

財政学

テキスト

2004.10.15

小塩隆士『コア・テキスト 財政学』 新世社

参考文献：テキストの 263 ~ 264 ページに解説がありますので参考にしてください。

第 1 章の補足

1.2 資源配分機能

市場メカニズムが効率的資源配分を達成できない状況を「市場の失敗」という。
資源配分機能は、この市場の失敗を補強するための政府の機能である。

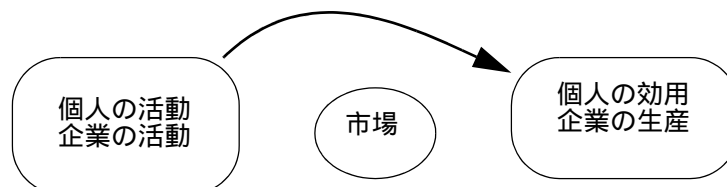
市場の失敗の原因

- 外部経済効果
- 公共財（第 4 章）
- 情報の不完全性
- 費用逓減

(1) 外部性

定義

「外部性」(externality) とは、1つの経済主体（家計、企業）の活動が他の経済主体の効用または生産に、付随的に、かつ市場を経由しないで直接的に影響を及ぼすこと。
外部性はまた、「外部効果」(external effect) と呼ばれる。



外部性の原因

* 財産権の不明確さ

分権化された市場メカニズムがうまく機能するためには、各経済主体（企業、消費者）が、生産要素を使用したり財を消費する権利に関する請求権を交換できなければならない。
つまり、対価を支払わない経済主体が生産要素や財を利用することを排除できるという財産権のシステムが確立していなければならない。
共有財産（大気、漁業）の場合では、財産権の付与ないし強制が困難

* 生産、消費における結合性

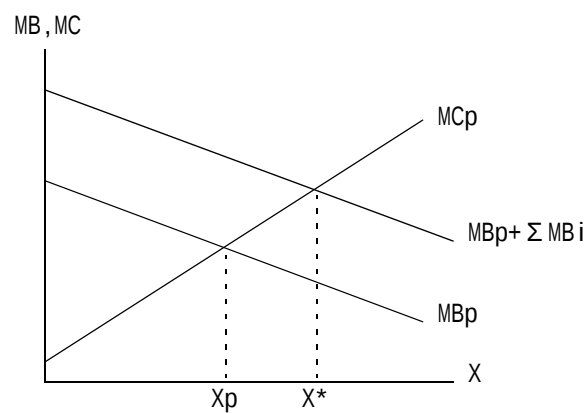
消費者の消費活動が、同時に他の消費者の効用水準に影響する。
ステレオの音で隣の家の人が迷惑する。

生産者の生産活動が、同時に他の生産者の生産可能性に影響する。
養蜂業者の活動が果樹園の生産量に影響する。

外部性のタイプ

→	生産者	消費者
生産者	水質汚染 新技術	環境汚染 工場の騒音、悪臭、振動
消費者	水質汚染 釣りの餌撒き	煙草の煙、騒音 園芸、道路の混雑 デモンストレーション効果 羨望効果

外部性が存在する場合の社会的最適



外部不経済が存在する場合、私的経済主体の均衡条件は、

$$MBp = MCp$$

であるが、社会全体では、

社会的限界費用 = 私的限界費用 + 他の集団の限界費用

$$(MSC) \quad (MCp) \quad (\sum MCi)$$

であるから、 $MSC > MBp$ となる。

この場合、社会全体では、生産物は過大供給になっている。

社会的最適の条件

$$\text{社会的限界便益} = \text{社会的限界費用}$$

重要なトピックス

* コースの定理 (R.H.Coase 1960)

「取引費用なしで交渉が可能、権利の規定が明確、再分配が限界的価値を変化させないならば、

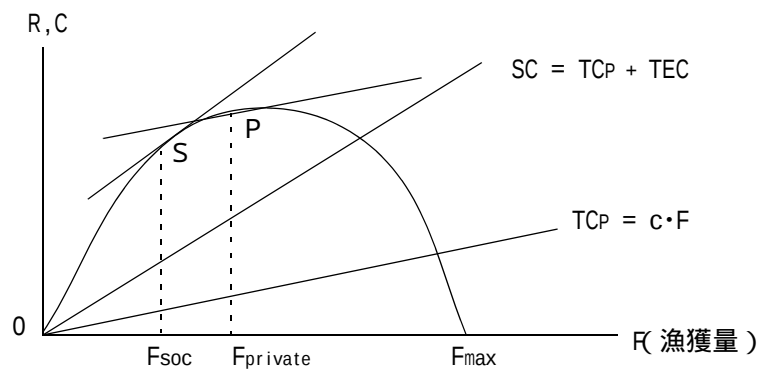
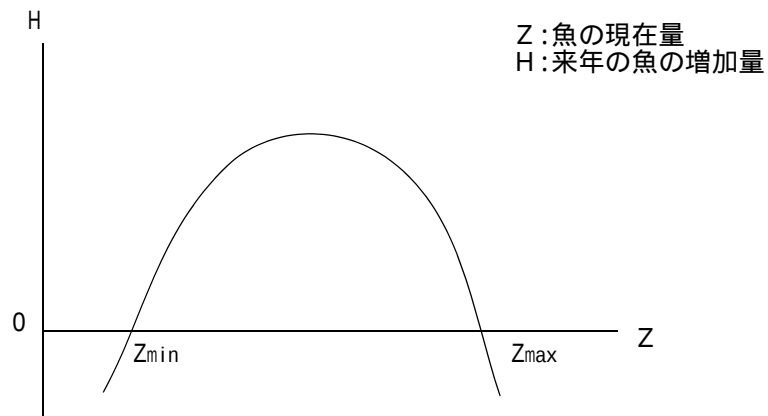
1. 法的権利の配分がどのようなものであれ資源配分は同一。
2. 資源配分は効率的である。」

