

【研究ノート】

企業規模とプライス・コスト・ マージン率の変動

岡 本 昌 幸

はじめに

現代の資本主義経済においては、多くの市場に寡占的大企業が存在し、それらは、自己の市場支配力を利用した多様な企業経営戦略を採っている。

それらの政策のなかで、価格決定政策に関しては、管理価格論争以来多くの実証分析が行なわれ、分析手法に関しても多様な方策が提示されてきた。

特に、それらの方策の一つであるクォルズ (Qualls, P. D.)¹⁾ が提示したプライス・コスト・マージン率の変動を用いて行なう価格変動分析の手法は、従来の物価指数をデータとした分析手法に対し、物価指数を用いずに価格変動分析を行ない得る方策として非常に興味ある手法である²⁾。

しかし、プライス・コスト・マージン率は、価格と単位費用との乖離の程度を示す指標であり、その変動には価格変動と費用変動との相方の変動が混在している。このことは、需要変動への対処が、供給量の調整によって行なわれ、産業の価格水準が不変であっても、生産量の変動した企業の単位費用が、その産業の単位費用と異なる場合、即ち、生産量を調整した企業のプライス・コスト・マージン率が、企業の属する産業のそれと異なっている場合、産業のそれ

1) Qualls, P. D., "Market Structure and the Cyclical Flexibility of Price-Cost Margins" *The Journal of Business*, Vol. 52, No. 2, April 1979, pp. 305-325.

2) 価格変動分析に物価指数をデータとして用いることによって生ずる問題については、拙稿、「市場集中とプライス・コスト・マージン率の変動」『経済学論叢』(同志社大学)第35巻 第2・3号, 昭和60年3月, 84-85ページを参照されたい。

は変動を示すことになる。従って、プライス・コスト・マージン率の変動を指標として産業の価格変動を分析する場合、その産業の単位費用が固定されていることを必要とする。

しかし、日本経済においては、中小企業と、大企業との間にプライス・コスト・マージン率格差が存在するとされている。このことを考慮すると、プライス・コスト・マージン率の変動を価格変動分析に利用する場合、需要変動に対する企業規模別供給量の変動の研究が必要であることをいみする。

本稿においては、上記の観点から、日本の製造業を分析対象に、需要変動に対する企業規模別出荷量の変動の様態及び、企業規模別プライス・コスト・マージン率とその変動の様態を分析し、プライス・コスト・マージン率の変動を用いた価格変動分析の手法の問題点を検討することにする。

I 製造業の企業規模別分布

資本主義経済の発展にともない企業規模は拡大し、多くの市場に寡占的大企業が出現している。特に製造業においては、規模の経済性が顕著となる産業が多く、寡占企業の生産活動に占める比重は高い。

しかし、多くの市場で市場支配力を持つに至るまで巨大になった寡占企業が存在してはいるが、寡占企業の周辺には数多くの中小企業が存在し、それら中小企業は寡占企業の市場行動に影響されつつ、多様な生産活動を営んでいる。

本節においては、日本の製造業における企業規模別企業数構成比及び企業数の増減・変動の様態を検討し、企業規模別にみた需要変動の影響を考察する。

第1表は企業規模別企業数とその変動状況を示したものである。

なお、本稿での分析対象は、日本の製造業であり、企業を企業規模尺度として従業者数を用い、9グループに分割した³⁾。

3) データの出所は、『工業統計表』（企業経）であり、第1グループは従業者数20人～29人、第2グループは30人～49人、第3グループは50人～99人、第4グループは100人～199人、第5グループは200人～299人、第6グループは300人～499人、第7グループは500人～999人、第8グループは1000人～4999人、第9グループは5000人以上である。

