

垂直的取引理論の展望

Survey on the Theory of Vertical Restraints

丹野 忠 晋*

要 旨

近年の垂直的取引制限、特に再販価格維持制度や返品制度に関する経済理論の展望を行う。Nariu (1996) は返品制度と再販価格維持制度の同値性を証明した。また、同様のフレームワークを用いて Deneckere, Marvel, and Peck (1996) と Deneckere, Marvel, and Peck (1997) はより一般的な環境で再販価格維持制度が競争的な消費財市場よりも厚生を高めることを示している。そのロジックは再販価格維持制度は在庫の不確実性を縮減することによってより多くの小売業者からの注文を引き出すことが出来ることにある。しかし、これらのモデルは無数の小売業者が競争していてどんな需要状態においてもゼロの利潤を得ている。よって、Rey and Tirole (1986) で分析されたりスクシェアリングを分析の枠組みに入れることはできない。こうした一連の不確実性と再販価格維持制度や返品制度に代表される垂直的制限取引に関する理論を展望すると共に Tanno (2003) の研究を紹介する。

1 はじめに

近年、競争政策に関する経済分析に対する社会的な期待が高まっている⁽¹⁾。しかし、まだ豊富な政策的インプリケーションを持つ頑健な理論の発展は十分ではない。本稿は再販価格維持制度と返品制度を中心とした垂直的取引制限の理論の展望を行う。そうする事によって、既存の理論の結論を整理して将来に実りある政策的な判断を行うことのできる理論の構築の一助としたい。

経済学者から見て不思議なのは、競争政策当局者の垂直的制限の手段に関する非対称な扱いである。再販価格制度 (Resale Price Maintenance, RPM と略することがある) のような価格制限にはとても厳しい態度で臨んでいてそれ自体違法 (illegal per se) であって、常に競争法にそむく取引とされている。一方で、その他の取引制限——テリトリー制、フランチャイズ制、返品制度、選択的チャネル販売等——にはかなりの寛容さを示している。今まで分析が行われてきた経

経済学的な結論から言えば、再販価格維持も他の垂直的な取引制限と同様にある場合は経済厚生を損ない反対に他の場合は厚生を増加させる経済環境に対してその望ましさがきわめて敏感な手段である。

Nariu (1996) は返品制度と再販価格維持制度の同値性を証明した。また、同様のフレームワークを用いて Deneckere, Marvel, and Peck (1996) と Deneckere, Marvel, and Peck (1997) はより一般的な環境で再販価格維持制度が競争的な消費財市場よりも厚生を高めることを示している。それは Nariu (1996) から返品制度も消費者に有利な効果を及ぼすことを意味する。そのロジックは再販価格維持制度は在庫の不確実性を縮減することによってより多くの小売業者からの注文を引き出すことが出来ることにある。供給量の増加は市場価格の下落をもたらす消費者も利益を得る。しかし、これらのモデルは無限の小売業者が競争していてどんな需要状態においてもゼロの利潤を得ている。よって、Rey and Tirole (1986) で分析されたリスクシェアリングを分析の枠組みに入れることはできない。Nariu 達のフレームワークではかなり一般的な環境の下ではっきりとした結論——それも競争政策当局の意図と反した驚くべきもの——を提供しており理論的に大いに評価できる。しかし、彼らの結論がどの程度他の状況でも延長可能かを知る上でも、それを導く際に基礎とした市場競争や従来の制限取引の分析で考察されてきた論点を詳細に見ていく必要がある。この点では主に Rey and Tirole (1986) のフレームワークとの対比を調べることに力点を置く。さらに最新の成果である Tanno (2003) の研究を紹介する。Tanno (2003) は Nariu 達とはもう一方の極端な場合、つまり小売が一社しかいない状況を考えた。そこでも同様な考え方を適用することができて再販価格維持も返品制度も消費者の利益を増進することを示した。しかし、両者の同値性は成立しない。つまり、厚生増進効果の方がより一般的に言える命題なのである⁽²⁾。以上のことを第2節で論じる。

