

経済研究

第36巻 第1号

Jan. 1985

Vol. 36 No. 1

不当廉売規制における公正競争の概念

—競争政策の視点からの理論的再検討—

来生新・新飯田宏

はじめに

独占禁止法は、公正かつ自由な競争を阻害する恐れのある不公正な取引方法の1つとして、不当廉売を一般指定6項に指定している。「不当」という直接的表現が響かせるように、不当廉売には“フェアでない”商取引という悪印象がこめられている。しかし、価格の値下げは通常、競争的市場状態を反映した競争圧力の結果であると考えられるだけに、公正競争を阻害する恐れがあるかどうかについてのルースな評価基準は正当な競争相手または潜在的競争者を排除したり、非効率な競争者を保護するというリスクを伴う。不当廉売の規制が競争プロセスの最大のメリットである非効率性を自然淘汰する競争そのものを保護することになるのか、あるいは競争者を保護することになるのか、が決定的に重要な点である。非効率な競争者を保護するような評価基準の採用は、常に消費者を最大の被害者として指定するに等しいから、競争政策を担当する公正取引委員会は、結果的に独禁法を精神を裏切る誤謬をおかすことになるからである。

本稿の目的は、不当廉売における“fairness”の

概念を第I章の経済法学的分析と第II章の経済学的分析を通して展望し、競争政策の観点から不当廉売規制のあり方についてわれわれの基本的な考え方を試論的に示すことである。

I 公正競争概念の法理論と経済分析

I・1 独占禁止法をめぐる政策の理論と法の解釈

独占禁止法は、「公正且つ自由な競争を促進し」、「以て一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする」法である。この「公正且つ自由な」競争の促進という手段による実現が予定される、一般消費者の利益の確保と国民経済の民主的で健全な発達の促進という法の究極目的を、経済理論に言うパレート最適性の達成を意味すると解釈することは十分に合理的である。のみならず競争的資源配分は、一般に、ダイナミックな革新の原動力となりうると理解されており、「事業者の創意を發揮させ、事業活動を盛んにする」という法目的にも適うということが出来る。それ故、独占禁止法をもっぱらこのような競争的資源配分を実現するための政策(競争政策)の実施手段として理解す

ることは十分に合理的なことなのである。

他方、政策の論理から離れて、法の「公正且つ自由な競争」という観念、とりわけ公正な競争という概念の解釈から、独占禁止法を異なる性格のものとして理解することも可能である。いわゆる社会法の出現の歴史的な経緯から、法的には公正の観念を経済的強者と弱者の実質的な平等化をはかることと解する一般的な傾向があり、正義を配分的正義と平均的正義(機会の平等と結果の平等と言ってもよいであろう)とに分けるとすれば、公正を平均的正義により大きなウエイトを置いて理解する傾向が強い。このような考えかたは、競争政策的な独占禁止法の理解とは相容れない。資源配分の効率性という観念は、理論の全体系の中で、効率の問題と分配の問題とを峻別する傾向があること等から判断して、むしろ配分的正義にウエイトを置いて公正を理解するものと考えられるからである。

「公正」という観念それ自体は、配分的正義も平均的正義も共に含み、そのどちらをより強く意味するものでもない。ここに現在の独占禁止法の社会法的解釈¹⁾と競争政策的解釈との対立の最大の原因がある。この対立は、結局、独占禁止法のもう1つの価値概念である「自由な競争」の解釈と、どちらがより整合的かということで決着がつけられるべき問題である。その詳細を論ずる余裕はないが、以下の本稿の論述は、独占禁止法を競争政策実施の手段と解する立場でなされるものである。

I・2 公正競争阻害性

(1) 基本的性格の理解と従来の代表的見解の検討

独占禁止法による主要な規制は、①一定の取引分野における競争の実質的制限を要件とする私的独占、不当な取引制限、合併等の企業結合等(市場集中規制)の規制と、②一定の取引分野における競争の実質制限を要件としない、持株会社規制に代表される経済力集中(一般集中)の規制と、③公正な競争を阻害するおそれを要件とする不正

な取引方法の規制の3つの態様に分類される。

第1に確認すべきことは、独占禁止法が、他に、「一定の取引分野における競争の実質的制限」を直接の要件とする、市場集中の規制のための諸規定を持っていることとの関係で、不正な取引方法の規制における「公正な競争を阻害するおそれ」という要件の解釈は、直接的な市場集中の要件の解釈とは異なるものでなければならず、かつ競争政策実施の手段という法の基本的な性格からは、究極において市場集中規制とつながるものでなければならないということである。この要請は、公正競争阻害性の問題を、市場集中の要件である不当に大きな価格支配の行使にかかわる問題として理解するのではなく、後述するように、価格支配力の大小を究極的に規定することとなるであろう市場の諸条件の問題として理解すべきだという結論を導く。

以上の整理に対し、従来の公正競争概念に関する代表的な理解を示すのは今村説である。今村説は、同規模の多数の競争者間で品質と価格を唯一の手段としてなされる競争を公正競争の理想型とする。この理想型が完全競争の理論モデルから想起されていることは明らかであろう。そうであるが故に、形式的に純粋競争の姿を追うことはできないとの認識も出てくるのである²⁾。今村説と本稿の立場に基本的な類似点があることは明らかである。

しかし今村説は様々な点で不徹底な説である。今村説が自ら認識するように、完全競争モデル(純粋競争)と現実との乖離を前提にするならば、当然になされねばならない現実と自己の公正競争の概念あるいはその阻害の議論との理論的なすりあわせが不十分なのである。今村説では、同規模の競争者が多数存在し、そこで能率競争がなされることが、なぜ公正競争の理想型なのか述べておらず、これが公正競争の理想型なのは当然のこととされている。しかし、なぜそう言えるのかを立ち入って検討することによって、はじめて、公正競争阻害性の判断に関する理論的な根拠を示

1) この立場の代表的見解は、正田彬[2]に見られるが、不正な取引方法に関して舟田正之[4]が、新たにこの立場での解釈を示す。

2) 今村成和[1]96頁。

すことができると考えられる。次にその検討を試みてみよう。

(2) 今村説の批判的検討と新たな公正競争概念の形成

今村説が完全競争モデルの世界を公正競争の理想型(その実現が望ましいもの)と判断する根拠は、そこでは $P=MC$ の価格づけがなされ、資源の効率的配分という社会的価値が達成されることを望ましいと考えるからだと推測される。副次的には、その前提条件の1つである自由それ自体の社会的価値も肯定的にとらえられているといえよう。

しかしこのような結果は、完全競争モデルの前提条件である「①各経済主体が、市場にくらべて非常に小さく、ゆえに価格に認知可能な影響を与えない。②生産物は等質(homogeneous)である。③企業の自由で容易な参入および撤退を含めて、すべての資源の自由な可動性が存在する。④そして市場のすべての経済主体は完ぺきで完全な(complete and perfect)知識を有している」という条件が総て整い、⑤各経済主体が利潤極大化を目指して行動する場合にはじめて生ずるものである。現実がこのようなモデルの前提と決定的に乖離している以上、モデルで観察されない条件や行為の総てを、公正競争を阻害するものとして規制の対象とすることができないことは明らかである。