第1表 企業規模別企業数とその変動

	グループ名	平均企業数	構成比 (%)	趨勢値	標準偏差	変動幅
全 期 間	1	27910	36.4	831.5	2245.6	44.7
	2	20122	26.3	-180.6	492.8	15.5
	3	15767	20.6	20.5	386.1	11.2
	4	7249	9.5	11.2	260.9	15.1
	5	2216	2.9	9.0	131.8	26.3
	6	1563	2.0	-3.0	111.4	24.8
	7	1042	1.4	0.1	62.4	20.4
	8	662	0.9	-5.1	52.5	26.0
	9	108	0.1	-0.3	6.7	20.2
		計	76639	100.0	683.4	1911.9
前 半 期	1	24067	32.6	-44.1	328.5	4.6
	2	21001	28.5	-94.7	478.7	6.8
	3	15815	21.5	181.2	315.4	11.2
	4	7225	9.8	142.8	131.9	15.1
	5	2182	3.0	78.0	37.6	25.9
	6	1586	2.2	50.1	39.7	21.7
	7	1043	1.4	30.2	28.1	19.2
	8	687	0.9	18.8	19.9	20.7
	9	110	0.1	1.9	6.7	20.2
		計	73716	100.0	364.3	1070.6
後 半 期	1	30985	39.2	1551.5	1162.5	40.8
	2	19419	24.6	-245.2	433.2	14.9
	3	15729	19.9	69.6	166.9	5.5
	4	7268	9.2	-27.7	148.1	8.3
	5	2243	2.8	-16.5	67.9	12.9
	6	1544	2.0	-22.7	76.9	22.3
	7	1041	1.3	-13.8	30.9	15.7
	8	642	0.8	-17.9	29.8	26.0
	9	107	0.1	-1.0	4.6	17.4
		計	78978	100.0	1276.4	1408.1
オ イ ル ・ シ ョ ッ ク 期	1	24382	32.9	222.0	318.6	5.4
	2	20527	27.7	-214.1	528.9	7.9
	3	15806	21.3	-117.4	325.6	6.4
	4	7467	10.1	-75.3	113.3	5.7
	5	2354	3.2	-34.5	79.2	9.9
	6	1673	2.3	-35.6	65.4	15.2
	7	1106	1.5	-10.6	30.9	9.6
	8	719	1.0	-8.2	29.2	12.4
	9	111	0.1	2.3	4.9	14.4
		計	74146	100.0	-271.4	1043.3

注) 計は全規模をデータとした計測結果である。(以下各表とも同じ)

分析対象期間は昭和40年より昭和57年までの18年間である。この対象期間の前半期は、大型景気の継続していた期間である。しかし、後半期には、第一次・第二次オイル・ショックがあり、急激な需要変動が存在した。

この需要変動の様態の相違を考慮し、本稿では、全分析対象期間（以下全期間と略称する）を前半期（昭和40年から昭和47年まで）、後半期（昭和48年より昭和57年まで）及び、オイル・ショック期（昭和46年から昭和50年までのオイル・ショックを含んだ第7景気循環期⁴⁾）の三期間に分割し、分析を行なう。なお、参考までに、分析結果には全期間のそれも掲げておいた。

第1表にみられる様に、いずれの期間も企業規模が小さいほど企業数が多い。また、グループ間の企業数にも大きな差異があり、中小規模企業の構成比は大きい。例えば、通常用いられている従業員300人以下という中小企業の規準を用いると⁵⁾、本稿の場合、中小企業とみなされる企業は、第1グループから第5グループまでとなるが、その構成比は全ての期間で95%を超え、その比重は非常に大きい。

ただし、各規模の企業数の変動状況を、企業数の趨勢線をもととした標準偏差及び企業数の変動幅⁶⁾をもとに検討すると、各期において、その様相にはかなりの差異が存在する。

まず、前半期における企業数の変動状況をみると、大型景気が継続しており、需要予測が容易であったのか、企業規模は拡大傾向を示し、小規模企業の第1、第2グループの企業数は減少傾向を、それ以外の規模の企業数は増加傾向を示している。また、企業数の変動も、企業数の標準偏差でみると中小規模企業の数値は大きいのが、変動幅でみた場合、小規模企業のそれは小さい。な

4) 経済企画庁の景気動向指数によれば、第7景気循環は、昭和46年12月より昭和50年3月までである。

5) 内藤英憲著『中小企業の経済分析』多賀出版、昭和50年12月、25-26ページを参照されたい。

6) 趨勢値は一次回帰の係数値をいみする。変動幅の計算には、

$$\text{変動幅} = \frac{\text{最大値} - \text{最小値}}{\text{最大値} + \text{最小値}} \times 2 \times 100$$

を用いた。公正取引委員会編『管理価格』大蔵省印刷局、昭和45年10月、305ページ。

お、グルーピングを中小規模企業と大規模企業とにすると、変動幅で中小規模企業が1.48、大規模企業が2.62となり、相対的に中小規模企業の変動が小さかったことが明らかである。

