

Title	売上高極大化仮説
Sub Title	Sales maximization hypothesis
Author	三枝, 幸文
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1973
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.66, No.4 (1973. 4) ,p.242(58)- 248(64)
JaLC DOI	10.14991/001.19730401-0058
Abstract	
Notes	学界展望
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19730401-0058

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.

売上高極大化仮説

三 枝 幸 文

寡占企業の行動原理として、ポーモル (W. J. Baumol) によって主張された「売上高極大化仮説」は、需要の増加がみられ、企業間で積極的な技術革新および新製品の開発が行われているような、いわゆる「競争的寡占」に適用される理論であるとみなされ、従来の利潤極大原理にとって代わるものとして注目されるとともに、高度成長期における我国の企業の行動を解明する際にもその分析用具として用いられてきた。だがポーモルの仮説は、その後この仮説に対する修正や批判等を通じて一層の発展が見られる。この小論の目的は、ポーモルおよびそれ以後の「売上高極大化仮説」の発展過程を展望するとともに、そこで示された諸問題の検討を通じて、寡占理論におけるこの仮説のもつ意味を明らかにすることにある。

I

企業にとって最大の売上高は、需要の弾力性が1すなわち限界収入がゼロであるような産出高において達成されるが、ポーモルの売上高極大化仮説にあっては、「利潤の制約」のもとでの最大収入が主張されている。その場合、売上高が何ゆえ重視されるのかということ、売上高の減少が次のような不利益をもたらすからであるとポーモルは言う。すなわち、消費者が当該生産物を忌避するようになること。資金調達が困難になること。配給業者を失うこと。人事関係が悪化すること。独占力の喪失と競争上の対抗戦略を採用しえなくなること。経営者の株主に対する地位があやうくなることなどがそれである。

いま Osborne [3] に従って、企業の効用関数を $U = U(P, R)$ とし、 P を利潤、 R を収入、従って利潤の限界効用 $\left(\frac{\partial U}{\partial P}\right)$ を a 、収入の限界効用 $\left(\frac{\partial U}{\partial R}\right)$ を b とおくと、ポーモルの利潤制約に服する売上高極大化仮説は、 P^* を利潤の制約とすると、

$$P < P^* \text{ であるならば } a > b \geq 0$$

$$P \geq P^* \text{ であるあるならば } b > a = 0$$

である。すなわち現実には獲得される利潤が、最低利潤水準 P^* にみたぬ段階では利潤がより選好され利潤の限界効用 a は大きく、それに対して現実に最低利潤水準以上のものを得ている段階では、利潤は最低水準を確保しているから限界効用はゼロであり、売上高の方がより多く選好されることを示している。企業の最大値は制約に服した $aP + bR$ である。ポーモル自身は売上高極大化は、短期ばかりでなく長期の目標でもあると述べているが、他方売上高極大化仮説は、長期利潤極大化という形での定式化に当たって短期的収入を長期利潤というあいまいな概念に対する代用物として用いたものであるとみることもできる。かつて J. R. Hicks⁽¹⁾ は企業の最大値を $lg + mG$ と表わし、 g と G をそれぞれ短期および長期の利潤、 l と m を効用関数内での短期および長期の利潤のそれぞれのウェイトとしているが、それを Osborne における上式 $aP + bR$ と比較すれば、 P は g に、また R は G に対応するが、両者の相違点は長期利潤のウェイト m の代りに、短期収入の限界効用 b を用いることによって、Osborne が純粋に短期的変数に重点をおいた解釈をしているところにある。

