

# インターネット市場における価格のばらつきに関する理論のまとめ

The Summary about the Theory concerning the Price Dispersion in the Internet Market

山田 尚史\*

目次

1. 本文
2. 参考文献

## 1. 本文

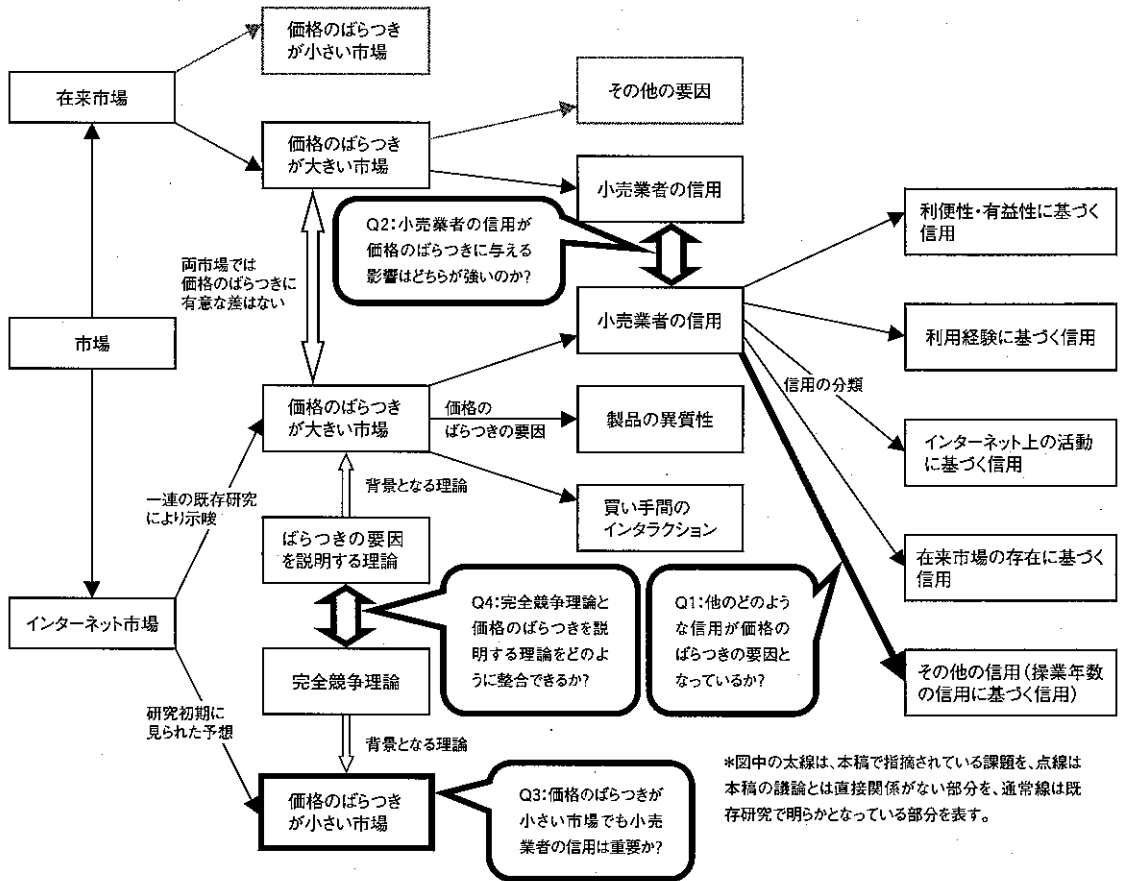


図1 インターネット市場における価格のばらつきに関する理論のまとめ

図1は、インターネット市場における価格のばらつきに関する理論のまとめを示している。この図が示すとおり、インターネット市場における小売業者の信用と価格のばらつきに関する議論は、研究が盛んに行われた結果、ある程度、その理解がすすんだことがわかる。それにも関わらず、明らかにされるべき重要な研究課題が幾つか存在していることもわかる。

第1の課題は、既存研究で議論されていない信用がインターネット市場において価格のばらつきの要因となっているのかについての検証である。この研究が行われることによって、どのような小売業者の信用が価格のばらつきに影響を与えているのかについてが一層理解されると思われる。

\*YAMADA, Hisashi [情報システム学科]

第2の課題は、インターネット市場における小売業者の信用が価格のばらつきに与える影響は、在来市場における影響よりも強いのかについての検証である。この検証によって、インターネット市場における小売業者の信用が価格のばらつきに与える影響の強弱を、相対的な意味で議論することが可能になる。

第3の課題は、インターネット市場における価格のばらつきが小さい市場についての理解である。既存研究は、主にインターネット市場が不完全な市場であることを指摘するものがほとんどであるように思われる。その結果、完全競争に近い市場についての我々の理解はほとんどすすんでいない。特に、価格のばらつきが大きい市場についての研究では、小売業者の信用の重要性を強調するものが多かった点を考慮すると、価格のばらつきが小さい市場についてもその信用の重要性について検討を行うことは、我々の価格のばらつきの要因に関する理解を一層前進させると思われる。