後半期は、前半期の小規模企業の減少傾向とは逆に、最小規模企業の第1グループは急増し、その他のグループは第3グループを除き減少傾向を示しており、前半期とほぼ逆の増減傾向を示している。また、企業数の変動においても、第1グループの標準偏差、変動幅は他のグループに比べ特に大きい。

オイル・ショック期においては、後半期とほぼ同様の傾向を示してはいるが、第1グループの増加は後半期におけるほど顕著でなく、また、変動自体についても、中小規模企業の変動幅はほぼ同様の値を示しており、むしろ大規模企業の変動の方が大きく、オイル・ショックが大規模企業に影響を与えていたことが類推できる。

以上の様に、企業規模別企業数とその変動の様態をながめると、企業数自体は中小規模企業が圧倒的にその割合が大きい。ただし、企業数の変動については、グループ間にかかなりの差異があり、変動の様態は、需要安定期と変動期で異なり、特に、最小企業規模グループのそれは顕著に異なっているといえる。この企業数の変動は、当然、出荷量の変動と結びついており、分析期間の需要変動の様態の相違は、出荷量の企業規模別構成比を変化させているとみることができる。

II 需要変動と企業規模

日本の製造業においては、中小規模企業が企業数において大きな比重を占め、その企業数は需要変動の様態に影響され変動していることを示した。

本節においては、各企業規模別の出荷額及びその変動の様態を検討することにする。特に、需要が急落した期間において、需要の減少がどの企業規模グループの供給量の激少によって調整されたかを中心に考察することにする。即ち、需要変動に対する調整が、各企業規模で異なっている場合、プライス・コス

第2表 企業規模別出荷額とその変動

	グループ名	平均出荷額 (億円)	構成比 (%)	標準偏差	変動係数 (%)	変動幅
全 期 間	1	66673	4.9	5084.1	7.625	127.9
	2	78201	5.8	6547.2	8.372	96.2
	3	120749	8.9	6696.3	5.546	108.3
	4	123654	9.1	7891.5	6.382	107.7
	5	74188	5.5	5414.7	7.299	112.6
	6	92383	6.8	7440.7	8.054	115.6
	7	131289	9.7	7594.2	5.784	114.3
	8	300911	22.1	14504.3	4.820	113.5
	9	370916	27.3	23193.9	7.601	117.1
	計	1358962	100.0	76235.9	5.610	113.4
前 半 期	1	39677	4.2	995.2	2.508	76.6
	2	57256	6.1	1596.3	2.788	74.3
	3	84745	9.0	2049.3	2.418	79.6
	4	87569	9.3	2544.4	2.906	78.9
	5	51471	5.4	1476.2	2.868	86.4
	6	65102	6.9	1626.7	2.499	89.2
	7	87961	9.3	2911.3	3.310	81.1
	8	204177	21.6	6852.2	3.356	78.8
	9	268134	28.3	13389.6	4.994	92.6
	計	946091	100.0	24846.1	2.626	83.7
後 半 期	1	88270	5.2	5564.4	6.304	61.9
	2	94958	5.6	4989.9	5.255	25.6
	3	149552	8.9	6236.4	4.170	34.7
	4	152522	9.0	6018.6	3.946	34.0
	5	92363	5.5	4543.3	4.919	34.6
	6	114208	6.8	6098.8	5.340	36.1
	7	165951	9.8	5756.6	3.469	31.7
	8	378299	22.4	13942.1	3.685	36.6
	9	453142	26.8	11822.2	2.609	33.3
	計	1689262	100.0	55020.6	3.257	35.2
オ イ ル ・ シ ョ ッ ク 期	1	59264	4.3	4549.0	7.676	30.6
	2	82508	6.0	7132.9	8.645	29.4
	3	121819	8.8	5242.8	4.304	17.4
	4	126754	9.2	6937.8	5.473	19.5
	5	77231	5.6	4870.8	6.307	22.2
	6	97471	7.1	6421.6	6.588	18.6
	7	133209	9.6	6384.4	4.793	20.2
	8	302742	21.9	10971.0	3.624	18.0
	9	380097	27.5	10426.3	2.743	10.8
	計	1381094	100.0	60472.0	4.379	17.8

ト・マージン率の企業規模間格差があれば、価格変動以外の関係でプライス・コスト・マージン率は変動を示すことになり、本節の分析はプライス・コスト・マージン率の変動を価格変動分析に利用する場合の応用可能性の検討を行なうことを意味する。

