

図書館のための出版キイノート  
再販制度と独占禁止法

宮沢厚雄

樹村房

## はじめに

本シリーズ「図書館のための出版キイノート」は、図書館で働く方がたすべてにとって必要と思われる出版の知識を、平易に簡明に説いたものです。出版の全体をいくつかのトピックに分け、それぞれを噛み砕いて論じています。日々の業務の一助になればと念じました。

出版（publishing）とは、文書や図画を販売・頒布する目的で複製し、これを書籍や雑誌の形態で世に送り出す営みをいいます。狭義では書籍出版のみを指しています。定日発売の商業雑誌を全国規模で創刊するには、事業者の側に定期的に刊行し続けるだけの資本力が無ければ、成り立たせることができません。

出版の本質は、複製（copy）にあります。中身を写し取り、オリジナルと同一のものをもう一つ作り出そうとする行為が原点です。複製を念頭に置いた素材には、古代では粘土板・木板・竹片・パピルス草・獣皮などを数えます。これらの物理的な媒体に、鋭利な用具で刻み込むか、インクや墨を用具に付着させて書き付けるといった技術的手段によって、文字や象形が表現されたのでした。

15世紀にグーテンベルク（Johannes Gutenberg）が、金属活字・油性インク・圧力印刷機を用いた活版印刷の技術を創案すると、中国から伝播してきた紙の製法と相まって、複製物を量産化する道が一気に拓

けます。原本を肉筆で書き写し、数か月かけて一冊の写本しか仕上げられなかった作業工程が大幅に改善されました。

18世紀に著作権法（copyright law）が整備され、他人に勝手に複製されないよう無断使用を禁止する権利が確立します。著者（authorship）という概念が誕生したのです。海賊版は違法とされ、著者に対する利益還元の仕事が整ったことで、出版はまさしく産業として成立したのです。

19世紀には「読み・書き・そろばん」に始まる初等教育が義務化され、識字率が向上して大衆的な読者層が出現、出版産業は幅広い販路を得て大きく躍進します。

日本で近代的な出版産業が発展したのは、明治期です。それまでは、和紙に、和装で、墨蹟や木版印刷だった書物が、洋紙に、西洋式の製本で、活版印刷による製作へと大きく切り替わるのは、およそ明治20年代——西暦でいえば1887年以降——です。

どのような業種にも、歴史的・伝統的な経緯で形づくられた、固有の慣習があり独特な風儀を備えています。前近代的で旧態依然とした暗黙の取引慣行もあれば、明文化されて業界全体に持続的な好循環をもたらしている事業実態もあります。

日本の出版産業もまた、取引条件などで特異な商習慣が存在します。そのなかの一つが「再販制度」です。出版社の決めた販売価格を小売書店などに遵守させる仕組みなのですが、資本主義の経済システムにあつては非主流です。

本書「再販制度と独占禁止法」は、「図書館のための出版キイノート」シリーズの一冊として、この再販制度を取り上げています。

書籍や雑誌には「定価」の名のもとに小売価格が印刷表示されており、その確定した数値は消費者の手に渡るまで変動することはありません。再販制度に則っているからです。非常に特異な取引上の慣行ですが、実は法的根拠に支えられており、存置か廃止かを争った歴史的な経緯もあります。

この冊子では、法律上のバックグラウンドである「独占禁止法」の存在も含めて、さまざまな角度から多面的に、再販制度の説明を試みます。独占禁止法そのものの解説は無論のこと、再販制度と独占禁止法の相関を、第二次世界大戦後の歴史のなかに位置付けて敷衍しました。出版業界と同様に再販制度を有する、音楽業界と新聞業界の動向についても叙説に含めました。アメリカやドイツにおける競争政策に関しても少なからず点描しています。窮屈感なく読み進めていくなかで、漠々とした認識を鮮明化し、筋目正しく整理するのに役立てる内容です。■

