

論文審査の結果の要旨

論文題名

価格競争の発生・収束メカニズム

論文審査の要旨

(1) 本論文の問題意識と目的

市場において価格競争は恒常的に生じる。この価格は重要なマーケティングミックス手段の1つなので、企業努力によるコスト圧縮など利益を圧迫しない限りは、ライバルとの競争手段として有効である。また、製品・サービスの価格水準が低下していくことは、社会的にも好ましい。一方、買い手ニーズへの対応とは無関係に売り手間で値下げが繰り返され、価格水準が「大きな幅と急激な速さ」で低下していく状況は、価格競争に対して価格戦争と呼ばれる。価格戦争は、多くの売り手にとっては消耗戦の傾向が強くデメリットの方が大きい。価格戦争は売り手にとってプラスの側面もあるが、極端な値下げの応酬から利益を享受できる売り手は一部に限られる。また、価格競争は行き過ぎた場合、社会的にも好ましい結果は生まないようだ。

本論文は、価格戦争の発生から収束までのプロセスを明らかにし、売り手視点から価格戦争の回避について検討を目的としている。研究方法は、主として仮説検証型実証分析である。価格戦争に関する既存研究は、その発生リスクを高める市場環境を主テーマとしてきた。一連の研究は、価格戦争の警戒情報を提供するという点では有益であるが、売り手にとってコントロールが難しい議論である。学術的観点から言えば、検討範囲は比較的限定されてきた。本論文がそのメカニズムに焦点を当ており、価格戦争回避のために売り手にとってコントロール可能な要素を探ろうとする。価格戦争の発生頻度に関して、海外と比較で日本は多いとされ、それをいかに回避するかという問題は、特に国内では重要課題である。その点において、本論文は実務的にも十分に意義がある。

(2) 本論文の構成

本論文は7章とAppendixから構成されている。

第1章では、問題意識・研究の視点・研究の目的を述べて、研究のフレームワークを提示し、論文の構成を説明。

第2章では、先行研究の成果を整理して、価格競争と価格戦争の違いと、価格戦争の発生の背景について検討。

第3章では、価格戦争がどのような影響と結果を売り手にもたらすのかを検討。方法は、価格戦争に関する実態調査と、実験に基づく実証分析から検討。さらに、それらを踏まえて価格戦争から利益を享受することが出来る売り手の条件を論じている。

第4章では、価格戦争の発生リスクを高める先行要因として、意思決定者の合理的判断を歪

めてしまうヒューマンバイアスといった内的要素を整理して、買い手と売り手の価格に対する意識差について、2種類の実証分析を基に検討。

第5章では、価格戦争の発端に焦点を当て、既存研究を踏まえて、攻撃的な値下げ反応を促す要素を示している。そして「値下げ反応の強さ・速さ」を規定する要因とその構造について検討。実証分析を実施。

第6章では、価格戦争の収束に焦点を当てている。まず価格戦争の収束構造を論じて、価格戦争の泥沼化を回避し収束に導く方法について検討。実験に基づく実証分析を実施。

結章となる第7章では、本研究の成果を整理し、研究成果を踏まえた上で、発生した価格戦争への対応、価格戦争を未然に防ぐための対応、価格戦争の長期化への対応についてまとめ、本論文の限界と課題に触れ、今後の研究の方向性を提示。

Appendix では、本文において触れている国内外の9つの価格戦争の発生例に関し、その詳細を紹介。

(3) 本論文の貢献

本論文の主たる貢献は、価格戦争の発生から収束までの一連のプロセスを明示した点である。さらに、その発生から収束のプロセスは、企業の行動原理に結びついた事象というよりも、その判断能力や感情的側面に結び付いた事象であることを示唆した点も貢献が大きい。

以下簡単に説明する。

■価格戦争の発生要因とそのプロセスについて

価格戦争は、「競合の目標達成を防ぐこと」、さらには、「競合を排除すること」に値下げの目的がシフトする特殊な状況であり、競合に対する攻撃と報復が主な行動動機となる点で価格を手段とした売り手間の衝突であると申請者は説明し、価格コントロールの動機に最大の特徴があると主張する。そして、相互反応の過程で、投下コストを正当化しようとする意識や、競合への敵意感情の高まりが価格戦争の発生の背景にあると指摘する。

