

Title	再販売価格維持制度の経済的側面
Sub Title	Economic aspects of resale price maintenance
Author	片岡, 一郎
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1958
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.51, No.4 (1958. 4) ,p.353(69)- 362(78)
JaLC DOI	10.14991/001.19580401-0069
Abstract	
Notes	資料
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19580401-0069">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19580401-0069</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

も均衡位置に至る経路と均衡位置間の経路の厚生の特性について租税分析一般がより多くの知識を要するであろう。

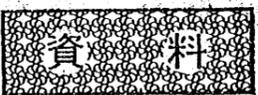
租税の効率効果分析の前提となった仮定を一般化すれば、われわれの所産はますます消極的となる。とりわけこの分析では、富と所得分配一定として課税の所得再分配効果を無視している。この分配に関する価値規準が明示されない限り、社会的厚生極大の位置を最終的に確定することはできない。そこで租税の効率効果分析は、分配は政策当局によって別途に適正化されるといったようなならぬか、社会厚生函数を暗黙のうちに前提していることとなる。しかし重要な租税政策の決定は、政策当局が社会厚生函数の形態規定をある社会的政治的手続きを通じて行うこと自体のうちに確定されよう。

このような問題は、社会厚生函数による租税政策決定のような部分的特殊化にとどまらず、当該社会において支配的な価値判断に基づく厚生函数の包括的な形態規定そのものを尋ねることを求める。そこでK・アローが提起したように、<sup>(2)</sup> 選択対象となるさまざまな社会状態に対する個々人の選好序列が与えられているとき、これらの個人の選好を真に代表するものとみなされるに必要な条件を満し、かつ首尾一貫した社会的選好序列を構成することが、合理的手段によっ

てはたして可能であるかどうか、という社会意志決定作成過程の問題がわれわれの課題の解明につながる事となる。租税の効率効果分析の政策助言としての有効性について求めるところ大であればあるほど、その前提となった仮定についてより厳密な検討を加えることが今後不可欠の課題となるであろう。

- (1) Walker, *op. cit.* 租税の効率効果分析を政策に直結せしめる構想としては、カルドフの現行所得税制度の改革案としての新しい支出税方式提案が、示唆に富むものである。現行租税ではなく、あらたに実施可能な租税を対象として効率性を検討することも、われわれの課題とすべきであろう。Kantor, N.: *An Expenditure Tax, 1955* また、ブレイクの統計調査による所得税の労働誘因阻害効果の検証も、今後の問題展開の方向を示唆するものとなる。Break, C. F., 'Income Taxes and Incentives to Work,' *A.E.R.* September 1957.
- (2) Arrow, K. J.: *Social Choice and Individual Value, 1951.*

—一九五八・二・稿—



## 再販売価格維持制度の経済的側面

片岡一郎

商業学研究の分野において販売価格政策の問題は最も重要な研究課題とされて来たのであるが、なかならず再販売価格維持制度の問題は、これが消費者公衆の利害に直結する問題であつただけに大きな社会的関心を惹く課題の一つとせられて来た。

しかし乍ら、ことわが国に関する限り此の問題は研究史的には比較的新しい問題である。即ち此処数年來の不況の一般化、それに伴う商標品の乱売傾向を背景として、昭和二十八年八月の独占禁止法の改正に際して、旧独禁法の下においては違反行為とせられて来た再販売価格維持の契約がはじめて法的に是認せられるに至り、さらに昨年の中小企業団体法の通過成立をみるに及んで、かかる制度に對する世間の関心も漸く高まり、一方経済学者の間においても一つの重要な問題としてその功罪が活発に論ぜられるに至つたのである。此処に此の問題史としての起点が求められる。

