

独占と競争について(一)

有 井 治

目 次

- 一、独占と競争——二、完全競争と不完全競争——(以上本号所収、以下次号所収)
 三、完全競争の制限と不利益——四、不完全競争の利益——五、独占の統制。

近頃わが国では製鉄会社や製紙会社の合併を中心として、独占と競争の問題について論争され、新聞報道によれば、いわゆる学者グループが反対意見を發表したと伝えられている。

独占は大企業が消費者を搾取し、競争は消費者の利益に合致する、というのが従来からの経済常識であり、また経済学の創始者といわれているアダム・スミスが独占を攻撃して以来、あえてカール・マルクスを挙げるまでもなく、多くの経済学者も競争を推奨し独占を排撃して来た。殊に独占は生産設備をフルに利用せず、故意に生産を制限して価格を吊り上げ、利潤の極大を狙うものとして非難されて来た。ただいわゆる資本家的独占では、

独占と競争について(一)

なわち限界生産費曲線は独占企業にとつても、競争企業の場合と同じであるとすれば、競争企業の供給曲線は独占企業の限界生産費曲線となり、利潤の極大を求める独占企業は、価格を限界生産費と等しくせず、限界収入と等しくするであろうから、需要（平均収入）曲線 DD' の限界収入曲線を D_1 とすれば、生産が OQ_1 から OQ_2 に縮小され、価格は OP_1 から OP_2 へと騰貴するであろう。

これを要約すれば、(1)競争下では価格が限界生産費に等しい。(2)独占下では限界収入が限界生産費に等しい。(3)需要曲線が右下りであるから、限界収入は価格よりも小さい。従つて(4)競争下では限界収入は限界生産費よりも小さい。(5)限界収入曲線が右下り、限界生産費曲線は右上りであるから、両曲線は競争下の水準以下に、生産を減少させることによつてだけ、相等しくなるに止まる。(6)需要曲線が右下りであるから、生産の減少は必然的に高い価格となる。

このように競争の下では、どの企業もその生産高の変動によつて、生産物の価格に影響を与えるほど大きいものではなく、またいづれも市場価格を与えられたものとして、最も有利な水準にその生産高を定めるのである。しかし産業が独占化されると、生産高を制限することによつて、価格を引上げることができるようになる。

このような一般普通の見解で明らかでない点は、費用と需要の状態いかに拘らず、生産を縮小して価格を競争下の水準よりも吊上げることが、はたして常に独占者にとって有利であるか、どうかということである。

- (1) 学者は完全な競争とか、純粹な競争とか、あるいは自由な競争とかいうのであるが、そんなものは物理学における真空の仮定と同様に、いまだかつて地上に存在したことがなく、また今後にもないであろう。(拙稿「経済学における

諸前提の不在証明」——本誌第二三号所載、参照)

独占と競争について(一)

独占と競争について(一)

独占についても、法的権力の保護の下に立つ國家公共独占を除き、完全な独占は先ず成立しない。

(二) 限界生産費と価格との關係

独占の下では競争の場合よりも、価格は高く生産高は少い、というのが普通とされているけれども、ある価格と生産の状態が他の状態と比べて、どういう意味でよいか、よりよいか、最もよいか、ということができるのであるうか。

従来の一般的な見解は、均衡において資源の最良使用をもたらす、という意味において競争を推奨し、独占を攻撃し排斥したのである。この興味深いが困難な問題の検討は、いわゆる厚生經濟学 (Welfare Economics) の主要題目で、いまここで詳述する余裕がないから、ただ直観的に、何故に競争下における資源の配分が、独占下のものと比べて望ましいか、ということを考えるに止めよう。

競争下では価格が限界生産費に等しく、限界生産費とは現に生産された商品の、最後の一単位を生産するのに要した費用であり、価格は消費者が買入れる商品の、最後の一単位に対して支出しようとする金額である。従って消費者が更に次の一単位に対して支払う金額が、正にこれを生産するために必要な金額と、相等しいということの意味する。

独占の下では、価格が限界生産費を超過する。従って消費者が更に次の一単位に対して支払う金額が、これを生産するために必要な金額よりも大きい。しかも消費者は現在の生産高よりも、もっと多い数量を買いたいと思っているが、独占者が利潤を極大にするために、生産を制限しているから、余分に買入れることができない。前の図について見れば、独占では限界生産費が N_1 で、価格は N_2 であるから、消費者はもう一単位買入れる

