

企業間の空間的競争の研究

～市場競争において場所を選ぶということについて～

国際商経学部

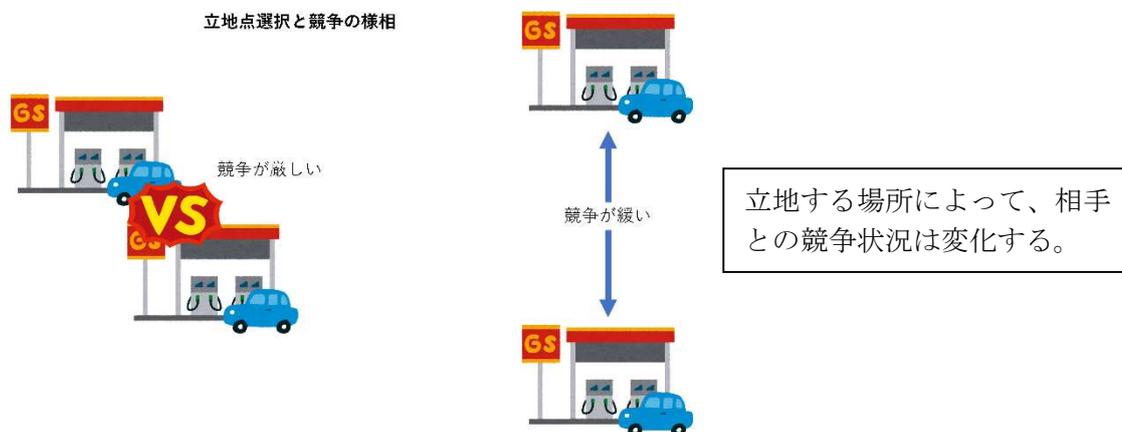
なかがわ くにのり
○教授 中川 訓範

キーワード

立地選択, 価格競争, 超過利潤

研究概要

伝統的な市場競争のモデルにおいては、企業が自身の立地点を選ぶということが想定されていなかった。しかしながら、現実においては、企業は自分自身の立地点を選択することで、市場からの競争圧力を幾分か緩和したりすることができる。例えば、ガソリンスタンド間の価格競争を考える。隣り合う2軒のガソリンスタンドの場合、ほぼ同じ価格でほぼ同一のガソリンが販売されることが多い。これは、競争の圧力が存在するためである。一方で全く近隣にライバル店の存在しないガソリンスタンドの場合、ガソリンの価格付けは比較的自由度が高くなる。このように、企業は立地点を選ぶことで競争環境をある程度自力で変化させることができる。一方で、このような立地選択は、競争相手の行動にも依存している。ライバルがわざわざ隣り合う場所を選択する場合もある。本研究は、このような競争環境で価格競争がどのような帰結を得るのかを研究している。



アピールポイント

本研究は、経済学的には、寡占市場とよばれる不完全競争市場における価格均衡に関する理論研究の文脈に位置する。この研究の文脈は20世紀の前半まで遡ることができる伝統的な研究課題であるが、現代において、その有用性は増しつつある。例えば、今日では、GAFAMなどが活動するプラットフォーム経済における寡占の問題などの理論分析に応用されている。実務面においては寡占市場の規制という課題につながっている。我が国に於いても、公正取引委員会が、これらの理論分析を背景にした規制の研究を応用した行政を行なっている。