

Economics and Strategy

Chapter 10 Industry Analysis

pp.336 Question

(2) Comment on the following: All of wisdom contained in the five-forces framework is reflected in the economic identity:

$$\text{Profit} = (\text{Price} - \text{Average Cost}) \times \text{Quantity}$$

- Entry

新規企業の参入によって、既存企業1社当たりが直面する需要は減少する。よって、上式の Quantity が減少し、Profit も減少する。

- Supply power

この企業の生産要素を供給している市場が非競争的であれば、供給企業が Price maker となり、生産要素の価格は上昇し、上式の Average Cost も上昇して、Profit は減少する。逆に、供給している市場が競争的であれば、生産要素の価格は供給している企業の限界費用まで低下し、上式の Average Cost も低下して、Profit は増加する。

- Internal rivalry

この市場が競争的であれば、Price は限界費用まで低下し、企業1社当たりの Quantity は減少して、Profit も減少する。逆に非競争的であれば、企業が Price maker となり、Price は上昇し企業1社当たりの Quantity は増加して、Profit も増加する。

- Buyer power

買い手独占またはそれに近い状態であれば、買い手が Price maker となり、Price と Quantity は低下し、Profit は減少してしまう。逆に、買い手が多数存在すれば、Price と Quantity は上昇し、Profit は増加する。

- Substitutes and complements

代替財の価格が低下するなどしてその需要が増加すれば、この財は売れなくなり Quantity は減少する。逆に代替財の需要が減少すれば、この財の需要は増加し、Quantity は増加する。

補完財の価格が低下するなどしてその需要が増加すれば、この財の需要も高まり Quantity は増加する。逆に代替財の需要が減少すれば、この財の需要も減少し、Quantity は減少する。

(次のページに続きます。)

(6) How do exit barriers affect internal rivalry? Entry?

Exit barriers が強ければ、競争に不利になった企業も市場から退出したくてもできず、生き残るための競争を強いられ、必要な費用や努力が増加したり値下げを求められたりしてしまう。また、これから参入しようとする企業も、競争で不利になったときに退出できないことで、リスクが増加するので、参入の意欲が減退してしまう。

(次のページに続きます。)

(10) The following listing reports the approximate distribution of profits (on a per disc basis) for different steps in the vertical chain for music compact discs:

Artist: \$0.60

Record company: \$1.80

Retailer: \$0.60

Use the Five forces to explain this pattern. There are about half a dozen major record companies. They are responsible for signing up artists, handling technical aspects of recording, securing distribution, and promoting the recordings.

- Artist: \$0.60

Artist は数が多く、高い能力がもとめられる意味においても、競争的な状況にあると言える。また、Record company の数が少なく Buyer power を有し、楽曲を売るための数々の業務を担っていることもあり、楽曲の収益から Artist の得る Profit は低くなってしまっている。

- Record company: \$1.80

Artist や Retailer と比較して企業数が少なく、Artist - Record company 間の市場と Record company - Retailer 間の市場双方が非競争的になってしまう。Record company は両市場において、Price maker として Buyer power と Supplier power の両方を有し、業務における Price を高くしたり Cost を下げたりすることによって、高い Profit を得ることができる。また、Record company 自体が signing up artists および handling technical aspects of recording、securing distribution、promoting the recordings といったノウハウを要する業務に責任を持つという高いリスクを引受けていることも Record company の業務の Price を上げ、Cost を下げさせている要因になっている。

- Retailer: \$0.60

Artist と同様、Retailer は、店舗数が多く、提供できるサービスの差別化が難しいことから、競争的な状況にあると言える。また、Record company の数が少なく Supplier power を有し、楽曲を売るために担っている業務が Retailer よりも多いこともあり、楽曲の収益から Retailer の得る Profit は低くなってしまっている。