

諸外国の書籍再販制度

—理論と実際—

梶 善 登

- ① 我が国の独占禁止法は、再販行為を原則違法としているが、著作物に対しては、適用除外が認められている。また、海外では、少なくとも書籍に関しては、再販行為を認めている国も少なくない。さらに、アメリカでは、再販行為に対して、原則違法に代わって市場に与える効果を踏まえて判断すべきとする判決が下された。本稿では、再販行為に関する経済理論と海外の動向を踏まえつつ、書籍の再販制度について理論と実際の両面から紹介する。
- ② 書籍は、実際に読書して初めて、その内容や価値が判明する経験的な特性を持っており、書籍の需要には、書籍の展示や読みとといった書店でのサービスが欠かせない。また、書籍は、出版までの固定費用が高い一方、追加的に生産する費用は低いという特徴を持っており、規模の経済が働いているといわれている。書籍の価値は、市場で決まる価格だけでなく、社会にもたらす文化的な価値も考慮すべきとする立場もある。
- ③ 再販行為は、小売り段階の価格競争を減少し、ないしは、消滅させるため、一見、反競争的に見える。再販行為が、競争を制限する効果をもたらすのは、小売店や製造業者が価格カルテルの維持に用いる場合、また、効率的な流通手段を導入するインセンティブが喪失する場合、そして再販行為が財のライフサイクルに適合しない場合である。
- ④ 再販行為は、価格競争を制限するが、小売店が得られた利潤を用いることで、需要を喚起することもありうる。再販行為が社会的余剰を増加させうるとする学説も1960年ごろから現れはじめた。その理由として、フリーライド（ただ乗り）問題を効率的に回避する場合、また、需要の不確実性に対応する場合などが挙げられる。特に書籍の再販制度では、フリーライド問題の回避が重要な意味を持っているように思われる。
- ⑤ EUでは、競争法が国境を越えた取引の制限を禁止しているため、同一の言語を持つ加盟国にわたる書籍の再販制度が議論された。その後、国内の書籍の再販制度は、加盟国の判断に委ねるとされたものの、国境を越える書籍の再販制度は、EUの競争法に抵触することが明らかにされた。EU加盟国の中には、国内の書籍の再販制度の法的不安定性を解消すべく、民間の協定や契約による制度から法律による制度へと移行する国も見られる。
- ⑥ 書籍の再販制度の効果を知るためには、制度を変更した国での事例が参考となろう。イギリスは、1995年に実質的に書籍の再販制度を廃止している。イギリスで廃止以前に懸念されたことは、価格の上昇、タイトル数の減少および書店数の減少の3点である。2008年の段階では、イギリスの書籍市場の拡大は著しいものの、これらの懸念が現実に生じている可能性があるとしている分析も見られる。

諸外国の書籍再販制度 —理論と実際—

前 経済産業課 梶 善登

目 次

はじめに

I 書籍再販制度の理論

- 1 書籍とはなにか
- 2 再販行為の経済理論
- 3 文化的観点

II 書籍再販制度の実際

- 1 諸外国の書籍再販制度
- 2 イギリスの分析事例

おわりに

はじめに

再販売価格維持行為（以下、「再販行為」とする。）とは、製造業者が、小売店の販売する価格の水準や値幅を指定し、それを小売店に維持させる行為である。我が国では、商品の再販行為は、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号。以下、「独占禁止法」とする。）が規制する不公正な取引方法の一つであり⁽¹⁾、原則として違法とされている⁽²⁾。再販行為は、小売店同士の価格競争を制限するため、消費者の選択の自由が確保されなくなることが、その原則違反の理由である。具体的には、公正取引委員会（以下、「公取委」とする。）は、「メーカーがマーケティングの一環として、又は流通業者の要請を受けて、流通業者の販売価格を拘束する場合には、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになることから、このような行為は原則として不公正な取引方法として違法となる⁽³⁾」としている。

ただし、再販行為には、独占禁止法の適用が除外されている商品も存在する。独占禁止法は、公取委が指定する商品（指定商品）と著作物を対象とする再販行為に対して、一般消費者の利益を不当に害することとなる場合など⁽⁴⁾を除き、例外的に適用の除外を認めている⁽⁵⁾。文

化・公共的な観点から⁽⁶⁾著作物の再販行為を適用除外とする仕組みは、著作物再販制度と呼ばれており、その対象となる著作物の範囲は、公取委が解釈・運用してきた、書籍、雑誌、新聞、レコード盤、音楽用テープおよび音楽用CDの6品目に限られている。

再販行為は、原則として違法とされているため、適用が除外された品目についても、その目的が達成されない上、さらに弊害が大きい場合は、見直しの根拠となる。1966年以降、公取委が指定商品（一部の化粧品や一般向け医薬品など）の見直しを進めた結果、1997年までに、すべての指定が取り消された。

著作物についても、1978年に公取委の委員長が著作物再販制度の見直しを発言しており、1998年には、公取委が、競争政策の観点から同制度を廃止も含めて検討し、一定期間後に制度自体の存廃について結論を得るとした。2001年には、公取委は、競争政策の観点からは著作物再販制度を廃止し、著作物の流通において競争が促進されるべきであると考えているが、文化・公共面での影響が生じるおそれがあるとする反対意見があり⁽⁷⁾、また、同制度の廃止について国民的合意が形成されるに至っていない状況にあるため、同制度を廃止することは行わず、当面存置することが相当であるとの見解を公表した⁽⁸⁾。

-
- (1) 「不公正な取引方法」(昭和57年公正取引委員会告示第15号)の第12項で再販売価格の拘束として指定されている。
- (2) 昭和50年7月10日の最高裁判所の判決(和光堂株による審決取消請求事件)において、再販行為は、独占禁止法に原則として違反する行為であり、これを許容する再販制度は、競争政策とは別の経済政策上の観点に立つものであることが明示されている。政府規制等と競争政策に関する研究会・再販問題検討小委員会「再販適用除外が認められる著作物の取扱いについて(中間報告)」平成7年7月25日
- (3) 公正取引委員会「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」平成3年7月11日
- (4) 消費者・勤労者の互助を目的とする団体(例えば、消費生活協同組合など)を相手に、再販行為を行うことはできない。(「株資生堂に対する件」平成7年11月30日同意審決)
- (5) 独占禁止法第23条。なお、著作物の適用除外は、独占禁止法で明記されているため、法定再販と呼ばれることがあるが、これは、著作物の定価販売を行わなければ独占禁止法の違反になるということではない。
- (6) 我が国で著作物の再販が適用除外となっている理由は、詳らかでなく、商慣行追認説、弊害稀薄説および文化的配慮説が存在するという。辻吉彦『再販売価格維持制度(改訂新版)』小学館、1995、pp.24-27。
- (7) 著作物の再販制度をめぐる議論は、次の資料が参考になる。「連続特集・著作物再販制度を問う」『経済セミナー』通512-514号、1997.9-11。

現在のところ、我が国では、著作物再販制度が認められている。しかし、公取委は、著作物再販協議会⁽⁹⁾の中で、「この適用除外は廃止すべきであると考えていることには変わりはない⁽¹⁰⁾」としている。

海外に目を転じてみると、少なくとも書籍については、再販行為を認めている国も少なからず存在する。また、海外でも書籍の再販制度に対する関心は高い。特に、欧州連合（以下、「EU」とする。）では、欧州委員会、欧州議会、加盟国において、国境を越える書籍の取引に関する活発な議論がなされた。EUの競争法は、加盟国の国境を越える取引を制限する行為を禁止しているためである。議論の結果、加盟国間の書籍の取引を制限する行為は、EUの競争法に抵触する可能性があるとしてされたものの、加盟国内の書籍価格の拘束については、加盟国の判断に委ねるとされた。

また、再販行為は、価格競争の減少・消滅というマイナスの効果だけでなく、逆に、特別なサービスの提供による需要の喚起・促進というプラスの効果もありうるとする経済学上の有力な学説も1960年ごろから学会誌に掲載されている。また、アメリカでは、再販行為は、原則違法とすべきでなく、その行為が及ぼす経済的効果を踏まえた上で判断する合理の原則（rule of reason）によることが適切ではないか、とする意見も見られる。実際に、アメリカでは2007年に下された最高裁の判決によって、これまで原則違法とされてきた再販行為が合理の原則に基づきケースバイケースで判断されることとなった。

本稿では、著作物の中でも書籍を対象とし、書籍の再販制度について論じる。I章では、再販制度に関連する最近の経済学上の理論を見

る。そこでは、再販行為が、競争の制限を助長する、あるいは、経済上の効率性を高めうるとする各種の学説を紹介する。さらに、こうした理論を書籍の再販制度に当てはめてみた場合、どのような意味合いを持つのかを検討する。II章では、諸外国の書籍再販制度の実際を見てみる。ヨーロッパを中心に、書籍の価格を固定する制度を持つ国は少なくない。また、一部の北欧諸国やイギリスのように、再販制度の廃止を経験した国も存在する。特にイギリスにおいて、再販制度の廃止が、社会にどのような結果をもたらしたのかを文献から調査する。

もっとも近年の諸外国の書籍市場の動向を見ると、インターネットによる販売が、市場シェアの多くを占めるようになっており、書籍の再販制度がもたらすよりも、市場に大きな影響を与えている可能性もある。現在、我が国を含めて、書籍市場を取り巻く環境の変化は著しく、今後、さまざまな側面から市場の在り方を考える必要がある。

I 書籍再販制度の理論

1 書籍とはなにか

(1) 生産財としての書籍

この節では、書籍を市場で取引される財としてとらえた場合、書籍の需要や供給、さらにはその消費過程としての読書には、どのような特徴があるのか、また、書籍を文化の担い手としてとらえた場合、どのような意味合いを持つのかを見ておこう。

書籍は、一般に市場で取引される財であり、価格が表示されうるものである。まず、需要される財として、消費者は、その書籍を購入してもよいと考える価格（留保価格）を持っており、

(8) 公正取引委員会「著作物再販制度の取扱いについて」平成13年3月23日；西川康一「著作物再販制度の取扱いについて」『公正取引』通607号、2001.5、pp.31-36。

(9) 著作物再販制度の弾力的な運用などを関連団体と議論する場として設けられた。

(10) 公正取引委員会「著作物再販協議会（第8回会合）議事録等の公表について」平成20年7月24日

市場での価格が留保価格と等しいか、または、下回ってれば、購入を決断する。この留保価格が、消費者のもつ書籍の主観的な価値であり、市場での価格を形成するもとになっている。また、書籍は、消費者が実際に読書して初めて、その内容や価値が判明する「経験的な特性」を持っている⁽¹¹⁾。ただし、事前に書籍の評判などを調べることで、ある程度の内容を知ることができる。このため、書籍が需要されるかどうかは、新聞や雑誌などの書評や評判などの情報、出版社による広告、書店での店員の案内や消費者自身による拾い読み（ブラウジング）などが重要な要素となる。書籍が経験的な特性を持っており、書評・広告と並び書店でのサービスが需要を喚起することは、後述するように、再販制度を考える上で興味深い視点を与えることになる。