しかし此の問題は特に英米兩國においては既に七十年余の歴史をもつたかなり古い問題である。殊に合衆国においては此の間シャ

再販売価格維持制度の経済的側面

マン反トラスト法との関連において此の制度の功罪をめぐって激しい議論が闘わされて来ており、また最も早く産業革命を経験し、自由主義経済をうちたてた英国においても、古くから「営業自由」の觀念が各人「共通の権利」であると同時に「一般公衆」の利益でもあると強調されて来ており、既にエリザベス時代以來、「独占」や「取引の制限」は、それが全般的であるか否かを問わず、又その目的、動機が如何にかかわらず、すべて公共の利益に反するとみなされて、強固な自由主義的伝統をばぐくんで来た国であつただけに、かかる制限的慣行に對しては厳しい批判と関心が寄せられて来たのはまた当然のことでもあつた。此の間、かかる世間の深い関心を反映して合衆国連邦取引委員会は再度に及ぶ調査報告書を發表して来たし、また英国においても此の取引慣行の制限乃至撤廃を提案して一九四九年にはロイド・ヤコブ委員会の報告書が、そして一九五一年には政府白書が夫々發表せられている。この外此の問題をめぐる公私の研究は枚挙にいとまのない程であるが、今日においても依

六九 (三五三)

然此の論争は解決せられることなく、むしろこれらの論争や文献はその支持者達を愈々熱心な支持者たらしめ、その反対者を益々強固な反対者たらしめて、その対立の溝を一層深めて来ているの観がある。

此の論争に参加したものは問題それ自体の性格からしてひとり経済学者に限らず、法律家、実務家さらには政治家まで広い層に亘つたのであって、それだけに観点、視点の相違は一層此の制度に対する評価の点で混乱を生ぜしめることとなった。即ちいわゆる「フェア・トレーダー」達は社会政策的見地に立って中小商業者擁護の拠り所をこの制度の中に求めようとしているのに対し、いわゆる「アンチ・トラスター」達はより多く理念的立場から反トラスト立法の志向する自由な価格競争、そしてそれを通じてのダイナミックな資本主義の維持促進を意図してその反対論を展開しようとしているようである。換言すれば、一方が再販売価格維持制度を「現実」として肯定しようとしているのに対し、他方は「理念」としてそれを否定しようとしている。つまり競争は望ましいものであり、独占は倫理的に邪悪なものであると云う観念から出発し、中小販売業者擁護の必要を認めながらも、それに通ずる再販売価格維持制度はこれを否定すると云う意味において、否定的な立場に立つものは、経済の現実についてと云うよりは、むしろそれをこえた社会の倫理と云ったものを強調しようとしているようであり、一方肯定的な立場は、反対派の立場は余りにも観念的、公式的偏見であって、公正取引はむしろ

る経済の現実においてはやむをえない、と云うよりはむしろ好ましいものでずらあると云うように、より多く経済の現実について語るうとしている。従ってそこには両者のいわば夫々異なったディメンションにおける主張の展開がみられるだけであり、客観的な問題の解決が導かれる如き議論の立て方は何等なされていないとさえ考えられる。そこで吾々が科学の立場からなしうることは、此の種の問題につきまといがちな感性的な夾雑物や形而上的要素を出来るだけ取り去って、云いかえれば問題を厳密に経済の論理と云う枠内に限定し、その効果の分析を展開すると云うことでなければならぬと考える。これがまた吾々のなしうる最大限のところでもある。

前述の如く再販売価格維持制度は今日まで種々なる視角からとり上げられ論ぜられて来たのであるが、問題を経済の側面に限定してみてもそこにはなお幾つかの問題点が存する。例えばかかる慣行の実施によって公正取引商品の価格は如何に影響され、その安定性は如何なる作用をうけるかの問題、さらには、これは反トラスト論者が最もあげしく非難する点の一つであるが、果して此の慣行の実施は、シャーマン反トラスト法の禁止する横のなれ合いの価格統制を促進する如く作用しはしないかの問題、また此の慣行の採用と販売業者のグロス・マージンとの関係、企業数に及ぼす影響、私商標品との関係、非価格競争との関係等の諸問題がそれである。しかしかくの如くその問題点は多数存在するにも拘わらず、そもそも此の制度

の可否について関心が寄せられたその最も重要な根拠は、果して此の取引慣行は「市場の需給関係を価格の上に正しく反映させることを妨げ、消費者価格を高めあるいはその低落を不当に阻止するのではないか」、換言すればそれは小売価格を不当に引き上げる結果になるのではなからうか、此の点に大きな疑問が抱かれたからに外ならない。従って本稿においても此の点に焦点を合わせつつ此の慣行の効果を分析してみることにする。

