

競争の経済学序説

武 村 昌 介

(岡山大学名誉教授)

はじめに

経済学のキーワードはまさに競争という名の概念である。これを否定する人はいないと思われる。嘗て恩師は私に注意を促された－「競争という概念は、まさに百鬼夜行の様相を呈するので、それに惑わされてはなりません」－。

まず、ある著名な社会学者が書いた、競争あるいは競争者の定義についてしばらく聞いてみよう。「複数の主体（個人または団体）が限りある有形または無形の対象を追求し、その追及の働かないし業績の優劣の度によって、それぞれの主体の受けるべきその対象の割合が定まる場合に、それらの主体は競争者とよばれ、彼らは競争するといわれる。競争においては、競争者は自己の取得点を多くするために他の競争者の努力を阻害することはしない。この点で競争は闘争とは異なる。競争者の業績の優劣を判定するのは特定の人または一般社会の人々であるが、競争者は自己に有利な判定を得んとして、他にまさる業績の量や質を呈示せんと努力する。人が業績の量質をもっとも上昇せしめやすいのは、自己の最も得意とするところ、換言すれば自己の長所を最もよく発揮しやすい活動領域においてである。したがって競争の自由を原則とする社会では、人は自己の長短を他人のそれと比較省察するので、各人の個性の反省自覚が深まり、各人が自己の長所を最も生かしやすい領域におもむく結果として適材適所が実現するとともに、だれしももっぱら自己の長所に努力を集中して、他の領域を避けるので、人々の個性によって分業が発達する。他を凌駕するには他とは異なりいっそう効率の高い方法手段によることが有利である。したがって競争は人をいまだ世にないすぐれた方法手段の発見発明に駆りたてる。しかしこうして生まれた新たなものは、すべての競争者によってまもなく模倣採用されて共通になるので、やがてまたいっそうすぐれたものの発見発明が生まれ、それもまた一般化する。このようにして競争はすぐれたものの発見発明とその普及を反復し、社会の進歩を推進する」。この社会学者の競争の捉え方は、今から40年前のものであるが、競争の本質をつぶさに言い尽くしており、驚嘆に値する。経済学者も大いに啓発されるはずである。

本稿では競争社会における価格設定の様式に関心をもっている。価格設定については、競争がある場合でも、ない場合でも、その様式の仔細は、よく知られたコストプラス原理ですべて説明できることがわかっている。市場と政府、あるいは、私的部門と公的部門を峻別する際にも、必ず付きまとう「効率的かつ合理的な価格設定様式とは何なのか」についての統一的な理論を構築するための努力をすることを惜しまないが、それがあまりにも骨の折れる仕事であるために、これから考察する「競争と競合」の意味について、本稿で取り上げる少数の経済学者を除けば、これまで仲間が説得的な仕事

をしているのをあまり見たことがない。そうであるために当然のことであるが、これまでに競争の統一理論が完成されたことも一度もない。「競争や競合」を最初から「状態」として捉える以上は、競争であっても、非競争であっても、またその中間の他のノード（node：競争のタイプ）であっても、説得的でも現実的でもありえない。その意味で言えば、経済学者は暗黙に競争の意味、捉え方を最大限曖昧にしつつ、競争研究、独占研究および政府研究と称する仕事を平然と続けてきたことになる。

さて、もう一つ、最近、ecology（所謂エコ）をめぐる新しいタイプの競争が話題になったことも注目に値する²。それは「製紙業各社の古紙率偽装」というタイトルで報道された再生紙メーカーの「競争と競合」の裏側事情についてである。再生紙メーカーは再生紙を生産するのに木材チップと古紙を原料として使うが、グリーン購入法という法律で、製造過程で古紙の配合割合の最低限が決められている。品名によって配合率は異なるが、例えば、フォーム用紙だと配合率が70%と決められている。これを守らなければならない。実はこの最低限を決めた法律を守らないで、配合率を上げて生産すれば、再生紙は目にわかるほどに微妙に濁った色になるらしい。濁らないようにするためには、製造段階で燃料の重油や化学薬品を多く使わなければならない、費用がかかってしまう。70%の混入率を下げれば、また下げれば下げるほどに、原料に占める木材チップの割合を高くすることができ、そのため再生紙は白さや丈夫さが高まり、チリ（不純物）も少なく、紙質が一段とよくなる。再生紙を需要する複写機メーカーにしてみれば、より白い再生紙を使用した印刷物の生産の方が顧客をより満足させることがわかっている。再生紙メーカーはそこまで読み込み、実際には10%から40%までの偽装した古紙配合率を使って再生紙を生産し（再生紙を白くし）、取引先企業向けの説明では、「法律で決められた70%の古紙配合率を遵守し、それでも再生紙の色をこのように白くできるのは、わが社の独自の優れた技術力の成果である」と胸を張っていたのである。再生紙大手メーカー5社（5社で古紙市場の75%のシェアを占める）が一斉にこのからくりを実行していたことも明らみに出た。5社の暗黙の了解もあったかのようなのである。一種の製造カルテルにも近いものと考えられるが、この行為は明らかに独禁法違反である。ある再生紙メーカーのトップは、「グリーン法を真面目に守っておれば、紙を白くできないし、紙質の堅持も、現行の価格の維持もできない。もし70%の配合率を真面目に守れば、顧客（複写機メーカー等）の起こりうる再三の要請に答えて確実に価格を下げざるを得なかった。もし今回の発覚がなければ価格上昇のできる機運もあった。それができなければ、他社にシェアを奪われることは目に見えており、ただでさえ過当な価格競争に負けてしまう。顧客の要求する品質レベルが高く、どうしても偽装を避けることはできなかった」と答えている。品質と古紙配合率は反比例に動くと言われ、再生紙の品質と古紙配合率を両立させることのできなかつた明らかな偽装の事例であるが、官庁はこれを機会に、従来のグリーン購入法のより厳しい改定を迫られることとなった。「競争と競合」の新しいタイプの出現であり、大変興味深い。

