

日本のコンサート市場における 均一価格の持続要因に関する研究

要旨

日本の大規模ライブコンサート市場では、欧米と異なり均一価格制が広く採用されている。本研究では、日本在住のコンサート参加者 2,004 名への調査に基づき、この価格戦略の経済的合理性を示唆した。分析の結果、均一価格制アーティストのファンの WTP はライト層とコア層からなる二峰性分布を示し、推定された収益関数は複数の局所的ピークをもつ非凹型となることが示された。この収益構造では価格設定の小さな誤差が大幅な収益低下を招くため、収益関数の非凹性の下では、リスク回避的に均一価格が選ばれ得る。また、消費者の平等重視や現状維持といった価値観も均一価格制の支持と有意に関連していた。本研究は、均一価格制が文化的慣性だけではなく非凹な収益構造への合理的対応であることを示し、行動経済学的視点からライブエンタテインメント市場の価格戦略を再評価するものである。

JEL 分類番号：D12, D91, L83

キーワード：ライブコンサート市場、均一価格、差別価格、支払意思額（WTP）、行動経済学