

寡占的市場における 価格決定方法と価格設定方式

安部 一成
山本 英太郎

はじめに

- 1 問題の所在
- 2 価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係
- 3 代表的諸理論にみられる価格設定行動
- 4 価格決定方法と価格設定方式の間の理論的關係
- 5 本稿の帰結

はじめに

われわれは、わが国大企業の寡占的行動体系にかんする理論的・実証的研究を継続して行なっているが、寡占的企業行動の体系化を試みるにあたって、なお十分検討すべきいくつかの部分的側面を残している。本稿は、そうした側面に対する分析のひとつであって、価格決定方法と価格設定方式の間の現実的・理論的關係を検討することを目ざしている。

なお、われわれの分析を進めるに当っては「日本経済研究奨励財団」から交付された研究費（昭和48年度）に負っていることを附記して謝意を表する次第である。

1. 問題の所在

(1) われわれは、寡占的大企業の投資行動と価格行動を2本の柱としてこれまで分析を進めてきたが、寡占的価格行動の分析においては、大企業の価格行動のなかに寡占的特質を求め、いわば「行動-成果分析」的接近^②によっていくつかの理論的仮説を提出してきた。すなわち、大企業の価格行動として価格決定方法、価格設定方式およびマージン実現要求力の3者を中心的主柱とみなし、それら3者の組合せのあり方によって寡占的特質を判定し、「行動-成果分析」を組み立ててきた。したがって、これまでの分析においても、それら3者の組合せの各々がもつ理論的意味あいを十分に明らかにすることが、われわれの実証分析から導出された理論的仮説の正当性を主張するためには不可欠な作業であったといわねばならない。しかしながら、そうした理論的意味あいについては、これまでの分析の過程で部分的に検討するという方法によってある程度明らかにされてきているとはいうものの、われわれは体系的な分析を試みているわけではない。これは、われわれの研究における残された問題のひとつであった。

(2) われわれは、われわれの研究の発展を理論・計量経済学会西部部会（51年6月）において報告したさい、^③コメンテーターの新野幸次郎教授は、コメントのひとつとして、上述したわれわれの研究の未解決部分に対して疑問を投げかけられた。すなわち、それを要約すると次のようになる。

① 安部・山本『日本における大企業の行動』、山口経済研究叢書、第9集、昭和47年12月。また同様に、『日本の大企業の寡占的行動体系』、山口経済研究叢書、第11集、昭和50年8月。

② このアプローチは、売手集中度を基準として寡占度を測定するペイン流の「構造-成果分析」的接近と異なる。いうまでもなく、両者の関係は、理論的・実証的にくわしく検討されなくてはならない。われわれは、これにかんする研究成果を、理論・計量経済学会、昭和51年度大会（昭和51年10月）において報告することになっている。これについては、安部・山本「寡占的価格設定行動の論理——構造成果分析と行動成果分析——」、『山口経済学雑誌』、第26巻第3・4号を見よ。

③ この報告の内容については、安部・山本「寡占的価格設定行動の理論と現実」、『山口経済学雑誌』、第26巻第1・2号（昭和51年7月）を参照せよ。

シロスーラビーニ教授も指摘しているように、価格決定方法と価格設定方式の間の理論的關係が明確ではない。両者を分ける理論的根拠は何か？シロスーラビーニ教授は、「両者は同一のものである」と解釈している。また、仮りに両者を分けるとしても、価格決定方法が寡占的であるならば、価格設定方式も当然ながら寡占的でなければならない。だが、この実証的研究によると、プライス・リーダー型価格決定方法を取りながら需要・供給型価格設定方式をとっているタイプ、あるいはフル・コスト型価格設定方式を取りながら需要・供給型価格決定方法をとっているタイプ、などの企業がかなり多数存在しており、両者の關係が理論的にみて首尾一貫していない。これは、企業の生産物が多品目にわたるためであるのか？あるいは、もしそうでなければ、アンケートの設問方法に問題があるのではないか？

以上のコメントのうち、われわれがただちにはっきりと答えることができるのは、「生産物の多品目」にかんする点である。すなわち、価格決定方法と価格設定方式の間の矛盾は、生産物の多品目によって生ずるのではない。回答内容の信ぴょう性の問題を別にすると、回答企業は、社内売上額において上位3位までを占める主要製品の特定のひとつを定めて回答することになっているからである。

(3) 新野教授は、われわれの研究に対するシロスーラビーニ教授の論評を引用されたが、本稿のテーマとの関連におけるシロスーラビーニ教授のコメントを整理すると、次のようになるであろう^④。

(イ) 「価格決定方法」と「価格設定方式」の両者は、表現は異なるが同じ内容のものである。

(ロ) 価格決定方法における需要・供給型は、需給關係がある意味ではたえず作用しているという意味において、きわめて「こうかつ」な回答をひき

④ 安部・山本『日本の大企業の寡占的行動体系』、「補論、シロスーラビーニ教授のコメント」, 158—160 ページ。

出すところのきわめて「こうかつ」な質問である。需要の拡大の効果は、競争経済と非競争経済において異なる因果系列をひきおこす。すなわち、競争経済においては、需要の拡大→価格騰貴→供給拡大→価格低落といったパターンを示すのが通例であるが、これに対して非競争経済においては、供給の変化が価格変動を伴うことなしに需要変化に対応できるという意味で、価格は需要・供給関係によっては決まらない。短期において価格変化と関係をもつのは、フル・コスト原則である。だが、その場合においても、需要が価格の決定に関連しているのは事実である。

(イ) 価格決定方法の不明確さは、需要の価格弾力性を考慮する企業の割合によっても端的に表示されている。プライス・テーカーではなく、価格に影響を及ぼすことのできる企業だけが、需要の価格弾力性を気にかけることができるはずであるのに、その実際の割合は90%以上に達している。

(ロ) 価格設定方式のひとつの型として生産方法適応型を設けているが、すべての企業はコストに生産方法を適応させている。すなわち、各企業は、コストを切り下げようとするか、生産諸要素の価格、とりわけ貨幣賃金の上昇を相殺しようとするか、を努めている。したがって、「生産方法適応」と「フル・コスト」とを対照させようとする考え方を理解することはできない。

