

2012 年度名古屋大学学生論文コンテスト
優秀賞（名古屋大学生協理事長賞）受賞

書籍再販制の展望

法学部 1 年 土屋 遼准

1. はじめに

昨年の秋、私の町から書店が消えた。本屋というのは所謂「お店屋さん」の一つであり、潰れることがあるというのは、誰でも知っている。しかし、本屋がなくなった影響は思いのほか大きいようだ。なじみの床屋の店主に言わせれば「みんな、ぶらぶらするところがなくなった」といった状況である。そして、そういった状況に私自身責任の一端がないわけではない。小学生のころは頻繁に漫画を買いに行ったが、ここ数年はネット通販やBOOKOFFなどで済ませていたからだ。やがて、このような現象は私の町に限った話ではないのではないかと、そう考えていくうちに本とほかの商品を分かち独特の仕組みを知ったのである。

1.1. 研究の内容・方法

書籍販売における再販売価格維持制度について検討する。歴史的経緯と現状の両方を分析し、自分なりの改善策を提示する。参考文献は主に書籍・論文及び公正取引委員会・経済産業省の報告書を用いて行う。テーマの関係上、再販制に基づいて出版されている書籍・論文に関しては、中立・公平だとは言いがたい部分があり、出版されてから現在までの時間経過によりデータの正確性が減じる部分もあるから、一部データについては信憑性の高いと思われる団体が運営するホームページから引用する。

1.2. 研究の背景・意義

日本の書籍小売店は減少を続けており、2001年から2010年の10年間に20939店あった書店が15061店にまで減っている¹。そういった不味い現状を改善する上で、書籍販売制度の根幹にある再販売価格維持制度(以下、再販制)を再検討することは避けられない。しかし、再販制は身近な制度ではあるが、その認知度は大変低く、再販制に関する論文の難解さがそれに拍車をかけている。そこで、なるべく多くの人に再販制に関する問題を知ってもらうことを本研究の意義としたい。

1.3. 検討課題

現状のままでは再販制度は近い将来崩壊し、大規模な混乱が起きられる。そうならないための解決策は、やはり現状の改革しかない。具体策として、まず業者間協定に基づく現行制度をきちんと法制度化し、その後適用範囲を減らしていくという案をあげた。この案では、適用範囲を決めるにあたり「文化とは何か？」という普遍

的な問いを避けられない。しかし、何もかもが再販制によって守られている現状は導入時の趣旨に反しているのではないか。次項からは現在の再販状況を見ていき、その上で、結論として解決策とそのメリット・デメリットを示すこととする。

2. 再販制とは

再販制に関する議論の前提となる、その定義や目的、成立の過程についてなるべく簡潔に紹介すると同時に、次項への問題提起も行う。

2.1. 再販制と委託販売制

メーカー、卸売業者があらかじめ商品の価格を定め、小売店に同一の価格で商品を消費者に提供させる行為を再販売価格拘束という。厳密に言うならば、行為者が売った商品を他者が転売する場合、その価格を行為者が拘束する行為²である。再販制とは、この再販売価格維持行為に基づいて行われる販売形態のことを指す。この際定められる価格を定価と言うため、定価販売制とも呼ばれる。また、再販制はその根拠に応じて、法定再販と業者間協定に分けられる。法定再販は、その名の通り法律を根拠とし、対象となった商品は凡そ例外なく再販制の枠組みの中に位置づけられる。一方、業者間協定は出版社－取次間、取次－書店間の二重の契約に基づくもので、新規出版物を再販化するかどうかは三者それぞれの意思に委ねられている³。

委託販売制度とは、出版社（メーカー）から一定期間預かった商品を書店（小売店）で販売し、期間内であれば返品が可能な制度⁴である。返品期間は商品によって異なるが約半年であり、返品後に先払いしておいた商品の代金が返還される仕組みである。返品によって小売店は売れ残りのリスクを避け、安心して定価販売を実施できる。