各期の出荷額の企業規模別平均値及び変動状況は第2表の通りである。以下の諸表の標準偏差、変動幅の計算方法は第1表と同じである。なお、出荷額は、昭和55年を1.00とした工業製品の卸売物価指数（日銀）で実質化した値（実質出荷額）であり量的変化を示す。

まず、出荷額の構成比をみると、その大きさの順位は各期間とも同一であり（いずれの期間も順位相関係数⁷⁾は0.817で5%レベルで有意）、企業数とは逆に企業規模が大きいほど、その出荷額の占める割合は大きいといえる。

しかし、出荷額の変動の様態を標準偏差、変動幅でみると、分析期間が異なることにより、即ち、需要変動の様態が異なることにより、かなりの相違がみられる。

まず、需要変動が小さかった前半期においては、最大企業規模グループの標準偏差が特に大きく、次いで企業規模の大きい第8グループがそれにつづく。この変動の大きさと、それらの出荷額の大きさを考慮すれば、前半期の供給量の調整が大規模企業で行なわれていたことが類推できる。また、標準偏差の大きさと企業規模との順位相関係数は0.817で5%レベルで有意であり、企業規模の大きいグループほど出荷額の変動も大きいといえる。なお、前半期には需要の急激な変動がなかったため、他期間に比べ標準偏差は小さいが、この期間の出荷額の伸び率が大きいため、変動幅は他期間のそれより大きくなっている。ただし、変動幅と企業規模の間にも企業規模が大きいほど変動幅が大きい傾向にはあるが、順位相関係数は0.667と有意ではない。

後半期、オイル・ショック期においては、需要変動が激しく、標準偏差も、第9グループを除く全てで大きくなっており、特に、前半期の値と比べ中小規

7) 本稿の順位相関係数はスピアマンの算式によるものである。

模企業のそれが大きくなっている。そのため、順位相関係数も後半期で0.600、オイル・ショック期で0.583と正值を示してはいるが有意ではない。

また、変動の割合を変動係数（％）でとらえると、順位相関係数は、後半期では-0.767、オイル・ショック期では-0.750といずれも5％レベルで有意であり、需要変動の影響の程度は、中小規模企業の方が大きかったことがわかる。また、これを出荷額の変動幅でみてみても、後半期には第1グループのそれが非常に大きく、オイル・ショック期においても、第1、第2グループのそれが大きい。

以上の結果から判断すると、需要変動の予期せぬ様な急激な変動がない場合、需給調整は大規模企業を中心に行なわれている可能性が強い。しかし、予期せぬ様な急激な需要変動が起った場合、小規模企業にかなり大きなショックを与え、シワヨセ的な減産が強いられる可能性があるといえよう。

III 企業規模とプライス・コスト・マージン率

中小規模企業は、企業数からみると大きな比重を占めてはいるが、出荷額の構成比は、企業数の規模別構成比に比べ小さい。また、需要変動期における中小規模企業の出荷額の変動の割合は、大規模企業に比べ大きく、大規模企業の生産活動に影響され、大規模企業のフリンジとしての性格を示している。しかし、いずれの期間においても、通常中小企業とみなされている第1グループから第5グループまでの出荷額の合計の割合は3割を超え、フリンジとして片づけるには、その構成比はあまりにも大きい。

この需要変動に鋭敏な中小規模企業の生産活動は、企業の収益面にも影響をおよぼし、特に、プライス・コスト・マージン率に関しては、通常中小企業と大企業との間に格差が存在するとされている⁸⁾。

いうまでもなく、プライス・コスト・マージン率は、価格と費用との乖離の程度を示しており、プライス・コスト・マージン率が高い場合、超過利潤を含

8) 内藤英憲著、前掲書、80ページを参照されたい。

んだ価格付けが行なわれていることを意味する。従って、中小企業のみからなる市場の場合、競争市場における需給により決定された価格と費用との差を意味し、また、中小企業が寡占企業のフリンジ的存在であるなら、寡占企業の価格政策に影響された価格と費用との差を意味することになる。しかし、後者においても、寡占企業と中小企業の製品との間に、ブランド・イメージなどによる製品差別化が存在する場合、寡占市場における中小企業も寡占企業（大企業）の製品価格より安い競争市場的な価格を示す可能性が存在する。従って、価格面において中小企業と大企業との間に差異が存在し、本稿における中小規模企業と大規模企業の間にはプライス・コスト・マージン率格差が生ずる可能性がある。

