

N. Gregory Mankiw

Principles of
Economics

第15章
独占



Sixth Edition



なぜ独占が生じるのか

• 独占

- 密接な代替財のない製品の唯一の販売者である企業
- 価格設定者(プライス・メイカー)

⇒ 利益が上がる

• 参入障壁

- 独占資源
- 政府規制
- 生産プロセス

これらがあっても参入がしにくい。

↓
消費者利益減る。





なぜ独占が生じるのか

- 政府規制

- 政府がある財・サービスを生産する排他的な権利を一つの企業のみを与えている
- 政府によってつくられる独占
 - 特許法と著作権法
 - 価格は高くなる
 - 利益も高くなる





なぜ独占が生じるのか

- 独占資源

- 一つの企業が重要な資源を保有している
- 価格は高くなる

- 生産プロセス

- 生産費用の面で、たくさんの企業よりも一つの企業のほうが少ない費用で生産できる

*“Rather than a ^{独占}monopoly,
we like to consider
ourselves ‘the only game
in town.’”*





なぜ独占が生じるのか

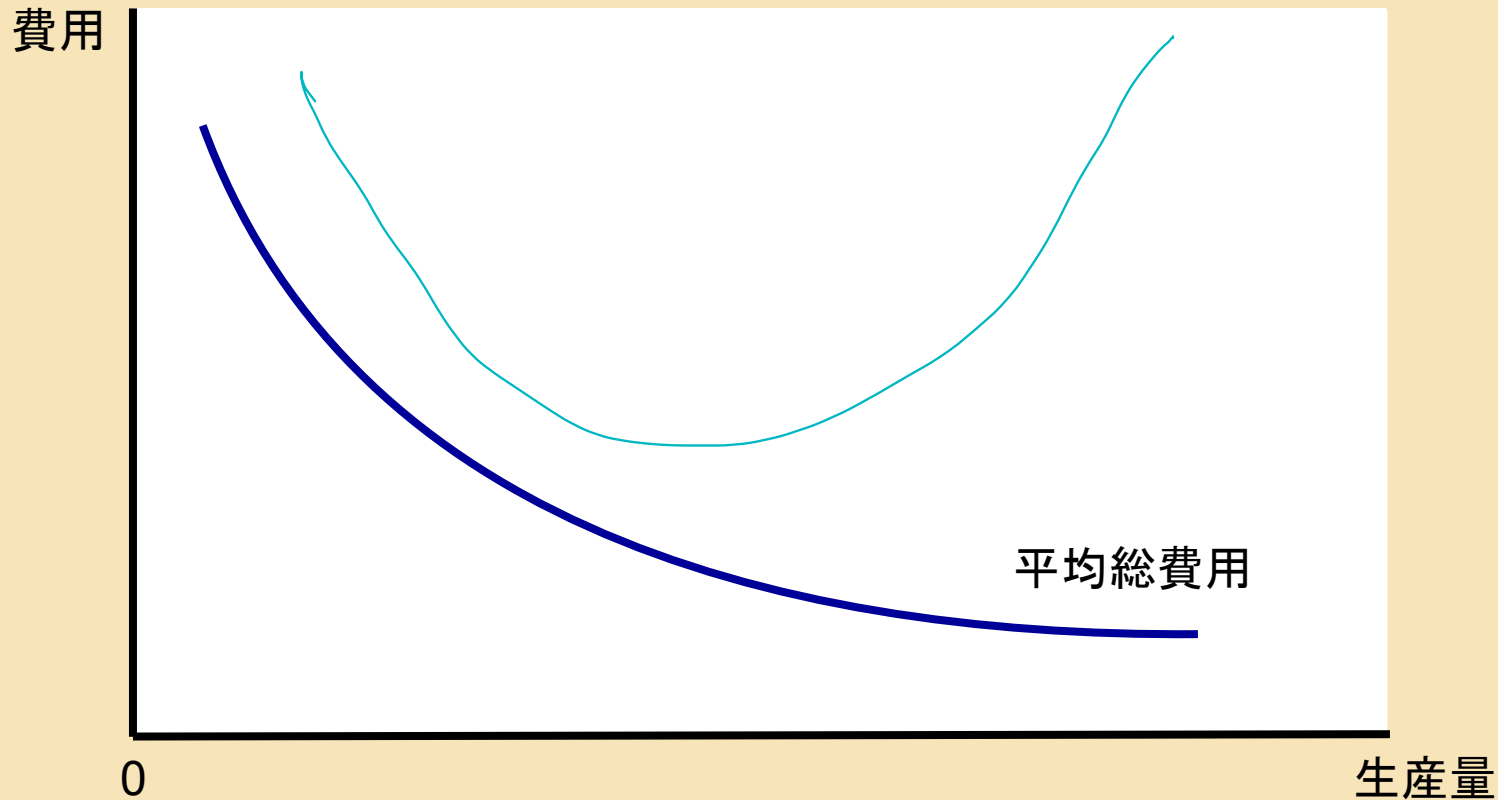
- 自然独占

- 一つの企業が市場全体に財・サービスを提供した方が、2社またはそれ以上の企業で供給するよりも費用がかからない
- 対象とされる生産量の範囲において規模の経済があるときに生じる
- クラブ財
 - 排除可能であるが消費において競合的ではない



図15-1

独占の原因としての規模の経済性



ある企業の平均総費用曲線が逡減するとき、その企業はいわゆる自然独占にあるという。この場合、複数の企業が生産を分担すると、各企業の生産は少なくなり、平均総費用は増大する。その結果、一つの企業が生産する場合が、どのような所与の生産量においても費用が最小となる。



