



Title	食肉加工産業の競争的寡占市場構造
Author(s)	出村, 克彦; DEMURA, Katsuhiko
Citation	北海道大学農経論叢, 29, 34-52
Issue Date	1973-02
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/10885
Type	departmental bulletin paper
File Information	29_p34-52.pdf



食肉加工産業の競争的寡占市場構造

出 村 克 彦

目 次

I 序—問題提起	34
II 食肉加工産業の市場構造	36
(1) 産業規模	
(2) 生産集中度	
(3) 製品差別化	
(4) 技術と費用	
III 食肉加工産業の市場行動	39
(1) 価格決定の市場行動様式	
(2) 加工品販売価格の決定	
(3) 原料肉仕入面での競争的行動	
IV 参入とその実態	45
(1) 参入の3つのケース・モデル	
(2) 参入の実態	
V 結—残された課題	51

I 課 題

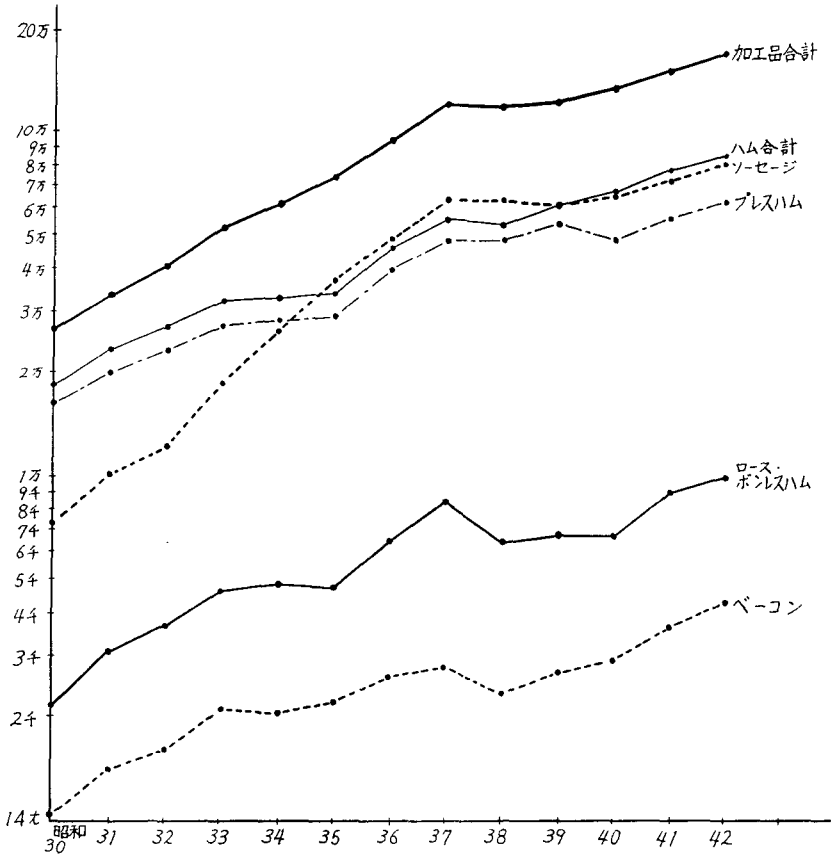
現在、経済は寡占化の時代といわれている。戦後、農業関連産業（Agricultural Industry）は飛躍的に成長をしてきた。その中でも、食品工業は、食生活パターンの変化とともに、著しく成長してきた。食肉と食肉加工品の需要は、昭和30～40年の10年間に、大幅な増加を示した。食肉合計では、26.3万トンから87.2万トンへ3.3倍の増加¹⁾で、加工品は全体として、3万トン弱から17万

1) この内、豚肉は8.2万トンから36.5万トンへ4.5倍、羊肉は4千トンから5.1万トンの127.5倍伸びている。（農林省『農林年報』昭和30～42年版）

食肉加工産業の競争的寡占市場構造

トンへ約5倍²⁾、食肉の伸びを上回っている。第1図参照。

第1図 食肉加工品生産量の推移



注 『農林省年報』昭和31年版～42年版による。日本食肉加工協会調査数値

食肉加工産業は近年とみに寡占化の様相を呈している。食肉加工産業は戦後に発展してきた、歴史の新しい産業である。歴史の新しさと需要の大幅な増加

2) 製品別には、ハム（ロース・ハム、プレス・ハム）類は2万トンから8.6万トンへ、ベーコンは1千トン強から4千トンへ各々約4倍の増加だが、ソーセージ類は7千トン強から8.3万トンへ14倍の増加である。（前掲『農林年報』）

は、多数の企業の市場競争による参入淘汰をもたらした。この状況の中で、食肉加工産業はどのような市場構造のもとでいかなる市場行動を取り、今日の寡占化を将来せしめたかを本稿で検討しようとするものである。

II 食肉加工産業の市場構造

(1) 産業規模

企業数、工場数は第 1 表による。企業数は微減しているが、工場数は増加し

第 1 表 食肉加工企業数、工場数

年次	昭和 35	36	37	38	39	40	41	42
企業数	239	234	231	225	227	220	217	217
工場数	463	469	494	517	561	599	623	673