(4) 新野教授ならびにシロスーラビーニ教授のコメントに答えるために、本稿では、次のような作業手順を予定している。先ず第1に、価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係において、「理論的に首尾一貫していない」と指摘される部分の大きさを明確にする。第2に、代表的寡占価格理論のいくつかをとり上げ、各々の理論体系内部において価格決定方法と価格設定方式がどのように取扱われているかを検討する。第3に、こうした検討の帰結にもとづきながら、価格決定方法と価格設定方式の両者の型の組合せがもつ理論的意味あいについて考えるとともに、価格決定方法と価格設定方式とを価格行動の2側面として分ける理論的根拠を明らかにする。最後に、こうした作業を終えた後で、本稿の帰結として、新野教授ならびにシロスーラビーニ教授のコメントに対してわれわれの回答を試みる。

2. 価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係

(5) これまでのわれわれの分析においては、価格決定方法は4つの型に分けられている。すなわち、プライス・リーダー型、特定企業追随型、多数企業考慮型および需要・供給型である。そして、われわれは、プライス・リーダー型と特定企業追随型の両者を寡占型、需要・供給型を競争型と形式的にみなしている。多数企業考慮型は、寡占的か競争的かの基準からすると、必ずしも明確な概念を与えない。この型のなかには、暗黙の協定型から需要・供給型に近いものに至るまで組み入れることができる。

他方、価格設定方式も4つの型に分けられている。われわれは、フル・コスト型と生産方法適応型を寡占型とみなし、需要・供給型を競争型とみなしている。競合輸入品価格考慮型は、結果的にみると、寡占的企業が採用している価格設定方式であると判明したが、それは、寡占的か競争的かの理論的基準によっては判定することはできない。

(6) さて、われわれが、理論・計量経済学会西部部会の報告で利用した日本リサーチ・センターの資料^⑤によると、全産業における価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係は、第1表のようになっている。これによると、プライス・リーダー型43社のうち寡占的価格設定方式をとる企業は28社(65%)であり、需要・供給型価格設定方式をとる企業は9社(21%)であった。後者は、「理論的にみて首尾一貫しない」と指摘されている部分である。他方、需要・供給型価格決定方法をとる企業145社のうち寡占的価格設定方式をとる33社(23%)は、「理論的にみて首尾一貫しない」ことになる。

さて、こうした関係をもっとかんたんにとらえるために、先の分類にしたがって、価格決定方法と価格設定方式の間の関係を寡占型と競争型だけの数字で整理し直すと、第2表が得られる。ここでは、需要・供給型を競争型として形式的に分類するが、後述するように、これは必ずしも正しくない。だが、「理論的に首尾一貫しない」といったコメントの決め手は、需要・供給

⑤ 日本リサーチ・センター『工業製品の価格形成に関する調査報告書』, 昭和49年3月。

型を競争型とみなす点にあるのだから、この段階ではそうした見方をしておく方がよからう。

第1表 価格決定方法と価格設定方式(全産業)

設定方式 決定方法	フル・ コスト型	生産方法 適応型	輸入品 考慮型	需要・供給 型	その他	回答企業数
プライス・ リーダー型	25 [58.1] (22.7)	3 [7.0] (13.6)	4 [9.3] (57.1)	9 [20.9] (4.2)	2 [4.7] (15.4)	43(100.0) (11.7)
特定企業 追随型	5 [35.7] (4.6)	0 [0] (0)	1 [7.1] (14.3)	7 [50.0] (3.2)	1 [7.1] (7.7)	14(100.0) (3.8)
多数企業 考慮型	42 [30.4] (38.2)	10 [7.3] (45.5)	0 [0] (0)	82 [59.4] (38.0)	4 [2.9] (30.8)	138(100.0) (37.5)
需要・ 供給型	26 [17.9] (23.6)	7 [4.8] (31.8)	1 [0.7] (14.3)	110 [75.9] (50.9)	1 [0.7] (7.7)	145(100.0) (39.4)
その他	12 [42.9] (10.9)	2 [7.1] (9.1)	1 [3.6] (14.3)	8 [28.6] (3.7)	5 [17.9] (38.5)	28(100.0) (7.6)
回答 企業数	110 [29.9] (100.0)	22 [6.0] (100.0)	7 [1.9] (100.0)	216 [58.7] (100.0)	13 [3.5] (100.0)	368(100.0) (100.0)

※()および[]は回答企業数に対する構成比

さて、第2表によると、該当する総企業数192社のうち143社(74.5%)は「理論的にみて首尾一貫する」が、49社(25.5%)は「首尾一貫しない。」そして、この49社のうち、価格決定方法が競争型であり価格設定方式が寡占型である33社は、その逆のケースである16社を上回っている。このことは、次のようにいってもよい。価格決定方法からみても価格設定方式からみても、寡占型および競争型の双方において「理論的に首尾一貫しない」部分が含まれるが、価格決定方法と価格設定方式の両者を比較すると、後者の方が競争型に偏りをみせている。すなわち、それは、寡占的価格設定方式に含まれる競争型の割合(50%)が寡占的価格決定方法に含まれる競争型の割合(12.7%)を大きくこえているところにもあらわれている。したがって、価格設定方式の寡占型は、価格決定方法のそれよりもいっそう「理論的にみて首尾一貫しない」部分を多く含んでいる。

第2表 全産業の現実的關係

		価格設定方式		
		寡占型	競争型	計
価格決定方法	寡占型	33 [67.4] (50.0)	16 [32.7] (12.7)	49[100.0] (25.5)
	競争型	33 [23.1] (50.0)	110 [76.9] (87.3)	143[100.0] (74.5)
	計	66 [34.4] (100.0)	126 [65.6] (100.0)	192[100.0] (100.0)

第3表 シェア別にみた現実的關係(シェア41%以上)

		価格設定方式		
		寡占型	競争型	計
価格設定方法	寡占型	16 [80.0] (80.0)	4 [20.0] (30.8)	20[100.0] (60.6)
	競争型	4 [30.8] (20.0)	9 [69.2] (69.2)	13[100.0] (39.4)
	計	20 [60.6] (100.0)	13 [39.4] (100.0)	33[100.0] (100.0)

