

Title	Essays on Competition Policy in Vertically Related Markets
Author(s)	猿田, 冬樹
Citation	大阪大学, 2022, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/87755
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 (猿 田 冬 樹)	
論文題名	Essays on Competition Policy in Vertically Related Markets (垂直的関連市場における競争政策に関する研究)
論文内容の要旨	
<p>本論文では、垂直的関連市場における企業の様々な競争戦略が市場成果や厚生に与える影響を明らかにするために、数理モデルを用いて理論的な分析を行っている。本論文は5つの章から構成される。まず第1章では、近年の技術進歩とともに生じた企業間取引における変化と、本論文の問題意識を示すとともに、関連研究のレビューを行っている。</p> <p>第2章では、携帯通信産業におけるゼロレーティング (ZR) という慣行に焦点を当てている。ZRとは、月間の通信量に上限がある通信プランにおいて、特定のコンテンツの利用にかかる通信は、月間の通信量の計算に含めないという、インターネットサービスプロバイダ (ISP) とコンテンツプロバイダ (CP) の取り決めによって消費者に提供されるオプションのことである。ISPはZRを実施すると、CPからその見返りを受け取ることができる一方で、通信量の増大にともなう費用の増加を被るというトレードオフに直面している。ISPとCP間の垂直統合の有無が、ISPのZRに関する意思決定と、社会余剰に与える影響を明らかにした。</p> <p>第3章では、自社の製品を物理的な製品と電子的な製品の2通りの形態で販売している生産業者の、価格に関する自己規制について分析を行った。具体的に、生産業者は、電子的な製品はオンラインプラットフォームと代理店契約を結んで、物理的な製品は伝統的な小売店と卸売契約を結んで流通させている。この流通に関する契約形態の違いと、製品特性の違いが、伝統的な小売店を保護する名目で「伝統的な小売店向けの卸売価格を、オンラインプラットフォーム上の小売価格より安くする」という生産業者の自己規制として現れる可能性がある。本研究ではそのような自己規制は伝統的な小売業者や、生産業者の利潤を低下させうることを明らかにした。</p> <p>第4章では、2つのプラットフォームが、複数のプラットフォームに参加 (マルチホーミング) できる売り手と買い手を巡って価格競争を行っている状況を扱っている。その中で2つのプラットフォームのうちの1つが、売り手と排他契約を結ぶことができる時、それが各プラットフォームの利潤や、余剰に対してどのように影響を与えるのかを分析した。買い手側から見込まれる収入が大きければ、プラットフォームは全ての売り手と排他契約を交わし、それは総余剰を改善しうることを明らかにしている。</p> <p>第5章では、導出された結果と今後の課題についてまとめを行っている。</p>	

論文審査の結果の要旨及び担当者

氏 名 (猿 田 冬 樹)			
	(職)	氏 名	
論文審査担当者	主 査	教授	松島 法明
	副 査	教授	石黒 真吾
	副 査	教授	石田 潤一郎

論文審査の結果の要旨

〔論文内容の要旨〕 本論文における主要な章は第2章から第4章であり、各章で広義の垂直取引関係について理論分析している。

第2章は、消費者がコンテンツ事業者2社のコンテンツに接続するために独占のインターネット接続業者を利用する状況を設定し、接続業者がコンテンツ事業者2社のうち1社と垂直統合することで生じる市場環境の変化を分析している。特に、接続業者が特定のコンテンツ事業者に関わる通信について消費者に課金しない、いわゆるゼロレーティングの選択と社会厚生への影響に注目している。基本設定では、接続業者の通信費が低い場合に共通ゼロレーティングを設定し、通信費が高い場合に消費者側の利用量を制限するためゼロレーティングを設定しない。垂直統合の場合、1点異なる結果が得られ、通信費が非常に高い場合には垂直統合していない独立のコンテンツ事業者にゼロレーティングを設定する。また、垂直統合により社会厚生は改善される傾向にある。

第3章は、書籍や動画などの著作物を扱う市場を設定して、独占の著作物供給者が、物的製品を扱う従来型小売店と電子製品を扱うオンライン小売店を利用して著作物を供給する状況を分析している。著作物供給者とオンライン小売店の契約では、著作物供給者が小売価格を設定する代わりに収入に一定料率を乗じたものをオンライン小売店に対して手数料として支払う代理店契約を採用しているため二重限界性の問題は存在しない。対して、従来型小売店との契約では、従来型の線形契約を採用しているため二重限界性の問題が存在する。二重限界性に起因する小売店格差を考慮して、オンライン小売店上で設定する小売価格が従来型小売店に対する卸売価格を下回らないことを約束することの効果を検討している。約束がない場合は均衡でオンライン小売店上の小売価格が従来型小売店の卸売価格を下回る可能性があることを示した上で、約束の効果を分析した。直観に反して、約束により従来型小売店の卸売価格は上昇し、オンライン小売店上の小売価格も上昇することで、社会厚生が悪化する。また、約束により従来型小売店の収益が悪化しやすく、オンライン小売店の収益は改善し、著作物供給者の収益は改善しやすい。

第4章は、生産者と消費者の取引を仲介する業者（プラットフォーム事業者）が2社存在する両面市場を設定し、仲介業者1社が生産者の一部を囲い込むための排他条件付取引契約（以下、排他契約）を提示する状況を分析している。最初に、仲介業者が各生産者に対して仲介手数料を無料にする代わりに競合する仲介業者を利用しないことを約束する契約（排他契約）を提示し、各生産者は受け入れるか否か判断する。その後、排他契約を受け入れていない生産者向けの価格を各仲介業者が設定し、最後に、消費者向けの価格を各仲介業者が設定する。なお、排他契約を受け入れていない場合、各生産者と各消費者は、潜在的には両方の仲介業者を利用できる点に特徴がある。分析の結果、全ての生産者を取り込む排他契約が成立する可能性があるとともに、これにより社会厚生が改善するのは、各消費者が仲介業者を利用することで得られる便益が大きい時であり、そうではない場合は社会厚生が悪化する。排他契約が成立する可能性を示している点は、シカゴ学派が指摘した「排他契約成立には誘因整合条件が満たされる必要があるため、実現は容易ではない」ことを踏まえると、排他契約の文脈で十分に価値がある結果である。

〔審査結果の要旨〕 広い意味で垂直取引関係について理論分析している良質な論文である。主要な章では、重要度の高い問題設定の下で興味深い結果を導出しており、国際学術誌に掲載可能な水準にある。特に、第4章は両面市場において排他条件付取引契約が実現する可能性を示すとともに、その社会厚生上の帰結も明らかにしており、学術のみならず競争政策上の価値も高い。よって、この学位申請論文は博士（経済学）の価値があると判断した。