これまで問題の此の側面を扱った内外の研究資料もその数は決して多くはないが、しかし此の数少ない研究の中にすらなお議論の対立がみられる。之等の研究の中でも特に吾々の注目を惹くのは、齒磨の価格についての研究を試みたバウマン氏の "Ward S. Bowman, 'The Prerequisites and Effects of Resale Price Maintenance,' University of Chicago Law Review, XXII, No. 4, (Summer 1955), pp. 825-73 論文である。バウマン氏は一、非署名者条項が違法であるとの判決が下されたシュベীগマン事件以前、二、シュベীগマン事件の判決が有効であった全期間、三、一九五二年七月のマックギアー法の成立によってシュベীগマン事件の判決が無効となった直後の六カ月間、この三期間に亘って公正取引制度に関する初期の主要な研究を検討しつつ、公正取引制度を採用している州及び採用していない若干の州における特定価格の齒磨の市場価格に及ぼす再販売価格維持制度の効果についての研究を其の論文において展開している。そしてバウマン氏が此の研究の結

再販売価格維持制度の経済的側面

論として指摘していることは、一、此の三期間全体を通じて製造業者によって定められた再販売価格は小売商によって十分厳格にまもられなかったこと、二、価格は公正取引州においてよりも非公正取引州においてむしろ高かったこと、三、価格は小都市及び田舎に比して大都市において低かったこと、四、シュベীগマン事件の判決以後公正取引州における価格は引き下げられ、そしてマックギアー法成立後の六カ月間においては価格の騰貴はみられなかったこと、五、一九五一年一月から一九五三年一月に至る間の公正取引州における価格と非公正取引州における価格間の開差は平均凡そ四％であったこと、等である。われわれの問題に対して此の資料の与えている解答は、われわれの危惧は不要なものであると云うことである。勿論此の研究の結論をもって価格維持制度一般の効果を断定することは許されないし、ハッシュン教授がニューヨーク州のウィスキー業界について試みた研究は全く正反對の結論を出している。即ちハッシュン教授の調査によれば (Charles H. Hession, "The Economics of Mandatory Fair Trade", The Journal of Marketing, April 1950), 第一表にみられるとおり、国内産ウィスキー十七銘柄については殆んどとり立てて云う程の価格の変動は認められない。ニューヨーク市においてウィスキー業界に再販売価格維持制度が実施せられるに至ったのは一九四七年九月一日であったが、その時以降一九四九年九月一日に至る二カ年間に於いて僅かに二セントの騰貴がみられたにすぎない。また輸入ウィスキーについても

第一表 ニューヨーク州におけるウイスキー小売価格一覧表  
1946年10月1日～1949年9月1日 (単位ドル)

銘柄	物価管理局 最終価格			
	1946.10.1	1947.9.1	1948.9.1	1949.9.1
<b>Blended Whiskies</b>				
B-F King Black Label	3.99	3.99	3.99	3.99
Calvert Reserve	4.05	4.05	4.05	4.05
Carstairs White Seal	3.61	3.61	3.61	3.61
Carby's Reserve	3.55	3.55	3.63	3.65
Four Roses	4.41	4.41	4.41	4.41
Golden Wedding	3.59	3.60	3.60	3.65
Good Old Guckenheimer	3.58	3.58	3.58	3.61
Imperial	—	3.59	3.59	3.59
King Silver Label	3.55	3.55	3.65	3.65
Lord Calvert	4.69	4.68	4.68	4.68
Mount Vermon	3.60	3.49	3.49	3.59
Pand T Reserve	3.56	3.65	3.65	3.65
Philadelphia	3.99	3.99	3.99	3.99
P. M. De Luxe	3.60	3.64	3.63	3.65
Schenley Reserve	4.02	4.06	4.05	4.05
Seagram's Seven Crown	4.05	4.05	4.05	4.05
Three Feathers Reserve	4.02	4.06	4.05	4.05
平 均	3.87	3.86	3.86	3.88
<b>Bonded Whiskies</b>				
I. W. Harper	4.44	6.90	6.90	6.90
Old Forester	4.98	6.90	6.90	6.90
Old Grandad	4.99	6.91	6.91	6.91
平 均	4.80	6.90	6.90	6.90
<b>Canadian and Scotch Whiskies</b>				
Canadian Club	5.37	5.66	5.67	5.67
Seagram V. O.	5.30	5.30	5.45	5.67
De War's White Label	5.68	5.95	5.64	5.69
Gaelic Old Smuggler	5.89	5.89	5.60	5.60
Gilbeys Spey Royal	5.63	5.95	5.69	5.69
Haig and Haig 5 Star	5.72	5.98	5.69	5.75
J. Walker Red Label	5.76	5.99	5.68	5.77
Sanderson's Vat 69	5.68	5.90	5.60	5.60
White Horse	5.72	5.92	5.62	5.62
平 均	5.64	5.84	5.63	5.67

