

○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

2024年3月4日・5日

ハイブリッド開催（南山大学J棟J55教室）



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、寡占市場のマーケティング競争など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

3月4日（月）

座長：成生達彦（同志社大学大学院ビジネス研究科客員教授）

報告者：平尾盛史（追手門学院大学経営学部専任講師）

論題：A P2P Product Rental Market with Individual Uncertainty

報告者：生田祐介（大阪産業大学経営学部准教授）

論題：Investment and Privacy Disclosure in Personalization

報告者：松村敏弘（東京大学社会科学研究所教授）

論題：The Optimal Fuel and Emission Tax Combination for Life-cycle Emissions under Imperfect Competition

3月5日（火）

座 長：鳥居昭夫（横浜国立大学名誉教授）

報告者：相浦洋志（南山大学経済学部准教授）

論 題：Regulated Price Regionally and Firms' Location Choice: Evidence from
Japanese Public Long-term Care Insurance Scheme

報告者：丹野忠晋（拓殖大学政経学部教授）

論 題：ジェネリック医薬品の安定供給と調達戦略—アンケートデータを用いた分析—

◇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。

・平尾報告は、消費者の製品使用効用に不確実性があり購入にミスマッチリスクが存在するとき、P2P 製品レンタル市場（※製品の所有者が自分の使用していないときにプラットフォームを通じて他者に貸し出す Peer-to-Peer 製品レンタル市場）が消費者行動や企業戦略にどのような影響をあたえるかをモデル分析した研究である。モデルでは独占企業が 2 財の代替財を 2 期間生産・販売する。各消費者はどちらか一方の財の使用効用が高く、第 1 期首にそのシグナルを受け取るが、正確には使ってみるまでわからない。また、財の使用評価の低い者から高い者まで一様に分布している。P2P 製品レンタル市場は完全競争の仮定がおかれる。主な分析結果は以下の通りである。(1) 2 期間均一価格のもとでは、使用評価の低い消費者が製品の所有者となり（※もし使用効用に不確実性が無い場合には使用評価が高い消費者が所有者となる）、使用評価の高い消費者が借り手となる。これは使用評価の高い消費者のほうが購入ミスをしたときの不効用が大きくなるからである。また自分で使用せずレンタルのみの所有者（prosumer）が現れる。企業の観点では、使用効用に不確実性があるときのみ、P2P 製品レンタル市場が企業の利益を高めることが示される。(2) 期間による価格差別が可能な場合には、第 1 期に不確実性を解消するためにレンタルで試用したうえで第 2 期に購入する（try before you buy）消費者がさらに現れる（かれらは使用評価の非常に高いタイプの消費者である）。企業の観点では、均一価格よりも価格差別できる方が利潤を高められる。このように、消費者の使用効用の不確実性の存在が、P2P 製品レンタル市場を通じて多様な消費者行動を発生させることが示される。参加者からは、P2P 製品レンタル市場に関する完全競争の仮定、寡占、中古品市場の導入などについてのコメントがされた。

・生田報告は、製品・サービスのパーソナライゼーションの性能を改善する AI 関連技術への企業の投資インセンティブおよび社会厚生に関して、複占ホテリングモデルを用いて考察した研究である。モデルでは、線分区間 $[0,1]$ 上に消費者が一様に分布し、テック企業は地

点0、伝統企業は地点1に位置する。伝統企業は単一価格で同一財を提供する。一方、テック企業は各消費者の好みに合わせた財を個別価格で提供する。テック企業はAI投資と消費者から提供される個人データの関数であるAI技術によって製品仕様を消費者好みに高めることができるがそれはホテリングモデルの移動単位コストの削減でモデル化される。またAI技術においてAI投資と個人データが補完的であると仮定される。消費者はデータ提供によってより自分好みの財を手に入れることができるが、提供に伴い、プライバシーコストがかかるとモデル化される。主な分析結果は以下の通りである。(1)投資の私的インセンティブはない。これは投資が激しい価格競争を引き起こし、テック企業自身の利潤が低下するからである。(2)AI技術の補完性の強度が、関連するコストパラメーターよりもある程度大きければ、AI投資は社会的余剰を増加させる。これらの分析結果から、日本を含む各国での「AI・デジタル関連補助金」には意義がありうるという政策的含意が導かれる。参加者からは、テック企業の位置を最初から固定せずに内生化するものの可能性の検討、ホテリング以外のモデル化の可能性の検討、投資のインセンティブがないという結果についての消費者のデータ提供もしくはデータと投資の補完性の必要性などについてコメントがされた。

◇研究成果発表

Yi Liu, Toshihiro, Toshihiro Matsumura, Chenheng Zeng, “The relationship between privatization and corporate taxation policies”, *Journal of Economics*, Vol. 133(1), pp. 85-101, June 2021.

Tomoki Matsumoto, Tomohito Kamai, Yuichiro Kanazawa, “Examining bargaining power in the distribution channel under possible price path-through behaviors of retailers”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 76, Article 102239, January 2024.

※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。