書籍は、それぞれ内容が似通っているものもあるが、互いに完全な代替物ではない。たとえば、消費者にとって、まったく同じ旅行先について案内しているガイドブックは、かなり代替性が高いが、ひいきにしている著者の最新作に代わるものは見出せないであろう。このように製品の間で差別化が成立し、互いに不完全な代替の関係にある市場では、生産者が価格を少し上げたとしても、消費者がすべて別の製品へと移動するわけではない。生産者が製品の需要に対してある程度の独占力を持つ市場は、独占的競争の状態にあるといわれ、書籍市場にも当てはまっている。

書籍の需要の特徴は、それが出版されるまで、どれくらいの大きさであるのか判明しない点である。過去に成功した書籍の著者や書籍以外の分野での評価から売り上げが期待される著者な

どの場合、需要が見込めるものもあるが、基本的に需要には不確実性があるといってよい。そのため、出版業は、リスクのある業種であり、出版社は、出版するタイトルの組み合わせを考える必要がある⁽¹²⁾。

以上は、個々の書籍の作品（以下、「タイトル」とする。）の需要を見たものだが、書籍市場全体で見た場合、総需要を決定する要因にはどのようなものが考えられるだろうか。コペンハーゲン大学のヨルト・アンダーセン（Hjorth-Andersen）は、デンマークの書籍市場を分析するに当たり、総需要の決定要因を短期的なものとしてと長期的なものに分類している⁽¹³⁾。長期的には、まず、①人々の読書能力である。さらに、②教育水準も影響し、これは読書能力とも関連している。また、③余暇の状況も関連しており、たとえば、退職者には、読書をする時間が豊富にある。そのほかに、④テレビやビデオといった他の代替財の存在がある。最後に、⑤書籍市場の構造的な変化も影響する。市場の構造的な変化として、たとえば、公共図書館のサービス提供の拡大やインターネットによる販売の出現など流通経路の変化が挙げられよう。短期的には、書籍の実質価格、消費者の可処分所得、市場に出回っている書籍のタイトル数である。

次に、生産面から見てみると、書籍は、生産される財としては、彫刻や絵画といった他の芸術に比べて、品質の劣化もなく再生産が容易である点に特徴がある。また、コスト面では、出版するまでの固定費用が非常に高く、追加的に1冊を生産する費用（限界費用）が低い。固定費用は、2種類に分けることができ、一つは、給与や賃料といった経営上の固定費用であり、もう一つは、原稿の査読や校正、編集といった

(11) Nelsonは、購入に先立って品質が不明である財を、経験的な特性（experience qualities）と呼んでおり、具体的な例として、ツナ缶といった食品を挙げている。Phillip Nelson, "Information and Consumer Behavior," *The Journal of Political Economy*, vol.78 no.2, Mar. - Apr. 1970, pp.311-329.

(12) Marcel F. M. Canoy et al., "The Economics of Books," *CESifo Working Paper*, no.1414, Feb. 2005.

(13) Chr. Hjorth-Andersen, "A Model of the Danish Book Market," *Journal of Cultural Economics*, vol.24 no.1, Feb. 2000, pp.27-43.

新しいタイトルを出版するのに必要な固定費用である。なお、固定費用のうち後者は、近年の技術進歩により大きく低下が進んでおり、出版タイトル数の増加に影響している。

固定費用が大きく、限界費用が小さいため、出版する冊数が増加すると、規模の経済が働き、平均費用、すなわち1冊当たりの費用は低下することになる。逆にいえば、出版する冊数が減少すると、1冊当たりの費用が上昇し、それとともに価格も上昇する可能性を示唆している。

最後に、書籍の消費過程としての読書を見てみよう。内容を理解するという意味での読書は、消費者に読み進めるための時間を要求することがある。この時間は、もし働いていたならば得られたであろう収入を犠牲にしているため、機会費用となり、書籍の価格とともに購入する場合の費用の一部になる。この機会費用が大きいことは、そのタイトルに多くの時間を費やしても読書する価値があることを意味している。この場合、タイトルの価格が多少変化しても需要に影響を及ぼさないことになるため、需要の価格弾力性（書籍の価格が1%変化したときに、需要される冊数が何%変化するかを示す数値）を低くし、出版社と書店の独占力を高めることになる。こうしたタイトルとして、学術書や専門書などが挙げられよう。

また、読書は、即時的なエンターテインメントとしての消費だけでなく、個人的または社会的な投資として見ることもできる。たとえば、青少年時代に出会った書籍が、その後の人生において価値あるものとなった人々の数は、少な

くないはずである。書籍の内容は、それが出版された社会において、抽象的であり、明確な形には現れないものの、「文化」を形成することは間違いないだろう。この意味で、書籍に対する私的な支出は、文化という社会的なストックに貢献する投資ともいえる⁽¹⁴⁾。

特に、書籍の再販制度を擁護する意見の中には、書籍は、単なる経済的な生産物ではなく、文化の担い手であることを強調するものもある。しかし、「書籍の持つ文化的価値とは何か」とは、本稿の範囲を超える問いであるため、ここではこれ以上論じない。

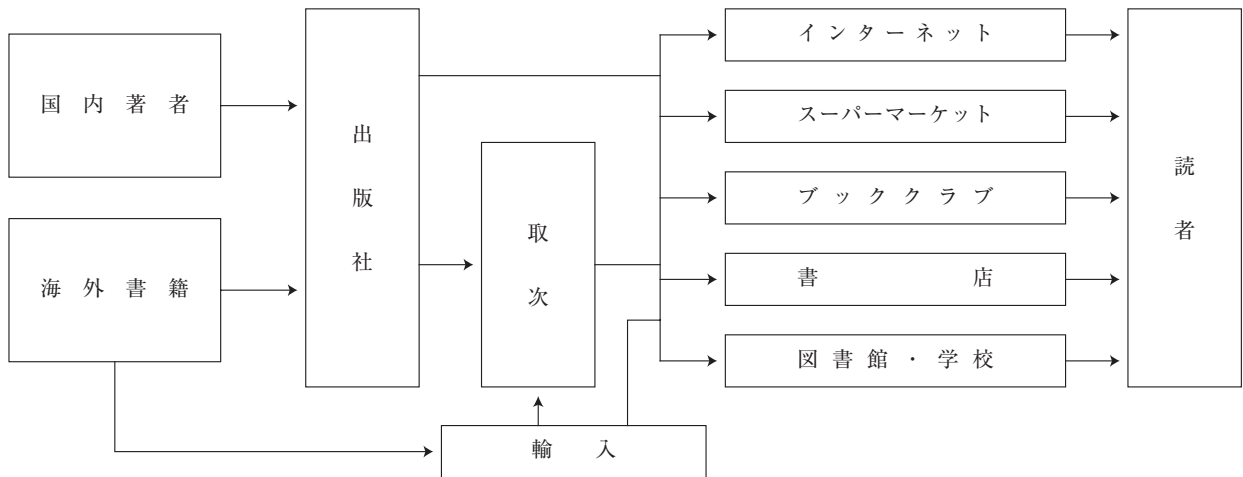
(2) 書籍の流通経路

図1は、書籍の一般的な流通経路を見たものである。なお、これは諸国の書籍の流通事情に鑑み、概念的に示したものであって、必ずしも我が国の現状と一致したものではない⁽¹⁵⁾。まず、書籍の流通の起点は、著者による著作活動である。海外の著者の著作物が、翻訳されることもある。著者が執筆した原稿は、出版社での編集者による選別、校正、編集などを経て、印刷・製本され、出版される。出版された書籍は、取次と呼ばれる卸売業者を經由して、または、直接に書店やスーパーマーケット、図書館などに販売される。消費者（読者）が書籍を購入する場所は、書店が主なものであるが、インターネットによる販売やスーパーマーケット、ブッククラブ（会員に書籍を安価で提供する会員制のクラブ）もある。郵便による注文などで消費者が出版社から直接購入する場合もある。輸入さ

(14) Frederick Van der Ploeg, "Beyond the Dogma of the Fixed Book Price Agreement," *CESifo Working Paper*, no.949, May 2003. Van der Ploegは、書籍の再販制度について、理論モデルを提示するとともに、オランダの書籍の再販制度について分析している。その中で、オランダの制度は、厚生上の損失をもたらしている可能性があるものの、その損失は、それほど大きくない可能性が高いという。ただし、時限再販の期間をより短くすれば、さらに厚生が増加する可能性がある指摘している。

(15) 我が国の書籍・雑誌の流通経路については、『50年史』編集委員会編『日本雑誌協会日本書籍出版協会50年史』日本雑誌協会・日本書籍出版協会、2007.に具体的な流通経路が示されている。また、木下修「日本の出版流通と再販制度」『経済セミナー』通512号、1997.9, pp.59-64; 村上信明「日本との比較で見る西欧の出版流通」『経済セミナー』通513号、1997.10, pp.62-67.を参照されたい。

図1 書籍の流通経路（イメージ図）



（出典）筆者作成。

れた海外の書籍は、書店などを経由して読者に販売される。また、多くの国には、公共図書館が存在し、書籍の貸出サービスを行っている。

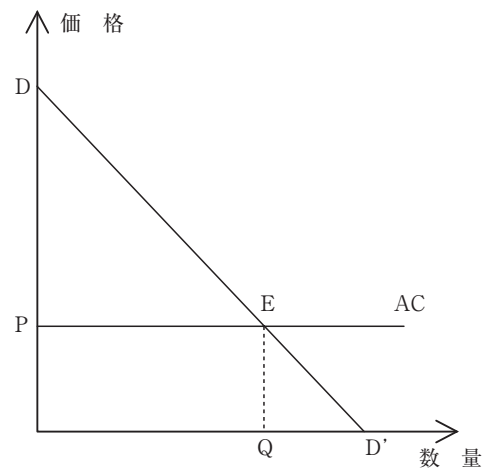
2 再販行為の経済理論

再販行為とは、製造業者が製品の販売価格を拘束するものであり、小売店間の価格競争を減少させ、または、消滅させるものである。再販行為は、一見、反競争的な効果を持っているように見えるが、なぜ製造業者は、再販行為を行うのだろうか。価格競争を通じた販売価格の低下が生じないため、再販行為は、製造業者に販売数量の減少をもたらすことになる。価格競争を抑制することで、小売店のマージン（販売価格と卸売価格の差）は増加することになるが、これは、本来、製造業者に帰するものである。このように製造業者が、小売店に利潤を譲ってまで再販行為を行うことは、長い間、経済学者にとってパラドックスであった⁽¹⁶⁾。

(1) 再販行為の経済的効果

消費者余剰の分析方法を用いて、再販行為の経済的効果を見てみよう。図2には、需要曲線DD'と費用曲線ACが描かれている。もし、自由な価格競争が行われた場合、均衡は、需要曲線DD'と費用曲線ACとが交差する点Eとなり、販売量はQ、市場価格はPに決まることになる。ここで、消費者が得た余剰を考えてみよう。需要曲線は、その価格であれば支払ってもよいと消費者が考える価格水準（留保価格）であるが、

図2 完全競争の消費者余剰と生産者の利潤



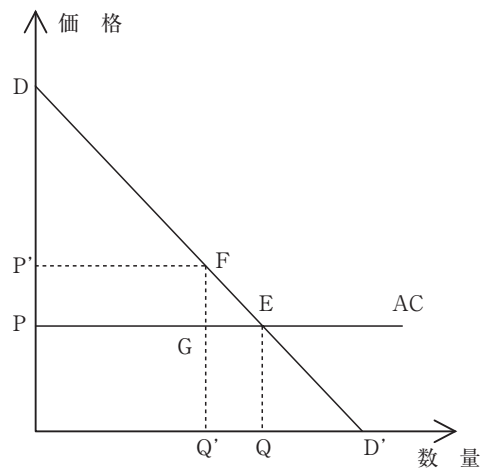
（出典）筆者作成。

(16) Lester G. Telser, "Why Should Manufacturers Want Fair Trade?," *Journal of Law and Economics*, vol.3, Oct. 1960, pp.86-105.

