

氏名	佐藤豊信 さとうとよのぶ
学位の種類	農学博士
学位記番号	農博第338号
学位授与の日付	昭和56年1月23日
学位授与の要件	学位規則第5条第1項該当
研究科・専攻	農学研究科農林経済学専攻
学位論文題目	独占的野菜大産地のマーケティングに関する意思決定理論

論文調査委員 (主査) 教授 中嶋千尋 教授 菊地泰次 教授 頼平

論文内容の要旨

一般に農業経済学分野では、野菜の市場は完全競争市場にかなり近いものであると考えられてきた。しかしながら、わが国近年の野菜産地の大型化による共販体制の整備拡充によって、野菜市場にも新しい局面が展開されるに至った。特に近年では、全国的集荷力を持つ大都市中央卸売市場において、ある一定期間にある特定品目について、ある特定大産地のマーケット・シェアがきわめて大きいという場合が現実存在する。すなわち、いわゆる独占的競争、あるいは不完全競争の状態にある野菜品目が存在する。そこで著者はこのような場合の野菜市場に注目し、かつ野菜生産の諸特質、すなわち、a. 野菜生産者の主体的特質、b. 野菜の生産技術的特質、c. 野菜の商品的特質などを考慮に取り入れ、理論経済学の分析手法を用いて、独占的野菜大産地（以下「産地」と略称）のマーケティング活動を normative な側面から分析している。

本論文は全7章より構成されており、「産地」のマーケティングに関する意思決定を、Ⅰ（何を、いつ生産するか）、Ⅱ（どれだけ生産するか）、Ⅲ（いかに販売するか）、Ⅳ（販売代金をいかに処理するか）の四つに分け、きわめて独創的な分析を行っている。本論文が特に力点を置いたのは、中でもⅠとⅡとである。すなわちⅠおよびⅡを取扱ったところの、第1章「品質水準に関する『産地』の意思決定」、第3章「広告に関する『産地』の意思決定」、第4章「競合産地対策に関する『産地』の意思決定」および第5章「価格情報収集に関する『産地』の意思決定および情報収集の経済効果」の各章において、従来の野菜産地のマーケティング活動に関する研究においてはほとんど分析されなかった側面、すなわち(1)品質水準決定に関する「産地」の主体均衡、(2)広告支出額決定に関する「産地」の主体均衡、(3)野菜市場における参入障壁の分類とその要因、さらに「産地」の新規産地参入阻止対策、ならびに「産地」が参入阻止行動を採用することの可能性、(4)「産地」がコンピューターやテレックスを利用して市場情報を収集する場合の、市場情報の経済価値、などに関して分析を行っている。

論文審査の結果の要旨

わが国近年の野菜市場において、ある特定大産地が供給する特定野菜品目のある一定期間を見ると、その市場状態が独占的競争、あるいは不完全競争の状態になっている場合が存在する。そこで著者は、このような場合の野菜市場に注目し、かつ野菜生産の諸特質、すなわち、a. 野菜生産者の主体的特質、b. 野菜の生産技術的特質、c. 野菜の商品的特質などを考慮に取り入れ、理論経済学の分析手法を用いて、独占的野菜大産地（以下「産地」と略称）のマーケティング活動を normative な側面から分析している。

本論文の主な成果をあげれば次のとおりである。すなわち、

(1) 品質向上による販売単価の上昇、および品質向上のために必要な費用の増加を考慮した場合の、最適品質水準決定に関する「産地」の主体均衡条件を明らかにしたこと。

(2) a) 野菜に関する広告の種類と広告費との関係、および広告が需要曲線に及ぼす効果を理論的に解明し、b) 最適広告費支出額の決定に関する「産地」の主体均衡条件を解明提示したこと。

(3) 野菜市場においていかなる市場条件が存在する場合に、「産地」にとって参入阻止行動を採用することが利益になるのか、を明らかにしたこと。

(4) a) 「産地」が各販売先市場で価格情報を収集した場合の、「産地」にとっての価格情報の経済価値を分析したこと、b) 「産地」の価格情報収集にもとづく販売数量の決定が、販売先市場における消費者に対して及ぼす影響を分析解明したこと。などである。

以上のように本論文は、独占的競争あるいは不完全競争の場合の野菜市場に注目して、従来の野菜産地のマーケティングに関する研究の中ではほとんど取り扱われていなかった分野の開拓に果敢に取り組み多くの新知見を得たものであって、農産物流通市場論の進歩に寄与するところが大きい。

よって、本論文は、農学博士の学位論文として価値あるものと認める。