

# 途上国の青果物市場の制度分析

— インドネシア・タイを事例として —

浅見 淳之

**Atsuyuki Asami : Institutional Analysis of Market of Fruits and Vegetables in Developing Countries – In the Case of Indonesia and Thailand –** The efficiency of marketing of fruits and vegetables is demanded more and more, as economic situation is developing in developing countries such as Indonesia and Thailand. The characteristics of market institution have to be analysed to get the market efficiency in the framework of Neo Institutional Economics. In this paper, institutions are analysed by using the paradigm like “institutional characteristics of market → tactics behavior as conduct → self-enforcement of best transaction as efficiency”, according to “structure → conduct → performance”. Tactics behavior means that sellers and buyers are apt to use tactics like insisting on their price valuation distortedly by using their experience in order to overcharge or discount. As far as tactics behavior is permitted, transactions between best parties cannot be enforced, because non-corporation equilibrium is realized in game, that is, the efficiency of market cannot be realized.

Under the bilateral one time bargaining between anonymous parties like bazaar institution, such as pasar in Indonesia, tactics behavior is permitted and best transaction cannot be enforced originally. Then in bazaar, customer relationship institution has been formed to get corporation equilibrium in repeated game. But perfect repeated game cannot be realized in real world, so still tactics behavior is to be remained in bazaar. In Bangkok public wholesale market, the third party management of market infrastructure restrains each tactics behavior, then best transaction can be enforced. But the third party does not regulate each transaction enforcement itself, then still tactics behavior is thought as important commercial activities.

## 第1節 はじめに

途上国の農業発展にとって、農産物流通に注目することが肝要である。なぜならば、いくら技術進歩によって農村で農産物が増産されても、流通機構が不完全なままならば農産物が都市まで効率的に届かない。多くの無駄が発生してしまうのである。経済発展に伴って、都市部で青果物、畜産物などの付加価値の高い農産物が需要されるようになってきている。これらの農産物は腐敗性の強いものであり、特に効率的な流通が必要である。本稿では青果物の流通を対象とするものとする。

流通の効率化という場合には3つの側面を考えなければならない。まず技術面、つまりインフラの整備が必要である。道路などの輸送網の拡充などが当然求められる。しかし同時に、経済面つまり財を分配させる「仕組み」を考えなければならない。これには、取引費用を節約して流通させる効率的な「流通チャネル」、ならびに取引の仕方を規定する効率的な「市場制度」の確立のふたつが含まれる。途上国の流通の非効率性はまず、多くのインフォーマル・セクター的な中間業者を含んだ前近代的な流通チャネルによってもたらされることが考えられよう。これまでの途上国の流通制度の分析としても、流通チャネル制度の分析に力点が置かれてきている<sup>(注1)</sup>。同時に、望ましい取引を執行さ

せる市場制度が確立されることが、効率的な流通をもたらす。本稿ではむしろ取引の仕方を枠づける制度としての「市場制度」に注目してみたい。

新古典派の世界では、価格シグナルに応じて需要者と供給者が見えざる手によって取引されるものであり、「市場制度」というものは存在しない。しかし現実にはバザールや卸売市場制度といった制度が存在する。たとえばインドネシアにおいては、パサールといわれるバザール市場がいたる所で見受けられる。あるいはタイにおいては公設卸売市場が開設されているが、日本などの公開せり取引による中央卸売市場制度とは異なり、第三者による取引の仕方への規制は行われていない制度になっている。それぞれの市場制度における取引の特性とその問題点を探ることで、今後の途上国の市場制度の展開を考えることができるのではないだろうか。本稿では1996年8月に行った臨地での聞き取り調査（1996年度国際学術研究（代表：辻井博）の一環として行なわれたもの）をもとに、途上国の青果物市場制度として、インドネシアのパサールと、タイの公設卸売市場を取り上げ、その制度特性と問題点を明らかにしていきたい。

## 第2節 市場制度分析における予備的考察

### (1) 新制度派による取引過程の分析

途上国においては、先進国に見られない様々な制度が存在する。経済活動はこれらの制度にしたがって行われている。途上国問題において、市場制度に限らず、経済活動を支える様々な「制度」に注目することが極めて重要であると指摘されている<sup>(注2)</sup>。制度を分析するには、新古典派によるツールだけでは不十分である。むしろ新古典派が前提とする仮定が極めて非現実的なのである。このことを、M.Nabli & J.Nugentの指摘に基づきながら<sup>(注3)</sup>次の3点を指摘したい。第1に、制度を捨象しているために、予算制約以外の制約について触れることができない点。新古典派の枠組みでは制度は存在しないことになる。第2に、個人の合理的・機械的な意思決定を過大評価しすぎて（ホモ・エコノミクスの仮定）、人間的・能動的な意思決定に触れることができない点。第3に、選好・行動原理は不変で反復的・常習的であるとしている点である。

