

## 経済学入門 講義ノート

### 第4回 経済学の考え方 その1 (どうして経済学が有用か)

#### 本講義目的

- 経済学では社会をどのように分析するのか(競争モデル)について紹介する。
- 経済学の有用性について考察を行う。

#### 1. 合理的消費者

消費者(家計)は、どのように消費財の選択を行うのか。

- 月々の仕送りとアルバイト代でどのようにやりくりをするのか。
- 一週間の時間をどの様に用いるのか。

仮定： 人々はあらゆる機会において費用と便益を比較検討し合理的な選択を行う。

合理的な消費者は、  
自分たちが何を好んでいるか知っている。  
自分たちの目的を知っている。  
目的を達成する方法について正しく理解している。  
一貫したやり方で、目的を達成しようとする。

(合理的とは、Completeness と Transitivity)

これは、必ずしも、全ての人々が同じ選好を持つことを意味するわけではない。また、経済学では選好の良し悪しについて議論は行わない。

消費者は、自分の満足度(効用水準)を高めるために選択を行う。

#### 2. 利潤極大企業

供給者(企業)は、どのように生産活動を行うのか。

仮定： 企業はあらゆる機会において費用と便益を比較検討し合理的な選択を行う。

企業は、  
利潤の極大化を目的とする。  
利潤極大化を達成する方法について正しく理解している。  
一貫したやり方で、目的を達成しようとする。

これは、必ずしも、全ての企業が同じ生産戦略をとることを意味するわけではない。利用可能な技術、アクセス可能な市場によって、違った目標を立てることがある。

利潤の極大化が達成されていない企業は、倒産(bankrupt)するか、買収(take over)、合併(merge)されるか、更生措置が取られることとなる。

### 3. 基本的競争モデル

経済学者は、市場について完全競争の仮定をたてる。

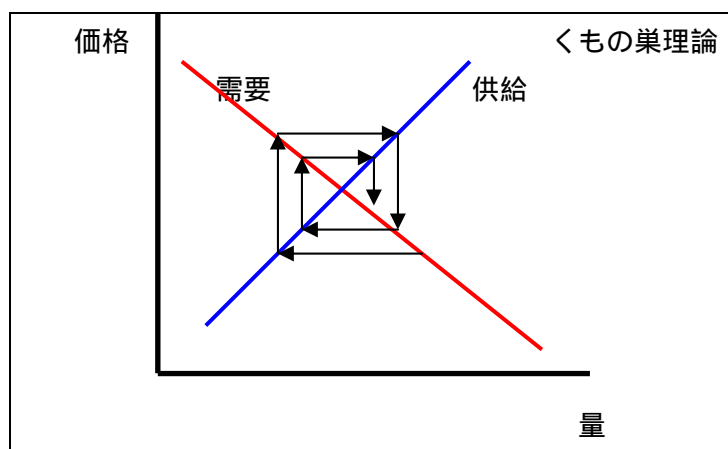
どの企業も、自分の製品を高く販売したいと考えている。しかし、売り手が多数いる場合には、製品価格は全ての企業でほぼ同じようになる。これは、製品価格を高くすると、消費者が隣にいる別の企業の製品を買うようになるからである。

個々の企業にとって、製品の販売価格はあたかも所与のものであり、個々の企業はプライス・テーカー（価格受容者）である。

個々の企業は、所与の価格の下で、販売を行う製品の数量を決める。売り手が多数いるために、個々の企業が販売する製品の数量を増やしても、全体の価格に対する影響は些細なものである。

他方、消費者は製品を安く購入したいと考えている。しかし、自分は安く購入したいと考えても、別の方がより高い値段で購入しても良いと考えるので、安い値段で購入することは出来ない。

需要と供給の調整。



合理的で利己主義的な多数の消費者と合理的で利潤極大化を行う多数の企業が、ともにプライステーカーとして、競争的市場で相互依存しあっている。こうした消費者と企業と市場からなるモデルを、基本的競争モデル（Basic Competitive Model）と呼ぶ。

例外 石油カルテル 独占

## 4 . 資本主義・市場経済の役目

### 1 ) 市場経済の役割

#### 価格情報

価格システムは、人々に財の稀少性に関する情報を提供する。

財を購入するにあたっては、財を利用するにあたって、財の対価に見合った、或いは、それ以上の便益を見出す必要がある。

### 2 ) 資本主義の役割

市場経済（競争原理による資源配分）に基づいて、消費者に効用極大化を、企業に利潤極大化を目指すインセンティブ（動機）をもたせるためには、資本主義のメカニズムが必要である。

#### 利潤の追求

資本主義は、利潤の留保を認める。仮に、努力して得た利潤を留保すること一切認めないなら、誰が一生懸命働こうと思うか？

#### 私有財産性

資本主義（物的資産の私有性）を認めることが必要である。自分のものでない資産の有効利用を、誰が真摯に考えるか？資産の私有化が認められることによって、資産を有効利用しようとするのではないか。

#### 所有権が確立していないとき

共有地の悲劇（資源の非効率な利用）

制限付き所有権（資源の非効率な配分）