

SUB: ゴミ・ミクロ経済学のエッセンス。

TO: 同報

桜井研究所通信960304。

【一頁で語る、ミクロ経済学・消費者理論・企業理論のエッセンス。】

前略。桜井芳生KYC04273@niftyserve.or.jp です。

以下は、鹿児島大学でおこなわれた勉強会「しろうとのためのミクロ経済学入門」での「消費者理論」「企業理論」のまとめです。

御関心の無い方は、読まずにそのまま御削除ください。

読書会に参加された学生さんたちに感謝します。

【消費者理論のエッセンス】

完全競争市場を分析するミクロ経済学の「消費者理論」の「ゴール」は(消費者たちの)「需要曲線」(価格→需要の関係)を導出することである。

まず、「予算」があたえられると、たとえば「牛肉とコメ」の「二財」でかんがえてみると、テキスト(猪木・鴫田・藪下『入門・経済学』有斐閣。「新書」ではないので注意)の図3-1にあるように「予算制約の三角形」が描かれる。

それに対して、「二財」の選好に関しては、図3-2のように「無差別曲線」が描かれる。

主体の「効用を最大化」するような二財の購入量の組み合わせは、図3-4にあるとおり、予算制約線と無差別曲線が「接する」ような点で、二財の購入量をきめればよい。

ところで、一方の財(コメ)だけの価格が「下落」すると、図3-5のように予算制約線の横軸(コメ)切片が右方にシフトする。

よってこの場合(下級財であるような例外的な場合をのぞいて)、上述の「接する」点も右方(PからR)へと移行する。①

すなわち、コメの購入量は増大する。

すなわち、ある一つの財(コメ)についてみると「価格が下がるほど、購入量(需要量)は上がる」という関係がある。

価格を縦軸、需要量を横軸におくと(図3-6)、「右下がり」の関係がある。②

これが「需要曲線」である。(おわり)。

【企業理論のエッセンス】

同様に企業理論の「ゴール」は企業の供給曲線(価格→供給量の関係)の導出である。

企業の費用構造を考える。

製品を一個「追加的」に増加生産する際に、「追加的」にかかる費用を「限界費用」と呼

ぶ。

もし、ある生産量で、ある価格が与えられた際に、価格が限界費用よりも「大きい」ならば、増産することで利潤は増加する。

もし、ある生産量で、ある価格が与えられた際に、価格が限界費用よりも「小さい」ならば、減産することで利潤は増加する。

よって、価格と限界費用が等しくなるような生産量で利潤は最大となる。

ただし、平均可変費用の最小値よりも、価格の方が低い場合は、「作るだけ損」になる。よって生産しないほうがよい。

平均可変費用の最小値よりも価格が高い部分では、通常「限界費用」は「右上がり(で递增)」である(図4-4)。

よって、「供給曲線」は、「平均可変費用の最小値よりも、価格の方が低い」領域では、生産量「ゼロ」で、「平均可変費用の最小値よりも価格が高い」領域では、「限界費用曲線」と「同じ」となる。(3)

よって、供給曲線は、大略「右上がり」の曲線となる(図4-4, 図4-5)。(おわり)。(4)