独占企業の生産と価格の決定

• 独占企業

- 価格設定者 (プライス・メイカー)
- 市場における唯一の生産者
- 右下がりの需要曲線 (市場需要曲線) に直面する

市場の需要が決まる

• 競争企業

- 価格受容者 (プライス・テイカー)
- 市場における1生産者にすぎない
- 水平な需要曲線 (価格と同じ) に直面する

市場均衡



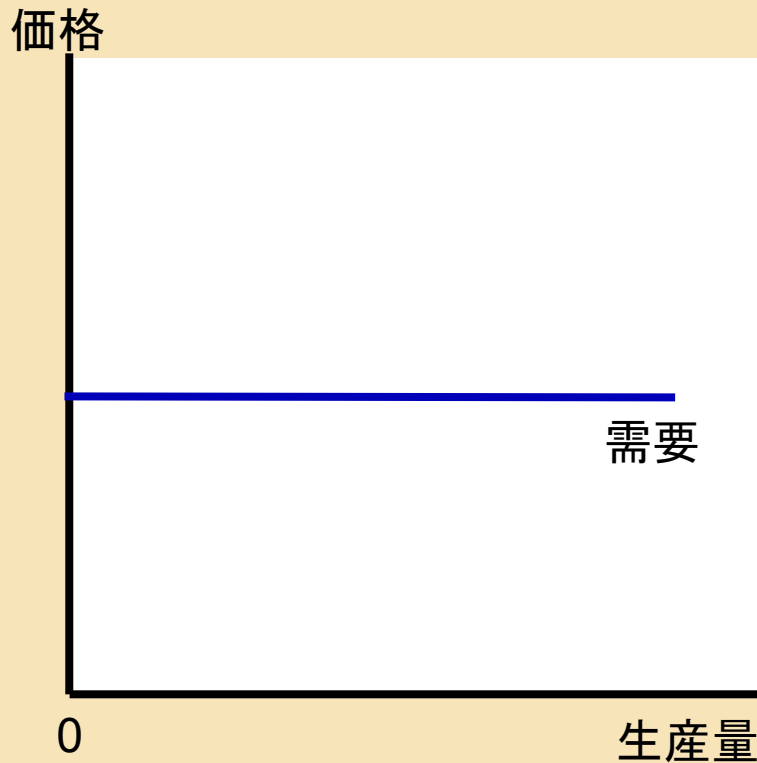
価格を受け入れる



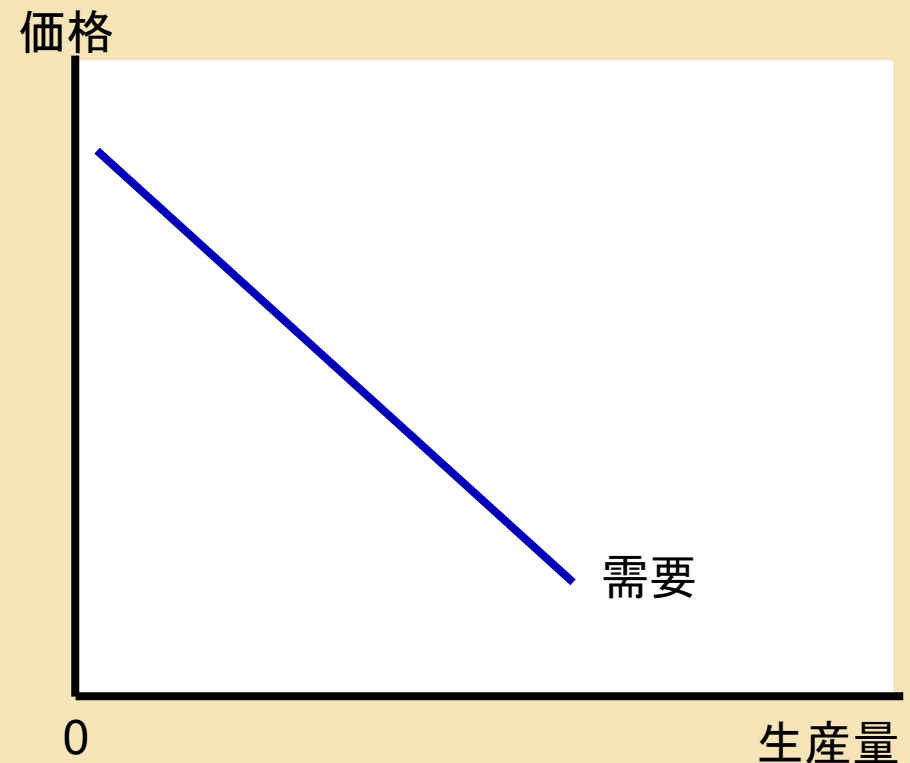
図15-2

競争企業と独占企業の需要曲線

(a) 競争企業の需要曲線



(b) 独占企業の需要曲線



競争企業は価格受容者であるため、パネル(a)のように、事実上、水平な需要曲線に直面する。独占企業はその市場における唯一の生産者なので、パネル(b)のように右下がりの市場需要曲線に直面する。そのため、独占企業は、多くの生産物を販売したければ、価格が下落することを受け入れなければならない。



独占企業の生産と価格の決定

• 独占企業の収入

－ 総収入 = 価格 × 販売量

－ 平均収入 (AR)

- 企業が受け取る1単位当たりの収入額
- 総収入 ÷ 生産量

－ 限界収入 (MR) < 価格 (P)

- 生産量を1単位増やすことにより企業が受け取る収入額
- 生産量が1単位増加するごとの総収入の変化
- 負になることもある



表15-1

独占企業の総収入、平均収入、限界収入

水の量 (Q , ガロン)	価格 (P , ドル)	総収入 ($TR=P \times Q$, ドル)	平均収入 ($AR=TR/Q$, ドル)	限界収入 ($MR=\Delta TR/\Delta Q$, ドル)
0	11	0	—	10
1	10	10	10	8
2	9	18	9	6
3	8	24	8	4
4	7	28	7	2
5	6	30	6	0
6	5	30	5	-2
7	4	28	4	-4
8	3	24	3	

ACTIVE LEARNING 1

A monopoly's revenue

Common Grounds is the only seller of cappuccinos in town.

The table shows the market demand for cappuccinos.

Fill in the missing spaces of the table.

What is the relation between ***P*** and ***AR***?
Between ***P*** and ***MR***?

Q	P	TR	AR	MR
0	\$4.50		n.a.	
1	4.00	4	4	4
2	3.50	7	3.5	3
3	3.00	9	3	2
4	2.50	10	2.5	1
5	2.00	10	2	0
6	1.50	9	1.5	-1

ACTIVE LEARNING 1

Answers

Here, $P = AR$,
same as for a
competitive firm.

Here, $MR < P$,
独占
whereas $MR = P$
完全競争
for a competitive
firm.