日本では、業者間協定再販を委託販売制度が支える仕組みをとっている。では再販制がどのように成立したのか。

2.2. 成立の過程⁵

本の定価販売は1919年に開始された。定価販売を目指す取り組みはその10年以上前から始まっていたが、いずれも成功しなかった。それが結実するに至ったのは、5年の準備期間を置いたからである。その後1930年代には、発行後一カ年を超える図書について特価販売を認めるいわゆる時限再販制を取り入れた。これはその4年前、『現代日本文学全集』の出版を機に起こった円本ブームによるところが大きい。円本ブームでは、現代の価値に換算して一冊4000円程度の「全集」が飛ぶように売れ、マス出

版⁶の時代が到来した⁷といわれる一方で、出版社が書店側の大量注文・大量返品という再販制の制度的欠陥に苦しめられた事件でもあった。そのため、何とかして返品を減らし書店側に処分させようという思惑があったと考えられる。ただ、理由は何にせよ、当時すでに再販制を時代に合わせて変えていこうという試みがあったことは確かである。

では、なぜ現在は時限再販制が行われていないのか。はっきりとした理由はわからない。このあと、日本は第二次世界大戦に突入し、終戦そして進駐軍の占領を受けた。再販制度が大きく変わったのは日本がサンフランシスコ平和条約によって独立した翌年、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下、独占禁止法)が改正された際である。この時、出版業界が定価販売に法的な裏付けを付けようとした運動があったという記録はない。出版史研究をしておられる神田肇氏によれば、「再販制は、当時あまり強い力を持っていなかった公取委^(公正取引委員会)が化粧品・医薬品業界の強い要請に基づいてやむを得ず導入したもので、/(中略)/一般に認知・納得させるために、分かりやすく無難で具体定な商品として出版物などの著作物を持ち出したのだろう。」と推測され、再販制導入は出版業界の意思ではないと考えられる。当時再販制の対象とされた著作物(新聞・書籍・雑誌・音楽ソフト⁸)と指定再販商品(化粧品・医薬品等)のうち、指定商品は79年に廃止、音楽ソフトも91年より時限再販となり、発売から6ヶ月間を経過した商品は原則として非再販化された。今日、レコードメーカーの約80%がそれを守っている⁹。現行制度は新再販制と呼ばれ、80年に今まではほぼ自動で再販化されていた出版物に関し、一点ごとに出版社の意思で再販・非再販を決められることを目標に導入されたものである。

2.3. 法律上の位置づけ・目的¹⁰

再販売価格維持行為は、本来、独占禁止法19条の不公正な取引方法に当たるとして禁止されている行為である。しかしながら、I 戦前から定価販売の実態があること、II 国民全体の文化水準の維持の二つを主な理由として同法23条1項により適用除外されている。適用除外とは、本来違法である再販行為を書籍等に関しては当て嵌めないという意味である。独禁法の権威白石忠志氏によれば、『再販売価格拘束を「しなければならない」わけではない。再販売価格拘束を「してもよい」というだけ』である。ところが、出版社－取次間、取次－書店間それぞれにおいて、非再販の取引という選択肢があるにもかかわらず、一般に書店等は再販契約に基づいた定価販売を行っている¹¹という現状がある。そして除外理由として挙げられたもののうち、I に関してはそもそも再販制の議論の中で問題にされることが少ない。これは再販制の開始から90年以上、新再販制のスタートから数えても30年以上経っており、戦後すぐの混乱状況

への配慮の必要性はもはやないためである。また、Ⅱについても、再販制と文化水準維持の因果関係について論争がある。一方は、因果関係があるという説、もう一方は、因果関係はないもしくは薄いという説である。

再販制が文化水準の維持に何らかの役割を果たしてきたことは否定できないが、その役割の大きさは時代の移り変わりとともに他の商品・サービスにとって代われ、当初よりずいぶん小さくなっているのではないか。書籍は今や、価格維持がされていない他の商品と競合しているのではないか¹²。まして書店で本を買うということが当たり前でなくなりつつあるのではないか。それらの疑問を踏まえ、次項では書店業界の現状について分析する。

