

Title	プライス・リーダーシップ
Sub Title	A note on price leadership
Author	植草, 益
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1971
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.64, No.7 (1971. 7) ,p.465(51)- 488(74)
JaLC DOI	10.14991/001.19710701-0051
Abstract	
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19710701-0051">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19710701-0051</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

的として、商品の売買を行なうものである。純粹には、投機それ自体を目的とした投機業者によって行なわれるが、好況過程では、商業資本が投機的買付をすすめるので商業資本独自の W'-G' の機能と投機的機能とを区別することが困難となるし、産業資本も価格の騰貴を見込んで生産手段を大量購入し「投機的在荷形成」を行なうので、好況期では、(B)その他と結合して、その活動範囲は拡大する。

流通過程への投機的買付の介在によって、生産物が産業資本から「決定的消費者」へ販売される期間は一層延長され、「仮空な需要」・「見込需要」は一層増大し、生産拡大が「決定的消費者」の需要から「自立」して発展していく余地が増大する。

「棉花や鉄鉄のような可動的商品価値でも、それが1ダースもの流通過程を通過し、投機師たちによって買ってはまた売られているその同じ時に、同じ商品倉庫に坐りこんでいる。この場合に現実に運動するものは、物象に対する所有名義であって物象そのものではない。」<sup>(53)</sup>

(53) a. a. O., II, S. 144. 訳, II, 193頁。

## プライス・リーダーシップ

植 草 益

は し が き

- §1 ドミナント・プライス・リーダーシップ  
——部分独占のプライス・リーダーシップ——
- §2 「ガリバー型寡占」のプライス・リーダーシップ
- §3 バロメトリック・プライス・リーダーシップ(1)  
——高位集中寡占のプライス・リーダーシップ——
- §4 バロメトリック・プライス・リーダーシップ(2)  
——中位集中寡占のプライス・リーダーシップ——

結 び

は し が き

(1) 「プライス・リーダーシップとは、ある企業がその産業の価格設定・変更の先導者となり、この価格に他企業が一定期間内に追随して、当該産業の全企業が同一の価格・あるいは先導企業の設定した価格と密接に結びついた秩序ある価格体系（以下、この両方を含めて「統一的価格」とよぶ）を設定する行動である」。

これは、同質的、ないしほぼ同質的な製品を生産し、産業総需要があまり弾力的でない「寡占」産業で成立するのを第一の特徴とする（理由は後述する）。第二には、それは各企業が共謀行為によってある期日に一斉に価格を変更して「統一的価格」を設定する行動とは異なるが、最終的にはこれと同じ効果をもつのを特徴とする。第三には、これはカルテルの「偽装」として行われる場合もあるが、多くは「明白ないし暗黙の協定・共謀（agreement or collusion）」によらず、「暗黙の相互諒解（mutual understanding）」によるのを特徴とする。それゆえ、企業間の「事前の連絡」の直接的証拠が捕捉しにくいので、現行独禁法では各国とも程度の差はあれ、規制・取締りが困難であるのを特徴とする。しかし、本論でも明らかなごとく、プライス・リーダーシップは独占的市場成果をもつ可能性がきわめて強いのを第四の特徴とする。

(d) 最近わが国においてもプライス・リーダーシップがいくつかの産業で見られる現象となっているのは周知の事実であろう。ここ数年にわたる新聞購読料の値上げ、ビールの値上げ、昨年のエチレンの値上げ等はその顕著な例である。しかし、プライス・リーダーシップはここ数年に始まったわけではなく、すでに1955年公正取引委員会が取上げた「野田醤油私的独占事件」においてもプライス・リーダーシップが問題にされ、1957年の公取『年次報告』はわが国の鉄鋼主要製品、板ガラス、苛性ソーダ、電気銅、電線、アルミ地金、写真フィルム、食罐、合成繊維(ナイロン)の諸産業においてプライス・リーダーシップが行われていたと報じており(同 p. 38)、1961年には総合政策研究会がプライス・リーダーシップを伴った管理価格群として板ガラス、アルミ地金、ナイロン、ビニロン、新聞用紙、鉄鋼主要品目を挙げている。

これらプライス・リーダーシップは、野田醤油事件を除いて、独禁法上問題とされなかったことも周知の事実であろう。したがって、これまでのプライス・リーダーシップはほとんど拱手傍観、座視されてきたといっても過言でない。

(e) わが国のプライス・リーダーシップに関する研究状況を振り返ってみても、このことは首肯できるのではないだろうか。経済理論的研究は新飯田宏氏の研究[40]が唯一のまとまった研究であって、あとは価格理論の研究のなかで鎌倉昇[34]、高木昇[45]、伊東光晴[33]、大和瀬達二[41]が部分的に触れている程度ではないかと思われる。実証研究は最も立遅れた分野であって、最近ようやく研究が現われはじめ、公取『管理価格』がその一つの研究成果であろう。法律学的研究は経済学的研究より比較的進んでいると思われる。今村成和[31]、正田彬[44]、丹宗昭信[46]の他に菊地元一氏の一連の研究[35, 36, 37]が特に注目されるべき業績である。プライス・リーダーシップの形成要因としての情報交換活動についての法律学的分析として実方謙二[42, 43]も注目される。

(f) わが国の研究と対比して米国の研究をみると、プライス・リーダーシップはすでに1920年代に普及し(バーンズ[6])、現在でも「非常に一般的」(ペイン[4]、邦訳(上)、p. 334)といわれる歴史的所産を背景にして豊かな研究蓄積がある。実証研究はバーンズ[6]、ウィルコックス[30]、ニコール[22]の古典的研究のほかにリンチ[16]、オーエンズ[23]、ストックキング=ワトキンス[28]、マークハム[18]、ヴァッター[29]、ランツィロツィ[14]、アダムス他[1]、カルバーク他[7]、カプラン他[13]、ミーンズ[20]、バックマン[2]等々、筆者の知るかぎりでも枚挙に暇がない。

理論研究の系譜をみると、ニコール[22](1930年にコロンビア大学に提出した博士論文)がフォーリッヒハイマー[10]の影響を受けて、当時の米国のプライス・リーダーシップの最も多い形態である「支配的企業」(Dominant Firm)ないし「部分独占者」(Partial Monopolist)によるプライス・リーダーシップを理論的に分析している。1941年にはボールディング[5]が寡占におけるプライス・リーダーシップの価格決定メカニズムを分析している。1947年にはステイグラー[27]がプライ

ス・リーダーシップを(A)ドミナント企業によるものと(B)バロメトリック企業によるものとの二つの形態に分類し、その後この分類方法は学界の共通の財産となった。しかしステイグラー教授は後者の形態について明確な理論的展開を残さず、実証研究によって「価格はドミナント・プライス・リーダーシップよりもバロメトリックのそれにおいての方がより伸縮的である」[27, p. 444]という結論を提起するに止まった。そこでマークハム[19]の批判をあびる結果となり、教授は鉄鋼、セメント、ガラス容器、銅、レイヨンの各産業の具体的分析から、バロメトリック・プライス・リーダーシップには、①公共の利益に反するものと②公共の利益に反しないものがあり、前者の独占的バロメトリック・プライス・リーダーシップの市場構造・行動・成果を理論的に整理し、(i)少数の相対的に大きな企業から成る高位集中、(ii)高位参入障壁の寡占における「明白な協定によらないプライス・リーダーシップ(Price Leadership in Lieu of an Overt Agreement)」ないし「意識的平行行為のプライス・リーダーシップ(Conscious Parallelistic Price Leadership)」を分析・提唱したのである。マークハム教授は後者の競争的バロメトリック・プライス・リーダーシップについてはほとんど分析しなかったため、ランツィロツィ[15]およびペイン[3]の批判を受け、ペイン教授が(i)中位集中(寡占核のまわりにかなりの競争的周縁をもつ)、(ii)中位参入障壁の寡占における寡占核の相互依存行動にもとづく競争的周縁支配のプライス・リーダーシップを理論的に分析し、ここでは「秘密の値引き」(Secret Price Concessions)が一つの特徴になることを指摘し、これを「プライス・リーダーシップ・プラス・秘密値引き形態」(Price-Leadership-plus-Price-Concession Pattern)と呼んだのである。

以上のような理論的研究の進展の結果、プライス・リーダーシップの本質はほぼ分析されたわけであるが、この他にウォーセスター[31]が部分独占の長期的条件における変貌(とくに部分独占の寡占および原子的競争への変化)および支配的企業による参入阻止価格のあり方を分析し、シーヤー[24]がこれを発展させているのが注目されるべきであると思われる。

(g) 本稿は、以上の米国の研究をできるだけ具体的に、可能なかぎり統一的に体系化して紹介し、わが国における実証研究に応用できるよう努めるのを第一の課題とし、さらに従来軽視されていたと思われる(1)各形態のプライス・リーダーシップ形成に伴う企業間の協調と対抗関係、(2)寡占におけるプライス・リーダーシップに伴う参入阻止価格のあり方、および(3)最近わが国において注目されはじめた「ガリバー型寡占」におけるプライス・リーダーシップのあり方について分析を進めてみるよう試みている。

