

4 価格戦略からのアプローチ

本項では、異なった価格で販売する（価格差別）戦略の下で、需要弾力性の変化から、内外価格差が縮小することを説明する。

～本項で使用する文字について～

- ・ 生産における限界費用（MC）
 …… c （※一定の定数）
- ・ 価格 p_i 、数量 q_i
- ・ 需要関数 $q = D_i(p)$
- ・ 逆需要関数 $p = d_i(q)$ ($i=1,2$) 以下、このようにする。

①価格差別の理論

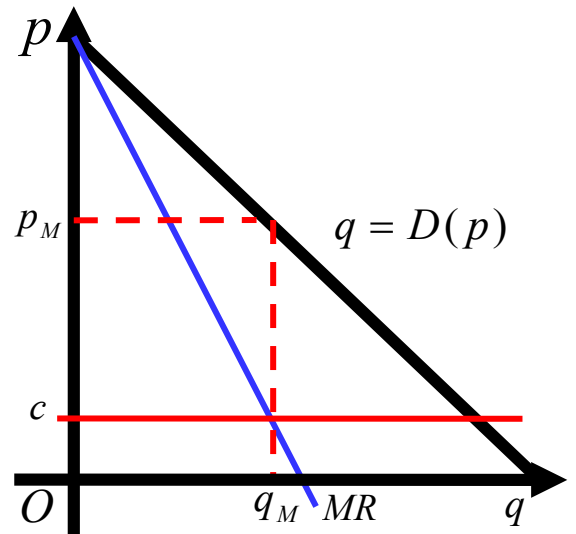
・ 通常の場合

＝「一物一価の法則」が当てはまり、ひとつの品物にはひとつの価格しか定まらない場合。

通常の独占の場合、全消費者が同一の需要関数に直面しているならば、以下ようになる。

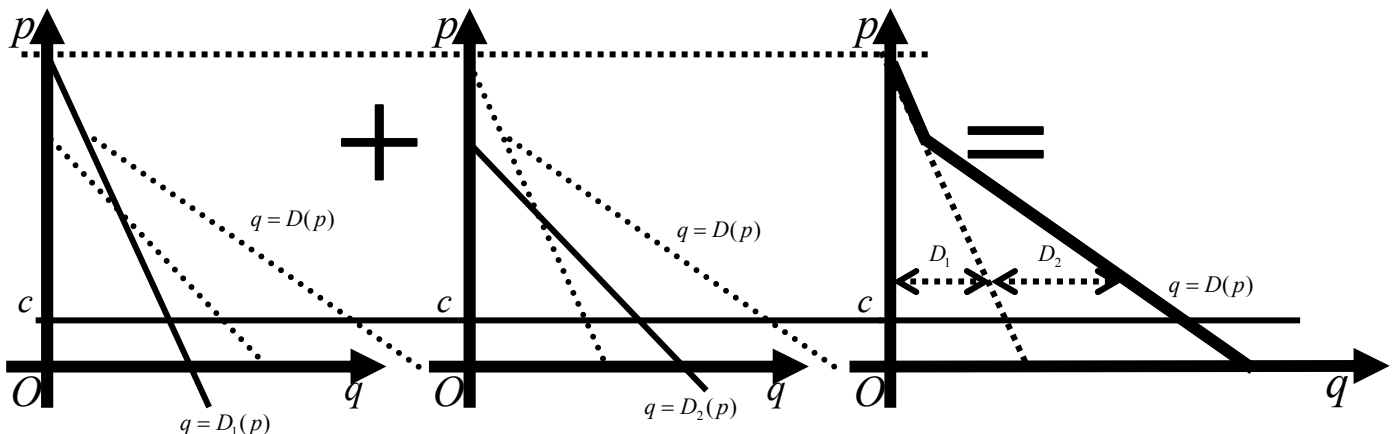
総収入 $TR = pq = d(q)q$ を微分したものが、
 MR となる。

$MC = MR$ で、利潤最大化し、これを解いたときの、
 $q = q_M$ が企業の最適生産量となり、
 需要関数により $p = p_M$ が左図のように定まる。