『日本食肉年鑑』'71年版 企業数は日本ハム・ソーセージ工業組合加盟社数、工場数は厚生省許可数

第 2 表 従業員規模別企業数 (S40.3現在) ている。しかし、企業間の規模格差は

規模別	企業数	比率
1～10人	25	14.5%
11～30	49	28.5
31～50	21	12.2
51～100	35	20.4
101～300	31	18.1
301～500	5	2.9
501～1000	3	1.7
1000～	3	1.7

大きく、工場も「四畳半工場」と呼ばれる零細な工場が多く、実際に稼動している工場は多くない。

第 2 表より企業の規模別概況をみる従業員が301人以上の企業は6%にすぎず、50人以下の企業が55%、51～300人規模の企業が40%である。企業の大半が零細・小規模なものである。

第 3 表で企業の保有工場数をみると87.5%の大部分が1工場のみで3工場

農林省『ハム・ベーコン・ソーセージ製造業実態調査報告書』昭40.10

以上保有するのは300人以上の従業員規模の企業である。これは、工場の生

- 3) 加工産業にとって最大の問題は原料肉供給である。畜肉生産の零細性と不安定性は加工産業に多大な影響を与えているが、本稿では、原料供給は所与として、その下で各企業がいかなる市場行動を実現するかを検討する。
- 4) 例えば、昭和38年では517工場のうち約320工場が稼動している。西塚暢之、井上雄二『現代の産業、食品工業』（東洋経済新報社 昭和40年276頁）

食肉加工産業の競争的寡占市場構造

産能力の点から、1工場300人程度が限度で、それ以上に従業員が増加すると他に工場を新設せねばならないためもある。

第3表 保有工場数

規模別	企業数	1工場	2工場	3工場
1~20人	35	34	1	—
21~30	18	18		—
31~50	24	23	1	—
51~100	17	14	3	—
101~300	24	20	3	1
301~500	4	1	2	1
501~1000	3	2	—	1
1000~	3	—	—	3
—	—	87.5%	7	4.7

前載『報告書』昭40

第4表 大手企業保有工場数と営業所数

	昭和38	昭和42	昭和44	営業所
伊藤ハム	6	8	13	76
日本ハム	12	9	8	46
プリマハム	7	9	9	119

『有価証券報告書総覧』営業所数は昭44年度の数字

50%を越えている。中でも上位3社は昭和40年の35%から44年には50%へと上昇しており、寡占化の進行が顕著になってきた。

(3) 製品差別化

製品差別化は加工製品そのものの差別化と販売方法上の差別化に大別でき

5) 企業の地域分布は、大消費地の関東56%、関西17%、東北8%、九州7%、東海6%、北海道4%、北陸2%である、前掲『実態調査報告書』（第2表備考参照）

6) 『日本食肉年鑑』'71年版、食肉通信社

一方、第4表で、大手企業の工場数は、他の企業層に比べて圧倒的に多い。その立地も全国的に消費地、産地の両方に渡っている⁵⁾。この大手企業の工場も従業員が10人前後から600人程度まで、格差は大きい⁶⁾が、平均して150~200人と300人程度の工場が多くなっている。

(2) 生産集中度

食肉加工産業は零細、中小企業数が多いが、生産量は、大手企業による集中化が進んでいる。第5表でみると、集中度は昭和38年以降上位10社で

第 5 表 上位社及び 3 社生産集中度

	10社集中度	3社集中度
昭34	37.4%	—
35	45.9	—
36	46.9	—
37	45.2	—
38	52.3	—
39	55.7	—
40	57	35.1
41	60	37.2
42	61	38.6
43	63	48.1
44	64	49.8

日本食肉加工協会調査、『日本食肉年鑑』⁷⁾

にある。したがって、企業の販売競争は、まず小売店の掌握からはじまる。小売店の店頭では数社の製品が同時に売られ、食肉小売店の買手市場であるといわれる。大手企業は小売店に比べて僅かであるが、直売店⁹⁾をもち、また全国的に多数の営業所を設置して問屋機能を代行させて、販売圏を拡大している。¹⁰⁾

(4) 技術と費用

食肉加工品の生産工程は、概して単純で、機械設備も大がかりなものを必要とはしない。僅かな資本、小規模な設備で、容易に生産を開始することが可能である。

る。

食肉加工品は、製品そのものの特質から差別化され難いうえに、消費者は加工製品を店頭でスライスによる購入がほとんどなので、メーカーブランドが容易に普及しない状態にある。

販売ルートでの差別化は、特に大手企業に於いて、積極的に進められてきた。加工品の販売はほとんど全てが、食肉小売店を通じておこなわれ、加工製品は工場から小売店へ直送される。仲介の卸問屋が存在しないことは、一見流通の合理的状態を想像させるが、企業自らが、卸問屋機能を担当しなければならぬ状況⁸⁾

7) 高橋伊一郎「厚子の市場構造における過当競争の形成のメカニズム」(『農業経済研究』Vol.41の1号1969所収)

8) 大内力編『農業をとりまく新環境』(近藤康男監修『講座日本の農業』第2巻, 御茶の水書房, 1966.151頁)

9) 販売ルートは、小売店77.4%, 直売店1.0%, あとはスーパーマーケット、大口需要者である。(前掲『実態調査報告書』)