再分配が限界的な価値に影響するとしても命題 2 は成立。

取引費用がかかっても、それが法的責任のパターンから独立であれば、命題 1 は成立する。

* コモンズの悲劇 (Tragedy of Commons)

漁場、地下水の汲み上げ、牧草地の採掘など、共有地の利用では、資源に枯渇性があり、どの経済主体の行動も他の経済主体の生産や消費に対して、市場を通さずに直接に影響する。この場合の外部性は負の外部性。



個々の経済主体の最適
利潤（収入 - 費用）の最大化
 $\Pi = R - TC_p$
点 P で利潤最大

社会的最適
 $NB = (R - TC_p) - TEC$
最適点は S

従って、自由な漁獲は、社会的には過大な漁獲になる。
何らかの規制が必要になる。

(2) 情報の不完全性

不確実性と市場の失敗

生じているあるいは生じる可能性のある事象を確実に認識できない場合に、その事象に不確実性が存在するという。

予知能力の不足に起因する時間的不確実性・・・小麦、米の生産量、株価、為替レート

条件付市場が完備しているならば、競争的市場機構はパレート最適資源配分をもたらす。市場は危険を効率的に配分できるからである。

非対称情報

A . 概念

- ・ 非対称情報 (asymmetric information)
- ・ 情報の非対象性 (asymmetry of information)

取引に参加する当事者の間に、一方の取引主体が他の取引主体の持たない情報を保有し、各経済主体が保有する情報の間に格差が存在すること。

- ・ プリンシパル・エージェント (Principal-Agent)
依頼人は代理人の行動を逐一監視できない。代理人方が情報を多く持っている。
例：主人と召使い、患者と医者、依頼人と弁護士、住宅建築依頼主と住宅建設会社
- ・ 隠された情報 (hidden information)
取引対象の属性（品質など）で、一方の取引主体が知らない情報を、他の取引主体が知っている場合、この情報の不完全性を「隠された情報」という。
中古車：売りに出す方は車の状態をよく知っているが、購入者はよく知らない。
製品の品質：生産者はよく知っており消費者は知らない。
- ・ 隠された行動 (hidden action)
一方の取引主体にとって、他の取引主体の行動に関する情報の不完全性を「隠された行動」という。
保険会社と保険加入者：保険会社より加入者の方が病気になるいは事故の危険を知っている。

B . モラル・ハザード (道徳的危険) (moral hazard)

保険によって危険が完全保証されると、保険加入者の行動が変化し危険発生率が高まることをいう。

説明

保険の加入者は、もし危険が完全に保証されるならば、危険を減少させる必要はない。
この場合、保険加入者は自分の行動に注意深くなくともよくなるから、危険の程度が増加する。
モラル・ハザードは、一方の当事者が他方の当事者の行動を観察できない状況において生じる問題であり、隠された行動の問題ともいわれる。
保険者が保険に入る者の健康状態や危険の状態を監視できないことが原因である。
保険者が個々の加入者の危険の増加・減少を観察することができれば、危険の程度に応じて、危険を完全に保証する価格を付けられるから問題は生じない。
保険者は平均的な危険の程度しか分からないから、保証を割引いて価格を付けることになる。
これによって、加入者の厚生水準は、危険の程度に応じて価格を支払う完全保証の保険という最適状態に比べて、低くなる。

C . 逆選択 (adverse selection)

市場の均衡が、財のある品質（品質のよくない車など）によって支配される均衡になること。

保険市場

保険に入る者は自分の危険度の状態について良く知っている。保険者は保険に入る者の危険度について良く知らず、分かるのは加入者の平均的危険度のみである。
したがって、一律の保険料を課すことになる。
ある一律の保険料に対して、危険度の高い者ほど保険加入が有利である、つまり保険を相対的に安く買えるから、過剰に保険に加入する。これに対して、危険度の低い者の加入は過少になる。
危険の高い者ほど保険に加入するから、収支が均衡するためには、保険料がより高くならざるを得ない。保険料が高くなると、危険が低く保険加入が損になる者は保険市場から締め出される。
極端な場合は、保険市場が存在しなくなる。