第4表 シェア別にみた現実的關係(シェア10%以下)

		価格設定方式		
		寡占型	競争型	計
価格決定方法	寡占型	4 [44.4] (33.3)	5 [55.6] (10.6)	9[100.0] (15.3)
	競争型	8 [16.0] (66.7)	42 [84.0] (89.4)	50[100.0] (84.7)
	計	12 [20.3] (100.0)	47 [79.7] (100.0)	59[100.0] (100.0)

(7) 価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係は、シェア別にみると、第3表および第4表のようになっている。これらによると、「理論的に首尾一貫している」企業のうち寡占型企業の割合は、シェア41%以上では64%、シェア10%以下では9%となっているから、シェアが大きいほど寡占型企業のウエイトは大きい。シェア別の総企業数のうち「理論的に首尾一貫しない」企業の割合は、シェア41%以上(24%)でもシェア10%以下(22%)でもさほどの開きはあらわれていないが、「理論的に首尾一貫する」寡占型企業との關係においてこれをみると、シェアの小さな企業ほど競争型への偏りはきわめて大きくなっている。そして、シェア10%以下では、価格決定方法と価格設定方式の双方における寡占型企業において、競争型のウエイトは寡占型のそ

第5表 業種別にみた現実的關係(一般機械)

		価格設定方式		
		寡占型	競争型	計
価格決定方法	寡占型	9[100.0] (75.0)	0 [0] (0)	9[100.0] (45.0)
	競争型	3 [27.3] (25.0)	8 [72.7] (100.0)	11[100.0] (55.0)
	計	12 [60.0] (100.0)	8 [40.0] (100.0)	20[100.0] (100.0)

第6表 業種別にみた現実的關係(化学)

		価格設定方式		
		寡占型	競争型	計
価格決定方法	寡占型	3 [60.0] (27.3)	2 [40.0] (7.7)	5[100.0] (13.5)
	競争型	8 [25.0] (72.7)	24 [75.0] (92.3)	32[100.0] (86.5)
	計	11 [29.7] (100.0)	26 [70.3] (100.0)	37[100.0] (100.0)

れを上回っている。したがって、価格決定方法においても価格設定方式においても、シェアが小さくなるほど、寡占型企業のなかで「首尾一貫しない」割合が大きくなるというよい。

(8) 価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係を業種別にみると、第5表および第6表が得られる。これらによると、「理論的に首尾一貫している」企業のうち寡占型企業の割合は、一般機械（53%）の方が化学（11%）を大きく上回っており、前者は寡占型業種、後者は競争型業種とみなしてもよからう^⑥。そして、一般機械と化学の間の比較は、シェア41%以上とシェア10%以下の間の比較と類似しており、競争型業種の方が、価格決定方法においても価格設定方式においても寡占型企業のなかで「首尾一貫しない」割合は大きくなっている。また、一般機械と化学の双方において、価格設定方式は価格決定方法よりもいっそう「理論的に首尾一貫しない」部分を多く含んでいるというよいが、こうした傾向は、競争型業種の化学において著るしい。

(9) この節を終わるに当って、価格決定方法と価格設定方式の間の現実的關係について要約しておこう。

(イ) 価格決定方法からみても価格設定方式からみても、寡占型および競争型の双方において「理論的に首尾一貫しない」部分が共通して含まれる。

(ロ) 価格決定方法においても価格設定方式においても、シェアが小さくなるほど、また業種が競争型となるほど、寡占型企業のなかで「理論的に首尾一貫しない」割合は大きくなる。

(ハ) 価格設定方式の寡占型は、価格決定方法のそれよりもいっそう「理論的に首尾一貫しない」部分を多く含んでいるというよいが、こうした傾向は、シェアが小さくなるほど、また業種が競争型となるほど、いっそう明確にあらわれる。

さて、こうした帰結は、われわれに次の論点を示唆するであろう。すなわち、「理論的にみて首尾一貫しない」事実關係が生ずるのは、価格決定方法および価格設定方式の各型の分類が不適切であるか、それとも各型の概念の不

⑥ 安部・山本「寡占的価格設定行動の理論と現実」を参照せよ。

明確さに原因があるに相違ない。あるいは、双方とも原因となっているのかもしれない。この節の検討を通じて直ちに指摘しうることは、需要・供給型の内容のあいまいさである。それは、シェアが小さいケースや寡占型企業の割合が小さい業種において、特徴的にあらわれているようだ。それらにおいても、需要・供給型をそのまま「競争型」とみなすことができない側面をいくつか含むはずである。価格決定方法と価格設定方式の関係でこれを見ると、価格設定方式の寡占型において「理論的に首尾一貫しない」部分をいっそう多く含んでいることから、価格決定方法における需要・供給型の内容が価格設定方式のそれよりもいっそう不明確であることを示している。

3. 代表的諸理論にみられる価格設定行動

(10) われわれは、「価格の決まり方」を示す価格決定方法と「価格の高さを決める方式」としての価格設定方式とを区別している。われわれは、シロスーラビーニ教授とは異なった見解をもっており、価格決定方法と価格設定方式の両者は、価格行動の2側面として区別されなくてはならないと考えている。それらについての理論的根拠は、次の節で示すことにしよう。この節では、われわれは、代表的な寡占価格理論において価格決定方法と価格設定方式の両者がどのように取扱われているかを検討する。その場合、両者の間の「理論的に首尾一貫しない」部分が生ずる可能性を検討することが、われわれの主要なテーマとなるであろう。以下、代表的諸理論として、カレツキー、ポーモル、シロスーラビーニおよびベインの寡占価格理論をとり上げる。なお、以下において、価格決定方法と価格設定方式の両者をあわせて表現するときには、われわれは、「価格設定行動」という言葉を使用する。