七二(三五六)

事情は大体同様であり、少なくとも公示価格においては実施後最初の一年間には二セントの低下がみられ、第二年月においてはじめて四セントの騰貴があったにすぎない。このようにみてもニューヨーク市においては、この制度の消費者価格への影響は殆んどなかった。否むしろそれは好ましい影響さえもたらしたと考へうるが、しかし吾々が此の分析から結論を出すに当っては、少なくとも当時の業界の一般的事情が考慮されなければならない。即ち醸造業界は他の業界における同様戦時中全体を通じて引続き好況を維持し、この間その価格はかなりの騰貴をみたのであり、従って「戦後において更にそれを引き上げる必要がなかった」と云う事情が、ニューヨーク州における戦後のウイスキー価格の全般的安定の大きな原因であった(C. H. Heston, op. cit., p. 110)。しかし此の事実よりもさらにみのがしえない重要な事柄は、戦後における酒類に対する需要の変化である。即ち酒類に対する需要量は、ニューヨーク州においても全国的傾向にもれずかなり低下しているのであり、かかる需要の低下にも拘わらず、価格はなおよそ一定水準を維持していたと云うことは、この制度への反対者が常に強調する「価格水準の低落を不当に阻止し、その硬直化を生ぜしめる」との非難が少なくとも此の場合に正しいことを意味している。現に公正取引を實施していないミシガン州においては販売を促進すると云う理由から一九四九年七月有力な商標品について二〇%と云う大幅の値下げを行っているにも拘わらず、ニューヨーク州における価格は一九四七

再販売価格維持制度の経済的側面

年の水準のままにとどまっていたと、かかる解釈をヘンション教授は与えている。ヘンション教授の此の結果を支持する研究はステュワート氏のCharles F. Stewart, "Mandatory Resale Price Maintenance of Distilled Spirits in California", (The Journal of Marketing, April 1954)なるものである。即ちステュワート氏はカルフォルニア公平委員会(State Board of Equalization)によって一九五二年十一月発表せられた資料にもとづいて、第二表に示されているようにカルフォルニア州における醸造酒中、代表的な十三銘柄につきその公正取引価格と他州における同一銘柄の最高価格並びに最低価格との比較を行っている。最後の欄はある銘柄品についてのカルフォルニア州の公正取引価格が諸州間に占める高い方から算えてのその順位を示している。そして此の十三銘柄中、ニューメキシコ州は九銘柄についてその夫々の最高価格を有しており、サウスダコタ州は三銘柄について、そして残りの一銘柄はノースダコタ州が有している。一方最低価格については、十三銘柄中ミズリ州は八銘柄について、コロムビア州はその四銘柄について、残りの一銘柄はテキサス州が夫々の最低価格を有している。しかも此処で注目しなければならないことは、最高価格を有する右の諸州はいずれも何等かの形における再販売価格維持制度を實施している諸州であるに反し、最低価格を有する諸州は如何なる形においても全くその再販売価格の統制を行っていない州であると云うことである。

七三(三五七)