Q	P	TR	AR	MR
0	\$4.50	\$ 0	n.a.	
1	4.00	4	\$4.00	\$4
2	3.50	7	3.50	3
3	3.00	9	3.00	2
4	2.50	10	2.50	1
5	2.00	10	2.00	0
6	1.50	9	1.50	-1

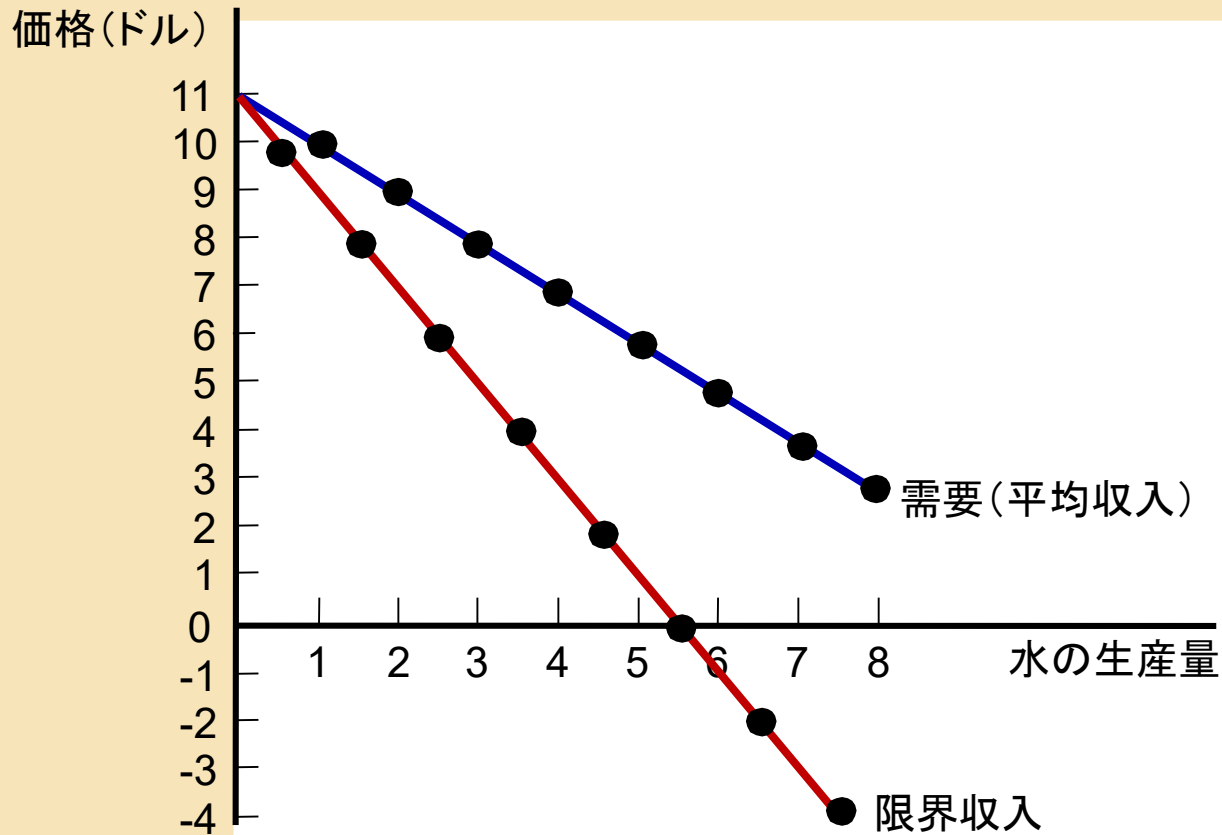


独占企業の生産と価格の決定

- 独占企業による販売量の増加
 - －生産量効果
 - Q (販売量)が大きくなり、総収入が増える
 - －価格効果
 - P (価格)が下落するので、総収入が減る
- MR (限界収入) $<$ P (価格)、だから
 - －独占企業の限界収入曲線は需要曲線よりも低くなる

図15-3

独占企業の需要曲線と限界収入曲線



需要曲線は財の生産量がどのような影響を価格に与えるかを示す。限界収入曲線は、生産量が1単位増加すると企業の収入がどのように変化するかを示す。もし独占企業が生産を増やすと、すべての販売量の価格が下落しなければならないので、限界収入はつねに価格よりも小さい。



