



中国における再販売価格維持行為の研究

呉, 波

(Degree)

博士 (経済学)

(Date of Degree)

2014-03-25

(Date of Publication)

2016-03-25

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲第6139号

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1006139>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



論文内容の要旨

氏名 呉波

専攻名 経済学専攻

論文の題目

中国における再販売価格維持行為の研究

要旨

中国においても、独禁法実施後（2008年8月1日施行）、再販売価格維持行為（以下「再販」）に関する事件が頻発するようになってきた。本論文の目的は、第一に、これまでの再販に関する重要と思われる経済学の文献及び再販事件の判決等をサーベイすること、第二に、これまでの中国における再販事件を整理し、競争政策と産業政策との協調性などの現状の法的執行の特徴を明らかにすること、第三に、茅台の再販事件をより詳細に検討し、マーケティング戦略の視点から、奢侈品（茅台酒）における再販行為の独禁法適用除外について、政策的検討を行うこと、そして、第四に、中国の個別再販事件に対し、米・欧・日におけるこれまでの事件への対応との比較により、中国の今後における再販規制の課題と展望を検討することにある。

論文は、「第一章 再販売価格維持行為に関する経済学」、「第二章 競争政策及び判例から見た米欧日における再販売価格維持行為規制」、「第三章 中国における再販売価格維持行為事件の法的執行の経験」、「第四章 奢侈品における再販売価格維持行為の適用除外について—茅台再販事件の考察」、「第五章 中国における再販売価格維持行為規制の課題と展望—産業政策を中心に米欧日との比較において」、という五つの章から構成される。

各章の要旨は以下の通りである。

第一章では、まず「古典的再販論」と「現代的再販論」を分けて、再販に対する賛成論と反対論を整理した。次に再販の賛否両論における主要と思われる学説、理論等をそれぞれ述べた。最後に、最近注目される新しい理論の動向をみた。より具体的には、古典的再販論（1910-1970 半ば頃）について再販擁護論に関しては、ロス・リーダー理論、グッド・ウィル理論、二重マージン理論、小売店舗理論、スペシャル・サービス理論等についてそして、再販反対論に関しては、小売カルテル理論、メーカーカルテル理論について、それぞれ代表的な人物の主張を整理した。こうした「古典的再販論」をめぐる論争から、古典的産業組織論を代表するハーバード学派が誕生した。ハーバード学派は再販の反対論を支持し、1970年代半ばまでの米国の反トラスト政策に大きな影響を与えた。次に、現代的再販論（1970 半ば頃—今日）について、再販擁護論に関して、主にシカゴ学派が主張する品

質確保理論、契約執行メカニズム論、需要の不確実理論、新規参入理論等を整理した。更に再販の是非に関して、ブランド内競争とブランド間競争における経済厚生への実証的効果分析についてのポスト・シカゴ学派の代表的な論点を整理した。最後に、最近注目されるインターロッキング理論を紹介した。こうした再販に対する賛否両論は、第二章での事件処理の整理からわかるように、世界各国の競争政策の執行及び事件の判決に大きな影響を与えてきた。

第二章では、まず、競争政策はなぜ重要なのかについて、完全競争と独占という極端なケースにおける厚生と資源配分の効率性との比較を図式化して完全競争がパレート最適であり、独占が最悪であり、そして一般的な独占的競争、寡占などがその中間にあることを述べた。また、米国の各学派（ハーバード学派、シカゴ学派、ポスト・シカゴ学派）が主張する競争政策（再販も含む）を、構造—行動—成果（SCP）パラダイムの枠組みで紹介した。そして、上記の各学派の競争政策の主張は時の米国の反トラスト政策にも強い影響を与えたことを、最低価格再販は当然違法としたドクターマイルズ事件（1911）から、最低価格再販は合理の原則としたリージン事件（2007）までの判決の推移でみた。更に、EUと日本における競争政策制定の背景、理念及び再販規制などを顧みるとともに、EUの代表的な再販事例（ドイツの書籍再販、イギリスの Umbro 事件、フランスの Lego 事件）及び日本のハマナカ再販事件を例に各国における再販売価格維持規制へのスタンスを解説した。

