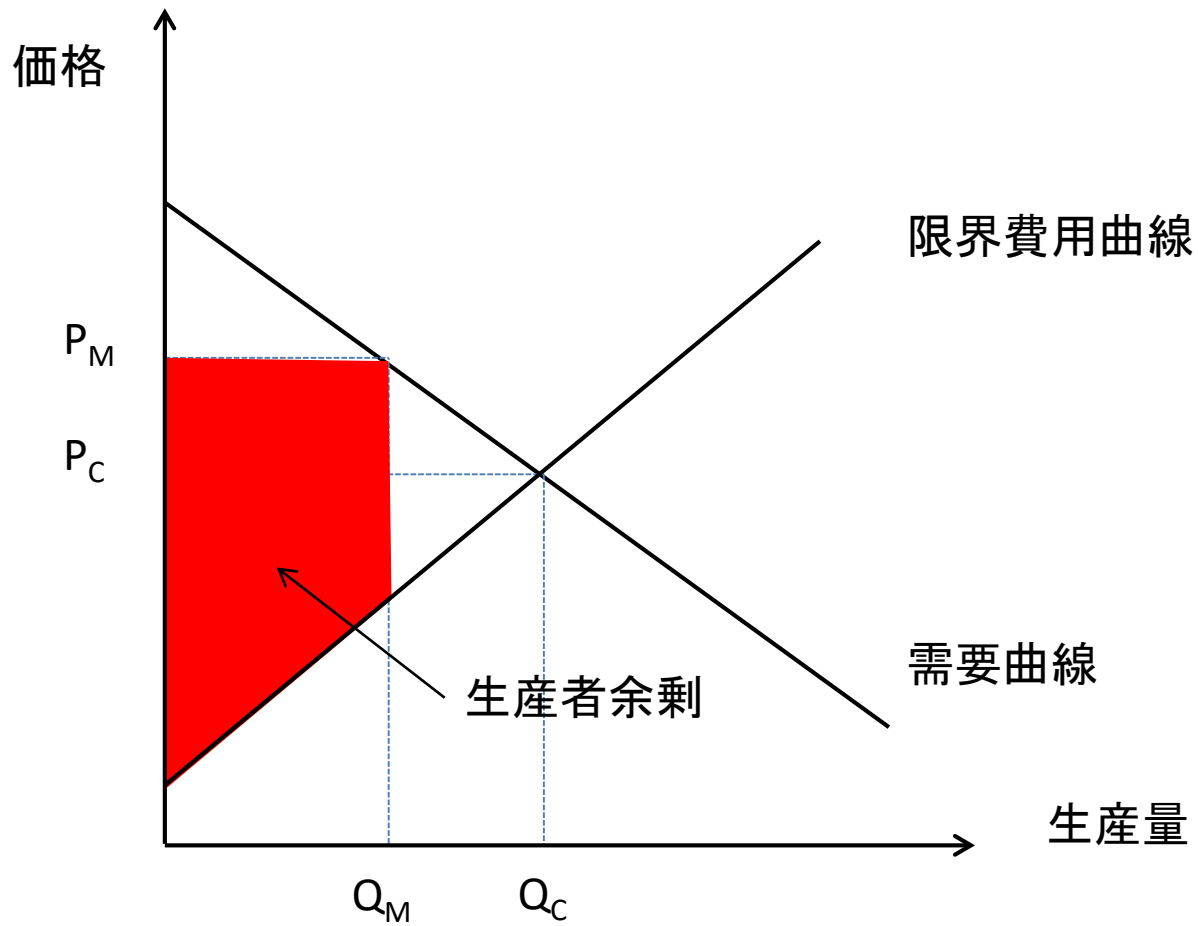
# 完全競争市場下での社会的(総)余剰



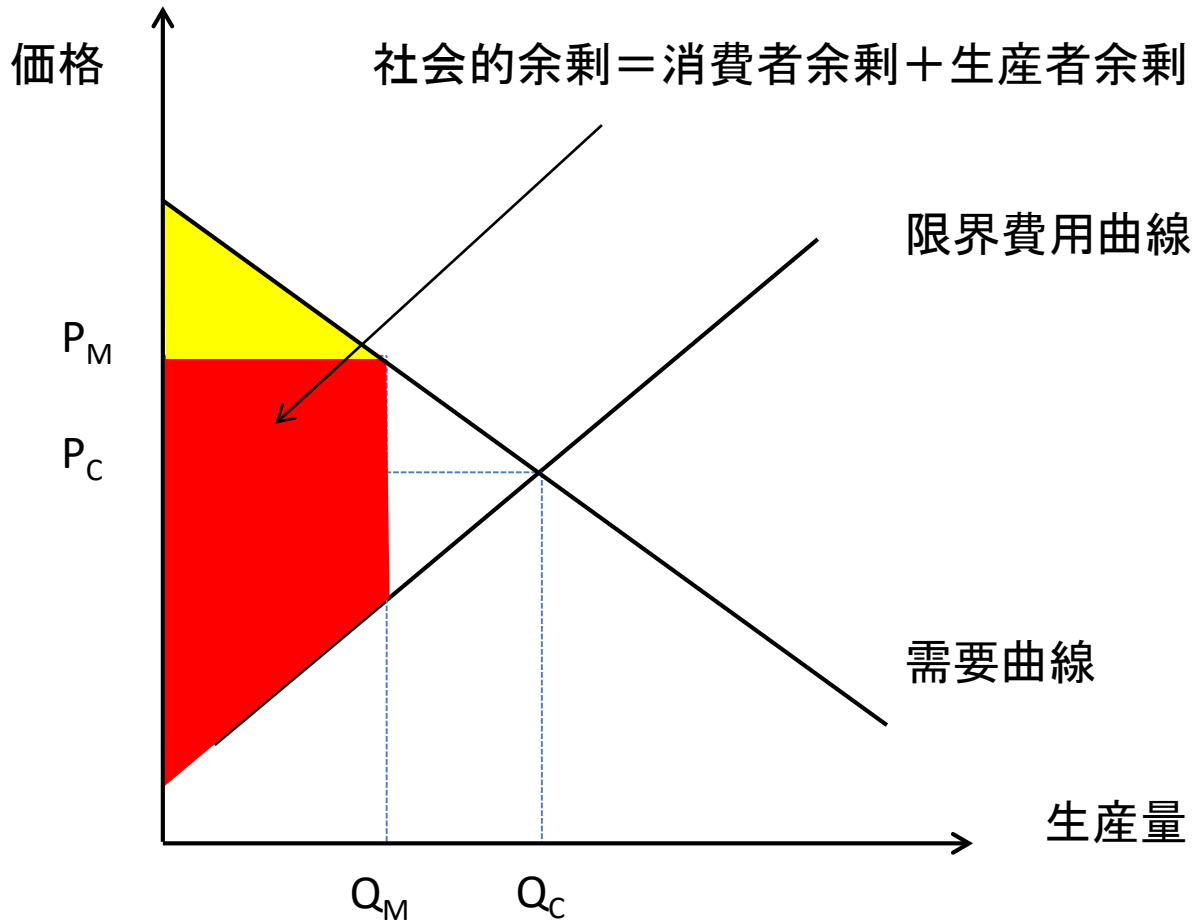
# 独占市場下での消費者余剰



# 独占市場下での生産者余剰



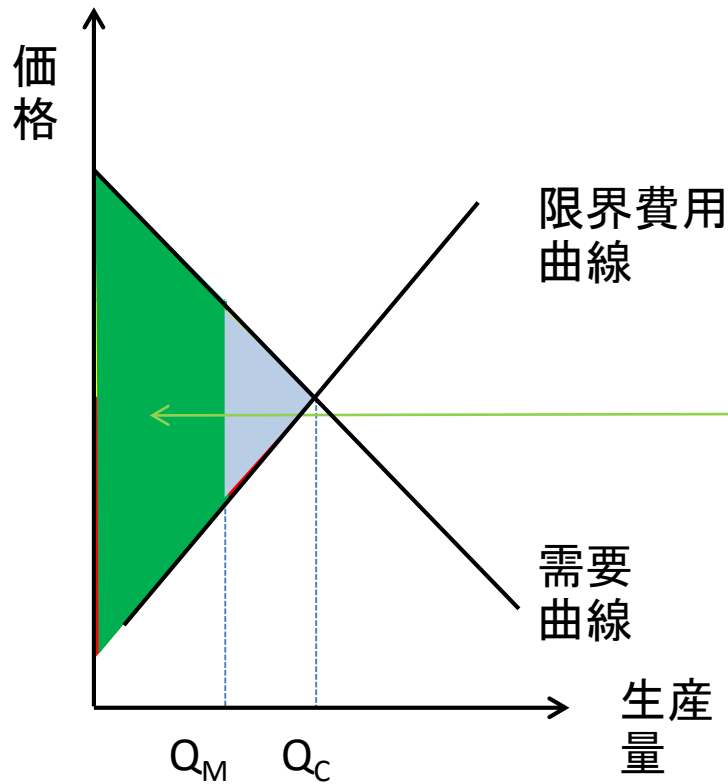