ために、その生産に必要とする費用よりも、 MV だけ余分に支払われているわけである。しかも更に進んで生産費以上の価格で、 Q_1 の数量を買入れたいと望んでいるが、生産されていないので入手できないのである。

この故に、限界生産費が価格に等しい競争の場合の方が、価格が限界生産費よりも大きい独占の場合よりも、消費者はある意味において裕福になるであろう。これは事実上でも証明されうることであるが、厚生経済理論でよくいわれるように、誰かをより裕福にすることが、同時に誰かの安楽を書うのでなければ、とうてい実現されえないという意味における最適状態が、すべての生産部門で、価格と限界生産費の相等的な時に起る。従って価格が限界生産費よりも大きいならば、誰かの安楽を書うことなく、同時に誰かをより裕福にすることができない、という意味において、最適状態以下にある、ということができよう。

しかしこのことから直ちに独占の排除が望ましい、と結論するのは早急にすぎ、と共に論理の飛躍である。すなわち生産費に変化がなければ、独占下の価格は競争下のものよりも高く、また独占下の生産数量は競争下のものよりも少い、ということができるだけである。これらいづれの状態が望ましいか、また一の状態から他の状態へ移ろうとする時に、必要な相当な犠牲をば、甘受することが妥当とされる程の、選好度があるかどうか、ということは価値意識の問題であって、経済理論の領域を超越しているものである。

(三) 独占と生産費

従来における独占と競争の比較が妥当であるか否かは、主としてある産業が独占化された場合に、生産費に何等の変化も生じないか否かによる。しかし同種の生産企業を併合して、単一の大企業に集大成した場合に、もし何等かの節約——マーシャル的意味における外部節約や内部節約など——が行われるならば、多数の競争企業を

独占と競争について(一)

単一な独占企業とすることによって、生産高は増加され価格は引下げられうるはずである。再び前の図に戻って見ると、競争下の均衡価格は OP_1 、数量は OQ_1 であり、独占均衡下では価格が OP_2 、数量は OQ_2 となっているが、これは独占化によって生産費に変化なし、という仮定を含んでいる。いまもしこの産業の独占化によって、なんらか費用の節約が行われるならば、限界生産費曲線が下方に移動して、例えば MC_1 のようになったとすれば、生産は OQ_2 に増加し、価格は OP_2 に下落するであろう。それ故に経費の節約と能率の向上と結合した産業の独占化は、競争の場合と比べて価格を低下し、供給量を増加させることが明らかであろう。

もとより一産業の独占化が、いわゆる巨大経営の弛緩 (Slackness of the Giant Management) から能率を低下させて、一層強い売価の引上げと、生産の制限を行うことも考えられる。この場合には従来からの独占非難が、より大きな妥当性をもつことは、いうまでもないであろう。

これら二つの相反する見解は、ともにそれぞれの根拠をもっている。すなわち独占化は内外経費の節約によって、いわゆる規模の利益または大量生産の利益、例えば不必要な設備の重複をさけ、各企業にいた多数の指導者を減少させることができる、という長所があるとされている。もしこれに対して競争は常に能率向上の意欲を促進し、もしこれを怠るならば、敗退を余儀なくされるのであるが、独占には巨大経営の弛緩が起りやすく、過大企業の非能率はむしろ普通で、高利潤に安住して、多少の利益減少を意に介せず、敗退や破産については全く懸念する必要がない、といわれている。

要するに独占化の長短は、主としてそれが経費の節約となるか否かにかかっている。もし独占化が能率を促進するならば、価格は低下し生産は増加するであろうが、もしそれが生産費の低減に貢献せず、反対にこれを増大

さすようであれば、価格は騰貴し生産は減少して、消費者は生産者に搾取されるだけでなく、過剰設備ないし資源の遊休という点において、社会経済上の損失を招来する、というべきであらうが、独占化と生産費との関係は、具体的な事実問題であって、抽象的・理論的には何等の確言もできないところである。

(2) もし競争下における需要の弾力性が、1よりも小さいならば、独占化は生産費の減少いかに拘らず、常に生産を制限し、売価を引上げるであらう。

(四) 能率と革新

そこで能率の増進によって費用を低下し、革新の開発によって生産費を減少さすような刺激ないし誘因が、独占と競争のいづれに大きいか、という問題を考えなければならぬ。利潤の追求という視角から見れば、独占にも競争にもともに費用低減の必要がある。すでに述べたように生産者は、費用の低減によってより安くより多く販売することができ、その利潤を増加するのであるが、この利潤は独占者が新企業の参入を許さないのであるから、永続しうる性質のものである。従って利潤の極大という点からすれば、独占企業には短期的にも長期的にも、費用低減の誘因があるわけである。