さらに、現在の製造業の発達が大量生産による費用の低下を主要な要因としていることを考慮すれば、大規模企業の費用上の有利性は無視し得なく、単位費用も企業規模により異なっていることが考えられ、企業規模間格差を生み出す原因となる。

以上の企業規模の相違によるプライス・コスト・マージン率の相違を本節で検討することにする。

プライス・コスト・マージン率の各期の平均を企業規模別に示したものが第

第3表 企業規模別プライス・コスト・マージン率

グループ名	全 期 間	前 半 期	後 半 期	オ イ ル ・ シ ョ ッ ク 期
1	22.634	22.269	22.926	22.323
2	21.203	21.776	20.746	21.640
3	21.313	22.448	20.405	21.936
4	21.597	22.589	20.804	22.382
5	21.672	23.323	20.351	22.221
6	21.663	23.023	20.575	22.315
7	22.255	23.770	21.043	22.906
8	22.207	24.091	20.700	23.547
9	23.360	25.171	21.910	22.230
計	22.281	23.724	21.128	22.543

3表である。ただし、本稿でのプライス・コスト・マージン率は、付加価値額と賃金費用の差を名目出荷額で除した値の百分率比である⁹⁾。

全期間の結果をみると、プライス・コスト・マージン率と企業規模との間にはほとんど関連が見いだされず、その順位相関係数も0.500と有意ではない。しかし、大企業の生産活動に影響されざるをえない中小企業のプライス・コスト・マージン率は景気上昇期と下降期において大きく異なる可能性があり、本稿の全期間には景気上昇期と下降期の両期間を含むことから、プライス・コスト・マージン率の企業規模間格差が相殺されている可能性がある。この景気変動の影響を考慮するため、前節同様、各期の平均値をみてみると、大型景気の続いていた前半期においては、ほぼ、企業規模の大きいものほどそれは大きくなっており、その順位相関係数も0.967と1%レベルで有意となっている。従って、大きな需要変動がない場合、プライス・コスト・マージン率には企業規模間格差が存在し、大規模企業ほどプライス・コスト・マージン率は高いといえよう。

しかし、需要変動が激しかった後半期及びオイル・ショック期においては、プライス・コスト・マージン率の高さと企業規模の間には明瞭な格差が見いだされず、いずれの期間も順位相関係数は有意ではない。特に後半期においては各企業規模間にほとんど差異が存在しないが、最六の値を示しているものが、最小企業規模の第1グループとなっている。

需要変動が急激でなかった前半期において、プライス・コスト・マージン率の企業規模間格差が存在する原因としては、既述のように、中小企業と大企業との費用格差、これは単に大企業の工場規模の経済性からくる費用上の有利さだけでなく、大企業の経済力を利用しての原材料の値下げ強要、特に、大企業が下請中小企業より買い入れる部品等の買ったとき等による原材料仕入面での有利性と、中小企業製品にみられがちな過当競争、及び、大企業製品に比較しての中小企業製品の低価格等をあげることができる。しかし、中小企業は景気

9) データはいずれも『工業統計表』(企業編)による。

第4表 各年次順位相関係数(プライス・コスト・マージン率)

年次(昭和)	40	41	42	43	44	45	46	47	48
順位相関係数	.950	.917	.900	.867	.517	.767	.883	.967	.883
年次(昭和)	49	50	51	52	53	54	55	56	57
順位相関係数	-.933	-.733	-.433	-.150	.517	.433	-.267	-.067	.100

変動によるショックが大きく、需要減退期にはプライス・コスト・マージン率は低下するとする考えに対しては、本節での分析結果から明らかな様に、急激な需要の下落を含む両期間ともに、その様な関係は見いだされない。

なお、第3表の数値は、各期間におけるプライス・コスト・マージン率の平均値であるが、各年次における企業規模とプライス・コスト・マージン率との順位相関係数は第4表に示す通りであり、むしろ需要変動期には、プライス・コスト・マージン率は、中小規模企業の方が高いことを示しており、例えば、オイル・ショックに続く昭和49年においては、企業規模とプライス・コスト・マージン率の高さの間には-0.933と1%レベルで有意な逆相関関係すら存在している。

