

P・W・S・アンドリュース

『経済理論における競争』

P W S Andrews, *On Competition in Economic Theory*, London Macmillan & Co Ltd, 1954, 141 pp.

高橋伊一郎

著者はオックスフォード大学ナッツフィールド・カレッジのオフィシャル・フェローで、*Manufacturing Business* (1949)の著書のほかに数冊の共著がある。またかれが共同編纂者の一員となった *Oxford Studies in the Price Mechanism* (1951)は、オックスフォード経済調査の成果を収録したものだ、その分野では画期的文献だとの評をうけている。

*Manufacturing Business*の著作以来、著者はミクロ経済学分野における静態的限界均衡理論に批判的見解をもっていた。

本書は、著者が永年抱いてきた見解の総括的成果である。ただ

し、一九六三年に著者がパリ大学に招かれて行なった臨時講義を基礎としているので、分析的というよりも説明的な傾向が強い。また従来の諸説の紹介と批判に力点がおかれ、新しい理論体系の積極的な展開は見送られている。

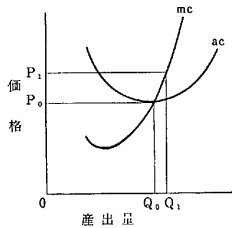
二

本書は第一部でミクロ均衡理論を問題史的に紹介し、第二部で総括的な批判を行なう。まず第一部から紹介する。

1 この分野に第一に現われた理論は、完全競争を前提とした限界分析であった。つまり企業家は利潤極大を目的として、あたえられた価格のもとで限界費用が限界収益に等しくなるように産出量をきめる、というのである。完全競争を前提するかぎり、分析はきわめて容易にすんだ。第1図において、 ac は平均費用、 mc は限界費用の各曲線とする。あたえられた価格が P_1 のときは、それと mc が一致するように生産量 Q_1 をきめる。そこでえられる利潤が大いときは参入が行なわれ、産業全体の産出量が増大する。そこで価格は下り、それに応じて各企業は利潤極大なるように産出量を変え、価格 P 、産出量 Q のところで均衡する。

しかし現実の企業の動きとつき合わせると、この解決方法には、二つの点で問題がある。第一点は、この方法ではその均衡

第1図



点から産出量を増大させると、平均費用が必ず上昇することである。たとえば第1図で Q_1 ないし Q_0 から産出量を増大させれば、平均費用はac線にそって上昇する。ところが現実には規模の経済性がはたら

く場合が多い。産出量の増大が平均費用を引下げるとすれば、なぜ現在水準以上に生産が拡大されないのか。

第二点は、この解決方法によると、極大利潤をもたらす最適産出量が一義的にきまることである。そこでは個別企業による販売操作の余地がない。現実にはこのように単純にきめられるものでないことはいまでもない。

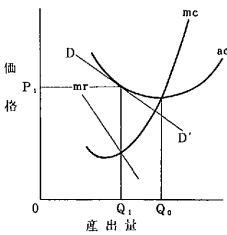
2 この問題の解き方は二つある。一つは企業が当面する個別需要曲線が、第1図のように水平でなく、右下りに傾斜していることによることである。いま一つの解き方では生産費用以外の費用、たとえば販売費用をも合計した費用を考える。すなわち生産費だけとれば生産拡大の余裕はあるが、販売費用まで入れた合計費用についてみれば、現在の産出規模が最適であ

るとする。

一九三三年に現われたジョーン・ロビンソン (Joan Robinson) の不完全競争理論およびE・H・チンバレン (E. H. Chamberlin) の独占的競争理論は、傾斜した個別需要曲線を想定することによって、限界分析と矛盾することなくこの問題を解いた。

企業が当面する個別需要曲線が右下りに傾斜することのみは、企業が自己の製品の価格を、他企業の同種商品の価格より少し高くしても購買者のぜんぶを奪われることはないし、逆に

第2図



価格を低くしても、他企業の商品の購買者のぜんぶを奪うことはできないということである。第2図は代表的企業の費用曲線およびその当面する個別需要曲線をしめす。そこで、たとえば参入が行なわ

