

フランスの公的品質表示産品におけるガヴァナンス構造

——競争規則によるラベルルージュ家禽肉の扱いを中心に——

須田 文明

要 旨

欧州連合域内でも、フランス国内でも、競争に影響を与えるような生産者間の協定（価格カルテル等）や支配的地位の濫用は、競争規則により禁止されているが、こうした協定でも、「経済進歩」を促すと判断される場合、適用を免除されることも規定されている。フランスの農産物・食品分野では、ラベルルージュ家禽肉について、91年に経済財務産業省不正防止総局により、競争評議会（公正取引委員会）に申し立てがなされている。

これに対し多くの経済学者たちは取引費用経済学の知見を活用して、次のようなラベルルージュ擁護の論陣を張ることになった。すなわち標準的なマイクロ経済学は、情報の非対称性の問題から、情報シグナルとしての品質表示を取り上げる。こうした観点からすれば、生産者が高品質の産品を製造することについては特別なアレンジメントは必要とされず、「評判」メカニズムにより、生産者は高品質維持にインセンティブを持つ（さもなければ評判を落とし、高品質産品に由来する準レントを喪失するから）。ここでは政策当局は不当表示にのみ関心を示すことで、市場メカニズムに全面的に頼ることができる。しかし農業のように、品質表示が多くの小規模なパートナー（農家、加工業者）間で共有されている場合は事情が異なる。高品質産品の製造に必要な手続きを遵守しないことで生産コストを下げながら、品質表示の準レントを受けようとするフリーライダー（ただ乗り）が生じるリスクがある。しかも、こうしたフリーライダーはやがて、評判を下げることで、当該生産者のすべてに損害を与えることになる。こうしたリスクを排除するために、生産者間での緊密なコーディネーションが構築される必要があり、これは競争規則に違反するものではないとするのである。

本稿はこうしたフランスでの議論を詳細にフォローし、取引費用経済学の農産物の品質問題への適用可能性について検討した。

1. はじめに

最近の報道によれば、フランスの牛肉生産者団体と牛肉加工・流通業者団体との間で生産者の最低出荷価格を時限的に取り決める協定がなされたことについて、欧州委員会は、こうした協定が1ヶ月の期限を越えて暗黙のうちに維持されているかどうかの調査を開始したとされる（France Agricole [10]）。また、イタリアの農業団体 Coldiretti はラミー欧州貿易委員とフィシュラー

同農業委員に対して、「貿易に関連した知的財産権に関する協定 TRIPS」23条に規定されたワインやスピリッツに認められているのと同様の追加的保護を他の食品の原産地表示にも承認するよう、WTOで交渉することを求める書簡を送った。アメリカや日本が「パルメザン」や「トスカナのオリーブオイル」といった伝統的な産品を不正に模倣している事態を禁止したいのだという（Agra Presse Hebdo [2]）。

このように、農業政策と競争規則との適合性についてしばしば問題が提起されており、とりわけ

競争制限的な品質政策と競争の自由との葛藤は古く新しい問題なのである。

本稿は農産物・食品領域におけるこうした品質政策と競争規則との関係を、フランスのラベルルージュ家禽肉部門をめぐる係争に関連付けて検討するものである。ラベルルージュとは、統制原産地呼称（AOC）等とともに、フランスの公的な品質表示の一つをなすが、この表示を冠する当該家禽肉をめぐる生産者（生産農家、食鶏処理会社、飼料会社など）の間での取り決めが、競争規則（価格カルテルや支配的地位の濫用の禁止）に抵触するとして、フランスの経済財務産業省不正防止総局（DGCCRF）による競争評議会（公正取引委員会）への申し立てがなされる事件があった。これに対し、農漁業省の要請を受けて、パリ第1大学や国立農業研究所（INRA）の経済学者たちは、品質表示の信頼を確保するためには生産者間での緊密なコーディネーションが必要であることを指摘し、ラベルルージュ家禽肉を理論的に擁護しようとした。彼らは取引費用経済学のツールを援用することでこの課題に答えようとしたが、その議論を正確に跡付け、検討を加えることは我が国の品質政策を理論的に根拠付けることにもつながると考える。さらにフランスの農業・食品部門をめぐる分析において、取引費用理論を主要な要素とする新制度派経済学からのアプローチが散見される現在、小稿が、その簡便なサーベイの役割を提供できれば幸いである⁽¹⁾。

本稿の叙述は次のような順序をたどる。続く2.では、欧州連合加盟国の間でさえ、品質政策について葛藤が見られ、北欧や英国のアングロサクソン諸国は当該政策について自由競争制限的としてあまり積極的ではない事情が明らかにされる。他方でフランス国内においても欧州競争規則の国内適用を管轄する経済財務産業省不正防止総局は、品質政策に厳しい見方をしており、それがラベルルージュ家禽肉における申し立てにまで発展したのである。3.では、フランスの公的品質表示についての概観と、それが抱える問題点が指摘される。さらに、ここで公的品質表示の一つ、ラベルルージュ家禽肉をめぐる制度や実態について説明される。4.では、品質政策を分析するために、取引費用経済学がどのように活用されるかが明らか

にされる。取引にかかる資産の特殊性、このために生じるガヴァナンス構造（取引の組織化様式）が鍵概念となる。5.では、こうした取引費用経済学が、今回不正防止局より告発の対象となったラベルルージュ家禽肉に対して、具体的にどのような分析を行うかが示される。最後に、結論として、取引費用経済学のアプローチが今後の品質政策の策定にどのような有効性を発揮できるかについて言及がなされる。

2. 品質政策と競争規則

（1）ファーストフード文化 V.S. スローフード文化

1) 垂直的ハーモニゼーションの限界

農産物および食品領域において、欧州レベルでの品質政策が開始されたのは60年代初頭からであり、それは食品添加物に関する「水平的」な最初の指令の導入を契機としていた（Peri et Gaeta [35]）。その後60年代および70年代にかけて共同体の介入は、規則のいわゆる「垂直的」ハーモニゼーションの政策の枠組みの中で、産品ごとの指令の制定として行われた。

しかし、垂直的なハーモニゼーションの作業は遅々としてはかどらなかった。この作業は、共同体指令により、製品の特性や成分、製造方法、分析手法を定義し、加盟国ごとの規則や措置を均一化し調和させる（ハーモナイズ）ことで、「欧州標準（ユーロスタンダード）」に基づいて定義された一般的な製品（ユーロバターやユーロハム）が流通する均質な市場の構築を想定していたのである（Valceschini [47]）。ところが、ある製品を定義し、その成分に関する共同体規則を発布するのはきわめて困難である。69年のハーモニゼーション計画は、食品で50部門以上あったが、85年に指令が精緻化されたのは、そのうち14でしかなく、一つの指令に5～7年の作業を要したことになる。こうしたハーモニゼーションの作業は科学的に客観的な基準に基づいて製品の特性を定義することを条件とするが、例えば、旧西ドイツのアーモンドペーストが80%以上のアーモンドを含むのに対しデンマークのそれが20%でしかない場合、欧州レベルでどの水準を正当とすればよいのであ

ろうか。こうした技術的定義がそのまま各国の競争力に影響する以上、この作業が困難を極めたのは当然である。

しかも70年代以降、技術的規則を保護主義的目的に使用することに対し、欧州司法裁判所への提訴が相次いでいた。カシス・ド・ディジョンをめぐる訴訟もその一つであった。このフランスのリキュールはアルコール度10から15度ほどであり、旧西ドイツはリキュールとして販売するさいの最低度数として20度を設定しており、同国内で販売することができなかつたのである。1979年2月20日の欧州司法裁判所による、いわゆる「カシス・ド・ディジョン判決」は、ある加盟国内で合法的に製造・販売されるすべての製品はすべての加盟国内で販売されるべし、という画期的な内容を持っていた。この判決を契機として垂直的ハーモニゼーションによるアプローチは終焉し、代わって、水平的ハーモニゼーション、相互承認アプローチが登場することになった。これは、加盟各国の専門的知見を相互に認める一方、何らかの製品について規則を定義する場合には、技術仕様の精緻化の作業は職能団体や経済団体による任意の規格化にゆだね、共同体の介入は、健康、環境保全、消費者への情報、公正取引という四つの「本質的要請」のみに限られることになった。

2) 92年欧州共通表示規則と加盟国間の対立

農業・食品分野における品質をめぐる議論はその後、1988年7月28日の欧州委員会「農村世界の将来」に関するコミュニケにより活発となる。これは、CAP改革の枠組みの中で、過剰基調の需給を調整するために農業生産の多角化、特徴的産品による付加価値向上を目指すものであった。具体的には次のような製品の保護と承認を目指した。

- ・その製造レシピあるいはその原産地に帰せられる特性を有する製品
- ・特別な製造方法を遵守する製品

このようにして、欧州レベルで次のような品質政策に関する規則が制定されることになった。

① 「家禽の販売と高付加価値表示に関する規則」(1991年6月5日付けの規則 no. 1538/91)

これにより家禽肉にかかる付加価値向上のための表示(地鶏、放し飼い等の表現)の使

用方法が定義されることになった。とりわけフランスのラベルルージュ家禽肉が不当に付加価値向上を狙った表示を濫用し、競争歪曲を引き起こしているという加盟各国からの批判に対し、当該製品にかかる認証機関が欧州規格EN45011(独立性・能力・効率性・信用を指標とする認証機関の認証)に基づいて認証されていることが義務付けられた。

② 「有機農業」(1991年6月24日の規則) (内容については省略)

③ 「特性証明(AS)」(欧州規則2082/92)

伝統的な原料により製造され、伝統的な成分を含有し、伝統的な生産ないし加工方法を遵守する農産物ないし食品の、登録による承認である。

④ 「保護される原産地呼称(AOP, 英訳ではPDO)」(欧州規則2081/92)

このAOPと次のIGPを創設した欧州規則2081/92によれば、「CAP改革の枠組みにおいて、市場における需給のよりよい均衡を達成するために農業生産を方向付けなければならない。ある特性を提示する製品の振興は農村世界にとって重要な争点をなすが、原産地呼称と地理的表示における加盟各国の取り組みはバラバラであり共同体全体のアプローチをうち立てる必要がある」ことから同規則が生まれた。

さてAOPが保護されるのは、それが次に対応する場合である。すなわち「ある地域や、決められた場所の名称、例外的には、国の名称が、この地方や場所を原産とし、また、その品質や特性が本質的に自然的要素と人間の要素を含んだ地理的環境に由来し、またその生産と加工、調整が限定された地理的空間で行われるような農産物ないし食品を指し示すのに役立つ」。なおこのAOP表示はフランスの「統制原産地呼称AOC」にならって構想された。

⑤ 「保護される地理的表示(IGP, 英訳ではPGI)」(欧州規則2081/92)

同規則には次のようにある。すなわち「ある地域や決められた場所、例外的には国の名称であり、それは、こうした地域や場所を原

産地とする農産物や食品で、その決められた品質ないし評判、その他の特性がこの地理的原産に付与され、その生産および・ないし加工、および・ないしその調整が決められた地理的空間でなされるような農産物や食品を指し示すのに役立つ」。

AOPとIGPの規則上の定義を比較しても、両者の違いは曖昧なままである。しかしIGPはその生産地帯、加工地帯、パッキング地帯のそれぞれが異なってもかまわないのに対し、AOPは、こうしたすべての段階が同一地帯でなされていなければならない。もっともIGPについては、規則における「および・ないし」の解釈に関して、加盟国に裁量の余地が残されている。

さらにAOPやAOCは、当該地域への強い結合と伝統的な職人的技術に由来する特定の実践を同時に含むが、IGPはむしろ客観的で測定可能な仕様契約書に従った工業的タイプの品質（均質性と規則性）へと進む傾向にある（Sylvander [46]）。こうしてAOCやAOPでは、後の訴訟をおそれて、登録申請に際しての生産区画設定において地質学や気象学といった理由づけが重視されているのに対して、IGP等では消費者の評判が重要な要件となっているために事前の社会的なアンケート調査が多用されることになる（Lorvellec [22]）⁽²⁾。

ところが、AOPおよびIGPという欧州の共通表示の制定をめぐることは、北欧諸国と南欧諸国の間の対立が見られることになった。南欧諸国は、共同体規則が規定する成分・製造条件に適合する製品に対し、特定の販売表示を許可すべきであると考えたのに対し、北欧諸国は、この問題が消費者への情報という本質的要請の一つをなすが、それは非貿易歪曲的な手法で解決可能であるとした。消費者の主観的な判断を尊重しつつも、企業による商標がその手段として適当であり、規則に基づく弁別的記号は必要なく、消費習慣を固定させ、国内生産者を利する既得権を固着させるような指令の制定を拒否したのである。これらの諸国はすべての品質定義政策が競争歪曲的であり、商標による情報提供と不当表示の取締りのみが市場での品質の透明性を保証するに十分であると考えたのである。南欧諸国はこれに対して、消費者へ

の公正な情報のために、単なる成分リストの記載以上の特徴的な品質を明確に示す表示を要求した。それは商標がしばしば大企業によってのみ所有されていることからなおさらのことだとしたのである。

こうしたアングロサクソン諸国とラテン諸国との間の品質表示政策をめぐる対立は、その食習慣や農業構造、食品生産のあり方の違いに大きく規定されており、いわばファーストフード的な食文化とスローフード的なそれとの対立の様相を示している。97年に、欧州連合において1,861の食品の集合的品質表示が存在したが（Peri et Gaeta [35]）、内訳はイタリアが531、フランス498、ギリシア211、スペイン196、ポルトガル196に対し、ドイツ78、英国56、オランダ42、アイルランド19、オーストリア19、スウェーデン18、ベルギー17、デンマーク16、ルクセンブルク10、フィンランド8であった。南欧諸国は独自の地方的食習慣が堅固であり、食品産業も非常に小規模で特徴的な食品製造に関わり、こうした集合的品質表示は市場での消費者の目を引くために唯一可能な手段をなしている。これらの国々は、条件不利地域農業を保護し、国土振興のためにこうした表示を活用してきたという経緯がある。それに対し、北側の諸国では、中規模以上の企業による商標戦略が食品製造において大きな役割を占めているのである⁽³⁾。

こうした南北間の対立がありはしたが、大方の予想に反して、92年に欧州レベルでの共通の品質表示（AOP、IGP）に関する規則が成立することになった。アングロサクソン文化圏に属するドイツが、その条件不利地帯農業と中小食品企業を支えるために、こうした品質表示の支持に回ったといわれている。

ところで北欧諸国がこうした規則の制定は競争歪曲的として厳しく拒否していたこともあり、その制定は、認可と監視を担当する認証機関の客観性・公平性という条件と引き替えに採用されることになった。これは、品質政策が消費者への情報から公衆衛生、文化遺産、国土振興にまで至る広範な争点を含むために、品質を「実質的に」定義することはきわめて困難である以上、第三者機関による認証という「手続き」に依拠することで加

盟国間の対立を解消するという妥協の産物であった（もっとも規則そのものは、第三者機関でなく国の機関による認証でも良いとしている）。認証を担当する第三者機関もまた、欧州規格 EN45011 という欧州規格委員会により国際標準機構 ISO に準じるとされる規格にのっとって認証されねばならない。

3) フランス国内での対立

上述のように欧州規則 2081/92 により欧州共通表示が創出されることになったが、この規則は国際法上、奇妙な地位を有するという（Lorvellec [22]）。すなわち、一方でこうした欧州共通表示は国内表示に追加することもでき、加盟国は従来の国内規則をそのままにして、国内表示と欧州表示をそれぞれ独立させることもできる。こうした国にとっては二つの制度が共存し、一方は国内市場、他方は欧州市場向けとなり、生産者グループは国内表示のためには国内規則に準拠し、欧州市場に輸出する場合は欧州表示として登録することになる。

しかし他方、フランスのような国では欧州規則 2081/92 は加盟国の国内表示の単なる相互承認を越えており、原産地表示に関する国内規則の欧州規則へのハーモニゼーションを含んでいる。すなわちフランスは 1994 年 1 月 3 日の法律（no. 94-2）により消費法典の一つのセクション（AOP/IGP/AS）を付加することで品質表示を統合化したのである。こうして 94 年の法律は既存のフランスの表示を欧州登録へのアクセスとして利用することになり、AOC が AOP と、ラベルルージュや「製品適合性認証」（CCP）は IGP とそれぞれ関連づけられることになった。このように、いったん国内で認可されると、欧州レベルでも困難なく登録されるような仕組みが確立することになった。

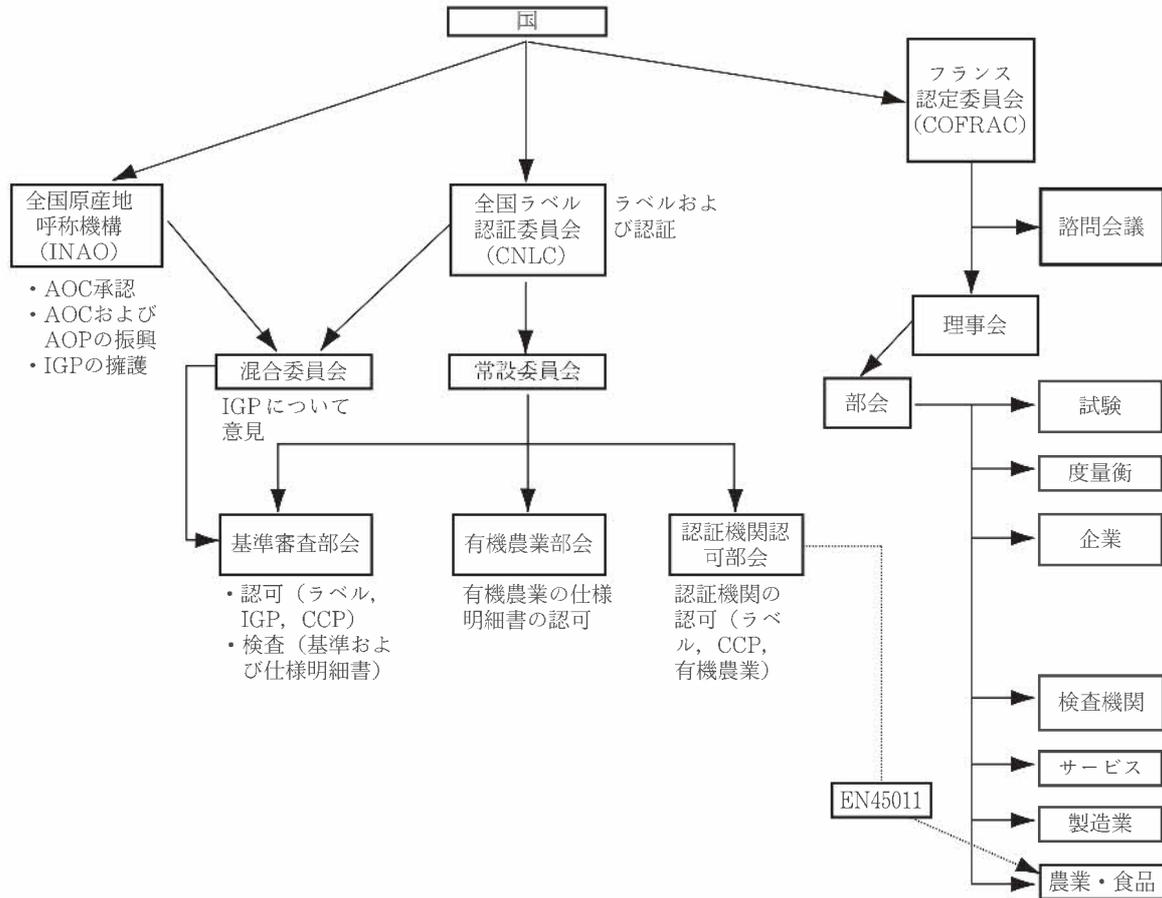
ところで品質表示をめぐる葛藤は南欧と北欧との間で見られただけではなかった。このように制定された欧州規則をフランス国内の品質政策に適用するに際して、農業省や農業団体と、経済財務産業省不正防止総局（DGCCRF）との間でも確執が見られたのである。AOP は元来、フランスの統制原産地呼称（AOC）を参考に制定されたこともあり、両者が直接関連していたことから問題は生

じなかったが、IGP の適用に際してはことは単純ではなかった。不正防止局は、欧州表示としての IGP と、フランスの従来のあらゆる公的品質表示との関連付けを切断させ、IGP を独立させようとした。例えばラベルルージュなどの農業ラベルの場合、地域への参照（「Volailles fermieres de Loue（ルエ地方産の地鶏）」といったラベルルージュの場合であれば、ルエという場所の名称）は品質要素としてではなく、一般的にはむしろ販売表示として考えられていたという経緯もあり、IGP を農業ラベルと直接関連付けるとしたら IGP を通じてラベルの品質を原産地に結合させすぎることになると懸念したのである。それに対し、農業会議所常設会議 APCA 等の職能団体は、IGP を通じて農業ラベルを原産地に厳密に結合させることで、ラベルシステムを補強しようとし、農業生産を地域に密着させ、地域振興の一助としようと考えていた。

結局、農業省食品総局の主導の下、欧州レベルの IGP 表示とフランス国内の農業ラベルおよび「製品適合性認証」CCP との関連付けを、1994 年 1 月 3 日の法律により公式に行うことになった。つまり農業ラベルと CCP は IGP として登録されないならば地理的原産地を表示できず、逆に IGP の採用は、農業ラベルないし CCP としてしかなられないというのである。

フランス国内での欧州規則の適用をめぐる葛藤は認証機関の取り扱いでも見られた。上述のように、欧州規則では、欧州品質表示の認証と監視は行政機関によるのか第三者の認証機関によるのかは、加盟国にまかされたが、フランスは、他の加盟国の懸念を考慮して後者による方法を選んだ。この決定に至るまで、不正防止局（DGCCRF）は、国の行政部局が農業団体の利害から独立していること、認証機関による監視が競争歪曲的なリスクを伴うこと、農家や中小食品企業の費用負担を強調することで、行政による監視を主張していた。それにたいし農業団体は、産品にかかる仕様の定義に一定の影響力を行使できることを見越して、第三者機関による監視を主張していたのである。

なお、欧州共通表示の認可を行うのは、AOP については AOC と同様、全国原産地呼称機構（INAO）であり、IGP については全国農産物・食



第1図 フランスの品質保証制度機構

資料：Chambres d'agriculture, no. 821, p.32, 1994).