そうである以上、理論的には、法がモデルから離れて、資源の効率的配分という価値をセカンド・ベストに実現するために「現実に整えうる条件」、すなわち公正競争阻害性ありとして規制の対象となる行為が、完全競争モデルとどのような関係にあるのかをより具体的に検討する必要があるはずであり、その作業をなして初めて公正競争概念ないしはその阻害概念の積極的規定が可能になるのである。以上のような前提を確認して、以下で、具体的に公正競争概念を検討する作業に移ろう。

完全競争モデルの5条件に対して、独占禁止法は、1条と実体規定の構成から見て、次に述べるような前提をとるものと考えられる。①現実に完全競争の諸条件を総て実現することはできない、②しかし、現実を完全競争のモデルに少しでも近

付けることがセカンド・ベストな資源配分を実現することにつながる、③それに向けての現実的部分的改善は可能である、④その場合、モデル条件の中には、現実をそれに接近させることが、必ずしも望ましいとは言えないもの(規模の経済性との関係で完全競争の条件の①、差別化それ自体は決して否定的に評価されるべきものではないこととの関係で条件の②)と、少しでも現実をそれに接近させることに特に弊害がないことがある、⑤個別の経済主体の価格決定に行政的に介入し、 $P=MC$ の価格を強制することは自由な競争の促進という独占禁止法の目的に抵触するのでできない。

従って、法が現実に追及しうる「公正な競争」とは、以下に規定するような競争の状態から観念されるものである。①各経済主体は、価格に認知可能な影響を与える規模でありうる。②生産物は等質ではなく、製品の差別化が存在する。③資源の可動性に対する制限が少ない。④各経済主体の知識、情報が豊富でそれを得ることに対する制約が少ない。⑤このような条件の下で、各経済主体は、利潤極大化行動を取るが、そこでの利潤は、目前の利潤には限らず、長期に渡る戦略的判断が加えられる³⁾。

3) このような理解は公正競争の要素について従来の通説と異なるいくつかの結論を導く。第1に、②と⑤から、競争の態様を価格と品質、サービスに限定することはあまり有効な議論ではないという結論が導かれるであろう。生産物の等質性という前提の下でのみ価格を唯一のパラメーターとすることに意味があり、その前提が崩れた場合には、少なくとも、競争を価格のみで考えることはできなくなる。公正な競争の構成要素として「消費者の支持を得られる製品を生み出し、改良すること、そのような製品の存在を知らせること」も、価格における競争と社会的な価値において何ら劣ることのない競争の手段であると言いうる。従来の学説が一致して説く「能率競争」という観念は、生産物の等質性というモデル世界の前提を、現実における前提の違いにもかかわらず無批判に法の目指すべきものとして取り入れたきらいがあり、公正な競争のとらえかたとしていささか狭すぎるという三輪芳朗の批判[5]96頁は妥当だと考えられる。

次に、「自由」と「自主的な判断」の確保という通説的な公正競争の要件について、前者は公正な競争の③の資源の可動性と⑤の利潤の極大化行動に直結する問題であるし、後者も⑤の不可欠の要素であるので、

I・3 不当廉売の公正競争阻害性の再検討

前章で簡単に検討した公正競争概念をもとに、不当廉売規制における公正競争阻害性について具体的に検討を加えることとしよう。まず今日の通説的な見解に対する批判的な検討をなし、然る後に本稿の公正競争概念を前提にした議論を展開することとしよう。

不当廉売の通説の見解⁴⁾は原価以下での販売を原則として違法視する。その根拠は事業者の企業努力が品質の向上と原価の引き下げに向けられることが公正な競争のあるべき姿なので、1つの商品についてその商品の原価以下の販売をし、その損失を他の商品での利潤によって相殺するような価格決定は、それに耐えうる資本力、経済力を持つ事業者のみがとりうる行為であり、公正な競争のあるべき姿と異なるということである。このような議論の基礎として、資本制社会における「事業性(企業性)」を、原価に一定の適正な利潤を付して個別の取引が行われることであるとの認識⁵⁾や、直接に他の競争者を駆逐する手段をとること

本稿でもこれらを公正競争の要件と考える。ただ、流通系列化のように、ある経済主体が自己の利潤を極大化する方法として、他の経済主体の拘束を進んで受け入れる(あるシステムの構成員となることによって、一定の拘束を受けるが、そのほうがシステムの外で自由な経済主体であるより大きな利益を期待できる)情況をどう評価するかという問題については、本稿は従来の議論と結論を異にする。これまでの通説は、このような情況を自由の拘束、自主的な判断の阻害としてとらえ、公正競争を阻害するものであると評価する傾向が強い。しかし、自主的判断の確保にせよ、自由の確保にせよ、それが必要とされるのは、それによって各経済主体が利潤極大化行動をとることの前提として大きな意義を有するからなのであり、その前提には、各人のかけるリスクの大きさと成功の報酬としての利潤の大きさは比例すべきだという資本主義的理念がある。従って、本稿では、各経済主体が自由で自主的な判断をした結果として、自らの自由と自主性を放棄する場合に、これを公正競争の阻害と評価はしない。このような情況が公正競争阻害の問題を引き起すとすれば、それは結果的に生じている状態が資源の可動性に対する制約として、大きすぎるとの判断が成立するか、それが情報の不完全さを利用したり、それをむしろ助長する傾向を持つと認められる時に、その角度から問題とされるべきだと考えるのである。

4) 新指定6項の解説(田中壽[3])、正田彬[2]、舟田正之[4]等。

を他の「競争者の取引の自由」に対する妨害行為として捉える説明がなされる⁶⁾。本稿はこのような理解が不当であると考えている。その理由を以下で述べてみよう。

(1) 小売業における品質競争の意味と多品種販売

製造業における競争について議論の対象となる品質は、商品の物理的性情に他ならない。しかし流通業における品質とは何であろうか。流通業とは流通サービスの質を競う産業であり、そこでの品質とはこのようなサービスの質に他ならない。サービスの質についての競争とは顧客にどのような満足を与えるかの競争である。商品の物理的性情の適切な管理は当然のこととして、他に、注文に対する確実に迅速な供給を中心とした、顧客の買い物コスト節約の便宜をどのようにどの程度で提供するか、顧客が必要とする商品情報をどのようにどの程度に提供するか等が、顧客の満足度に影響を与えるのである。事業者は顧客がこれらのサービスに対してどの程度支出をなす用意があるかを考慮し、他の競争相手がそれぞれどのようなサービスをいくらで提供するかを勘案しながら、自らサービスの内容と価格を決定することとなる。