## 目次

### はじめに ——— 3

# 1 再販制度を定義し、 資本主義のもとでは特例的な商慣行で あることを確認します。——— 13

- 1. 1. 再販制度の定義 13
- 1. 2. 出版業界で存続する再販制度 15
- 1. 3. 資本主義経済下での特例的な商慣行 17
- 1注記 資本主義と社会主義・共産主義 18

# 2 独占禁止法は、 経済活動における競争の原則に、 違反する行為を禁じる法律です。——— 23

- 2. 1. 独占禁止法と市場での競争 23
- 2. 2. 禁止されている四つの行為類型 25
- 2. 3. 独占禁止法の「適用除外」措置 27
- 2注記 アメリカの反トラスト法 29

## 3 日用ブランド品と 著作物の再販制度が、独占禁止法の 適用除外措置となります。—— 41

- 3. 1. 独占禁止法の成立 41
- 3. 2. 占領政策の転換と独占禁止法改正 42
- 3. 3. 一定の再販制度の容認 45
- 3. 4. 指定再販の日用ブランド品 46
- 3. 5. 法定再販の著作物 48
- 3注記 第一次世界大戦と第二次世界大戦 50

## 4 公正取引委員会が、 世論の動向や米国の圧力を受け 再販制度見直しに着手します。—— 57

- 4. 1. 高度経済成長後の石油危機 57
- 4. 2. 部分再販と時限再販の導入 60
- 4. 3. 日米構造問題協議 61
- 4注記 定価表示と消費税 64

## 5 日用ブランド品に対する 指定再販制度は、1997年3月で 事実上の廃止となります。—— 69

- 5. 1. 指定再販の第一次縮小 69
- 5. 2. 指定再販の第二次縮小 71
- 5. 3. 指定再販の事実上の全廃 73
- 5 注記 バブル崩壊後の出版不況 76

## 6 法定再販は、 公正取引委員会と関係業界とで、 1990年代に大論戦となります。—— 81

- 6. 1. 再販制度の見直しに着手 81
- 6. 2. 新聞の再販廃止反対キャンペーン 83
- 6. 3. 後退する公正取引委員会 84
- 6. 4. 「1998年見解」と六項目要請 86

## 7 著作物六品目に対する 法定再販の制度は, 2001年に 「当面存置」の結論を得ます。—— 89

- 7. 1. 「当面存置」という「2001年結論」 89
- 7. 2. ポイント = サービスの背景 91
- 7. 3. ポイント = サービスの決着 93
- 7. 4. 著作物再販制度の存続を明言 94
- 7 注記 音楽CDと音楽ソフトの変遷 97

## 8 再販制度のもとでの割引行為と, 再販制度容認の 「正当な理由」を紹介します。—— 109

- 8. 1. 相互扶助団体構成員への販売 109
- 8. 2. 運用弾力化と業界の慣行 110
- 8. 3. 「当然違法」から「合理の原則」へ 111
- 8. 4. 公正取引委員会の「正当な理由」 113
- 8 注記 ケインズとシカゴ学派 116

## 9 参考までに, 新聞業界には 再販制度に加えて「特殊指定」という 規定があります。—— 119

- 9. 1. 本条規定・一般指定・特殊指定 119
- 9. 2. 新聞に適用された再販制度 121
- 9. 3. 戦時下の新聞統合 122
- 9. 4. 戦後の乱脈販売合戦 124
- 9. 5. 新聞特殊指定の成立 125
- 9. 6. 新聞特殊指定の改革 126
- 9. 7. 新聞特殊指定の存続 127

おわりに —— 131

主要参考文献一覧 139

---

# 1

再販制度を定義し、資本主義のもとでは特例的な商慣行であることを確認します。

出版業界では、再販制度のもとでの定価販売が広く行なわれています。出版社は書籍や雑誌に小売価格を印刷表示したうえで刊行しており、書店側にはその売り値の変更が許されず、値引き販売はできないのです。まずは、この再販制度をしっかりと定義するとともに、資本主義という経済システムのもとでは、特例的な商慣行であることを確認します。