品ラベルおよび認証全国委員会（CNLC）である（ただし INAO との共同の管轄に移行しつつある模様）。CNLC は基準審査部会と認証機関認可部会、有機農業部会からなり、認証機関の認可は経済財務省管轄のフランス認定委員会（COFRAC）との共同により、CNLC によりなされる。この COFRAC が相互承認により、フランスにおける認証機関の認定機関として国際的に認知されており、当該認証機関が国際的な規格に適合していることが認定される。これらの関係は第1図に示されるとおりである。

4) WTO 交渉：地理的表示の国際的保護に向けて

このように制定された欧州共通規則ではあるが、国際レベルでのその保護についてはなお未解決な課題が残されている。AOP や IGP といった欧州共通表示は欧州連合域内では厳格に保護され

ているものの、この表示は国際的にも厳格に保護されているわけではない。上述のように、イタリアの農業者団体が、AOP として欧州域内で保護されているパルメザンチーズを国際的にも保護するために、WTO 交渉の場において地理的表示の保護強化を獲得するよう欧州当局に働きかけるのは、こうした事情によるのである。欧州連合としては次期 WTO 交渉の「貿易に関連した知的財産権をめぐる協定」TRIPS の 23 条に規定された、地理的表示の追加的保護をワイン、スピリッツ以外の製品へと拡張するよう交渉すると思われるが、上述のように、原産地表示をめぐっては、南欧と北欧との温度差の違いが見られる。以下では本稿の議論に関連する限りで、TRIPS をめぐる国際交渉のいくつかの争点について言及しておきたい。

(i) TRIPS による保護の弱さ

TRIPS の第一の利点は国際的に地理的表示を定義することである。これにより欧州の地理的表示全体を一般的に保護することができる。この協定は消費者の錯誤と不正な競争を防止するために、すべての製品の一般的な保護を保証しており、これによってフランスの AOC チーズ（ロックフォールやコンテといった表示）や IGP 鶏肉が地理的表示として保護されるのである。

ところで AOC や AOP のような強い品質表示（生産・加工・調整のすべての段階が同一地域でなされるべしという、地域への強い結合に示される）を有する国は極端に少ないために、国際交渉においては弱い表示の保護に傾くのは当然である。TRIPS での保護も AOC や AOP よりむしろ IGP に近いのである。このように考えればフランスの AOC のような強い表示が TRIPS で保護されるとは安易には考えられない。TRIPS という地理的表示とは、フランス法や欧州規則 2081 というような原産地表示ではないからである。TRIPS22 条はいう。「地理的表示とは次のようなものである。すなわちある製品の品質ないし評判、またはそのほかの特性が本質的にこうした地理的原産地に付与されるような、加盟国の国土ないし地域を原産とするものとして、ある製品を識別するのに役立つ」ような表示なのである。こうして品質と地域とのつながりは IGP のように緩やかなのである。さらに同 22 条はいう。すなわち WTO 加盟国は「利害関係を有するものに対し次の行為を防止するための法的手段を確保する。商品の特定または提示において、当該商品の地理的原産地について公衆を錯誤させるような方法で、当該商品が真正の原産地以外の地理的区域を原産地とするものであることを表示し、または示唆する手段の使用」を禁じるように取り組むというのである。

このようにフランス法では、呼称が類似製品により侵害されていると見られるとその保護は自動的に発動されるのにたいして（「客観的保護」という、後述）、TRIPS では地理的表示に関する権利保持者は自らの表示が侵害された場合、当該製品の地理的原産地について公衆が誤認、錯誤しているという事実を前もって証明しなければならない

い。さらにこうした消費者による誤認、錯誤のほかにも、製品の評判についての消費者による認知、権利保持者の被った損害という 3 点について証拠を提示しなければならないことになる。しかもこうした訴訟は偽物製品生産国の裁判所で提訴されるのがしばしばであり、その保護は不確実なのである。この点について Lorvellec [22] は「ウィスコンシンのロックフォール」という架空のアメリカのチーズ業者の表示を例に検討している。この場合、ウィスコンシンという正確な原産地について消費者は錯誤しているわけではないのである。しかし、ウィスコンシンのロックフォールが消費者に不評であった場合、フランスの AOC ロックフォールチーズが被る損害は回復不能なのである。錯誤は製品の原産地に関わらなければならないという TRIPS の規定は著しく制約的なのである。

(ii) ワインおよびスピリッツ類についての「追加的保護」

TRIPS は一般的制度とワインおよびスピリッツ類にかかる特別の制度とを区別し、後者に対し追加的な保護を規定している。すなわち 23 条の 1 は、表示された地理的地帯の原産でないワインを指し示すために、当該ワインの地理的名称を使用することを禁じ、次のように規定する。「加盟国は、利害関係を有する者に対し、真正の原産地が表示される場合、または地理的表示が翻訳された上で使用される場合もしくは『種類』、『型』、『様式』などの表現を伴う場合においても、ワインまたは蒸留酒を特定する地理的表示が当該地理的表示によって表示されている場所を原産地としないワインまたは蒸留酒に使用されることを防止するための法的手段を確保する」。この場合の追加的保護により、地理的表示はその原産国で承認された時点から保護され、消費者による錯誤を証明する必要もなく、また疑わしい表示により引き起こされた不正競争行為を証明する必要もなく「客観的保護」を与えられるのである。こうして一見したところ、しばしば見られるフランスワインの偽物は不可能になりそうであるが、ことはそれほど容易ではない。つまりこれは緊密に類似したものの、ワインについてはワインが、スピリッツについてはスピリッツが対応しており、例えばワイン

がコニャックの名前で販売される場合には、22条の一般的な保護が適用されるだけなのである。なお23条の4はワインの原産地呼称の承認と保護についての国際機構を将来的に設置する旨規定しており、これも追加的保護と考えられている。

(iii) ジェネリックな名称

フランスの全国原産地呼称機構 (INAO) は自国のワインを保護するのが遅れたためにいくつかの AOC の呼称が一般的 (ジェネリック) な名称の「共同墓地」に埋葬されてしまっている (Lorvellec [22])。ジェネリックとなった名称の定義については欧州規則 2081 を参照するのが簡便である。すなわち「次のような農産物ないし食品の名称であり、こうした農産物ないし食品が当初生産されていた場所や地域に関連づけられているが、農産物ないし食品の共通の名前になったようなそれである」。このような名称にはフランクフルトソーセージやディジョンマスタード、グリュイエールチーズなどがある。こうしたジェネリックな名称は TRIPS によっても保護されることはない。TRIPS 24 条の 6 は次のようにいう。「この節のいかなる規定も加盟国にたいし、商品またはサービスについての他の加盟国の地理的表示であって、該当する表示が当該商品またはサービスの一般的名称として日常の言語の中で自国の領域において通例として用いられている用語と同じであるものについて、この節の規定の適用を要求するものではない」。こうしてフランスの白ワイン Chablis がアメリカ産のアルコール飲料として販売されるとしても INAO は何らの法的手段を持ち得ないことになる。この Chablis のケースは非常に興味深いので取り上げてみよう。当該製品はアメリカでは連邦特許商標局により次のように登録された。すなわち「Chablis with a twist, 当該製品が白ワインと柑橘類ジュースとの混合であることを示す製品の表示」である。INAO はアメリカの法廷でこの商標が「地理的に詐欺的である」として訴えたが、この訴えは棄却されることになった。というのも Chablis という語はフランスでこの名称を冠する地域に由来するワインであるとしてアメリカの消費者が認識しているという証拠を INAO が示すことができず、そのためにアメリカの法廷はこの語が米国におい

て、ジェネリックなものとして一般に通用しているという結論を導いたからである。このように TRIPS 24 条 6 によれば偽物の犠牲者が、非常に高い市場調査費用を支出することで自ら防衛する名称が外国で本来の地理的意味を維持している証拠を提示しなければならないことになる (Lorvellec [22])。

こうして TRIPS をめぐる今後の WTO での交渉においては、あまり地域に結びついていない弱い品質表示については保護が強化されるかもしれない。フランスとアメリカとの間ではコニャックとバーボンの名称保護をめぐる二国間の協定が締結されているが、アメリカ側の守るべき市場はこうした弱い表示にかかる産品だからである。

(2) 競争規則と農業・食品部門

さて、南欧と北欧の対立を経て成立した欧州レベルでの共通表示の制定は、現行の品質政策が欧州競争規則と両立していることを保証したわけではなく、その両立性の問題はなお未解決である。後に見るように、決定的な問題は、品質行政は表示の登録の枠組みを規定するだけで十分なのか、それとも、競争の自由の原則を犠牲にするリスクを犯してまで品質表示の維持に必要な生産者間のコーディネーションを支えるべきなのか、ということなのである。

上述の品質政策の展開をふまえ、次に我々は欧州およびフランスの競争規則が農業・食品領域においてどのように適用されてきたのかを概観する。競争制限を容認するような規則はとりわけ農業・食品部門にはしばしば見られ、これらは EU の共通農業政策 CAP の共通市場組織や生産者グループ (協同組合やその他の農業公益法人 SICA 等) をめぐる取り扱い、支配的な業種間組織 (生産農家や加工業者などからなる組織) によりなされた業種間協定の当該業種全体への拡張等の規定に顕著である (Graff [11])。

1) 欧州競争規則

欧州競争規則 (EEC 設立条約 (ローマ条約) 85 条・86 条, 現 81 条・82 条) は競争に影響を与える事業者間の協定および協調行為 (価格カルテル等), 支配的地位の濫用を一般的に禁止している。ただし 85 条 3 項は「経済進歩」等に資することを

条件に適用を免除する旨規定している（村上〔9〕を参照）。もっともローマ条約 42 条は、85 条・86 条の農業への適用について農相理事会に裁量の余地を与えている。

しかし、1962 年 4 月 4 日付の「農業生産及び貿易への競争規則の適用に関する規則 26 号」が、85 条・86 条の内容の農業への適用について再確認することになった（Blumann〔5〕）。この 26 号規則によれば、事業者間の協定ないし協調行為が加盟国間の貿易に影響を与え、競争の自由を歪曲する恐れがある場合、こうした協定ないし行為の禁止を規定した 85 条 1 項は農業にも適用される。ただし同規則の 2 条はいくつかの適用免除を規定しており、一国内の市場のみに関わるような純粋に国内レベルでの小規模な協調行為やローマ条約 39 条の目的（共通農業政策の目的）の実施に際して必要な協調行為は適用を免除されるとする。ただしこの場合でも、こうした行為が生産者グループにより共通市場組織の枠内で行われる限りであるとする。

ところで 1962 年の共通農業政策の発足時点にはフランスの穀物公社（ONIC）のような公的介入組織による農業への国家的介入という考えが強調された。しかし他方で共通農業政策の国家的組織化と欧州競争規則の整合性が疑問視されており、生産者グループが妥協の産物として表舞台に登場することになったのである。公的機関の介入に基づいた CAP の組織化という大がかりな方式をすべての産品に適用するには難点があると考えられ、公的機関の介入によらない多くの製品については、市場調整には、より私的イニシアチブに基づいたメカニズムで十分とされたのである。こうして、果樹および野菜の共通市場組織（1962 年 4 月 4 日の規則 23 号）と、海産物の共通市場組織に関する規則（1970 年 10 月 20 日の規則 21 - 42 号）が制定されることになった。これにより、例えば果樹および野菜の共通市場組織の枠内で生産者グループは市場介入（過剰産品の市場からの回収）を行うことができる。これは、先ず生産者グループが回収価格を設定し、実際の市場価格がこれより下がった場合に生産者グループは、加盟者から出荷された産品を市場に出さない代わりに生産者に補償金を支払うというものである。

なお地理的名称の保護という観点からはローマ条約 36 条が「工業的ないし商業的財産権の保護の理由により正当化される輸出入の禁止ないし制限」について規定しているが、また同条は「こうした禁止ないし制限は加盟国間において差別や偽装された輸入制限をなしてはならない」という条件も付けている。36 条をめぐるのは欧州司法裁判所 Sekt 判決（CJCE, 20 fevrier 1975, Commission, c/Allemagne）が「表示が生産地表示をなさない場合商業的財産権の保護を理由とした 36 条によっては、輸出入の制限措置は正当化できない」として、「非地理的表示の保護」についての判断を示した（Lorvellec〔22〕）。これにより例えばワイン由来でないヴィネガーや硬質小麦由来ではないパテのイタリアへの輸入禁止措置が無効とされることになったのである。

また同条をめぐるのはスペインワイン Rioja が地理的表示と国土農村振興との関連について示唆している（欧州司法裁判所判決 CJCE, 9, juin, 1992）。このワインについては原産地の地理的区域での瓶詰めが義務づけられていたが、ベルギーの輸入業者が目方でワインを仕入れ、これをタンクで輸送し自国で瓶詰めすると主張した。この移動許可をスペイン当局に申請したところ当局により、仕様明細書にある「当該区域での瓶詰め」という規定を理由に却下されたのである。欧州司法裁判所の判断は次のようであった。「係争中のワインの生産地域での瓶詰めが、特徴的な性格をこのワインに与えるような取り扱い、あるいは、このワインが獲得した特徴的な性格の維持に不可欠な取り扱いをなしていることを証明できない」。

このワインの事例に示されるように仕様明細書の規定が製品の特性ないし品質の保護という要請によって正当化できない場合、こうした規定は、36 条にいう輸出入の量的制限に該当する措置とされるリスクがある。フランスでもコンテ等の AOC チーズの包装などでもこのような当該地帯での調整やパッキングといった規定がしばしば見られるのである。こうした措置はしばしば雇用促進的な農村振興策と結びついているために 36 条規則に照らして困難な課題を提起している。

2) フランスの競争規則

(i) 1986年12月1日付けのオルドナンス (行政命令)

フランス国内に適用される競争規則については、1986年12月1日のオルドナンス7条が競争を制限するような協調行為や協定を禁じ、8条が支配的地位の濫用を禁じている(後述するようにこのオルドナンスは幾度かの修正を経た後に、現在、商法典L420-1, L420-2)。ただし同10条(現在、商法典L420-4)がいくつかの適用免除を規定している。競争評議会(公正取引委員会)が当該の行為や協定を、「経済進歩」に資すると判断する場合、7条および8条の適用が免除されるのである。この経済進歩の判断には二つの観点が考慮される(Raynaud et Valceschini [39])。ひとつは、生産性の改善、すなわち資源配分の効率性(需要への資源の適合化)と生産的効率性(資源の良好な活用)であり、もう一つは市場条件の改善(新しい販路の開拓, 新製品開発, 消費者の満足, 品質改善等)である。例えばカオール(ワイン)に関する競争評議会の意見 avis no. 81-4 a propos des vins de Cahorsによれば、取引業者と生産者との間での生産者価格の下限についての協定により、消費者に提供されるワインの品質を維持し改善することができることとされている。

さらに同オルドナンスの10条2項第2パラグラフは、競争評議会の意見に従ったデクレ(行政立法)の交付により、当該の協調行為および協定の禁止にかかる規則の適用免除を規定している。これは、反競争的と見えるような行為から経済進歩が生じる場合、農業であれば業種間組織が行政に対し競争制限を承認させるデクレの公布を要求することでなされる。つまり中小企業(農業・食品部門に多い)の管理の改善を目的とする特定の協定が特に認められることになる(ただし、当該事業者のいずれかが市場で支配的な地位を有する場合、この協定は認められない)。

(ii) 1996年6月7日付の適用免除に関する 二つのデクレ(行政立法)

こうして、1996年5月7日の競争評議会の意見に従って、農業・食品部門における適用免除に関する二つのデクレが公布された。すなわち、「危機状況に関するデクレ」(no. 96-500)では過剰生

産能力の解消および生産制限のための協定を認め、他方「品質製品に関するデクレ」(no. 96-499)では次のような協定を認めるとした。

- ・所与の生産・加工・流通チェーン(フィリエール)において、生産事業の計画化を可能とする協定(内部引き渡し価格の共通の設定を含む、ただし小売り段階での再販価格設定は認めない)
- ・新規参入の時限的制限による、生産能力制限に関する協定
- ・品質にかかる規律の強化をもたらす協定

なおこの品質製品に関するデクレは、94年の「ラベルルージュ家禽肉に関する競争評議会の決定」(no. 94-D23)(後述)をそのまま採用したものである。

ところでオルドナンス10条に規定された適用免除に関するデクレの公布という手続きは、農業以外のいかなる分野でもこれまで活用されることはなく、また競争評議会の立場は、他の部門に比して農業側に極めて好意的であるという(Graff [11])。

(iii) 1996年7月1日の「商業関係の公正と均衡に関する法律」(ガラン法)と2001年5月15日付けの「新経済規制法」

オルドナンス10条2項の経済進歩を理由とする適用免除については、その後いくつかの展開が見られた。中でも1996年7月1日の「商業関係の公正と均衡に関する法律」(案)をめぐる議会での議論は特筆するに値しよう。同法3条の「同一の表示の下での、生産の量と質、生産政策(引き渡し価格(生産者出荷価格であって再販価格ではない)の設定を含む)を組織できる」旨の規定に対し、議員の間から、この条項が欧州競争規則に抵触するのではとの疑念が提示され、これを農産物に限ることとなった経緯がある(Peignot [34])。こうして農産物について次のような協定が認められることになった。すなわち「農産物ないし農産物を原料とした製品について、同一の表示の下で、生産の量および質を組織化し、販売政策(共通の引渡し価格を含む)を組織するこのような行為は競争への制限をなすものではない(ただしこれらの行為が経済進歩の目的を達成するに当たり不可欠な場合に限る)」(同法第3条, 現商法典L

420-4)。

また2001年5月15日には、審議に1年以上を要した「新経済規制法」が成立したが、これは、果樹・野菜部門において、業種間協定無しにはカタログでの販売促進を流通側に禁じるものである。これまでは、シーズン開始の3ヶ月前に果樹や野菜の販売促進のための価格を流通企業が決定していた。また、危機的な相場低迷時には業種間で生産者最低価格を取り決めることも規定されている。もっとも農業側は、この措置を果樹・野菜以外の農産物にも拡大するように求めている。

3) 生産者グループおよび業種間組織

農業において、競争規則による告発の対象の多くは生産者グループや業種間組織である。これは、農業経営者を始めとする事業者は小規模でアトム化されており、彼らが集中的大規模流通や食品企業に対して、販売条件の改善や品質の改善のために生産者グループ(協同組合や農業公益法人SICAなど)を構成したり、あるいは生産農家と加工業者などとの間で業種間組織を作っているためである。また、これらの団体が生産を組織化し市場を調整する特典を与えられているからである。これらによる協調的行為が競争規則に抵触するかどうかはあまり厳密に確定していないようである。ここでは生産者グループや業種間組織の起源とその法的根拠等を一瞥しておこう。

