



「市場の失敗」から考える 「政府」の役割

栄光学園中学高等学校 相原 義信 (あいはら・よしのぶ)

— 使用教材 —

『ライブ！2023 公共、現代社会を考える』



1 はじめに

学習指導要領の改訂が行われ、高等学校の公民科では、新科目「公共」が設置された。新課程のスタートにあたっては、「現代社会」との違いや中学校段階までの既習内容を確認しておく必要がある。カリキュラム・マネジメントの視点からも地理歴史科、家庭科など他教科との関連に留意したい。公民科は、その目標として「社会的な見方・考え方」を重視し、「多面的・多角的」な考察を求めている。「公共」においても、倫理、政治、法、経済などに関わる多様な視点（概念や理論など）に着目し、授業計画を図らなければならない。本稿では、経済だけでなく、法、政治などの視点が必要となる「市場の失敗」を取り上げる。このテーマは家庭科の消費者教育などとも関連する。なお、「公共」では大項目B（3）「主として経済に関わる事項」に該当する。「効率」の概念を手がかりにして、「市場の失敗」を是正する「政府」の役割を考える授業を提案する。

2 市場経済の「効率性」と

計画経済（1校時）

展開（1）「価格」メカニズムの「効率性」を考える

「市場の失敗」の授業では、その前提となる「市場経済」の理解が必要である。ここでの問いは、「市場経済は、どのようにして希少な資源を「効率的」に配分するのか？」である。市場経済については、中学校社会科において既習事項になっている。そこでは市場経済の基本的な考え方、市場における価格の決め方などの基本的な理解がその内容となっている。需要曲線と供給曲線が交わる均衡点で、取り引きされる「価格（均衡価格）」と数量が決定することを学ぶ。ここでは復習を兼ねて、需要供給グラフを読み取り、市場経済の「価格」メカニズムを確認する。

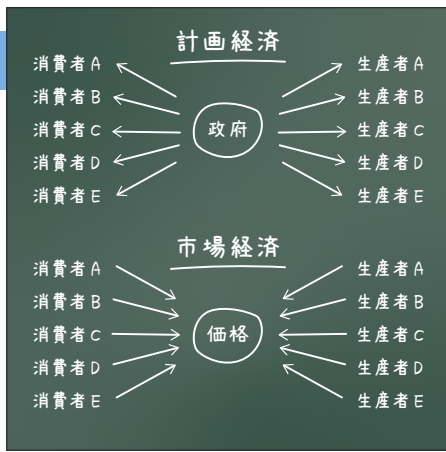
市場経済では、「価格」によってその取り引きされる財の数量が決定される。他の条件が一定で変わらなければ、その財の価格が上昇〔下落〕すると、その需要量が減少〔増加〕する。一方、価格が上昇〔下落〕すれば、供給量は増加〔減少〕する。価格以外の要因が働く場合は、需要供給曲線がシフトし、新たな均衡点が見いだされることも合わせて確認する。

市場メカニズムでは、市場価格が高すぎれば超過供給（売れ残り）が生じ、価格が低すぎれば超過需要（品不足）となって、価格が調整されて需要量と供給量が一致する。このとき、過不足なく生産された財・サービスが消費される。ここでは、市場経済が「価格」を媒介に資源を「効率的」に配分する機能を持っていることを確認させる。個々の消費者や生産者は、「価格」を頼りにみずからの消費や生産を決定する。おのおの消費者自身の満足（効用）や企業利益（利潤）を求めて行動することで、「効率性」が実現される。授業では、個人の利己的な行動が「見えざる手」によって、結果として社会全体の豊かさにつながる、と考えたアダム＝スミスの資料を読ませたい。