それでは、新古典派的分析枠組みではとらえられない制度の分析方法として、いかなる方法を用いればよいのだろうか。途上国の開発問題において「新制度派経済学」(Neo Institutional Economics : NIE)で検討される制度理論が有効であると指摘されている<sup>(注4)</sup>。これは個人の行動原理とそれを枠づける制度を、新古典派で培われた方法で分析しようとするものである。特に取引過程に注目して、制度が作られるのは取引過程に問題が生ずるからであると考えられている。本稿では、市場制度として取引の過程における取引の仕方そのものを分析対象としている。売手と買手が、ホモ・エコノミクス

として反復的に行動するとすれば、取引の過程が現出することはなく、市場制度の差異も生じてこない。市場制度の特性は取引過程に出てくるものである。新制度派の制度理論でとらえることが適していることになる。

## (2) 市場制度・駆引き性・執行可能性

新制度派において取引過程を説明する主要な鍵概念は「取引費用」である<sup>(注5)</sup>。極めて重要な概念であるが、ツールとしてまだ発展途上のと言えよう。本稿では取引費用概念ですべてを説明することは避ける。むしろ確立された産業組織論の「構造」→「行動」→「成果」のパラダイムを用いることにする。構造として制度、行動としてホモ・エコノミクスではない人間の行動原理、成果として市場の効率性を取り上げることにする。行動原理として売手と買手の「駆引き性」、市場の効率性として「最善取引の執行可能性」をとらえる。すなわち、ある市場制度のもとで、駆引き性のある売手と買手がいかに行動し、その結果最善取引の執行可能性が保証されるかどうかによって、市場の効率性を判断しようとするものである。これによって操作可能性に結びつけられる。

第1に、人間の行動原理としての「駆引き性」について説明しよう。ホモ・エコノミクスであれば、ある商品に関する自己の評価を完全に公開して価格をシグナルとして取引を成立させる。しかし商人は、そのまま評価を公開するのではない。ただ単に仕入れ値に一定マージンを加えて機械的に売るのはない。仕入れに関する情報の偏在を利用し、これまでの商活動で蓄積された経験、勘を優位に生かして買手に対して恣意的に少しでも高く売ろうと商活動的な努力を行う。場合によっては掛け値を示すといった駆引きも行うであろう。また、買手もそのまま自己の評価を公開するのではなく、これまでの買い物の経験、勘を生かして、他店の情報を引き合いに出しながら少しでも安く値引こうと努力する。場合によっては買い叩きといった駆引きも行うであろう。このような、取引過程に現れる、評価額よりも少しでも高く、あるいは安くさせようとする活動、努力をとることを「駆引き性」と呼んでおこう。駆引き性によって、商品の評価額以上に、取引での追加的利得を得ることができる。逆に取引での追加的損失をこうむることもなる。前者を「駆引き利得」、後者を「駆引き損失」と呼んでおこう。駆引き性は、「機会主義」というよりも、投入した活動、努力に対する報酬を得ようとする経済活動であると考えべきである。ただし取引においては買手と売手の、一方が報酬を得ると必ず他方が損失をこうむらなければならない、通常の販売活動とは異なる。

駆引き性は、さまざまな青果物市場の制度としての特性によって強化されたり弱体化される。次章以降では、バザールや公設卸売市場の制度的特性がいかに駆引き性を決定しているのかを、明らかにしていく。

第2に、「最善取引の執行可能性」について説明しよう。ある青果物について、自分が評価する値段で売ってくれる（買ってしてくれる）相手と成立する、望ましい取引を「最

善取引」と呼んでおこう。市場制度の「効率性」は、売買関係において最も望ましい相手との取引の執行が保証される仕組みになっていることによって、実現される。執行が保証される制度は、新制度派の代表的論者D.Northによって「執行可能性」(Self-enforcing)があると呼ばれている<sup>(注6)</sup>。新古典派の規定するような、完全情報下で十分な競争が行われる同質の商品の市場では、価格シグナルに基づいて行動すれば必ず最善取引が執行されることになる。しかし情報の非対称性があり、青果物の品質、種類が多様で、競争が十分行われるとは限らない現実の青果物の市場では、最善取引の執行可能性があるとは必ずしも言えない。費用-便益の枠組みで言えば、執行の費用よりも売手買手が協力的に行動する便益の方が大きい場合に、市場制度は執行可能となる。しかし非協力的に行動することが自己に利益をもたらす可能性がある場合、執行は不確実となり取引が成立しなくなる場合が生じる。執行可能とさせる制度的な仕組みが必要となるのである。バザールや公設卸売市場などの市場制度の「成果」である「効率性」は、「執行可能性」によって判断できるのである。