数直線による思考法

議論をはじめよう。いま、有用な思考の方法として、一つのイメージ図を説明のために使うこととする。図1では、中心にコア（core 芯）があり、それを取り囲む二重の保護ベルト（twofold protective

belts) がある。芯は、「機能的活動」(functional activities) を行う領域とも言うべきもので、一つの内側の保護ベルトに囲まれ、消費者、生産者および市場という名の3つの主体(または行為者)の機能から成る。もう一つの外側の保護ベルトは、「競争と競合」(competition and rivalry) というベルトである。ここでは、高い価格で参入を競う買い手 (buyer) を消費者と呼び、低い価格で参入を競う売り手 (seller) を生産者と呼び、最終の価格決定の場を市場 (market) と呼ぶ。上記3つの主体は、それぞれ3つの「競争と競合」、すなわち、売手の「競争と競合」、買手の「競争と競合」および市場の「競争と競合」に直面する。

現代の経済学の教義では、多くの通常の経済学者は、1本の連続でまっすぐな数直線を描き、競争という名の左端ポールから非競争という名の右端ポールにまで伸びる線分上で各種の市場のタイプ(数直線上では各種のノードになっている)を並べることに慣れている。彼らの多くは、左端ポールを慣習的に完全競争と呼び、右端ポールを独占と呼んでいる。また、左端ポールの「完全競争」は、以下の4つの要件をすべて満たすと考えている。それらの要件とは、「マイナーな差別」、「容易な参入」、「小さな設備」および「完全な知識」の4つである。これら4つの要件を満たした左端の「完全競争」のノードから右側へ数直線上を移動していくにつれて、残りの4つのノード、すなわち、「独占的競争」、「コンテストブルマーケット」³、「寡占」を通過して「独占」に辿りつく。経済学者は、「完全競争」を、これら4つのノードを併せもつ過程 (process) としてではなく、状態 (state) として捉えているのである。この伝統的な競争についての見方は、私のこれからの議論にとって相応しいものとはならない。実は、数直線上のノードは、順序がまったく逆になることを後で知ることになる。すなわち、「非競争」という名の左端ポールから「競争」という名の右端ポールにまで伸びる線分上で各種の市場のタイプが並ぶのである。ちょうど順序が逆である。

実を言うと、伝統的な考え方のうち、4番目の「完全な知識」という要件の与え方について、学説史上、大きな論争を巻き起こした経緯がある。オーストリア学派の重鎮である経済学者 F. A. ハイエクは、競争についての旧来の教義は空疎であるとして批判したのである。その批判の要点は、「競争」を「状態」としてではなく、「過程」として理解することに尽きる。それは画期的なことであった。彼は自らの有名な論文の中で競争の考え方の本質を次のように要約した。「競争は、本質的に意見の形成の過程である。すなわち、われわれが経済システムを1つの市場として考えるときに前提し

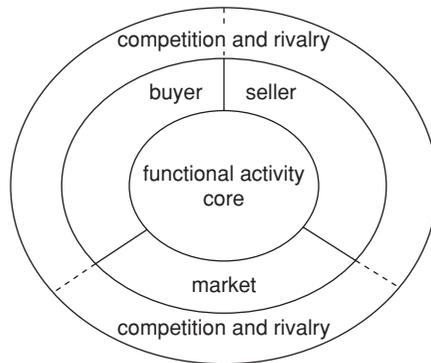


図1 core および twofold protective belts

ている、経済システムのあの統一性と連関性を、競争は情報を弘めることによって創り出すのである。競争は何がもっとも良くもっとも安いかについて、人々がもつ見方を創り出す。そして人々が、すくなくとも、いろいろな可能性と機会について現に知っているだけのことを知るのは、競争のおかげである。競争はこのようにして、与件における連続的な変化を含む過程であり、それゆえに競争の意義は、与件を不変として取り扱うような理論によって、完全に見失われてしまう他ないのである¹⁾。この勇敢でかつ有用な Hayek の考え方は、新しい言葉、「競争と競合」の過程では、企業は自身にとって最適な情報だけを獲得し弘め、それをフォローすることによって、自らの新たな知識や見方を創り出すとともに、そのために必要な諸要件を時間をかけて獲得していく、その「過程」こそが問題であると教えたのである。彼は時間を含むダイナミックな（動態的な）「競争と競合」の「過程」の捉え方の発端を創ったのである。この「競争と競合」の捉え方はこれからの展開のために非常に有益である。

本稿では、彼の主張のさらなる完結を期するために、もう一つの条件を加えることをあえてしてみたいと思う。彼の次の主張、すなわち、「競争は何がもっとも良くもっとも安いかについて、人々がもつ見方を創り出す。そして人々が、すくなくとも、いろいろな可能性と機会について現に知っているだけのことを知るのは」と言うが、この言葉の次に以下の条件句、すなわち、「人々の所与の経験則のもとで見る限り、競争のおかげである」として考えてみたい。この条件句は、「人々の」を「売り手の」と言い換えると、『売り手の所与の経験則のもとでのみ、「競争と競合」は進行する』ことを言うものであり、非常に重要である。新しくこの条件句を加えることによって、彼の「競争と競合」の捉え方は自己完結し、1つの社会定理となりうると思われる。「競争と競合」はいまや状態ではなく、「過程」または「プロセス」なのである。そうであるならば、より有用かつ現実的な捉え方としてそれが使えるためには何をすればよいだろうか。