10) 第4表参照。

食肉加工産業の競争的寡占市場構造

生産工程のうち原料肉処理の作業に熟練度が要求され、工場規模の拡充、機械設備の改善以上に、生産性を高める要因になる。

加工品生産は労働集約的な、熟練度を必要とする生産工程のために、一貫した機械化生産が困難である。そのために技術的改善は、種々の工程の部分改善である。

また加工品は原料肉の混合割合の違いや利用部分の違い、また香辛料・添加物・加工方法の違いで、容易に多種類の製品が生産できる。一工場で全種類の製品を生産しなければならないため、この点からも量産化によるコスト・ダウンが図り難くなっている。¹¹⁾

第6表で費用構成をみると、原料（肉）費が85～90%と圧倒的な割合を占め

第6表 製造原価構成

	原材料費	労務費	経費
40年度平均	86.4%	7.4%	6.2%
伊藤ハム	90.3	3.9	5.3
プリマハム	85.4	7.3	7.3
日本ハム	91.1	4.6	4.3

40年平均は前載『報告書』大手3社は昭44年度の数字『有価証券報告書総覧』

ている。原料費の高割合のために技術の高度化によるコストダウンの余地は一層狭く、費用条件の優劣は原料肉仕入れの優劣や原料肉の処理、利用の巧拙によってきまり、そのことが企業の市場成果に最も大きな影響を与える。

Ⅲ 食内加工産業の市場行動

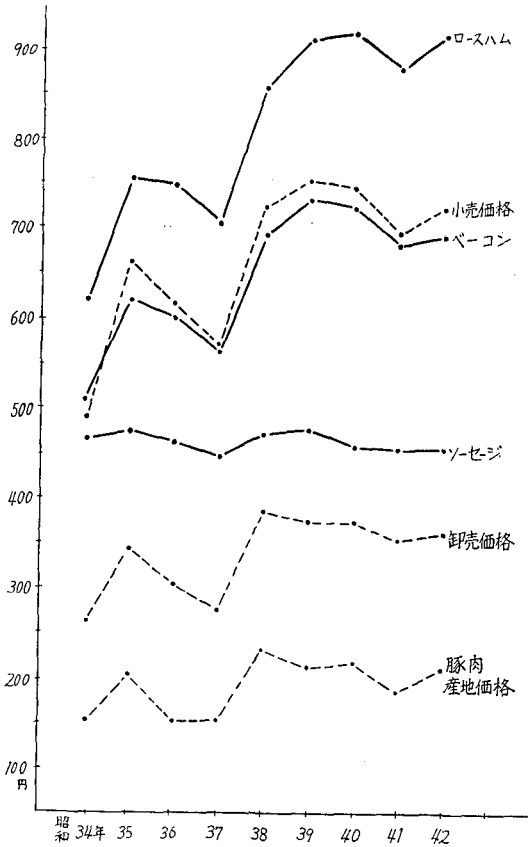
(1) 価格決定の市場行動様式

企業の（加工品販売）市場に於ける行動つまり価格の決定のあり方を検討する。販売価格がどのように決定されるかという問題は、価格水準の決定方法および、価格変動の要因を考慮する。

販売価格を左右するのは、費用の80～90%を占める原料肉の価格である。第2図によって、主要原料肉である豚肉価格と各種類別の加工品別価格の関連を

11) 企業の技術水準が部分改善によって、費用格差が存在しても、労働集約的な生産物のため、技術的規模の経済性は働き難い。しかし、大手企業は技術的規模の経済性が働かなくとも、工場を全国に分散設置し、資金調達・労働力確保、原料肉調達、販路拡大などの面における、大きな資本故の貨幣的規模の経済性を発揮してきた。新野幸次郎『現代市場構造の理論』（新評論1968, 96頁）

第 2 図 豚肉価格及び加工品卸売価格の推移 円/kg



- (注) 1. 『農林省年報』による。
 2. 加工品：日本食肉加工協会調査。ハムはロースハム，ソーセージはウインナーソーセージ。販売条件は持込渡し
 3. 豚肉：産地価格は「農村物価賃金調査」による生体の農家庭先取引価格，卸売価格は日銀「卸売物価」，小売価格は総理府「小売価格」

加工品価格の変動に結びつかない，価格の硬直性の傾向があることに帰因している。⁽¹⁴⁾特にソーセージ類の価格変動幅が小さいのは，勿論原料肉の混入割合の

みてみる。

豚肉のみを原料とする単味品（ロース・ハム，ベーコン）の（卸売）価格の動きは豚肉の（卸売）価格の動きと酷似しており，加工製品価格の変動幅は，豚肉価格の変動幅よりも大きくなっている。一方ソーセージ類の販売価格は，単味品に比べて安定的である。ソーセージ類は主要価格が羊肉であり，豚肉価格とは別に，羊肉価格の変動に影響されている。⁽¹²⁾

グラフの形状の推移から注意することは，豚肉価格の変動と加工品価格の変動の間には，多少の時間のズレがあることである。⁽¹³⁾また変動幅の違いは，原料価格の変動がすぐに

12) 高橋伊一郎『食肉経済—競争的構造分析—』(研究叢書第89号，農業総合研究所，1972. 158頁)