もし長期利潤極大化という形での定式化を行うとすれば、いま M. H. Peston [4] に従って π を長期利潤の現在価値、 π_t を t 期における利潤 ($t=2 \cdots n$)、 x_t を産出高、 R_t を t 期の総収入、 C_t を総費用、 α_t を t 期の割引率とすると、

$$(1) \quad \frac{\partial \pi}{\partial x_1} = 0$$

$$(2) \quad \sum_{t=2}^n \alpha_t \frac{\partial \pi_t}{\partial x_1} = 0$$

$$(3) \quad \frac{\partial R_1}{\partial x_1} - \frac{\partial C_1}{\partial x_1} + \sum_{t=2}^n \alpha_t \frac{\partial R_t}{\partial R_1} \cdot \frac{\partial R_t}{\partial x_1} = 0$$

$$(4) \quad \frac{\partial R_t}{\partial x_1} \left\{ 1 + \sum_{t=2}^n \alpha_t \frac{\partial R_t}{\partial R_1} \right\} = \frac{\partial C_1}{\partial x_1}$$

となり、(4)式は短期利潤極大化の条件たる $\frac{\partial R_t}{\partial x_1} = \frac{\partial C_1}{\partial x_1}$ と比較すると、いま現在の収入が将来の収入を増加させると仮定すれば $\frac{\partial R_t}{\partial R_1} > 0$ であるから、(4)式を満足させる産出高 x は短期利潤極大化の場合に比して大であろう。だが $\frac{\partial R_t}{\partial R_1} > 0$ であるということ、また将来の割引率と収入とが事前に把握されねばならないということから、長期利潤極大化という形による定式化には問題点が多い。

ポーモルはこの仮説を主張するに当って、寡占市場

注(1) J. R. Hicks "The Process of Imperfect Competition" Oxford Economic Paper, Feb. 1954.

売上高極大化仮説

における大企業の行動をその対象としているが、その場合、潜在的競争者との関係のみならず、既存企業相互間の関係についてさえも詳細な議論は展開していない。ただ企業の個別需要曲線を屈折したものとしてではなく、右下りのスムーズな曲線として表わしていることから、そのことはプライス・リーダーシップをもつ企業が、あるいは成長期で新規の需要効果のみにウェイトがあり、代替的な需要効果がほとんど無視しうるような場合を想定したものとも見ることができよう。ポーマルにおいては、企業の意思決定は寡占的相互依存関係によって何ら影響を受けないものとされており、従って屈折需要曲線が前提とするような、相手企業の行動に関する情報が不足しているという状況の下での行動には余力点を置いていない。

これに対して、Shepherd [5] は、売上高極大化企業に関する屈折需要曲線を想定した議論の中で、寡占的相互依存関係が強ければ強いほど限界収入曲線の不連続部分は下方へと拡大し、総収入曲線は屈折の生ずる産出高水準でピークに達してしまうために、収入極大点は利潤極大点と一致する可能性がある⁽³⁾と主張する。

周知のごとくポーマルのモデルでは、収入極大点と利潤極大点は異なり、収入極大企業は利潤極大企業よりも通常産出高は多く、価格は低いとされているが、このことがいえるためには、価格の低下が需要の増加を生み、結果的に収入が増大するというみで、需要の弾力性が1より大であり、限界収入が正であるという条件が必要である。この需要の弾力性が1より大であるという場合には、企業は収入を増加させるために生産物を低い価格で販売することになるが、そうした下方への価格の変動を許すとすれば、その場合には屈折需要曲線を用いる分析は必ずしも妥当なものとはいえないであろう。従ってこのように売上高極大点が利潤極大点と一致するのは、需要の弾力性が1より小である場合に売上高を増大させる誘因が失われ

ることによって生ずるものといえよう。かくして売上高極大点と利潤極大点との一致が生ずるか否かは、Shepherd が主張するような寡占的な相互依存関係よりも、むしろ上述のような弾力性の値に大きく依存しているといえる。

