

日本における再販売価格維持行為・ 制度研究の系譜*

——日本型RPM理論確立の原初的試み——

岩 本 明 憲

1. はじめに

1-1. 本稿の目的

本論は、日本における再販売価格維持行為（以下、RPM）及び再販売価格維持制度¹⁾（以下、再販制度）の経済理論に関する草創期から初期にかけての諸研究を渉獵・検討・再構成することによって、欧米のRPM及び再販制度の研究（以下、RPM研究）が日本のRPM研究に及ぼした知的影響と、日本独自のRPM研究の理論的展開を明らかにすることを主目的としている。同時に、当時の学説がどのような社会・経済的背景の下で生じたのかについても簡便に整序・説明する。主たる研究対象は戦前から1960年代後半までの約30年間であり、便宜上、以下の2つの時代区分に従って各学説を検討する²⁾。すなわち、第1に、戦前及び、1947年の独禁法制定から1953年の独禁法改正を経て約10年が経過した1960年代前半まで、第2に当時の物価高の原因としてRPM及び再販制度が再び取沙汰されるようになった1960年代後半である。そして、1960年代末から1970年代前半にかけて現れ、日本におけるRPM研究の知的基盤を形成・提供したと考えられる長谷川と中野の研究は別途独立して取扱うこととする。

* 本研究は、文部科学省の科研費（若手研究（B）：課題番号23730422）の助成を受けたものである。

1) 本稿における「再販制度」とは、日本の独占禁止法において個別企業のRPMを一部の品目に関してのみ例外的に容認する法的制度のことを指す。個別企業による再販売価格維持行為は合法・違法にかかわらずRPMと記述する。なお、本稿における「RPM研究」には、再販制度に関する研究も含まれるが、そのような研究にもRPMの発生メカニズムの説明がしばしば混在しているためである。また、「RPM理論」には、一般的には再販制度の合理性を説明する理論も含まれるが、本稿ではそれと切り離して、個別企業によるRPMの実施を説明する理論と定義する。

2) このような時代区分は必ずしも恣意的なものではない。実際に、石井他（1975）、p.15では、再販規制の沿革に従って、第1期を独占禁止法制定から1951年頃まで、第2期を1952年頃から1964年頃まで、第3期を1965年以降と区分している。本稿では、上記の第1期と2期とを統合し、3期を60年代後半まで（1970年以前）としたに過ぎない。

1-2. 本稿における学説史研究の方法

本稿における学説史研究は、同時に、日本のRPM研究に関するいわゆる「レビュー論文」としての役割も兼ねている。したがって、各学説がRPM理論の発展・展開に果たした知的貢献の度合いに応じて各学説の紹介・分析にそれぞれ紙幅が割かれると同時に、研究対象となる時期に生じたRPM研究をできる限り渉猟・網羅し、それらがRPMの問題の説明・解明に果たした役割が少しでも認められる場合には、その僅かな貢献を紹介することで、当時のRPM研究及びRPM理論の全体像を浮かび上がらせる試みがなされる。

当時のRPM及び再販制度に関しては、法学や商業学（古くは商業経済学）やマーケティング論（または流通論）などの研究者のみならず、弁護士や公正取引委員会の委員、そして、ごく一部の実務家によって、様々な論点に関して幅広い観点から研究されていた。このうち、本稿における学説研究の対象は、分野を問わずRPMを経済的側面から科学的に分析し、かつその発生メカニズムの説明を試みたあらゆる研究論文、著作物とする。したがって、巷間の議論を紹介する（主として各種評論家や新聞の論説委員などによる）論評の類は研究対象から除外する。また、RPMの法的身分やRPMに関する法的係争の解釈や説明、再販制度の是非を論じた規範的議論も除外するものとする。

1-3. 本稿の構成

本稿の構成は以下のとおりである。次節では、戦前から1960年代前半までのRPMを取り巻く歴史的状況と、同時期に生じた学説を検討する。第3節では、1960年代後半の学説に関して、前節と同様の方法で分析する。第4節では、1960年代末から70年代前半に生じた長谷川（1969a）と中野（1971）という、日本における初期の代表的RPM研究を中心に据えてそれぞれを詳細に検討する。そして、最終節において結論を提示する。

2. 1950年代のRPMを取り巻く社会的背景と草創期のRPM研究

2-1. 戦前及び独占禁止法制定前後のRPMを取り巻く状況

日本では戦前からブランド商品について一般に推奨価格制（希望小売価格制）が採られ、新聞・雑誌・書籍・キャラメル・化粧品などについては、すでに大正時代に事実上RPMが行われていたが、戦後の1947年に「独占禁止法(私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律)」が制定されRPMが共同行為または不当な取引制限と判断されるようになるまで³⁾、そうした

3) 北海道バター株式会社外八名事件（昭和25年28号，9月同意判決，審決集2巻103頁）及び中山太陽堂外六名事件（昭和25年58号，昭和26年3月同意判決，審決集2巻255頁）。

行為が法律上問題視されることはなかった⁴⁾。そして1951年の東京高裁⁵⁾において、独禁法第4条の共同行為には縦の協定は含まれないと判断されたことにより、RPMは、不公正な取引方法の禁止規定その他の条項によって規制されるようになった。しかしこの判決について法律学者の一部から強い批判が起こり⁶⁾、また規制の厳格化に不満を持った化粧品業界を始め関係業界が執拗に陳情を行なった結果⁷⁾、1953年に独禁法が改正され、著作物・化粧品・染毛料など特定商品のRPMを適用除外にする第24条の2が新設された⁸⁾。その後、適用除外品目は歯磨き（粉）・家庭用石けん・医薬品等へと拡大し、1959年2月までに9品目が指定されたが⁹⁾、独禁法改正後約10年間は、化粧品メーカーを除いてRPMを実施する企業は少なく、大手企業はほとんど関心を示さなかった¹⁰⁾。

2-2. 1950年代までのRPM研究

日本では戦前に商業論や市場配給論の教科書〔平野（1935）、向井（1935）、鈴木（1937）、福田（1937）〕の中で（おそらく米国のマーケティングの教科書からの引用で）RPMに関する極めて簡単な記述が見られ、戦後には赤木（1950）、金田（1951）及び村本（1951 & 1953）で米国でのRPMの法的及び社会的状況が比較的詳しく紹介された。そして独禁法改正前後にRPM研究が本格化したのであるが、当初その（理論）研究は、同時代の欧米の入手可能な論文や著作を引用・紹介するに留まっていた。そこでたびたび引用・踏襲されたのはGrether（1939 & 1952）、Hall（1949）、Hession（1950）、Yamey（1954）、Gammelgaard（1958）であった。その理論は主に以下の主張によって構成されていた¹¹⁾。

- （1）ロス・リーダーは仮に生じたとしても短期間且つ散発的であり製造業者のグッドウィルに打撃を与えない。したがってロス・リーダーに関連づけたRPM正当化論は誤っている。
〈「グッドウィル保護仮説」及び「ロス・リーダー仮説」の棄却〉
- （2）RPMは小売価格競争に対抗できない非効率な流通業者が組織化し交渉力を持った結果として生起する。製造業者にはRPM採用の直接的なインセンティブはない。その意味でRPMは「ディーラー主導型」が主流である。〈RPMの発生メカニズムの説明〉
- （3）RPMによって小売業者の販売協力が得られるとは限らない。またRPMによってブラン

4) 長谷川（1958）、p.6と伊従（1974）、p.361。

5) 朝日新聞外二十六名事件（昭和26年10-11号、4月審決、審決集4巻149頁）。

6) 詳細は、伊従（1974）、pp.378-380を参照されたい。

7) 独禁法改正の折にRPMが適用除外となった経緯は、木下（1997）、pp.37-42に詳しい。

8) 丹宗（1966）、p.8。

9) 谷口（1968）、p.163。

10) ただしRPMないしそれに類似した行為を行ないながら公正取引委員会に届出をしていないケースが多いとの指摘もある〔辻（1955）、p.2と長谷川（1964）、p.4〕。

11) 拙稿（2007）、p.201。

ド間競争は緩和されず、小売業者に保証される高マージンは参入を促すため、長期的には彼らの状況は改善しない。〈RPMの個別企業にとっての効果を疑問視〉

- (4) RPMは流通の効率化を妨げ、既存の非効率な流通業者を保護する。また、RPMによって不要なサービスの削減分を低価格という形で享受したい消費者の選択肢が制限される。それゆえ、RPMの合法化は公益に反する¹²⁾。〈RPMの社会的正当性の否定〉