3. 書店の現状

書店業界が抱える構造的問題や今後直面するだろう新しい課題について分析する。

3.1. 書店の抱える問題⁷

現在、出版される新刊のタイトル数は年間約8万点であり、これは200坪の大型書店の売り場にある蔵書と同じくらいの量である¹³。一方で、全国の書店の一割にあたる1757店舗を対象にした調査¹⁴では、書店1店あたりの売場面積は「11～20坪」の店舗が29.7%で最も多く、次いで「21～40坪」が23.2%、「10坪以下」が17.3%の順となっており、40坪以下の店舗が全体の7割を占める。必然的に書店は店に置く本を選ばなければならないが、それができない現状がある。同調査において、新刊書籍全般の入荷状況は「ほとんど入らないことが多い」とする店舗が50.2%、ベストセラーに限れば全体の54.8%が「ほとんど入らないことが多い」としている。さらに、売り場面積別で比較すると規模が大きい店舗で「希望通り入荷することが多い」とする割合が多くなる傾向がある。つまり、出版業界の卸売にあたる取次が大型店に有利なように商品を供給しているのである。これにはパターン配本と言う、取次が、出版社による指定又は書店等の入金率（請求に対する支払割合）、売上実績等に基づいたランクに従い、書店等の希望とは必ずしも関係なく、取次が出版社から納入された書籍を書店等に配本する¹¹制度が関係している。そして、取次市場は大手二社（日販とトーハン）が70%～90%¹⁵のシェアを持つ超寡占市場であるため取次を変更することも難しい。取次市場は、戦時中出版物の一元的な流通統制機構として1941年に設立された「日本出版配給株式会社」（略称日配）が、その閉鎖後に東販（後のトーハン）と日販の二大取次を中心とした大手取次機構に引き継がれる形でその勢力が分散されて成立し発展してきた。このように歴史的背景に裏付けされてきた再販制だが、ここ14、5年ほどはうまく機能して

いるとは言い難い。書籍の返品率は1997年以降、40%前後で推移しており¹⁵、書店の大型化・チェーン化を実感する一方で、書店数そのものは1.2で見たように減少しているからである。

これに対しては自己改革の流れもある。近年は委託販売制に変わり、責任販売制という、出版三社(出版社、取次、書店)について仕入れや返品について一定の条件を守らなかった場合にはペナルティを課す代わりに、書店側の利益率を高めるといったインセンティブを与える取引手法を導入する出版社・取次が出現している¹。これは、出版社の利益を減らし、その分書店を儲けさせ、その代り、返品する場合は先払いの金額のうち一部しか返却せず、返品率を引き下げようという試みである。最低限の売れの残りリスクを担保しつつ、書店側に今までにない選択肢を提供することも可能にしている。責任再販制は良いことばかりのように思える。しかし、これは最終的に買い切り制を目指すことにもつながるのではないかという疑問¹⁶もあり、再販制度の前提となる委託販売制を崩すことにも繋がりがねない。次からは、時代の流れと共に新しく現れた書籍の販売形態について分析する。

3.2. ネット通販とポイントカード¹⁷

近年、ネット通販会社(ネット書店)の伸長が著しい。2011年、最大手アマゾンの売り上げは1920億円に上り、2004年の624億円から7年で売り上げが3倍になった。一方、2011年、書店最大手紀伊国屋書店の売り上げは1098億円である。アマゾンには新刊書籍だけを扱っているわけではなく、CDやゲームソフトの売上も含まれていることを差し引いても、店頭でなく倉庫で在庫管理を行い、コストを格段に低く抑えているネット販売の優位性がうかがえる。また、アマゾン・ジャパンは業界の約35%、1500社近い出版社と取次を経由しない直接取引を行っている。その大部分は小規模な出版社だが、これまで取次重視でやってきた書店に対して、独自の路線で成功を収めている点には大いに注目すべきである。さらに、ネット書店に限った話ではないが、再販制を大きく揺さぶるものとしてポイントカード制が挙げられる。アマゾンが2007年に始めた「Amazonポイント」あるいは三省堂が2005年に始めた「クラブ三省堂カード」、どちらも新刊書籍を含む購入商品に対しポイントが付き、事実上1ポイント=1円の割引に相当する。これは、定価に対して値引きを行う行為と変わりがない。しかしながら、特に規制が行われていないのが現状である。さらに、ポイントカード制は、小規模書店ではポイントの管理等様々な問題によって行うことが困難だと考えられるから、ネット書店や大規模書店が事実上の値引きを行う中で、小規模書店はますます肩身が狭くなることが予測される。

