

アメリカの養豚における 販売契約の拡大要因と課題

目 次

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. 問題の所在 | 3. 販売契約の拡大要因と問題点 |
| 2. 販売契約の構造と価格決定メカニズム | (1) フォーマラー方式の拡大要因 |
| (1) 販売契約の展開とその背景 | (2) 販売契約をめぐる論点 |
| (2) 販売契約のリスク負担とインセンティブ | (3) 法律的な対応 |
| (3) 販売契約と価格形成メカニズム | 4. 小括 |

〔要 旨〕

近年、アメリカの養豚では市場を経由した取引に代わって契約販売が急速に拡大している。品質や安全性という質的要素が重要となっているだけに、契約的取引が拡大する条件は整っている。

生産者にとっては、と畜・解体における少数の大手企業への集中が進んだために、安定的な出荷（集荷）が必要不可欠となっている。また、販売契約が融資の条件となっていることも、販売契約を導入する要因となっている。パッカーにしても、プラントの稼働効率を上げるために、大量の豚の集荷を安定的かつ計画的に実施することが必要である。

販売契約をめぐる市場価格への影響が懸念されている。販売契約は、その取引比率が高くなるにつれて、市場価格の形成に影響を与えている。販売契約の比率が高くなると、市場の需給関係が現実の需給関係から乖離してしまい、市場価格は指標としての機能を失ってしまうことになる。

生産者にとっては、契約に関する情報が公表されないために、複数のパッカーの契約を比較・検討することができないという問題が存在する。つまり、代替的な契約を結ぶにも、あるいは現在の取引相手であるパッカーと契約条件について交渉する際にも、他の販売契約に関する情報が必要不可欠である。取引条件をめぐる交渉力を強化するためには情報の入手は重要な要素であるが、様々な制約によって困難である。このため、中西部諸州での規制や連邦レベルでの畜産物強制報告法が成立することとなった。

しかしながら、州の規制をめぐる大手パッカー（と畜・解体業者）が規制を回避して実質的に機能しないようにするなど、激しい抵抗が生じている。連邦の規制に関しても同じような状況だけに、今後どのような法制度が整備されるのか注目される。

1. 問題の所在

これまで、パッカーと生産者の取引は、市場を経由した取引が中心であったが、近年いわゆる取引主体間の継続的取引が急速に拡大している。特に、標準化されない財やサービスの取引の場合、情報の偏在が発生するために市場取引ではなく継続的取引が適しているが、豚についても品質や安全性という質的要素が重要となっており、その意味ではアメリカの養豚産業においても継続的取引が拡大する条件は整っている。

販売契約をめぐっては二つの論点がある。一つは市場価格への影響である。販売契約は、その取引比率が高くなるにつれて、市場価格の形成に影響を与えている。販売契約の比率が高くなると、市場の需給関係が現実の需給関係から乖離してしまい、市場価格は指標としての機能を失ってしまうことになる。

もう一つが豚の垂直的調整の仕組みである。豚はブロイラーのように加工業者が直接生産者との間に契約生産を結んでいるわけではない。生産を拡大している大規模経営体は中小生産者との間に契約生産を結ぶ一方で、パッカーとの間で販売契約を結んで販路を確保している。加工業者と生産者が契約生産で直接結びついているブロイラーのような単純な構造ではない。そこで、このような独自性が今後ブロイラー型に転換するのか注目されるが、その判断材料の一つが大規模経営体とパッカーが結ん

でいる販売契約である。

そこで、本稿では、養豚の垂直的調整を分析するために、生産者とパッカーを結ぶ重要な役割を担う販売契約に焦点を当て、その価格決定メカニズムを検討することで、契約が浸透する要因を分析し、長期的な継続関係を保証する仕組みについて検討する。

2. 販売契約の構造と価格決定メカニズム

(1) 販売契約の展開とその背景

アメリカの養豚における販売契約は急速に拡大している。第1表に示されているように、取引全体に占めるスポット取引以外の取引のシェアは2001年1月には80%を超えている。また、販売契約は大規模層に集中していることも確認された。

他方、中規模層やこの調査では対象外となった1,000頭未満の相対的に小規模な経営体では、現在でも大半が市場出荷である。したがって、小規模な経営体の問題を考えるうえで、市場価格の形成という問題は、現在においても重要である。

第1表 豚の出荷における取引形態別シェアの推移

(単位 %)

	1997年	1999	2000	2001
スポット取引以外の取引	56.6	64.2	74.3	82.7
契約 パッカー所有	50.4 6.1	62.0 2.3	72.6 1.7	82.5 0.2
スポット取引	43.4	35.8	25.7	17.3

資料 National Pork Producers Council のホームページより (<http://www.nppc.org/NEWS/>)

また、上位パッカーへの集中が激しい。とりわけスミスフィールド社のシェアが急速に拡大し、97年にはIBP社のシェアを抜いて最大手となっている。^(注1)このように、生産およびと畜・解体の両部門において大規模化と極端な集中化が進行している。

通常、パッカーが販売契約を利用する目的の一つと考えられるのが、安定的集荷の確立である。パッカーはプラントの稼働率を高い水準に平準化させるために、プラントの稼働能力に見合う頭数を安定的に調達しなければならない。プラントでは規模の経済が働いているために、規模の拡大はコストの削減につながる。特にこのような傾向は80年代以降技術的な進歩とともに顕著になっているという指摘がなされている。^(注2)大量の豚を定期的に集荷するには、販売契約の方がスポット取引よりも効率的である。