第4の課題は、経済学の完全競争理論を他の価格のばらつきの要因を説明する理論とどのように整合させるかについてである。これまでの既存研究の努力は、主に、インターネット市場が完全競争からはほど遠い状態にあることと完全競争状態に到達できない要因を説明することに向けられてきたように思われる。その結果、完全競争理論の問題点ばかりが指摘され、同理論が現実の現象の一部を説明している点については、ほとんど関心が払われなくなってしまったように思われる。しかし、完全競争理論と価格のばらつきを説明する理論は、双方ともに限界を持ちつつも、インターネット市場の現実の現象を部分的に説明しているので、どちらも重要な理論であるように思われる。この点を我々が再認識する上で、双方の理論が説明力を持つ限界について議論を行うことは、重要な意義があると思われる。

このように、インターネット市場における価格のばらつきと小売業者の信用の関係についての議論は、多くの研究が行われてきたものの、明らかにされていない重要な課題が存在しているので、その解明に努めることが期待されている。

## 2. 参考文献

- Aaker, D. A., [1991], *Managing Brand Equity*, The Free Press (陶山計介他訳『ブランド・エクイティ戦略』ダイヤモンド社, 1994年).
- Aaker, D. A., [1996], *Building Strong Brands*, The Free Press (陶山計介他訳『ブランド優位の戦略—顧客を創造するBIの開発と実践』ダイヤモンド社, 1997年).
- Akerlof, A. A., [1970], "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism," *Quarterly Journal of Economics*, 84: 488-500.
- Bailey, J. P., [1998], "Electronic Commerce: Prices and Consumer Issues for Three Products: Books, Compact Disks, and Software," *Organization for Economic Cooperation and Development OCDE/GD (98)4*: .
- Barney, J. B., [2002], *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, 2nd ed., Prentice-Hall (岡田正大訳『企業戦略論—競争優位の構築と持続』ダイヤモンド社, 2003年).
- Baye, M. R., Morgan, J. and Scholten, P., [2004], "Price Dispersion in the Small and in the Large: Evidence from an Internet Price Comparison Site," *The Journal of Industrial Economics*, 52: 463-496.
- Brynjolfsson, E. and Smith, M., [2000], "Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers," *Management Science*, 46: 563-585.
- Calder, B. J., and Reegan, S. J., "Brand Design," in Iacobucci, D., [2001], *Kellogg on Marketing, Tool*, John Wiley and Sons (奥村昭博他監訳『マーケティング戦略論』ダイヤモンド社, 2001年).
- Clemons, E. K., Hann, I. and Hitt, L. M., [2002], "Price Dispersion and Differentiation in Online Travel: An Empirical Investigation," *Management Science*, 48: 534-549.
- Dierickx, I. and Cool, K., [1989], "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage," *Management Science*, 35: 1504-1511.
- 財団法人インターネット協会監修 [2005]『インターネット白書2005』インプレスコミュニケーションズ.
- 国領二郎 [1999]『ネットオークションにおける顧客間インタラクションと価格形成』1999年経営情報学会秋季

研究発表大会.

- Kuttler, R., [1998], "The Net: A Market Too Perfect for Profits," *Business Week*, May 11: 20.
- Lee, H. G., [1997], "Do Electronic Marketplaces Lower the Price of Goods?" *Communications of the ACM* 41(1): 73-80.
- 根来龍之「eビジネスの特徴と戦略」(官川公男編著『経営情報システム 第3版』中央経済社, 2004年).
- 小田切宏之 [2000]『企業経済学』東洋経済新報社.
- Pan, X., Shankar, V. and Ratchford, B. T., [2002] "Price Competition between Pure Play versus Bricks-and-clicks E-tailers: Analytical Model and Empirical Analysis," *The Economics of the Internet and E-Commerce*, 11: 29-61.
- Salop, S. and Stiglitz, J. E., [1977] "Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion," *The Review of Economic Studies*, 44: 493-510.
- Scholten, P. and Smith, S. A., [2002], "Price Dispersion Then and Now: Evidence from Retail and E-tail Markets," *The Economics of the Internet and E-Commerce*, 11: 63-88.
- Shapiro, C. and Varian, H. R., [1998], *Information Rules*, Harvard Business School Press (千本俤生監訳『ネットワーク経済の法則』IDGジャパン, 1999年).
- Smith, M. D., Bailey, J. and Brynjolfsson, E., "Understanding Digital Markets: Review and Assessment," in Brynjolfsson, E. and Kahin, B., [2000], *Understanding the Digital Economy: Data, Tools and Research*, The MIT Press (室田泰弘他訳『デジタル・エコノミーを制する知恵』東洋経済新報社, 2002年).
- Stigler, G. J., [1961], "The Economics of Information" *The Journal of Political Economy*, 69: 213-225.
- Stiglitz, J. E., [1997], *Economics* 2nd Ed., Norton and Company (藪下史郎他訳『ミクロ経済学 第2版』東洋経済新報社 2000年).
- 丹野忠晋「規制緩和と競争政策」(武隈慎一編著『入門ミクロ経済学』ダイヤモンド社 2005年).
- Turban, E., Lee, L., King, D. and Chung, H. M., [2000], *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Prentice-Hall (阿保栄司他訳『eコマース—電子商取引のすべて』ピアソン・エデュケーション 2000年).
- Wiseman, A. E., [2001], *The Internet Economy: Access, Taxes, and Market Structure*, The Brookings Institution (大村達弥他訳『インターネット・エコノミー』日本評論社, 2002年).
- Whinston, A. B., Stahl, D. O. and Choi, S., 1997, *The Economics of Electronic Commerce: The Essential Economics of Doing Business in the Electronic Marketplace*, Macmillan Technical Press (香内力訳『電子商取引の経済学』ピアソン・エデュケーション 2000年).