### 第3節 バザールーインドネシアのバザール

#### (1) バザールの制度特性

バザールとは、生産と消費をつなぐために、永続的あるいは周期的に売手と買手が集合して交易を行う市場制度である。古来より発達してきたものであるが、途上国では現在でも都市の日常生活を支えており、青果物もバザールで取引されている。インドネシアで野菜、果物、畜肉、魚介類や日常雑貨などを小売りする業者が集まるバザールがその典型である。バザールの制度特性は複数の論者によって指摘されてきたが、次のように整理できよう<sup>(注7)</sup>。①「相対取引」：不特定多数の売手と買手が一カ所に集まって、1対1の交渉による取引を行っている。②「規格、価格情報の客観性の不在」：標準的規格も客観的な価格公表する機関もない。青果物の評価に関する情報の非対称性が現れるのである。③「駆け引き」：したがって売手と買手が品定めをしながら、交渉における駆け引きによって値段を決めて取引している。④「価格の伸縮性」：買手の顧客としてのレベルによって値段が伸縮的に異なって決められている。⑤「顧客関係」：一方で不特定多数の集合でありながら、売手と買手は継続的な顧客関係を形成している。

バザールのような不特定多数下の相対取引では、C.Geertzの解釈では「騒々しく攻撃的な交渉」「敵対的相互作用」といったシステムとしての欠陥がもたらされることが、原によって示されている<sup>(注8)</sup>。その欠陥を克服するために顧客関係が形成されることが、C.Geertzをはじめ多くの論者の共通の見解である。特に継続的な顧客関係が「取引費用」を節約させるゆえに、不特定多数下の相対取引では顧客関係が形成されるというのが、

主流の説明である<sup>(注9)</sup>。もちろん正論であるが、取引費用概念の曖昧さを避けるため、本稿では制度－行動－成果といった産業組織論で確立されたパラダイムで、成果としての最善取引の執行可能性を検討することによって市場制度における特性を鮮明にすることにしたい。

バザールは相対取引での交渉をする状況であるので、1対1のゲーム理論の枠組みで説明するのが適している<sup>(注10)</sup>。行動原理としてホモ・エコノミクスとして自己の評価を公開するだけでなく、商人や客としての「駆引き性」がある。したがって相対取引で取りうる戦略は2つになる。1つは、「協力」戦略で、駆引き性は追求せず、相手の示した値を定められたものとして相手に協力して取引しようとする。もう1つは「駆引き」戦略で、駆引き性において希望価格を虚偽に主張して自分の示した価格で取引しようとするものである。簡単なゲームを例として、バザール制度が「駆引き性」そして「執行可能性」をいかに規定するのかを、説明しよう（以下第1図を参照）。

## (2) バザールの駆引き性と執行可能性

バザールでのある果物の売買について考えてみよう。その果物は腐敗性のある青果物一般と同様に、次のような性質を持っている。1つに鮮度の良い物ほど品質がよい。平均的な物であれば、新鮮さに応じて550ルピアから450ルピアまで相場が形成されているとする。2つに品質の格差がある。新鮮さの中程度の物で、極上品であれば700ルピア、下級品であれば300ルピアで取引されることもあるとする。標準的な規格がない場合、果物の味は外見だけで客観的に評価できない。商人も客も主観的に評価することになり、それぞれの主観の評価は相互にわからない状況にある（情報の非対称性）。ある商人が550ルピアの味はあるが売れ残りを恐れて500ルピアでその果物を売ろうとしているとする。ある客がある屋台に並んだその果物に目を付け買おうと思って、商人に値段を聞く。客は500ルピアで買えれば値打ちがあると評価している。客も商人も駆引き性を追求せず、協力戦略をとるとする。500ルピアでの取引の成立である。追加的な「駆引き利得」は発生せず、0となる。

しかし、1回限りの客であれば駆引き戦略をとってみたいくなる。規格と価格情報の客観性がないバザールでは、商人に見かけよりも味はとてよと言われると、客はおいしそうにも見えてくる。商人は、たとえば極上品であると虚偽の主張をして、700ルピアという掛け値を出してくるかもしれない。客も極上品だと思えば協力戦略をとって、700ルピアで取引が成立してしまう。商人は追加的に200ルピアの「駆引き利得」を得る。客は追加的に200ルピアの「駆引き損失」をこうむる。反対に客が値引こうとして、たとえば他の屋台では同じような果物が400ルピアで売っていたと、虚偽の主張するかもしれない。バザールでは、商人も他の屋台がどういう売り方をしているのか、すぐにはわからない。商人が自分の価格付けに自身がもてずに協力戦略をとるのであれば、400

ルピアで取引が成立しよう。客は追加的に100ルピアの駆引き利得を得て、商人が追加的に100ルピアの駆引き損失をこうむる。

1回限りの取引だから双方が駆引き性を追求して、商人も客も虚偽の主張を譲らないこともある。相互が交渉し始めることになる。しかし相互がなかなか相手の真の評価を推測できず、妥協点を見つけられなければ、取引は成立しない。客はその最初の商人から買うことをあきらめる。次に訪れる屋台が必ずしも、550ルピアの味がある果物を500ルピアで売ろうとしているとは限らない。見つからなければ次善の屋台から味相応の550ルピアで購入しなければならない。同じく商人にとっても、次の客が500ルピアと評価するかどうかはわからない。新鮮さが低下して450ルピアでしか売れなくなるかもしれない。しかし客は高くとも550ルピアで、商人は安くとも450ルピアで取引できる。その場合、両者に追加的に「駆引き損失」として50ルピアが発生してしまう<sup>(注11)</sup>。

