

アメリカにおける産地間競争論と市場構造研究

齊 藤 修

広島大学生物生産学部
1982年8月30日 受理

Interrigional Competition and Market Structure Research in U.S.A.

Osamu SAITO

Faculty of Applied Biological Science Hiroshima University, Fukuyama

目 次

はじめに	109
産地間競争論の展開	109
農産物市場構造研究の展開	112
(1) 市場構造研究の生成	112
(2) 市場構造研究の再構成	115
要 約	118
引用文献	118

はじめに

アメリカにおける産地間競争論の展開はアメリカ農業の地域分化を解明し、経営組織編成と産地間調整の問題として、J. D. Black や R. L. Mighell によって論理体系化がはかられた。しかし、供給反応をその主要な課題としたために、価格形成や競争構造との関連については論理化されておらず、せいぜい競争市場の共通性や関連性についてふれたにすぎず、¹⁾ 基本的には価格を所存としながら産地の資源の異質性や移動可能性と価格に対する供給反応を検証しようとしたといえよう。この小論はアメリカにおける産地間競争論にまずふれ、ついで、この問題を産業組織論的方法による論理体系化を意図して、産地間競争論が下火になる1950年代末より農産物流通論から抬頭してきた市場構造研究の展開とその過程でしばしば論争となった問題を整理することを課題とする。もともと、産地間競争に産業組織論的方法を適用している事例はフロリダ大学のD. L. Brookeがスイートコーンやセルリにおいて試みているけれども体系的ではなく、これまで農業生産地域よりも需要側の農業関連産業や流通資本の市場構造分析が中心となってきたといってよい。それは産地が1つの単位とした行動様式をとりにくいと同時に、価格設定行動は直接的にはとらないために、研究対象とはなりにくかったと思われ、わずかに農協共販論にふれられているにすぎない。²⁾ ここでとりあげる市場構造研究に関する文献はJournal of Farm Economics誌上の論文を中心としたものだが、おおむね主要な論点にかかわる論文がとりあげられているといってよく、論文に対するコメントも含めてトレースが可能であり、またそれがしにくいところはその他の文献で補うにとどめた。

1. 産地間競争論の展開

アメリカにおける産地間競争は過剰生産への移行を契機として発生し、T.W. Tappの指摘によれば、³⁾

19世紀に生産力が高い中西部の穀物や畜産物が東部に出荷され、土地条件の悪い東部の農民は産地間競争の深化とともに、離農して工場労働者になるか、西部に移動するか、それとも大消費地に近いことから立地に適した経営組織の編成をはかるかが問題とされ、産地間競争は地域農業に大きなインパクトをあたえた。やがて東部は中西部との競争を回避できて、しかもより収益的な酪農や野菜作りに転換するというように地帯の形成と同時に、個別経営の視点からは比較有利性にもとづく経営組織の編成が経営の調整問題として重要視され、この時代は Type-of-Farming の時代でもあった。⁴⁾そしてこの経営組織の編成は、競争産地の動向をふまえた価格変化を予想したものであり、それによって安定的な収益性追及をはかろうとした。こうして、作目選択および経営組織編成が比較有利性の原理と産地間競争にかかわらせて論ぜられたが、個別経営の視点のみではなく、農業調整法の実施にもなって産地間の過度の競争を回避するために産地間の調整が必要になり、地域の市場条件・生産条件に適合した経営組織の類型が地域視点からも要求されたのである。すでに統計的な価格分析や出荷圏域についての研究⁵⁾につづいて、供給反応のミルクを事例とした計測が R. H. Aleen, R. P. Chistensen, R. L. Mighell によって展開され、⁶⁾これが産地間競争の研究領域になった。また個別経営の経営組織編成はバジェットング・メソッドが開発され、これはやがて操作性の高い L・P に代替されていく。⁷⁾このような分析手法の発展と同時に産地間競争を立地論とのかかわりで長期的な問題として位置づけたり、また地域としての生産の有利性を規定する要因の分析もおこなわれ、後者は S. E. Jahnson のように要因を列挙するにすぎなかった⁸⁾けれども、前者は生産要素の移動可能性を学説的な検討をふまえて、J. D. Black や R. L. Mighell によって展開された。⁹⁾J. D. Black や R. L. Mighell は生産要素の移動可能性だけでなく、機会費用の概念にもとづく比較有利性を制約するものとして自然条件はもちろん、輸送機関・市場の形態・関税などの制度的要因も提示している。

とりわけ輸送機関の発達が発達した遠隔産地の参入やそれに対応した個別経営の経営組織編成にあたる影響が強い¹⁰⁾のは広大な国土をもつアメリカ合衆国では、産地間競争において市場価格が低下するにつれて輸送費によって出荷圏が大きく制約されると同時に、この輸送費が産地にとっての競争力要因にもなりえたのである。したがって、たとえば道路の整備によってトラック輸送が青果物市場にあたる影響¹¹⁾などは1930年初めに議論の対象となり、やがて長距離マーケティングとしてコールドチェーンが問題となってくるように、輸送圏の拡大がより遠隔産地を参入させることになり、より鮮度を重要視する青果物ほど大消費地を中心に輸送機関の発達によって出荷圏域が規定されやすくなる。リンゴにおけるワシントン州の参入と東北部との競争、促成野菜におけるフロリダ州の参入と近郊産地との競争などはその典型であろう。また、このような輸送費による出荷圏の制約とならんでアメリカ合衆国の産地間競争を条件づけるものは1890年 McKinley Tariff で準備された関税保護を各州がひき、産地間競争の激化を抑止していることである。このような制度的要因よりも生産要素の移動可能性がとりあげられるのは、短期的な供給反応に長期の問題として時間の視角をいれ、産地の供給構造を規定する要因として資本と労働力の移動が大きく、産地間競争の長期化や深化によっては、とりわけ労働の移動が大きな競争力要因に転化することにもなるからである。たとえば、J. D. Black は労働力の移動は1925～1929年での労賃がニューイングランドで月49ドル・サウスセントラルで約半分の月25ドルであるが州間ではあまりみられないために、地域的な生産費の差は、経営組織を構成する部門の規模や比率、それに価格変化に対応しておくる経営組織編成の不調整と同時に、この労賃差によって規定された。¹²⁾また、経営組織の調整の幅は、いまだ特定作目の規模拡大がそれほど進展していなかったために、経営内で組み合わせる作目数が多いことであり、このことが価格変化に対応して経営組織の編成を容易にしたのである。それと同時に、固定資本額が多く、汎用性のない施設、たとえばグレン・エレベーターの遊休化など、個別経営においても規模拡大が進展し、その操業度がコストに大きな影響を及ぼすので、経営組織の編成は長期的な経営計画としても必要になった。¹³⁾このように、産地間競争は産地レベルでは短期・長期の供給反応を、また個別経営のレベルでは経営組織編成をその主要な課題としてきたといえよう。¹⁴⁾