競争下の企業についても同様の刺激はあるが、それは短期的なものに限られる。ただし有能な企業者による能率の増進と、革新の導入による超過利潤は、模倣と追従によって一般化し、やがては正常利潤の水準に戻るであろうからである。

この故に競争下の企業が費用の低減からうる増収は、短期的なものに止り、長期的には消滅するものである。従って利潤の費用低減への刺激の強さは、追加利潤の大きさと、その存続期間に依頼する。もし模倣と追従が短

独占と競争について(一)

期間に容易に一般化するとすれば、超過利潤の獲得は短期間に止るだけでなく、また革新開発のための費用と危険を償わないであろう。このような場合には、競争下の企業には革新の意欲が弱い、といわなければならない。これに反して模倣と追従に数年を必要とするならば、追加利潤は大きく長く継続されるから、企業に対する能率と革新による利潤増大の刺戟は大きい、ということができようであろう。

この意味において特許や商標その他の法的保護は、能率と革新による利潤増加の刺戟をば、効果的にしようとするもので、もしこれがなければ直ちに模倣され追従されて、その創始者は開発に要した直接の経費をも回収しえないであろう。

利潤の極大という見地からすれば、独占と競争における刺戟ないし誘因に、さして大きな差異があるとは思えない。もともと競争下の企業は、ただ競争下にあるという理由だけで、能率の向上と革新の開発に努力しなければならぬ。もしそうでなければ、競争者の能率と革新によって、とうてい競争を維持しえないだけでなく、敗退を余儀なくされ破産と清算に陥るであろう。

ところが独占企業は、たとい能率と革新に努力しなくとも、なお相当の利潤を獲得することができ、また破産することもないと考えられる。しかしここは注意しなければならないのは、すでに一言したように、第一に独占企業にも模造品や代用品という、潜在的競争を排除しえないことであり、第二に他企業の能率化や革新によって、競争企業の存立が危くなるのは、その模倣や追従が困難な場合に限られるのであって、もし容易に模倣や追従できるならば、この場合には能率化や革新開発の程度が小さいが、または殆んど存在しないのと同様である、ということである。

前項では一般普通の経済常識から早急な結論を導くことは、論理の飛躍であり誤謬に陥り易く、その前提を吟味しなければならず、しかもこれは具体的な事実問題である、と述べたのであるが——例えば我が国における最近の精密機器界のように、集中が相当に進んでいるに拘らず、価格は殆んど固定ないし低落傾向にある——本項での独占下および競争下での能率と革新の問題も亦、具体的な事実問題であって、理論的には何等の確言もできないところである。ただ抽象的・一般的にいえるのは、競争下の正常利潤よりも、独占利潤の方が大きいのを普通とするから、もし他の事情が同様であれば、独占企業は能率の向上や革新の開發のために、より多くおよび(または)より容易に費用を支出する可能性をもつ、ということだけであろう。

(四) 選択の範囲

一般的な経済常識では、競争下では各企業者によって、種々の質を異にする商品が供給され、消費者の選択範囲が大きいのに、独占下では画一的統一的な商品しか生産されず、選択の範囲が狭小であると考えられている。そこで選択の範囲の望ましい大きさの問題を暫らくおき、ここでは果して独占と競争のいづれに、生産物の分化が実現されるか、という問題を討究してみよう。

この問題について、独占の場合の方が競争の場合よりも、提供商品の分化が大きい、という普通常識とは反対の事例が示されている。すなわち例えばラジオやテレビの視聴者の八〇%が新劇を好み、その二〇%が旧劇を好むとしよう。もし放送局が一つしかないとするれば、新劇だけが放送されるに止まるであろう。第二の放送局が設置されても、多数の視聴者の半分(四〇%)は、少数の全部の視聴者(二〇%)を獲得するよりも有利であるから、新劇を放送するに止めるであろう。第三の放送局も亦少数の全部(二〇%)よりは、多数の三分の一(二六・

独占と競争について(一)

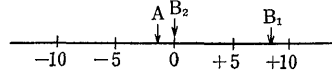
六%)を選択するであろう。こうして旧劇を放送しても不利でなくなるためには、五つの放送局の設立を必要とする。だから二、三の放送局では多数の視聴者を獲得するために競争して、二、三のほぼ同様な新劇を放送するに止めるであろう。

