

本書のねらいと特徴

この教科書は、ミクロ経済学の応用科目である「産業組織論」を初めて学ぶ学生の皆さんが、一歩ずつ学習していくことで初級から中級レベルまでの内容をしっかり理解できるようになることを念頭に書かれています。市場経済を理解するうえで必要なミクロ経済学の基礎から企業戦略への応用、そして産業組織論が深く関わっている競争政策の考え方までを広くカバーする、まさに産業組織の「エッセンス」と呼べるものになっています。産業組織論の初学者にとって最初の1冊として活用してもらうことが本書のねらいです。

ところで、これは産業組織論に限った話ではありませんが、経済学を学ぼうとする人の多くが数学に対する知識不足、とくに経済学特有の数式の使い方ですぐつまづくことがあるように思います。せっかく、現実社会を理解するのに経済学の知識を役立てようと思っても、数学が理解できないことで避けてしまうのはもったいないというほかありません。そこで本書ではそうした点にも配慮し、単なる数式表記による理論の説明ではなく、図による解説や、経済学的な解釈を加えることで読者の理解が深まるように工夫しています。また、具体的な事例をふんだんに盛り込み、一般論にとどまらない現実的な問題意識を共有できるように心がけてあります。本書を通じて、1人でも多くの方が経済学は難しいという先入観を克服し、産業組織論を学ぶ楽しさを見出してもらえたら筆者としてこれ以上の幸せはありません。

なぜ産業組織論を学ぶのか？

私たちの生活を取り巻く市場環境では、日々数えきれないほどの財やサービスが取引されています。そうした商品取引に関して、経済学では最初に、財・サービスの価格と数量は需要と供給がちょうど釣り合うように決まる、ということ学びます。ある商品を欲しいと思う人が多いほど需要が増えて価格が上昇し、逆にそれを売りたいと思う人が多いほど供給が増えて価格は安くなり、両者がちょうど釣り合うところでその財・サービスの市場価格と販売量が決ま

るという考え方です。この考え方は今日広く社会に受け入れられていて、市場原理の根幹をなすものとみなされています。

しかし、現実の市場1つひとつを個別に見ていくと、商品によって価格設定や販売方法にいろいろと違いがあることに気づきます。たとえば、映画館やアミューズメントパークは入場料金が大人と子供で異なったり、曜日や時間帯によって違っていたりもします。また、携帯電話の契約では単一料金プランではなく、複数の料金プランから好きなものを選べるようになっているのが普通です。他にも、ファストフード店ではメニューの価格改定は少ない代わりに、頻繁に値引きクーポン券を配っていることや、書籍は全国のどこの書店で買っても同一の定価販売となっていることなど、多くのバリエーションを見つけることができます。なぜ、企業はこうした価格設定や販売方法をとるのでしょうか？ もし、皆さんがこうした疑問の答えを知りたいと思ったら、本書が扱う産業組織論を学ぶことが1つの解決につながるかもしれません。

さて、現実にはいろいろな価格設定や販売方法があるのを見て、企業は商品の売り方にどんな手段を用いてもよいのかと考えたことはありませんか？ たとえば、筆者が子供のころに欲しかった人気ゲームソフト（ドラゴンクエストⅢ）を近くのゲームショップに買いに行ったところ、どこも品切れで買うことができませんでした。そうした中、とある店では注文を受け付けていたのですが、当時不人気でワゴンセールになっていた別のゲームソフトと一緒に買うことが購入条件になっていました。もちろん、そんな条件では買いませんでした、子供心にも理不尽さを感じたものです。こうした販売方法が果たして許されるのかどうかを経済学の立場で議論するのも産業組織論です。本書を通じて、皆さんが市場経済の仕組みと企業の販売戦略、そして、健全な競争環境とは何かを議論できるようになることが産業組織論を学ぶ目的になります。

■ 本書の利用の仕方 ■

本書は教科書としての読みやすさを追求したため、いくつかの理論の証明については紙面に掲載せずに、ウェブサポートページにて解説することにしました。本書の内容だけでも十分理解できるようになっていますが、詳細な証明を知りたい方や、理論についてより深く学びたい方は、インターネット上で「有斐閣ストゥディア ウェブサポートページ」で検索をかけるか、以下の URL

に直接アクセスしてもらえればと思います。

http://www.yuhikaku.co.jp/static/studia_ws/index.html



なお、本書では経済学で用いる諸概念のうち、情報の非対称性や不確実性に関するトピックは扱わないこととしました。というのも、これらの内容を排除することで、大筋の議論がクリアになるというメリットがあるからです。一方で、近年の経済学分野では、取引に参加する経済主体間で利用できる情報に格差がある場合や、意思決定の結果として起こることに不確実性がある場合の議論は必須となっています。産業組織論においても、たとえば、企業の研究開発投資では、将来得られる成果にリスクが伴うため、不確実性が企業の意思決定に与える影響を分析することの重要性が増しています。しかしながら、これらのトピックを扱うには確率論の知識が必要不可欠であり、その準備を含めて本書でカバーするには紙幅がまったく足りません。

