

イングランド・ウェールズにおける 生乳取引の変貌

－ ミルク・マークの設立と分割を中心として－

平岡祥孝

目次

- I. はじめに
- II. MMBの解体とMMの設立
 - 1. MMB解体の社会・経済的背景
 - (1) MMBの設立と活動
 - (2) MMBをめぐる内部的・外部的経営環境の変化
 - 2. MMの設立
- III. MMの生乳入札制度
 - 1. 生乳入札制度の概要
 - 2. 生乳入札制度の運用
- IV. MMの分割
 - 1. MMと乳業メーカーの対抗関係
 - 2. MMC報告
 - 3. MM後継組織
- V. むすびにかえて
- 参考文献

I. はじめに

小稿の課題は、1990年代から2000年代初頭にかけてのイングランド・ウェールズ（England and Wales）において生産者生乳販売組織が変容する状況に焦点を当てつつ、生乳取引のあり方の変化を考察することにある。

戦前に設立された生産者生乳供給独占体のミルク・マーケティング・ボード（Milk Marketing Board of England and Wales、以下MMBと略す）は1994年に解体され、協同組合原則に基づく生乳共販組織のミルク・マーク（Milk Marque、以下MMと略す）が新しく設立された。しかし、後述するように、乳業メーカーがMMの供給独占体的行動を問題化して、政府が関与するところとなったのである。結果的には、MMは2000年に自主的に組織分割した。そしてまた、2002年からは分割した組織の統合という新たな組織再編が進行している。

このようなめまぐるしい生産者生乳供給組織の変容にともなって、当然のことながら生乳取引のあり方も変化してきた。とりわけ、MM設立以降は、生乳共販組織弱体化戦略とも言うべき乳業メーカーの行動が大きな要因になってきた。当時、連合王国（the United Kingdom、以下イギリスと記す）においては、保守党政権下で自由競争促進のために大胆な規制撤廃が推進されていた。生乳生産者と乳業メーカーにとっては、自由市場下における生乳取引関係構築の過渡期であるとも言えよう。

以上のような事実を踏まえて、1990年代はイングランド・ウェールズの酪農乳業部門が真の取引関係を模索した「創造的破壊」の時期であったという問題意識の下に、生産者生乳販売組織の変容から生乳取引制度の変化を考察する。小稿では、まず、MM設立の経緯すなわちMMB解体の社会・経済的背景を再整理する。次に、MMが導入した生乳入札制度の運用実態および乳業メーカーの主張を整理したうえで、独占合併管理委員会（Monopolies Mergers Commission、MMC）の見解および全国農業経営者同盟（National Farmers Union、NFU）の反論を分析することを

通して、MMの組織分割に至る過程を明らかにする。そして、現在の生乳共販組織の状況および公正な生乳取引制度確立にむけた取り組みについて言及したい。

II. MMBの解体とMMの設立

1. MMB解体の社会・経済的背景

(1) MMBの設立と活動¹⁾

イングランド・ウェールズでは、戦前1933年に設立されたMMBが、1994年10月31日まで活動していた。ここでまず、MMBの足跡を簡単に辿っておこう。

MMBが設立された時代状況は、世界的な農産物過剰生産と農産物価格低落に直面して、イギリス政府が1864年の穀物法廃止以来続けてきた自由貿易政策を最終的に放棄した時期であった。すなわち、1930年代は国家の助成と保護という介入制度の先駆となったのである。農業部門においても保護政策が採用されたが、農産物流通分野では、1931年農産物販売法(Agricultural Marketing Act, 1931)、ならびに1933年農産物販売法(Agricultural Marketing Act, 1933)が制定された。これら農産物販売法二法の制定の意図は、生産者が農産物の供給を管理することを通して、農産物価格の安定化を図って農業所得を確保することであった。農産物共販組織を協同組合組織ではなくマーケティング・ボード(Marketing Board)という組織形態で設立されることに道が開かれた。MMBも、他のマーケティング・ボードと同様に、当該二法を根拠法として設立されたのである。²⁾

MMBは、①生乳生産者の全員強制加入登録と、②未登録生産者の生乳販売禁止という組織原理に基づいて、生産者供給独占体を形成することができた。その結果、MMBは生乳の「一元集荷・多元販売」を貫徹することが可能となり、生乳生産者が寡占的乳業資本と対等な取引交渉力

(bargaining power) を有することができたのである。

第二次世界大戦時および戦後統制下において、食糧省 (Ministry of Food) は MMB を戦時牛乳政策遂行の代理機関として、その組織と機能を有効に活用した。そのことは、MMB が生乳供給独占体として完成された組織を形成することとなり、その後のイングランド・ウェールズの酪農業発展に寄与していく直接的契機となった。³⁾

1953年11月に食料統制撤廃が表明され、MMB はすべての機能を回復した。と同時に、1954年からは生乳について不足払い制度が導入された。不足払い制度は飲用向け生乳に対してのみ適用され、標準数量 (政府の価格支持の対象となる限度数量) と保証価格が設定された。不足払い制度下においても、MMB による生乳の需給調整は成功している。なお、この生乳不足払い制度は、後述するようにイギリスの欧州共同体 (European Community, EC、当時) 加盟にともなって、1977年12月31日で廃止された。1978年1月1日からは、共通農業政策 (Common Agricultural Policy, CAP) が全面的に導入された。

1973年にイギリスが EC に加盟するに際して、EC 閣僚理事会は MMB の存在を問題にした。しかしながら、最終的に EC は、MMB の組織と機能に対して一定の修正を加えた形で存続を認めた。EC にとっては、MMB は域内の産業組織を強化するものとして受け入れられたのである。こうして、MMB は、CAP の枠組みの中において活動を継続することとなった。⁴⁾

他方、EC は、1970年代以降深刻化した牛乳・乳製品の過剰問題に対して種々の措置を講じてきたけれども、1984年には最後の手段として、生乳と乳製品の過剰生産を抑制して生乳供給量を市場需要量に均衡させることを目的とした生乳クォータ制度を導入した。巨大な生乳購入者として行動する MMB は、農漁業食糧省 (Ministry of Agriculture, Fisheries and Food, MAFF) の代理機関として、生乳クォータ制度の運用において重

要な役割を果たした。また、クォータ数量枠の賃貸借制度に対しても、仲介業務を通して当該制度活用の利便性を高めるとともに、酪農構造の改善にも寄与したのである。⁵⁾

(2) MMBをめぐる内部的・外部的経営環境の変化⁶⁾

上述したように、MMBは、イギリスのEC加盟とともにCAPの枠組みの中で活動を継続することになった。しかしEC加盟以降の1980年代に顕在化した様々な要因が複合的に作用して、MMB解体につながっていったのである。

MMBを中心とする生乳流通制度を抜本的に改革することになった要因は、次の4点に集約することができよう。①生乳価格と生乳価格設定方式に対する生産者あるいは乳業メーカーからの批判、②牛乳・乳製品の消費者嗜好の変化と牛乳宅配制度の退潮、③MMBの組織原理を定めた「ミルク・マーケティング・スキーム」(The Milk Marketing Scheme as amended 17th July, 1981) 運用の限界、④消費者側からのMMBに対す

表II-1 EC目標価格に対する百分比表示の生産者生乳価格

年 (暦年)	デンマーク (%)	旧西ドイツ (%)	オランダ (%)	フランス (%)	ベルギー (%)	アイルランド (%)	MMB (%)
1981	100.9	93.4	95.9	97.1	91.6	89.2	93.0
1982	102.3	94.0	95.3	96.1	93.0	87.9	91.2
1983	100.7	94.6	93.0	95.3	92.6	87.2	88.1
1984	100.8	92.6	93.5	92.1	90.8	85.6	87.8
1985	100.1	95.1	94.1	92.7	91.3	87.0	89.2
1986	99.5	94.9	92.6	91.2	91.3	86.6	90.1
1987	98.5	93.2	93.7	90.1	89.8	84.8	90.1
1988	105.5	100.0	100.3	91.8	94.5	93.7	94.1
1989	109.1	107.3	104.2	93.8	100.4	101.4	95.4
1990	108.0	101.2	96.7	93.3	90.7	89.5	93.6

注) 乳脂率3.7%基準に補正した数値。

出所) Williams (1993) p.5 Table 1 より作成。

る不満、である。ここでは、生乳取引において最も重要である生乳価格と生乳価格設定方式に限定して再整理したい。

EC加盟とともに当然のことながら、イギリスと他のEC諸国との生乳価格比較が可能となった。しかし、それは、他のEC諸国と比較してMMBが実現してきた生乳価格は相対的に低い状態にあることを明らかにしてしまったのであった。表II-1は、EC目標価格(target price)に対する百分比で換算した生産者生乳価格を用いて、MMBのプール価格と主要なEC加盟国の価格を比較したものである。表II-1から明らかなように、MMBの生産者生乳価格は、1980年代初頭を除いてほぼ中位以下に固定されている。さらに、MMBは、生産者が期待した加工原料乳価格の引き上げを実現できなかった。そのために、生乳生産者はMMBの活動に失望したのである。

MMBは、その組織運営からイングランド・ウェールズを11地域に分割していた。その各地域が生乳販売代金のプール計算の単位となっていた。表II-2は、1984/85~93/94年度の期間における地域別年平均卸売生乳

表II-2 地域別平均卸売生産者純支払価格(1984/85~93/94年度)

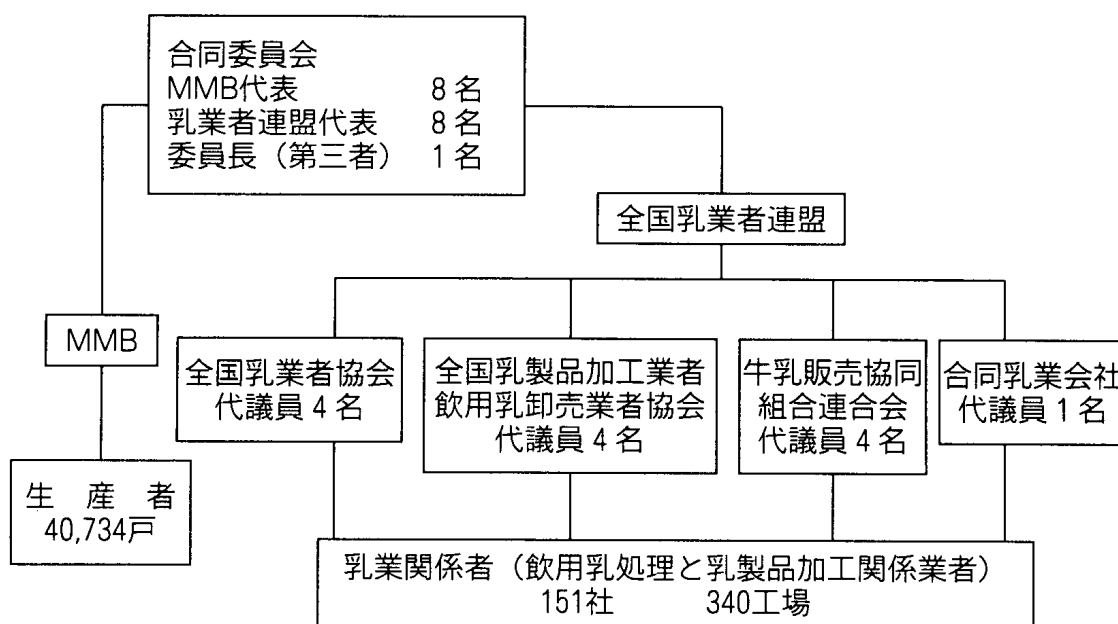
	1984/85 (パンス/ℓ)	1985/86 (パンス/ℓ)	1986/87 (パンス/ℓ)	1987/88 (パンス/ℓ)	1988/89 (パンス/ℓ)	1989/90 (パンス/ℓ)	1990/91 (パンス/ℓ)	1991/92 (パンス/ℓ)	1992/93 (パンス/ℓ)	1993/94 (パンス/ℓ)
1 北部地域	15.131	15.745	16.174	16.666	18.029	19.250	19.181	19.940	21.017	22.302
2 北西部地域	15.109	15.750	16.168	16.636	17.985	19.268	19.221	19.981	20.998	22.388
3 東部地域	15.215	15.829	16.232	16.772	18.156	19.164	19.217	20.059	21.081	22.500
4 東中央部地	15.162	15.784	16.160	16.690	18.114	19.205	19.113	19.192	20.897	22.351
5 西中央部地	15.093	15.786	16.168	16.675	18.060	19.180	19.137	19.957	20.932	22.355
6 北ウェールズ地域	14.943	15.615	16.022	16.517	17.911	19.175	19.089	19.830	20.881	22.308
7 南ウェールズ地域	14.961	15.623	16.046	16.630	17.946	19.125	19.199	19.961	20.825	22.136
8 南部地域	15.088	15.758	16.135	16.647	18.078	19.064	19.099	19.884	20.874	22.309
9 中西部地域	14.978	15.728	16.123	16.625	17.987	18.994	19.100	19.907	20.895	22.273
10 極西部地域	15.136	15.858	16.228	16.818	18.181	19.263	19.380	20.146	21.151	22.469
11 南東部地域	15.258	15.876	16.236	16.739	18.150	19.219	19.281	20.044	21.051	22.535
イングランド・ウェールズ平均	15.088	15.758	16.158	16.670	18.038	19.182	19.193	19.973	20.973	22.349
格 差	0.315	0.261	0.214	0.301	0.245	0.247	0.219	0.316	0.326	0.399

出所) MMBs, *United Kingdom Dairy Facts & Figures*, various issues より作成。

生産者純支払価格の動向を示している。格差は、0.214ペンス／リットル（86／87年度）から0.399ペンス／リットル（93／94年度）の範囲であり、地域的格差は極めて小さいと言えよう。狭義の経済効率性の視点から見るならば、生産者に対して単一プール価格を支払うことは非効率である。限界的な生産者を保護することになるプール価格は、競争上優位性をもった生産者にとっては不満となったのである。

他のEC諸国と比較してMMBが実現してきた生乳価格は相対的に低い状態にあることに加えて、プール価格それ自体の設定に関して矛盾を露呈したために、代替的な生乳販売制度の検討を望む生産者も現れ、MMBの支持基盤が動揺し始めた。

他方、乳業メーカーからも生乳取引に対する批判が出始めた。生産者生乳価格は合同委員会（Joint Committee, JC）で決定されてきた。このJCは、同数の生産者代表と乳業メーカー代表が、生乳価格・生乳の等級・生乳引渡しの諸条件など生乳販売に関する事項を協議する場である。



注) 統計数値は1979年時点。
出所) 小林(1983) p.357より引用。

図II-1 生産者・MMB・乳業メーカーの関係

図Ⅱ－１は、ＪＣを中心とした生産者・ＭＭＢ・乳業メーカーの関係を示している。ＪＣは、供給サイドと需要サイドの双方を組織化して取引交渉窓口を一本化したものであり、合理的な組織運営が可能であった。財務情報共通分析（Common Approach to Financial Information, C A T F I）方式に基づき飲用向け生乳の下限価格が毎月算定されたうえでＪＣにおいて合意されてきた。他方、加工原料向け生乳価格は、乳製品市場価格から製造費用を差し引いて算定されたので（「費用項目積上げ」方式）、為替変動に連動して不安定であった。

このような中央一括交渉方式は、競争が激化するにつれて迅速かつ柔軟な経営対応を求められる乳業メーカーにとっては、逆に硬直的な対応に陥る危険性を増大させることになった。そのために、乳業メーカーからＭＭＢの硬直性に対する批判が上がってくることになった。⁷⁾

ＭＭＢ自体も独占的地位を失いつつある中で、自らの制度改革の必要性を認識しつつあった。さらに当時の時代潮流は、保守党政権下において競争原理に基づく産業政策の推進が政策基調であり、規制撤廃の路線が既に社会・経済的土壌として育まれていたのである。

2. MMの設立

政府は、1993年7月に1993年農業法（Agriculture Act, 1993）を成立させて、MMB解体を決定した。そして、1993年農業法に基づいて、MMB自らに組織改編の原案を立案・修正させたうえで、協同組合原則を組織基盤とする生乳共販組織のMMを設立させたのである。政府の目的は、競争原理に基づく経済効率性を追求すべく、酪農産業全体の自由競争を促進するために競争的な生乳取引市場を創出することであった。新設されたMMは、生乳共販組織として市場経済主義に基づく生乳取引市場の運営に参画することになったのである。

MMB解体からMM設立に至る過程において問題となったことの一つは、

MMB直営の生乳処理加工工場の取り扱いであった。MMBが自前の余乳処理能力を有していたことによって価格形成力を維持できた。それゆえに、MMBは、MM設立にあたっても当該生乳処理加工工場の継承を主張したが、政府は受け入れなかった。その結果、イングランド・ウェールズでは、MMBの後継組織は生乳共販組織に特化したMMとなったのである。

MMBの活動は1994年10月31日で終了し、同年11月1日からMMの活動は開始された。MMBでは1994年3月時点の登録生産者数は2万8,033人であったが、大多数の生産者はMMに移ることになったので、MM発足当初の組合員数は2万940人であった。そして事業実績は、イングランド・ウェールズにおける生乳取引量の約68%（イギリス国内における生乳取引量の約55%）を占める74億7,500万リットル（95年度）であった。⁸⁾このことは、生乳生産者の乳業メーカーに対する警戒心が強く反映した結果であるが、MMは事実上の供給独占体として存在することになった。

Ⅲ. MMの生乳入札制度

1. 生乳入札制度の概要

MMは、自由市場下で需給を反映させ、安定的な生乳取引の枠組みを構築するために、生乳取引にサービス別取引とスポット取引（競売）からなる生乳入札制度を導入した。MMB時代では、最終用途を基準として差別価格を適用する「最終用途別乳価体系」が採用されていた。生乳取引に入札制度を導入した先進国は、他には見当たらない。サービス別取引は、MMが生乳供給条件と生乳販売価格を一方向的に提示して、乳業メーカーの応札数量を集計して、販売契約を決定する方式である。この点で、従来の入札や競売とは性質を異にしていることに注意したい。

表Ⅲ-1は、1994年7月に実施された第1回入札における契約の種類およびサービスと価格の水準を示したものである。このように第1回入札では7種類の契約が提示された。しかるに、97年7月以降は、①プレミア・

サービス契約 (Premier Service Contract)、②農場出荷季節変動契約 (Ex-Farm Profile Contract)、③変動供給契約 (Fluctuating Supply Contract)、④余乳契約 A (Residual A Contract)、⑤余乳契約 B (Residual B Contract) の 5 種類に簡素化された。

それぞれの契約について簡単に説明しておきたい。プレミア・サービス契約は、最も乳業メーカーの要求に配慮された契約である。MMの裁量による配乳量の許容変更幅が最小であり、乳業メーカー側にも裁量変更幅が与えられている。農場出荷季節変動契約は、事前に合意された季節調整係数で契約日量に変更される契約である。季節調整後の数量から、MMの裁量による変更が許容されている。変動供給契約は、農場出荷季節変動契約よりも季節調整係数およびMMの裁量による許容変更幅が大きい契約である。余乳契約は、乳業メーカーの1日当たり受入れ容量を契約しておき、余乳が発生したときにその処理を受け入れる契約である。余乳契約Aよりも余乳契約Bの方が、MMの裁量による許容変更幅が大きい。

スポット取引も入札方式であるが、MMが乳業メーカーから生乳1リットル当たり価格と数量の申し込みを回収して、高価格を提示した乳業メーカーから販売契約を順次決定していく。売れ残りの生乳があれば、余乳契約に振り向けられる。

サービス別取引に関する入札方法の手順は、1994年7～8月にかけて実施された第1回入札と基本的に同じ手順であったが、具体的な手順は大きく4段階ある。具体的には、①MMによる「生乳購入希望数量入札申込み用紙」(Customer Offer Form)の各乳業メーカーへの郵送、②乳業メーカーからの申し込み、③MMによる申込み数量の集計と調整、④販売契約の確認、である。なお申込み数量が供給量を上回ったときには、MMの裁量による申込み数量の強制的な圧縮「スケーリング・バック」(Scaling Back)が行われることもある。契約期間は、入札制度導入当初は1年契約のみであった。

2. 生乳入札制度の運用

表Ⅲ-2は、1994～98年の期間における入札結果を整理したものである。MMが分割されるまでの約5年間に於いて、サービス別取引の生乳入札は合計10回実施された。表Ⅲ-2に於いて、それぞれの入札について重要点を見ていきたい。

MM正式発足に先立って1994年7月に実施された入札では、乳業メーカーの弱気な対応から必要乳量を確保することに自信が持てず

に大量の申込み数量を発生させた。最終的な販売数量を23%上回る数量を入札した。MMは提示販売価格を上方修正して3回反復入札した。その結果、MMはMMB時代の直近価格よりも高い水準を達成することができた。

MMが本格的に活動を開始して初めて実施された1995年7月の入札では、乳業メーカーと公正取引庁の勧告に従って、乳業メーカーが購入契約期間を6ヶ月、12ヶ月、18ヶ月から選択できることとした。加えて、契約成立数量分は全量購入しなければならない方式（拘束申込み方式）が取り入れられたので、乳業メーカーが必要量以上の数量を申し込む事態は大部分回避された。表Ⅲ-2からも明らかのように、1994年7月入札よりも販売価格は0.5ペンス／リットルずつ引き上げられたが、応札は活発であった。

しかしながら、申込み数量が余乳契約と変動供給契約の下位2種類の契約に約42%集中している。販売価格の0.5ペンス／リットル引き上げにもか

表Ⅲ-1 第1回入札における契約の種類およびサービスと価格の水準

契約の種類		サービス水準	販売価格水準
需要主導型	プレミアサービス契約	高	高
	毎日需要契約 定時定量契約		
供給主導型	季節調整型 農場出荷季節変動調整契約 均衡化供給契約 変動供給契約	低	低
	余乳型 余乳契約A 余乳契約B		

表 III - 2 MMIによる入札実績

	1994年7月		1995年7月		1996年1月		1996年2月		1996年7月		1996年10月		1997年1月		1997年7月		1998年1月		1998年7月	
	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)	価格 (円/ス/ト)	数量 (百万ト)
ファミアサ-ビス契約	27.0	328	27.5	225	28.0	55	28.0	40	27.1	110	27.1	33	25.7	104	24.0	31	23.21	26	23.3	20
毎日需要契約	26.8	1,577	27.3	44	27.85	16	27.85	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
定時定量契約	26.5	612	27.0	533	27.65	44	27.65	38	26.9	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
農場出荷季節 変動調整契約	26.3	2,212	26.8	2,218	27.5	171	27.5	139	26.7	36	26.7	6	24.5	328	22.5	432	21.71	443	21.8	134
均衡契約	26.0	648	26.3	285	27.2	32	27.2	191	26.4	230	26.4	9	-	-	-	-	-	-	-	-
変動契約	25.1	1,520	25.6	1,900	26.6	533	26.8	390	25.6	1,227	25.6	69	23.7	844	22.0	512	21.21	180	21.3	125
余乳A契約	24.3	380	24.8	475	25.9	133	26.1	98	24.3	307	24.3	17	22.1	912	20.3	554	19.51	538	-	-
余乳B契約	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19.8	331	19.01	1,255	-	-
変動(修正)契約	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.5	1,231
販売総量		7,277		5,680 (2)		984 (2)		907 (2)		1,950 (2)		134 (2)		2,188 (2)		1,860 (2)		2,442 (2)		1,510 (2)
平均価格	26.07		26.22 (1)		26.83		27.02		25.62		25.91		23.25		21.25		19.82		20.72 (3)	

出所) DIN (1999) p.16 を参考にして作成。

- 注) 1) スポット生乳と特殊業者生乳を除く。
 2) MMI変動契約による売却量と余乳契約による売却量のみを合計すると、平均的な内訳では80%が変動契約による売却で、20%が余乳契約による売却ということになる。変動契約にはクリスマス用割引が含まれる。
 3) この平均価格は1億7,600万リットルの生乳が平均25.11ペンスで売却された別個の小規模な入札を含むものである。MMIは1997年7月と1998年1月の数量は実際のMMIのプールの生乳量に合致していない。この数量は契約期間が異なる契約で売却された生乳の総量であることによる。MMIは1997年7月と1998年1月に余乳契約Aおよび余乳契約Bに基づく売却を行った。
 4) この数量は実際のMMIのプールの生乳量に合致していない。この数量は契約期間が異なる契約で売却された生乳の総量であることによる。MMIは1997年7月と1998年1月の数量は6ヶ月契約で売却された生乳に関するものである。他に2,200万リットルの生乳が12ヶ月契約で売却されている。
 5) 1998年1月の数量は2ペンス/リットルを放した。しかし、個別相対契約を通じて生乳を売り捌けなかったため、MMIは9月に価格を1ペンス引き下げて、再度、競売を実施した。当時、MMIはその生乳の83%を売却したと発表した。事実、MMIは約53%を売却し、29%を「生産能力」及び「もしくは利潤固定契約、さらに10月初めの大規模なスポット市場で売却した。固定契約で売却された生乳の平均価格は20.72ペンスだったが、前述のものは全て「実際の」売却価格平均を約20.4ペンス/リットルに引き下げたと推定されている。

かわらず、加重平均価格は0.15ペンス／リットルの上昇にとどまった。このような下位契約への集中化傾向は、サービス別取引に基づく入札制度が機能不全に陥る兆候であったと言えよう。

1996年1月入札でも、上記下位契約への集中化傾向はより顕著となり、販売総量の68%を占めるに至った。MMは、前回入札よりも余乳契約では1.1ペンス／リットル、変動供給契約では1.0ペンス／リットル引き上げたので、加重平均価格は0.61ペンス／リットル上昇した。同年2月には臨時入札が実施されている。

1996年7月入札では、乳業メーカーの批判と公正取引庁の勧告に従って、スケーリング・バックの適用基準を明確化するとともに、いわゆる「90%ルール」が導入された。「90%ルール」とは、申込み数量が供給量の90%相当に満たない場合には、MMが提示販売価格を引き下げて再度入札をやり直すという規定である。今回の入札では初めて前回入札時の水準を下回った販売価格が提示されたが、生乳350万リットルが売れ残った。加重平均価格は、前回入札より1.3ペンス／リットル低い25.62ペンス／リットルとなった。今回の入札の特徴的なことは、最短契約期間の6ヶ月契約に販売量の約70%が集中したことである。乳業メーカーが必要数量の安定的確保を優先する行動から市場状況に機敏に対応する主体的行動に移り始めたと言えよう。なお同年10月には臨時入札が実施されている。

1997年1月入札では、「追加数量申込み調整金」(Excess Volume Price Adjustment)が導入された。再入札における申込み数量が前回よりも10%以上多く、かつ契約が成立した乳業メーカーに対して、追加増量分に関して当該両入札における販売価格差の50%に相当する額である「追加数量申込み調整金」がMMから支払われることになった。にもかかわらず、「90%ルール」に基づく反復入札を行っても、申込み数量はさして増加しなかった。結果的に、供給量の75%に相当する生乳1,020万リットルが応札された時点で打ち切られた。下位2種類の契約に販売総量の約80%が集

中し、加重平均価格は23.25ペンス／リットルとなり、前回入札より2.66ペンス／リットル下落した。

1997年7月入札では、MMは、乳業メーカーの批判に基づく公正取引庁の勧告に従って、最低販売価格の下支えとなっている生乳換算相当介入価格（Intervention Milk Price Equivalent, I M P E）の算定水準を見直した。加重平均価格は21.25ペンス／リットルにまで低下したが、94年7月入札と比較して約20%下落したことになる。MMの取引交渉力が著しく低下していることは、明白な事実となった。MMは、同年10月にチーズ製造工場（Aeron Vally Farms）を買収した。

1998年1月入札では、契約期間18ヶ月以上5ヵ年迄の長期契約が新たに選択肢として導入された。MMは集乳シェアの低下が進行する中で経営安定化を図ろうとしたと、考えられる。しかしながら、乳業メーカーは、このような長期契約をEU牛乳・乳製品市場が不安定な状況にあっては回避した。「90%ルール」に基づく反復入札が4回行われたが、加重平均価格

表Ⅲ-3 イギリスの生産者生乳価格

	1995年 (ペンス/ℓ)	1996年 (ペンス/ℓ)	1997年 (ペンス/ℓ)	1998年 (ペンス/ℓ)	1999年 (ペンス/ℓ)	2000年 (ペンス/ℓ)	2001年 (ペンス/ℓ)
1 月	24.41	25.01	24.16	20.13	19.31	16.79	18.31
2 月	24.20	25.03	23.79	19.94	19.03	16.62	18.17
3 月	24.32	25.34	23.74	19.86	18.98	16.64	17.88
4 月	22.91	23.63	20.55	17.66	17.56	15.26	
5 月	22.53	22.73	19.71	16.69	16.42	14.62	
6 月	24.01	23.89	20.86	17.74	17.23	15.35	
7 月	26.45	26.57	24.03	20.74	19.79	17.63	
8 月	26.48	26.82	23.85	20.87	19.83	17.93	
9 月	26.52	26.52	22.95	20.06	19.17	17.51	
10 月	26.77	25.61	20.98	20.22	18.12	18.80	
11 月	25.57	24.63	20.56	19.68	17.69	18.60	
12 月	25.49	24.49	20.14	19.30	17.33	18.25	
年平均	24.94	25.02	22.12	19.37	18.35	16.93	
前年比(%)	-	+0.3	-11.6	-12.4	-5.3	-7.7	

注) 平均乳脂率約4.1%、平均タンパク質含有率約3.3%の農場出荷生乳価格。
出所) DIN(2001) p.36 Table を参考にして作成。

は前回入札の場合よりもさらに下回った19.82ペンス／リットルとなった。表Ⅲ－3からも明らかのように、結果的には、MMの加重平均価格がイギリスの生産者生乳価格に影響を及ぼしていると、推察できる。

1998年7月入札では、入札を1回で打ち切るというMMの強引な運営によって、加重平均価格は前回入札時よりも高い20.72ペンス／リットルを実現したものの、販売総量はわずか2億7900万リットルにとどまった。98年のイギリスの生産者生乳価格はEU諸国において最低水準にまで落ち込んだのである⁹⁾。同年10月にチーズ製造工場（North Bradon）を買収した。

IV. MMの分割

1. MMと乳業メーカーの対抗関係

上述したように、MMは入札制度の運用において部分的な修正を加えてきた。主な修正は、①契約期間選択方式の導入（1995年7月）、②拘束申込み方式の導入（1995年7月）、③スケーリング・バック適用基準の明確化（1996年7月）、④90%ルールの導入（1996年7月）、⑤IMPE水準の見直し（1997年7月）であった。しかるに、全国乳業者連盟（Dairy Industry Federation, DIF）は、これらの修正では不十分であるとの認識であった。

このため、DIFは、MMに対しては一貫して敵対的行動に出ることとなった。まず、MMの入札制度の運用それ自体を問題にすべく、公正取引庁を動かしてMMCにMMおよびグレートブリテンの生乳市場に関する調査を付託させた。後述するように、1998年からMMCの調査は開始された。次に、MMの入札制度を事実上破綻させるべく、MMを通さずに生乳生産者や他の生乳販売グループからの直接購入、および入札における下位契約への集中化という方法を、乳業メーカーは個別的に場合によっては協調的に活用した。

乳業メーカーにとって、生産者と直接取引することは原料乳供給源を安定的に確保できるとともに、乳成分などについて自らの要求に合致させた生乳生産を促すことができる。

乳業メーカーは生乳供給を安定的に確保するために、生産者に対して「MM実現価格+ α 」の生乳直接取引価格を提示した。限定的な調査結果であるが、具体的数値で見ていこう。

1995/96年度では、直接取引契約のうち5%はMMの生産者価格を下回っていた。 $+\alpha$ のプレミアムの実態について見ると、1ペンス/リットル以下の契約が73%、2ペンス/リットル以下の契約が22%であった。1998/99年度では、MMの生産者価格を下回る契約は姿を消した。当該プレミアムに関しては、1ペンス/リットル以下の契約は14%、2ペンス/リットル以下の契約は63%、2ペンス/リットル以上の契約は23%であった。1999/2000年度では、2ペンス/リットル以下および以上の契約に集中して、それぞれ24%、73%であった。そしてその一方で、乳業メーカーは、このような直接取引の費用増加分を相殺すべく、MMの入札に対して低価格の変動供給契約と余乳契約に申込みを集中化させる協調的な行動に出た。ここであらためて表Ⅲ-2を見てみよう。たとえば1998年1月入札では、プレミア契約成立分はわずか2,600万リットルであり、販売総量の1%強にとどまっている。他方、変動供給契約成立分および余乳契約成立分の合計数量は19億7,300万リットルに上っている。

乳業メーカーと生産者の直接取引が拡大するとともに、MMの入札制度の非効率性および配乳システムの高コストが顕在化した結果、組織運営経費が上昇した。また、組合員数も激減した。1997/98年度末の組合員数は1万5,475人であった。1999年1月に、MMは、以後すべての生乳について個別相対取引を通して販売することを発表した。

2. MMC報告

イギリスにおいては、市場支配力に対する規制は「独占状態」(monopoly situation) 規制として行われている。この独占状態の定義は、1973年公正取引法 (Fair Trading Act, 1973) 第6条～第9条に記されているが、単一独占 (scale monopoly) と複合独占 (complex monopoly) に大別されている。単一独占とは、「一事業者 (又は相互に結合関係にある二以上の事業者) が、国内において供給される同種の商品又はサービスの25パーセント以上を供給しているか、又は供給を受けている状態」を指す。複合独占とは、「協定に基づくか否かに関わり無く、競争を制限するような方法で事業を営む二以上の事業者が、国内において供給される同種の商品又はサービスの25パーセント以上を供給しているか、又は供給を受けている状態」を指す。要するに、独占状態の存否に関する問題は、市場占有率が25%以上か否かという点が基準となる。独占状態が公共の利益に対してどのような影響を及ぼすかについては、1973年公正取引法第84条に定められている「公共の利益に関する考慮事項」に基づいて検討される。

1998年1月に、公正取引庁は乳業メーカーからの申し立てを受けて、MMCに対してMMの生乳入札制度およびグレートブリテンの生乳市場に関する調査を付託した。MMは、1999年時点においても国内生乳供給量の約40%を占めていた。MMCは、1999年2月に最終報告書を産業貿易省 (Ministry of Industry and Trade) に提出したが、同年7月まで公表は控えられた。

端的に言うならば、報告書の内容は乳業メーカー側の主張に沿うものであった。MMCは、「MMの販売方式は、当該方式におけるMMの実質的な裁量およびその取り扱う市場占有率によって、自らに有利となるように単一独占状態を利用したことが明白である。消費者は、生乳に対して本来支払うべきよりも多くの額を支払った。」と結論づけた。MMCは、MMによる供給独占体的行動の弊害を認定するとともに、MMの生乳処理加工

事業拡大も公共の利益に反するものであるという判断を下した。そして、最も望ましい改革のあり方として、MMの組織分割を勧告した。¹⁰⁾

政府の対応としては、産業貿易相が、MMC報告書公表以前にMMの組織分割勧告については拒否し、当面実行すべき暫定的な是正措置に同意することをMMに対して求めた。MMに要求した暫定的な是正措置は、①緊急時を除く契約生乳処理取引の禁止、②他の乳業メーカーに非公開にした形での生乳販売契約の個別提示の禁止、③生乳の用途を制限する契約の締結の禁止、④生乳流用に対する制限および生乳転用に対する追加料金請求の禁止、⑤生乳処理加工部門拡張の禁止、であった。

これらの暫定的な是正措置は、MMの存続と引き換えるにはあまりにも大きな代償であった。とりわけ、生乳処理加工部門の拡大が認められないことは、MMが直接参入することが不十分な状況に止まり、生産量の増大に対応した需要創造のみならず、高度に集中化された乳業メーカーとの対等な立場での競争が不可能となる。それゆえ、MMは、生乳処理加工部門への進出を自由に行えることが生産者にとって利益があるという判断にたって、自主的に組織分割を受け入れることを決定したのである。また、後継組織間で共謀を行わない限り、生乳販売方法は自由に選択することができた。なお、NFUは、逆にMMの入札制度は乳業メーカーに有利となっていると考えていた。それゆえ、MMCの報告書を承認した政府決定に対する司法審査（Judicial Review）を求め、最終的に認められた。¹¹⁾

3. MMの後継組織

1999年11月4日にMMの臨時組合員総会が開催され、組織分割が了承された。2000年4月1日に、MMは、北部地域のゼニス・ミルク（Zenith Milk）、中部地域のアキシス・ミルク（Axis Milk）、南部地域のミルクリンク（Milklink）という3つの地域協同組合組織に分割された。それぞれの集乳シェアは、イギリス生乳生産量の約11%（約14億リットル）である。

組合員数は、ゼニス・ミルクは約3,700人、アキシス・ミルクは約3,200人、ミルクリンクは約2,900人であった。MM設立当初から比べれば、組合員数を減少させたことと、大きく集乳シェアを低下させたことは明らかである。¹²⁾

V. むすびにかえて

イングランド・ウェールズの生産者生乳価格を引き上げたMMの生乳入札制度は、1998年1月入札までに実質的には崩壊した。公正取引庁の勧告に基づく改善が、乳業メーカーの入札戦術をより効果的なものにした。

MMが自主的とはいえ組織分割を決断するところまで追い込まれたが、それにはMMCの報告と勧告が大きく影響していることは明白である。しかしながら、ここで注意すべきことは、MMC報告に対して疑問が呈された事実である。下院特別委員会（House of Commons Select Committee）の農業委員会（Agriculture Committee）は、2000年1月に報告書を公表して、MMC報告における基本的な問題点を指摘した。¹³⁾

平均生産者生乳価格は、1997年以降急落している。その原因は入札制度の崩壊だけでなく、MMの運営費用の上昇によっても下落したと考えられる。乳業メーカーが乳業工場周辺の生産者と直接取引を深めていったために、MMの加入組合員の減少にともなって、MM加入生産者と乳業メーカーとの間の集配乳ルートの距離が伸びたことが、MMの運営経費を押し上げた。¹⁴⁾

MMの分割以後、各生産者組織の統合再編が加速されつつある。また、生産者組織が自ら生乳処理加工部門への事業拡大を図る動き、あるいは乳業メーカーとの提携を模索する動きも活発化している。最近の事例では、ゼニスミルクがミルクグループ（Milk Group）を2002年に吸収合併し、「英国酪農経営者集団」（Dairy Farmers of Britain）を発足させている。また、ミルクリンクは、タナー・フーズ（Tanner Foods）を900万ポンド

相当で買収した。タナー・フーズのUHT牛乳の年間生産量は1億2,000万リットルであり、生産量規模では業界第2位である。¹⁵⁾

これまで見てきたように、イングランド・ウェールズの生乳取引市場は、わずか10年の間に大きく変貌した。生乳生産者が自らを取り巻く厳しい状況を打破していくためには、MMの後継組織が経済的観点から合理的かつ効率的な組織に改革されなければならない。そして、MM入札方式の失敗の原因が、規制撤廃の中にあって供給独占体的対応で乳業メーカーの立場を無視したサービス別取引を強引に運用しようとしたことであるとするならば、透明性の高い生乳販売価格形成方式が確立され、かつ公正に運用されなければならない。¹⁶⁾ イングランド・ウェールズにおいて、生産者と乳業メーカーの信頼関係に立った生乳需給調整が可能となる新しい生乳競売方式が望まれると言えよう。

注

- 1) MMBの設立と活動を要約整理するにあたっては、Empson (1996) に多くを負っている。
- 2) 1930年代のイギリス農業をめぐる状況および政策対応については、たとえば最近の文献では、Brown (2000) pp.178~198、Martin (2000) pp.8~35を参照されたい。
- 3) 第2次世界大戦中において、MMBが生乳生産政策および牛乳流通政策に関与しつつ戦時食料政策を担っていく経緯については、平岡 (2000) pp.63~110を参照されたい。
- 4) MMBの組織と機能をCAPに整合させる過程の議論については、さしあたり平岡 (2000) pp.112~133を参照されたい。
- 5) 生乳クォータ制度の運用に対するMMBが果たした役割については、さしあたり平岡 (2000) pp.134~155を参照されたい。
- 6) MMBの経営与件を要約整理するにあたっては、Franks (2001) に多

くを負っている。なお詳しい分析については、平岡（2000）pp.156～179を参照されたい。

- 7) CATFI方式では、乳業メーカーがコストダウンに取り組むインセンティブが不十分であったと考えられる。
- 8) DIN（1999）p.23。
- 9) 1998年における乳脂率4.1%、タンパク質含有率3.3%の生乳基準価格を99年平均為替レートで英国通貨換算で見ると、価格上位の加盟国では、イタリアは24.5ペンス／リットル、ドイツ21.8ペンス／リットル、デンマーク21.48ペンス／リットルであった。他方、イギリスは18.6ペンス／リットルであった。
- 10) MMC報告の要約については、MMC（1999）pp.3～5を参照されたい。
- 11) NFUが要求した司法審査手続きは、欧州司法裁判所（European Court）に現在送られている。
- 12) 1997／98年度のMM組合員数は1万5,475人であったが、MM発足時より約5,000人減少している。離農した生産者もいるが、多数の生産者生乳共販組織が設立されたこと、あるいは乳業メーカーと直接取引する生産者が増加したことが推察できる。
- 13) 詳細な証言録がAC(2000)に記されている。また、Williams（2000）では、政府の姿勢は農業協同組合に対する偏見に基づいており、農業協同組合の位置づけが他のEU加盟国と異なることを批判している。
- 14) MMの運営費用は1998／99年度では2.2ペンス／リットルであった。MMB時代では1～1.5ペンス／リットルの費用水準であったので、MMは高コスト体質であった。
- 15) *British Dairying* Vol.8 No.3, January 2002, p.3、*British Dairying* Vol.8 No.5, March 2002, p.3、*British Dairying* Vol.8 No6, April 2002, p.3。

16) MMC(1999)を詳細に分析して、供給独占における価格差別化の方法を検証することが必要となる。

参考文献

- [1] Agricultural Committee (AC) (2000) *The Marketing of Milk Second Report Vol. I and Vol. II*, The Stationery Office.
- [2] Bates S.A.E and Pattison, Naomi (1997) "UK milk price and farmers' attitudes toward them since market deregulation", *British Food Journal*, Vol.99 No.2, pp.50~56.
- [3] Brown, Jonathan (2000) "Agricultural Policy and the National Farmers' Union" J. R. Wordie (ed.), *Agriculture and Politics in England, 1815-1939*, Macmillan Press, pp.178~198.
- [4] Dairy Industry Newsletter(DIN) (1993) *UK MILK Report-93/94* (No.1).
- [5] Dairy Industry Newsletter(DIN) (1995) *UK MILK Report-95/96* (No.2).
- [6] Dairy Industry Newsletter(DIN) (1997) *UK MILK Report-97/98* (No.3).
- [7] Dairy Industry Newsletter(DIN) (1997) *UK MILK Report-1999/2000* (No.4).
- [8] Dairy Industry Newsletter(DIN) (1997) *UK MILK Report-2001/2002* (No.5).
- [9] Empson, John (1996) "The History of the Milk Marketing Board, 1933 - 1994 : British Farmer's Greatest Commercial Enterprise", *Journal of the Royal Agricultural Society of England*, Vol.157, pp.21~36.
- [10] The Federation of United Kingdom Milk Marketing Boards

- (MMBs) *United Kingdom Dairy Facts & Figures*, various issues.
- [11] Franks, Jeremy (2001) “Developments in milk marketing in England and Wales during 1990s”, *British Food Journal*, vol.103 No.9, pp.631~643.
- [12] 平岡祥孝 (2000) 『英国ミルク・マーケティング・ボード研究』 大明堂。
- [13] 小林康平 (1983) 『牛乳の価格と需給調整』 大明堂。
- [14] Martin, John(2000) *The Development of Modern Agriculture — British Farming since 1931 —*, Macmillan Press.
- [15] Milk Development Council (MDC) (2000) *Milk Pricing in Great Britain*, Dairy Industry Newsletter Consultancy Services Euro PA & Association.
- [16] Monopolies and Mergers Commission(MMC) (1999) *Milk — A report on the supply in Great Britain of raw cows' milk*, The Stationery Office.
- [17] Williams, Roland E. (1993) “The Future of Milk Marketing”, *Journal of Agricultural Economics*, vol.44 No.1, pp.1~13.
- [18] Williams, Roland E. (2000) “The Crisis in the UK Dairy Industry”, *The World of Co-operative Enterprise 2000*, Plunkett Foundation, pp.17~34.

[付記]

小稿の作成に際して、内橋正敏氏（社団法人中央酪農会議広域流通対策室次長）からは貴重な資料を提供していただき、玉田清市氏（北海道武蔵女子短期大学庶務係長）には図表作成をお手伝いいただいた。記してお礼申し上げたい。