独占企業の生産と価格の決定

- 利潤最大化

- 限界収入 $MR >$ 限界費用 MC

- 生産量を増やす

- 限界費用 $MC >$ 限界収入 MR

- 生産量を減らす

- 利潤を最大化する

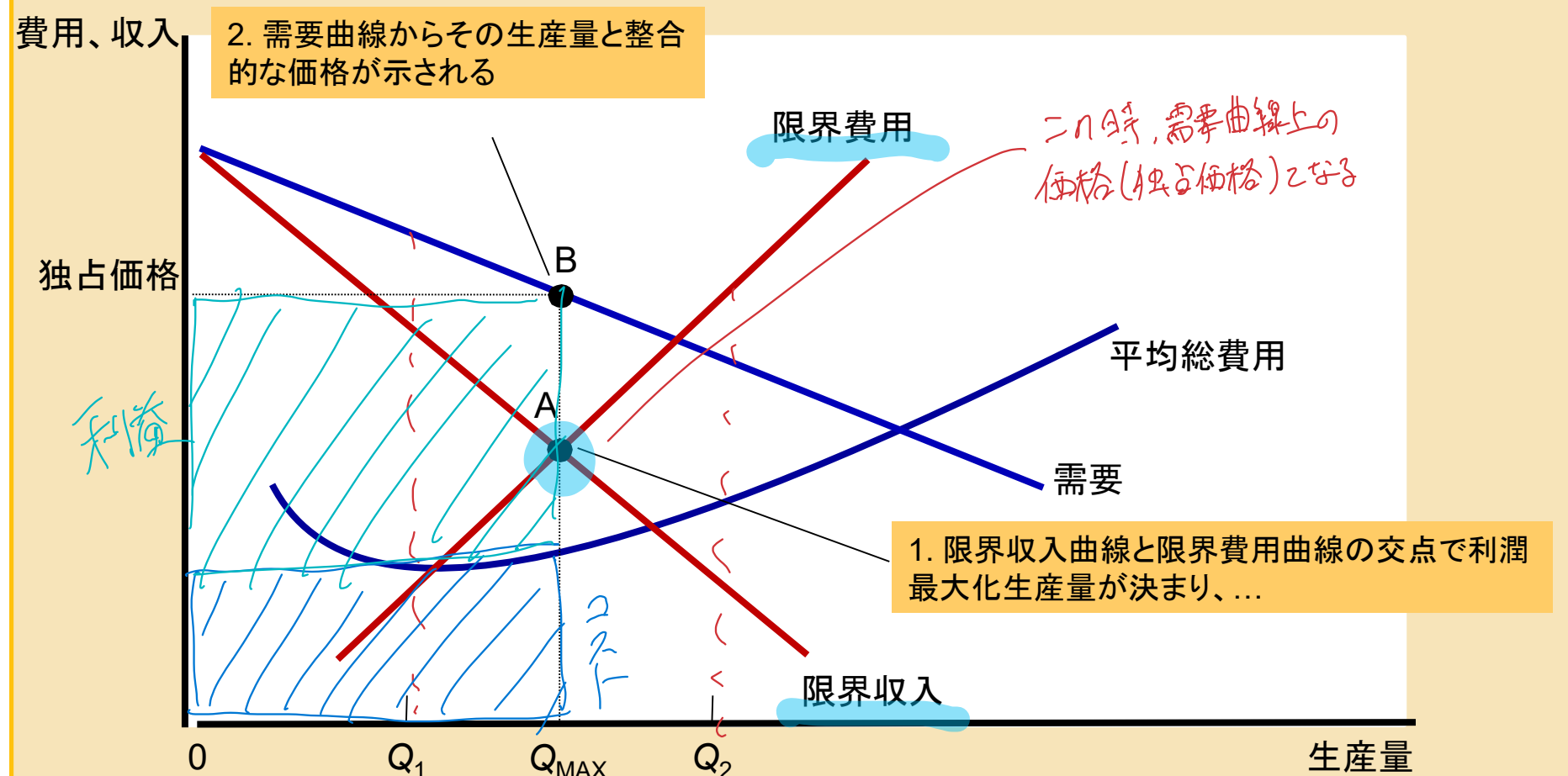
- $MR=MC$ になる点で生産する

- つまり、限界収入曲線と限界費用曲線の交点

- 価格は需要曲線上の点

図15-4

独占企業の利潤最大化



独占企業は限界収入と限界費用が等しくなる数量(A点)を選ぶことによって利潤を最大化する。そして、独占企業は、需要曲線を用いて消費者がその数量を購入するような価格(B点)を見つける。



独占企業の生産と価格の決定

- 利潤最大化

- 完全競争: $P=MR=MC$

- 価格は限界費用に等しくなる

- 独占: $P > MR=MC$ ← P : 独占価格

- 価格は限界費用を上回る

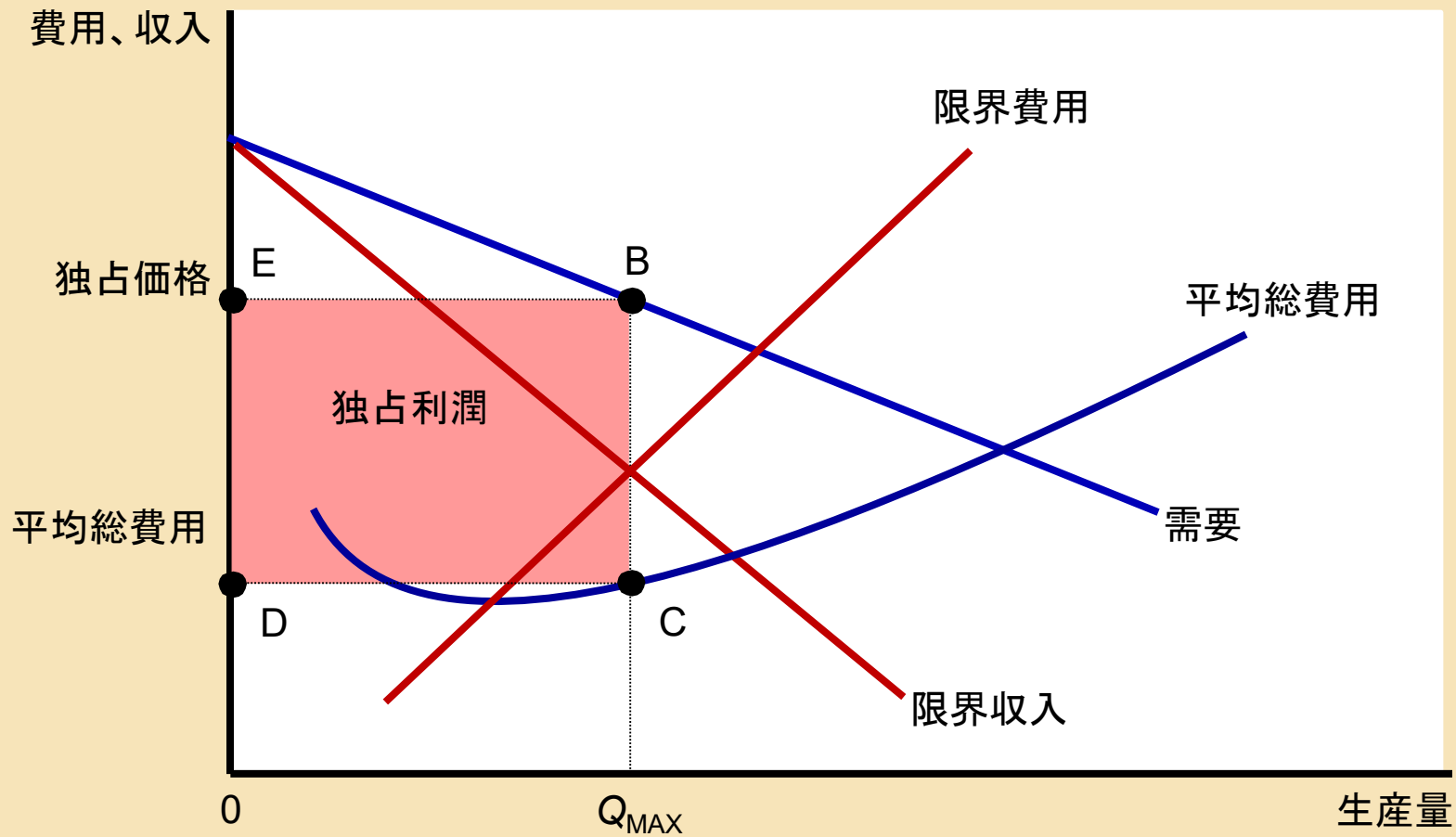
- 独占企業の利潤

- 利潤 = 総収入 (TR) – 総費用 (TC)

- = (価格 P – 平均総費用 ATC) × 販売量 Q

図15-5

独占企業の利潤



長方形BCDEの面積は、独占企業の利潤に等しい。長方形の高さ(BC)は価格と平均総費用の差で、1単位当たりの販売の利潤に等しい。長方形の幅(DC)は販売量である。