不当廉売が主として問題となる小売業において、事業者が取り扱い品目を多くすることは、顧客の買い物コストの節約となる便宜提供の可能性を大きくし、サービスの改善につながる。しかしこの改善は他方で事業者のコストを増し、事業者のリスクを大きくする⁷⁾。いわゆる大きな資本力、経済力(大きさは、常に相対的な問題であるが、どんな規模であれ)を武器にすることなしには、このようなコスト負担によるサービスの相対的改善をなすということ、すなわちサービス業におけるこの種の品質の改善をなすことは不可能であり、しかも相対的に大きな資本を集め使用することは事業者常に一方的に有利にのみ働くものではありえず、リスクの増大を不可避的に伴う。このよ

5) 正田彬[2]353~356頁。

6) 舟田正之[4]142~144頁。

7) 土地、建物、人等のコスト増、とりわけ土地のコストは大きい。

うなリスクを負担してなお顧客の満足度を高めようとする努力を企業努力と言わないとすれば、その場合の流通業の競争はどのようなものとして観念されるのであろうか。成功している大規模小売店は、消費者がそれによって与えられる便宜を高く評価している——事業者のリスクな努力が成功した——ことを示すものに他ならない。

以上の議論は、品質改善の努力という通説的な公正競争の中心概念が、小売業における大きな資本を武器とする多品種商品の扱いを否定的に評価する根拠とならないことを示すものである。次に、商品の仕入れを在庫投資として見て、原価を割る販売が何を意味するかを検討してみよう。

(2) 原価割れを不当視することの無意味さ

流通業において競争的に事業活動をなす前提として、事業者は他の産業におけると同様に大小様々なリスクをかけた投資をせねばならない。個別の商品の仕入れ行為は、このような投資活動の1つに他ならない。事業者はその投資のオポチュニティ・コストを計算して、投資をなすか否かを決定する。その場合、計算の基礎となるのは、一定期間の総投資が生む利潤である。資本制社会の企業性、事業性は、一定期間の投資の総計が平均的な利潤率を下回る見込みしかない場合には、事業者はその産業で投資をしないことを意味するが、個別の商品の1回毎の取引を原価に適正利潤を加えた価格でなすことを意味するのではない。

商品の仕入れが投資である以上、リスクがあるのは当然である。投資の結果が見込みと異なる利潤しか生じないことは、その利潤がマイナスになる(個々の商品を仕入れ原価を割って販売する)ことも含めて、当然にありうる。当該商品がいくらかで売れるかは事業者がいくらかで仕入れたかという事業者の私的な、内的な事情で決まるのではなく、その商品のオポチュニティ・コストがいくらかと評価されるか(市場でいくらかで売れると評価されるか)によって決まるからである。それこそが市場の機能に他ならない。そうである以上、投資のリスクを分散し、小さくすることは、合理的な事業者である以上当然のことである。投資の事前の予測の誤りを、他の投資の利潤で回復する可

能性を確保すべく取り扱い品目を増やすことは、まさにそのような種類の行為であり、企業が市場で競争単位として存続するために不可欠の合理的行動——投資という、市場が機能するために不可欠の行動が、妥当に十分になされるための必然的な行動——に他ならない。企業が一定の期間の総計で自らの利潤を問題とするのも、このようなリスクの平準化なしに企業性の評価がなしえないからである。これを企業経営上のレベルでの議論であり、独禁法に対する法的評価のレベルでは問題とならないとする⁸⁾ならば、独禁法の法的評価は、市場を競争的に機能させるために不可欠な合理的な企業行動を否定するものになってしまう。市場を適切に機能させるという目的を離れて独禁法の評価がありうるのであろうか。

多品種を扱うというリスク回避をしない企業は、それによるメリットを享受し、同時に、それによって生ずるリスクを負っている。扱う品目が少なければ少ないほど、ある種のコストは小さくなり、それによる利益を享受しうるが、それは限られた取り扱い商品のオポチュニティ・コストが小さくなった時には、大きな損失を被るというリスクを選ぶということなのである。現在、ある事業者が競争上他の事業者の取りえない有利な行動をとりうるからといって、その状況に至る過程の評価を抜きに、この状況のみから他の事業者の行使しえない手段を行使する者を不公正だと評価することは、決して一般的な正義の観念に適うことではないであろう。

(3) 不当廉売の公正競争阻害性

自らは何の努力もせず、何のリスクもかけずに、偶然に天から降ってきた幸運を行使して一方的な優位に立つ者には、あるいは法的な非難を被せることが可能かもしれない。しかし、現在の地位がリスクな努力の成功のたまものである時に、そのリスクを負わない選択をした者との間で結果の平等性が担保されないことは当然であり、そこでの不平等を不公正なものとして捉えることは、少なくとも、市場における競争を社会的に価値あるもの

8) 舟田正之[4]143頁。

とする哲学、理念とは無縁のものである。リスクの大きさに応じた利益の見込みがあるからこそ様々な創意工夫がなされ、新たな製品、サービス、品質の改善、価格の低下等の実現という市場の成果が発揮される。さもなければ、誰もこのような試みをなすものはいなくなり、社会のダイナミズムの確保という市場の大きな意義は発揮できないこととなる。またそのような社会が非効率なものであり、自由、正義、平等という価値が怠惰と保守主義の擁護の象徴となることは火をみるより明らかであろう。競争者の自由の確保は、各競争者が自らの能力に応じた様々な試みをなすことに対して、不合理な人為的な障害がないこと、言い替えるならばリスクを覚悟でかけをなすことの自由として理解されるべきであり、怠惰な競争の保護、温存のための理念となってはならないのである。

それ故本稿の立場からは、どのような価格がつけられようと、それが資源の可動性に対し過度の障壁を設けると評価されたり、市場の情報を過度に制限し、歪めるものと評価されるのでない限り、廉売が公正競争阻害性を持つことは、原則としてありえないとの結論が導かれる。具体的には、いわゆる略奪的な価格を中心とする限られた行為のみが、将来の市場の可動性を制限し、資源配分に悪影響を及ぼす行為として公正競争を阻害する例外的事例であると考えられる。何がこのような不当廉売として認定され、それに対していかなる措置を取るべきかは、次章以下で検討することとしよう。

II 不当廉売の経済分析

前章までの“fairness”に焦点を合わせた不当廉売の経済学的分析を背景に、不当廉売の経済分析を補足しつつ、競争政策の一環としての不当廉売規制の方向を展望するのが本章の課題である。それには2つの部分に分けて考察するのが便利であろう。1つは不当廉売がなぜ独禁法の目的にとって悪い影響をもつとされるのかを、資源配分の効率性の観点から評価する厚生経済学的分析であり、もう1つは、不当廉売の意図する戦略行動を中心とした企業イメージ、情報伝達に関する戦略