これらは、1910年代から50年代にかけて欧米において蓄積された数々の研究群から構成される知的構築物であり、「古典的RPM理論」と総称できる理論である¹³⁾。当時の日本におけるRPM研究はこの理論の影響を大きく受けており、それゆえに、RPMの合法化に否定的な見解が支配的であった〔例えば鈴木(1953, 1954 & 1958)¹⁴⁾、荒川(1954)、片岡(1954ab & 1956ab)、山中(1956)、福田(1954 & 1957)、阿部(1960)〕。とりわけYamey(1954)とGammelgaard(1958)の影響力は強く、1950-60年代の代表的RPM研究者である長谷川は、当初RPM(及び再販制度)に好意的であったが〔長谷川(1953ab)〕、1958年以降、YameyとGammelgaardの研究を参照して態度を転換したほどであった〔特に、長谷川(1965-6, 1966b & 1969a)〕¹⁵⁾。

また片岡(1958)と風呂(1961)では、RPMのマクロ的効果を扱った複数の経験的研究がレビューされており、前者では「RPM下での商標品の製造業者の平均費用は、RPM下になく商標品も持たない製造業者のそれを上回るものであるから、結果として販売価格も高まる」ということが独占的競争理論を応用して論証されたが、これはPhillips(1939)に極めて類似した内容であり、オリジナルな理論とは呼び得ないものであった。

他方で、RPMを擁護する議論も若干数存在していた。浜野&上岡(1953)では「定価の維持の重要性は先ず消費者の信用維持という点にある。定価と市場価格との差が大である場合にうける消費者のその銘柄に対し抱く不信は相当大きなものである〔pp.232-233〕」として、定価は市場における有名ブランド品の品質の基準としての役割を果たすと主張された。丸山(1955)ではCopeland(1937)が引用され、RPMに好意的な主張が展開された。また山東(1955 & 1959)では——参照物が明確ではないが——ロス・リーダーの弊害やRPM下でも競争が阻害されないことを論拠に、また中村(1960)では化粧品業界が直面した乱売の経験を頼りにRPM擁護論が無批判に展開され、久保村(1960)では、差別化された独占的競争市場では「小売価格の表示はたとえ価格支配を容易にするとしても、正当と認められるべき〔p.11〕」と主張された。

12) 消費者の選択肢の制限についてはYamey(1954), p.116で言及され、Yamey(1960ab)で強調された。

13) 当該理論の形成のプロセスは、拙稿(2005 & 2006ab)を参照されたい。

14) ただし、鈴木(1949 & 1951)では、シンプルな「ロス・リーダー仮説」に基づくRPM擁護論が見られる。

15) また江上(1959)では著作物の(共同実施による)RPMが批判され、野口(1959ab)では新聞業界に見られるRPMはカルテルであると断言された。

このように独禁法改正論議に相まって活発化したRPM研究では、欧米のどの文献を発見・引用するかRPMの理論やそれに対する態度は大きく依存していた。また、1950年代までの欧米のRPM研究ではRPMに否定的な見解が大勢を占めていたため、結果的に日本でも同様の傾向が引き継がれた。

2-3. 1960年代前半におけるRPM研究

1960年代に入って鈴木（1960）、岡本（1961）や片岡（1964）などRPM問題を理論的且つ体系的に取り扱った文献が見られるようになったが、前二者はGrether（1952）に、後者はYamey（1954）に主として影響を受けていた。ただし岡本（1961）は、欧米の文献をそのまま引用・紹介するというよりはむしろ、日本におけるRPM擁護論（特に久保村（1956）、清水（1958）及び山東（1959））を批判する形で議論を展開しており、RPM実施のための出荷停止という手段が有効でないとする論証〔岡本（1961）、pp.304-305〕や、「再販売価格が需要者の購買価格（＝需要価格）を正確に表現した正しい価格であれば乱売は生じない〔p.286〕」として、乱売の根本的原因の解消には製造業者や流通業者が「再販売価格を市場調査によって科学的に設定し〔p.294〕」、過剰生産を止めて「生産制限を行なう〔p.312〕」必要があると説いている点で——その実行可能性については疑問の余地があるものの——若干のオリジナリティーが見て取れる。

3. RPMを取り巻く環境の変化と日本独自のRPM理論の萌芽

3-1. 1960年代中頃におけるRPMを取り巻く環境の変化

次に日本でRPM問題が再び注目されるようになったのは1965年前後であった。その要因としては、主に以下の2つが挙げられる。

第1に資生堂や大正製薬など早くからRPMを採用したメーカーの成功に倣ってRPMを採用する企業が急増したことである。資生堂がRPMを採用した1954年当時、資生堂は化粧品業界全体の年間売上高205億円のうち25億円を売り上げていたが、1964年には940億円のうち400億円を占めるまでに成長した。その間、全国の化粧品生産高は年間20-25%の上昇を辿ったが、（RPMが行なわれていない）一般自由品は横ばいもしくは伸び悩んだ結果、1967年には再販指定化粧品の売上高総額が全化粧品出荷額の85%以上に達するまでになった。また製薬業界でも、総生産額は1955年の900億円から1965年には4500億円に成長したが、中でも1955年にRPMを採用した大正製薬の伸び率は目覚しく、1955年の32億円から1965年には200億円へと躍進した。こうした各社の成功に刺激されて、1962年頃を境にRPMを実施するメーカーが増加し始め¹⁶⁾、

16) その背景としては、RPM採用企業の成功と業績向上だけでなく、同時期においてスーパーマーケットの台頭による末端価格の乱れがメーカーにとって看過できない問題になってきたこと、そして、量産化さ

製薬メーカーに関しては、1966年までにはそのほとんどが再販売契約を結ぶに至った¹⁷⁾。

第2に、物価高騰の煽りを受けて、政府が規制強化に乗り出したことが挙げられる。1966年に経済企画庁長官の私的諮問機関である物価問題懇談会が、再販制度の弊害として(1)流通機構の合理化の利益が消費者に還元されていないこと、(2)メーカーの寡占化による価格硬直化が小売価格にまで反映されていること、(3)競争が、小売価格ではなくリベートなどの小売業者に対する過大なサービス提供や過剰な広告宣伝によって展開され、消費者の利益を害していること、(4)再販制度が実施された後、値引き行為がなくなり、実質的に商品が値上げされていること、が指摘された¹⁸⁾。1967年6月に、同懇談会は「医薬品・化粧品・石けん・洗剤等の家庭用品について」と題する報告の中で再販制度の改善を提案し、また国会でも衆参両院に設けられた「物価問題等に関する特別委員会」の決議をきっかけに、適用除外品目の見直しを含む独占法の改正論議が高まった¹⁹⁾。国会では、同年7月に参議院物価対策委員会において「公正取引委員会が再販売価格維持規制法案を国会に提出するに至らなかった経緯によって、指定商品の再検討をするとともに、可及的すみやかに成案を得て、次期国会へ提案するよう努力すること」とする決議がなされた。これを受けて、公正取引委員会は1968年12月に再販指定品目の削除を行った²⁰⁾。この時期、RPMは当時の物価高の原因であり消費者利益を侵害すると見做され始め、製造業者主導によるRPMは「一般にタテのカルテルとも言われ、価格を高水準に固定させて物価対策に逆行しているのはだれの目にも明らかであろう [月岡(1967), p.63]」という主張も見られるようになった²¹⁾。

ゝれた商品の円滑な販売と流通経費の削減のために流通の組織化・系列化の必要性が高まり、それを担保する基盤としてRPMに注目が集まったことが指摘されている [二瓶(1971), pp.5-7]。逆に言えば、それ以前には、(1)メーカーの多くは、シェア拡大を目的とした量産化及びそのための技術開発や生産設備の増強に重点を置いており、したがって、自社の商品がどのような経路と価格で販売されているかについて二次的な関心しか持たなかったこと、(2)当時の流通機構が問屋資本を基軸として発達し、メーカーもこれに依存して自社製品の販売を行っており、その流通の複雑さゆえに自社製品の流通経路を把握することが困難であったこと、そして(3)それゆえ、メーカーは自社製品の小売価格を効果的に統制する能力を持たず、また独占禁止法によって、メーカー間の水平的結合が禁止されていたために、個別企業によるRPMがさらに困難であったこと、が指摘されている [p.7]。とはいえ、1962年を境に上記の3点がすべて解決されたと主張するには無理があるだろうから、こうした状況の変化が1960年代前半において徐々に進展していったと考えるのが妥当であろう。