- 医薬品市場

- 新薬は特許法により独占的に販売できる

- 限界収入と限界費用が等しくなるように生産量を決める
 - 価格 > 限界費用

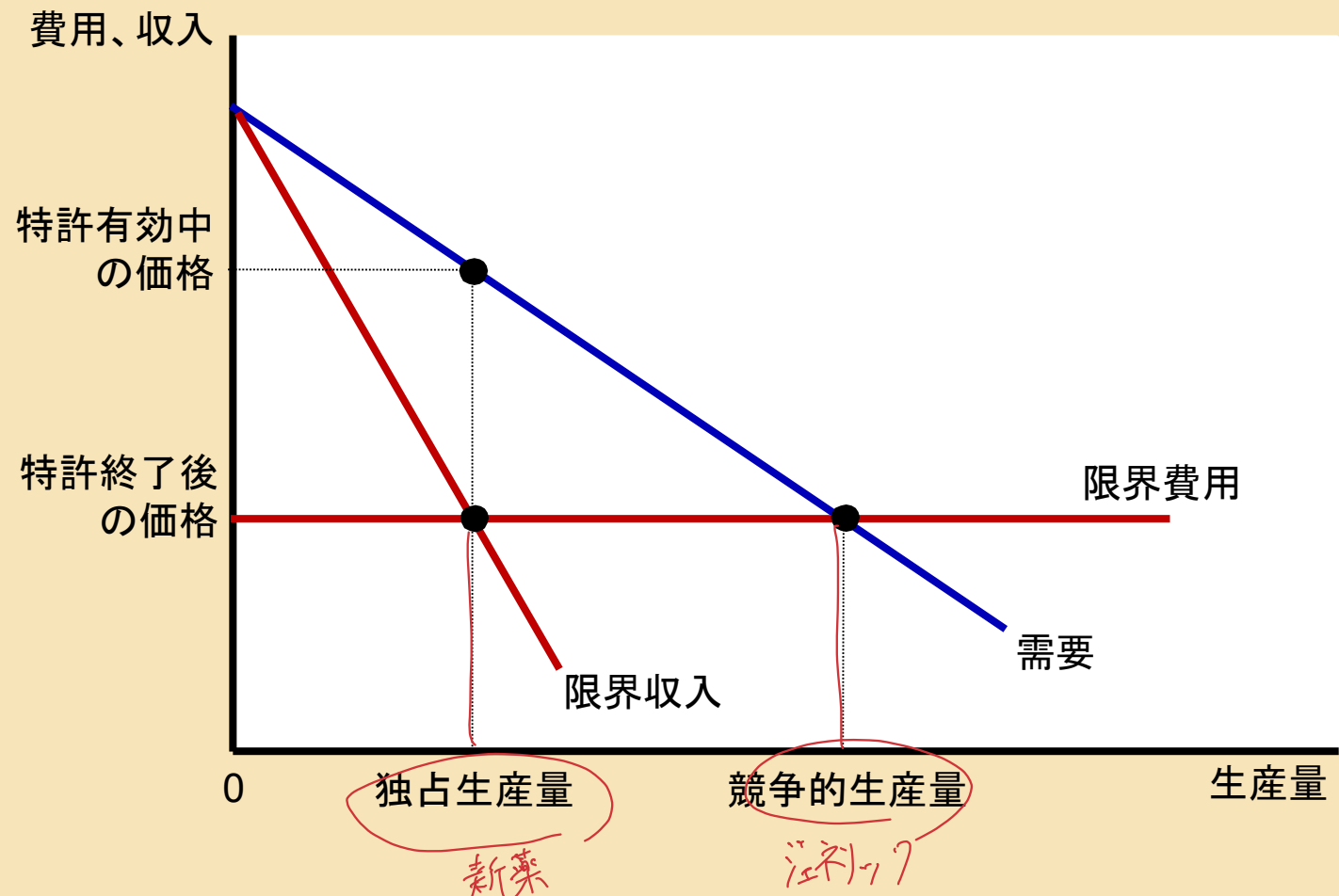
- ジェネリック医薬品は競争市場

- 限界収入と限界費用が等しくなるように生産量を決める
 - 価格 = 限界費用

- 競争して生産されるジェネリック医薬品の価格は、独占企業がつけていた価格を大幅に下回る

図15-6

医薬品の市場



特許によって医薬品の販売の独占権を与えられた企業は、その医薬品を製造する限界費用をはるかに上回る独占価格をつける。その医薬品の特許の期限が切れると、その市場に新しく企業が参入し、市場がより競争的になる。その結果、価格は独占価格から限界費用まで下落する。