3.3. 電子書籍市場の発展と課題

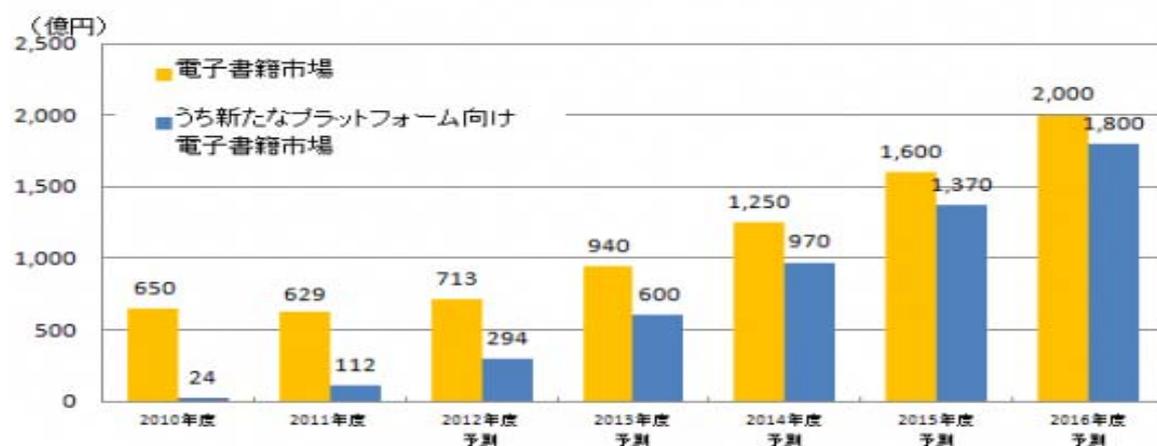


図1 出典:「インプレスR&D HP : <http://www.impressrd.jp/>」

図1は電子媒体で書籍コンテンツを提供する電子書籍の市場規模を金額ベースで表したものである。また、同出典元の、公正取引委員会の報告書¹¹に引用されたデータにおける2002年の市場規模は10億円であるため、10年足らずで70倍以上に急成長を遂げていることが分かる。電子書籍は、在庫や流通コストを気にしない点で実体のある出版物に対し価格面で圧倒的優位に立ち、今後世界でさらに市場規模を大きくするだろう。もちろん、電子書籍にはいくつか欠点がある。だが、その中で最大のもの、専用の読み取り機（電子書籍媒体）を購入する必要があるという問題は解決される見込みがある。2012年9月19日付のNewsweek日本版のコラム「キンドルはいつかタダになる」において、著者ファハド・マンジュー氏は、2年間会費を払うという条件を付けた上で、グーグルが提供する電子書籍媒体キンドルの本体価格が最終的にゼロになるという予想をした。これは一見突拍子もないようだが、日本の携帯電話メーカーが行っている「0円ケータイ」と仕組みは同じであり、十分に実現の可能性はある。キンドルに限らず、今後スマートフォンやタブレットPCなどで十分な市場が形成されれば、日本における電子書籍はさらなる普及が見込まれ、書店はネット書店だけでなく電子書籍とも戦わねばならなくなる。

4. 海外の再販状況

フランスとイギリスの出版販売制度について分析する。本項を作るにあっては、竹内和芳氏の『欧米のブックビジネス』及び、金子晃氏らの『英国書籍再販崩壊の記録：NBA違憲判決とヨーロッパの再販状況』を参考にさせていただいた。両国とも一度は再販制の崩壊を経験した国であるが、その後の経過はずいぶん異なる。両国の相違を分析することは、日本の再販制度改革の方向性を決めるうえで、必要不可欠である。