上の分析である。

II・1 不当廉売と資源配分の効率性

もしも特定の廉価販売が資源配分の効率性の観点から望ましいか否かを明確に判断し得るとすれば、不当廉売を決定するための抽象的な評価要件である「正当な理由がないのに」なのかどうか、「不当」であるかどうか、といった価値判断からは独立に、不当性に対する1つの評価が与えられるであろう。

以下の議論を明確にするために、まず次のような簡単な理論的枠組からスタートしよう。まず唯一つの製品しか生産していない市場に限定しておこう。そして廉価販売を始める企業は少なくとも他企業の販売量に影響を及ぼし得る程度の規模をもつとする。また、市場を構成する他企業は廉売を始める企業よりは小規模な企業からなり、市場全体としては、いわゆるガリバー型寡占に近い市場であるとしよう⁹⁾。問題の価格がどの水準に切下げられるかは、当面の議論にとって重要ではない。しかし後の議論とも関係するので静学的な効率性の条件として頻繁に利用される限界費用に等しい水準まで価格は切下げられたとしよう¹⁰⁾。

(1) 一時的値下げと長期的な値下げの影響

いま、支配的企業によって廉売がスタートしたとしよう。当然、優れた経営資源をもつ支配的企業と他企業との間には技術格差があり費用条件が異なるから、低価格で供給可能な支配的企業の生産量は増え、他企業のシェアは減少する¹¹⁾。

9) 廉価販売のすべてが不当廉売の問題となるのではない。しかし、一般指定6項で問題になるケースは、市場のタイプとしては、これまでの事例が示すように、少なくともある程度の市場支配力を有する企業の価格戦略と関連する問題である。最も厳しい価格競争は参入阻止をめぐる展開されるが、産業が幼年期か成長期か、停滞期かによって、廉売の表われ方も異なるし、人々の評価も異なりうる。後に本文で詳しくみるように、現在の利益を犠牲にする以上、これに見合う利益をどこから埋め合わせるでなければ、廉売の誘因はないであろう。

10) ここで限界費用などの費用が正確に測定できないことから、不当性に対する各種判断基準を批判することは可能だが、ここではひとまず、測定は可能であると仮定して議論を進める。

11) ここでの理論的分析は、ドミナント企業のプライス・リーダーシップ・モデルを念頭におけばよい。

さて、この廉売の資源配分への影響は、この価格の切下げが、全くの一時的なものであるか、または長期にわたって継続されるものであるかによって、著しい相違が生じる¹²⁾。まず、この引下げが一時的で、ある短期間の後に、また元の水準に戻される場合の資源配分の効率性の変化について検討してみよう。

当然予想されるように、現在の値下げを消費者が一時的なものであると知っているかどうかによって、効果は大きく異なってくる。まず、消費者が一時的な価格切下げであることを知っているでしょう。このときには、やがて価格が元の水準に戻されることを知っている以上、消費者は必要な限り需要を増加させるであろう。しかし値下げされた商品が貯蔵可能な財でないときには、その商品を買増すことは出来ないから、消費者が自己の消費パターンを変える誘因は全くない。したがって、この場合の値下げによる主要な変化は、売手から切下げ期間中にその商品をたまたま購入することになっていた消費者へ、所得の移転が発生することだけである。したがって、この場合の資源配分の有効性はほとんど変わらないといえてよいであろう。

しかし、たとえ消費者が現在の値下げが一時的でしかないことを知っているでも、切下げられた商品が貯蔵可能であれば若干事情は異なってくる。すなわち、消費者は安売り期間中に将来の消費を見越した貯蔵を増やそうとするからである。この貯蔵増が可能かどうかは、売手がこの需要増加分を供給し得る余剰能力を持っているかどうかによって依存する。売手の供給能力が十分でなければ、一時的な価格切下げは安売り期間中、くじ引きなどの方法で販売数に対応した配給制を実施することによってしか貯蔵の増加は実現されないことになる。このときには、消費者の在庫積増し需要は充足されないまま残されることになるから、売手の余剰供給能力が十分でない限り、資源配分の効果はほとんど期待されるほどのものではないといえよう。

12) インフレはないものと仮定する。たとえ永続的な意図でなされた値下げでも、インフレの激しい時期には、値上げせざるを得なくなるからである。

一時的な安売り販売が資源配分を攪乱し、経済厚生を悪化させるのは、消費者が値下げを一時的なものと思わず、その安値が継続するものと誤信する場合である。すなわち、値下りした水準に価格が止まり続けると考えているとすれば、消費者はこの新しい相対価格の変化に対応して消費慣習を変えようとするであろう。このための調整に、かなりの固定費用の投下が不可避であるとすれば、短期間の値下げでしかなかったことがやがて明らかになった後の消費の変化を含めた便益の純変化は、むしろマイナスであると考えられよう。

したがって、意図がどうあれ、一時的な値下げでしかない廉価販売は、消費者の対応がどのようなものであっても、経済厚生を増加はほとんどないか、または厚生を減少しか生まないと評価できるであろう。

他方、この廉価販売が一時的ではなく永続的なものであれば、トートロジカルだが、企業がその廉価で販売し続けることが可能である以上、この値下げは企業採算に合うプラスの利潤を獲得できるだけの経営技術に裏打ちされたものと考えられよう。しかも、消費者余剰は必ず増大するから、経済厚生は増大していく。またこのプロセスでは、非効率企業は自然淘汰され、全体として資源配分の効率が増大するから、この廉売が不当とされる理由は全くないことになる。ただ、消費者は廉売の当初、永続的な値下げを一時的なものと誤って予想し、この相対価格の変化に対応する消費パターンへ直ちには変えないかもしれない。しかし、やがて新しい価格構造に対応していく筈である。

(2) 簡単な要約と分析上の問題点

さて、以上の簡単な理論的検討から、少なくとも次の3点が強調されてよいであろう。

(i) たとえ価格が資源の最適配分を実現するといわれる限界費用(短期)に等しく値下げされたとしても、それが一時的なものである限り、何ら社会的利益の増大をもたらすものではない。むしろ資源配分の効率性を悪化させる可能性の方が大きい。もちろん廉売が永続的であるときには、資源配分にプラスの影響をもたらす。したがって、資源配分の効率性の観点から、特定の廉価販売の

不当性を単純な価格・費用の関係からのみ導くことは不可能である。

(ii) したがって、社会的厚生に関する経済分析から廉売が望ましくないか否かを論じるには、その廉売が一時的でないかどうか、いいかえれば支配的企業による廉売の戦略意図が問われなければならない。