本稿は、\$1部分独占、\$2ガリバー型寡占、\$3高位集中寡占および\$4中位集中寡占の四つの市場形態にわけて、プライス・リーダーシップが形成されるに至る市場構造、行動を分析し、さらにその成果と政策問題に簡単に言及するという手続きをとっている。

§1 ドミナント・プライス・リーダーシップ

—部分独占のプライス・リーダーシップ—

(イ) 市場構造

(i) ドミナント・プライス・リーダーシップが成立する市場構造は、ニコール [22. p. 11] の命名に従うと、「部分独占 (Partial Monopoly)」である。

「部分独占」とは、一つの際立って高い市場占拠率 (market share) をもつ巨大企業ないし「支配的企業 (Dominant Firm)」のほかには多数 (ないし少数) の小企業しか存在しない市場である。これら小企業は、その市場の価格に影響をもつほど当該市場の総供給量の中に占める比率をもっていないので、この市場の価格を決定するのは支配的企業である。かかる価格支配力をもつ支配的企業の市場占拠率の大きさは、その市場の歴史的諸条件、市場の基礎的諸条件等で市場ごとに異なるであろうが、ニコール [22. p.11] はそれを51%以上と規定しているが、スティグラ [25. p. 227] が最終25%といっているのを参考にするとよいと思われる。

小企業は価格を設定する能力をもたないから、「支配的企業」の決定した価格に従うものとする。したがってこの価格で需要は無限に弾力的 (水平的需要曲線) とみなしうるから、小企業は「完全競争」市場における競争的企業と考えてよいであろう。

「支配的企業」はその決定した価格で小企業群の供給量を予測しつつ、自己の個別需要曲線の位置と形状を予測できるであろう。具体的には、「支配的企業」は自分の満足する価格を決定し、その価格で小企業群に彼等が売りたいと考えるだけのを売らせ、小企業群全体の供給量と産業総需要との差額全部を供給するよう行動する。

(ii) 参入の面をみると、小企業の参入は自由であるが、「支配的企業」に対抗しようとする大企業の参入は制限されていると仮定する。この市場の小企業部分は完全競争部分であるので、もし支配的企業の価格で小企業に超過利潤が発生するとすれば、新規の小企業が参入してこの超過利潤は消滅し、小企業は「正常利潤」しか取得できない「完全競争的企業」と考え、小企業の参入は自由であると考えられる。この市場に大企業が参入しうるとすれば、その市場はもはや「部分独占」ではなく、競争的周縁をもった寡占 (後にこれを「部分寡占」と規定する) となるであろう。それゆえ、ドミナント・プライス・リーダーシップで考察される市場はあくまで「部分独占」であり、そのためには大企業の参入は何らかの条件で阻止されていると考えるのが妥当であろう。

(iii) 「支配的企業」の製品と小企業のそれとは全く同質ではないにしても、それらの代替性はかなり強いものとする。もしこれら製品が全く異質であるほど製品が差別化されていると、各企業は、「統一的価格」を課す必要がなくなるであろう。

(iv) 「支配的企業」と小企業との間にはそれぞれの生産規模の差に応じて明白な費用格差があるとする。

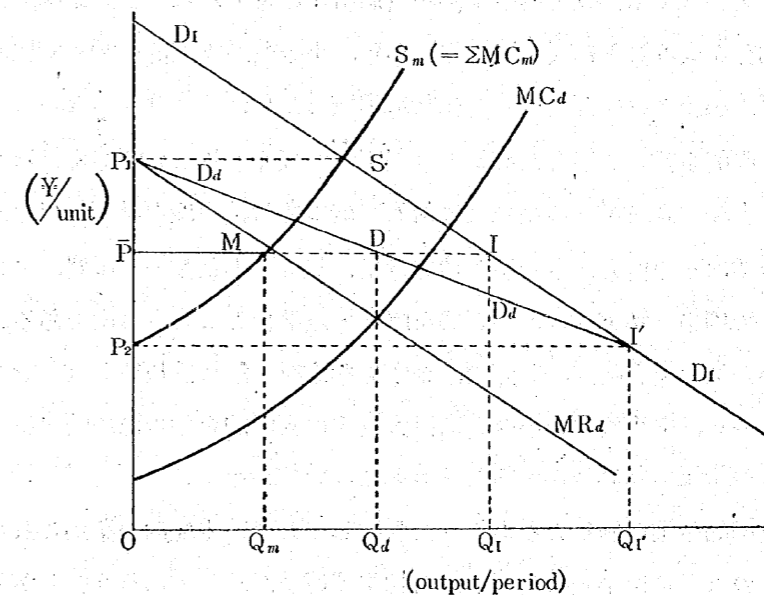
(v) その産業の総需要の弾力性は1よりあまり大きくないものとする。もしそれが非常に弾力的であると、価格変化の需要変化への効果が大きくなるから、価格変化への志向が大きくなるので、価格を固定化する可能性が小さくなる。

(以上、(i)についてはニコール [22. pp. 9-12], コーヘン=サイヤート [8. pp. 241-242], ランツィロツィ [15. p. 59. f.n.], (ii)-(v)についてはマークハム [19. p. 902-903] を参照。)

(ロ) 市場行動

(vi) 以上の特徴をもつ市場構造における産出量—価格決定メカニズムを図解すると、図1 (コーヘン=サイヤート [8. p. 242] およびファグスン [11. 邦訳(下), pp. 330-331]による) のごとくなる。

図1 ドミナント・プライス・リーダーシップ



当該市場の総需要曲線を  $D_t$ 、支配的企業の需要曲線を  $D_d$ 、その限界収入曲線を  $MR_d$  (以上単純化のため曲線をすべて直線とした) とし、支配的企業の限界費用曲線を  $MC_d$  とする。

支配的企業は価格決定力をもっているから、自己の需要曲線に則って  $P_1$  から  $O$  までのいずれの価格をも設定できる。最高の価格  $OP_1$  を選択すると、支配的企業は供給量ゼロで、小企業群にすべての需要  $P_1S$  を与えてしまう。 $OP_2$  価格以下では、支配的企業は小企業全部をこの市場から駆逐してしまい、あまりに暴力的であるばかりでなく、短期的にも損失が大きい。そこで支配的企業は  $MC_d = MR_d$  の生産量  $OQ_d$  において利潤最大となる価格  $OP$  を決定するであろう。

小企業の需要曲線は、この価格  $OP$  で無限に弾力的な水平線となるから、 $PMDI$  線がそれとなる。このうち小企業群の供給量は、小企業全体の供給曲線  $S_m$  (=各小企業の限界費用曲線  $(MC_s)$  の総



和 $\Sigma MC_0$ )と小企業の需要曲線 $\bar{PMDI}$ との交叉するM点における $\bar{P}M$ , すなわち $OQ_m$ となる。

価格 $O\bar{P}$ における産業総需要が $\bar{P}I$ , 小企業群の供給する需要総和が $\bar{P}M$ であるから, 支配的企業の供給する分は $\bar{P}I - \bar{P}M = \bar{P}D$ となる。図では $\bar{P}M = DI$ と描かれているから,  $\bar{P}I = \bar{P}D + DI$ となる。

以上, 支配的企業が価格を決定し, 小企業がこの価格に追随するドミナント・プライス・リーダーシップの均衡解を示した。

(vii) 以上では小企業が支配的企業の決定した価格に全く従順に追随するという仮定で均衡解が得られたが, この仮定をもう少し具体的に検討しておきたい。ここではまず何故小企業は支配的企業の価格に従順に追随するのかという関係を検討したあと, 小企業の支配的企業への対抗・反乱の可能性を考察したい。前者についてはマハループ [17, pp. 134-135] が参考になるであろう。

㉔ まず小企業が支配的企業の決定した価格より引上げて販売する可能性を検討してみよう。小企業が価格引上げを行っても, 支配的企業が現行価格を維持すれば, 小企業は販売量の全部ではないにしても一部分を失うことになるであろうから, 小企業が支配的企業に対抗して価格を引上げることはできず, 小企業は支配的企業の価格に追随してはならない。

㉕ 小企業が支配的企業の決定した価格より引下げて販売することはあるだろうか。第一に考えられることは, 支配的企業がこの小企業に対して破壊的対抗手段を講ずるであろうこと, これである。支配的企業はその優秀な生産諸条件を背景にして, 小企業の生産費, ときには直接費ないし可変費以下まで価格を切下げて, 小企業を駆逐・破壊することも可能である。また支配的企業は可能ならば小企業の原料購入, 販売網, 金融先を遮断し, 特許技術の貸与をストップすることもできる。それゆえ, 弱小資本の小企業は巨大資本の支配的企業の破壊的対抗手段の行使を恐れて, 支配的企業の決定した価格に追随せざるをえないであろう。

㉖ 小企業が支配的企業の価格より引下げて販売したとき, 支配的企業がこれを黙認したらどうであろうか。このときには小企業相互の価格切下げ競争が起るであろう。しかし支配的企業の価格に追随してさえ「正常利潤」しか得られないのに, 利潤は更に低下するであろうから, 小企業は支配的企業の価格に追随した方が得策と考えるであろう。結局このケースでも支配的企業の価格支配力は小企業に及んでいるのであり, 小企業は支配的企業に追随せざるをえない。