フランスは、1970年代まで書籍の推奨価格制度をとっていた。それは、出版社が書

店等に対して推奨価格を提示する制度であり、強制性はなかったが、当時ほぼすべての小売業者が推奨価格に従っていた。いわゆるメーカー希望小売価格に相当する状態である。しかし、1970年代半ば、大規模小売店が推奨価格から約20%引きで販売を開始したことで、79年推奨価格制度は崩壊し地域格差、店舗間格差などで「大混乱」が起きた。その後、当時の文化大臣の名を取りラング法と称される「書籍の価格に関する1981年8月10日の法律第81-766」が制定され、書籍の拘束小売価格を設定することを義務付けられた。これは法定再販であり、従来の推奨価格制度だけでなく、理論上は非再販商品の出版が可能な日本と比べても非常に厳格な仕組みである。

フランスは、経済取引上の契約に過ぎない業者間協定の脆さを実感し、法制化することで対応した。日本では出版三社の力関係で書店が最も弱いため、値引き販売を実施する可能性は低い。しかし、前項で紹介したネット書店や電子書籍と戦う中で、安売りの誘惑にどこまで対抗できるかは分からないというのが正直なところではないか。

イギリスでは、1899年イギリス出版協会が「定価本協定」通称NBAを採択、以後定価販売が行われた。条件付き時限再販や大量購入者の値引きを認め、当初から日本の現行制度より緩やかであった。56年には制限的取引慣行法、日本でいう独占禁止法にあたる法が定められたが、適用除外となったのは日本と同様である。その後80年代に小売店が書籍・雑誌の値引きをはじめた。その結果、90年代には制度が現状に則していないと考えた大手出版社4社がNBAを脱退し、事実上崩壊した。フランスとの違いはこの後、イギリスにおいて再販制廃止の悪影響が特に認められるデータはなく、数多く再販制復活の試みがありながらも、現在に至るまで実現していない点である。スウェーデンにおいても出版社数・書店数、書籍のタイトル数・価格等の面で特に有意な影響は認められないため、イギリスだけが特殊な例ではない。一方で、価格の縛りがなくなれば、日本の牛井チェーンのような泥沼の値下げ合戦や過疎地域で客の足元を見て価格を吊り上げるといったことが起こるのではないかという懸念も大変自然なものである。

では、日本で再販制が崩壊したらどちらになるのか。注目すべきはフランスとイギリス、それぞれが小売店の安売りから制度崩壊までの間に要した時間の差である。フランスはおよそ5年、イギリスは10年である。また、イギリスの方は62年に再販制廃止を訴える有名なNBA訴訟があって、そのころからすでに再販制に関する国民的意識が形成されていた可能性がある。そうなると、今日本で再販制が崩壊したら、フランスのようになると考えるべきであろう。