アメリカにおける産地間競争の分析の対象は畜産であったけれども、やがて青果物にも拡大され、その分析方法も過剰地域と不足地域への各産地の出荷量の配分調整と輸送費極小を追及する空間均衡モデルが

1950年の後半からH.O. Headyによって発展され、しだいに一般的となった。¹⁵⁾しかし、このような分析手法では産地間の利害問題や近年における生産立地や資源利用の構造的変化を説明しえないことがR. P. Christensenによって指摘され、¹⁶⁾またL. G. Cunninghamは産地内での個別経営の規模格差による構成農家の異質化など産地内競争を外部条件との関係の把握がこれまでの研究では手薄であったことを批判している。¹⁷⁾そして産地間競争はむしろ、単に地域間調整の問題としてのみではなく、I. DubovやM. L. Dounenは制度的な利害問題として、市場構造やそこでの競争力を解明しようとしている。¹⁸⁾しかし、R. D. ClodiusやW. F. Mellerの共同論文がそうであるように、¹⁹⁾市場構造研究のなかにも産地間競争は大きな課題とならずに、D. L. Brookeが若干の事例でふれるにとどまっている。²⁰⁾また、供給反応を長期的に規定する地域構造の問題は立地論の領域であるが、T. E. Nicholsによって産地の成長と発展を制約するものとして地域資源の保有や輸送形態があげられている。²¹⁾このようにJ. D. BlackやR. L. Mighellによって実際的な要請から出発した産地間競争論は体系的な独自の分析方法を樹立しえないままに、空間均衡モデルに代表される地域計画論、さらに産地間の競争構造をあつかう市場構造論、また立地構造変化を課題とする地域構造論のなかにも部分的にあつかわれるにいたったといえよう。

2. 農産物市場構造研究の展開

アメリカ農産物市場構造研究にふれたものとしては高橋伊一郎「アメリカ合衆国における農産物マーケティング研究の歩み」(「農業総合研究」第19巻1号1964年)が早期のすぐれた業績があり、その後、吉田十一「アメリカにおける農産物流通方法論の展開」(桑原正信監修「農産物流通の基本問題」所収1969年)で、市場構造研究を産業組織論のJ. S. Bainの体系との関連で把握されようとした。ここで吉田氏は、市場構造研究者が多く分析のよりどころとした「J. S. Bainの市場構造体系が行為を含む発展的体系」であるとして、「第1にかれの体系は内面的に発展的であり、第2にかれの体系はより大きな発展的体系のなかにおいて発展的なのである。」と結論するけれども、市場構造の動態化をJ. S. Bainの産業組織論²²⁾の有効性として説明するあまり、過大評価しすぎているといつてよい。市場構造研究にJ. S. Bainの体系を適用したR. D. ClodiusとW. F. Muellerの共同論文に対するW. F. Williams, J. R. Moore, E. T. Smithの批判はJ. S. Bainの体系性にかかわる問題であり、市場構造論の動態化のための論理体系化をめぐる論議がむしろ支配的であったし、市場構造視点から市場行動との関係を問題とするために市場成果視点にうってくるのもそのためである。こうしたことから、アメリカの市場構造論の論点を整理することは産業組織論的方法の有効性や限界を明らかにするのに有益であり、また産地間競争論を展開するにあたっての必要な基礎作業でもある。

(1) 市場構造論研究の生成

アメリカの市場構造研究の担い手の一人であったW. F. Williamsによれば、1950年代の後半までに、これまでのマーケティング研究への幻滅と不満足は研究者の間で決定的になり、また行政担当者にとってもマーケティング研究の成果をめぐる実践性が疑問視され、とりわけ価格分析や産地間競争という本来マーケティング研究が担当すべき領域の問題は解きたいとされた。²³⁾そして、産業組織論的方法にもとづく市場構造研究が新たなマーケティング論の研究対象となってくる。

1920年代に発展をとげたマーケティング研究は1930年代にあっても物的流通機能(加工・輸送・貯蔵、これと関係した管理)が中心にあつかわれたが、第二次世界大戦の終り頃には、全体として流通構造の認識がもたれ、これまでの研究対象は拡大され、流通段階をふまえた流通の物的効率が問題とされた。しかし、この研究では所有権の移転が捨象されているので、①価格形成や金融・リスク、②生産物の場所・形態・時間に応じた消費者の誘導を基本問題として、これまでの輸送・加工・品揃え・格付けの物的流通機能は②に含めて理論化がはかられた。²⁴⁾G. Shepherdによればマーケティング研究の対象を、①農産物に対する消費者の需要、②生産者の需要に反映する価格分析、③生産者から消費者にいたる全体的な流通費用の分析をあげ、最終的な課題として③が重要視され、²⁵⁾またR. G. Bresslerも、①効率的なサービスや所有権の生産者から消費者までの移転、②効果的な価格形成のメカニズムを研究対象とし、マーケテ