ところが二つの放送局が合併して独占となれば、このような方策は抛棄されて、最大多数の視聴者を獲得するために、第一放送で新劇を、第二放送では旧劇を放送するであろう。独占体は多数の視聴者のために、多くの費用を支出するであろうが、第二の同様の放送のための費用の支出はなく、残り二〇%の視聴者を獲得すれば足りるのであって、独占放送局の最善の方策は、最大多数の視聴者を獲得すればよいのである。

以上いずれの場合にも各放送局は、各々視聴者の最大多数を獲得しようと努力するのであるが、二つの独立した放送局の間では、多数の視聴者の獲得のために競争して、少数の視聴者に配慮しないのに対して、二つの放送局が合併して独占体となると、各局が両者を顧慮して新旧劇の両放送に専念することができる。このような事情の下では、競争は提供物の画一化と統一化を生み、しかも少数者を無視することになるのであるが、独占はこれと反対に提供物に分化を生み、少数多数の両群の欲求に適合するようになるわけである(わが国では同じ野球の試合が、同時に数局で中継放送されることが多い。設備の重複と無駄だけでなく、野球に興味を持たない視聴者もあるのである)。

このような事例は、むしろ例外的とも考えられるかもしれない。次にもっと一般的な場合を抽象的に考察してみよう。このために最も簡単なものとして、ある商品がその独特な品質によって、第2図で示したような尺度で十10から一10へと測定されるものとしよう。例えば石鹼粉が洗浄力で十10からのまで、皮膚を荒さない柔和性で

(第2図)



○から10まで分散しているとしよう(もちろんこの二つの性質は関係のないものではないが、互いに独立して直接に変化すると仮定する)。いまAが10の尺度にあわせた製品を造っていると、もしBが競争製品を生産しようとするならば、その最善の方策はどんなものであろうか。Bは強い洗浄力をもつが、柔和性ではむしろ粗い商品、例えば尺度上の10(図のB)から出発するかもしれない。消費者は両者の中間的なものを好むが、二種の石鹼粉の中から選択しなければならず、またその好みに従って選び買入るとすれば、Aは10から10までの全顧客を獲得することができ、Bは10から10までのお客を得るであろう。いまBがAの製品よりも洗浄力と柔和性が、ともに優れた粉を製造しようとし、Aとはさほど大きな差はないが、製品の相異が目される程度として、例えば図の尺度の0点(B)に移ったとすれば、Bは10から10までのお客を吸引できるであろう。Bにとって最善の方策は、その製品を品質上Aの右へ移すことであり、しかもその差異が眼につく程度に止むべきことが明らかであろう。このようにある商品と競争品との品質の差を、注目に値する程度に止め、それ以上のものとしなことが、最善の方策と考えられる。いわゆる『最小分化の原理』(Principle of Minimum Differentiation)がこれである。

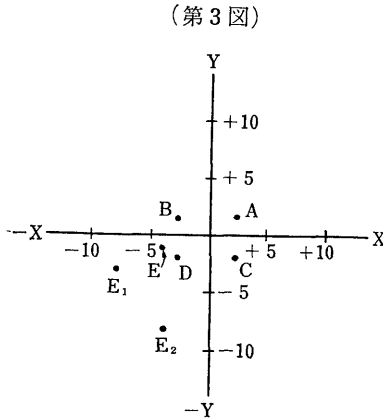
もしこの際に第三者Cが介入して来ると、いかなる戦略も不安定な経済過程を示すことになるであろう。すなわちもしAが10、Bが0に位置しているとすれば、Cにとって最善の策は10の製品を造ることである。しかしそうすると、消費需要が購買力から見ても、均等に分布しているとすれば、Bは市場の5% (すなわち10と10の間)を占拠するに止まるから、BにとってはAとCの外に出ることが有利となるであろう。そこで例えば

独占と競争について(一)

独占と競争について (二)

Bが+10に移るとすれば、Cの市場占拠率は僅少となり、10に移る方が有利であり、Aを二人の枠外(すなわち+5か-5)に追出すことになるであろう。こうして各企業が他企業の対抗策を考えず、市場における最大の占拠率を狙って動けば、動と反動の過程が際限なく繰返され、ついに均衡には到達しないであろう。このように第三者の介入は、最小分化の傾向を排除して、絶えざる変化への動向に替るのである。

