

参入・退出をともなう動学的フランチャイズ市場 と再販売価格維持

楠田 康之*

再販売価格維持 (resale price maintenance; RPM) が持つ長期的な影響を分析するために, Perry and Besanko (1991) の 2 段階に製品差別化された流通モデルの動学化を試みる. フランチャイザーがロイヤルティのみを加盟する小売店に課すフランチャイズ市場の分析に Pakes, Ostrovsky, and Berry (2007) の参入・退出をともなう動学モデルを適用し, 数値計算によってマルコフ均衡解を求める. さらに, モンテカルロシミュレーションにより, 状態が発生する確率分布を再現し, 消費者の厚生を評価する. それにより, RPM は上限 RPM, 下限 RPM を問わず, 小売店の参入を増やし, それにより消費者の厚生を高める可能性が大きいという結果が得られた. また, 下限 RPM の場合, フランチャイザーは高いロイヤルティを, 上限 RPM の場合, 低いロイヤルティを課すことがわかった. この結果は, 従来から示唆されてきた RPM が小売店の利潤を調整することで参入をうながす効果をもち, それは消費者の利益にもなりうるという仮説を支持するものである.

*日本福祉大学経済学部 E-mail: kusuda@n-fukushi.ac.jp
URL: <http://mihama-w3.n-fukushi.ac.jp/ins/kusuda/>