なお、景気後退期における中小規模企業のプライス・コスト・マージン率の高さの順位の上昇は、プライス・コスト・マージン率の平均値の上昇によるというより、大規模企業のその下降によると考えられ、オイル・ショックによる原材料の高騰は、大規模企業に大きく影響を及ぼした可能性があるといえよう。

この需要変動期におけるプライス・コスト・マージン率の企業規模間格差が見いだされなかった結果は、既述のように通常考えられている、中小企業が景気後退期に大きな影響を受けるとする見解とむしろ逆の結果を示しているといえる。ただし、第1表の各企業規模別企業数の変動で示したように、需要減少期において、本稿の中小規模企業の企業数が減少傾向を示していたことを考慮すると、本稿の結果は、不況期にも生存し続けた企業の収益性を見ていたこと

になり、景気後退のシワヨセ自体について、一般的な傾向としての結論を下すことは出来ない。

IV 企業規模別プライス・コスト・マージン率の変動

企業規模別プライス・コスト・マージン率の平均値の相違の検討を前節で行なったが、企業規模別平均値の差異の存在は、需要変動にともなう出荷額の企業規模別構成比の変動が、プライス・コスト・マージン率の総平均を変動させることを意味する。さらに、各企業規模のプライス・コスト・マージン率の変動パターン（様態）の相違は、出荷額の企業規模別構成比の変動にともなって、

第5表 企業規模別プライス・コスト・マージン率の変動

	グループ名	標準偏差	変動係数(%)	変動幅		グループ名	標準偏差	変動係数(%)	変動幅
全 期 間	1	0.760	3.356	13.938	後 半 期	1	0.695	3.032	13.731
	2	0.800	3.772	13.866		2	0.744	3.585	12.841
	3	1.109	5.202	23.835		3	0.667	3.267	12.288
	4	1.123	5.198	18.856		4	0.937	4.503	17.584
	5	1.371	6.325	23.696		5	1.142	5.613	18.851
	6	1.563	7.214	24.104		6	1.523	7.402	23.924
	7	1.278	5.741	24.608		7	1.279	6.076	21.298
	8	2.039	9.184	34.460		8	1.812	8.756	29.106
	9	1.867	7.991	36.189		9	1.977	9.021	31.324
		計	1.329	5.966		22.835		計	1.330
前 半 期	1	0.553	2.483	13.716	オ イ ル ・ シ ョ ツ ク 期	1	0.519	2.323	12.064
	2	0.577	2.652	9.610		2	0.630	2.909	8.922
	3	0.953	4.245	16.562		3	0.327	1.491	12.079
	4	0.561	2.484	11.835		4	0.516	2.304	12.766
	5	0.655	2.807	14.293		5	0.534	2.403	23.168
	6	0.535	2.322	12.972		6	1.289	5.778	22.586
	7	0.419	1.764	9.323		7	0.695	3.035	23.888
	8	0.619	2.570	19.458		8	1.461	6.206	32.034
	9	0.406	1.614	6.878		9	1.460	6.567	31.324
		計	0.257	1.083		8.557		計	0.928

総平均の変動パターンを変化させる。即ち、各年次の出荷額の構成比の変化が、各企業規模のプライス・コスト・マージン率の変動とその差異によって総平均の変動パターンに差異を生み出す。

本節においては、この企業規模別プライス・コスト・マージン率の変動パターンの相違を検討することにする。

企業規模別プライス・コスト・マージン率の変動は第5表に示した通りである：

全期間については、標準偏差の大きさは、ほぼ企業規模順にならんでおり、また、変動幅についても同様である（いずれも順位相関0.933で1%レベルで有意）。従って、長期的には、プライス・コスト・マージン率の変動の大きさは、中小規模企業の方が小さく、大規模企業に比べより安定的であるといえる。