以上, いずれのケースでも小企業は支配的企業の決定した価格に従順に追随せざるをえない。ここにまさにドミナント・プライス・リーダーシップにあつては支配的企業の市場支配力を基礎にして「統一的価格」が強力に形成・維持される理由が説明できるのである。

以上では景気循環を一応無視して, 支配的企業と小企業との対抗と協調の関係(ここでは支配-従関係)を考察したが, 景気循環の諸側面を考慮すると, 新たな関係を指摘する必要がある。景気循環のうちとくに不況期には小企業がリーダーとなって価格切下げ行動が行われることがある

(ランツィロツィ [15, p. 56], シンガー [25, p. 93])。これは不況期に小企業が支配的企業の設定した価格を維持していると, 最大能力水準まで生産できないことがしばしばあるので, 価格を切下げて販売を刺激し生産を拡大しようとするためである。かかるときには他の小企業ばかりでなく支配的企業ですらもこの価格切下げに追随するのである。

かくして通常は支配的企業の市場支配力を基軸として支配的企業が価格を決定し, 小企業がこれに追随・服従することを余儀なくされ, 不況期には小企業が支配的企業の価格に対抗・反乱することがある, と結論づけられよう。

(viii) 市場行動の一側面として次に参入阻止価格政策について考察しておきたい。ここでは(ⅰ)と違って価格の長期的・動的側面を考察しておきたい。(以下は主にウォーセスター [30] およびシーヤー [24, pp. 216-219] による。)

図1の均衡解は短期において安定的である。そこでは支配的企業の設定した価格が小企業の平均費用(勿論「正常利潤」を含む)に一致するという前提がおかれている。しかし, もし支配的企業の設定した価格が小企業の平均費用を越え, 小企業に一定の超過利潤を許すものであるとすれば, それは既存小企業の拡張(工場拡大・新工場建設)ばかりでなく新規企業の参入をも喚起することになるであろう。総需要の成長率を一定とすれば, これら既存企業の拡張・新規参入は小企業群ないし競争的周縁の供給曲線を右にソフトさせ, 支配的企業の需要曲線を左にソフトさせることになる。したがって支配的企業のシェアの低下と競争的周縁のその上昇が起るであろう。

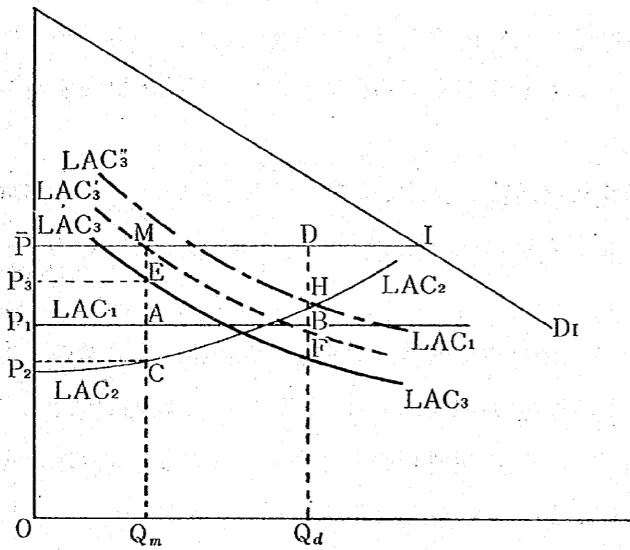
このようにもし支配的企業が短期利潤極大化を追求すると, 競争的周縁の増大によって自己のシェアの低下というはね返りをうけることになる。それゆえ支配的企業は既存企業の成長阻止, 新規企業の参入阻止のために価格を低下させなければならないであろう。この参入阻止価格(Limit Price)考察の基礎になるものは長期費用曲線の形状である。以下では三つのケースにおいて考察しよう。

① 長期の平均総費用曲線が水平である場合: このときには支配的企業の単位費用も小企業のそれも一致する。図2の $LAC_1$ が長期平均総費用曲線であつて, 小企業の生産量は $OQ_m$ , 支配的企業のそれが $OQ_d$ であり, 価格が図1の方式で $O\bar{P}$ に決定されているとすれば, 小企業の単当たり超過利潤(MA)は支配的企業のそれ(DB)と一致( $MA = DB$ )する。それゆえ支配的企業が

注(1) ここでは長期平均総費用曲線が①水平, ②右上り, ③右下りの三つのケースを考察するが, 第三の右下りのケースを除いて, 何故部分独占が形成されたか問題が残る。右下りのケースでは長期的に規模の経済性が実現される産業を意味するから, 部分独占形成は考えられるが, 規模の経済性が働かない水平ケース, 規模の不経済が存在する右上りケースでは, 支配的巨大大企業成立の根拠は少ないと思われる。しかし米国の第一期合併運動(1895-1919年)においていくつかの産業で部分独占に分類しうる産業(鉄鋼, シガレット, 砂糖, ミンソ, タイプライター, 石油精製等)が成立し, これら産業は後に部分独占から寡占へと変化している。それゆえ部分独占の崩壊の理由が経済学的研究の課題となっていた(例えばバーンズ [6, pp. 140-143])。これに答えたのがウォーセスター [31] であり, 以上の三つのケースに分けて, その回答が提示されたのである。それでは水平ないし右上りの平均費用曲線の産業で何故部分独占への合併がおこなわれたかが問われなければならないであろう。ここではこれに詳しく触れる余裕はないが, この期の合併が創業利得獲得と独占的市場支配力の確立を目標にしていた面が強いことだけを指摘しておきたい。

図1のごとく  $MC_d=MR_d$  で価格を設定すると、小企業は超過利潤取得によって工場拡張を行い、新企業も参入できることになる。これら競争的周縁の拡張は支配的企業のシェアを低下させ、市場を部分独占から寡占に変化させることになるであろう。もし支配的企業がそのシェアを維持するためには  $OP_1$  という既存小企業の拡張・参入阻止のための「目標価格」を設定しなければならない。しかしこのときには支配的企業の利潤も小企業のそれと同等の「正常利潤」しか得られない。

図2 支配的企業の参入阻止価格設定



② 長期の平均費用曲線が右上りである場合 ( $LAC_2$ ): 小企業の利潤 (MC) は支配的企業のそれ (DH) より高い。新規企業の小規模形態による参入がきわめて多くなり、既存小企業のある程度までの拡張が起るであろう。支配的企業の「目標価格」( $OP_2$ ) は単位費用以下となるので、その可能性はないであろう。それゆえ、この産業は原子的構造となる。

③ 長期平均費用曲線が右下りである場合 ( $LAC_3$ ): すなわち、規模の経済性が存在し、小企業と支配的企業の生産規模の差に応じて両者に費用格差のある場合である。(これが図1作成の前提となった①の前提条件を長期的に考察した場合である。) ここではさらに三つのケースにわけられる。第一に、支配的企業の短期利潤極大価格が小企業の平均費用以下であるとき ( $LAC'_1$ ), 小企業はマイナスの利潤しか得られないので、この産業から脱落し、当該産業は純粋独占となる。このような規模の経済性の大きい産業は政府の直接規制下におかれる公益事業となることは周知のとおりである。第二に、支配的企業の短期利潤極大価格が小企業の平均費用と一致するとき ( $LAC'_2$ ), 図1と同じ均衡解 (ここでは長期的) が得られ、これが参入阻止価格となる。第三に、支配的企業の短期利潤極大価格が小企業の平均費用の下にあるとき ( $LAC'_3$ ), 小企業にも一定の超過利潤 (ME) が得られるので、小企業の拡張およびかなりの規模の新企業の参入が起るであろう。それゆえ当該産業は部分独占から寡占 (「大」企業だけからなる寡占) となるであろう。

以上の諸ケースを概観すると、支配的企業の市場占拠率は低下する 경우가多く、部分独占市場は崩れやすい性格をもっている。とくに産業が新生期にある場合には需要の成長率も高いので、部分独占は崩れやすい傾向をもつ (マークハム [19])。しかし、それでもなお部分独占が維持されている産業もある (わが国の野田醤油ケースを見よ!)。この場合にはかなりの規模の経済性が存在し、(とくに③の第二ケース)、参入阻止価格政策が有効に実施されているときに限られよう。

(ハ) 市場成果

(ix) ドミナント・プライス・リーダーシップが短期的にも長期的にも維持されているとすれば、次のことが予想される。図1で明らかにしたように支配的企業がそのほぼ完全な市場支配力を基礎にして利潤極大価格を設定し、小企業をしてこの価格に追随させることを余儀なくして、「統一的价格」を形成・維持し、ほぼ純粋独占と変わらない独占利潤を享受していることになる。もし支配的企業が純粋独占者と異なるところがあるとすれば、それは彼が小企業群の供給量を考慮に入れなければならないことだけであろう。このような部分独占的支配の基礎は、長期的な費用条件が図2で説明したように、右下りの費用曲線となることであって、これはとりもなおさず支配的企業と小企業とに明白な費用格差のあることを意味する。

