日本農業研究所研究報告『農業研究』第 34 号（2021 年）p. 177～213

戦前の米の自由取引時代における流通過程と川下の支配力

田　家　邦　明

目　次

1　はじめに
2　米の流通過程における仲介者の役割
3　生産者と仲買人との庭先取引
4　仲買人の支配力の市場メカニズム
5　消費地の問屋の地位の強まり
6　消費地の問屋の戦略と支配力
7　結びに代えて

1　はじめに

この小文は、戦前の自由取引時代では仲介者（intermediary）の役割を担った仲買人を始点とする多段階の米穀商人の繋がり（商人機構）によって流通過程が形成されていたが、需要独占（monopsony）のツールを使って、大消費地の正米市場の問屋を要とする川下の支配力（buyer power）の市場メカニズムを明らかにし、現在の米市場についてインプリケーションを得ることを目的とする。

次の引用文は、戦後直後に、戦前から戦後に至る米の価格政策の推移をまとめた報告書の冒頭の記述である（農林省食糧管理局 1948「Ⅰ自由経済時代に於ける米価政策の展開」『主要食糧の價格政策史』。以下「報告書」という。）。

―「自由経済時代に於て、米穀の配給を担当したものは米穀商であって、米穀商は、米を商品として時間的、場所的に移動せしむることによって、生産者から消費者へと流通せしめた。この場合米穀商は単一なる一人の行為でなく流通

する段階（時間的場所的）毎にであった。即ち米穀の流通過程は普通に産地における蒐集段階と消費地における配給段階に分けることができる。」

明治維新を経て、各藩等の領主に代わって米穀商人が産地から消費地への供給を担う流通過程が形成され、それ以降、鉄道網の整備による輸送手段の革新に応じ、また、都市人口の増加による大消費地における需要量の増加等に対応し、深川、神田川等の正米市場を中核とする市場の全国的なネットワークが整備されていった。このプロセスは、持田（1970）によって体系的かつ実証的に分析されている。特に、米市場の整備過程を、国銘柄を基本とする銘柄取引の浸透に焦点を当て明らかにした。

自由取引時代の流通過程を構成する各段階の「米穀商人」は、商品の仲介者（intermediary）であり、そのインセンティブは、川上から安く仕入れ、川下に対し高く販売することによってマージンを得ることである。戦前の米の流通・価格に関する多くの文献で、生産者価格から始まる消費者にわたるまでの詳細な費用が掲げられているのは、生産者価格と消費者が支払う価格の差、すなわちマージンと費用構成が、研究者を含め米関係者にとって大きな関心事であったことを示している。生産力が低く、気象条件によって産地における毎年の出来具合が変動する状態にある中、船舶による輸送から鉄道による輸送への革新によって効率性が高まったと言え、重量当たりの単価が安く、変質劣化という価値の毀損というリスクがある商品を多くの人が事業として継続的に扱うのには、それを支えるのに十分なリターンやそれを作り出す戦略が存在していたと考えられる。

戦前の自由取引時代の米の生産流通に関して、報告書でも、「米価の状態によって売却することは多くの零細農にとって不可能であった」と述べ、生産者はオファーされた価格を所与としてそれを受け容れ販売する以外に選択の途がないような弱い立場に置かれていたことを指摘している。東畑・大川（1939）は、米の生産は資本主義的に純粋な典型的な商品生産と異なっているとして、これを米の自給性、生産者の窮迫性、生産の季節性から説明している。特に小作農に見られた、生活に必要な部分まで販売することを強いている窮迫的販売をその主たる要因に挙げている。これに加え、生産者は「自己の庭先を訪れる商人に米を売り払う」だけで市場は存在せず、「市場よりの疎遠」という状態

に置かれていることを指摘している。

仲買人が生産者から庭先で購入するいわゆる庭先価格も、性質上正確な捕捉が難しいが、中央の正米市場の価格を手がかりに政府が介入する価格政策による生産者への波及効果という面で関心が持たれていたと推測される。上記の報告書においても、「昭和８年１月 10 日頃商人に現金で売却した玄米１俵の農家庭先相場は全国 791 件平均８円 72 銭であった。これを深川道頓堀の正米市場１月７日から 13 日迄の標準中米平均相場９円 59 銭（東京）10 円 02 銭（道頓堀）平均９円 81 銭に比すると１円 09 銭の開きがあり、農家の庭先価格は市場相場より１割１分も安い。」と記述している。

戦前において、生産者から米を買い入れる仲買人が局所的に独占的地位を持つことを指摘したのは、渡邊（1927）である。戦後、持田（1970）は、渡邊を引用して、仲買人を「独占的販売者としての位置」を保持していたと言及している。更に御園（1977）は、生産者に対して「需要独占（寡占）的な力」という経済学のタームを使って流通過程の性格を表現している。ただ、仲買人の行動を「独占」等の言葉で表現されているものの、仲買人の支配力が働く市場メカニズムの分析は行なわれていない。

相対的に少数の大消費地の問屋に需要が集中し、かつ、同業者組合である問屋組合を通じた参入抑制によって、彼等は寡占による市場支配力を川上と川下に対して持っていた。川上の産地事情、川下の小売業の事情について情報を持ち、これらの情報の保有も彼等の地位を強めた。また、流通過程の一方の端に位置する仲買人は、生活・営農面で厳しい条件にある生産者の事情に乗じて価格差別化戦術を駆使し、一方生産者側においても、庭先取引が、周囲に知られずに生産者の価格への地域への期待を結果として裏切ることを容易にしたと推測される。

これらの状況をロビンソン（1956,これは、Robinson1933,The Economics of Imperfect Competition の 1950 年印刷版の訳本である）の需要独占を援用して、簡単に定式化して、市場メカニズムを明らかにする。信用面で安全な取引を確保するため市場の内外に仲次人が導入されているが、情報を一元的に把握することによって、協調的行動を容易にし、価格競争を避ける工夫でもあったことを指摘する。

現在の米市場は、戦中戦後の食糧管理制度の下における系統農協の一元的集荷、それが自主流通米の扱いにも引き継がれ、流通規制が実質的に撤廃された以降も、系統農協は今なお、生産者からの販売委託によって供給において大きいシェアを持つ。田家（2020）で指摘したように、産地品種銘柄の市場において、系統農協は、支配企業として、価格に関して影響力を持っている。もう一つの違いは、大消費地に戦前のような卸商と小売りの取引の場を提供した正米市場がなく、それに伴い、かっての深川正米市場における標準相場のような毎日の情報提供がない。戦前は、小売店が同業組合の規格に沿って玄米を搗精し混米して白米形態の商品を作り、それを秤売りしていた。現在は、単一種類の産地品種銘柄が大型精米工場で小袋詰めされ、スーパー、ドラッグストア等から 65%の人がそれを購入するようになり、量販店が小売の主体になっている。これら量販店の多くは全国的に展開しており、それに供給している卸商も再編統合され、大型化・少数化し、寡占化が進んでいる。一方、系統農協の供給シェアは、生産者や単協による直売の増加によって、低下傾向にある。

このように、川上は分散、川上は集中傾向が見られ、相対的に川下の力が強まって行く可能性がある。全体の需要量から見れば、個々の生産者は全国に分散した零細多数の供給単位であり、これらが集合され、需要に対して供給されている関係は、戦前の自由取引時代も現在も変わらない。大消費地の問屋の地位は、そこに集中して存在する大きな需要量に支えられていた。今は全国に展開する量販店に全国の需要量の相当部分が集中し、さらに大型化・少数化した卸がそれに供給する。川下に集中傾向が見られ、市場のメカニズムとして、取引きに当って力が強まる。川上が、少なくとも取引きに当たって川下と対等な力を発揮する立場を保持して行くには、需要に応じた生産を行ない需要に見合って供給をコントロールするとともに、組合員へのサービスに努め、販売委託量を確保し、これ以上の系統農協の供給シェアの低下を防ぐことが重要である。

また、取引関係も総じて安定的なものとなり、正米市場のような施設がなくともマッチングの相手を探索するのは容易になっている。プラットフォームの機能を果たすような現物市場を開設運営してもマッチングを改善する効果は大きくなく、費用を負担してまで参加する者は多くを見込めない可能性がある。

戦前は、実質的に国による管理に移行する前の 1939 年まで定期市場が存在していた。消費地の問屋が買付けた米のヘッジ、標準米に換算するための銘柄の格付表等現物市場の価格や流通に影響をもたらしていたが、川上と川下の関係には直接関連しないので、この小文では対象としていない。

この小文の構成は、次のとおりである。次節で、米の流通過程を分析した文献を紹介するとともに、産業組織論において定義されている仲介者の役割に照らして、各段階の米穀商人の役割を位置付ける。第３節で、生産者が仲買人に米を庭先取引で売り渡すに当たって一方的に不利な状況に置かれていたとされているが、文献を引用して具体的態様を説明する。第４節で、需要独占のモデルによって、仲買人の生産者に対する行動を分析し、独占的地位を利用して、価格差別化を行なっていた可能性を示す。第５節で、鉄道網の整備に伴い、大消費地の問屋の地位が強まって行く状況を述べる。第６節で、大消費地の問屋が、少数の仲次人を通じて取引を行なうことによって協調的行動を行ない、価格競争を回避していたと推測されるが、それが何をもたらすか、需要独占のモデルによって導出する。第７節で、結びに代えて、当時の流通過程と現在のものの違いを摘出するとともに、卸、小売の集中傾向が強まっており、系統農協の価格主導力を侵食する可能性を指摘する。また、与党の要望を受け、検討が開始された現物市場の設置問題について、流通過程の仲介人が少数化傾向にあり、費用をかけて現物市場を利用してもマッチングの改善の可能性が小さく、利用する者は大きくは見込めない。むしろ、情報収集の方法と提供の方法を検討すべきであることを述べる。