---

## 1.1. 再販制度の定義

**再販制度**とは、ある商品の供給者が、取引先である事業者に対して、その事業者が商品を転売するときの価格をあらかじめ指示し、指示した価格を守らせる仕組みをいいます。

本書では「再販制度」を「再販売価格維持契約制度」の省略形と定め、「再販売価格」「維持」「契約」「制度」と分節して説明します。商品の値付け（pricing）に関わる商慣行です。

「再販売価格」とは、取引先の事業者による転売価格のことです。一般的な流通経路（製造業者→卸売業者→小売業者）に置き換えると、メーカーの出荷価格の先にある、卸売価格あるいは小売価格を意味します。英語の「resale price」の直訳です。

この再販売価格を「維持」するとは、メーカーが卸売業者や小売業者に対し、卸売価格や小売価格を確定的な一定額に保つという条件のもとに、取引の「契約」を結ぶ行為をいいます。再販売価格維持の契約によって、卸売業者や小売業者は商品の供給元が提示した価格に拘束されてしまい、取引の対価を決める自主性は失われ、自身の手で値引きなどの売価変更が自由にできません。

再販制度は、再販売価格を維持するという個々の事業者間の契約行為が積み重なって「制度」相当とみなされるようになった、流通・取引上の慣行です。特定業種の、一定範囲の商品に関する、再販売価格の維持行為が累積していつて常態然となり、結果として、関係する事業者のあいだで値付け上の決まり事と目せられるようになったのでした。

なお、メーカーが卸売業者や小売業者に対して示す価格拘束の条件は、「確定的な一定額に保つ」以外に、「最低（あるいは最高）販売価格を定める」「値引きの限度額または率を指示する」「販売価格をある値幅の範囲内に収める」「事業者に前もって承認を得た価格にする」「近隣の小売店舗の売り値を下回らない価格にする」といった行為も含まれます。

また、価格拘束の有無は、取引契約の文書による締結だけにとどまらず、メーカーによる何らかの人為的手段によって、現実的に拘束の実効性が確保されていれば足りるとしてしています。たとえば、メーカーの示した価格で販売するよう口頭で要請したり、従わない場合に出荷停止など

の経済上の不利益を課したり、課すことを示唆したりする、といったケースです。これらのケースでは、いずれも、メーカーによる価格拘束の実効性が確保されていると判断されます。

## 1.2. 出版業界で存続する再販制度

出版業界の書籍と雑誌には、この再販制度が適用されています。出版物の流通経路に置き換えると、一般的な書店ルート（出版社→取次会社→小売書店）における「再販売価格」は、書店での小売価格が該当します。取次会社は、書籍や雑誌を個別の出版社から仕入れ、在庫として保管・管理しながら、各方面の書店向けに仕分けて出荷する業務を担います。出版業界における卸売業者の呼び方で、単に「取次」ともいいます。

再販制度によって、同じ銘柄の出版物ならば、地域格差の無い、全国一律の、同一小売価格で販売されているのです。流通業者間の価格競争が消滅している状態なので末端価格は安定し、商品を長期に店頭露出させながら時間をかけて売っていく戦略が可能となります。値崩れせずに売れ続けていけば、専門性の高い少数出版であっても採算を確保できます。しかも、返品されてきた流通倉庫の在留品を出版社が再び出荷して小売店が販売するさいにも、当初の売り値がそのまま維持されます。

出版物そのものに印刷表示されている**定価**（proper price）という言葉は、他の商品にある「希望小売価格」「実勢価格」「市価」といった、単なる参考として示されている、あるいは近い将来変動するかもしれない値付けとは異なり、かなり重たい意味を有しているのです。

小売価格が「定価」で固定されているので、取次の仕入れ価格（すなわち、出版社側の卸し価格）と、取次の卸し価格（すなわち、書店側の仕入れ価格）は、末端の定価に一定の割合を掛け合わせて、それぞれに設定されます。その掛け率を、**正味**（しょうみ）と呼びます。