そこで、1つの効果的な想像力を生かして描いた図2を見よう。この場合には、「競争と競合」は「状態」としてではなく、「プロセス」として理解されていることに注意されたい。今からは、「非競争」という名の左端ポールから、「競争」という名の右端ポールに渡る1本の連続でまっすぐな数直線が登場する。「非競争」という名の左端ポールと、「競争」という名の右端ポールは、前出の伝統的な数直線とちょうど逆の位置になっている。「非競争」という名の左端ポールでは、いわゆる4つの要件は、まったく満たされない。4つの要件をまったく満たさない左端ポールである「非競争」の

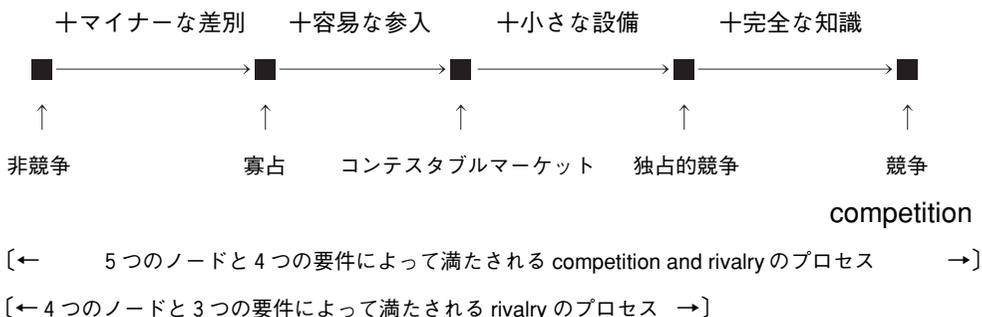


図2 competition and rivalry 「競争と競合」のプロセス

ノードから始まり、右方向へ進行する各々のノード上で、あとの残りの4つの要件を1つずつノード上で順番に加えていくのである。右端のポール上では、4つの要件がすべて満たされる。さて、右方向への進行途中では、2番目の「寡占」のノードで、「マイナーな差別」の要件が1つ加えられる。3番目の「コンテストブルマーケット」のノードで、「容易な参入」の要件が新たに加えられる。4番目の「独占的競争」のノードで、「小さな設備」の要件がもう1つ加えられる。そして右端のポール上の、「競争」のノードで、「完全な知識」の要件が最後に加えられる。全部で5つのノードと4つの要件を含む、「競争と競合」の「プロセス」として、1本の数値線を理解することとなる。

実は、さらに興味を引き起こす可能性について議論することができる。それは、こうした *competition and rivalry* 「競争と競合」のプロセスの中で操業している企業の「価格設定力」に関するものである。企業というのは、「競争と競合」のプロセスの中で、4つの要件が順に加えられていき、数直線上を右に移動していくにつれて、まさにそれと同時に「経験則として」自らが使う価格設定力の権限を順次に失っていくのである。非競争価格（経済学者は、独占価格と呼ぶ場合が多い）は、左端のポールで価格設定を行うが、その支配力は最も大きい。数直線上の右端ポールの競争のノードで競争価格が成立し、それが認知されるまでの進行過程の中では、価格設定力の権限が最も大きい。このように数直線上の価格設定力の権限が連続的に低下していく状況は、企業にとって不可欠なライフサイクルの重要な側面を示すと言える。4つの要件を順次に加えていくにつれ、同時に価格設定の力を順次に失っていくという、この二律背反の解釈を示唆した経済学者はいまだいない。逆に言えば、企業が価格設定の権限を失うとき、その代わりに、彼は自らが認知する各々のノードにおいて1つの要件だけをつけ加えることができる。この二律背反的解釈を施すことによって、伝統的経済学における「状態」としての「競争」から脱却し、*competition and rivalry* を「過程」（プロセス）として最もよく理解することができるのである。

ところで、競争の概念や意味をタイトルに付けて考察した経済学者は多くはないが、本稿での筆者の関心に関わる限りで数人の学者の考え方の拠り所に触れておきたい。まず、金融学者である J. E. Stiglitz は、競争政策に関心を持つ中で、「limited competition」が重要だと指摘し、競争が制限されるという事実は、企業の需要曲線が右下がりになること（あるいは、ある程度の独占度が占有されること）、参入障壁がある程度起こること、およびサンクコストが目に見えて存在することとなる過程の中で現に起きていることを示唆していて興味深い⁵。産業組織論学者である J. Vickers は、競争には2つの概念が共存することを指摘し、1つは、Schumpeter によって提起された「競争と競合」で特徴づけられる現実的な独占（非競争）を含む過程として捉える考え方、他はわけでも Hayek によって批判点が提起された問題の要件「知識の完全」に至る1つ前まで、すなわち「小さな設備」の要件が成立するまでの過程としての *rivalry* として企業の活動を捉える考え方である。図2で示した「*rivalry*」と「*competition and rivalry*」を区別する筆者の考え方に相通ずるものがあるのは心強い。ただ、彼のこの区別は、現実的な意味での「競争と競合」と、観念的な意味での「競合」とを区別したものであるが、わけでも *process* や *rivalry* の考えを取り入れているところが心強い⁶。鈴木興太郎もやはり競争政策に関心があるが、競争には3つの機能があると述べる。要約すると、それは、資源配分の効率の機能（A. Smith）、企業活動の革新の機能（J. A. Schumpeter）および価格情報の発見の機

能 (F. A. Hayek) である。彼は 2 番目に Schumpeter 的な解釈でいう企業の技術革新機能を挙げているし、3 番目の機能として、Hayek 的な解釈でいう情報の発見・拡散機能を列挙しているところは大きい評価に値する⁷。