17) 中村(1966), p.274, 服部(1966), p.63, 中村(1967), p.80及び白髭(1969), p.235などを参照。1960年代後半までにRPMを採用した企業名や数などは、公正取引委員会(1971), pp.48-59に詳しい。

18) 辻(1971b), p.28。

19) 物価問題懇談会の提案や物価特別委員会の決議の具体的内容については、後藤(1968), pp.4-6及び伊従(1974), p.412を参照されたい。

20) 公正取引委員会でも1965年頃から独自に再販制度について根本的な再検討を始めていたとの記述も見られる [辻(1971a), p.1]。

21) 消費者物価指数及び卸売物価指数と化粧品全体の価格指数の時系列比較は、大橋(1970), pp.18-19の図1と2で可視化されており、それによると1963年から1969年にかけて化粧品の価格はその他の商品の価格

3-2. 1960年代後半におけるRPM研究

1960年代後半におけるRPM採用企業数の増加と、政府による再販制度の見直しの動きを受けて再び活発化した日本のRPM研究は、欧米の研究の引用・紹介に留まらず、（極めて不完全ではあるが）独自の展開を次第に見せるようになった²²⁾。すなわち、すでに欧米の研究では少なくとも理論上その可能性が却下されていた「ロス・リーダー防止のための製造業者主導のRPM」という図式が復活し、同時にRPMが寡占製造企業にとっての垂直的統合（流通系列化）の手段と考えられるようになっていった。これは、欧米のRPMの学説史の文脈で言い換えれば、1950年代にはすでに却下されていた、ロス・リーダーに関連づけた議論（「ロス・リーダー仮説」と、1950年代以降生じた（垂直的統合の手段としてRPMの経済合理性を模索する）新しい議論（製造業者主導のRPM理論）とが対立するのではなく同居するという日本独自の現象であった。

またRPMを垂直的統合の一形態と見做す議論においても日本独自の特徴が見られ、——欧米ではしばしばその経済合理性が主張されるのとは対照的に²³⁾——日本では「寡占もしくは独占企業による流通支配」という構図でRPMの弊害が悪意を以て強調されることがしばしばであった²⁴⁾。そのいくつかを以下に列記すると、系列小売店の開業にあたって製造業者は土地や店舗を担保に資金援助し、その手形を背景に現金正価と売り込みを強行させ系列小売店支配を狙っている [大門 (1966)]；製薬業界の場合、その効果が統計的に十分に実証されていない大衆保健剤を大量の広告を通じて高く売りつけている [大門 (1967a)]；化粧品業界に関しては、販売店の店員や店主を事ある毎に温泉旅行などに招待して系列店の忠誠心を高め、その費用負担を化粧品の品質に無知な消費者に押し付けている [大門 (1967b)]；製造業者は、再販売価

、指数が上昇する中で比較的安定しているが、「RPMはそれがなければ下がるべき価格の値下がり阻止している」と反論された [p.19]。化粧品を含む再販指定商品の消費者及び卸売物価指数の具体的数値は伊従 (1974), pp.401-405に詳しい。なお、RPMが物価を上昇させるか否かは1960-70年代におけるRPM研究にとって1つの重要なテーマであったが、本研究ではその論争については検討の対象外とする。

22) 本論で取り上げる以外の日本独自の議論として「自由な競争（言い換えれば、ブランド間競争）」を巡る長谷川とシェンクの論争が挙げられる [長谷川 (1967b, 1968 & 1969b) とシェンク (1968 & 1969)]。ここではブランド間競争が維持されている状況下で個別実施のRPMが是認されるべきか否かについて議論され、前者はブランド間競争の存在に依拠したRPM擁護論を批判し、後者はRPM下ではかえって競争が促進されると主張した。ブランド間競争の存在がRPMを正当化する要件となり得るか否かという論点は欧米の研究にもほとんど例がなくユニークであったが、この論争は徐々に当初のルートから逸れていき、最終的に実り豊かな結論を導き出すことに失敗している。なお、この論争の総括については、長谷川 (1970ac & 1971) を参照されたい。

23) Spengler (1950) やBork (1954 & 1966) など。

24) こうした見方がなされた副次的原因としてマルクス主義思想が指摘できる。例えば「再販売価格維持制度が、最終消費財を大量生産しあるいは集合させる巨大な商業資本にとって、寡占体制の中で相互が（引用者注：商業資本と独占資本とが）激しく角逐するとき、市場支配と流通機構の系列化を、いっそう強めることに有効性を発揮するマーケティング手段の一助になりうる、というところに問題が生ずる [稲垣 (1968), p.44]」。後述の中野 (1968, 1971, 1973 & 1975) でも同様の影響が見て取れる。

格たる拘束的価格に安住し、容易に利潤を追求することのできる具としている〔高橋(1968)〕; などである。他にも「上からのメーカー主導型は、大企業に支配従属の関係と共に従来までの小零細企業の前近代的人間関係を色濃く残しており、逆に流通末端の変化をとまなう下からのそれは、他に依存せず、自らの中に近代のエトスを少しずつ生み出しているという意味で、比較的健全な道を用意していくのである〔伊東(1966), p.72〕」といったイデオロギー的な反発や、RPMは「消費者の利益を侵害する性格を有することは否定できない〔正田(1966), p.13〕」とか、「支配的資本、大企業によって進められる卸売業者等に対する支配的地位の形成、いわゆる系列化は、それ自体として独占禁止法上多くの問題を含む支配構造の形成である〔正田(1967), p.60〕」といった法倫理上の批判もあった。また「古典的RPM理論」を論拠にした(製造業者主導型の)RPM批判も依然として存在していたが〔例えば、今村(1966)、田内(1966)、長谷川(1966a)、平野(1965 & 1967)及び柏木(1970)など〕、基本的には「流通系列化のためのRPM」という図式が支配的になっていった。

他方で、日本でも製造業者の流通・価格政策や垂直的統合(流通系列化)の手段としてのRPMの効果や合理性を見出そうとする議論も幾つか見られた〔例えば田島(1965)、久保村(1965ab)、中村(1966 & 1967)、尾崎(1967)、出牛(1969)、山東(1969)及び市川(1970)〕。しかし、そこでも乱売(ロス・リーダー)防止とRPMとが切り離されることはなく、かといって、欧米における垂直的統合の問題としてRPMを議論した当時の代表的研究であるAdelman(1949)、Hawkins(1950)、Spengler(1950)やBork(1954 & 1966)などが参照もしくは引用された形跡も見られなかった²⁵⁾。また、神野(1967)ではAndrews & Friday(1960)が引用されRPM擁護論が展開されたが、これも乱売の弊害を強調する参照元の議論の枠内に留まっており、目新しい主張は皆無であった。総じて、当時における日本でのRPM正当化論は、1950年以前の欧米のRPM正当化論から理論的進展が見られず²⁶⁾、1950年代以降に欧米において生じたRPM研究の新たな潮流からも取り残される格好となった。

こうした日本独自のRPM研究の土壌が形成された主たる理由としては、以下の2点が指摘できる。第1に、日本独自の現象であった流通系列化を伴う製造業者主導型のRPMの実施と成功を説明する必要に迫られ、その要請に「おとり廉売の防止のためのRPM」という大義名分は都合が良かったこと、第2に、実際にRPM採用の(表向きの)理由として、古くから乱売防止が主張されていたこと、である。乱売に関しては、実際に1954年の大阪平野町の薬品の現金問屋に端を発した乱売が全国各地に徐々に広がり、1959年には東京で6-9割引の大乱売合

25) 本稿の研究対象である年代において、それらが紹介または参照されることは無かった。Hawkins(1950)に関しては、光澤(1974)において紹介・分析されているが、RPMとの関連性については明確な説明はなされていない。Hawkins(1950)と既存のRPM理論との関連性に関しては、拙稿(2008)、pp.250-253を参照されたい。

26) 例えば、木村(1967)や清水(1969)など。

戦まで発展し、また1960年を過ぎた頃にテレビが百貨店でも正価の半額で販売されるなどの安売り合戦が勃発したことで大きな社会的関心を集めた²⁷⁾。こうして「乱売対策としての流通・価格政策=RPM」という考え方が批判的に検討されることなく定着していったと考えられる。