業種間組織は農産物市場の需給調整に資することを目的に成立している。かつて人民戦線政府の下、1936年に成立した「小麦オフィス」(「全国穀物業種間オフィス ONIC」の前身)を別とすれば、業種間組織はヴィシー政権下でのコーポラティズム的起源を持って成立しているといえる。例えばこの当時に成立したものに「全国コニャック業種間ビューロー(BNIC)」、「シャンパーニュのワイン業種間委員会(CIVC)」、「全国種子業種間集団(GNIS)」等がある。これらの組織は、価格動向の観測、販売促進を任務としていたが、市場調整の権限がなかったため効率的でなかった。

その後、本格的に生産者グループや業種間組織の育成が目指されるのは、1960年の農業基本法の成立以降のことである。

1962年のフランス西部の大規模な農民デモと前後して、政府と農業団体は公的介入機関を介さ

ないような農産物の新たな市場調整手法を探していた。フィニステール県北部のカリフラワー市場での経験を踏まえて、政府は1962年8月8日付けの(60年農業基本法)の補完法に、全く新しい法的手法によって、農産物市場の経済組織化を可能とする措置を組みこんだ。これは、同一産品で同一の地帯に属する生産者間で自由意志に基づいて構成されるグループが農業経済委員会を構成し、決められた規則を当該地帯の農業者すべてに義務付けることを可能とするもので、生産者の交渉力を強化し、供給の集中により市場管理を行うことを目的としていた。この法は、市場調整において生産者グループが重要な役割を演じていた果樹および野菜部門を想定していたが、やがて、食肉部門でも広範に見られるようになった(Colson [8])。こうした生産者グループと農業経済委員会に関するフランスでの構想が、欧州委員会に対し共通農業政策の一環としての生産者組織の活用という考え方に影響を与えることになったという(Richer [41])。また、津守 [7]によれば、こうした生産者グループは次のような条件を満たすものとされた。

- ・生産物が共通農業政策の対象生産物であり、生産物の品質は衛生基準、消費者の嗜好に合ったものであること
- ・生産物の規格化(品種の選定、制限、栽培方法など)に関する共通規則を定めること
- ・作付面積、収量予測、集荷計画を申告すること
- ・販売次元においては、生産物の標準化、一元全量出荷、規格外の生産物販売の禁止、市況が悪化した場合の生産物の引き上げに関する共通規則を定めること

なお、業種間組織の展開については、1964年7月6日の「農業における契約経済に関する法律」が業種間協定の促進をうたい、さらにこの協定が当該部門全体へと義務付けられることを規定した。その後、1973年に起こったボルドーワインの記録的値崩れを契機として、「農業業種間組織に関する1975年7月10日の法」が成立することになった(1980年に修正)。これにより誕生した業種間組織の多くは、AOC産品(ブレス地方家禽肉やワイン、カンタルチーズ等)の製造および販売

第1表 競争規則と農業、表示

	国 際	E U	フランス
競争規則	(WTO 協定)	ローマ条約 85・86 条	1986 年 12 月 1 日付けのオルドナンス 7・8 条
適用除外	(SPS)	同 85 条第 3 項	同 10 条
農業関連適用除外		1962 年 4 月 4 日「農業生産及び貿易への競争規則の適用に関する規則」	<ul style="list-style-type: none"> ・「農業業種間組織に関する 1975 年 7 月 10 日付けの法律」 ・1996 年 6 月 7 日の適用除外に関する二つのデクレ ・新農業基本法 (1999 年 7 月 9 日) ・新経済規制法 (2001 年 5 月 15 日)
農産物表示	TRIPS	AOP/IGP (規則 2081/92)	AOC・ラベル・適合性認証(消費法典 L. 115)

にかかるものであった。公的に承認されることで、こうした組織は市場を管理する協定の締結ができたのである。これらの協定は次のような内容を含んでいる。

- ・需給、市場の相場についての観測
- ・供給調整
- ・国内および国際市場での販売促進
- ・製品の品質改善

いずれにしてもこの協定は、製品調達のための契約化を促進し、また供給の集中により製品販売条件を改善することを目的としたものである。

なお、1999 年の農業基本法第 71 条は、相場低迷時において生産者最低価格を取り決めることができる旨の業種間協定に関する規定がある他、上述のように 2001 年 5 月 15 日付の「新経済規制法」は、相場低迷時の野菜および果樹の生産者最低価格の業種間取り決めに関する規定も持つ。これらにおいては、新農業基本法の規定により業種間協定が流通小売段階にまで拡張されている点が特筆される。

なお、これまで論じてきた競争規則とその適用除外、さらに農業関連の競争規則適用除外、農産物の表示規則について、国際レベルおよび EU、フランスの各レベルで整理すれば第 1 表のようになる。

(3) ラベルルージュ家禽肉をめぐる係争

生産者間の取り決めが競争規則との関連で疑問視された例を具体的に検討しよう。品質政策が競争の自由に抵触するとして争われた事例は、カンタルチーズ業種間組織をめぐる事件、コニャック業種間ビューロー (BNIC) をめぐる事件の他、本

稿の主題をなすラベルルージュ家禽肉をめぐるも見られた。後者の場合の発端は 1991 年に経済財務産業省不正防止総局 (DGCCRF) が、ラベルルージュ家禽肉をめぐる生産者間の協定が競争規則に抵触するとして競争評議会 (我が国の公正取引委員会に相当) に対して申し立てを行ったことである。

申し立ての内容はおよそ次の 4 点にまとめられる。

① 生産調整

生産者グループと処理会社、飼料会社等からなる「品質グループ」(当時は「認証機関」と呼ばれており、現在の第三者機関としての認証機関と混同しやすいので注意を要する)の内部で次のような生産量をめぐる調整がなされている。

- ・市場の相場に合わせた生産量の制限 (新規の鶏舎の建設停止、出荷後の清掃・消毒の後に次回の雛を入荷するまでの期間の延長)
- ・新規参入、生産農家の認可の制限 (ただし、技術的基準に基づいた飼養農家の加入の選別は正当とされる)
- ・加盟処理会社の間での処理量の割り当て
- ・生産計画の作成
- ・価格下落の回避のためのラベルルージュの添付可能な鶏の回収

② 価格カルテル

「品質グループ」の内部で次のような協定がなされている。

- ・投入財 (雛、飼料、生産資材等) の価格設定についての協調行為

- ・処理会社への鶏出荷価格の協調
- ・生産者グループと処理会社による流通業者に対する再販価格の下限設定の働きかけ

③ 情報の非対称性

仕様明細書に基づいたグループ間での活動のコーディネーション、仕様明細書への適合性の検査、製品の認証という三つの機能を「品質グループ」が重複して担当していることが問題とされた（ただし、後述のように1994年1月1日よりラベルルージュの認可にさいして、一方でのコーディネーション機能と、他方での認証および検査機能との分離が義務化された）。

こうした不正防止局からの申し立てを受けて、競争評議会は1994年7月5日に次のような決定を行った（no. 94 - D41）。すなわち、「ラベルルージュ表示の下で鶏生産がなされているからといって、オルドナンス7条の措置が適用されることを排除しない」。また、たとえラベルルージュ表示での家禽生産が経済進歩をなすと見なすことができても、こうした経済進歩への貢献はこのような協調的行為がなくとも達成できるであろう、とも言う。しかし、同一のラベルのメンバーが供給政策、生産計画、生産者価格について協調できると明言したのである。同評議会により課された唯一の制約は、流通業者に対して消費者小売価格（再販価格）を課するために、協調することを禁じただけであった。結局、オルドナンス7条に違反する事実は見られなかったという結論が導き出された。こうした競争評議会の決定を受けて、農業側に有利な様々な規則（「品質産品に関するデクレ」no. 96 - 499等）が制定されたのは上述のとおりである。

この不正防止局の申し立てを受けて、フランス農漁業省は国立農業研究所（INRA）およびパリ第一大学の経済学者にこの問題に対する専門的知見の提供を求めることになった。そこで得られた経済学的な知見をもとに農漁業省は関連部局との間で非公式の会合を持つことになった。競争政策を担当する部局にたいしてこれらの経済学者がどのような経済学的手法で反論を行ったのか、その論拠は4. および5. で詳細に検討することとし、

その前に、次節では、ラベルルージュをはじめとするフランスの公的な品質表示について概観しておきたい。

3. フランスの品質表示制度とラベルルージュ家禽肉

（1）フランスの公的品質表示

1）公的品質表示

農業食品部門において、20世紀初頭には、フランスは、原産地呼称等の品質政策の起源となる法的・制度的な機構を確立している。その後、60年代において、こうした政策は農業振興策として発展することになった。すなわちそれは、基本法農政によって集約的農業を促進しながらも、他方で近代化から取り残される特定の農業者の経済的ハンディキャップを相殺することも目的とした。こうした背景の下で品質政策は市場調整政策、価格支持政策に比して付録のようなものであった。しかし80年代末頃から、市場の飽和と「欧州統合市場」の確立という事情の下で、品質政策は新たな状況に突入することになり、差別化戦略の梃子となったのである。それまで国内レベルにとどまっていた品質政策は、AOP・IGPを規定した92年の欧州規則を契機として大きく発展することになった事情は上述のとおりである。

さてフランスにおいて最初に、原産地表示を制度化した法的制度的措置は、19年以降実施されているAOCである。この特徴は、オリジナルな、真正の、種別的な製品を表示するために、もっぱらその製品の原産地を参照することである。すなわち、このシステムは一方での製品の特性と、他方での、地域terroirの特性や特徴的な生産方法、地方的生産規則、経験的ノウハウ、伝統的慣行、これらの間での関係をコード化したものといえる。この制度は元来、ワインのAOCが土壌にもとづき、原産地域以外で再生産不可能であるという考え方から始まった。こうしてAOCの場合、原産地の特殊性は地域の特殊性に関連している。消費法典L. 115 - 1によれば、「原産地呼称は、そこに固有な製品、その品質ないし特性が、自然的要素と人間的要素を含んだ地理的環境に由来する製品を指し示すのに役立つような、地域や郷土の

表示をなしている」。この表示は、結局、祖先伝来の経験と何世代にもわたる投資の産物としてのユニークな製品を特徴づけている。しかし AOC 認可に際しての基準となるべき「地域への結合」という基準は証明しがたく、定式化しがたい。AOC の意味での原産地概念の適用領域は非常に制約的である。おそらくこのために、立法者は原産地の特性を多様化させ、AOC の他に次のような公的品質表示を誕生させたのであろう (Valceschini et Mazé [49])。

① ラベルルージュ

60年に制定されたこの表示は、「全国技術手引書」という技術的基準の中にコード化された生産仕様に適合した「高級品」を示す。

② 有機農業

「環境に配慮した」生産手法に従って獲得される製品の「自然な」特性を活用する。

③ 製品適合性認証 CCP

消費法典 L. 115 - 23 条は次のように規定している。この表示は「ある食品が、特定の仕様に適合していること、製造ないし加工、包装について、あらかじめ決められた規則に適合していること」を保証する。この場合、品質を定義するというよりも、むしろオペレーターが技術規則に合致していることが重要なのであり、全国ラベル委員会 (CNLC) で検討されてきたこの表示の適用方針は、この認証製品と標準製品との間に客観的で測定可能な区別を設けようとするものである (Sylvander [46])。例えば、「製品適合性認証」の家禽肉は、標準製品とラベルルージュとの間での中間的な品質水準を設定しており、飼料中の穀物割合を 65% 以上、飼養期間 56 日以上の水準としている (ラベルルージュではそれぞれ、75% 以上、81 日以上)。

ところでこれらの公的表示においては、品質保証システムとして、認証機関の独立性や公平性の必要性が強調されるが、表示の所有権ないし使用权の配分についても指摘しておかなければならない。表示の法的枠組みは、使用者に対する所有権の付与の条件を規定しており、権利のある生産者は当該地域において集団として組織されていなければならない。個人としてこの表示を付与されるこ

とはない (CCP を除く)。他方、国は、この表示の管理を、当該の生産加工チェーンの生産者間の活動をコーディネートする主として農業的な機関へと委任する。例えばラベルルージュは国の所有に属し、表示の管理は「品質グループ」と呼ばれる生産者グループや加工業者、投入財業者からなる集団にゆだねられる。

なお、全国レベルで公的品質表示を管理している制度機構には、AOC については全国原産地呼称機構 (INAO) があり、その他のラベルや認証については全国ラベルおよび認証委員会 (CNLC) がある。

ところで、もちろん独立した第三者機関による認証にはコストがかかる。ある IGP 付きの「適合性認証」の果樹生産・加工チェーンを例に示しておこう (Louis [23])。この生産加工チェーンは 100 戸の生産農家と 10 のパッカーからなる。99 年に 3,320 トンの果樹が認証され、その販売額は 2,325 万フランであった。このチェーンによる認証機関への支払いは 8 万 5,000 フランであった。

ちなみに AOC は申請手続きの開始からその取得までに 8~10 年 (Louis [23])、ラベルや IGP で 1~3 年かかるという。また IGP の申請手続きに CNLC のみならず INAO が関与することになったが、二つの機関の間で意見の食い違いが生じた場合、審査手続きが長引くのではないかと職能団体は懸念している。

なお、こうした公的品質表示を不正に使用した者に対しては 2 年以下の懲役と 3 万 7,500 ユーロ以下の罰金を課せられる (消費法典 213 - 1 条)。例えば畜産品等の場合、認証機関の他に農業省の獣医サービスが各段階で検査を行ない、経済財務産業省不正防止総局がやはり各段階で検査を行っている。とりわけ不正防止局は、製造および販売現場への立ち入り検査、サンプリング採取により、公的品質表示の偽装を監視している。不正防止局の 97 年の活動報告書によれば、牛肉関係では同年において 2000 件の検査を行ったところ、量販店の 60%、食肉小売店の 44% が、VBF (「フランス産の牛肉」) ロゴや CQC (「認証された品質管理」, CCP の一つ) ロゴを用いていた。と畜プラントでも 53% が VBF ロゴを用いていた。検査対象のうち 41 件の違反判定がなされ、3000 フラン

から 25 万フランまでの罰金が科せられたという。

2) 公的品質表示が抱える問題点

品質政策は、今後欧州レベルでも国際レベルでもいくつかの難点を提起すると思われるという (Valceschini et Mazé [49])。先ず第一に、原産地表示にかかる排他的所有権の配分が、貿易自由化や市場の競争的機能といった目的に照らして正当化できるのか否かに関わる点である。WTO の TRIPS での知的財産権をめぐる今後の交渉においては、原産地の特性が科学的な基礎を有すること (例えば、製品の「特性」が「地方」の特徴的性格により規定されていること) を証明することが重要であろう。こうした展望の下で、80 年代末に、フランス政府は、一方で、職業的慣行や製造手続きの規格化を進め、他方で、地方の特性と農産物の特性との間の客観的結合の証明に着手してきたという。第二の難点は、原産地表示の採用に際しての、生産者により実施される集团的組織化、生産者間の協調的行為の正当性についてである。92 年の欧州共通表示の制定は、反競争的と判断される協調的行為 (協定やカルテルなど) を禁止している競争規則と、表示を集合的に活用する生産者集団との整合性について何らの判断を示しておらず、法的にも曖昧さを残したままである。

また、今までも大規模な食品企業や流通企業は独自の製品差別化戦略を展開してきている。こうした戦略が公的な品質認証と結合されれば、公的品質認証は大規模流通および食品企業の商標戦略の一要素へと還元されてしまうリスクがある。従って、公的認証がもはや、自立的な品質政策の基礎、地方振興の手法とならなくなるおそれがある。それは、とりわけ大企業によるマーケティング手法となり、主として商標に関連した製品の評判を支えるにすぎなくなるかもしれない。例えば、BSE (牛海綿状脳症) のような品質に関する不確実性が支配している背景において、フランスの牛肉部門で見られる CCP Carrefour (大流通企業カルフル社による適合性認証) のような公的認証と企業のマークとの結合がとりわけ発展しているのである。これにより企業は、独自ブランドの製品を第三者機関に認証させることで消費者の信頼を得ることができる。こうした背景の下で、適合性認証産品は他の公的マークに比べ顕著な伸

第 2 表 牛肉における公的品質表示

(トン、枝肉換算)

年次	1993	1996	1997
ラベルルージュ	14,800	17,800	23,000
CCP	開始時	27,800	147,500

資料：Sans et de Fontguyon [43, 表 2]。

びを示している (第 2 表を参照)。この場合、「品質グループ」ではなく個別企業が公的品質表示の担い手となることができるのである。農業側の積極的な働きかけを受けて成立した「新経済規制法」を喜びながらも、最大の農業団体である全国農業経営者組合連合会 (FNSEA) は同法の欠落点として、以下のような厳しい批判をしている。「流通業者による商標と公的品質表示との併記は禁じられなければならない。というのもそれは、農業者による努力を流通企業が横取りするものだからである」(2001 年 5 月 7 日のコミュニケ)。

(2) ラベルルージュ家禽肉

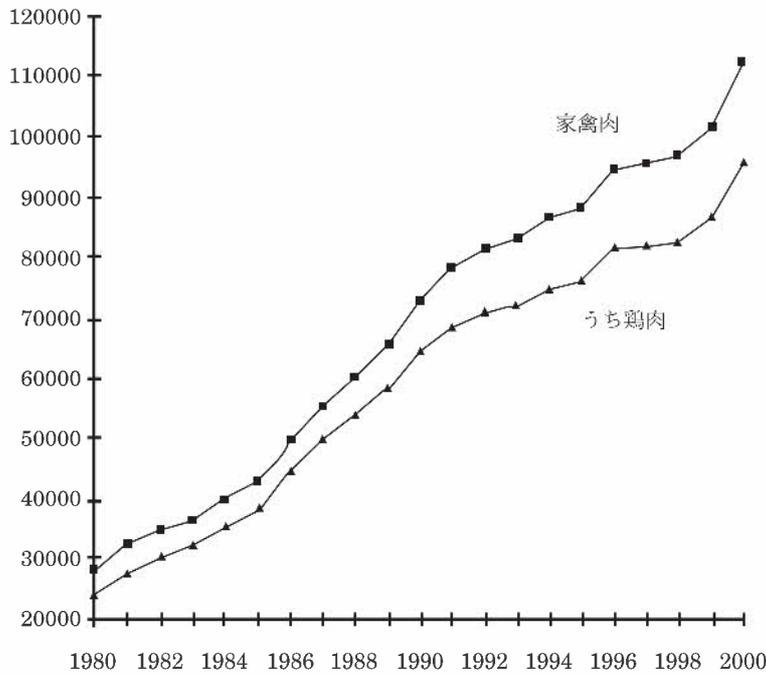
本稿の主題をなすラベルルージュ家禽肉の具体的な内容について説明しておこう。とりわけこの産品の特性と、そのために生じる生産者間のコーディネーションの必要性を理解しておくことが重要である。

1) 実績

まず、ラベルルージュ家禽肉に関わる生産農家戸数、販売実績等を見ておこう。

ラベルルージュ家禽部門 (鶏や七面鳥等の家禽肉や採卵、ウサギ) には 7,500 戸の経営体が関与し、フランス全体の家禽農家 1 万 5,000 の半分をなす (全国家禽ラベル組合 SYNALAF のホームページより)。また 230 の企業 (雛会社や飼料会社、食鳥処理会社、加工企業等) が関わり、これらの企業が、農家の生産者グループとともに、家禽部門で 39 の品質グループを構成している (ちなみにラベルルージュ全体では 136 の品質グループが存在し、42 が食肉部門、13 がハム等、11 が乳製品等、となっている)。また、家禽部門での認可、検査、認証のために 17 の認証機関が関与する (1996 年でラベルルージュ全体の認証機関は 31 である)。

なお、ラベルルージュ鶏肉の市場占有率を見る



第2図 ラベルルージュ家禽肉および鶏肉の消費数 (1,000羽)

資料: Synalaf ホームページ (<http://www.synalaf.com>).