各企業が他企業の行動を意に介せず、自分の次の方策だけを考える、という仮定を取去ると、種々の場合が考えられる。すなわち(1)各企業が先ず他企業の出方を見る場合、(2)二つの企業だけが自分の次の行動を考え、第三者がそうでない場合、(3)一企業だけが自分の次の行動を考え、他の二企業がそうでない場合、(4)二つの企業が共同する場合、等々これである。最後の場合には、二つの共同者は+5と-5の間に位置して、最大の占拠率を示し、第三者は報復しがたい状態におかれる。しかし第三者は+5と+5との間に位置して、いかに占拠率が二つの共同者の間に、分割されるかを決定することができよう。(これらはすべていわゆる寡占の理論であって、判り易く図と数字で示したにすぎない)



さて、生産物になおもう一つの性質を加えると、最小分化への安定的な傾向を再確認することができる。そこで前のように、X軸で洗浄力と柔和性を表わし、Y軸で他の性質たとえば色を表わし、赤から紫へとスペクトルに従って列ぶものとしよう。そうすると前から述べたところから明らかなように、たとい相当数の異なる製品があるとしても、各生産者の最善の戦略は、図の中心にかなり近い性質をもつ商品を生産することである。例えば四つの会社A・B・C・D

が、図で示したような性質の石鹼粉を製造販売している際に、第五社EがXとYの品質をもつ粉を製造して、この市場に進出しようとし、XまたはYのいづれかに従って極端に走り、例えば図のE₁またはE₂のような製品を造ることは、Dの製品に似たものを造るほど、例えば図のEの品質とする程は、お客を吸引しえないであろう。すなわちここでも亦、各社の商品は殆んど相異がなく、ほぼ相似たものとなって、中心点近くに集中するであろう。中心点に近い品質の商品を希望する消費者達は、あまり差異のない多くのものの中から、どれかを選ばざるをえないのであって、どれかまたは(および)二つの品質の特に強いものを求める消費者は、その欲しい商品が生産販売されていないから、これ入手することができない、ということになるであろう。(各社から売出されている各種の家庭電気機器を見るならば、このことが最も明らかに看取されるであろう)。

(四) 要 約

以上われわれは独占と競争の比較を試みたのであるが、その中心的な問題については、未だに通説がないばかりでなく、また諸説はなお不十分であり不適當である、ということが明らかになったと思う。従って独占と競争について、その優劣を一概に結論しがたい、といわなければならないであろう。多くの人々はその個人的な経験に基づいて、推究や思いつきや偏見の下に、この問題に対する意見を持っているであろうが、しかし経済理論の立場からは、独占と競争の結果と影響の比較について、綿密な推理と客観的な実証とを必要とし、なお未開拓の分野がかなり残存するものと考えられる。

なおこの問題に附加して考えなければならない問題は、経済理論の根本的な前提、殊に企業者の行動が常に利潤の極大を目標としている前提である。以上における我々の考察も亦この前提に立つのであるが、そのいわゆる

独占と競争について(一)

利潤の極大は、一時的のものか短期的のものか、はたまた長期的なものなのであるか。そのどれであるかによって、利潤の極大という意味、従って企業者の行動が異なるはずである。

もしまた利潤の極大という前提をはずすならば、推理は大きく変化するであろう。例えば巨大企業の出現は所与と経営の分離を生み、例えばバーナムのように、いまや経営者は精々のところ『キャバレーの雇われマダム』にすぎず、⁽³⁾利潤の極大よりはむしろある最低の正常水準での安定を求めるとか、あるいはロートシルトのように、その水準での利潤の確実性と安定性を望むとか、⁽⁴⁾いうような考えが示されている。さらに企業の名譽、例えば製品の評判や社員の待遇などを考え、企業の金融力や技術の優秀性を思い、企業規模の拡大等々に専念するものとすれば、経済理論したがって独占と競争との比較についても、大いに異った考察が生れるはずである。

(3) 長崎惣之助訳(昭和二六年)、武山泰男訳(昭和四〇年)「バーナム経営者革命」参照。

(4) 大石泰彦訳「ロスタヤイルド労賃論」参照。

二 完全競争と不完全競争

(一) 価格と社会的利益

古くから完全競争下における経済は、多くの点において理想型と考えられて来た。けだし完全競争下では各消費者がある二財の限界代替率を、その価格に比例させることができるからである。消費者は提供商品の総てについて自由に選択し、各人は各財をその価格が限界効用に等しくなるまで買入れ、価格が何人にとっても同一なのであるから、ある財の限界効用が各人にとって等しいということになるからである。そこでもし支出価格が各人に

とって等しい限界効用を示すものとすれば、或人の幸福を害わずに他の人をより裕福にすることができない、という状態が実現されるわけである。しかし理想状態が実現されるためには、ただ単に選択の自由があるだけでは不十分で、なお選択の十全なことや合理的なことを必要とする。不完全な競争はこのような理想状態からの離脱であって、消費者の効果的な選択を防げ、またこれを不合理なものとする。