なお、欧米において1960年代前半に既に登場していた「小売店舗仮説」や「スペシャルサービス仮説」について、日本では1960年代には紹介されることはなく²⁸⁾、RPMが「小売店にマージンを保証し、小売り段階でのサービスを確保する」といったシンプルな説明に留まっていた。

4. 日本独自の理論的進展

上述のように1960年代後半以降、日本では欧米とは異なる観点からRPMが研究され始めたが、それらは必ずしもRPM理論の研究として十分なものではなかった。というのも、RPM(の合法化)に否定的・肯定的な陣営共に「(乱売防止のための)製造業者主導型RPM理論」と「古典的RPM理論」(厳密にはその一部を構成する「ディーラー主導型RPM論」との対立や矛盾を是正・克服したり批判・反駁したりする試みをせず、したがって相矛盾する理論が同居する状態が放置されていたからである。以下で、この問題の解決に取り組んだ数少ない研究である、長谷川(1967a & 1969a)と中野(1968, 1971, 1973 & 1975)について詳しく検討する。

4-1. 長谷川(1967a & 1969a)

長谷川(1967a)は、ロス・リーダーによって製造業者のグッドウィルが損なわれることを防ぐために製造業者主導でRPMが行なわれるという説明を批判した上で、日本における製造業者主導型RPMは「再販売価格維持制度の初期の発達段階に見られる一時的、過渡的な現象と解すべきであり、それ(引用者注:日本の製造業者がRPMに積極的なこと)をもって再販売価格維持に対するメーカーの一般的態度と解することは誤りであろう[p.2]」と主張した。そして日本の製造業者がRPMに積極的であるように見えるのは、第1に、彼らが販売業者に

27) 田島(1962), pp.91-94, 柳沢(1969), pp.221-223。

28) 日本において「小売店舗仮説」と類似した原初的な説明は、山東(1969)に見られる。とはいえ、小売り段階でのサービス確保のために小売業者に高マージンを付与すると主張してしまうと、今度は「RPMが独占利潤を保証し物価高騰を招く」ということになってしまい、再販制度の正当化に支障を来す恐れがあったため、この主張はRPM擁護論者にとって不都合なものであった。現に、山東(1969)では、RPMが小売業者に提供するマージンについて矛盾した表現が見られる[p.124とp.139]。なお、山東(1971b)では、この矛盾を解消するために「適正なマージン」という曖昧な表現が採用されている。なお、フリーライダー仮説(の原型)を日本に初めて紹介したのは、ゴールドトップ(1973)であったと考えられる。ただし、そこではTelser(1960)からの引用であるかは明示されていない。

29) それでいて長谷川は同じ論文内で、RPMが「従来のように限られた数の個々の販売店の宣伝や信用に頼っては大量生産された商品を円滑に売りさばくことができないので、メーカーが自ら宣伝し、その商標

よる商品の推奨の重要性を認めていたので²⁹⁾、販売業者の反発を避けるために高いマージンを保障する必要があった。第2に、日本では欧米に比べて大型小売店の発展が遅れていたために、従来型の小売店のほうが大型店よりも販売数が多く³⁰⁾、その味方をせざるを得なかった。第3に、発言力が弱く制御しやすい小規模小売店を存置する方が有利と考えた、からであるとした³¹⁾。

長谷川 (1969a) では製造業者主導型のRPMが「新しい型のRPM」と位置づけられ、「大企業である生産者が独占的利潤を獲得するための手段としてみる考え方も意味があるといえるかもしれない [p.11]」とその可能性を認めながらも、最終的には「製造業者主導のRPMの場合も、RPMの本質的機能は小売業者間の価格競争の制限であることに変わらないし、生産者はRPMによって小売業者の支持を得る結果、自らも利益を得るというRPMのメカニズムは何ら変わらない [p.11: 一部引用者により変更]」と主張された³²⁾。これらは「ディーラーのグッドウィル保護のために製造業者が(消極的ながら)RPMを容認する」という従来の考え方に基づいており³³⁾、長谷川はYamey (1954) やGammelgaard (1958) に倣い「古典的RPM理論」の枠組みから日本独自の現象である製造業者主導型RPMを説明しようと試みたのであった。

ゝ等を通じて消費者の信用を負担し、個々の販売店に対してはそれだけの能力がない店をも利用し大量販売することをまさに目的としている [長谷川 (1967a), p.7]」とも述べている。

30) ただし、長谷川 (1970a) では、小売段階での競争を「大規模小売業者」と「零細小売店」だけでなく、「小売業者の中では比較的規模が大きく、商業中心地に所在し、かなり広い地域の消費者を対象として比較的狭い範囲の商品を販売する専門店的な小売業者 [p.211]」の三つ巴の競争として捉えており、(長谷川 (1970b) によると、従業員数20名未満の) 零細小売商は、RPMによって (同様に、従業員数50名以上の) 大規模小売業者との価格競争から保護されたとしても、(従業員数20名以上50名未満の) 専門店とのサービス競争において不利に立たされるために「再販売価格維持は、伝統的な専門店の小売業者には有利であるが、多数の零細小売業者にとってそれほど有利ではない [p.212]」と結論づけられている。そして、1966年において従業員数が20名未満の小売店が小売売上高全体に占める割合は70%であり、従業員数50名を超える大規模小売業者の売上の割合は20%にすぎなかったために、零細小売商 (正確には、「伝統的専門店」が主導的立場となって組織された小規模小売業者団体) が求めるRPMの要求を無視できなかったと主張された [p.213]。こうした「三分法」は、「古典的RPM理論」には見られないものであり、日本の流通構造を加味したオリジナルな説明と言える。なお、RPMを大規模小売業者と零細小売商との対立の構図で捉えた研究は欧米と比べて圧倒的に少なかったが、その理由は、日本において大型小売店の発展が遅かったことが最大の原因であると考えられる。例外的研究としては、風呂 (1968) が挙げられるが、そこでの分析も非常に不十分なものであった。

31) また、長谷川 (1967a) では、製造業者がRPMを望むその他の理由として、価格競争による販売業者の経営悪化を防止し、販売代金の回収を確実にすることも指摘されている [p.6]。これに関するより詳細な説明は、長谷川 (1969a), pp.56-64にまとめられている。

32) 同様の主張は、長谷川 (1970b & 1972) でも堅持されている。「大型店の安売り競争を禁圧する再販売価格維持制度の導入にもっとも熱心であったのは、各国とも中心街に所在する専門店的な有力店であり、彼らはそれぞれの小売業者団体の指導的地位にあることが多かったから、零細販売業者も含む小売業者団体の名のもとに、再販売価格維持制度の導入のための活動した [長谷川 (1970b), p.4]」。

33) 長谷川 (1969a) の改訂版である長谷川 (1979) において、新たな理論が展開されることはなかった。

4-2. 中野（1968, 1971 & 1973）³⁴⁾

他方で、中野はこれと異なる立場から製造業者主導のRPMの説明を試みた。中野（1968）は、——長谷川とは対照的に——ディーラー主導型のRPMの可能性を認めながらも、RPMの採否決定のイニシアティブはあくまで寡占企業側にあり、ディーラー主導型に見えるRPMでさえ寡占企業が要求したからこそ実現したとして、製造業者主導型が支配的であると主張した³⁵⁾。そして中野（1971）は、上述の長谷川（1967a）において主張された、流通業者の圧力に屈した結果として製造業者が採用するという消極的形態としてのRPMの可能性を認めつつも、寡占企業が市場開拓を目的として流通段階における価格を規制するという積極的形態の製造業者主導型のRPMの可能性を提示した [p.38]。更にそうしたRPMは「日本に独自なものでは決してない [p.69]」ことを論証すべく、その一般化を図った。

図表 1：業界編成とRPMの形態

⑦	⑧	A 中小企業	B 対抗的（競争的）寡占		C 協調的寡占 （競争的周辺企業あり／なし）	D 単独企業 （独占）
			B ₁ 競争的周辺企業あり	B ₂ 競争的周辺企業なし		
小売同業組合の組織力	I 強い	<ul style="list-style-type: none"> ・一般的にはRPMなし ・特殊적으로는⑦主導型 ・個別実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・RPM困難 ・⑦主導型 ・共同実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・⑦主導型 ・共同実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・⑧⑦合意型 ・共同実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・⑧主導型
	II 弱い	<ul style="list-style-type: none"> ・RPMなし 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般的にはRPMなし ・特殊적으로는⑧主導型 ・個別実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般的にはRPMなし ・特殊적으로는⑧主導型 ・個別実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・⑧主導型 ・共同実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・⑧主導型