と、鶏生産量の10%、家庭での鶏消費の20%、スーパーマーケットでの鶏肉市場占有率は37%を占めている。ちなみに2000年のラベルルージュ家禽生産量は1億1,283万8,121羽であり、うち鶏が9,596万5,940羽である(第2図)。

2) ラベルルージュ鶏肉の特性

次に我々はラベルルージュ鶏肉の特性を検討しよう。

(i) 歴史

ラベルルージュ鶏肉は、1960年8月5日の農業基本法が「農業ラベル」を制定したことをもって誕生することになった。同法により、認証機関の設置や仕様明細書の作成、生産から消費に至る検査、正確な表示を条件として当該ラベル表示が認められることになった。その後、1965年1月13日のデクレにより認証の詳細が規定され、同時に最初のラベルルージュ Poulet jaune des Landes (ランド地方の黄色い鶏肉)が誕生した。その後、ラベルルージュ家禽肉表示が競争歪曲的では、という欧州連合加盟国からの批判を受けて、1991年6月5日付の「家禽の販売と高付加価値表示に関する規則」(欧州規則 No. 1538/91)が公布されることになった。これは、当該の認証機関が欧州規

格 EN45011 に適合すべきことを規定しており、フランスのシステムも1994年1月1日よりこれを実施することになった。

(ii) 技術的仕様

ラベルルージュ鶏は次のような特性をもたなければならぬ。その基準は、「ラベルの獲得のために満たされるべき最低基準を規定する技術的指摘」(最新版は1998年2月16日)により規定されており、それぞれのラベルルージュ鶏肉製品は、これを超える基準を作成しなければならない。

- ・成長の遅い鶏品種: 集約的ブロイラー生産の発展過程において早熟の品種が開発されてきたが、伝統的な緩慢な成長の品種を追求すること
- ・飼料中の穀物含有量75%以上および動物性飼料や成長ホルモンの禁止(例えばラベルルージュ鶏肉の一つである Fermiers Landais の飼料成分は、トウモロコシ(80%)、大豆粕(15%)、ビタミン・ミネラル・塩(3%)、アルファルファ(2%)である)
- ・81日以上飼養期間
- ・鶏舎内では1平方メートルにつき11羽、

第3表 標準鶏とラベルルージュの技術・経済的平均特性（1995年）

	標準鶏		ラベルルージュ	
と畜日数	42.1	84	91	
生体重量 (kg)	1.91	2.17	2.24	
飼料要求率	1.90	3.00	3.30	
死亡率	5.1	2.5	—	
生産費 (F/kg)	4.88	8.55	8.95	

資料：Sauveur [44, 表1] を修正。

放し飼い場所では1羽につき2平方メートル以上の空間とすること

- ・飼養規模の制限：鶏舎400平方メートル以下で、これを4棟を上限とし、また1回の飼養で1万7,600羽を上限とすること
- ・消費期限は食鳥処理後9日間
- ・飼養場所から食鳥処理場まで100km、2時間以内の移動距離

こうした技術的仕様は標準鶏と比べて第3表および第4表のような技術経済的特性を示す。

また、このようにして生産されるラベルルージュ鶏の官能的品質は次のような特徴を示す (Sauveur [44])。

- ・成長の遅い品種：成長の早い品種を81日まで飼育するのは困難である。死亡率が高まるし、輸送も困難になる。また、重量を一定(1.5kg)とすれば、高齢の雄鶏のほうが若鶏よりも選好される。肉はやわらかくはないが風味が良いとされる。ラベル鶏の場合、飼育期間は84日齢と91日齢に集中するが、これは非常に適切な設定である。というのも、味覚に決定的な影響を有する生殖可能年齢は超えている一方で、肉は硬くなりすぎてはいないからである。
- ・性の効果：雌鳥の方が高い肥育度を示すが、官能的品質には影響ない。実際、性の区別はラベルルージュ鶏の表示にはない。
- ・飼料の効果：動物性飼料や菜種などの特定の飼料原料は肉の風味を悪化させる傾向が見られる。
- ・飼養条件の効果：放し飼い飼養は鶏の官能的特徴を修正するであろうか。いくつかの研究は体格上の影響（腹の脂肪分の減少とささみ部分の増加）を指摘するが、官能的

第4表 卸売市場平均価格

(キロ当たりフラン)

	1999	2000
	標準鶏 (丸と体)	9.45
ラベルルージュ	16.70	18.00

資料：Agreste Primeur, no. 92, 2001, 表1を修正。

評価には影響無しとする。

(iii) 品質グループ

養鶏農家と食鳥処理会社、場合により飼料会社をとりまとめる「品質グループ」があり、これがパートナー間でのコーディネーション活動を担う。このグループは旧来、認証機関と呼ばれていたが、94年までは、これが認証および検査まで行っていた。94年以降、コーディネーション機能と認証・検査機能がフォーマルに分離されることになった。新しい認証機関はEN45011に則ってCNLCにより認可されることになった。この品質グループは次のような活動を行う。

- ・仕様明細書の作成およびその修正
- ・メンバーのリクルート、必要とあれば生産者の除名
- ・技術規則に対する重大な侵害を犯した処理会社からの製品販売の撤回

また品質グループは次のような段階を経ることによってパートナー間のコーディネーションを行い、生産調整も行う。

- ・流通業者からの生産量の注文について、処理会社から品質グループに情報が伝達
- ・グループから人工孵化場への雛の注文
- ・飼養農家の選定と生産の配分

(iv) ラベル認可手続き

生産農家や加工会社等を含む品質グループは、「認証機関」の支援により次のような書類からなる申請書を作成しなければならない。これらは全国ラベル認証委員会 (CNLC) に対して、仕様明細書の認可に関する書類を同委員会「基準検査部」に、(認証機関が未だ認可されていない場合は) 認証機関の認可に関する書類を同委員会「認証機関認可部」に、それぞれ提出しなければならない。仕様明細書が認可を受けると固有の認可番号を与えられ、これが製品の表示に添付されることになる。

第5表 ラベルルージュ農場産鶏の表示タイプ

ラベルルージュのロゴ	高級品の保証の唯一の公的表示
認可番号	ラベルの認可は仕様明細書の認可を前提とし、仕様明細書はCNLCの基準検査部で審査され認可を受けるが、その固有の番号
Fermier-eleve en plein air ないし fermier-eleve en liberte の表示	動物愛護を優先した、伝統に近い飼養概念
地理的表示	飼養地域とと畜場（両者は100km・2時間の移動を超えてはならない）飼養は限定された、伝統的な評判のある生産区域内にあること
品質グループ	仕様明細書の保持者で、品質のフォローアップを保証
と畜プラント	解体とパッキングを実施した認定企業の表示
認証機関	コントロール機関の名称と住所、必要に応じて、消費者が連絡
消費期限	処理後9日間
個体識別番号	鶏の飼育日数、雛の原産から最終消費者への販売に至るまでの追跡

資料：Synalaf ホームページに加筆。

(v) 認証機関の機能

ラベルルージュ家禽肉において、認証機関による検査や監視は次のように頻繁に行われている（SYNALAF ホームページによる）。すなわち生産農家段階では年間で2万件、企業（人工孵化場、処理会社、飼料会社等）で1,600件、小売店で1,200件以上の検査と、分析試験（飼料成分や細菌、官能分析）で8,000件以上である。

3) 消費者への情報とトレーサビリティ

第5表で示されるように、多様な情報がラベルルージュ家禽肉のパッケージに添付される。これにより完全なトレーサビリティが担保されることになる。SYNALAFの代表で、品質認証機関連合会（CERQUA）の家禽部門の責任者のG. Lannelongue氏は次のように語っている。「3時間のうちに、我々は家禽の誕生場所、飼養場所、処理場所、その飼料などについて消費者に知らせることができる」（BIMA [4]）。おそらく、現在では情報機器の発展により、より早くこうした情報の提供が可能になっているであろう。第5表にある個体識別番号を通じて、当該の鶏の系統、誕生場所、雛の識別（誕生日、人工孵化場の住所、生産者の氏名）、飼養農家の住所氏名、飼料の内容、処理の日付と場所などがわかるのである。

さて、このようなパートナー間での緊密なコーディネーションを必要とするラベルルージュ家禽肉が、上述のように経済財務産業省不正防止総局により競争規則に抵触するとして競争評議会に申し立てをなされることになった。農漁業省からの

委託を受けて、経済学者たちは、取引費用経済学を主要な要素とする新制度派経済学に依拠することで、こうした不正防止局の申し立てに理論的に反論することになる。次節では、その内容を具体的に検討する前の作業として、そもそも取引費用経済学のような要素が品質政策の研究に活用できるのかを探るため、より基礎理論的な考察を試みる。

4. 資産特殊性としての品質

(1) 取引費用経済学と農業・食品分析

1) 二つのアプローチ

ウィリアムソン（Williamson [52]）によると、取引費用経済学は二つの軸を有し、その接合に考慮しているという。その一つの軸はガヴァナンス構造（取引組織化形態）のマイクロ経済分析であり、それは、市場（スポット取引）とハイブリッド組織（中間組織）、ヒエラルキー（統合企業）といった様々なガヴァナンス構造が、取引費用を節約するさいの相対的な効率を分析することを主眼とするという。極端な言い方をすれば、財やサービスを統合企業の内部で生産するのか、それともそれを市場で調達するのか、という選択に関わる。もう一つの軸である「制度主義」アプローチ（North [32] 等を参照）は、慣習や法、政治などのルールが、経済単位およびその行動、成果に与える影響を分析の中心におく。これは我々になじみ深い表現を使えば、ガヴァナンス構造の制度環

境への「埋め込み」(embeddedness, Granovetter [12]) のことである。これは外部環境の変化がガバナンス構造の選択に与える影響を考察するのに適しているといえよう。以下ではメナール (Ménard [28]) の簡便な整理に従って、この二つのアプローチのそれぞれを検討することにしよう。

2) ガバナンス構造のミクロ経済分析

中央集権的な計画経済でなく、また市場での独占がないような経済においては、非効率性を除去するような圧力が働く。この場合、効率的なガバナンス構造の選択において、技術コストの他に取引コストが重要な役割を果たすことになる。取引コストとは、取引を組織し、コーディネートするために、ある機構を採用する際にかかるコストのことである。取引コストには次のような二つの要因がある。

- ・当該取引の特性 (その頻度、不確実性の度合い、資産特殊性)
- ・取引実施 (財の特殊性に関する情報サーチコスト、契約締結・監視コスト)

これらの要因のより詳細な検討は本節3項で行うとして、取引費用経済学のいくつかの着眼点を指摘しておく。まず、その分析対象はアトム的な行為者の意志決定ではなく、経済活動の「関係的」水準、つまり「取引」を対象としていることである。その場合、権利の移転が分析の中心となるが、関連して、移転に必要なルールとメカニズムも分析にはいることになる。次に、この経済学が「効率性」を強調していることがある。ある意味で「計算者」としての行為者を想定しているといえるが、それはどちらのガバナンス構造が取引コスト効率的であるか、というガバナンス構造の間での比較についてのみ言えることであって、取引コストの絶対額の算定を前提とはしていないということである。

3) 制度環境への「埋め込み」

上でも言及したように、取引は当事者間の双務的な依存関係に関連するだけでなく、制度環境にも埋め込まれている。そのために、こうした外部環境が取引の組織化様式、すなわちガバナンス構造の相対価格を決定する要因をなしている。この場合、制度環境としてはとりわけ次の二つが挙

げられる。

- ・ルール：所有権ないし使用権の移転としての取引を実施する条件
- ・ルールを実行可能ならしめる装置 (デバイス) としての組織

これらのルールやデバイスはどのように取引費用に影響を与えるのであろうか。まず、異なったガバナンス構造 (例えば協同組合であるか統合型企業であるかのよう) の相対的な成果に対するルールの影響がある。ルールの組織化への影響は、例えば高品質産品を販売するために生産者を組織化することが競争ルールと抵触するかどうか等、本稿と直接に関連する問題を提起している。他方、ルールはデバイスを必要とし、その構築費用が取引の組織化に直接影響するのである。

4) 農業・食品分析との適合性

さて、メナール (Ménard [28]) によれば、こうした取引費用経済学は次のような理由により、上述のミクロ経済分析および「制度主義」という二つのアプローチを統合的に導入することで、農業・食品部門の分析に適合しているという。まず、この部門では、大規模統合企業から小規模家族経営に至るまで、広範かつ競合的な組織形態が共存しており、取引形態もスポットマーケットから長期的契約に至るまで多様であることによる。ついで、この部門では品質保証や灌漑開発に見られるように、国家の偏在的な介入政策により制度と部門的パフォーマンスとの間に強い相互作用が見られることである。後論との関係で、こうした取引費用経済学の農業食品分析への適用について、三つの論点を暫定的に提示しておこう (詳しい内容については後述)。

(i) 取引の組織化様式 (ガバナンス構造)

農業および食品部門においてはスポットマーケットを通じた取引の組織化 (例えば、メナールはオランダの花弁市場を例にあげている) や統合型企業による生産に加えて、市場や企業によるのでない事業者間の緊密な関係からなるハイブリッドな組織化様式 (生産者グループなど) が広範に見られる。こうした組織化は、市場が提供できないコーディネーションを提供する一方で、統合企業の欠如しているインセンティブを維持するのであ

る。取引にかかる資産が全く特殊性のない場合、取引は市場を通じてなされるのに対し、非常に特殊な資産は企業で内製されるであろう。それに対しハイブリッドな組織化様式は、中程度の資産の特殊性に該当しているといえよう。

(ii) 契約関係

契約とは、取引を組織化し、それに伴う権利の移転を調整することである。時間的次元を考慮することで短期契約と長期契約に大別することができる。短期契約は高い頻度の取引で、財の特性や価格などの特性が当事者により熟知されており、従って弱い資産特殊性に関わる。他方で、長期契約は、高度の不確実性に支配された複雑な取引に関わり、従ってその資産は非常に特殊である。こうした場合の取引は長期にわたる双務的依存関係に従うことになる。

(iii) 取引費用

取引にかかる契約を遵守させるのに必要なガバナンス構造を実施するためには費用がかかる。

こうした取引費用経済学はいかにして品質政策の分析に役立つのであろうか。この問題に取りかかる前に、次に我々としては品質、とりわけ品質表示に関する標準的ミクロ経済学の教えるところを確認しておく必要がある。

(2) 品質表示の経済学

1) 資産および契約としての品質表示

問題を複雑にしないために、企業の商標を考えてみよう。商標は一般的に、情報のシグナルとして考察される。不完全情報の下で製品についての不確実性があり、従って情報にコストがかかるからこそ商標が存在するのである。このように情報の非対称性が存在する市場では、品質シグナルの創出により市場的なコーディネーションが再活性化されることになる。しかし商標もまたコスト無しには存在し得ない。商標が評判を確立するまでには時間がかかり、この評判を確立するまでの投資期間においては、生産者は限界費用以下でその製品を販売せざるを得ない。評判の確立後、この製品がプレミアム価格でもって販売されなければならないのは、こうした初期投資のためだといえる(Shapiro [45])。このように商標は、経

済資産でもあるが、他方でそれは、買い手に対する売り手側の契約的コミットメントを構成している。契約という観点から見れば、いったん確立した評判メカニズムは自己執行的である⁽⁴⁾。というのも商標の評判が高いほど、それを失う場合の損失が大きいため、生産者に対し高品質産品を供給しつづけるようなインセンティブを提供することになり、生産者のコミットメント遵守をクレディブル(信頼のおけるもの)にするからである(Williamson [51])。このように品質シグナルが市場に内生的な場合、政府の介入は不正防止および不当表示防止に限られることになる。

こうして品質シグナルは、特殊な投資を必要とし、他方でそこから準レントが生じるものとして資産である。資産である以上このシグナルの管理様式(契約的コミットメントを遵守させるメカニズム)としてのガバナンス構造は、それにかかる取引コストに照らして相対的に効率的なそれが選択されることになる。例えば標準化された財で、取引頻度の高い財の商標については、取引は容易に観察可能で契約履行も容易である。それは市場的なガバナンスに適合的であり、契約が遵守されない場合、最終的には裁判所や消費者保護立法という制度が介入するであろう。しかし信用財のように特殊な製品で、取引頻度も低く、従って評判メカニズムも正常に機能しないような財の商標について、その契約的コミットメントの遵守は、公的品質保証のような制度の介入が必要となる。

2) 評判の共有としての集合的品質表示

上の例では、単純化のために、商標の所有権が一つの企業に属する場合を考えた。しかしその場合でも、当該の表示にかかる財や取引の特性に応じて、評判メカニズムを通じた市場の活用だけではコミットメント遵守を保証できないということが示唆された。我々は以下で、経済資産としての品質シグナルの所有権ないし使用権が、法的に独立した複数の経済単位、事業者の間で共有されているような、集合的品質表示を取り上げよう。

さて、こうした集合的品質表示はとりわけ農業・食品部門で顕著に見られる。それは小規模事業者の多いこの部門では、大企業のように単独で商標を創出することができないことによる。多く

の場合、こうした部門での集合的品質表示は公的表示と私的表示の混合である。例えばあるラベルルーージュ家禽肉の表示である Label Rouge Poulets de Loue では、ラベルルーージュという国家の所有になる公的表示がある一方で、他方で Poulets de Loue という表示は、複数の農家および加工業者等から構成される「品質グループ」により所有され、その表示の使用権がこうしたパートナー間で共有されているのである。こうした集合的商標が創出される要因はいくつか考えられる。

まず、公共的な要因があげられる。個人的事業主を利するためだけではなく、国土整備や農村振興のために、農業食品部門では AOC やラベルルーージュのような公的な品質表示が制定されている。条件不利な地方でのハンディキャップの補償、あるいは農業近代化から排除されるような地域でのニッチ部門での生き残りのためにこうした表示が創出されてきたのである。多くの場合、生産者のイニシアチブがその起源にあるが、表示の所有権の設定および市場の立ち上げについて、公的な介入がなされたのである。

次に、市場構造的要因と経済行為者の戦略的な要因が密接に絡んでくる。つまり大企業の商標との競合において、製品差別化を通じて、小規模家族経営の生き残りのための唯一の可能性が共通表示なのである。表示の採用に当たっては、一定規模以上の生産量がなければ意味がないが、多数の生産者を結集させる共通表示の形成を通じて、効率的な表示に必要な最低限の規模の生産量を確保することができる。

しかし、品質表示が資産である以上、その管理様式としてのガバナンスのあり方が問題となる。集合的品質表示にあってはこのガバナンスが決定的なのである。

3) 集合的品質表示とフリーライダー

企業による商標の説明を適用すれば、集合的品質表示における品質シグナルの評判は、事業者総体により共有されていることになる。しかし、この場合、生産者の中には必要な生産規則を遵守しないことで生産コストを削減させながら他方で品質表示から得られる準レントを享受しようとする、いわゆるフリーライダーが登場するリスクが

ある。もちろんこうしたフリーライダーの登場は、やがて集合的品質表示の評判さえも崩壊させることになる。フリーライダーを登場させるインセンティブは、個別生産者が同時に集合的品質表示という共有資産の所有者であることによる。このことはよく知られているように「共有地の悲劇」を生じさせることになり、この生産者は共通のシグナルを犠牲にしてまでも、自分の利得を最大化させるように動機づけられるのである。このように、結局のところ個人的利益は自分の行為だけに依存するだけでなく他の参加者の行為にも依存し、ここには外部性が存在することになる。この意味でこの品質表示はいわば公共財的な性格を有することになる (Rosen [42])。ところで、このような外部性の存在は、「古典的企業」の成立過程を論じた Alchian and Demsetz [3] の議論と通底する。彼らは、チーム生産におけるメンバー間の監視の必要性から、その監視費用の節約のために企業が成立する過程を理論的に説明したのである。いずれにしても、フリーライダーの登場という契約ハザードを回避して、当事者たちの品質コミットメントの遵守を保證するためのコーディネーション様式ないしガバナンス構造が必要となる。集合的品質表示において立ち上げられるガバナンス構造はどのような形態をとるであろうか。市場的ガバナンスからは共通の表示は生じえないが、他方で統合企業というヒエラルキーによるガバナンスでもあり得ない。当事者のすべてをインテグレートして成立する表示は企業の商標であって、法的に独立した事業者間で共有される集合的品質表示ではなくなってしまうのである。

しかし、どのようなガバナンスが選択されるかは、取り引きされる財の特性や取引の頻度、取引が埋め込まれている制度環境等に応じて異なり、取引組織化にかかるコストの最少化という効率性の追求がガバナンス構造の選択において中心的役割をなすのである。実際、農業・食品部門で多く採用されている集合的品質表示は市場でもなければ、統合企業でもなく、その中間にある、事業者間での緊密なコーディネーションというハイブリッド組織形態をとっている。以下では、取引にかかる財や資産の特殊性と選択されるガヴァ

ナンス構造との関連に即して考察することにしよう。

(3) 資産特殊性とガバナンス

1) 取引特性

ウィリアムソン (Williamson [52]) によれば、取引費用経済学は二つの行動仮説と三つの取引特性を前提としている。すなわち、行動仮説は限定合理性と機会主義という前提である。取引に関わるすべての当事者が限定的にのみ合理的であることから (あらかじめすべてを計算し尽くした上で完全な契約を締結することができないという意味で)、契約は不完備的となり、フリーライダーによる機会主義的行動が生じるリスクがある。こうした機会主義的行動を抑止するためには、準レントのインセンティブとガバナンス構造を設計することが必要となる。