この収入極大点と利潤極大点の一致の可能性は、大谷[21]によっても別の形でなされている。そこでは収入曲線と費用曲線の非可逆性の概念を導入することによって、売上高極大産出高が、収入極大点と利潤極大点の一致の可能性によって安定的に維持されることが主張されている。まず収入曲線(図1)の非可逆性であるが、それは生産量が増大する時の収入曲線と、生産量が減少する時の収入曲線とが、同一経路をとらないことに帰因する。すなわち生産が Oq_3 の水準に達するまでは総収入はOMP₃の曲線に沿って増大するが、ひとたび生産量が Oq_3 から減少するや、総収入はMの方向に戻るのではなく、P₃NOに沿って急激に減少する。それにもなって価格-需要曲線はD₂Eとなる。

いま総費用曲線を(図1)において r_2r_3 とすると、生産量 Oq_3 の時の利潤 P_3r_3 が、生産量が減少する時の

図1

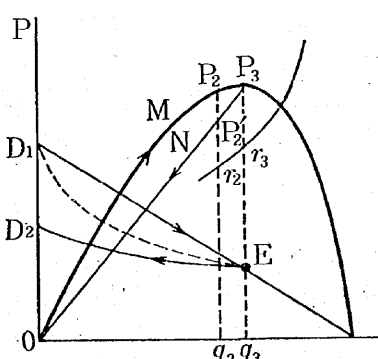
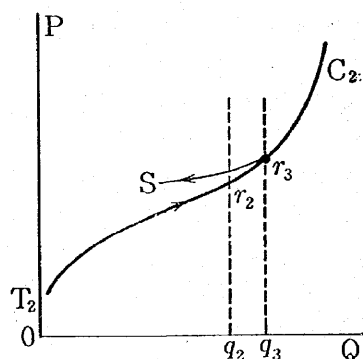


図2



利潤 $P'r_2$ よりも大なる場合に始めて、収入極大化仮説によって生産水準 Oq_3 の維持が説明される。また他方、費用曲線も非可逆的となる(図2)。そこでは生産量の拡大過程の費用曲線は T_2C_2 であるが、ひとたび Oq_3 からの生産量の減少が生じるや費用曲線は資金コストの上昇等の影響により、 T_2C_2 に沿って戻ることな

注(2) ポーマルは、意思決定において寡占的相互依存関係が小さな役割しか演じていない理由として、次のものをあげている。

1. 企業の内部組織の複雑性
 2. 経験法の利用
 3. 経営者の平穩な生活に対する欲求 W. J. Baumol [1] p. 36 (邦訳)
- (3) このシェパードの見解に対しては、ホーキンスによってそれは非価格競争の場合にはあてはまらないという主張がなされている。C. J. Hawkins [6]
- (4) ポーマルは売上高が減少すると「消費者はその生産物を忌避するようになる」「配給業者を失う」と述べている。W. J. Baumol [1] p. 56. 図1, 図2は大谷 [21] による。

しに r_0S に沿って減少する⁽⁵⁾。かくして売上高極大の産出高 Oq_3 を減少させることは、収入の急激な減少と費用の緩慢な減少との2つの側面から利潤を圧迫し、それゆえ生産量 Oq_3 における利潤 P_3q_3 はまた極大利潤でもありうるのである。しかしこの非可逆性を用いた説明では、なにゆえ当初企業は利潤極大の産出高 q_2 をこえる産出高 q^3 を生産しようとするのかが十分説明しえないのである。ポーモルのように既に達成した売上高を減少させることが、企業にとって不利益であるからというような消極的な理由だけでは不十分なのである。

このほか売上高極大化仮説に関する重要な問題に最低利潤水準の決定の問題がある。最低利潤水準の決定は、内部留保と配当とに依存するから、「その経常的な資金調達が必要と、その過去の配当の態様が将来の証券発行の必要という形で表われてくる将来の現金利用の可能性に与える効果を兼ね合わせるようにしなければならない⁽⁶⁾」のであり、現在と将来の資金調達の目的との間での妥協で処理することになるとポーモルは述べているが、このような主張に対して Osborne [3] は次のように主張している。