13) 前掲，高橋伊一郎『食肉経済』157頁。

14) 同上書 158頁。

変更による調整があるが、この価格硬直性が一因であるといえる。

30年代の加工品需要の伸びを支えてきたのはソーセージ類で、食肉加工品に対して拡大しつつある需要を減退させないためにも、価格の安定化が必要とされていた。ハム類とソーセージ類とは競合するというよりは、むしろ補完的な関係をもっている。ソーセージは低所得者層の食肉加工品への消費を勧め、所得の高まりと共にハム類へ需要が移るといふ、需要開拓の先行的役目をはたしてきた¹⁵⁾。

しかもソーセージは魚肉ハム・ソーセージの競合財が存在していたため、価格の安定化が一層要求された。価格安定と引きかえにソーセージの質の低下があり、それまでの豚肉の使用はほとんど姿を消してしまった¹⁷⁾。

価格変動は原料肉価格の変動によって生じるが、この（所与の）原料肉価格のもとで、企業は利潤を追求すべく販売価格の決定を行なう。食肉加工産業の産業構造の特質から次のよう仮定をもうけることができる。

食肉加工産業の市場競争様式は、多数の企業（また工場）が相互に代替性の強い製品を販売している地域的に独占的な競争である。そして、加工製品の生鮮食品の性質と生産の技術的規模の経済性の働き難さが、工場設置の際に消費地産地の地域的分化をもたらし、各企業（工場）に地域的な独占力を与えている。企業はこの状況のもとで、2面性の競争に直面している。1つは原料肉仕入面、他は加工製品販売面における競争である。

競争力の優劣は、価格形成にあらわれ、原料肉仕入面における原料肉価格（企業での費用）と、その元での加工品価格の決定と調整がなされ、均衡がえられる。

その利潤の存在は、産業への新規企業の参入を招くが、食肉加工産業はとくに参入、淘汰の激しいものがある。

(2) 原料肉供給量が所与の場合の加工品販売価格の決定

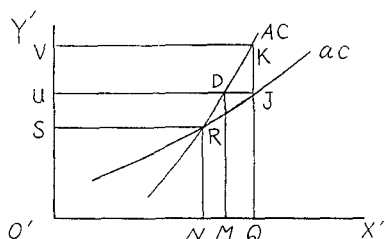
企業は原料肉を、一定期間中に食肉卸売市場と生産者及びその団体によって

15) 前掲、西塚暢之他『食品工業』274頁。

16) 前掲、大内力編『農業をとりまく新環境』147頁。

17) 昭和31年には、豚肉使用40%だった。ソーセージは、39年には豚肉混入は皆無になる、その代わりに、馬肉（30～50%）とマトン（50～70%）が増加した。（宮崎宏・新井肇・平川輝夫『養豚経営の進路』農山漁村文化協会昭和40年、301頁）

第 3 図 原料肉価格の決定

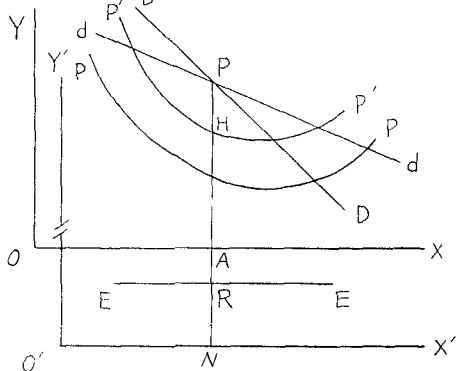


供給された所与の供給量を、他の企業との仕入れ競争裡に調達する。¹⁸⁾
 第 3 図において企業は AC, ac の 2 本の原料肉の仕入曲線、つまり原料肉のみの費用曲線をもつ。ac は一企業のみが行動した時の個別企業の仕入曲線であり、AC は全ての企業が同一行動をとった場合の一企業に示される集計された産業の仕入曲線である。AC はしたがって、1 企業に示される原料肉の割当量を表わす。ac は AC よりも弾力的になっている。²⁰⁾

今ある代表的一企業は交点 R で O'S の原料肉（仕入）価格で、O'N の原料肉を入手する。

次に第 4 図で、第 3 図での O'N の原料肉を単位当たり O'S の仕入価格で購入

第 4 図 販売価格の決定



する時、O'S を一定の原料肉仕入価格 EE 水準とする。EE 水準で仕入れた原料肉で、企業は加工品を生産する。企業の加工品販売面には、2 本の費用曲線がひける。PP 曲線は加工・流通のみの費用曲線で、P'P' 曲線は原料費を含めた費用曲線である。P'P' = PP + EE 水準となる。

加工品の需要曲線は 2 本、dd と DD 曲線がひける。dd は一企業が単独で価格行動に出た場合の個別企業需要曲線で、DD は産業内の全ての企業が同一の価格行動に出た場合のものである。DD は企業の市場でのシェアを示す。多数の企業(工場)が地域的

ものである。DD は企業の市場でのシェアを示す。多数の企業(工場)が地域的

18) 仕先先の割合は、食肉卸売市場16%、生産者及びその団体28.5%、商社および卸売業社23.5%、家畜商14.1%等である。(前掲『実態調査報告書』参照)

19) Nicholls, W. H., *Imperfect Competition within Agricultural Industries* Iowa State College Press. 1947. pp. 21