このため、情報の非対称性や不確実性に関するトピックは他書の解説に譲ることとしました。これらに関心のある方は、たとえば、丸山雅祥（2017）『経営の経済学（第3版）』有斐閣の第13章を読んでもさらに理解が深まると思います。また、より上級レベルの内容に触れてみたいという方は、洋書になりますが、Paul Belleflamme and Martin Peitz（2015）, *Industrial Organization: Markets and Strategies*, 2nd ed., Cambridge University Press の第12章などにチャレンジしてみるとよいでしょう。

授業を担当される先生方へ

本書を授業の教科書・参考書としてご利用される場合には、資料作成に役立つように本書に掲載されているグラフ等をダウンロードできるサービスをご用意しています。詳しくは下記の有斐閣ウェブサイトをご覧ください。

http://www.yuhikaku.co.jp/static/studia_ws/teacher/index.html



最後になりますが、本書を執筆するにあたり、有用なアドバイスをくださり、

また遅筆の筆者を温かく見守ってくださった有斐閣編集部の方渡部一樹さんに心よりお礼申し上げます。

2022年6月

明城 聡
大西 宏一郎

著者紹介

明城 聡（みょうじょう さとし）

法政大学経済学部教授

2007年、筑波大学大学院システム情報工学研究科博士課程修了、博士号（社会学）取得。

文部科学省科学技術政策研究所研究員、神戸大学大学院経済学研究科准教授、法政大学経済学部准教授を経て、2020年より現職。専門は実証産業組織論。第1回宮澤健一記念賞受賞（公正取引協会、2010年）。

主な著作：

- ・ Myojo, S. and T. Tanaka (2021) "Survival Analysis of Public Gas Utility Firms in the Japanese City Gas Industry," in S. Kusanagi and T. Yanagawa eds., *Privatization of Public Gas Utilities*, Kobe University Monograph Series in Social Science Research, Springer.
- ・ Myojo, S. and H. Ohashi (2018) "Effects of Consumer Subsidies for Renewable Energy on Industry Growth and Social Welfare: The Case of Solar Photovoltaic Systems in Japan," *Journal of the Japanese and International Economies*, 48, 55-67.
- ・ Myojo, S. and Y. Kanazawa (2012) "On Asymptotic Properties of the Parameters of Differentiated Product Demand and Supply Systems When Demographically Categorized Purchasing Pattern Data Are Available," *International Economic Review*, 53 (3), 887-937.

大西 宏一郎（おおにし こういちろう）

早稲田大学教育・総合科学学術院教授

2007年、一橋大学大学院経済学研究科博士後期課程修了、博士号（経済学）取得。財団法人知的財産研究所研究員、文部科学省科学技術政策研究所研究員、大阪工業大学知的財産学部専任講師、同准教授、早稲田大学教育・総合科学学術院准教授を経て、2022年より現職。専門はイノベーションの経済学、産業組織論。

主な著作：

- ・ Onishi, K., H. Owan, and S. Nagaoka (2021) "How Do Inventors Respond to Financial Incentives? Evidence from Unanticipated Court Decisions on Employees' Inventions in Japan," *Journal of Law and Economics*, 64 (2), 301-339.
- ・ Kubota, S., K. Onishi, and Y. Toyama (2021) "Consumption Responses to COVID-19 Payments: Evidence from a Natural Experiment and Bank Account Data," *Journal of Economic Behavior and Organization*, 188, 1-17.
- ・ Onishi, K. and S. Nagaoka (2020) "Graduate Education and Long-term Inventive Performance: Evidence from Undergraduates' Choices during Recessions," *Journal of Economics and Management Strategy*, 29 (3), 465-491.

目 次

はしがき	i
著者紹介	v

CHAPTER 1

私たちの生活と産業組織 1

大企業に対する規制は何のため？

1 市場構造と産業組織	2
大企業に対する規制や監視の必要性 (2) 産業組織論とは (3) 産業組織論は政策志向的 (4)	
2 競争政策と規制緩和	5
規制緩和がもたらす市場競争 (5) 企業結合規制の緩和 (6)	
3 競争政策と独占禁止法	8
独占禁止法とは (8) 産業政策 vs. 競争政策 (10)	
4 競争政策と産業組織論の発展	12
反トラスト法の成立 (12) ハーバード学派の産業組織論 (13) シカゴ学派の産業組織論 (15) 新しい産業組織論 (16)	

CHAPTER 2

産業組織の基礎 19

消費者と生産者の便益はどうやって測るのか？

1 消費者の行動	20
消費者の購入意思と需要曲線 (20) 需要曲線のシフト (22) 需要の価格弾力性 (23)	
2 企業の行動(1)——さまざまな費用と費用曲線	26
費用の諸概念と総費用曲線 (26) 可変費用と固定費用を決めるのは何か？ (28) 平均費用と限界費用 (29)	
3 企業の行動(2)——利潤最大化と供給曲線	31
利潤最大化 (31) 損益分岐点と操業停止点 (33) 市場全体	

の供給曲線 (34)

- 4 完全競争市場と市場の効率性 35
完全競争市場とは (35) 完全競争市場は存在するのか？
(37) 消費者余剰と生産者余剰 (38) 完全競争市場の効率
性 (40)
- 5 市場の失敗と政府による市場介入 41
市場の失敗 (41) 外部性による非効率性 (42) 政府による
市場介入 (43) 政府の失敗 (45)