かかる独占的超過利潤の形成はプライス・リーダーシップという市場行動よりも独占的な市場構造 (部分独占市場, 参入障壁, 長期費用曲線の形状と位置) それ自身に基因するものである。それゆえマークハムはこれを「(ドミナント・)プライス・リーダーシップは独占の原因でなく、独占の結果である」という至当な表現を使って説明している [15, p.804]。

(x) それゆえドミナント・プライス・リーダーシップが長期的に維持され、弊害が出た場合には、市場構造それ自身に政策を加えなければならないことは明らかであろう。部分独占者の解体 (企業分割等), 参入障壁の排除, 長期費用曲線の形状と位置を変化させる技術進歩の促進 (それにとまらぬ小企業の成長, 新企業の参入) 等の政策が必須課題とならう。

§2 「ガリバー型寡占」のプライス・リーダーシップ

通常「ガリバー型寡占」と呼ばれる市場においてはプライス・リーダーシップが形成されやすいといわれ、その分析に部分独占のプライス・リーダーシップ・モデルが使われる。以下の分析でも明らかとなっており当該市場のプライス・リーダーシップはドミナント形態のそれで分析できる面が多いが、分析しえない異質的側面も内包している。そこで「ガリバー型寡占」という市場形態をまず定義し、そのうえでこの市場の価格決定メカニズムを分析しておきたい。

(イ) 市場構造

(1) 通常「寡占」という市場形態は少数の寡占の大企業とその売手市場の全部ないしかなりの部分を支配する産業をいう。いまこれら寡占に競争的周縁を含めるか否かを問わずに、寡占の大企業内部の規模 (ここでこれを市場占拠率で測定するとする) 分布だけを問題にすると、寡占の大企業間にも規模格差のある場合と規模格差がなくほぼ均等の市場占拠率をもつ企業から構成される場合がある。「ガリバー型寡占」とは前者の一つの典型的な形態であって、それは、最大上位寡占の大企

業の市場占拠率が第二位以下の寡占の大企業に対して際立って高い産業である。ここで注意されるべきは、部分独占では最大上位の支配的企業のほかには小企業しか存在しないのに反して、「ガリバー型寡占」では最大上位のガリバー的企業のほかにはこれに<sup>程度</sup>対抗しうるような大企業（一社ないし数社）が存在し、さらに少数ないし多数の小企業が存在している場合と存在しない場合とがあることである。（かかる「ガリバー型寡占は、わが国では公正取引委員会集中度調査の「総合類型」の「高度寡占型〔I〕」を想起されると一層明確となる。）

本稿では理論的単純化のために二企業から成る産業を想定し、ガリバー的企業の市場占拠率を75%、他企業のそれを25%の「ガリバー型寡占」（たとえばわが国写真フィルム産業を想起されたい）を分析することにした。

(ii) 参入は厳しく制限されているものとする。J. S. ベインやM. マンの研究でも明らかなように極高位および高位集中寡占では高い参入障壁が形成されている傾向が強いので、この前提は納得できるであろう。

(iii), (v) 製品差別および産業総需要の弾力性は § 1 の仮定と同じである。

(iv) 企業間費用条件は以下で様々な組み合わせを考慮する。

(ロ) 市場行動

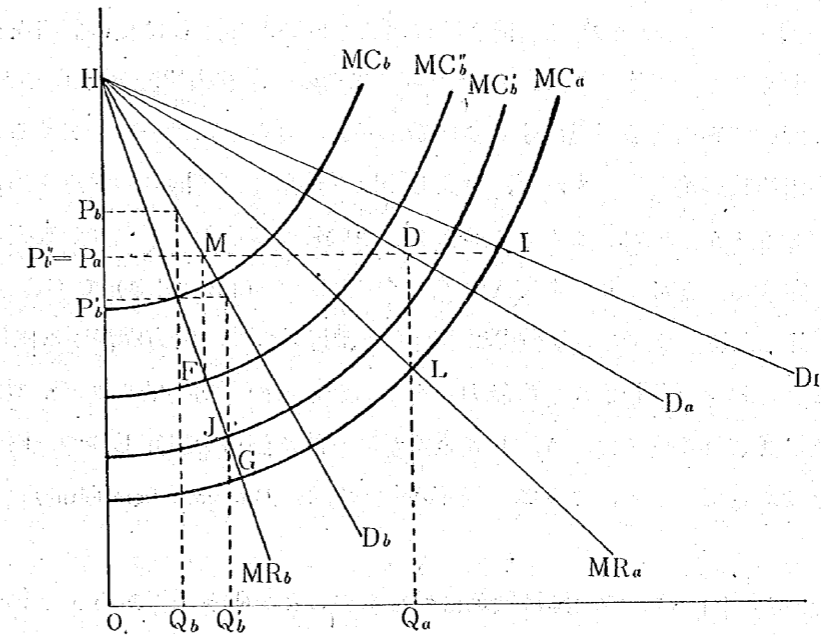
(vi), (vii) 以上の市場構造をもつ産出量—価格決定メカニズムはポールディング〔5, 邦訳(下) p. 665, 図 103〕を応用すると解けるであろう。（なおポールディング教授のこの 103 図は小売業等の零細企業から成る市場の価格引下げ競争を分析したものである。）

図 3 は、A, B それぞれ75%と25%の市場占拠率をもつ企業の種々の費用条件を考慮した産出量—価格決定メカニズムを図解したものである。当該産業の総需要曲線を  $D_1$  とする。いまA, B 両企業が同一の価格で製品を販売したとき、Aが総需要の75%, Bが25%を販売するという前提のもとに、価格  $OP_0$  でなら総需要  $P_0I$  のうちAが  $\frac{3}{4}P_0I = P_0D$ , Bが  $\frac{1}{4}P_0I = PM$  を販売するというように、各企業の需要曲線  $D_a, D_b$  が描かれる。これに対応した限界収入曲線が  $MR_a, MR_b$  である。

いまかかる企業間の市場占拠率格差に対応して各企業の生産能力=費用条件にも際立った格差があるとす。 (生産能力水準を縦軸からの限界費用曲線までの距離で測定するとする〔5, 邦訳(下), p. 663].) それを図3のごとく企業Aの限界費用が  $MC_a$ , 企業Bのそれが  $MC_b$  であるほどの格差であったとしよう。かかるとき、各企業が独立的に価格を決定したとすれば、企業Aは価格  $OP_0$  で産出量  $OQ_a$  を生産するよう選好するであろう。このとき限界収入 ( $MR_a$ ) は限界費用 ( $MC_a$ ) に等しいのでAは満足するであろう。他方、企業Bは  $MC_b = MR_b$  の産出量  $OQ_b$  を生産して、価格  $OP_b$  を選好する

注(2) J. S. Bain, *Barriers to New Competition* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1962); M. H. Mann, "Seller Concentration, Barriers to Entry, and Rates of Return in Thirty Industries, 1950-1960," *Review of Economics and Statistics* (August 1966)

図 3 「ガリバー型寡占」のプライス・リーダーシップ



であろう。見られるごとくA, B 両企業の価格政策は対立する。企業Aは企業Bより低い価格で最大利潤を取得できるから、 $OP_0$  価格に固執するであろう。かかるとき企業Bは企業Aの価格に追随せざるを得ない。このとき企業Bの単位費用が  $OP_0$  以下であれば一定の超過利潤を得られるから、企業BはたといA企業ほどの高い利潤率を享受できなくても、企業Aの価格に追随してゆくであろう。このときにはA・B 企業間の利潤率格差が明白に現われる。しかし企業Bの単位費用が  $OP_0$  を越えることがあれば、Bはマイナス利潤を実現するから、遠からずこの産業から脱落することになるであろう。

以上は § 1 のドミナント・プライス・リーダーシップにおいて分析された価格決定メカニズムと大差ない。ここでの必要条件はガリバー企業の市場支配力とA・B 企業の明白な費用格差である。しかし、この後者の条件に変化が起ると、「ガリバー型寡占」のプライス・リーダーシップは部分独占のそれと違った様相を呈する。

いま劣位企業Bがガリバー企業Aと大差のない生産能力=費用条件を保有しているとする。これはBも大企業であるからその資本力ないし金融能力によって優秀な生産設備を保有したと仮定すればよいであろう。したがって企業Bの限界費用が  $MC'_b$  まで右にシフトしたとする。企業Bが新たに選好する価格は  $OP'_b$  となり、これは企業Aの選好する  $OP_0$  よりも低くなる。企業Aが  $OP_0$  価格に固執していれば、AはBに自己の市場を奪われるから、 $OP'_b$  価格に追随せざるをえないであ

注(3) A, B 企業の価格政策の対立を調整する方法として、企業AがBの好む価格にさやよせする、ないしAが当初からBの好む価格を設置する方法（次の寡占の項で詳しく分析される）があろう。これを後に Live and Let Live (共存共栄) policy と呼ぶが、これは、市場占拠率に圧倒的差のある「ガリバー型寡占」では行えないであろう。何故なら、企業Aがこの政策を採用すると、Aは市場占拠率の著しい減少を招くことになるからである。



