

# 市場経済の機能



## (i) 市場メカニズム

Think○ このカレンダーは何月だろうか？

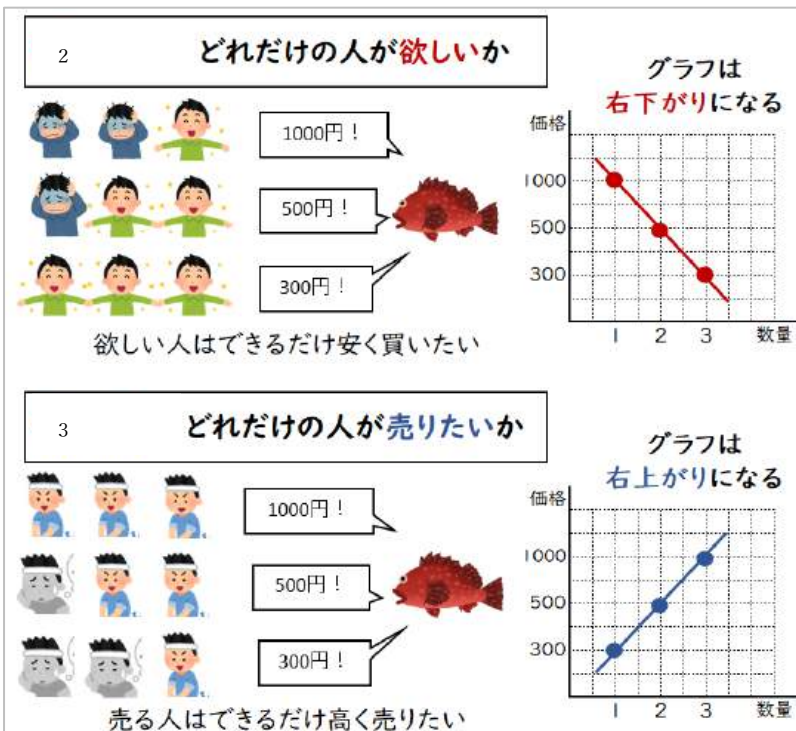


東京ディズニーランドでは、チケット販売で **ダイナミック・プライシング** という価格変動システムを採用している。他にも、JリーグではAIが試合ごとの需要予測を行い、平日・休日や天候、対戦相手などを分析しながら価格を変動させている。  
 このように、需要と供給のバランスを考慮しながら価格が変わるとい仕組みが、まさしく今日勉強する「市場メカニズム」とそのものである。  
 話は戻りまして、右の図はTDLのいずれかの月のチケット販売カレンダーである。  
 値段を見ながら、これが何月か予想してみよう。

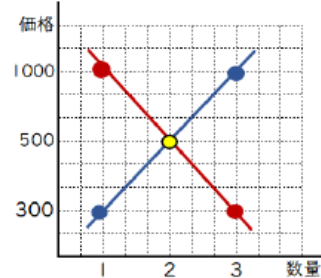
	月	火	水	木	金	土
	27	28	29	30	31	1 ○ 9400
2	○ 9400	3 ○ 9400	4 ○ 9400	5 ○ 8900	6 ○ 8400	7 ○ 8400
8	○ 8900	9 ○ 8400	10 ○ 8400	11 ○ 8400	12 ○ 8400	13 ○ 8400
14	○ 8900	15 ○ 8400	16 ○ 8400	17 ○ 8400	18 ○ 8400	19 ○ 8400
20	○ 8900	21 ○ 8400	22 ○ 8400	23 ○ 8400	24 ○ 8400	25 ○ 8400
26	○ 8900	27 ○ 8400	28 ○ 8400	29 ○ 8400	30 ○ 8400	1 ○ 8900
2	○ 8900	3 ○ 8900	4 ○ 9400	5 ○ 9400	6 ○ 9400	7 ○ 9400

■市場とは … 買い手と売り手の間で、財やサービスが取引される場

⇒ 価格によって財やサービスの需要・供給量を自動的に調整する作用がある  
 = [ 1 ]



\*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  
 4 という

需要と供給のグラフ問題については、次のプリントで詳しく説明していきます。

## (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。

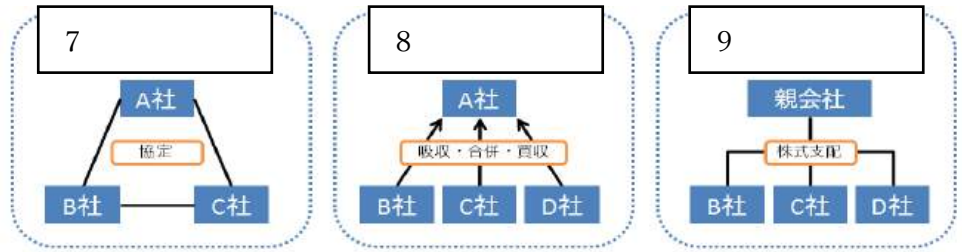
### ■ 競争の不完全性

(例)ある産業の数社が全体の大半を占めている状況 = [5 ]

