

パレート効率性(および厚生経済学の 基本定理の概要)、市場の失敗

マイクロ経済入門・マイクロ経済学の考え方
赤井伸郎

本資料は、この講義の前任者である室岡先生の資料をベー
スに加筆修正したものである。

市場の効率性<定義>:パレート効率性

- パレート効率的=『ある人の効用を上げるためには、他の誰かの効用を必ず下げなければならない状態』

- 言い換える(対偶をとる)と、『パレート効率的でない状態では、誰の効用も下げることなく、ある人の効用を上げる状態が別に存在する』!

パレート効率性とは

- パレート効率的でない状態＝誰の効用も下げることなく、ある人の効用を上げる状態が別に存在する
 - この意味において、「パレート効率的でない状態は、効率性の意味において良くない」と言える。
- 一方で、「パレート効率的な状態は、公平性など他の価値判断や意味において良い」と言っているわけでは全くないことに注意。
- また、パレート効率的な状態は一般に沢山存在する。
 - 例：複数あるクッキーの分配方法を考えたとき、各人がクッキーがあるほど嬉しいとすると、①全員にクッキーを均等配分するのも、②ある一人がクッキーを全て受け取るのも、共にパレート効率的となる。

(付録) 厚生経済学の基本定理

- 厚生経済学の基本定理=いくつかの前提を満たした市場(後述)における、「市場の効率性」についての定理。
- 厚生経済学の第1基本定理:市場均衡はパレート効率的。
- ここで「市場均衡」とは、前にカバーした「各主体が価格を所与として行動し、税金・補助金が存在しない市場」における均衡を指す。
- 厚生経済学の第2基本定理:どんなパレート効率的な状況も、(事前の一括固定税および一括補助金による)適当な所得再分配を行えば、市場均衡を通じて達成できる。
- 詳しくは『ミクロ経済学』にて!

(付録) 厚生経済学の基本定理の意味

- 厚生経済学の第1基本定理について: ここで「効率的」とは、「各主体の好みに合うよう、無駄なく資源を配分した状況」を指す。その状況が「平等・公平」かどうかなどは全く別物。
- 例: 自分の事しか考えない個人がいたとすると、その個人がこの世の全ての財を独占するのもパレート効率的。
- 厚生経済学の第2基本定理について: どんなパレート効率的な状況も市場により実現可能なため、特に効率的な状況のうち「(平等・公正など別の基準により社会で合意された)最も望ましい」状況を(適当な所得分配を行うことができれば)市場により達成可能。

市場の効率性のための前提

- 市場がパレート効率的になるためには（厚生経済学の基本定理が成立するためには）、いくつかの前提・仮定が必要となる。主な前提は以下。
 1. 各消費者・企業が（大まかには）価格を所与として行動している。
 2. 全ての消費・生産は他者の効用・生産に直接影響を及ぼさない。
 3. 取引されている財は公共財ではない（つまり、灯台・消防・国防など、受益者が増えても各人が受ける財・サービスは減らず、かつ受益者の一部のみを排除することが不可能な財・サービスではない）。
 4. 各消費者・企業が同じ情報を持っている。
- 以下、それぞれの前提が成り立たない場合について議論する。

市場の失敗：市場が「効率的」にならない状態<前提の崩壊>

主な理由

1. 各主体が価格を所与として行動していない
独占・寡占 ⇒ 詳細は、この語の授業および『ミクロ経済学』および『ゲーム理論』にて!
2. 消費・生産が他者の効用・生産に直接影響を及ぼす
外部性 ⇒ 詳細は『ミクロ経済学』および『公共経済学』にて!
3. 受益者が増えても各人の財・サービスは減らず、かつ受益者の一部のみを排除することが不可能な財・サービスの取引
公共財 ⇒ 詳細は『ミクロ経済学』および『公共経済学』にて!
4. 各主体が異なる情報を持っている。
・情報の非対称性 ⇒ 『ゲーム理論』にて!