第三章では、まず、中国の再販事件について、行政で処理された再販事件及び司法に処理された再販事件を分けて整理を行ったうえ、個別再販事件への処理の軽重を明らかにし、事件の背後にある競争当局の思惑を解説した。更に、事件となった、著作物、自動車及び高級酒などの産業において、独禁法の適用除外の適否をめぐる問題、特に競争政策と産業政策との相克問題が行政当局にとって課題となり、協調性のある解決の方法を必要としたことを明らかにした。また、事件の処理に際して行政による法執行のスタンスと司法による法執行のスタンスが異なることを示した。そして行政と司法の「二元的法執行」の体制のもとで、バランスの取れた競争政策をとることが課題であることを示した。

第四章では、茅台・五糧液再販事件をとりあげ、奢侈品（茅台酒）再販における独禁法の適用除外の可能性について、マーケティング戦略の視点から詳細に考察した。具体的には2001年から2013年までの茅台（株）の主力商品である53度茅台酒における卸売価格と販売量のデータ及び再販前後の2010年から2013年までの四半期における販売量の推移のデータを用いて、茅台（株）のマーケティング戦略からみた、奢侈品再販の経済的合理性を分析した。そして、消費者と社会的全体の利益からみて、競争政策上の規制に反した望ましいと思われる再販行為をどのようにすればよいかについて検討を行った。

第五章では、中国の再販規制を米欧日と比較し、産業政策を中心に中国における再販売価格維持行為の課題と展望を論じた。まず、米欧日中における競争法の制定の背景、再販と産業政策との相克問題への対応の仕方、リージン事件後の「合理の原則」基準の不確実性、などについて米欧日中のこれまでの動向を比較し、特に中国における産業政策から競争政

吳波氏学位請求論文審査報告要旨

論文「中国における再販売価格維持行為の研究」

論文内容の要旨

中国においても、独禁法施行（2008年8月1日）後、再販売価格維持行為に関する事件が頻発するようになってきた。本論文は、第1に、再販規制に関する経済学研究の詳細なサーベイを行うとともに、米国・欧州・日本における再販に対する競争政策と判例について整理・検討し、主要国の現在の法執行の特徴を明らかにした。第2に、茅台等の再販事件を詳しく検討し、茅台酒（53度）の需給ギャップを試算し、マーケティングの視点からその経済的合理性を検討した上、茅台酒等の奢侈品の再販行為の独禁法適用除外について、政策的検討も行った。第3に、米国・欧州・日本においてこれまでどのように競争政策と産業政策との緊張関係を解決してきたのかをみताうえで、中国の再販事件の処理から、今後の中国における再販規制の課題を検討した。

論文の構成は以下の通りである。

第一章 再販売価格維持行為に関する経済学

第二章 競争政策及び判例から見た米・欧・日における再販売価格維持行為規制

第三章 中国における再販売価格維持行為事件の法的執行の経験

第四章 奢侈品市場における再販売価格維持行為の適用除外について

——茅台酒・五粮液再販事件の考察

第五章 中国における再販売価格維持行為規制の課題と展望

——産業政策を中心に米・欧・日との比較において

各章の要約は次の通りである。

第一章では、再販売価格維持行為における経済学的理論を、古典的理論と現代的理論に分けてサーベイをした。再販を禁止すべきとする理論として、ブランド内競争の制限、カルテル理論などがあり、再販を擁護する理論としては、二重マージン理論、スペシャルサービス理論（ただ乗り）、品質認証機能、需要の不確実性理論、新規参入促進理論等がある。

第二章では、主に米国・欧州・日本の再販売価格維持行為事件に対する競争政策及び判例をサーベイした。米国においては、1911年に最低価格再販を当然違法としたドクターマイルズ事件から、2007年に最低価格再販は合理の原則によるとしたリージョン事件までの判例の推移、EUにおけるEU機能条約101条による規制及び適用除外、並びに垂直的取引制限ガイドラインの改定の経緯、及び英国における書籍再販の廃止やアンプロ事件等について整理した。又、日本における再販規制の議論並びに判例も整理した。

