

○ ワークショップ「マーケティング論・産業組織論」

開催責任者 ビジネス研究科 湯本祐司
経営学部 南川和充
2008年1月26, 27日
南山大学名古屋キャンパス
J棟 415室

ワークショップは「マーケティング論・産業組織論」というテーマのもと、参加者約15名で、以下のプログラムで開催された。

○ 報告者および題目

1月26日(土) 13:30-18:00

座長：倉澤資成（横浜国立大学大学院国際社会科学研究科）

報告者：王 海燕（京都大学大学院経済学研究科）

論題：インターネット時代のチャンネル管理：均衡と厚生

討論者：鳥居昭夫（横浜国立大学経営学部）

報告者：中田善啓（甲南大学経営学部）

論題：MSP (multi-sided platform)とマーケティング

討論者：Le Viet Trung（神戸大学大学院経営学研究科）

報告者：中山雄司（大阪府立大学経済学部）

論題：垂直的差別化モデルにおける価格競争と数量競争の混在

討論者：笹井均（南山大学ビジネス研究科）

1月27日(日) 9:30-12:30

座長：成生達彦（京都大学大学院経営管理研究部）

報告者：丸山雅祥（神戸大学大学院経営学研究科）

論題：The Nature of Informal Markets: Theory and Empirical Results

討論者：松村敏弘（東京大学社会科学研究所）

報告者：土居雅彦（神戸大学連携創造本部）

論題：Vertical Control についての一考察

討論者：湯本祐司（南山大学ビジネス研究科）

○ワークショップの討論内容

・王 海燕「インターネット時代のチャネル管理：均衡と厚生」

1990年代の中盤以降、情報技術の発展に伴い、インターネットの個人利用が普及し、それを媒介とした商取引が急増している。報告では、空間競争モデルを用いて、独占的生産者が、当初は店舗業者だけを通じて販売している状況からインターネット業者を販売チャネルとして導入するようになる条件、およびそのことが消費者の厚生や経済厚生に及ぼす効果について検討された。主要な結論として、消費者の店舗への移動費用が高く、かつネット業者が負担する配達費用が低い場合に、生産者はネットチャネルを導入することが示された。

・中田善啓「MSP (multi-sided platform)とマーケティング」

複数の階層（レイヤー）あるいは補完的な要素（コンポーネント）で構成される産業やシステム製品において、他の階層や要素を規定している下位構造（基盤）は「プラットフォーム」と呼ばれている。あるプラットフォームを基盤としている複数の異なるレイヤーや補完的な要素について、それらが市場で取引される際に働く相乗効果（市場の多面性）に着目した研究が進展している。報告では、こうした研究の最近の動向について紹介があり、プラットフォームをめぐる競争構造の変化、ビジネスモデルにおける含意など、様々な論点について解説があった。いくつかの概念の定義などをめぐって議論がなされた。

・中山雄司「垂直的差別化モデルにおける価格競争と数量競争の混在」

従来、垂直的製品差別化モデルを用いた企業間競争の分析では、両企業がともに価格競争を行うか、ともに数量競争を行うものであった。報告では、一方が価格、他方が数量を戦略として競争を行うという混在した場合が分析された。価格競争ゲーム、数量競争ゲーム、価格と数量の混在ゲームの各々における、均衡における価格、数量、消費者余剰、総余剰を比較することにより、混在ゲームの各均衡はおおむね、価格競争ゲームと数量競争ゲームの均衡値とのあいだの大きさの値をとることが示された。価格か数量かという戦略の決定を内生化することといった、研究の拡張に関する指摘などがなされた。

・丸山雅祥「The Nature of Informal Markets: Theory and Empirical Results」

ハノイの消費者によるベトナムの非公設市場（伝統市場）と公設市場の選択要因をプロビットモデルで分析した実証研究によって、より高所得で、生鮮品の鮮度および安全性をより重視する消費者ほど公設市場での買い物を選択することが示された。一方、非公設市場を選択する要因としては、低価格および低所得が有意となった。また、こうした非公設市場を排除するより存続させるほうが総需要量および消費者余剰が高くなることが、垂直的製品差別化競争のモデルを用いて示された。この理論モデルから導出された命題と実証分析における仮説との整合性などについて、いくつかの指摘がなされた。

・土居雅彦「Vertical Control についての一考察」

生産者による小売業者への垂直的取引制限の一つであるテリトリー制によって生産者は、自らの製品を販売する複数の小売業者間の競争を制限することになる。shipping spatial モ

デルを用いて、テリトリー制が実施されるときのほうが、されないとき（競争）よりも消費者余剰が高まることを示した Matsumura(2003)の研究がある。報告では、このモデルをベースに、小売業者がテリトリー制か競争かを決定するというステージをもつゲームを検討した。テリトリー制が実施されない状況がこのゲームの均衡となり、またそのときのほうが消費者余剰は高くなるという、逆の結果が成立することが示された。

○研究成果発表

報告者が各自、学術誌などに論文投稿・発表する。