展開（2）計画経済との違いを考える

次に、『ライブ』p.187を活用して、市場経済のメリットである「効率性」について、計画経済と比べることで理解を図りたい。

旧ソ連の計画経済やその解体について、中学校社会科の歴史的分野や「歴史総合」で既習であれば、「なぜ計画経済はうまくいかなかったのか？」や、「なぜ社会主義国は、市場経済の導入を図っていったのか？」など、発問を工夫して、導入としたい。旧ソ連崩壊の要因として労働者の意欲（インセンティブ）の低下や米ソ冷戦下の軍拡競争による疲弊などの回答が想定されるが、ここでは「政府」の役割に注目させる。旧ソ連などの計画経済では、「政府」が生産や消費の計画を指令することに



【図1】 計画経済と市場経済の板書例
伊藤元重『入門経済学』p.101の図を基に作成。

い。正確な情報なしに、需要や供給をコントロールしようとするれば、生産や消費に多くの無駄が発生する。計画経済の下では、資源配分を「効率的」に行うことが難しいことを確認したい。

市場経済では、生産者も消費者も「価格」を頼りにして行動を決定している。それに対して計画経済では、生産消費を「政府」が決定し、その指令で経済活動が行われる（図1）。授業では、市場経済における「価格」の役割と、計画経済における「政府」の役割を対比させて、市場経済の「効率性」という観点からまとめの作業をさせたい。そこから、「市場経済では「政府」はどのような役割を果たしているのか？」という問いにつなげたい。

3 不完全競争市場(独占・寡占)と「政府」の役割(2校時)

展開(1) 市場メカニズムが成り立つ条件を考える

市場経済の「価格」メカニズムは、「完全競争市場」において成り立つ。授業時に、「需要供給グラフは現実には成り立たないのではないか？」という疑問を持つ生徒がいる。このような発言があれば、ぜひとも生かしたい。完全競争市場が現実の世界では成り立たないとすれば、市場経済において「効率性」の実現が困難であることを意味する。完全競争市場が成立するのは、

- ①市場に小さな多数の消費者・供給者が存在し、それらはすべて自分では価格決定力を持たないプライス・テイカー(価格受容者)である。
- ②市場への参入退出が自由である。
- ③扱っている財・サービス(商品)が同質である。
- ④個々の消費者や生産者は、市場価格や財の性質について完全な情報を持っている。

という4つの条件の下であると考えられている。しかし、現実の世界では、これらの条件を満たす「完全競争市場」を見いだすのは困難であり、生徒には、あくまで理論的なモデルであることを確認させたい。

なる。しかし、「政府」は個々の消費者のニーズや生産者の供給能力などについて正確な情報を持ち合わせていない。

次に、完全競争市場の条件の①に挙げた、多数の市場参加者という条件が満たされない不完全競争市場(独占と寡占)について考える。

展開(2) 不完全競争市場(独占・寡占)

独占市場の場合、独占企業は価格決定力を持つこと(プライス・メーカー)になる。独占企業は、供給量を減らし、価格を高め設定して利潤の最大化を進めると考えられる。このとき、生産量は減少して資源配分は過少になってしまう。ここで問いたいことは、「なぜ独占は悪いとされるのか？」である。独占企業が大きくもうけ、価格が高くなることで消費者が苦しむという「分配」の問題だけではない。独占の弊害は、社会全体としてのパイの大きさが小さくなってしまふこと(社会的余剰の減少)による、「効率性」の低下であることを理解させたい。

一方で独占のほうが効率的と考えられる場合がある。電力会社などでは、送電網の整備などにばく大な初期費用がかかる。このような公益事業では、生産量が増えるほど限界費用が下がる「規模の経済」が働くため、新規参入が難しく(②の条件)、自然独占となる場合がある。

現代社会では携帯電話、自動車などの主要な産業は寡占市場となっている。寡占市場では、少数の企業が価格や生産量などの協定(カルテル)を結ぶことや、大手企業がプライス・リーダーになって高い管理価格が設定されることがある。生徒には、携帯電話会社のパンフレットやホームページなどを調べさせ、各社のサービスや料金が類似していることを確認させるとよい。