策への移行プロセスにおいて、様々な誘導型産業政策が実施されたことを明らかにした。また、著作物に代表される出版業、自動車に代表される自動車産業、及び茅台に代表される高級酒産業といった個別業界における再販行為に対し、産業政策と競争政策との相克問題から、どのような対応が講じられたのかが、米欧日の対応の仕方と比較検討を行った。結果として、中国においては個別産業の再販事件に対する処理の「軽重」が見られたことから、目下の中国の行政機関による独禁法執行に際して、(1)どのように産業政策と独禁法政策との協調を図るか、(2)行政と司法による二元的法執行体制における「原則違法」と「合理の原則」との法執行のスタンスの調整をどのように図るか、という二点について、米欧日の経験からも学びつつ、今後十分に検討を要することを論じた。

指導教員：柳川 隆

第三章では、中国における再販事件を整理し、再販のタイプや行政（國務院發展改革委員会）と司法（上海市第一中級人民法院及び上海市高級人民法院）による二元的法の執行を明らかにした。又、著作物、自動車及び高級酒といった市場における独禁法上の適用除外の是非を巡る問題、特に産業政策と競争政策とのバランスのとれた競争政策がどのように実施可能であるかについて論じた。

第四章では、最低価格再販を実施した茅台（株）の年次及び四半期のデータを利用し、茅台酒（53 度）の生産から出荷までの特性から講じられるマーケティング戦略から、茅台の需給ギャップを試算し、茅台の卸売価格と最低再販価格の引き上げと増産計画の経済的合理性を述べた。また、茅台（53 度）が代表する奢侈品市場における独禁法の適用除外の是非について議論し、茅台を例に業界別の再販基準作りを行い、独禁法の適用除外を積極的に利用するよう提案した。

第五章では、著作物、自動車、高級酒における再販事件を取り上げ、米国・欧州・日本それぞれの対応を考慮したうえで、中国で行われた再販の事件処理から、産業政策と競争政策との整合性と、適用除外を中心に再販規制の課題について検討した。

論文審査の結果の要旨

本論文の貢献は主として次の諸点に認められる。

（1）本論文は、再販に関する経済学研究と、米国・欧州・日本における再販規制の実際の経験を詳細に検討し、これらの結果と比較しながら、中国における再販事件を整理し、その現状と問題点について包括的に研究したものである。2008年の中国における独占禁止法の施行後に再販事件が頻発しており、競争当局と司法が二元的対応をとったり、競争政策と産業政策の緊張関係も見られたりするなかで、そうした原因を探り、評価し、今後への提言まで行う形での、中国の再販規制に関する包括的な研究がなされたことの意義は大きい。

（2）中国の高級白酒である茅台・五糧液の再販事件を契機とし、再販規制において、奢侈品を適用除外の扱いにすることの妥当性について検討し、提案している。ブランド力維持のための、再販規制における奢侈品の適用除外の可能性について、これまで議論されてきたことはほとんどなく、斬新な発想に基づく研究である。

（3）中国の再販事件では、著作物、自動車、高級酒など、従来の産業政策との緊張関係がみられる分野が多く、行政当局の対応もそれを反映していることを示しつつ、米国・欧州・日本の事例を参考にして、今後の中国における再販規制について考察したことは大きな貢献である。

本論文になお望まれる点として、以下を挙げる事が出来る

（1）中国をはじめとして産業の高度化で先進国に追い付こうとしている国々にとって産

業政策は重要な政策手段であり、市場における競争を重視する競争政策とはしばしば緊張関係が生じる。こうした中で、いかにして産業政策と競争政策を整合的に実施するかについて、中国の経験をもとに、さらに詳細かつ体系的に研究することが望まれる。

（2）再販規制における奢侈品の扱いについて、再販が奢侈品の市場にどのような影響を与えたかについて、データをより豊富に収集し、適用除外と合理の原則のいずれがより適しているかについても検討されることが望ましい。

しかしながら、これらは今後の研究に待つべきものであり、本論文の意義を損なうものではない。

以上を総合して、下記審査委員は一致して本論文の提出者が博士（経済学）の学位を授与されるのに十分な資格を有するものと判定する。

平成 26 年 3 月 6 日

審査委員

主査 教授 柳川 隆

副査 教授 久保広正

副査 准教授 梶谷 懐