ろう。かかるときガリバー企業による市場支配の構造は崩れはじめる。このときBの単位費用がJQ', AのそれがQ'Lであるとするれば、前者は後者より低いから、Bは更に価格を切下げて市場占拠率を拡大してゆくことも可能である。したがって当初の企業間市場配分を所与とすると、「ガリバー型寡占」において価格競争が現出するのは費用がA, B企業間で一致してくるときであろう。

かかる市場に均衡的状态があるとすれば、企業Bの限界費用曲線が図3のF点を通過するときであろう(すなわちMC', となる時)。このとき企業BはP.Mの初期条件どおりの販売量でOP''の最大利潤価格を設定することになり、企業AはP.Dの販売量(=OQ<sub>a</sub>産出量)でOP<sub>a</sub>の最大利潤価格を設定し、両企業とも初期条件どおりの市場占拠率を維持しつつ、両方満足する価格OP<sub>a</sub>=OP''を課すことになる。これを「分相応な生産能力」をもったときの「均衡的ガリバー型寡占」と呼んでおこう。ここで注意されるべきは、A, B両企業が独立的に価格を設定しつつ、両者が同一の価格を設定することであって、これはまさに「意識的平行行為(Conscious Parallelism)」の寡占的価格設定行動である。

以上、「ガリバー型寡占」は三つの価格設定行動をもつことが明らかであろう。第一は「部分独占の価格設定行動」、第二は「寡占的競争の価格行動」、第三は「意識的平行行為の価格設定行動」である。これら三つの価格設定行動を決定する基本因は企業間費用構成である。図3ではMC<sub>a</sub>が固定されているが、このときには第一の価格設定行動は企業Bの限界費用曲線がその限界収入曲線のHF内を通過するとき、第二はそれがFG内を通過するとき、第三はそれがF点を通過するとき起る。

(viii) 費用の長期的条件を考慮したときの市場構造の変貌および参入阻止価格のあり方は§1と変るところがないと思われるので割愛したい。

(ハ) 市場成果

(ix), (x) 「ガリバー型寡占」において第一の部分独占に近い価格設定行動が行われるときには、A, B両企業間の明白な利潤率格差が摘出されるはずである。このときにはガリバー的企業の独占利潤が問題視されよう。第三の「意識的平行行為」の価格設定行動が行われるときには、A, B両企業とも独占的利潤を享受していることに注目する必要がある。これら第一、第二の場合とも「プライス・リーダーシップそれ自身が独占の原因ではなく、市場構造それ自身の独占性が問題となる」ので、独占的市場構造そのものを破壊するより方法がない。第二の寡占的競争は大いに推進されるべきであって、そこではなにより設備投資競争、技術革新競争が推進されるべきである。それでもなおプライス・リーダーシップによる価格の統一化、固定化が行われるとすれば、次に述べる寡占のプライス・リーダーシップの諸弊害に政策を加えるべきであろう。

注(4) 「意識的平行行為」については菊地[37]のほか S.C. Oppenheim and G.E. Weston, *Federal Antitrust Laws* (St. Paul, Minn: West Publishing Co., 3rd ed. 1968), Q.F. Turner, "The Definition of Agreement under the Sherman Act: Conscious Parallelism and Refusals to Deal", *Harvard Law Review* (Feb. 1962) を参考にするのがよいと思われる。

§3 パロメトリック・プライス・リーダーシップ(1)

—高位集中寡占のプライス・リーダーシップ—

§1および§2ではその産業の最大上位企業がプライス・リーダーとなるが、多くの寡占産業ではリーダーが「最大上位企業である場合もあるが、必ずしもそうでなく、その産業の歴史的背景とかその産業の発展を形づけた制度的・その他の特徴をもつ企業」(マークハム[19, p. 896])である場合もあり、「戦略的に地の利を占める生産者である場合もある。」(ミーンズ[20, 邦訳, p. 29]) それゆえ、かかるパラメトリック・プライス・リーダーシップは統一的モデルで説明できないので、以下では市場構造の基本的特徴だけを考慮して分析を進めたい。また前述のとおり寡占も競争的周縁をもつ場合と否とでは寡占核内協調および寡占核と競争的周縁との協調と対立の関係がかなり異なるので、競争的周縁をもたない高位集中の寡占(これを以下「全部寡占」と呼ぶ)と競争的周縁をもつ中位・低位集中の寡占(これを以下「部分寡占」と呼ぶ)に分類して分析したい。この章では前者を分析する。

(イ) 市場構造

(i) 高位集中寡占はごく少数の巨大企業がその売手市場の全部ないしほとんど全部を支配する市場である。したがって小企業は全く存在しないか、存在していてもごく少数である。これら小企業はごく少数であるので、これらは寡占核にとってほとんど影響をもたないであろうから、ここでは小企業を無視して、ごく少数の巨大企業だけからなる市場(「全部寡占」)を対象にして分析する。これら巨大企業の市場占拠率は§2と違ってほぼ同等であるとする。したがってこれら巨大企業は自分の価格政策の直接・間接の両効果を十分に考慮に入れざるをえない関係にある。

(ii) 参入は厳しく制限されている。これの説明は§2-(ii)と同じである。

(iii), (iv), (v) 製品差別、企業間費用構成、産業総需要の弾力性も§2と同じである。(以上くわしくはマークハム[19, pp. 901-902]を参照されたい。)

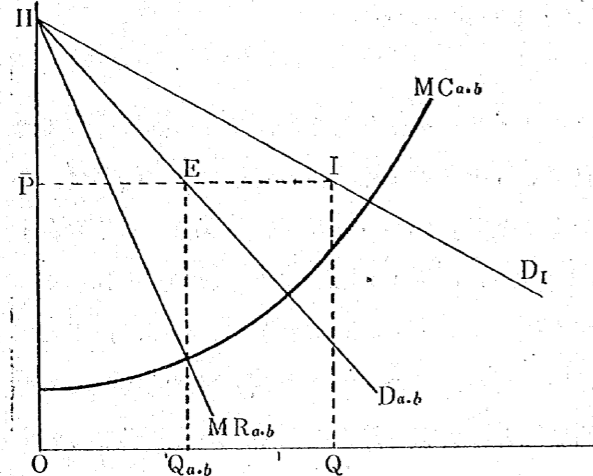
(ロ) 市場行動

(vi) 当該市場はほぼ均等な市場占拠率をもつ巨大企業からなる「全部寡占」であるという前提をさらに簡単化して、50%ずつの市場占拠率をもつ二企業の市場をモデルとしたい。費用構成はA, B各企業が同一の費用条件をもつ場合と、異なった費用条件をもつ場合とに分けて考察する。かかる条件の産出量—価格決定メカニズムはポールディング[5, 邦訳(下), pp. 601-665]によって分析されているので、これを紹介しつつ分析を進めたい。



① 均等な市場占拠率・同一の費用をもつ二企業から成る市場

図4 均等な市場占拠率・同一の費用をもつ二企業モデル



この市場における価格決定メカニズムを図解したのが図4である。D<sub>1</sub>がこの産業の総需要曲線である。どのような価格でも総需要はA、B両企業によって均等に分けられるとして、価格  $\bar{OP}$  なら  $\frac{1}{2}\bar{PI} = \bar{PE}$  が各企業の販売量であるというように、個別需要曲線 D<sub>a</sub>、D<sub>b</sub> が描かれている。これに対応する限界収入曲線が MR<sub>a</sub>、MR<sub>b</sub> である。両企業は同一の費用条件をもつから共通の限界費用曲線 MC<sub>a</sub>、MC<sub>b</sub> が描かれている。個別需要曲線が A、B で共通であるという前提は、この産業の製品の代替

性が強いというに、各企業は自分の価格政策の直接・間接の効果を熟知しているので、一方だけの価格変更はないということにある。かかるとき、各企業が決定する価格は  $\bar{OP}$  であろう。このとき各企業の限界費用と限界収入は等しくなっているので、両企業ともこの価格で満足するであろう。

いま産業総需要に変化が起るか、両企業とも同じ条件で費用が変化するとき、A、B どちらがプライス・リーダーとなってもよく、一方の企業の価格変化は他方の企業の速やかな追従を喚起する。ここにまさに「市場条件の変化に即応した価格変更にもなる速やかな追従」(スティグラール [27, p. 446]) というパラメトリック・プライス・リーダーシップの一典型が現われるのである。かかるプライス・リーダーシップ形成の基因は均等な市場占拠率・同一の費用条件という市場構造それ自身であるが、それにもなる各企業の「価格政策の直接・間接の効果の熟知」という寡占の本質にあることを看過してはならない。

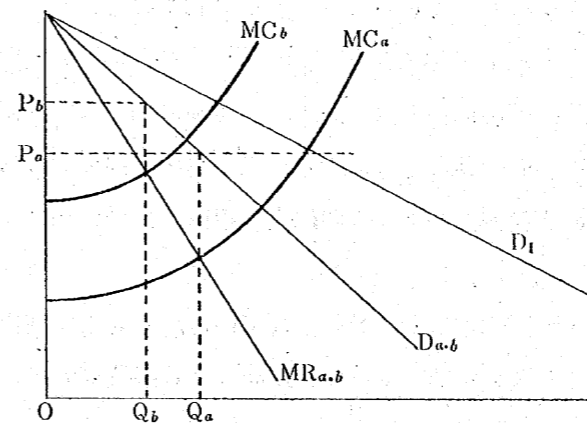
② 均等の市場占拠率・異なる費用をもつ二企業から成る市場

図5が図4と異なるのは、限界費用曲線が A、B 両企業で異なる点だけである。企業AはBより低い限界費用 MC<sub>a</sub> をもつ低費用=高能力の優秀企業であるとする。企業Bは MC<sub>b</sub> をもつ高費用=低能力の劣位企業であるとする。

