

ミクロ

MICRO



プライマリー

経済学入門

監修

浅子和美 (一橋大学経済研究所教授) 山澤成康 (跡見学園女子大学教授)

ECONOMICS

DVD
全10巻



SUN EDUCATIONAL

ミクロ経済学入門

経済学の初心者にもミクロ経済学の主要テーマを、身近な事柄から体系的に分かりやすく解説・紹介します。消費税、賃金格差、限定合理性などのトピックも取り上げ、家計と企業の行動、需要と供給、効率的資源配分、市場の失敗、独占、ゲーム理論、不完全情報などを学び、さらに近年注目されている行動経済学についても紹介します。重要なグラフは動画を用いて分かりやすく示し、より科学的な認識、理解に到達し、ミクロ経済学を興味深く学ぶことができます。

◆ DVD ◆

時価 各巻約30分
 価格 各巻 本体40,000円+税
 全10巻 本体400,000円+税

1 ミクロ経済学とは ~資源の配分を考える~ 400V031S



ミクロ経済学と聞いただけで難しい学問と考えてしまう人もいられるかも知れません。実際のところは、ミクロ経済学は私たちの日常生活と密接に関係しています。多くの人には衣・食・住をはじめ娯楽や文化活動など様々な欲求があるでしょう。それらがすべて実現可能と考えるのは虫がよすぎます。私たちの所得(資源)には限りがあり、稀少な予算を何にどう使うのが大切になります。それは企業や国の場合も同じです。政府は国民の生活向上を目的として社会資本や公共サービスを提供し、また社会保障を充実させます。しかし、使える財源(資源)は限られています。このように、稀少な資源を無駄のない形で効率的に配分する問題を扱うのがミクロ経済学の神髄といえます。扱う対象は、家計・企業・政府の行動、資源配分の効率性、市場メカニズム、競争と独占など、本DVD全10巻に満載されるぐらい多岐にわたります。第1巻は市場経済と計画経済、政府の役割や所得再分配など、ミクロ経済学への誘いから始めます。

2 需要と供給 ~市場メカニズムで価格が決まる~ 400V032S



現在の世界の多くの国々は資本主義経済といわれ、自由な経済活動を展開し、売り手と買い手が出会い、モノやサービスを取引する市場型経済となっています。このシステムでは個人や企業は競争に直面し、人々の創意工夫や勤労意欲が促進され、経済に活力がもたらされると期待されます。市場経済では、需要が供給を上回ると市場価格は上昇し、逆に供給が需要を上回ると市場価格は下落します。また、個人や企業が私利私欲によって行動しても、価格調整メカニズムが働き、市場全体の需要と供給は均衡し、経済的秩序が維持されるのです。こうした予定調和的な市場メカニズムに対して、アダム・スミスは「神の見えざる手」が手招くものだと表現しました。このメカニズムによって決まる市場価格が、消費者と生産者双方の利益、つまり社会的余剰の源泉になるのです。市場メカニズム、パレート最適と社会的余剰などの市場経済の基礎事項を学び、消費税の影響や市場規制の非効率性などを需要曲線、供給曲線を分析しながら説明します。

3 市場の失敗 ~市場は万能の神ではない~ 400V033S



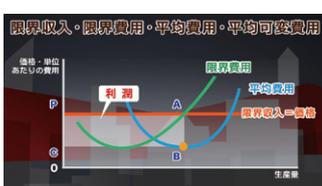
市場メカニズムを賛美する市場原理主義の風潮が高まっている昨今ですが、市場の力だけでは効率的な資源配分が達成されない場合があります。外部性と公共財が好例で、市場の失敗をもたらします。市場の取引を経ずに経済主体に影響が及ぶのが外部経済効果であり、公害・環境汚染(負の外部不経済)や美しい景観(正の外部経済)があります。経済主体が外部効果を考慮しないと経済活動は非効率となるために、外部不経済は課税(ピグー税)により、外部経済は補助金により内部化する必要があります。公共財には道路などの社会資本、警察・消防などの公共サービスがあり、これらには非排他性があり、料金を支払わなくても利用可能であり「ただ乗り」の対象となってしまいます。公共財を民間で供給すると、市場が失敗し過小供給となるために、政府や自治体が供給し、費用は税金で賄うという形をとります。独占や寡占による非効率性、フリーライダー対策なども学びながら、市場の失敗を克服するために私たちができることを考えます。

4 家計とミクロ経済 ~効用を最大化する消費行動~ 400V034S



経済循環の流れのなかで家計が担っている主な役割は、労働を供給して得た所得を使って、モノやサービスを購入する消費活動です。家計は食料、家賃、レジャーなどから満足感、つまり効用を獲得し、これを大きくするのが行動目的になります。この際、予算には限りがあることから、家計はどれを優先するかという選択に迫られます。食料と衣服の購入の場合のように2つの財・サービス(商品)の間の選択問題は、無差別曲線と予算線を描いたグラフによって理解することができます。無差別曲線の形状には財の特性が反映され、予算線には予算額に加えて財の相対価格が反映されます。とりわけ無差別曲線の傾きにも関係し、消費量が増加する財と減少する財の間での数量比率である限界代替率は、家計の消費選択問題にとって重要な役割を果たします。家計の効用がどのようにして最大化されるか、所得の増減や財価格の変化に家計はどのように対応するかについて紹介し、限界代替率逓減の法則、補完財や代替財、普通財や劣等財についても学びます。