中野（1971），p.71より引用・一部省略・変更。網掛けは引用者による。

34) 本稿における中野（1968 & 1971）に関する説明は、拙稿（2007），pp.215-216と部分的に重複している。

35) 長谷川（1969a）及びディーラー主導型RPMを一般的とする見解への直接的な批判は、中野（1975），pp.38-40において展開されている。そこでは、「横の関係（すなわち、寡占市場におけるメーカー間の水平的関係）」が存在しない場合、流通業者からRPM採用の要求を突きつけられても、製造業者にはそれを採用するインセンティブはないと主張された。そして、小売価格競争は製造業者から卸売業者への出荷価格にも影響を及ぼすため、製造業者は「出荷価格のみに関心を持ち、小売価格には関心を持たないというわけにはいかない」と批判した。しかしながら、この批判は、長谷川（1969a）及び彼が支持する「ディーラー主導のRPM」という理論の根幹を的確に捉えているとは言い難い。というのも、ディーラー主導型のRPM理論は、小売価格競争に直面した流通業者からの「跳ね返り」を受けて出荷価格にまで影響を及ぼすからこそメーカーはRPMの採用を決定すると主張しているからである。中野（1975）は、流通業者からの「跳ね返り」を受けてもおおRPMを採用しない強力的寡占企業を想定して上記のような批判をしたと考えられるが、「跳ね返り」を受けてRPMを採用する企業は、ある程度のブランド間競争に直面している企業と考えられるのであるから、そもそも中野（1975）の想定とは異なる条件下でディーラー主導型のRPMは生起するのである。ただし、中野（1975）の批判は、図らずもディーラー主導型のRPM理論の問題点を露呈させている。すなわち、その理論において、流通業者からの「跳ね返り」を受けた製造業者が、その要求

中野 (1971) は、製造業者は自らの「内在的要求」からRPMを採用するとして³⁶⁾、それが「基本的には産業構造の歴史的推移や競争構造のあり方によって規定される [p.69]」と考えた。そして、RPMの採否及びその形態を規定する具体的要因として「製造業界の編成とそれに規定される競争の性格」と「小売同業組合の組織力」を挙げ、それぞれのケースに該当するRPMの形態を分類した (図表1)。ここで最も注目すべきは、ディーラー主導型RPMが見られるのは、I-A, I-B₁, I-B₂という特殊なケースに限定されていることである (図表1の網掛部)。すなわち、それが生じるのは小売同業組合の組織力が強く、また製造業界が多数の中小企業か、または (寡占化していたとしても) 相互に競争的な複数の製造業者で構成されている場合のみであり、それ以外は製造業者主導型か、あるいはディーラーと製造業者双方の利害が一致して行なわれる「合意型」のどちらかであると説明した。これはディーラー主導型RPMを包含し、更に「古典的RPM理論」では説明できなかった製造業者主導型のRPMを説明している意味で、その理論を拡張させたと評価できるであろう。

ここで注意しなければならないのは、中野の研究と「古典的RPM理論」とが完全な対立関係にあるわけではないということである。現に中野は「ロス・リーダー防止を目的としたRPM」や「製造業者のグッドウィル保護のためのRPM」という伝統的なRPM正当化論を——「古典的RPM理論」がそれらを批判したのと同様に——批判・却下している [中野 (1971), pp.28-31, 39-41]。その意味で彼の理論は「古典的RPM理論」に基礎を置いており、彼は「古典的RPM理論」を反駁・棄却したというよりはむしろ、Bowman (1952) やGrether (1952) の「垂直的力関係の結果としてRPMが行なわれる」という主張をより明確にすることで「小売カルテル仮説」と「カルテル仮説³⁷⁾」の双方を包含したより説明力のある理論を提示したと

ㄨを受け入れる条件が必ずしも明確ではないということである。(図表1のⅡのケースのように) 小規模流通業者の組織力や団結力が相対的に弱い場合に、製造業者がRPMを採用し、彼らを系列化する理由は、確かにディーラー主導型のRPM理論では説明できないのである。

36) とはいえ、中野 (1971) において「内在的要求」が明確にされているとも言い難い。そこでは、寡占企業には、ライバル企業間及び小売業者との安定的・協調的關係に基づいて「本来的に、その価格政策の展開を小売商業部門にまで徹底化しようとする基本的傾向がある [p.21]」と主張されているが、なぜそのような「基本的傾向」が存在するのかについては明らかにされていない。

37) カルテル仮説とは、Telser (1960) において展開されたRPMの発生理由を説明する理論であり、製造業者間のカルテル価格を小売業者に遵守させるための手段としてRPMが利用されるという考え方である。この仮説では、もともと複数の寡占企業がカルテルを企図して (言い換えれば、水平的結合を背景にして) RPMを行うことが想定されているが、中野の一連の研究では、寡占企業がそれぞれ独占利潤の獲得を目指してRPMを採用した結果、最終的にカルテルに近似した状態 (中野 (1975) でいうところの「寡占的均衡価格体系の形成」) が実現すると主張されている。しかしながら、双方の仮説とも、実際のRPMの発生を説明する際に克服すべき問題点を抱えている。カルテル仮説の場合、第1に、独占禁止法においてカルテルが禁止されている以上、その実施は難しく、第2に、暗黙の協定があったとしても破られやすい、第3に、各メーカーが同質的な製品を扱っていない場合、ブランド間競争が残存するため、統一のカルテル価格の決定が困難である、ということが指摘できる。他方で、中野の場合、上記の3つの問題は克服しているものの、やはり寡占的均衡価格の実現のメカニズムと可能性が不明瞭であることは否めない。カルテルメ

考えるのが妥当であろう。

この中野（1971）による一般化・理論化の試みは、それまでの日本のRPM研究において皆無であり、欧米において主流であったRPM理論の発展に貢献した日本で初めての研究であったと評価できるだろう。また、その理論化の際には、欧米における数多くの研究を丹念に渉猟・検討しただけでなく、長谷川（1969a）までの日本におけるRPM論も整理・批判し、その伝統の上に理論を構築したこともあり、長谷川（1969a）とともに、その後の日本におけるRPM研究の起点の役割を果たすこととなった³⁸⁾。

ただし中野（1971）は、寡占化した製造業者が小売段階での価格競争による販売数量の増加を犠牲にしてまでも小売価格を規制しようとする理由を示していない。また、中野（1973）では、「寡占企業間協調行動の強化あるいは部門内競争のより一層の制限と、参入障壁の高度化への貢献によって、高価格の設定・高マージンの取得が可能に[pp.190-191]」なり、RPMは「価格体系の硬直化における生産性の向上の成果としての利潤マージン増大による留保をいっそう保証し、かつ促進する。かくして、RPMは寡占企業の利潤マージンを増大させる一般的傾向があるといってよい [p.191]」と述べられているが、小売価格競争の制限がなぜ参入障壁の高度化につながるのか、そして、価格の硬直化が生産性を向上させ利潤を増大させるという「一般的傾向」の詳細なメカニズムについては解明されなかった。

4-3. 中野（1975）における若干の理論的進展

上記の問題に関する説明は、中野（1975）の中で部分的に補足された。そこでは、「個別企業の行動が市場構造によって——中略——基本的には規定され、したがって、遅かれ早かれ協調行動をとるようになり、それを媒介にして独占価格の設定＝独占利潤を獲得するにいたる [p.3]」と説明されており、個別企業によるRPM（個別実施）が寡占的相互依存性を媒介にして、製造業者による暗黙の水平的結合を背景とした共同実施のRPMを導き、寡占企業間の協調に強固な基盤を提供し、「寡占間均衡価格体系の安定性確保に貢献する [p.36]」と説明された³⁹⁾。そして、個別実施のRPMに関しては、流通業者からの「跳ね返り（価格競争の激化に伴うRPM採用の要求のこと）」の存在を認めながらも、その要求と、「少数の巨大小売商との取引に脅威を感じ、小売りセクターにおける「対抗力」の出現を阻止し、既存の流通経路を温存する [p.34]」ことを望む寡占企業の思惑が一致した結果、寡占企業によって実施されると結論づけた。