一般的に言ってこの分野の理論は不確実性の解消のタイミングや川下の競争形態等の違いによって様々な分析がなされている。そして同一の仮定の下でも垂直的制限取引の社会的な望ましさはそのパラメータの違いによって変化する。競争政策に資するには理論としてはっきりした結論は出しにくい。そこで競争政策の研究アジェンダは次のようなものとなろう。可能な限り様々な市場形態、情報の非対称性、長期的な関係を片端から一つ一つすべて調べて理論的な結論のストックを作る。次に分析対象の市場に競争政策を実行する場合に豊富な成果のストックから分析対象に対して適切な仮定を持った理論的帰結を採用する。あるいは適応可能性のための調査や政策当局者の熟練が必要になってくるであろう。そのため現在の様々な市場構造を扱った理論の展望を簡単に本稿では行う。

1. 長期的な取引関係——第3節
2. 二重モラルハザードと外部性——第4節
3. 品質や評判に関する不完備情報——第5節

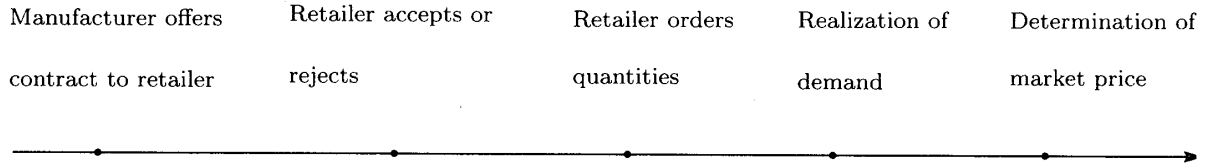


図1 Time Line

以上の市場形態に関する理論的な蓄積はまだ発展途上にあるが、これからとても興味深い研究がなされる可能性がある分野である。

現在の理論的な成果を踏まえた政策提言について日本の著作物の再販制に対する成生（1997）の再販適用除外の取り扱いについてのコメントを第6節で紹介する。

2 在庫不確実性モデルとその問題点

Nariu モデルの基本的なタイミングは図1のようになっている。最初に製造業者は卸売価格を設定する。もし行うならば、再販価格や返品制での返品価格のオファーは最初のステージで行われる。その契約に同意するならば小売業者は財の在庫を注文する。その後、不確実な需要が確定する。もし前のステージで小売は多くの在庫を抱え込んでいて需要が思ったよりも大きくなければ価格は大幅に下落する。もし再販制を採用していればどんな需要の状態でも最初に定めた再販価格よりも低い価格が付く事はない。この再販価格は実際は下限価格である。多くの製造業者は自分の財の価格が下落することを望んでいないので、下限価格を分析する独立した意義はある。ここで重要な仮定として小売業者は無限に存在して価格支配力はなくて均衡ではすべての小売価格が等しくどんな需要状態でもゼロの利潤を得ていることである。製造業者がまったく垂直的取引制限を行っていない場合をフレックス価格制とよぼう。もし小売業者の在庫注文量の合計が q