２　米の流通過程における仲介者の役割

自由取引時代の流通過程を扱う文献は、上記の報告書の記述のような書出しによって、流通過程の各段階における米穀商の役割と取引の概要を、川上から川下に向かって順を追って記述している。先行研究として、例えば、戦前においては、産業組合の共同販売を扱った渡邊（1927)、流通費用を分析した木村（1936)、政府の価格政策を分析した澤村（1937)、東畑・大川（1938)、各段階の米穀商と取引の概要を詳細に解説している竹澤（1938)、深川正米市場を

巡る取引事情を調査したものとして日本銀行（1919、1932）等がある。

戦後においては、鈴木(1965、1974)、守田(1966),高橋（1966)、持田(1970),御園（1977）等が、食糧管理制度の下における政府の管理と比較しながら、戦前の自由取引時代の流通過程を扱っている。また、近年は、日本経済史の研究者による、鉄道網の整備に伴う商品流通の変化や市場の形成の一環として米の流通の変化を取り上げている（例えば、大豆生田 2003)。なお、この小文では扱わないが、米穀流通を支えた銘柄、産米改良や米穀検査について多くの文献が書かれている（例えば、守田 1966、鈴木 1974、持田 1970、玉 2013、大豆生田 2016、有本 2017）

近年、産業組織論（Industrial Organization）において、アマゾンの進出を契機としてインターネット上の市場をプラットフォームとして多くの文献が書かれている。テキストでも､例えば、Belleflamme and Peitz（2010）（第６部、22,23 章）のように、独立した章を設けて扱っているものがある。そこでは、市場の仲介者の基礎的な役割について簡潔に記述しており、米の市場の成立ちや各段階の取引の性格を考える上でも参考となるので、その第６部の冒頭部分のみ紹介する。

『大抵の製品とサービスは、生産者から最終消費者へ直接には販売されないが、仲介者（intermediary）を通じて渡される。仲介者と彼等がオファーするサービスをこの部で扱う。仲介者の４つの主要な役割を区別する。

（１）ディーラー；仲介者は、財・サービスを供給者から購入し、購買者へ再販売する。

（２）プラットフォーム運営者；仲介者は、購買者と販売者（又はより一般的には相補的なビジネスを伴う多様な主体のグループ）が相互作用を行なうことができるプラットフォームを提供する。

（３）情報仲介者；仲介者は、消費者が、製品及びサービスの価格又は一致値にアクセスし、及びより効率的な情報に加工することを許容する情報担当又は情報仲介者として行動する。

（４）第３者保証機関；仲介者は、製品又は販売者の信頼性又は品質についての情報を表明することによって認証する主体として行動する。

仲介者は、本質的にディーラー又はプラットフォーム運営者として役割を持

つかどうか選択する。しかし、複合的なビジネスモデルは、有名な電子仲介者でアマゾンの例のように、可能である。他の二つの役割は性質的に相補的で、しばしば仲介者が市場を機能させるのに重要である理由である。Amazon は､後に詳しく見るようにこれらの二つの役割を果たしている。』

一般に取引は、売主は、売りたい物について、売っても良いと思う価格以上に支払う用意を持つ（評価する）買主を見つけ、買主は、買いたい物について、支払っても良いと思う（評価する）価格以下で売っても良いと思う売り主を見つけ、マッチングすることによって成り立つ。ディーラーの役割は、その役割がなければ生産者と最終消費者がお互いに相手を見つけなければならない。相互に双方が持つ価格の分布状況が分からなければ、マッチングは偶然に委ねられ、トータルとして需要に見合う生産物があっても行き渡らずに終わる事態も生ずる可能性がある。間に入ってマージンを得ることをインセンティブにして、代わって相手を見つけ、マッチングを促進するサービスを提供する。

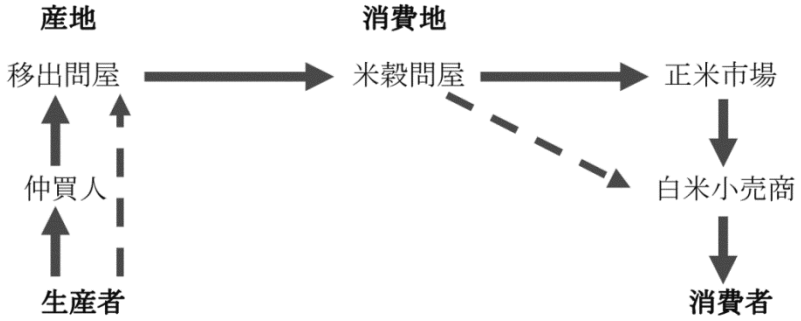

図１　生産者から消費者への経路

米の流通過程の各段階の米穀商人は、それぞれ、このような役割を担っていたと考えられる。図１は、戦前の米の流通過程である。ただし、産業組合は省略している。正米市場は、販売者と購買者が相対取引を行なう場所を提供するとともにマッチングの情報が集まるという意味で、プラットフォームに該当する。他の段階の米穀商人はディーラーである。例えば､深川正米市場について言えば、売手は、設置者のメンバーとそれらに対して販売委託を行なった者に限られるが、買手は参加自由であった。ただし、売手と買手の間の取引は、

少数の仲次人（12、３名に限定）を介在させなければならないことになっていた。また、売手である問屋と買手である小売商との間で成立した価格が、仲次人を通して市場事務所に届けられ、これがとりまとめられ、出来値段として、銘柄、等級別に発表されていた。また､その日の市場の出来値段を加重平均して、上米、中米、下米、平均に分けて、標準相場として発表されていた（上記に引用した報告書の記述参照)。これらは、３の情報仲介者の役割であり、そこから、流通費用等の費用を差し引いた価格水準（逆算市場価格）が全国の市場の価格形成や販売・購買先の選択に影響を与えていたと考えられる。４の第３者保証機関については、産地の移出県で県営検査が実施されていたが、深川正米市場は産米改善のため全国から出品を求め、品評会を開催し、産地関係者に対し、改良の方法の採用を促していた。

上記の議論を要約すれば、それぞれの段階で、川上の仲介者は、可能な限り安い価格で仕入れ、仕入れた米の価格より、高く支払う用意がある川下の仲介者を探し、一方川下の仲介者は自らが評価する価値よりそれを下回る価格で販売する用意がある川上の仲介者を探し、相互にマッチング可能な相手を見出すことによって、生産者と消費者を繋いで行く。しかし、次節で見るように、最初の段階の仲介人である仲買人と生産者の取引は、取引によって生じる余剰が前者に偏在したという意味で特殊であった。

３　生産者と仲買人との庭先取引

戦前の生産者による米の供給を特徴付けるものとして、窮迫的販売を戦前の多くの文献で取り上げている（例えば、東畑・大川 1938)。米の生産者は、価格が低落する出来秋に生産物の販売を行うことを経済的に強制され、また、少しでも高く販売できるようにまとまりを大きくするため自家労力の再生産に必要な留保分まで販売する、これが窮迫的販売である。

表１は、同じような生産額であっても、小作料を納めるため生活や次の営農に当てる資金が不足する可能性が小作農において高いことを示す。これは、表２で示されているように、生産物の半分を小作料として納めるため、営農資金の蓄積がなく、肥料等の資材費に当てる資金の確保の必要上、いわゆる青田売

においても小作人が多い傾向があるのは、同じ置かれた社会的環境から発している。

表１　各作別産処分状況（昭和６・７・８年度平均）

	各作別	生産額	販売額	小作料	残余額
実数（石）	自作農	24.58	14.66	0.85	9.07
	自作・小作農	22.86	9.56	6.53	6.77
	小作農	24.25	8.14	11.94	4.17
割合（%）	自作農	100	59.6	3.5	36.9
	自作・小作農	100	41.8	28.6	29.6
	小作農	100	33.6	49.2	17.2

出典：東畑・大川 1938

表２　自作小作別青田賣の状況

自作小作別	戸数	件数	俵数	価額（円）	契約時受領代金	調査戸数比%
自作農	330	388	6021	57124	20494	9.2
自小作農	921	1039	12449	113727	55872	9.67
小作農	1570	1725	21963	195544	92391	16.6
計	2821	3152	40423	366405	168757	12.5

出典：農林省経済更正部『新潟県に於ける青田売買に関する調査
（注）報告があったものは 2821 戸であるが未報告者は相当数に上ると推測している。

仲買人は、第一段階の仲介者として、消費地の米穀問屋に移出する第 2 段階の仲介者である産地の移出問屋に販売するため、地域に分散している零細多数の生産者から米を買入れし、一方、生産者は生活・営農資金を得るため販売する。仲買人は、移出問屋の買入価格と費用である生産者からの購買価格の差（マージン）を大きくすることが目的である。

農村における生産者と仲買人との間の取引の現状を指摘し、産業組合による共同販売の意義を示したのは、渡邊（1922）である。その記述を要約して、仲買人の行動と生産者の反応を説明する。ただし、ここで引用する記述は、著者が断っているように、共同販売が実質的に拡がる以前のものである。

『１　広漠な市場の両端に相対したのが、中小農家地主を多く含む供給の無統一な多数の者と組織されていない無数の消費者の需要。これらを結合するた

め複雑な配給機関の経路が要求される。

2　農業経営は小規模で､個々の経営の生産額、販売量は自ずから小さい。小作農であれば、小作料のため更に小さくなる。これらを集結して出荷する組織がない米が、小さい量の多くの単位で市場に現われる。これらは品質、等級を異にする統一の欠けた商品である。

3「米作り」として生産機関としてのみ訓練されてきた農家は商品とすることに疎かった。調整包装等のプロセッシングは広義の市場化の重要な要素であった。しかし，乾燥、精選、調整は不十分で、俵装荷造は粗漏で不斉一であった。商品の中途にある米の少量ずつの散在が直に大市場と結びつき得ない。十分な流通性を帯びる前に誰かがこれをある程度まで大量化し、一定のプロセシングを施す必要。農村に出現したのは、仲買人であった。

4　彼は、個々の家々から少量ずつの米を買い集め、多少手を加えてこれを町の問屋（移出問屋）に届ける。ここで、米はほぼ大市場との取引に（事実上一貨車を単位とする量）耐えうる程度の数量に集結される。ここにおいて米は初めて大量取引の対象となり、中央市場の廻米問屋によって大消費地に吸収される。

5　消費者も生産者側同様個々に孤立する多数として存在するので、巨大なる集積を分割し各戸の米櫃に配るためには玄米卸売商と小売商の手を要する。

6　市場の両端に無統一のまま撒き散らされた少量の供給と少量の需要との多くを結合するため、仲買―（移出）問屋―廻米問屋―玄米卸売商―小売商という長くして複雑な中間機関の一系列が発生。広義の米市場はこの配給系統を骨格として成立。

7　各配給系統の各段階を繋ぎこれに沿って米を動かすものは価格関係である。その構成過程においてこれに関与する人々の行動を律するのは，営利の原則である。そこで，経済力が自己主張する。経済力の薄弱なもの又はこれを駆使する技能が拙劣な者は優者に屈従する。このような動機によって運行する市場で、生産者は米を貨幣に換えることが可能であったか。

8　福井県の産業組合による状況説明。これは、一地域の話でなく、およそ農村全体の様相であった。

「・・・当地方に於ける組合事業開始以前の生産米販売方法は三国町、金津

町、丸岡町等に於ける商店へ直接販売するものは少なく、其の商店に売込む中間小商人ありて農家につき米を買取りたり。故に生産より其生産米が消費者の手に渡るまでの順序を察すれば、生産者小商人付近商店他県商店白米商消費者の如き階段を経ることとなり、生産者にして偶々付近の町に往き直接売込まんとするも買うべき商店は生産者を見倒して中間小商人が地方に出て買い取る値段位しか買取らざるなり。

如斯なるを以て生産者が是等商人より其秋の生産米を引き当てに肥料を借り入れたるときは、米価の決定さえ自由ならずして一に商人の利益の為に米を売り払わざるを得ざる実況にありき。其大量の米を売り得るものは稀に商店と直接取引することを得たれど、其小量を売るものは特に悲惨なる境遇に置かれたり。是に於いて小量を売り払うものは成るべく其一度の売却量を多くせんとて自家生産米を一時に売り払うものあり。且又貯蔵の便を欠くが為に常に出来秋の米価安の時にも一時に之を売り払い、其代金を或いは商人に預け置き商人は夜逃げしたる為不慮の損失を被るが如き粒々辛苦収穫したる米も之を資金化せんとして如上の悲惨なる状態に陥るなり・・・・・」（産業中央金庫「第 13 回特別表彰産業組合事績」大正 14 年 78-79 頁）

9　生産者側消費者側が自然的社会的に遠く隔たり、その間に複雑な中間配給機関の介在を認める以上、これを維持するため費用を分担する必要。その結果消費者が提供するものの比較的小さい分け前しか得られない。

10　価格経済に不馴れな農村の人々と営利に敏い商人が接触することによって様々のことをもたらした。

・農家等の俵米は常に幾多の品等から成り不斉一不完全な俵装を持ちがちであるが、取引は最下位の俵に対応する価格を以て行われる。精選疎漏のため砕米その他の夾雑物が混じるときは著しい値下げが強要される。これは、農家ごとの取引技能の差によってもたらされるもの。

・農村の人々は市場の状況に疎く、又は疎くなるような条件下にある。市場に価格が低下する気配があるときは、仲買人は、これを誇張して買い叩く。逆に値上がりが見込まれるときは、生産者がこれを知るまえに買いさらってしまう。

・仲買人のオファーを拒否して荷車に載せて近傍の町に行っても、小量のた

め問屋対等の交渉はできず、折角運んできたものを持ち帰れないことを知っている問屋は、仲買人のオファー価格でしか買わない。このように仲買人は村で一種の独占的地位を保持し利益を獲得した。

・生産者が得られる分配は、可能と考えられるものより少ないことは誰でも見てとれる。』

渡邊（1922）は、生活・営農資金を得るため、生産者は、出来秋に売却することを余儀なくされ、仲買人がオファーする安い価格で売却せざるを得ない状況に置かれていることを指摘し、東畑・大川（1938）が言及した生産者の米販売の特徴を農村現場における具体的な行動に即して説明した。特に、生産者が、仲買人のオファーする価格に不満があっても、仲買人から買い受ける移出問屋の対応が加わり、それを上回る売り先を見出せず、仲買人に販売するより選択の余地がない状況を、仲買人が「一種の独占的地位」を持つと指摘したのは、戦前の入手可能な文献では、渡邊（1922）のみである。仲買人がこのような地位を享受する背後に、仲買人から生産者から購買した米をまとめて買い受ける移出問屋が存在することを示唆している文献もある。竹澤（1938）は、仲買人が生産者の庭先を訪問し現金で購買するため、移出問屋がそれに要する資金を仲買人に供給し、その際通常予定価格を指示していたことを記述している。それぞれの産地で移出問屋が、価格主導権（price leadership）を有し、それを発揮して、傘下仲買人等が生産者から米を買い集める価格を抑えるようにコントロールしていたことが窺われる。

戦後の文献で、持田（1970）は、渡邊（1922）と同様、戦前の生産者の米の販売に関し、仲買人が、生産者の立場の弱さに乗じて、生産者に対して「独占的購買者」としての位置を保持していたと記述している。そのように認識する理由として、生産者の販売の零細性のため、少量の販売米を直接町の移出問屋に持ち込んでも、足下を見られ仲買人の値段と変りないまでたたかれたので、結局は村の仲買人に売ることを余儀なくされたことを挙げている。さらに、御園（1977）は、市場構造との関連で農産物の価格形成を論じる一環として、明治期から戦後期にわたる米の流通機構と価格形成等について、戦前に関しては明治期、大正期、昭和前期に分けて記述されているが、商業資本の購買独占

的な市場構造には、基本的変化はなかったとしている。仲買人と生産者との取引状況を、「生産者農民は前期的な商人支配のもとで、不当に低い買い叩き価格をおしつけられていた。産地商人は農民に対して独占的購買者の地位にあるだけでなく、しばしば肥料商を兼ねた「米肥商」としてたち振る舞い、前期的な前貸し支配を通じて不当に安値で米を買い叩いたのである」と説明している。

ここでは、地域の生産者が供給する米に対する需要が一人の仲買人に集中し、生産者の意志決定は、仲買人がオファーする価格を受け入れるしか選択の余地が残されていないという状況に置かれているという意味において、仲買人は買手として独占の地位にあると理解する。

次節で、ロビンソン（1956）の需要独占（monopsony）のフレームによって、仲買人の支配力の市場メカニズムを明らかにする。ここで、前提として、仲買人と生産者の間で一般的であった庭先取引はどのようなものであったかを示す。

先取りして述べると、戦後の文献で、例えば戦前帝国農会が調査した庭先価格のデータが使われている分析（村上 1961,御園 1977）があるが、戦前に書かれた文献には、帝国農会のものに限らず、庭先取引価格の調査データを使用したものは見当たらなかった。政府が調査していないとは考えられない（この節の冒頭に引用した戦後刊行された食糧管理局 1947 の６頁に昭和７年 12 月 27 日全国に設置した 1117 名の地方事情調査員と農林省嘱託と篤農家で調査した旨記述され、昭和８年１月 10 日頃商人へ現金で売却した玄米１俵の農家庭先相場は全国 791 件平均８円 72 銭であったとしている)。公表を抑える何等かの理由があったのか、あるいは単に筆者の探索不足によるのかもしれない。

この節の冒頭の報告書の引用箇所（食糧管理局 1948）に続く部分に、米穀生産者は、「米価の状態により或いは経営資材購入のため、若しくは家計のためこれを米穀商に売却するのであるが、米価の状態によって売却するということは多くの零細農にとっては不可能であった。この売却に当たっては庭先取引があり、これは、地方仲買人や地方問屋の下受人が農家の庭先や路傍に出向いて購入するもの」と記述されている。仲買人は、生産者の庭先など直接出向いて買受交渉をするのが通例であった。

庭先で取引されるケースが多いことについて、昭和２～３年頃の当時の農

林省米穀課長小平権一の「米穀法と農民の自覚」というタイトルを付した手書きのメモで次のように述べ、庭先取引の方法が多い現状を改善することを求めている。

① 米穀法による買上げによって市価が維持されこれによって農家が高く販売できれば大きな利益をもたらすが、農家がこの効果を利用しなければその効果は農家に及ばない、

② 農家の米の売却がこれらの米価を考慮することなくただ商人の言うなりに庭先にて安値に売却するか又は肥料商より肥料を掛買いで仕入れ生産米の売却を無条件に委託するような方法をとれば、市価の維持効果が及ぶ程度が次第に縮小する。

③ 農家は、販売方法を大いに考える必要がある。産業組合及び農業倉庫の発達によって最近大変改善されているが、その程度を見ると徹底されていない。

④ 福島県の会津米地方は 8 割を庭先で売却し、その手取り値段は実に安いといえる。

⑤ 国家の米穀財政と相俟って農家の自覚に依り、米価の維持に努力しなければならない。

なぜ庭先取引の方法が浸透していたかこれを具体的に説明している文献を見つけることができなかった。おそらく、仲買人に目から見れば、知悉している生産者の経済事情は様々で、それ故米を手放すことを受容する価格も生産者によって異なるので、できるだけそれに近い価格で買い取るため、他の生産者に知られずに価格の差別化が可能なように個別に交渉する方が望ましいこと、生産者にとっても水準より安い価格で売らざるを得なかった場合売らんがため他の者へ迷惑を考えずに安く売ったと地域の生産者から批判されるおそれがあるので、周囲からそれを知られないようにするという意味で仲買人を家に招き入れて商談することが望ましいという事情があったのでないかと推測される。

表３は、先に言及した村上（1961）が引用した帝国農会調査による庭先価格を生産費、深川正米市場中米標準相場と並べて表示したものである。庭先価格が、生産費を 11 年のうち７年下回っていているので、低価格と言えるが、

正米市場に持ち込まれるまで運賃、口銭等を要し、正米市場価格の方が大きくても当然である。年によってさまざまであり、何をもって安いか、高いか判断し難い。庭先取引が慣行として浸透している背景に、上で推測したような事情があるならば、調査を行っても事実を回答しているかどうか疑わしく、調査結果について信頼性が得られなかったのでないか。これが、戦前、庭先価格を明示して分析をした文献がない理由でないかと推測される。

上で紹介した農林省米穀課長は、庭先価格の具体的水準を踏まえて呼びかけているのでなく、移出問屋に産業組合や農業倉庫を通じて販売する方が有利であり、米穀法に基づき財政資金を投入し、価格を維持する効果が生産者に均霑するように、庭先取引でなく、当時の政策的に育成に努めていた産業組合や農業倉庫を通じた販売を勧奨したものであると考えられる。

表３　生産費と庭先価格　（円/1 石）

	生産費	庭先価格	正米市場		生産費	庭先価格	正米市場
大正 11 年	37.63	27.35	36.83	昭和２年	29.44	30.48	35.93
12 年	37.72	31.98	31.57	３年	28.41	27.83	31.38
13 年	36.98	28.21	37.64	４年	26.38	27.12	29.19
14 年	32.51	37.24	41.95	５年	26.12	17.8	27.34
15 年	33.67	34.32	38.44	６年	22.99	16.07	18.46
				７年	21.83	19.08	20.69

生産費：帝国農会調査
庭先価格：帝国農会調査、村上（1961)による
正米市場：深川市場中米標準相場

表４は、農林省が 1935 年に新潟県の青田売買に関して調査を実施した報告書を基に筆者が作成したものである。この報告書は、日本農業発達史第８巻（1956 年復刻版）に収録されている。その解題者は、青田売が盛んなのは、自作より、自小作、さらには小作である、また、価格においては自作が小作より高く有利な値で売り、契約を急ぐものはそれだけ値切られると述べている。売却先は、米穀商 56.9%、肥料商 23.9%と、米穀商が半分以上占めている。仲買人は、生産者が置かれて事情に応じて、米を手放すことを受け入れる価格を

見極め、価格をオファーし、価格設定において差別化をしたことが推測される。

表４　青田売買農家の売買価格

	売却俵数	１俵当たり価格
自作農	18.2	9.48(23.7)
自作兼小作農	13.5	9.12(22.8)
小作農	14	8.9(22.25)
計	14.3	9.06(22.65)

出典：農林省（1935)「新潟県ニ於ケル青田売買二関スル調査」から筆者作成。かっこ内は１石当たり

次節で、需要独占のモデルを仲買人と生産者の間の取引に適用し、渡邊（1922)、農林省（1935）が報告したような仲買人の価格支配力の市場メカニズムを明らかにする。

４　仲買人の価格支配力の市場メカニズム

市場が一つの企業によって供給され、追加的な企業の参入が不可能であれば、市場は独占化されており、この企業が独占（monopoly）と呼ばれる。これに対して、ここで適用する需要独占（monopsony）は、市場に多くの小さい販売者とそれらから購買する単一の企業が存在するケースで、この単一の企業がこのように呼ばれる。これは、上で述べたように、ロビンソン（1956,『不完全競争の理論』）の中で提唱された。図を使って論じられており、定式化は行なわれていない。独占に対して、需要独占を取り上げているミクロ経済学又は産業組織論のテキストは少ない（例えば、Schere1980,Carton and Perloff 2005,Perloff 2012)。労働力等の投入要素市場を例として説明されている。

ここでは、渡邊（1922）や持田（1970）が、仲買人は地域の生産者の米の販売に対して独占的地位を有していると述べていることを踏まえ、仲買人を需要独占として、その行動とそれに対する生産者の反応の背後にある市場メカニズムを明らかにする。独占と需要独占は、相互に、自らを鏡に写したような関

係にあり、後者を理解するため、前者を説明することが有用である。

まず、市場において一人の販売者がいる独占と価格差別化の問題を簡単に説明する。

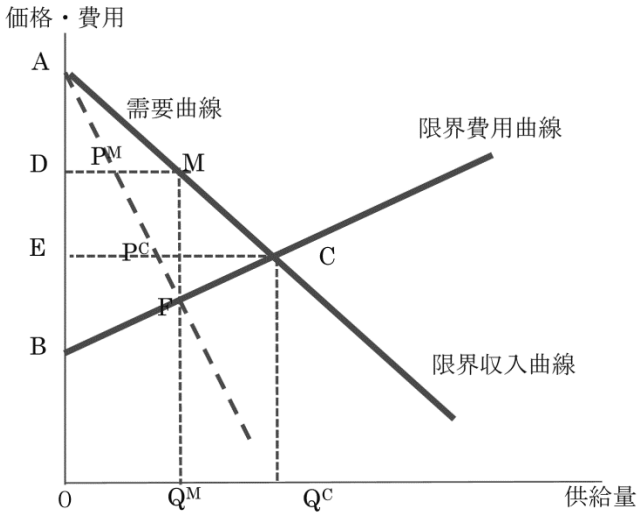

図２　独占

独占が直面する逆需要関数、費用関数を、それぞれ

$p(Q)$、$c(Q)$とする。独占の利潤は、

（１）$\pi = p(Q)Q - c(Q)$

である。この右辺の第１項は、収入である。利潤を最大化するQは、これを微分して１階の条件を求め、これを解いて得られる。すなわち、

（２）$p(Q) + p'(Q)Q - c'(Q) = 0$

$p(Q) + Qp'(Q)$は、限界収入である。供給量Qが１単位追加的に需要されるためには価格を$p'(Q)$下げる必要があるが、それは追加される１単位にとどまらず全体の供給量について引き下げなければならないので、限界収入$p(Q) + Qp'(Q)$は需要曲線の高さよりを$Qp'(Q)$低くなり、図のように需要曲線の下側に位置する。利潤が最大化する供給量は、（２）から明らかなように、限界収入を限界費用と等しくする供給量 Q^M で、その供給量に対応する需要曲線上の価格が、独占の利潤が最大化される価格 P^M である。この時、独占の利潤は台形 DMFB で、また、消費者余剰は△AMD で、死荷重（Deadweight of loss）が△MCF が生じる。

しかし、このような市場均衡による結果（output）に止まらず、独占が消費者を価格差別化できれば、より大きい利潤が得られる。すなわち、独占が個々の需要者の支払用意額について情報を持っていれば、需要曲線上に位置するそれぞれの者の支払用意額に合わせて価格の設定（価格差別化 price discrimination）を行い、競争価格及び量である C まで供給を行い、△ACB の利潤が得られる。この場合、死荷重がゼロとなるが、消費者余剰もゼロとなる。

このような価格差別化は、次の３つの条件が満たされないと、成功しない。①　企業が市場支配力（競争価格より高い価格で消費者に買わせる能力）を持っていること、②　各単位について消費者の支払用意額を知っているか又は推測可能であり、この消費者の支払用意額が消費者又は各単位を通じて異なること、③より低い価格を支払う顧客がより高い価格を支払うものへ再販売を行うことを阻止することができることである。①は、独占、寡占、独占的競争企業であれば、満たされるが、②及び③の条件を満たすことは難しい。

独占について以上の理解の下、多数の生産者（競争主体として行動する、すなわち価格を所与として行動する）から購買する一人の仲買人を需要独占として、その行動を考える。

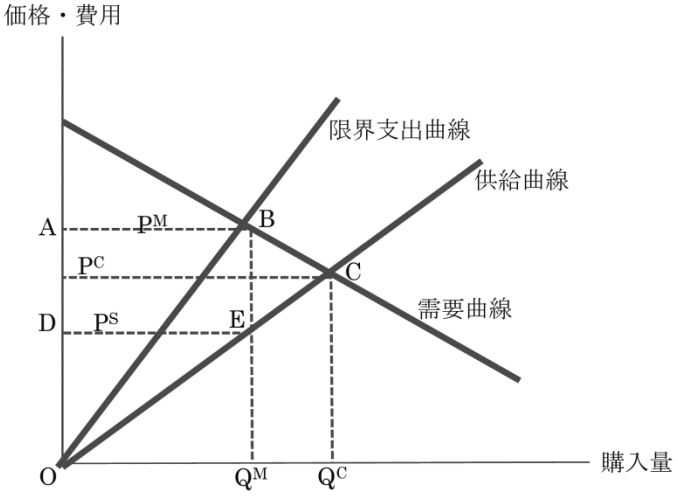

図３　需要独占

需要独占は、一人の購買者が、利潤最大化するように、供給者から代価を支出して財・サービスの購買（仕入れ）を行い、それをまた代価を得て販売する。図３に、需要独占が直面する市場が示されている。需要曲線は、需要独占が、代価を支出して購買したものを販売する場合の需要が示されており、高さが販売価格を表す。ここでは、仲買人が移出問屋に販売する価格を表す。供給曲線は、供給者の限界費用であり、追加的に１単位の財を供給する費用を表す。ある総量を購買するために必要な支出は、限界費用に総量を乗じたものとする。限界支出曲線は、考え方として、図２の独占の限界収入曲線に対応するものである。すなわち、費用逓増の下で、追加的に１単位購買する場合、その１単位に増加した価格を支出するだけでなく、それに伴い購買を計画している総量について増加した価格を適用して支出しなければならない。これが、限界支出曲線が費用曲線の上部に位置する理由である。需要独占の利潤を最大化する購買量は、限界支出曲線が需要曲線と交わる点に対応するもので、購買価格はこの購買量に対応する供給曲線上の費用に一致する価格である。これを簡単に定式化する。

図３の需要曲線の高さ（価格）をpとし、供給曲線を$S(Q)$とすると、需要独占の利潤は、

（３）$\pi = pQ - S(Q)Q$

である。これを最大化する購買量を求めると、購買量で微分して、１階の条件を求めると、

（４）$p = S(Q) + QS'(Q)$

が得られる。右辺は、図３の限界支出曲線である。利潤を最大化する購買量は、これを購買量について解いたもので、価格（需要曲線）と限界支出曲線の交点の購買量 Q^M である。購入価格は、Q^M と供給曲線の交点の価格 P^S である。販売価格は、P^M である。市場均衡の結果は、利潤は四角形 ABED、生産者余剰△DEO,死荷重△BCF である。

仲買人は、移出問屋を設定する価格を所与として、更に、利潤を最大化するには、購買に必要なトータルの支出をできるだけ小さくする戦略を採用する。庭先取引は、生産者一人一人それぞれの事情から手放しても良い価格が異なるので、それぞれについてその価格を割当て、価格差別化を行っていた考えるこ

とができる。供給曲線が、左側から限界費用（又は追加的な１単位につき手放す用意がある価格）が小さいものが順に置かれて構成されていると考える。独占のケースにおいて、支払用意額に応じて課す価格を差別化する価格を設定し、最大の利潤が得られる可能性を指摘した。仲買人は、生産者ごとの事情を熟知し、庭先取引で取引を行っていたが、生産者ごとに供給曲線上の高さに価格を設定し、価格差別化による価格付け戦略を採用していたと考えられる。この場合、利潤は△ACB となり、一方生産者余剰はゼロで、死荷重もゼロとなる。上の市場均衡のケースでの利潤、四角形 ABED と比較すると、明らかにこのケースの方が大きい。

上で指摘したように、生活及び営農面で、生産者ごとに窮迫販売の必要性が異なり、生産者には異なる価格を受け入れる基礎条件があり、また、その年その年に地域の生産者間で結託をしないまでも販売価格の期待水準が共有されていたことが推測される。生産者も、それぞれの事情を抱え結果的にそれを離脱した価格で販売せざるを得なかった場合、その販売価格を周囲に知られたくなかったため庭先取引の慣行が続き、仲買人に価格差別化戦略をとることを可能にした。

５　消費地の問屋の地位の強まり

仲買人は、移出問屋が指示する価格を所与として、利潤を確保するため、庭先取引を通じて生産者が受け入れるギリギリの価格によって購買する行動を行い、結果として、需要独占の下価格差別化を行っていたと推測した。このような仲買人の行動を通じて、それから買い入れる川下の移出問屋は、仲買人に指示した価格を生産者に受け容れさせるという意味で生産者に対して価格支配をしていたと考えることができる（地主への対応は自作、自作兼小作、小作農のそれとは違ったと思われるが、論旨に影響しないので煩雑さを避けるためここでは地主の対応は取り上げない）。鉄道による輸送が始まる前は、船舶による一回の輸送量が大きいので、産地の一つの移出問屋に荷物が集中し、資金力もあったので、消費地の問屋に対し拮抗する力を持っていたが、以下で見るように産地の移出問屋と消費地の問屋の関係に変化が生じた。しかし、生産者に

対する仲買人等による産地における川下の支配力は、産業組合の浸透がみられるようになったものの基本的に維持された。

仲買人から始まる「商人機構」（東畑・大川 1938 は、商人による流通機構をこのように呼ぶ）は、鉄道網の整備による大都市への輸送手段の鉄道への移行、朝鮮・台湾の移入米の増加による買手市場化によって構造的に変動が見られるようになった。中央都市市場圏の形成によって大消費地の膨大な需要を基盤に持つ「中央市場の商人＝卸商の強力な地位を作り出した」と言われている（持田 1970）。

農村恐慌に対応し、官民挙げての農村更生運動の中で産業組合、農業倉庫が着実に発展し、共同販売によって販売される割合が増加し、昭和元年度で市場出荷総量に対する組合取扱量の割合が 3.9%であったものが、昭和 10 年にはそれが 17.5%に上昇している。全国の主要都市に出回る米のうち生産者団体の手を経るものは昭和７年で 18%であり、符合している。産業組合の共同販売が増加しても、組合の扱い量が２割に満たないことに対し、東畑・大川（1938）は、逆に商人機構の優位さを物語っていると述べている。

船舶輸送から鉄道輸送に入れ替わったことに伴い、船舶によって一度に大量に移出していた大きな産地問屋が存在する必要がなくなり、産地での集荷は小規模な移出問屋によって行われるようになった。彼らは、仲買人若しくは代行者又は産業組合を通じ貨車輸送に必要な量を集め、小単位の米を、それまでの深川、神田川正米市場よりむしろ内国産米の取扱いが増加してきた東京の主要な着駅に開設された市場（深川、神田川の組合のほか、12 の米穀問屋組合が存在）で白米小売商に卸す問屋・卸売業者に売り渡すようになった。

消費地の問屋・卸売業者は、多くの小規模な移出問屋と直接取引をすることが必要となったが、消費地にあってその間を仲介する「産地ブローカー」（産地仲次人。専ら正米市場に専属し、売手の問屋と買手の白米業者の仲次をするものも仲次人と呼ばれていたが、これと区別するため当時の文献ではこのように呼称されていた）よる仲介による取引が増加し、また、それまでの産地側が消費地の問屋に委託する取引から買取り取引に変わった。この「産地ブローカー」業は、関東大震災以降生まれた事業である。昭和７年に日本銀行がまとめた「米の取引事情」によれば、「専ら産地並に消費地に於ける問屋間に

介在して売買取引の仲次をなすものであって、極めて最近発達した機関である。近来汽車便の発達に伴い、売買金額が少額になったので取引も容易に行われ、自然産地並に消費地に多数の問屋を出現するに至った。併し之等多数の問屋に対して一々信用状態を知ることは頗る困難であると同時に震災後の信用の激減もあったので問屋は仲次人を利用して之に責任を転嫁さすものが多く取引上の便宜から漸次仲次人の存在を必要とするに至った」と説明している。また、「仲次人には毎日各産地の状況並びに相場の成り行きが刻々に入電して居る関係上問屋は一々産地に問合せをなすの必要なく、仲次人を利用して種々の便利を得、また仲次人も売買成立の上は報酬として売方より一定の手数料を申し受ける」としている。別の文献（渡辺五六「米穀取引に関する調査」1972 年食糧庁複製。著者が、昭和３，４年頃の取引について講述したものをとりまとめたもの）には「産地ブローカーの役目は要するに産地、消費地両地間の売り方と、買い方との中間に立って両者に良い相手方を見つけてやることでありますが、同業者の増加するに伴い仲介の競争が激しくなって、近頃では確実なる相手側のみを選択して、仲介する訳に行かなくなった様な傾向が生じて来たから、仲介を依頼する場合には、産地ブローカーの信用状態にも注意を要するのであります。現在東京にこの業務に従事している者が 12,13 人あり、横浜にも４人許り居ります。仲介の手数料は 10 トン車一車に付て五円（俵当３銭２厘）でありまして売り方の負担に属しております」と記述されている。

これらの仲次人による同業者組織として、昭和 11 年１月に商工大臣の認可を得て、組合員 20 人による「東京米穀産地仲介商業組合」が設立されており、衆議院吉植庄亮による報告（「米穀配給機構の新研究―東京米穀産地仲介商業組合の実体」）によれば、「東京大都市及び近郷近県の需要米の約６割、１千万俵余は産地仲介の手を通じて配給さるるに至り」として産地と消費地を繋ぐ上で大きな役割を果たしていることを述べている。しかし、竹澤（1938）によれば、他にも組織があり、渡辺(1972)が指摘しているように相互の競争が激しかったようである。

鈴木（1965）によれば、自由取引時代の最後の年、実質的な国の管理に移行する直前の昭和 14 年において、仲買人の数は、産業組合の伸長により次第に縮小されてきたが、それでも 20084 人、移出商人は 989 人（三重、近畿地

区、鳥取・島根、不明）となっており、いずれも農林省調査である。また、当時東京には米穀問屋組合が 14 組合あり、それらに属する問屋は、272 人であった。東京市区には小売業者 9336 人おり、これらを通じて人口約 658 万人に対して供給されていた。

関東大震災後出現した産地ブローカーは、売手から一定の手数料を得て、取引の仲介あっせん、信用調査、トラブルの解決を行い、第２節で紹介した仲介者（intermediary）の役割のうち、売買を通じて繋ぐ役割を除いてすべての役割（鉄道輸送の増加によって産地側の売手、消費地側の買手の増加に伴って産地と消費地との取引を繋ぐプラットフォーム的な役割を担っていたと考えられる）を持っていたと考えられる。

６　消費地の問屋の戦略と支配力

製品の原材料と異なり、米のような生産物と消費される際の形態・内容が変わらないものについては、流通過程において取引に従事するインセンティブはマージンを得ることである。従って、戦略は、可能な限り低い価格で仕入れ、高い価格で売却するため、競って高く買ったり、安く売ったりする価格競争を避けることであったと考えられる。その手段として、同業組合の組織化による参入へのハードルの設定と情報の共有であった。

全国に広がっている零細かつ無数の生産現場から米を、効率よく収集し、膨大な需要が集中して存在する消費地に輸送し、これまた無数に存在する消費者に届けられた。大量の取引を効率的に行う（大量のマッチングの実現）ため、一つの場所にできるだけ多くの供給と需要を集中させる市場が開設された。それが、深川、神田川、堂島、神戸の正米市場であった（鉄道による輸送が本格化した以降は、東京では主だった着駅ごとに 12 の問屋組合が結成され小売業者との間で市場外取引が行なわれていた)。

この流通過程に関して、前述したように持田(1970)は中央都市市場圏の形成によって中央市場の商人＝卸商の米穀市場における強力な地位を生み出したこと、また、御園（1977）は、生産者に対して需要独占、消費者に独占として対応したことを述べている。

消費地の問屋（卸商も含まれるが単純化するため問屋と表記する）、着駅ごとに問屋組合が結成され、それまで正米市場から仕入れていた卸売が産地の移出商人から直接買い付けるようになり、産地の移出商人と取引する問屋の数が増加した。一方、積出駅を拠点にして消費地に送り出す小規模な移出商人が増加した。

消費地サイドの問屋・卸売の共通の関心事項は、消費地に持ち込む米の産地からの仕入れに当たって、価格競争を避け産地から高く購入することはしないことである。産地と消費地間の取引が、委託取引から買付取引に変わったことに伴い、間を仲介する仲次人が現れた。この仲次人が必要とされたのは、同一の産地問屋に対し消費地の問屋の注文が重なり入札のような状況が生じたと言われていた（竹澤 1938）ことにあったと思われる。このように、買付け先の競合による価格競争を避けるため、仲次人による買付先の割当て調整が必要とされたと考えられる。

産地ブローカーが産地と消費地の取引関係にいかなる効果をもたらしたか、第２節で紹介した需要独占の枠組みを使って、考えてみよう。図４は、図３と同じものであるが、ここでは、消費地の問屋が一体となって行動して、すなわち独占として行動していたと仮定する。

一方、消費地側の問屋の増加に伴い、需要独占から需要寡占へ進む。各問屋がそれぞれの利潤最大化行動を行うと仮定する。問屋の数は、n とし、全体の購入量 Q、問屋 i の購入量は q_i 、i 以外の問屋の購入量は同一とし、それを q とする。このとき、$Q = q_i + (n-1)q$

である。逆需要曲線は、$p(Q) = a - bQ$、供給曲線を$S(Q) = tQ$とする。このとき、問屋iの利潤は、

（５）$\pi_i = (a - bQ)q_i - tQ$

である。これを、q_iで微分して、１階の条件を求めると、

（６）$a - 2bq_i - (n-1)bq - 2tq_i - (n-1)tq = 0$

すべての問屋が同一量を購入すると仮定して、$q_i = q$とおき、qについて、整理すると、

（７）$q = a/(n+1)(b+t)$

である。このとき、$Q_n = na/(n+1)(b+t)$ である。購入価格

$p_n = nat/(n+1)(b+t)$である。

問屋が一つの場合、$Q_1 = a/2(b+t)$,価格$p_1 = at/2(b+t)$であり、また、完全競争の場合

$Q_C = a/(b+t), p_C = at/(b+t)$である。明らかに、問屋の数が増加すれば、するほど買い付け価格が上昇する。図４において、買付けする問屋数が増加するにつれて、価格は、供給線上を競争均衡点に向かって上昇していく。産地ブローカーによって、個別に問屋が産地側の問屋に当たるのを避け、買い付けする人数を抑える必要があったことが理解される。

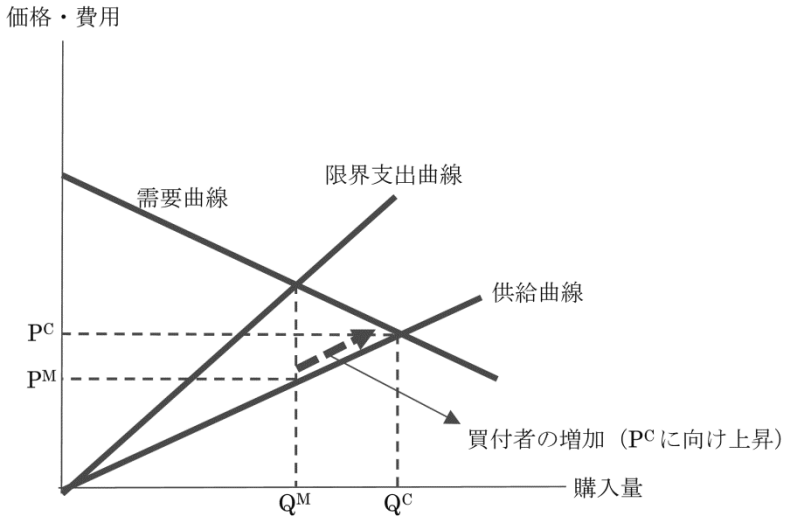

図４　鉄道による輸送の本格化が産地と消費地の取引が与える影響

消費地の問屋は、膨大な消費需要に支えられ、米穀問屋組合の構成員として実質的に排他的に売主となる地位を持ち、かつ、結託までに至らなくても、価格競争を避けるための調整行動を行っていたと考えれる。「産地ブローカー」を使うようになったのは、その一環であると推測される。

最後に、東京には、深川、神田川の問屋組合の他に 12 の米穀問屋組合があり、これらは鉄道輸送の着駅を拠点として活動する問屋によって組織され、それぞれ主としてカバーする供給範囲を持っていた。深川正米市場、神田川正米市場には、それぞれ仲次人（深川 12～13 人、神田川６人）が置かれていた。それらの市場では仲次人を介してしか問屋から購買できなかった。場内の仲次

人の店舗には、常に各問屋の売買見本を備え、購買者にとって一見して売買される米の優劣を判断するのに便利であったようである。同時に、問屋の立場からは直接の購入者と取引するときは購入者に一々その信用状況を調査することはできなかったが、仲次人には各々専ら取引する購入者が結びついており、彼等は日々店舗に出入りし、自然に状況を把握できる立場にあった。各問屋は、このような仲介人を通じて販売することにより、情報を共有し協調して行動することを容易にしたと考えられる。また、問屋組合は、主としてカバーする供給範囲を地域的に分割し、組合ごとに、協調した販売行動をしていたと推測される。一方、アウトサイダーでは銀行や産地の関係で支障が生じ問屋組合に加入しないと、事実上活動が制約され、問屋組合は参入のハードルを高くし、寡占をもたらしていたと考えれる。

寡占市場における寡占の行動を定式化する。市場の供給者が、n存在するとする。この市場における逆需要関数は、逆需要曲線は、$p(Q)=a-bQ$とする。Qは、nの供給者によるトータルの供給量とする。限界費用関数は、一定で供給者を通じて同一とする。供給者iの供給量をq_iとし、他の供給者の供給量は同一でqとすると、供給者iの利潤は

（８）$\pi_i=(a-b(q_i+(n-1)q))q_i-cq_i$

である。q_iで微分して１階の条件を求めると、

（９）$a-2bq_i-b(n-1)q-c=0$

これを整理して、

（10）$q=(a-c)/b(n+1)$

となる。このとき、トータルの供給量Qは、

（11）$Q=n(a-c)/b(n+1)$で

である。

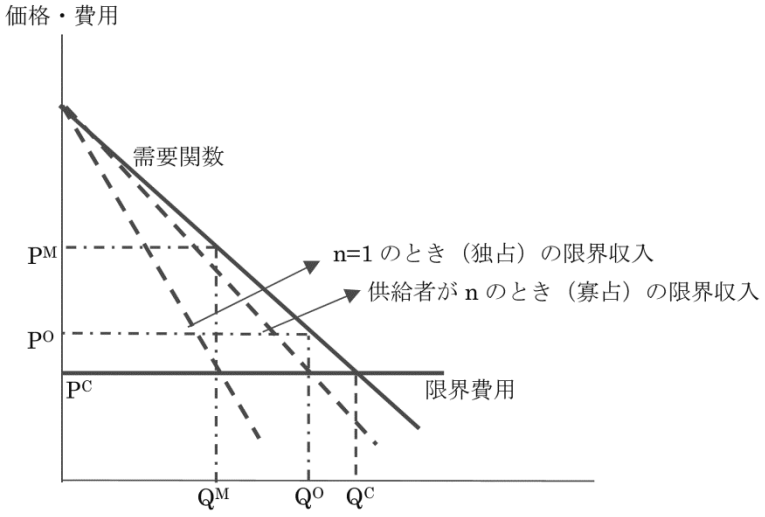

図５　寡占

*n*が限りなく大きいとき、完全競争均衡（P^C, Q^C）となる。n=1 のとき、独占解が得られる。すなわち、寡占の均衡解は、この二つの間に存在するが、供給者の数 n が小さくなればなるほど、独占解に近づき、価格が上昇する。問屋サイドは、実質的に供給者の数が少なくなる戦略をとるインセンティブが存在する。市場において、少数の仲次人が仲介すること、また、地域単位問屋組合が結成され、行動が調整されることは、これに沿った戦略であろう。

戦前、流通過程を通じて継続的に価格が公表されていたのは、正米市場の標準相場である。深川正米市場については、常に売買される 10 以上の種類の米について上、中、下に区分し、上、中、下、平均ごとにその日の取引価格を加重平均して算定され、公表されていた。これは、卸が小売業に対して卸す際の卸売価格である。当時の文献で見ると、深川正米市場の「内地米中米標準相場」、堂島米穀取引所正米部における「内地玄中米標準相場」等と引用されていた。これは支配力をもった特定の卸が設定し、又は結託して設定し,他の者がこれに追随するというものでないという意味で、Stigler(1947),Bain（1960）等が言う価格主導権（price leadership）を持っていたわけでない。しかし、この標準相場は、深川正米市場について言えば、卸が小売業者に対して支配力を持つ関係の下で、卸と小売と間に立つ 10 人余という少数の仲次人が関与して設定されるものであるため、実質的に Stigler(1947)等の価格主導に該当すると理解しても差し支えないと考えられる。各地で色々な取引の場で、

この価格を基にして逆算に諸経費を差し引くことによって得られる価格が、基準又は指標（barometer）として影響力を持っていたものと推測される。川上（売手）に対して川下（買手）が価格競争を行ない、結果として価格水準を高くすることを避ける上で有効であったと考えられる。

7　結びに代えて

戦前の自由取引時代の米の流通過程は、仲介者としての役割を果たす多段階に繋がった米穀商人によって担われていた。膨大な需要に支えられた大消費地の問屋（卸売商）が、川上の仲介者を通じて全国の生産者から米を収集し、大消費地に散在する小売業を通じて消費者に供給していた。大正時代になって政府の支援の下産業組合による共同販売も見られるようになったが、影響力は限定的であった。深川正米市場では相対取引の最小単位が 20 俵以上とされていたように、各段階の取引において１俵が計算単位となっており、このため俵詰された形態で産地から小売商まで流通した。小売商の段階で複数の銘柄を混米しそれを搗精して白米の形態で販売された。