多くの消費者にとって、市場価格は留保価格よりも低くなる。図2の $\triangle DPE$ は、消費者にとって、想定したよりも低い価格で購入できたという意味で、消費者が得た余剰であり、消費者余剰といわれている⁽¹⁷⁾。

一方、費用曲線 AC は、生産者が1単位の製品の生産にかかる費用（一定と仮定）を示している。均衡では、1単位当たりの市場価格と費用が一致しているため、生産者の利潤はゼロになる。消費者余剰と生産者の利潤（ $=\triangle DPE+0$ ）を合計した $\triangle DPE$ は、社会全体の厚生水準を示すものであり、社会的余剰といわれている。

図3 再販行為の消費者余剰と生産者の利潤



(出典) 筆者作成。

ここで、再販行為により、販売価格を固定したならば、どのようなことが生じるかを見てみよう⁽¹⁸⁾。図3は、そうした再販行為が行われた場合の状況を示したものである。生産者が販売価格を市場価格 P よりも高い P' に設定した場合、販売量は、需要曲線から Q' に決定する。再販行為がない場合の均衡点 E と比較して、販売量は減少し（ $Q' < Q$ ）、価格は上昇する（ $P' > P$ ）ことになる。また、消費者余剰は、 $\triangle DPE$ から $\triangle DP'F$ へと減少する。また、線分 FG の長さは、製品1単位当たりの価格と費用の差額、すなわちマージンを示しており、線分 $P'F$ の長さは、販売量である。マージン（ FG ） \times 販売量（ $P'F$ ）で与えられる $\square P'PGF$ は、独占利潤⁽¹⁹⁾といわれており、製造業者と小売店とで分け合うことになる。社会的余剰は、消費者余剰 $\triangle DP'F$ と企業の独占利潤 $\square P'PGF$ を合計した $\square DPGF$ となり、再販行為がない場合の社会的余剰 $\triangle DPE$ と比較して、 $\triangle FGE$ だけ減少することになる。この減少した $\triangle FGE$ は、余剰の死重的損失といわれている。

書籍市場に当てはめた場合、再販行為は、出版したタイトルごとに独占利潤をもたらすことになる。出版社が、タイトルの新規出版による独占利潤を求めて、より多くのタイトルを出版しようとするのは興味深い。以上のことをま

(17) 以下、図形に言及する場合、その図形の面積のこととする。

(18) 差別化された財の場合、価格を上げたとしても、すべての顧客が別の財へと移動するわけではないため、生産者は、ある程度の独占力を持つことになる。ここでは、市場が独占的競争の状態にあるため、生産者は、再販行為により価格を設定できると仮定している。

(19) 一般に、独占利潤が生じる産業では、事業者が、既得権益を守ることを目的に、得られた独占利潤を用いて、ロビー活動を行う場合がある。こうした行為は、レントシーキングといわれており、非生産的な用途に資源を用いるため、社会的資源の無駄になるとされている。新庄浩二編『産業組織論（新版）』（有斐閣ブックス）有斐閣、2003、p.65。

(20) 再販行為が市場の厚生に及ぼす影響をサーベイしたものととして、次の文献がある。Thomas R. Overstreet, *Resale Price Maintenance: Economic Theories and Empirical Evidence*, Washington, D.C.: Federal Trade Commission, 1983（当館請求記号：YCA-FT 1.2:R 31/7）; Kenneth G. Elzinga and David E. Mills, “The Economics of Resale Price Maintenance (draft),” *ABA Section of Antitrust Law, Issues in Competition Law and Policy*, Chicago: ABA Book Pub., 2008。また、アメリカのLeegin事件の裁判に提出された経済学者の意見書の邦訳がある。佐藤宏訳「リージン事件米最高裁判決（再販判決）の法廷助言者（エコノミスト）意見書〔訳文〕」『国際商事法務』36巻9号、2008、pp.1143-1153。

とめると、再販行為がなされた場合、価格は上昇し、数量は低下し、社会的余剰は減少する。ただし、事情はそれほど単純ではない。次節以降で、再販の経済効果をより詳細に見ていこう⁽²⁰⁾。

(2) 再販行為は社会的余剰を減少させるか

どのような場合に、再販行為が社会的余剰を減少させるのかを見てみよう。具体的な要因として、①小売店による共謀、②製造業者による共謀、③効率的な流通手段の喪失、④財のライフサイクルでの不適合などが挙げられる。

(i) 小売店による共謀

まず、再販行為が反競争的であるとする説得力のある仮説は、小売店の共謀による価格カルテルが再販行為を利用するというものであり、古くから主張されてきた⁽²¹⁾。市場に少数の小売店しかない場合、または、販売の許認可制度や産業の育成政策などの関係で小売店の間に密接な関係が存在する場合、小売店が共謀し、価格カルテルを形成する可能性がある⁽²²⁾。価格カルテルは、前節で見たように、市場価格よりも高い価格に設定することで、独占利潤をあげることができる。その帰結として、社会的余剰が減少することになるため、価格カルテルは、反競争的であり、議論の余地なく当然違法である。

しかし、価格カルテルに参加した小売店は、他の小売店の見えないところで、より安く販売すれば、利益を上げることができる。そのため、価格カルテルが維持されるかどうかは、参加した小売店同士が、互いに協調的行動を監視し、強制することができるかどうかにかかっている。ところが、小売店の価格カルテルは、製造

業者に再販契約を各小売店と結ばせることができれば、参加した小売店が販売価格を維持すると期待できる。これは、小売店が、再販行為による拘束価格から離脱した場合、今後、製品の供給が受けられなくなるなどの抑止力を持つためである。

ただし、再販行為を用いた小売店の価格カルテルでは、再販行為を行わなければ得られたであろう製造業者の利潤を、小売店が流通マージンの増加として奪うことになる。したがって、こうした価格カルテルが成立するには、小売店が製造業者に再販行為を強制できるという条件が必要である。たとえば、小売店が製造業者から製品の購入をボイコットできるような特殊な場合に限られよう。そうでなければ、製造業者は、価格カルテルに参加しない小売店に製品を卸すことで、利潤をあげることができるためである。こうしたことから、再販行為を利用した小売店による共謀は、現実には少ないと考えられている⁽²³⁾。

さて、書籍の再販制度には、小売店による共謀がありえるのだろうか。現在のところ、出版社が書店から再販行為を強制されているとは考えにくいようにも思われる。もし、出版社にとって再販行為が望ましくなければ、再販行為の契約を結ばず、廉売店に商品を卸すことができるためである⁽²⁴⁾。

(ii) 製造業者による共謀

小売店による共謀の場合と同じように、製造業者が価格カルテルを形成し、再販行為を監視に用いる可能性がある。一般には、製造業者による価格カルテルは、小売店の販売価格でなく、小売店に販売する卸売価格が対象であるといわれている⁽²⁵⁾。しかし、製造業者が小売店の販

(21) B. S. Yamey, *The Economics of Resale Price Maintenance*, London: Pitman, 1954.

(22) 小売店の集団が価格カルテルを形成するほかに、集団に属さない他の廉売店からの競争を避けるために、製造業者に再販行為を課す場合も考えられる。Overstreet, *op.cit.* (20), p.13.

(23) *ibid.*, p.13, note1.

売価格を再販行為によって制限することで、他の製造業者が価格カルテルから逸脱しない仕組みを作ることは可能になる。たとえば、製造業者が、他の製造業者を欺いて、より低い卸売価格で小売店に販売したとしても、小売店は、再販行為のため販売価格を下げることができず、売り上げを伸ばすことができない。したがって、製造業者は、より低い卸売価格で、以前と同じ数量を販売することになり、利益を上げることはできない⁽²⁶⁾。

生産する財が同質である場合、製造業者による価格カルテルの維持は容易である。しかし、財が差別化されている場合、製造業者は、価格以外の面で競争を行うことができ、また、他の製造業者は、こうした非価格競争を制限する手段を持たないため、カルテルの維持は容易でない。したがって、書籍の再販制度において出版社の共謀の可能性を考えると、書籍は差別化が可能であるため、出版社同士が再販行為を共謀に用いている可能性は低いように思われる。

ただし、イギリスの貿易産業省（DTI）による報告書は、再販行為による出版社の価格カル

テルの可能性を指摘している⁽²⁷⁾。その状況証拠として、ハードカバーフィクションの価格が13.99ポンドに集中している事例を紹介している。類似の商品が集中する価格は、焦点価格（price on focal point）といわれている。再販行為による出版社間の共謀は、より高い焦点価格として表れているのだろうか。この疑問に対し、ヨナタン・ベック（Johnathan Beck）は、ドイツの書籍市場における再販行為と焦点価格との関係を分析した⁽²⁸⁾。ベックによると、再販行為による焦点価格は、書籍の品質から予測される価格よりも平均的に見て低く設定されており、消費者余剰に対する効果は、無視しうるほどであるという。再販行為による焦点価格は、出版社の共謀でなく協調によるものであり、出版社は、タイトルの適宜入れ替えなど価格以外の面で競争しているとしている。

(iii) 効率的な流通手段の喪失

再販行為は、小売店の価格競争を減少、ないしは、消滅させるため、より効率的な販売手段を開発し、採用するインセンティブを小売店から失わせる可能性がある⁽²⁹⁾。すなわち、この

(24) なお、我が国の書籍の再販制度について、小売店の団体による次の事例がある。2004年ごろから、一部の小売店が、書籍・雑誌の販売でポイントカードによるサービスを開始した。書店が行うポイントカードのサービスは、景品ではなく広い意味での値引きとされている。このため、定価販売を定めた再販契約に違反しており、再販制度の実質的な崩壊につながるのではないかと、という議論がなされた。これを受けて、書店の事業者団体が、出版社や取次にその対応の申し入れを行った。

しかし、個々の出版社と書店との再販行為は適用除外となるものの、公取委は、公正かつ自由な競争の確保・促進を図る観点から、団体による再販行為（共同再販行為）に対して、厳正に対処するとしている。そのため、公取委は、今回の事業者団体による行為は、共同再販行為に当たり、独占禁止法違反になると指摘した。公正取引委員会「著作物再販制度の考え方について」平成10年3月31日；公正取引委員会「第4回著作物再販協議会について」平成16年7月9日；『出版ニュース』2005.4.上旬，pp.30-31.など。

(25) Overstreet, *op.cit.* (20), p.19.

(26) Telser, *op.cit.* (16), pp.96-99.