かかるとき企業Aは産出量 OQ<sub>a</sub> を生産し、価格 OP<sub>a</sub> を選択するであろう。企業Bは産出量 OQ<sub>b</sub> で価格 OP<sub>b</sub> を選択するであろう。見られるごとく、費用条件が異なると、A、B 企業間に価格政策の衝突が起る。この産業の製品は代替性が強いから、かかる価格差が維持されることはない。対立は調整されなければならない。調整の方法は二つある。

第一は、優秀企業Aが劣位企業BをしてAの価格に追従させる方法である。すなわち、優秀企業AはBより低い価格を実現したので、OP<sub>a</sub> 価格に固執すると、前述の理由 (§2-(v)参照) で劣位企

図5 均等の市場占拠率・異なる費用をもつ二企業モデル



業Bはこの OP<sub>a</sub> 価格に追従することを余儀なくされる。企業Bがこの OP<sub>a</sub> 価格で少くとも「正常利潤」を実現できれば、市場は A、B 両企業で初期条件どおり 2分の1ずつに配分される。しかしこのときには A、B 企業間で利潤率の明白な格差が現われる。

そこで第二の方法としては、優秀企業Aが劣位企業Bの好む価格 OP<sub>b</sub> を最初から発表して、Bの追従を容易にする。これが寡占における Live and Let Live Policy (共存共栄政策)

としてよく問題にされることである。

かかる政策が可能となる条件は二つある。第一は OP<sub>b</sub> 価格において優秀企業の販売量および利潤率が著しく低下しないこと (新飯田 [40, pp.52-53])、第二は OP<sub>b</sub> 価格における産業総供給の制限および高利潤率に伴って参入が著しく喚起されないこと、これらであろう。

このような共存共栄政策は常に優秀企業の先導のもとに行われるわけではなく、したがってプライス・リーダーは常に優秀企業である場合ばかりでなく、劣位企業Bが OP<sub>b</sub> 価格を先に発表し、優秀企業Aに誘いをかけ、優秀企業が以上の条件を考慮してこれに追従することもある。このときもしAがBに追従しなければ、Bは再びA価格にさや寄せすることになる (上野 [47, p. 146])。かくして費用格差を伴った寡占市場におけるパラメーター的役割を果す企業は様々である。しかしこの市場における実質的価格支配者はあくまで低費用=高能力の優秀企業である点に注意する必要がある。

(vii) 以上の価格決定メカニズムでも明らかなごとく、協調の形態は二通りである。市場占拠率・費用条件がともに企業間で同等である場合、ないし均等化すればするほど企業間対抗関係が少なくなるので、市場条件の変化に伴う一企業の価格変更は他企業の「暗黙の諒解」を得て、他企業によって追従される。ここに「意識的平行行為」のパラメトリック・プライス・リーダーシップが形成される。

市場占拠率は均等であるが、費用条件が異なる企業から成る市場では、低費用の優秀企業がその市場の価格支配者となるが、この企業が Live and Let Live Policy を採用すれば、他企業はこれを「暗黙に諒解」して、プライス・リーダーシップを成立させることになる。したがって高位集中寡占のプライス・リーダーシップは「暗黙の諒解」による「意識的平行行為」のプライス・リーダーシップを中心とする結論づけられよう。ときには「明白な協定」をもったカルテル的プライス・リーダーシップも行われることもあろうが、高位集中全部寡占では中心はあくまで「意識的平行行為」のそれであるといつて過言でない。



い。もしこの高価格を制肘するものがあるとすれば参入と買手側市場における構造・圧力である。

(xi) この章で政策的に問題とされるべきは、「暗黙の諒解」を形成する(a)全部寡占的市場構造、(b)情報交換組織・活動の二つであろう。

#### §4 バロメトリック・プライス・リーダーシップ (2)

##### —中位集中寡占のプライス・リーダーシップ—

###### (イ) 市場構造

(i) 中位集中寡占も企業規模分布を考慮すると、二つの形態に大別できるであろう。第一は、少数の大企業がその売手市場のかなりの部分を支配し、残余の部分を多数の小企業が分割する市場である。この大企業を寡占核、小企業群を競争的周縁とよび、かかる市場を「部分寡占」とよぶことにしたい。第二は、各企業の市場占拠率はそれぞれ相当な程度であるが、高位集中全部寡占と比較してやや企業数が増える市場であって、これを「中位集中全部寡占」と呼ぶことにする。

(ii) かかる市場にも参入障壁は形成されているが、それは著しく高くなく、中位程度であるとする(ベイン[3, p. 200], ランツィロツィ [15, p. 56] 参照)。

(iii) 製品差別は従来通り強くないものとする。しかし部分寡占が形成される一要因は大企業製品と小企業製品との間の差別性によると思われるが、その間の代替性が存在しないと、「統一価格」が困難になるので、かなりよい代替性があるものとする。

(iv), (v) 企業間費用格差、産業総需要の代替性は §3 と同じとする。

###### (ロ) 市場行動

(vi), (vii) 中位集中寡占の産出量—価格決定メカニズムはこれまで分析した §1, §2, §3 の章の応用によって分析できる範囲がきわめて多い。すなわち、部分寡占はおもに部分独占論の応用によってほぼ分析できるであろう。何故なら寡占核が寡占的相互依存行動によって部分独占体となるならば、部分独占体が競争的周縁を支配するので、ドミナント・プライス・リーダーシップがほぼそのまま適用できるからである。中位集中全部寡占でも高位集中のそれで分析された「意識的平行行為」ないし「共存共栄政策」でプライス・リーダーシップが形成できる可能性が大きく、寡占構成員の生産量—価格調整が困難な場合にはカルテル等「明白な協定」を組めば、§2 の全部寡占の価格決定メカニズムがほぼ全面的に適用できるであろう。したがってこの節で分析されるべき第一の課題は、部分寡占における寡占核の協調のあり方および中位集中全部寡占の協調のあり方それ自身である。第二は当該市場のプライス・リーダーシップに特有の特徴があるとすれば、それは何んであるかを確定することであろう。

#### (1) 協調のあり方

部分寡占の寡占核および中位全部寡占の協調のあり方は一緒に分析されてよいであろう。寡占協調ないし寡占的相互依存行動はすでに §2 および §3 で部分的に分析されている。ここでは次のような各条件が進行し、かつ諸条件が備わるほど寡占企業間対立は少なく、協調は「暗黙の諒解」で達成できることが明らかにされている。

- ㉑ 企業数がより少ないこと
- ㉒ 各企業の市場占拠率がより均等化すること
- ㉓ 各企業の費用がより同一化すること
- ㉔ 情報交換がより活発に行なわれること
- ㉕ 参入がより厳しく制限されること
- ㉖ 各企業の製品がより同質化されること
- ㉗ 総需要がより非弾力化すること

さらに長期的条件として㉘技術進歩率、技術進歩のタイプ、㉙需要の成長率も考慮される必要があろう。(これら長期的条件はこれまで十分に考慮されていないが、技術進歩率および需要の成長率が安定的であるほど企業間協調は容易になるとだけここでは指摘しておきたい(伊東 [33, pp. 201—211])。)

以上の各条件が進行し、諸条件が全部備わるほど企業間対立要因は減少し、協調は容易になるといえる。このうちとくに基本的なのは最初の三つの条件であろう。何故なら、企業数が減少するほど企業間意思連絡は円滑化し、企業数が少なく企業規模が均等化し、企業間費用格差が小さいほど企業間生産量—価格調整が容易になるというメカニズムを㉔以下は補助する役割(たとえば参入が容易になると企業数が増大し、企業規模・費用格差が増大する傾向が強くなる)をもつからである。

逆に、以上諸条件が進行しないほど、また諸条件が備わらないほど、企業間対立要因は増大し、協調は困難になる。

協調を容易にする条件が備わるほど、協調は各企業の独立的行動でも達成できる意識的平行行為となる。しかしかかる協調形態では協調が完全なものにならない場合には紳士協定等の「暗黙の協定」、さらには規則的会合、常設の委員会、罰則規定をもつカルテル(「明白な協定」)が必要となる。(カルテルについては北原 [38, pp. 31—34] を参照されたい。)

ところで、以上の各条件がどの程度まで進行し、諸条件がどの程度まで備わったとき、協調が以上の「暗黙の諒解」、「暗黙の協定」、「明白な協定」のどの形態となるかは確定しえない。一般的には、集中度が高いほど「暗黙の諒解」で協調が達成でき、集中度の低い寡占ほど何らかの協定をもたないと協調は達成できないといえる(ベイン[4, 邦訳(上), p. 356])。