売り手の所与の経験則

先に条件句として追加した「売り手の所与の経験則」については、何を言うことができるだろうか。いま、記号 g を利益率 (総資産営業利益率がよい) とし、記号 $(1+m)$ をコストプラス係数と呼ぼう。後者は、いわゆるマークアップと同じものである。また、記号 p と c を、それぞれ生産物価格と平均費用としよう。さらに、記号 e と s のそれぞれは、生産物についての「需要の価格弾力性」と「市場のシェア」とする。このとき、以下の定式を、企業は「売り手の所与の経験則」として導きだすことができる。この定式において、記号 λ は、「クールノーの推測的変動」を表す。

$$\begin{aligned} p &= c + g = c(1 + g/c) = c(1 + m) \\ m &= g/c = 1/(e - 1) \quad \text{但し, } m > 1, e > 1 \\ s &= em/(1 + m)(1 + \lambda) \quad \text{但し, } -1 \leq \lambda \leq 1 \end{aligned}$$

これらの式は、価格設定で経験的に用いられるよく知られた公式である。この定式において、もし、 $\lambda = 1$ ならば、ノードは「非競争」の上にある。もし、 $\lambda = -1$ ならば、ノードは「競争」の上にある。 $-1 < \lambda < 1$ においては、数直線上のこれらの両端のノードの間にある他のノード上に乗っている。これら企業の「売り手の所与の経験則」としての価格設定の公式は、非常に単純であるが、説得力のあるものである。

イタリアの偉大な経済学者 P. S. Labini は、A. Smith が『国富論』で考えていた財市場の再解釈に関する自らの論文の中で、競争と非競争について考究している⁸。Labini は、Smith が 4 つの要件の中では、「容易な参入」という要件を最も重要なものとみなしていた根拠を問うている。潜在的新参者の企業が既存の産業に参入を果たし、そこで操業し、その生産現場で既存の企業と生産物の設定価格について、競争し競合し続けることができるかどうかを問題とし、そのことが Smith の競争についての関心の的であったと断言している。市場の「競争と競合」ではなく、Smith は売り手の「競争と競合」に関心があったのである。Labini 自身も、企業の参入阻止価格については最大の関心を持っていたが、さらに、参入し操業する企業が自分自身の価格設定のために c と m の適切な値をコントロールすることにも興味を持ち、次の具体的なかつ経験的な価格設定の公式が成立するとした。

$$p = \alpha (W_L/\pi + M)$$

この公式で、彼は右辺の値のうち、 $(W_L/\pi + M)$ を直接費用と呼び、 α を「1 プラス単位費用当たりの利益率」(コストプラス係数またはマークアップに同じ) とみなした。この式で、値 $(W_L/\pi + M)$ が前出の記号 c と同じである、また、記号 α が値 $(1 + m)$ と同じであることを見るのは容易である。なお、括弧の中の第 1 項は、1 人当たりの賃金費用 W_L を、全要素生産性 (π) で割った

値で、結局、生産物1単位当たりの賃金費用となる。2番目の項は生産物1単位当たりの原料費(M)である。この合計が生産物1単位当たりの直接費というわけである。したがって、本稿の前出の式と Labini のこの式はほぼ同じものであることがわかる。

また、興味深いことに K. Arrow は、彼自身の短い論文の中で、O.ランゲの価格決定についての論説を引き合いに出し、独占(非競争)下においては、企業の「伸縮的価格設定」が行われ、「価格」の変化率が「利潤率」の変化率に依存する O.ランゲの定式化に強い関心を持っている。すなわち、上記の定式の1番目の式を考慮すれば、

$$dp/dt = dp/dg \cdot dg/dt = f(dg/dt)$$

但し、 $f' > 0$, $f(0) = 0$ [(') は1次微分]

となることを考察している⁹。これは、先に触れた、時間を含むダイナミックな(動的な)「競争と競合」の過程の中で、企業自身が自分の設定する「価格」を「利潤率」の変化率に依存させるとする、「自らの情報を再発見し、弘め、フォローすることによって新たな知識や見方を創り出す」ことを意味している。また、企業は、彼独自の価格設定方式を用いることを経験則として、値 c とその変化率(dc/dt)および m を決めるに際し多くの知識と意見を得ようとする。これが「競争と競合」の過程の中で行われる。こうした過程の中で起こることは、 e と m がわかれば、 g が決まる。このモデルで、もし先決変数として、 c 、 m 、そして g および λ の値が与えられると、最終的に設定価格 p とシェア s が決まる。この企業が決定する c と m の計算値については、企業が「競争と競合」の過程の中で探索し、現実的な知識として獲得する c と m の可能な組み合わせの中から計算される。

「競争と競合」のプロセスでは、買い手ではなく、売り手の方の「競争と競合」が主役となり支配的となる。第1に、売り手の「競争と競合」の価格設定の過程で参加する売り手のうちで、最低の供給価格を受け入れる唯一の売り手が選別される。第二に、買い手間で行われる買い手の選別競争がある。この買い手の「競争と競合」は需要価格を探索する買い手間で起こるが、最高価格を受け入れる唯一の買い手のみが選別される。しかし、この買い手の方の「競争と競合」のプロセスは、進行過程の前面には現れず、水面下で潜在的に行われる。第三に、売り手間の「競争と競合」と買い手の「競争と競合」の結果は、この2つの切磋琢磨の中で起こる交渉力あるいは選別の相対的な強さに依存する。より正確に言えば、この状況は、「売り手と買い手間の勝者は誰か」というフレーズに象徴されると言えるが、両者についての、上記の相対的な強さにより、市場で最終的に決定される価格の高低によって勝者は決まる。決まる価格は均衡価格とは限らない。各ノード上に位置するその都度ごとに価格は成立し、その価格は非競争価格と競争価格の間に分布する。売り手、買い手の資格で参加する主体は、最後に市場で決まる相対的な強さを示す設定価格を最終的には受け入れなければならない。