ㄨ 仮説の検討については、拙稿（2007）、pp.210-211を、RPMの発生を説明する各仮説の概説は、成生（1994）、pp.132-147を参照されたい。

38) ただし、Spengler（1950）やTelser（1960）などの後のRPM理論の発展にとって重要な論文は欠落している。

39) 「寡占的均衡価格体系」の形成と、その後の（一時的な）崩壊と再編のプロセスは、中野（1975）、pp.7-13で詳述されている。

こうした一連の説明は、図表1における「合意型 (I-C)」の詳細を明らかにすると同時に、小規模小売業者の組織力が弱い場合 (II) においても、「寡占的均衡価格体系」の形成を目指す寡占的製造企業が小規模流通業者を系列化するプロセスでRPMを採用するという意味で、II-B₁、II-B₂、II-Cの発生メカニズムについて補足的な説明を与えたと言える⁴⁰⁾。こうして、中野 (1975) は寡占企業間のカルテルとそれによる独占利潤の獲得という最終目的を実現するための1つの手段としてRPMを捉えたのであったが、ブランド間競争が存在してもなおRPMによって「寡占的均衡価格体系」が実現し、さらには、それが各寡占企業にとって独占利潤を保証するほど高水準に維持されるかどうかについては批判的に検討されることはなかった。

5. 結論

以上で検討されたように、とりわけ1960年代後半までの日本のRPM研究は、基本的に欧米の研究の「後追い」であり、しかもそのレビューも十分かつ正確に行われなかったために、各論者がどの既存研究に「肩入れ」するかによって学説の内容や傾向が大きく左右された。

1960年代に入って、現実世界において見られるようになった流通系列化としての日本型RPMを説明する必要性に迫られたとき、日本の研究者は、欧米で支配的であった「小売業者主導のRPM」という図式をどう克服するかという問題に直面した。同時に、当時の日本における支配的理論であった「おとり廉売防止のためのRPM (別の言い方をすれば「ロス・リーダー仮説」)」の克服も併せて必要であった。なぜなら、欧米では1950年代において既に「ロス・リーダー仮説」は当時の支配的理論 (「古典的RPM理論」) によって却下されており⁴¹⁾、また、日本において、RPMが行われていない場合や再販指定商品以外で、おとり廉売が大々的に実施されている証拠を一部の例外を除いて見つけることが難しかったからである⁴²⁾。そうした状況を無視して「ロス・リーダー仮説」に執着するならば、欧米において1930年代以前に展開された素朴で盲信的なRPM理論に立ち戻らなければならなかったのである。

こうした状況に直面しながらも、1960年代においても日本型RPMの理論化は遅々として進

40) その場合、独占企業によるRPMは、その企業がB→C→Dへと競争の場をシフトさせていく過程で採用されてきたと考えることができるだろう。

41) 詳しくは、拙稿 (2006ab) を参照されたい。

42) RPMに関連して、実際上のロス・リーダーまたは安売り行為が研究されることはほとんどなかった。数少ない例外としては、高島 (1966) が挙げられる。そこでは定価6万円 (値引限度が10%で5万4千円) のテレビが、ディスカウンターによって4万3千円で販売されるケースが紹介されている。しかしながら、このケースにおいて、ディスカウンターは当該テレビをメーカーから3万9千円、そして代理店や特約店や小売店からは3万円から3万5千円で仕入れており、4万3千円という売価でも利益が生じているため、(原価割れ販売という意味を基本的に包含する)「おとり廉売」とは言い難い。しかも、メーカーからの仕入台数は1000台から1万台単位に及んでいと説明されており、粗利10%でも十分な利益を得られたものと想像できる。

まなかつた。その停滞状況を打開したのが、長谷川（1969a）及び中野（1971）であった。それまでの欧米の支配的理論を整理し、それを日本型RPMの説明に適用しようとした長谷川（1969a）と、それらを批判して寡占製造業者主導のRPM理論を主張した中野（1971）が理論上のメルクマークになることによって、1970年代以降、流通系列化の手段または目的として、また、チャネル政策（当時は販売経路政策やマーケティング政策と表現されていた）やマーケティング戦略としてRPMを位置づけようとする試みが、主に石原（1974 & 1982）や石井（1976）などによって展開された。また、中田（1982）によって、RPMの経済的合理性を説明する、いわゆる「シカゴ学派」のRPM理論が紹介されることによって、日本におけるRPM研究は新たな展開を見せた。こうした1970年代以降の日本におけるRPM理論の展開については、紙幅の都合上、別稿にて考察する。

〈参考文献〉

邦文

- 赤木 暁（1950）、「共同行為と再販賣價格維持」、『公正取引』、第9号（12月）、pp.1-4。
- 阿部生子（1960）、「英国の再販売価格維持制度批判」、『経済人』、第14巻、第3号（3月）、pp.57-59。
- 荒川祐吉（1954）、「アメリカ合州国における再販賣價格維持制度の一断面」、『國民經濟雑誌』（神戸大学）、第90巻、第3号（9月）、pp.80-84。
- 石井淳蔵（1976）、「わが国の再販売価格維持契約制度」、『研究年報（経営学・会計学・商学）』（神戸大学）、第22巻（8月）、pp.427-478。
- 石井成一・伊従 寛・金子 晃・高岡季昭・松下満雄（1975）、「座談会：再販規制の問題点」、『ジュリスト』、第599号（11月）、pp.15-36。
- 石原武政（1974）、「再販売価格維持と流通経路支配」、荒川祐吉 編著『流通研究の新展開』、千倉書房、pp.191-215所収。
- （1982）、『マーケティング競争の構造』、千倉書房。
- 伊東光晴（1966）、「安売り阻止の政策を排せ—再販売価格維持契約の禁止勧告」、『朝日ジャーナル』、第8巻、第28号（7月）、pp.70-72。
- 市川 繁（1970）、「マーケティング・チャネルにおける垂直的コンフリクトと再販売価格維持—家電業界の場合」、『中京商学論叢』、第16巻、第4号（3月）、pp.1-21。
- 稲垣慶一（1968）、「商品流通の展開にともなう『再販売価格維持制度』の役割—経営方策におけるMarketingとの関連によせて」、『経済学年誌』（法政大学）、第5号（3月）、pp.42-73。
- 今村成和（1966）、「再販売価格維持と独占禁止法制」、『経済法』、第9号（10月）、pp.2-6、20。
- 伊従 寛（1974）、『主要国の再販制度とその規制』、国際商業研究所。
- 岩本明憲（2005）、「再販売価格維持行為に関する初期学説研究—マーケティング論としての理論的進展のプロセス」、『三田商学研究』（慶應義塾大学）、第48巻、第4号（10月）、pp.21-45。
- （2006a）、「20世紀前半における再販売価格維持行為の理論的展開—古典的再販理論の再構築を目指して」、『三田商学研究』（慶應義塾大学）、第49巻、第1号（4月）、pp.41-62。
- （2006b）、「古典的再販売価格維持理論の再構築—20世紀前半の再販理論の全体像」、『三田商学研究』（慶應義塾大学）、第49巻、第4号（10月）、pp.207-229。
- （2007）、「再販売価格維持行為の「古典的仮説」再考 [I]—「古典的再販理論」の適用可能性と限界」、『三田商学研究』（慶應義塾大学）、第50巻、第2号（6月）、pp.199-211。
- （2008）、「再販売価格維持行為の「古典的仮説」再考 [II]—「二重マージン仮説」と「小売店舗仮説」

