

流通機構における小売市場の Bowley leader-leader 均衡

東北学院大学

若生 徹

論文要録

近年の寡占理論においては、Stackelberg の言う Bowley 的複占には、一般に均衡が存在しないと考えられている。しかし、「市場闘争の再発と破滅的競争」状態を招かない leader-leader 均衡の研究は、未だ十分な段階に至ったとは言い難い。

本稿は、1 生産者/卸売業者と 2 小売業者から成る流通機構モデルを構築し、川上の生産者が、Cournot, Stackelberg および Bowley 複占のうちから適切な小売方式を選択し、川下の小売業者が、その方式に応じて、対称あるいは非対称複占者の役を演じ分ける状況を考察する。すなわち、地位闘争を繰り返さない leader-leader 均衡の研究を推し進めるために、小売業者が、通常 Cournot 複占者と呼ばれている Cournot follower, Stackelberg follower (or leader)あるいは Bowley 複占下の leader である Bowley leader の何れの役を演じるべきかを選択し得るケースに分析を拡張する。

現在、我が国の冷凍食品やビール等の小売業界においては、果てしない廉売合戦が繰り返されている。すなわち、皆がリーダーシップを握ろうとし、いったい誰がリーダーシップを取っているのか、およそ見当がつかない。見方を変えれば、誰も follower の地位に甘んじようとはしていないとも言えよう。この Bowley 的複占と称される状況下では、小売マージンが極端に小さくなる恐れがあり、生産者はマージン補填のために、しばしばリベートを支給する

冷凍食品業界やビール業界における廉売合戦は、仕入れ価格を下回る小売価格で商品を販売する事例があるという意味では、一見不当廉売に当たる恐れがある。しかし、この安売りは、競合企業の活動を阻害したり、需要を略奪したりするものではない。この意味では、公正な取引の範囲内にあると言えよう。しかし、廉売が公正であるには、更に、それが需要を十分に喚起し、製販の利潤(channel profit)を増加させる必要がある。というのは、もしこの条件が満たされれば、利潤増加分を原資とした定額移転リベートを、小売マージンの補填に充てたととしても、生産者は十分に採算が取れるからである。

本稿が明らかにするように、独占卸売市場と Bowley 複占小売市場から成る流通機構下で、最終市場の需要は最大となる。このとき、生産者は、Bowley 複占方式を維持しながら、Bowley leader 役を務める対称的複占小売業者に、達成可能な最大利潤である Stackelberg 複占小売市場下の leader 利潤を保証できる。しかも、生産者の最大利潤も、この Bowley 複占化された小売市場を川下とする流通機構下で達成される。また、小売価格(社会的余剰)は、この流通機構下で最低(最大)となから、独占卸売市場と Bowley 複占小売市場から形成される流通機構は、売手、買手、世間の三方に恩恵をもたらすものである。

Vertically Related Industries Yielding Bowley Leader-Leader Equilibrium in the Downstream Market

Tohru Wako

Tohoku Gakuin University

Abstract

In quantity-setting simple duopolies over a homogeneous product, if both retailers try to be leaders, their hypothesis that the rival firm would passively remain on its reaction function is incorrect, so there is no equilibrium so long as both seek to lead.

To make sure if this can be true of more general settings, we consider two vertically related but decentralized markets in upstream and downstream stages of distribution under conditions of intra-brand competition. In our case, upstream producer is a monopolist and downstream retailers are quantity-setting duopolists in their respective markets; but in the wholesale market the upstream seller is the leader over the downstream buyers.

We show a type of equilibrium that emerges in the retail market, in which the upstream producer selects modes of duopolies and downstream retailers select their roles as a leader or a follower of the markets. The upshot is that there is an equilibrium under which the producer selects the mode of Bowley duopoly first and both of the retailers select their roles as a leader in turn with an optimal rebate payment offered by the producer.