第二表 他州との醸造酒価格の比較

種類	最高価格	最低価格	カルフォルニア公正取引価格	(ドル) 最低価格との差		(% 最低価格に対する差)		カルフォルニア価格の順位	
				最高価格	カルフォルニア公正取引価格	最高価格	カルフォルニア公正取引価格		
Bond Brand	No. 1	\$7.43	\$5.19	\$7.06	\$2.24	\$1.87	.43	.36	7/27
	No. 2	7.44	5.23	7.04	2.21	1.81	.42	.35	10/27
Straight Brand	No. 1	5.51	4.06	5.21	1.45	1.15	.36	.28	9/25
	No. 2	4.69	3.39	4.33	1.30	.94	.38	.28	11/29
Blends Brand	No. 1	3.93	2.79	3.77	1.14	.98	.41	.35	8/30
	No. 2	4.40	3.19	4.14	1.21	.95	.38	.30	10/28
	No. 3	4.74	3.64	4.52	1.10	.88	.30	.24	5/29
Scotch Brand	No. 1	8.35	6.54	7.29	1.81	.75	.28	.11	15/27
	No. 2	6.45	4.88	5.80	1.57	.92	.32	.19	19/28
Rum Brand	No. 1	4.76	3.05	3.99	1.71	.94	.56	.31	15/28
Rye Brand	No. 1	7.08	5.47	6.67	1.61	1.20	.29	.22	10/27
Gin Brand	No. 1	4.29	2.86	3.72	1.43	.86	.50	.30	8/28
	No. 2	4.43	2.94	3.72	1.49	.89	.51	.30	10/27

第三表 公正取引商標品と非公正取引商標品の価格比較

品目	算術平均価格	総支出	単位数
100錠入りアスピリン			
公正取引商標品	0.59	396	671
非公正取引商標品			
29.5仙以上で購入された単位	0.48	28	77
9.0仙以上で購入された単位	0.33	65	195
総購入単位	0.18	80	443
48枚入り衛生綿			
公正取引商標品	1.47	759	516
非公正取引商標品	1.00	73	73

注 両商品を販売する多数小売商の意見によれば公正取引商標品と非公正取引商標品間の品質の差は殆んどない。

ら、ロビンソン、チェンバリンによつて発展せしめられた不完全競争理論を適用した理論分析も既に今日なされており、この傾向もまた同様の傾向を暗示している。

価格維持制度の効果を理論的に分析する出発点として吾々はまず全く同質のコーヒーを製造する三グループの製造業者を仮定する。そしてこの中、第一グループの製造業者は包装されてはいるが商標を持たないコ

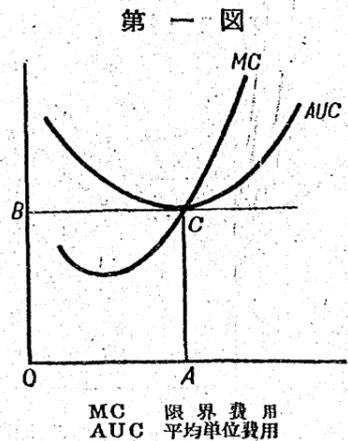
再販売価格維持制度の経済的側面

またオウクス教授は最近函騰、頭痛薬、衛生綿の三商品について再販売価格維持制度の価格効果の分析を試みてゐるが、此の研究においても教授は同様公正取引商標品の価格は、少なくともアスピリン及び衛生綿に関する限りかなり同質の非公正取引商品よりも高いと云う事実を指摘してゐる (Ralph H. Oakes, Resale Price Maintenance in Chicago, 1953-55, — A study of three products, the Journal of Business of the School of Business of the University of Chicago, April 1957, pp. 109-130)。

オウクス教授自身が指摘してゐるように公正取引商標品と非公正取引商品の価格の比較は一九三三年以来強く関心のもたれた問題であり、また公正取引制度の小売価格効果の判定にそれは極めて重要な手がかりを与えるものではあるが、しかし非公正取引商品はしばしば同商品として利用せられることが多いだけに、此の比較には技術的に極めて大きな困難が伴う。教授は第三表の如き比較を試みてゐるが、五グレインの百錠入りアスピリンについてみるに公正取引商標品の平均価格は非公正取引商標品の平均価格の実に三二・八%に相当する高価格であり、一方四八枚入り衛生綿についても公正取引商標品の平均価格は一四・七%の高率を示してゐる。