また、高い品質や安全性を求める消費者のニーズも販売契約にとって有利な要因である。価格以外の要因を取引に組み込むためには、スポット取引ではなく少数の大規模経営層との販売契約の方が、生産に関する情報伝達が容易である。もっとも、生産サイドにおいても少数の大規模経営層への生産の集中が急速に進んでいるため、パッカーにとっても選択肢は限定される。

他方、生産者にしてみれば、パッカーの影響力の増大によって、販路の確保が緊急の課題となっている。たとえば、ノースカロライナ州のスミスフィールドの新しいプラントでは、解体・処理する豚の80%をわずか5人の生産者（あるいは経営体）から調

達しているという。^(注3)特に、94年や98年の供給過剰による価格の暴落後にこのような懸念が顕著になった。生産が過剰となり、パッカーは少数の大規模生産者からの購入で十分に対応できるようになったため、生産者が販路を確保することは困難となり、販売契約を利用する傾向が強くなったといわれている。

また、新しい生産管理技術が導入されると、^(注4)生産者の出荷のスケジュールは厳格に規定されてしまう。したがって、計画的な出荷が必要不可欠となるが、その点においても販売契約は生産者にとって有効な手段である。さらに、生産者は金融機関から価格変動リスクを回避するためにパッカーと販売契約を結ぶよう求められるケースが増えている。特に、98年の第4四半期から99年の第1四半期にかけて豚の価格が急落したことを受けて、金融機関はリスクヘッジの手法として販売契約の導入を融資の条件^(注5)にしているとの指摘がなされている。そうになると、販売契約からスポット取引への転換は困難となり、生産者の選択肢は、非常に限定されてしまう。

以上が、販売契約を促進している背景および間接的な要因であるが、次に公表されている契約書を使って、契約に含まれているリスク負担やインセンティブの構造を明らかにし、契約拡大の要因についてさらに^(注6)詳しく検討する。

(注1) 大江・坂内 (2001), 20~21ページ参照。

(注2) James M. MacDonald, Michael E. Ollinger, Kenneth E. Nelson, and Charles R. Handy (2000), pp.31-36.

(注3) David Kenyon and Wayne Purcell (2000), p.11.

(注4) 坂内・大江 (2001), 89ページ参照。

(注5) National Pork Producers Council (1999), p.5.

(注6) 販売契約の事例については、アイオワ州の司法長官事務所 (Attorney General's Office) のホームページ (<http://www.state.ia.us/government/ag/index.html>) において入手可能である。本稿では、IBP (Hog Procurement Agreement I) と Swift (Swift One), John Morrell (MVP Program Participation Agreement) の契約書を対象とした。

(2) 販売契約のリスク負担とインセンティブ

最初に、リスク負担について見てみよう。まず、生産者は出荷するためには一定の仕様 (specification) をクリアしなければならない。もし仕様に合致しない場合には、出荷してもパッカーに引き受けを拒否される。

まず、量的な面では最低出荷頭数がある。95年のデータでは、エクセル社 (Excel : カーギルの子会社) は最低頭数を1万頭、モンフォート社 (Monfort : コナグラの子会社) は1万~1万5,000頭と定めている。このような頭数をクリアして初めて契約が可能になる。なお、IBP社やモンフォート社は専属契約を定めており、したがって契約期間中はパッカーと契約することができなくなる。^(注7)

また、質的な要件もクリアしなければならない。たとえば、スイフト社 (Swift : コナグラの子会社) の契約では、1回当たりの出荷頭数 (load) の1頭当たり平均重量は240~270ポンド程度、赤身率 (lean

percent) は去勢豚 (barrow) で50%以上、未經産豚の場合には52%以上が求められる。なお、通常は48%以上が平均的な数値である。品種についてはコントラクターにより指定されているが、指定以外へ変更する際には双方の合意が必要となる。また、規制されている化学物質が検出された場合も、出荷者の責任とみなされ出荷はできなくなる。そのため、生産者は規制対象となっている化学物質の使用については慎重でなければならない。なお、このような計量や検査を行うのはパッカーであり、生産者が規定を遵守しているかモニタリングすることはそれほど困難ではない。

さらに、出荷のタイミングについては、事前にパッカーに通知するなど、パッカーとの間で綿密な調整が行われる。スイフト社の事例では、まず毎週平均的に出荷することが求められる (変動は上下10%内)。また、当該四半期の3か月前までに出荷予定頭数を通知しなければならない。さらに、毎週金曜日に翌週の出荷予定頭数 (日次ベース) の情報も伝達しなければならない等、出荷のスケジュール管理は厳格である。なお、輸送費は出荷する生産者側が負担をし、出荷した時点で、所有権とリスク負担はパッカーに移管することになる。このように、販売契約では出荷までのリスクを生産者が負う構造となっている。

(注7) Successful Farming, March 1995, pp. 22-24.

(3) 販売契約と価格形成メカニズム

契約を含むスポット取引以外の取引を価格決定メカニズムという面から形態別にみると、代表的なのがフォーミュラー方式 (formula) である。この方式では、市場価格をベースに基準価格 (a base price) が算出され、それに各パッカー独自の評価基準から計算されるプレミアムやディスカウントが加味されて、最終的な価格が決定される。

このようにフォーミュラー方式は市場価格の変動の影響を受けるのに対して、ウィンドー方式 (Window) にはリスクヘッジ機能がある。この契約では一定の価格帯が設定され、市場価格が価格帯の上限あるいは下限を超えた場合には、その差額を出荷する生産者とパッカーの双方が一定の比率で負担する契約である。ウィンドー方式以外にも、このようなリスクヘッジの価格決定システムとしてコスト・プラス方式 (Cost・plus) がある。この方式は、