CHAPTER 3

独占市場

49

独占企業は儲かる？

- 1 独占企業の行動 50
独占市場とは (50) 独占企業の利潤最大化 (50) 利潤最大
化の条件は「限界収入＝限界費用」(52)
- 2 独占市場の非効率性 54
- 3 消費者情報を利用した価格差別 55
完全価格差別 (55) 市場分割による価格差別 (57)
- 4 自己選択による価格差別 (発展) 61
数量割引と二部料金 (61) 需要の異なる消費者がいる場合
の二部料金 (63) メニュー料金による自己選択 (66) 抱き
合わせによるメニュー料金 (67) タイピング (71)

CHAPTER 4

ゲーム理論の基礎

73

相手の行動は想定内？

- 1 ゲーム理論とは 74
ゲームの構成要素 (74) 戦略と利得表 (74) 値下げ競争の
囚人のジレンマ (76)
- 2 ゲームの均衡 77
最適反応と均衡戦略 (77) ナッシュ均衡の求め方 (78) 純
粋戦略と混合戦略 (79)
- 3 展開形ゲーム 80

価格選択の参入阻止ゲーム (80) 値下げ競争の囚人のジレンマ——展開形ゲームによる表現 (82) 参入阻止と空脅し (83) 部分ゲーム完全均衡 (84) バックワード・インダクション (86) 新規参入の阻止は可能か? (87)

CHAPTER 5

寡占市場

93

戦略的な反応は企業を動かすか?

- 1 同質財市場における競争 94
 - クールノー競争 (数量競争) (94) 反応関数と戦略的關係 (96) ベルトラン競争 (価格競争) (98) 限界費用に差がある場合のベルトラン競争 (100) 企業数が n の場合 (101) クールノーの極限定理 (103)
- 2 差別財市場における競争 104
 - 差別財の価格競争 (104) その他の価格戦略 (106) 数量競争 vs. 価格競争 (109)
- 3 企業の意思決定に順序がある場合 110
 - シュタッケルベルグ競争 (110) 差別財の価格競争の場合 (112) 何がリーダーとフォロワーを決めるのか? (114)

CHAPTER 6

企業の共謀と協調

117

カルテルはなぜ起こるのか?

- 1 カルテルとは 118
 - カルテルの分類 (118) カルテルの非効率性 (119) カルテルに参加するメリットはあるのか? (121) カルテルは不安定 (122)
- 2 繰り返しの意思決定と暗黙の共謀 123
 - 繰り返しの意思決定 (123) 有限回の繰り返しの場合 (124) 無限回の繰り返しの場合 (124)
- 3 カルテル規制とリーニエンシー制度 128
 - カルテルの生まれやすい土壌 (128) カルテルに対する行政処分と課徴金 (129) 官製談合防止法 (130) リーニエンシー制度 (130) 国際カルテル——ビタミン・カルテルの事例 (131)

- 1 参入の経済効果 138
新規参入の条件と参入企業数 (138) 過剰参入による社会的厚生の低下 (139)
- 2 コンテストابل市場と参入障壁 141
コンテストابل市場による効率性の改善 (141) さまざまな参入障壁 (142)
- 3 企業戦略と参入阻止行動 145
参入阻止価格 (145) 設備投資による参入阻止 (発展) (148) 参入阻止と消費者余剰 (発展) (152)
- 4 独占禁止法における参入阻止の扱い 154
略奪価格の合理性 (154) 多角経営による略奪価格 (155) 不当廉売 (156) 競争政策における不当廉売の扱い (158)

- 1 自然独占と規制産業 162
費用逓減産業 (162) 参入規制が必要な場合とは (163)
- 2 価格規制 165
限界費用価格規制と平均費用価格規制 (165) 公正報酬率規制 (166) インセンティブ規制 (168) 政府による規制の限界 (170)
- 3 規制当局による市場支配力の計測 171
市場支配力とプライス・コスト・マージン (171) 企業数、マーケットシェア、市場集中度 (172) ハーフィンダール＝ハーシュマン指数 (173)
- 4 市場画定 175
市場画定とは (175) 標準産業分類 (176) 需要と供給の交差価格弾力性 (177) 仮想的独占者テスト (179) 仮想的独占者テストの限界 (181)

- 1 企業結合と合併 186
合併とは (186) 合併急増の背景 (186) 合併の分類 (188) 合併の目的 (190)
- 2 水平型合併の収益性と市場の効率性 193
水平型合併が企業の利潤に与える影響 (193) シナジー効果による効率性の改善 (195) 水平型合併の余剰への影響 (196)
- 3 競争政策における企業結合の扱い 198
公正取引委員会による合併審査 (198) 合併ガイドライン (199) 合併評価の難しさ (200)

- 1 垂直的な取引関係 206
ブランド間競争とブランド内競争 (206) 二重マージン (207) ブランド内競争と二重マージン (209)
- 2 垂直的な取引制限 210
再販売価格維持 (210) 再販適用除外制度 (211) 再販売価格維持の合理性 (212) テリトリー制 (213) 排他的取引 (214) 抱き合わせ (215) 独占禁止法での垂直的な取引制限の扱い (216)
- 3 プラットフォームと両側市場 219
流通革命とプラットフォーム・ビジネスの普及 (219) 両側市場とは (220) 両側市場の分類 (222) プラットフォーマーの利潤 (224) プラットフォーム間競争とクリティカル・マス (226)
- 4 両側市場における競争政策 227
カルテル (227) 不当廉売 (228) 排他的取引 (229)

