

「モデル・チェンジ - 新機種のパソコンは今が買いか？」*

ポイント

- (理論)
 - ・ 展開形ゲーム
 - ・ サービス・フロー
- (現象)
 - ・ 新機種と旧機種の価格差
 - ・ 耐久消費財の価格付け (Durable Monopoly)

内容

新型パソコンの価格設定ゲーム

- ・ プレイヤー 販売店 A, 消費者 B 2人 (B_1, B_2)
- ・ 戦略 A - パソコンの価格, B - 購入のタイミング
- ・ ペイオフ A - 利益, B - 「(サービス・フロー) - (購入代金)」

サービス・フロー

耐久消費財は長年にわたって消費される。ある一定の期間に、耐久消費財を消費することから得る満足を「サービス・フロー」と呼ぶことにする。

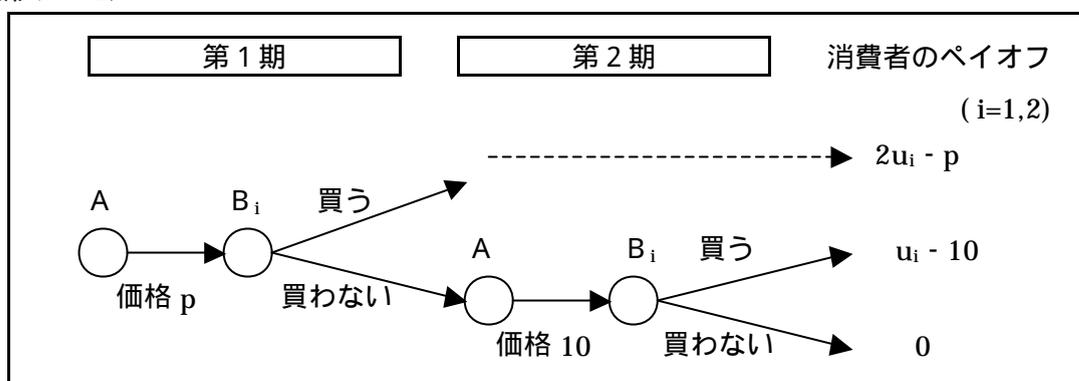
参考文献: Coase, Ronald (1972) "Durability and Monopoly," *Journal of Law and Economics*, 15, 143-9.

(仮定)・ パソコンを新発売してから

発売当初～半年 (第 1 期), 発売から半年～1年 (第 2 期)

- ・ 販売店: 第 2 期の価格は 10 に固定。第 1 期の価格 p だけを決定
仕入れ代金 = 0
- ・ 消費者: 1 期間 (半年) のサービス・フロー $u_1=12, u_2=15$ (貨幣単位)

展開形ゲーム



消費者の行動

- ・ $2u_i - p \geq u_i - 10$ 第 1 期に購入
- ・ $2u_i - p < u_i - 10$ 第 2 期に購入

	$0 \leq p \leq 22$	$22 < p \leq 25$	$25 < p$
$B_1 (u_1=12)$	第 1 期	第 2 期	第 2 期
$B_2 (u_2=15)$	第 1 期	第 1 期	第 2 期

販売店の行動

「利益 = 販売額 - 仕入れ代金」の最大化

- ・ $0 \leq p \leq 22$ のとき, 利益 = $p+p$ (0 ≤ 利益 ≤ 44)
- ・ $22 < p \leq 25$ のとき, 利益 = $p+10$ (32 < 利益 ≤ 35)
- ・ $25 < p$ のとき, 利益 = $10+10$ (利益 = 20)

ゲームの均衡： 販売店 第 1 期の価格 $p=22$ (第 2 期の価格 10)
 消費者 B_1 - 第 1 期に購入, B_2 - 第 1 期に購入

(考察) 消費者「 $B_1 (u_1=12)$, $B_2 (u_2=35)$ 」の場合, ゲームの均衡はどのようになるか?

まとめ

消費者:

最新型のパソコンをいまずぐ購入するのか? もうしばらく待ってから購入するのか?
 必要性や生産性から算出されるサービス・フローと価格の関係により決定
 (単なる値段の比較ではない)

販売店(またはメーカー):

(他のメーカーと差別化された)最新型のパソコンは,自由に価格設定できるだろうか?
 耐久消費財の価格付けでは,独占的な価格付けができない.なぜか?
 (Durable Monopoly)

c f . 新型の家電製品, ニューモデルの自動車