20) Nicholls *ibid* pp. 21

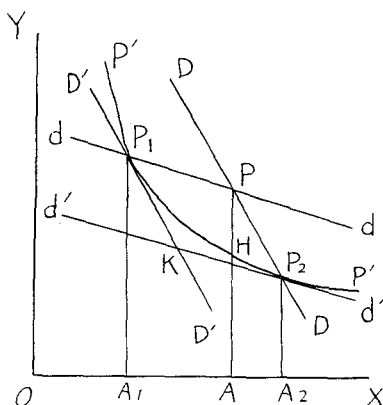
21) Chambevin, E. H., "The Theory of Monopolitic Competition", Cambridge Harrard Univesity Press 1933. pp. 91

独占状態のもとで、相互に代替性のある加工品を販売する独占的競争のために需要曲線は負の傾きをもち、かつ dd は DD 曲線よりも、より弾力的である。

販売価格は2本の需要曲線の交点 P で決まり、²²⁾ 価格は AP で、生産量は OA としてこの場合超過利潤 PH が存在する。

第5図より均衡調整は次のようになる。 PH の超過利潤のために新規企業が参入し、既存の企業のシェアは減少し、 DD は $D'D'$ へシフトして、 $P'P'$ 曲線と P_1 点で接する。もし産業に価格規制のカルテル行為があるなら、均衡は P_1 点で成立する。しかし価格規制がないなら P_1 点是不安定な均衡である。企業は価格を引き下げて販売量を増やそうとする。 dd は $D'D'$ にそって下方へシフトし、 P_2 点に接して安定的な均衡が成立する。企業淘汰は次のようになる。全ての企業が P_1 から K まで価格引下

第5図 均衡調整



げ行為に出るので、価格は P_1 から K まで下落する。 K 点で費用は価格よりも高い。この損失に耐えきれない企業がまず淘汰される。次いで、一企業が単独に $d'd'$ にそって K から P_2 点まで価格を引き下げる。この段階で次の淘汰がある。 P_2 点で企業の価格競争は止む。この点で価格と費用が等しく、また超過利潤は消えており、均衡は安定的である。

食肉加工産業は高率原料費に加えて、もう一つの特性がある。それは過剰設備の存在である。負の傾きをもつ需要曲線のもとでは、理論的に、²⁴⁾ u字型の費用曲線の最適生活点よりも左へずれた点で均衡点が存在するが、ここでは現実

22) P 点よりおろした垂直線上に、需要曲線 dd より派生した限界収入(mr)と平均費用曲線 $p'p'$ より派生した限界費用(mc)が交っている。

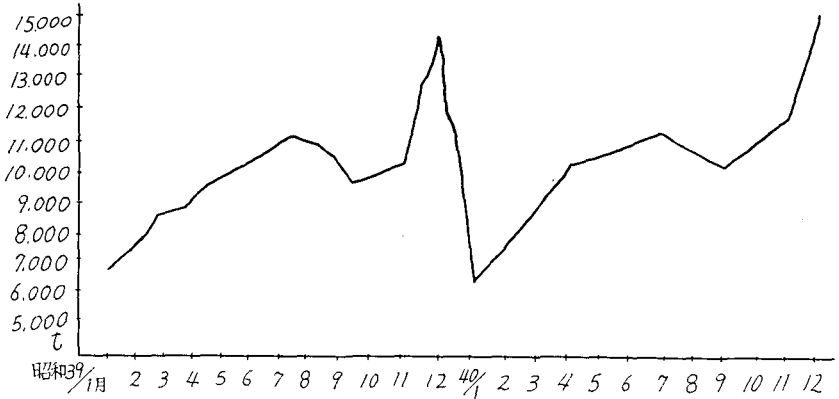
23) Chamberlin, *ibid.* pp. 92

24) Chamberlin, *ibid.* pp. 104~109. 尚独占的競争では理論的にexcess capacityが存在するとする説に反論し、full-capacityでの均衡と独占的競争は矛盾しないとする説がある。これは生産物の差別化が、広告、宣伝費による場合である。Demsetz, H., "The Welfare and Empirical Implications of Monopolistic Competition." *Eco. Jour.* 1964. Vol. 74.

的にも過大な遊休設備が存在している。加工品の需要は、季節的にみて夏と年末をピークに、激しい変動がある。

第 6 図によると、企業は需要のピーク時に機械設備が完全稼動するようにし

第 6 図 加工品生産量の月別推移 (昭40)



前掲『実態報告書』
前掲『実態報告書』

ているため通常時には50~80%の稼動率になっている。工場規模が大きい程、稼動率が低くなっており、この点からも費用条件は悪化している。

(3) 原料肉仕入面での競争行動

第 3 図にもどって、企業の原料肉仕入面での競争行動をみる。EE水準は企業にとって一定量の供給原料肉によって決定された所与の水準である。この価格水準を動かすものは、第一に原料肉の供給量と、第 2 に仕入に参加する企業の数である。

今EE水準のO'N以上に原料肉を企業が望む場合、他の企業に比べて有利な行動²⁵⁾をするなら、acにそった行動が出来る。SUの追加費用でNQの追加原料肉を手入できる。しかし他の企業も同一の行動をとるなら、その企業はACにそって行動になり、SUの追加費用ではNMの追加原料肉しか購入出来ない。NQの原料肉の確保には一層高いSVの支出が必要である。

