

# 責任販売制修正案

## ◆責任販売制修正案◆

一九七四(昭和)年五月十四日

### I 責任販売制の考え方

いわゆる「責任販売制」が、業界の問題にされるようになったのはなぜか?その主たる原因をつきつめると、流通機構における過大な返品が、出版社・取次店・小売書店三者の収益を圧迫し、それが年々増大する労働力不足と人件費、資材費をはじめ諸経費の昂騰とともに矛盾を拡大して、出版流通そのものあり方を考え直さざるをえなくなり、出版社の計画生産⇨適正生産と、取次店の責任仕入・適正配本ならびに小売店の自主仕入・責任販売という面でそれぞれの責任を問われるようになってきたのではなからうか

われわれ委員会は、「責任販売制」に対する考え方を、正味問題妥結の時点から更に根元的に討議を深めるなかで、出版流通の合理化・近代化への一つのビジョンとして「委託販売制下における返品減少対策」という観点に重点をおいた。

その内容の骨子は、精神的あるいは抽象的では何ら意味がなく、経済法則にもとづく規制、ないしは制度化を、勇断をもって樹立しないかぎり実効はないという結論に達した。

その実行にあたって不可欠な条件として、次の諸点を確認した。第一に、版元と取次、取次と小売店における取引契約を確立し、その契約にもとづく一契約義務の完全履行」が前提とならなければ、

いかなる「責任ある取引制度」も有名無実になるであろうということ。第二に、実行にともなう業界三者の認識の統一、とくに流通の要である取次店の全般的見地からの公正かつ積極的協力が欠かせぬこと。第三に、以上の前提に立って基本的態度としての責任販売制の個々の実施方法について、版元・取次店と取次・小売店のそれぞれの適用の検討がおこなわれるべきである。

### II 責任販売制の要点

現行の取引制度(完全買切制・条件付買切制・条件付委託制・無条件委託制)を、次の三つの販売制度に集約したい。

#### (1) 買切販売制

完全買切⇨返品不能を徹底する場合、現行の再販売価格維持契約下においては、小売店の危険負担をある程度保障し、販売意欲を促進するうえからも、買切のケース(数量的または販売のしかた等)

によっては特殊正味の設定も考慮されるべきであろう。返品不能品の処分についても、再販制度下における可能な方法を全業界的に研究する必要がある。

#### (2) 申込販売制

委託制の返品に対して条件を設けるならば、小売店からの事前の「申込制」ともいべき受注配本、または小売店との契約配本による小売店側の責任仕入でなければならぬ。従って返品については小売店の責任分担として「歩安入帳制」をとるべきである。

業界三者の真にあるべき姿を追求すれば、技術的な困難を克服して、委託品をすべて申込制にし、返品は歩安入帳ということを制度化すれば理想的である。それによって三者それぞれの分野での責任販売制が確立されることになり、しかも出版販売業者のプロ化が促進されて小売店の安易な乱立を防止することもできる。

われわれは当面この申込販売制を導入することに、責任販売制の一つのポイントと考えたい。申込制の支払条件は、委託制支払サイドより短縮されるべきである。出版社は入銀正味を考慮し、

申込制を採用した小売店は入銀正味の利点と同時に、必要とする商品の仕入れが保証されることが、申込制のメリットになる。この実行にあたっては、その時期、方法等について三者の慎重な討議のうえ、長期的展望のもとに実績を積みあげてゆく努力が必要である。

#### (3) 委託販売制

現行委託制による過大な返品は、三者の収益を圧迫するばかりでなく、物的流通の閉塞を起しかねない流通のガンである。年々累加する返品量と返品経費が理由となつて、更に小売店、取次店のマージン引上げ要求を誘発しかねない。いわば結果的に無責任過剰生産となる出版社の責任を他の出版社が分担せざるを得ない結果となる。

返品無制限委託制を認めるならば、その弊害を除く方法として、出版社に対して何らかのペナルティを課す「返品歩高入帳」の条件を設けることが効果的であり、合理的である。生産者が自己製品の過大な返品流通経費を分担するのは、生産物に対する自己責任を果たす意味からも合理性があると考える。このような方

(7)

## BULLETIN OF THE JAPAN BOOK PUBLISHERS ASSOCIATION

策に対応して出版社が適正生産計画生産に取組むことにより、自己製品の販売に適した取次店・小売店の選択に努めてこそ、取次店の適正配本と、小売店の適正仕入が促進されるはずである。

なお、委託販売制の返品率の算定にあたっては、常備寄託、長期委託の戻り品または返品率と明確に分離されなければならぬのは当然である。

## III 実施の方法

先ず準備段階として、次のことを研究実施する。

(1) 新刊委託の配本パターンによる適正配本の実行

現在、取次店で採用しているパターン別配本基準表を、小売店、出版社も資料を提出して適正化をはかり、版元・部門別パターンを作成できるようにする。これは版元の需要予測、適正生産と、小売店の自主仕入を可能にする資料として、また複数取次店からの重複配本対策として、毎年定期修正を実施する。

(2) 出版社の新刊・重版案内の刊行

出版社側は早目に(二〜三カ月前くらい)、正確な新刊・重版の出版案内を取次店、小売店に配付する。この出版案内は書協が呼びかけて全業界的な刊行をはかりたい。この場合、現存の各取次店の新刊ニュース等は、右に統一し一本化も考えられる。

(3) 取次店の流通実績の資料提供

出版社の発行部数調整と在庫管理の適正化をはかるために、各取次店のコンピュータ利用による資料提供が必要である。この場合、新刊配本だけで

なく注文・返品も含めたデータが早期に出されることが望ましい。

(4) 注文品・買切品については、返品不能の徹底をはかる。

以上の準備段階を経て、次の三種類の配本方法を実施に移す。

(A) 委託販売制

版元・取次店が協議のうえ、前記(1)の修正した配本パターンを基準にして委託配本する。返品が一定の基準(注)を超えた場合は、小売・取次間は歩高入帖、取次・版元間はそれ以上の歩高入帖とし、過剰配本の責任を明らかにする。

(注) 暫定期間を設け、返品基準・歩高の率の移動を段階的に実施することも考えられる。返品基準は業界平均か出版社別のいずれに置くか、また基準の決め方は、一点ごとか、各取次店ごとに一定期間通算するか、またその冊数・金額のいずれを基準とするか等の研究を必要としよう。

(B) 申込販売制

出版社は、出版の二〜三カ月前に、出版案内(新刊・重版)を配布し、小売店は一カ月以上前に、申込部数を取次店へ版元に通知する。

この送品については期間内展示を義務とし、返品期間の完全実施が必要である。申込制の適用については、出版社別・商品別・小売店別の方法ならびに版元・取次間と取次・小売間別の可能性等について研究し、漸次的に実行に移すことを工夫したい。

(C) 買切販売制

返品不能の完全実施は当然であるが、正味について段階正味制の採用を検討すべきであろう。この場合、取次・小売間における現行の「統一正味」との関連について十分考慮されるべきである。