しかし、全期間には、需要安定期と変動期を含んでおり、また、前節で示したように、前半期と後半期のプライス・コスト・マージン率が相違していることから、長期的な傾向を全期間のトレンドからの残差で判断することはできない。即ちプライス・コスト・マージン率の前・後半期の相違と同様のことが、その変動についてもみられ、大型景気の続いていた前半期においては、標準偏差、変動幅のいずれをみてもむしろ、大規模企業の方が変動は小さく、特に、最大規模企業が最小の値となっている：また、プライス・コスト・マージン率の平均値の最大の値を最大企業規模グループが取っていたことを考慮すると、急激な需要変動がない場合、大規模企業が安定した超過利潤を享受していたといえよう。しかし、需要変動が激しかった後半期においては、逆に、標準偏差・変動幅ともに最大企業規模の値が最も大きく、かつ、いずれも順位相関係数は、0.933、0.917と1%レベルで有意である。また、オイル・ショック期においても、後半期とほぼ同様の関係がみられ、その順位相関係数も標準偏差の大きさと0.783と5%レベルで、変動幅で0.950と1%レベルで有意である。従って、プライス・コスト・マージン率の変動は、需要の急激な変動が起った場合、大規模企業の方が中小規模企業より大きいといえる。

この企業規模別のプライス・コスト・マージン率の変動の差異は、価格変動分析にプライス・コスト・マージン率の変動を利用する場合、分析する産業の企業規模の構成比の差異により産業の価格（プライス・コスト・マージン率）の変動の様態が影響されることを意味し、その影響される程度は、出荷額の構成比を加重したものとなる。従って、前半期においては、大規模企業の出荷額とその変動が大きかったことを考慮すると、変動の様態は大規模企業のプライス・コスト・マージン率の変動に影響されたものとなることを意味する。ただし、各企業規模の単位費用は、企業規模によって異なる生産方法・技術条件によって決定されることより、その変動の割合は価格変動に比べより小さいと見なすことができ、前半期でのプライス・コスト・マージン率の変動は価格変動による割合が高く、プライス・コスト・マージン率の産業全体の変動と価格変動とは結びついていると考えられる。

しかし、後半期においては、出荷額の変動自体の大きさは、大規模企業の方が大きいのが、その変動の割合は、中小規模企業の方が大きく、中小規模企業に需要変動の影響が大きかったことから、プライス・コスト・マージン率の変動に出荷額の構成比の変化から来る影響が考えられ、価格変動以外に費用変動の影響が反映した値となっていた可能性が、前半期より大きいといえよう。

おわりに

価格変動の実証分析においては、通常物価指数がデータとして用いられているが、物価指数が現実の取引価格の変動を反映していないとする観点から、物価指数に代えて、プライス・コスト・マージン率の変動を用いる手法が提示された。しかし、プライス・コスト・マージン率は、市場構造によって影響される価格と、生産方法・技術条件によって相違する単位費用との乖離の程度を示す指標である。特に後者は、生産量の大きさに制約される生産設備によって決定される性格をもつことから、企業規模の相違が単位費用の相違となり、プライス・コスト・マージン率に企業規模間格差を生ぜしめる可能性が多分にある。

このことは、価格変動以外に需要変動にともなう各企業規模の出荷量の構成比の変化、及びその変動の様態が各企業規模総計のプライス・コスト・マージン率とその変動の様態に影響してくることを意味する。

日本の製造業を分析対象とした本稿の結果からみると、企業数においては中小規模企業の数が非常に多く、かつ、企業規模別構成比の変動の様態も需要変動の様態により異なり、実質出荷額の企業規模別構成比も変動している。また、プライス・コスト・マージン率の企業規模間格差は、需要変動の様態の異なりによりその様相が異なっている。即ち、需要の急激な変動がない場合、企業規模間格差は存在する。だが、需要の予期せぬ様な変動がある場合、企業規模間に明瞭な格差は見いだされない。従って、前者の場合、企業規模別出荷額の構成比の変化は、プライス・コスト・マージン率を変動させる。しかし、出荷額が最も多く、かつ変動が激しかったのは大規模企業であったことより、プライス・コスト・マージン率の変動は価格変動による割合が強いといえる。これに対し、後者の場合、中小規模企業の出荷額がかなり激しく変動していたことより、単位費用の変動が影響した可能性がある。ただし、大規模企業の出荷額の絶対額は大きく、また、そのプライス・コスト・マージン率の変動も大きかったことより、中小規模企業による変動への影響は相対的に小さくなる。

以上の製造業全体の傾向から判断して、プライス・コスト・マージン率の変動を価格変動分析に利用する場合、需要変動の様態と産業を構成する企業規模分布の差異によりプライス・コスト・マージン率の変動と価格変動との間にかんがりの差異を生ぜしめる可能性があり、個別産業分析に価格変動の代理変数としてプライス・コスト・マージン率を使用する場合、充分な考慮を必要とするといえよう。