イノベーションと研究開発

235

誰がイノベーションを担うのか？

- 1 イノベーションとは 236
イノベーションの重要性 (236) イノベーションに伴う市場の失敗 (237)
- 2 イノベーションの担い手は誰か？ 239
市場支配力とイノベーションの関係 (239) イノベーションの置き換え効果 (240) イノベーションの効率性効果 (242) 置き換え効果 vs. 効率性効果 (244)
- 3 知識スピルオーバーと研究開発投資における協調行動 245
知識スピルオーバー (245) 知識スピルオーバーと企業の戦略的行動 (246) 知識スピルオーバーがある場合の研究開発投資 (250) 研究開発投資における協調行動 (発展) (251)

知的財産権の保護

257

特許による発明の保護はなぜ必要なのか？

- 1 特許制度とイノベーション 258
特許制度とは (258) 特許制度によるイノベーションの促進 (259) 社会的厚生における効率性のトレードオフ (262)
- 2 最適な特許の保護期間とは 263
特許期間が研究開発に与えるインセンティブ (263) 社会的に望ましい特許期間 (265) 特許以外のイノベーションの促進制度 (266) 特許の専有可能性 (268)
- 3 特許をめぐる新たな問題 269
特許の蔽 (269) クロスライセンスとパテントプール (270) パテントプールと競争政策 (271)

参考文献	277
練習問題解答	280
索引	283

Column ● コラム一覧

① 航空産業の自由化と航空運賃	7
② 再生可能エネルギーの普及政策	46
③ デジタル革命で進む価格差別	60
④ 参入阻止のコミットメント	89
⑤ 牛丼チェーンの価格競争	107
⑥ 価格対抗保証による暗黙の共謀	127
⑦ JASRAC の抱き合わせによる参入阻止	144
⑧ コストコとバロン・パークによるガソリンの不当廉売	157
⑨ 電力市場の自由化	169
⑩ 八幡・富士製鉄の合併審査	201
⑪ 抱き合わせ規制の事例——マイクロソフト事件	218
⑫ プレイステーションのソフト販売における再販売価格維持	230
⑬ キラー買収	254
⑭ 特許として認められるもの	260
⑮ パテント・トロールの問題	272

本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内での利用でも著作権法違反です。

私たちの生活と産業組織

大企業に対する規制は何のため？



「GAFA」と称される米巨大IT4社のロゴ（AFP＝時事提供）

INTRODUCTION

この章ではいくつかの身近な事例を取り上げながら産業組織論とは何かを解説します。また、経済学分野における産業組織論の成立の歴史的背景を知ること、産業組織論を学ぶことの意義や重要性を学習します。そして、産業組織論と深く結びついている競争政策が私たちの生活とどのように関わっているのかを考えてみましょう。

1 市場構造と産業組織

大企業に対する規制や監視の必要性

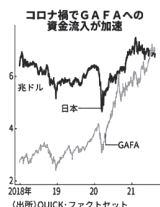
2021年8月の『日本経済新聞』に、GAFA（ガーファ）の株式時価総額が770兆円に達し、日本企業全体の総額750兆円を超えたという記事が掲載されました。ここでGAFAとはグーグル、アップル、フェイスブック、アマゾンの頭文字をとったもので、情報技術分野で基盤技術を提供する「プラットフォーマー」と呼ばれる大企業4社のことです。皆さんの中にも日常的にiPhoneでネット記事を「ググ」り、インスタグラムで友人と連絡を取り合い、アマゾンでショッピングをしている人は多いのではないのでしょうか？日本企業で最大のトヨタ自動車の時価総額が31兆円だったことを考えると、これら4社の規模がいかに大きいかかわかると思います。まさに世界をリードしている大企業といえるでしょう。

こうした巨大プラットフォーマーの急成長に対して、近年、日本のみならず主要先進国の政府は警戒を強めています。2018年12月に日本政府は巨大IT企業に対する監視強化の方針を表明しました。これらプラットフォーマーの取引実態を調査するとともに、その問題点や弊害を抑制すべく、ルール整備に乗り出しています。そして、2020年5月には大手プラットフォーマーの取引条件の透明性や公正性を高めるための「デジタルプラットフォーム取引透明化法」が成立しました。また、欧米諸国でもプラットフォーマーの活動を制限する法的整備が進められています。

さて、皆さんはなぜこれら大企業が監視強化の対象になるのか疑問に思うかもしれません。これらの企業はインターネット上の個人情報や取引履歴に関するデータを大量に蓄積しており、それらをビジネスに活用することで莫大な収益を上げています。そして、その影響力から取引相手との交渉を有利に進めるとともに、将来的にライバルとなりそうな競合企業を買収して事業を拡大しています。また先端技術に関する特許などの知的財産を占有していることも指摘されています。こうした大企業の行動は果たして私たちの生活にどのような影

時価総額770兆円、開く格差

固い財務・還元投資誘う



財務も安定している。自己資本と有利子負債の合算値に対するネットの有利子負債の割合を示す比率は、GAFAが総じて日本の平均を下回っている。フェイスブックやアルファベットはマイナスと、手元資金が有利子負債を上回る状態だ。