いま、取次が出版社から正味70%で仕入れ、書店に対して正味78%で卸したとすると、取次には率にして8%の売買差益が生じます。書店は小売価格との差額の22%が収益となります。出版社はといえば、正味70%で利益が出るように、小売価格を設定しているわけです。たとえば、定価1,000円の書籍が一冊売れると、取次は80円、書店は220円の利得がある計算です。出版社は700円の売り上げから、印税を始め、製版代・印刷代・用紙代・製本代などの諸経費を差し引いて利益を確保します。

出版社・取次・書店のあいだの利益配分は正味の多寡で決まるわけですが、その数値は業界で一様ではなく、長年の慣行なども含めて事業者ごとに複雑な取引条件となっているのが現状です。

なお、再販制度の対象は、発売後に未だ消費者の手に渡ったことの無い**新本**（しんぼん）です。これに対して、一般の消費者が末端小売業者などから、いったん有償で購入した（無償で譲渡された場合も含む）出版物は、その消費者が実際に使用したかどうかを問わず、市場では**古本**（ふるほん）とみなされます。古本の類いを消費者などから買い取って別な消費者に売り捌く、古物商に該当する業種——古書店・古本屋・新古書店など——においては、定価販売に拘束されるものではありません。

## 1.3. 資本主義経済下での特例的な商慣行

再販制度は、出版業界では存続しているものの、かなり特例的なビジネス＝モデルなのです。この点を、念頭に置かねばなりません。

そもそも資本主義〔章末の注記参照〕の社会は、公共の利益を損なわない限りで、自由な競争を前提とする市場取引の経済体制です。市場での公正で自由な競争が常態であれば、同一商品であっても販売価格は多様化するはずで、商品の小売価格は、仕入価格に諸経費と利益をプラスし、市場の動向と販売戦略を加味して、そのたびごとに決定されます。売価変更もその場その場で、値引き（販売時点での交渉を受け適宜に変更）あるいは値下げ（特定時点から一律に意図的・計画的に変更）といったかたちで行なわれます。一物多価なのです。

消費者に販売するときの価格は、商品の所有権を持つ小売業者が自主的に決める事柄であって、メーカーが自己と直接の関係に無い取引へ介入し、価格決定の自由を剥奪していいものではありません。

再販制度は、本来の市場取引のルールを回避する、例外的な保護政策だという点を強調しておきます。次の第2章では、市場での自由な競争を促すための法的根拠としての「独占禁止法」を説明し、続く第3章では、出版業界の再販制度が、この独占禁止法の「適用除外」措置となった歴史的経緯に言及します。■

## 1 注記 資本主義と社会主義・共産主義

**資本主義** (capitalism) は、モノやサービスの生産手段、すなわち資本を持つ資本家が、労働者を雇用して商品を作り、生み出された利益を投資に回して成長につなげる経済システムです。

世界最初の株式会社となる 1602 年のオランダ東インド会社設立や、工場制機械工業が成立した 1700 年代後半のイギリス産業革命などが契機となり、資本主義経済は世界に広がりました。

資本主義を支える土台には、自由な競争のできる市場（しじょう、market）があります。市場は、商品としてのモノやサービスを自由に交換・売買できる環境です。英経済学者のアダム＝スミス（Adam Smith）が 1776 年に刊行した『国富論』で、「自由な競争が経済全体の成長を促す」と説いたことが理論的な支えとなっています。「土地などの私的所有」「資本の蓄積」「利潤追求」「株式会社制度」「労働力を提供する労働者の存在」なども、資本主義に欠かせない要素です。

資本主義の対立概念に、社会主義・共産主義があります。19 世紀のヨーロッパで失業や貧困が生じ、資本主義経済の矛盾が露呈する過程で生まれました。

**社会主義** (socialism) は、生産手段を社会全体の共有とし、生産物や富を公平に分配することによって貧富の差の無い社会を実現しようとする思想です。そのためには、政府が経済活動を計画し資

## おわりに

第二次世界大戦の敗戦国であるドイツは、日本の戦後と同様に、連合国側の占領下に置かれました。非武装化政策が漸行され、再軍備を阻止するべく経済上の制限が課されたのです。