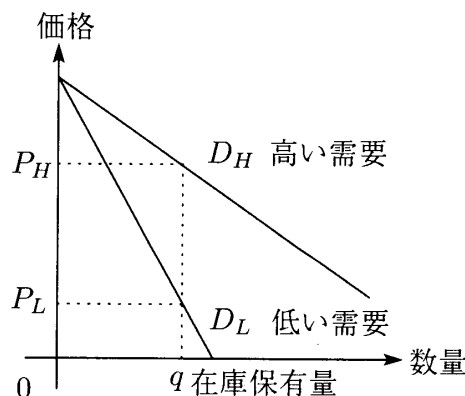


図2 Flexible Price

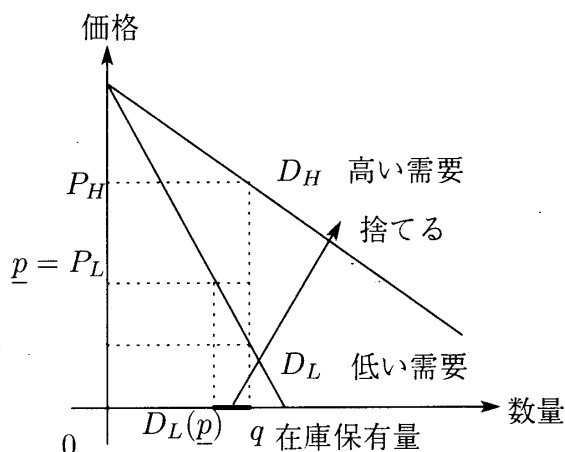


図3 Resale Price Maintenance

であって需要状態が高い (H) と低い (L) の2状態の線形需要の場合に実現する価格は、図2の P_H と P_L になる。

同様の状況で今度は製造業者が再販維持価格 p を指定したならば均衡価格は図3のようになる。この場合、低い需要の時に再販価格が実効されている。ここで注意しなければならないのは、在庫量 q から現実に販売される量 $D_L(p)$ を差し引いた売れ残りは無償で廃棄できる仮定があることである。フレックス価格制に比べて低い需要状態のとき実現価格が高くなっている。小売業者は起こり得る2つの状態のときの価格を予想して在庫を保有する。不況で価格が低ければ売上が上がらなくて製造業者への卸売価格の負担が厳しくなる。従って、再販制に比べてフレックス制では在庫の保有量が小さくなる。

こうした再販価格維持制度は在庫の不確実性を縮減することによってより多くの小売業者から

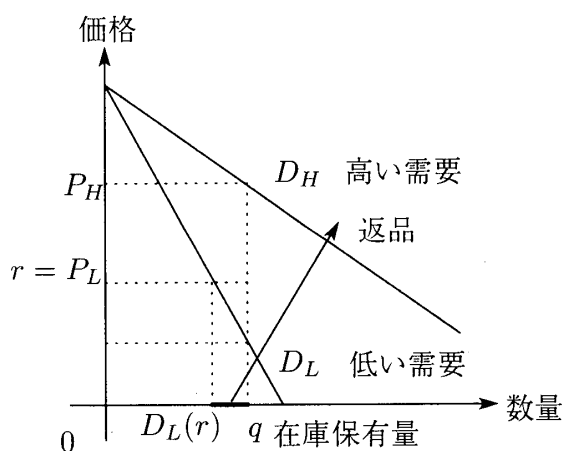


図4 Returnability

の注文を引き出すことが出来ることにある。供給量の増加は市場価格の下落をもたらす消費者も利益を得る。ここで図解した例よりももっと一般的な状況で Deneckere, Marvel, and Peck (1996) と Deneckere, Marvel, and Peck (1997) は再販価格維持制度が競争的な消費財市場よりも厚生を高めることを示している。

定理 1 (Deneckere, Marvel, and Peck (1997)) フレックス制での在庫量よりも一番低い需要状態での収入を最大にする生産量のほうが大きければ、かつその場合にのみ製造業者は再販価格維持制度の導入によりフレックス制よりも多くの利潤を得ることができる。 □

ここで詳しい彼らの需要条件や不確実性の記述については原論文を参照せよ。厚生については次のことが言える。

定理 2 (Deneckere, Marvel, and Peck (1997)) フレックス制での期待価格よりも再販価格維持の下での期待価格の方が小さければ、フレックス制の厚生よりも再販価格維持制度の厚生の方が大きくなる。 □

必ずしもいつも再販制で厚生が大きくなるとは限らないが、経済学者が通常考える簡単な例をほとんどカバーして成り立つ命題である。次は返品制と再販価格維持制の同値定理である。

定理 3 (Nariu (1996)) 製造費用が無視できる場合には、返品制での在庫量と再販制での在庫量は一致しかつ返品価格は再販維持価格と一致する。よって、定理 2 の仮定の下ではフレックス制での厚生よりも返品制の厚生の方が大きくなる。 □

同様の需要で今度は製造業者が返品価格 r を指定するとする。製造業者は財が売れ残った場合、財一単位あたり r の価格でそれを引き取らなければならない。均衡価格は図 4 のようにな

	Rey&Tirole	Nariu, Deneckere et. al.	Tanno
川下	2人の小売	連続体の小売	独占
不確実性の解消	財の注文の前	財の注文の後(在庫リスク)	財の注文の後(在庫リスク)
リスクシェアリング	分析可能	分析不能	分析可能
市場形態	ベルトラン競争	Flexible Price	Flexible Price
	テリトリー制	RPM	RPM
	RPM	返品制	返品制

表1 モデルの比較

る。図3の在庫量と同じ量を小売業者は注文している。この場合、低い需要の時に再販価格が実効されるのではなく返品価格が取って代わっている。在庫量 q から現実には販売される量 $D_L(r)$ を差し引いた売れ残りは返品価格 r で製造業者が引き取っている。直感的には市場価格が極端に下げれば消費者に売るよりも製造業者に買い戻し価格で返品した方が有利である。よって、返品価格は一種の下限小売価格として機能するのである。