リングシステムの目的を①の流通効率においている。²⁶⁾ この流通効率をマーケティング論の基本課題とする視角はF. L. Thomsen²⁷⁾や R. L. Kohls²⁸⁾においても共通にみられ、マーケティング論の主流となっていたといつてよく、とりわけ G. Shepherd や R. G. Bressler は完全競争を前提として消費者の満足を最大化するには流通効率を高めて流通費用を低下せしめることが国民経済的課題であるとした。この完全市場は、同時に「理想」市場であり、これまで実存する市場の記述的分析にとらわれて実践的問題をひきだしにくかったけれども、この枠組みの設定があつてはじめて、「理想」市場と実存する市場との距離が明確になることによって、マーケティング問題の実践的解決にあつての基準が提示しやすくなった。このような完全競争を前提としたマーケティング論に対して E. H. Chamberlin の影響下に産業組織論的な方法を農産物流通論に適用しようとして、A. C. Hoffman や W. H. Nicholls が 1940 年代初めには独占的競争論を展開していた。²⁹⁾ A. C. Hoffman は技術革新によって規模を拡大した食肉・穀物加工産業の成長に着目していたし、また W. H. Nicholls も農産物の生産者よりも売り手側の不完全競争に価格形成の理論を適用することが、実際的に豊富な内容を提示するとした。その研究対象は加工産業や流通産業であつたが、「(彼らは)短期的には農産物の供給を統御できないという事実は、彼らの間に不完全競争は存在しないと考えられてきた」けれども、農産物の流通段階によっては不完全競争論の適用が可能になったのである。にもかかわらず、この不完全競争論は、①短期の動態と長期における静態を結びつける論理の欠如、②買い手の不完全競争の要素の把握がしにくかつたことが、これまで農業において完全競争論が支配的な理由であつた。³⁰⁾ これまでのマーケティング論は価格形成論と密接に関係して展開されることなく、価格分析は統計的な平均価格にもとづいており、マージンもそれとの関連で説明されていた。³¹⁾ しかし、価格形成は買い手と売り手、買い手間、売手間における企業間の競争関係や価格設定をする企業の内部組織にかかわり、またマーケティングシステムの効率性も各流通段階における競争の性格によって規定されるし、さらに W. H. Nicholls は規模の経済の追及も加工産業や流通産業では不完全競争の大きな要因となることを指摘している。³²⁾ A. C. Hoffman や W. H. Nicholls の産業組織論的方法是マーケティング論では当初、大きな問題とならずに、戦後市場構造の大きな変化が農産物にあらわれて 1950 年代になって着目され、市場構造研究の 1 つの理論的支柱となってくるのである。

伝統的マーケティング論への批判はオレンジのマージン研究をふまえた S. Hoos が、マージン研究は現代経済学の流れの外にあるとして、価格形成を基礎として展開されねばならないとして開始され、それには加工産業との関係(インテグレーション)や産地間競争を問題とせねばならないとした。³³⁾ しかし、より激しい伝統的マーケティング研究への批判はマーケティング研究者ではない O. V. Wells の「A Survey of Contemporary Agriculture and Economics」(Journal of Farm Economics, December 1953 年)において、「この分野では農業経済学者にとって最も確信がない領域であり、事実の集積の中にうずもれている。」と総括し、これをうけた R. L. Clodius のコメントに始まるといふよう。すなわち、R. L. Clodius は R. G. Bressler の規模の経済に関する研究などは評価しながらも、経済学を基礎とした³⁴⁾ マーケティング研究を位置づけるために、伝統的な機能的接近にかかわつて企業行動論とそのグループレベルまで拡大した市場構造論の必要性を主張した。すなわち、商品的接近や機能的接近、さらに完全市場を前提とした流通効率研究よりも市場構造研究は経済学の諸概念によりつつ、価格形成のメカニズムを解明するのみならず、長期的な構造変化を問題にしうることに産業組織論的接近の可能性をみいだしたのである。これ以降、J. S. Bain. E. S. Mason. E. H. Chamberlin さらに W. J. Fellner. J. M. Clark などに依拠しつつ、ウィスコンシン大学では R. D. Clodius が乳業企業の市場構造、ウェストバージニア大学の H. C. Evans によるリンゴ加工業の競争の性格の分析³⁵⁾につづいて、W. F. Williams の食肉卸売産業の構造変化³⁶⁾や C. L. Mehren の農産物市場の構造変化³⁷⁾についての諸論文は市場構造や流通構造の全体的変化を産業組織論的方法によって記述的に解明しようとしたものであつた。このような方法は戦後における農産物市場の構造変化、たとえば小売市場、卸売市場、食肉加工産業の競争などの全体的変化を見定めるのに有効であり、1956 年のマーケティング・ワークショップでの J. D. Black によって提示された³⁸⁾ マーケティングシステム全体としての把握の必要にも答えるものであつた。それに対して、伝統的なマーケティング研究は 1930

年代 1940年代において「制度学派の影響下において、マーケティングシステムにみいだされた複雑性と無数の変数によって、すさまじく入りこんでいた」³⁹⁾ ために、市場構造や流通構造の全体的変化を理論的に整理しがたくなっていたし、また完全競争を「理想」市場としてきた完全競争論者にとっても市場構造変化は不完全競争の程度をむしろ高めるものであったので、完全競争を前提とした流通効率論では市場構造や流通構造は把握しがたくなっていたのである。その点、J. S. Bain に依拠した産業組織論的方法では市場構造の変数として集中度・製品差別化の程度・参入の条件が確定しやすく、これらの変数によって市場構造変化の要因を析出しやすかったのである。