(11) M.カレツキーによれば、^⑦企業は能力産出量以下で操業し、そこに至るまでは平均主要費用は不変であるとみなされるが、こうした寡占的市場におい

⑦ M. Kalecki, *Theory of Economic Dynamics*. 宮崎・伊東訳。

ては種々の不確定要素が介在するから、企業は極大利潤の追求のような厳密な行動をとることはできないと想定される。すなわち、「(完成財の) 価格決定に際して企業が考慮に入れるのは、みずからの平均主要費用と同種の生産物を生産する他企業の価格である。企業は、他の企業の価格に比してあまり高すぎないように価格を決定するよう注意しなければならない。なぜならば、価格を高くしすぎると、販売量を急速に減少せしめるからである。また、企業は、みずからの単位主要費用に比してあまり低すぎないように価格を決定するよう注意しなければならない。なぜならば、価格を低くしすぎると、急激に利潤マージンを減少せしめるからである。」^⑧カレツキーによれば、こうした価格行動は、半独占的な価格形成を描くものとされるが、彼の場合、市場構造の具体的形態が明確に前提とされるわけではない。したがって、「半独占的な価格形成」は、かなり幅広いものとして把握されざるをえない。つまり、こうした状況のもとにおいては、価格設定行動はいくつかの型をもつ可能性がある。

先ず、第1に、上述した彼の定式化をそのまま形式的に理解するものとしてしよう。いくつかの企業が存在している市場において、1企業はある程度の「独占度」をもつとともに、その価格の上限は他企業の価格によって制約されるというのであるから、その価格決定方法の基本的パターンは、われわれの「多数企業考慮型」となる。彼の場合、企業規模間の開きがさほど大きくないときには、こうした価格決定方法が支配的となる傾向があるといつてもよいかもしれない。そして、暗黙の協定型価格決定方法も、このパターンに入る場合が多い。それでは、このケースにおける価格設定方式は何か？ 上述した彼の定式化は、明らかにフル・コスト型の1つのタイプであるといつてもよい。だが、それは、フル・コスト原則と若干相違すると主張される。「主要費用に比して共通費が増大しても、その結果、独占度は上昇するかもしれないといえても、上昇が必然的であるとはいえない。このような事情と、他企業の価格の影響を重視する点が、……いわゆるフル・コスト理論との相違点であ

⑧ M. Kalecki, *ibid.* 前掲邦訳書, 4-5 ページ。

る。^⑨」

こうしてみると、このケースにおけるフル・コスト型価格設定方式は、かなり広い概念となる。それは、フル・コスト原則に近いものから共通費上昇においても独占度が上昇しないものまで含むことになる。そして、後者のタイプが生じうるのは、1企業の価格が、共通費上昇のもとにおいても他企業の価格によって制約されるからである。1企業の価格づけは、フル・コスト的というよりもむしろプライス・テーカーとしての性格をおびてくる。設定される価格水準は、他企業の価格水準によって制約された高さとなる。こうした価格設定方式は、フル・コスト型とよぶよりも「他企業制約型」とよんだ方がよい。これは、これまでのわれわれの分類には含まれていないタイプの価格設定方式である。

多数企業考慮型のもとにおける他の価格設定方式としては、さらに生産方法適応型の存在が可能である。だが、カレッキーは、「技術進歩は単位主要費用を減少させる傾向がある。しかしながら、設備と技術の変化が価格と単位主要費用の関係に影響を与えうるのは、わずかに設備と技術の変化が独占度に影響を及ぼす範囲内にかぎられている^⑩」とのべているだけであって、生産方法適応型を価格設定方式の1つとして意識的に展開しているわけではない。他方、こうしたケースにおいては、需要・供給型価格設定方式は存在する余地はなさそうである。カレッキーが暗黙に想定していた個別需要曲線を明示的に描いたとしても、個別需要曲線は価格水準の決定には関与せず、過剰能力下の産出量の決定だけにかかわるからである。だが、このケースにおいてさえも、現実の市場ではこれを需要・供給型価格設定方式とみなす企業が存在する余地は残されるし、シロスーラビーニ教授のコメントがあてはまる側面が見出される。

(12) カレッキーの理論において、考慮されうる第2の型の価格決定方法は、プライス・リーダー型である。カレッキーは独占度決定の第1の主要原因と

⑨ M. Kalecki, *ibid.*, 前掲邦訳書, 12 ページ。

⑩ M. Kalecki, *ibid.*, 前掲邦訳書, 13 ページ。

して「巨大企業の形成に導びく産業の集中過程」をあげている。すなわち、市場のかなりの部分を支配している企業は、「自己の価格 p が産業の平均価格 \bar{p} をかなりの程度左右することを知っているし、そしてさらに、他の企業は平均価格に依存してそれぞれの価格形成をおこなうから、それらの企業の価格も自己の価格と同じ方向に動くことを知っている。このようにして、その企業は、もし巨大企業の形成がなければ実現したであろう水準より高い水準に価格を決定することができる。……このような事態は秘密協定によって強めることができる。^①」このケースにおいて、プライス・リーダー型をとる企業の価格決定方法は、上述したカレツキーの「定式化」と理論的に首尾一貫するかどうか疑問である。なぜなら、プライス・リーダーの場合、 p と \bar{p} との間の依存関係が上述の「定式化」の場合と逆になっているからである。だが、いずれにせよ、プライス・リーダーが存在する場合、他の企業は、 \bar{p} を介して間接的に特定企業追随型か多数企業考慮型の価格決定方法をとることになる。そして、こうしたプライス・リーダー制の確立は、暗黙または明白の価格協定がその有利な前提条件となるであろう。

さて、プライス・リーダー型価格形成がみられるケースの価格設定方式としては、プライス・リーダー型をとる企業はフル・コスト型であり、特定企業追随型や多数企業考慮型は他企業制約型と生産方法適応型であるといつてよい。

こうしてみると、カレツキーの寡占価格論においては、特定の1つの価格決定方法が特定の1つの価格設定方式と直接に結びついているわけではなく、両者はかなり弾力的なかかわり方を示しているが、寡占的価格決定方法と寡占的価格設定方式は、だいたいにおいて理論的に首尾一貫しているといつてよからう。なお、われわれは、寡占的価格設定方式の1つとして「他企業制約型」を追加したが、この方式は以下においても有効に使用されることになる。

