

企業戦略 (3) シェア争い *

本当にシェア争いか？

新聞・TVニュースでは、よく大手企業間の“シェア争い”が報じられているが、本当にシェアを争っているのだろうか？ 企業戦略の結果としての「シェア拡大」

コストダウンによるシェア拡大

複占市場 (企業 1 , 2) を考える . 講義ノート「企業戦略 (1) 独占と寡占」参照

(仮定) 逆需要関数 : $p = -ax + b$

企業 1 : 平均費用 c_1 (一定) , 企業 2 : 平均費用 c_2 (一定)

(ケース 1) 両社のコスト (平均費用) が同じ場合 ($c_1 = c_2 = c$)

両社がともにクールノー戦略をとるときの均衡 (クールノー = ナッシュ均衡) :

・ 価格 $p^* = \frac{b+2c}{3}$, ・ 供給量 $x_1 = \frac{b-c}{3a}$ (企業 1) , $x_2 = \frac{b-c}{3a}$ (企業 2)

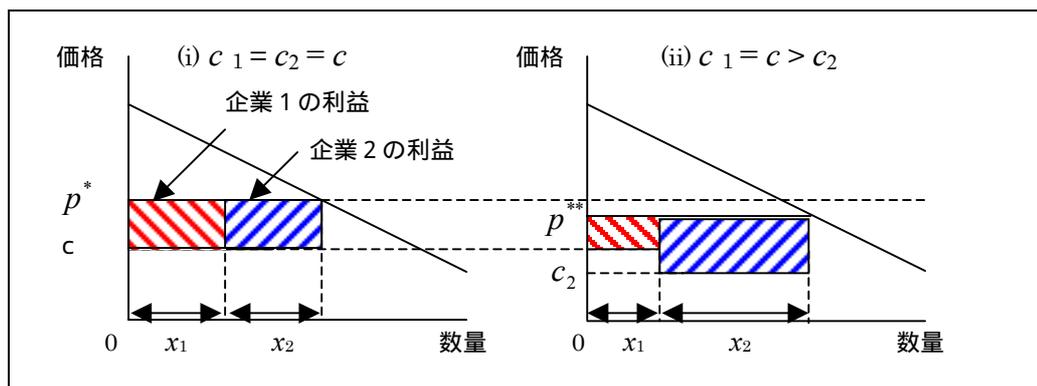
利益均等

(ケース 2) 企業 2 のみが (平均費用の) コストダウンに成功した場合 ($c_1 = c > c_2$)

両社がともにクールノー戦略をとるときの均衡 (クールノー = ナッシュ均衡) :

・ 価格 $p^{**} = \frac{b+c+c_2}{3}$, ・ 供給量 $x_1 = \frac{b-2c+c_2}{3a}$, $x_2 = \frac{b-2c_2+c}{3a}$

均衡価格下落 , 企業 1 の利益減少 , 企業 2 の利益増大



【問題 7】 次の問い ~ に答えよ .

クールノー戦略とはどういうものか？ 説明せよ .

クールノー戦略をとる企業どうして , ライバル企業よりも結果としてシェア拡大につながる方法は何か？

の方法を実現する具体的な手段としてどのようなことが考えられるか？ 1 つ挙げよ .