ついで、R. D. Clodius は「Developing Buying Policies in Decentralized Assembly Markets」(Journal of Farm Economics, December 1958年)において、高度に集計されたデータにもとづく価格分析を批判して、個別経営の関係する競争の水準での価格形成を中心として、①競争の性格に作用する企業の行動様式や意志決定、②企業が行動するのに配慮せねばならない市場構造の変数として企業の数や生産物のタイプ、③重直的統合をあげており、ここでは参入の条件は「企業数は参入の結果である」として排外されている。やがて、R. D. Clodius と W. F. Mueller は1959年の A North Central Regional Committee, NCR-20での分科会での報告を整理して、共同論文「Market Structure Analysis as An Orientation for Research in Agricultural Economics」(Journal of Farm Economics, August 1961年)において全面的に J. S. Bain の産業組織論(1959年)に依拠して、分析枠組が設定される。すでに W. W. Cochrane が市場の境界を論じ、ついで市場構造を企業の数や生産物の同質性にもとづき類型化をこころみだが、市場構造の変数として、さらに生産物の耐久力、生産物の容量、変動費に対する固定費の割合、生産工程の長さや継続性の5要因をさらに付加したためにかえって複雑化してしまった。⁴⁰⁾ その点、R. L. Clodius と W. F. Mueller は、①たとえば加工産業における規模の経済の追及による集中度の変化や小売業における製品差別化、さらにローカル市場における集中度の変化など企業行動のかかわりから、いわば戦略的に構造変数が設定され、この構造変数の変化から市場構造の変化という長期的な産業均衡の問題を質源の移動可能性とも関連して把握し、②個別企業の行動様式を市場行動の問題として、市場構造と市場行動の相互作用をも明らかにしようとして、産業組織論的方法は市場構造の概念が設定されているとあってよい。この市場構造の概念は国家政策や国民所得のような市場にとって外的条件となるものはもちろん、また市場における個別企業との関係から生じる個別的要因も含まれず、すべての市場に共通してみられる市場の条件の内的特性のなかで、企業行動に大きく影響する要因として定義される。また、市場行動の概念は個別企業が販売活動を通して市場に対して適応する行動様式であり、この行動様式は個別経営の内部組織の意志決定の結果であるけれども、市場構造のかかわりから類型化されたものである。そして、市場構造と市場行動の相互作用の結果としての市場成果が生産性や分配の効率(収益性)を指標として公共政策の課題にもなりえたのである。しかし、①市場構造と市場成果の関係はいまだに検証されておらず、また、② W. F. Mueller や R. F. Lanzilotti⁴¹⁾ など多くの論文は市場構造変数のなかでも集中度を中心としていて、製品差別化や参入の条件が十分に論議されていないこと、さらに、③重直的統合については、従来その技術的経済性に力点がおかれていたけれども、市場構造から結果的にもたらされる市場行動の一形態として把握されねばならないこと、の諸点であった。つづいて、W. F. Mueller は「Empirical Measurement in Market Structure Research」(Journal of Farm Economics, December 1961年)において R. D. Clodius との共同論文を方法論的なレベルで補完している。すなわち、小売市場での市場構造を事例として、集中度は製品差別化と結びついて参入障壁を形成しやすく、したがって利潤が高いという事実から、参入障壁の直接的な尺度はないにせよ、①特定産業に参入する最小の規模や規模の経済の程度、②製品差別化の程度がその尺度になり、また③集中度も市場構造の指標として役立つが、これは同時に重直的統合の契機となるとし、全体的には①～③の変数の総合的な結合的効果が参入障壁を形成するとした。これまで集中度のなかに解消されやすかった参入の条件や製品差別化を市場構造変数の相互作用にもふれ、また重直的統合の市場構造的な性格の整理にむけられた。このような産業組織論的方法に対して、主体論的なバーゲニングパワーを重視する R. W. Radd は市場成果を産業組織

論の課題とする S. H. Sosnick の論文について、産業組織論では参加者の主体的な市場行動にふれずに、市場構造→市場成果をみちびきだす論理構造に批判を加えている。⁴²⁾にもかかわらず、R. G. Bresslerによれば、1961年の段階でマーケティング研究の1/3は市場構造研究に集中し、この市場構造研究は広汎にマーケティング研究者に受容されたのである。⁴³⁾このことは、W. F. Williamsによれば、制度学派的経済学と新古典派経済学との、極端にことなつた哲学的立場との妥協として産業組織論的方法が受容されやすかつたためであり、⁴⁴⁾非現実的になりつつあつた完全競争にかかわって、市場構造→市場行動→市場成果というパラダイムは、市場成果を有効競争のなかで位置づけることによって、マーケティング研究者が政策課題を提示し、政策主体による実践的な問題解決に有効な規準をも提示しえる論理構造をとっている理解されたことにある。これまでのマーケティング研究が「仮説の提示がないままに、テスト→テスト→テスト、のためのデータ収集に終始していた」⁴⁵⁾ことからすると、産業組織論的方法は現実の記述的説明に有効な論理構造をとり、しかも実践的な政策課題の提示までができることとされたのである。