この流通過程において、大消費地の小売商を買手に持つ問屋（卸売商）に需要が集中し、しかも相対的に少数であり（寡占）、さらに同業者組合である複数の問屋組合に組織化されていた。川上、川下との取引に当って、価格競争を避けるため、協調的行動をしていたものと推測される。また、産地の買付資金の回収に利用された荷為替は、彼等の信用力によって支えられていた。寡占による支配力の行使によって得られるマージンが、大消費地の問屋にとって流通過程を牽引するインセンティブになっていた。

さらに、例えば、深川の正米市場では、毎日の出来価格を加重平均して上米、中米、下米、平均ごとに標準価格（標準相場）として発表されていたが、全国の取引価格にプライスリーダーとしての役割を果たしていた。

現在の米の市場は、禁止的関税によって国際価格から遮断され、基本的には、国内の需給によって価格が形成される。参入に制限がなく、その意味で、戦前の昭和 14 年までの自由取引時代と同じである。しかし、当時と基本的に４つの違いがある。

第１は、生産者が組織する系統農協が大きい供給シェアを背景として価格主導権（price leadership）を持っていることである。これは、東畑・大川（1938）が展望したことである。戦前・戦後の食糧管理法の下で、前身の組織を含め一元的に集荷を行なう地位が与えられ、自主流通米についても一元的に扱い、改正食糧法で自主流通米の制度がなくなった以降も、県にもよるが、総じてなお大きい供給シェアを持っていることによる。

第２は、戦前の銘柄は市場を含めた流通段階の取引規格という側面が強く、生産者、消費者の選択には影響しなかったが、現在の米市場は、自主流通米の導入の際創設された産地品種銘柄が定着し、生産者による製品差別化が行われている。各産地品種銘柄についてサブ市場が形成され、代替弾力性に応じて相互に関連性を持ちながら、これらによって全体の市場が構成されている。市場の価格・需給動向は、産地品種銘柄ごとに把握されている。産地品種銘柄について、大きい供給シェアを持つ系統農協は、価格主導権を持つ。

第３は、戦前、玄米が俵装されて小売商に到着し、そこで解かれて搗精され白米が秤売りされていた。現在は、通常 1 種類の産地品種銘柄ごとに小袋に密封され銘柄が表示された精米がスーパー、ドラッグストア等に置かれ、65％の人がそこで購入し、これらの家庭内消費は消費量全体の 70%を占めている。残りは中・外食による。精米・袋詰めは、場所的には、産地、消費地の工場で行なわれている。このため、流通経路、流通形態ともに格段に多様化している。

第４点は、戦前の深川、神田川等の正米市場等のような施設を持つ市場がないことである。

産地品種銘柄のサブ市場で、生産者から販売委託を受けた系統農協が、なお平均的に４割の供給シェアを持ち、価格主導力を保持している。しかし、年々そのシェアは低下しており、その要因として、生産者が農協を通さず、卸、小売、消費者（「卸等」）に販売し、また、単協が全農県本部を通さず直接卸売等に供給することにある。戦前の自由取引時代に置き換えれば、系統農協が産地の移出商人で、スーパー、ドラッグストア等の小売店や外食産業に供給している卸が正米市場等を拠点としていた問屋（卸売商）である。

現在の卸は、全国に展開しているスーパー等の小売を相手に供給しているた

め、大手は当時と比べ取扱量が多い（需要量の集中度が大きい）。2020 年度の商系米穀卸経営概況（米穀安定供給機構調査、調査対象 107 卸）によれば、大手 18 卸で総体（調査対象数量 267 万 4375 精米トン）の 72.8%の米穀数量を扱っている。米の購入場所として、年々スーパーの割合が増加している（平成 23 年度平均 45.9%⇒令和３年８月 54.3%）。従って、卸から購入する量販店のシェアが着実に増加していると推測される。

産地品種銘柄のサブ市場において、年々系統農協の供給に占めるシェアが小さくなる一方、需要面で卸の寡占化（少ない数の卸で、多くのシェアを占める傾向が強まる）が進み、また、購買場所として量販店の割合が継続して増加していることから、量販店の購入シェアも高まっている。従って、川下（買手）の卸、さらにそれから購買する小売において集中度が高まり、系統農協に対し価格の引下げを促していく。

系統農協と卸との取引きは、生産者から販売委託を受けた米について販路を見出し、確実に販売する必要があり、一方、卸もそれに供給を依存している小売に確実に供給するため、米を確保する必要がある。系統農協と卸の間には、一般に、自主流通米から続く長年にわたる取引関係が存在するかも知れない。例えば、山形県のはえぬきの多くは、品種導入の早い段階から、系統農協によって卸の木徳神糧を通じてイトーヨーカドーに販売され、業務用に使用されている。新しい産地品種銘柄の導入に伴う売先の確保を特定の卸に依存している同様の例が他の産地品種銘柄にも存在していると推測される。また、卸と量販店の関係でも、例えば、量販店サイドの期間限定の特別販売の全国全店の一斉実施を企画する場合、ジャストインタイムで店舗所在地域に応じた運搬費用が小さい多種の産地品種銘柄を確保し注文に応じて供給ができる体制を備えているのは、全国的に系統農協との取引のネットワークを持ち大型精米工場設備を整えている卸に限定される。量販店の需要量が大きくなる一方で、特定の卸に供給を依存する。一方、卸も大型精米工場を効率的に稼働させるため、価格を引き下げても注文を多くとろうとする可能性がある。その場合、川下の価格引き下げ要望に、系統農協が直面する。

戦前、供給の過剰基調の中で大消費地の卸の地位が強まって行ったように、需要量の減少傾向が続いている中で、今後、流通機構を通じて川下の寡占化が

進み、中でも全国に展開するスーパー等を供給先とする卸の力が強まっていくことは避けられない。マージンを大きくするために小さい仕入値を求める買手の力が強まり、系統農協は販路の確保のため価格の引下げ圧力に直面して行く可能性がある。生産者を戦前のような取引環境に置くことにならないように、系統農協は、戦中・戦後の食糧管理制度における一元的集荷によって与えられた地位に淵源するアドバンテージを保持し、それを活かして価格主導力（price leadership）を発揮していかなければならない。系統農協として、収益性が小さく、ビジネスとして効率が良くないかも知れないが、戦前、現在のような農協のバックアップがないため生産者が弱い立場に置かれたということを肝に銘じ、戦前のような環境に戻ることがないようにしなければならない。そのためには、需要に応じた生産を行い、需要に見合って供給量をコントロールすること、多方面での組合員サービスに努め、販売委託シェアを確保して行くことの２点が基本である。

大きい供給シェアによって価格主導権を持ってきた系統農協に対し、川下の卸、さらにその川下の量販店の集中化が進んでくるようになると、市場における価格及び量がどのように影響受けるか、Schere(1980)の双方独占（bilateral monopoly）に関する説明を参考にして考えてみよう。次の図は、独占のケースを示す図２と、需要独占のケースを示す図３を、いわば、重ね合わせたものである。

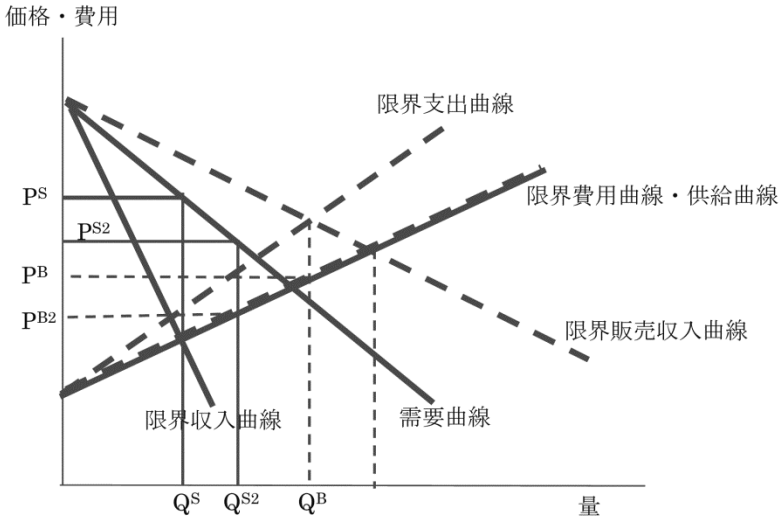

図６　系統農協と卸

供給者、需要者ともに独占とする。実線は、供給者が直面する曲線である。ここでは供給者は、系統農協を想定する。点線は需要者が直面する曲線である。需要者は卸で、系統農協から玄米を購入して小売に販売する。小売への単位当たりの販売収入（小売から見れば、限界支払用意で、小売の需要曲線となる）が、図６の卸の限界販売収入曲線である。これは、図３の、需要者が直面する需要曲線である。原料である玄米１単位当たりの収入（限界収入）は、需要者（卸）にとっての原料である玄米に対する限界支払用意であるので供給者（系統農協）が直面する図４の需要曲線である。限界費用曲線は、供給者（系統農協）の玄米単位当たりの供給費用である。限界支出曲線は、需要者（卸）の玄米１単位当たりの購入費用である。供給者（系統農協）にとって、独占解は（Q^S,P^S）である。一方、需要者（卸）の需要独占解は（Q^B,P^B,）である。この段階で、双方が独占の立場からする最適解は異なっている。この市場での均衡解はない。

次に系統農協は販売委託を受けた数量はこれより多く Q^{S2} を売り切る必要があるとする。その場合でも最も利潤が大きくなるように価格 P^{S2} を設定する。しかし、需要者（卸）にとって、この価格の線が限界販売収入曲線と交わる点の量に比べ、供給者から供給される量（Q^{S2}）は小さい。需要者（卸）は、供給量 Q^{S2} を所与として、P^{B2} を設定する。この場合も市場での均衡解はない。取引価格は［P^{B2},P^{S2}］の間を変動する。議論が複雑となるので、これで止めるが、需要者（卸）の集中化が進めば進むほど、供給者（系統農協）は市場メカニズムによって価格引下げ要求に直面することになる。さらに、供給サイドからの問題にも直面する。供給者（系統農協）の需要曲線は、産地品種銘柄に対する需要のうち生産者や単協の供給分を差し引いたいわゆる残余需要である。図から明らかなように系統農協の供給シェアが縮小すると、残余需要曲線である需要曲線が左にシフトし、他の条件が同じであれば、P^{S2} が小さくなっていく。即ち、卸に要求する価格が低下していく。また、小売の集中化の影響にも、需要者（卸）を通じて直面する。小売が集中度を高め、需要独占として振る舞うようになると、卸に対して価格の引下げを求め、限界販売収入曲線を下にシフトさせ、結局は系統農協が直面する需要曲線を下にシフトさせ、卸への要求価格を低下させる。