Nariu 達のフレームワークではかなり一般的な環境の下ではっきりとした結論——それも競争政策当局の意図と反した驚くべきもの——を提供しており理論的に大いに評価できる。しかし、先にも述べたように連続体の小売を仮定しているのですべての需要状態で小売はゼロの利潤を得ている。よって、Rey and Tirole (1986) で分析されたリスクシェアリングを分析の枠組みに入れることはできない。この点では主に Rey and Tirole (1986) のフレームワークとの対比でモデルの構造と分析している垂直的取引制限は表1のようになる。Rey and Tirole (1986) のフレームワークでは契約の後すぐに需要の実現があってその後に小売の財の発注が起こる。よって、Nariu 達のような在庫の不確実性を扱うモデルではない。そのような不確実性がある下で Rey and Tirole (1986) は次の定理を証明した。

定理4 (Rey and Tirole (1986)) 市場不確実性の下でテリトリー制での製造業者の利潤よりも競争での製造業者の利潤の方が大きい。アロー-プラットの絶対的危険回避度が大きくなればなるほどその利潤の差は大きくなる。 □

Tanno (2003) は Nariu 達とはもう一方の極端な場合、つまり小売が一社しかない状況を考えた。そこでも同様な考え方を適応することができて再販価格維持も返品制度も消費者の利益を増進することを示した。しかし、両者の同値性は成立しない。つまり、厚生増進効果の方がより一般的に言える命題なのである。

3 長期的な取引関係

製造業者と小売業者の関係は一時的なスポットマーケットのような関係ではなく長期的な関係を築いている。また、製造業者同士も同じ産業において通時的な競争を行っている。Jullien and Rey (2000) は2社の製造業者がお互いの価格付けが不完全にしか観察可能ではない場合の再販価格維持を手段とした共謀の可能性を探っている。繰り返しゲームの理論を用いた水平的な結託は、かなりの一般的な状況で成り立つ。彼らは、その結託が経済厚生に負の効果を与えることがあることを示した。こうした垂直的取引制限を用いた長期的な関係に関する研究は、これから伸びていく分野であると思われる。特に Jullien and Rey (2000) のような水平的な結託ではなく製造業者と小売業者の垂直的な共謀が各種の垂直的な取引制限からどのように影響を受けるかが重

要なテーマとなるだろう。

4 二重モラルハザードと外部性

Jullien and Rey (2000) の価格の不完全モニタリング以外のモラルハザードを扱った理論を見てみよう。Romano (1994) は、製造業者が品質を設定し小売業者が販売促進活動を行うモデルを展開している。各々の経済主体は相手が取ると品質と販売促進に条件付けて契約を交わすことはできないが、卸売価格や消費者需要を契約条項に入れることができる。こうした二重モラルハザードがあったとしても両者が再販価格維持契約を結ぶことによって最適な契約を達成することができる。Romano (1994) は契約理論のフレームワークに則って製造業者と小売業者の最適な契約を求めている。従って、消費者を含めた経済厚生や競争政策上のインプリケーションの導出は今後の課題と言えよう。Romano (1994) と同様に二重の外部性を念頭に置いたモデルに丹野 (1998) の製造業者と小売業者の製品差別化投資と流通チャネルの分析がある。丹野 (1998) は、複占的な製造業者が小売業者に販売を委託する状況での製造業者のチャネル選択を分析した。小売が販売する財に対してサービス活動と製造業者の広告投資活動が可能な下で、製品差別化投資としてのサービスと広告の相対費用がどのようにチャネル選択に影響を与えるのかを考察した。小売一社のみで自分の財の販売を託す Selectiveチャネルが日本で従来行われてきた流通の系列に対応している。中心的な結論は、製造業者の広告費用が小売業者のサービス費用に比べ相対的に高い時は、2人の製造業者とも Selectiveチャネルを選び、小売のサービス投資を促進するような均衡が生まれることである。さらに、両費用が均一に高い場合のまったく投資が行われない Bertrand 均衡での厚生よりも Selectiveチャネル均衡での厚生が高まることを示した。流通における「系列」の議論に対する含意としては、系列の決定は、製造業者と小売業者との間の製品差別化投資の相対費用に依存する可能性があることを示したことである。