(2) 市場構造研究の再構成

市場構造の概念の再構成として、1964年に P. L. Farris (ed)「Market Structure Research」が発刊され、ここでの R. L. Clodius の問題提起についての W. F. Williams のコメントは方法論上の問題にかかわるものであつた。⁴⁶⁾この論文における R. L. Clodius の論点は市場構造の変化という長期的な問題を参入と退出におき、農業における退出の特異性をふまえて、公共政策に役立つ概念の操作性に論及している。まず、産業のキャパシティは企業の内的成長と新企業の参入によって増大するが、後者の影響力は企業数が少ない市場構造をとる産業ほど大きく、参入の条件として、J. S. Bain の「Barriers to New Competition」(1956年)によりながら、①絶対的コストの有利性、②規模の経済性、③製品差別化をあげて寡占的な農業関連産業でも容易な参入が慢性的な市場構造の不安定性、すなわち過剰能力と未利用資源の発生をもたらすとする。したがって、かかる市場構造のもとにあつては、価格競争が展開され、その結果として市場価格は低下して、農業生産者や農業関連産業ともに退出が参入ほどに容易ではなく、他産業へ移動するには転換コストが高くなり、この傾向は製品差別化されつつある生産物で参入する場合にもみられる。こうしたことから、政策主体は適正な参入を市場成果によりつつはかりながら、過剰能力の発生をできるだけくいとめるよう調整することが必要であるとした。

これに対して、W. F. Williams は産業組織論的方法の基本問題である市場構造→市場成果という論理展開では、市場行動をふまえねば市場成果を決定できず、これまでの市場構造研究は市場の構造的・制度的な性格に注意を集中しすぎてきたことをまず批判し、ついで、市場構造の変数は戦略的視点から J. S. Bain が設定したけれども、この構造変数は産業組織の性格を必ずしも説明しうるものではないとする。そして R. L. Clodius が市場構造の動態化を参入条件にもとめることについて、W. F. Williams は参入条件は市場構造に関係し、市場行動に影響するけれども、しかし組織的な変化をひきおこす市場行動をも問題とする必要性にふれ、産業によっては参入条件は非構造的であるとした。つまり、J. S. Bain が参入障壁の程度を区分しているように、程度のちがいが大きく、参入するか否かは参入に要するコストと参入の誘引条件で定まるとして、参入条件をただちに市場構造変数としてあつかうことは問題があるとした。また、製品差別化を軸とした非価格競争の重要性にもふれ、過剰能力をかかえた企業間の競争が著しい市場価格の低下に結果するのをさけるために、価格と産出量だけでなく、製品政策を企業の市場行動としていくことが過剰能力と低価格の問題解決の1つとした。このように、W. F. Williams は産業組織論的方法のマーケティング論への適用が市場構造分析にかたよりすぎていて、市場行動の変数までもが市場構造の変数として画一的に取り扱れるという難点があるのみならず、この市場構造と市場行動の相互関係を明確化することなしに市場成果を政策主体による操作性の水準では論じられないという基本的認識にあつたといえよう。R. G. Bressler も市場構造研究は市場構造と市場行動および市場構造の基本的な関係を確定できないままに市場構造の分類論になつていてと批判し、1930年代における Type-of-Farming の問題が単なる分類論になつてしまつたことと関係させ、やや皮肉をこめてのべている。⁴⁷⁾

このような市場構造論への疑問は E. T. Smith と D. C. Dahl の「Market Structure Research - How

and for What?」(Journal of Farm Economics, May 1965年)をめぐり A. Ghoshとの論争にもみられ、①市場構造→市場行動→市場成果という論理構造において、産業の構造的要素はしばしば特定市場の状態によっては市場行動と一致し、市場構造と市場行動の因果的關係には意味をみいだしがたいこと、②これまでの完全競争の市場成果にかわって、有効競争の概念を発展させて、高い利潤率、イノベーションの欠如、過剰能力、資源配分のかたよりを指摘しても、これらが最終的に社会的にこのましい成果であるか否かの判断は経済学者によっては定式化できないこと、③産業組織論における市場概念は産業概念に一致してしまうこと、の3点が E. T. Smith と D. C. Dahl の帰結であった。これに対して、市場構造研究の立場から A. Ghosh は、①あらゆる市場成果は市場構造から流れ出るものでなくとも、市場構造の分析枠組においてもたらされる市場成果は市場構造研究に内包され、したがって市場成果の重要な変化は市場構造の変化によって説明しうるのであり、ここで、個別企業はいかなる市場行動をとり、寡占企業が共謀するか否かは市場構造研究の対象に入らないこと、②産業と市場の概念はことなるけれども R. Triffin をあげるまでもなく、産業概念を究明することは有意義ではなく、産業組織論では市場を中心として位置づけること (market-oriented) が最も重要であるとした。そして、市場成果の操作性については明確な返答が示されずに、E. T. Smith と D. C. Dahl の反論は産業と市場の概念の相違が強調された。

このように市場構造研究は戦後におけるアメリカの農産物加工産業や流通産業の構造変化を説明するのに有効であったけれども、問題領域が市場成果や公共政策へと拡大されるにつれて市場行動の位置づけをめぐっての論争でもあり、ひいては産業の発展や市場構造論の動態化にかかわる問題でもあった。しかし他方で、集中度、参入条件、製品差別化の程度などの市場構造変数は整理されたかといえそうではなくとりわけ製品差別化については K. W. Kepner と D. I. Padberg の研究⁴⁸⁾があるけれども市場構造の変数としてあつかうか、それとも市場行動の変数としてあつかうか十分ではなく、E. H. Chamberlin や L. Abott に依拠した論者は競争手段の1つとして製品差別化を問題にしようとし、むしろ、J. S. Bain に依拠した論者は市場構造変数としてとりあつかっていると思われる。