基準価格を決定する際に市場価格ではなく生産コストに占める比重が高い飼料の価格が用いられている。つまり、ある程度生産コストの変動を基準価格の中に組み込むことで、価格変動によるリスクヘッジを行っている。

97年から2000年までの間に、フォーミュラー方式のシェアは、スポット取引を含めた取引全体の39%から47%まで増え、2001年には54%にまで達している (第2表)。ウィンドー方式や先物あるいはコスト・プラス方式といったリスク低減型は合わせて28.5% (2001年) となっている。特にコスト・プラス方式 (第2表の「飼料価格に固定」) の伸びが大きく、97年から2001年の間

第2表 豚の出荷における取引形態別シェアの推移

(単位 %)

	1997年	1999	2000	2001
フォーミュラー	39.1	44.2	47.2	54.0
先物価格に固定	2.9	3.4	8.5	5.7
飼料価格に固定 (ledger accountなし)	5.3	2.9	3.3	6.4
飼料価格に固定 (ledger account付き)	—	6.9	9.0	9.8
ウィンドー (ledger accountなし)	3.1	3.6	3.8	4.6
ウィンドー (ledger account付き)	—	1.0	0.8	2.0
その他 (パッカー所有等)	6.1	2.3	1.7	0.2
スポット取引以外	56.6	64.2	74.3	82.7
スポット取引	43.4	35.8	25.7	17.3

資料 第1表に同じ

第3表 販売契約の経営規模別形態別シェア (1997年)

(単位 %)

	契約全体					
		フォーミュラー	先物に固定	ウィンドー	コスト・プラス	その他
1,000~2,000頭	23.9	16.1	2.6	0.3	0.0	4.9
2,000~3,000	32.2	19.3	1.6	1.3	7.8	2.1
3,000~5,000	36.0	20.5	4.2	3.6	5.1	2.5
5,000~10,000	44.5	26.8	2.6	3.6	6.2	5.2
10,000~50,000	54.2	27.5	6.7	3.1	16.5	0.5
50,000~500,000	81.5	56.9	3.1	13.2	3.3	5.0
500,000以上	91.8	75.0	0.5	0.0	1.2	15.1
合 計	56.6	39.1	2.9	3.1	5.3	6.1

資料 John Lawrence, Glenn Grimes, and Matvin Hayenga (1998)

に取引全体の5.3%から16.2%へとそのシェアを伸ばしている。このようにフォーミュラー方式とコスト・プラス方式という価格決定を全く異にする二つの契約がともに拡大しているが、これは第3表にも示されているように、販売契約に対するニーズが経営の規模によって明確に異なっているからである。フォーミュラー方式は、大規模層での利用率が高い。たとえば、50万頭以上層では92%がスポット取引以外の取引形態で出荷されているが、そのうちの75%分がフォーミュラー方式である。これに対して、規模が小さくなるにしたがって、コスト・プラス方式やウインドー方式の比率が相対的に高くなっている。

次に、実際の契約書を使って価格形成について具体的に検討してみたい。価格決定メカニズムという面からみると、販売契約で最も一般的なのが先述したようにフォーミュラー方式である。アイオワ州のIBP社の契約を見ると、フォーミュラー方式の基準価格の決定に際しては、USDAが発表するWestern Cornbelt Lean Valueの3日間の移動平均が使用されている。いわば地場の市場価格を参考にしている。興味深いのは、スイフトの契約である。基準価格の算定に際して、市場価格に1ドル上乗せしている。後述するように、市場価格が実態の需給関係を正確に反映しないと指摘があるだけに、このような措置が実際に契約の中で確認できることは興味深い。

実際の生産者への支払価格は、基準価格にプレミアムやディスカウントを加えるこ

とで確定する。その算出根拠となる枝肉評価の基準は契約によって異なっている。各パッカーは、独自の枝肉評価基準(Carcass Merit Matrix)をもとに、赤身率(lean percent)や歩留り(yield)などの指標でプレミアム(ディスカウント)を算出する。実際には、歩留りや赤身率の標準値を決めたうえで、標準値からの偏差に応じてプレミアムやディスカウントが発生することになる。

ウインドー方式で基準価格に相当するのが一定範囲の価格帯である。市場価格がこのような価格帯の中に収まれば市場価格がそのまま基準価格として適用されるが、価格帯を超えて変動した場合には、その差額を生産者とパッカーが一定の比率に基づいて共同で負担をする。なお、コスト・プラス方式の場合には、生産費を保証するために、トウモロコシや大豆等、飼料の原料価格をもとに基準価格が設定されている。

契約によってはレジャージャアカウント(ledger account)が導入されている。このシステムは、主にコスト・プラス方式で用いられているリスクヘッジ策で、市場価格が基準価格を下回った場合、その差額をパッカーが支払い、逆に市場価格が基準価格を上回った場合には、上回った分についてはパッカーは支払いを猶予されるというシステムである。当然のことながら、双方は相殺されることになるが、契約期間が終了した時点で完全に相殺できない場合には、契約を延長するか、残高は清算されて契約は終了する。このような方法を採用すれば、市場価格の変動をある程度回避する

ことが可能になる。

たとえば、スイフト社の契約書では、基準価格を100ポンド当たり40ドルと設定して、市場価格が40ドルを下回った時は、生産者に差額分を支払う。逆に、市場価格が40ドル以上45ドル未満のゾーンにある時は、市場価格がそのまま基準価格として採用され、市場価格が45ドル以上48ドル未満の時は、100ポンド当たり0.5ドル、48ドル以上の時は1ドルが徴収されて、スイフト社が支払った差額分の返済に充てられる。契約期間が終了した時点でどちらか一方に残高が残っている場合には、契約を延長するかまたは清算する。なお、ジョン・モレル社の契約もスイフト社と同じように最低価格を40ドルと定め、同じようなリスクヘッジの仕組みが導入されている。