全く同じサービスであれば、ライバル会社より高い価格を設定すると顧客が逃げてしまう。そこで、携帯電話各社は、顧客の年齢などに応じて少しずつ異なるサービスを提供して差別化を図り、価格競争を避ける(③の条件)。寡占市場では、企業はブランド化や広告などの非価格競争に力を入れることとなる。生徒には各社のテレビCMなどを想起させるとよい。楽天モバイルなどは、市場の新規参入の難しさの例にもなる。

展開(3) 不完全競争市場における「政府」の役割を考える

このように独占や寡占などの不完全競争市場では、「価格」メカニズムが働きづらく、資源の「効率的」な配分が実現しない。そのため「政府」は、「完全競争市場」を参照モデルとして、その是正を図っている。戦後の1947年に私的独占やカルテルなどを規制する独占禁止法が制定され、不正を監視する行政機関として公正取引委員会が設置されていることは、中学校社会科の既習事項である。「政府」は独占に対して自由な競争を促し効

率的な配分が行われる環境を整える役割を持っている。

公益事業では、地域独占を認める代わりに価格規制を行ってきたが、近年、自由化や規制の緩和など競争政策への移行が見られる（電力の自由化など）。また、企業の合併・買収などが進む現代では、独占禁止法が改正され、持株会社が解禁されていることにも留意したい。

4 「市場の失敗」と

「政府」の役割（3校時）

前時で見たように、独占市場や寡占市場では、市場での「効率的」な資源配分が実現しないことがある。これは「市場の失敗」とよばれるが、基本的には中学校社会科では扱われない概念である。不完全競争市場（独占・寡占市場）のほか、「公共財」「外部性」「情報の非対称性」の3つの場合が知られている（**図2**）。ここでは「市場の失敗」の是正を図る「政府」の役割に焦点を当てる。

4 「市場の失敗」		頻出
独占・寡占	自由な競争が行われず、企業は生産量を絞って価格をつり上げるので、消費者は高い価格で商品を購入しなければならず、 不利益をこうむる	
公共財	市内の公園を例に考える。公園は市民の税金で建設されている。市外の人は建設費を負担していないが、公園を利用できる。市場経済に任せると誰も建設費を負担しようとはしなくなり、 財・サービスの供給は過少になる	
公益事業	電力・鉄道などは初期投資額がとて大きく、生産量を増やすほど1単位あたりの費用は下がる（ 費用逓減産業 ）。新規参入は困難で、必然的に独占・寡占状態になる（ 自然独占 ）	
外部性	外部経済	養蜂農家とりんご農園が近くに立地する例を考える。養蜂農家にとってはりんごの果実から蜜を集めることができるので、 より多くの蜂蜜を生産することができる 。りんご農園にとっても、養蜂農家の蜂が受粉の手助けをしてくれるので 収穫量が増える
	外部不経済	企業の利潤追求の過程で発生する 公害や環境問題 などは、当該企業が費用負担をする必要がない場合には対策が取られにくい
情報の非対称性	中古車販売では、売り手と買い手の持っている情報に格差が生じ、市場に品質の悪い中古車があふれてしまう（ →p.82 ）	

図2 『ライブ! 2023 公共、現代社会を考える』 p.189

展開(1) 花火大会を事例に「公共財」を考える

「公共財」は「市場の失敗」の例である。公共財や社会資本を提供する「財政」の役割は、すでに中学校社会科で学んでいる。公共財の例としては、一般道路、国防、警察などの財・サービスの例を取り上げることが多い。ここでは、「なぜ「政府」が税金を使って「公共財」を提供することになるのか？」を考える

生徒は 初めから「政府」が提供する公的なものであるから「公共財」であると考えている場合が多い。そこで授業では「花火大会」の新聞記事などを提示し、花火大会も「公共財」であることを考えさせる。各地の花火大会では、多くの自治体は、補助金を支出しているが、警備費用の増加から中止となったり、有料観覧スペースを設け、その費用を捻出したりしている（「公正性」の

