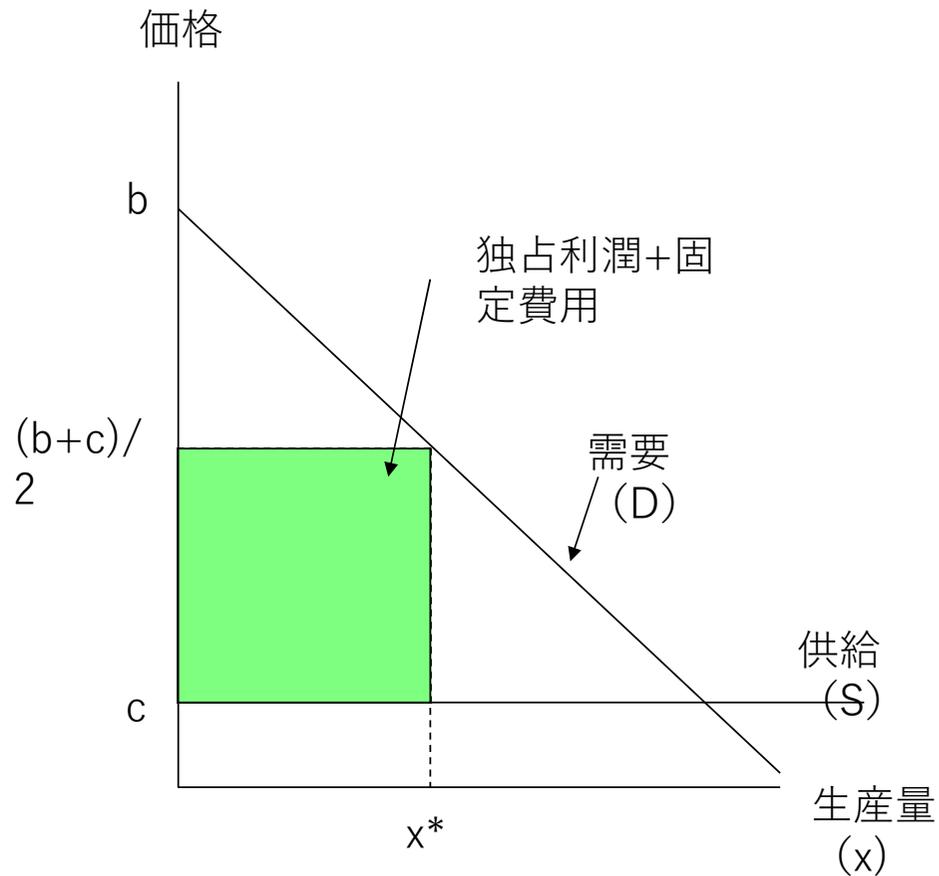


# ミクロ経済学B 独占のモデルとブランド

高千穂大学

2019年度

## 独占企業の価格行動



独占企業が価格を  $p$  に設定する。利潤は、売上マイナス費用である。

$$\text{売上} = \text{価格} \times \text{売上数量} = px$$

一単位当たりの生産費用を  $c$  とすると、  
費用  $= cx$

需要曲線 ( $p = -ax + b$ ) で売れるという制約があるので、

$$\text{利潤} = px - cx = (-ax + b)x - cx$$

これを二次式の完全変形すると、

$$\begin{aligned} -ax^2 + (b-c)x &= -a(x^2 + (-(b-c)/a)x) \\ &= -a(x^2 - 2((b-c)/2a)x + ((b-c)/2a)^2 \\ &\quad - ((b-c)/2a)^2 \end{aligned}$$

$$= -a(x - (b-c)/2a)^2 + (b-c)^2/4a$$

# 独占利潤の大きさ

$$x^* = \frac{b - c}{2a}$$

これを需要曲線  $p = -ax + b$  に代入して、

$$p^* = \frac{b + c}{2}$$

独占の場合の、最大利潤は、

$$\pi^* = \frac{(b - c)^2}{4a}$$

最大利潤は、価格を  $b$  と  $c$  の平均値とすることで得られる。 $b$  は平均費用よりも大きいので、独占となれば、価格を吊り上げることとなる。

# ブランド製品の国際的な価格の違い

- フランスのカバンやアメリカの化粧品で、ブランド製品が日本でのみ高いという議論があった。
- 調査の結果、ブランドの現地（日本）の総代理店が、現地の需要曲線（ブランドを求める（好きな）度合い）によって、売価を変えていることが分かった。
- 日本人は、ブランド製品を好むので需要曲線の $b$ の値が大きい。
- このとき、価格はどのようなになるか。他の国の $b$ が小さく、製造原価 $c$ は同じとして考えよ。