企業の「競争と競合」の中で起こる種々の変数を決める交渉力の多寡に関しては、現代の経営学者は、2つの要因、すなわち、企業の効率と企業の技術革新の組み合わせに強調点を置く習慣があると思われる。経済学的思考もその通りである。効率の上昇の実現は c を低下させることを意味する。技術革新の導入機会は m をコントロールできることを意味する。先に、経済学者鈴木も指摘したサンクコストの問題のみでなく、学習の経済、範囲の経済および規模の経済の企業の実現努力は、 c を

小さくする効果をもつ。J. A. シュムペーターも、1企業の生産工程の効率や革新だけでなく、1国の経済の発展の進行過程でも、企業間の切磋琢磨した「競争と競合」が動的に起こり、効率と技術革新の不可欠な組み合わせがまた新たな企業家精神を創り出すと指摘している¹⁰。「競争と競合」の過程は継起的に feed-back する繰り返しの過程なのである。これら効率と技術革新という2つの要因の組合せの関係が、数直線上の両端のノードの間で進行し、現実的、経験的かつ継起的に起こるのである。

伸縮的価格方式に収束するか

先に K. アローの論旨に触れたが、3つの「価格設定方式」(price formation)のタイプがいま分類できる。それは、固定的な価格設定方式、伸縮的な価格設定方式および折衷的な価格設定方式である。国が経済発展のどの段階で、これらの価格設定方式のうちどのタイプを採用するのかは、十分に発展した資本主義国の経済において、1国全体における、農業部門の生産物の付加価値額が製造業部門の生産物の付加価値額に占める比率の推移で測定することができる。一般的に言って、生産された生産物が貯蔵可能なもの(工業生産物)については、価格設定は固定的な価格設定になる傾向があり、貯蔵が難しいかないしは不可能なもの(農業生産物)については、伸縮的な価格設定になる傾向を持つ。また、「需要の価格弾力性」(価格設定の定式における e) の値に関しては、工業生産物については比較的弾力性があるが(弾力性が1より大きい)、農業生産物については、比較的非弾力的(弾力性が1より小さい)である傾向がある。

価格設定方式の歴史的推移を確認するために、最近の OECD のデータを用いて、US、英国、イタリア、フランス、ドイツ、日本および韓国の先進主要国の7カ国で、1975年から2002年までについて上記の比率を計算し、時系列比較を折れ線グラフで示したのが図3である¹¹。

図3において、農業生産物の付加価値額の範疇には、農業、狩猟、林業、水産業および鉱業を含ん

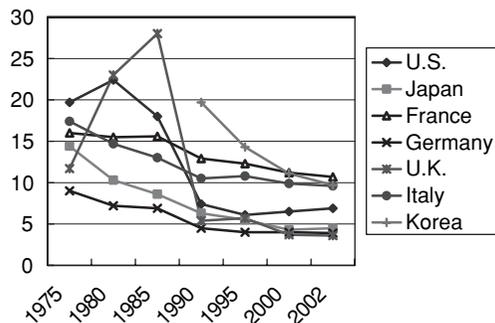


図3 農業生産物の付加価値額が工業生産物の付加価値額に占める比率
(7カ国の時系列比較)

すべてのプロットの数値は、著者の計算による。但し、フランス(France)の1975の数値は1977の数値、アメリカ(US)および日本(Japan)の2002の数値は2001の数値に依る。

出所：OECD：National Accounts 1975-1987, 1980-1992。

OECD：National Accounts 1990-2001および1991-2002。

でいる。工業生産物の付加価値額の範疇には、製造、建設、電気、ガスおよび水道を含んでいる。この図の各国のトレンドから、歴史的経緯に伴い、「価格設定方式」についての変化の一般的傾向を見出すことができる。1975年時点では各国（韓国（Korea）を除く）は、当該比率が10%から20%の比率の間に収まっている。その年次以降は、イギリス（UK）とアメリカおよび韓国を除いた各国で、低落傾向を示している。それも1990年以降になると、7カ国全部が低落傾向をはっきりと示し始める。2000年以降はUSと日本だけが、やや様相を異にする。この両国では、2000年以降、むしろ数値が高くなる傾向をもっているように観測される。また、1975年当初から、日本、ドイツ（Germany）およびイタリア（Italy）は、2002年まで常に段階的に通減傾向を示している。価格設定のタイプについて言えば、7カ国中、英国、ドイツと日本の3カ国は、2000年以降、当該比率の低いグループに収束しており、相対的にみて固定的な価格設定方式タイプであると言える。フランス、イタリアおよび韓国は当該比率の高いグループに収束しており、相対的にみて伸縮的な価格設定方式のタイプであると言える。アメリカはその中間に位置し、折衷的な価格設定方式のタイプに属すると言える。結論的に言えば、図中の折れ線が2002年には、当該比率を終局的に5%から10%の間に収束させているのは大変興味深い。

このことは、国によって途中の推移に変化は見られるが、当該先進主要国のすべてが固定価格設定の方式に収束していくことを確認させる。森嶋は、こうした価格設定方式の推移を、経済が伸縮価格経済から固定価格経済へと推移していく歴史的傾向法則として捉えたが¹²、本稿でいう「競争と競合」の理論的かつ実際の進行過程においては、逆説的だが、こうした各国の到達点を出発点にして、価格設定方式が再び伸縮的な価格設定経済に傾向法則として収束していくと考えることができる。

政府は何をするのか

ハンガリーの経済学者 J. Kornai は、彼自身が書いた自叙伝の中で、売り手の「競争と競合」についての不可欠な性質について議論している¹³。資本主義的経済では、長期において、売り手は彼の生産設備の余剰能力あるいは貯蔵可能な余剰生産物、つまり供給能力の余剰を持つことを意図する一方で、買い手は、短期において、より少ない潜在需要をもつことを意図する。そして、実際に実現する取引量は、潜在需要の大きさではなく、供給能力に合わせてつねに実行されるのだと言う。この潜在需要と供給能力の間の非対称性が資本主義的経済の原動力になっているとも言う。均衡の模索ではないのである。そして、それこそがまた売り手と買い手間の「競争と競合」を生み出し、発展させる。買い手は自分の売り手を選ぶことができるが、売り手は自身の買い手を選ぶことができない。この J. コルナイの論点は、市場における「競争と競合」の重要な性格を示唆している。このような売り手と買い手間の「競争と競合」は企業の効率と技術革新への誘因を刺激する。こうした「競争と競合」の過程こそが、先のシュムペーターの言う動的な経済発展の中で進行するのである。こうした経済発展の原動力は非現実的な経済変化の中とか静態的な経済の中で起こることはなく、たとえ起こり得たとしても、企業の効率と技術革新の源泉もその動機も、さらにその影響も早晩、消滅してしまう。

ここで取り上げたいコルナイの業績とは、社会主義経済における自由経済計画の実践から、企業の

予算制約のソフトさ (softness) とハードさ (hardness) をミクロ経済学のフレームの中で考察したことにある。企業は、「価格設定能力」(あるいは支配力, 発言力) に大きな力を持つとき、企業の予算制約は十分に「ソフトになる」と言う。反対に、企業が価格設定の発言力に小さな力しか持たないとき、企業の予算制約は十分に「ハードになる」と言う。こうした企業の予算制約のソフトさ、またはハードさの多寡は、企業の生産効率に目に見える影響を与える。言い換えれば、企業が生産物と投入物の生産技術的な効率を最大限大きくしているとき、値 c は極小になる。その場合、企業は厳格にソフトな予算制約を受けると言う。そのとき、彼の価格設定能力は最大である。このことは、「非競争」のノードから始まり、彼は一つずつ要件を加えていくことによって、「競争」という最終のノードに向かって進んで行くが、企業が「競争」のノードに到着するとき、彼は厳格にハードな予算制約を受けると言う。そのとき、彼の価格設定能力は最低である。競争的資本主義において、非競争下の売り手の「競争と競合」は、最も理に適ったものである。企業は、供給の余剰能力をもつような長期の生産計画を立てる。彼がこの「競争と競合」の連鎖のプロセスで、自分の買い手を選ぶことはできない一方で、彼の技術革新のシーズを連続的に作り出すためにその余剰能力を使うことができる。言い換えれば、そういう連鎖を経て、値 m をコントロールすることになる。

「競争と競合」のプロセスは、社会全体の厚生 (Welfare) を改善するだろうか。古典的かつ今なお新しいこの問題の答えを容易に見出すことは至難である。「非競争」から「競争」にまで至る過程の追跡の中でその意味を捉えるならば、それは yes であると思う。市場というのは、唯一の均衡価格だけを決定するものと考えてしまえば、それは主体または行為者にその価格での行動の適正化を督促する機構でしかない。現代の経済学は、この均衡価格は、社会全体の厚生、すなわち生産者余剰に消費者余剰をプラスした社会的余剰の合計を生み出す方途は教えるが、現行価格がこの均衡価格より高いか低いかにかかわらず、最大限の余剰よりも Demon の損失と呼ばれる部分だけ必ず少なくなることも教えている。「競争と競合」の過程で起こる 4 つの要件が全部揃うとされる、「競争」というノードの実現が、「完全な知識」という要件の成立の至難からみて稀有だとすれば、実現するノードで測定された余剰は、つねに Demon の略奪によって必ず小さくなる。最大限の社会的余剰など起こりようがない。誰が Demon をやっつけてくれるのだろうか。政府の各種のマクロ政策が、厚生を増やす救世主になりうるだろうか。規制緩和は、全体の厚生を増やすだろうか。I. M. Kirzner は、Hayek の流れを汲む学者の 1 人であるが、売り手である企業の企業家精神と、「競争と競合」の過程との関係にとりわけ関心をもち、L. Robbins による有名な経済学定義を引き合いに出して、第 4 番目の要件であるはずの「完全な知識」を最初から前提にしたような、「競争と競合」の経済の過程もおよび社会的余剰の最大化も決して現実化することはないことを力説している¹⁴。

残念なことに、現代の経済学は、これらの問題について正解を与えてくれはしない。現代の経済学は、「競争と競合」の過程の中で、失敗するか、あるいは成果を出せず、やむなくずり落ちていく個人や組織の痛みや哀れみを感じて掬い上げることはしようもない。クモの糸はないのである。これは政治的自由や経済的自由と倫理との葛藤の問題でもある。M. Friedman は古い著作の中で¹⁵、また A. Sen は新しい著作の中で¹⁶、経済的自由の前提は政治的自由がまず与えられることであると述べており、意見の一致はあるが、倫理の獲得については、M. フリードマンは個人が勝ち取るものであり、A. セ

ンは組織（または集団）が勝ち取るものであると言っている。個人と組織とは何が違うのだろうか。組織が、個人を代行して憐れみを持参してくれてくれるのだろうか。政府が、個人を代行して憐れみを示してくれるのだろうか。設定価格を決める最終的意思形成の場であるはずの市場に参入する個人（売り手または買い手）、組織（または集団）およびその調整ないしはチェック機能をもつ政府に対して、市場の失敗や政府の失敗をチェックまたはコントロールする役目をもつ正体はいったい何なのか。言い換えれば、本稿の文脈で言えば、「競争と競合」の過程の中で、2つの値 c と m の組み合わせの check and balance 機能を誰が「正確」に行ってくれるのだろうか、ということである。企業にのみ任されているのだろうか。やはり政府なのだろうか。それとも外部経済世界なのだろうか。