^① M. Kalecki, *ibid.*, 前掲邦訳書, 10 ページ。

(13) W・ボーモルの売上高極大化仮説が基礎をおく理論体系においては、価格設定行動は2つのケースに分けられる^⑫。すなわち、第1に、最低利潤が売上高極大点に対応する利潤の大きさ以下に設定されるときには、企業者は売上高が極大となる産出量と価格を選ぶが、この場合の価格決定方法は、その価格形成が他企業の制約を受けないという意味において、プライス・リーダー型に近い。他方、このケースにおける価格設定方式は、フル・コスト型ではない。その価格水準は、企業者が設定する最低利潤によって算定されるのではなく、売上高極大点で決定されるから、「需要決定的」となる。そして、こうした価格設定方式は、われわれの分類には含まれていない。

第2に、売上高極大化仮説が成立するところの残された領域——利潤極大点から売上高極大点まで——においては、最低利潤は売上高極大点に対応する利潤を超過するから、企業の供給曲線は平均総費用に最低利潤をカバーする価格マージンを加えて形成されることになる。均衡価格は、この供給曲線と、売上高極大点に到るまでは需要の価格弾力性が1を上回る需要曲線との交点において決定される。したがって、このケースにおいては、個別企業の価格設定方式としてはフル・コスト型が採用されているように思われるが、均衡価格は需要曲線の位置によって左右されるから、フル・コスト原則のように「費用決定的」ではない。フル・コスト原則の場合には、標準操業度が独立変数として与えられていることに注意せよ。このような意味で、このケースは需要・供給型価格設定方式であるとも考えよう。他方、このケースにおける価格決定方法は、需要・供給型である。だが、この価格決定方法は、寡占的特質が供給側に反映されている点からみると、自由競争的ではない。つまり、需要・供給型をそのまま競争型とみるのは誤りである。需要・供給型のなかにはかなりの割合で寡占的価格設定行動が含まれていると考えねばならない。

(14) シロスーラビーニ教授の寡占価格論は、価格決定の理論と価格変動の理

^⑫ W. J. Baumol, *Business Behavior, Value and Growth*, 1959.

論に分けられている^⑬。価格決定の理論は、フル・コスト原則やカレッキーなどの多くの理論にみられる独占度不決定性の理論的弱点を克服しようとするものであった。すなわち、それは、フル・コストのマークアップ比率の決定メカニズムを示すことを目指している。それとともに、フル・コスト原則は、価格変動の理論のなかでコスト変動にもとづく動態的過程の分析に使用されている。こうした分析方法のもつ意味あいや適切さを究明することは本稿の目的ではないが、それらについてはわれわれはすでにくわしく論じている^⑭。

さて、シロスーラビーニ教授の価格決定の理論における価格設定行動は、いかなる形のものであろうか。大企業は、他企業を排除して得られる利潤が価格先導権を使わないときの利潤よりも大きいかどうか、それとともに闘争費用を十分償って余りあるかどうかなどを考慮して行動する。先ず大企業が中・小企業の市場参入を放任する場合には、価格決定方法は需要・供給型であるといえよう。既存企業の産出量と参入企業の産出量との合計によって構成される産業の供給量が、産業の需要曲線と対面することとなる。この価格の決まり方は1産業マクロ的であり、したがって、産業の価格決定方法が需要・供給型であるということは、いかなる型の企業にとっても価格決定方法は需要・供給型であるということになる。そればかりではない。こうしたケースにおいては、価格の高さも産業の需要と供給によって決定されるから、いかなる型の企業にとっても価格設定方式もまた需要・供給型であるといわねばならない。大企業をはじめとする各型の企業の利潤マージンは、決定される均衡価格の特定の水準によって受動的に決定される。それは、受動的に決定されるのであって、寡占的特質にもとづいて主体的・戦略的に設定されるのではない。

次に、大企業が中小企業か小企業を排除するケース（短期）を考えよう。大企業は、排除したいと思う企業の平均主要費用以下に価格を設定するから、

⑬ P. Sylos-Labini, *Oligopoly and Technical Progress*, 1962. 安部・山本・小林訳。

⑭ 山本英太郎「シロスーラビーニ・モデルにおけるフル・コスト原則の役割について」、『山口経済学雑誌』、第20巻第4号、昭和46年。

大企業の価格決定方法はプライス・リーダー型であり、排除の対象からまぬがれた他企業のそれは特定企業追随型となる。また、この過程における大企業の価格設定方式は、「排除を計画的に行なう価格の高さ」の決め方となるから、われわれの価格設定方式の分類には含まれていない。したがって、われわれは、これを「計画的排除」型とよぶこととしよう。また、排除の対象からまぬがれた他企業の価格は、大企業が設定する計画的排除の価格水準によって制約されるから、他企業制約型となる。だが、それらの企業は、プライス・テーカーとしての性格をあわせもつから、需要・供給型と誤解される余地が残される。

ところで、大企業による他企業排除の過程が終了した後においては、大企業は排除した企業の参入を阻止しなければならないから、その企業の最低利潤に対応する価格以下（すなわち参入阻止価格）に価格を設定しなければならない。したがって、この場合の大企業の価格設定方式は「参入阻止」型であり、その価格決定方法はプライス・リーダー型である。また、排除をまぬがれた企業の価格設定行動は、排除の過程と同じパターンを示すだろう。だが、排除が終了した後大企業が獲得した経済的空間の大きさや産業に存在する各企業の能力産出量の大きさなどによって、計画的参入阻止の価格水準が均衡価格となるとはかぎらない。そして、それが均衡価格でないときには、排除をまぬがれた型の企業あるいは排除された企業の市場参入がふたたび生ずるかもしれない。そして、これは、大企業が中小企業の参入を放任するケース（価格設定行動は両者とも需要・供給型）である。

シロスーラビーニ教授の価格変動の理論においては、大企業の価格設定方式は明確にフル・コスト型であり、その価格決定方法はプライス・リーダー型である。教授によれば、均衡モデルで決定されるフル・コストのマークアップ比率（もっと正確にいえば均衡利潤率）が、主要費用の変動にさいして次の均衡価格を設立するための基準となるのであり、これこそフル・コスト原則の理論的基礎を与えるものに他ならない。ところで、こうしたケースにおいては、大企業以外の中小企業の価格決定方法は特定企業（グループ）追随