視点も提示できる）。

「公共財」は、「非競合性」と「非排除性」という2つの性格を持つ財・サービスであると考えられている。花火大会は、複数の人が同時に観賞（消費）することができて（非競合性）、対価を支払っていなくても観賞することができる（非排除性）ため、「公共財」にあたる。このような性格を持つ財・サービスは、誰かが対価を払ってくれば、ただで消費することが可能となる（フリーライダー問題）。消費者から対価が取れなければ、利潤を求める企業は、このような財・サービスを提供しなくなり、市場では需要があっても、供給が過少となると考えられる。「非競合性」と「非排除性」という2つの性格を持つ「公共財」は、市場にまかせると供給不足となるため、「政府」が税金を使って供給を担い、資源配分の調整を図ることを理解させたい。これは「財政」の単元で学ぶ重要な機能の一つである。

展開(2) 「外部不経済」としての公害から考える

「市場の失敗」の一つである「外部性」は、経済活動の過程で市場メカニズムを経ずに生産者や消費者以外の第三者に影響を与えることである。ここでは、「外部性」のうち第三者に損害や悪影響を与える「外部不経済」が生じている場合の「政府」の役割を考えさせる。「外部不経済」の代表的な事例は公害である。公害そのものや環境問題については、中学校社会科の公民的分野で、四大公害訴訟や温暖化などを既習している。また、環境問題は、家庭科や「地理総合」で扱われ、「公共」でも人権分野の「環境権」など、生徒はさまざまな視点で学ぶ。

「外部不経済」が生じていても市場では、第三者への影響が考慮されず、その企業と消費者との間には取り引きが成立してしまう。このとき、その企業の供給には、有害物質を排出しないようにするための設備の費用（外部費用）の負担が想定されていない。つまり、環境へ悪影響を与えながら、本来かかるはずの社会全体への費用の負担を企業が行っていないと考えられる。環境への負荷を考慮すれば、そこでは、取り引きされるべき数量より、企業は過大に供給していると考えられる。本来の供給曲線はより上方にあると考えられる（**図3 S1→S2**）。

公害問題に対するため、「政府」は公害対策基本法を制定し、1971年に環境庁が設置された。現在はそれぞれ環境基本法、2001年の環境省の設置へと進んだことも既習事項であろう。「政府」は、有害物質の排出を制限する法的な直接規制のほか、経済的な施策としては環境税など「外部不経済の内部化」（**図3**）を行うこと