考えるに、現代世界は、企業による世界規模（グローバル）の巨大な「競争と競合」(great competition and great rivalry) と各国の政府の行う規制緩和（deregulation）や公的支援との対立の構図となりつつある。先進国、とりわけ、アメリカ、EU 諸国、日本および韓国勢は、世界的な経済停滞を背景にして、世界的規模の企業合併と国境を越えた事業買収それに政府の公的資金の注入という3つの大きなうねりの波が押し寄せる、激動の舞台上で翻弄されている現実がある。その背景には、世界の経済モデルあるいは企業モデルとして君臨してきたアメリカ経済の相対的かつ絶対的な、信頼の失墜と傾向的没落がある。競争的資本主義の経済モデル、経営モデルとして君臨してきたアメリカモデルの漸進的崩壊がある。この傾向は現実のものとなっている。

こうした状況では、以下の論理が進行すると思われる。売り手が自分の過剰設備を持ち、またそれを使って生産量を増やす用意があるとき、価格は、他の事情が変わらなければ、現行より下落する圧力が必ずかかる。その圧力は、さらに単位費用 c を引き下げる努力を誘うことになる。言い換えれば、売り手の間で彼の効率を引き上げるための、「競争と競合」の過程が進行する。同時に彼は、 c を減らすために、別途の戦略として、先に鈴木も指摘していた学習の経済、規模の経済および範囲の経済、さらにはサンクコストの利点をも駆使しようとする。 c の減少は、必然的に利益率 g をも引き下げることになる。ここでの論脈で言えば、項 $g/c (= m)$ における c と g は、したがって初期の値より小さくなるが、マークアップである m の値の騰落は、 g と c のどちらが下落する率が大きいかによって決まることになる。 c と g について下落する率のどちらがより大きくなるかについて何かを言うことができるだろうか。 c が g よりも下落する率が大きければ、マークアップ m は大きくなる傾向をもつだろう。そのときは、潜在的新規参入者は自身の参入がより容易でなくなると判断する。その場合には、政府は、潜在的企業の参入がより容易になるように、規制緩和の政策を部分的に発動する必要が生ずる。 c が g よりも下落する率が小さければ、政府は企業に対して、財政的および金融的視点からの部分的な企業優遇の政策（公的支援をも含む）をとらなければならない。 g は競争政策の観点から、 c は財政政策および金融政策の観点からの政策発動になる。値 m はどうなるだろうか。 c が g よりも下落する率が大きければ、マークアップ m は大きくなるから、コストプラス係数 $(1+m)$ の値もより大きくなる。もしそうならば、政府は社会全体の厚生、すなわち、生産者余剰と消費者余剰の合計の視点から、企業の利潤率を引き下げるか、あるいは企業の価格設定能力を小さくするような競争政策を発動しなければならない。企業の方は反対に、彼独自の技術革新を発動して自らの利潤率を上げるために政府の政策に対抗することになる。企業は「競争と競合」のプロセスの中

で、政府の政策を引き込み、値 m のコントロールに意を注ぐことになる。これがさきに触れた、グローバルな規模で、企業による巨大な「競争と競合」と、各国の政府の行う規制緩和（deregulation）や公的支援との対立の構図となると言ったことの意味である。結局、「競争と競合」のプロセスの中で値 e と λ が外生的に与えられれば、 m の値をコントロールすることによって、シェア $s = em / (1 + m)(1 + \lambda)$ の値を最終的に決めることができることになる。この最終的に決まるシェアの値 s は、「競争と競合」の過程の中で、競争的資本主義の経済活動が企業に対して与えることのできる一種の褒賞の性格をもつものと言える。言えることはそれだけである。

ありうる若干の結論

鋭いことわざがある。それは、『刈り取る前に（before you reap）考えよ！（see!）』である。競争を「状態」として刈り取る前に、「プロセス」として何が起こるかを熟考せよ、である。売り手の「競争と競合」を「プロセス（過程）」とみなすとき、最もよくその状況を理解することができる。「非競争」という名の左端のポールから、「競争」という名の右端ポールにまで至る1本の連続で真っ直ぐな数値線上で、5つのノードと4つの要件の作用の仕方を理解することが肝要である。企業がより大きい、あるいは、より小さい「価格設定能力」を持つに応じて、彼の予算制約は相対的に「ソフトとなる」か、あるいは、相対的に「ハードとなる」。この予算制約のソフトさハードさは、彼の生産の効率に影響を及ぼす。

7カ国の先進諸国で製造業部門と農業部門の付加価値の相対的な比重を調べる事実調査結果から、価格設定の3つのタイプが時系列的かつ段階的に、すなわち、伸縮的タイプから混合的タイプを経て固定的タイプに推移していく背景を確かめることはできた。しかし、「競争と競合」の過程は再び、伸縮的な価格設定のタイプに収束するのだろうか。時間を含んだ動的な「競争と競合」の過程の中で、価格設定についての経験則は、コストプラス原理であり、それですべて説明できる。動的な「競争と競合」のプロセスの中で、値 c 、 g と m は、企業が彼自身の技術革新と効率のコントロールから割り出されてくる重要なキーワードとなり、それらから最終的に自身のシェア s を決めることができるようになる。それだけは言える。政府は同時に、このキーワードの3者を観察し、社会全体の厚生視点から、とりわけ、生産者余剰の大きさの視点で、政策（競争政策、財政政策、金融政策、規制政策）を発動することにより、調整の役目にあたるのが可能となる。世界規模で起こっている、企業の「競争と競合」と政府の規制緩和や公的支援の混淆した競争的資本主義が現代経済の理解のキーフレーズとなりつつあることを知る事が肝要である。