いま m を債券の市場価格、 n を発行債券数、 P_d を要求される分配利潤、 P_r を要求される留保利潤、 $z = \frac{P_d}{mn}$ を債券の収益とすると、 $P = P_d + P_r = mnz + P_r$ であり、そのうち m と z は資本市場において決定され、 n は短期的には所与とみなされる。こうして P_d は決定される。他方留保利潤 P_r については、既述のポーモル自身の主張からも明らかであるとおり、企業の長期目標すなわち売上高極大化によって決定されるものと考えられているが、しかしこのように長期的な要因を導入してくることは、彼のモデルが主として短期的な変数によって構成されていることを考えた場合には、短期的な企業行動と長期的な目標との明確な関連が示されない以上、そのモデルでは P_r が決定されず、その結果最低利潤水準 P は決定されないこととなる。

その後ポーモル [2] は、売上高の極大化ではなく、売上高の成長率の極大化へと自己の主張を修正するにともない、利潤をそれまでのような売上高極大化に与えるの制約条件として扱うのではなく、利潤を企業の

拡張計画を金融するために必要な資金調達手段として扱うことになった。そこでは余りに高い利潤の水準は企業の現在の活動水準を抑制し、他方余りに低い水準は将来の成長を妨げるとして、両者の中間的な最適利潤水準の考えを主張するのである。

しかし企業が売上高の極大化を企図する場合、資金調達面から利潤の水準が決定されるにしても、現実には、潜在的競争者の圧力や貸金コスト等によって利潤の大きさは影響をこうむらざるをえない。また企業にとって資金調達源泉は利潤のみではない。外部からの調達も可能であるし、またポーモルの理論からも、必要最低利潤の水準が低いほど売上高は増大するのであるから、時によっては外部からの資金の借入等によってマーケットシェアの拡大を図ることも可能である。しかし、それでは長期的な成長のための安定した資金は得られないであろうし、また仮に、外部からの借入れに依存しての企業の高い成長が、潜在的競争者の圧力や貸金コストの圧力を克服することによって、予定された必要最低利潤を上回る高い利潤を現実にも生み出し、それにもとづいて自己資本の充実を計ろうとしても、その場合には、資金コストの面から利益に対する大きな圧迫が生ずることによって長期の成長が妨げられるという可能性も考えられなければならない。

企業が長期的な安定した成長をみざす以上、短期的には既存の生産物の売上高の増加によるマーケットシェアの維持・拡大を求めるとしても、長期的には利潤の蓄積を通じての生産物の開発による多様化の方向をとることになるが、その場合には、売上高極大化仮説においても、上述のごとく⁽⁷⁾ 利潤獲得は大きな要因とならざるをえないのである。

II

企業が売上高の増加を目標とする時、そのための手段としての価格引き下げは、その効果が需要の弾力性に左右されるところが多く不確実であるのに対し、広告等の非価格競争はその点で有効な手段とみなされている。そこで次に、売上高極大化仮説と非価格競争、特に広告支出との関連を検討しよう。

注(5) ポーモルは、売上高が減少すると、「銀行や貨幣市場は受容的でなくなる」「人事関係が困難になる」と述べている。W. J. Baumol [1] p. 56.

(6) Baumol [1] p. 64.

(7) ポーモル自身は「販売最大化は、短期においてと同様に、長期においても、経営幹部の目的である」とも述べている。Baumol [1] p. 63.

売上高極大化仮説

売上高の極大を追求する時、そこには2つの均衡が存在する。第1のものは必要最低利潤の水準が比較的低い場合であり、そこでは売上高の極大化にともなって利潤の低下が生ずるにしても、最終的に稼得される利潤は必要最低水準を十分に上回り、従って利潤の制約が売上高の極大化に対し何らの制約にもならないものである。それに対してもう1つは、必要最低利潤水準が前のケースよりも相対的に高い場合である。ここでは産出量は利潤の制約とまさに両立しうる水準にまで減少せられる。というのは、もしその産出量の水準をこえると売上高は仮に増加するにしても、利潤は必要最低水準を割ってしまうからであり、従って利潤の制約が売上高の極大化に対して有効な障壁となるものである。だが広告支出を考慮に入れた場合には、前者のような制約を受けない売上高極大化の可能性は存しない。なぜならば、ボーモルは広告費の増大は常に総収入を増加させることができると仮定しており、その結果企業にとっては利潤の制約によって阻止されるまで、すなわち利潤が容認可能な最低水準に低下するまで広告支出を増加させることが有利であり、利潤が最低水準をこえたままの状態はありえないからである。従って広告支出額は、売上高極大化企業の方が利潤極大企業におけるよりも通常多いのである。