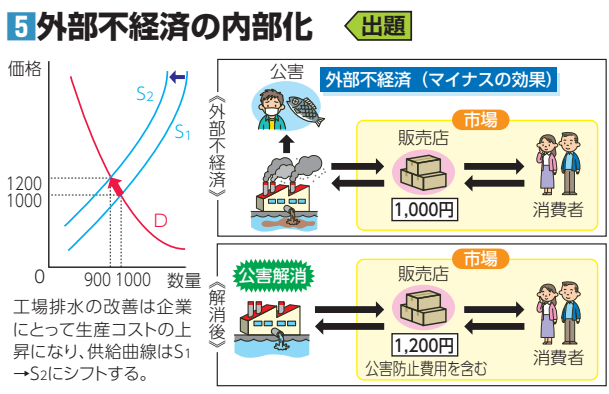


図3 『ライブ！ 2023 公共、現代社会を考える』 p.189
※生徒はグラフの読み取り作業を行う。

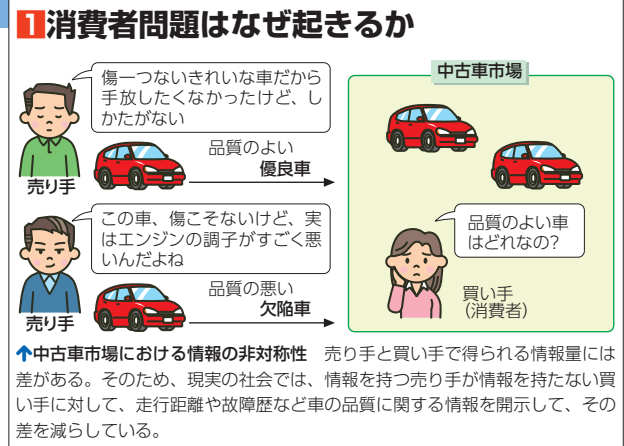


図4 『ライブ！ 023 公共、現代社会を考える』 p.82

ができる。

展開(3)「情報の非対称性」から食品表示を考える

完全競争市場では、消費者も生産者も完全な情報を持っていることになっている(④の条件)。現実には、一方の経済主体のほうがより多くの情報を持ち この「情報の非対称性」から「市場の失敗」が生じる。例えば中古車市場では「情報の非対称性」から、品質の悪い中古車ばかりが市場に供給されることになり、よい車が駆逐されてしまう、逆選択といわれる現象が起こることが考えられている(図4)。この「情報の非対称性」を解消するためには、品質に関する情報の発信が必要とされる。

この「情報の非対称性」が特に大きな問題となるのが食品である。これまでも食品偽装事件(あさり産地偽装事件など)がたびたび起こっている。中古車と同じように食品の安全性は、見た目には分からないものであり、消費者は食品の品質や安全性に対する情報を持ち合わせていない。そこで「政府」は食品表示法などを制定し、「情報の非対称性」の解消をする役割を果たしている。授業では、生徒に各種の菓子の空き箱などを持参させ、食品表示ラベルや栄養成分表示を確認する作業をさせる。ここでは、「なぜ食品表示があるのか？」を「情報の非対称性」の視点から考えてもらう。

消費者問題は、「現代社会」では経済分野で扱われたが、「公共」では法分野「消費者の権利と責任」に移行している。「安全を求める権利」、「知らされる権利」などの消費者権利を規定した消費者基本法や、消費者契約法、製造物責任法(PL法)も中学校の公民的分野で既習と考えられる。商品の情報提供などを行う国民生活センターの役割や消費者行政の一元化のために設置された消費者庁も扱われているはずである。家庭科でも学習される分野であるため、カリキュラム・マネジメントの観点から授業にあたっては、既習事項を確認しておくこと

も必要である。また、図5のようなまとめのワークシートを活用して立法や行政の役割を整理するのも効果的である。

市場の失敗	独占・寡占	外部不経済	情報の非対称性
関連法規	独占禁止法	公害対策基本法 →環境基本法	消費者契約法 製造物責任法、消費者基本法など
政府機関など	公正取引委員会	環境庁→環境省	消費者庁、国民生活センターなど

図5 ワークシート例(部分) ※青字部分を埋めさせる。

5 おわりに

「市場の失敗」に対し「政府」は、「効率性」の実現のため、その是正を図る役割がある。「効率性」とは、社会的余剰の最大化、いわばパイの拡大である。しかしながら、「政府」は、与野党の利益がぶつかる政治過程を経て、法律を整備し政策を実行する。そこでは「効率性」を重視した政策が確実に取られるとは限らない。また「政府」にはパイの分配、「公平性」の実現を果たす役割もある。「財政」の単位では、再分配機能など「公平性」を軸とした授業を計画することにした。

市場の「効率性」については、「社会的余剰の最大化」や「パレート最適」などの概念や理論を使った授業展開も考えられる。労働市場、金融市場の場合などを含め、「政治・経済」の授業で扱ってもよいであろう。

(参考文献)

- ・伊藤元重(2015)『入門経済学 第4版』日本評論社
- ・小川光・家森信善(2016)『ミクロ経済学の基礎』中央経済社
- ・八田達夫(2008)『ミクロ経済学Ⅰー市場の失敗と政府の失敗への対策』東洋経済新報社
- ・大竹文雄(2010)『競争と公平感 市場経済の本当のメリット』中公新書
- ・小塩隆士(2002)『高校生のための経済学入門』ちくま新書