産業組織的方法の再検討が展開されるのは1966年 Journal of Farm Economics の増刊号における J. R. Moore⁴⁹⁾ と W. F. Williams⁵⁰⁾ の論文にみることができる。すなわち、J. R. Moore は市場構造の静態的把握に対して、市場行動 (Marketing Activity) のダイナミックなイノベーションを契機とした展開という時間的経過の中で、市場構造がいかに形成され、変容するかという長期的な問題を取りあげ、J. S. Bain 流の産業組織論がこのような長期的な市場構造変化を問題としないのは、技術革新・新製品・新しい市場組織の形成における企業レベルの問題を無視してきたとする。そして、市場行動としての企業の行動様式は収入を増大したり、コストを軽減するために、前者では製品差別化や価格操作、後者では流通面や販売促進での規模の経済の追及をその内容とし、イノベーションを契機とした企業の行動様式は市場成果をかえることになる。このような J. R. Moore の企業レベルの強調と同様に、W. F. Williams は市場構造を強調することは企業行動の多くの重要な視点が無視されるのは、むしろ当然であるとしながらも、多くの市場構造研究者はその限界を論義しないで適用すれば市場構造の影響力や重要性を力説するあまり市場行動は市場構造から決定されることになるとする。しかし、市場行動は市場構造から独立しており、また市場構造や産業組織の性格は個別企業をとりまく経済環境の一部にすぎず、農産物の商品的性格や需給の性格、さらに技術の性格や産業間の制度的環境にも長期動態的には規定される。市場構造の変数は、①企業の数や規模分布、②専門化の程度、③法的規制、④重直的統合の程度、⑤製品差別化の程度、⑥立地 (地理的構造) をも含んだものであり、その具体的な競争の場面は水平的なレベルではコスト、価格、産出量や品質、垂直的なレベルでは各流通段階における垂直的統合の程度、また産業間競争では産業外部から参入する企業と既存企業との競争の三つの次元で、個別企業の市場競争力 (Market Power) を把握しようとする。⁵¹⁾そして、個別企業の市場行動は「競争行動」「競争の戦略」として把握され、経済環境に条件づけられながらも、市場構造を変革しようとするのである。しかし、企業の行動様式は内部組織にまでたち入れば、それだけ複雑になりやすく、また市場構造の変数も多くなっているために、企業レベルと産業レベルの相互作用を典型的に把握しにくくなるという難点が生じる。このような方法は個別

的産業研究として成果をあげることになるが、⁵²⁾かかる接近は、J. S. Bain によれば、「個別的産業研究方法は、すでに立証ずみの興味ぶかい価値をもっているけれども……あまりに多すぎるパラメーターと変数を扱うことになってしまい、科学的一般化への直截で到達可能な道程を用意してくれない」⁵³⁾という批判をうけることになる。にもかかわらず、市場構造と市場行動という動態化にかかわる基本問題は産業構造によって市場構造変数はことなり、さらに市場行動をとる個別企業の行動も寡占的構造に移行するにつれて自由裁量の幅が拡大して競争手段を主体的に統合しようとするために、多様となるので、個別産業研究をふまえねば、市場構造の形成や、そこにおける市場行動の役割を正当に評価することができないという理解が F. W. Williams や J. R. Moore の意図したところだと考えられよう。

要 約

アメリカの産地間競争論は J. D. Black や R. L. Mighell によって地域間調整と経営組織の編成という実際の要請から論理体系化がはかられ、前者については価格を所存としながらも産地の資源の異質性や移動可能性を検証し、また後者については比較有利性の原則にもとづいた経営組織編成を問題とした。しかし、価格形成や市場構造との関連については十分に論理化されておらず、産地間競争論は地域計画論や立地構造変化を課題とする地域構造論のなかに部分的にあつかわれるにすぎなかった。これは、W. F. Williamsによれば、伝統的なマーケティング研究では市場構造の認識が弱いためであり、やがてマーケティング研究はこれまでの研究にかわって、J. S. Bain の影響下に市場構造研究が進展し、戦後の農産物市場とりわけ加工産業や流通産業の構造変化を説明するのに有効であった。この市場構造研究は完全競争を前提とし、流通効率の向上を大きな研究対象とした G. S. Shepherd や R. G. Bressler よりも不完全競争を前提として市場構造→市場行動→市場成果という論理展開を手順として市場構造の分類はもちろん、市場行動を個別企業の行動様式、市場成果は公共政策の課題として論理体系化をはかろうとしたものであった。しかしながら、W. F. Williams, J. R. Moore が批判するように、市場構造の変化を動態的な視点から問題としていくとすれば、市場成果を規定する市場行動が、市場構造といかなる相互関係にあるかを問題としなければならない。というのは、寡占的市場構造にある個別企業の行動は、その主体的な自由裁量の幅が大きく、競争戦略や競争行動（広い意味での市場行動）が長期的には市場構造を変化せしめるからである。また、市場構造変数の性格は産業構造によってもことなり、単純に市場の概念と産業の概念を同一視できない。こうしたことから、市場行動の形成やそこでの市場行動の役割を正当に評価するには J. S. Bain の批判にもかかわらず、個別産業研究をふまえねばならない。

引 用 文 献

- 1) J.D. Black and R.L. Mighell [Interregional Competition in Agriculture] (1951年) p.34-37.
- 2) J.G. Youde and P.G. Helmberger [Marketing Cooperatives in the U.S.: Membership Policies, Market power, and Antitrust Policy] (Journal of Farm Economics part II, August 1966年)
- 3) T.W. Tapp [The Principle of Comparative Advantage applied to Farm Management Studies of Regional Competition between Farms] (Journal of Farm Economics, October 1926年)
- 4) H.C.M. Case の[Fifty Years of Farm Management] (1957年)によれば、この時代は Tipe -of-Farming の時代であり、H.C.Taylor や C.L. Holmes もこの問題に多大な関心をよせていた。C.H. Holmes [Economics of Farm Organization and Management] (1927年)の4章では Tipe-of-Farming の決定要因を地域的な自然条件にもとめ、生産資源の有効利用が収益性を拡大するとして、価格は与件としてあつかわれている。これは、J.D. Black [Introduction to Production Economics] (1926年)でも同じである。
- 5) E.A. Duddy and D.A. Revzan [Potential Supply Areas of Pacific Coast Markets for Hogs, (Journal of Farm Economics, No.4 1932年)
- 6) R.H. Aleen, E. Hole, R.L. Mighell [Supply Responses in Milk Production in Cabot Marshfield