かくの如くバウマン氏の分析を除いて、実証的研究は多く此の慣行は価格を引き上げる傾向を有していることを明らかにしてゐる。だが公正取引制度の価格効果については、かかる実証的研究のみならず、ロビンソン、チェンバリンによつて発展せしめられた不完全競争理論を適用した理論分析も既に今日なされており、この傾向もまた同様の傾向を暗示している。

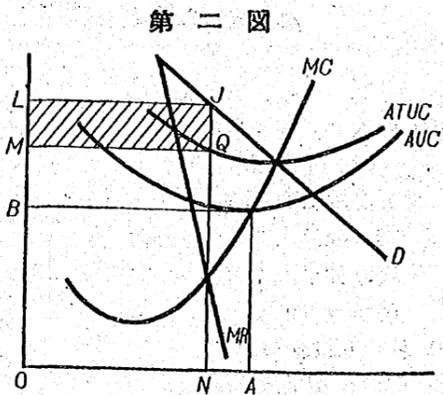
価格維持制度の効果を理論的に分析する出発点として吾々はまず全く同質のコーヒーを製造する三グループの製造業者を仮定する。そしてこの中、第一グループの製造業者は包装されてはいるが商標を持たないコ



第一図

立する価格は夫々如何なる高さの価格であるかと云うことである。もし完全競争の条件が悉く充たされてゐる市場に此の第一グループの製造業者が立つならば、彼が小売商に請求しうる価格はただ第一図に示されたOBなる高さの価格のみである。そして此の価格は平均費用曲線の最低点において接していることは勿論である。これが意味するところは、われわれが仮定した条件の下においては第一グループの製造業者は最低可能な価格においてその生産物を供給すると云うこと、これである。

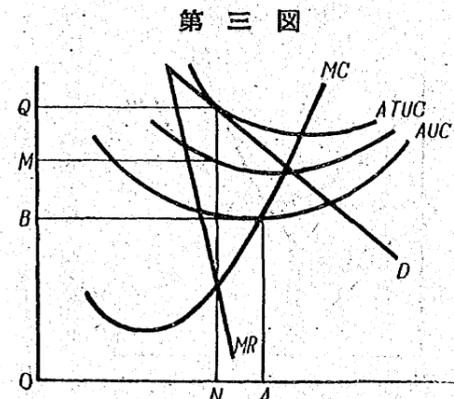
しかるに第二グループの製造業者については、彼が広告を行つてゐることからして事情は第二グループの場合と多少異なることをえたい。即ち此の場合の平均費用曲線は物理的生産量に広告費を附加したものでなければならず、従つて之等両者をふくむ単位当り総平



均費用曲線は第一図の平均費用曲線の上方に存しなくてはならない。そして更に注意せらるべきことは、第二図に示されている如く此の総費用曲線は産出量の増大につれて第一図の平均費用曲線に益々接近すると云うことである。なんと云わればそれは広告支出に予定された一定額は産出量の増大

につれてより多くの単位の間配分せられることの結果、一単位当りの広告支出は益々小となるとみなされるからに外ならない。だが此の第二グループの場合には更に考慮すべきことが残されている。それは此のグループの製造業者が商標をもち広告支出を行っていることの結果、もはやそこには完全競争市場は予想しえないと云うことである。即ち此の第二グループの製造業者が直面する需要曲線は完全に弾力的な需要曲線ではありえず、それは何程かの傾斜をもたざるをえない。即ち此のグループの製造業者はLMQJをもつて示しただけの最大の利潤を収めるためにOLなる価格においてONなる量の生産を行うであろう。だがかかる斜線をもつて示された余剰利潤の存在は市場がフリー・エントリイの状態にある限り、新たな競争