ボーモルの場合、広告支出と価格との相互関連については十分な検討がなされていないが、Sandmeyer (7) はその問題を次のように扱っている。

いま広告支出がなされと、その増加に応じて個別需要曲線は右方へツフトするが、そのような種々の広告支出水準の下での需要曲線にはそれに対応した総収入

曲線を描くことができる。いま横軸に産出高、縦軸に収入・費用、そして最低利潤を π_m にとると (図3) において、 $R=0$ は広告支出ゼロの時の総収入曲線、同様にして $R=1\cdots 5$ は広告支出が1単位から5単位までがなされた時のそれぞれの総収入曲線である。

いま広告費以外のコストが、図における $(C_0 + \pi_m) - \pi_m$ の部分の大きさに固定されているとすると、広告支出がゼロで、コストと最低利潤水準との和が $C_0 + \pi_m$ ならば、企業は $Q_0 T_0 / Q_0$ の価格で、産出高 Q_0 を生産し収入極大化をはかろうとする。ここでは収入は $T_0 V_0$ の額だけ $C_0 + \pi_m$ を超過して利潤を生み出すから、その部分は広告支出のために費やされる。次に広告支出が1単位なされた時の収入曲線は $R=1$ であり、ここでは収入が $C_1 + \pi_m$ を上回り、 $T_1 V_1$ だけの利潤が生じ、それはまた広告支出に向けられる。

このような行動は、寡占企業の極大収入がコストプラス最低受入れ可能利潤に等しくなるまで続けられる。従って産出高 Q_5 が利潤の制約の下での産出高均衡である。ここでは価格は $Q_5 T_5 / Q_5$ であり、広告支出は5単位なされることを示している。

このような Sandmeyer による分析は、生産コストが固定されている場合には正しいのである。ただコストが固定されていると、売上増加の限界費用 (広告支出を除く) はゼロとなり、均衡が、総収入関数の1つのピークにおいて生じることになるが、ここでは限界収入はゼロである。従ってそれはボーモルの均衡条件 $(\frac{\partial C}{\partial x} > \frac{\partial TR}{\partial x}, \frac{\partial TR}{\partial a} > 0, \frac{dc}{dx} > 0, x > 0)$ と一致しないことになる。

そこで価格、コスト、産出高、広告支出の関連を考慮した場合の収入極大化企業の均衡を示そうとする試みが、R. H. Haveman, G. De Bartolo (8) (9) によって行われ、それはまた R. C. Bushnell, M. Z. Kafoglis 等による批判を通じて発展されている。Bushnell と Kafoglis (10) は次のように主張している。

$$\begin{aligned}
 x \cdot D(x, a) &= TR(x, a) \\
 &= a \text{ ドルの広告が行われた後に、} x \text{ 単位} \\
 &\text{が販売される時の総収入関数} \\
 \pi &= \text{最低限の受入れ可能利潤} \\
 C(x) &= \text{生産費} \\
 A(a) &= \text{広告費用}
 \end{aligned}$$