5 品質や評判に関する不完備情報

最後の論点として忘れてならないのは、不完備情報をもたらす影響である。Chu and Chu (1994) は、製造業者の生産する財の品質が消費者に分からない場合に評判の良い小売業者を通じて財を販売することによってその財の品質を消費者に保証するモデルを分析した。従来、高品質のシグナルを発信する役割としては、製造業者が行う価格、広告、品質保証、ブランド名等が分析の俎上に載せられていた。Chu and Chu (1994) は、例えば韓国企業がまだ販売拠点がなくアメリカに進出して高品質をアピールする状況を念頭に置いた。その時、最も信頼性の高いシグナリング装置としては評判の高い小売に自分の財の販売を委託するのが妥当な戦略だろう。そして、彼らはダイナミックゲームの枠組みで高品質と低品質の製造業者が区別でき得る分離均衡の存在を証明した。高い評判の小売業者は自らの評判を守るため正しく製造業者の品質を消費者

に伝達している。また、ある条件の下では参入によって評判の高い小売業者が増えれば増えるほど彼らの利潤は高くなる。それは低い評判の小売業者から売られている高品質の財の割合が低下すればするほど低い評判と高い評判の小売業者が付ける事ができる価格の差が大きくなるからである。Gilligan (2001) は製造業者のタイプを小売業者が分からない逆選択モデルを分析している。製造業者のタイプとは Chu and Chu (1994) の例にあるように新たに市場に参入した製造業者の財の売れ行きを小売業者は完全には把握できない状況を想像すると良い。Gilligan (2001) のモデルでは再販価格維持制度は製造業者が持つ私的情報の利用を制限することを意味する。高品質の財を生産する製造業者はこのモデルにおいて低品質製造業者の戦略を真似るインセンティブが働く。それを見越した小売の反応によって製造業者の利潤が減ってしまうので、再販価格維持はこうした情報の戦略的使用を禁止することによって製造業者の利潤を増大させると論じている。小売と消費者の犠牲の上で利益が増大するので、全体の経済厚生は低下する。彼のモデルは線形需要であり Nariu モデルが論じた在庫の不確実性を考慮に入れていない。よって、Nariu モデルと単純な比較は出来ないが、情報の非対称性がどのように垂直的な制限の経済的な帰結に影響を与えるかを判断する上で一つのベンチマークとなる論文である。

6 日本の著作物の再販制の見直し

今まで記してきた理論を踏まえた政策提言について成生 (1997) を見逃すわけにはいかない。日本では独占禁止法 (2条の9及び19条) によって再販価格維持制度は原則的に禁止されている。しかし、著作物に関してはその適応除外とされてきた⁽³⁾。近年、市場における公正かつ自由な競争を促進するという規制緩和の観点から再販制の見直しが行われている。成生 (1997) はその見直しの一つの報告書である公正取引委員会内に設けられた「再販問題検討小委員会」の「再販適用除外が認められている著作物の取り扱いについて」についてコメントという形で再販の適用除外の妥当性について検討した。

そこでは丹野 (1998) が分析したような小売の行うサービス活動を促進する機能を再販価格維持制度は持つので、経済全体の厚生を考慮すると適応除外の廃止はそのようなサービス活動が阻害されると指摘している。また、再販制がない場合に自由な経済取引が書店での品揃えの多様化、十分な商品説明、および注文取り寄せ時間の短縮が必ずしも行われるとは限らないと警告している。こうした消費者の便益に加えて製造業者と小売業者の自由な契約の上で再販制が採用されたのならば経済学的に見て必ずしも違法と考えることはできない。日本の書籍の流通ではすべての出版社が再販制を採用していることおよび卸売業者である取次ぎのシェアの大きさから優越的な地位の乱用のケースも考えられなくもない。中間業者が大きな力を持っている場合の経済モデルやその契約形態の公正性の検討は今後の重要な課題となるであろう。