(2) 中位集中寡占のプライス・リーダーシップの諸特徴

㊤ カルテル的性格

以上(1)の分析でも明らかなように中位集中寡占では協定をもった共謀によらないと協調は達成しえない傾向が強いので、たとえプライス・リーダーシップという価格設定行動をとってもその内実はカルテルであるものが多いであろう。ここではプライス・リーダーシップは「カルテルの偽装」である。

いまもし中位寡占のプライス・リーダーシップがカルテルの偽装であるとするなら、その価格—産出量決定メカニズムはカルテル論であるから、ここでは分析の対象外とすればよいであろう。(なおカルテルの価格決定メカニズムを知るためには参考文献のなかだけで指摘すれば、フーグソン〔11, 邦訳(下) pp. 323—327〕がよいであろう。)

部分寡占では全企業がカルテルに参加することもあるが、寡占核だけがカルテルを形成しても、その部分独占体としての行動は競争的周縁を支配しうるのに十分であるから(§1—(iv)参照), そこでは全面的カルテルである必要のないことを指摘しておきたい。

㊥ 秘密の値引き (Secret Price Concessions)

中位全部寡占のプライス・リーダーシップの特徴は秘密の値引きが起りやすいことである(ペイン〔3, pp. 200—201〕, ランツィロツィ〔15, p. 63〕)。

中位集中全部寡占でも部分寡占の寡占核においても、彼等の企業間対立を調整するために高価格、総供給量制限および各企業の最低単位費用以下での操業が行われる可能性が強い。このような状態においては各企業とも販売量割当て (quota) に不満をもち、秘密の値引き (Price Concession) を行って実質的に販売量を拡大しようとする。ここではプライス・リーダーによって決められた統一価格は名目的な「公表価格」となって実際の「販売価格」は低くなる。このような Price Concession はカルテルが強固・完全であるほど厳しく罰せられるので、そこでは行えないが、寡占(核)が共存共栄政策によって協調を達成している場合のように協調がルーズである場合にはとくに目立った現象となる。したがってペイン教授は中位集中寡占のプライス・リーダーシップを「リーダーシップ・プラス値引き形態」(Leadership-plus-Price-Concession Pattern) と呼んでいる。〔3, p. 201〕それゆえ中位集中寡占ではプライス・リーダーシップ自身が崩れやすい性格をもっている。

㊦ 競争的周縁の反乱

部分寡占において寡占核の協調がルーズの場合には競争的周縁は寡占核に従うことなく、価格引下げ、ときには価格引上げ(好況期に一時的に)さえ行うことがある。これは、とくに寡占核が参入阻止・小企業成長阻止価格行動を十分に行えない場合に起りがちである。さらに寡占核が参入阻止価格を設置しえても不況期には小企業が積極的に価格引下げを行なって販売を刺激することがある(ランツィロツィ〔15, p. 56〕)。

(viii) 中位集中全部寡占の参入阻止価格は §3—(vi) を応用すればよいと思われるし、部分寡占の参入阻止価格はシロス—ラビーニ—モジリアニ—モデルによってすでに分析されており、部分独占を含めた部分寡占のそれはシーヤー〔24, pp. 219—222〕によってくわしく分析されているので、これを参照すればよいであろう。

(ハ) 市場成果

(ix) 中位集中寡占のプライス・リーダーシップでは、全くカルテルの偽装であるものを除くと、「秘密の値引き」および「競争的周縁の反乱」によって市場成果が原子的競争のそれ(価格が平均および限界の費用に一致する)に近くなる可能性をもつが、決してそうではない。寡占(核)の相互依存行動およびその総利潤極大化は寡占(核)企業に独占的超過利潤をもたらすであろうし、大企業の秘密の値引きも寡占的協調によって規制され、小企業の反乱も寡占核の協調行動にもとづく市場支配力によって制肘されるであろうから、市場成果を原子競争的なものにするとはないであろう(ペイン〔3, pp. 200—201〕)。かくして、スティグラー教授によって主張されたバロメトリック・プライス・リーダーシップの市場成果の競争性は、マークハム教授の高位集中寡占の「意識的平行行為」によるバロメトリック・プライス・リーダーシップ論により、部分的に否定され、さらにペイン教授の中位集中寡占のバロメトリック・プライス・リーダーシップ論により全面的に否定されるところとなった。ペイン教授は、バロメトリック・プライス・リーダーシップは「これまで人によっては誤って議論がなされてきたのであって、一般にバロメーター的価格先導性は、原子的市場に帰因する種類の競争的な価格設定と結びつけられがちであった。しかし、事實は、バロメーター的役割を果たす価格先導者に影響を及ぼすような価格譲歩(値引き—筆者)によって、寡占的相互依存性が形骸化されるということはあるやうになく、価格が競争的水準から独占的水準にいたる範囲内のどこかに設置される」(〔4, 邦訳(上), p. 335〕)という結論が得られたのである。

(x) 中位集中寡占のプライス・リーダーシップにおいて政策的に問題とされるべきは、第一は寡占(核)の共謀行為であり、第二は寡占核の競争的周縁支配(§1—(vi)の項参照)であろう。とくに前者ではそのカルテル的性格、後者では破壊的・排他的行為が寡占核の小企業支配のために行われるとすれば、これが問題となろう。ここではプライス・リーダーシップは「独占の結果でなく独占の原因」になる可能性が大きいことを強く認識すべきであろう。

結 び

本稿は、部分独占、ガリバー寡占、高位集中寡占、中位集中寡占の四つの市場におけるプライス・リーダーシップを市場構造、行動、成果の三つの側面にわたって具体的に分析するよう試みた。



そこにおける主要な結論は、いずれの市場でも独占的市場成果をもつ可能性がきわめて大きいということである。

独占的市場成果を競争的なそれに押し下げる要因は、本稿で分析したかぎりでは(A)参入条件、(B)総費用曲線の形と位置(これに影響をもつ技術進歩のタイプ)の他に、本稿の対象外とした(C)買手側構造等であろう。したがってこれらの要因いかなんでは市場成果は変る可能性がある。

このような独占的市場成果は、中位集中寡占の一部において現われる可能性の強い「プライス・リーダーシップが独占の原因」になるものを除くと、そのほとんどが「独占のない寡占的市場構造それ自身の結果」である。部分独占における支配的企業による小企業支配も、高位集中寡占における「意識的平行行為」も、ガリバー型寡占におけるこの両者の混在も、すべては市場構造それ自身の結果である。

それゆえ、現行プライス・リーダーシップの多くは市場構造に政策的な手をつけないかぎり、規制できない特徴をもつ。最近、わが国でも「暗黙の諒解」による共謀行為を規制する立法化の動きがあるが、これも基本的には市場構造の変更を期すものでないと、意味をもたないといえる。勿論、各章で簡単に触れた諸政策も含められるべきであろうし、そのこと自身も重要な政策課題であろう。

このような新たな政策・独禁法の制定も現行プライス・リーダーシップ取締・規制のために必要であるが、他方では現行独禁法によってどこまで規制・取締れるかという法律学的な研究も一層進められるべきではないだろうか。かかる法律学的な内在的研究を進める一方、他方では各産業別の実証的研究を急速に進展させるべきであろう。このような一連の研究が現代のインフレの一つの重要な基盤となる管理価格を解明し、有効な政策的実行を可能にする道であると思われる。

本稿は最近のわが国におけるプライス・リーダーシップの盛行傾向に対して産業組織論的見地から、そのもつ問題点を米国の研究を整理しつつ考察したものであるが、理論的側面ではプライス・リーダーシップ形成に至る企業間の対抗と協調のメカニズム、参入阻止価格および「ガリバー型寡占」の価格決定メカニズムについてある程度の分析を進められたのではないかと思う。

参 考 文 献

- [1] Adames, W., et al, *The Structure of American Industry*, (New York: Macmillan, 1954), 時事通信社訳『アメリカの産業構造』(時事通信社, 1957)
- [2] Backman, J., *Pricing: Policies and Practices*, (New York: The National Industrial Conference Board, 1961), reprinted in *Industrial Organization and Public Policy*, ed. by W. Sichel, (Boston: Houghton Mifflin, 1967)
- [3] Bain, J.S., "Price Leaders, Barometers, and Kinks," *The Journal of Business* (July, 1960)
- [4] ……………, *Industrial Organization*, 2nd ed., (New York: John Wiley and Sons, 1968), 宮沢健一監訳『産業組織論』(上), (下), (丸善書店, 1970)
- [5] Boulding, K.E., *Economic Analysis*, (New York: Harper & Row, 1941), 大石泰彦, 宇野健吾訳(同三版)『ポールディング近代経済学』(上), (下), (丸善書店, 1936)