を招くことは必至であり、競争は当然価格の低下を余儀なくせしめるものと予想せられる。そしてそれは価格が総平均費用曲線に一致するに至って止む。このことは第二図が明示している如く、第一グループの企業よりもより高い平均費用において営業し、従ってまたより高い価格において販売する——しかも競争が十分効果的であるならば正常利潤以上の余剰利潤は何等収めえない——傾向をもつことを示している。



つぎに第三グループの製造業者についてみるならば、彼が第二グループの製造業者と異なる点はただその生産物を再販売価格維持契約の下で販売していると云う点のみである。即ち彼の平均費用曲線は当然物理的生産費、広告費の外にさらに価格維持計画の実施のための費用——たとえそれが無視しうる程僅かなものである——をふくむものでなくてはならない。従って彼の総平均費用曲線は第二グループの製造業者のそれよりもさらに上方にひかれなければならないであろう。しかし此の点に關してはホーキンス教授の批判がある。ホーキンス教授は氏の論文 E. R. Hawkins,

Further Theoretical Considerations Regarding Fair

Trade Laws; (The Journal of Marketing, October 1939 pp.

126-134)の中で「広告費に再販売価格維持の費用を附加することは

誤りである。……もし彼(製造業者)が販売業者の協力をえんがために販売業者により大なるマージンを許すならば、彼はより僅かな広告量で同じ販売量をあげるのである。従つてもし彼が以前に適正な広告費を支出していたのであるならば、彼は合理的に彼の広告支出を削減するであろう」。サイロック氏がのべているように(H. H. Stock, "Some Problems of Resale Price Maintenance,"

The Economic Journal, Vol. 48, No. 189, March 1938, p. 43)。

価格維持制度が「彼の生産物を購入する消費者の最終価格を引き上げるか、又は彼の受け取る収入を引き下げるか、そのいずれかの方法によって販売業者の協力をえんとする一つの販売方法」であるとすれば、それは広告とある意味においては全く同じ性質のものであり、その限りにおいてこれら両者はよく代替しうるものとみなさるべきであろう。それはいわば効果の薄い販売努力の形態からより効果的な形態への転換であるにとどまる。たしかに此のホーキンス氏の主張は理論的には全く正当である。しかし現実の問題として、広告支出と価格維持とが小売商の協力を獲得する点でよく代替しうるとしても、そのことは直ちにホーキンス氏の云うように「彼は合理的に広告費を削減するに至るであろう」と云うこととはならない。価格維持の採用が製造業者の「最上の広告予算」をくつがえ

再販売価格維持制度の経済的側面

すものであることはたしかである。小売商に与えられるマージンの増加は彼をして価格維持を実行するに要する費用分だけその広告支出を削減することを可能ならしめるかもしれない。だがそのようになると云う理論的必然性は無い。彼は短期的政策として、彼の生産物に消費者の注意を引こうとしている小売商のために、製造業者は彼の広告を増大せしめることがむしろ有利であることを知るかもしれない。さらに考慮すべきことは能率の高い価格維持前の低価格販売店は能率の低い高価格販売店よりも商品のよりよき促進者である。しかるに消費者をして価格の固定された商品から私商標品へとその品目を転換させようとしているのはかかる能率の高い店舗である。かつての低価格店の此の抵抗を克服するためには、製造業者は彼の広告支出をむしろ増大させなければならないと云う事態に立ち到るであろうことは想像に難くない。もしそうであるとすれば価格維持の費用は製造業者の費用への新たな附加である。

第三図に明らかな如く第三グループの製造業者の総平均費用曲線の最低点は第二グループのそれよりも上方に位置しており、またその販売価格も、(一)第三グループの製造業者の総平均費用曲線は第二グループの製造業者が直面するそれと其の形において全く異なつたものであること、または、(二)価格維持グループの直面する需要曲線は第二グループの製造業者の直面するそれよりも一層弾力的であること、このいずれかの条件が仮定されるのでない限り、第二グループの製造業者価格よりもより高いものとなるであろう。