起こることにはすべて意味がある。目に見える観察を怠ってはならない。筆者の次の研究もそこからの出発点となるだろう¹⁷。“See before you reap!” の実践的意味がそこにはある。

【引用文献および注】

1. 社会科学大事典（1968），第4巻，p.379，「競争（英）competition」（社会学者，白井二尚執筆）鹿島研。
2. 朝日新聞記事，2008年1月18日朝刊，「時時刻刻：製紙各社 古紙率偽装－「再生紙」破れた信頼－。

3. Baumol, W. J., Panzer, J.C., and Willig, R.D., (1982), *Contestable Markets and The Theory of Industry Structure*, Chap.5, Cost Minimizing Industry Structure-, Harcourt Brace Jovanovich, Inc., pp.4-5. -G. J. Stigler (1968) defines an entry barrier to be present when the potential entrants face costs greater than those incurred by a firm now incumbent in the industry. ...We will find conditions of the contestable market under which free entry involving the absence of barriers in Stigler's sense forces socially optimal behavior upon the incumbent firms in an industry. -と、コンテストابلマーケット (contestable market) について説明している。
4. Hayek, F. A., (1948), "The Meaning of Competition", in *Individualism and Economic Order*, Chapter V, p.106, University of Chicago. なお, A.Smith から, F. Knight を経て Hayek に至るまでの主なる経済学者の Competition の意味についての興味ある survey は, McNulty, P. J., (1968), "Economic Theory and the Meaning of Competition", *Quarterly Journal of Economics*, Vol.82, No.4 である。また, 越後和典著 (1985)『競争と独占-産業組織論批判-』(ミネルヴァ書房), 序説, 第1章, 第2章および第5章は一読の価値がある。
5. Stiglitz, J. E., (1992), "The Meaning of Competition in Economic Analysis", *Rivista di Politica Economica*, Vol. LXXXII, 3, pp. 202-203.
6. Vickers, J., (1995) "Concepts of Competition", *Oxford Economic Papers*, Vol.47, p.7.
7. 鈴木興太郎 (1993), "競争・規制・自由", 伊丹・加護野, 伊藤著『日本の企業システム』第4巻「企業と市場」所収, pp. 122-124。
8. Labini, P. S. (1976), "Competition: The Product Markets", in *The Market and the State- Essays in Honour of Adam Smith-*, eds., T. Wilson and E. S. Skinner, pp. 200-232, Oxford at the Clarendon House Press.
9. Arrow, K., (1959), "Toward a Theory of Price Adjustment" in L. Abramobitz (ed), *Allocation of Economic Resources*, pp.43-45. なお, Lange, O., (1934-35), "Marxian Economics and Modern Economic Theory", *Review of Economic Studies*, II, PP. 194-95.
10. Schumpeter, J. A., (1934), *The Theory of Economic Development -An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and Business Cycle-*, Chaps. 1, 2, 4 and 6, Oxford University Press and Schumpeter, J. A., (1943), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Part II, Unwin University Books.
11. Takemura, S., (2004), "On Morishima's Postulate and Mark-up Principle", *Okayama Economic Review*, Vol.36, No.1 において, 著者が提示した時系列比較図に, 新しいデータを付け加えて描き直したものである。
12. 森嶋通夫 (1984), 『無資源国の経済学-新しい経済学入門-』(岩波書店) 所収「I: 市場と価格」PP.37-42において, 初めてその傾向法則についてのアイデアが示された。
13. Kornai, J., (2005), *A Gondolat Elejevel: Rendhagyó Oneletrajz*, Osris kiado Publications Ltd., Budapest, specially Chaps. 8, 10, 12, 13 and 14.
14. Kirzner, I. M., (1973), *Competition and Entrepreneurship*, The University of Chicago. なお, Robbins, L., (1932), *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science* において, 目的-手段の関係と資源配分の効率の視点からの古典的な経済学定義がはじめて与えられた。
15. Friedman, M., (1962), Chap. 1 The Relation between Economic Freedom and Political Freedom in *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, pp.25-26.
16. Sen, A., (1999), 2 The Ends and the Means of Development in *Development as Freedom*, Anchor, p.36.
17. Takemura, S., "M.Friedman's Probable Vision of Competition", *International Journal of Applied Economics and Econometrics*, Special Issue in Memory of M.Friedman, Vol.18, No.2, 2009, forthcoming.

An Introductory Study of Competitive Economics

Shosuke Takemura

Many economists have not disputed aggressively ‘competition’ itself. However a few experts have had their own visions of ‘competition and rivalry’. We can understand it best when we catch the seller’s completion and rivalry or firm’s ones as the Hayekian economic process. I explain one continuous and straight numerical value line stretching from the left hand end pole to the right hand end pole. People will have adopted the flexible type as the best in the competitive capitalism the seller had kept in mind. In the ‘process of competition and rivalry’ allocated in reverse order there are four requirements and five nodes. Though the firm has larger or smaller power of pricing formation, his budget constraint is apt to be relatively soft or to be relatively hard. The cost-plus principle prevails as a universal experienced rule. Does our process of competition and rivalry converge to the type of the flexible price formation again? In the dynamic process of competition and rivalry the combined values, namely, c , g , m and s give vital effects to the firm’s technical innovation and his efficiency sooner or later. The government’s public policies including deregulation can control the producer’s surplus especially in that process observing the firm’s values. We must think over the visible effects of competition and rivalry before we reap them.