- 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第51巻, 第4号(10月), pp.245-266。
- 江上 勳(1959), 「出版物の再販売価格維持に関する独禁法違反事件について—商標品の一般的特質と独禁法との関係」, 『公正取引』, 第102号(3月), pp.6-11。
- 大橋豊彦(1970), 「再販売価格維持制度」, 『財經詳報』, 第859号(8月17日), pp.17-19。
- 岡本広作(1961), 『販売価格政策—再販売価格維持と乱売問題』, 同文館出版。
- 尾崎 朔(1967), 『体系商業総論』, 中央経済社。
- 柏木 駿(1970), 「反トラスト法の適用除外例としての再販売価格維持制度」, 『名城法学』, 第20巻, 第1-2号(12月), pp.131-174。
- 片岡一郎(1954a), 「再販売価格維持制度の効果分析—ヘッショ教授の所説を中心として」, 『公正取引』, 第50号(7月), pp.23-28。
- (1954b), 「再販賣價格維持制度の効果分析—合衆國醸造業の場合」, 『三田學會雜誌』(慶應義塾大学), 第47巻, 第9-10号(9月), pp.54-83。
- (1956a), 「英国における価格維持制度の効果分析」, 『公正取引』, 第73, 75, 77号(7, 9, 11-12月), pp.22-27, 39-44, 22-27。
- (1956b), 「再販賣價格維持制度と公正競争」, 『三田學會雜誌』(慶應義塾大学), 第49巻, 第11号(10月), pp.30-42。
- (1958), 「資料:再販売価格維持制度の経済的側面」, 『三田學會雜誌』(慶應義塾大学), 第51巻, 第4号(4月), pp.69-78。
- (1964), 『流通経済の基本問題』, 御茶の水書房。
- 金田一郎(1951), 「アメリカにおける再販賣價格維持とコスト割販賣禁止の制度について—公正取引協定に関する最近の米聯邦大審院の判決と紐育百貨店の値下運動を機縁として(, 二-四・完)」, 『公正取引』, 第14-17号(6-9月), pp.10-15, 24-26, 28-30, 20-22。
- 神野誠治(1967), 「再販売価格維持制について」, 『レファレンス』, 第17巻, 第1号(1月), pp.17-40。
- 木下 修(1997), 『書籍再販と流通寡占』, アルメディア。
- 木村喜一郎(1967), 「再販売価格維持問題」, 『産業経済論叢』(京都産業大学), 第2巻, 第3号(12月), pp.56-67。
- 久保村 隆祐(1956), 『販売管理』, 日本評論新社。
- (1960), 「再販売価格維持政策の法的限界に関する一考察」, 『エコノミア』(横浜国立大学), 第17号(7月), pp.1-16。
- (1965a), 「再販売価格維持の問題点」, 『調査資料』(流通問題研究協会), 第11号(11月), pp.1-19。
- (1965b), 「再販売価格維持と流通生産性」, 『エコノミア』(横浜国立大学), 第26号(12月), pp.182-196。
- 公正取引委員会 編(1971), 『再販制度—独占禁止懇話会資料集Ⅱ』, 大蔵省印刷局。
- 後藤英輔(1968), 「再販売価格維持行為の現況とその規制問題」, 『時の法令』, 第638号(4月13日), pp.1-8。
- ゴールドトップ, H.(1972), 「なぜ再販価格を維持しなくてはならないか」, 『国際商業(臨時増刊)』, 第6巻, 第3号(2月), pp.184-189。
- 山東 茂一郎(1955), 「小売商と公正取引価格制」, 日本商業学界 編『小売商業と近代社会』, 誠文堂新光社, 第7章, pp.131-145所収。
- (1959), 『販売政策の基本問題』, 千倉書房。
- (1969), 『有標品と販売政策』, 千倉書房。
- (1971), 「有標品と再販売価格維持—再販実施の前提」, 『国際商業』, 第4巻, 第4号(4月), pp.34-37。
- シュンク, H. O.(1968), 「再販売価格維持による競争の促進」, 『公正取引』, 第217号(11月), pp.12-17。
- (1969), 「=反論=再販維持、製品差別及び価格競争」, 『公正取引』, 第227号(9月), pp.7-10。
- 清水 晶(1958), 『販売促進』, 同文館(Marketing Series; 第4巻)。

- (1969), 『消費者志向のマーケティング』, 同文館出版。
- 正田 彬 (1966), 「再販売価格維持契約の合理性と限界」, 『公正取引』, 第187号 (4月), pp.10-13。
- (1967), 「再販価格維持と経済法—法と経済」, 『法学セミナー』, 第140号 (11月), pp.54-60。
- 白髭 武 (1969), 『現代商業学』, 白桃書房。
- 鈴木保良 (1937), 『販賣經營論』, 森山書店。
- (1949), 『商業概論』, 森山書店。
- (1951), 『商業經營』, 泉文堂。
- (1953), 「わが国における再販賣価格維持制度の發足と問題点」, 『公正取引』, 第40号 (9月), pp.1-6。
- (1954), 「再販賣價格維持制度」, 『三田學會雜誌』 (慶應義塾大学), 第47卷, 第2号 (2月), pp.1-23。
- (1958), 『新しい小売商業—小売商業の革新』, 同文館。
- (1960), 『改訂商業經濟新論』, 泉文堂。
- 大門一樹 (1966), 「再販売維持の実態を探る」, 『公正取引』, 第193号 (10月), pp.18-22。
- (1967a), 「再販売維持の実態を探る—化粧品業界を中心に」, 『公正取引』, 第196号 (1月), pp.28-31。
- (1967b), 「再販売維持の実態を探る (上-下) —製菓業界を中心に」, 『公正取引』, 第197, 199号 (2, 4月), pp.28-31, 22-25。
- 田内幸一 (1966), 「再販売価格維持の問題点」, 『公正取引』, 第193号 (10月), pp.14-17。
- 高島庸男 (1966), 「ディスカウンター經營の展開」, 深見義一 代表編著『マーケティング講座 第3巻 流通問題』, 有斐閣, 第11章, pp.137-152所収。
- 高橋貞三 (1968), 「独占法と再販売価格維持契約」, 『名古屋学院大学論集』, 第13号 (3月), pp.1-13。
- 田島義博 (1962), 『日本の流通革命』, 日本能率協会。
- (1965), 「再販売価格維持制度に関する実証的考察」, 『学習院大学經濟論集』, 第1巻, 第2号 (4月), pp.19-43。
- 谷口克彦 (1968), 「再販価格問題と独占禁止法」, 『通商産業研究』, 第16巻, 第149号 (10月), pp.150-192。
- 丹宗昭信 (1966), 「再販売価格維持と独占禁止法制」, 『経済法』, 第9巻 (10月), pp.7-11, 16。
- 月岡 弥三 (1967), 「再販規制法案はなぜ消えた—二つの反対運動の背景」, 『エコノミスト』, 第45巻, 第34号 (8月), pp.62-67。
- 辻 吉彦 (1955), 「再販売価格維持契約のその後」, 『財政經濟弘報』, 第535号 (10月24日), pp.1-3。
- (1971a), 「再販行為の弊害規制—公取委の規制方針と考え方」, 『財政經濟弘報』, 第1408号 (5月10日), pp.1-3。
- (1971b), 「再販売価格と消費者保護」, 『法律のひろば』, 第24巻, 第12号 (12月), pp.26-32。
- 出牛正芳 (1969), 「製造業者と再販売価格維持政策」, 専修大学商学研究所 編『現代商業政策』, 中央経済社, 第11章, pp.204-229所収。
- 中田善啓 (1982), 『流通システムと取引行動』, 大阪府立大学経済学部 (大阪府立大学経済研究叢書第55巻)。
- 中野 安 (1968), 「小売商と再販売価格維持 (上)」, 『香川大學經濟論叢』, 第41巻, 第4号 (10月), pp.31-84。
- (1971), 「再販売価格維持の經濟的諸問題」, 『研究年報』 (香川大学), 第5号 (3月), pp.17-175。
- (1973), 「独占と再販売価格維持政策」, 秋本育夫・橋本 勲 編著『独占とマーケティング』, 有信堂, 第7章, pp.179-204所収。
- (1975), 『価格政策と小売商業』, ミネルヴァ書房。
- 中村 富士郎 (1960), 『乱売対策をめぐる諸問題—再販売価格 (定価) 維持制度の知識』, 日本粧業会出版部。
- (1966), 「再販売価格維持政策」, 深見義一 代表編著『マーケティング講座 第2巻 価格政策』, 有斐閣, 第15章, pp.258-280所収。
- (1967), 「再販売価格維持の現状と問題点 (上-下)」, 『経団連月報』, 第15巻, 第7-8号 (7-8月), pp.62-68, 74-82。
- 成生達彦 (1994), 『流通の經濟理論』, 名古屋大学出版会 (南山大学学術叢書)。
- 二瓶寿郎 (1971), 「再販契約の実施状況について」, 『公正取引』, 第245号 (3月), pp.5-8。

