

ミクロ経済学入門 問題演習7

Chapter 7: Consumer surplus for an individual and a market

法政大学経営学部

1

この問題で学ぶこと

1. 支払許容額と市場価格の違いを理解する。
 - 支払許容額(Willingness to Pay) : 消費者が支払っていいと考える最高価格。需要曲線の縦軸の大きさと等しい。
 - 市場価格(Market Price) : 消費者が実際に支払う価格。
2. 需要関数と市場価格の関係から消費者余剰の大きさを導出する。
 - 消費者余剰(Consumer Surplus) : 支払許容額と市場価格の差額のこと
 - 消費者余剰 = 支払許容額 - 市場価格
 - 支払許容額 = 市場価格となる数量まで、消費者は購入しようとする
⇒ 支払許容額を市場価格が下回る時、消費者は購入しない

2

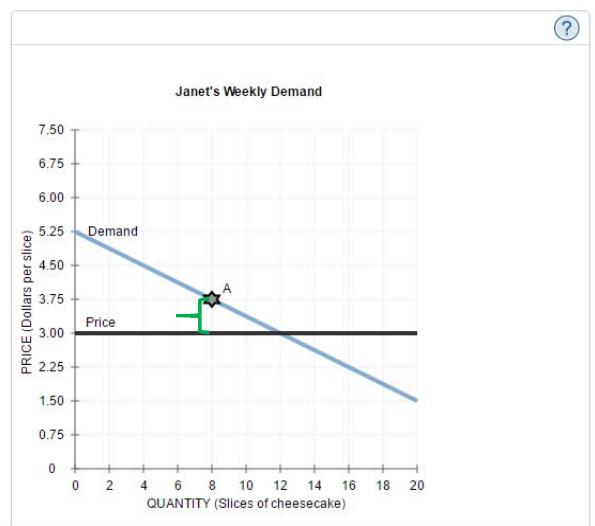
この問題を解く際に気を付けるべきこと

- グラフが何を表しているか、注意深く確認する。
 - グラフのタイトルをよく見ること。
 - 個人の行動なのか。市場全体の動向なのか。
- X個目の消費者余剰とX個の消費者余剰の違いを理解すること。

3

Consumer Surplus for an individual and a market

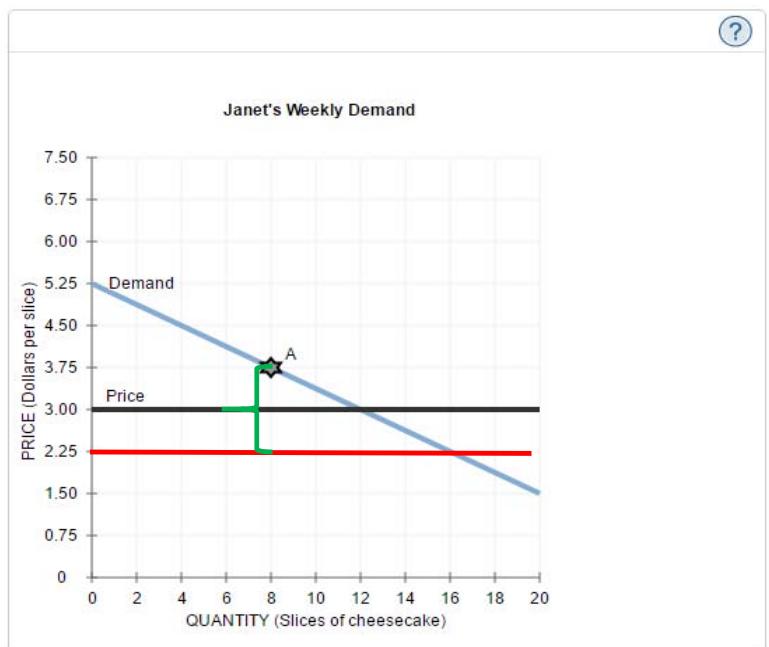
- The following graph shows Janet's weekly demand for cheesecake, represented by the blue line. Point A represents a point along her weekly demand. The market price of cheesecake is \$3.00 per slice, as shown by the horizontal black line.
- From the previous graph, you can tell that Janet is willing to pay \$____ for her 8th slice of cheesecake each week. Since she has to pay only \$3.00 per slice, the consumer surplus she gains from the 8th slice of cheesecake is \$____.
- 何のグラフか？
- グラフのA点は何を表しているか？
- 市場価格は？A点での消費者余剰は？



ジャネットのチーズケーキの週間需要
A点:週間需要量(8スライス)と支払許容額の組み合わせ。
8スライス目の支払許容額:3.75ドル
市場価格は3ドル。
8スライス目の消費者余剰:支払許容額 - 市場価格

取引価格が下がった時

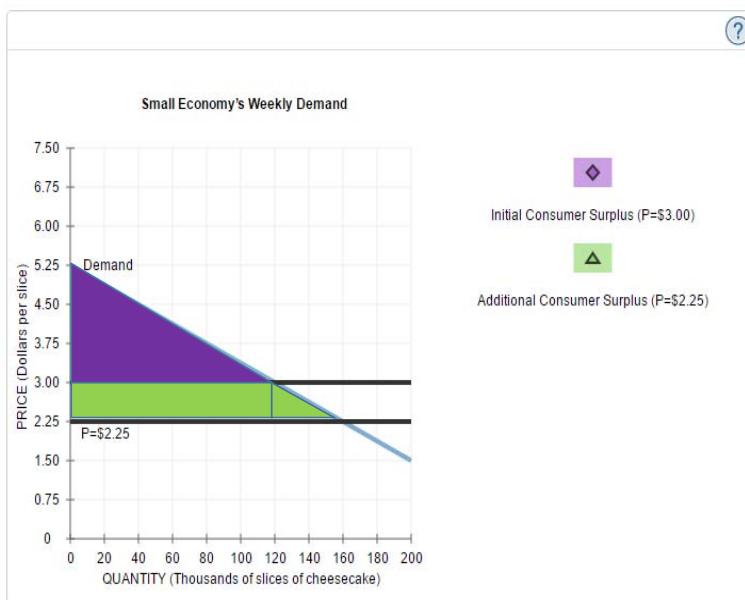
- Suppose the price of cheesecake were to fall to \$2.25 per slice. At this lower price, Janet would receive a consumer surplus of \$____ from the 8th slice of cheesecake she buys.
- 市場価格が2.25ドルまで下がった時のジャネットの8スライス目の消費者余剰は？



5

市場全体の需要

- The following graph shows the weekly market demand for cheesecake in a small economy.
- Use the purple point (diamond symbol) to shade the area representing consumer surplus when the price (P) of cheesecake is \$3.00 per slice. Then, use the green point (triangle symbol) to shade the area representing additional consumer surplus when the price falls to \$2.25 per slice.
- 消費者余剰: グラフ上では、需要曲線と市場価格の線で挟まれる面積で描かれる。



6

価格の変化と消費者余剰の変化

- ・消費者余剰:需要曲線と市場価格で挟まれる三角形の面積で示される。
- ・市場価格が下がると、需要量は増える。
- ・市場価格が下がると、消費者余剰は増え
る。その効果は2つ。
 - ① 価格効果:価格が下がったことによる効果
 - ② 数量効果:需要量が増えたことによる効果