(iii) 消費者が値下げを一時的なものか、長期的なものか、を正しく予想できるかどうかの問題は、特定の廉売を一般指定6項に該当するかどうかを事前に判定しなければならない公正取引委員会にとっても、ほぼ似たような判断の誤りが発生することを意味する。すなわち(イ)一時的なものを永続的なものとする誤謬、(ロ)永続的なものを一時的なものとする誤謬の2種類の誤りが考えられる¹³⁾。(イ)は不当廉売を見逃してしまう誤りにつながり、値下げの水準次第では、効率的な競争相手を市場から追い出す可能性を発生させる。他方(ロ)は競争プロセスでの値下げ(費用削減技術の開発などによる)を不当廉売に指定し、結果的に非効率企業を保護するという誤りをおかす。この2種類の誤りのどちらのコストが社会的に大きい損失につながると考えるかによって、公取の不当廉売に対する政策態度がある程度規定されるであろう。

以上の諸点を理論分析の視点から整理すれば、次のように要約されよう。不当廉売の問題は、本質的に相手企業の行動を予測しつつ展開される企業戦略の動的プロセスに関連する問題であるから、そもそも短期静的な価格・費用を中心とした接近方法には限界がある。不当廉売に関する資源配分の有効性の分析は、相手企業の行動を予想した戦略的な最適化問題¹⁴⁾、ないしセカンド・ベ

ストの問題として考えねばならないはずであり、短期分析の社会的厚生の最大化基準である価格と限界費用の一致というルールが、不当廉売行為にとってそのまま有効な基準とはなり得ない¹⁵⁾、ということである。

II・2 不当廉売の戦略的側面と不当廉売基準

(1) 不当廉売の合理性

現在獲得している短期利潤をあえて犠牲にしてまで廉価販売を実行するには、何らかの誘因がなければならない。とくに、いわゆる原価割れの廉価販売のケースは、短期的には損失が発生するだけであり、完全競争企業にそのような誘因は全く存在しない。

しかし、競争相手(または潜在的競争相手)を市場から退出させる意図での支配的企業による原価割れ販売は、ある条件のもとで彼の長期利潤を最大にすることは理論的に証明されている¹⁶⁾。しかも原価割れ価格がかかる意味で支配的企業にとって合理的であるという結果は、支配的企業が複合製品を生産しているコングロマリットの大企業であるかどうかに関係なく成立することも明らかにされている。

しかし現実には原価割れ販売の期間、発生する損失に耐えなければならない。それを補填するものとして通常考えられるのは、多地域にまたがって市場をもつ支配的企業が同じ製品を他地域で販売して獲得した利益か、他製品を販売して得られる利益からである。これまでの不当廉売の事例ないし公取の行政指導の内容からもこれは裏付けられている。このうち、前者は地域間の差別価格に関連し、後者は「おとり廉売」として問題にされるのが普通である。

(2) 不当廉売の戦略分析の資源配分

支配的地位を維持し、潜在的競争者の参入を阻止する方法は価格競争だけではない¹⁷⁾。しかし、

13) この点に関しては P. Joskon and A. Klevorick [9] を参照。

14) 企業の長期的価格戦略に関する研究はいまだ十分展開されていない。しかし参入阻止を意図する企業がオーバー・タイムにどのような価格設定を迫るかの分析には、潜在的参入者の反応関数を制約条件として、期待利潤を最大にするような最適化問題の解として内生的に決定されねばならないであろう。この方向の研究例としては、D. Gaskins [8] を参照。

15) 不当廉売の分析を含めて、一般に産業組織論の具体的問題はほぼ部分均衡分析で展開されているから、一般均衡分析的に検討しなければならないという批判も成立つてであろう。

16) たとえば Gaskins [8] を参照。

17) 価格切下げ以外の戦略変数としては、一般に参入障壁を構成すると考えられている変数を戦略的に利

廉価販売という企業戦略を採用する企業は、不当廉売に関する一般指定6項が存在する以上、これに配慮しながら行動した筈である。そこで、以下では特定の廉価販売が不当廉売指定に該当するかどうかの判断基準として採用されるべきであるとされる諸見解を資源配分の効率性の観点からコメントしておこう。

寡占ないし独占企業の戦略的価格決定のモデルのうち、不当廉売分析に適用し得る最も単純なモデルは、ドミナント企業によるプライス・リーダーシップモデルか、ペイン・シロス・ラビニ、らの参入阻止価格モデル¹⁸⁾であろう。以下の説明の中心はほぼこれらのモデルである¹⁹⁾。

(i) 廉価販売の戦略的誘因

まず、競争相手は支配的企業が有利な費用条件を背景に、最も攻撃的な戦略をとるときには、利潤が得られないよう価格設定を行うことを知っているとする。もちろん、不当廉売の廉価水準に関する規制が、どのようなルールであるかによって、価格設定の仕方は異なるが、その許される範囲内で最強の手を打つ時の結果は知っているとする。他方、支配的企業は相手企業の費用曲線を知っているとしよう。

さて、いま支配的企業がその限界収入と限界費用の均等が成立する産出量を生産し、それに対応する(独占)価格を享受しているとしよう。その価格ならば、技術的に劣る周辺企業でも、達成可能な最低の平均費用をもってすれば十分利益があげられるとすれば、周辺企業は生産を増やし、潜在的企業は参入するであろう。その結果、周辺企業

全体の供給は増加し、支配的企業への需要はその分だけ減少する。このプロセスは周辺企業に利潤が見込まれる限り、継続される。

そこで、もし支配的企業が周辺企業を抑え、新規参入を阻止しようとするれば、周辺企業の達成可能な最低費用以下に価格を設定しなければならない。そこでその最低費用に等しい価格、すなわち参入阻止価格に対応する需要量を満すのに最適な生産規模のプラントを支配的企業は設定する。このときでも、独占利潤ほどではないにしても、通常、正の超過利潤は達成可能であり、規模の利益は実現される。

さて、支配的企業が長期の利潤を最大にする目的で、短期の利潤最大化政策をとらず周辺企業抑制政策をとる背景としては、両政策の総利益を比較する際に利用される時差割引率をはじめ、支配的企業の費用条件の優位性の程度、新規参入の発生率など、種々の要因に依存することはいうまでもない。

ところで、企業の戦略は当然、不当廉売に関する独禁法の判断基準を考慮して、違法にならないような戦略を作成する筈である。以上では、これらの点を含めて、これまでの分析を図解しつつ廉価販売の資源配分に及ぼす影響を考慮するため、ペイン・シロス・ラビニの参入阻止モデルを利用することにしよう。

(ii) 不当廉売の判断基準の資源配分への影響²⁰⁾

通常の参入阻止価格モデルにしたがって、新規参入者は規模の経済を実現するのにまさに十分なだけの生産量をつくるために必要な最小最適規模での参入を意図するとしよう。この最小最適規模が市場全体の需要規模に比して相対的に大きければ大きいほど、価格は引下げられる誘因をもつ。ここで資源配分の効率性の比較を容易にするために、支配的企業も、参入を意図する周辺企業も、同一の費用曲線をもつものとしよう。そして常に長期平均費用曲線上で行動し、それぞれ最適規模を選択しているとしよう。

20) 本節の考え方の多くは O. Williamson [16] に負っている。

用すればよい。流通機構の整備、差別化商品の増加、工場・マーケットの配置政策など数多く存在する。

18) Bain [6], Sylos-Labini [15], Modigliani [12].