れ、産業としての均衡状態についてみると、価格は P_1 、産出量は Q_1 となる。需要曲線 D' は右下りに傾斜しているため、均衡産出量 Q_1 は最適産出量 Q_0 より小さい。したがって産出量を Q_1 よ

り増大させれば、平均生産費はac曲線にそって低下することになる。

需要曲線の右下り傾斜は、特定商品にたいする購買者の選好(Preference)に基づいている。販売費用を支出することによって購買者の選好に影響をあたえ、需要曲線を操作する余地が開かれる。ここに先に指摘した第二点も解決されるわけである。

3 寡占問題は独占的競争理論においても取扱われないではなかったが、比重はそれほど大きくなかった。競争相手の企業の反応を一義的に確定できないため、企業の当面する個別需要曲線を知ることができないことが基本的な問題点であった。それがオックスフォード経済調査(一九三五年および三九年)を契機として、理論分析の主要な問題となった。

R・L・ホール(R. L. Hall)およびC・J・ヒッチ(C. J. Hitch)のフル・ユスト原則と屈折需要曲線の理論、ウィリアム・フェルナー(William Fellner)の分析、W・J・ボームル(William J. Baumol)の売上げ高極大仮説、R・F・ハロッド(R. F. Harrod)の改訂不完全競争論などの業績にもかかわらず、寡占理論の分野には混乱が避けられなかった。そこで三つの態度がみられた。第一は、寡占問題は限界分析では一義的な解がえられないため、理論問題として重要でないとして否定する態度である。第二は寡占の協調的側面を強調して、産

業全体として独占体のような行動をとると取扱うことによって解をもとめる態度である。第三は経済理論をはなれて、行動要因やその他非経済的要因で説明しようとするものである。このような問題状況に直面して、アンドリニウスは、いまこそ寡占をふくむ一般経済理論体系の構築が必要であることを強調する。

三

1 このように寡占をふくむ一般経済理論体系を構築するという意図をもって、第二部の批判が行なわれる。そのさいかれが注意を注いだことは、限界均衡理論に合わないためにこれまでも不当に軽視された要因をさがし出すことであった。

第一は右下りの需要曲線についてである。その基礎は購買者の選好にあるといわれているが、その購買者の選好は、実際の生産物が差別化されているからであるか、あるいは生産物は同じであるにもかかわらず、購買者の非合理性によるものであるのか。著者は生産物差別化に基づく購買者の選好を強くみない。かりに購買者の選好に強く影響する生産物差別化があるとすれば、他の企業もそのような差別化を採用するであろう、と著者はいう。

それでは購買者の非合理性による選好についてはどうか。製品はまったく同じであるにもかかわらず、特定の商標の製品を

選好する場合がそれである。その場合でも購買者は、長期にわたってその商標の製品の価格が、他の同じ製品より高いことを認めるほど非合理的ではなからう。そうだとすれば、長期においては需要曲線は右下りの傾斜ではなく、水平であるとせねばならない、とアンドリュウスは結論する。

2 第二は費用曲線についてである。かれは他の研究者の業績にも基づいて、つぎのようにいう。短期費用曲線については、短期の平均直接費用曲線は水平とみられる。長期費用曲線はいずれも逆丁型——小企業規模の近辺では、平均費用は規模拡大ともかなり急激に低下し、その後は急速に費用の低下率が弱まる——であるとみられる。そしてハロッドの改訂不完全競争論は、これらの経験的結果と不完全競争論との結合をはかったために、そのモデルは短期の平均直接費用曲線の水平の条件しかとり入れてないとして、アンドリュウスは批判する。

このようにアンドリュウスは、オックスフォード経済調査以降の成果をふまえながら、個別需要曲線は水平であり、長期の費用曲線は逆丁型であるとして、先の独占的競争理論（限界分析）で想定している右下り需要曲線およびU型費用曲線を否定したわけである。そうだとすれば、均衡価格はえられても、産出量の均衡はどうしてえられるかという問題が生ずる。かれによれば、それは「のれん」(Goodwill)によってきめられると

している。すなわち長期には価格は他企業の同じ商品の価格と同じでなければならぬが、その場合に購買者は、どの商品でもよいというのでなく特定の商品を選好する傾向がある。ここでいう「のれん」とはそのような選好をいう。ただし他の同じ商品の価格の方が低ければ、購買者はそちらにうつるのであって、「のれん」にはその移行をとどめるほどの力はない。