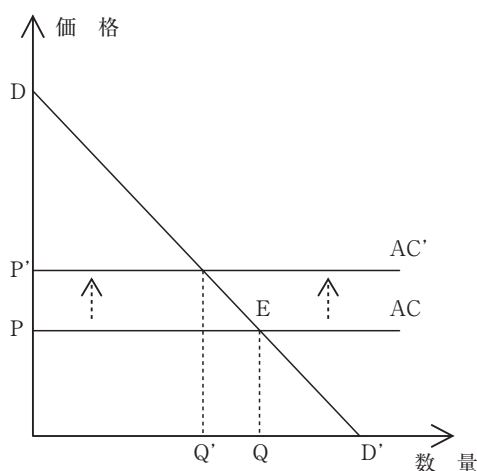
(27) Christopher Wilson, "Net Book Agreement, The Benefits from Competition: Some Illustrative UK Cases," *DTI Economics Paper*, no.9, 2004.

(28) Jonathan Beck, "Fixed, Focal, Fair? Book Prices Under Optional Resale Price Maintenance," *CIG Working Papers*, SP II 2004-15, Dec. 2004. なお、Beckは、法律による再販制度より以前の、2001年夏の市場を対象にしており、出版社は、書籍の価格を固定するかどうかの選択肢があったことに注意する必要がある。

(29) ここでの議論は、再販行為による小売店間の競争（ブランド内競争）の阻害であり、製造業者間の競争（ブランド間競争）の阻害ではない。再販行為が存在しても、ブランド間競争は存在しうる。

説は、再販行為が流通経路でのコストダウンにつながるイノベーションを創出する環境を損なうとするものであり、我が国の独占禁止法が、再販行為を原則違法とするもっとも大きな理由と考えられる。図4に示すように、再販行為によって、費用のより低い生産・流通手段が採られたならば、下に移動したであろうという意味で、費用曲線ACが上に移動することを意味している。費用曲線が上に移動する結果、価格が上昇し ($P' > P$)、数量が減少する ($Q' < Q$) ことになり、当然社会的余剰も減少する。

図4 効率的な流通手段の喪失による費用曲線のシフト



(出典) 筆者作成。

もっとも、近年の書籍の流通で注目されるのは、インターネットによる販売が与える影響の大きさである。インターネットによる販売の競争力の源泉は、効率的な在庫管理や店舗の不在による低コストの経営によって、書籍をより安く販売できる点にある。それだけにとどまらず、インターネットによる販売は、アクセスの容易さといった非価格面でも少なからぬ競争力を持っている。したがって、価格競争の減少や消滅

のために、既存の書店が効率的な流通手段へのインセンティブを持たないとしても、書籍市場の参入障壁が低い場合、効率的な流通手段を持った事業者が新規に参入することは可能である。実際に、これは生じている。

(iv) 財のライフサイクルでの不適合

再販行為は、財のライフサイクル（市場への導入、成長、成熟、退場）にも関連している⁽³⁰⁾。市場への導入期には、消費者が製品の知識を持たないため、商品の案内といった小売店での特別なサービスがより重要になる。（小売店での特別なサービスに、再販行為が有効であることは、次節で述べる。）しかし、消費者に製品の知識が普及したあとでは、小売店の特別なサービスは不要となる。したがって、再販行為の採用が当初は経済的に効率的であったとしても、やがて小売店のマージンが特別なサービスに利用されず、再販行為が経済的に非効率的になりうる。

書籍市場について考えてみると、書籍が需要される期間、すなわちライフサイクルは、短いといわれている⁽³¹⁾。再販制度が存在する海外の書籍市場では、一般に時限再販（一定期間経過後、自由な価格で販売できる制度）が普及している。たとえば、ドイツでは、書店は、発行から2年以上経過した書籍の拘束価格を遵守する義務を負わないとされており⁽³²⁾、フランスでは、出版後2年を経過し、かつ、最後に仕入れた時点から6か月以上経過した書籍を値下げして販売することができる⁽³³⁾。そのため、時限再販は、書籍のライフサイクルに即した再販行為という点で経済的に効率的となっている可能性がある。なお、我が国では、時限再販が普及しているとはいえず、再販制度の弾力的な運用

(30) Overstreet, *op.cit.* (20), p.25.

(31) Canoy et al., *op.cit.* (12), p.9.

(32) 渡邊齊志「ドイツ：書籍価格拘束法の制定」『外国の立法』215号, 2003.2, pp.132-139.

(33) 高橋岩和「書籍の再販売価格維持制度と競争政策—ドイツとフランスにおける流通実態を中心として」『公正取引』通554号, 1996.12, pp.41-47.

が求められている⁽³⁴⁾。

(3) 再販行為は社会的余剰を増加させるか

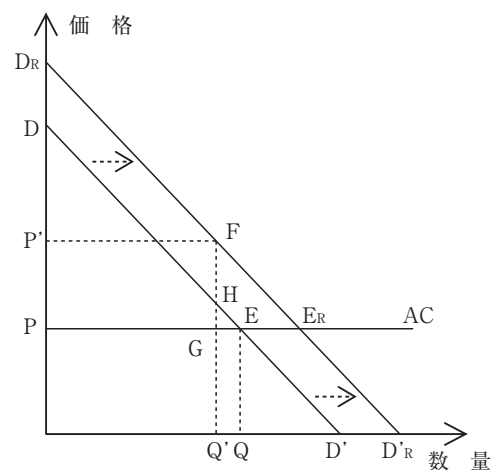
前節では、再販行為が社会的余剰を減少させる場合を見た。そのいくつかは、現実に行き起こることが少ないと考えられるものの、効率的な流通手段の喪失説は、説得力があるといえる。さて、再販行為が社会的余剰を増加させる場合はあるのだろうか。図3で見たように、再販行為は、通常、社会的余剰を減少させる。しかし、何らかの要因で、再販行為により需要が喚起されることがあるならば、事態は変わってこよう。図5は、こうした状況を示したものである。すでにみたように、再販行為がなければ、需要曲線DD'と費用曲線ACとの交点から、市場均衡点はEに定まり、社会的余剰は△DPEとなる。ところが、再販行為により需要が喚起され、需要曲線がDD'からDrD'Rへと右にシフトしたとしよう。このとき、社会的余剰は、消費者余剰である△DrP'Fと独占利潤である□P'PGFの合計、すなわち□DrPGFになる。社会的余剰を、再販行為がない場合の△DPEと再販行為がある場合の□DrPGFから比較すると、再販行為による社会的余剰の変化分は、(□DrDHF - △HGE) であることがわかる。

図5のように、この変化分がプラスであれば、再販行為は、社会的余剰を増加させることになる。もちろん、変化分が常にプラスということではなく、マイナスになることもある。これは、変化分が常にマイナスであると想定する原則違反ではなく、プラスでもマイナスでもありうることを想定する合理的原則に基づく判断が経済的に見て望ましいことを示している。もし、社会的余剰を増加させるような再販行為を、原則違反により禁止した場合、得られたはずの余剰

が失われることになるからである。

なお、図5での社会的に最適な状態は、均衡点Erであり、社会的余剰は△DrPERで最大となるが、再販行為のため、前述のように△FGErという余剰の死重的損失が生じ、社会的余剰は□DrPGFへと減少している。ただし、最適な状態をもたらす需要曲線DrD'Rは、再販行為の下でしか生じない。したがって、再販行為がない場合と比べれば、余剰の死重的損失が発生しているものの、社会的余剰自体が増加する可能性もある点が興味深い。本節では、再販行為が需要を呼び込むといった理由から、社会的余剰を増加させるなどとする学説を紹介する。

図5 再販行為による需要曲線のシフト



(出典) 筆者作成。

(i) 経済学者マーシャルと出版社マクミランの往復書簡

さて、図5などで用いた消費者余剰の概念を有名なものとしたのは、イギリスの経済学者であるアルフレッド・マーシャル (Alfred Marshall) である⁽³⁵⁾。そして、イギリスで初めて本格的に再販契約の対象となった書籍は、新

(34) 公正取引委員会 前掲注(8)

(35) 奥野正寛・鈴木興太郎『ミクロ経済学I』(モダン・エコノミックス) 岩波書店, 1985, p.231.

(36) Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 1st ed., London: Macmillan, 1890. また、マクミランがマーシャルの『経済学原理』を対象としたのは、必ず成功すると見込んでいたからである。それは確かに成功した。

古典派経済学のバイブルともいえるマーシャルの『経済学原理』(1890年)⁽³⁶⁾であった。『経済学原理』での成功後、再販契約は、イギリスの出版界に普及していくこととなった。マーシャルと出版社であるマクミランとの間で交わされた当時の書簡が公表されている⁽³⁷⁾。ここから、なぜマクミランが書籍の小売価格を拘束するようになったのかを見てみよう。

当時のイギリスでは、書籍の値引きが当然のように行われており、名目価格と実際の販売価格との間にかい離が見られていた。マクミランは、当時の割引可能な制度が、書店間の苛烈な価格競争を助長しており、書店は、十分な利潤が得られないため、在庫を保持することができず、また、文房具など他の商品を販売して利益を得ねばならないため、適正な書籍販売ができなかったと考えていた。そのため、マクミランは、名目価格よりもあらかじめ低い正味の価格(net price)を定めて、これを固定し、割引を認めない方針を採った⁽³⁸⁾。書店は、正味の価格を固定することで得られた利潤を用いて、在庫を幅広く保持することに挑戦でき、販売を伸ばすことができるとマクミランは主張している。また、もし正味の価格が上昇したとしても、利潤を見込んで、さらに多くの書店が設立されることになり、購入する消費者も増えるため、出版社の販売も増えるとした⁽³⁹⁾。

マクミランの理論によると、再販行為は、書店に適正な販売を行わせ、書籍の在庫を増やし、また、書店の幅広い展開が見込めるため、市場での書籍の販売が増えるという結果をもたら

す。さらにマクミランは、再販行為により書店にマージンを与えることになるが、これは、書店のためではなく、長期的に出版社にとって利益をもたらすためであるとしている。

(ii) フリーライド(ただ乗り)問題

再販行為に需要を促進する効果があるとする理論の中で、もっとも説得力のあるものは、シカゴ大学のレスター・G・テルサー(Lester G. Telser)によるフリーライド問題である⁽⁴⁰⁾。よく引用される事例は、高性能なオーディオ機器である。たとえば、消費者は、小売店で販売員による事前の商品案内を受けたり、展示された実物に手を触れることで、商品の購入を決断する場合がある。このような消費者に対する販売前のサービスは、特別なサービス(special service)といわれている。さて、消費者は、特別なサービスを提供する小売店で、事前の説明などを受けたのち、商品の購入を決断したとしても、その小売店で実際に購入するとは限らない。特別なサービスを提供する小売店は、知識のある販売員を雇用するなどのコストがかかるため、商品の価格も高く設定されている。しかし、特別なサービスを提供しない代わりに、商品を安い価格で販売する廉売店が存在するならば、消費者は、購入を決断した商品を、その廉売店で購入するかもしれない。廉売店は、何のコストもかけずに、別の小売店が提供する特別なサービスにただ乗り(フリーライド)したことになる。ところが、特別なサービスを提供する小売店は、廉売店と競争できず、やがて特別なサー

(37) C. W. Guillebaud, "The Marshall-Macmillan Correspondence Over the Net Book System," *The Economic Journal*, vol.75 no.299, Sep. 1965, pp.518-538.