5. 書籍再販制の展望

現状のままでは、書店は本の安売りを始め、書籍再販制は崩壊する。私はそれを望ましくないと考え、本項ではその予想を根拠づけるとともに解決策を提示する。

5.1. 書籍再販制の崩壊¹⁸

1970年代から現在にかけて、イギリス、スウェーデン以外に、アイルランド、フィンランド、スイス、アメリカ、オーストラリアなどが再販制を取りやめている。これらの多くは、もともと業者間協定による再販制が行われていた国々である。一方で、フランスを筆頭にドイツ、オーストリア、オランダなど法律化で再販制を堅持する国々が存在する。日本はそのどちらでもない。最終的に再販制を守る方向に舵を切ったフランスでさえ時限再販制を導入しているにもかかわらず、業者間協定のまま再販制を維持し続けている。そうした中で、3.1で指摘した中小規模書店の厳しい現状や3.2のようなポイントカードによる抜け道が存在している。また、公正取引委員会は再販制に関して存置の態度をとり続けているが、ポイントカードを含む例外的状況に対しては何ら規制をかけていない。極めつけは電子書籍に関する適用除外を認めないという考え¹⁹である。電子書籍は最初から再販制の外に置かれているのだ。電子書籍に価格面で勝つことは元から無理であるが、何ら規制のない状況では電子書籍を提供する業者間での価格競争によって、大幅な値下がりが起き、その差がさらに広がることとなる。実際、フランスでは通称「電子書籍価格規制法」と呼ばれる法律により、すでに出版されているものを新たに電子化した場合等に安売りへの規制を行っている²⁰。そして、2.3の最後で触れたように、今では書籍はいくつかある選択肢のうちの一つでしかない。再販制の導入目的を考えれば、その前提として全国一律で書籍に関する需要があることが必要である。書籍の販売金額はここ20年ほどの間ほぼ横ばい¹¹であり、今でも十分な需要がある。しかし、今後は、出版三社が売り上げをあげようとするれば、その中で実体のある書籍を買うメリットを打ち出さなければならなくなる。その中で、「価格」は強力なメリットになるだろう。別に電子書籍に勝つ必要はない。ほかの店舗よりも安くすれば売り上げの回復は望める。日本の再販制は出版三社それぞれによって守られてきたが、売り上げが思うようにならなくなれば、実際に書籍を所有する出版社や現場で商品を守る書店が再販契約から脱するのは不思議ではない。取次なしで成功しているAmazonの例もある。そして、一店舗でもそれをやり始めれば再販制は崩壊する。

以上から、私は再販制が近い将来崩壊するのではないかと考える。同時に、それは望ましくないと感じる。間違いなく「大混乱」が起きる。

まず、流通コストから地域間格差が生じる。電子書籍はこれを無視できるが、しかし、図1にあるように2016年時点の市場規模は2000億円と見積もられている一方で、2007年書籍の販売金額は9026億円¹¹であり、崩壊後すぐにとって代わることは、タイトル数（ジャンルの多様性）の少なさや高年齢層に多い電子書籍独特のページのめくり方に対する忌避感の存在から考えると、不可能である。

次に安売り合戦が行われることも予測できるが、それが起こるのは同業他社が多い都市部に限った話であり、地方では一時的に少数の書店による独占状態が発生する。ある種の独占状態は価格の下方硬直を生み、「流通コスト」という言葉によって値上げが正当化される。消費者は、この混乱を一時的なものとしてみて買い控えや代替手段に頼ることもできるが、そうすると事態の収束後、地方に書店がなくなるという新たな問題が発生する。一部の消費者だけが高い商品を買わされたり、問題に直面したりしなくてはならない。

だから、再販制崩壊は望ましくない。何らかの解決策が必要である。

5.2. 解決策と問題点

再販制崩壊への対策としては、フランスのようにきちんと法制化することが挙げられる。消費者の立場に立てば、現在再販制はそれなりにうまく回っているように見え、だからこそTV・新聞で取り上げられるような大きな話題にはならない。ならば、制度改革への要望よりも、改革途中で再販制が崩壊することへのリスクの方が大きいと考えるべきである。再販制の部分的あるいは順次廃止を開始すれば、再販制導入時に岩波書店がその出版物全部の再販化を宣言⁵し、制度化を後押ししたのと逆の現象、つまり、改革途中で、出版三社の大規模な脱退が起きる可能性があり、いきなり制度が崩壊して、準備不足からフランスのような大混乱が起こる可能性が高いからである。

無論、私は再販制を闇雲に肯定するわけではない。それだけでは、再販制の抱える問題が何も解決されていない。そこで、法制化の後に再販化する出版物の範囲を制限する部分再販を導入することを提案する。再販・非再販の境界が問題になるが、これは現在委託販売制を採っている出版物かどうかを基準に定めるべきである。書店が自ら注文している出版物に関しては、書店側は採算が取れると思って注文しているのであり、そのような商品を再販制で保護する必要はないからである。この対策は、少なくとも法制化までは再販制維持派の支持を得られ、スムーズにいくだろうという点で非常に実現可能性が高い。一方、書店側に対しては再販制を一部外すことで、書店の自立や独自の経営観念を養うことは期待できるかもしれないが、家電量販店を例にとれば、それでネット書店や電子書籍の伸長や書店の大型化・チェーン化が鈍化することは期待できず、その問題は依然として残る。