型であり、その価格設定方式は、プライス・テーカーのパターンをとる他企業制約型か生産方法適応型となる。

こうしてみると、シロスラビーニモデルにおいても、特定の1つの価格決定方法には特定の1つの価格設定方式が結びついているということとはできない。また、価格の決定が1産業マクロ的に説明されるから、価格設定行動は需要・供給型となってあらわれるケースがある。寡占的価格決定方法と寡占的価格設定方式とは、必ずしも直接に結びついていない。このことは、需要・供給型がそのまま競争型であると解釈することを否定するものであると解釈しなければならない。

(15) J. S. ベインの参入障壁論においても、既存企業——優位性第1位企業とその他の企業——の価格設定行動を定式化することができる^⑮。ベインは、参入障壁の原因として、製品差別化、平均費用格差、規模の経済性の3つを指摘し、これらが参入条件にいかなる影響を与えるかを分析しているが、その場合、分析の最初に既存企業のプライシングを仮定している。すなわち、既存企業の価格は、優位性第1位の企業の価格と同じか、相違する場合でもそれと同一比率あるいは同一差額を保つ価格を他の企業がつけるというのである。つまり、「既存企業はすべて、企業間で同じ価格関係を維持するために、申合せにより同時に価格を変化させる^⑯」ことになる。ベインモデルは、この仮定によって、確定的な個別需要曲線を描くことが可能となる。こうした仮定は、ベインにとっては、売手集中度の増大にともなう論理的結果であり、当然認められるべき仮定であるといえるかもしれないが、いずれにせよ、彼のモデルにおいては、プライス・リーダーシップの確立、および明白または暗黙の価格協定関係がはじめから想定されていることになる。すなわち、既存企業の価格決定方法は、最優位企業のプライス・リーダー型およびその他の企業の特定企業追随型（または多数企業考慮型）である。そして、それらの価格設定方式は、最優位企業の参入阻止型およびその他の企業の他企業制

⑮ J. S. Bain, *Industrial Organization*, 2nd ed., 1968. 宮沢建一監訳。

⑯ J. S. Bain, *ibid.*, 前掲邦訳書, 272 ページ。

約型または生産方法適応型となる。

ベインの参入障壁論における既存企業の価格決定方法と価格設定方式の間のこうした関係は、参入障壁の3つの原因から生ずる各分析においてほぼ同じように適応される。第1に、製品差別化から生ずる参入障壁は、潜在的参入企業の平均費用曲線以下にその個別需要曲線がおさえられるような価格水準（と平均費用の差）によって決定される。プライス・リーダーとして行動する最優位企業は、自己の個別需要曲線上においてこうした目的が達成される場所の参入阻止の価格水準の位置を求める。第2に、平均費用格差から生ずる参入障壁の高さは、既存の最優位企業の平均費用と潜在的参入企業のそれとの格差によって測定される。したがって、このケースにおいては、個別需要曲線の位置は影響を与えない。第3に、規模の経済性から生ずる参入障壁の高さは、潜在的参入企業が悲観的な予想を行なう場合には、新規参入にともなう市場価格の低下の幅だけの大きさとなり、潜在的参入企業が楽観的な予想を行なう場合には、参入企業の個別的な需要・供給によって決まる価格水準がその平均費用を上回る幅となる。

以上の3つのケースでは、参入阻止型の価格水準が算定されると、最優位企業はプライス・リーダーとしてこれを設定し、他の既存企業は特定企業追随型としてその価格に従わねばならないと考えられている。

4. 価格決定方法と価格設定方式の間の理論的關係

(16) われわれは、前節において、代表的諸理論に含まれている価格決定方法と価格設定方式の間の理論的關係を検討した。こうした検討は、本稿で対象とされなかった他の寡占価格論についてももっと包摂的に試みる必要がある。だが、さしあたり、われわれの検討の範囲では、次のような一般的帰結を導出することができるように思われる。

(i) 価格決定方法の特定の1つの型が価格設定方式の特定の1つの型と直

線的に結びつくということはない。両者の組合せは、その基礎をなす市場構造の具体的形態によって制約されるが、その場合でもいくつかの組合せが可能であり、弾力的なかわり方を示している。だが、価格決定方法が寡占的であるときには価格設定方式もまた寡占的であるケースが、比較的によくみられるとってよいかもしい。その意味において、両者の結びつきは理論的な首尾一貫性をもつはずだとみなす一般的見解は、ある程度の正当性をもっている。

(ロ) だが、こうした傾向は、シロスーラビーニ教授の「排除後のケース」やポーモルの第2のケースなどでは適用されない。すなわち、主導的企業が寡占的な価格設定行動をとる場合でも、市場の均衡価格形成の過程が需要・供給型となるケースである。しかしながら、均衡価格の形成はその形としては需要・供給型であるが、個別企業の寡占的影響力が強く反映されているという意味において、こうした需要・供給型を自由競争型と考えることはできない。

(イ) また、(ロ)と関連をもつが、均衡価格の成立過程がマクロ的に説明される場合には、個別企業の寡占的価格設定行動がそのまま均衡価格のマクロ的成立過程と直接的関係をもつとはかぎらない。たとえば、ふたたびシロスーラビーニ教授の「排除後のケース」を例にとると、大企業によって参入阻止的に設定される価格が均衡価格でないときには、それは、新規参入の過程を通じて、需要・供給的に修正される。

(ニ) 価格設定方式にかんするわれわれの分類は、他企業の参入阻止や排除についての行動の型を含めていない。それとともに、価格追随型と理論的に結びつけられうる設定方式の典型的パターンを含めなかった。そのため、われわれは、本稿では参入阻止型、計画的排除型、他企業制約型の3つの型を導入している。これらの型は、生産方法適応型とともに、フル・コスト型として解釈されるかもしれない。だが、その場合には、フル・コスト式のマークアップ比率や目標とされる利潤マージンのなかにこうした企業行動を反映させながらフル・コスト型を解釈する必要がある。それは、