(38) 当初、マクミランは、マーシャルに『経済学原理』の名目価格を16シリングと提示していたが、正味の価格で12シリング6ペンスと低く提示し直している。当時の値引きは、1シリング(=12ペンス)につき2、3ペンスとされており、値引き率は、名目価格の17~25%であったと推測される。*ibid.*, pp.521-522. なお、マーシャルは、正味の価格は、現金とクレジットという支払方法の違いを考慮していないと懸念していた。*ibid.*, p.529.

(39) Vidar Ringstad, "On the Cultural Blessings of Fixed Book Prices Facts or Fiction?," *International Journal of Cultural Policy*, vol.10 no.3, 2004, pp.351-365.

(40) Telser, *op.cit.* (16), pp.89-96.

ビスを提供しなくなったり、市場から退出してしまう。その結果、需要を導き出す特別なサービスを提供する機会が市場から失われ、商品に対する需要は減退することになる。

特別なサービスが商品の需要を喚起する効果を持つと考える製造業者は、価格を小売店の決定に委ねた場合、フリーライド問題が発生し、売り上げが減少することをおそれるかもしれない。しかし、製造業者が再販行為により小売店の販売価格を制限することで、小売店のマージンを保証すれば、小売店は価格競争ではなく、どういった特別なサービスを提供するかという非価格面での競争を強制されることになる⁽⁴¹⁾。また、卸売価格を変更して小売店のマージンを制御することで、製造業者は、提供される特別なサービスの度合いを操作することもできよう。テルサーは、このフリーライド問題を回避するため、製造業者は再販行為を用いようとする⁽⁴²⁾と説明した。

ここでの重要な点は、商品の需要の発現には、特別なサービスが必要であり、また、商品が購入されることなくしては、この特別なサービスを消費者に課金できないことである。商品の需要に特別なサービスが必要であれば、再販行為は、効率的にフリーライド問題を回避することに成功するため、需要を拡大する効果を持つといえる。

さて、書籍の再販制度は、このフリーライド問題を回避するためのものなのだろうか。書籍は、前述したように経験的な特性を持つため、書店での店員の案内や消費者自身による拾い読み（ブラウジング）といった特別なサービスが需要を拡大することは十分に考えられる。そもそも、書店の棚に並んでいる書籍を見なければ、その存在に気付かない場合もあるだろう。もっとも、オックスフォード大学の経済学者であるフレデリック・ファン・デル・プルフ（Frederick Van der Ploeg）は、書籍の場合、消費者がより安い店舗を探して購入しようとすることは考えにくいとしている⁽⁴³⁾。

しかし、実際に書籍を展示する書店とインターネットによる販売が並存した場合、フリーライド問題が発生しうるかもしれない。たとえば、書籍の再販制度がなければ、消費者は、書籍を展示する書店でブラウジングなどから購入を決断しても、自宅に帰って安価なインターネットによる販売を通して購入することも可能である⁽⁴⁴⁾。書籍を展示する書店は、店舗の立地による賃料などから、インターネットによる販売に価格面で競争力を持たない。この場合、フリーライド問題が発生することになる。もし、インターネットによる販売が市場のシェアを独占したならば、消費者がブラウジングなどの特別なサービスを受ける機会が少なくなり、書籍の

(41) 特別なサービスが必要であるという製造業者の考えが間違っていれば、小売店は特別なサービスを提供せず、マージンを丸儲けすることになる。また、消費者が商品に慣れたり、商品の特性が社会に知られるようになると、消費者は、特別なサービスがなくとも、商品の購入に納得するようになる。こうした場合、製造業者は、自然に再販行為を停止すると考えられる。

(42) フリーライド問題は、高機能なオーディオ機器といった特別なサービスを要求する商品を対象としている。この考えを、より広範囲の商品に応用したものが、MarvelとMcCaffertyによる品質の保証説である。たとえば、製造業者が再販行為を用いて小売店のマージンを保証することで、小売店は、より長い開店時間や魅力的な内装、その他の快適さといった、需要をより拡大しうる販売上のサービスに投資するかもしれない。消費者は、評判の良い小売店から商品の購入を決定する場合があり、これは、製造業者にとって、小売店から商品の品質保証を受けていることになる。この場合、製造業者は、再販行為を用いて評判の良い小売店のマージンを保証することで、需要の促進を見込むことができる。Howard P. Marvel and Stephen McCafferty, "Resale Price Maintenance and Quality Certification," *The RAND Journal of Economics*, vol.15 no.3, Aut. 1984, pp.346-359.

(43) Van der Ploeg, *op.cit.* (14), p.12. Van der Ploegは、品質の保証説に対しても否定的である。

(44) 現在のところ、我が国では、輸入書籍は、価格が固定されておらず、ネットによる販売が可能になっている。

需要が減少する可能性がある。したがって、書籍市場でも、フリーライド問題が発生する可能性は十分に考えられよう。

(iii) 需要の不確実性

前節のフリーライド問題では、商品の需要に特別なサービスが必要であることを要求している。しかし、ウィスコンシン大学のレイモンド・デネッケレ (Raymond Deneckere) ら⁽⁴⁵⁾は、アメリカにMAP⁽⁴⁶⁾と呼ばれる再販行為に似た仕組みがあり、それらが音楽CDやおもちゃといった商品に用いられていることを紹介している。こうした特別なサービスが必要とされない商品にも再販行為が用いられる理由として、デネッケレらは、需要の不確実性を挙げており、再販行為が、需要の不確実性を解消することで、市場に供給される在庫の量を増やし、社会的余剰が増加する可能性があることを示した。

デネッケレらのモデルの条件は、①商品に対する需要に不確実性があり、特に需要される期間が短いこと、②需要の大きさが判明するまでに、小売店が在庫を保持していること、③小売店の売れ残った在庫は損失になること、の3点である。この条件の下で、彼らは、2つの異なるモデルを導き出している。

まず、1つ目のモデルの要点は、次のとおりである。小売店は自由に価格を決めることができ、通常の小売店とそれよりも安く販売する廉売店が存在すると仮定する。通常の小売店は、廉売店で売り切れが生じた場合の売り上げを見込んで、より高い価格を設定している。もし需要が少なければ、廉売店にすべての需要が奪わ

れるため、通常の小売店は、損失となりうる在庫の保持をためらうことになる。ところが、デネッケレらは、再販行為により価格競争がなくなった場合、需要が小売店間に等しく行き渡るため、市場での在庫量が増え、製造業者の販売量と利潤が増加することを示した。ただし、このモデルでは、再販行為により社会的余剰が増加するのは、消費者余剰の減少分以上に、製造業者の利潤が増加するためであり、この点に注意する必要がある。

また、2つ目のモデルは、再販行為が小売店同士の過剰な価格競争を抑制することに要因を求めるものである⁽⁴⁷⁾。もし、小売店が自由に販売価格を設定できるならば、商品の需要が低いと判明した場合、市場の価格は急激に下落するだろう。しかし、製造業者は、再販行為を用いることで、需要が減退した間も販売価格の低下を防ぐことができる。デネッケレらは、製造業者が再販行為を用いて市場の価格を安定させることで、市場を自由な価格に委ねた場合よりも、小売店に在庫をより多く注文させることが可能になることを示した。

さて、この需要の不確実性説が書籍の再販制度に持つ意味は、どのようなものだろうか。この需要の不確実性説は、いずれも商品が特別なサービスを必要とせず、短期的な需要を前提としている。たとえば、デネッケレらは、2つ目のモデルの例として、1980年代の任天堂のゲームソフト市場における戦略を紹介している。ゲームソフトは、発売まで需要が不明であり、また、需要される期間も短く、売れ残れば損失となる点で書籍の商品特性と類似している。モデ

(45) Raymond Deneckere et al., "Demand Uncertainty, Inventories, and Resale Price Maintenance," *The Quarterly Journal of Economics*, vol.111 no.3, Aug. 1996, pp.885-913.

(46) MAPとは、Minimum Advertised Pricing (最低広告価格付け) の略である。これは、製造業者と小売店との間の協調的な広告協定であり、製造業者は、商品の宣伝費として小売店にリベートを支払うが、小売店が最低価格以下で宣伝した場合、リベートを支払わないという仕組みである。このMAPは、1990年まで法的に疑わしいと考えられていたが、アメリカ連邦取引委員会 (FTC) の認可により、急速に普及した。 *ibid.*, p.888.

(47) Raymond Deneckere et al., "Demand Uncertainty and Price Maintenance: Markdowns as Destructive Competition," *The American Economic Review*, vol.87 no.4, Sep. 1997, pp.619-641.

ルが要求する条件に、書籍もまた、よく当てはまっているといえよう。

ただし、我が国のように、書籍の返品制度が普及している場合、小売店は在庫のリスクを負わないため、この仮説が当てはまらない可能性が高い。また、ノルウェーの経済学者であるヴィダル・リングスタッド (Vidar Ringstad) は、需要の不確実性説では、小売店が十分な在庫を保持することが、需要の不確実性の解消に必要なのだが、再入荷を容易にする流通技術の発展により、現在ではそれほど重要ではなくなっている可能性を指摘している⁽⁴⁸⁾。

(iv) その他

再販行為に需要を促進する効果がありうるとする学説には、同意する意見が多い。なお、議論の余地がある点は、非価格競争によるサービスが消費者に与える満足度の違いである。消費者の中には、そうしたサービスは不要であるため、あくまで低い価格を選好する場合もあろう。この場合、再販行為によって、社会的余剰がどのように変化するかは、サービスを必要とする消費者と必要としない消費者の数に依存する。ただし、オハイオ州立大学のマーベル (Marvel) とマッカーファティ (McCafferty)⁽⁴⁹⁾ は、一定の条件⁽⁵⁰⁾の下では、再販行為が小売価格の変化をもたらさないことを示しており、この場合、需要の増加のみが見込めるため、社会的余剰は増加することになる。

また、アメリカの経済学者であるトーマス・W・ギリガン (Thomas W. Gilligan) は、再販行為が経済の資源配分や生産性に与える影響を、企業の株価のデータを用いて分析している⁽⁵¹⁾。ギリガンは、企業が競争当局による再販行為の摘発を受けたとき、株価がどのように反応したかを調査し、衣類、家電、飲料、石油流通などの産業ごとに株価の反応が異なっていることを見出した。これは、産業や企業の構造によって再販行為の目的と効果が異なることを示している。ギリガンは、再販行為の競争促進的な面も競争制限的な面も否定できないとし、再販行為に反競争的な要素は存在せず、いかなる場合も合法であるとする意見 (per se legality) までは支持できないとしている。

3 文化的観点

前節までに、再販行為が社会的余剰に及ぼす効果を論じた理論と、それらの理論と書籍の再販制度との関係を見た。なお、書籍の持つ文化的な特性は、そこでの議論に関与していない。しかし、書籍の再販制度について、その文化的な特性が議論の対象になることもある⁽⁵²⁾。ここでは、文化的観点から取り上げられることの多い内部補助 (cross-subsidies) と書店数について簡単に紹介したい。

(1) 内部補助とタイトルの多様性

書籍の再販制度の是非をめぐる中で、内部補

(48) Ringstad, *op.cit.* (39), p.355.

(49) Howard P. Marvel and Stephen McCafferty, "The Welfare Effects of Resale Price Maintenance," *Journal of Law and Economics*, vol.28 no.2, May 1985, pp.363-379.

