

第1章 経営者のためのミクロ経済学とは？

練習問題 1.1 の解答

この問題の解き方については、本書冒頭にある「**本書のご利用にあたって 2 ソルバーについて**」で述べてあるのでまずは一読しよう。

解法のために使用するのは、このサイトにある Microsoft Excel のスプレッドシート、GM1 の Sheet 3 である。Sheet 3 の B 列は本文中で扱った $X = \$1000$ 、 $x = \$500$ の当初のシナリオであり、シナリオ 1、2、3 は C 列、D 列、E 列で表されている（確認しよう）。まずは、「**本書のご利用にあたって 2 ソルバーについて**」および本章の練習問題の冒頭の訳注に述べてある「いっぺんに解を計算できるうまい方法」を参考にしながら、本文中のシナリオ及びシナリオ 1、2、3 の各場合について、GM の利潤が最大になる公表価格 P を「いっぺんに」計算してみよう。各シナリオにおける利潤の和を F31 に $=B31+C31+D31+E31$ という計算式の形で入力し（すでに入力されている場合はこのことを確認しよう）、ソルバーを起動させ、B8、C8、D8、E8 を変化させて F31 を最大にする計算を実行する。

その結果、利潤が最大になる公表価格とベンチマークを基準とした和解案の費用は、それぞれ、次のようになるはずである（確認しよう）。

	本文中の シナリオ	シナリオ1	シナリオ2	シナリオ3
P: 公表価格	\$20,627	\$20,977	\$21,628	\$20,417
ベンチマークを基準としたこの和解案の費用	\$0.11	\$0.09	\$0.11	\$0.15

(10 億ドル単位)

ここから、 X と x の差、 $X - x$ の値が同じであれば、和解案の費用が同じになることがわかるだろう（本文中のシナリオとシナリオ 2 の $X - x$ の値は 500 で同じである）。つまり、 X と x の大きさが異なっても、 $X - x$ の値が同じであれば、公表価格 P を調整することで同じ最大利潤を達成できる。また、 $X - x$ の値が高くなるほど、和解案の費用が高くなることもわかる（シナリオ 1、つまり、 $X - x = \$0$ の場合の和解案の費用が最も低く、シナリオ 3、つまり、 $X - x = \$800$ の場合の和解案の費用が最も高くなっている）。

したがって、一番目の空欄の答えは「クーポンの額面価格の差」であり、二番目の空欄の答えは「クーポンの額面価格の差が同じであれば、公表価格を調整することで達成できる利潤も同じになるからである。」、また、三番目の空欄の答えは「クーポンの額面価格の差が大きくなる」である。

ただし、ここでの結論は以下の条件を前提にしていることに留意しよう。すなわち、(1) どのタイプの顧客もクーポンを入手できること、(2) Q の値と k の値が一定であること (Q

の値は x の大きさしだい異なるかもしれないが、ここではそのような可能性はないものとしている)、(3) GMがどのタイプの顧客にも同じ公表価格を提示し、かつ、各顧客がそれぞれの実効価格のもとで合理的に購入の意思決定をしていること (GMは第 6 章で学ぶような価格差別戦略をとるかもしれないが、ここではそのような可能性を無視している)、である。

練習問題 1.2 の解答

解き方は練習問題 1.1 と同じであるが、解法のために使用するのは、GM 1 の Sheet 4 である。Sheet 4 の B 列、C 列、D 列がそれぞれ $k = \$5$ 、 $k = \$50$ 、 $k = \$100$ の場合に対応する。各シナリオにおける GM の利潤が最大になる公表価格 P をいっぺんに計算するために、各シナリオの利潤の和を E31 に $=B31+C31+D31$ という計算式の形で入力し (すでに入力されている場合はこのことを確認しよう)、ソルバーを起動させ、B8、C8、D8 を変化させて E31 を最大にする計算を実行する。

その結果、利潤が最大になる公表価格とベンチマークを基準とした和解案の費用は、それぞれ、次のようになるはずである。

	$k = \$5$	$k = \$50$	$k = \$100$
P: 公表価格	\$20,643	\$20,628	\$20,610
ベンチマークを基準としたこの和解案の費用	\$0.05	\$0.11	\$0.18

(10 億ドル単位)

この結果から、譲渡クーポン市場における価格差額、つまり、クーポンの購入のために第三者の買い手が追加的に支払わなければならない手数料が大きくなると、利潤が最大になる公表価格が低下し、和解案の費用が増加することがわかる。

こうしたことが起るのは、手数料の k が、GM のライト・トラックを購入する第三者の買い手にたいする課税と同等の効果をもっているからである。この手数料は GM の収入にはならずブローカーあるいはクーポン市場のマーケット・メーカーの収入となる。利潤の最大化を図る GM は価格を下げることでこの「課税」に対応する。その結果、GM も「課税」の一部を負担することになる。なお、課税が市場にもたらす効果については、第 13 章においてより詳しく検討することになっている。