このようなバザールにおける商人と客の関係を図で示すと第1図のようになる。1回限りの取引ならば、商人も客も駆引き戦略を用いるほうが有利である。囚人のジレンマ状態であり非協力均衡が成立してしまう。必ずしも自分にとって最善の相手とは取引できるとは限らなくなるのである。すなわち、バザールの不特定多数間の相対取引という制度特性のもとではそのままでは、まず「行動」として「駆引き性」が全面に出される。そして必ずしも「最善取引の執行可能性」が保証されず、「成果」としての効率性が達成できない「制度」になっているのである。

第1図 バザールの駆引き性と執行可能性

		商人	
		協力戦略	駆引き戦略
客	協力戦略	( 0, 0)	(-200, 200)
	駆引き戦略	( 100, -100)	( -50, -50)

注 ( ) の左が客、右が商人の駆引き損益を表す。

### (3) 顧客関係と伸縮的価格

#### 1) 継続的顧客関係

バザールが不特定多数間の1回限りの相対取引のままでは、駆引き戦略を用いるのが有利であって、最善取引の執行可能性が保証されない。これを避けるためにバザールでは、⑤の継続的な顧客関係が工夫されてきたものと考えられる。パーソナルな関係を含む「個人的交換」(Personalized Exchange)では、相互に顔見知りで長期的な関係にある。そうであれば、完全情報下の繰り返しゲームによって、囚人のジレンマにあっても駆引き戦略をとることが引き合わないことを自覚する。双方が協力戦略をとるようになり、非協力均衡に落ち入らず最善の相手との取引が成立する。

そもそも不特定多数下という「非個人的交換」(Impersonal Exchange)であるバザールでは、最善取引の執行可能性が欠けてくることになる。しかしバザールにおいても、商人と客との間で顔見知りになり個人的交換と類似したパーソナルな関係を含んだ継続的な「お得意様」の関係になれば、情報の蓄積と報復が可能となる<sup>(注12)</sup>。「完全情報下の繰り返しゲーム」のもとで、双方が協力戦略を用いるようになり最善取引が執行されるようになる。継続的顧客関係というバザールでの制度特性が、駆引き性を弱め、最善取引の執行可能性を保証するようになるのである。

## 2) 伸縮的価格決定

しかし継続的顧客関係だけでは、常に最善取引が執行されることにはならない。顧客関係を作っても、売手と買手が完全情報を獲得し、永続的にゲームが繰り返されるといふ仮定は非現実的である。第1に、味に関する主観的な評価を完全に相手がわかることはあり得ない。第2に、取引が無限的に続くことはあり得ず、多くの場合取引は数回しか繰り返されない。第3に、交渉の過程で評価が不確定であれば、より高く買ってもらう、あるいはより安く売ってもらうのは経済合理的な行動である。

非個人的交換である限り、顧客関係だけで完全に最善取引が執行可能的に実現されることはない。顧客関係が薄くなるにつれ、虚偽の評価を主張して取引における追加的な駆引き利得を得ようとするインセンティブが生じてくる。むしろ顧客関係の程度に応じて、駆引き性によって値を伸縮させようとするインセンティブが出てくる。すなわち相手によって、虚偽に主張する価格の幅に違いをつけて交渉に臨むことになる。バザールにおいては、価格が極めて伸縮的に決定される(④の価格伸縮性)ことになる1つの要因となる。

商人と客の主張する値段が異なれば、交渉に持ち込まれる。交渉妥結点は商人と客の交渉力にしたがう。顧客関係の強弱、あるいは商人と客の、果物の取引以外の関係を含めたパーソナルな関係の程度によっても、交渉妥結点としての価格は伸縮的に決まってくる。バザールにおいて価格の伸縮性もたらされるもう1つの要因である。規格、価格情報の客観的不在のもと、顧客関係を作りながらも駆引き性を好む行動原理が、「成果」として、極めて非効率な価格決定をもたらしめているのである。

## (4) インドネシアのパサール

バザール市場の典型的な例として、インドネシアのパサール(Pasar Traditional)がある。パサールとは屋台あるいは簡単な小店舗が烏合のごとく集まった市場で、インドネシアの各町の中心部に形成されている。各店舗がそれぞれ専門的に様々な農産物と日用品を小売りしており、インドネシア人の日常生活を支えている。小売業者は、仲買人や卸売市場などから荷を仕入れている。

インドネシアでも、青果物卸売市場が設立されている。公設卸売市場であるが、管理

が不十分でパサールとしての制度特性を残している。ジャワ島には7市場が開設されているが、そのうちのジャカルタ卸売市場（Pasar Jaya）での市場管理者への聞き取り調査をもとに、パサールとしての特性を示してみよう。この市場は、地方政府の管轄下の会社が管理しており、2,000の卸売業者（Pedagang Besar）に木枠の販売所（キオスク）を提供している。公設ではあるが管理が不十分で、キオスク以外でもインフォーマル・セクター的な業者が露店を開いており、腐敗と盗難で全取引量の約25%が失われていることが問題となっている。毎日1,000の産地仲買人（Pedagang Pengumpul）と2,500の小売業者（Pedagang Eceran）が参集して取引を行っている。小売業者は、一方で160の伝統的パサールから来ているが、他方でスーパーマーケット、外食産業も買い付けに来ており、伝統的なパサールと先進国的なスーパーなどが並立している状態にある。