5 企業とミクロ経済 ~利益を最大化する生産活動~ 400V035S



企業は労働や資本・土地などの生産要素を投入し、財・サービスを生産、その生産物を販売して収入(売上)を得ます。一方、生産要素の投入に伴い、工場や機械への投資、労働者への賃金支払いなどの費用が発生します。企業は収入と費用の差額に当たる利益(利潤)の最大化を目指して行動します。しかし、生産量を上げれば必ず利潤が増えるというわけではありません。経営者は常に生産要素をどのくらい投入し、製品価格をいくらししたら利益が最大になるかを考えているのです。企業は、生産量を追加した場合の限界収入と限界費用、生産量当たりの平均費用の関係を知ることによって、利潤最大化のための最適生産量を導くことができます。また価格と平均費用が等しくなり利益がゼロになる損益分岐点、生産を停止すべき操業停止点を知っておくことも企業経営には欠かせません。企業経営に必要な要素を提示するとともに、等費用線や等量曲線などのグラフを用いて理論的に解説し、埋没費用や機会費用についても考察します。

《日々の経済行動をとらえる》

- ◆初心者を対象とし、ミクロ経済学全体を学べる構成。
- ◆身近な経済事象から応用まで理解できる。
- ◆主要なグラフの意味や特徴が動画により容易に理解できる。
- ◆消費税、賃金格差、限定合理性など最新のトピックも採用。
- ◆注目の行動経済学についても紹介する。



ミクロ経済学への ブレイクスルー

一橋大学経済研究所教授
浅子 和美

ミクロ経済学はマクロ経済学と並んで経済学の基礎となるものです。経済学のすべての分野は、多かれ少なかれ、考え方としてはミクロ経済学の分析手法を応用することによって成り立っています。消費者や企業がそれぞれ目的をもって理にかなった行動をとる。その結果さまざまな財・サービスの需要と供給が計画され、それらが一致するように市場で価格が調整される。市場均衡は資源の有効利用をもたらす——市場メカニズムのシナリオですが、この流れを理解するのが「ミクロ経済学が分かる」目安になります。ミクロ経済学を学ぶにあたって、講義や教科書を理解するのが王道なのはその通りですが、それだけではちょっととしたところで躓いてしまうこともあります。そのような時、現実経済の営みを実感することが往々にしてブレイクスルーになります。このDVD全10巻は多くの人々にとって、そうしたきっかけとなるはずです。



講義の 補助教材に最適

跡見学園女子大学教授
山澤 成康

この教材は先生方の講義の補助教材として設計されている。このDVDを見るだけでもミクロ経済学の概要は理解できるようになっているが、できれば講義とセットで使っていただくとありがたい。講義で話したことの繰り返しになる部分もあるが、同じ事を違う切り口で説明することで、学生の理解は深まる。

このDVDは動画の長所を十分考えて作られている。ミクロ経済学は図や表を用いて説明する機会が多い。本や板書では図は動かないので、頭の中で想像することになる。それはそれでよい訓練だが、動画で説明した方がイメージしやすいし、理解も早い。また、抽象的な概念も具体的な物語の中で考えると、瞬時に理解できることがある。このDVDは、女子学生が主人公のドラマ仕立てになっており、経済学独特の言葉や概念への理解が深まることが期待できる。

6 不完全競争 ~独占の弊害と規制~

400V036S



独占には、重要な資源を特定の企業が占有する資源独占や電力、ガス、水道などの公益事業で見られる自然独占、新聞やブランド品に見られる製品差別化による独占的競争があります。独占の場合には完全競争の場合よりも、生産量は少なく、価格は高くなります。供給側に競争相手が不在か少ないため、独占企業は生産量を抑え価格を上げることで利益を増やすことができます。消費者には不利な状況といえ、社会的余剰の観点からも非効率になります。このことは需要曲線や限界収入曲線、限界費用曲線のグラフから明らかになります。政府は競争を維持・促進し、独占防止のために独占禁止法を定め、特定の企業が他企業の事業活動を排除・支配することなどを規制しています。ただし、自然独占では、固定費が巨額なため、独占を容認するがその弊害を是正するために価格を規制する政策も同時に実施してきました。独占とはどのようなものか、独占企業の利潤や社会的損失などをグラフを交えて解説し、独占の弊害と規制について学んでいきます。