選択制限の一半の原因は消費者自身の過失に基づく。すなわち惰性や無知したがって生ずる新商品の試用への抵抗等々これである。消費者の多くは買入商品の性質について、その良否を判断する資格をもっていない。従って多くの人々はある『品質の指標』、例えば商標・名称・形状・図示・生産国・老舗・価格等々に依存して満足している。価格を除く他の諸指標は参入を制限し、選択と合理的な比較の範囲を縮小する。不完全競争の最大の原因は、おそらく広告であろう。もちろん広告は、その商品の存在と出現を報告するという点で、人々の選択範囲を拡大するものではあるが、その主たる目的はお客の吸引にあり、人々の理性に訴えるものが少い。従って人の限界効用の見積りは、不合理と過誤に陥り易い。もし人々がより、完全に報道されるならば、知っている商品の買入を止めて、知らない商品を購入するであろう。こうして需要が歪曲されている限り、経済社会の資源の配置も歪曲され、経営の実質的な費用を測定しうる価格も亦、真の社会的利益を判定するものではなくなるのである。

(二) 資源の配置

完全な競争の下では、各生産要素の限界生産力は、その限界生産物の価額（限界生産物×価格）に等しいから、あの要素の限界生産力は、そのある産業での使用が、社会にもたらす限界利益を評定する。いかなる要素の各企

独占と競争について(一)

業に対する供給も完全に弾力的であるから、各要素の限界費用はその平均費用に等しく、これが各要素に支払われる報酬である。すなわちある要素の受取る報酬は、その用役が社会にもたらす限界価格を評定する。

さらに完全競争下では、要素の産業間における移動が自由であるから、要素の生産物・企業および産業の間における配置も亦、理想型となるであろう。すなわち各要素は、消費者の満足を極大にするように配置されるであろう。(もちろん消費者の満足が、その支払うとする価格によって評定されるとする、すなわち理想的な所得の分配が行われている⁽⁶⁾、ということを暗黙の内に仮定して)。

さて、完全競争と不完全競争との根本的な差異は、ある一企業の生産物に対する需要曲線が、前者では水平的であるのに対して、後者では右下りであることである。これは不完全競争の下では、各要素の限界物収入が、その限界生産物の価額よりも小さい、ということを意味する。けだし限界生産物収入の算定に際して、前に売られていた全単位の価格を引下げなければならぬからである。

なお要素市場における買手寡占(Oligopsony)のあること、すなわち要素の買入れ競争が数企業に止ることがある。例えばある要素の全部または大部分が、数社から構成されるに止る産業だけで使用される場合とか、生産物市場では多数の企業間に競争があるとしても、生産の方法の差異や生産および要素の地理的分布によって、或種の要素に対する一社の需要が、その全需要との関係から無視しえない場合などがこれである。このような事情の下では、この要素の各企業に対する供給は完全に弾力的でなく、一社の需要増加は他社への供給減少となり、要素に対する報酬の増加によってだけ、その使用を確保しうるに止まるであろう。すなわち生産量の増加と共に、要素の平均費用は増加する。しかも限界単位についてだけでなく、すべての単位に対する報酬の引上げと

なるのが普通である。従つて限界費用は平均費用よりも大きくなるであらう。すなわち競争が完全でなければ、限界生産物収入は使用各要素の限界費用に等しいが、それは限界生産物の価額よりも小さく、限界費用が平均費用よりも大きくなるであらう。

この故に限界価値生産性の小さい企業または産業から、その大きいものへと要素を移転させることは、社会的に有利であるけれども、限界生産物の価額の差異が報酬の相違に反映されないために、生産要素の移動が行れないのである。また限界生産物の価額の小さい企業が完全競争下にあり、その大きいものが不完全競争下にある場合にも、生産要素への報酬が相等しいこともあり、ともに不完全競争の下にある二つの企業で、限界生産物の収入と価額、または要素の平均費用と限界費用との比率が、一に大きく他に小さいこともあるであらう。

要するに、完全な知識と移動性があるならば、生産は常にそれ自ら消費者の選好に適合するのであるが、要素市場および(または)生産物市場に不完全競争があると、企業および(または)要素の配置や新企業の出現が、種々の摩擦——例えばカルテル化、規模の利益、要素供給の独占的な統制など——によって、おそらく阻害されることになるであらう。

(5) J. E. Meade, *Introduction to Economic Analysis and Policy*, Oxford U. P., 1936, 2nd ed., 1937, p. 114-5.