企業 売上高に 対するリ ターン	GAFAと日本企業の主な財務指標			
	①ROE	②FCF マージン	③特有 負債資 本比率	④総 還元性 傾向
アルファベット	19%	24%	▲44%	77%
アップル	74	27	17	151
フェイスブック	25	28	▲37	22
アマゾン	25	7	8	0
日本 (TOPIX)	6	6	25	46

(注) 20年度、③の「資本」は自己資本と有利子負債の合計。▲はマイナス
(出所) QUICK・ファクトセット

が落ちない」との見方が広がるなか、成長が確実なハイテク大手への資金流入が強まっている」と指摘する。

純額の割合である純還元率の傾向が150%に上る。アルファベットも株主還元力を入れている。日本も株主還元を強化する企業は増えているが、米国の水準を下回ることが多い。

GAFA の時価総額が日本株全体を超える (『日本経済新聞』2021 年 8 月 27 日付朝刊)

もし、皆さんがこのような疑問に経済学の立場で何かしらの解答を求めるとしたら、それは本書が扱う産業組織論という学問分野が深く関わっています。大企業に対する規制や監視がなぜ必要なのか、またそうした規制にどのような問題があるのかを議論できるようになるのが本書で産業組織論を学ぶことの目標の1つです。

産業組織論とは

本書が扱う産業組織論 (industrial organization) という学問は、私たちの周りにある財やサービスの価格や供給量、あるいは品質といったものが、どのように決まるのかを学ぶ学問です。もう少し専門的に書くと、産業組織論では消費者や企業の経済活動を分析することで財やサービスの価格、数量、そして品質などが決まる市場構造を明らかにし、それが経済学的に望ましい状態なのかを議論する学問といえます。たとえば、たくさんの人が欲しいと思っている商品が少数の大企業だけによって供給されており、本来は安く提供できるにもかかわらず

わらず非常に高い価格がつけられているとしましょう。また、なんらかの理由でその商品を供給する新たな企業も現れないとしたら、それは社会全体としては望ましい状態ではないかもしれません。そして、このような現象がなぜ起こるのかを理解するためには、財やサービスの特性と消費者の選択に関する意思決定、そして供給者である企業が行っている活動について掘り下げて考えてみる必要があります。

ところで、企業が行っている経済活動といっても多岐にわたっています。商品となる財やサービスの生産供給という基本的な活動の他にも、生産設備への投資、新しい商品を生み出すための商品開発、コスト削減や新技術導入を目的とした研究開発、さらに消費者に企業活動を広く知ってもらうための広告活動などがあります。市場が形成される仕組みをきちんと理解するには、これらの企業活動についても踏み込んで分析しなければなりません。また、企業間で行われている取引関係についても注意を払う必要があるでしょう。これは、ある企業が生産した商品が私たちの手元に届くまでには、途中で卸売企業や小売店などの流通業者を介しているからです。最終的に私たちが手にする商品の販売価格は、これら生産者と流通業者の取引関係から大きな影響を受けていることは容易に想像されるでしょう。このように産業組織論では消費者と企業の行動に加えて、企業間での取引関係が市場を構成する産業組織の中でどのような役割を持っているのかを経済学の知識、主にミクロ経済学の知識を応用して分析します。

産業組織論は政策志向的

産業組織論では、市場監視者としての政府が担うべき役割や機能についても大きな関心を持っています。この章の冒頭で政府のIT産業への監視強化を取り上げましたが、これは政府が経済政策を通じて市場をコントロールしようとしている事例の1つです。もし少数企業のみが供給している商品の価格が引き上げられた場合に、それが社会的に見て望ましくないと判断されれば、政府はなんらかの規制をかけてその商品の価格が「適正」になるよう行政指導したり、あるいはその市場への新規参入を促すような政策を行ったりするかもしれません。

産業組織論は、市場が効率的に機能するためにはどのような規制が必要か、

またそれが持続するにはどのような市場の仕組みが必要かを考える学問でもあります。企業間の競争を促進させて市場の効率性を高めるための経済政策のことを**競争政策**（competition policy）と呼びます。競争政策を通じて市場取引のあり方について政策提言をするという一面において産業組織論は政策志向的な学問ということが出来ます。

2 競争政策と規制緩和

└ 規制緩和がもたらす市場競争 ─

市場で取引される商品の価格や数量、あるいは品質について政府がなんらかの規制を設けている、またはその市場に参入するのに政府の認可が必要となる産業のことを**規制産業**と呼びます。たとえば、電力、ガス、通信といった社会インフラ産業では市場に参入するのに政府の認可が必要となり、また料金も近年まで自由に企業が決めることはできませんでした。また、自動車産業では製造する自動車の排ガスや燃費について厳しい基準が設けられており、それを満たさない製品は販売することができません。これまで日本では国内産業の保護や育成、安全性、あるいはユニバーサル・サービス（電気・ガス・水道・郵便・放送・通信・医療・福祉などの公共サービスで価格や品質に地域差を設けないこと）といった観点から、多くの産業で参入規制や料金規制が設けられ企業活動が制限されていました（こうした規制の必要性については第8章で議論します）。

近年の国内産業の変遷を語るうえでは政府の成長戦略の一環として行われている**規制緩和**の議論を避けて通ることはできません。1990年代以降に通信、航空、医療、銀行、保険をはじめとして、さまざまな産業で参入規制の撤廃や緩和が行われています（航空産業の自由化については**Column ①**を参照）。「参入自由化」や「民営化」といった言葉が用いられることも多いこれら規制緩和の目的の1つは、参入障壁となる規制を緩めることで新たに市場へ参入する民間企業を増やして市場競争を促すことにあります。新たな参入企業が既存企業と競い合うことで技術革新が起こったり経営効率が改善したりすれば、結果として品質の高い商品が安く供給されるようになり、私たちの生活はより豊かにな