成生 (1997) が指摘している書籍の流通の問題点は、公正取引委員会 (2002) を見る限り今だ

改善されていない。さらに当初規制緩和の流れから促進されたとされた適応除外の解除はほとんどの分野で行われていない。また、本稿で展望を行ったように再販制と返品制は同等の機能を果たすが、書籍の流通では両方が用いられている。書店の品揃えの多様さから見ると返品制はそれをある程度促進するように思われる。しかし、40%の返品率の費用との比較を行うとその結論は怪しいものとなる。現時点で再販制度と返品制を共に組み入れたモデルは存在しない。競争政策の指針を立てるためにそのような理論モデルの構築と実証的な分析は、非常に重大な未解決問題である⁽⁴⁾。

注

* 〒352-8501 埼玉県新座市中野1-9-6 Phone: 048-478-4110 Email Address: tanno@atomi.ac.jp

Website: <http://benio.atomi.ac.jp/~tanno/>

- 1 こうした流れの背景の解説と経済理論の優れた展望として後藤・鈴木（1999）と Rey（2000）をあげることができる。その中で本稿が分析対象とする垂直的取引制限についての規制に関して有賀健（1999）が有益である。
- 2 返品制度に関する分析は Marvel and Peck（1995）も参考にせよ。
- 3 その歴史的な背景については鈴木（1999）を参照せよ。
- 4 Flath and Nariu（1989）はその先駆となる分析である。

参考文献

- 1 有賀健（1999）：「不公正な取引方法に関する規制(2)：垂直的取引制限に対する規制」後藤・鈴木編『日本の競争政策』、東京大学出版会、131-62。
- 2 Chu, W. and W. Chu（1994）：“Signaling Quality by Selling Through A Reputable Retailer: An Example of Renting the Reputation of Another Agent,” *Marketing Science*, vol.13, no.2 Spring, 177-189.
- 3 Deneckere, R., H.P. Marvel, and J. Peck（1996）：“Demand Uncertainty, Inventories, and Resale Price Maintenance,” *Quarterly Journal of Economics*, vol.111, no.3, 885-913.
- 4 Deneckere, R., H.P. Marvel, and J. Peck（1997）：“Demand Uncertainty and Price Maintenance: Markdowns as Destructive Competition,” *American Economic Review*, vol.87, no.4, 619-641.
- 5 Flath, D. and T. Nariu（1989）：“Returns Policy in the Japanese Marketing System,” *Journal of the Japanese and International Economies*, vol.3, no.1, 49-63.
- 6 Flath, D. and T. Nariu（2000）：“Demand Uncertainty and Resale Price Maintenance,” *Contemporary Economic Policy*, vol. 18, no. 4, 397-403.
- 7 Gilligan, T.W.（2001）：“A Signal Jamming Theory of Resale Price Maintenance,” mimeo.

- 8 後藤晃・鈴木興太郎編 (1999) : 『日本の競争政策』、東京大学出版会。
- 9 Jullien, B. and P.Rey (2000) : "Resale Price maintenance and Collusion," mimeo.
- 10 公正取引委員会 (2002) : 「著作物再販協議会 (第2回) 議事概要」平成14年6月28日。
<http://www.jftc.go.jp/pressrelease/02.june/02062806.pdf>
- 11 Marvel, H.P., and J. Peck (1995) : "Demand Uncertainty and Returns Policies," *International Economic Review*, vol.36, no.3, 691-714.
- 12 Nariu, T. (1996) : "Manufacturer Acceptance of Returns," *Japanese Economic Review*, vol.47, no.4, 426-431.
- 13 成生達彦 (1997) : 「書籍の再販制——中間報告へのコメント——」、ビジネスレビュー、第44巻、第3号、65-80.
- 14 Rey, P. (2000) : "Towards a Theory of Competition Policy," mimeo.
- 15 Rey, P. and J.Tirole (1986) : "The Logic of Vertical Restraints," *American Economic Review*, vol.76, no.5, 921-39.
- 16 Romano, R. E. (1994) : "Double Moral Hazard and Resale Price Maintenance," *Rand Journal of Economics*, vol. 25, no. 3, 455-66.
- 17 鈴木興太郎 (1999) : 「適応除外・政府規制・行政指導」後藤・鈴木編『日本の競争政策』、東京大学出版会、383-434.
- 18 丹野忠晋 (1998) : 「チャネル選択と製品差別化投資」経済研究、第49巻、第1号、47-57.
- 19 Tanno, T. (2003) : "Severe Return Policy: An Example," AM Discussion Paper 2003-01, Atomi University.