

Title	Product Differentiation, Profits, and Vertical Relations
Author(s)	猪俣, 賢太郎
Citation	大阪大学, 2019, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/72197
rights	
Note	やむを得ない事由があると学位審査研究科が承認したため、全文に代えてその内容の要約を公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、 〈a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed"〉 大阪大学の博士論文について 〈/a〉 をご参照ください。

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

論文内容の要旨

氏 名 (猪俣賢太郎)	
論文題名	Product Differentiation, Profits, and Vertical Relations (製品差別化, 利潤, 垂直関係)
論文内容の要旨	
<p>本論文は、3つの章で構成される。各章はいずれも、差別化複占において、製品差別化の程度が低下し、企業間の財が同質化するにしたがい、少なくともいずれか一方の企業の利潤が増加する可能性があることを示している。こうした結果は、製品差別化が利潤増を生むという基本的な命題を覆すものであるが、近時いくつかの論文で発表されている。本論文では、既存研究では十分に議論がなされて来なかった場面を想定し、各々についての極めて重要な結果を示している。各章の詳細は以下のようになる。</p> <p>第1章は、競争が新たな差別化財創出のインセンティブとなり得るかについて検討している。これを行うため、差別化複占と独占とを比較するモデルを組み、競争下の企業が財を創出するインセンティブと独占企業が財を創出するインセンティブを比較し、前者の方が強くなるための条件を示している。また、そうした条件の下では、当該企業はライバル企業の財との同質化により利潤を増加させることも示している。</p> <p>第2章では、産業組織論の教科書で扱われる「製品差別化原理」（製品差別化により各企業の利潤が上昇すること）は、複数の中間財の調達問題を考慮に入れると、必ずしも成り立たないことを示した。即ち、競争関係にある2社の製品差別化の程度が低下することにより、2社ともに利潤が上昇する可能性が存在することを示している。また、小売市場が価格競争の場合、卸売企業と小売企業の契約は、二部料金よりも線形料金の方が、消費者余剰及び総余剰が高くなる可能性も示している。この結果は、伝統的な垂直取引の議論における結論とは逆行するものである。</p> <p>第3章では、第2章の分析を拡張し、①上流市場における水平統合と、②垂直合併がもたらす競争激化への効果を検討している。①では、下流企業の利潤を単調に減少させる反面、競争の激化により上流企業は利潤を増加させる可能性があるという反直観的な結果が得られた。②では、下流競争の激化は効率企業の利潤を単調に減少させ、反面非効率企業の利潤を増加させる可能性が示された。これは、Zanchettin (2006) の結果と対照的である。</p>	

論文審査の結果の要旨及び担当者

氏 名 (猪俣賢太郎)			
	(職)	氏 名	
論文審査担当者	主 査	教授	石黒真吾
	副 査	教授	石田潤一郎
	副 査	教授	松島法明
論文審査の結果の要旨			
[論文内容の要旨]			
<p>本論文は、差別化寡占市場に関する理論研究をまとめた3つの章で構成されている。各章はいずれも、差別化複占市場において、製品差別化の程度が低下して企業間の財が同質化する効果が企業利潤に及ぼす影響について理論的に考察している。既存研究とは異なる文脈において、差別化の程度が低下すると少なくともある企業の利潤が増加する可能性があることが示された。各章の詳細は以下ようになる。</p> <p>第1章は、競争が新たな差別化財創出のインセンティブとなり得るかについて検討している。この分析を行うため、差別化複占と独占とを比較するモデルを組み、競争下の企業が財を創出するインセンティブと独占企業が財を創出するインセンティブを比較し、前者のインセンティブがより強くなるための条件を示している。また、それらの条件下では、当該企業はライバル企業の財との同質化により利潤を増加させることも示している。</p> <p>第2章では、産業組織論の教科書で扱われる「製品差別化原理」（製品差別化により各企業の利潤が上昇すること）は、複数の中間財の調達問題を考慮に入れると、必ずしも成り立たないことを示している。すなわち、競争関係にある二社の製品差別化の程度が低下することにより、2社ともに利潤が増加する可能性が存在することが示された。また、小売市場が価格競争の場合には、卸売企業と小売企業の契約が二部料金よりも線形料金の方が、消費者余剰及び総余剰を高くする可能性も示している。この結果は、伝統的な垂直取引の議論における結論とは異なるものと解釈できる。</p> <p>第3章では、第2章の分析を拡張し、上流市場における水平統合あるいは垂直合併がもたらす競争激化への効果を検討している。水平統合の場合では、下流企業の利潤が単調に減少する反面、競争の激化により上流企業は利潤を増加させる可能性があるという反直観的な結果が得られた。垂直合併の場合では、既存研究の結果とは対照的に、下流競争の激化は効率的な企業の利潤を単調に減少させ、その反面、非効率的な企業の利潤を増加させる可能性が示された。</p>			
[審査結果の要旨]			
<p>本論文では、差別化市場における企業間競争という一貫したテーマに基づき、競合する製品間の代替性の程度が企業競争、企業利潤および社会厚生に及ぼす影響について理論的に考察している。既存の一般的な理解とは異なる反直感的な理論結果の導出を行い、企業間競争の程度は利潤や社会厚生と必ずしも自明でない関係にあることが明らかになるなど、興味深い内容を含んでいる。分析水準および論文のオリジナリティの見地から博士（経済学）として十分に高い価値があると判断できる。</p>			