取引の仕方としては、相対取引で価格交渉して値段が決められている。取引には商人としての経験と勘の蓄積が必要で、卸売業者の交渉力が強く、卸売業者が駆引きをしながら恣意的に値段を決めている状態にあり、「駆引き性」が主要な商活動であることが指摘されている。また一定の産地仲買人と一定の卸売業者は固定的に連結した関係にあり、一方小売業者と卸売業者もパーソナルに緊密な関係にあり、「顧客関係」があることも確認された。顧客関係があるにしてもこのようなパサール的な特性を持っているため、1物3価のような、複数の価格が形成されていることも問題になっている。顧客関係が形成されていても不十分で、最善取引の執行可能性が保証されておらず、市場の非効率性が認められる。

## 第4節 公設卸売市場—バンコク卸売市場

### (1) バンコク公設卸売市場の制度特性

次にインドネシアより経済発展の進んでいるタイの青果物卸売市場の特徴を市場管理者への聞き取り調査をもとに整理しよう。タイの首都バンコクには、旧来から、農家販売組織市場（Place of Marketing Organization for Farmers）、タイ農業販促市場（Talad Songserm Kaset Thai）、ヨット・ピマン市場（Yod Piman）から構成されるバックロン市場（Pak Klong）が中心的役割を負ってきている。また、果実専門卸売市場としてマハマカ市場（Mahamaka）とパデュン・クルン・カセン市場（Padung Krung Kasem）から構成されるワン・マハナカ市場（Wang Mahanaka）市場がある。さらに都市化に伴いバンコク郊外にも、ランシット市場（Rangsit）、バン・ケー市場（Bang Khae）、チェディ・フロント市場（Chedi Front）（ナコン・プラトン県）、ノンタブリ市場（Nonthaburi）（ノンタブリ市）といった卸売市場が作られている<sup>(注13)</sup>。これらの旧来からある卸売市場の混雑と交通渋滞を避け、バンコク北部に1995年に大型市場タラート・



タイ (Talad Thai：タイ卸売市場) が開設されている。

バンコク卸売市場の制度特性は、不十分であるにしても「第三者執行」(The Third Party Enforcement) (注14) がなされている点である。すなわち、① 「第三者」である国家またはその監督下にある会社による許可制のもと、市場インフラ整備・管理が厳格に行われている、② しかし第三者による規格検査、価格公表サービスは行われていない、③ また第三者による取引に対する規制・干渉も行われていない、という3点があげられる。バンコク卸売市場においては、もはやバザールのような混沌とした相対取引は行われていない。顧客関係は重視されながらも、バザールほど攻撃的な駆引きは行われておらず、価格が業者ごとに大きく異なることはない。近代的な施設と厳格な管理のもと、取引が整備されてきているのである。顧客関係だけでは最善取引の執行は困難となり、厳格な第三者執行が求められてきたと考えられる。

この制度特性は、最も近代的なタラート・タイでも見られる。タラート・タイでの聞き取り調査をもとに、この点を確認しておこう。タラート・タイは日本の大田市場をモデルに、1,000ライの広大な敷地に、柑橘類、果実類、野菜類など品目ごとにホールを建て、それぞれ3,500 t、5,000 t、3,500 t/日が取り扱われている。開設者は国の監督下にある、タイ農産物交易会社 (TAECO：Thai Agro Exchange Co.Ltd) である。TAECOは、資本金200万バーツをBAACから融資されており、株式をBAAC、日本の日興証券なども保有しているが、その50%を法人Modern Home Developmentが保有している。この法人はタイの証券取引、信託を管理してきて実績があり、株主として取引運営を監督していることになる。TAECOが「第三者」として、ホール、駐車場、光熱管理、警備などの物流に関連したインフラを管理している。業務経験5年以上で最低出荷量を確保できる卸売業者に資格を与え、ホールの定位置を貸し出している。ただし昨年開設されたばかりなので、軌道に乗るまで利用料は徴収していない。TAECOとしては、利用料収入よりも、将来的に加工施設、輸出業務による収益の拡大を計画している。インフラがよく整備、運営されており、物流にかかわる作業が非常によく見える。また、産物ごとにホールが分けられて区画も整備されており、周囲の商取引活動も比較的良く見渡せる状況になっている。1物多価のような混乱した状態はない。定位置卸売業者が5,000出店しているほか、オープンスペースで不定期に簡易店舗を開く不定位置卸売業者や直接販売農家も5,000出店している。買手は、バザールなどの伝統的な小売業者である一方、近代的なスーパーや外食産業もおり、また転送も行われており、10,000の小売業者が買い付けに来ている。