他方、取引の特性は資産の特殊性と、取引の不確実性、取引頻度という三つの要素からなる。こうした取引特性が契約ハザード (不完備契約ゆえに生じるただ乗りのリスク) の要因をなし、これを管理するのに効率的なガバナンス構造が選択される。ブルソー (Brousseau [6]) によれば、他を一定とすれば市場の活用が複雑でもなくコストもかからないために、市場的ガバナンスが選好されるとするが、実際の取引の組織化に際しては上述の取引特性が決定的である。このような取引特性のいくつかを検討してみよう。

(i) 取引頻度および取引の不確実性

取引が反復的であるほど、それぞれの経済単位は多くの交換をカバーする長期的コミットメントを保証するような契約を締結するであろう。こうした長期的コミットメントは、将来の不確実性を確実に認識することが不可能であるために、ヒエラルキーやハイブリッド的なガバナンス構造をもたらすことになるかもしれない。しかし他方で、取引の反復は効率的な契約条項についての学習を可能とし、大まかな契約を毎回締結するだけの市場スポット契約の活用を大幅に増大させることになるかもしれない。こうして、取引頻度は取引の不確実性という要素と結びつかない限りガバナンス構造の選択にはそれほどの決定力を持たない。

(ii) 資産特殊性

ウィリアムソンは、資産が、それが別の用途へと転用できない、あるいはこの転用に多くのコストがかかるか、生産的価値の減少を伴うような場合、この資産が特殊である、とする (Williamson [52])。彼は六つの特殊性として、場所的特殊性 (例えば連続的生産工程や近接関係にある特化されたプラントなど、在庫や輸送の費用を削減するために立地したとき生じる) と物理的特殊性 (部品を生産するために特殊な金型が必要とされるときなどに生じる)、人的資産 (経験学習などにより生じる)、ブランドネーム資本、専用資産 (特定クライアント向けのプラント投資など)、時間的特殊性 (適切な人的資本による適時の反応を可能とするような条件) をあげている。またこのような特殊資産が別の特殊な資産と結合されることで、他のいかなる資産と結合される場合よりもその生産性が高くなるような場合、当該の二つの資産は強い補完関係を有する。その特化のために、こうした特殊資産は転用可能ではなく、また機会市場が存在しないのである。資産特殊性が高いほど市場的ガバナンスは非効率的である。ひとたびこうした資産への投資が実施されるや、二つの当事者たちは双務的な依存関係に入り込むからである。一方の当事者はこの依存関係からフリーライダーの地位を得ることも可能となる。このリスクをさけるために当事者たちは資産の耐用期間に対応した契約期間で機会主義を遮断するのに効率的なガバナンス機構を構築する。市場ではこうした機会主義を抑制できないのである。逆に、資産特殊性が弱いと市場が効率的なガバナンスメカニズムをなすことになる。というのも、市場に依拠することで、ヒエラルキーないしハイブリッド型の私的な機構を構築するための資源を配分する必要がないからである (Brousseau [6])。

こうした取引特性と、三つのガバナンス構造の選択との間の関連は次のようにまとめることができる。

① 市場

市場で取り引きされる標準的な財は、低い資産特殊性と高頻度の取引、容易に観察可能な取引特性、可逆的な取引で代替財も豊富な財である。こうした財の取引にかかる契約は

完全でスポット的な契約である。つまり、契約期間が短期で、複雑でないためにそれぞれの経済単位は低コストで契約を締結することができる。また契約履行のメカニズムは一般的でありあまり特化していない法システム（不当表示の禁止や商標権の保護など）が用いられ、他方、競争的メカニズムと評判メカニズムが契約を自己執行的にしている。新たに取引を実現したいと考える場合、経済単位は潜在的な取引相手に対して評判を落とすまいと考えるからである。なおここでの当事者間のコーディネーションにおいては価格が決定的である。

② ヒエラルキー

ある財の取引が低頻度で、高い資産特殊性、従って、所有権の移転について高い特殊性を伴い、その取引特性は観察が困難で、専門的な知見が必要とされるような場合、そのガバナンス構造は垂直的インテグレーションか長期的コミットメントを促すものとなる。また資産特殊性の増加に伴って頻発する契約ハザード（ただ乗り等）を防止するための措置（セーフガード）が構築される必要がある。このように長期のコミットメントを伴う契約の場合、完全契約は不可能であり、契約の不完備性と契約履行の監視を効率的に実施するために、一方の当事者に意志決定権が付与されることが多い。この場合服従的契約は自由意志に基づくこととされる（もっとも資源配分のあらかじめの不公平について問うことも可能ではある）。このガバナンスの弱点は、コストがかかりすぎることであり、次のハイブリッドのような双務的コミットメントよりも履行が困難なことである。

③ ハイブリッド

緊密なコーディネーションを必要とするほどには強力であるが、完全な統合をもたらすほどには強くないような双務的依存関係に基づいたガバナンスである。こうした関係は相互依存的で特殊な資産への投資を通じて取引当事者間での関係を凝固させるが（ロックイン）、他方で準レントも生み出す。このような関係により準レントの取得は可能だが、そ

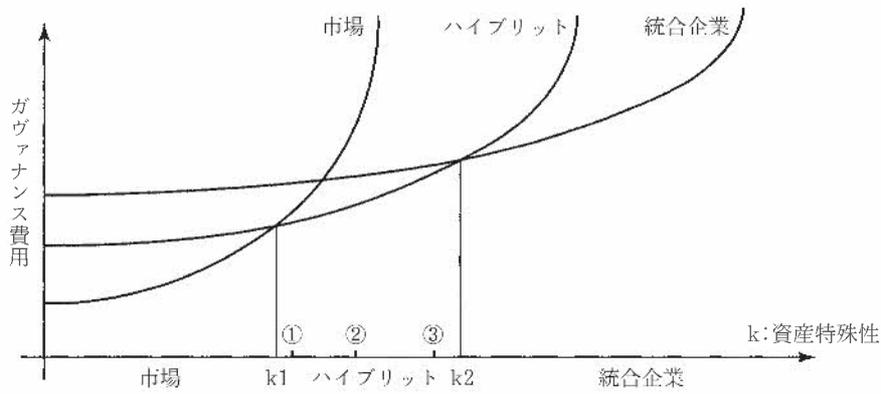
れは同時に機会主義も生みだし、こうした準レント配分と機会主義抑止を効率的にコーディネートするために、契約の履行と監視に関する事業者間でのハイブリッドなガバナンス機構が創出されるのである。しかもそれは、市場と同様、当事者たちの自立性とインセンティブ付けを維持しつつ、他方で長期の取引関係により、彼らの間をうまくコーディネートすることができるのである。このようにハイブリッドなガバナンスは取引費用および組織化費用節約的で、生産と取引を効率的に組織化する安定した制度的アレンジメントなのである。ところが規制当局は競争歪曲的として、こうしたアレンジメントを批判的に見るのが常である。

2) 契約ハザードとガバナンス構造

ウィリアムソン (Williamson [52]) は、このような三つのガバナンス構造の創出および運営にかかる費用（ガバナンスコスト）が資産特殊性および一連の外的要因（所有権や契約法といった）の関数であるとし、とりわけこのコストと資産特殊性との関係を第3図のように示した（ただし、見やすさを考慮して Brousseau [6] の図を使用）。

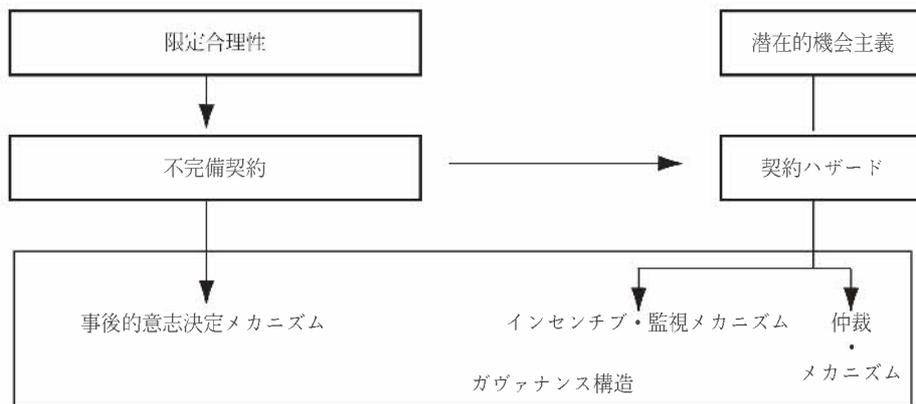
第3図を参照しながらウィリアムソンの叙述を追ってみよう (Williamson [52, pp. 282 - 283])。上述のように資産特殊性が深まるに応じて双務的依存関係が構築されるが、買い手と売り手がお互いに誰でもかまわないような古典的な市場状態は、資産特殊性がゼロの時に得られる。この場合、財やサービスの特性が自明で、必要に応じて市場で調達できるので、市場でのスポット契約の方が、企業内部で内製するよりもコストがかからない。このように、古典的な市場契約がうまく機能する場合には、内部組織（ヒエラルキー）は不利である。ヒエラルキーは運営コストを生じる一方で、付加的な利得を生み出さないからである。第3図では限りなく左側に近い状態で、その場合、市場的ガバナンスにかかるコストが一番低いことがわかる。

ところが資産特殊性への投資が深化し双務的依存関係が構築されるようになると、調整的な対応を必要とするような取引の中断が頻発することに



第3図 資産特殊性とガバナンス構造

資料: Brousseau [6, 図1] に加筆.



第4図 行動仮説とガバナンス構造

資料: Raynaud et Sauvée [37, 図3].

なる。相互依存的な関係にある当事者同士の間でのコンフリクトが頻発するような場合、市場的なガバナンスからよりヒエラルキー的なガバナンスに移行することで、運営コストは増大するものの、双務的調整による利得の方がコストを上回ることになる。こうして第3図の右側で見られるように、市場的なガバナンスよりも、ヒエラルキーにかかるコストの方がより低いことがわかる。なおハイブリッドなガバナンス構造は両者の中間として図示されている。

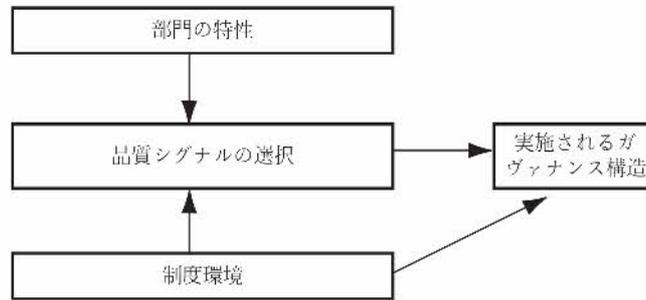
3) 集合的品质表示のガバナンス構造

1) で示唆しておいたような取引費用経済学が想定する、限定合理性と機会主義という二つの行動仮説を考慮したガバナンス構造を図示すれば、第4図のようになる。

第4図によりながら、本稿の主題である集合的品质表示を念頭において、そのガバナンス構造をいくつかの要素ごとに検討してみよう。

(i) 事後的意志決定メカニズム

(2) の3) で見たように、集合的品质表示は共有資産であり、各事業者が自らの資産についてと同様、共有資産部分についての所有権を有する。こうした事情から生じる機会主義のリスクを抑止し、準レントの適正な配分を可能とするようなガバナンス構造が必要とされる。こうした構造は不完備契約のための事後的な意志決定の必要性からも生じる。一般的にはこうした意志決定機構は事業者の代表からなる委員会であり、ラベルルーजूや適合性認証などのフランスの公的品质表示の例では、「品質グループ」であり、これは、生産



第5図 品質シグナルとガバナンス構造

資料：Raynaud et Souvée [37, 図1].

農家や加工会社などの代表者からなる。これが、契約ハザードの抑止と共に、変化しつつある市場環境の中で、契約を履行するのに必要なフレキシビリティを保証する。

(ii) インセンティブおよび監視メカニズム

個別生産者に対して、高品質産品を生産し続けるようにインセンティブづけることは、いくつかのメカニズムを通じて、自己执行的になる。すなわち、集合的品質表示から生じる準レントが十分に大きいこと、フリーライド行為がある場合この表示システムから排除され準レントを失う脅威があることである。そのためには表示監督者による生産者の監視が十分になされなければならない。また、トレーサビリティにより、個別生産者の利得を、その個別的な努力（コミットメント）と結合させなければならない。

なお、品質コミットメントの測定および監視にかかる費用も相対的に節約的でなければならない。公的な品質表示の場合、仕様明細書として、当該の品質表示にかかる製品が満たすべき詳細な生産方法等が事前に定式化されており、また参入に際してのスクリーニングもあることから、事後的な監視費用が削減されるようになっている。

(iii) 裁量および仲裁メカニズム

このメカニズムは当事者間でのコンフリクトを管理する。不完備契約の故に機会主義的行為が生じ、それをめぐるコンフリクトを解決する必要性がある。多くの場合、「品質グループ」の中に紛争処理委員会が設置されており、これは法的拘束力はなくとも、仲裁者として機能する。当該事例についての深い知識を有し、また手続きの速度が速

いこともあり、裁判所への提訴よりも効率的なのである。

また、品質シグナルとガバナンス構造との関係を示せば第5図のようになる。

第5図は、市場規模や集中度・競争の強度といった部門の特性が、品質シグナルの創出を促進することを示している。他方、品質規則や契約法といった制度環境が品質シグナルのタイプに影響を与える。いかなる品質シグナルが選択されるかがガバナンス構造を規定することになる。一般的に、農業生産の場合、地理的に分散した多数の家族経営による生産が支配的であるという特徴（生産の断片性）がある。この特徴と、量販店での販売という要因が重なった場合、必然的に生産計画が必要になる。他方、生産の断片性という特徴と、品質の標準化という要請（各農場の産出する製品の質のばらつきを平準化）が重なった場合、例えば仕様明細書などが作成されることになる。こうした事情と、上述のような制度環境（60年の農業基本法による農業集約化とそこから取り残された農業カテゴリーの救済）が公的品質表示に固有なガバナンス構造を立ち上げたと考えることができる。

以上の集合的品質表示にかかるガバナンス構造の検討は、抽象的なレベルにとどまるものだが、次節ではラベルルージュ家禽肉への取引費用経済学の適用を通してこうしたガバナンス構造を具体的に検討することにしよう。

5. ラベルルージュ家禽肉への取引費用経済学の適用

(1) ラベルルージュ家禽肉の資産特殊性

我々はすでに、ラベルルージュ家禽肉の歴史やその技術的特徴についてみてきたところである。ここでは、当該部門を取引費用経済学の知見により分析することで、フランス経済財務産業省不正防止総局による競争評議会への申し立てが依拠した標準的な解釈を批判的に検証しよう。ラベルルージュという経済資産の共有のために、パートナー間での双務的依存関係に基づいたガヴァナンス構造が必要とされるが、これは競争規則の禁じるような価格カルテルや支配的地位の濫用には該当しない、というのが本件に関わった経済学者たちの結論である。

1) 取引特性：不確実性と頻度

ウィリアムソンは4.(3)の1)で見たように取引特性として不確実性と取引頻度、資産特殊性をあげているが、ラベルルージュ家禽肉ではどのような特性が見られるであろうか。

まず、この部門での取引は、農家と処理会社の取引が中心を占める。飼料会社が処理会社にインテグレートされていない場合には、飼料会社も重要なアクターである。第6表に示すとおり飼料は生産コストの半分を占めるが、飼料会社はたいていの場合、他の家畜、標準的家禽肉生産も同時に取引対象としている。

第6表 ラベルルージュ鶏肉のコスト構造
(1992年, %)

飼料コスト	53
雛コスト	11
飼養コスト	36
・生産者受取額	(41)
・減価償却費	(38)
・暖房費	(8.5)
・水道、電気代	(3.5)
・簿記	(5.7)
・維持費	(0.9)
・敷き藁	(0.6)
・獣医、医薬品	(1.8)
全体	100

資料：Ménard [25, p.168] より作成。

なお、ラベルルージュ家禽肉の市場展開についていえば、1965～75年は市場占有率は2.5%程度で、伸びは緩慢であった。しかし75年以降は量販店での販売が普及したため、市場占有率が向上した。80年代中頃の農業危機の時には、多くの新規参入が見られた。とりわけ処理会社のイニシアチブによる水平的(家禽肉内部での)、垂直的(高級品として、上方への)製品差別化戦略が積極的に見られた。こうして、このころから、以前には関与しなかったような処理会社もラベルルージュ家禽肉を取り扱うようになった。現在、市場を支配している10ほどの処理会社があるが、そのうち、ラベルルージュを専門としているのは一つのみである(Ménard et al. [30])。ラベルルージュの市場は拡大しつつあるが、新規参入による競争激化も予想され、市場動向は弱い不確実性をはらんで推移している。また、フランスの標準鶏のコストが80年に比してほぼ半減したことからわかるように、鶏生産では急速な技術革新が見られることにも不確実性が示唆される(第7表)。また、長期的にラベルルージュ鶏と標準鶏との価格格差が縮小していることも考慮すると、市場動向には不確実性が存在すると考えられる(第6図)。

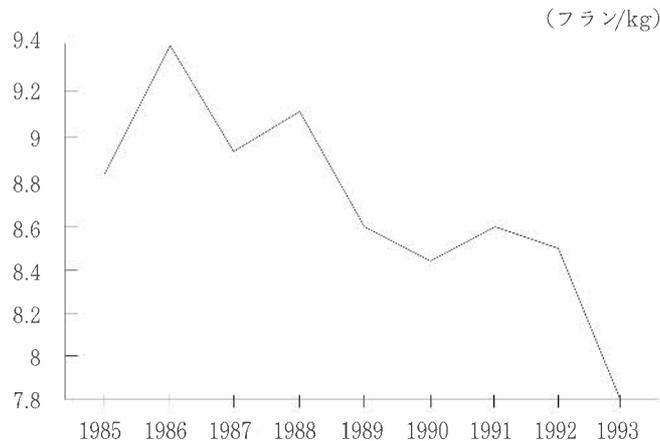
またラベルルージュ家禽肉部門では、飼養方法や生産条件、生産要素についての生産技術は仕様明細書として規格化されているために、重量や日齢、飼料要求率の他、生産コストも容易に観察可能である(第3表および第6表を参照)。

また、その他の取引特性としては取引頻度が高いことがあげられ、特定の飼養農家については雛の入荷が12週ごとになされるような場合もある。取引頻度が高いことと新規参入の増加という競争

第7表 フランス標準鶏のコスト
(Euro/kg, 1998年価格)

	1980	1998	変化率(%)
飼料コスト	97.70	42.07 (58.2%)	-56.9
飼料価格(100kg)	48.85	22.26	-54.4
雛コスト	22.33	11.76 (16.3%)	-47.3
雛価格(100羽)	39.08	22.11	-43.4
その他コスト	29.13	18.43 (25.5%)	-36.7
全体	149.16	72.26 (100%)	-51.6

資料：EC. The Welfare of Chickens Kept for Meat Production, 2000, 表7.



第6図 ラベルの標準レントの削減

資料：Ménard et al. [30, 図3].