7 賃金の決まり方 ~自助努力と所得再分配~

400V037S



市場経済では、賃金も生産物の価格と同様、市場の需要と供給によって決まります。ただし労働市場は一つではなく、様々な種類の労働があり、労働の間に賃金格差が生じます。生産物の需要が旺盛で利潤が高水準にある企業の労働者や高度な生産技術により労働の生産性が高い労働者などには、賃金は高水準になるでしょう。逆の場合は、ボーナスが出なかったり、毎月の賃金が低水準になります。現在と将来の所得を比較する際には、割引現在価値の概念、そしてこの間の名目利率と実質利率の考慮も欠かせません。所得格差、あるいは所得分配問題は、市場メカニズムに委ねているだけでは解決できず、政府による所得再分配政策が望まれます。租税制度により課税後の所得・資産の格差を小さくしたり、社会保障制度により低所得者や高齢層への所得再分配が行われているのです。賃金格差、利子と割引現在価値、所得分配などを解説し、自助努力による資産形成と政府による所得再分配のバランスを考えていきます。

8 ゲーム理論 ~戦略的行動の帰結~

400V038S



経済活動において、いかなる経済主体も自分の意思だけですべてを思う通りに決めることはできません。個人間あるいは企業間でそれぞれの利得(利害)が衝突し対立する状況が見られます。利得をめぐる相手の行動を予測し、どのような選択が望ましいか、あるいはどのような意思決定をすべきかの戦略的行動を経済学では広くゲームといい、それを分析するのがゲーム理論です。同じ商品を生産しているA社もB社もお互いそろって値上げをすれば利益が上がるのに、「相手が値下げし顧客を奪われてしまう」という疑心暗鬼の思いから、ともに値上げできない状況が生まれます。同じ地域にある複数のスーパーマーケットの価格がほぼ同額である理由も、ゲーム理論で理解できます。国と国との交渉である自由貿易が保護貿易かの選択やオークション(せり)での駆け引き、新規参入時の価格戦略など、ゲーム理論は幅広く応用されています。ナッシュ均衡、囚人のジレンマ、トリガー戦略などゲームの理論と応用について学びます。

9 不完全情報 ~情報発信の重要性~

400V039S



市場で全員が完全な情報を持っていれば同一のモノやサービスはみな同じ価格になるでしょう。しかし、完全な情報収集にはコストがかかるため、買い手は情報を収集するのを止めます。結果としての不完全な情報が原因で市場が失敗する場合があります。例えば、中古車市場にはレモンといわれる品質の悪い欠陥車が紛れ込んでいる可能性があります。そのため買い手は高い価格を払って中古車を買おうとはせず、その結果価格が下がり、市場では質の悪い車が氾濫するようになります。逆選択と呼ばれるこうした現象は雇用や融資などの場面でも見られます。逆選択を解消する工夫がシグナリングです。中古車の場合、品質の信頼感を得るために専門ディーラーを通すこと、雇用の場合、能力を見極めるために求職者の資格や職歴を確認することなどがシグナルとして機能します。不完全情報による消費者余剰の低下、レモン市場、逆選択とモラルハザードなどを通して、経済活動における適切な情報発信の重要性について考えていきます。

10 限定合理性 ~行動経済学への誘い~

400V040S



これまでの経済学は合理的な人間を前提として発展してきました。しかし、現実の人間は必ずしも100%合理的とはいえません。ダイエットをしようと思ってもつい間食してしまう、体に悪いから禁煙しようと思っているのにやめられないなど、私たち人間はいたるところに非合理的な側面を持っています。平均的(確率的)には損をすることが明らかな宝くじの購入、乗客が多くまだ儲けられるのに仕事を切り上げてしまうタクシー運転手など、経済活動にも人間の限定合理性が紛れ込んでいます。こうした経済活動はなぜ引き起こされるのでしょうか。将来見通しの曖昧さに起因する過度の割引傾向、希望的観測による楽観的行動、意思決定が枠組みや状況設定に依存してしまうフレーミング効果など、経済学における実験的手法によって解明が進んでいます。これまで学んできたミクロ経済学を踏まえて、人間の限定合理性を織り込み、より現実に近い「役に立つ」経済学の構築をめざす注目の行動経済学を学んでいきます。



協力企業（敬称略 50音順）

アサヒビール(株)
アスクル(株)
キヤノン(株)
(株)セブン&アイ・ホールディングス
デュボン(株)
トヨタ自動車(株)
日本ゼネラル・モーターズ

パナソニック(株)
フォード・ジャパン・リミテッド
フォルクスワーゲングループジャパン(株)
フェデラルエクスプレスコーポレーション
富士フイルム(株)
ブリヂストンケミテック(株)

ポルシェジャパン(株)
ボルボ・カーズ・ジャパン(株)
本田技研工業(株)
丸善(株)
(株)ヤマダ電機
読売新聞社

企画・制作・発売



株式会社 サン・エデュケーションナル

〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-22-8 朝日屋ビル9F
TEL.03(5428)5675 FAX.03(5428)5674
<http://www.sun-edu.co.jp>