TAECOは厳格な近代的な市場インフラ管理だけを行っており、取引にはいっさい関与していない。取引は卸売業者と小売業者の相対での交渉に任されているが、これまでの顧客関係が続いており、買掛や資金援助なども含めたパーソナルな関係が重視されている。タイでは卸売業者の大型トラックの荷台で直接に取引がなされるのが特徴的であ

る。また卸売業者の商人としてのプロフェッショナルさが必要だと強調されている。仕入状況はすでに知っており、経験と勘でより高い価格で売る商人としての「駆引き性」が重要視されているのである。

## (2) バンコク市場の制度特性の検討

バンコクでの公設卸売市場の、第三者執行という制度特性が、「行動」としての駆引き性を抑え、「成果」としての執行可能性を実現してきた。しかしながら制度として第三者執行が不十分であるがゆえに、駆引き性はまだ重要視され、したがって執行可能性も十分に保証されていない状況にあるのである。このバンコク市場における、制度－行動－成果の関係を以下、説明していこう。

### 1) 第三者による市場インフラ管理

まず、①の第三者による市場管理という制度特性が、いかに最善取引を執行可能としているのかを考えてみよう。卸売業者は、第三者の定める条件をクリアして、第三者から許可をもらって公設卸売市場の固定的位置に出店し、この店舗で小売業者などに卸売を行っている。そして光熱、輸送、駐車場、建物などの市場インフラ管理を行い、効率的な物流を実現させる枠組みを提供しているのである。第三者によって市場インフラが厳格に管理されていると、第1に、卸売業者が効率的に販売活動を行えるようになる。効率的に販売活動が行われるならば、卸売業者どうしの商活動が相互に、そして顧客に見えやすくなる。情報の非対称性が弱まり、1物に複数の価格がつくこともなくなり、相場も幅が少なくなって安定的に形成されてくる。卸売業者も顧客も、相場とかけ離れた掛け値や値引きなどが行いにくくなるであろう。

第2に、第三者の許可制であると、容易に店舗を確保することが難しくなる。卸売業者は、ひとたび悪い評判が立ち顧客が寄りつかなくなると、容易に別の場所に店舗を変えることができず、悪評が固定的になってしまう。また悪評のある業者が新たに許可の条件を得ることもむずかしい。第三者による許可制は、悪評を立てるような、法外な値を吹っ掛けるような極端な駆引き性を抑制することになる。

以上の点から、第三者の厳格な許可制と管理が極端な駆引き性を抑制することがわかる。パサールでは極端な駆引き性から阻害されていた最善取引を、第三者が関与することで執行可能にするのである。

### 2) 第三者による取引管理の不在

しかしながらバンコク公設卸売市場では、第三者による市場管理はインフラの管理にとどまっている。取引の仕方に関する第三者の関与はなされていない。このことが、卸売業者ならびに顧客の駆引き性を残してしまうのである。これについて説明しよう。

まず、②の第三者が規格検査ないし価格公開サービスを行っていない点である。第三者による規格検査がないことは、対象となる商品に信用に足りる客観的な評価基準が存

在しないということである。商品の評価が客観的に定めにくい状況では、バザールの項で説明したように掛け値などの「駆引き性」において値が決められやすい。また価格情報が第三者によって客観的に公開されない状況では、雰囲気相場を知るのみであり、相場は幅をもちやすい。ここにおいても「駆引き性」の余地が出てくるのである。次に、③の第三者による取引への規制・干渉が行われていない点である。掛け値によって取引が最善取引にならない場合、第三者が強制的に最善取引を執行することはない。売手と買手は、強制されないのであれば掛け値などによる利益がもたらされる限り、駆引き性によって交渉しようとする。

駆引き性が残る限り、特に卸売業者は自ら市場情報を収集し、長年の経験に基づいて、評価、相場に関する情報を主観的に自分に有利なように歪曲して開示して、交渉に当たることになる。顧客側も売手が駆引きを仕掛けていることを前提に、値引き交渉をすることになる。バザールで見られたような、商人・客双方が駆引き戦略を取って、虚偽の主張をすることが交渉の前提となってしまうことになる。囚人のジレンマによって非協力均衡が実現してしまい、最善取引の執行が保証できない状況を残してしまうのである。したがってバンコク公設卸売市場においても、継続的な顧客関係が重要な役割を持つことになる。実際、単なる売手と買手の関係以上の、様々な多面的な、個人的関係を含んだ顧客関係が見受けられる。つまり取引条件の優遇、情報の個人的な交換、資金援助、買掛、手伝いなども見受けられるのである。

バンコク公設卸売市場は、パサールなどのバザール市場よりは最善取引が執行可能だが、「駆引き性」がまだ重要視されている。今後ますます経済が発展し、人口増加、都市化、農業の商品作物化によって取引の規模と多角化が進展することが期待される。第三者機能が不十分な制度のままでは、最善取引を執行していくのが困難となっていくであろう。このような状況に対してタラート・タイのTAECOも、近年中にせりホールを建設してせり取引の確立を目指している。

## 第5節 インドネシア・タイの青果物市場制度の展望

インドネシア、タイともに今後ますますの経済発展が期待されている国である。所得向上、都市化したがついて青果物市場の効率化が求められている。成果としての効率化、つまり執行可能性を保証するためには、制度を変化させて、駆引き性にかかわる行動を変化させる必要がある。最後に、制度→行動（駆引き性）→成果（執行可能性）の枠組みで、市場制度の展望を規範的に述べておこう。

第1に、インドネシアのパサールについて展望を述べよう。この国では、パサールとしてバザール市場が支配的である。取引の規模と範囲が限定されている小売段階では、

最善取引の執行可能性の保証がないが顧客関係によって執行可能となるパサールが市場制度として存続していくであろう。しかし卸売市場段階でパサールの制度を続けることは非効率性をもたらす。都市化に伴い取引の規模、範囲、種類が拡大するにつれ取引が複雑になり、顧客関係だけで十分に執行可能性を保証することはできなくなっている。実際ジャカルタ卸売市場でも、1物多価のような非効率性が見受けられる。まず「第三者執行」を強化する制度にすることが必要である。ひとつにはバンコク卸売市場のように、市場インフラを整備して第三者による厳格な市場インフラ管理を徹底する制度にすることが求められる。当然そのためには、インフラ整備のための費用、設備管理、警備などの市場運営の費用が必要である。さらにインフォーマル・セクター的業者を整理することも必要であるが、そのための補償費用も必要になってくる。これらの制度の創設・運営費用より最善取引による便益が上回ることが前提となる。

第2に、タイの卸売市場制度について述べておこう。タイの卸売市場は第三者執行はあるが、市場インフラ管理に限定されており、「駆引き性」があつて最善取引の執行可能性は十分保証されないことを指摘した。ひとつには第三者執行を強化して取引の仕方まで規制する方向が模索されている。日本のせりによる中央卸売市場制度の導入が、タラート・タイでも図られている。日本では卸売市場法のもと、第三者である政府の監督下で、公開せり取引、荷受会社の委託販売、定率手数料率、全量受託、即日相場などの規則が定められている。つまり法律の形で、せりにおいて最善の相手との望ましい取引が、第三者の強制によって執行されていることになる。また荷受会社による入荷量と価格情報の公表が義務づけられており、また農協によって徹底した規格付けがなされている。つまり第三者によって、価格公開サービスならびに規格検査もなされているのである。しかし、タイのように駆引き性がある状態で、法的規制だけで協力を遵守するであろうか。日本型のせり取引をそのまま導入するには無理があるのではないだろうか。制度を変化させても、行動が目的に適った形に変化するとは限らないのである。

第3に、両国の小売段階におけるスーパーの出現に注目しておきたい。インドネシアでもタイでも、小売段階では日常生活と結びついたバザールが存続していくと考えられる。しかし一方で、バザールから発展してきた形ではなく非連続的に、当初は外国資本によって、さらには国内資本によってスーパーマーケットが現れてきている。現在は購買層が差別されているが、所得向上に伴いバザールとスーパーの競合関係も現れてこよう。

バザールの小売業者とスーパーでは青果物の仕入れ方法が全く異なる。このことが日本の卸売市場制度でも先取り、予約相対といった問題を引き起こしている。また欧米先進国でも、消費地卸売市場を衰退させ、スーパーと出荷者の直接取引を支配的にさせてきている<sup>(注15)</sup>。スーパーの進展に伴い次の点に留意したい。ひとつに、定時、大量の規格の統一した青果物を仕入れようとするスーパーの仕入れ行動は、日本型の中央卸売市場制度をそのまま導入してもすぐわなくなることが予想される。ふたつに、買手がスー

パーの仕入部になると、バザールでの小売商の示した駆引きのな行動原理とは異なってくることが予想される。スーパーの利潤追求的企業行動に対応するために、これまで蓄積されてきた経験と勘を用いる商人的な「駆引き性」をなくすのは社会的に損失になるかもしれない。むしろ商人的「駆引き性」を基盤として、商業的能力を高める必要もある。新たな制度—行動原理—市場の効率性の枠組みが必要になってこよう。

## 第6節 まとめ

経済発展によってますます効率性が求められる青果物市場の制度特性を、新制度派の分析枠組みで解明しようとしたものである。特に本稿では、構造—行動—成果という産業組織論で確立された枠組みに準じ、市場の制度特性—行動原理として駆引き性—市場の効率性としての「最善取引の執行可能性」といったアプローチで、市場の制度分析を行った。駆引き性とは売手と買手が、自己の経験などを生かして自己の評価を歪曲して伝えるなどして、掛け値や値引きなどの駆引きを行うことである。市場の制度特性が駆引き性を放置する仕組みであれば、1回ゲームの非協力均衡として、最善の相手との取引の執行が保証されなくなる。つまり市場の効率性の達成できなくなってしまうのである。