(例)ある産業において、単一の企業が市場を支配 = [6 ]

#### +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。  
戦後禁止されていた持株会社は1997年に解禁されている。



【寡占市場の特徴①】 価格以外の点で競争をする = [10 ]

品質やデザイン、広告・宣伝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 = [11 ]

= [12 ]

価格以外で競争をするため、値段は下がりにくい。 = [13 ]

※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。

日本では、[14 ]が[15 ]に則りチェックしている。

#### Think🗨️ CM女王から寡占市場を読み解く 2023年上半期CM起用社数トップ4(女性)

1 川口春奈 カルビー、シオノギ<sup>※4</sup>、はま寿司、ヤクルト、ライオン<sup>※5</sup>、クラシエ<sup>※1</sup>など19社

2 芦田愛菜 スズキ、ワイモバイル、日立、味の素、SBI損保、サントリーなど15社

3 今田美桜 楽天モバイル、麒麟ビール、第一三共ヘルスケア<sup>※3</sup>、第一生命、P&G<sup>※2</sup>など13社

4 永野芽郁 湖池屋、サントリー食品、JCB、モスバーガー、サンスター<sup>※6</sup>、クラシエ<sup>※1</sup>など10社

(例) じゃがりこ・ポテチ／いち髪<sup>※1</sup>・パンテーン<sup>※2</sup>／ロキソニン<sup>※3</sup>・セデス<sup>※4</sup>／NONIO<sup>※5</sup>・Ora2<sup>※6</sup>

たった上位4人のタレントを比較するだけでも、ライバル関係の企業が登場している。このように、ライバル企業の少ない寡占市場では、宣伝や広告での競争が重要であり、多額の費用をかける傾向がある。

### ■ 情報の非対称性

買い手が持っていない情報を売り手が持っている場合、それを隠して売ろうとすることを繰り返す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。

### ■ 公共財

公共財には2つの性質がある…[16 ]: 対価を支払わない人(フリーライダー)を排除できない

[17 ]: ある人が多く消費しても、他の消費を減らさない

### ■ 外部効果

市場を通さずに利益・損失を受けること。

[18 ]…対価を支払わなくても財・サービスを楽しむ場合 例: 駅の新設で周辺の地価上昇

[19 ]…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により、漁業に被害

# 市場経済の機能



## (i) 市場メカニズム

Think○ このカレンダーは何月だろうか？

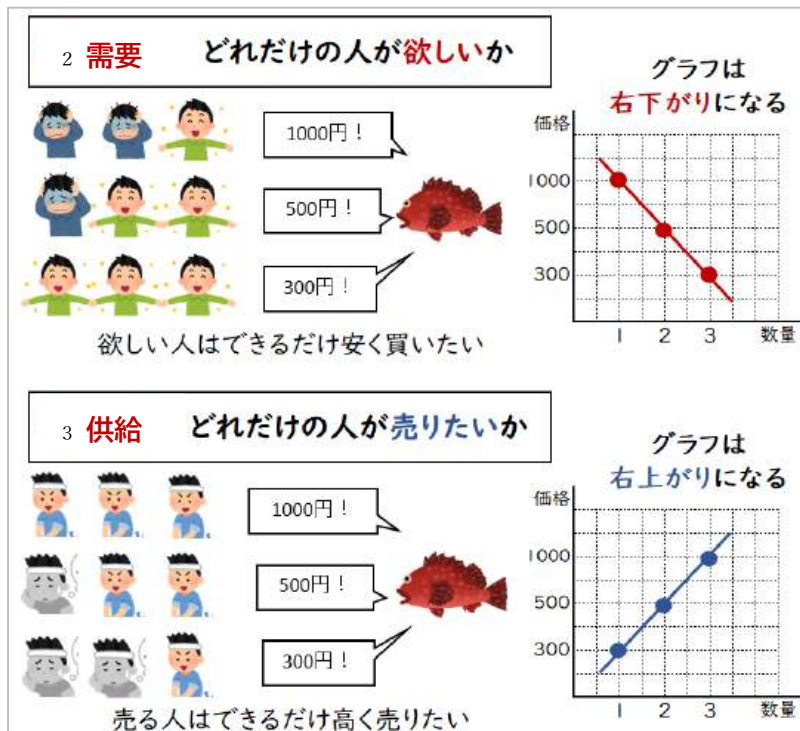
東京ディズニーランドでは、チケット販売で **ダイナミック・プライシング** という価格変動システムを採用している。他にも、JリーグではAIが試合ごとの需要予測を行い、平日・休日や天候、対戦相手などを分析しながら価格を変動させている。  
 このように、需要と供給のバランスを考慮しながら価格が変わるという仕組みが、まさしく今日勉強する「市場メカニズム」とそのものである。  
 話は戻りまして、右の図はTDLのいずれかの月のチケット販売カレンダーである。  
 値段を見ながら、これが何月か予想してみよう。