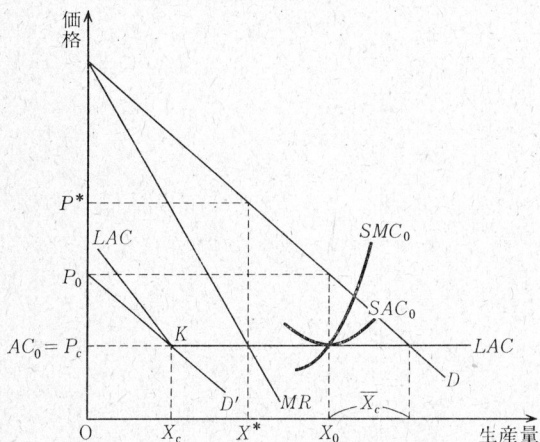
19) ドミナント企業によるプライス・リーダーシップのモデルは市場規模に対して相対的に小さな企業の参入に関連した分析であり、他方いわゆる参入阻止価格のモデルは、規模の経済を実現する最小最適規模の参入に関連した分析であり、比較的規模の大きな企業の参入が考えられている。したがって、前者の分析では参入企業の生産量が価格に影響を及ぼすことがない状況が考えられており、分析の応用範囲は小さいといえよう。これらの点については、F. Scherer [14] を参照。

さて、不当廉売の判断基準とされるいくつかの考え方のうち、代表的なものは、(イ)価格は短期限界費用以下ではない、(ロ)価格は総平均費用以下ではない、という2つのルールであろう。ウィリアムソン[16]にならって、(イ)を短期限界費用ルール、(ロ)を総平均費用ルールと呼んでおく。これらのルールのうちのどれが現実採用されているかによって、支配的企業の参入(ないし生産量の増大)阻止行動は異なる。そこでこの点を検討することによって、どのルールの方が資源配分上より有効であるかを比較することも可能な筈である。以下、比較の基準として、「参入の後では、参入前の生産量を越えて生産してはならない」という、ウィリアムソン推奨の生産量制限ルールをも加えて、検討していこう。

(a) 生産量制約ルール

「既存の生産者は新規参入に直面しても、その生産量を維持する」という、いわゆるシロスの公準を前提にしているシロス・ラビニの参入阻止価格のモデルは、生産量制約ルールと完全に一致しているので、ここではモディリアニによって巧みに分析された図解の説明をそのまま利用できる。第1図において、 D は市場の需要曲線であり、しかも参入がないときは独占企業の需要曲線でもある。 MR はその限界収入曲線。 LAC は既存企業と潜在的参入企業に共通の長期総平均費用曲線であり、ただ1つの屈折点をもつほぼ水平な直線を仮定している。 X_0 は規模の経済を享受している

第1図 生産量制約ルールのケース



支配的企業がその生産量を固定されている水準を示し、潜在的参入者が参入した後も、この X_0 水準以上の生産を禁じられている。したがって、参入者に残されている需要曲線 D' は総需要から X_0 を横軸方向へ控除することで描かれている。いま潜在的参入者がいない状態なら、支配的企業は MR と LAC の交点に対応する X^* を生産し、これを P^* で販売することで最大の独占利潤を得ている。しかしその高利潤を目指して参入者の可能性が生じたとき、参入を阻止しようという戦略をとる限り、もはや X^* の生産を続けることはない。しかも参入後に生産量を増加させることが出来ないとすれば、支配的企業は参入前の生産量を参入阻止価格 P_0 に対応する X_0 を単位コスト AC_0 で生産することを選ぶであろう。この結果参入者に残された需要曲線は D' であり、屈折点 K に対応する生産量 X_c を生産したときのみ、単位コスト(AC_0)と価格(P_c)は丁度相殺し、超過利潤はゼロとなるが、それ以外の生産量ではマイナスの利潤しか発生しないことが示されている。支配的企業は X_0 の生産に最も有効な SAC_0 の総平均費用曲線をもたらずプラントに投資し操業している。

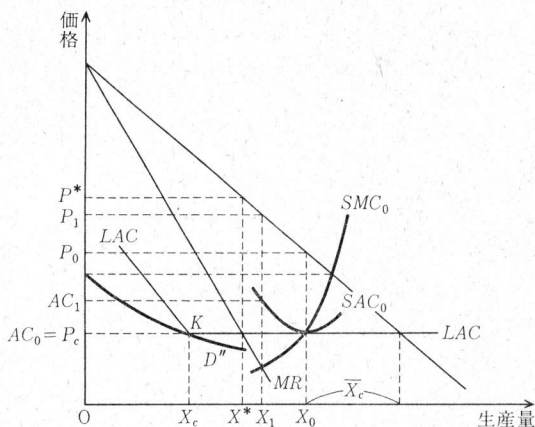
さて、この状態で潜在的参入者が参入を果すとすれば、単位当たり AC_0 の費用で生産した X_c だけ市場の供給量は増加し、総生産量は $X_0 + X_c$ となり、 P_0 価格での総需要 $X_0 + X_c$ を満すことになる²¹⁾。

(b) 限界費用ルール

支配的企業の参入阻止価格が限界費用を超えないという条件から、新規参入者への需要曲線は総需要から短期限界費用を水平方向に差し引いたものとして導かれることに注意すれば、ほぼ生産量制約ルールと同じ分析が出来る。第2図がこれを示す。新規参入者への需要曲線は必ず水平方向への残差として求められるから、屈折点 K を通る。そこで価格 P_c のときの総需要水準から X_c だけ控除した点を通る短期限界費用曲線を求める。

21) もし参入後の生産量が参入前の生産量 X_0 より少ない生産をするという場合には、参入企業が相対的に大きな生産量を市場に供給するという非現実的なケースが生まれるので、ここでは考慮しないことにする。

第2図 限界費用ルールのケース



LAC 曲線の形状から、それは第1図と同じ X_0 の生産に最適なプラント規模の SAC_0 に対応する SMC_0 である。したがってこの SMC_0 を総需要曲線 D から引いて求められるのが、新規参入企業の需要曲線 D'' に他ならない。 D'' 上で参入する誘因は超過利潤がゼロとなる K 点の組合せ (P_0, X_c) だけで、他はすべてマイナスの利潤しか生まない。

さて、このケースでは新規参入を予想した支配的企業は、参入に備えて X_0 に対応する最適規模のプラントを設定するから、参入前にはそのプラントでの利潤最大が得られる X_1 の生産を行なうであろう。そして価格を P_1 に決める。もちろん P_1, X_1 は $P_0 < P_1 < P^*, X^* < X_1 < X_0$ を満す。 X_1 の生産における価格 P_1 と平均生産費 AC (ここに $AC_1 > AC_0$) の関係から、明らかにプラスの超過利潤が発生している。そこで潜在的競争者はもちろん参入してくるであろう。参入があると、支配的企業は価格が限界費用に等しくなる方向に動き、最終的には $P = SMC (= SAC)$ をもたらす産出量 X_0 を AC_0 の平均費用で生産することになる。したがってこのルールの下では、潜在的参入者は独占者の生産量を予測して価格が少なくとも P_1 を超えなければ参入してこないであろう。