しかしながら、価格が暴落した場合、累積債務という問題が発生する。たしかに、レジャーアカウントは価格変動リスクを一定程度緩和することができるが、完全にリスクをカバーできるわけではない。98年から99年にかけて豚の価格が暴落した時には、パッカーの差額支払額が急激に増えたために負債返済が予期せぬ問題として発生したこともあり、レジャーアカウントはキャッシュフロー面でのリスク対策と考えた方が妥当であると指摘されている^(注8)。

なお、レジャーアカウントは、フォーミュラー方式ではほとんど利用されていない。例外的な事例はあるが、基本的にはフォーミュラー方式の場合、リスクヘッジ策は組み込まれていないので、価格変動リ

^(注9)
スクを回避するシステムはない。

(注8) Marvin Hayenga, Ted Schroeder, John Lawrence, Dermot Hayes, Tomislav Vukina, Clement Ward and Wayne Purcell (2000), p.40。

(注9) 電子メールによる著者の質問に対するミネソタ大学のBrian Buhr助教授のコメントによると、フォーミュラー形式にはリスクヘッジ機能はない。

3. 販売契約の拡大要因と問題点

(1) フォーミュラー方式の拡大要因

次に価格決定の面から販売契約が拡大している要因を検討する。コスト・プラス方式やウインドー方式は、価格変動を回避するという明確な目的があり、近年の価格の暴落には一定程度有効である。負債が累積するという問題はあるにしても、共同でリスク管理を行うという役割が確立している。

問題は、価格変動リスクに対するヘッジ機能を持たないフォーミュラー方式である。この方式が大規模経営体の出荷形態として圧倒的なシェアを占めているだけに、その拡大要因は重要である。この方式の拡大要因を分析する際に参考となるのが、販売契約をめぐる論点の一つである市場価格の機能低下である。先述したように取引全体におけるスポット取引のシェアが減少しているために、市場価格は指標価格として機能を低下させている。他方、パッカーが販売契約を普及させるためにフォーミュラー方式の基準価格を市場価格よりも高く設定されていると、生産者から指摘されて

いる。先述したスイフト社の契約にあった市場価格への積み増しもその一例である。

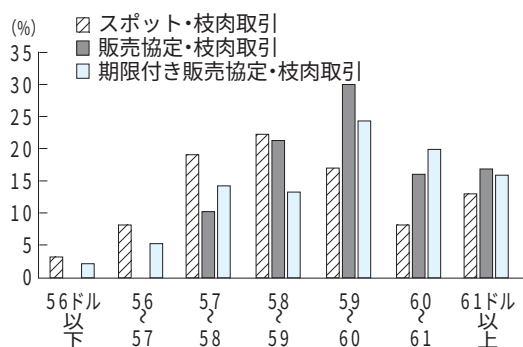
この価格差については、USDAが実施した調査が参考になる。^(注10) この調査は、取引形態をスポット・生体重量取引、スポット・枝肉取引、販売協定（marketing agreement）・生体重量取引、販売協定・枝肉取引、期限付き（defined term）販売協定・枝肉取引に分けてその価格分布を比較している。その中から、スポット・枝肉取引と販売協定・枝肉取引の価格を比較すると、販売協定・枝肉取引の価格の分布がスポット・枝肉取引の価格分布に比べて明らかに高い方に偏っている（第1図）。

もし、プレミアムの部分が同じであるならば、この価格差はスポット取引価格と基準価格の差と解釈できる。しかしながら、現実にはスポット・枝肉取引と販売協定・枝肉取引の間に質的格差が発生することもあると考えられるために、単純に断定できない。たとえば、スポット・枝肉取引と販売協定・枝肉取引の赤身率の分布を比較すると、スポット・枝肉取引では48～49%が最

も多くなっているのに対して、販売協定・枝肉取引では49～50%が最も多い。しかも48～49%と合わせると約60%に達し、スポット・枝肉取引よりも高い数字を記録している。つまり、継続的取引である販売協定・枝肉取引がスポット・枝肉取引よりも比較的質の高い豚を多く出荷しているのである。その意味では、スポット取引よりも契約取引においてプレミアムがインセンティブとして機能していることを示していることになる。

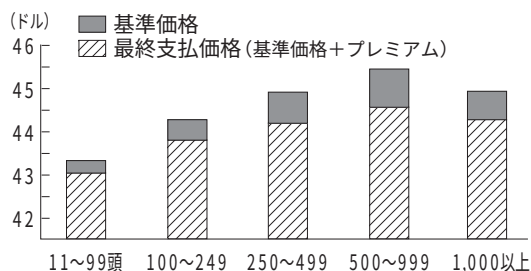
ただし、価格に占めるプレミアムの比率はそれほど大きくないので、最終的な価格差はやはりスポット取引価格と販売契約の基準価格の差に起因すると考えるのが妥当であろう。基準価格を直接比較できるデータがないので断定はできないが、参考までに経営規模別の価格（基準価格＋プレミアム）を比較してみると、最大経営規模層こそ買収による特殊要因でやや減少はしているものの、総じて規模が大きくなるにつれて基準価格が高くなる傾向が確認される（第2図）。大規模になるほどフォーミュラー方式の比率が高いだけに、ファーミュラー方

第1図 取引形態別価格分布



資料 GIPSA (2000) の関係資料

第2図 経営規模別の価格比較



資料 第1図と同じ

第4表 経営規模別にみた販売契約がもたらす優位性

(単位 ポイント)

	資金へのアクセス	高い支払価格	事業拡大	養豚事業の継続	価格リスクの節減
1,000～2,000頭	2.72	3.98	2.40	3.20	3.17
2,000～3,000	2.79	3.88	2.83	2.94	3.26
3,000～5,000	2.96	4.27	2.63	2.87	3.67
5,000～10,000	2.99	4.07	2.81	2.90	3.65
10,000～50,000	3.49	4.29	3.06	3.00	3.93
1,000～50,000	3.05	4.13	2.79	2.96	3.60

資料 John Lawrence, Glenn Grimes, and Matvin Hayenga(1998),p11.

