

○ワークショップ
「マーケティング論・産業組織論・ビジネス経済学」

開催責任者 経営学部 湯本祐司
後藤剛史
南川和充

2020年1月25日

1月26日

南山大学J棟4階415会議室



ワークショップは以下のとおり、開催された。

◇研究目標

経済学的手法を用いて様々な流通現象を説明する理論モデルを構築してそのメカニズムを解明することをテーマとする。今年度も前年度から継続して、①チャネル構造、②寡占市場のマーケティング競争、③電子商取引などの流通の新動向、に関する課題に取り組むことを研究目標とする。

◇報告者および題目

1月25日(土)

座長：成生達彦（同志社大学大学院ビジネス研究科）

【研究報告】

1. 報告者：奥村暁弘（名古屋大学大学院経済学研究科附属国際経済政策研究センター研究機関研究員）

論 題：Customer Poaching in Two-Sided Markets

討論者：宇高淳郎（京都大学大学院経済学研究科教授・橘高勇太（大阪大学大学院経済学研究科）

2. 報告者：劉 鶴（名古屋大学大学院経済学研究科）
論 題：Advertising Competition : Comparison Advertising vs. Self-promotion Advertising
討論者：藤澤千栄子（甲南大学非常勤講師）・中山雄司（大阪府立大学大学院経済学研究科）
3. 報告者：潘 聡（名古屋商科大学経済学部）
論 題：Direct Distribution and Complete Foreclosure
討論者：倉澤資成（大阪学院大学特任教授）・佐藤 進（東京大学大学院経済学研究科）
4. 報告者：安達貴教（名古屋大学大学院経済学研究科）
論 題：Do Premium Payment Methods Increase Effective Retail Prices?
討論者：大木良子（法政大学経営学部）・中田善啓（甲南大学名誉教授）

1月26日（日）

座長：松村敏弘（東京大学社会科学研究所）

【研究報告】

1. 報告者：猿田冬樹（大阪大学大学院経済学研究科）
論 題：Strategic Contracting with Price-Quantity Competition
討論者：丸山雅祥（神戸大学名誉教授）・笹井 均（横浜国立大学名誉教授）
2. 報告者：大木良子（法政大学経営学部）・石原章史（東京大学社会科学研究所）
論 題：Exclusive Content with Captive Buyers
討論者：鳥居昭夫（中央大学経済学部）・善如悠介（神戸大学経営学研究科）

◇ワークショップの討論内容

研究目標に沿って得られた成果について、以下では 2 件の概要を示す。

・劉鶴報告は、自社ブランドに対する消費者の支払意思額を高めるとともにライバルブランドの支払意思額を低める「比較型」の広告と、各社が自社ブランドのみの支払意思額を高める「自己宣伝型」広告について理論的に考察した研究である。企業間の競争をつうじてどちらの広告戦略が採用されるのか、そして、その結果は社会厚生にどのような影響を与えるかを検討するために、Hotelling タイプの製品差別型複占モデルを用いて多段階ゲームにおける均衡分析を行った。まず両企業が独立に同時に広告の型を選択し、次に広告量を選択し、最後に製品の価格を設定するという 3 段階ゲームを構築してその部分ゲーム完全均衡を導出した結果、広告が（製品差別化の効果と比べて）十分に効果的であるとき、対称均衡（ともに同じ型の広告を実施する）が成立することを明らかにした。また、本研究の仮定のもとでは、両企業が自己宣伝型広告を採用する状況が社会的余剰を最大にすることを示した。

・猿田報告の概要は以下のとおりである。独占のサプライヤー企業と2つの小売業者による垂直的取引関係における「卸売型契約」と「エージェンシー型契約」の戦略的な契約選択の問題をモデル分析によって理論的に考察している。小売段階での競争は伝統的小売業者とe-小売業者を想定している。卸売型契約では出荷価格を所与として小売価格あるいは販売数量を設定し、エージェンシー型契約では小売業者が設定するロイヤルティ率を所与にして直接にサプライヤー企業が小売価格を設定する。伝統的小売業者をつうじて卸売型契約で販売（数量選択が戦略）しているもとで、サプライヤー企業がe-小売業者をつうじて卸売型かエージェンシー型のどちらの契約を選択するかの多段階ゲームを分析する。均衡ではエージェンシー型契約が選択されることが示された。さらに、2つの製品間の代替性の程度が非常に高い場合には、均衡では伝統的小売業者に対する出荷価格を下回る小売価格でe-小売業者が販売するようになる「不公正」が発生することを明らかにした。また、こうした水準の出荷価格設定を禁ずる規制やエージェンシー型契約を禁止する規制が経済厚生に及ぼす効果についても検討している。

◇研究成果発表

Zennyo Yusuke, “Strategic Contracting and Supplier Encroachment Through an E-commerce Platform”, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3488243>, November 11, 2019.

Kittaka Yuta, “Multiproduct Firms, Consumer Search, and Demand Heterogeneity”, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3140231>, October 28, 2019.

Adachi Takanori and Tremblay Mark, “Do Premium Payment Methods Increase Effective Retail Prices?”, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3450855>, September 11, 2019.

※出席者の所属先・職名は、ワークショップ開催当時のものです。