

パン ツォン  
潘 聡経済学部 助教  
博士(経済学) / 大阪大学■ ホームページ URL  
[http:// sites.google.com/site/  
pancongecon/](http://sites.google.com/site/pancongecon/)

## 主な研究業績

- Firms' strategic delegation with heterogeneous consumers, 2020, joint with DongJoon Lee and Kangsik Choi, Journal of Economics (forthcoming).
- Competition between Branded and Nonbranded Firms and Its Impact on Welfare, 2020, Southern Economic Journal (forthcoming).
- Manufacturer's direct distribution with incumbent retailer's product line choice, 2019, Economics Letters, Vol. 174, 136-139.
- Direct Distribution and Complete Foreclosure, SSRN Discussion Paper (August, 2019, No. 3432143).
- 垂直取引関係が存在する下での川上企業による直接販路開設について, [CPRC・公取委] ディスカッションペーパー, 2019 (松島法明氏と水野倫理氏共著).
- Firms' Timing of Production with Heterogeneous Consumers, 2018, Canadian Journal of Economics, Vol. 51, No. 4, 1339-1362.
- A manufacturer's incentive to open its direct channel and its impact on welfare, ISER Discussion Paper No. 1026, Institute of Social and Economic Research, Osaka University, March 2018, (joint with Noriaki Matsushima and Tomomichi Mizuno).
- Unilateral Technology Sharing among Competitors in Markets with Heterogeneous Consumers, 2017, joint with Shohei Yoshida, The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy, Vol. 17, Iss. 4.
- Strategic Perils of Outsourcing: Sourcing Strategy and Product Positioning, ISER Discussion Paper No. 983, Institute of Social and Economic Research, Osaka University, October 2016, (co-authored with Noriaki Matsushima).

## 研究テーマ Research theme

製造業者のオンラインストアの開設が  
伝統的な小売業者及び社会厚生に及ぼす影響

## 概要 Overview

昨今の電子商取引の普及により、製造業者は実店舗を構える伝統的な小売業者を経由して製品を消費者に販売すると同時に、インターネットを通じて消費者に製品を直接販売することが可能となっている。オンラインストアを有する製造業者が伝統的な小売業者へ製品の提供を続ける要因があるのか、或いは、規制当局にとって、様々のネット通販に対してどのような姿勢を持つべきなのか、それらの問題について、ミクロ経済学の理論分析を行っている。「もし伝統的な小売業者がオンラインストアより良いサービスを消費者に提供できれば、製造業者は依然として伝統的な小売業者へ製品を供給し続けるはずだ」という一般的な考え方があるが、本人の研究によって、以下の結論が明らかになった：たとえ伝統的な小売業者が製造業者のオンラインストアに比べて比較的優位性があつたとしても、場合によって、製造業者は前者へ製品の供給を中止する要因がある。この結果は、製造業者と諸小売業者の間の契約関係に存在する情報の非対称性から生まれてくる。更に、製造業者が伝統的小売業者へ供給を中止する意欲の強さは外部の市場環境の諸要素に依存する。

## 応用分野 Application areas

上記の概要にある研究結果は規制当局に対して以下の政策上の示唆がある：昨今のネット通販が普及されている時代において、伝統的な小売業者がネット通販に比べて比較優位性があつたとしても、市場から閉鎖されてしまう可能性が十分ある。または、このような「市場閉鎖」の効果が需要の価格弾力性や需要曲線の曲率などの産業の特徴に依存するので、今後、産業別の規制政策を検討する必要がある。

## 共同研究等へのニーズ Need for joint research

公正取引委員会などの規制当局との連携を希望する。上記に挙げられた業績の中、「A manufacturer's incentive to open its direct channel and its impact on welfare e)」と「Strategic Perils of Outsourcing: Sourcing Strategy and Product Positioning」が公表される可能性がある。