の下で、コミットメント遵守が要求されることから、また飼養技術の標準化および観察可能性からも機会主義のリスクが弱いと考えられ、したがって市場アレンジメントに適合的にも見える。しかし次に資産特殊性についてより詳細に検討してみると、若干様相は異なる。

2) 資産特殊性

ウィリアムソンが指摘した六つの資産特殊性を、ラベルルージュ家禽肉に適用してみよう (Ménard [25], [26], Ménard, Valceschini et Garnier [30] を参照)。

(i) 物理的資産

鶏舎という特殊な投資が主要な地位を占めるが、これは他の標準鶏や、家禽へと転用は可能である。標準鶏からラベル鶏への転換も顕著である。このように、この資産の特殊性はそれほどには高くはない。

(ii) 人的資産

鶏飼養にはそれほど特殊なスキルを必要とせず、実際女性によるパートタイムでのケアによるところが大きい。例えばペイ・ド・ラ・ロワール州養鶏委員会会長のI. レバルール氏は次のように語っているほどである。「(ラベル鶏では) 経営規模は中くらいで、標準鶏ほどには投資額が多くなく、養鶏にかかる時間も少なく、技術レベルも中程度である。その逆に標準鶏では絶えず生産性が追求され、技術的にも経済的にも真にプロ

フェッショナルでなければならない」(Reussir Aviculture [40])。

(iii) 場所

鶏舎は処理場から100 km ないし2時間の移動距離以内になければならないという特殊性がある。しかし、家禽のみならず施設型畜産は全般的に北西部(ブルターニュ州やペイ・ド・ラ・ロワール州)に集中している。これは、この地方が均分相続慣行が支配的であるために生じる経営の小規模化を相殺するために施設型畜産が発展したことと関係がある。第8表で見るとラベル鶏の生産はとりわけペイ・ド・ラ・ロワール州への集中が見られる。

(iv) 専用資産

上の物理的資産と同様、非常に限定的である。処理プラントの特殊設備も標準鶏や七面鳥等、他の家禽肉の処理にも転用可能である。

(v) ブランドネーム資本

ラベルルージュ鶏は下流(処理会社や流通)のイニシアチブによる製品差別化から生じる事例が散見される。ラベルルージュのブランドはやはり大きな資産の特殊性であり、そのために新規参入も顕著である。しかし、第6図のように、標準鶏との価格差は徐々に縮小している。

(vi) 時間的特殊性

まず、処理後9日間の消費期限という規則が処理会社と流通業者との間の取引組織化に影響を与

第8表 ラベルルージュ鶏の地理的集中 (1000羽)

	標準鶏			ラベル鶏		
	1986	1994 (%)	増減率 (%)	1986	1994 (%)	増減率 (%)
ブルターニュ	238,293	336,487 (61)	+41	4,910	6,850 (8)	+ 40
ペイ・ド・ラ・ロワール	59,513	116,999 (21)	+97	18,695	34,538 (42)	+ 85
ローヌ・アルプ	28,822	14,033 (2)	-51	1,305	6,165 (7)	+372
アキテーヌ	5,824	3,611 (1)	-38	7,421	14,136 (17)	+ 90
サントル	12,455	9,781 (2)	-21	3,402	5,088 (6)	+ 50
55 県の全体	400,227	555,918 (100)	+33	48,015	83,149 (100)	+ 73

資料：Agreste Enquête aviculture, 1994, 表 27.

注. この調査は鶏生産の盛んな 55 県を対象としているが, ラベル鶏の全国生産のほとんどを網羅している.

える。さらに 81 日間の飼養期間という時間制約が需要の変動の予測および在庫調整を困難にするために、飼養農家と処理会社との間の取引の緊密な組織化が必要となる。しかもこの 81 日と 9 日という時間的制約は高品質イメージにとって不可欠である。

こうして、全般的に見ればラベルルージュ家禽肉の資産特殊性はそれほど高くはなく、市場的ガバナンスの余地がありそうである。しかしブランドネーム資本や物理的特殊性、その時間的特殊性のために処理会社と流通業者との間で、あるいは生産農家と処理会社との間でインテグレーションが進む可能性もある、と理論上は予想することができる。

(2) 多様なガバナンス構造

1) 多様なガバナンス

ラベルルージュ鶏肉部門はその規則上の要請のために (品質グループによる管理など)、ハイブリッドなガバナンス構造を採らざるを得ないが、同じハイブリッドな形態でありながらも多様な構造が同程度の効率性を持って共存している。つまり価格と費用の比較から見る限りこれらのガバナンスに顕著な差は見られないというのである⁽⁵⁾。この部門では次のようなガバナンスの複数のヴァリエーションが見られる。

(i) 市場的アレンジメントに近い分権的ガバナンス

この形態は 60 年代に最初に登場した。ここでは飼料業者と生産農家、処理会社がすべて独立している。第 3 図の ① に該当するガバナンスが見られる。例えばルエ (LOUE) のラベルル

ージュは、65 年以降のラベルであり、国内ラベルルージュ家禽市場の 3 割を占める。このラベルルージュの中心をなすのは、ルマン市から 25 キロのルエ村を中心とした 80 キロの範囲内での 1000 近い農家の連合体である。この農家の代表者からなる品質グループ CAFEL が、直接、流通業者と交渉し、生産計画を立てる。すなわち、取引全体について価格を交渉し (多くは 3 年契約)、雛を人工孵化場に注文する。また、この品質グループが上限価格を決めて、飼料会社と 3 年間の契約を行う。この条件の下で、農家は指定された企業のどれとも特別な価格での取引を行うことができる。各農家は、飼養方法などを詳細に記述した「仕様明細書」を遵守しなければならない。また、品質グループは、処理会社との間で技術的検査や疫病管理、処理方法、添付されるべきラベル標準、生産者に支払われるべき報酬額を規定した契約書を締結する。これにはいくつかの競合的処理会社関与するが、品質グループは相対的に独立しており、いずれの処理会社を選ぶかは生産農家にゆだねられている。つまりこの品質グループが複数の契約を締結し、その履行を監視する。またこのグループが参加者の間の紛争を仲裁しつつ、このネットワークの内部である程度の競争を維持する。また、このグループは、最近では加盟農業者による農場ツーリズムにも力を入れている。

(ii) 協同組合的ガバナンス

この例として CANA グループをあげることができる (第 3 図の ②)。飼料部門と同時に処理プラントも併せ持ち、生産量の 8 割は自前で加工される。CANA は、畜産農家に低価格で飼料を供給する協同組合としてスタートした。組合員から出

荷される農産物を販売するため、この協同組合は鶏生産農家と取引し、ついには処理プラントまで建設した。生産農家は独立しているが、この協同組合に深く関与している。生産されたラベルルージュ家禽肉のほとんどは量販店に向けられる。このガヴァナンスにおいては生産者との間に特徴がある。つまり彼らは組合員で、共同所有者なのである。最も重要な契約は流通業者との間で締結され、それは団体として交渉され、監視される。また販売額のうち、牛肉および豚肉が33.3%、乳製品が18.0%、家禽肉およびその調整品が16.6%を占める他、飼料や農業機械の供給などの事業収入もある。

(iii) 統合企業に近いガヴァナンス

このアレンジメントは単一の所有権を持った統合企業のイニシアチブによる（第3図の③）。アリヴェー（ARRIVEE）という一族所有の処理会社が好例である。この企業は人工孵化場から雛を購入し、この雛と飼料（時には施設も）を生産農家に提供し、年間ベースで交渉された価格で鶏を買い取る。鶏舎など他のすべての経費は農家負担である。流通業者との契約はスポット契約に近いが、生産農家との契約は特殊である。というのも、生産農家は生産者連合に組織され、この連合会がこの会社の資本の3分の1を保有しており、生産農家もこの企業の利益に直接的な関心を抱くようになってきている。

ところで (i) のように LOUE のラベルルージュのシェアが大きいのは、市場的ガヴァナンス構造の優位性というよりもむしろ経路依存性という歴史的要因によるものであろう。というのも、以上のような多様なガヴァナンスは一見、長期にわたり相対的に安定的に共存しているように見えるが、(i) から (iii) への傾向、つまりインテグレーション圧力が垣間見られるのである。すなわち一方で組織化によって準レントが生じることから、新規の参入が見られ（ラベルルージュ鶏と標準鶏の相対価格の格差の縮小、ラベル数の増加をもたらす）、他方で量販店での販売が高い割合を占めていることが競争を激化させている。こうしてレントが削減される傾向にある以上、取引費用削減圧力が生じ、意思決定単位を削減し契約数を削減すること、つまり取引の内部化（インテグ

レーション）の傾向が強まるのである。こうしたインテグレーション圧力は処理会社と流通会社の側から生じる。とりわけ、処理会社が生産と流通との間を接合しているために、処理会社によるインテグレート圧力が顕著である。第7表に見られるように、飼料のコストに占める重要性のために、飼料会社によるインテグレーションの傾向も見られる。こうしたインテグレーションへの傾向は Fermiers Landais の歴史に見ることができる。つまり、このラベルは59年に人工孵化業者と生産農家によって「Poulet jeune des Landes 利益擁護組合」が設立されたのを発端とし、その後、65年に史上初のラベルルージュの取得、87年には Fermiers Landais の協同組合への改組を経て、93年には業界4位の食鶏処理会社 ARRIVEE 社の傘下に入り、一部はトウモロコシ生産者の協同組合 MAISADOUR との提携を行うことになったのである。歴史的観察は、こうしたインテグレーションの傾向を示唆しているのである。

2) 契約的アレンジメント

ところで、ラベルルージュ家禽肉生産に関わる当事者間の契約は1年ほどの短期のものが大半であるが、これは自動的に更新される。この自動更新により、処理会社に対しては生産の規則性が保証され、農家に対しては投資の安全性が保証される。しかし、暗黙的な契約関係の継続性が認められるとしても、度重なる悪い成果や重大な過失などがある場合、契約更新が中断されるという脅威がある。この契約破棄の可能性がコミットメントの遵守を支えているのである。

さて、家禽肉部門はもっとも統合が進んだ部門であり、フランス農漁業省統計情報部による94年家禽調査によれば、一つの全般的契約で雛や飼料、販売条件、報酬条件を規定するような全体統合方式は養鶏部門全体の75%に及ぶ。これは標準鶏では85%、ラベルルージュを含む高級鶏では44%（当該の44%の経営がラベルルージュ鶏の年間出荷量の78%を占めている）である。またこうした全体統合方式の場合、インテグレーターの主導者別構成割合は第9表のとおりである。つまり70年代以降、量販店でのラベルルージュ家禽肉取り扱ひ量の急速な拡大と競争の激化が、生産および流通の結節点としての処理会社の役割を増

第9表 全体統合のインテグレーター (%)

	標準鶏	高級鶏	養鶏全体
生産者グループと畜プラント	34	61	39
飼料会社	27	12	17
生産会社	23	15	20
生産会社	15	8	14
その他	1	4	10 (雛7)
全体統合全体	100	100	100

資料: Agreste-Enquête aviculture, 1994, 図72および73より作成。

第10表 全体統合における報酬方法 (%)

報酬方法	標準鶏	高級鶏
修正付き定額支払い	64	33
修正無し定額支払い	11	8
市場価格(最低保証付き)	4	2
(修正付き, 最低保証無し)	10	15
(修正付き, 最低保証付き)	7	36
その他	4	5
全体	100	100

資料: Agreste Enquête aviculture, 1994, 表31。

大きさせてきたとはいえ、未だ協同組合やその他の生産者グループによる統合が半数以上を占める(上述の分類では (i) と (ii))。

またこうした全体統合方式における生産農家への報酬方法を見ると、標準鶏では、修正付き定額支払い方式が採用されているのに対し、高級鶏では最低保証つきで修正つきの市場価格で支払われている場合が多い(第10表)。例えば食鶏処理会社の業界1位の DOUX 社(フランスで生産される鶏の3分の1を扱う)生産部長ピエール・ミシェル氏は、同社の報酬方法について次のように述べている。「わが社では、生産農家は自らの経営の所有者であり、生産に応じた支払いを受けています。我々は彼らに対して、衛生基準や規定された遺伝品種に対応した雛と飼料を与え、彼らに技術コンサルタント、衛生サービスを供与します。他のすべての経費(保険料や敷き藁など)は生産農家が負担します」(Agra Presse Hebdo [1])。この場合、生産者の報酬については次の三つの基準が考慮される。すなわち、平均重量と飼料要求率(鶏1kg生産するのに必要な飼料の重量)、販売可能な家畜の率(ラベルルージュであれば規格外率)である。こうして、例えば平均的な飼料要求率1.87のプラスマイナス10%をはさんで、上位25%の生産者と下位25%の生産者が差異化されるという。このようなトーナメント(競争)方式により、プラスのボーナスとマイナスのボーナスが生産者に与えられる。このような定額支払い方式は、仕組みそのものは標準鶏でもラベルルージュ鶏でも変わらず、1kg当たり、ないし1平方メートルあたりの固定額が設定され、これに飼料要求率などを基準としたボーナスが加算される。

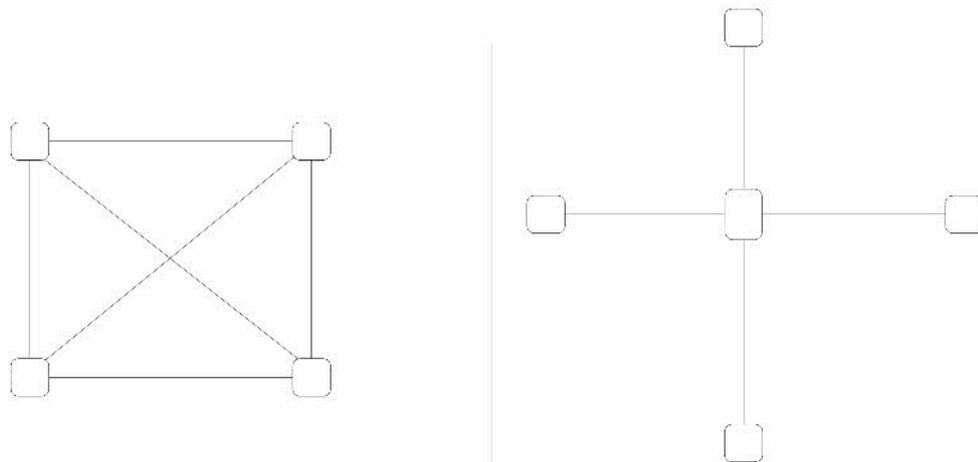
飼料要求率という容易に観察可能なインセンティブメカニズムがビルトインされており、これを通じてインテグレーターは農家による鶏飼養にかかるケアの質、すなわちコミットメント遵守を容易に監視できるのである⁽⁶⁾。こうしてこのガヴァナンス構造は、インテグレーターによる完全統合というコストのかかる手法に訴えることなく、緊密なコーディネーションを維持できるのである。

ところで、こうした契約では品質グループは複数の処理会社や飼料会社を含むのが常であり、これは機会主義を抑制するように働く。競合的な処理会社の存在によりコミットメントの遵守が促されるのである。また契約条項の75%は規格の仕様や運営方法、紛争解決に関する手続き的なものにとどまり、価格や費用、量などは上限や下限の大枠を決めているに過ぎない。契約がこのような不完備であるため、品質グループによる事後的なコーディネーションが決定的に重要になる。

(3) ハイブリッドガヴァナンスと組織イノベーション

1) 品質グループによるコーディネーション

これまで論じたように、品質シグナルが、それぞれ独立した企業により共有され、また単一企業だけではこの品質を広範囲にシグナルするのに十分な生産規模を有していない場合に、集合的品质表示が差別化戦略として採用される。しかしこうした品質シグナルの信頼性を保証するためには、事業者間の活動のコーディネーションと、機会主義的な行為を監視する機構(ガヴァナンス構造)が立ち上げられなければならない。仲間集団



第7図 オールチャンネル型ネットワーク（左）と車輪型ネットワーク（右）

資料：Raynaud et Valcechini [38, 図1].

peer groupe association に関するウィリアムソン (Williamson [50, p. 78]) の指摘によれば、交渉にかかるコストや意思決定単位の削減という理由からオールチャンネル型ネットワークよりも車輪型ネットワークが選好されるという（第7図を参照，見やすさを考慮して Reynaud et Valcechini [38] から引用）。ラベルルージュ家禽肉の例でいえば，生産農家や処理会社からなる「品質グループ」が立ち上げられ，これがパートナー間のコーディネーションを担当することになる。

ところでラベルルージュ家禽肉の取引の流れは，雛鳥生産農家—人工孵化場—生産農家—飼料会社—処理会社—流通業者という形をとっている。例えば生産量の調整においては品質グループによる取引のコーディネーションは，まず流通業者から処理会社に販売状況についての情報が入り，これが品質グループに伝達される。次いで品質グループは雛鳥生産農家や人工孵化場に雛を注文し，さらにこのグループが生産者の選択と生産配分を行い，鶏の出荷期日を指定するのである。

2) 組織イノベーションとしてのハイブリッドガバナンス

ラベルルージュ家禽肉は経験財ないし信用財であり，消費者は従属的な立場に置かれていて，品質グループや認証機関による生産者のコミットメントの遵守の監視が，品質シグナルの信頼を確立する。この監視にかかるコストを飛躍的に節減さ

せているのが「仕様明細書」という組織的イノベーションである。これが生産者の遵守すべき条件や観察可能な特徴を定義している。生産農家による「仕様明細書」の遵守の他にも，生産農家の加盟に当たっては，評判や「抵当（人質）」条項（鶏舎の建築投資）という参入スクリーニングが働く。鶏舎に投資している以上ラベルルージュから排除されるような機会主義的行動はとらないであろう，という仮説である。もっとも(1)の2)で見たように，この物理的資産の特殊性はそれほど高くはないようである。またこれと関連して，認証の取り消しという脅威がコミットメントをクレディブル（信頼に足るもの）にしている（Williamson [51] も参照）。

ところで，こうした監視にかかる費用はメンバーによる分担金と取引手数料によりまかなわれる。また監視は94年（すべての認証機関は欧州規格 EN45011 に適合するように義務づけられた）以前は旧認証機関によりなされていたが，その場合でも83年から94年まではそれぞれの旧認証機関による検査および監視の均質性を保証するために，SYNALAF は補足的な監視を Qualité France 社に委託していた。

(4) 競争規則とハイブリッドガバナンス

1) 農業側に有利な競争規則に向かうのか？

フランス経済財務産業省不正防止総局(DGCCRF)

は91年に競争評議会に対してラベルルージュ家禽肉にかかる取引のいくつかの要素が競争規則に違反するとして申し立てを行った。しかし1994年7月5日の評議会の決定(no. 94-D-41)は、競争規則に違反する行為は存在しなかったと判断した。その後、農業側側の「実力闘争」(量販店の占拠等)もあって競争政策は農業側に譲歩した形で推移している。例えば、2001年5月15日のいわゆる新経済規制法は果樹および野菜の相場の低迷時に、業種間組織の合意がある場合には、政府は生産者最低価格についての協定を義務付けることができる旨規定している。しかしこれについても、経済財務産業省不正防止総局の担当官はリスクありとする。「最低価格の設定については(中略)EUの統一規則に違反しているのではないかと考えている。したがって、例外的な状況で発動したとしてもEUの独占禁止のルールに違反しているということで訴追されるリスクがある。新経済規制法でも、最低価格の設定が位置付けられており、これについてもEU委員会がノーといっていることをやろうとしているので、その運用については注視されている」(櫻庭[5])。さらに競争政策という分野そのものにおいて、その性格上(つまり経済学と法学という境界領域にあるというその学問的性格上、また国際交渉などの現実政治に強く影響されているという意味で)、学問的に定説とされていることがあまりにも少ない(後藤・鈴村編[4]を参照)。競争政策を経済学的に根拠づけることが困難な課題をなしているのである。このように、現在フランスにおいて農業側に有利な競争政策の運用が見られる一方、WTO等の国際交渉を含め非常に不確実な要因が多いのである。そこで我々はそもそも競争政策を主導している原則を一瞥しておく必要がある。

2) 競争法の主導原理

品質政策と競争規則の両立はしばしば困難な課題である。その理由は、競争政策が反競争的行為の禁止と公正取引、市場の透明性などを通じて消費者の厚生を高めることを主眼とするのに対し、品質政策は消費者への情報提供という消費者の厚生にかかる品質表示管理政策を越えて、表示の管理に関わる生産者の組織化とコーディネーションにまで踏み込まざるを得ないからである。

競争規則の依拠する経済モデルは、(最近はさすがに、あまり強調されることは少なくなったとはいえ) およそのところ、完全競争市場モデル、つまり多数の供給者の存在と製品の均質性および完全情報にもとづいている(Ménard [26])。この場合価格は限界費用に限りなく近づく傾向を有する。こうした仮定の下で競争政策の主導的原理は次の二つを前提とする。一つは、支配的地位の存在と製品の代替可能性を測定するための、よく画定された市場、つまり「関連市場」が画定できるということであり(村上[9, pp. 383-386]も参照)、二つ目は、こうした市場では統合型組織としての企業が機能しているということである。ここでは競争規則は、価格が限界費用に等しくなることを妨げる行為を排除するために次の二つの実践を除去するように規定されている。

- ・市場支配力を生む実践(インテグレーションによる競争者数の削減、カルテルを通じた競争者間の協調的行為)
- ・消費者への情報の歪曲

このようなモデルの下で想定される市場では、ハイブリッド組織は競争規則に照らして供給調整戦略と同一視されることになるが、集会的品質表示におけるように経済単位間のコーディネーションが取引の特性から生じるような場合(つまり資産特殊性から生じる機会主義のリスクを抑制するために)には、これを反競争的と解釈するには難点がある。もし競争規則違反としてこのハイブリッド型組織が禁止されるならば、インテグレーションの強化という逆効果を生み出し、消費者の選択の幅を狭め、かえってその厚生を減少させることになる。

もっとも、「新しい産業組織論」等の最近の経済理論の展開は上述の競争政策の主導的原理について次の二つの点をめぐって柔軟化させている。

- ・不完全競争(企業による差別化戦略)
- ・規模の経済および範囲の経済(市場支配力を強めながらも消費者に恩恵をもたらす)