6. おわりに

私の町には書店がない。今、書店がつぶれるという現状があり、私の町のように書店のない市町村が増えている。そこで生まれる子供たちは、お小遣いを抱えて発売日に漫画を買いに走る、そういった体験を奪われているのではないだろうか。

ここまで、再販制は「正しい」のかと疑問を投げかけてきた。しかし、文献を読み込めば読み込むほど、現行制度は非常に素晴らしいものに思えてくる。現に、解決策はそういった私の迷いが現れたものとなった。再販制に限らず、この世の中の仕組みは大抵、十分な議論を経て生まれてきたものだから、その時代その時代においてベストなものである。再販制についても、学問上の批判は古くからあるが、BOOKOFFなどの新型古書店やネット書店、電子書籍といった時代の寵児が登場する以前は、一般人から見ればどうでもよいものに過ぎなかった。今、大事なものは、再販制に関して現実の問題を抱える我々が議論することである。新たなる書籍販売制度の構築は一朝一夕にできるものではなく。国民的な意見が育まれる必要がある。そうして初めて「書籍の展望」が開けてくると思うのである。この文章がその養成の一欠けらにでもなれば幸いである。

注

¹⁾片山祥, 富澤治

「物理的書店の経営課題 - システムダイナミクスによる分析をもとに -」

²⁾白石忠志『独禁法講義』(有斐閣 2012) 182項

³⁾1980年以前はほぼ自動的に再販化されており、現在でも 橋口収, 元公正取引委員長の執筆した『美のフィールドワーク』(創世紀, 1980)のように著者の意向を反映するという形でもなければ非再販化されないのが実状である。

⁴⁾(株)オサダ文昭堂 HP <http://www.booksaz.co.jp/> 【書店用語基礎知識】参照

⁵⁾山田淳夫『消える本屋：出版流通に何が起きているか』(アルメディア1996) 137～148項

⁶⁾現在の大量生産・大量販売による販売形態のこと。これにより出版物が大衆化した。

⁷⁾蔡星慧「日本の出版取次構造の歴史的変遷と現状－取次機能の分化と専門化の観点から－」

⁸⁾レコード盤及び音楽用テープ(カセットテープ)、音楽用CDを指す。

⁹⁾一般社団法人 日本レコード協会HP

http://www.riaj.or.jp/all_info/saihan/saihan7.html

¹⁰⁾白石忠志『独禁法講義』(有斐閣 2012) 222～224項

- ¹¹⁾公正取引委員会「書籍・雑誌の流通・取引慣行の現状」2008/6/19
- ¹²⁾金子晃 他編『英国書籍再販崩壊の記録：NBA 違憲判決とヨーロッパの再販状況』（文化通信社 1998） 54 項
- ¹³⁾本の学校 編『出版デジタル化の本質を見極める』（出版メディアパル, 2011） 15項
- ¹⁴⁾日本書店商業組合連合会「全国小売書店経営実態調査報告書(2006年)」
- ¹⁵⁾経済産業省, 商務情報政策局, 文化情報関連産業課「出版産業の現状と課題」2003
- ¹⁶⁾本の学校 編『出版デジタル化の本質を見極める』（出版メディアパル, 2011） 101項
- ¹⁷⁾有限会社 e パートナーが運営するホームページ, 日本著者販促センター
<http://www.1book.co.jp/> を参照した
- ¹⁸⁾梶 善登 「諸外国の書籍再販制度 —理論と実際—」 『レファレンス』 2009/4掲載
- ¹⁹⁾公正取引委員会HP よくある質問コーナー（独禁法関係） Q14
<http://www.jftc.go.jp/dk/qa/index.html#Q14>
- ²⁰⁾服部有希「フランスにおける電子書籍の価格規制—電子書籍と再販制度について—」
『外国の立法』 2012/1掲載

参考文献

- 山田淳夫『消える本屋：出版流通に何が起きているか』（アルメディア, 1996）
- 公正取引委員会「書籍・雑誌の流通・取引慣行の現状」2008/6/19
- 白石忠志『独禁法講義』（有斐閣, 2012）