

「再販」という言葉を耳にしたことはありますか？

一般的には「仕入れた商品を再び売ること」で仕入価格・販売価格の差益で商売が成り立ちます。

この一般論の対局にある切り口では「再販売価格維持契約」があります。メーカーが卸売価格や小売価格を維持する目的で再販売価格維持行為ですが、一般的には独占禁止法に抵触します。

例外的に一部商品は一定要件でこの行為を容認しており「再販対象商品」と言われます。「著作物」と公正取引委員会の指定を受けた「指定再販商品」があります。

- ・ 著作物：6品目

- 書籍、雑誌、新聞、レコード盤（機能・効用が同一である音楽用テープ/音楽用CD）

- ・ 指定再販商品：1997年に化粧品・医薬品が指定廃止になり、2022年現在指定はありません。

「再販制度」適用対象の著作物は自由競争の原則に反しますが、デメリットだけでなくメリットもあります。全国どこで買っても同じ値段なのはこの制度のおかげだったりします。

一般的には発売以降商品の価格は下がりますが、価格が維持されているため店頭から引き上げる返品も販売時と同じ値段で引き上げる慣習が一部残存しています。

物流から再販商品を見てみます。細かくみれば多々ありますが大きく2つの観点があります。

1. 発売日

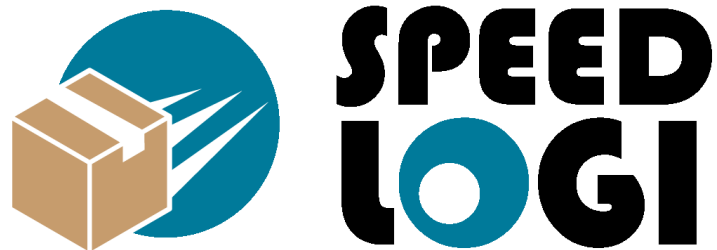
全国どこでも同じ値段ならば、買い手の我々はどこで買って同じ出費となります。ただ著作物は嗜好要素が多く「少しでも早く手に入りたい」力学が働きやすく、発売日の開店直後から販売するためには実店舗には発売日前日に商品が届いている必要があります。

通称「フラゲ日」はこの到着日に販売開始しているため誕生した表現です。

2. 返品時のダメージチェック

価格が維持されている＝売上時も返品時も。ただ一度店頭に並んだ商品は少なからずダメージを受けています。このダメージによっては返品時の価格が低減することもありえるためダメージチェックを行うケースが多くあります。

ただ著作物の多くは単価が然程大きくないことから、ダメージチェックにかかるコストの方が高くなり、ダメージチェックを行う場面が昨今では減るケースもあるようです。



Shopify向けフルフィルメント「スピードロジ」では
倉庫・物流以外にも多様な知見を基に
貴社事業の拡大・運用をご支援致します

◆ サービスサイト

<https://transcosmos-ecx.jp/service/speedlogi>

◆ お問い合わせ

<https://share.hsforms.com/1b3MbmVh4SCeVEAAhmqofUA4e8oc>

◆ 資料請求

<https://share.hsforms.com/10l-zwq-wQkua-BRecxbrCA4e8oc>

◆ よくあるご質問

<https://speedlogi.zendesk.com/hc/ja>



スマホでも