何故ならば、台頭してくる独裁者が権力を掌握する過程では、産業構造の極端な集中が、要（かなめ）の一面として必ず組み込まれていたからです。その事実こそが独裁政権誕生の原動力になったと考えられました。コンツェルンやトラストといった巨大独占企業体は、国益と癒着した専有的利益を手中にする一方で、全体主義の隆盛に加担していたとみなされ、断固として解体する必要性があったのです。それに伴って、競争法の制定が強く求められました。

競争法（competition law）とは、資本主義の経済システムのもと、特定企業による市場の独占状態や不公正な取引方法を排除し、公正で自由な競争の実現を図る法律です。社会主義・共産主義にみるような、中央統制型で一極に集中した計画経済も退けています。アメリカの反トラスト法や日本の独占禁止法が、この競争法です。

さて、戦後のドイツは、米ソ英仏の四か国による分割統治を受けるのですが、ほどなくイデオロギーの対立から米英仏とソ連とのあいだで溝が深まり、占領地区通貨をめぐる亀裂が決定的なものとなります。

1949年5月、米英仏の西側統治諸州にボンを首府とするドイツ連邦共和国（西ドイツ）の臨時政府が発足、同年10月にソ連統治諸州にドイツ民主共和国（東ドイツ）が成立して、東西に二つの共和国が並び立つ事態となりました。四か国共同占領地だったベルリンも分断され、後の1961年8月に「ベルリンの壁」が建設されます（ベルリンの壁が物理的に崩れるのは、およそ三十年後の1989年11月。翌1990年10月には東西ドイツの統一がなされました）。

西ドイツでは、経済運営の主導権が米英仏から次第に移管されるようになると、カルテル規制を求める法案作業が活発化します。米国の反トラスト法の単なる輸入ではなく、競争法の自主制定を求めて試行錯誤を繰り返したのち、1957年7月になって公布されたのが、**競争制限禁止法**（Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen）です（施行は翌1958年1月）。同時期に、連邦カルテル庁（Bundeskartellamt）が競争制限禁止法の執行機関としてボンに設置されます。

この競争制限禁止法の制定に大きく関与したのは、西ドイツの発足から足掛け十五年の長きにわたって経済相を務めることになる、**エアハルト**（Ludwig W. Erhard）です。国富の回復と発展には、企業の独占は必ずしも必要ではないというエアハルトの持論を裏付けるように、やがて西ドイツは経済の急速な再建が始まり、奇跡ともいえる経済成長を遂げていくのでした。

エアハルトは、熱心なオールド自由主義者でもありました。**オールド自由主義**（Ordoliberalismus）とは、フライブルク大学の経済学教授など、戦前のドイツで機関誌『Ordo』に依拠した言論人の主張をいいます。ラテン語で「秩序」を意味する雑誌タイトルが示すように、市場経済は

自由放任のままでは維持できないとの旗印を掲げていました。ただし、エアハルトは、あらかじめ理論があり、その通りに事を運ぼうまうまくとすると、そういうタイプの信奉者ではなかったのです。

エアハルトは1952年に競争制限禁止法の政府草案を取りまとめるのですが、1957年の制定に至るまでには国内でじっくりと議論が交わされました。肺肝を砕きました。遠大な跳躍は充分な蹲踞（そんきょ）を経なければなりません。日本が、独占禁止法「1953年の大改正」で参照したのは、この1952年の西ドイツ政府草案です（→p.43-49）。

この草案は、オールド自由主義を基本としているものの、より実務的で実行可能なものとなっており、特筆すべきは、日用ブランド品と出版物（書籍・雑誌・新聞）に対して、再販制度を許容する適用除外措置が設けられていた点です。

日用ブランド品が再販制度の対象となったのは、ブランド価値の毀損を防ぐためでした。日本よりも一回りも二回りも激しいハイパー＝インフレーションに見舞われたドイツでは、日常使いの必需品が極端な売価の上下を繰り返してしまうと、品質に対する信頼を損なうだけでなく、社会一般の公共性をも害すると考えられたからです。ただし、再販制度の適用にさいしては濫用監視体制を敷き、監督官庁である連邦カルテル庁への届け出義務を伴いました。経済が回復し物価が安定してくると競争政策に戻す必要性が生じ、草案からおよそ二十年後の1973年改正で、日用ブランド品に対する再販制度は廃止されています。

