

平成 21年 5月 27日現在

研究種目：基盤研究（C）
 研究期間：2007～2008
 課題番号：19530205
 研究課題名（和文）需要シフトダンピングに関する研究

研究課題名（英文）A Study on Demand Shift Dumping

研究代表者

出井 文男（DEI FUMIO）
 神戸大学・大学院経営学研究科・教授
 研究者番号：90093541

研究成果の概要：

モデル分析により、ダンピング企業の輸出は、輸出からの利益が非常に小さい状況で開始される形で、製品が安売りされることを明らかにできた。このダンピングが発生しても、長期においては、輸入国の厚生を変化させないという結論を得た。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2007年度	200,000	60,000	260,000
2008年度	200,000	60,000	260,000
年度			
年度			
年度			
総計	400,000	120,000	520,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経済学・応用経済学

キーワード：ダンピング、需要シフト

1. 研究開始当初の背景

Yano and Dei (2005, 2006)は、消費においてネットワーク外部性が存在するなかで既存の製品から新製品へ需要が大規模にシフトすると、企業は限界費用よりも低い価格で販売する可能性があり、これが貿易における限界費用ダンピングをもたらすことを明

らかにした。

2. 研究の目的

国内製品から輸入品への大規模な需要シフトが起こる状況ではそれだけで、需要シフ

トダンピングと呼ぶことのできるダンピングが引き起こされることを示す。

3. 研究の方法

部分均衡分析を使い、既存の国内製品市場と新しく輸入される輸入品市場の2市場をもつ輸入国のモデルを構築し、ダンピング企業の利潤最大化行動を記述する。このダンピングの厚生上の長期的効果を考察する。

(1) 外国製品が自国市場に新しく輸入される。この市場には既存の製品Hが自国企業によって販売されている。単一の外国企業fが外国製品Fを独占的に供給している。企業fは輸出供給量と輸出価格を以下に示される需要条件の下で選択する。企業fが直面する需要曲線は大規模な需要シフトが存在するときには椅子型になることを後で示す。

(2) 企業fは消費者が望む購入量よりも少ない量を販売できる。自国の個別の消費者は自分が望みだけのものを購入できるかまったく購入できないかであるとする、購入できる消費者の割合 r は企業の供給量を市場の需要量で割ったものになる。この r は各消費者が製品Fを購入できる確率を表す。

(3) 各消費者はFを買えたときの消費者余剰とFを買えずHを買わなければならなかったときの消費者余剰を確率 r と $1-r$ で加重平均した消費者余剰の期待値とFを買えずHを買わなければならなかったときの消費者余剰を比較し、前者が後者よりも大きい

とき、消費者はHからFへ消費を切り替えようとする。この条件は、Fを買えたときの消費者余剰がFを買えずHを買わなければならなかったときの消費者余剰よりも大きいことを意味する。製品Hは完全競争的に所与の価格で売られているとすると、Fを買えずHを買わなければならなかったときの消費者余剰は一定値となる。このとき、企業fが直面する需要曲線は椅子型となる。

(4) 企業fが本国である外国市場で販売する価格は外生的に固定されているとする。例えば、外国政府が幼稚産業に補助を与えている場合を考えればよい。したがって外国市場での需要も固定されるので、企業fが輸出しないときの本国市場で得られる利潤も固定される。企業fはこの利潤よりも大きな利潤が輸出をすることで両市場から得られるならば、輸出を選択するであろう。

(5) 輸出量プラス本国市場で需要される産出量の総生産量にかかる総費用から本国市場で需要される産出量のみを生産するときにかかる総費用を差し引いた差を輸出の総費用と呼ぶことにすると、輸出から発生する収入から輸出の総費用を引いた πEX が正であることが(4)で輸出が選択される条件と一致する。

(6) πEX の等利潤曲線群をFの自国市場での価格を縦軸にとりFの輸出量を横軸にとった図に描くことができる。この図には企業fが直面する椅子型の需要曲線が描かれている。

(7) $\pi E X$ がゼロに等しい曲線をゼロ輸出利潤曲線と呼ぶと、この曲線が椅子型需要曲線の上方に位置するならば、企業 f は最初輸出を選択しない。

(8) 企業 f の限界費用曲線が技術進歩により下方にシフトするならば、ゼロ輸出利潤曲線も下方にシフトする。この曲線が椅子型需要曲線に接するとき、企業 f は輸出を開始する。このとき、企業 f は輸出から追加的利潤をまったく得ていない。自国企業から見ればゼロ利潤で外国企業は自国市場にダンピングを行っているのである。

4. 研究成果

ダンピングを行う外国企業は本国において一定の価格と利潤が保証された企業であるとする。この仮定の下では、企業の利潤最大化行動により、輸入国市場への輸出は輸出からの利益が非常に小さい状況で開始される形で、製品が安売りされることを明らかにできた。このダンピングが発生しても、長期においては、輸入国企業の利潤はゼロであり続ける。消費者余剰はダンピング前後で変化しないことを示すことができる。したがって、ダンピングは長期には輸入国の厚生を変化させないと結論できた。短期の効果についての分析は将来の課題として残っている。このような需要シフトダンピングの長期の厚生に関する結果は新しい理論的成果であり、ダンピングに関する研究に一定のインパクトを与えると期待できる。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

該当なし

6. 研究組織

(1) 研究代表者

出井 文男 (DEI FUMIO)

神戸大学・大学院経営学研究科・教授

研究者番号：90093541

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし