HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	金山紀久著，『野菜価格形成の経済分析』，農林統計協会，1994年，185頁
Author(s)	出村，克彦
Citation	北海道農業経済研究，5(2)，67-70
Issue Date	1996-05-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63098
Type	journal article
File Information	KJ00009064968.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

金山紀久著
『野菜価格形成の経済分析』

農林統計協会　1994年　185頁

北海道大学農学部　**出村　克彦**

1．本書の課題と視角

野菜は、米、酪農畜産物と共に計量分析の研究が充実している分野である。野菜研究は生産・供給分析、需要分析、市場・流通構造等における、実態・構造分析や、実証・計量分析等、様々なアプローチによる研究実績が多い。何故この様に研究が多いのか。それは野菜は、完全競争・純粋競争など経済学の市場理論、価格理論が原理的に適用可能な分野である。特に野菜価格変動分析は研究者にとって魅力ある分野であること、産地市場と消費地市場、また流通構造等、制度と実態が歴史性と現実性を持って存在しており、不断の実態調査が不可欠で、絶えず新たな発見があること等が挙げられる。更に計量分析にとって不可欠なデータの利用可能性が、極めて高いことも大きな理由である。そうした研究郡の中で本書はどのように位置づけられるのか。本書の第1章で、過去の研究サーベイがなされている。それは網羅的と言うよりは、現在における野菜分析の問題・課題を明確にするために、比較的新しい文献に依拠している。野菜の分析において現在何が最も重要なのか、本書の分析目的は何を目指しているのかという点を強調するために、セレクトした既往研究の整理のように感じられる。この点は衒学趣味に陥らない長所と思うし、課題がより鮮明に明示される効果となっている。ただ、参考にしなかった研究に重要性が無いのかという疑問が残る。この点は後述する。

本書の問題意識と課題である。従来、野菜の市場構造と価格形成に対しては、多数の供給者と多数の需要者によって構成される競争的市場において、同質の生産物が取り引きされる純粋競争を想定して、分析が行われてきた。今日の野菜市場は産地の大型化、共販体制の整備、輸送技術の発達等で供給構造が変化し、また需要構造も供給過剰のもと、消費の高品質嗜好が高まり、量販店の拡大等により変化してきた。需給市場構造の変化は純粋競争市場の前提を成立し難くし、野菜の需給分析、価格分析は「不完全競争」市場のもとで分析されることが必要となる。それでは、不完全競争市場とは如何なる市場か。伝統的な市場・競争理論では、完全競争市場と独占市場の中間形態として、J.ロビンソンの不完全競争、チェンバレンの独占的競争、それに寡占市場がある。時として、完全競争市場が成立しないケースをまとめて不完全競争市場と称するが、その内容は様々である。完全競争市場は、競争の完全性と市場の完全性（第2章で5つの条件で示されている）で成立するが、現実の市場では完全競争条件が成立することは極めて困難である。唯一、生産者が多数であるという純粋競争が現実的仮定で、野菜市場はその代表例である。本書は第2章で、野菜市場の定義を不完全市場として子細に吟味する。これは重要な問題意識であり、本書の分析の基底をなす前提である。野菜市場は純粋競争条件が成立しない状況にあり、不完全競争市場と捉える必要があるが、しかし単純に寡占理論を採用する訳にはいかない。野菜市場の不完全競争市場は、「製品の無差別化の条件が成立しない点」（p.31）にあるとしており、更に、「独占的競争市場と見なすことにも問題を残す」とする。そのための重要な要因として、共販体制における産地組織の主体を「中間組織」として位置づける点を挙げる。

以上の野菜市場の不完全競争市場の定義と共販体制における中間組織のキー概念の設定を行ない、野菜の需要・供給構造分析、数量調整分析、価格変動分析等が進められる。

2．構成と内容

本書は「序論」と「要約と結論」の2つ章を含む8章構成である。

第2章「野菜市場構造の理論的考察」では、分析の前提となる野菜市場の定義と「中間組織」概念が明示される。野菜市場の需要・供給の構造的変化が整理され、野菜市場は純粋競争市場から不完全競争市場へ変化してきたとする。野菜の不完全競争市場は、独占的競争市場や寡占市場と異なることが強調される。野菜産地における生産者主体は共販組織で、この共販組織は企業組織の様に一意的に意思決定できる組織ではなく、多数の個別農家によって構成される集合体組織である。共販組織の意思決定と個別農家の意思決定は異なっており、従って寡占市場の中の企業の様に、共販組織を一つの企業組織として扱えないが、卸売り市場では一つの組織として行動するという中間組織として捉えている。零細個別農家が共販組織を組み、市場対応することによって、市場競争力を持つことのメッリトを分析する研究は多い。共販組織を中間組織として捉えることの重要な帰結は、共販組織は企業の様に意思決定の出来る組織として行動できず、従って数量調整が困難な組織であるということ、そのために、独占的競争市場や寡占市場における企業行動の競争理論が適用できないことである。

第3章「野菜の産地間の価格差と需要構造」では、野菜は産地間競争が激しく、それは品質競争によっているとした需要分析である。野菜の産地間競争の分析は、産地間の野菜の品質格差に対する需要分析である。そのためには産地の野菜の間の代替の弾力性を明示的に考慮した需要分析をする必要があるとして、アーミントン・モデルの改良型を用いた計量分析を行った。対象作物は、キャベツ、ダイコン、ホウレンソウで、モデルによる産地間の代替の弾力性の計測結果から、市場における産地間の製品の差別化を認めることが出来ると結論する。

第4章「宣伝・広告による野菜の需要創出効果」では、「ホクレン馬鈴薯・玉ねぎ消費拡大事業」を取り上げ、バレイショ、タマネギの広告・宣伝による需要創出効果を計測し、評価した。この章は本書の中心の一つである。宣伝・広告が品質格差形成の重要な市場戦略手段であるが、野菜においても効果があるのか。特に需要創出効果があるのか。ここでは、「売上アプローチ」モデルと「シェアアプローチ」モデルの2つによって計測を行った。広告・宣伝効果の吟味と2つのモデルの展開は子細を極めており、結論として、広告・宣伝の需要拡大効果を認めている。更に、シミュレーション分析により、供給の価格弾力性が小さい程、広告・宣伝効果の大きいことを認める。これは興味あるインプリケーションである。

第5章「野菜産地における数量調整」では、中間組織である共販組織の数量調整問題の分析である。共販組織の目的関数を「利潤極大化」と「粗収益極大化」に置き、、前者は数量調整を行えるケースで、共販組織は企業的行動を採り得る組織といえるが、後者は数量調整が困難なケースで、共販組織は中間組織の性格を持つとする。分析事例として、宮城県のイチゴ共販を対象とする。分析結果の結論として、イチゴ共販における数量調整は粗収益極大化モデルによって良く説明できるとする。イチゴ共販のケースの様に独占的状況にあっても、数量調整が困難であることから、一般の共販組織は中間組織の性格を持っており、本書の課題の一つである共販組織の数量調整の困難性とその要因である中間組織の性格を指摘する。

第6章「野菜の産地間の品質格差と価格変動」は本書のもう一つの中心である。産地間競争は品質競争を戦略として実施されており、産地における品質格差を前提とした価格変動分析である。産地間の品質格差が価格形成に影響を与えているので、産地レベルの需要構造と供給構造の分析によ

る価格分析である。モデルは産地間の代替の弾力性がどの産地でも同一であるという仮定を弱めた2段階ＣＥＳ型アーミントン・モデルで、対象は夏場のダイコンである。需要分析の結果から、価格形成の類似した産地の代替の弾力性値は、それ以外の産地間の値より大きいことが示され、産地間の代替関係が明らかにされた。また供給分析から、産地レベルの供給構造に違いのあることが確認される。更に、産地レベルの需要・供給モデルの結果を用いて、価格変動のシミュレーション分析を行う。結果は興味あるインプリケーショウを含んでいる。同一の供給量変化でも、産地が異なれば、産地に与える価格変動の大きさが異なること、産地間の代替の弾力性値が大きい程、産地レベルにおける供給量の変化による価格変動が小さいことが指摘される。従って、差別化が進めば、産地間の代替の弾力性が小さくなることから、近年の産地における差別化の動きは、産地レベルの価格変動を、より大きくすることが示唆される。

第7章「野菜の価格変動と経済厚生」では、野菜の価格変動が生産者余剰、消費者余剰及び社会的厚生に対してどの様に影響しているか分析する。野菜は価格変動の激しい代表的作物であるが、価格変動をもたらす要因を整理し、不確実性要因の関連で2つのケースの分けている。それは「市場不確実性」と「環境的不確実性」（ないしは「技術的不確実性」）である。計量モデルによる分析において、この両タイプの不確実性を表すモデルの関数型処理として、前者は適応的期待モデルの特定化によって、後者は需要・供給曲線のシフト要因である誤差項の採用によって区別される。分析対象はハクサイとキャベツである。両野菜の価格変動による経済厚生に与える影響は、市場不確実性によるよりも、環境不確実性による方が小さい。つまり、価格変動は需要・供給曲線の偶然のシフトに大きく影響されることを示す。

価格変動の経済厚生に与える影響の仕方として、ハクサイとキャベツは異なっており、それぞれ違った政策対応が必要なことを述べ、興味ある政策インプリケーションを導き出している。

3．意義と論点

野菜分析において、本書の意義と論点は以下である。まず野菜の（卸売り）市場の競争構造の性格を不完全競争の定義付けにより整理し、共販組織の性格を市場競争における経済主体の行動様式から中間組織と位置付けし、分析視点と定義の枠組みの下で、一貫して計量分析によって実証していることである。また価格シミュレーションを行い、興味ある政策的インプリケーションを引き出している。実態分析、定性分析が、展望的な改善策、政策提言に留まるのに対して、計量分析は政策インプリケーションをシミュレート分析より導出する強みがある。しかし、反面、重要な中間組織の実態的分析は、概念的、係数的なものになる弱みともなる。しかし、定性的な実態分析を本書に求めるのは、今後の研究発展の方向といえるが、課題の領域を越えている。

幾つか問題点をなる点を挙げると、産地間競争における需要構造・需要分析の考え方は、供給構造・供給分析に比べると、いまひとつイメージが明確でない。卸売り市場を分析対象としているが、誰の、何処の需要であるのか。野菜の価格形成は卸売り市場で実現するが、それはやはり野菜の実需者の小売り店（スパー等を含む）と消費者の需要を反映した結果であるはずだから、産地市場の需要分析の内容が不明である。この点に関して、青果物市場の構造・価格分析では、森宏氏の「食品流通の経済分析」（東洋経済新報社、昭和45年）が重要な業績である。ただし、ここでは卸売り市場と小売り市場の関係の分析であり、本書の産地生産者と卸売り市場の分析とは異なる。市場競争理論ではこの研究成果は参考になる研究と思うが、参照されていない。

主体としての中間組織の考え方は、実態としても主体の定義としても巧みな概念であるが、不完全競争市場を構成するこの主体の扱い方は明確さに欠ける。中間組織の構成要員は、純粋競争裡にある零細個別農家であり、そのために中間組織は企業的行動の出来る主体ではない。そのために、産地の共販組織は「数」の上からは寡占的であるが、価格に対する数量調整をするために、生産農家にそれを強制することは出来ないとする認識はその通りであろう。中間組織の扱いは、第5章で間接的に扱われているだけである。しかしこれは計量分析の枠内ではやむを得ないことであり、その実態を分析することは今後の課題であろう。

最後に、重要な概念である「不完全競争」の定義と野菜市場へ適用の理論的妥当性である。完全競争は現実には成立不可能であり、農産物市場のように生産者が多数、つまり市場価格に影響を与えることの出来ない零細な生産者に依っている競争市場を純粋競争と定義し、現実的な市場競争の実態としてきた。また、完全競争と独占の中間形態として、「不完全競争」が定義され、純粋競争、(チェンバレンの)独占的競争、(ロビンソンの)不完全競争、寡占等が市場・競争理論として精緻化されてきた。競争市場の性格付けは、完全競争の成立条件(本書で5条件を挙げる)の変化によるもので、企業の数、生産物の同質性等である。完全競争の成立条件が現実的でなくても、経済理論の理念型として絶えず理論前提として活用されるのは、完全競争の条件を満たさなくとも、市場競争の帰結が「競争均衡」(あるいは完全均衡)を達成することを認める点にある。つまり、市場競争理論が言わんとする事は、市場競争が継続し、貫徹することにより、資源の(再・最適)配分が市場メカニズムにより起こり、結果として競争均衡が実現し、それにより社会的余剰の最大化が達成できる点にある。従って、純粋競争であろうと「不完全競争」であろう、その理論前提に「競争均衡」の可能性を認めるか否かが重要となる。その意味で、農産物市場の競争理論は競争均衡を認める競争市場として定義できるのかどうかである。ダイコンの生産が完全競争(純粋競争)的であり、CDプレーヤーやウオークマンの生産が不完全競争的であるとは言えない。生産者(企業)の参入退出等の動きで、資源配分の競争均衡の進む可能性が、何れの市場において高いかが重要となる。

次に前述の不完全競争理論の内容に係わることだが、完全競争でない限り、どの様な不完全競争であっても、その理論表現は市場での需要曲線が傾いていることにある。それは、ロビンソンの不完全競争でも、チェンバレンの独占的競争でも需要曲線を傾かせることは同一であるが、その原因が異なり、また競争均衡を成立させる理論保証が異なる。前者は需要要因により、後者は供給要因により、需要曲線の傾きをもたらしている。野菜生産における中間組織は数の上では寡占であり、生産物の差別化をしている不完全競争市場の市場行動をする。形態的にはそうである。本書は従来、野菜市場において前提とされてきた純粋競争市場の理論検討を通じて、中間組織による不完全競争と定義して、野菜市場の分析を行っているが、市場競争において完全競争が理論的含意として持つ競争均衡、あるいは資源配分機能の意味を野菜・農産物市場ではどう考えるのか、一層の理論的展開を望むものである。

以上、本書に対する問題点は、評者の関心から出たものであり、本書の持つ課題と分析の成果を低めるものではない。本書は既に高い評価を受けており、地域農林経済学会奨励賞(1995年度)を受賞している。本書は、野菜市場分析だけでなく、市場理論、計量分析の手法等においても、後学の徒を大いに裨益する研究である。