25) Nicholls. *ibid.* pp. 13~14. 生産者選択 (producer's preference) を引きつける企業の行動である。

なく、生産は需要に応じて増減する。第 7 図で、企業は EE 水準の原料肉価格のもとで、 $p'p'$ 費用曲線において、 P 点で均衡している。一定期間需要が増加し、 DD は $D'D'$ へシフトした。 dd 曲線のシフトが問題になる。

企業は遊休設備をもつから生産を拡大するが、そのために NQ の追加原料肉が必要になる。全ての企業が追加原料肉を求めるなら、その費用は SV である。この SV の増加費用分は販売価格に転嫁され、 $p'p'$ 曲線は L 点 ($LH=VS$) までシフトする。この場合 H 点は、機械設備の完全稼働点であるため、この企業が賅える需要は OB である。したがって dd は $d'd'$ の位置までシフトする。

販売価格は OG から OW へ騰貴する。

もし企業が、有利な原料肉の仕入ルートを持つなら、 NQ の追加分に SU の追加費用ですみ、費用の節約分は超過利潤になる。

需要増加が $D'D'$ に留まるとは限らない、更に、 $D'D'$ までも増加したなら、もし新規参入がないなら、企業は生産量 OB のままで、価格を OW' まで高めることになる。

しかし参入は容易なために、新規企業は既存企業と同一価格 OW で、 BC の増加需要分を生産することが出来る。この場合、参入は零細な家族経営的工場が、簡単な機械設備と、家族労働力をもって参入する。しかも、 BC の生産量を僅かずつ分け合って生産するなら、それだけ少量の原料肉で生産可能で、参入は一層容易になる。零細企業の費用曲線は $P'P'$ よりも低い位置に、例えば P^*P^* にあるといえるから、生産量は僅かでも、単位当りの利潤は大きくなる。

もしもこの $D'D'$ の需要増加が長期間存続するなら、既存企業は、それに合うように設備を拡充設置するが、この $D'D'$ の増加は極めて短期間のために、企業はこの参入を看過することになる。

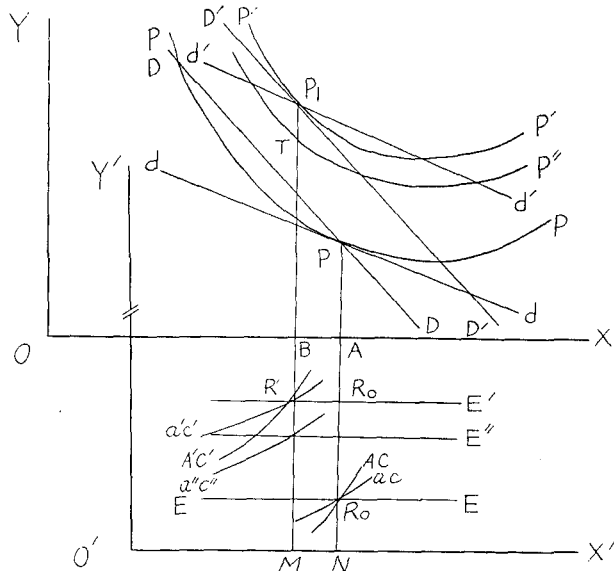
② 原料肉価格が下落した時の参入

第 8 図で、企業は原料肉価格 EE 水準のもとで、 P 点で均衡している。原料肉供給が増加し、価格が下落したため、今までと同一の原料肉 ON を仕入れるのに、 NR' という低い EE' 水準でまにあうようになる。そのために費用曲線は $P'P'$ から $P''P''$ へと下へシフトする。販売価格が AP と同一なら、 PT

27) 前掲『実態調査報告書』参照。

とし $a''c''$ になり、これに対応して費用曲線も $P'''P''''$ へと下方へシフトする。この場合、産地進出による新規企業（工場）の生産開始には時間の遅れがあるが、この遅れを無視できるなら原料肉価格は、この新規企業には $E''E''$ 水準で

第 9 図 原料価格騰貴時の参入



あり、ここに TP_1 の超過利潤が発生する。

このように、大手企業の産地進出は、より安価な原料肉の大量確保とそれによる販売の拡大を求めてなされる。原料肉の供給事情が悪い時、産地での地元企業に比べて、同一規模でも、大企業なるがための貨幣的

な規模の経済性を発揮することで、地元企業に対抗して、地歩を占めることが可能であった。

以上の如く企業の市場における行動、つまり価格決定と参入淘汰の様式をみてきた。それでは企業の価格決定の行動原理は何かということを検討したい。

いくつかの行動原理があるが、食肉加工産業の価格決定はフル・コスト原則が有効である。³⁰⁾

企業は所与の原料肉価格 EE 水準のもとで、その EE 水準を含めた総費用曲線 $P'P'$ と 2 本の需要曲線によって価格を決定する。均衡価格では超過利潤は消滅するが、正常利潤は存在する。したがってこの正常利潤が、現論的にフル・コスト原則でのマークアップによって保証されている。