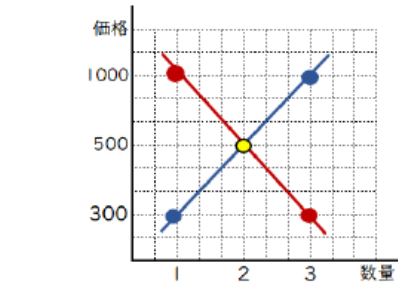
	月	火	水	木	金	土
	27	28	29	30	31	1 ○ 9400
2 ○ 9400	3 ○ 9400	4 ○ 9400	5 ○ 8900	6 ○ 8400	7 ○ 8400	8 ○ 8900
9 ○ 8900	10 ○ 8400	11 ○ 8400	12 ○ 8400	13 ○ 8400	14 ○ 8400	15 ○ 9400
16 ○ 8900	17 ○ 8400	18 ○ 8400	19 ○ 8400	20 ○ 8400	21 ○ 8400	22 ○ 9400
23 ○ 8900	24 ○ 8400	25 ○ 8400	26 ○ 8400	27 ○ 8400	28 ○ 8400	29 ○ 9400
30 ○ 9400	1 ○ 8900	2 ○ 8900	3 ○ 9400	4 ○ 9400	5 ○ 9400	6 ○ 9400

■市場とは … 買い手と売り手の間で、財やサービスが取引される場

⇒価格によって財やサービスの需要・供給量を自動的に調整する作用がある  
 = [ <sup>1</sup> **価格の自動調節機能** ]



\*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  
**4 均衡価格** という

需要と供給のグラフ問題については、次のプリントで詳しく説明していきます。



## (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。

### ■ 競争の不完全性

(例)ある産業の数社が全体の大半を占めている状況 = [5 **寡占** ]

(例)ある産業において、単一の企業が市場を支配 = [6 **独占** ]

#### +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。  
戦後禁止されていた持株会社は1997年に解禁されている。



【寡占市場の特徴①】 価格以外の点で競争をする = [10 **非価格競争** ]

品質やデザイン、広告・宣伝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 = [11 **管理価格** ]

= [12 **プライスメーカー(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。 = [13 **価格の下方硬直性** ]

※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。

日本では、[14 **公正取引委員会** ]が[15 **独占禁止法** ]に則りチェックしている。

#### Think🗨️ CM女王から寡占市場を読み解く 2023年上半期CM起用社数トップ4(女性)

- 1 川口春奈 **カルビー**、**シオノギ**※4、はま寿司、ヤクルト、**ライオン**※5、**クラシエ**※1など19社
- 2 芦田愛菜 **スズキ**、**ワイモバイル**、日立、味の素、**SBI損保**、サントリーなど15社
- 3 今田美桜 **楽天モバイル**、**麒麟ビール**、**第一三共ヘルスケア**※3、**第一生命**、**P&G**※2など13社
- 4 永野芽郁 **湖池屋**、サントリー食品、JCB、モスバーガー、**サンスター**※6、**クラシエ**※1など10社

(例) じゃがりこ・ポテチ／いち髪※1・パンテーン※2／ロキソニン※3・セデス※4／NONIO※5・Ora2※6

たった上位4人のタレントを比較するだけでも、ライバル関係の企業が登場している。このように、ライバル企業の少ない寡占市場では、宣伝や広告での競争が重要であり、多額の費用をかける傾向がある。

### ■ 情報の非対称性

買い手が持っていない情報を売り手が持っている場合、それを隠して売ろうとすることを繰り返す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。

### ■ 公共財

公共財には2つの性質がある…[16 **非排除性** ]: 対価を支払わない人(**フリーライダー**)を排除できない

[17 **非競合性** ]: ある人が多く消費しても、他の消費を減らさない

### ■ 外部効果

市場を通さずに利益・損失を受けること。

[18 **外部経済** ]…対価を支払わなくても財・サービスを享受できる場合 例: 駅の新設で周辺の地価上昇

[19 **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により、漁業に被害