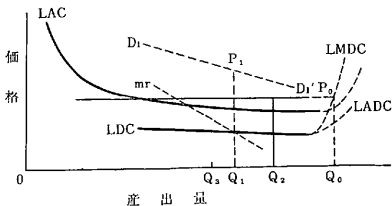
3 オックスフォード経済調査以降の寡占問題の研究において、経済理論として積極的に解明しようとする立場では、寡占間にある種の協調を想定し、あたかも一つの独占体であるかのように産業全体としての利益極大化をはかるといふ側面の強調がみられた。その場合たとえばウィリアム・フェルナーにみられるように、各企業は市場全体からの割当て分としての個別需要曲線 (a 'share-of-the-market' demand curve) を知り、それにそって行動するとされている。それにはたいしてアンドリュウスは、果たして各企業がこのような個別需要曲線を容易に知ることができるとどうか疑問をもつ。また市場全体からの割当て分としての個別需要曲線は、市場への新規参入を許さない閉鎖的グループにおいてのみ有効である。ところが理論家の予想以上に新規参入は広く行なわれ、ないしは参入の潜在性がつよい。したがって市場全体からの割当て分としての個別需要曲線はいみがないのではないかと、かれは批判する。

4 終りに小売業の場合について一つだけ紹介しておこう。小売業の特徴は取扱い品目が多い (multi-products firm) ことである。その場合にはつきのような問題が生ずる。固定費用の各品目への配分が恣意的にならざるをえないので、各品目の合理的な費用計算ができないことである。また小売店頭における購買には品目相互間に組合せ (combination) の関係があるので、品目ごとに独立した需要曲線を想定することはいみがない。そこでアンドリュウスはオーソドックスの品目別分析よりも、むしろ店舗 (shop) 別分析方法を主張する。

四

一点だけ疑問を出しておこう。著者の体系のなかで価格、産出量がどのようにきまるかについてである。アンドリュウスは、本書のなかで自己の見解を体系的にしめしているわけでない。第3図はかれがしめした批判に基づいてわたくしが組立てたものであるから、アンドリュウスの真意をそれているかもしれない。この点をまずおことわりしておいた上で、この図に基づいてアンドリュウスの見解をしめそう。ここではLACは長期平均費用曲線、LDCは長期直接費用曲線、LMDCは長期限界直接費用曲線、LADCは長期平均直接費用曲線である。LACおよびLDCは逆丁型で小企業規模の近傍から後は、規模拡

第3図



大につれて費用曲線の低下率は甚だしくよまわる。不完全競争理論によれば需要曲線 D_1 , D_1' は右下りに傾斜しているから、限界費用 \parallel 限界収益になるように価格 P_1 、産出量 Q_1 をきめ、それに適合した技術を採用するであろう。ところがアンドリュウスによる個別需要曲線は水平だから、そのような解がとれない。

それでは完全競争のときのように、水平の需要曲線 D, D' が長期限界直接費用曲線 $LMDC$ に交わるところで均衡するか。つまり価格 P_0 、産出量 Q_0 となる。アンドリュウスの答えは否である。かれはU型の費用曲線を否定し、逆丁型をとっている。この破線部分はいみがない。

そこで著者は、他の同じ商品と価格が同じ P_0 水準にあるとき、「のれん」によってきまるとして Q_2 を設定する。しかし、かり

に価格が他の同じ商品と同一水準にあっても、その価格水準が P_0 より高い水準であれば、「のれん」で可まる産出量は先の Q_0 より小さくなり、たとえば Q_1 となろう。そうだとすれば「のれん」によってきめられる産出量は、あたえられた価格の高低に応じて変るとしなればなるまい。そしてその場合に直面する需要曲線は、水平でなくて右下りであるところの、市場全体からの割当て分としての個別需要曲線となろう。いずれにせよアンドリニウスのモデルには、価格水準が変わった場合に、「のれん」による需要量 \parallel 産出量 \parallel がどのように変わるか、その決定のメカニズムを欠いているといわねばならないであろう。