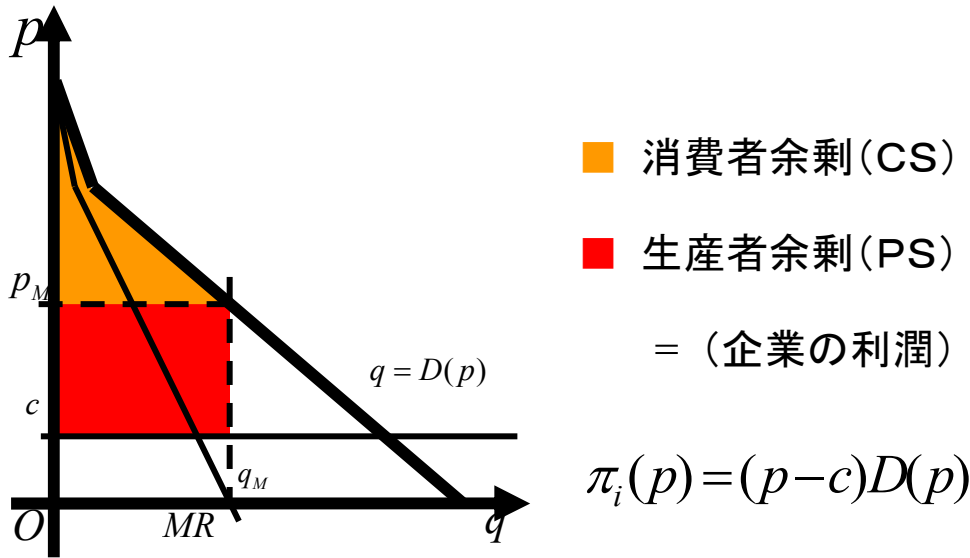
ここで、「全消費者が同一の需要関数に直面している」という

条件を覆し、弾力性の異なる2タイプの消費者を考えると、2タイプを合わせた需要関数は右下のようになる。



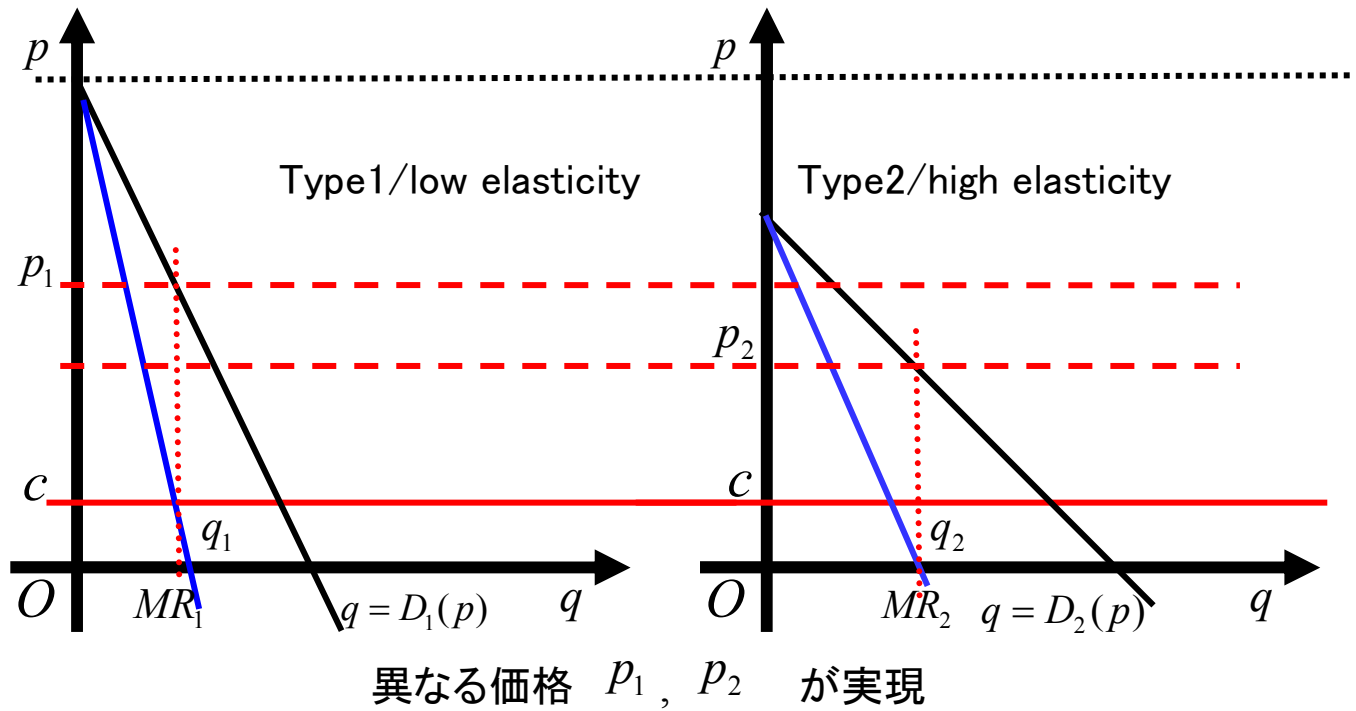
(Type1/low elasticity Type2/high elasticity)

