

証券ネット取引、手数料無料化の流れ

証券のネット取引の広がりの中で、手数料無料化の動きが広がっている。ユーザーにとってはありがたいことだが、業界にとっては過当競争の一因になっている。この競争は、経済学の世界では昔から取り上げられる古典的なケースである。

品質などでまったく同質の財やサービスで競争している業界で、限界費用がゼロに近ければ、激しい競争の結果、価格はゼロに近いところまで下がってしまう。競争相手よりも少しでも価格や料金を下げれば、顧客を全て奪つことができ



伊藤元重の

エコノウオッチ

るからだ。しかし、その結果、価格や料金がゼロ(限界費用)に近いところまで下がってしまうと、固定費さえも回収できない状況になってしまふ。過当な競争で苦しむ証券業界などもその典型だろう。

こうした現象は、限界費用ゼロという特殊ケースの問題だけでなく、広く観察される。重要なポイントは同質競争に巻き込まれれば、果てしない価格競争に巻き込まれるということだ。それを避けるために、どの事業者も必死になって商品やサービスの差別化をしようとするのだが、それ

サブスクで稼ぐ形模索を

は簡単なことではない。

いっそ限界費用まで徹底して価格を下げることを、逆転の戦略として利用できないか。こうした見方が出てもおかしくない。その典型が、この欄で何度かに渡って取り上げたサブスクリプション(定額課金)のビジネスモデルだ。その典型として、ネットフリックスの事例を再び取り上げよう。映画のようなコンテンツを追加的に観てもらう限界費用はゼロである。そこで追加的にコンテンツを観る料金を低料金にするという競争が進むことになる。

面を観るかに関係なくただにしようというものだ。それでユーザーに最大の満足を提供し、その満足に見合った料金を、会費としての固定料金で回収しようというのだ。二部料金を活用するということだ。もちろん、ただということが重要ではない。これも取り上げたケースだが、コストコのようなホールセールクラブでは、商品の価格を限界費用のところまで下げ切った、これも顧客の満足分にあつた固定料金として会費を徴収するのだ。

冒頭で触れた証券業界でも、取引フィーのマーケティングで収益を稼ぐビジネスモデルが通用しにくくなっている。ネットフリックスの逆転の発想は、それなら何本映画を観るかに関係なくただにしようというものだ。その中でユーザーに最大の満足を提供し、その満足に見合った料金を、会費としての固定料金で回収しようというのだ。二部料金を活用するということだ。もちろん、ただということが重要ではない。これも取り上げたケースだが、コストコのようなホールセールクラブでは、商品の価格を限界費用のところまで下げ切った、これも顧客の満足分にあつた固定料金として会費を徴収するのだ。

部教授)

*この記事・写真は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。