(50) 独占的な製造業者が、完全競争状態にある小売店に再販行為を行う場合、もし、小売店が提供するサービスの限界費用が一定で、かつ、サービスにより生み出される需要の増加が、以前の価格での需要の弾力性を変化させないならば、小売価格は変化しない。 *ibid.*, p.371.

(51) Thomas W. Gilligan, "The Competitive Effects of Resale Price Maintenance," *The RAND Journal of Economics*, vol.17 no.4, Win. 1986, pp.544-556.

(52) なお、書籍の再販制度に批判的な立場は、書籍の価値を競争市場で決定される価格と考えている。一方、再販制度を擁護する立場は、書籍の文化的な特性から生じる外部性が市場の失敗をもたらすことを懸念し、書籍の価値が競争市場でうまく決定されないと考えている。こうした考え方の違いが、書籍の再販制度をめぐる議論の根本にあるように思われる。

助の仕組みが議論される場合がある。内部補助とは、出版社が、売れ行きがよいベストセラータイトルの利潤を用いて、文化的・学術的価値が高いものの売れ行きが期待できないタイトル（以下、「文化的タイトル」とする。）の出版を補助する費用を賄うものである。出版社は、タイトル間の内部補助を行うことで、多様なタイトルを出版できるとされている。しかし、書籍の再販制度がなくなった場合、激しい価格競争によって、ベストセラーの価格と利潤が低下するため、内部補助が成立しなくなり、文化的タイトルが市場から消滅するという議論が見られる。確かに、事後的にあるタイトルはよく売れ、そうでないタイトルの損失を賄うことはあるだろう。ただし、これは、出版社があらかじめ文化的タイトルを定めていたのではなく、あくまで事後的に成立したものである。オランダ経済政策分析局のマルヤ・アッペルマン（Marja Appelman）は、内部補助が成立しているという証拠は一切なく、また、出版社が文化的な目的に用いる保証⁽⁵³⁾は何もないとしている⁽⁵⁴⁾。さらに、イギリスで再販制度が議論されたときには、批判派のみならず、擁護派の間でも内部補助による効果が得られるという考え方を採っていなかったという⁽⁵⁵⁾。なお、図3で見たように、内部補助がなくとも、再販行為によりタイトル数は増加しうる。

(2) 書店数の減少

書籍の再販制度は、書店に独占利潤をもたら

すため、書店の広範囲にわたる立地網の存続へとつながる可能性がある。自由な価格競争が行われた場合、大量仕入れからコストを下げることができる大型書店に対し、独立した小規模の書店は価格面で競争することができず、市場から撤退することになり、書店数が減少するという意見がある。より効率的な流通手段が普及することは、その他の条件が同じであれば、価格の低下を通して消費者に利益をもたらすことになるため、望ましい。しかし、書籍の場合には、書店数の減少は、書籍を入手する容易さを低下させるため、文化的観点から問題であると議論されることもある。たとえば、1962年に、イギリスの制限的取引慣行裁判所（Restrictive Practices Court）が下した判決は、書籍の再販制度が廃止された場合に懸念される影響の一つとして、品揃えのよい書籍店の数が減少することを挙げている⁽⁵⁶⁾。ただし、我が国をはじめ⁽⁵⁷⁾、他の国々でも、書籍の再販制度の有無にかかわらず、書店数の減少が続いている。これは、書籍の再販制度が及ぼす効果よりも、インターネットによる販売の登場といった経済の流通構造の変化が及ぼす効果の方が大きい可能性を示している。

II 書籍再販制度の実際

1 諸外国の書籍再販制度

(1) 諸外国の状況

本節では、諸外国の再販制度の状況について

⁽⁵³⁾ タイトルの多様性の保障について、我が国の事例として、次の文献が参考になる。鶴田俊正「著作物再販制度、「存続」より「廃止」が妥当—その存廃をめぐる攻防の記録」『東京経大会誌 経済学』225号, 2001, pp.37-77.

⁽⁵⁴⁾ Marja Appelman, “Fixed book price,” *A handbook of cultural economics*, MA: Edward Elgar Pub., 2003, pp.237-242.

⁽⁵⁵⁾ 寺倉憲一「英国における書籍再販協定（Net Book Agreement: NBA）の消滅とその影響」『レファレンス』597号, 2000.10, pp.45-100.

⁽⁵⁶⁾ 新田隆夫「英国における書籍の再販売価格維持制度の廃止に関する判決—NBAに対する英国制限的慣行裁判所（1997年3月13日）判決の概要」『NBL』通618号, 1997.6.1, pp.12-20.

⁽⁵⁷⁾ 我が国では、書店数が、2001年の20,939店から2008年5月までに約16,300店へと減少したという。「出版不況でも「電子書店」増加なぜ—マンガ販売、携帯向け急増（エコノ探偵団）」『日本経済新聞』2009.2.8; 日本出版学会『白書出版産業』文化通信社, 2004, p.69.

表1 諸外国の書籍の再販制度の状況

再販制度	国名	備考	
あり	法律	フランス	1979年に販売価格の推奨が禁止されたが、ラング法により1981年から再販制度へ移行した。時限再販があり、値引き販売（5%まで）が可能である。
		ドイツ	再販制度は、1888年から存在しており、2002年から法律に基づく再販制度に移行した。時限再販があり、販売に若干のサービス提供が可能である。
		オーストリア	2000年6月1日から法律が施行された。時限再販があり、値引き販売が可能である。
		オランダ	1903年から固定価格制があり、一部の同意によるものは、1923年から存在する。2005年から法律が施行された。
		ギリシア	1997年から法律が施行された。値幅販売（▲10%から+5%まで）、時限再販（出版後2年）がある。
		イタリア	契約によるものは、1926年にさかのぼる。現在の制度は、2001年に法律により実験的に導入された。値引き販売が可能である。
		ポルトガル	ラング法の影響を受け、1996年から法律による再販制度がある。時限再販（18か月）があり、値引き販売が可能である。
		スペイン	1975年に法律により固定価格制が導入され、1990年3月30日に勅令により拡張された。時限再販があり、割引が可能な場合もある。
	契約・協定	デンマーク	1830年から再販制度が存在する。2001年に書籍販売の排他的権利が廃止され、現在の制度が開始された。時限再販があり、図書館と学校への割引がある。
		ノルウェー	再販制度は、1957年に政府により承認された。2005年5月から新しい制度に移行している。
ハンガリー		出版社と書店の間の同意による再販制度であり、参加した出版社と書店は、市場の85%を占めている。法律の制定への働きかけがなされている。	
なし	イギリス	1900年から書籍再販協定（NBA）による再販制度が存在したが、1995年に実質的に廃止され、1997年に正式に制限的取引慣行裁判所により違法とされた。	
	アイルランド	1989年まで書籍再販協定（NBA）が存在した。再販制度は、欧州委員会が国境を越える再販行為は違法であると宣言して以降、廃止された。	
	スウェーデン	再販制度は、1970年に廃止された。なお、著者、出版社への政府による補助金制度が存在する。	
	フィンランド	再販制度は、1971年に廃止された。	
	スイス	1999年に競争当局が競争否定的と決定し、再販制度は、2007年に効力を失った。	
	ルクセンブルク	正式には、制度が存在するが、実質的には、自由価格になっている。	
	ベルギー	正式には、制度が存在するが、実質的には、自由価格になっている。また、法律案が提出されたものの、否決されている。	
	アメリカ	書籍の再販制度は存在しない。なお、公正競争について、ロビンソン・パットマン法が存在する。	
	オーストラリア	1971年に取引慣行法が成立し、1974年に例外がなくなった。	

(出典) European booksellers federation, *The Book Trade in Europe*, 2009.1.26; Frankfurter Buchmesse, Book Markets.<<http://www.frankfurt-book-fair.com/>>; Doris Stockmann, "Free or Fixed Prices on Books—Patterns of Book Pricing in Europe." *The Public*, vol.11 no.4, 2004, pp.49-64; *The Rothley Report*, PE 308.458, Feb. 2002; 芦田淳「イタリアの出版業・出版物に関する新たな法律」『カレントアウェアネス』266号, 2001.10.20, pp.9-10; 辻吉彦『再販売価格維持制度(改訂新版)』小学館, 1995, pp.152-156; Federation of European Publishers, *European Countries with Fixed Book Price Schemes*, 2005.3.2.<http://www.ikp.org.pl/download/CountrieswithFixedBookPriceSchemes_02_2005.doc>などから筆者作成。

概説する。表1は、諸外国の状況をまとめたものである。書籍の再販制度には、法律に基づくものと民間の協定や契約に基づくものがある。書籍の価格拘束を定める法律は、たいいていの場合、国内の書籍の再販制度を維持すべく、出版社などに価格を設定する義務と小売店にそれを維持する義務とを課している。また、協定の場合は、必ずしもすべての書籍を再販制度の対象とする必要はないが、法律の場合は、原則としてすべての書籍が対象になっている。

EU各国での書籍の再販制度は、その根拠を書籍の持つ文化的な性質に求めている。たとえば、ドイツでは、「多様な出版の目的により、国民に読書の機会を豊富かつ平等に提供し、それによって文化水準の維持・向上をはかること」とされ、フランスでは、国が文化水準の決定にかかわるべきではないとの観点から「創作活動における多様性を維持すること」とされている⁽⁵⁸⁾。

個別の国々を見ていくと、フランスでは、1981年からラング法⁽⁵⁹⁾により書籍の拘束小売価格を設定することが義務付けられている⁽⁶⁰⁾。ヨーロッパで法律に基づく書籍の再販制度を採用する国のほとんどは、このラング法を参考に行っているという⁽⁶¹⁾。ラング法は、出版社と輸入業者に対して、出版または輸入した書籍の拘束小売価格を定める義務を課し、書店にはその拘束小売価格の95%から100%の間で、実際の小売価格を決めることを義務づけている。国や図書館、教育機関などへの販売には、例外が設

けられている⁽⁶²⁾。また、すでに見たように、時限再販の規定が存在する。

ドイツでは、2002年から、契約による書籍の再販制度から、法律に基づく制度へと移行している。ドイツの書籍価格拘束法⁽⁶³⁾は、文化財としての書籍の保護に資することを目的としており、出版社や輸入業者に、売上税を含む価格を定め、適切な方法で公にする義務を課している。また、一般には、小売店は値引きが認められていないが、わずかな価値の物品を提供することや送料などの負担、付加的なサービスの提供などは、価格拘束義務の侵害には当たらないとされている。出版社および輸入業者は、18か月以上前に発行された版の価格拘束を終了させることができ、また、最終販売者は、発行から2年以上経過した書籍については、拘束価格を遵守する義務を負わない⁽⁶⁴⁾。

民間の協定による書籍の再販制度として、イギリスでは、書籍再販協定（Net Book Agreement。以下、「NBA」という。）がかつて存在した。NBAは、出版社間の協定であり、NBAに加盟する出版社は、書籍の正味の価格を設定した場合、小売店が正味の価格以下で書籍を販売することを認めてはならないこととされていた。なお、書店が書籍を仕入れてから12か月を超える在庫品であって、出版業者に対し一定の価格での返品を申し出て拒否された場合や一定の条件を満たす図書館などへの販売の場合は、正味の価格を下回る価格で販売することを、書店などに対して認めることもできた⁽⁶⁵⁾。

(58) 高橋岩和「書籍の流通制度:ドイツと日本」『経済セミナー』通513号, 1997.10, pp.67-71.

