



## (I) 市場のしくみと役割

Think このカレンダーは何月だろうか？

東京ディズニーランド(TDL)では、チケット販売で**ダイナミック・プライシング**という価格変動システムを採用している。どんな日に値段が高くなっているか読み取れるだろうか…？

このように、需要と供給のバランスを調整し  
価格が変わるとい仕組みが、まさに今日学ぶ

「市場メカニズム」そのものである。

右の図は TDL のいずれかの月のチケット販売  
カレンダーである。値段を見ながら、  
これが何月か予想してみよう。



日	月	火	水	木	金	土
			1 10900	2 10900	3 10900	4 10900
5 9400	6 8400	7 7900	8 7900	9 7900	10 7900	11 10900
12 10900	13 9900	14 8400	15 8400	16 8400	17 8400	18 9900
19 9400	20 8400	21 8400	22 8400	23 8400	24 8400	25 9900
26 9400	27 8400	28 8400	29 8400	30 8400	31 8400	

答え[ ]月

市場においては、いたるところで価格による調整が行われている。年末になればおせち料理の食材は高騰し、ケーキはクリスマス直後に安売りされることもある。レアなポケモンカードが 10 万円以上の値が付くのも、初物のウニで作った高級寿司店のウニ軍艦が 1 貫 70 万円で売られるのも、買う人がいるから成り立つ。このように、価格によって欲しい人(=[<sup>1</sup> ])と売りたい人(=[<sup>2</sup> ])のバランスを調整することが市場経済の役割であり、「価格の[<sup>3</sup> ]」と呼ばれている。

4 **どれだけの人が欲しいか**

欲しい人はできるだけ安く買いたい

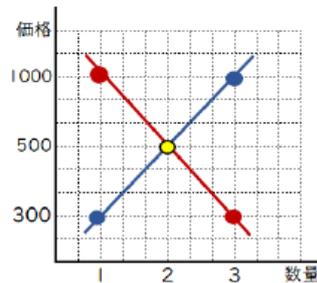
グラフは  
右下がりになる

5 **どれだけの人が売りたいか**

売る人はできるだけ高く売りたい

グラフは  
右上がりになる

\* 両者を組み合わせると需要供給のグラフとなる



500円！  
500円の時、  
**需要と供給**が2人ずつで釣り合う。  
需給のバランスが取れた時の価格を



## (II) 市場の失敗

市場は万能ではなく、市場メカニズムが上手く働かない場合もある。これを**市場の失敗(市場の限界)**という。

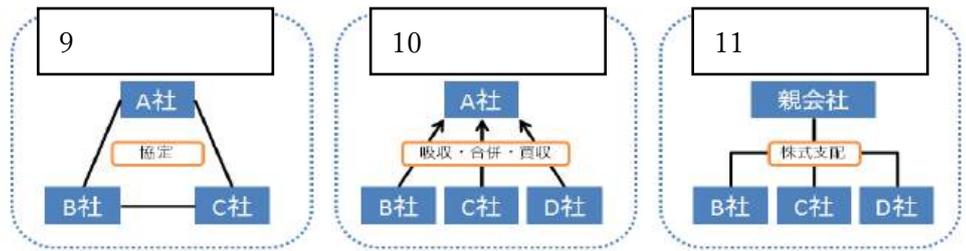
### ■ 外部効果 : 市場を通さずに利益・損失を受けること。

- ・ [7] ]…対価を支払わなくても財・サービスを楽しむ場合  
例：駅の新設→周辺の地価上昇、地域の活性化、通勤が便利になった
- ・ [8] ]…対価を受け取ることなく不利益を被る場合  
例：工場の有害物質排出→漁業に被害、環境整備のための出費

### ■ 競争の不完全性 : 寡占(数社によってシェアが占められる状態)、独占により価格競争が乏しい状態

#### + α 独占・寡占の形態

19世紀後半から資本の集中が進み、右のような独占形態が出現するようになった。



【寡占市場の特徴①】 価格以外の点で競争をする = [12] ]

品質やデザイン、広告・宣伝、アフターサービスなどで競争することが多い!