独占による厚生面の費用

- 総余剰

- 市場の売り手と買い手の経済厚生 of 尺度
- 消費者余剰と生産者余剰の合計

- 消費者余剰

- ある財に対して生産者が受け取る金額から、その財を生産する費用を差し引いたもの



独占による厚生面の費用

- 生産者余剰

- ある財に対して生産者が受け取る金額から、その財を精算する費用を差し引いたもの

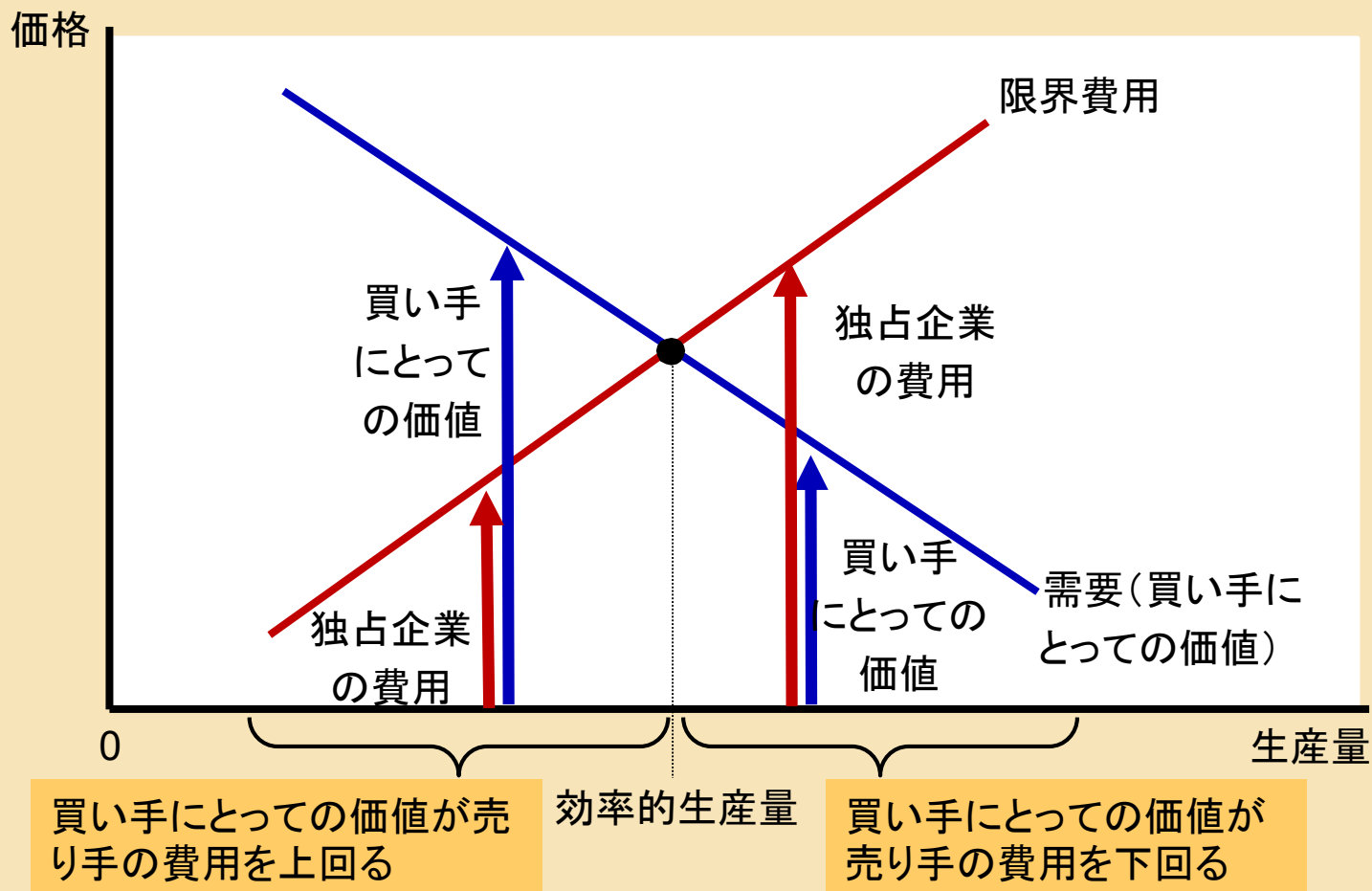
- 博愛的統治者：総余剰を最大化する

- 需要曲線と限界費用曲線の交点で与えられる量を生産する

- 価格は限界費用に等しくなる

図15-7

生産の効率的水準



市場の総余剰を最大化しようとする博愛的統治者は、需要曲線と限界費用曲線が交差するところを選択するだろう。この水準を下回ると、(需要曲線で示される)限界的な買い手にとっての価値が、その財を生産する限界費用を上回る。この水準を超えると、限界的な買い手にとっての価値は、限界費用を下回る。

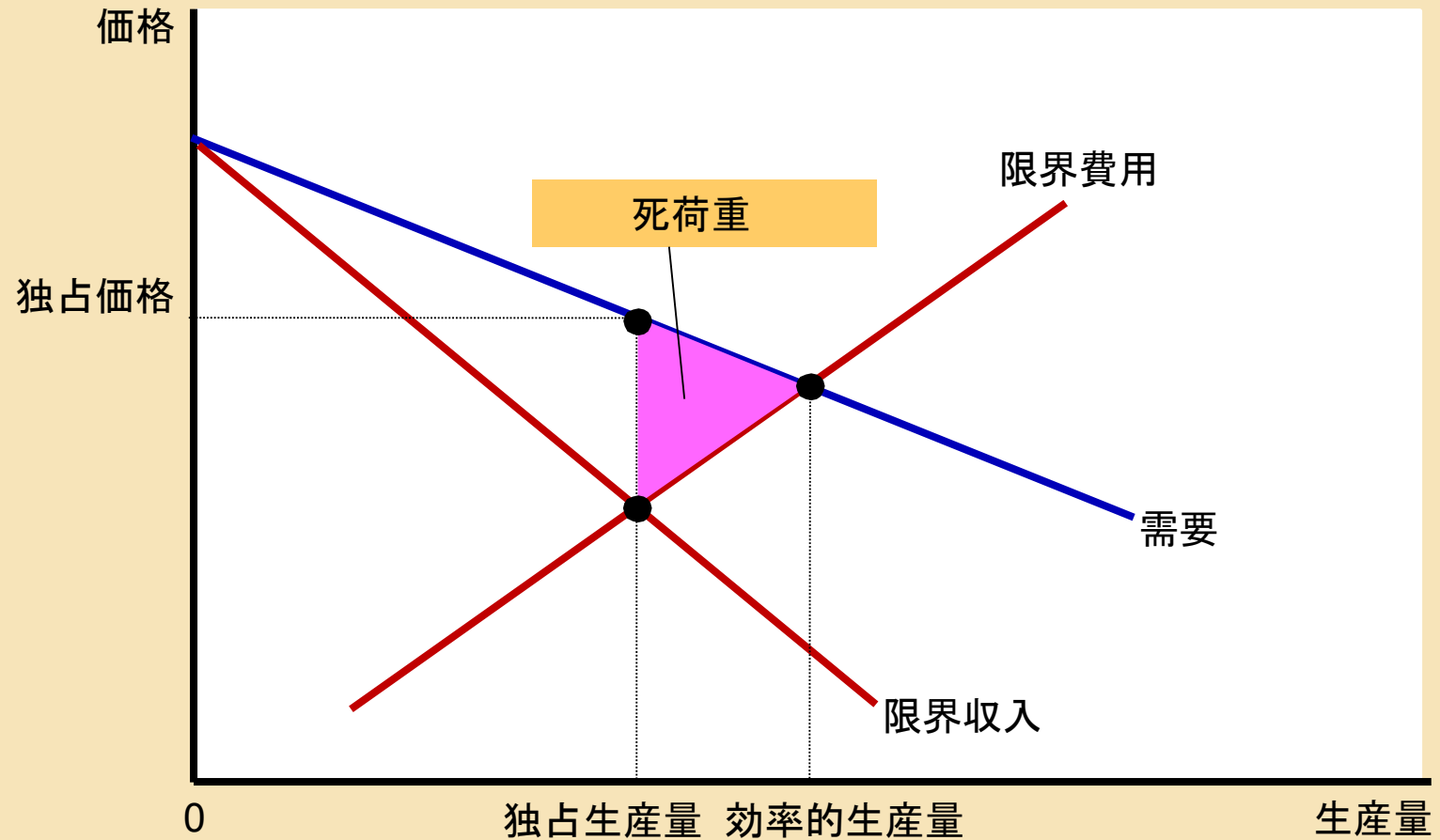


独占による厚生面の費用

• 独占

- 限界収入と限界費用が等しくなる点で生産量と販売量を決定する
- 独占企業が生産量は社会的に効率的な生産量よりも少ない
- 独占企業は限界費用よりも高い価格をつける
- 死荷重
 - 需要曲線と限界費用曲線の間の三角形