● アルファベット

DeNA 事件 229
 FRAND 条件 272
 FTC →連邦取引委員会
 GAFA 2, 254
 HHI →ハーフィンダール=ハーシュマン指数
 JASRAC →日本音楽著作権協会
 M&A →合併・買収
 PAE →パテント・トロール
 PCM →プライス・コスト・マージン
 SCE 事件 →ソニー・コンピュータエンターテインメント事件
 SCP パラダイム 14
 SIC →日本標準産業分類
 SSNIP テスト →仮想的独占者テスト
 X 非効率性 167

● あ 行

アバーチ=ジョンソン効果 167
 アンチコモنزの悲劇 270
 アンバンドリング 169
 暗黙の共謀 127, 128
 意匠 258
 イノベーション 236-239, 262
 ——の置き換え効果 241, 244, 254
 ——の効率性効果 244, 254
 画期的な—— 242, 259, 261
 漸進的な—— 240, 259, 261
 インセンティブ規制 168
 ウィリアムソンのトレードオフ 197, 200
 迂回発明 242
 後ろ向き帰納法 →バックワード・インダクション
 上澄み吸収価格 106, 109
 オープン・テリトリー制 213

● か 行

外部性 42, 221

正の—— (外部経済) 42, 44
 負の—— (外部不経済) 42
 外部性収支 45
 価格カルテル 128
 価格規制 165, 170
 価格競争 →ベルトラン競争
 価格差別 55, 60
 価格戦略 106
 価格対抗保証 127
 価格弾力性 178
 需要の—— 25
 下級財 23
 学習効果 108, 109, 154
 過剰参入 140
 寡占市場 93
 仮想的独占者テスト (SSNIP テスト)
 179, 181, 199
 課徴金 9, 119, 129
 課徴金減免制度 →リーニエンシー制度
 合併 6, 186, 188, 190
 合併ガイドライン 199
 合併審査 198, 200
 八幡・富士製鉄の—— 201
 合併・買収 (M&A) 6, 9, 186
 株式交換制度 187
 可変費用 28, 29
 空脅し 84, 145, 147, 151
 カルテル 9, 118-122, 128, 227
 カルテル破り 122, 129
 川上企業 188
 川下企業 188
 関係特殊投資 192
 官製談合 130
 官製談合防止法 130
 完全価格差別 56
 完全競争市場 35-37, 40
 完全情報ゲーム 75
 完全補完財 71, 216
 関連市場 180, 199

- 機会費用 26
 - 企業組合 129
 - 企業結合 186, 190
 - 企業結合規制 198
 - 企業連合（トラスト） 12
 - 規制緩和 5, 7
 - 規制産業 5, 162
 - 規模の経済 108, 142, 154, 162, 191
 - ざまんの顧客誘引 217
 - 逆需要関数 51
 - 供給曲線 34
 - 市場全体の—— 35
 - 競争回復措置 199
 - 競争政策 5, 10, 193, 198, 216, 227
 - 競争阻害効果 213
 - 競争促進効果 213
 - 競争入札 130
 - 協調効果 191, 199
 - 共同研究開発 253
 - 共謀仮説 14
 - 共謀行為 9
 - キラー買収 254
 - 均 衡 77
 - 均衡戦略 77
 - クーニングゲーム, C. 254
 - 繰り返しゲーム 124
 - クリティカル・マス 226, 228, 229
 - クールノー競争（数量競争） 96, 101, 103, 109, 114
 - クールノーの極限定理 103
 - クレイトン法 12
 - クローズド・テリトリ制 213
 - クロスライセンス 270
 - 経験財 108, 154
 - ケイプス, R. E. 13
 - 決節点 → ノード
 - ゲーム・ツリー 80
 - ゲーム理論 16, 74
 - ケリー, D. 128
 - 限界収入 52
 - 限界費用 29, 30, 52, 100, 154, 156
 - 限界費用価格規制 165
 - 研究開発 267
 - 研究開発投資 237, 239, 262, 264
 - における協調行動 251
 - 公共財 237
 - 広 告 127
 - 交差価格弾力性 105, 178
 - 供給の—— 177
 - 需要の—— 177
 - 公正性 41
 - 公正取引委員会 8
 - 公正報酬率規制 166
 - 構 造 14
 - 構造推定 201
 - 拘束条件付き取引 217
 - 行 動 14
 - 公平性 41
 - 効 用 20
 - 効率性 38, 41
 - の改善 191
 - 効率性仮説 15
 - 合理の原則 9
 - 顧客奪取効果 138
 - 国際カルテル 131
 - コスト・スプレディング 239
 - 固定価格買取制度 46
 - 固定費用 28, 29, 40
 - 固定料金 61
 - 古典的産業組織論 14
 - コミットメント 89, 90, 114
 - 信頼のおける—— 147
 - コモングの悲劇 270
 - コングロマリット型合併（混合型合併）
 - 188, 190
 - 混合戦略ゲーム 79
 - 混合抱き合わせ 68, 216
 - コンテストブル市場 141, 164
- さ 行
- 再生エネ賦課金 47
 - 再生可能エネルギー 46
 - 最適反応 76
 - 再販適用除外制度 211