(注) 「最も重要である」を6ポイントとして、重要度が下がるに連れてポイントを減少させ、最低を1ポイントとした。そのうえで、各項目について平均値を算出した。

式の基準価格は相対的に高いと考えられる。

パッカーは、コストを削減するためにブランドの稼働率を高い水準で平準化しなければならず、そのためにはどうしても安定的な集荷が必要となる。したがって、出荷頭数が多いほど価格(基準価格)が他のケースよりも高くなるように設定しており、このため2章でも述べたように豚の購入費が相対的に高くなり収益を圧迫している。

このような価格差は、契約を結んでいる生産者、特に大規模経営体に強く意識されている(第4表)。契約がもたらす優位性に関する質問に対して、全般的に「価格リスクの節減」よりも「高い支払価格」が高い得点を記録しているが、さらに大規模になるほど「高い支払価格」に対する得点が高くなっている。したがって、大規模経営層にとって、契約による価格変動リスクの回避よりも、販路確保と有利な価格設定がより重要であると考えられる。

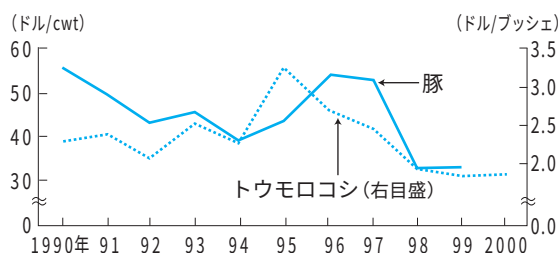
以上のように、パッカーは基準価格を大規模経営体に有利なように設定し、大規模経営体の販売契約への参加を促しているものと考えられる。たしかに、質的面におい

ても継続的取引とスポット取引の間にわずかではあるが質的な格差が見られるが、基準価格の水準こそが価格形成の中心的要因であると考えられる。ただし、基準価格はあくまでも市場価格と連動するので、価格変動リスクは免れない。相対的に有利な価格を提示されても、市場価格そのものが低下すれば基準価格も当然のことながら引き下げられる。

したがって、大規模経営体のリスクヘッジが問題となるが、これについては、通常特別な対策はとられていない。これを裏付けるのがマーフィー・ファミリーの経営危機である。^(注11)同社は最終的にスミスフィールド^(注12)によって買収されることになるが、買収された時点では生産規模で第2位を占める代表的な大規模経営体であった。生産規模は順調に拡大し、97年度の売上は、重量ベースで前年比18.9%増、98年度も同16.7%増を記録していた。

しかしながら、98年度に入ると、下半期から始まった価格の暴落によって経営状態は一変した。98年度の平均販売価格(1ポンド当たり)は、96年度の53セント、97年度の55セントから38セントまで下落した。その

第3図 トウモロコシ価格と豚の販売価格の推移



資料 トウモロコシ価格はUSDAのNASSのデータ
(<http://www.usda.gov/nass/pubs/track01a.htm>)
豚の価格については、NPPCの2000/2001 Pork Facts

ため96年度の売上高は前年比1億8,000万ドルの減少を記録した。純益も96年度の6,300万ドルの黒字、97年度の9,600万ドルの黒字から98年度には約1億1,200万ドルの赤字へと転落している。

この時期、過剰生産によって穀物価格は95年を除けば低位で安定的に推移しており、飼料価格の上昇は見られない(第3図)。したがって、生産コストが経営を圧迫したとは考えられない。結局、急激な価格低下が収益を圧迫し、最終的にこのような赤字が致命傷となり、スミスフィールドに買収されることとなった。

当然のことであるが、マーフィー・ファミリーも他の大規模経営体と同様に長期にわたる販売契約を結んでいた。契約の形態に関する詳細な情報を入手できないので断定はできないが、おそらくフォーミュラー方式が中心で、価格変動リスクのヘッジについては効果的な対応策を講じていなかったために、急激な価格の低下に対しては対応できなかったのであろう。逆にいえば、コスト・プラス方式等のリスク回避的な契約を結んでリスクヘッジがなされていた

ら、このような急激な売上高の減少はある程度回避できたかもしれない。

(注10) GIPSA(2000), p.5。また、データの収集に際しては、2000年11月16日にアイオワ州にあるUSDAの事務所で行ったインタビューの際に、Supervisory EconomistのDr. Stuart D. Frank氏の協力が得られた。

(注11) 2000年11月17日に著者がアイオワ州立大学のJohn Lawrence助教授に対して行ったインタビューの中で、Murphy Family Farmsの経営危機とリスクヘッジとの関係についてアドバイスをいただいた。