ここで、合成した関数を用いて、価格や余剰を求めると以下のように図示される。

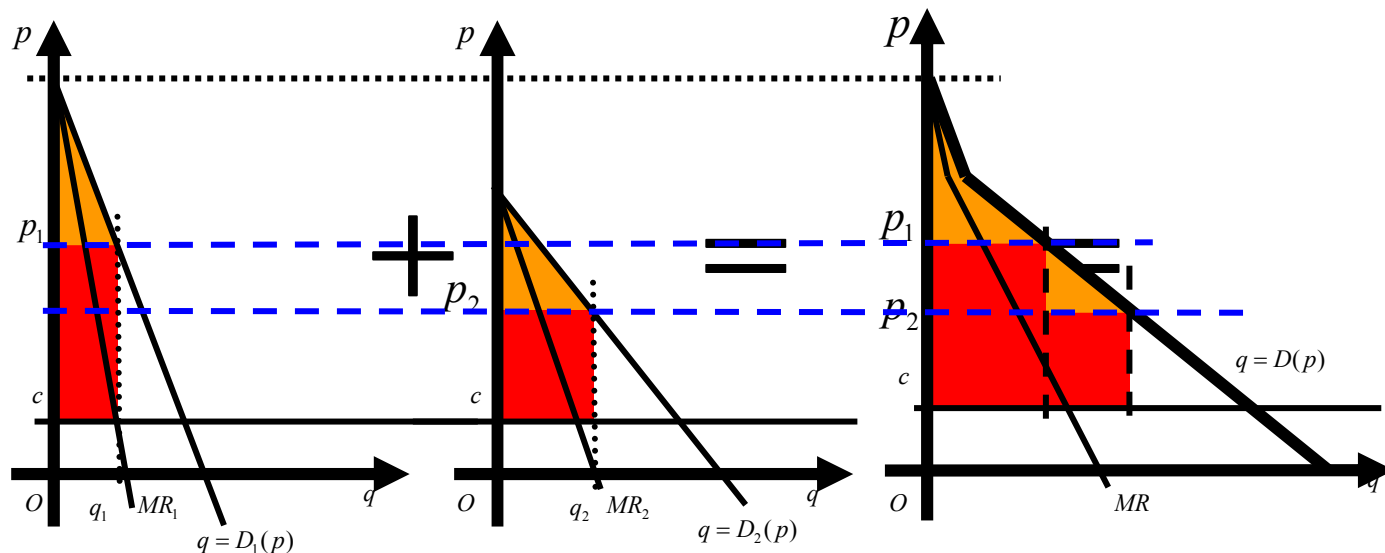


・ 価格差別 / 2タイプの消費者が存在する場合

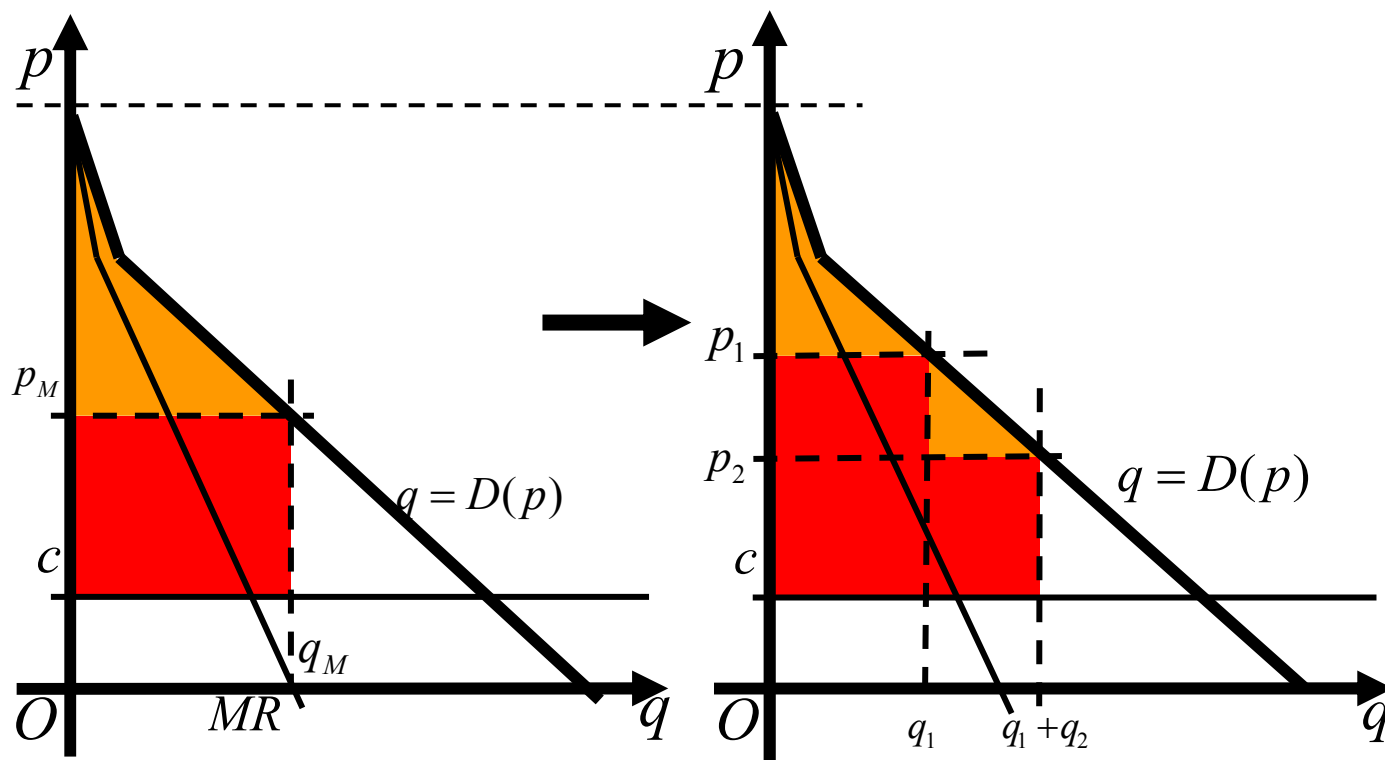
それぞれの消費者の弾力性が異なると、それぞれの消費者において、違う価格を設定することで、利益最大化となる。



この二つの消費者双方を考慮すると、下のような、グラフが描ける。



一番、右の合成された需要関数の余剰と、単一価格での余剰を比較すると、(左が単一価格での余剰、右が価格差別での余剰を示す)



図を見れば、社会的余剰が拡大したことは、明らかだが、それに加え、生産者余剰も増加している。実際に数値を当てはめても証明できる (少なくとも linear な場合において)。なぜならば、左が単一価格での利潤 (生産者余剰) の最大化を達成したものに対し、右が単一価格 ($p_1=p_2$) を選択の余地に含めつつも敢えて価格差別を行った状態を示している。もし、単一価格の方が利潤が拡大するならば、価格差別状況下においても、 $p_1=p_2$ が成立するはずだが、右図のようにそのような状態に至らなかった。すなわち、単一価格 $p_1=p_2$ のときよりも、価格差別における利潤の方が、大きいといえる。