- 再販売価格維持（再販売価格の拘束） 210, 212, 213, 231
- 先取り 244
- 差別化 143
- 差別財市場 104
- 差別的取り扱い 217
- 三角合併 187
- 産業政策（産業保護政策） 10, 46
- 産業組織論 3, 4
- 産業保護 10
- サンクコスト（埋没費用） 28, 138, 141, 158, 164
- 3社集中度 173, 174
- 参入規制 140, 143, 163
- 参入コスト 140
- 参入自由化 5
- 参入障壁 142
- 参入阻止 89
- 設備投資による—— 148, 153
- 参入阻止価格 145, 147
- 参入阻止ゲーム 80, 87
- 参入封鎖 150
- 残余需要 96
- シカゴ学派 15
- 死荷重（デッドウエイト・ロス） 40, 43, 55, 262, 266
- 事業者団体 129
- 事業譲渡 186
- 市場介入 43, 45
- 市場拡大型合併 190
- 市場画定 175, 178, 181
- 市場支配力 6, 54, 141, 171, 179, 191, 199, 239
- 市場自由化 11
- 市場集中度 172
- 市場の失敗 41, 43, 238
- 市場分割 57
- 市場メカニズム 13, 36
- 自然独占 139, 163
- 実用新案 258
- 私的独占 217
- 支配型—— 217
- 排除型—— 217
- 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律 → 独占禁止法
- 私的費用曲線 42, 45
- シナジー効果 191, 195
- 支配戦略 77
- 支払意思額 20
- 資本参加 186
- 資本提携 186
- 社会インフラ産業 145, 162
- 社会的費用曲線 42
- 社会的余剰 44
- シャーマン法 12
- 自由化 11
- 航空産業の—— 7
- 電力市場の—— 169
- 囚人のジレンマ 76, 77, 122
- 従たる財 142, 215
- 収 入 51
- 従量料金 61
- シュタッケルベルグ競争 111, 152
- 主たる財 215
- 需要曲線 20
- のシフト 22
- 市場全体の—— 21
- 純粋コングロメリット型合併 190
- 純粋戦略ゲーム 79
- 純粋抱き合わせ 68
- 純粋持株会社 187
- シュンペーター, J. A. 236, 239
- シュンペーター仮説 239
- 上級財 23
- 消費者余剰 38
- 商 標 258
- 商品拡大型合併 190
- 情報財 237
- 情報の非対称性 36
- 新規参入 138, 139
- シングルホーミング 226
- 新産業組織論 16
- 新実証産業組織論 16
- 浸透価格 106, 108, 154

- 垂直型合併 188, 192
- 垂直的な取引関係 207
- 垂直的な取引制限 216
- 垂直統合 209
- スイッチング・コスト 89, 143
- 水平型合併 188, 193, 196
- 数量競争 → クールノー競争
- 数量割引 61, 89
- スタートアップ企業 254
- ステイグラー, G.J. 15
- 成果 14
- 静学的効率性 263
- 生産キャパシティ 89, 114, 148
- 生産者余剰 39, 40
- 生産要素 26
- 政府収支 45
- 政府の失敗 45, 170
- セーフハーバー基準 199
- セロファンの誤謬 179
- 先行者優位 112
- 専売店制 9, 214
- 専有可能性 268
- 戦略 74, 124
- 戦略形ゲーム 75, 82
- 戦略的代替 98
- 戦略的補完 99
- 総括原価 166
- 操業停止点 34
- 創造的破壊 236
- 総費用 27, 28
- 総費用曲線 27
- 双方向市場 → 両側市場
- 総余剰 40
- ソニー・コンピュータエンターテインメント事件 (SCE 事件) 230
- 損益分岐点 33
- た 行
- タイイング 71
- 代替関係 177
- 代替財 23
- 多角経営 155
- 抱き合わせ 9, 68, 71, 142, 144, 215, 216, 218
- ただ乗り → フリーライド
- 短期 29
- 談合 119, 130
- 単独効果 191, 199
- チェンバリン, E.H. 13
- 逐次手番ゲーム 75, 80
- 知識スビルオーバー 246, 249, 250
- 知的財産 258
- 長期 29
- 著作権 258
- 追従者優位 113
- ディキンソット, A.K. 148
- ディーラー制 214
- デジタル革命 60
- デジタルプラットフォーム取引透明化法
2
- デッドウェイト・ロス → 死荷重
- デムゼッツ, H. 15
- テリトリー制 143, 213
- 展開形ゲーム 80, 82
- 電子商取引 219
- 電力産業 169
- 同意審決 201
- 動学的効率性 263
- 同時手番ゲーム 75, 82
- 投資の分割不可能性 238
- 当然違法 9, 119
- 等比数列の和の公式 126, 264
- 独占企業 165
- 独占禁止法 (私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律) 8, 12, 129
 - 第1条 217
 - 第2条 156, 211
 - 第15条 198
- 独占市場 13, 50
 - の社会的厚生 54
- 独占的競争 106
- 独占の梃子 216
- 特許 258, 260
 - 制度 145, 245, 258, 259, 263, 266