正常利潤、つまりマーク・アップを含めた費用曲線が、所与としての EE 水

30) 前掲、高橋伊一郎『食肉経済』155頁、平均原理であるフル・コスト原則と限界原理とは根本的には矛盾するものではない。京野慎一「農産物価格形成について」(『農経論叢』第27集所収、1971)

準によって定められ、この費用曲線のもとで、生産量と販売価格が決定される。

(2) 参入の実態

第10図で参入の実態をみる。グラフには集中度と国内及び輸入原料肉供給量と、規模別企業（正確には工場）数の推移が示されている。

上位10社の集中度が高まる期間は、主要原料の豚肉生産量が減少し、豚肉生産が伸びると、集中度の高まりは鈍くなっている。

また集中度が高まると総企業数は増加し、集中度の伸びが鈍化すると、総企業数は減少している。規模別に企業の動向をみると、零細、小企業が圧倒的に多く、この階層の企業の増減が、総企業数の増減の主因になっている。

昭和34年まで原料肉生産は、昭和32年の不振はあったが、ほぼ順調に伸びてきた。この時期にA層の零細企業の大幅な減少があった。D・E層の中企業は増加した。

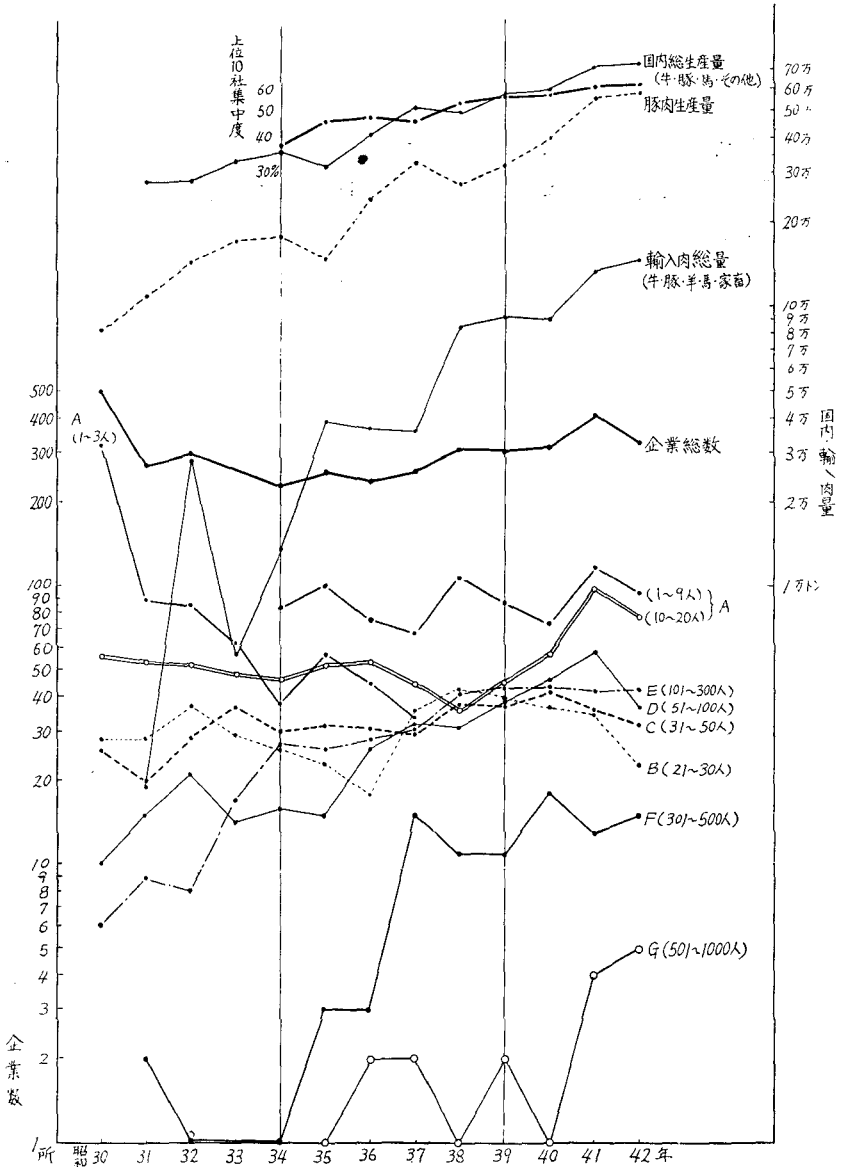
32年の不振時には、大量の原料肉輸入があり、この時期にB・C・D層の小企業が増加し、E層の中企業とA層の零細企業が減少した。

企業数の動向は、34～39年までは、原料肉事情が悪い時は、零細企業層は増加し、好転すれば、減少する。他の階層の企業はA層ほど明瞭な傾向はないが、概していえば、小規模企業層は原料肉事情が悪い時に増加し、好転すると減少し、中規模層はその逆の動きをみせ、大規模層は常に増加している。そして、小規模層ほど増減の振幅が大きい。

この動向は次のような理由による。原料肉生産の後退は、加工品の価格を引き上げる。零細企業は少量の原料肉を確保しうるなら、安い費用で生産が可能になり単位当りの高利潤を得ることができる。中規模層以上は常に一定の生産を維持するために、原料肉の大量仕入れをしなければならず、高仕入れ価格はそれだけ一層費用条件を悪化させ、しかも規模の経済性による生産性の向上を実現出来ないことが、この階層の淘汰を一層ひきおこす。地場の中企業は、同規模の大手工場に比べると、貨幣的な規模の経済性を発揮できずに、同様な原料肉事情に直面してもそれだけ不利益を余儀なくされる。