- Area Vermont] (U.S.D.A Technical Bulletin No.709 1940年) R.P.Christensen and R.L. Mighell [Supply Responses in Milk Production in Dodge and Barron countries, Wis.] (U.S.D.A Technical Bulletin No.750 1941年)がその現状分析をふまえた代表的なものである。
- 7) 計算労働の合理化と収益性のより高い計画へのスピードのみならず, LP は空間均衡と輸送均衡の解法が可能になった。R.L. Mighell [Farm Budgeting and Long-run Supply Curves] (Journal of Farm economics, December 1959 年)
 - 8) S.E. Johnson [Interregional competition and Comparative Advantage in Agriculture] (Journal of Farm Economics No.1 1937年) では, 比較有利性は時間とともにかわるが, それを規定する要因として自然的要因, 立地要因など7つをあげているけれども, コメンターのW.C. Waiteから, 個別経営に接近するにつれて多様な変数が必要になるといふ説得的な結果を示すには, これらの要因をウェイトするのではなく, まず問題を単純化することであると批判されている。
 - 9) R.L. Mighell and J.D. Black [Interregional Competition in Agriculture] (1951年)
 - 10) T.E. Nichols [Transportation and Regional Development in Agriculture] (Journal of Farm Economics No.5 1969年) によれば, 水路→鉄道への輸送革命が生産地域の集中に19世紀の後半までは影響が大きかったものの, 鉄道からトラックへの移行は生産地域の拡大に影響を及ぼし, また輸送費の低下は経営組織の単純化を志向させたとする。
 - 11) F.P. Weaver [The Influence of The Truck upon the Marketing of Fruits and Vegetable](Journal of Farm Economics No.3 1931年)
 - 12.13) J.D. Black [Interregional Analysis with Particular Reference to Agriculture] ([Explanation in Economics: Notes and Essays Contributed in Honor of F.W. Tausing] 1936年)
 - 14) J.D.Black と R.L. Mighell の供給反応の計量的分析をはかったものとして, 我国では清水隆房「白たまねぎ生産における地域間競争」(名古屋大学農学部 1961年)があり, 価格変化による産地としての生産反応を個別経営の生産反応を集計することによってもとめている。しかし, 生産要素の移動可能性にかかわる長期の供給反応にはふれられていない。
 - 15) E.O. Heady and N.K. Whittlesey [A Programing Analysis of Interregional Competition and Surplus Capacity of Americal Agriculture] (Iowa State University Research Bulletin 583 1965年) E.O. Heady and M. Skold [Projections of U.S. Agricultural Capacity and Interregional Adjustment in Production and Land Use with Spatial Programing Models] (Iowa State University Research Bulletin 539 1965年).
 - 16) R.P. Christensen [Discussion: Interregional Competition in Agriculture] (Journal of Farm Economics No.5 1959年)
 - 17) L.G. Cunningham [Interregional Competition as viewed by Operating Firm and Institution] (Journal of Farm Economics No.2 1964年)
 - 18) I. Dubov and M.L. Dounen [The Role of Market Structures and Other Institutional Arrangements] (Journal of Farm Economics No.5 1960年)
 - 19) R.L. Clodius and W.F. Mueller [Market Structure Analysis as an Orientation for Research in Agricultural Economics] (Journal of Farm Economics No.3 1961年)
 - 20) D.L. Brooke and J.B. Bell [Market Structure and Economic Analysis of The Flolida Sweet Corn Industry] (Flolida University Bulletin 696 1965年) D.L. Brooke and G.H. Juny [Market Organization and Operation of The Florida Celery Industry] (Flolida University Bulletin 709 1966年)
 - 21) T.E. Nichols [Transportation and Regional Development in Agriculture] (Journal of Farm Economics No.5 1969年)
 - 22) J.S. Bain [Industrial Organization] (宮沢監訳「産業組織論」 1959年)
 - 23) W.F. Williams [Toward emproved Performance in Agricultural Marketing Research] (Journal of