新規参入があれば、参入企業は超過利潤ゼロの K 点に対応する生産量 X_c を AC_0 の平均費用で生産し、価格 $P_c = AC_0$ で販売することになるから、総生産量は $X_0 + X_c$ となり、 P_c での総需要

量に等しくなる。

(c) 平均費用ルール

参入後の価格が平均費用を超えてはならないというルールのもとでの価格・生産量の決定メカニズムは、全く同じ方法で分析できる。ここでは結果のみを述べておこう。新規参入企業の需要曲線 D''' は総需要曲線から第2図の SAC_0 を差し引くことによって求められるが、限界費用よりも平均費用が緩やかな傾きなので、 D''' もゆるやかな曲線として K 点で LAC に接する。われわれの仮定する図では最適規模のプラントは、 X_0 に対応するものなので、これに対応する短期限界費用は (b) のケースと同じ SMC_0 となる。このため参入前の支配的企業の生産量は X_1 となり、価格 P_1 をつけることになり、限界費用ルールと同じ結果が導かれる。その他の結果も (b) と同じになる²²⁾。

(3) 簡単な要約

以上のモデル分析は多くの単純化の仮定に立っているため、結果の評価には若干の限定をつけなければならない。しかし判断基準に限定していえば、周辺企業の参入前後の価格・産出量水準と生産費水準の2つの解から、経済厚生を比較することができる。価格は安く、産出量は多く、費用は低いのが望ましいという単純な基準によって望ましさの順を不等式で示せば、産出量制約ルール > 限界費用ルール > 平均費用ルールとなる。ウィリアムソンが既存の支配的企業について、産出量を制約することを提言する主要な理由はここにある。

しかし、現実問題として、一体どのような方法で生産・販売数量を増加させないルールを実現できるのであろうか。恐らく公取としては莫大な監視費用を投入しなければならず、その効果も疑わしい。また競争政策的にも、この産出量規制ルールは参入企業に特定の供給量を事前に準備しておくという、特殊な平等主義が貫かれており、競争的価格機構の効率性とは逆の非効率性を生み出す

22) もちろん平均費用 (Avc) 以上でなければならないというルールを考えることもできる。このときには、 Avc が AC より常に下方に位置するから、一般には参入前の産出量は平均費用ルールの場合より更に減少し、価格は高くなる。したがって、資源配分の効率性からは最も望ましくないルールといえよう。

要因を内含しているように見える。

II・3 情報としての不当廉売——競争政策 の観点からの廉売規制への試論

これまで廉価販売の戦略的性格を重視しつつ、その資源配分に与える効果を中心に検討して来た。本節では、これまでに触れなかった問題を簡単に論評し、現実の競争政策のあり方との関連で、廉売規制のとるべき方向について試論を提示し、本稿を終えよう。

(1) 情報としての廉価販売

ゲーム理論や情報の理論の最近の発展の中で、掠奪的価格づけ (predatory pricing)²³⁾が情報として周辺企業に印象づける評判 (reputation) を通してゲームの結果にどのような影響を及ぼすか、という研究が連続ゲーム (sequential game) または繰り返しゲーム (repeated game) の戦略として注目されている。ここでは簡単にその成果をまとめる形で、競争政策にどのような意味をもつか考えてみよう。

いま、 N 々の地域にチェーン店をもつ企業を考へてみる。この独占者は各地域にはこの分野に参入を意図する参入希望者が 1 人づつおり、順次各地域の 1 人と参入に関するゲームを行い、 N 回で完了する。このゲームの戦略は参入希望者側は参入するか、しないか、のいづれかであり、チェーン店をもつ独占者は、その参入を黙認するか、相当のコストを払って戦闘するかであり、それぞれに pay-off が与えられる。pay-off の内容も地域毎に違っていいが、一般には、参入希望者にとっては参入しなければ支払はゼロ、参入するとしたときには、独占者が黙認した場合プラス、戦闘を仕掛けて来たらマイナスの支払である。他方独占者の支払は若干複雑であるが、戦闘するにしても地域ごとに強おもてで対決するかどうかで支払は異なるが、参入がなければプラス、参入を是認してときにはゼロまたはマイナス、阻止しようと戦闘したときにはマイナス、またはゼロであるとする。個々の参入希望者の結果は各ゲームごとに

決まるが、独占者の結果は各地区でのゲームの結果の総割引現在値で表わされるとする。

さて、十分予想されるように、各地域の参加者は、今日までの独占者の各地域で行って来たゲームの結果を知っているから、その戦略情報を十分調べた上で、独占者の戦略を予想して、自分の戦略を組立てるであろう。他方、独占者は相手の意志決定プロセスを読んで、初期のゲームの相手には常に参入阻止のために戦闘する戦略を選ぶであろう。この結果、それより後の参入希望者に対して、独占者は自分にも苛酷な戦闘を仕掛けてくると確信させる。かくして以後の参入希望者は参入を見送るであろう。そこで、このようなプロセスを経た最終解では、全地域で参入者は皆無であるという推論は成立するであろうか。

実はこの正解は、独占者と参入希望者の双方が相手の pay-off を完全に知っている場合には、すべての人が参入するという全くの逆説が成立する (これを Chain Store Paradox という)²⁴⁾。しかし、独占者だけが参入者の pay-off を知っている (参入者は独占者のそれを知らない) という情報の非対称性がある場合には、予想通り、独占者は初期のゲームで戦闘する戦略をとることによって、参入阻止の目標はほぼ達成され、逆説は発生しない。また双方がともに相手の pay-off を知らないときにも、逆説は発生しないことが証明されている。この有限回のゲームでは、これまでの歴史的な情報によって、独占者の戦闘好きという評判が次第に確立してくることが重要なのである。

さて、この抽象的な結果は不当廉売問題についての独禁政策にどのような意味をもつであろうか。次の点が強調されてよいように思われる。

(i) 地域間にまたがる市場をもつ独占的市場支配者の廉価販売は、十分、潜在的参入者の参入を排除し、独占的地位を確保する合理的な行動となりうる。したがって、そのような市場では廉価販売に対し十分な検討が必要となるであろう。

(ii) しかし、競争政策としてむしろ重要な教

23) predatory pricing が不当廉売に含められることは当然だが、一般指定 6 項に該当する範囲はより広い。この点については例えば三輪 [5] を参照。

24) チェーン・ストア・パラドックスおよび、その後のについては、R. Selten [13], D. Krep and R. Wilson [10], P. Milgrom and J. Roberts [11] を参照。