つまり不完全競争により情報の非対称性やサーチ費用の上昇が生じたとしても、情報開示を促すことで問題は回避でき、規模の経済および範囲の経済により市場支配力が生じたとしても、潜在的参入者の存在により経済厚生が維持されるという

立場である。

3) ラベルは競争政策上プラスのバランスシート

農漁業省への報告書の中で、Ménard [26] はこうしたラベルルージュ家禽肉にかかるハイブリッド型組織についての競争規則による解釈を詳細に検討し、これが市場支配力および競争削減を意図した戦略的共謀には当たらないとした。以下、その議論を追うことにしたい。

まず、メナールは競争規則違反の有無を判定するには二つの基準、つまり供給側の協調的行為(川上での基準)と市場状態(川下での基準)が必要であるという。

(i) 川上基準

i) 意志決定の独立性

競争評議会副委員長の Jenny [15] は、競争の有無を判断する基準として、「各競争企業がそのライバル企業の政策について不確かであること」、「参入障壁がないこと」と並んで、「潜在的競争者間での意思決定の独立性」をあげている。なるほど、同一のラベルルージュ製品の内部では独立性が無く、生産農家と処理会社とはあらかじめ決められた仕様明細書に服するし、供給量や生産者価格についてさえ取り決めている。しかし、上述のように取引特性から意志決定のコーディネーションが生じる場合、独立性の基準は取引コストが逆に高くなってしまうため不適當である。また、この基準はラベルルージュ家禽肉における同一の製品の内部でではなく、異なったラベルルージュ家禽肉製品との間で適用すべきである。つまり、ブランド内競争はなくともブランド間競争が存在するのである。

ii) 参入障壁

生産農家の選別は技術的仕様に基づいているから正当であり、しかもラベルルージュへの参入は増加してさえいる。

(ii) 川下基準

i) 情報の透明性の欠如

情報の透明性の欠如が生じるのは、一方では製品の特性についてであり、それはカルテルにより獲得される市場支配力により、品質問題が隠蔽される場合である。他方で、共謀により価格が生産コストを反映しない場合である。

ラベルルージュ家禽肉の場合、製品の品質は認証機関と公的機関(農業省や厚生省、不正防止局等)により監視されており、コストについても、容易に観察可能な安定した技術に依拠している。異なったラベルルージュ家禽肉製品の間での競争が情報の透明性を維持しているのである。

ii) 代替財の存在

関連市場の画定は代替財の存在と、需要の交差価格弾力性によりなされる。代替財が存在しないか弾力性が弱い場合、共謀による市場支配力が生じる可能性もある。しかしこの弾力性の測定は困難を極める。しかもラベルルージュ家禽肉の場合、代替財は多数ある。そもそも当該ラベルルージュ製品数は多くあり、間接的な代替財(標準鶏や他の家禽肉)も多数ある。

iii) 消費者の厚生

Ménard [26] は以下の点で、ラベルルージュ家禽肉にかかる取引の組織化は消費者の厚生を削減することはないとする。つまり、このシステムにより家禽肉の品質が損なわれることはないし、ラベルルージュ家禽肉にも数多くの種類があるほか標準鶏もあり、また AOC 家禽肉もある。製品の多様性も削減されていないのである。最後に価格についても、ラベルルージュ家禽肉と標準鶏肉との価格差が徐々に縮小しており、消費者の厚生を犠牲にした価格支配があるとはいえない。また、ラベルの 8 割以上は量販店で販売されているが、量販店は絶えず数種類のラベルルージュ家禽肉製品を陳列している。価格下落への競争圧力は維持されると見てよい。

こうして、メナールはラベルルージュ家禽肉が、競争政策上のバランスシートで見た場合プラスであると結論付け、認証機関によるコーディネーションと検査・監視との重複の欧州規則による禁止はコンテストビリティ(潜在的参入という規律による経済厚生)の達成を弱めるとさえ主張する⁽⁷⁾。

6. おわりに

——品質政策への示唆——

さて、本稿を締めくくるに当たり、これまで取り上げてきた取引費用経済学による理論的検討

が、今後どのように農業・食品部門の分析に適用可能かについて指摘しておきたい。

現在、食品安全性への消費者への関心の高まりにより、トレーサビリティと情報の公正さという要請にこたえたコーディネーションが追求されている。こうした要請のために、いっそうの垂直的インテグレーションの必要性を指摘する論者もいる (Hennesy [14])。しかし、農業や食品部門ではインテグレーションが最も取引費用効率的であるとは限らない。農業経営は小規模家族経営が中心で、地理的にも分散しており、インテグレートするコストを考慮すればハイブリッドな組織化により食品安全性を保証するようなシステムを構築するのが取引費用面で効率的であろう。その場合、安全性への取り組みにかかる契約者に対しコミットメント遵守を自己執行的にするのに必要な、十分な準レントの保証および公的品質保証制度が追求されるべきである。その際、個別経営者によるコミットメント遵守と準レント配分を結合させるようなトレーサビリティの構築が構想されよう。

ここで一例として、BSE (牛海綿状脳症) という外生的ショックから要請されたトレーサビリティの必要性がどのように当該部門におけるコーディネーション様式に影響を及ぼしているかに言及したい。ここでは大流通企業のイニシアチブによる生産農家の組織化 (後方統合) が顕著に進行している。すなわち、Carrefour や Promodes といった量販店のイニシアチブにより、これらと畜企業、生産者連合体との間の契約化が進行している。さらに、本文でも指摘したように、Carrefour といった巨大流通企業などは CCP Carrefour 等の独自ブランドを公的表示と結合させ、それを第三者機関に認証させることで、消費者の信頼を獲得しつつある。

それでは、なぜ BSE を契機として量販店の主導によるこうしたマーク戦略が発展することになったのか。これについても取引費用経済学によってある程度説明が可能である。すなわち養豚や養鶏では早くから契約化が進行していた。それはこうした施設型生産が畜舎への種別的な投資を必要とし、長期にわたる契約的コミットメントによる安定した関係がこのような投資を可能とした

第 11 表 生産者グループによる市場占有率(1994年)
(%)

タイプ	若齢雄牛	経産牛	去勢牛・ 未經産牛	豚 肉
占有率	61	20	16	89

資料: Mazé [24, 表 3].

からである。こうして養豚や養鶏では、協同組合や生産者グループなど、あるいはと畜企業による準統合という形での組織化が発展したのである。

他方、粗放型の肉牛生産では、資産特殊性も低く、長期のコミットメントもそれほど必要とされなかった。牛肉の多くが酪農部門の副産物であったことも関連していよう。ただし若齢オス牛肥育経営では施設型畜産が発達し、生産者グループによる組織化も進んでいる。第 11 表は生産者グループによる市場占有率を部門別に示したものである。

さて 5. (3) で見たように、現在公的な品質表示のコーディネーション機能は、少なくとも形式上は、「品質グループ」といった生産者グループに委ねられている。しかし CCP に見られるように、仕様明細書の作成がもはやグループではなく一企業にも許可されているような場合、後方統合的インテグレーションがさらに進行することになる。しかも最近、不正防止局 (DGCCRF) が、ラベルラージュにおいても、生産農家の品質グループへの加盟の義務付けに対して批判的な見解を表明しているようである (CERQUA [7])。不正防止局による競争規則の適用のあり方によっては、さらにインテグレーションへの傾向が進むことも予想されるのである。

〔参 考〕

1. フランスの公的品質表示制度

以下では本文で紹介したフランスの公的品質表示制度について、業界誌（Chambre d'Agriculture, no. 884. 2000）や農漁業省資料などを参考に補足的な説明を行いたい。なおフランスの公的品質表示についての簡潔で要領を得た説明は天羽〔2〕が有益である。

（1）五つの公的品質表示

フランスでは1994年1月3日の「農産物及び食品の品質の承認に関する法律」が、欧州レベルで92年に成立した公的品質表示制度と、国内の既存の品質政策との整合性を保証することになった。それに続く1999年7月9日の農業基本法も品質政策を補強している。同法は、これまでの「品質と原産地の公的表示」という用語に代えて、「品質と原産地の識別表示」という用語を提示し、それに該当する表示を以下のようにした。すなわち統制原産地呼称 AOC, ラベル（それまでの法条文では農業ラベルと呼ばれていたが、「農業」を除去したものとなった）、適合性認証、有機的生産方法の認証（「有機農業」というこれまでの呼称に代えて、欧州レベルで採用されている名称が法条文に登場した）、「山岳」表示である。

まず上述の品質および原産地の識別の五つの表示のうち、ラベルと適合性認証、有機的な生産方法の認証は製品の認証システムに基づく。というのは、こうした製品が独立性および公平性、効率性、能力という欧州規格 EN45011 により認可される第三者機関としての認証機関による検査の対象となるからである。

ところで五つの公的表示は重複することができないのが原則であるが、有機農業だけは、すでに AOC やラベル、適合性認証を獲得した製品にも添付することが可能であり、例えば有機農法により生産される牛乳を用いた AOC チーズ、有機農法大豆を用いた豆乳もこうした表示の重複の対象となっている。またラベルルージュや適合性認証

は欧州連合加盟国の産品について、また適合性認証に限れば域外の国の産品にも適用される。現在「スコットランドサーモン」ラベルルージュがある他、適合性認証ではイタリア企業によるコーヒー、ベルギー企業による豆乳の例がある。

（2）公的表示以外の原産地表示

それでは AOC や AOP, IGP といった公的な品質表示以外の原産地の表示はどのように扱われるべきか。これらの表示が AOC などの公的表示の評判を損なわないようにしなければならず、公的表示のない産品については原産地表示は、当該産品の製造方法などについての情報を伴わねばならない。例えば「ブルターニュで肥育された豚肉」、「アキテーヌで栽培されたアスパラガス」、「ラングドックで収穫された果物」などのようにである。いずれにしても公的表示のない、認証もされていない農産物や食品を扱う事業者については、原産地の表示はその利用を正当化する証拠文書を保持し、トレーサビリティを保証しなければならない。

それとは逆に、ラベルや適合性認証は、それが IGP として登録されていない限り地理的表示を記載することはできない。ただし次のような産品の場合、地理的名称を使用するにさいして、IGP 登録の義務付けを免除される。

- ・農業基本法が IGP 無しに原産地表示の使用を認めている水産部門のラベルないし適合性認証産品
- ・伝統的な性格を有し、かつ、特性証明制度に属するような地理的名称を含む販売表示（ブルゴーニュのエスカルゴ等）
- ・もはや IGP 登録を許さないような一般化した性格を有する表示の産品（トゥールーズのソーセージ等）
- ・牛肉の場合のように、国内ないし欧州規則が原産地表示を義務付けている製品

（3）フランスの「品質及び原産地の識別の表示」の基本的システム

1) 「品質グループ」、業種間組織の役割

一般的に品質および原産地に関する表示の行動を担うのは生産者グループや品質グループであ

る。つまり、AOC 擁護組合、ラベルや適合性認証（とりわけ IGP 付きの場合）については品質グループ、有機農業にとっての管理機関である。こうした品質グループなどは、生産農家、加工業者、流通業者、飼料会社といった代表者からなり、とりわけ新規加盟者の認可や加盟者の除名なども含んだ運営を行う。

競争の制限をもたらすような供給調整に関する協定を、こうした特別な業種間組織ないし品質グループが締結することが法律により認められている。それは次のような協定を含む。

- ・販売状況に応じて、生産を協調的に計画すること
- ・直接に生産量の制限をもたらすような品質改善計画
- ・生産能力の制限
- ・客観的で非差別的に適用される基準に従った、新規事業者の加盟の制限
- ・生産者による出荷価格、原料の引渡し価格の設定

このような措置により、特別な業種間組織のみが協調的行為の禁止という競争規則の原則の例外となりうる。こうした需給調節手法により、またパートナー間での付加価値の公正な配分により、品質行動への取り組みが安定するのである。

2) 仕様明細書の遵守

あらゆる公的品質表示は仕様明細書に依拠しており、これは客観的で、消費者にとって識別可能で、測定可能な、従って管理可能な基準により記述された特性を含み、生産・加工・販売の三段階でトレース可能である。

なお、品質レベルのばらつきをなくすために、96年のデクレはラベルと有機農業の仕様明細書が遵守すべき最低基準を記載した「技術的覚え書き」を規定している。現在、ラベルでは家禽肉やフォアグラ、食肉、ハム・ソーセージが、有機農業では牛肉羊肉、家禽肉、卵、ウサギ、蜂蜜、乳製品について「技術的覚え書き」が作成されている。

3) 認証および検査

品質と原産地の製品の信用は、仕様明細書の中であらかじめ規定された基準の、製造および加工、流通に関わる事業者全体による遵守に基づ

く。当初から、仕様明細書の遵守の監視は、AOC については国の公的サービスである INAO に委任され（経済財務産業省不正防止総局 DGCCRF による検査を含む）、ラベルや適合性認証、有機農業については「認証機関」という私的な機関に委任されてきた。92年以降、とりわけ94年の「品質」法以降、認証機関は当該機関の独立性と公平性、効率性、能力という欧州規格 EN45011 で定義される基準に照らして国により認可されねばならなくなった。また99年の農業基本法は認可 agreement と認定 accreditation について規定している。

(i) 認証機関の認可 agreement

ラベルや適合性認証、有機農業分野で活動するすべての認証機関は、農業大臣および消費担当大臣の決定 arrete により認可されなければならない。この認可は欧州への輸出に際しても必要とされる。AOP や IGP、特性証明の仕様明細書の遵守の証明が加盟国の公的サービス（AOP について、INAO と経済財務産業省不正防止総局 DGCCRF）か、民間の検査機関（IGP および特性証明について、検査機関は1998年1月1日以降、欧州規格 EN45011 に照らして認可されなければならない）に委ねられる。その上、1995年6月の有機農業に関する欧州規則により、EN45011 に照らした有機農業の検査機関の認可が義務づけられることになった。

こうした認可は、まず認証機関内部の機構およびその運営方法（独立性と公平性を満たすかどうか）の検討に基づいて、次いで認証機関の能力と効率性の検討に基づいてなされる。

(ii) 認定 accreditation

フランスで発行された認可が欧州の加盟国により認められるためには、この認可がフランス認定委員会 COFRAC の認定 accreditation により補足されなければならない。COFRAC が相互承認により国際的なレベルで認定機関として承認されており、認定とは国際規格（この場合 EN45011）への適合性の保証のことなのである。

品質および原産地の識別表示に関する欧州レベルおよび国際レベルでの承認の重要性を意識して、フランス当局は92年以降、国内で認定機関である COFRAC を設置し、認可と認定を義務づけ

ることとした。

(iii) フランスの 28 の認証機関

ラベルや適合性認証、有機農業にかかる認証と検査を担う認証機関は 28 存在する。内訳は次のとおりである。

- ・ラベルと適合性認証、有機農業 (3) :
Qualite-France, Qualite Nord Pas-de-Calais, Ulase
- ・適合性認証と有機農業 (1) :
AFAQ-ASCERT International
- ・規格に基づいた適合性認証 (1) : AFNOR
- ・ラベルと適合性認証 (13) : ACLAVE, ASOLA, AVICERT, BVQI-France, CERTIFRANCE, CERTIPAQ, CERTIQUAL, CERTISUD, FRANCERT, QUALIOUEST, QUALISUD, SGS - ICS, SYNDIM
- ・ラベルルージュ (7) : ABCQS, AGROCERT, AUCERT, CERTICENTRE, CERTILIM, Food Certification Scotland, QUALINORME
- ・州ラベル (2) : AdF Certification, CERTISAVOIE
- ・有機農業 (1) : ECOCERT

これらの 28 の認証機関のうち、国際レベルで活動を行っているのが四つで、全国レベルのものは三つ、その他は単一の州レベルが八つ、複数の州にまたがるのが 13 である。

(iv) 小規模農業者および事業者への検査システムの例外

1994 年 1 月 3 日の「農産物及び食品の品質の承認に関する法律」により消費法典に L. 11 - 26 - 2 条が加わり、これは次のように規定している。「認証機関は IGP 及び適合性認証の仕様明細書の遵守の監視を保証する。しかし内閣府のデクレが、必要な場合には、地方市場で少量を直接販売している農業生産者及び職人的中小企業主 artisans について特別の監視様式を規定する」としている。立法者の意図は、この措置を歪曲することなく、中小企業主に適した監視システムを見いだすことにあり、他方で、職能団体の意図は、認証費用を抑制しつつこの措置を導入することであった。

こうして 1995 年 5 月 9 日のデクレが発布され

ることになった。このデクレが適用される条件として、農業生産活動を行っているか、「職人総覧」Repertoire des metiers に登録されていることが前提とされている。

なお農業基本法 81 条は、このデクレを受けて、ある製品を少量だけ、生産にかかる地方市場で販売する農業者および事業者に対する特別な検査手法の実施原則を採用した。これまでの措置に対して新しい点は次のとおりである。

- ① 80 Km の範囲で生産拠点や市場や市、農業者や加工業者による直売所に制限されていた製品の販売が、同じ距離の範囲内で独立した食品小売業者やレストランにも拡大された。
- ② IGP および特性証明付きのラベルと適合性認証の製品のみ該当していたこの措置は、欧州レベルの措置に関わらないラベルや適合性認証製品にも拡大された。

なお検査は認証機関の責任の下にとどまるが、認証機関の役割は次のとおりである。

- ① 農業生産者と中小事業者が遵守すべき検査計画を認可する。
- ② この検査のために職能団体の技術部局や職能団体により設置された機関で、高品質化の促進を任務とする機関を認可する。この認可はこれらの機関の技術的能力と組織化、公平性、信用について与えられる。
- ③ 上述の要件が満たされない場合、認可は取り消される。

なお、食品小売総連合会 (CGAD) による要求に基づいて 1999 年農業基本法に導入されたこうした措置ではあるが、このシステムは実際にはまだ活用されていない模様である (Louis [23])。

2. フランスの公的品質表示の実績

(1) AOC およびラベルルージュ等

フランスの公的品質表示産品に関わる農家数やその販売実績などはどのようになっているのだろうか。資料 (Lagrange et al. [20]) をもとにデータを示しておこう。

まず、当該の表示産品に関わる農業経営数を見ると、AOC には 14 万 4,300 の経営が関わるが、その圧倒的部分はワインであり (8 万 8,000 戸)、4

万戸が乳製品, 8,200 戸がその他の AOC に関わるにすぎない。他方, ラベルルージュに関与するのは 3 万 7,500 経営であり, うち家禽部門が多くを占める。フランスの農業経営 65 万戸の実に 21% がこうした表示に関与し, フルタイム経営で見れば, その 34% を占めることになる。しかしこうした公的表示に関わる経営の 71% は AOC で, ラベルが 26%, 有機農業が 3% にしかすぎない。

また, 販売実績で見ると, AOC が公的表示販売額 (1,273 億フラン) の 68% を占める (うちワイン 87%, 乳製品 12%, その他 1%)。さらに製品適合性認証 CCP が 19%, ラベルルージュ 10%, 有機農業 3% となる (ただし AOC とその他の製品の販売実績のデータの出所が異なり, 単純な比較は不可能)。

なお 95 年と 97 年の増加率で見ると CCP が 180% 増加しているのに対し, ラベルルージュでは 17% の伸びにとどまる。CCP の顕著な増加は川下企業 (とりわけ大流通企業) による積極的な差別化戦略の結果と見ることができる。

(2) フランスにおける AOP および IGP の実績

欧州共通表示 AOP および IGP のフランスにおける実績を示しておこう (Lassaut [21])。

1) 一般的説明

本文で指摘しておいたように, AOP はワインやミネラルウォーターには適用されない。なお 90 年以降, INAO が乳製品やその他の食品部門における AOC の管理を担当することになった。

ラベルおよび適合性認証を持つ製品のみが IGP に登録され, 逆に, IGP に登録されない限り, ラベルや適合性認証は地理的原産地を含むことができない。その表示に地理的表示を含み, かつ欧州規則 (2081/92) の発行以前に獲得された多くのラベルルージュ (54 個) は, 94 年から 96 年の間に, IGP 簡易登録手続きの対象となった。95 年から 99 年まで, フランスの IGP 申請は直接農業省により管理された。また 99 年の農業基本法の適用により, 2000 年 12 月 15 日のデクレが IGP 管理を INAO に付与することになった。