(59) Loi No 81-766 du 10 août 1981, Loi sur le prix unique du livre, JORF du 11 août 1981, p.2198. 当時の文化省大臣Jacques Langの名前からLoi Lang（ラング法）と呼ばれている。

(60) Martinek Michael（宗田貴行訳）「EUにおける書籍拘束価格をめぐる攻防－果てしなき物語?」『法学研究』77巻3号, 2004.3, pp.45-73.

(61) Van der Ploeg, *op.cit.* (14), p.17.

(62) Michael 前掲注(60), pp.53-54.

(63) Gesetz zur Regelung der Preisbindung bei Verlagserzeugnissen, BGBlI 2002 S.3448.

(64) 渡邊 前掲注(32), pp.136-137.

(65) 寺倉 前掲注(55), pp.47-48.

書籍の再販制度を廃止した国もいくつかある。前述のNBAによって書籍の再販制度が維持されていたイギリスでは、1990年ごろから、いくつかの主要な出版社がNBAから脱退したため、1995年には、実質的に書籍の再販制度が崩壊することとなった。さらに、1997年には制限的取引慣行裁判所がNBAが違法であるとする判決を下した⁽⁶⁶⁾。スウェーデン⁽⁶⁷⁾は1970年から、フィンランド⁽⁶⁸⁾は1971年からそれぞれ書籍の再販制度を廃止している。スウェーデンやフィンランドでは、小売店が価格を自由に設定できるため、書籍は割引販売されるだけでなく、在庫コストのかかる書籍は、値上げして販売される場合もあるという。スイスでも2007年に書籍の再販制度が効力を失っている⁽⁶⁹⁾。なお、再販制度のないベルギーでは、法律の制定に向けた動きがあるものの、それには至っていない⁽⁷⁰⁾。

(2) 欧州の動向

EC条約第81条は、加盟国間の国境を越える取引を制限する行為を禁止している。そのため、

欧州統合が進むにつれて、同一言語圏を形成する加盟国間の書籍の再販行為が、競争政策の観点から議論されるようになった。特に、競争法を執行する欧州委員会は、国境を越える再販行為を問題視している。たとえば、欧州委員会は、1982年にベルギー／オランダ間の、また、1988年にイギリス／アイルランド間の書籍の再販制度を違法とする決定を下している⁽⁷¹⁾。

ドイツ／オーストリア／スイス間でも、業者の間で、国境を越える価格拘束の集団契約がなされていた。しかし、EUの競争政策の意向を受け、2000年6月に、集団契約から国境をまたがる要素が廃止された。ところが、インターネットによる販売を行うオーストリアのリプロ(The Austrian Libro Internet Shop)が、20%引きでドイツにベストセラータイトルを販売したところ、複数のドイツの出版社が、リプロへの供給を止めるという事件が発生した。欧州委員会は、この行為を出版社などによる違法な共謀であるとして、調査手続を開始した。しかし、2002年3月に、ドイツの出版社協会と書店協会が、国境をまたいでドイツ国内の消費者にドイ

(66) イギリスでのNBAの廃止については、次の文献に詳しく報告されている。同上; 金子晃ほか編著『英国書籍再販崩壊の記録』文化通信社, 1998。

(67) 高橋岩和「ヨーロッパの書籍再販制度—再販制を廃止したスウェーデンを中心に—」金子晃ほか編著『英国書籍再販崩壊の記録』文化通信社, 1998, pp.119-126。高橋は、スウェーデンでは、書籍の再販制度の廃止に際し、懸念された悪影響は、政府と業界のきめ細かい対応策により回避されたとしている。なお、スウェーデンには、作家や出版社を支援する補助金制度が存在する。また、Ringstadは、書籍の再販制度の是非について論じている。その中で、1970年に制度を廃止したスウェーデンの変化についての分析を紹介している。Ringstad, *op.cit.* (39), pp.360-361。

(68) Doris Stockmann, “Free or Fixed Prices on Books—Patterns of Book Pricing in Europe,” *The Public*, vol.11 no.4, 2004, pp.49-64。Stockmannは、フィンランドの書籍市場について分析しており、フィンランドで1971年に再販制度が廃止されたのちに、書籍市場に生じた事柄について解説している。

(69) 伊藤暢章「海外出版レポート ドイツ スイスの出版物再販制度崩壊の影響」『出版ニュース』通2113号, 2007.7. 下旬, p.22。

(70) Stockmann, *op.cit.* (68), p.50。

(71) 欧州裁判所は、1982年のベルギー／オランダ間の欧州委員会の決定を追認した。また、第一審裁判所は、1988年のイギリス／アイルランド間の欧州委員会の決定を追認したものの、控訴審では破棄されている。控訴審の判決は、オランダ／ベルギー間の書籍の再販制度に言及しており、同制度の価格拘束は、制裁措置を伴う強力なものであったなどの点で、イギリス／アイルランド間の制度と異なっており、欧州委員会の決定と第一審は、そうした違いを考慮していないとした。「海外競争政策の動き イギリスの書籍定価販売協定に対する欧州司法裁判所判決 1/24 FT」『公正取引』533号, 1995.3, pp.68-69。

ツ語書籍を販売する自由を認めたことを受け、欧州委員会は、調査手続を取りやめる決定を行っている⁽⁷²⁾。

リプロ事件を端緒として、2002年2月に欧州議会⁽⁷³⁾は、加盟国内の文化的政策上の観点から、書籍の再販制度の導入を薦める報告書⁽⁷⁴⁾ (The Rothley Report) を採択している。同報告書は、固定価格制度として、①出版社が書籍の小売価格を設定し、契約上の同意を通して、最終販売者に小売価格を維持することを義務とするもの、②法または勅令に基づき、出版社が書籍の小売価格を決定することを義務とし、最終販売者は、決定された小売価格を維持することを義務とするものの2種類を提案している⁽⁷⁵⁾。なお、補完性の原理⁽⁷⁶⁾ から、書籍の再販制度を採択するかどうかは、加盟国の決定に委ねている。

こうした経緯から、EUでは、加盟国の国境をまたいで消費者に販売される書籍は、原則として再販制度の対象にならないことが明らかにされた。また、EU各国では、法的不安定性を

解消するために、これまで民間の契約や協定に基づいていた書籍の再販制度を、法律に基づくものへと移行する動きが見られる⁽⁷⁷⁾。

(3) アメリカの動向

アメリカでは、書籍の再販制度は存在しない。しかし、再販行為をめぐる裁判所の判断に変化が見られるため、簡単にその流れを見てみたい。シャーマン法⁽⁷⁸⁾は、取引を制限するカルテルや独占行為を禁止し、その違反に対する差止めや刑事罰などを規定しており、競争を制限する再販行為もその対象となっている。1911年のドクター・マイルズ事件⁽⁷⁹⁾で、再販行為は、シャーマン法第1条に原則違法とする判決が下されていた。しかし、前章で見たように、1960年ごろから、再販行為が競争促進的な効果を持ちうるという意見が主張されはじめる。再販行為と同じく垂直的競争制限に分類されるテリトリイ制限や販売先制限に対して、1977年のGTEシルバニア事件⁽⁸⁰⁾での判決は、原則違法としていたこれまでの判例を覆し、合理の原則によ

(72) European Commission, *Commission accepts undertaking in competition proceedings regarding German book price fixing*, IP/02/461, 2002.3.22.

(73) 欧州議会は、書籍の再販制度について、1999年に次のような宣言を行っている。「議会は、書籍を経済的かつ文化的な資産とみなしている。書籍の価格を固定する制度は、加盟国の多くが採用しているところであるが、多くの独立した出版社の存在の保護手段であり、さまざまな文学上の生産物、意見の自由および調査・科学・教育の独立性を保持し、促進し、そして、共通の国境をまたぐ言語圏において、欧州の思想を促進し、直接または間接の政府補助がなくとも、読者に広範囲にわたり高品位で容易に接近できる書籍の供給を与える、書店の充実した立地網を確実にするものであると信じている。」また、欧州議会は、競争を失わせることなく、文学的な作品を生み出し、流通させるためには、書籍の固定価格制度 (the fixing of book price) が他のいかなる手段よりも優れているとしている。European Parliament, *Resolution of the European Parliament of 16 December 1999 on book prices in Germany and Austria*, OJ C 296, 2000.10.18, p.210.

(74) European Parliament, *Report with recommendations to the Commission on the drawing-up of a directive of the European Parliament and the Council on the fixing of book prices (a.k.a. The Rothley Report)*, PE 308.458, Feb. 2002.

(75) *ibid.*, p.12.

(76) 決定や自治などをできるかぎり小さい単位の個人や団体で行い、できないことのみをより大きな単位の団体で補完していくという概念をいう。

(77) たとえば、ドイツやオーストリア、オランダが、契約や協定による制度から法律による制度へと移行した。

(78) Sherman Act, July 2, 1890, ch. 647, 26 Stat. 209, 15 U.S.C. § 1-7.

(79) *Dr. Miles Medical Company v. John D. Park & Sons*, 220 U.S. 373 (1911) .

(80) *Continental T.V., Inc., et al. v. GTE Sylvania Inc.*, 433 U.S. 36 (1977) .

り判断すべきとしている。また、再販行為のうち最高価格を拘束するものに対して、1997年に最高裁は、ステート・オイル事件⁽⁸¹⁾での判決の中で、合理の原則により判断すべきとした。

こうした中、2007年のリーギン事件⁽⁸²⁾において、最高裁は、最低価格を拘束する再販行為についても、ドクター・マイルズ事件の判例を覆し、原則違法でなく、合理の原則により判断されるべきであるという判決を下した⁽⁸³⁾。もっともリーギン事件においては、5対4という僅差で判決が下された点に注意する必要があるだろう。また、2008年11月に、各国の競争当局による再販行為をテーマとした会議がウィーンで開催された。そこで、ドイツの競争当局は、リーギン事件の判決が、ヨーロッパの再販行為の考え方を変更するものではないとしながらも、アメリカとEUの法体制は、合理の原則に従うよう取束していくかもしれないとしてい

る⁽⁸⁴⁾。

2 イギリスの分析事例

書籍の価格を固定するのがよいのか、それとも、自由な価格決定にゆだねるのがよいのか。これは、書籍の再販制度にかかわることのあった国にとって、大いなる難問であったに違いない。この問いに対して、大いに参考となるのは、価格制度の変更を経験した国々において、その前後で、どういったことが生じたのかを見ることであろう⁽⁸⁵⁾。特に興味深いのは、1995年に実質的にNBAを廃止したイギリスである。NBAの廃止を分析した文献は、非常に多岐にわたっているが⁽⁸⁶⁾、ここでは2008年に公表されたフランシス・フィッシュウィック (Francis Fishwick) による分析を中心に取り上げる⁽⁸⁷⁾。

(81) State Oil Co. v. Kahn, 522 U.S. 3, 15 (1997) .

(82) Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc., 551 U.S. ____ (2007) .