原料肉生産が大幅に後退した昭和35年と38年の時期を比べると、零細企業層の増加の動きは変化ないが、小・中規模層の増減は38年では、35年ほど激しく

第10図 規模別企業（工場）数・上位10社集中度・原料肉生産量



(注) 1. 規模別企業数は、通産省『工業統計表』産業編昭和30~42.
 2. 集中度は'72『食肉年鑑』3. 原料肉輸入量は『農林省年報』

はない。

また次に昭35～37年と38年以降の原料肉生産が伸びた時期では、35～37年には小規模な企業ほど減少の割合が大きく、中企業は変化なく、大規模企業は増加している、38年以降は、零細、小企業は減少しているが、それ以上の規模の企業は増加する傾向にある。

国内原料肉と輸入肉は30年代は相補う動きをしていたが、40年代になると、パラレルな動きを示し、企業数の動向もそれ以前のものとは様相を異にしている。

国内原料肉生産の伸びが鈍った時、従来なら不足分は輸入肉に求めたが、輸入肉の伸びも高くない企業数は大幅に減少した。それは零細、小企業は全て減少し、中企業のE層は横ばいで、それ以上の規模の企業層は増加した。これは従来原料肉の不足分を輸入に求めて補うことが可能であった条件が変化したためである。つまり加工品需要の質点変化のためである。

昭和34～38年の国内豚肉生産の増減の激しい時期に、安価な輸入原料肉を大量に使用することができた企業層が成長した。しかし昭和37年以降ソーセージ類の伸びは頭打ちになり、需要は単味品等の高級ハム類へ移ってきた。そして産業内部でも品質、格付けの配慮によって自らで需要を開拓してきたことが、需要の質的拡大を促進してきた。

V 結びと今後の課題

食肉加工産業は多数の中小企業を含む産業であり、各企業は地域毎の地方市場の需要を対象にしていた。しかし近年急速に寡占化が進行してきた³¹⁾。産業が寡占化するには2つの型がある³²⁾。1つは産業の成立当初から寡占化していた産業で他は初めは原子的に多数の企業が存在していたのが、次第に寡占化してきた産業である。食肉加工産業は後者の寡占化産業である。その寡占化は協調的なものではなく競争的である。それは今まで検討したように、第1に食肉加工品に対する需要の急速な拡大、第2に加工品の販売競争条件の不整備特に食肉小売店に対する企業の把握、系列化の不十分さ、そして高比率の原料費と、技

31) 昭和45年の雪印ハムとアンデスハムの合併により、大手4社の集中度は60%に達した。

32) Bain J. S., "Price Theory" Henry Honlt and Company New York. 1952. pp. 270

術的な規模の経済性が働き難い生産性の低さ等に由来している。

食肉加工産業の原料肉の仕入の巧拙に、企業の成長が左右されている事実は当然寡占化に伴い国内の食肉生産・流通そのものを支配しようとする動きが必然化してくる。

それはインテグレーションとしてあらわれてきた。インテグレーションは従来以上に農業生産者を再編成していくであろう。

「産業組織論」の手法で農業関連産業（食肉加工産業）を分析してきたが、その際農業部門は関連産業の所与の条件と仮定され産業の市場行動なり戦略・政策の影響は無視してきた。しかし、農業関連産業の動向が農業生産に及ぼす影響は明らかであり、農業との対比において関連産業を規定するには、関連産業内部での企業関係を市場構造と行動の裡にとらえるばかりではなく、農業部門との依存関係としてもとらえなければならない。

産業組織論によって農業関連産業を分析することは、農業部門との相互依存関係を³³⁾ 解明しがたい障害を理論的に内包している。

しかも産業組織論は静態分析であり、相互関係をみるためには動態分析でなければ³⁴⁾ 充分でない。このように産業組織論が産業部門内の市場分析である限り、農業部門への影響の視点が欠けることになる。しかし関連産業と農業の関連が垂直統合として実現している現在、両産業部門間の関連の経済的分析が必要である。インテグレーションと農業関連産業の問題は次の2点から農業への影響を検討することが重要である。

1つはインテグレーションは価格と特殊な関係があるが、インテグレーションによって市場による調整が、管理による³⁵⁾ 技術的調整にとって代わり価格の役割が変化（減じる）するかという点である。確かにインテグレーションは、価格形成の市場を移動させ、価格によって市場が結びつく接合点が減っている。

第2にインテグレーションによる農業部門の企業への内包化は、それまでの政策的手段、例えば価格支持などに比べて、農業に経済的厚生をもたらし得るかということである。

インテグレーションの分析には、価格理論に加えて農業における効率性と経済厚生³⁵⁾の基準によるアプローチが必要である。

33) 現代経済学『価格理論Ⅲ』（現代経済学、岩波書店 1971. 79頁）

34) Nicholls ibid Chap. 19 には動態化が示唆されている。

35) Gray, R. W. "Some Thoughts Changing Role of price" J. F. E. Vol. 46. Feb. 1964.