とすると、

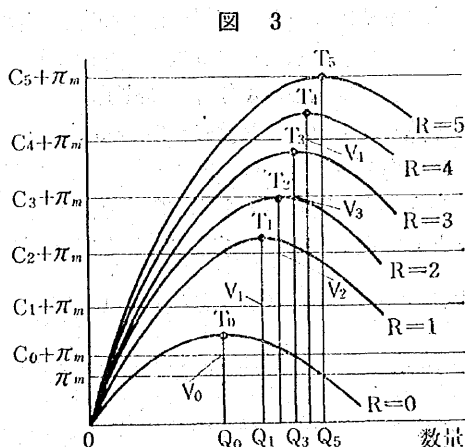


図 3

注(8) このボーモルの主張に対しては、C. J. Hawkins (15) が、収入極大者の方が利潤極大者よりも広告支出が少ないことがありうることを説明している。

(9) これは R. Haveman と G. De Bartolo の定式化を Kafoglis, Bushnell が修正した式である。

ここでは、最低利潤制約 $TR(x, a) - C(x) - A(a) \geq \pi$ に服して、 $TR(x, a)$ を極大化することになるが、ポールの場合の $\partial TR/\partial a > 0, dc/dx > 0, x > 0$ という前提を考慮に入れると、収入極大化の条件は次のラグランジュ式Lから導き出される。

(1) $L(x, a, \lambda) = TR(x, a) + \lambda[TR(x, a) - \pi - C(x) - A(a)]$

(2) $\frac{\partial L}{\partial x} = \frac{\partial TR}{\partial x} + \lambda \left[\frac{\partial TR}{\partial x} - \frac{dC}{dx} \right] \leq 0$

(3) $\frac{\partial L}{\partial a} = \frac{\partial TR}{\partial a} + \lambda \left[\frac{\partial TR}{\partial a} - \frac{dA}{da} \right] \geq 0$

(4) $\frac{\partial L}{\partial \lambda} = [TR(x, a) - \pi - C(x) - A(a)] \geq 0$

(2)(3)より

(5) $(\lambda + 1) \frac{\partial TR}{\partial x} = \lambda \frac{dC}{dx}$

(6) $(\lambda + 1) \frac{\partial TR}{\partial a} \leq \lambda \frac{dA}{da}$

$\frac{\partial TR}{\partial a} > 0$ を仮定しているから、(6)式の左辺は正であり、従って上式を整理すると、

(7) $1 + \frac{1}{\lambda} = \frac{dC/dx}{\partial TR/\partial x}$

(8) $1 + \frac{1}{\lambda} \leq \frac{dA/da}{\partial TR/\partial a}$

(7)(8)より次式が導き出される。

(9) $\frac{dA/\partial TR}{da/\partial a} = \frac{dC/\partial TR}{dx/\partial x} = 1 + \frac{1}{\lambda} \quad a > 0$

(10) $\frac{dA/\partial TR}{da/\partial a} \geq \frac{dC/\partial TR}{dx/\partial x} = 1 + \frac{1}{\lambda} \quad a = 0$

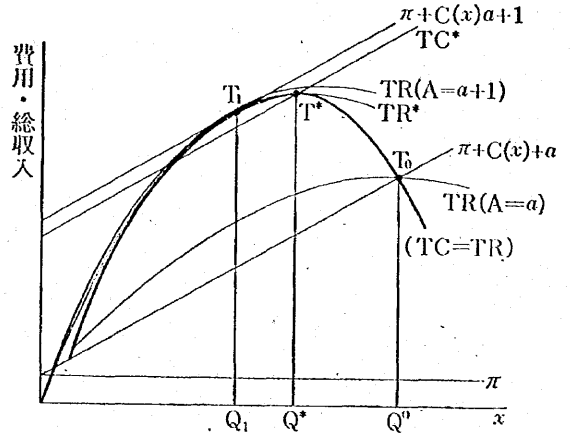
利潤制約の下で企業は $\lambda > 0$ であるから、 $1 + \frac{1}{\lambda} > 1$ であり、(9)(10)式より