2) AOP および IGP の重要性

2001 年 1 月 1 日現在フランスでは 127 の AOP お

(10 億フラン)		
AOC/AOP	ラベルルージュ, CCP, IGP	内 IGP(推計)
12.9	10.8	6.5

よび IGP が存在する (内 62 が AOP, 65 が IGP)。AOP の場合その経済実績を評価するのは比較的容易である。というのも乳製品やその他の食品の AOC の管理については 1990 年以降 INAO が管轄しているからであり, この機関に AOC や AOP のデータが集約されるからである。

ところが IGP の場合, こうした保護の活用は非常に新しく, IGP を保有する生産者グループの活動データの収集システムがまだ完備されていない。しかし 1994 年 1 月 3 日の法律により, ラベルルージュを保有するグループ全体を結集した職能団体である「フランス品質認証連合会 CERQUA」がフランスにおける IGP のデータ収集につとめている。しかしそれでもまだデータの収集は完全ではなく, 例えば登録済み IGP のデータと登録中の IGP のそれとを区別するのも容易ではない。

AOP について INAO が収集するデータと IGP について CERQUA が収集するデータとは整合的ではなく, 現在 AOP および IGP の全体について経済的実績を提示するのは困難である。2001 年以降 INAO が IGP の管理を担うことにより今後こうした経済データの整合性が確保されるものと期待される。

AOP および IGP の総販売額は 2000 年で 194 億フランと推定される。

3) AOC 乳製品

乳製品 (ほとんどがチーズ) は 2000 年に 18 万 6,700 トンの生産量, 119 億フランの販売額である。内輸出量は 5.3% 程である。また 1999 年の AOC チーズの平均価格はキロあたり 60.5 フランであり, AOC 無しのチーズに比して 12.2 フランほど高く, 2000 年にはこの格差は 13.74 フランとなっている。

フランスには 42 の AOC 乳製品があるが, うち 38 はチーズ, 二つがバター, 一つが生クリームである。また長期的には AOC チーズの生産は顕著に増加しており, 1991 年の 15 万 2,411 トンから, 2000 年の 18 万 6,700 トンに増加している。

4) その他の AOC

ワインや乳製品以外の AOC 食品は 2000 年 6 月時点で 20 ほどあり、なお 27 が INAO で審査中である。こうした産品について 9,000 の生産者と 300 の加工企業が関与している。なお流通形態は次のように非常に多様である。

- ・オリーブオイルやオリーブ、コルシカ島の蜂蜜については、直販や地方市場での割合が多い。
- ・果樹および野菜やカマルグの闘牛は大規模小売店での販売の割合が多い。
- ・プレス鶏肉については伝統的で高級な販売網の占める割合が多い。

5) IGP

欧州規則の制定以降、IGP は三つの手続きを経て管理されてきた。

- ・その表示の中に地理的表示を含んでいるいくつかのラベルルージュ産品は簡便な IGP への転換手続きを利用できた。
- ・1995～1999 年：INAO - CNLC 混合委員会における農業省による審査手続き
- ・2000 年 12 月以降 INAO において、IGP 全国委員会の設置により実施されている手続き

その表示の中に地理的表示を含み、欧州規則 2081/92 以前に獲得された 54 のラベルルージュが 94 年から 96 年の間に IGP 簡便手続きを適用された。また 96 年から 99 年までの間に六つの IGP が、また 2000 年には五つの新しい IGP が登録された。こうして 11 の IGP が通常の手続きに

フランスの IGP の生産額 (2000 年)
(1,000 フラン, %)

産 品	生産額	%
鶏肉	2,835,383	43.2
塩漬けハム	652,690	10.0
精肉	454,242	6.9
乳製品	734,790	11.2
果樹・野菜	224,700	3.4
コートダルモール・カキ	394	0.0
ナンシー・ベルガモット	8,000	0.1
南西部ガチョウ肉	1,115,000	17.0
カマルグの米	46,708	0.7
シードル	487,524	7.4
全体	6,559,431	100.0

より登録され、合計 65 の IGP が存在する。うち 32 が家禽、七つが野菜となっている（さらに羊肉 4, 豚肉 4, チーズ 4, 牛肉 3, 果樹 3, 魚介類 3 など）。

2000 年における IGP の構成は次のようである。

- ・65 の表示と 70 の品質グループ
- ・仕様明細書：237 のラベルルージュ、四つの州ラベル、20 の適合性認証
- ・生産者 2 万 1,575：養鶏家 9,169, 家畜飼養農家 7,356, 乳牛生産者 3,820, 果樹野菜農家 1,009, 漁師 221 人
- ・加盟企業 765：種鳥・孵化場 91, 飼料会社 196, と畜・処理会社 188, 加工業者 220, 果樹集荷選別施設 70
- ・契約流通業者 2,099：卸業者 188, 大規模小売業 556, 中小精肉店 1,326, レストラン 29

注(1) 新制度派経済学の隆盛について異論をさしはさむ余地はないが、どのようなパーツをこれに含めるかは議論が分かれる。フランスの経済学分野で言えば、レギュラシオン学派やコンヴァンション経済学は誕生以来すでに 2-30 年近くを経ているが、取引費用経済学がフランスで積極的な展開を見せたのはごく最近になってからである。本稿でも大いに参照した C. Menard や E. Brousseau らを中心とした ATOM (Analyse Theorique des Organisation et des Marches「組織と市場に関する理論分析」) グループが誕生したのは 1995 年であった。これらの潮流のなかで、レギュラシオニストとコンヴァンシオナリストとの間で緊張感を持った交流関係があるが、ATOM とその他の潮流との間には今のところ積極的な交流は見られない。なお、コンヴァンション理論からの食品分析のサーベイについては拙稿(須田 [6])を参照。また本稿のテーマに即して取引費用経済学の簡便な概観を得るためには明石 [1] が有益である。

(2) どのような産品が AOP ないし IGP に該当するかについてはその境界線はそれほど厳密ではないようである。牛肉を例に両者の違いを検討してみよう。例えば 2001 年 11 月 1 日現在、AOP に登録されている牛肉は「カマルグの闘牛 Taureau de Camargue」のみであるが、この生産条件としては畜種(「闘牛種」)や飼養方法(4 月から 11 月まで、最低 6 ヶ月間、決められた地帯の「湿地」帯で放し飼いされなければならないこと、飼料は本質的に放牧地の草であり、冬の間は、当該地帯原産の干し草や穀物を加えることもできること)、決められた地帯で誕生し、飼養されるべきこと等が規定されている(2000 年 6 月 7 日のデクレ)。他方、IGP 申請中の「ノルマンディー牛肉 viande bovine de Normandie」では畜種や決められた地帯での誕生、飼養、と畜等が規

定されているほか、飼養方法として、ノルマンディーに固有な自然的要素にその品質を負っている草地のみに飼料を限るとしてある。しかし別の IGP 申請中の「ヴァンデーの牛肉 boeuf de Vendee」では飼料は穀物や油種子、植物油などからなる濃厚配合飼料を与えることも可能とある（しかもこれらの原料の産地についての指定はない）。またノルマンディー牛肉の「評判」要素としては、そこでは 18 世紀以前から草地が存在していたこと、ノルマンディーのもたらすイメージに関して行われた調査（1987 年のコンサルタント会社による調査、2000 年のマーケティング調査）を引用して、ノルマンディーが伝統や田舎の同義語であること、リンゴの木の下の牛というイメージの定着について言及されている（IGP 申請書の要約 BOCCRF, no. 13, 2001）。

- (3) ちなみに、Peri et Gaeta [35] によれば、EU 全体の 1,861 の集合品質表示産品の産物毎の内訳は次のようである。すなわち、ワインおよび飲料 1,397, 食肉 429, 牛乳・乳製品および蜂蜜 313, 野菜 147, 果実 107, オリーブオイル 90, ハム・ソーセージ 72, その他 24 である。このように産品のほとんどは生鮮食品（野菜および果実）と第一次加工品（食肉、チーズ、オリーブオイル、ワイン）に限られる。上述のように、こうした産品に関わる企業は中小規模のものが多く、あまり高次の加工まで進まないであろう。また、ワイン部門におけるこの表示の利用は、伝統的な成功を反映しているようが、食肉での活用は BSE の蔓延と関連している。なお EU 全体で AOP は 332, IGP は 214, 特性証明 AS は 19 となっている（Louis [23]）。
- (4) ただし評判は必ずしもすぐに多くの消費者に行き渡るとは限らないこと等を理由に、堀江は評判メカニズムについて限定的であるとする（堀江 [8]）。なお「信頼」という概念については、「信頼に応える」ことが、自らの評判を維持することへの個人的利益として考えることができるとするクレプス（Kreps [19]）の議論を援用することで、ウィリアムソン（Williamson [53]）は、評判メカニズムが作用している以上、信頼概念を経済分析に導入するのは無意味であり、「利害の計算」という概念で十分であるとする。すなわち「評判効果は契約違反者を容赦なく探知する。このように取引にかかるハザードは、当該取引を（評判効果が作用している）ネットワークに埋め込むことによって軽減される」（p. 473）というのである。こうしてウィリアムソンは、信頼概念は家族や友人、恋人の間での特別な関係のみを指示するためにあるべきだとする（「個人的信頼」）。このようなウィリアムソンの議論について、フランスのコンヴァンシオナリストは一斉に反発し、経済分析における信頼概念を擁護しようとした（Karpik [16], Orlean [33], Reynaud [36] を参照）。「評判」という概念があれば、「信頼」概念は無用になるかどうかについて詳細に論じることは本稿の議論の範囲を超えるが、品質についての社会経済学的分析において、信頼概念を理論的に根拠づけることは筆者の今後の検討課題の

一つである。「純粹市場論理の非決定性」（Orlean [33]）を説明するために、信頼概念を一つの手がかりにした

- いからである。
- (5) 以下の叙述については Ménard [27] の他、各ラベルのホームページからの情報による。なお取引費用経済学は効率的なガヴァナンス構造が取引費用を最小化するという考えをベースにするが、複数のガヴァナンス構造が同程度の効率性を発揮しながら共存していることについて、ミルグロムとロバーツ（Milgrom and Roberts [31, p. 37]）にならって取引費用アプローチの限界をみることもできよう。すなわち「どんな資源配分の問題にも多数の異なる効率的解決法があるので、効率性だけでは強力な基準とはならない。多くの異なった組織形態が効率性と両立するので、効率性基準は有用な概念とはなり得ない」という見方もできるのである。
- (6) アメリカのプロイラー生産におけるトーナメント制については Knoeber [17] を参照。
- (7) ただしスティグリッツでさえ「コンテスタビリティ理論がもはや学会での信頼を失っている」と認めていることについては、石黒 [3, p. 154] の指摘がある。

（原稿受理日 2002 年 10 月 7 日）

〔引用・参考文献〕

邦語文献

- [1] 明石芳彦（1993）「取引費用理論と産業組織論：理論構造の検討」、『季刊経済研究』（大阪市大）vol. 15, no. 4。
- [2] 天羽隆（1997）『農産物及び食品の品質・原産地に関する公的保証制度』、日本貿易振興会。
- [3] 石黒一憲（1998）『法と経済』、岩波書店。
- [4] 後藤晃・鈴木興太郎編著（1998）『日本の競争政策』、東京大学出版会。
- [5] 櫻庭英悦他（2000）『フランス国における農産物流通・価格規制などについて：現地ヒアリング調査報告書』、農林水産省総合食料局。
- [6] 須田文明（2000）「品質の社会経済学の宣揚」、『年報村落研究 第 36 集：日本農村の「20 世紀システム」』。
- [7] 津守英夫（1977）「フランスのグループ農業」、『農業総合研究』第 31 巻第 4 号。
- [8] 堀江明子（1998）「景品・広告による不当な顧客誘因」、後藤・鈴木前掲書所収。
- [9] 村上政博（2001）『EC 競争法』（第 2 版）、弘文堂。

欧語文献

- [1] *Agra Presse Hebdo* (1999) no. 2693, le 4 janvier.

- [2] *Agra Presse Hebdo* (2002) no. 3844, le 28 jan.
- [3] Alchian, A.A, and Demsetz, H. (1972) "Production, Information, Costs and Economic Organization", *American Economic Review*, no. 62.
- [4] BIMA (1997) Ministère de l'Agriculture, no. 1465.
- [5] Blumann, C. (1984) "Les organisations de producteurs et la politique agricole de la CEE", *Revue de Droit Rural*, no. 127.
- [6] Brousseau, E. (1998) "Analyse économique des pratiques liées à l'externalisation", *Petites Affiches*, no. 147.
- [7] CERQUA (2001) *Rapport d'Activité*. Assemblée Générale, Paris, le 29-30, Mai.
- [8] Colson, F. (1984) "Les groupements de producteurs : de la modernisation de la production à l'organisation de la filière porc", *Revue de Droit Rural*, no. 127.
- [9] Conseil de la Concurrence (1994) "Pratiques réserves dans le secteur des volailles sous label", *Revue de la Concurrence*, no. 81.
- [10] *France Agricole* (2002) le 18, janvier.
- [11] Graff, M. (1998) "Le droit de la concurrence dans le rapport producteur-distributeur", *Economie Rural*, no. 245/246.
- [12] Granovetter, M. (1985) "Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, 93(3).
- [13] Grosman, S.J. and Hart, O.D. (1986) "The costs and benefits of ownership : a theory of vertical integration", *Journal of Political Economy*, vol. 94, no. 4.
- [14] Hennesy, D.A. (1996) "Information asymmetry as a reason for food industry vertical integration", *American Journal of Agricultural Economics*, no. 78.
- [15] Jenny, F. (1993) "Droit européen de la concurrence et efficacité économique", *Revue d'Economie Industrielle*, vol. 63.
- [16] Karpik, L. (1997) "La Confiance : réalité ou illusion. Examen critique d'une analyse de Williamson", *Revue Economique*, no. 1.
- [17] Knoeber, Ch (1989) "A Real Game of Chicken : Contracts, Tournaments, and the production of Broilers", *Journal of Law, Economics and Organization*, 5(2).
- [18] Koehl, J.F. (1996) "Enquête annuelle de l'ITAVI sur les coûts de production des volailles de chair", *Filières Aviculture*, février.
- [19] Kreps, D. (1990) "Corporate Culture and Economic Theory", Alt, J.E. et al (eds), *Perspectives on Positive Political Economy*, Cambridge University Press, 1990 (クレプス「企業文化と経済理論」, 土屋守章編『技術革新と経営戦略』, 日本経済新聞社).
- [20] Lagrange, L., Briand, H. et Trognon, L. (2000) "Importance économique des filières agro-alimentaire de produits sous signes officiels de qualité", *Economie Rurale*, no. 258.
- [21] Lassaut, B. (2001) *Etat des lieux sur les signes de qualité et d'origine en France*.
- [22] Lorvellec, L. (1999) "La protection internationale des signes de qualité", *INRA Actes et Communications*, no. 16.
- [23] Louis, G. (2002) *Les Signes Officiels d'Identification de la Qualité et de l'Origin des produits agricoles et alimentaires*, CES mars.
- [24] Mazé, A. (1999) "Coopération et choix contractuels dans l'agriculture : de nouvelles formes d'action collective?", Deuxiemes journées du reseau FROG. Atelier <coopération : de nouvelles formes d'action collective>, Ecoles des Mines, Paris, 16-17 septembre.
- [25] Ménard, C. (1996) "On clusters, hybrids, and other strange formes : the case of the French poultry industry", *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 152.
- [26] Ménard, C. (1997) *Droit de la Concurrence et Formes Organisationnelles Hybrides : Le Cas du Label Avicole, Rapport Final soumis à la DGAL* (Ministère de l'Agriculture), Mars.
- [27] Ménard, C. (1998) "Maladaptation of regulation to hybrid organizational forms", *International Review of Law and Economics*, No. 18.
- [28] Ménard, C. (2000) "A new approach to the agro-food sector : new institutional economics", Invited lecture International Conference of Agro-food Industries, Wageningen.
- [29] Ménard, C. et Valceschini, E. (1999) "The creation and enforcement of collective trademarks", *Voprosi Ekonomiki*, no. 3. (ただし掲載誌原文はロシア語, Ménard氏より英語版を入手).
- [30] Ménard, C. Valceschini, E. et Garnier, G. (1995) "Specific assets, organizational innovation and institutional environment : The case of poultry brand names", European Association for Research in Industrial Economics, 22nd annual conference, September 3-6.

- [31] Milgrom, P., Roberts, J. (1992) *Economics, Organization and Management*, Prentice Hall (ミルグロム, ロバーツ (奥野他訳)『組織の経済学』, NTT 出版).
- [32] North, D. (1986) "The new institutional economics", *Journal of Theoretical and Institutional Economics*, no. 142.
- [33] Orlean, A. (1994) "Sur le rôle respectif de la confiance et de l'intérêt dans la constitution de l'ordre marchand", *Revue du MAUSS*, no. 4-2.
- [34] Peignot, B. (1997) "Le contrôle du marché par les opérateurs économiques", *Revue de Droit Rural*, no. 256.
- [35] Peri, C. et Gaeta, D. (2000) "La nécessaire réforme de la réglementation européenne des dénominations de qualité et d'origine", *Economie Rurale*, no. 258.
- [36] Reynaud, B. (1998) "Les conditions de la confiance. Reflexions à partir du rapport salarial", *Revue Economique*, novembre.
- [37] Raynaud, E. et Sauvee, L. (1999) "Signes collectives de qualité et organisation des producteurs : l'approche par l'économie des coûts de transaction", Mimeo (Centre ATOM, Université de Paris1 ホームページより入手).
- [38] Raynaud, E. et Valceschini, E. (1997) "Réglementation de la concurrence et coordination inter-entreprises : le cas d'une marque collective, le <label rouge>", Bardelli, P. et al. *Connivences d'acteurs, contrats cooperation et metamorphose des organisations*. Press Universitaires de Nancy.
- [39] Raynaud, E. et Valceschini, E. (1999) "Organisations collectives des producteurs et signal commun de qualité : Ententes anti-concurrentielle ou structures de gouvernance?" (ATOM ホームページより入手).
- [40] *Reussir Aviculture*, (2001) septembre.
- [41] Richer, L. (1984) "Disciplines de production et puissance publique", *Revue de Droit Rural*, no. 127.
- [42] Rosen, S. (1996) "Institutional structure of production, supply or demand?", *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 152.
- [43] Sans, P. et de Fontguyon, G. (1999) "Différenciation des produits et segmentation de marché : l'exemple de la viande bovine en France", *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, no. 50.
- [44] Sauveur, B. (1997) "Les critères et facteurs de la qualité des poulets Label Rouge", *INRA Production Animale*, 10(3).
- [45] Shapiro, C. (1983) "Premium for high quality products as returns to reputation", *The Quarterly Journal of Economics*, no. 97.
- [46] Sylvander, B. (1995) "Origine géographique et qualité des produits", *Revue de Droit Rural*, no. 237.
- [47] Valceschini, E. (1993) "La qualité des produits agricoles et alimentaires dans le Marché unique européen : L'épreuve de la concurrence et de la confiance", *DEMETER* 93, A. Colin.
- [48] Valceschini, E. (1996) "Réglementation de la qualité, droit de la concurrence et modèles économiques. Le cas du label avicole", *La Qualité dans l'Agro-Alimentaire : Emergence d'un Champ de Recherches*, INRA.
- [49] Valceschini, E. et Mazé, A. (2000) "La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international", *Economie Rurale*, no. 258.
- [50] Williamson, O.E. (1975) *Markets and Hierarchies*, Free Press (ウィリアムソン (浅沼他訳)『市場と企業組織』, 日本評論社).
- [51] Williamson, O.E. (1983) "Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange", *The American Economic Review*, September, 1983.
- [52] Williamson, O.E. (1991) "Comparative Economic Organization : The Analysis of Discrete Structural Alternatives", *Administrative Science Quarterly*, no. 36.
- [53] Williamson, O.E. (1993) "Calculativeness, Trusts and Economic Organization", *Journal of Law and Economics*, no. 36.
- [54] Williamson, O.E. (1996) *The Mechanisms of Governance*, Oxford University Press.

The Governance Structure of French Official Quality Products : The Treatment of Labeled Broilers by Competition Rules

Fumiaki SUDA

Summary

There are always some conflicts between competition policy and quality policy. Such was the case for French labeled broilers (Label Rouge). These broilers are produced with close cooperation of the farmers, feed industries, slaughter industries, packers and so on. French Ministry of Finance (DGCCRF) accused such cooperation as a barrier to competition.

On the other hand, French Ministry of Agriculture supported by economists, insisted that coordination among producers are necessary to prevent free rider and to render the commitment credible for the purpose of producing labeled products. These economists safeguarded labeled products by using Transaction Cost Economics which is based on the assumption of "asset specificity".

This paper follows the logic of these economic justifications and verifies its appropriateness.