図15-8 独占の非効率



独占企業は限界費用を上回る価格をつけるので、財の価値を費用よりも高く評価する消費者すべてが購入するわけではない。したがって、独占企業による生産・販売量は、社会的に効率的な水準を下回る。死荷重は(消費者にとっての財の価値を表す)需要曲線と、(独占的生産者の費用を表す)限界費用曲線との間の三角形の領域によって表される。



独占による厚生面の費用

- 独占利潤：社会的費用か

- 独占企業は大きな利潤を得ている

- 独占利潤そのものは経済のパイの大きさが縮小することを意味するわけではない

- 消費者の厚生は悪化するが、生産者の厚生は改善する

- 社会的問題ではない

デッドロス

- 社会的損失は死荷重が発生することである

- 企業が販売する生産量が総余剰を最大化する水準に満たないことからくる



価格差別

- 価格差別

- 商慣行
- 同じ財を異なる顧客に異なる価格で売る
- 利潤を増大させる合理的な戦略
- それぞれの支払許容額に応じて顧客を分離する能力が必要
- 経済厚生を高めうる



価格差別

- 完全価格差別

- 各顧客の支払許容額を正確に知っており、各顧客に対して異なる価格をつけることのできる状況
- 独占企業はすべての取引で全余剰を手にすることができる
- 死荷重は発生しない



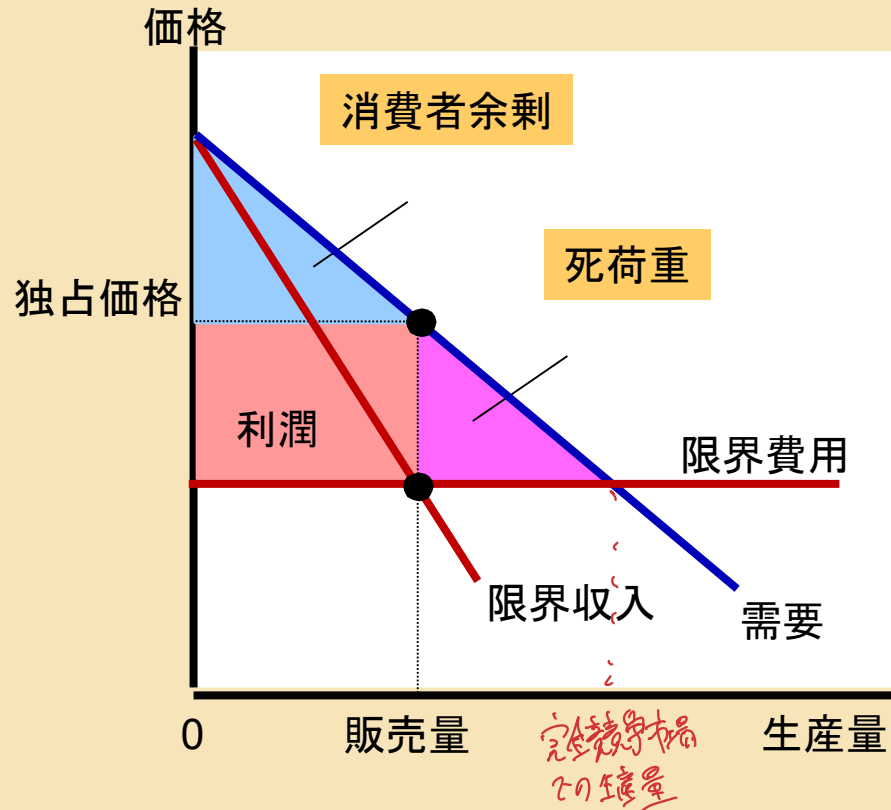
価格差別

- 価格差別がない場合
 - 限界費用を超える均一の価格を設定
 - 消費者余剰
 - 生産者余剰(利潤)
 - 死荷重

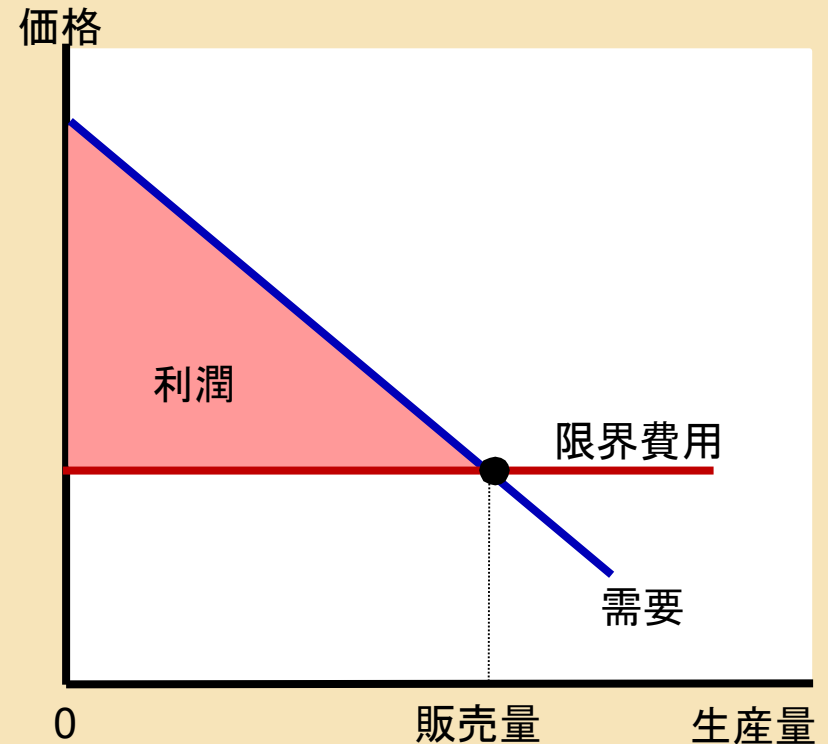
図15-9

価格差別のある場合とない場合の厚生

(a) 均一価格をつける独占企業



(b) 完全な価格差別をする独占企業



パネル(a)は、すべての顧客に同じ価格をつける独占企業を示している。この市場における総余剰は、利潤(生産者余剰)と消費者余剰の合計に等しい。パネル(b)は、完全な価格差別ができる独占企業を示している。消費者余剰はゼロなので、総余剰はその企業の利潤に等しい。この二つのパネルを比べると、完全な価格差別により、利潤と総余剰は増大し、消費者余剰は減少することがわかる。



価格差別

- 価格差別の例

- 映画鑑賞券
- 航空券の価格
- 割引クーポン
- 学費補助
- 数量割引

“Would it bother you to hear how little I paid for this flight?”