フル・コスト型の領域を拡大しすぎるため、価格設定方式の分類としては不適切であると思われる。

(ホ) 産業の主導的企業の価格設定行動が寡占的であると理解することは比較的容易であるが、これに追随する他の劣位企業の行動を理解することは必ずしも容易であるとはいいがたい。追随型企業の価格決定方法は、特定企業追随型か多数企業考慮型である。そして、これらと結びつけられる価格設定方式は、他企業制約型か生産方法適応型となる。われわれは、これらの価格設定行動を寡占型として分類した。だが、追随型企業がプライス・テーカーとして行動するかぎり、それらの個別的見地からは、その価格設定行動は需要・供給型（または競争型）であると理解されるかもしれない。追随型企業の劣位性が大きくなるほど、こうした解釈は、いっそうその可能性を増すであろう。なぜなら、こうした劣位企業の価格設定行動には、寡占的特質として抽出されるものはほとんど見出だされないからである。

しかしながら、われわれが寡占的価格設定行動をとり上げる場合、それは、市場の価格形成（および市場形態）との関連において問題とされねばならない。たとえば、価格がプライス・リーダーによって寡占的に設定される場合、他の諸企業がこれを認めるか認めざるをえないのであれば、その価格が市場価格として成立する。他の企業がプライス・テーカーとして追随しても、市場価格の形成過程はあくまでも「寡占的」である。追随型企業の価格行動は、本意・不本意を問わず、寡占的に形成される市場価格を承認し、かつこれを支持するものと解釈されねばならない。そうした追随型企業の価格設定行動は、寡占的価格形成に附随するものであり、需要・供給型または競争型とみることはできない。これとは逆に、市場が競争的であるならば、各企業はプライス・テーカーとして行動するが、その価格決定方法は、特定企業追随型でも多数企業考慮型でもなく、需要・供給型に他ならない。

したがって、価格設定行動（市場行動）は、市場の価格形成（市場成果）

や市場形態（市場構造）と結びつけて論ずる必要がある。価格設定行動は、それだけで寡占型か競争型かを判定するのが困難である側面をかなりの部分含んでいる。だが、これまでのわれわれの分析には、こうした視点が欠けていた。これは、われわれの次の分析視点となるだろう。

(v) ところで、(iv)で示した追随型企業の価格設定行動の特質は、第2節での実証分析ではどのような影響を与えているだろうか。われわれのアンケート調査は、個別企業に対して質問し、それぞれの価格設定行動の形態をきくというものであった。したがって、それは、市場構造や市場成果との関連において自己の市場行動を客観的に評価するといった形になっていない。その意味において、回答の信ぴょう性の問題を別にしても、プライス・テーカーとして行動する企業は、需要・供給型（または競争型）として回答する可能性が大きいといわねばならない。実際のところ、第2節のデータは、これを裏づけているようだ。すなわち、価格決定方法においても価格設定方式においても、シェアが小さくなるほど、また業種が需要・供給型となるほど、寡占型企業のなかで「理論的に首尾一貫しない」割合は大きくなるからである。つまり、われわれの調査結果は、需要・供給型へとかなり大きくかたよっていると考えねばならない。

(vi) さて、こうしてみると、需要・供給型価格設定行動は、寡占価格論の理論的構成の点からみても必ずしも自由競争型とはいえない。すでに示したように、そのなかには、寡占的と判定される市場行動がかなりの部分含まれるからである。このことは、価格決定方法と価格設定方式の双方について同じようにいうことができる。つまり需要・供給型は、シロスーラビーニ教授が指摘するように「こうかつ」であいまいな概念であり、われわれの立場からみても広すぎる内容をもつことになる。

他方、われわれの実証研究においては、理論的には寡占的とみなされる価格設定行動が需要・供給型（競争型）へと組み入れられる弱点が存在した。したがって、需要・供給型価格設定行動は、理論的には本来寡占的である行動を含むとともに、実証的には寡占型を競争型と誤解した企業の行

動を含むことになる。こうしてみると、第2節の分析において、寡占的価格決定方法と需要・供給型価格設定方式、あるいはその逆の組合せが存在することは、必ずしも「理論的に首尾一貫していない」ということにはならない。

しかしながら、こうした帰結は、われわれの価格設定行動の分類の不適切さと各型の概念の不明確さとから生ずるものであり、それらの矛盾は、需要・供給型のなかに集中的にあらわれている。われわれは、今後の実態調査においては、これらの側面を改善していかねばならない。

(17) 前項で示した「一般的帰結」によって、価格決定方法と価格設定方式の間の理論的關係は、かなり詳細に語りつくされたといつてよかろう。したがって、ここでは、価格設定行動を価格決定方法と価格設定方式の2側面に分ける理論的根拠についてかんたんにふれておきたい。

価格設定方式は、価格水準の高さをどのように設定するかを決め方であつて、プライシングや価格形成などの用語が使用されるときには、つねに価格設定方式を含んでいる。価格水準がどのように決まるかは経済学者たちの主要テーマであり、したがって価格設定方式の分析は、ひろく理解されている領域であるといつてよい。

問題は、価格決定方法である。これは、プライシングや価格形成の概念に必ず附随している。だが、明確にそれを価格設定方式から分離して両者の理論的・実証的關係を分析しようとした試みは、われわれの研究を除いて、他に存在しないように思われる。価格決定方法は、価格水準の設定の問題と異なつて、価格形成にさいして企業が価格へと接近する形態を意味する。たとえば、価格形成に対して積極的なアプローチをとる企業もあるし、受動的な受け入れ方を示す企業も存在する。

さて、価格決定方法の型を価格形成へのアプローチの形態によって形式的に分けてみると、プライス・リーダー型は積極的・能動的であり、特定企業追随型や多数企業考慮型は受動的であるとみられるかもしれない。価格決定方法の型におけるこうした性格づけは、基本的にはその企業の立場や戦略に