(83) Leegin事件を論じたものとして、次の文献がある。佐藤潤「Leegin事件最高裁判決を巡る米国における最低再販の議論について(1)(2)(3)」『公正取引』通685-687号, 2007.11-2008.1; 伊従寛「再販協定に関する米国最高裁リーギン判決と流通問題」『国際商業』41巻2号, 2008.2, pp.92-97.

(84) The Austrian Federal Competition Authority, *Conference "Resale price maintenance - an issue for the European agenda?" 12 Sep. 2008, Vienna/Austria.* <<http://www.bwb-conference.at/files/pdf/summary.pdf>>

(85) また、国の規模や文化といった特性が類似しているものの、書籍の再販制度の有無が異なる国々を比較することも参考になろう。たとえば、北欧諸国では、デンマーク、ノルウェーには書籍の再販制度があるが、フィンランド、スウェーデンにはない。北欧諸国を比較したものとして、Fjeldstad (2001) がある。Fjeldstadの分析を紹介したRingstadによると、書籍の名目販売額は、再販制度の有無が異なるフィンランド、スウェーデン、ノルウェーの3か国で増加しており、再販制度のあるデンマークでは急激な減少を経験しているという。また、前者の3か国では、販売冊数は、ほぼ一定であるため、価格制度に関係なく書籍の価格は上昇していることになる。なお、デンマークでは、販売冊数が1985年から3分の1に減少している一方、書籍の価格は、一般物価水準の33%以上増加している。Fjeldstadは、ある制度が別の制度よりも優れているようには見えないと結論付けている。Anton Fjeldstad, *Å sette pris på bøker. Om prissystema for bøker i ein del europeiske land, Report24*, Oslo, 2001; Ringstad, *op.cit.* (39), pp.359-360.

(86) NBAの廃止をもっとも包括的に分析したものとして、Francis Fishwick and Sharon Fitzsimons, *Report into the Effects of the Abandonment of the Net Book Agreement*, London: Book Trust, 1998がある。また、その他の文献として、次のものがある。寺倉 前掲注(53); Michael A. Utton, "Books Are Not Different After All: Observations on the Formal Ending of the Net Book Agreement in the UK," *International Journal of the Economics of Business*, vol.7 no.1, 2000, pp.115-126; Office of Fair Trading, *An Evaluation of the Impact upon Productivity of Ending Resale Price Maintenance on Books*, OFT981, Feb. 2008.

(87) Francis Fishwick, *Book Retailing in the UK since the Abandonment of Fixed Prices*, 2008. <http://www.buchvielfalt-bewahren.ch/files/symposium/Buchvielfalt_Rede_Fishwick.pdf>

(1) 市場シェアと総市場

表2は、イギリスにおける書籍の小売店の市場シェアを種類別に見たものである。表2によると、インターネットによる販売は、1998年に0.3%であったのが、2007年には20%にまで上昇している。この成長の原因をNBAの廃止に帰することはできないが、価格競争がなければ、ここまでのシェアを持つことはなかったであろう。1998年から2004年までに、中小の書籍専門店が価格競争に敗れ、インターネットによる販売にシェアを奪われた形になっている。さらに、2004年以降は、大手のチェーン店も市場シェアをインターネットによる販売とスーパーマーケットに奪われ始めている。なお、小さな書籍専門店は、ベストセラーでなく、より個人向けのサービスを提供したり、少数派だが興味深いタイトルに集中することで、競争しようとしているという⁽⁸⁸⁾。

また、家計による書籍への支出（インフレ調整後）は、1995年から2007年の間に59.5%上昇している。これは、消費者の支出全般が増加していること、公共図書館の貸出サービスが減少していることが影響しているものの、他の余暇・レクリエーションとの競争が活発になって

いることを考えれば、書籍関係者にとってよい結果といえよう。

(2) 価格とタイトル数

NBAが廃止された2年後の調査では、1997年10月時点のベストセラーのうち、割引されたタイトルは、ごく小数に限られていた。しかし、近年の割引率を見てみると、劇的に増加していることがわかる。2001年には、割引率は、平均で見ても9.5%であったが、2005年には19.8%に、2007年には20.9%にまで上昇している。また、1996年12月の家計サーベイ調査では、38%の家計が希望小売価格以下で購入したとしているが、2007年には51%に達している。なお、学術的・専門的なタイトルに対する割引は小さい。この種のタイトルの場合、小売店が受け取るマージンが低いことが理由の一つである。

1967年にNBAの廃止が議論されたときに懸念されたことの一つに、価格の上昇があった⁽⁸⁹⁾。価格競争がベストセラーなどの一部のタイトルに需要を集中させる結果、他のタイトルの需要が減少し、規模の経済が逆にはたらくため、1冊当たりのコストが上昇し、価格も高くなるためである。実際に見ると、ベストセラーには割

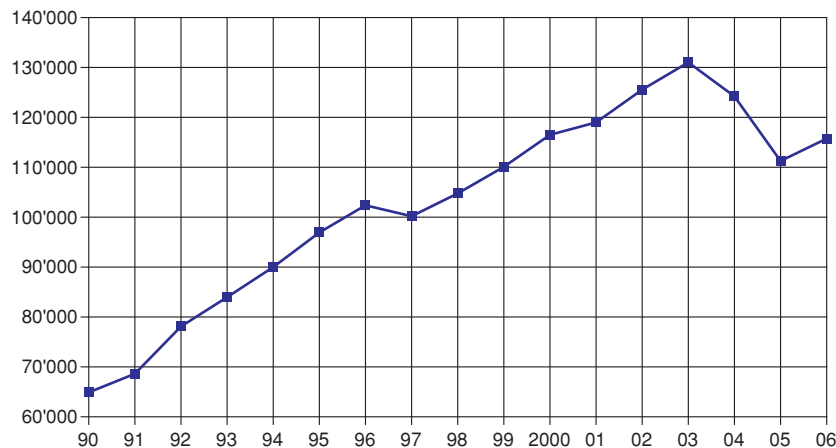
表2 イギリスの書籍の小売店の市場シェア（種類別）

	(単位：%)					
	1998	2004	2005	2006	2007	
5(4)大チェーン書店(*)	38.5	43.3	41.4	39.6	37.5	(*) 2006年のWaterstoneとOttakarの合併による。
その他の書籍専門店	19.9	10.6	10.5	10.2	9.6	(**) 2007年のインターネットの数値には、インターネットによる販売へと移行した企業を含んでいる。それらがなければ、17.0%となる。
スーパーマーケット	4.0	6.4	8.0	9.0	11.0	(出典) Francis Fishwick, <i>Book Retailing in the UK since the Abandonment of Fixed Prices</i> , 2008, p.3, Table 2.
ブッククラブ・郵便	24.7	17.8	15.3	14.9	10.9	
インターネット	0.3	9.1	11.7	13.2	(**)20.0	
その他	12.6	12.8	13.1	13.1	11.0	

⁽⁸⁸⁾ *ibid.*, p.3.

⁽⁸⁹⁾ Løyland と Ringstad は、1980年からのノルウェーでの書籍の実質価格の急速な上昇を分析している。彼らは分析の中で、固定価格制度であるノルウェーやデンマークよりも、自由価格制度であるフィンランドやスウェーデンの方が、価格の上昇がより著しいことを示している。ただし、これが制度の違いによるものかどうかは、より詳細な分析が必要であるとしている。Knut Løyland and Vidar Ringstad, "Hvorfor stiger prisen på bøker så sterkt?," *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, vol.6 no.2, 2003, pp.97-120; Ringstad, *op.cit.* ⁽³⁹⁾, p.360.

図6 新刊または新版のタイトル数の推移 (単位：タイトル)



(出典) Francis Fishwick, *Book Retailing in the UK since the Abandonment of Fixed Prices*, 2008, p.8, Chart 4.

引が見られるものの、イギリスの国家統計局による書籍の価格指数は、1995年からの12年間に49.6%上昇しており、消費者物価指数の27.6%を上回っている。

価格の上昇だけでなく、書籍のタイトル数も、NBAの廃止によって減少が懸念された項目の一つである。図6は、イギリスにおける書籍のタイトル数の推移を見たものである。

1997年の若干の減少以降、2003年までタイトル数は、一貫して上昇している。しかし、2003年から2006年にかけて、タイトル数は減少傾向を示している。この変化の時期は、書籍専門店や大手のチェーン店からスーパーマーケットやインターネットによる販売へと市場シェアが移行し、より割引が過度になった時期と一致している。

(3) フィッシュウィックによる評価

イギリスで1997年までNBAが保護された理由は、それがなくなれば、よい品揃えを持つ書店が少なくなり、書籍の価格が高くなり、そしてタイトル数が減少するだろうというものであった。Fishwickは、この3つの予測は2007年

までの状況を踏まえるとすべて正しかった可能性が高いとしている。さらに、フィッシュウィックは、NBAの廃止後の12年間での勝者と敗者を次のように分類している⁽⁹⁰⁾。

- 書籍の小売店では、Amazonという突出したインターネットによる販売店とスーパーマーケットが多くの特得を得てきた。主な敗者は、書籍専門店であり、しかも小さい書店ではなかった。
- 多くの出版社は、総市場の拡大から多くの利益を得たといえる。しかし、少数派だが興味深いタイトルを重点的に取り扱っていた出版社のいくつかは、敗者となった。現在では、小売側の市場シェアの集中が進んだため、すべての出版社は、買い手の高い価格交渉力に直面しており、いくつかの出版社にとって、利潤の低下をもたらすことになった。
- ベストセラータイトルを好む読者は、NBAが維持されていた場合よりも低い価格で購入している。少数派だが興味深いタイトルを購入している読者にとっては、明らかに多くの金額を支払うこととなった。

⁽⁹⁰⁾ Fishwick, *op.cit.* (87), p.9.

おわりに

本稿では、書籍の再販制度について論じた。まず、書籍の持つ性質について見たのちに、再販行為が社会的余剰に及ぼす経済効果を考察した。再販行為は、自由な価格競争を減少、ないしは、消滅させるため、一見、反競争的に見える。しかしながら、再販行為は、フリーライド問題を効率的に解決するといった需要を促進する効果もある。また、小売店は、再販行為で得た独占利潤を用いて特別なサービスを提供するなど、非価格競争を行うこともできる。このように、理論的には、再販行為にも社会的余剰を増加させる効果がありうるといわれている。

さらに、再販行為をめぐる理論を、書籍の再販制度に当てはめてみた場合、どのような含意が得られるかを考察した。特に、書籍を店頭に展示する書店とインターネットによる販売との間に、深刻なフリーライド問題が起こりうるこ

とを指摘した。また、諸外国の書籍の再販制度の現状を見たのちに、NBAの廃止を行ったイギリスで、何が生じたのかを分析した文献を紹介した。

書籍市場のみならず、現在、あらゆる財・サービスの分野を席卷しているのは、インターネットを利用したビジネスモデルである。特に書籍市場においては、イギリスの例を見るまでもなく、インターネットは、大きな影響をもたらしたといえよう。その影響力は、書籍の再販制度による影響を不明にするほどの大きさであるようにも思われる。これからの書籍市場の在り方を考える上では、書籍の再販制度にとどまらず、市場構造の変化による影響などさまざまな切り口からの深い考察が必要であるといえよう。今後、書籍の持つ文化的な特性を含めて、書籍市場を取り巻く環境に関する有益な分析や議論が望まれる。

(かじ よしたか)