- [6] Burns, A.F., *The Decline of Competition*, (New York: McGraw-Hill, 1936)
- [7] Calberg, M.R., D.R. Forbush and G.R. Whitacker, *Business Economics: Principles and Cases*, Washington D.C.: Brookings Institute, 1958)
- [8] Cohen, K.J., and R.M. Cyert, *Theory of the Firm: Resource Allocation in a Market Economy*, (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1965)
- [9] Dean, J., *Managerial Economics*, (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1951), 田村市郎他訳『経営者のための経済学』(I), (II), (III), (IV), (関書院, 1958—9)
- [10] Forchheimer, K., "Theoretisches zum unvollstaendigen Monopoly," *Das Jurback für Gesetzgebund, Verwaltung und Volkswirtschaft*, ed. by G. Schmoller (Leipzig, 1908)
- [11] Furguson, C.E., *Microeconomic Theory*, (Homewood, Ill.: Richard D. Irwin, 1966), 木村憲二訳『徹視的経済理論』(上), (下), (日本評論社, 1968)
- [12] Jones, E., "Price Leadership in the Rayon Industry," *Manchester School of Economics and Social Studies*, (1941)
- [13] Kaplan, A.D.H., J.B. Dirlam, R.F. Lanzillotti, *Pricing in Big Business*, (Washington D.C.: Brookings Institute, 1958), 武山泰雄訳『ビッグ・ビジネスの価格政策』(東洋経済新報, 1960)
- [14] Lanzillotti, R.F., *The Hard-Surface Floor Covering Industry: A Case Study of Market Structure and Competition in Oligopoly*, (Washington D.C.: Pullman, 1955)
- [15] ……………, "Competitive Price Leadership—A Critique of Price Leadership Models," *Review of Economics and Statistics*, (February, 1957)
- [16] Lynch, D., *The Concentration of Economic Power*, (New York: Columbia University Press, 1946)
- [17] Machlup, F., *The Political Economy of Monopoly*, (Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1952)
- [18] Markham, J.W., *Competition in the Rayon Industry*, (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1952), 帝人調査課訳『レーヨン工業論』(東大出版会, 1955)
- [19] ……………, "The Nature and Significance of Price Leadership," *American Economic Review* (December, 1951)
- [20] Means, G.C., *Pricing Power and the Public Interest*, 1962, 伊藤長正他訳『企業の価格決定力と公共性』(ダイヤモンド, 1962)
- [21] Neale, A.D., *The Antitrust Laws of the U.S.A.*, 2nd ed. (Cambridge, London: Cambridge University Press, 1970)
- [22] Nichol, A.J., *Partial Monopoly and Price Leadership—A Study in Economic Theory* (PhD dissertation to Columbia University, 1930)
- [23] Owens, R.N., *Organization and Combination*, (New York: Prentice-Hall, 1951)
- [24] Scherer, F.M., *Industrial Market Structure and Economic Performance* (Chicago: Rand McNally, 1970)
- [25] Singer, E.M., *Antitrust Economics: Selected Legal Cases and Economic Models*, (Engelwood, N.J.: Prentice-Hall, 1968)
- [26] Stigler, G.J., *The Theory of Price*, (New York: The Macmillan Company, 1947)
- [27] ……………, "The Kinky Oligopoly Demand Curve and Rigid Prices," *Journal of Political Economy* (October, 1947)
- [28] Stocking, G.W., and M.W. Watkins, *Monopoly and Free Enterprise*, (New York Greenwood Press, 1968)
- [29] Vatter, H.G., *Small Enterprise and Oligopoly, A Study of the Butter, Flour, Automobile and Glass Container Industries*, (Oregon: Oregon State Colledge Press, 1955)
- [30] Wilcox, C., *Competition and Monopoly in American Industry*, Temporary National Economic Committee,

Monograph No. 21, (Washington D.C., U.S. Government Printing Office, 1940)

- [31] Worcester, D.A., "Why 'Dominant Firms' Decline," *Journal of Political Economy* (Aug. 1957)
- [32] 今村成和, 『私的独占禁止法の研究』(一), (二), (三) (有斐閣, 1954年)
- [33] 伊東光晴, 『近代価格理論の構造』(新評論, 1965年)
- [34] 鎌倉昇, 『価格・競争・独占』(創文社, 1958年)
- [35] 菊地元一, 『意識的平行行為と独占禁止法』(上), (下), (『公正取引』, 1966年6月, 8月号)
- [36] ……『プライス・リーダー制と独占禁止法』(『財政経済弘報』1967年1184号, 1186号, 1188号)
- [37] ……『寡占体制と独占禁止法』(『財政経済弘報』1969年1296号)
- [38] 北原勇, 『寡占企業間協調の基本問題』(『三田学会雑誌』, 1964年3月号)
- [39] 公正取引委員会事務局編, 『管理価格』(大蔵省印刷局, 1970年10月)
- [40] 新飯田宏, 『寡占価格の形成と政策基準』(『週刊東洋経済, 所得政策特集号』, 1968年10月24日)
- [41] 大和瀬達二, 『寡占経済理論の構造』(新評論, 1970年)
- [42] 実方謙二, 『反トラスト法における共同行為の認定について』(『北大法学論集』, 15巻4号, 16巻1号, 18巻3号)
- [43] ……『反トラスト法と有効競争の理論』(『公正取引』, 1966年5月, 6月号)
- [44] 正田彬, 『独占禁止法』(日本評論社, 1966年)
- [45] 高木昇, 『価格と市場の理論』(東洋経済新報社, 1967年)
- [46] 丹宗昭信, 『管理価格規制のための独禁法理論』(『公正取引』, 1964年3月号, 4月号)
- [47] 上野裕也編, 『自動車産業のモデルの予測』(日本経済新報社, 1970年)

(附記) 本稿執筆後に大和瀬達二「プライス・リーダーシップの理論」(『早稲田政経雑誌』, 1961年220—221合併号)を入手したことを附記しておきたい。

資料

明治初期における労働者階級の状態  
にかんする資料——「明治前期の都市下層社会」

および「職工および鉱夫調査」について——

飯 田 鼎

- (1) はしがき——日本賃労働史研究における2つの史料の意義
- (2) 史料の内容についての紹介
- (3) 日本賃労働史研究の方法についての反省

(1)

資本制経済社会が、封建的な経済組織から生成して来るためには、土地に緊く縛りつけられていた農奴もしくは隷農の身分が廃棄され、彼らが労働力商品の担い手として、その商品の市場を見出すことができるころならば、どこへでも行くことができる必要があるとともに、他方では、生産者は、ギルド(ツンフト)の支配、その徒弟および職人の制度、拘束的な労働規定から解放されなければならなかった。「かくして、生産者を賃金労働者に転化する歴史的運動は、一面では農奴の隷属およびギルド的強制からの彼らの解放としてあらわれる。そして我々のブルジョアの歴

史家にとっては、ただこの面のみが存在する。しかし他面では、この新たに解放された人々は、彼らのすべての生産手段と、旧来の封建的諸制度によって与えられていたすべての生存保証とを奪われたのちに、初めて彼ら自身の売手となる。そして、かような彼らの取奪の歴史は、血と火の文字をもって人類の記録に書きこまれているのである(但し傍点は引用者)。しかしこのような賃労働の形成過程は、資本主義の発展のみならず、いずれの国においても、必ずしも同一の形態をとってあらわれるとは限らない。資本制生産に先立つ封建社会の存在形態やその堅固さはもちろんのこと、資本蓄積の様式やこれにたいする国家権力のかかわり方、ブルジョア階級の相対的な力の問題など、さまざまな要因に規定されて、その国の近代的なプロレタリアートは徐々にその全貌をあらわす。だが、このようなプロレタリアートの階級としての形成は、市民革命の勃発を契機とする本格的なマニュファクチュアの展開の下で行われたのであり、マルクスのいわゆる「資本の

注(1) マルクス「資本論」岩波文庫版第1巻第4分冊, 269頁。

(2) イギリスは、その賃労働形成史においてまことに古典的な国であるといわれる。その意味でつぎの一節は、象徴的である。「本源的蓄積の歴史において歴史的に画期的なものは、形成されつつある資本家階級に槓桿として役立つ変革のすべてがそれであるが、なかにも、人間の大部分が突如暴力的にその生計手段から引き離されて無保護のプロレタリアとして労働市場に投げ出される瞬間は、殊にそうである。農業生産者からの、農民からの土地収奪は、全過程の基礎をなす。この収奪の歴史は、国によって異なる色彩をとり、順序を異にし歴史的時代を異にして異なる諸段階を通過する。それが典型的な形態をとるのはイギリスであり、我々がイギリスを例にとるのもそのためである」(傍点引用者)。

(3) 賃労働一般は、歴史とともに古い。古代ギリシャやローマの社会は、基本的には、奴隷主と奴隷の基本的に対立する2つの階級によって形成されていたし、封建社会もまた、封建領主と農奴とを基本的な階級として構成されていたと考えられる。しかし、賃労働自体は、古くから存在し、労働力を売って生きる以外に途のない人々の歴史は、たとえば自由民のなかの奴婢や召使、封建的諸階級に仕える従者群——たとえば、おかかえの理髪師や音楽師あるいは家庭教師などを含む——のなかにすでにみられたところであった。しかしながら、賃労働者階級としての形成をみたのは、市民革命以後のマニュファクチュアの展開、産業資本の本格的な運動の下においてであることは銘記されなければならない。すなわち、労働者階級形成の起点は、「資本家的な」賃労働の形成であり、従って、市民革命が、資本主義(産業資本)の出発点である以上、それ以前の賃労働と同一視することは正しくない。