——の保護期間 262, 263, 265
——の蔽 269
特許侵害主張団体 →パテント・トロール
特許ポートフォリオ競争 270
トラスト →企業連合
トリガー戦略 125
とりこの理論 170
取引拒絶 217
取引費用 270

● な 行

内部化 45
内部補助 155
ナッシュ, J. F., Jr. 78
ナッシュ均衡 78, 83, 84
二重マージン 208
二部料金 61, 63
日本音楽著作権協会 (JASRAC) 144
日本標準産業分類 (SIC) 176
入札談合 130
ネットワーク外部性 108, 143, 221
ネットワーク型産業 17
ネットワーク効果 154, 221
間接—— 221, 222, 224
直接—— 221
ノード (決節点) 80

● は 行

買 収 6, 186
排除型私的独占 217
排除措置命令 9, 129, 144
排他的取引 143, 214, 229
パ ス 80
ぱちんこ機パテントプール事件 272
バックワード・インダクション (後ろ向き帰納法) 86, 110, 124
パテント・トロール (PAE; 特許侵害主張団体) 272
パテントプール 270, 271
ハーバード学派 14
ハーバード=シカゴ論争 15
ハーフィンダール=ハーシュマン指数

(HHI) 173, 174, 199
パレート最適 40, 78
範囲の経済 192
反トラスト法 12
バンドリング 218
反応関数 95, 96
非競合性 237
ビタミン・カルテル 131
必須特許 272
秘 匿 268
非排除性 237
費 用 26, 51
標準化 271
費用逓減産業 162
評判形成 148
フォークの定理 127
不確実性 238
不完全競争市場 41, 100
不完全情報ゲーム 75
不完備情報ゲーム 90
複占市場 94
不公正な取引方法 211, 217
不正競争防止法 245
不当な取引制限 9, 118, 217
不当な利益による顧客誘引 217
不当販売 156, 158, 228
ガソリンの—— 157
不当販売ガイドライン 228
部分ゲーム 84
部分ゲーム完全均衡 84, 85
プライスキップ規制 168
プライス・コスト・マージン (PCM) 171
プライス・テイカー 31, 36
プライス・メーカー 50
プラットフォーム 2, 220, 224, 254
プラットフォーム 17, 220, 223
市場創造型の—— 222
視聴者獲得型の—— 222
需要調整型の—— 222, 226
プラットフォーム・ビジネス 143
フランチャイズ制 214

ブランド間競争 206
 ブランド内競争 206, 209
 ブランド・ロイヤリティ 89, 143
 フリーライド（ただ乗り） 122, 212, 246, 253
 ブルースカイ賞金 267
 プレイヤー 74
 プロセス・イノベーション 236, 240, 259
 ブローゼン, Y. 15
 プロダクト・イノベーション 236, 242
 プロッキング特許 244
 ヘイ, G. A. 128
 平均回避可能費用 156
 平均可変費用 29, 30
 平均固定費用 29
 平均増分費用 156
 平均費用 29, 30
 平均費用価格規制 166
 ベイン, J. S. 13
 ベルトラン競争（価格競争） 98, 100, 107, 109, 110
 差別財の—— 104, 112
 補完財 23
 補助金 44
 ポスト・シカゴ学派 17
 ボーモル, W. J. 141
 ホールドアップ問題 192, 200, 270

● ま 行

埋没費用 →サンクコスト
 マーケットシェア 172
 マッチング・サービス 221
 マルチホーミング 226
 民営化 5
 国有企業の—— 11

メイスン, E. S. 13
 メニュー料金 66
 持株会社 10, 11, 186
 モニタリング 170

● や 行

ヤードスティック規制 168
 優越的地位の濫用 217
 ユニバーサル・サービス 5
 余 剰 38

● ら・わ 行

ライセンス 269
 ラーナー, A. P. 171
 ラーナーの独占度 171
 利 潤 32, 39, 51
 ——最大化条件 32, 53
 独占企業の—— 50
 リージン事件 212
 利 得 74
 利得表 74
 リーニエンシー制度（課徴金減免制度） 131
 リバース・エンジニアリング 245
 略奪価格 154, 155
 流通革命 219
 流通・取引慣行ガイドライン 213
 両側市場（双方向市場） 221, 223, 227
 レント・シーキング 170
 連邦取引委員会（FTC） 13
 連邦取引委員会法 13
 ロイヤリティ・スタッキング 269
 ロビー活動 170
 ロビンソン, J. V. 13
 割引現在価値 125



産業組織のエッセンス
The Essence of Industrial Organization

2022 年 9 月 25 日 初版第 1 刷発行

	みょう	じょう	さとし
	明	城	聡
著 者	おお	にし	こう いち ろう
	大	西	宏 一 郎
発 行 者	江	草	貞 治
発 行 所	株式	有	斐 閣
	会社		

郵便番号 101-0051
東京都千代田区神田神保町 2-17
<http://www.yuhikaku.co.jp/>

印刷・大日本法令印刷株式会社／製本・大口製本印刷株式会社

© 2022, Satoshi Myojo, Koichiro Onishi. Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取替えいたします。

★定価はカバーに表示してあります。

ISBN 978-4-641-15100-0

JCOPY 本書の無断複写(コピー)は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に(一社)出版者著作権管理機構(電話03-5244-5088, FAX03-5244-5089, e-mail:info@jcopy.or.jp)の許諾を得てください。