最後に、報道によれば、農林水産省で検討が開始されているようである米の現物市場について、経済学の観点から見た課題を示しておきたい。これは、自民党が、堂島商品取引所の米先物取引の本上場申請を認めないように農林水産省の要請することと関連して、現状では米需給の実態を表す価格指標が不十分でより透明性のある価格形成の場として現物市場の創設を政府に申し入れると報道されたが、この提言を受けて検討が開始されたものであろう。

まず、どの段階の取引を想定しているのか明示されていないが、深川正米市場の標準相場のように消費地の卸商と小売商の間の取引価格でなく、現在農林水産省が系統農協と卸の間の相対の取引価格を聞き取って毎月発表している相対取引価格が形成される段階の取引のようである。というのは、現在、政府によって定期的に発表されている価格は、この相対取引価格であり、これに関連して、米需給の実態を表す価格指標が不十分で、より透明性のある価格形成の場が必要と判断されたものと考えられること、今回の切っ掛けは、農協による概算払が軒並み引き上げられたが、これは生産者が販売を委託した米の予想されるいわば底値で、実現される価格の期待値でないことから不透明感を持たれたことによるからである。すなわち、生産者から委託を受けた系統農協又は直売する生産者や単協が販売する価格について、即時的に情報を得ることに関心があるように見える。

次に、創設が期待される現物市場は、関係者が幅広く参加することがイメージされている。ちなみに、戦前の深川正米市場は、相対が原則であり、信用が置ける買人を選別して取引するため。10 人余の仲次人が間に入って、取引が行われていた。市場は、第２節で紹介した仲介人の役割の一つであるプラットフォームである。売手と買手を集め、それらに取引きを行なう場を提供し、マッチングの機会を高める機能を果たす。

売手にとって、売りたい財について仕入れ値より高く支払っても良いと思う買い手を求め、一方、買手にとって、買いたい財について、自分の価格付けより小さい価格で売っても良いと思う売り手を探索する。マッチングの確率は、これらの価格を持つ買手、売手の分布に依存する。マッチングする相手を探索するのに費用と時間を要する。プラットフォームの売手、買手が、それぞれが求める価格を表明することにより、マッチングの相手を選択することが容易に

なり、費用と時間を節約する。取引に課金することによってプラットフォームの設営費用が賄える。プラットフォームを利用することによって、課金という費用を上回るマッチング効果が得られれば参加することになる。参加者が増加すればするほど、マッチングの相手を見出す確率が高まる。

現物市場の創設の狙いが、より透明性のある価格形成の場として、幅広い関係者が参加する市場の実現を目指すとしても、その市場がプラットフォームの役割を果たすことが基礎的な条件である。つまり、参加費用を負担してマッチングの相手を探索するためプラットフォームを利用する売手、買手のニーズがあるかどうかが決め手となる。

現物市場の創設の提言が期待する売手は、生産者から販売委託を受けた系統農協と系統農協を介することなく直売している単協と生産者である。後者の生産者は、単協に委託して販売する機会を持ちながらそれをしないでより採算的な取引相手を見つけ、また、単協も上部組織に委託する機会を持ちながらより採算的な取引相手を見つけているので、あえてプラットフォームを利用するインセンティブはない。また、系統農協は、産地品種銘柄の市場において支配企業として、残余需要に対して独占として価格主導権をもって反応するので、価格を下げればマッチングの相手を見いだせる。費用を負担してプラットフォームを利用することは利益があるかわからない。販売委託を受けた量が増加し、これまでの取引相手だけでは売り切れない場合、売り切れないものについてプラットフォームを利用することが考えれる。しかし、安く売却できたとしても既に契約した取引相手から同じ条件とすることが求められる。まして、入札やセリによるような価格主導権を失うような価格設定方法は自らの地位を放棄することを意味する。

一方、卸は特定の系統農協と長期的な取引関係にあり、そうであれば、プラットフォームで新たに買い入れ先を探索するインセンティブはない。また卸を通さずとも、取引相手の量販店や外食産業等がプラットフォームに買手として参入する機会を与え、価格競争を余儀なくさせる可能性がある。プラットフォームの場は、卸の経営戦略を競争相手に曝す機会となり、不利益をもたらすリスクがある。

直感的に、想定される段階の取引の当事者にとってマッチングの向上に現物

市場の開設がもたらす効果はない、すなわちプラットフォームの設置運営を支えるのに十分な参加者は期待できないように思える。価格に関する情報は、取引当事者によって戦略的に発信され、行動に影響を与えるので、慎重な考慮が必要であるが、あえて市場を開設し、新たな情報の発信源を作るのでなく、価格情報の収集と発信方法に関するシステムを工夫していく方が現実的であると考えられる。

参考文献

Belleflamme, P. and Peitz, M. (2012), *Industrial Organization*、*Markets and Strategies,* CAMBRIDGE

Carlton, D.W. and Perloff, J.M. (2005), *Modern Industrial Organization*, PEARSON

Chamberlin, E. D. (1933), *The Theory of Monopolistic Competition,* HARVARD UNIVERSITY PERSON

Perloff, J.M. (2012) ,*Microeconomics*, PERSON

Scherer, F.M. (1980), *Industrial Market Structure and Economic Performance,* Houghton Mifflin

有本寛（2017）「発展途上経済における農産物市場と流通の改善―近代日本の米市場における米穀検査と標準化（特集「途上国」日本農業の開発経済史―経験と教訓)」アジア経済第 58 巻第２号 77-103

木村和三郎（1936)『米穀流通費用の研究』日本学術振興会

神戸米穀肥料市場（1920)『神戸米穀肥料市場沿革誌』

小岩信竹（2003)『近代日本の米穀市場』農林統計協会

澤村康（1937)『米価政策論』南郊社

鈴木直二（1937)『市場より見たる産米改良』巖松堂書店

鈴木直二（1965)『米穀流通組織の研究』柏書房

鈴木直二（1974)『米　自由と統制の歴史』日本経済新聞社

鈴木直二（1975)『米穀流通経済の研究』成文社

田家邦明（2020)「戦前の自由取引時代の研究から見る米市場の今―東畑精一が展望したもの一」『農業研究』第 33 号 251-294 頁

大豆生田稔（1997）「道路網の整備と米穀市場」高村直助編著『明治の産業発展と社会資本』ミネルヴァ書房

大豆生田稔（2003）「東北産米の移出と東京市場」中西聡・中村尚史編著『商品流通の近代史』日本経済評論社

大豆生田稔（2007）『お米と食の近代史』吉川弘文館

大豆生田稔（2016）『防長米改良と米穀検査』日本経済評論社

高橋政行（1966）「自由経済下における米麦の流通」『主要農産物の流通構造』農政調査委員会

竹澤篤二（1938）『米穀販売の理論と実際附、昭和米穀史抄』同文館

玉真之介（2013）『近現代日本の米穀市場と食糧政策　食糧管理の歴史的性格』筑波書房

チェンバリン（1966）『独占的競争の理論』（青山秀夫訳）至誠堂

東京廻米問屋組合（1937）『東京廻米問屋組合深川正米市場五十年史』

東畑精一（1936）「米穀政策と小作制度」『農業と経済』第１巻第１号　51-61 頁

東畑精一・大川一司（1938）『米穀の自治的販買統制』日本学術振興会

土肥鑑高（1981）『江戸の米屋』吉川弘文館

中村尚史（2003）「北部九州における近代的交通機関と商品流通―肥後米移出を中心に―」中西聡・中村尚史編著『商品流通の近代史』日本経済評論社

農林省経済更生部（1935）『新潟縣ニ於ケル青田売買ニ関スル調査』日本農業発達史第８巻（1956 年復刻版所収）

農林省米穀課長小平権一「米穀法と農民の自覚」（カーボン紙によって複写した手書きのもので、日本農業研究所所蔵図書である当時の米穀課が編纂したと思われる「米穀法」綴（図書番号 611.3、251）に所収されている。作成された時期は不明であるが、同氏は昭和２年５月に米穀課長に就任し、昭和４年 12 月蚕糸局長就任までその職にあった。）

農林省食糧管理局（1948）『主要食糧の価格政策史』

日本学術振興会（1939）『米穀経済の研究（Ⅰ）』有斐閣

日本銀行調査局（1919）『東京深川市場ニ於ケル正米取引ニ関スル調査』

日本銀行調査局（1932）『米の取引事情』

御園喜博（1966）『農産物市論』東京大学出版会

御園喜博（1977）『農産物価格形成論』東京大学出版会

持田恵三（1969）「米における銘柄等級制の形成」『農業経済研究』第 40 巻第４号 156-164

村上保男（1961）「米価政策の構造」全国農業会議所『穀物価格政策の構造』

持田恵三（1970）『米穀市場の展開過程』東京大学出版会

守田志郎（1966）『米の百年』御茶の水書房

ロビンソン、J（1956）『不完全競争の経済学』（加藤康男訳）文雅堂銀行研究社

八木芳之助（1932）『米価及米価統制問題』有斐閣

吉植庄亮『米穀配給機構の新研究―東京米穀産地仲介商業組合の実体』（中央大学図書館所蔵）

渡辺五六（1972）『米穀取り引きに関する調査』食糧庁企画課

渡邊信一（1929）「我が国に於ける米の共同販売に就いて」『経済学論集』旧巻第６巻第２号 193-253