【寡占市場の特徴②】 大企業が設定する価格に他企業が追随する = [13] ]

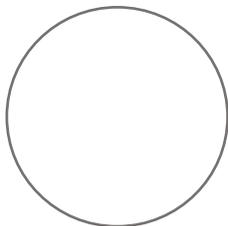
= [14] ]

価格以外で競争をするため、値段は下がりにくい。 = **価格の下方硬直性**

#### 寡占市場の具体例

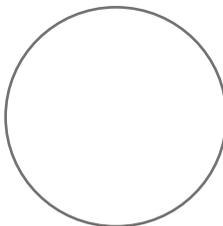
##### 乗用車

販売台数  
(2021)



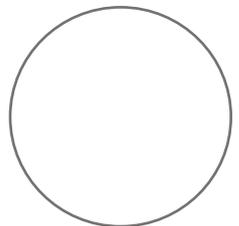
##### コンビニ

売上高  
(2021)



##### 家庭用ゲーム機

販売台数  
(2020)



### ■ 情報の非対称性 : 売り手と買い手の情報が異なるため、企業側の不正が行われるリスクがある

不正が相次ぐと消費者は企業が信用できなくなり、市場の取引が行われにくくなる。

(例) 食品産地偽装問題、賞味期限偽装問題

## (III) 政府の役割

### (1) 健全な市場経済の実現

- ・ 政府は企業間の価格競争をできるだけ促進させ、消費者に割高な商品を買わせないように努力をしている。
- ・ [15] ](1947年制定) : 独占市場を生み出すような合併や協定を禁じた法律  
→ [16] ]の監視下で企業の不当な価格調整を規制している。

### (2) 公害の対策

- ・ 政府が汚染物質の排出に税金をかけたり、排出権取引を行う市場を作るなどの工夫をしている。

### (3) 公共財の供給・管理

- ・ 市場を通して供給することが不可能な財や望ましくないものを、公共財として供給。(例)警察・一般道・小学校



## (I) 市場のしくみと役割

Think このカレンダーは何月だろうか？

東京ディズニーランド(TDL)では、チケット販売で**ダイナミック・プライシング**という価格変動システムを採用している。どんな日に値段が高くなっているか読み取れるだろうか…？

このように、需要と供給のバランスを調整し価格が変わるという仕組みが、まさに今日学ぶ

「市場メカニズム」そのものである。

右の図は TDL のいずれかの月のチケット販売カレンダーである。値段を見ながら、これが何月か予想してみよう。



日	月	火	水	木	金	土
			1 10900	2 10900	3 10900	4 10900
5 9400	6 8400	7 7900	8 7900	9 7900	10 7900	11 10900
12 10900	13 9900	14 8400	15 8400	16 8400	17 8400	18 9900
19 9400	20 8400	21 8400	22 8400	23 8400	24 8400	25 9900
26 9400	27 8400	28 8400	29 8400	30 8400	31 8400	

答え[ 1 ]月

市場においては、いたるところで価格による調整が行われている。年末になればおせち料理の食材は高騰し、ケーキはクリスマス直後に安売りされることもある。レアなポケモンカードが 10 万円以上の値が付くのも、初物のウニで作った高級寿司店のウニ軍艦が 1 貫 70 万円で売られるのも、買う人がいるから成り立つ。このように、価格によって欲しい人(=[<sup>1</sup> 需要 ])と売りたい人(=[<sup>2</sup> 供給 ])のバランスを調整することが市場経済の役割であり、「価格の[<sup>3</sup> 自動調節機能 ]」と呼ばれている。

**4 需要** どれだけの人が欲しいか

欲しい人はできるだけ安く買いたい

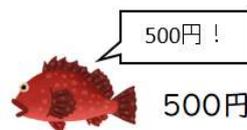
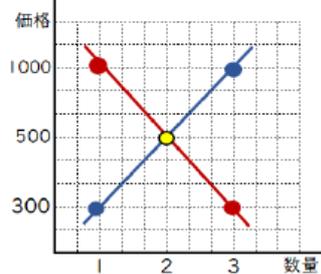
グラフは  
右下がりになる

