

数量割引、価格維持と流通の経済分析
Economic Analysis of Quantity Discount,
Resale Price Maintenance and Distribution Systems

プロジェクト代表者:並河 永(経済学部教授[申請時助教授])

1. 研究業績

以下の公刊 1 点、学術雑誌投稿中 1 点である。

並河永[2007]「小売価格維持と強制メカニズム」埼玉大学経済学会『社会科学論集』120号、1-12

大正時代から昭和初期(統制経済突入前)にかけての大阪売薬(現在で言う大衆薬であり、ほとんどが漢方薬。当時は国民健康保険がないので大衆医療の主役)業界で、有名売薬の値引防止カルテルを薬局団体が結ぼうとするが常に離反者が出て失敗する、同業組合という当時の公的制度を使って強制力を持たせようとするが所管官庁が国民の批判を恐れて妨害する、といった経緯を、業界新聞のマイクロフィルムなどを使って追った。結局のところ、カルテル維持は強制力不足から失敗に終わり、公的な強制力を働かせようとする業界の動きは政府に阻止され続けた。

Namikawa H. [2007] “Nonlinear Price and Intra-Brand Competition-Nobody Wins Theorem-” , mimeo.

メーカー、流通業者の二層構造を持ち、メーカーが価格体系(数量割引を含んでも良い)を先に流通業者に提示するタイプの理論モデルで、混合戦略の範囲でも均衡が存在しないケースがあることを証明した。現在学会誌に投稿中である。

2. それ以外の研究経過

以下は、今回購入した資料や共生社会研究センターの既存資料から読み取りつつある内容である。

1953年の独禁法改正で導入された再販売価格維持制度は、当初その指定要件が非常に緩く、産業財でさえなければ、業界団体が申し出さえすれば認可されるような運用であった。公正取引委員会はこの制度が中小小売店を保護することに主眼を置くものであり、医薬品などいくつかの業界からの強い運動により止む無く実施したとの認識を持っていた。法そ

のものに強制力はほとんどなく、再販価格遵守は業界の民事的ルールに委ねられていた。これは当時の米国マクガイア法や各州公正取引法にも典型的な法制度である。

指定を受けたものの再販制度運用がうまく行かなかった商品としては、大規模小売店が非協力的だったワイシャツ、業務用需要のウェイトが高く個別交渉の手を縛ることがかえって不利だとメーカーが気づいた雑酒などがある。1960年代中頃に物価高対策を優先すべきだとする審議会答申や消費者運動が盛り上がり、再販制度は縮小の一途をたどるが、この直前にはもうひとつの独禁法適用除外制度である不況カルテルが、商業組合にも価格協定を認容するよう要件緩和されていた。この時期における各利害関係者の動きをまとめることは興味深い、いまだ途上である。

具体的な不具合が出たとき「不良品」を挙げるのは簡単だが、製品の機能をヘドニックに認識し評価することは困難であり、一定のテスト設備を必要とする。こうしたテストの必要に気づき、環境を整える消費者運動の取り組みはちょうど1953年独禁法改正と同時期にはっきりとした形をとったことが、主婦連の発行物などから確認できる。逆に言えば、戦前からこの時期にかけての消費者教育は、生活のノウハウや裁縫等のスキルを提供するものばかりで、消費者としての意思決定を取り上げたものは見られなかった。

消費者側の個別商品に対する意識が「良品」「不良品」の区別にとどまり、商品個別の特性に踏み込んでいない限り、消費者の側から政府に対して、個別商品の特性を踏まえた商品政策を要求することはできない。日本の再販制度が盛んに運用された時期はまだこうした取り組みが序についたところであって、その制度がメーカー・流通業者側の思惑で一方向的に運用されることは避けられなかった。

一方、消費者運動が1960年代に向けて盛り上がっていったとき、それらは有害テレビ番組排除に代表されるように、特定の暮らし方をイメージし、守っていく方向に向かった。小売価格維持につながる取引条件の強制は個別商品(例えばカウンセリング化粧品)の特性に沿って条理の原則で得失を論じるべきだ、という考え方が近年有力になっているが、消費者の側からそうした得失を論じていくことは、消費者運動の1960年代までの発展方向とは一致しなかった。結局のところ、再販制度は消費者に肯定的に受け止められることなく、いわゆる物価対策の一環として縮小の道をたどることになる。