# 独占市場下での社会的(総)余剰



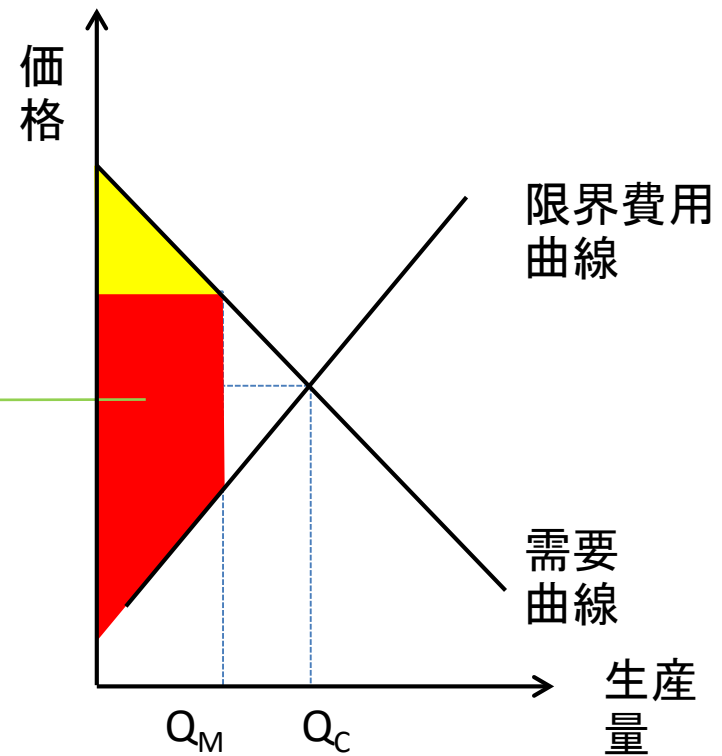


# 完全競争と独占の場合の総余剰比較

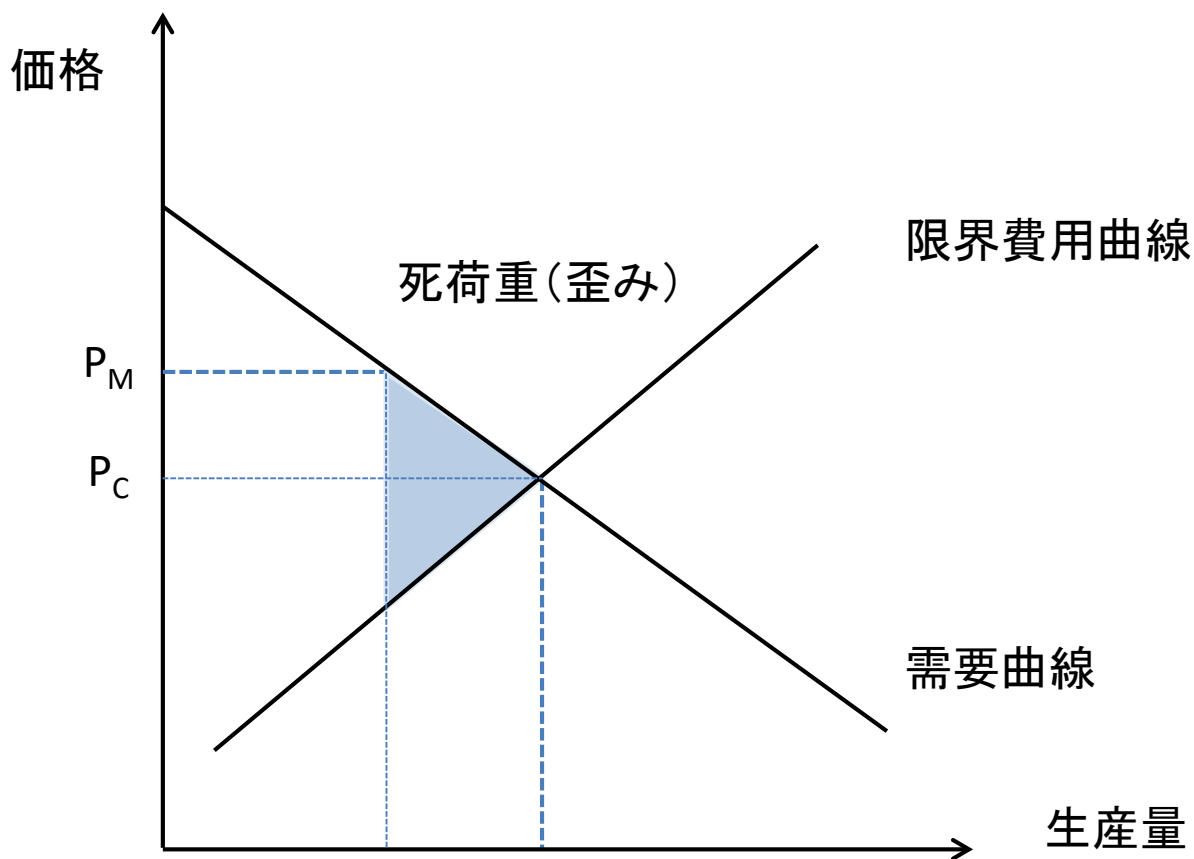
完全競争市場下での総余剰



独占市場下での総余剰



独占市場では完全競争市場と比べて総余剰が減ってしまう分、市場の歪みが生まれる



# 価格差別(Price discrimination)

- 異なる消費者に対して異なる価格を設定する  
というように消費者の消費性向に合わせて違  
う価格を設定することを価格差別という。
- 独占企業は価格差別を行うことで消費者余  
剰を完全に奪うこともできる。
- 価格差別は異なる消費者間での需要の価格  
弾力性が異なっていた方が効果的である。
- 価格差別の例としては、映画館などでの子供  
料金、季節によって異なる航空券などがある。

# 農林水産業における独占の例

- 農業関連産業における独占の例
  - 遺伝子組換え大豆などの種子や大豆用の農薬 Roundup Readyを提供している多国籍化学メーカーモンサント社 (Monsanto Company)
- 水産業関連産業における独占の例
  - ロシア政府がチョウザメの卵であるキャビアを守る目的でキャビアの独占販売を試みている。

# ロシア政府によるキャビアの独占は望ましいといけるのか？

- 望ましいという立場
- 望ましくないという立場