HAMILTON © UNIVERSAL PRESS SYNDICATE.





独占に対する公共政策

- 反トラスト法(独占禁止法)による競争促進
 - シャーマン法(1890年)
 - クレイトン法(1914年)
 - 合併阻止
 - 企業分割
 - 市場を非競争的にするような行為を企業が示し合わせて行うことを禁じる



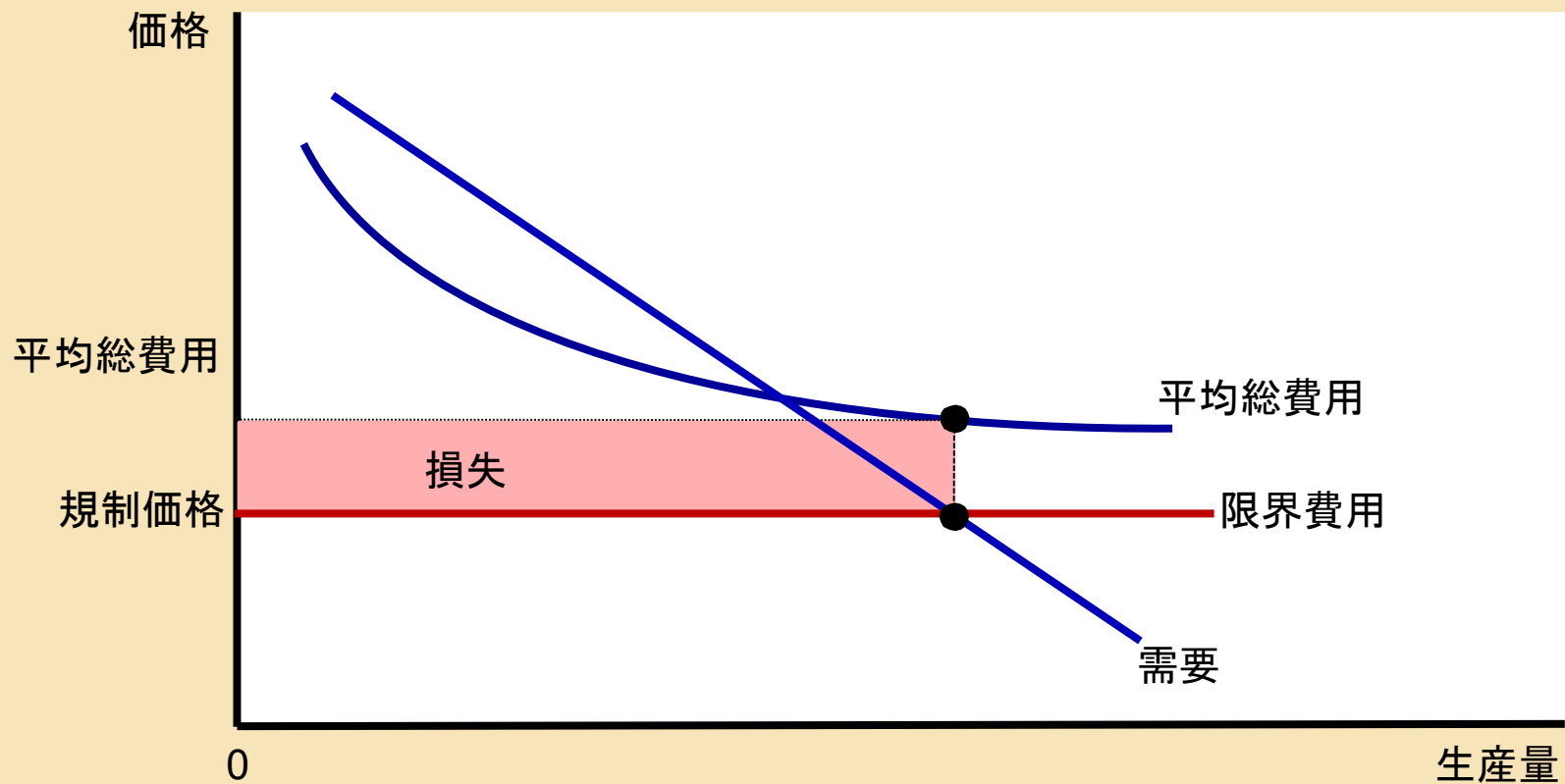
独占に対する公共政策

• 規制

- － 独占企業の行動を規制
 - 価格規制
- － 自然独占の場合にみられる
- － 限界費用価格形成
 - 価格は平均総費用より小さくなる
 - 費用を削減するインセンティブが生じなくなる

図15-10

自然独占における限界費用価格形成



自然独占では平均総費用が逡減するので、限界費用は平均総費用よりも小さい。したがって、規制当局が自然独占企業に対して限界費用と等しい価格を強制すると、価格は平均総費用を下回り、独占企業は損失を被る。



独占に対する公共政策

- 公的所有

- 企業の所有形態は生産費用にどのような影響を及ぼすか
- 民間企業の所有者
 - 費用を最小化するインセンティブを持つ
- 公的企業の所有者（政府）
 - 企業経営をきちんと行えなくても、損失を被るのは顧客と納税者

表15-2

競争と独占：簡潔な比較

	競争	独占
類似点		
企業の目的	利潤最大化	利潤最大化
最大化のルール	$MR = MC$	$MR = MC$
短期的に経済学上の利潤を得るか	はい	はい
相違点		
企業数	多い	一つ
限界収入	$MR = P$	$MR < P$
価格	$P = MC$	$P > MC$
厚生を最大化する		
数量を生産するか	はい	いいえ
長期的な参入があるか	はい	いいえ
長期的に経済学上の利潤を得るか	いいえ	はい
価格差別は可能か	いいえ	はい