- Farm Economics Part II, August 1966年)この指摘は, [New Directions for Market-Structure Research] (I.Dubov(ed) [Contemporary Agricultural Marketing] 所収) にもみられる。
- 24) M.S. Irwin [The Intangible Side of Agricultural Marketing - A Neglected Area of Research] (Journal of Farm Economics, August 1962年)
- 25) G.S. Shepherd [Marketing Farm Product] (井上照丸訳「農産物の流通」1954年) [Field of Agricultural Marketing Research] (Journal of Farm Economics, August 1949年)
- 26) R.G. Bressler [Agricultural Marketing Research] (Journal of Farm Economics, February 1949年) [Research in Marketing Efficiency] (Journal of Farm Economics, November 1951年)
- 27) F.L. Thomsen [A Critical Examination of Marketing Research] (Journal of Farm Economics November 1945年)
- 28) R.L. Kohls [Toward A More Meaningful Concept of Marketing Efficiency] (Journal of Farm Economics, February 1958年)
- 28) A.C. Hoffman [Large-Scale Organization in The Food Industries] (1940年) W.H. Nicholls [Imperfect Competition within Agricultural Industries] (1941年)
- 29) K.A. Fox [Monopolistic Competition in The Food and Agricultural Sectors] (R.E. Kuenne (ed) [Monopolistic Competition Theory: Studies in Impact] 所収 1967年) によれば American Farm Economic Association の援助のもとで編集された F.V. Wough [Reading on Agricultural Marketing] (1945年) では A.C. Hoffman や W.H. Nicholls はとりあげられてはいるが、彼らが提示した問題についての関心は低かった。
- 30,31,32) W.H. Nicholls [Reorientation of Agricultural Marketing and Price Research] (Journal of Farm Economics, February (1948年)
- 33) S. Hoos [The Behavior of Marketing Margins on Citrus Fruits] (Journal of Farm Economics, December 1952年) この頃のマーケティング論の研究領域は、①マーケティング・マージン、②費用と実務調査、③経済的な工学技術の研究、④チャンネル研究、⑤製品計画、⑥技術と制度の革新、⑦販売機能の記述と評価、⑧価格と需給の関係、⑨地域間交易と立地、⑩消費者の選好、と多岐にわたり相互の関係は整理されないままにマーケティングプロセスを記述するにとどまっていたけれども、流通効率論はマーケティングマージンに多大な関心をはらっていた。
- 34) R.G. Bressler [Research in Marketing Efficiency] (Journal of Farm Economics, November 1951年) より具体的な分析は [City Milk Distribution] (1952年) にみられる。
- 35) R.L. Clodius 他 [Procurement Policies and Practics of A Selected Group of Dairy Processing Firms] (Wisconsin Agr. EXP. sta. 1956-1957年) H.C. Evans [The Nature of Competition among Apple Processors in The Appalachian Area] (West Virginia Agr. Sta. Bulletin 405 1957年) この論文の要約は R.L. Clodius and W.F. Mueller [Market Structure Analysis An Orientation for Research in Agricultural Economics] (Journal of Farm Economics, August 1961年) にみられる。R.L. Clodius の論文では市場構造の変数として、①企業の数、②企業の規模、③生産物のタイプ、④所有のタイプ、⑤財政の状態、⑥設備の操業度があげられ、市場行動としての企業の行動は、①価格水準や政策、②非価格競争であり、両者を結びつけるものとして市場知識の重要性が問題になるとした。また、H.C. Evans の論文はリング加工産業への参入が容易であるために、この競争圧力が利潤を低下せしめていることを結論している。
- 36) W.F. Williams [Structural Change in The Meat Wholesaling Industry] (Journal of Farm Economics, May 1958年)
- 37) G.L. Mehren [The Changing Structure of The Food Market] (Journal of Farm Economics, May 1957年)
- 38) J.D. Black [Line of Advance in Research in Marketing] (Journal Farm Economics, December

1954年)

- 39) W.F. Williams [Toward Improved Performance in Agricultural Marketing Research] (Journal of Farm Economics Part II, August 1966年)
- 40) W.W. Cochrane [The Market as A unit of Inquiry in Agricultural Economics Research] (Journal of Farm Economics February 1957年)
- 41) W.F. Mueller [Some Market Structure Consideration in Economic Development] (Journal of Farm Economics, May 1959年) R.F. Lanzillotti [The Superior Market Power of Food Processing and Agricultural Supply Firm—Its Relation to The Farm Problem] (Journal of Farm Economics, December 1969年)
- 42) S.H. Sosnick [A Theoretical Scaffolding for Analysis of Market Structure] (Journal of Farms Economics December, 1961年) に対するコメント。
- 43) R.G. Bressler [Research on The Structure of Agricultural Markets] (P.L. Farries(ed) [Market Structure Research] 1964年所収)
- 44.45) W.F. Williams [Toward Improved Performance in Agricultural Marketing Research] (Journal of Farm Economics Part II, August 1966年)
- 46) R.L. Clodius [Operational Criteria for Public Programs Affecting Firm Entry and Exit] (P.L. [Market Structure Research] 所収 1964年)
- 47) R.G. Bressler [Research on The Structure of Agricultural Markets] (P. L. Farris (ed) [Market Structure Research] 1964年所収)
- 48) K.W. Kepner and D.I. Padberg [Quality as A Dimension of Competition in The Fluid Milk Industry] (Journal of Farm Economics, December 1964年)
- 49) J.R. Moore [The Causes and Consequences of Major Changes in The organization of Agricultural Marketing Activities] (Journal of Farm Economics, Part II August 1966年)
- 50) W.F. Williams [Toward Improved Performance in Agricultural Marketing Research] (Journal of Farm Economics, Part II August 1966年)
- 51) W.F. Williams [New Directions for Market-Structure Research] (I.Dubov(ed) [Contemporary Agricultural Marketing] 所収 1968年)
- 52) J.R. Moore and R.G. Walsh [Market Structure of Agricultural Industries] (1966年) の序文
- 53) J.S. Bain [Industrial Organization] (宮沢監訳「産業組織論」1959年) の序文

SUMMARY

Before applying industrial organization and marketing theory to interrigoal competition, it is necessary to be accurate about the concept of interrigoal competition, J.D. Black and R.L. Mighell have defined it as supply response to price and comparative advantage of farm organization. Though interrigoal competition is founded upon the theory of location, especially resources mobility or immobility regulating supply reresponse in longrun, and farm organization adjustment in respect to region without recognized market structure, and farm organization adjustment in respect to region without recognized market structure, yet according to W.F. Williams, traditional agricultural marketing, that is, not only institutional, comodity and functional approach but also perfect competition theory which G.S. Shepherd and R.G. Bressler evolved a new theory (marketing efficiency) could not account for market structure change.

Market structure research may be summarized as follows.

1. The theory of market structure has been developed by R.L. Clodius and Muellers applied industrial organization theory, especially J.S. Bain made up the theory to the competition for buyer of agricultural products after W.H. Nicholls had evolved price theory in relation to imperfect competition.
2. Fundamental problems of market structure research were discussed by W.F. Williams, J.R. Moore and F.T. Smith about that market performance was decided on both market conduct and market structure, and that structural change of market should be market conduct, namely, patterns of firm behavior, interact market structure.
3. If a dynamic approach of market structure is developed within the framework of industrial organization theory, variables and combination of variables of market structure and market conduct will depend on the industrial structure in spite of J.S. Bain's theory, as long as the concept of industry does not accord to the concept of market.