**5 供給** どれだけの人が売りたいか

売る人はできるだけ高く売りたい

グラフは  
右上がりになる

\* 両者を組み合わせると需要供給のグラフとなる



500円の時、  
需要と供給が2人ずつで釣り合う。  
需給のバランスが取れた時の価格を

6 均衡価格(市場価格)



## (II) 市場の失敗

市場は万能ではなく、市場メカニズムが上手く働かない場合もある。これを**市場の失敗(市場の限界)**という。

### ■ 外部効果 : 市場を通さずに利益・損失を受けること。

- ・ [7 **外部経済** ]…対価を支払わなくても財・サービスを楽しむことができる場合

例：駅の新設→周辺の地価上昇、地域の活性化、通勤が便利になった

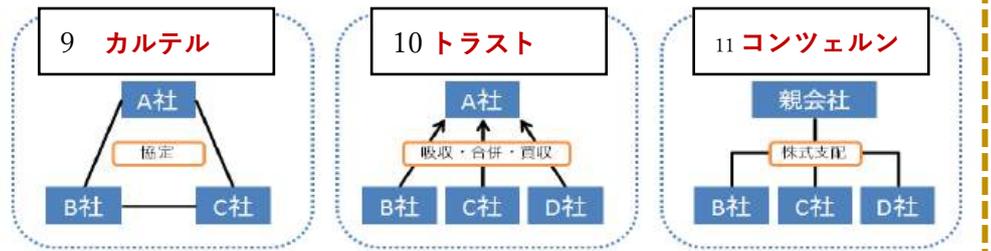
- ・ [8 **外部不経済** ]…対価を受け取ることなく不利益を被る場合

例：工場の有害物質排出→漁業に被害、環境整備のための出費

### ■ 競争の不完全性 : 寡占(数社によってシェアが占められる状態)、独占により価格競争が乏しい状態

#### +α 独占・寡占の形態

19世紀後半から資本の集中が進み、右のような独占形態が出現するようになった。



#### 【寡占市場の特徴①】 価格以外の点で競争をする = [12 **非価格競争** ]

品質やデザイン、広告・宣伝、アフターサービスなどで競争することが多い!

#### 【寡占市場の特徴②】 大企業が設定する価格に他企業が追随する = [13 **管理価格** ]

= [14 **プライスリーダー** ]

価格以外で競争をするため、値段は下がりにくい。 = **価格の下方硬直性**

#### 寡占市場の具体例

##### 乗用車

販売台数  
(2021)

トヨタ 33.6  
ホンダ 14.7  
スズキ 13.5  
その他 38.2

##### コンビニ

売上高  
(2021)

セブン 43.7  
FM 26.7  
ローソン 23.1

##### 家庭用ゲーム機

販売台数  
(2020)

任天堂 87.7  
ソニー 11.8  
Microsoft 0.5

### ■ 情報の非対称性 : 売り手と買い手の情報が異なるため、企業側の不正が行われるリスクがある

不正が相次ぐと消費者は企業が信用できなくなり、市場の取引が行われにくくなる。

(例) 食品産地偽装問題、賞味期限偽装問題

## (III) 政府の役割

### (1) 健全な市場経済の実現

- ・ 政府は企業間の価格競争をできるだけ促進させ、消費者に割高な商品を買わせないように努力をしている。
- ・ [15 **独占禁止法** ](1947年制定) : 独占市場を生み出すような合併や協定を禁じた法律  
→ [16 **公正取引委員会** ]の監視下で企業の不当な価格調整を規制している。

### (2) 公害の対策

- ・ 政府が汚染物質の排出に税金をかけたり、排出権取引を行う市場を作るなどの工夫をしている。

### (3) 公共財の供給・管理

- ・ 市場を通して供給することが不可能な財や望ましくないものを、公共財として供給。(例)警察・一般道・小学校