(北野熊喜男、木下和夫共訳「ミッド経済学入門」参照。

(三) 経営の規模

完全な競争の下では、平均収入は正確に平均費用に等しい。すなわち各経営の規模は最適のものである。しかしこのことは、各財が最低の費用で生産されていることを意味するであらうか。各経営が最適の規模にあるとい

独占と競争について(一)

独占と競争について (一)

うことは、そのことそれ自身ではこの意味をもっていない。現存するどれかの企業または新企業が、費用を更に引下げてより低い平均費用とするかもしれない。しかし完全な知識と移動性があるならば、もしこうした余地がある、直ちに実施されるであろうから、完全な競争は可能な最低費用を実現することになる。従ってまたそれは社会的に稀少な資源（土地・労働・資本・企業）をば、可能な最善の使用に供することになり、またそれらが各企業や各産業に、可能な最大の報酬をもたらすように配置されるということであり、またそれは各財が可能な最低費用で生産される、ということの逆の表現にすぎない。

不完全な競争の下では、参入の自由な完全な寡占や独占的競争の場合、経営は最適以下の規模であろう。適限経営となるのは、(1)寡占であれ独占であれ、その産業への参入が停止され、従って企業は異常な利潤をえることができ、しかも限界収入が生産物の最低限界費用に等しい場合か、(2)もし企業が総(平均)生産費主義 (Full Cost Principle)⁽⁶⁾ による時には、平均収入が最低限界生産費に、普通利潤を加えたものに等しい場合、などに限られる。

たとい不完全競争下の企業が最適規模にあるとしても、消費者は必ずしも最低費用での生産、という利益を受けるものではない。けだし適限経営からの利益が、浪費または異常な利潤に吸収されるからである。ただ企業が総生産費主義に依拠し、適限経営の下にありながら、普通利潤で満足して、その極大を狙わない時だけ、生産物の価格は真の最低生産費に等しくなるであろう。すなわち企業を含めた各生産要素を、ある企業または産業に止まらずに足る最低限となるであろう。

(6) 拙著「経済学、上巻、理論経済学」(昭和四十四年、有斐閣刊)第七章第三節参照。

(四) 価格と眞の生産費

完全な競争下では、生産の眞の利益は眞の費用に等しいであろう。諸物価は國民所得を形成する各種の財貨や用役の生産から、社会がうける利益すなわち各消費者の選好を評定するであろう。諸物価は貨幣的費用すなわち限界費用に等しく、限界費用は各要素への報酬に等しいであろう。そして各要素への報酬は、その所有者が生産のための使用を認容する眞の費用を評定するであろう。各資源の用途を変更したり、一般的に財貨や用役の総量を増減することによって、社会の稀少資源の使用を改良すること、すなわち満足を増加したり、眞の費用を減少することができないであろう。

不完全な競争の下では、要素に支払われる報酬は、社会がその使用からうける限界利益を反映しないだけでなく、報酬は要素の所有者がその使用を認容する眞の費用を評定しないであろう。もしどれかの要素が搾取されたり、その供給が制限されたりするならば、これに対する報酬は、完全競争下にあるような負効用の眞の評定ではないであろう。これは独占または統一的に行動する寡占体が、生産要素に対する総需要の大きな部分を占め、従って強い協約力をもち、要素の所有者が他の競争的な提供に接するならば、獲得できるであろう価額以下に押下げるからである。同様に例えば組合が或種の労働供給について行うように、生産要素の供給に独占的な統制を用いるならば、雇用者が他の提供との間に選択を行いうる場合に比べて、要素の所有者が認容する最低以上の報酬をうる、というような協約上の利益をもつであろう。ある職業への参加が制限されていると、その職業で國民所得により、大きな貢献のできる人が参加できず、より小さい貢献しかできない産業に止まらざるをえず、また生産性の低い人々がこの職業に誘引され、その高い人々が排除される、というようなことにもなる。こうして制限は

独占と競争について(八)