(注12) データは、スミスフィールドが証券取引委員会に提出した報告書DEFM14A, 1999年11月23日付より引用した。

(2) 販売契約をめぐる論点

たしかに、取引相手の選択肢が限定され、しかも質的要素が重視されるようになると、生産者とパッカーの双方が販売契約を必要とする。生産者側も、販売契約をリスク管理上の必要な手段と認識しており、これを否定してはいない。ただし、生産者が、基準価格の算出方法やプレミアムの算定方法など、最終的な生産者への支払価格を決定する変数をめぐる交渉で有利に立つには、外部機会、つまり代替的な販路の存在が重要である。そのためには、物理的に輸送可能な範囲に代替的な販路が存在することや契約内容に関する情報の入手が前提条件となるが、後者についてはいくつかの問題点が指摘されている。

基準価格の形成については、前述したとおり市場価格をベースにしているとはいえ、不透明な部分がある。また、パッカーが契約を促進させるために市場価格を意図的に押さえながら、他方で契約の基準価格

を高く設定しているとの批判が出ている。市場取引（あるいは市場価格による相対取引）における取引量が減少しているために、わずかな取引数量の変化によって価格が変動するため、それを利用してパッカーが市場に過剰に供給して価格を意図的に低下させているとの批判である。また、先述したような出荷頭数別の価格差は契約には記載されておらず、これもまた不透明な部分である。

基準価格同様に重要なのがプレミアムの計算方法である。これによって最終的な支払価格が決定されるだけに重要な要因であるが、実際にはプレミアムに関する情報は不足しており、基準価格と同じようにパッカー間の比較が困難となっている。しかもプレミアムの測定方法はパッカーによって若干異なっており、統一した基準や手法が厳格に適用されているわけではない。たとえば、NPCCの資料によると、赤身率を算出するのに必要な背脂（backfat）やロインの深さを測定する方法として、光学的（optical）手法と超音波（ultrasound）を使った手法の二つがあるが、パッカーによって採用する方法が異なるという。また、プレミアムを決定する計算式も異なっているとの指摘もある。たとえば、赤身率については通常は背脂とロインの深さが変数となっているが、どちらか一方だけを使う場合もあるという。また、理想とされる赤身率や枝肉重量はやはりパッカーによって異なっていると指摘されている^(注14)。さらに、生産者は、定期的にかつ大きなロット

で出荷する大規模経営体に対して有利なプレミアムを支払っているのではないかという疑問もある。生産者の不信感は根強く、徹底した取引の実態調査を要求するほどで^(注15)あった。

生産者が以上のような契約の内容に関する情報を入手することは困難である。なぜならば、販売契約の条項に契約内容に関する守秘義務が挿入されている場合があり、その場合には生産者は契約に関する情報を外部に公表することはできない。したがって、生産者が他のパッカーの契約に関するデータを入手して、比較検討しようとしても不可能である。

このような問題に対して、これまで生産者はUSDAを通じてパッカーに対して自発的な価格報告を求めてきたが、大手パッカーでは農協系のファームランドが参加しただけで、結局は機能しなかった。特に、フォーミュラー方式の契約の詳細を報告すべきとの要求には、パッカーは強烈的な拒絶反応を示した。契約の内容を公開することで、これまで築いてきた市場における優位性が崩れてしまうことを恐れているからである。

以上のように、パッカーの契約については、その内容に関する情報が入手しにくく、かつ不透明な部分がある。また、プレミアムの測定や計算方法がパッカーによって異なるために、プレミアムの算定方法を比較して、有利な条件を提示する契約を選定することはむずかしい。したがって、契約相手先を変更する場合に必要な追加的コ

ストは高くなってしまう。

(注13) 柳川 (2000), 185ページ参照。

(注14) David j.Meisingerを参照。

(注15) David Kenyon and Wayne Purcell (2000), p.11.

(3) 法律的な対応

以上のような疑念や不満は新たな法律の制定に結びついた。特に連邦レベルよりも州レベルの対応が迅速で、連邦政府に先行して5つの州が強制的に価格を報告させる州法を成立させた。そのひとつが、ミズーリ州が制定した畜産物販売法 (Livestock Marketing Law (Senate Bill 310)) である。これは99年に制定された州法で、パッカーが取引相手である生産者に対して異なる価格をつけることを禁止している。より正確に言えば、枝肉評価によるプレミアムや輸送費および集荷に必要なコストを含む価格決定方式である場合に、価格差が集荷した畜産物の質的格差を反映しているのであれば、その価格差は認められるが、それ以外のケースでは認められない。質的に同一の畜産物に対する支払額は、いずれの生産者に対しても同額であるべきはずなのに、中小規模層が大規模層よりも不利になっているという認識が強いためである。中小規模層の保護が最大の目的である。

なお、価格差をつける場合は、パッカーは支払価格や枝肉ベースの支払方式等に関する情報を公表しなければならない。なお、支払価格に関しては、取引が生じた日の翌営業日にスポット取引と契約の両方の価格を報告しなければならない。義務規定

の違反に対しては罰則規定が設けられている。

この法律に対しては、パッカーの業界団体ともいえるアメリカ食肉協会 (The American Meat Institute) が憲法違反として提訴した。判決は下級審でこそ憲法違反と判断されたものの、上級審では合憲であるとの判断が下されている^(注16)。ただし、他州の生産者との競争力を考慮して、連邦レベルで同様な制度が実施されればミズーリ州の生産者が不利益を被らないような措置が取られるという。結局、このような司法での争いは、州議会が同法に対する修正案を可決し、パッカーに受け入れられるような内容に修正することで決着した。

法律制定後のこのような動きの背景には、パッカーとミズーリ州の大規模経営体からの激しい抵抗があった。IBPは同法の施行を受けて、ミズーリ州での買い付けを停止している^(注17)。パッカーは、州外から買い付ける場合に、他州での買い付け価格との同一水準を求められることに不満で、ミズーリ州からの買い付け撤退を決めたのである。本章の対象ではないが、特に肉牛での影響がとりわけ大きい。州政府もパッカーの買い付け拒否によって被る影響を無視するわけにはいなくなり、パッカーの買い付けに支障が出ない形に法律を修正することを余儀なくされた^(注18)。このように、法自体の違法性を争った結果ではなく、パッカーが自らの影響力を行使して法律の改正を勝ち取ることができた点は、パッカーの影響力を考える上で参考になる。

また、同法が主に中小規模層保護が目的であるため、原告団の中には大規模生産者も含まれていた。他方、この法律を支持してきたのが生産者と有識者の連合体である。この組織体に所属している生産者がどのような経営規模層なのか特定はできないが、提訴したのが大手パッカーや大規模生産者であることから、この法律をめぐっては経営規模層間で利害の対立があると予想される。

事実、この法律をめぐっては生産者団体が意見が分かれている。主に大規模経営層が中心となっているミズーリ州のファームビューロー (the Missouri Farm Bureau) は同法に否定的で、廃止を要求しているのに対して、中小規模層が軸となっているファーマーズユニオン (the Missouri Farmer's Union)^(注19) は同法を支持している。このように経営規模によって生産者の意見が分かれているということは、利害関係が経営規模によって異なることを示しているといえる。これは、生産者間で支払額に格差が存在していることを間接的ながら裏付けているといえる。

このように、パッカーに対する規制では州政府が先行しているが、規制内容が州によって異なるために混乱が起きることが憂慮され、連邦レベルでの統一した法制度が求められるようになった。このような要求は、96年に農務長官の諮問委員会 (Advisory Committee on Concentration) の諮問を受け、最終的には農産物販売法 (Agricultural Marketing Act of 1946) を改

正して畜産物強制報告法 (Livestock Mandatory Reporting Act) を制定することで結実した。なお、実施するにあたって細則については、一般からの意見を参考に^(注20) USDAによって決められた。

同法の最大の目的は、指標となる価格の発見 (price discovery) である。背景には市場における価格が指標価格としての機能を失っているために、別途指標となる価格形成を生産者が要求したことがある。それまでUSDAは、価格を強制的に報告させる権限を持っておらず、あくまでもパッカーの自主性に任せるしか方法はなかった。その結果、先述したように大手のパッカーはファームランドを除いて参加しなかった。また、USDAは、従来の市場情報サービス (Market News Program) を強化したが、必ずしも満足できる成果をあげられなかった。結局、価格の発見のためには、強制的にパッカーに報告させることが求められるようになった。

対象となる畜種は、肉牛、豚、子羊 (Lamb) である。ボクスドビーフ、ボクスドラム (輸入も含む)、ラムの枝肉取引も対象となり、取引全体の80~95%をカバーするという。報告義務を負うプラントは、連邦機関の検査の対象となるプラントのみで、直前の5年間の年間平均と畜頭数が肉牛の場合に12万5,000頭以上、豚については10万頭以上、羊については7万5,000頭以上が対象となる。

豚については、パッカーは前日 (営業日ベース) に購入あるいは価格を決定した

豚、あるいはと畜した豚に関するすべての情報を報告しなければならない。具体的には、ロットごとに、購入した豚の頭数、と畜のためにパッカーに出荷される頭数、購入された豚すべての生体重量ベースの基準価格と重量、枝肉ベースの場合には、基準価格、プレミアム・ディスカウントが報告の対象となる。

と畜した豚については、平均ネット価格（net price-基準価格にプレミアムを加算した最終価格）、最低ネット価格、最高ネット価格、平均枝肉重量、平均背脂、赤身率、総と畜重量などが対象となる。また、次の14日間に予定している購入予約も対象となる。なお、週単位では、枝肉評価以外の基準によるプレミアム、つまり枝肉の格付け以外のプレミアムについて報告する義務がある。

基本的には、生産者側の要求は受け入れられている。支払価格や基準価格の報告はもちろんのこと、フォーミュラー方式などの契約に関する詳しい内容についても報告の対象になっている。ただし、課題も残っている。たとえば、価格の報告については、生産者側は地域別に価格が報告されるよう要望を出していた。全米あるいは広域レベルの平均価格では実際の取引にはほとんど参考にならないからである。取引エリアを反映したより狭い地域における価格の発表こそが最も重要であるが、これについては実施要領では必ずしも明確に規定されておらず、今後の検討課題となっている。

(注16) Feedstuffs, May 21, 2001.

(注17) Feedstuffs, September 6, 1999.

(注18) Missouri Digital News, September 28, 2001.

(注19) Missouri Digital News, September 27, 2001.