問題解決の手段

- 事故歴がある者の加入を制限
- 事故歴がある者に割高の保険料率を適用

D . レモン市場 (G.A.Akerlof 1970)

「レモン」：不良品といった意味。中古車市場での悪い車として扱われる。
中古車市場での車の売り手は品質については良く知っている。
買い手は1台1台の車の品質については良く知らず、知っているのは平均的品質にすぎない。

購入者は、良い車とレモン（悪い車）を区別できないとすると、全ての車は同一価格で売られる

に違いない。もし、取引される車の平均的な質が外生的であるならば、共通の価格それ自身は問題を生じない。その場合には、均衡価格が通常存在する。

しかし、購入者の無知と販売者の知識の故に、平均的質は外生的ではなく、価格に依存する。価格が下がると、良い中古車を市場に売りに出す人は、提示される価格ではなかなか売ろうとせず、他方、悪い車を売りに出す人ほど、提示される価格で喜んで売ろうとするから、平均的な質も下がる。

ここで、平均的質が購入者に認知されると、需要される質が落ちる（質の低下による需要の減少が、価格の低下による需要の増加を上回る場合）。このようなケースでは均衡が存在しないこともある。

したがって、悪い車ばかり供給される傾向が生じる。つまり、良い車を持っている者が市場から締め出される傾向が生じる。中古車の品質のタイプが多様化すると、極端なケースでは、中古車市場がないのと同じ状況が生まれる。

E．情報の非対称性への対処

*「シグナリング」(signaling)

食品：成分、賞味期限などを商品に表示し品質に対する情報を提供

耐久消費財：保証期間制度、ブランド

自動車：年式、走行距離、修理記録などを開示

これらは、商品の品質に関するシグナルを買い手に提供し、情報の不完全性を縮小する機能を有する。

*「自己選択」(self-selection)

利用者や購買者に関する情報を、利用者、購買者に自らの選択を通して表させること。たとえば、保険会社が非喫煙割引のある保険とない保険の2つの保険を用意し、加入者にどの保険を選ぶか決めさせ、喫煙者が非喫煙者かの情報を表に出させることができる。

*「スクリーニング」(screening)

各種試験（入学試験、入社試験、資格試験）などによって商品の品質を保証

学歴社会：高学歴者ほど優遇

有名大学卒業予定者採用のための指定校制

最近、学歴や出身校を問わない企業が増大した背景には、学歴や出身校が能力の判断基準にならなくなったことがあげられるかもしれない。

労働者：職歴、経験、資格（特殊技能）によって選別

取引：継続的取引に置ける評判の獲得

公的機関と取引し、取引における信頼性を高める。

(3) 費用低減

費用低減産業

1 企業の平均費用曲線の右下がりの部分で市場需要曲線と交わる場合、この産業は費用低減産業という。

鉄道、電力、ガス

企業の費用関数を

$$C(x) = F + V(x)$$

とする。C(x)：総費用、F：固定費用、V(x)：可変費用

平均費用 AC(x) は、

$$\begin{aligned} AC(x) &= C(x) / x \\ &= F/x + V(x)/x \end{aligned}$$

であるから、F が巨大である場合、平均費用はある x の値までは、x の増加とともに減少する。

$$\text{例} \quad C(x) = 10000000 + 10x^2$$

このとき $x=1000$ までは平均費用が低下する。

こうした平均費用が低減する産業では、大規模になるほど平均費用が低下するから、競争の結果淘汰が進み最終的に独占になる。

A．限界費用価格設定

問題点

社会的に社旗的に望ましい価格設定である。
しかし赤字が発生する。

B．各種価格設定

課題

社会的に効率的な資源配分がなされ、かつ赤字を出さないようにするにはどのような価格設定をすればよいか。

* 平均費用価格設定

$$P = AR = AC$$

問題点

赤字は避けられるが、 $P = MC$ の場合よりも効率の面で劣る。

* 二部料金制 (Two-part tariff)

電力、電話、水道

料金 = 基本料金 + 従量料金

MC Pricing の赤字を基本料金で徴収

* ピークロード (Peak-load) 価格設定

需要が周期的に変動する場合の望ましい価格設定

ピーク期とオフ・ピーク期の価格設定

平日と週末、朝夕とその他の時間帯

ピーク期と対応した能力規模

短期

オフピーク期利用者、ピーク期利用者とも、 $P = (\text{短期}) MC$ を適用。

長期解

オフピーク期利用者には、 $P = (\text{短期}) MC$

ピーク期利用者には、 $P = (\text{長期}) MC$ をそれぞれ適用する。

1.3 所得再分配機能

市場で決まる所得分配が社会的に公平な所得分配である保証はない

所得再分配機能は、公平な所得分配を達成するための政府の機能である

第6章，第8章で詳細に説明されている。

1.4 経済安定化機能

市場経済では、完全雇用や安定成長が達成される保証はない

経済安定化機能は、完全雇用を含め、経済の安定成長を達成するための政府の機能である

第10章で詳細に説明されている。