出版物（書籍・雑誌・新聞）に対しての再販制度適用は、旧来からの定価販売を踏襲したかたちでした。19世紀にドイツでは出版者による書籍の投げ売りが盛んに行なわれており、それが書籍商の経営を圧迫し

ていたのです。こうした事態に対処するため、書籍商組合が1887年に規約を策定して定価販売を確立させたのでした。事業者利益の擁護を動機に誕生したカルテルなのですが、競争制限禁止法においては、この商慣行が追認されたものとなりました。日用ブランド品には必須だった連邦カルテル庁への届け出義務も、出版物に対しては、求められはしませんでした。

おそらくエアハルトは、カルテルの原則禁止を掲げて競争政策を推進させようとする一方で、焦土と化した母国の将来を深刻に懸念したはずで、以下はまったくの推測に過ぎないのですが、戦敗のドイツにおいて、今後どのように国家のアイデンティティを保全していくのか、いかに民族の伝統を将来にわたって維持するのかと思索したときに、それは「言語」を守護するに他ならないと思いついたのではないのでしょうか。

一定の歴史的条件を持つ母語 (mother tongue) が一つの社会集団を形成し、その里言葉と言語共同体が互いに互いを規定し合いながら、みずから書き言葉を所有して、時として国語 (national language) となるのであれば、言葉が国家を成すのであり、国家もまた固有の言葉を求めるのです。悲惨な大敗から立ち直り国家再生を果たすうえでの強固な地盤を築くには、民族に共通する土着語への強い信頼感を育成し、他の言語からの、文法・語彙・発音といった、あらゆる影響を入り込ませない工夫を凝らさなければなりません。そのためにも、有形の印刷言語を再販制度で例外的に庇護する必要があったのだと思います。

実際のところ、競争制限禁止法の1973年の改正では、日用ブランド品に対する再販制度は廃止されるのですが、反対に出版物に関しては文化政策的見地から適用除外とするとの一文が明記されたのです。一国の

文化水準を維持し、さらなる普及に資するという観点から、はっきりとした根拠付けがなされました。

価格の安定した出版物を扱う専門的な小売業の拠点が津々浦々に存在していれば、国民が自国語のさまざまなコンテンツに、容易に接する機会を確保できるのです。再販制度は、文化財としての出版物が全国にあまねく広まる体制の保持につながるものとして容認された政策でした。北欧などで自国の言語を保護する目的のもとに実施されている、**公貸権制度**（図書館での図書貸出による売上損失の補填制度）、あるいは**図書調達制度**（国が図書を買って図書館に無償供与する制度）といった言語政策と重ねることもできます。

出版物の再販制度は、度重なる競争制限禁止法の改正でも存置され続けました。そして東西ドイツ統一後の2002年10月に、**書籍価格拘束法**（Gesetz zur Regelung der Preisbindung bei Verlagserzeugnissen）が、新たに施行されたという事実を特記しておかねばなりません。

競争制限禁止法での再販制度は事業者間の契約によるものでしたが、これを雑誌と新聞に限定し、一方の書籍に関しては改めて書籍価格拘束法を成立させ、再販制度の存在を条文として書き込んだのです。出版物の再販制度のなかで、書籍のみを特掲して法制化し、立法措置に基づいた制度そのものに改めたのでした。書籍は、再販制度という、いわば言語政策の一端に明確なかたちで据え置かれたのです。

ところで、書籍の——雑誌や新聞と区別される——基本的な特徴は、①単独著者による、ひとまとまりの体系的な内容を持ち、②比較的堅牢な造本のもとに、相当量のページ数で、単発刊行され、③そのつど一定数の読者を獲得する、という点です。