価格戦争を促す土壌には、多くの既存研究で指摘されてきた需要変動といった外的要因がある。さらにそれに加え、攻撃的な値下げを促す、意思決定者の合理的意思決定を阻害する内的要因がある。企業担当者の多くは、価格戦争に至った理由として買い手の価格感度の高さを理由にすることを指摘し、買い手の価格感度を過剰に見積もるといった売り手の傾向を実証分析に基づき明らかにした。

ある売り手が価格戦争のきっかけを作り、業界における平均水準を超えるような攻撃的な値下げを実施した時に、価格戦争への発展可能性は高まる。他の売り手の値下げ反応の仕方は、外的要因・内的要因・シグナル解釈（競合の施策から知覚する脅威の程度）によって影響される。本論文では、値下げ反応と各要因の関係を実証的に分析している。それによって、シグナル解釈を通じて以下の傾向を明らかにした。

- ・差別化の難しい市場・需要が低迷している市場では攻撃的な値下げが行われやすい。
- ・「競合反応を予測する」「競合の施策の背景を考察する」売り手ほど攻撃的な値下げをしない。
- ・「販売量志向が強い」「買い手の価格感度を高く推定している」「競合に対して知覚している脅威が強い」売り手ほど、攻撃的な値下げを行いやすい。

■価格戦争の収束について

価格戦争は法改正など外的圧力などにより自然発生的に収束に向かうケースもあるが、多くの場合、価格水準低下による利益縮小、行動パターンの相互学習などによる値下げ効果通減を背景に、衝突継続への危険性を知覚した時に収束に向かう。いずれかが値上げに転じるなど、ファーストムーバーの存在が収束のきっかけとなる。ただし、そのような行動がさらなる攻撃を誘発し、価格戦争はさらに泥沼化することもある。本論文では、ファーストムーバーの動きを競合がどのように解釈するか次第で、収束可能性は変わることを実証分析により明らかにしている。

■売り手に対する価格戦争の不利益について

本論文では、価格戦争によって短期的に販売量は増えるケースが多いが売り手にとって不利益が多いことを実態調査から指摘する。それは、値下げによって縮小した利益を補うだけの販売量増加が生じることは少ないこと、買い手の価格感度の上昇を招くこと、価格戦争収束後に販売量は縮小する傾向にあること等である。これらの不利益は売り手にとって中・長期的な負の影響を売り手にもたらす。

■売り手に対して価格戦争が利益となる場合の条件について

価格戦争が売り手に利益的に働く状況も存在する。事例と実証分析の結果より、「競合と比較して圧倒的なコスト優位性・規模の経済性を有している場合」、「ローエンドのポジションにいるか、変更を望んでいる場合」において売り手は、価格戦争の利益を享受する可能性があるとしている。

■価格戦争の予防について

申請者は以上の検討を踏まえて、価格戦争への対応として、「競合への即座の対応は避け、買い手の価格感度を正確に踏まえた対応をすべきである」と指摘している。加えて「自社反応を競合に予測させる、そして自社の施策の背景や意図を直接的・間接的に競合に理解させる」など、競合反応コントロールが重要であり、競合の判断ミスを招かない工夫が必要であると指摘している。

(4) 結論

以上のように本論文は「価格戦争を価格競争と異なる領域であることを特定し、その発生メカニズム、収束に到るプロセスの特徴を把握し、その構造を、実証分析を通じて説明する」という重要で困難な研究課題の解明に成功しており、企業に関する価格研究領域に大きく貢献したと高く評価することができる。よって博士（経営学）の学位を授与するにふさわしいと考える。

論文審査主査

上田 隆穂 教授

杉田 善弘 教授

青木 幸弘 教授

斉藤 嘉一 特別非常勤講師

(明治学院大学経済学部教授)