(11) $\frac{dC}{dx} > \frac{\partial TR}{\partial x}$

のポールの条件が導びかれる。

(図4)においてT₀は既述の Sandmeyer が示した均衡点である。(10) (TC=TR) 曲線(太線)は、種々の広告支出水準における総費用関数(利潤制約πを含む)が、各々の広告水準の下における総収入関数と交わる点の軌跡

図 4



であり、 $TR(A=a) = C(x) + a + \pi$ なる点の軌跡である。収入極大企業は、 $(TC=TR)$ 関数が極大となる(T*)において均衡点となり、そこでは $\partial C/\partial x > \partial TR/\partial x$ の均衡条件がみたされているのである。

また売上高極大化仮説に関する実証研究は未だ十分おこなわれていないが、そのうちM. Hall [12] およびB. D. Mabry, D. L. Siders [14] による分析を見ると、Hall は合衆国の最大 400 社を対象に、1960年から1962年にわたる期間の分析をしており、またB. D. Mabry と D. L. Siders は1952年から1963年の期間について120企業を対象とした研究を行っている。しかしいずれもポールの仮説についてはそれを十分に支持する結果が得られていないのである。

ポール自身、販売高維持の欲求は、国民所得の減少に抵抗する要因であり、市場の分け前の維持は、それを通じて一企業の販売高の計画されない不規則な増大さえもしばしばあらゆる分野での拡張につながるであろうと述べ、そのような拡張へ向かわせる企業の制度化された構造および心理状態として、市場の分け前に対する事業家の関心、大企業の危険分散の能力、株主が主として企業の成長を通じて利益を得ることとい

注(10) この図は Haveman, DeBaltolo が, Katoglis, Bushnell [10] の批判を受け入れ自らの見解を修正した後の図である。R. Haveman, G. DeBarto [9]。

(11) Mabry と Siders の研究 [14] では、ポールの仮説は、利潤と売上高とのゼロ又は負の相関がみられる場合には支持されるとして分析がなされる。

正の相関の場合には ポール仮説と矛盾するが、しかし、ポールの場合にも、利潤が最大値に達するまでは利潤と売上高は正の相関をもつのであるから、利潤が最大値をすぎた後に正の相関がみられればポール仮説は否定され、負又はゼロの相関がみられればポール仮説は支持される。分析では上位120企業のうち、利潤の低下した25の企業を対象とし、そのうち20企業で負の相関がみられ、ポール仮説は支持されたが、しかしトレンドを除去した値でみると、25企業のうち22企業が正の相関をもち、仮説は支持されないことになった。

売上高極大化仮説

う3つの事実を上げており、こうした状況を背景として売上高極大化仮説が主張されるのである。従って売上高極大化仮説は通常競争の寡占の下で、企業間の積極的なマーケットシェア獲得競争が見られる状態を説明する際に好んで用いられ、そしてまたボーモル自身も既述のごとく、マーケットシェアの維持が拡張へ向かわせると述べてはいるものの、彼の仮説を検討する限りにおいては、競争的寡占にのみ適用される理論とするのは妥当ではない。それは弾力性や最低利潤等の種々な要因によって影響されるところが大であり、従って競争的寡占と協調的寡占のいずれに適用されるのかを、企業行動の分析に先立って予め決定することは不可能なのである。⁽¹³⁾

今この仮説を企業成長の分析に用いる場合にも、売上高極大化仮説は、短期的な部分均衡の枠内で主張されているため、そこにはおのずからそれなりの限界があり、従って直ちにそれを現実の企業成長の分析用具として用いることには問題があろう。企業成長を考慮するに当たっては、企業の投資行動に中期長期にわたり影響を及ぼす要因として、特に成長への期待と資金との両面の検討が必要だが、ボーモルにおける最低利潤水準の取扱いに見られる資金面の分析は明確なものではなく、また売上高極大化の動機背後にある成長への期待感においても、よりマクロ的な要因が考慮されなくてはならないのである。