一人の著者の手になる言説や物語は、他に容易に代替されるものではありません。半世紀以上前に書かれた作品であっても、何らかの契機でリバイバルし、価値が減じることなく新たな商品として通用するという現象も起こり得ます。地域をまたいで他言語に翻訳されて広まったり、長いあいだ読み継がれて古典に昇格したりといったことも珍しくありません。場所を変えても時間を経ても、読むたびに新しい発見や忘我の境地を古今東西の読者に供するのです。

無論こんにちでは、単行書でありながら複数人が執筆に名を連ねたり、継続刊行される複数冊でグループにまとめられたり、といったケースも見受けられます。造本もカジュアル化し、並製本が増えて、文庫や新書の判型も棚を占めています。「ムック（雑誌体裁で書籍扱い）」や「(雑誌扱いの) コミックス」のように、書籍と雑誌とのハイブリッド型のスタイルも生まれているなど、書籍の在り方がかなり多岐にわたってきている点には、留意の必要があります。

ともあれ、書籍の記述内容は千差万別で、事々物々に筆が及び、バラエティーに富んでいるのは否めないところです。学術と教養を支える一方で、趣味や娯楽、実用や啓発といった部類もかなりの割合を占め、怨嗟・虚栄・嫉妬といった性情（本性の情態）の描出も含めて、実に幅広いコンテンツが刊行されています。この作品を多くの人に知ってもらいたいとか、この企画は埋もれてはならないといったように、出版社の側が志（こころざし）を高く掲げて上梓に踏み出す事例もあり、これまでにない主題内容を世に問うという点からして、多様性の幅を大きく広げています。

このように商品の種類が非常に多い反面で、一点一点の出荷量はひど

く僅少だということも際立っています。消費者を千の単位で想定しても商業的に成り立つというのは、書籍出版の特徴です。桁外れな数の銘柄がいずれも少数で刊行されている以上、消費者に選択の機会を提供し購入の利便性を図るためには、小売業たる書店の店頭での品揃えの充実が強く求められます。

再販制度は末端価格をそのまま維持させるという点で、特に中小規模の書店経営を安定化に導きます。少なくとも商品の選択に販売価格が第一義に影響することはありません。その前提があるので、書店側は陳列棚に商品を豊富に確保でき、訴求効果の高い棚作りに邁進していけます。多品種少量生産の書籍を多様かつ広範に供給して、消費者の要求に柔軟に対応し、購入の利便性へとつなげられるのです。

書籍市場における角逐は、同一書籍での価格の競り合い——すなわちブランド内競争（→p.114）——が焦点なのではありません。そうではなく、書籍の出版企画や叙述内容をめぐる出版社同士の勝負——すなわちブランド間競争（→p.114）——として展開されているのです。価格以外のメリットを消費者に提供するコンテンツ上の腕比べです。多様性が求められる書籍出版の世界で、一人勝ちはあり得ません。

表現の自由と、そこから導かれる言論の多様性の尊重が、出版産業の土台にあります。オンリー=ワンの原石を見出し、掘り起こして磨き上げ、形を整えて世の中に送り出すのです。ただし、いくら入念に仕立てたからといって確実に売れるという保証はまったく無く、そこにはギャンプルに似た要素が他のビジネスに比べて格段に大きいのも事実なのですが、それがまた書籍出版の魅力の一つとなっています。■

## 図書館のための出版キイノート 再販制度と独占禁止法

---

2021年8月18日 初版第1刷発行

検印廃止

著 者 宮 沢 厚 雄  
発 行 者 大 塚 栄 一

---

発 行 所 株式会社 樹村房  
〒112-0002  
東京都文京区小石川5丁目11番7号  
電 話 03-3868-7321  
FAX 03-6801-5202  
<http://www.jusonbo.co.jp/>  
振替口座 00190-3-93169

---

表紙デザイン／宮沢厚雄  
本文組版／BERTH Office  
印刷・製本／亜細亜印刷株式会社

©MMXXI MIYASAWA, ATSUO Printed in JAPAN  
ISBN978-4-88367-355-1  
乱丁・落丁本は小社にてお取り替えいたします。