

分譲住宅市場における価格戦略に関する理論的検討

Theoretical analysis about pricing strategy in the new housing market

前川 俊一
Shunichi Maekawa*

* 梶山女学園大学 現代マネジメント学部

本論文では、第 1 段階で分譲市場が複占化していることを前提として製品差別化のベルトラン価格競争モデルを用いて各複占企業の平均価格と分譲住宅戸数の決定を議論し、第 2 段階では各複占企業の平均価格と分譲住宅戸数が決定していることを前提として、同時に供給する多数の分譲住宅のそれぞれの相対価格の決定について売上高現在価値最大化モデルにより解いている。第 1 段階の市場が分断され各複占企業が独自の需要曲線を持つ場合のベルトラン価格競争モデルの検討では、コストを引き上げ需要を強化する、または差別化をする最適な戦略はそれによる限界利益と限界費用が等しくなるように行うべきことを明らかにし、2 段階目の各企業の各住宅の相対価格の決定について、各住宅の価格の基準住宅の価格に対する比率（相対価格）が「各住宅の価格の変化の割引因子に対する効果」の「基準住宅の価格の変化の割引因子に対する効果」に対する比率に等しくするべきことを明らかにした。

Keywords: ベルトラン競争 (Bertrand Competition), 複占モデル (Duopoly Model), 相対価格 (Relative Price) 新築住宅市場 (New Housing Market)

1. はじめに

住宅は極めて差別化した財であり質を判定する比較項目も多い。情報も不完全になりがちであり買い手も探索しにくい面もある。寡占下で競争が制限され分譲価格も高くなる可能性があり、寡占下における分譲業者の価格戦略を明確にしておくことは重要である。

本論文は今後さらに住宅分譲市場が寡占化されることを前提にして寡占下における分譲業者の価格戦略を検討することである。寡占の極端なケースである複占を取り上げ分譲企業間の価格競争を議論するとともに分譲企業の同一分譲地における各分譲住宅の相対価格の設定についても検討する。

寡占市場における価格競争を扱ったのはベルトランである。ベルトラン (1883) は複占において財が同質であれば価格競争の結果価格は限界費用に等しくなることを示すものであるが、これは完全競争と同じ情報は完全であり買い手の探索費用がゼロとしたためである。情報が不完全で探索費用がゼロでないとした場合の複占の議論は製品差別化のベルトラン競争と同じものとなる。広瀬 (2011)、三輪 (2015) など最近のベルトラン競争を扱った論文の多くは製品差

別化のモデルである。本論文でも情報の不完全性（各主体の留保価格が乖離している¹⁾）といった含みを持たせて製品差別化のベルトラン競争を扱う。ただし、単純な製品差別化の競争でなく、市場がある程度分断されていて 2 つの複占企業が独自の需要曲線を持つ場合を扱う。

次に、企業はベルトラン競争によって各企業の分譲地の住宅の平均価格、供給戸数が決定されたもとの各住戸の最適価格の決定を扱う。ここでは各企業の各住戸の最適価格の決定がベルトラン価格競争に影響を与えないとする。

2. 製品差別化のベルトラン価格競争

1) 基本モデル

市場が分断され 2 つの複占企業が独自の需要曲線を持ち、1 式、2 式のように逆需要関数の Y 切片（需要の強度）、自社供給量の価格に対する影響、他社の供給量の価格に対する影響を示す、 a 、 b と c の係数が企業によって異なるとする²⁾。

¹⁾ 前川俊一・曹雲珍 (2010)

²⁾ A 企業と B 企業の市場が分断されており、それぞれの消費者余剰が次のように書かれると仮定す