売上高極大化仮説に関する文献

- [1] W. J. Baumol "Business behavior, value and growth" 「企業行動と経済成長」伊達他訳。
- [2] W. J. Baumol "On the Theory of Expansion of the Firm" *American Economic Review*, Dec. 1962.
- [3] D. K. Osborne "On the goal of Firm" *Quarterly*

- Journal of Economics*, Nov. 1964.
- [4] M. H. Peston "On the Profit Maximization Assumption" *Economica*, May 1959.
- [5] W. G. Shepherd "On Sales Maximizing and Oligopoly Behavior" *Economica*, Nov. 1962.
- [6] C. J. Hawkins "On the Sales Revenue Maximization Hypothesis" *The journal of industrial economics*, April 1970.
- [7] R. L. Sandmeyer "Baumol's Sales-Maximization Model: Comment" *American Economic Review*, Dec. 1964.
- [8] R. Haveman, G. DeBartolo "The Revenue Maximization Oligopoly Model: Comment" *American Economic Review*, Dec. 1968.
- [9] R. Haveman, G. DeBartolo "The Revenue Maximization Oligopoly Model: Reply" *American Economic Review*, June 1970.
- [10] M. Z. Kafoglis, R. C. Bushnell "The Revenue Maximization Oligopoly Model: Comment" *American Economic Review*, June 1970.
- [11] M. Z. Kafoglis "Output of The Restrained Firm" *American Economic Review*, Sept. 1969.
- [12] M. Hall "Sales Revenue Maximization: An Empirical Examination" *The Journal of Industrial Economics*, April 1967.
- [13] M. Hall "Sales Revenue Maximization — A Reply" *The Journal of Industrial Economics*, Nov. 1968.
- [14] B. D. Mabry, D. L. Siders "An Empirical Test of the Sales Maximization Hypothesis" *The Southern Economic Journal*, Janu. 1967.
- [15] C. J. Hawkins "The Revenue Maximization Oligopoly Model: Comment" *American Economic Review*, June 1970.

注(12) 戦後の日本の経済成長に、売上高極大化仮説を適用したのは宮崎 [22] である。

また寡占を、大企業の自己金融による多様化として特徴づけ、そこでは利潤の制約の下での売上高極大化よりも、F. M. Fisher の「収入水準に制約された利潤極大化」の仮説の方が、より現実的だとの見方もある。藤本保太『非価格競争の理論』(p. 183) 東洋経済。

他方また需要条件を考慮した時、売上高の制約の下での利潤の極大化には問題が多いとする主張は、小林 [23] p. 51においてなされている。「収入水準(売上高水準)に制約された利潤極大化」については F. M. Fisher [20]、D. K. Osborne [3] においては、それが「利潤制約の下での売上高極大化」との対比で検討されている。

(13) 売上高極大化仮説以後、R. Marris によって「成長極大化仮説」が主張されているが、Williamson [18] は売上高極大化仮説を、利潤極大化と成長極大化の仮説との対比で論じている。更にそれを発展させようとする試みは H. E. Leland [19] において見られる。

売上高極大化仮説

- [16] D. J. Smyth "Sales Maximization and Managerial Effort: Note" *American Economic Review*, Sept. 1969.
- [17] L. Waverman "Sales Revenue Maximization: A Note" *The Journal of Industrial Economics* Nov. 1968.
- [18] J. Williamson "Profit, Growth and Sales Maximization" *Economica*, Feb. 1966.
- [19] H. E. Leland "The Dynamics of a Revenue Maximizing Firm" *International Economic Review*, June 1972.
- [20] F. M. Fisher Book Review *Journal of Political Economy*, LXVIII (June, 1960)
- [21] 大谷竜造 「生産能力の極大化について」季刊理論経済 Vol. XVIII.
- [22] 宮崎義一 「戦後日本の独占化傾向と寡占理論」『戦後日本の経済機構』新評論。
- [23] 小林好宏 『寡占企業の行動分析』春秋社。

(慶應義塾大学院経済学研究科博士課程修了)