よって決定される。そのため、各型は、特定の価格設定方式の型と理論的に結びつくようにもみえる。積極的な形態としてプライス・リーダー型 \leftrightarrow フル・コスト型・参入阻止型・計画的排除型の組合せ、他方、受動的な形態として特定企業追随型・多数企業考慮型 \leftrightarrow 他企業制約型・生産方法適応型の組合せ、などである。だが、価格決定方法の各型も価格設定方式の各型も、実際にはかなり幅広い内容をもつのであって、各型の境界線は微妙であり、上述の組合せは硬直的なものではない。たとえば、プライス・リーダー型は、他企業制約型や生産方法適応型としばしば結びつく。プライス・リーダーが設定する価格水準は、他企業の価格や反作用と無関係であるケースは稀であろう。あるいは、設定する価格水準がそのような強い制約を受けた不本位な高さであるために、プライス・リーダーは、その価格水準を可能にする生産方法を導入しようと努力する。こうしたケースにおいては、プライス・リーダー型は、多数企業考慮型へと近づき、両者の境界線は微妙となる。他方、特定企業追随型と多数企業考慮型がフル・コスト型と結びつく可能性も強い。これらの2つの型は、つねに受動的パターンではなく、これらの型をとる企業が特定企業や多数企業との関係のなかで自己の戦略にもとづいて行動する場合が多いといえよう。したがって、価格決定方法の特定の型が価格設定方式の特定の型と結びつくとはいえないし、ある特定の型が厳密な意味で積極的であるとか受動的であるとか断定することもできない。だが、明確に言うことは、価格形成へのアプローチの形態を示す価格決定方法が価格設定方式とは異なるものであり、両者は価格設定行動の2側面として区別されなければならないということ、および価格設定行動のなかには、積極的な行動と受動的な行動——たとえ価格決定方法と価格設定方式の双方の各型が個々にこれらの行動へと明確に分けられないとしても——の両面があるということ、これである。

しかしながら、価格決定方法と価格設定方式にかんするこのような理論的關係は、寡占価格形式の理論体系をマクロ的につかむかミクロ的につかむかによって異なった問題を生み出すであろうし、動学と静学においても同じよ

うに言うことができよう。それらについては、本稿では、若干の指摘を示しただけで終わっている。

5. 本稿の帰結

(18) 本稿の最初の問題に立ちもどり、新野教授やシロスーラビーニ教授のコメントに対して、これまでの分析で示してきたわれわれの見解を整理しておこう。

(イ) 価格決定方法と価格設定方式は同一のものではなく、価格設定行動の2つの側面である。後者が価格水準の決め方であるのに対して、前者は企業が価格形成にさいして価格へと接近する形態を示している。

(ロ) 価格決定方法が寡占的であれば、価格設定方式も寡占的でなければならない。われわれの実証分析においては、価格決定方法と価格設定方式の双方において需要・供給型を「競争的」であると形式的にみなしたから、両者の間に「理論的に首尾一貫しない」部分が含まれているようにみえた。だが、需要・供給型は、理論的にみて本来寡占的である行動を含むとともに、実証的には競争型と誤解されるような寡占的行動を含んでいる。つまり、需要・供給型を競争的であると形式的にみなすことはできないのであって、そのため、われわれの実証的研究の結果が理論的にみて首尾一貫していない、と必ずしも結論することができなくなる。問題は、需要・供給型の内容の不明確さによるものであり、それは今後の実証的研究において改善されねばならない側面である。

(ハ) それとともに、価格決定方法と価格設定方式のそれぞれの分類方法についても、今後改善していかねばならない。本稿では、価格設定方式に対して3つの型を新たに追加した。これらは、価格設定方式の需要・供給型に入りこんでいる寡占的企業をひきだす効果をもつとともに、フル・コスト型の広すぎる内容を整理するために役立つであろう。

(ニ) この点は、シロスーラビーニ教授のコメントの第4点とかかわりをもっている。すなわち、教授が「『生産方法適応』と『フル・コスト』とを対照させようとする考え方を理解することはできない」とみなす側面である。ホールとヒッチも示しているように^{①⑦}、生産方法適応型は、フル・コスト型に含まれる。フル・コスト型は、幅広い内容をもっている。だが、形式的にはフル・コスト型であっても、企業の立場や戦略を反映した価格設定方式の型へと細分割することが望ましい。つまり、別の言い方をすると、フル・コスト型のなかに含まれる利潤マージンが企業のいかなる戦略のために使われるかによって、フル・コスト型は分けられるべきである。こうした意味において、われわれは、広い意味でのフル・コスト型を、価格形成へのアプローチが積極的である「フル・コスト型」と、そのアプローチが受動的である「生産方法適応型」とに分けている。また、「参入阻止型」や「計画的排除型」も、広い意味でのフル・コスト型に入るといってよい。

(ホ) だが、価格設定方式に新しい型を追加してその分類方法を修正しても、先の実証分析における「寡占的価格設定方式の方が寡占的価格決定方法よりも需要・供給型へと大きく偏っている」側面を解決することはできない。それは、「価格決定方法における需要・供給型の内容が価格設定方式のそれよりもいっそう不明確である」からであって、分析方法の改善のためには、価格決定方法の分類の修正が不可欠であることを示している。この点は、シロスーラビーニ教授のコメントの第3点と関係する。需要の価格弾力性を考慮する企業の割合が90%にも達するのは、価格決定方法（そしてまた価格設定方式）において寡占的特質をもつ企業の割合がわれわれのデータの示す割合よりもかなり大きいことを示唆している。

(ヘ) 新野教授の指摘のように、価格設定行動は、市場構造や市場成果との関連において解釈されなければならない。この視点は、これまでのわれわれの

①⑦ R. L. Hall and C. J. Hitch, "Price Theory and Business Behavior," 1939, *Oxford Economic Papers*, reprinted in T. Wilson and P. W. Andrews (eds.), *Oxford Studies in the Price Mechanism*, 1951, p. 113.

分析には欠けていた。われわれは、この視点から、われわれの行動-成果分析を構造-成果分析と結びつける作業を推進しなければならない。

(ト) 本稿のはじめに示したように、われわれの行動-成果分析から導出されている理論的仮説の正当性を主張しうるためには、寡占的特質を判定する基準とみなしてきた「行動」の3側面を十分に明らかにする必要がある。われわれが本稿で明らかにしたのは、価格決定方法と価格設定方式の2側面の間の理論的・現実的關係であり、これが本稿の中心テーマであった。したがって、われわれは、本稿の分析のなかにマージン要求力を追加し、「行動」の3側面の組合せによる理論的・現実的關係の分析へと拡充しなければならない。こうした分析のためには稿を改めるつもりであるが、脚注②で示した学会報告において「構造-成果分析」の視点からある程度まで取扱う予定である。(51.10.8)