訓は上記の連続ゲームの結論が適用可能な企業となると、多数地域にまたがって別々の市場に財サービスを提供する企業しかないということである。その他の分野で廉価販売が合理性をもちうるケースはまずないから、そのような戦略は発生しないであろう。また、チェーン・ストア逆説が成立するケースの示すことは、参入阻止戦略は相手の戦略が読み易いような競争的市場環境のもとでは、ほとんど成功する可能性がない非合理的な戦略でしかないことを示唆していると解すべきではあるまいか。

(iii) とくに技術革新などで次々に新しい製品が開発されるような分野では、シュンペーターのいう革新のプロセスによって劇的な変化が起る可能性が高い。かかる分野での廉売などに固執するのは逆に競争プロセスを破滅に導きかねない。むしろ、不当な廉売が実行され続ける可能性はあまりないと考えるべきであろう。

(2) 不当廉売規制に対する1つの試論

既に詳しく検討したように、廉売が資源配分上問題を生じるのは、それが一時的な値下げのケースである。廉売が永久なものであれば、その性格上、消費者余剰も生産者余剰も着実に増大していると考えられるし、このプロセスで非効率企業の廉売が一時的かどうかは、結果的には時間の経過によってしかわからない。しかし競争政策を担う公取が特定の廉売について不当かどうかを判定しなければならないとすれば、多様な性格をもつ市場の特性を考慮し、その製品の性格、市場規模、参入障壁の程度、支配的企業と周辺企業の相対的費用条件、価格戦略を含む総合的経営戦略の状況、廉価販売の直接的意図などの、主要変数のすべてを総合的に検討し、評価しなければならないであろう。しかし、たとえ客観的なデータの蒐集が可能としても、判断ミスに伴い勝ちなこれら各変数の検討を適確に行うことは容易ではない。といって、単なる一時点の価格・費用ベースの客観的基準による評価が長期的な資源配分の有効性に資するとは思えない。

そこで公取のとるべき対策としては、むしろ廉価販売の資源配分に与える影響に注目してすべて

の廉価販売をまず自由に認めた上で、それが資源配分の効率性を高める結果を導くように、原則としてある相当な期間、廉売された商品について元の価格以上に戻すことは認めないという制約条件をつける方がより有効ではないか²⁵⁾、というのがわれわれの主張である。もちろん、かかる制約をあらゆる廉売に付ける必要はない。市場の特性からして、自ら公正な競争を阻害する恐れのあるケースはある程度のラフな客観的データなどから予想されるので、その廉売についてのみ半永久的に廉売品の値上げを原則として認めない²⁶⁾ことにすればよいのである。このような考え方は、廉価販売の資源配分効果の分析から、自然に導かれる帰結だが、行政コストの面からも遥かに効率がよい方法ではあるまいか²⁷⁾。

(横浜国立大学法学部・経済学部)

参考文献

- [1] 今村成和『独占禁止法(新版)』有斐閣, 1978。
- [2] 正田 彬『全訂独占禁止法I』日本評論社, 1980。
- [3] 田中壽編著『不公正な取引方法』別冊 NBL No. 9。

25) このような考え方は W. Baumol [7] の中にもみられる。

26) ここに原則としてというのは、インフレーション時の一般物価水準の上昇や、生産要素価格の一般的上昇によるコスト上昇を考慮する必要が生じるかもしれないからである。また値上げを許す場合には、禁止的な高いペナルティを支払わせればよいであろう。

27) 現在の不当廉売規制は、フェアでない競争という考え方を機会の均等よりは結果の平等と混同する危険を多くもっている。事実、一般指定第6項は、現行分配率の変更もたらす廉価販売のすべてを不公正として扱う可能性をもち、公正な競争とは現在の分配率を一定に止めるような競争と定義しているに近い。これは明らかに競争的市場機構が次々と新しい経営資源の蓄積を通して資源配分の効率性を高め、分配率をも変えていくプロセスを生み出すという考え方と全く相容れない状況を想定しているといえよう。独禁法の運用が資源配分の効率性の促進という目標よりも、分配率の維持こそ公正な競争と考える方向に進むことは、消費者の利益よりも、企業の利益を保護する誤った方向がある。不当廉売規制の影響は企業の価格値下げ意欲を著しく削ぎ、無駄な競争に走らせ易い。最近増加が著しいといわれる不当廉売品付販売の事例は、まさに不当廉売規制に起因する1つの“ゆがみ”と考えられるのではないか。

- [4] 舟田正之「不公正な取引方法と消費者保護」加藤一郎・竹内昭夫編『消費法講座3』日本評論社、1984。
- [5] 三輪芳朗『独禁法の経済学』日本経済新聞社、1982。
- [6] Bain, J., *Barriers to New Competition*, 2nd ed. 1968.
- [7] Baumol, W., "Quasi-Permanence of Price Reductions: A Policy for Prevention of Predatory Pricing," *The Yale Law Journal*, Nov. 1979.
- [8] Gaskins, D., "Dynamic Limit Pricing: Optimal Pricing under Threat of Entry," *Journal of Economic Theory*, Sept, 1971.
- [9] Joskon P. and A. Klevorick, "A Framework for Analyzing Predatory Pricing Policy," *The Yale Law Journal*, Dec. 1979.
- [10] Krep, D. and R. Wilson, "Reputation and Imperfect Information," *Journal of Economic Theory*, Aug. 1982.
- [11] Milgrom, P. and J. Roberts, "Predation, Reputation, and Entry Deterrence," *Journal of Economic Theory*, Aug. 1982.
- [12] Modigliani, F., "New Developments on the Oligopoly Front," *Journal of Political Economy*, June 1958.
- [13] Selten, R., "The Chain-Store Paradox," *Theory and Decision*, Vol. 9, 1978.
- [14] Scherer, F., *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 1980.
- [15] Sylos-Labini, P., *Oligopoly and Technical Progress*, 1962.
- [16] Williamson, O., "Predatory Pricing: A Strategic and Welfare Analysis," *The Yale Law Journal*, Dec. 1977.

農 業 経 済 研 究 第 56 卷 第 3 号

(発売中)

《論 文》

- 本 台 進: 労働生産性, 農業・非農業間交易条件および農業余剰
 加 古 敏 之: 稲作の生産効率と規模の経済性——北海道石狩地域の分析——
 澤 田 学: 階層的需要体系と食料需要分析

《研究ノート》

- 任 耀 廷: 戦後台湾のアグリビジネス分析

《書 評》

- 紙谷 貢・是永東彦・斉藤 優編『世界の食糧戦略——食糧安全保障の条件』(井野隆一)
 喜多克己著『農業問題と統計』(館斉一郎)
 丹野清秋著『土地所有論』(仙田久仁男)

B5判・54頁・定価1200円 日本農業経済学会編集・発行/岩波書店発売