

小売店舗数と市場の競争性

京都大学大学院経済学研究科 教授 成生達彦
京都大学大学院経済学研究科 博士課程 行本 雅

要旨

生産者間で価格競争が行われているが、小売業者の間では数量競争が行われている状況では、小売業者数が増えれば生産者の（プライス・コスト）マージン率は低下する。したがって、生産者が少数であっても、小売業者が多数存在すれば市場は競争的となる。実際、小売店舗数の多い最寄り品においては、生産者数が少なくても、小売業者間の競争ゆえに市場は十分競争的である。本稿では、この点について実証的に検討する。

JEL Classification: L13, L42, M31

キ - ワ - ド : 数量・価格競争、チャネル、マ - ジン率、

この論文のもととなった研究に対しては、科学研究費（課題番号 17530320）および京都大学 21 世紀 COE プログラム「先端経済分析のインタ - フェイス拠点の形成」から助成を受けている。記して感謝する次第である。

606-8501 京都市左京区吉田本町 京都大学大学院経済学研究科

電話 : 075-753-3481、 Fax: 075-753-3492、 E-mail: nariu@econ.kyoto-u.ac.jp