インドネシアのパサールのようなバザールでは、不特定多数間の相対取引という制度特性ではもともと、駆引き性が高まり執行可能性が保証されなくなる。そこで繰り返しゲームによって駆引き性を弱め、執行可能性を保証するように顧客関係という制度特性が、バザールで見られるのである。しかし完全な繰り返しゲームは現実にはありえず、顧客関係だけでは十分に効率性を高められない。タイの公設卸売市場では、第三者による市場インフラ管理といった「第三者執行」の制度特性によって、駆引き性を弱め、執行可能性を高めている。しかし第三者執行が取引の仕方までに及ぶものではなく、駆引き性は今だ重要視されている。パサールのなジャカルタ卸売市場は「第三者執行」を強化して効率性を高めるべきであろう。しかるにバンコク公設卸売市場に、日本型の第三者によって規制されるせり取引をそのまま持ち込むのでは、効果的であるとは限らない。バンコクの実情に合わせる必要がある。特に、これまでのバザール内の小売業者とは全く異なる仕入れ行動をとるスーパーが著しく台頭している中、せり取引の導入には慎重に対応していくべきであろう。

注

- 1) たとえば、堀田 (1995)、小林康平他 (1995)、米倉等 (1995) など、流通チャンネルに注目している。
- 2) 開発問題における制度分析の重要性について、World Development, Vol.17, No.9 (1989) で特集が組まれている。
- 3) M.Nabli and J.Nugent (1989) を参照。
- 4) たとえば、D.North (1989)、の指摘を参照。
- 5) 新制度派の制度理論としての特徴は、T.Eggertsson (1990) によくまとめられている。
- 6) D.North (1990) を参照。
- 7) バザールの特徴は、C.Geertz (1978) (1979)、原 (1985)、小林他 (1995)、第7章、第8章などにまとめられている。C.Geertzは、モロッコだけでなくジャワのパサールを対象としている。
- 8) C.Geertz(1978)(1979)、原(1985)の指摘。他にも、バザールなどの不特定多数下の相対取引の非効率性は、福井 (1995)、小林他 (1995) などで指摘されている。ただしバザールは現地の人にとってはむしろ効率的市場であるとする意見もある。
- 9) 原 (1985)、福井 (1995)、浅見 (1993) の指摘を参照。
- 10) ゲームの理論による途上国農産物流通の分析としては、エージェンシー関係における分析として福井 (1995)、Zusaman,P. (1989) らの研究がある。
- 11) この場合、50ルピアの損失が、機会的な取引費用として定量的にとらえられる点に注目したい。
- 12) 顧客関係については、浅見 (1993) を参照。
- 13) S.Isvilanonda (1992) を参照。
- 14) D.North (1990) を参照。
- 15) 小林他 (1995) を参照。

引用文献

- 1] Bardhan,P., "The New Institutional Economics and Development Theory : A Brief Critical Assessment" World Development, Vol.17, No.9(1989), pp.1389-1395.
- 2] Eggertsson, T., Economic Behavior and Institutions, Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- 3] Geertz, C., "The Bazaar Economy : Information and Search in Peasant Marketing" The American Economic Review Vol.68 No.2(1978), pp.28-32.
- 4] Geertz, C., H. Geertz and L. Rosen " Meaning and Order in Moroccan Society, Cambridge University Press, 1979.
- 5] Isvilanonda, S., Vegetable and Fruits in Thailand : Supply and Demand, Thailand Development Research Institute 1992.
- 6] North, D., Institutions, Institutional Change and Economic Performance Cambridge: Cambridge University Press, 1990. (竹下公視訳『制度、制度変化、経済成果』晃洋書房, 1994年) .
- 7] North, D., "Institutions and Economic Growth : An Historical Introduction" World Development, Vol.17, No.9(1989), pp.1319-1332.
- 8] Nabli, M., and J. Nugent, "The New Institutional Economics and its Applicability to Development" World Development, Vol.17, No.9(1989), pp.1333-1347.
- 9] Zusaman, P., " Peasants' Risk Aversion and the Choice of Marketing Intermediaries and Contracts : A Bargaining Theory of Equilibrium Marketing Contacts " in P. Bardhan The Economic Theory of Agrarian Institution, Clarendon, Oxford University Press, 1989, pp.297-317.
- 10] 浅見淳之「加工用青果物市場の交渉と競争」『農業経済研究』第64巻第4号, 1993年.
- 11] 小林康平他『変貌する農産物流通システム—卸売市場の国際比較』農文協, 1995年.
- 12] 原洋之介『クリフォードギアツの経済学』リプロポート, 1985年.
- 13] 福井清一「フィリピンにおける青果物流通と顧客関係」『農林業問題研究』第31巻第1号, 1995年, 1-9頁.
- 14] 堀田忠夫『産地生産流通論』大明堂, 1995年, 184-208頁.
- 15] 米倉等編『不完全市場下のアジア農村—農業発展における制度適応の事例—』アジア経済研究所, 1995年.