労働者数を、社会が望みまた協約が自由で平等である場合よりは少くするだけでなく、また労働用役の品質を低下せしめることになる。

生産要素の貨幣的報酬について述べたところは、雇用のその他の条件についてもまた妥当する。社会的な限界利益が社会的な限界費用に等しくなるためには、労働者が自由に専門化することができ、その労働時間を所得と余暇の限界効用が等しくなるように、調整のできる必要がある。もとより労働組合は、労働時間の協約に際して、個々の好みを考慮せず、多数の組合員に適合するところを推定するに止まる。各人は好むと好まざるとに拘らず、労働協約に服さなければならず、また現代産業の能率を維持増進しようとするならば、各人の自由な好みを認めることができないであろう。他方において組合は、独占的な雇用者またはその団体が、未組織労働に対して行う反対の圧力、例えば労働者の差別待遇や差別労賃、労働者の所得と余暇の選択に関係のない労働時間の一方的な決定など、という反対の歪曲を防止しうるもので、その程度は協約力の強弱に依存することは、いうまでもないところであろう。

(五) 差別独占 (Differential Monopoly)

独占者が数多の価格を成立させ、単純な独占価格とするよりも、更に大きな利潤を獲得しようとする場合が差別独占である。⁽⁷⁾もとより寡占および独占的競争の大集団にとつても、差別価格の協定は可能であろう。しかもこのような事態があるとすれば、この企業団は集合的な独占として行動しているのであって、価格協定の蔽守が必要であり、協定の適用される市場では独占力を持っていることが前提となる。

いわゆる差別独占は単純独占と同様に、生産量の制限や高率の利潤、そして価格が限界生産費よりも大きい、

等々の批判が加えられるのは当然であるが、単純独占と比べてその程度はより大きいか、または単純独占にはない歪みがあるであろうか。第一の問題については、先験的・一般的には解答しえない。全体の生産量や平均価格は、差別があるのとないのと同じであるかもしれないし、競争の場合と同じであるかもしれないし、また大きく異なるかもしれないが、これらはすべて事情のいかに依存する。⁽⁸⁾

第二の問題についても明確な解答はない。単純独占から差別独占への移行は、一部の人々が以前よりも高価を支払い、他の人々が安価を支払うことを意味し、その結果として純利があるか純損があるかということは、どのグループが救助に値すると考えられるかに依存する、そこですべての可能性を考えても、ある場合には差別を肯定し、他の場合にはこれを否定しなければならぬであろう、すなわち解答は一般に認容される事実よりも、むしろ見解の相異に帰するであろう。もし二つのグループを区別しないならば、差別独占は歪みを増すといえる。もし消費者の支払う価格が、社会的な限界利益の真の評定であるならば、消費者のいかに拘らず、もし差別独占が生産物のより多くを、その安価な市場から高価な市場へ移すならば、資源の使用からえられる社会の総利益を増す、ということになるであろう。

これとともに考えなければならぬのは、高価な市場で買入れる人々にも、差別独占が有利であるかもしれないということである。すなわち差別独占の結果として増産が行われ、従って限界生産費が引下げられるならば、弾力性の小さい市場における価格は、差別独占のなかった場合よりも引下げられるであろう。またもし高価な市場が費用を償うに十分な収入を保証しえないならば、この市場に現存する需要は、安価な市場での搾取がなければ、充足されないであろう。早朝割引がなければ、市電の料金はもっと高くなるであろうし、安価な旅行エック

独占と競争について(一)

がなければ、鉄道の普通運賃は上げられるであろう。外国市場へのダンピングは、国内の市場価格の引下げを可能にするであろう。

(7) 前掲拙著「理論経済学」第六章第一節の二、参照。

(8) J. Robinson, *The Economics of Imperfect Competition*, London 1933, Chap. 15, (加藤泰男訳) 参照。

(9) ある生産要素に対する過剰の報酬

ある企業またはカルテルが、ある商品の供給の全部または大部分を手中に収めているならば、このためにその商品の売価を決定する力を持つことができる。もし同時に生産要素の市場をも支配するならば、この力によって要素をも搾取することができる。いわゆる売買独占⁽⁹⁾ (Monopoly) がこれである。同時に労働組合は、その労働供給の統制力をば、労賃の引上げに用いることができる。これらの場合には企業または組合は、価格の受容者 (Price-taker) ではなくして、価格の形成者 (Price-maker) となり、その協約力は異常な報酬、すなわちこの要素を当該生産に留保するのに必要な程度以上のものを、獲得するに足るであろう。このような過剰の報酬は、他の要素または消費者の犠牲において得られるものである。(この故に労賃インフレ、利潤インフレが論議されているわけである)⁽¹⁰⁾

(9) 前掲拙著「理論経済学」第六章第二節の四、参照。

(10) T. Scitovsky, *Welfare and Competition*, London 1952, 参照。

(11) 拙著「経済学」下巻、貨幣経済学」(昭和四十四年、有斐閣刊) 補論の一、参照。

(未完)