価格差別が可能なら、企業は利潤を拡大できるので、価格差別は有効な手段として採用される。

※元々リセールが不可能なサービス財や、リセールを禁止する法規制、割引制度などがある場合などでは、価格

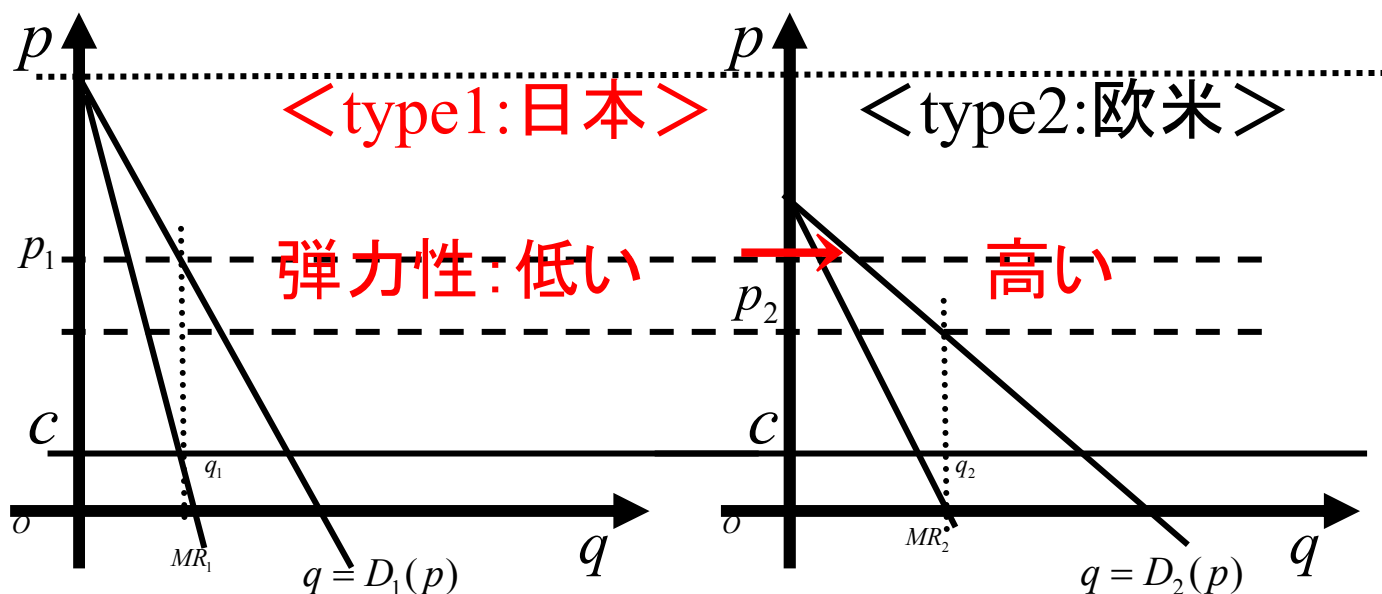
差別は可能。

②価格差別と内外価格差

15年ほど前までは、価格差別によって、海外ブランド品（車・酒など）が、欧米と日本で大きな価格差が存在していた。しかし、近年、それらの内外価格差が縮小【経済企画庁物価レポートによる】している。その理由として、経済の成熟やデフレによって、近年、日本人が、価格に敏感になったことが挙げられる。【住友信託銀行調査部「経済調査レポート No.8」2001】つまり、価格の変化率に対する需要の変化率を表す需要の価格弾力性が高くなったといえる。

☆内外価格差の縮小に対する需要的なアプローチ
日本人の需要の価格弾力性が高くなる。

☆グラフで確認すると



p_1 が p_2 に近似。(内外価格差が縮小)

☆数式で確認してみると、

$$TR = pq$$

$$\therefore MR = \frac{dp}{dq}q + p \frac{dq}{dq} = \frac{dp}{dq}q + p = p \left(\frac{dp}{dq} \frac{q}{p} + 1 \right)$$

$$\rightarrow MR = p \left(\frac{\frac{dp}{p}}{\frac{dq}{q}} + 1 \right)$$

$$MC = c \quad \cap \quad MR = MC$$

$$\Rightarrow MR_i = p_i \left(\frac{\frac{dp}{p}}{\frac{dq}{q}} + 1 \right) = c \quad (i = 1, 2)$$

$$p_i \left(\frac{dp/p}{dq/q} + 1 \right) = c \quad (i=1,2) \quad , \quad p_i \geq 0, c > 0 \quad \therefore \quad \frac{dp/p}{dq/q} > 0 \quad \text{より、} \quad MR_i = p_i \left(\frac{1}{\varepsilon_i} + 1 \right) = c \quad (i=1,2)$$

$$\therefore p_1 \left(\frac{1}{\varepsilon_1} + 1 \right) = p_2 \left(\frac{1}{\varepsilon_2} + 1 \right)$$

$$\frac{p_1}{p_2} = \frac{\frac{1}{\varepsilon_1} + 1}{\frac{1}{\varepsilon_2} + 1}$$

よって、 $\varepsilon_1 \leq \varepsilon_2$ ならば $p_1 \geq p_2$ であるが、

$p_1 \rightarrow p_2$ であれば $\varepsilon_1 \rightarrow \varepsilon_2$ であるといえる。

よって、欧米人に比べて低かった日本人の需要の価格弾力性が高くなると、 p_1 が p_2 に近似し、内外価格差が縮小するといえる。