

カニバリゼーションの経済学

-各企業が垂直的に差別化された2財を生産する複占-

関西学院大学大学院 経済学研究科 北村 亮真

複数財を扱う企業のことを Multi Product Firm(MPF) と言い、MPF を分析している先行研究については Judd(1985) や Tabuchi(2012) が挙げられる。例えば Judd(1985) では、2財の MPF の複占における参入・退出ゲームを分析しており、また、Tabuchi(2012) は水平的差別化 (Hotelling model の拡張) が行われている寡占 MPF の市場の理論的分析を行っている。しかし、先行研究において、垂直的差別化された MPF 市場の理論的分析は未だ行われていない。よって、本研究では、垂直的差別化が行われている MPF 市場のモデルの構築を行う。具体的には、Kats and Shapiro(1985) で利用されている需要の仮定と、2企業が市場に存在する仮定を設けることで、各財の需要関数が導出でき、目的的分析を進めることができる。ここで考えている企業間の競争は同時手番クールノー競争である。

また、現実の世界において、この MPF 市場ではカニバリゼーションと呼ばれる現象が発生することがある。カニバリゼーションとは、企業が、類似財か、あるいは競争的な財を同じ市場に導入することによって、自社の他の財の生産量が減少することを言う。いわゆる「共食い」の状況である。本研究においても、このカニバリゼーションが起こり得るケースを理論的に証明することができ、この点についても大きな貢献の1つである。

さらに、企業間の競争ゲームのみならず、社会厚生観点からの分析も行った。結果としては、企業の決める均衡生産量は、社会的に最適な生産量と比べると過少供給であるという通常のクールノーゲームに忠実な結果を導出することができ、その解釈についても本報告で述べる。

課題としては、垂直的に差別化された2財複占モデルの基礎となるモデルであるので、このモデルの様々な応用が考えられる。拡張の方向についても今後検討し、順次行う予定である。