かくしてこれまでの分析は以下の如く要約する事が出来る。即ち第一グループの製造業者から第三グループの製造業者へと進むにつれて最低の総平均費用も、又その販売価格も共に徐々に高まると。以上の分析は製造業者から小売業者への販売価格の分析であるが、この分析からえられた結果は当然小売業者から消費者への販売価格に反映するであろう。したがって小売価格についても先の分析の結果と同様、第一グループの製造業者の生産物から始めて漸次高い価格が成立するであろうことが予想せられる。しかし此の理論上の長期的傾向は実際にはそれ程明確なものではない。もし実際に価格維持計画の採用が少数の製造業者の製品の販売のためにより多くの小売商を動員しうるならば、之等製造業者はその産出量を増大せしめ、物理的単位当り平均費用を節約することによって計画実施のための費用は十分相殺しうるであろう。だがもし現実がそうなるとしても、小売価格は、最も能率の高い販売業者が必要とする経費

水準よりも高くない線に決定せられない限り、高まるものと考えなければならぬ。之等二つの条件が満たされたときにおいてのみはじめて価格維持政策は価格を引き上げることによって消費者の利益を損うとの批判を根拠なきものとしてしりぞけるのであるが、しかしこれら二つの条件が充される可能性は、(一)もし価格維持が若干の製造業者にとつてその販売高を増加せしめることとなったとしても、やがて他の製造業者もそれと同じ計画を採用するに至るであろうことが予想され、従って製造業者一人当りの産出高は再び元の線にまで低下する、(二)もし小売マーシンの能率の高い低価格小売商の必要とするだけの高さに決定せられるならば、価格維持計画の重要な目的の一つ、即ち彼の生産物の販売のために能率の低い高価格販売店を動員すると云う目的は達せられない、かかる二つの理由から極めてすくないとみるべきであろう。

書評及び紹介

パウル・ホニヒスハイム著

『ゲオルク・イエリネクと

マックス・ウェーバー』

——イエリネク生誕百年記念のために——

Georg Jellinek: Ein Wort zum 100. Geburtstag eines soziologischen Juristen und Historikers sozialer Ideen und Institutionen. Von Paul Honigshelm, in Köhner Zeitschrift für Soziologie, SS. 391-397, Bd. 3, 1950/51.

本来の題名は右に示したように、社会学的法学者、社会思想史家、社会制度史家としてのG・イエリネクに向けられているが、その内容からここに仮に標題の如く改めた。この記録は数年前に書かれたもので短かくはあるが、一頁二段組に細かい活字でぎっしり詰めこまれた、その内容は末尾の詳細な文献指示と共に、この二人の偉大な社会学者、思想家の関係、両者の特性、さらにその対比を通じてウィルヘルム時代のドイツ、とりわけハイデルベルク大学を中心とする西南ドイツの学問的雰気を鋭く浮彫りにしてありますところがない。彼ら二人の親密な個人的関係はマックス・ウェーバー夫人

マリアンネの手になるその夫の伝記に詳しいが、マックス・ウェーバーの、あまりにも有名な理想型という名称が、その意味内容の変容をこうむったとはいえず、元来G・イエリネクの「一般国家論」(Allgemeine Staatslehre, 1900)に由来することは最早周知であろう。又すでにヨハネス・ウィンケルマンはW・ロッシヤの「政治学」と、G・イエリネクの「一般国家学」とは、マックス・ウェーバーの支配社会学にたいし、批判的省察の重要な基礎をなすものであることを指摘している。(Johannes Winckelmann, Legitimität und Legitimität in Max Webers Herrschaftssoziologie, 1952, S. 10, Anm. 33.)以下、私たちのマックス・ウェーバーへの関心から、マックス・ウェーバーへのかかわりを常に念頭におきながら、この二人の学者の共通の友人であったホニヒスハイムの言うところに耳を傾けよう。

二

ドイツの他に、別してアメリカではM・ウェーバーやE・トルチの西南ドイツ社会学は、彼らの認識論的下部構成者であるヴィンデルバンド、リッケルト、ラスク等と並んで増大する関心を呼び起しつつある。彼らの精神的親近性についての見取図を画くにあたり、公やけには社会学者、歴史家或いは哲学者たることはなかったが、その全体に、事実上決定的な貢献をなした一人の人物像、即ちG・イエリネクを無視することは許されぬ。彼は同化した自由な