- 野口 雄一郎 (1959a), 「特別調査：新聞を釈放した公取委」, 『中央公論』, 第74巻, 第16号 (11月), pp.208-221。
- (1959b), 「反独占政策と新聞カルテル—新聞産業における再販売価格維持の問題」, 『武蔵大学論集』, 第7巻, 第2-4号 (11月), pp.289-306。
- 長谷川 古 (1953a), 「再販売価格維持制度をめぐって」, 『経済法律時報』, 第1巻, 第1号 (4月), pp.22-27。
- (1953b), 「再販売価格維持適法化の意義」, 『公正取引』, 第42号 (11月), pp.23-26。
- (1958), 「再販売価格 (定価) 維持の諸問題 [一] (2-3・完)」, 『財政経済弘報』, 第676, 679-80号 (2月10日, 2月24日, 3月3日), pp.3-4, 6-7, 9-10。
- (1964), 「再販売価格維持の再検討—物価上昇と, 乱売と, 独禁法と…」, 『財政経済弘報』, 第1077号 (12月21日), pp.3-5。
- (1965-6), 「欧米の再販売価格維持 (1-4・完)」, 『公正取引』, 第183-7号 (12-3月), pp.13-16, 36-39, 25-28, 21-24。
- (1966a), 「わが国の再販問題の特徴点 (上-下)」, 『財経詳報』, 第661-2号 (9月12日, 10月19日), pp.9-11, 12-14。
- (1966b), 「『再販』価格の性格」, 『公正取引』, 第194号 (11月), pp.4-7。
- (1967a), 「再販売価格維持の賛否論 (1-2・完)」, 『財政経済弘報』, 第1188-9号 (2月6日, 2月13日), pp.1-3, 6-8。
- (1967b), 「再販許容要件としての「自由な競争」(上-下)」, 『公正取引』, 第205-6号 (11-12月), pp.10-13, 10-13。
- (1968), 「再販許容要件としての「自由な競争」(続) —シェンク氏の批判に答えて」, 『公正取引』, 第217号 (11月), pp.18-21。
- (1969a), 『再販売価格維持制度』, 商事法務研究会。
- (1969b), 「=再反論=再販売価格維持と製品差別」, 『公正取引』, 第227号 (9月), pp.10-14。
- (1970a), 「再販売価格維持の問題点」, 馬場正雄・田口芳弘 編『産業組織：リーディングス・日本経済論』, 日本経済新聞社, 第12章, pp.190-215所収。
- (1970b), 「再販売価格維持をめぐる若干の問題—誤解を生みやすい三つの論文」, 『財政経済弘報』, 第1383号 (11月9日), pp.3-4。
- (1970c), 「再販売価格維持制度の功罪 (上-下) —H. O. シェンク氏との論争について」, 『国際商業』, 第3巻, 第11-12号 (11-12月), pp.28-38, pp.36-46。
- (1972), 「再販にかわるものはないのか—再販のエコロジー」, 『国際商業』, 第5巻, 第10号 (10月), pp.21-26。
- (1979), 『再販売価格維持制度 [改訂版]』, 商事法務研究会。
- 服部成美 (1966), 「進む“再販価格制”—系列化される販売店」, 『エコノミスト』, 第44巻, 第5号 (2月), pp.62-64。
- 浜野 毅・神岡一嘉 (1953), 『マーケティング』, 丸善株式会社。
- 平野常治 (1935), 『商業組織論』, 時潮社。
- (1965), 『商業経営論—マーケティングの理論と実際』, 法政大学出版局。
- (1967), 「再販売価格維持政策の批判と規制—欧米諸国における規制強化の動向」, 『経営志林』(法政大学), 第4号, 第1号 (4月), pp.12-24。
- 福田 敬太郎 (1937), 『市場配給論』, 千倉書房。
- (1954), 『商学』, 青林書房 (経済学演習講座)。
- (1957), 「アメリカの『公正取引』政策—再販売価格維持と原価割れ販売禁止を中心として」, 高垣 寅次郎 編著『アメリカ経済政策の研究』, 有斐閣 (日本學術振興會學術部第八十七小委員會報告), pp.257-291所収。
- 風呂 勉 (1961), 「資料：再販売価格維持制度の現状と撤廃効果の測定」, 『商大論集』(神戸商科大学), 第44号

- (12月), pp.84-95。
- (1968), 『マーケティング・チャネル行動論』, 千倉書房。
- 丸山泰男 (1955), 「わが国に於ける再販売価格維持制度の問題点—独禁法の再販売価格維持契約適用除外規定」, 『経済人』, 第9巻, 第4号(4月), pp.59-65。
- 光澤滋朗 (1974), 「垂直的価格政策の考察視点」, 大阪経済大学経営研究所 編『経営経済学の基調』, 森山書店, pp.231-248。
- 向井梅次 (1935), 『商業通論新講』, 森山書店。
- 村本福松 (1951), 「価格自由と価格維持」, 『企業会計』, 第3巻, 第9号(9月), pp.24-28。
- (1953), 「(附) 商業經營の制度的考察—價格政策を中心として」, 松井 辰之助 編著『中小商業問題』, 有斐閣 (中小企業叢書; 4), pp.210-228所収。
- 柳沢 孝 (1969), 「流通価格戦略の実際」, 深見義一・佐藤 肇・田島義博 編著『流通問題入門』, 有斐閣 (有斐閣双書; 理論・実務編), 第10章, pp.214-232所収。
- 山中均之 (1956), 「再販売価格維持についての若干考察」, 『西南学院大学商學論集』, 第2巻, 第2号(4月), pp.93-115。

欧文

- Adelman, M. A. (1949), "Integration and Antitrust Policy," *Harvard Law Review*, Vol.63, No.1 (November), pp.27-77.
- Andrews, P. W. S. & F. A. Friday (1960), *Fair Trade: Resale Price Maintenance Re-examined*, Macmillan and Co., Ltd., London.
- Bork, R. H. (1954), "Vertical Integration and the Sherman Act: The Legal History of an Economic Misconception," *University of Chicago Law Review*, Vol.22, No.1 (Autumn), pp.157-201.
- (1966), "The Rule of Reason and the per se Concept: Price Fixing and Market Division II," *Yale Law Journal*, Vol.75, No.3 (January), pp.373-475.
- Bowman, W. S., Jr. (1952), "Resale Price Maintenance — A Monopoly Problem," *Journal of Business of the University of Chicago*, Vol.25, No.3 (July), pp.141-155.
- Copeland, M. T. (1937), "Resale Price Maintenance," in Seligman, E. R. A. & A. Johnson eds., *Encyclopaedia of the social Science*, Vol.13 (Puritanism-Service), pp.326-330, Macmillan Company, New York.
- Gammelgaard, S. (1958), *Resale Price Maintenance*, European Productivity Agency of the Organisation for European Economic Co-operation (Project No.2), Paris.
- Grether, E. T. (1939), *Price Control under Fair Trade Legislation*, Oxford University Press, New York.
- (1952), "Pricing by Primary Producers and Manufacturers," in Vaile, R. S., E. T. Grether & R. Cox, *Marketing in the American Economy*, Ronald Press Company, New York, Ch.21, pp.417-443.
- Hall, M. (1949), *Distributive Trading: An Economic Analysis*, Hutchison's University Library (Hutchison University Library, Economics, No.42), London, 片岡一郎 訳 (1957), 『商業の経済理論—商業の経済学的分析』, 東洋経済新報社。
- Hawkins, E. R. (1950), "Vertical Price Relationship," in Cox, R. & W. Alderson eds., *Theory in Marketing: Selected Essays*, Richard D. Irwin, Homewood, Ill., Ch.11, pp.179-191.
- Hession, C. H. (1950), "The Economics of Mandatory Fair Trade," *Journal of Marketing*, Vol.14, No.5 (April), pp.707-720.
- Phillips, C. F. (1939), "Some Theoretical Considerations Regarding Fair Trade Laws," *Journal of Marketing*, Vol.3, No.3 (January), pp.242-249.
- Spengler, R. (1950), "Vertical Integration and Anti-trust Policy," *Journal of Political Economy*, Vol.58, No.4 (August), pp.347-352.
- Telser, L. G. (1960), "Why Should Manufacture Want Fair Trade?," *Journal of Law & Economics*, Vol.3

(October), pp.86-105.

Yamey, B. S. (1954), *The Economics of Resale Price Maintenance*, Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd., London.

———— (1960a), *Resale Price Maintenance and Shopper's Choice*, Institute of Economic Affairs (Hobart Paper Series, No.1), London.

———— (1960b), "Resale Price Maintenance: Issues and Policies," *Three Banks Review*, No.48 (December), pp.3-24.