市場の失敗Ⅰ：独占・寡占 主な理由：次回以降のクラスで説明

単独の企業が財の供給を独占している市場だと、価格を所与とする場合に比べ供給量が少ない。

- 独占企業は価格をつり上げても顧客を他企業に奪われることが無いため、価格を高く保つために供給量を抑制する（価格支配力の行使）。
- よって、独占企業の供給量は、社会的に望ましい水準を下回る。これは少数の企業が財を供給している市場（＝寡占市場）でも同様。

この場合、政府が価格規制・生産量規制などを適切に用いることにより、社会余剰を増加させることが可能。

市場の失敗2: (負の) 外部性: 市場で取引されない付随的な効果

消費・生産が他者の効用・生産に直接(負の)影響を及ぼす場合、市場均衡の取引量は社会的に望ましい量より過剰になる。

例: 公害。各企業が生産に伴い排出される汚染物質(煤煙など)は、周囲の住民に負の影響を与える。もし各企業が公害を気にせず生産するならば、公害の量が社会的にみて多すぎてしまうかもしれない。

実際に、1950年代から60年代の日本では、環境汚染による公害病(水俣病など)が大きな問題となった。ここで、社会余剰の計算には「公害から生じる不効用」も含まれる。

この場合、政府が生産量規制・公害の排出量規制・環境税などを適切に用いることにより、社会余剰を増加させることが可能。

市場の失敗2:外部性についての注意

注意:以下のものは、通常は外部性に含まれない。

1. 既に市場があるもの(直接の市場取引を通じ影響するもの)
例: 企業や個人の「二酸化炭素排出」は負の外部性の典型例だが、もし全ての国・市場において二酸化炭素排出量を取引する市場が完備されたならば、その段階で二酸化炭素排出はすべて市場を通してやり取り「負の外部性」ではなくなる。
2. 「人や企業など経済主体の行動」以外により生じるもの
例: 災害(台風・地震など)。ただし、「自分が払う費用が惜しいため、その地域全体にとって役立つ災害の備えを怠り、結果として他者に負の影響を及ぼす」など、経済主体の行動がもとになっている影響は外部性に含まれ得る。

市場の失敗2：(正の)外部性

消費・生産が他者の効用・生産に直接(正の)影響を及ぼす場合、市場均衡の取引量は社会的に望ましい量より過小になる。

例：基礎教育

研究開発：新たな発見・発明

社会に役立つことをしながら、個人の判断だけで行動している場合。

社会全体に利益をもたらす。

この場合、政府が補助金・知的財産の保護などを適切に用いることにより、社会余剰を増加させることが可能。

市場の失敗3:公共財

経済学における「公共財」の定義<以下の2つを満たす財>

1. (非競合性) 受益者が増えても、各人が享受する財の量・質は変化しない
2. (非排除性) 受益者の一部のみを排除することが不可能

注意: 経済学における「公共財」の定義は、世間一般の用語とは異なる。

公共財の例: 街灯などの快適な市街環境・灯台・国防・消防。

市場では供給されない。採算が取れない。政府が適切に税金を集め公共財を供給することにより、社会余剰を増加させることが可能。

市場の失敗4:情報の非対称性

これまでの理論では、各主体が財・サービスの価値をあらかじめ分かっていることが前提となっていた。

一方で、売り手と買い手の間で情報の偏在が起こっている市場も多く考えられる。

例:中古車市場。売り手側は各中古車がどのくらい良い状態なのか(買い手側よりもよく)分かっているにも関わらず、買い手側は実際に買って使用してみるまで良い車なのか不良品なのかが分からない。不良品を避けるため、そもそも買い手は中古車自体を買わなくなるかもしれない。

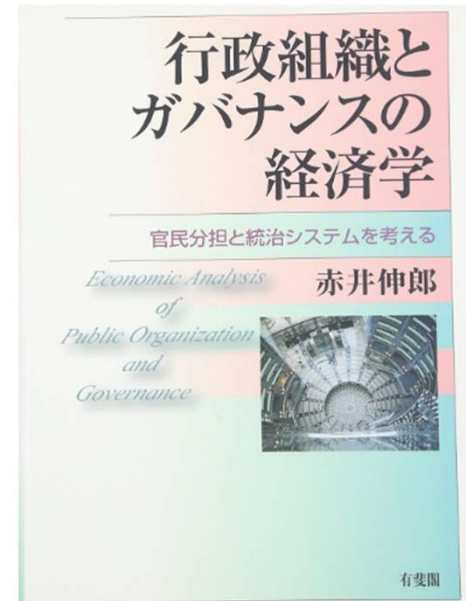
補足：政府の失敗

市場の失敗を補正するための政府による政策がうまくいくとは限らない。

政策が、情報の非対称性や、ゆがんだ意思決定により、一部の主体の実が得をして、想定した効果を上げられないケース、市場を歪めるケースなどあり=>政策評価の重要性

政府の分析：

公共経済学、行政学、政治経済学



まとめ：重要語

- ・ 市場の効率性：パレート効率性
- ・ 厚生経済学の第一基本定理
- ・ 厚生経済学の第二基本定理
- ・ 市場の失敗
- ・ 政府の失敗