(注20) 具体的な実施要領については、USDAのFederal Register Vol.65, No.232 Friday, December1, 2000を参照。なお、USDAのホームページで入手可能である (<http://www.ams.usda.gov/lsg/price.htm>)。

4. 小括

近年、アメリカの養豚では販売契約は不可欠な取引形態となっている。大規模層への生産の集中やと畜・解体における上位パッカーへのシェアが進んだために、安定的な出荷（集荷）が必要不可欠となっている。またその他にも、販売契約が融資の条件となっていること、アイオワ州等の中西部地域で州法によってパッカーの生産への関与が禁止されていること等も、販売契約を拡大させている要因と考えられる。

さらに、契約にはリスク負担とインセンティブという形で、契約を促進する要因が含まれている。基本的に、豚の販売契約の場合、出荷条件や生産に関しては生産者がリスクを負担している。このような生産者によるリスク負担に対して、価格面ではリスクヘッジやインセンティブが組み込まれている。代表的なインセンティブは生産者に支払われるプレミアムである。

現在、販売契約の中で最も浸透しているのがフォーミュラー方式である。これは、市場価格をもとに基準価格を設定し、それに質的要素をプレミアムという形で加算す

る方式である。これに対して、ウインドー方式やコスト・プラス方式は、プレミアムのほかに、価格決定システムの中にレジャーアカウント等の生産者とパッカーの双方が価格変動リスクを負担する仕組みを取り入れている。しかしながら、フォーミュラー方式にはリスクヘッジは含まれていない。この方式には、質的インセンティブとは別に出荷頭数に比例して加算される「量的インセンティブ」が組み込まれているものと考えられる。たしかに、スポット取引価格よりも高いという認識を生産者が持っており、それがスポット取引取引ではなく契約を選択する要因となっている。

パッカーサイドからみた場合、プラントの稼働効率を上げるために、大量の豚の集荷を安定的かつ計画的に実施することが必要であり、その目的達成のためには販売契約が重要な意味を持っている。そのために大規模経営体に有利な価格設定を行っていると推測される。プレミアムという点においても販売契約がやや有利であることから、垂直的調整の質的側面での貢献は一定程度あるものの、基準価格の設定方式が販売価格の普及・拡大にとってより重要である。

しかしながら、フォーミュラー方式の契約には価格変動に対するリスクヘッジ機能が含まれていないために、価格変動によって大規模経営体が経営危機に陥るリスクが出てきた。したがって、販売契約に基づく豚の継続的な取引関係は不安的な基盤のうえに構築されていることになる。結局のと

ころ、販売契約は取引を安定化する機能を内在していないために、法的規制がなければ3章で述べたようにパッカーが大規模経営体を買収することで、大規模経営体を含む養豚独特の垂直的調整がブローラー型に変化することも考えられるが、この点については様々な規制があり慎重に検討する必要がある。

生産者にとっては、契約に関する情報が公表されないために、複数のパッカーの契約を比較・検討することができないという問題が存在する。つまり、代替的な契約を結ぶにも、あるいは現在の取引相手であるパッカーと契約条件について交渉する際にも、他の販売契約に関する情報が必要不可欠である。取引条件をめぐる交渉力を強化するためには情報の入手は重要な要素であるが、様々な制約によって困難である。このような状況が、中西部諸州での規制や連邦レベルでの畜産物強制報告法が成立した背景である。

特にミズーリ州の州法は、中小規模層が支払価格で大規模層よりも不利な立場にあるとの認識に立ち、合理的な根拠のない価格差を違法とした上で、取引に関する情報の報告をパッカーに義務付けている。これに対して、パッカーサイドはIBPが買い付けを停止したり、同法が違法であると提訴するなどして、強硬に反対した。最終的には、州政府が買い付け停止の影響が甚大であると判断して、法律を改正してパッカーの主張を取り入れた。この経過で明らかになったことは、経営規模層別の利害対立で

あり、「量的インセンティブ」という結論を裏付ける生産者およびパッカーの動きであり、パッカーの強大な影響力である。したがって、パッカーの影響力を抑え、市場機能を回復させるために、州レベルや連邦レベルでの規制がどのような役割を果たすことができるのか、販売契約に基づく生産者とパッカーとの関係がどのように展開していくのか、今後注目される。

<参考資料>

- [1] 大江徹男・坂内久(2001)「アメリカの養豚におけるパッカーの垂直的調整の強化・拡大」『農業市場研究』, 第9巻第2号, 農業市場学会。
- [2] 坂内久・大江徹男(2001)「アメリカの養豚における先端技術の導入と生産構造の変化」『農村研究』, 第92号。
- [3] 新山陽子(2001)『牛肉のフードシステム 欧米と日本の比較分析』 日本経済評論社。
- [4] 柳川範之(2000)『契約と組織の経済学』東洋経済新報社。
- [5] Brian L. Buhr and Phillip L. Kunkel (1999), “A Guide to Swine Marketing Contracts”, Staff Paper P99-7 Dept. of Applied Economics University of Minnesota.
- [6] David Kenyon and Wayne Purcell (2000), Price Discovery & Risk Management in an Industrialized Pork Sector
- [7] David J. Meisinger, Assessing Packer Information, National Pork Producers Council.
- [8] GIPSA (2000), Western Cornbelt Hog Procurement Investigation (background), USDA.
- [9] James M. MacDonald, Michael E. Olinger, Kenneth E. Nelson, and Charles R. Handy (2000), “Consolidation in U.S. Meatpacking”, USDA ERS Agricultural Economics Report No.785.
- [10] John Lawrence, Glenn Grimes, and Marvin Hayenga (1998), “Production and Marketing Characteristics of U.S. Pork Producers, 1997-1998”, Iowa State University Department of Economics Staff Paper No.311.
- [11] Marvin Hayenga, Ted Schroeder, John Lawrence, Dermot Hayes, Tomislav Vukina, Clement Ward and Wayne Purcell (2000), “Meat Packer Vertical Integration and Contract Linkages in the Beef and Pork Industries: An Economic Perspective”.
- [12] National Pork Producers Council (1999), “Report of the MT 7 A Task Force”, Delivered to the NPPC Federation Council.
- [13] Steve W. Martinez (1999), Vertical Coordination in the Pork and Broiler Industries: Implications for Pork and Chicken Products, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report No. 777.

(副主任研究員 大江徹男・おおえてつお)